

4. 特別調査「中小企業における価格転嫁について」

- ①原材料・仕入価格上昇分の価格転嫁状況、「50～80%程度転嫁できている」が26.9%で最多。
- ②労務費・人件費上昇分の価格転嫁状況、「50～80%程度転嫁できている」が24.1%で最多。
- ③価格交渉・転嫁のために重視していること、「値上げの事前説明・周知」が50.9%で最多。
- ④価格転嫁を進めるうえでの課題、「値上げによる顧客離れや取引停止が心配」が41.3%で最多。
- ⑤価格交渉・転嫁を進めるうえで行政に重視してほしい取組み、「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」が45.5%で最多。

問1. 原材料・仕入価格上昇分の価格転嫁状況

原材料・仕入価格上昇分の価格転嫁状況については、全体では「50～80%程度転嫁できている」が26.9%と最多で、次いで「80～100%程度転嫁できている」が22.2%、「0～20%程度転嫁できている」が14.4%となった。

業種別では、製造業、サービス業では「50～80%程度転嫁できている」が2割強から3割半ば、小売業、建設業では「80～100%程度転嫁できている」が3割半ばから4割弱、卸売業では「0～20%程度転嫁できている」が3割強でそれぞれ最多となった。また、サービス業では「全く転嫁できていない」が1割半ばで比較的高い割合となった。

問2. 労務費・人件費上昇分の価格転嫁状況

労務費・人件費上昇分の価格転嫁状況について、全体では「50～80%程度転嫁できている」が24.1%と最多で、次いで「0～20%程度転嫁できている」が15.1%、「20～50%程度転嫁できている」が14.5%となった。

業種別では、建設業以外で「50～80%程度転嫁できている」が2割弱から2割半ばで最多となり、卸売業では「20～50%程度転嫁できている」「全く転嫁できていない」も同率であった。建設業は「80～100%程度転嫁できている」が3割弱で最多となった。

問3. 価格交渉・転嫁のために重視していること

価格交渉・転嫁のために重視していることについて、全体では「値上げの事前説明・周知」が50.9%と最多で、次いで「取引先との価格協議」が40.7%、「競合他社の価格動向の把握」が18.0%となった。なお、「特にない」は19.8%であった。

業種別では、全ての業種で「値上げの事前説明・周知」が3割を超えて最多となり、建設業では7割近く

で特に高くなった。製造業、卸売業、建設業では「取引先との価格協議」がいずれも5割以上、小売業では「競合他社の価格動向の把握」、サービス業では「価格設定ルールの見直し」がともに3割近くと、比較的高くなった。

問4. 価格転嫁を進めるうえでの課題

価格転嫁を進めるうえでの課題については、全体では「値上げによる顧客離れや取引停止が心配」が41.3%と最多で、次いで「価格変更のタイミングが難しい」が34.1%、「従来からの価格が固定化している」が19.2%と続いた。なお、「特に課題はない」は24.0%であった。

業種別では、サービス業以外で「値上げによる顧客離れや取引停止が心配」が3割半ばから6割近くで最多となり、建設業では「価格変更のタイミングが難しい」も同率であった。サービス業では「価格変更のタイミングが難しい」が4割強で最多となった。

問5. 価格交渉・転嫁を進めるうえで行政に重視してほしい取組み

価格交渉・転嫁を進めるうえで行政に重視してほしい取組みについては、全体では「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」が45.5%と最多で、次いで「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示」が15.8%、「業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成」が15.2%と続いた。なお、「特にない」は33.9%であった。

業種別では、全ての業種で「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」が3割を超えて最多となり、建設業では6割半ばと特に高くなった。卸売業では「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示」も同率で最多となった。

問1. 原材料・仕入価格上昇分の価格転嫁状況

※網掛け部分は全体平均以上を示す

(%)	100%転嫁できている	80～100%程度転嫁できている	50～80%程度転嫁できている	20～50%程度転嫁できている	0～20%程度転嫁できている	全く転嫁できていない	転嫁どころか販売価格は低下している	そもそも上昇していない	わからない
全体	4.2	22.2	26.9	13.2	14.4	5.4	-	4.2	9.6
製造業	-	13.2	34.0	11.3	18.9	-	-	9.4	13.2
卸売業	6.3	25.0	25.0	6.3	31.3	-	-	-	6.3
小売業	10.7	39.3	14.3	17.9	3.6	3.6	-	-	10.7
サービス業	8.1	13.5	21.6	18.9	10.8	16.2	-	2.7	8.1
建設業	-	35.7	32.1	10.7	10.7	3.6	-	-	7.1
不動産業	-	-	40.0	-	20.0	20.0	-	20.0	-

