

中小企業における仕入価格の動向と価格転嫁

～ 仕入・調達費が上昇した企業は、2年続けて8割を超える
41.0%の企業は、価格転嫁できず ～

経済活動がコロナ禍から正常に戻りつつあるものの、資源・エネルギー価格の高騰や世界的な供給制約により、原材料価格が上昇している。企業物価の上昇率は高水準で推移し、消費者物価も上昇が続いている。このようななか、中小企業の仕入価格や販売価格、そして価格転嫁はどのような状況になっているのか、当金庫取引先企業を対象にアンケート調査を実施した。

- 調査時点：2023年2月上旬
- 調査依頼先数：1,400社
- 調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）
- 有効回答数：1,345社
- 調査方法：聞き取り法
- 有効回答率：96.1%

従業者 業種	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上	計	構成比
製造業	123社	241社	68社	31社	463社	34.5%
卸売業	61	89	17	3	170	12.6%
小売業	84	47	14	3	148	11.0%
建設業	101	119	17	3	240	17.8%
運輸業	13	47	19	8	87	6.5%
サービス業	125	82	23	7	237	17.6%
計	507	625	158	55	1,345	100.0%
構成比	37.7%	46.5%	11.7%	4.1%	100.0%	—

(注) 小売業に「飲食店」、サービス業に「不動産業」を含みます。

(要旨)

1. 仕入・調達費の動向

「上昇している」と答えた企業が 87.1%あり、昨年 (84.4%) に続いて、8 割を超える高水準となった。

2. 仕入・調達費の上昇率

上昇率が「6~10%」とする企業が 25.6%と最も多くなり、平均上昇率は 13.8%となった。「10%超」の上昇とする企業 (57.8%) が 5 割を超えており、コスト上昇圧力が強まっている。

3. 仕入価格等上昇の経営への影響

「まだ余裕がある」とする企業が 39.1%となった一方、「やや深刻」(52.8%) と「かなり深刻」(8.1%) を合わせた、経営に「深刻な影響を受けている」企業は 60.9%となった。

4. 仕入価格上昇分の価格転嫁の状況

「一部しか転嫁できていない (2 割から 5 割)」(32.4%)、「ほとんど転嫁できていない (2 割未満)」(8.6%) を合わせた 41.0%の企業は十分な転嫁ができていない。

5. 価格転嫁できた理由 (複数回答)

「取引先との継続的な交渉の結果」とした企業が 70.2%、以下「適正な価格を自社が決定しているから」(43.4%)、「市場競争力があるから」(12.8%)、「同業他社が少ないから」(9.9%) と続く。

6. 価格転嫁できない理由 (複数回答)

「他社との価格競争が激しいから」とした企業が 68.4%、「取引先との交渉が困難だから」が 60.6%、以下、「長期契約などのため価格変更が困難だから」(11.3%)、「市場競争力が弱いから」(11.3%) と続く。

7. 大企業等からのしわ寄せを感じるか

「大いに感じる」とした企業が 55.9%、「少し感じる」が 38.7%で、合わせて 94.6%の企業が「しわ寄せを感じる」としている。

8. 当面の価格方針

「当面引き上げられそうにない」とする企業が 38.1%あり、厳しい状態が続くそうである。

1. 仕入・調達費の動向

～ 2年連続で8割を超える高水準 ～

ここ1年程度を振り返り、原材料・商品等の仕入・調達費の動向について、すべての企業に聞いた結果が第1表である。

全体で見ると、「①上昇している」と答えた企業が87.1%あり、昨年（84.4%）に続いて、8割を超える高水準となった。

業種別で見ると、「①上昇している」と答えた企業は、製造業（94.0%）、建設業（91.2%）で9割を超えている。資源、エネルギー価格の高騰に加えて、世界的な供給制約の影響を大きく受けているものと思われる。一方、サービス業は69.6%で比較的低くなっている。

第1表 仕入・調達費の動向

(%)

区分		項目	①上昇	②ほぼ安定	③低下	計
業種別	製造業		94.0	5.4	0.6	100.0
	卸売業		88.8	11.2	0.0	100.0
	小売業		87.1	12.2	0.7	100.0
	建設業		91.2	8.8	0.0	100.0
	運輸業		82.8	16.1	1.1	100.0
	サービス業		69.6	30.0	0.4	100.0
規模別	5人未満		84.0	15.4	0.6	100.0
	5～19人		88.5	11.5	0.0	100.0
	20～49人		91.1	7.6	1.3	100.0
	50人以上		87.3	10.9	1.8	100.0
全体			87.1	12.5	0.4	100.0
2022年調査			84.4	14.8	0.8	100.0
2021年調査			46.6	46.4	7.0	100.0
2020年調査			55.5	43.3	1.2	100.0