問2. 労務費・人件費上昇分の価格転嫁状況

※網掛け部分は全体平均以上を示す

(%)	100%転嫁できている	80～100%程度転嫁できている	50～80%程度転嫁できている	20～50%程度転嫁できている	0～20%程度転嫁できている	全く転嫁できていない	転嫁どころか販売価格は低下している	そもそも上昇していない	わからない
全体	3.0	10.2	24.1	14.5	15.1	12.0	0.6	11.4	9.0
製造業	-	7.5	24.5	15.1	22.6	9.4	-	9.4	11.3
卸売業	12.5	-	18.8	18.8	12.5	18.8	-	6.3	12.5
小売業	7.1	3.6	25.0	10.7	14.3	7.1	3.6	17.9	10.7
サービス業	2.8	11.1	22.2	11.1	11.1	19.4	-	16.7	5.6
建設業	-	28.6	25.0	21.4	7.1	7.1	-	3.6	7.1
不動産業	-	-	40.0	-	20.0	20.0	-	20.0	-

問3. 価格交渉・転嫁のために重視していること

※網掛け部分は全体平均以上を示す

(%)	値上げの事前説明・周知	取引先との価格協議	競合他社の価格動向の把握	価格設定ルールの見直し	納期や個別ニーズ等への柔軟対応	製品・商品・サービスの付加価値向上	値引きや無償対応の防止	公的支援機関への相談の活用	その他	特にない
全体	50.9	40.7	18.0	13.8	7.2	14.4	1.2	3.6	-	19.8
製造業	52.8	50.9	17.0	13.2	5.7	15.1	-	1.9	-	18.9
卸売業	56.3	50.0	12.5	6.3	12.5	18.8	-	-	-	18.8
小売業	53.6	32.1	28.6	3.6	3.6	17.9	3.6	3.6	-	17.9
サービス業	32.4	24.3	16.2	27.0	5.4	10.8	2.7	8.1	-	27.0
建設業	67.9	50.0	10.7	14.3	14.3	10.7	-	3.6	-	10.7
不動産業	40.0	20.0	40.0	-	-	20.0	-	-	-	40.0

問4. 価格転嫁を進めるうえでの課題

※網掛け部分は全体平均以上を示す

(%)	競合他社が値上げしていない	取引先が値上げ交渉に応じない	値上げによる顧客離れや取引停止が心配	値上げの根拠となる説明資料が足りない	従来からの価格が固定化している	価格変更のタイミングが難しい	価格交渉ができる人材がいない	業務多忙のため対応する余裕がない	その他	特に課題はない
全体	5.4	9.0	41.3	4.2	19.2	34.1	6.0	2.4	-	24.0
製造業	3.8	13.2	39.6	5.7	17.0	34.0	7.5	3.8	-	24.5
卸売業	12.5	12.5	50.0	12.5	18.8	37.5	6.3	-	-	12.5
小売業	7.1	10.7	57.1	-	21.4	21.4	-	3.6	-	21.4
サービス業	8.1	2.7	35.1	-	24.3	43.2	8.1	-	-	27.0
建設業	-	7.1	35.7	7.1	17.9	35.7	3.6	-	-	25.0
不動産業	-	-	20.0	-	-	20.0	20.0	20.0	-	40.0

問5. 価格交渉・転嫁を進めるうえで行政に重視してほしい取組み

※網掛け部分は全体平均以上を示す

(%)	価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知	価格転嫁の根拠となる物価指数の提示	価格交渉に関する相談窓口の充実	価格交渉・転嫁の事例共有	業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成	不公正な取引の取締りの強化	大企業への指導・監督の強化	紛争時における仲介機能の強化	その他	特にない
全体	45.5	15.8	10.3	7.9	15.2	7.9	11.5	3.6	-	33.9
製造業	38.5	23.1	13.5	9.6	11.5	7.7	13.5	5.8	-	36.5
卸売業	33.3	33.3	13.3	13.3	20.0	6.7	6.7	-	-	40.0
小売業	50.0	10.7	7.1	7.1	21.4	10.7	14.3	-	-	28.6
サービス業	48.6	5.4	5.4	8.1	16.2	2.7	13.5	5.4	-	37.8
建設業	64.3	14.3	14.3	3.6	10.7	7.1	3.6	3.6	-	25.0
不動産業	-	-	-	-	20.0	40.0	20.0	-	-	40.0