2. 仕入・調達費の上昇率

～ 平均上昇率は 13.8% ～

前項1で、「上昇している」と答えた企業（全体の87.1%、1,171社）に対し、仕入・調達費の上昇率を聞いた結果が第2表である。

全体でみると、上昇率が「②6～10%」とする企業が25.6%と最も多くなり、平均上昇率は13.8%となった。「10%超（③～⑥）」の上昇とする企業（57.8%）が5割を超えており、コスト上昇圧力が強まっている。

業種別でみると、製造業では、上昇率が「③11～15%」とする企業（24.7%）が最も多く、平均上昇率も15.5%と最も高くなっている。

第2表 仕入・調達費の上昇率

区分		項目	① 0～5%	② 6～10%	③ 11～15%	④ 16～20%	⑤ 21～30%	⑥ 31%～	計	(%)
業種別	製造業		13.3	21.8	24.7	20.6	12.6	7.0	100.0	15.5
	卸売業		16.5	23.9	23.2	21.9	9.9	4.6	100.0	13.9
	小売業		15.5	34.0	20.2	17.1	10.1	3.1	100.0	12.6
	建設業		16.0	26.0	24.7	20.1	10.5	2.7	100.0	13.2
	運輸業		22.3	29.1	11.1	24.9	7.0	5.6	100.0	13.0
	サービス業		24.2	28.5	19.4	19.4	7.9	0.6	100.0	11.3
規模別	5人未満		17.1	26.8	20.4	21.8	10.1	3.8	100.0	13.4
	5～19人		14.8	26.4	24.2	19.3	10.7	4.6	100.0	13.9
	20～49人		19.5	25.6	20.1	20.1	10.5	4.2	100.0	13.4
	50人以上		22.8	6.3	24.9	18.8	14.6	12.6	100.0	17.1
全体			16.6	25.6	22.4	20.3	10.6	4.5	100.0	13.8

3. 仕入価格等上昇の経営への影響

～ 深刻な影響を受けている企業は6割 ～

前項1で、「上昇している」と答えた企業（全体の87.1%、1,171社）に対し、仕入・調達費の上昇が経営に与える影響について聞いた結果が第3表である。

全体でみると、「①まだ余裕がある」とする企業が39.1%となった一方、「②やや深刻」（52.8%）と「③かなり深刻」（8.1%）を合わせた、「深刻な影響を受けている（②+③）」企業は60.9%となった。企業からは、「原材料の高騰が続き価格に転嫁できないため、非常に厳しい」（船舶機器卸売業）、「仕入価格の上昇が続きそうで不安を感じている」（婦人服製造）といった声が聞かれた。

業種別でみると、「深刻な影響を受けている」企業が、運輸業（69.4%）と卸売業（68.2%）でおおよそ7割ある。一方、サービス業（50.3%）は半数程度となっている。

第3表 仕入価格等上昇の経営への影響

(%)

区分		項目	①まだ余裕あり	②やや深刻	③かなり深刻	計	深刻な影響 (②+③)
業種別	製造業		37.5	53.3	9.2	100.0	62.5
	卸売業		31.8	55.6	12.6	100.0	68.2
	小売業		34.9	58.9	6.2	100.0	65.1
	建設業		44.7	49.8	5.5	100.0	55.3
	運輸業		30.6	56.9	12.5	100.0	69.4
	サービス業		49.7	46.1	4.2	100.0	50.3
規模別	5人未満		36.4	54.0	9.6	100.0	63.6
	5～19人		38.7	53.3	8.0	100.0	61.3
	20～49人		47.3	45.8	6.9	100.0	52.7
	50人以上		43.8	56.2	0.0	100.0	56.2
全体			39.1	52.8	8.1	100.0	60.9

4. 仕入価格上昇分の価格転嫁の状況

～ 転嫁ができていない企業が41.0% ～

前項1で、「上昇している」と答えた企業（全体の87.1%、1,171社）に対し、仕入・調達費の上昇分に見合う製商品・サービス等の価格引き上げ（価格転嫁）がどの程度できているか聞いた結果が第4表である。

全体で見ると、「①概ね転嫁できている（8割以上）」とした企業が22.0%、「②半分以上転嫁できている（5割から8割）」が37.0%となった。一方、「③一部しか転嫁できていない（2割から5割）」（32.4%）、「④ほとんど転嫁できていない（2割未満）」（8.6%）を合わせた41.0%の企業は「転嫁ができていない（③+④）」としており、収益確保が困難な状況が続いている。

業種別で見ると、「転嫁ができていない」企業は、小売業（55.8%）、運輸業（54.2）で5割を超えている。また、小売業、運輸業では、「④ほとんど転嫁できていない」企業がそれぞれ17.1%、18.1%と他の業種に比べて多くなっている。飲食店からは、「消費者にすぐには価格転嫁を受け入れてもらえないと感じている」（和菓子）、「客足を考慮すれば、値上げは困難である」（お好み焼き屋）といった声が寄せられている。

第4表 仕入価格上昇分の価格転嫁の状況

(%)

区分		項目	①概ね転嫁	②半分以上 転嫁できる	③一部しか 転嫁できず	④ほとんど 転嫁できず	計	転嫁でき ていない (③+④)
業 種 別	製 造 業		19.1	42.7	32.9	5.3	100.0	38.2
	卸 売 業		24.5	40.4	29.8	5.3	100.0	35.1
	小 売 業		18.6	25.6	38.7	17.1	100.0	55.8
	建 設 業		24.2	35.7	33.3	6.8	100.0	40.1
	運 輸 業		13.9	31.9	36.1	18.1	100.0	54.2
	サービ ス業		30.9	31.5	25.5	12.1	100.0	37.6
規 模 別	5人未 満		23.7	31.0	31.5	13.8	100.0	45.3
	5～19 人		20.3	38.5	34.7	6.5	100.0	41.2
	20～49 人		24.3	46.5	25.0	4.2	100.0	29.2
	50人 以上		20.8	43.8	35.4	0.0	100.0	35.4
全 体			22.0	37.0	32.4	8.6	100.0	41.0

5. 価格転嫁できた理由

～ 「継続的な交渉の結果」とする企業が7割 ～

前項4で、「転嫁できている（5割以上）」と答えた企業（全体の59.0%、691社）に対し、価格転嫁ができた理由を聞いた結果（複数回答）が第5表である。

全体でみると、「①取引先との継続的な交渉の結果」とした企業が70.2%、以下「②自社が適正な価格を決定しているから」（43.4%）、「③市場競争力があるから」（12.8%）、「④同業他社が少ないから」（9.9%）と続く。企業からは、今後も交渉を続けるといった声も多く聞かれ、価格転嫁が進んでいくことが期待できる。

業種別でみると、「①継続的な交渉の結果」を要因とする企業が最も多いのが、製造業（83.9%）、卸売業（81.4%）、運輸業（78.8%）、建設業（72.5%）で、同じく「②自社が適正な価格を決定」が最も多いのが小売業（80.7%）、サービス業（59.8%）となっている。

第5表 価格転嫁できた理由

（複数回答、%）

区分		項目	①継続的な交渉の結果	②自社が適正な価格を決定	③市場競争力がある	④同業他社が少ない	⑤その他
業種別	製造業		83.9	34.8	12.7	13.5	0.4
	卸売業		81.4	33.0	6.2	11.3	1.0
	小売業		21.1	80.7	14.0	3.5	1.8
	建設業		72.5	43.5	10.7	8.4	0.8
	運輸業		78.8	27.3	21.2	9.1	0
	サービス業		45.1	59.8	18.6	4.9	0
規模別	5人未満		59.1	46.6	9.5	7.3	0.9
	5～19人		72.0	42.2	13.0	10.9	0.6
	20～49人		84.3	42.2	12.7	12.7	0
	50人以上		87.1	35.5	35.5	9.7	0
全体			70.2	43.4	12.8	9.9	0.6

6. 価格転嫁できない理由

～ 「他社との価格競争が激しいから」とする企業が約7割 ～

前項4で、「転嫁できていない（5割未満）」と答えた企業（全体の41.0%、480社）に対し、価格転嫁ができない理由を聞いた結果（複数回答）が第6表である。

全体でみると、「①他社との価格競争が激しいから」とした企業が68.4%、「②取引先との交渉が困難だから」が60.6%、以下、「③長期契約などのため価格変更が困難だから」（11.3%）、「④市場競争力が弱いから」（11.3%）と続く。企業からは、「定番商品の値上げはお客様の購買意欲をそぐ可能性が高い」（菓子製造）、「燃料費の高騰による影響が大きく利益率が維持できないが、大手との取引であり、簡単には値上げできない」（コンテナ運送）等の声が聞かれた。

業種別でみると、「①他社との価格競争が激しい」を要因とする企業が最も多いのが、小売業（77.6%）、サービス業（75.0%）、卸売業（72.0%）、建設業（64.7%）で、同じく「②取引先との交渉が困難」が最も多いのが製造業（77.2%）、運輸業（71.1%）となっている。

第6表 価格転嫁できない理由

（複数回答、%）

区分		項目	①他社との価格競争が激しい	②取引先との交渉が困難	③契約上変更が困難	④市場競争力が弱い	⑤その他
業種別	製造業		63.0	77.2	11.7	11.7	0
	卸売業		72.0	64.0	12.0	6.0	0
	小売業		77.6	23.9	3.0	17.9	0
	建設業		64.7	62.4	16.5	10.6	0
	運輸業		68.4	71.1	18.4	2.6	0
	サービス業		75.0	45.0	6.7	13.3	5.0
規模別	5人未満		66.8	53.8	8.2	18.5	0
	5～19人		70.5	67.3	13.6	6.4	0
	20～49人		65.9	61.0	2.4	9.8	2.4
	50人以上		64.7	47.1	35.3	0.0	11.8
全体			68.4	60.6	11.3	11.3	0.6

7. 大企業等からのしわ寄せを感じるか

～ 94.6%の企業がしわ寄せを感じる ～

大企業等が収益を確保するため、中小企業にしわ寄せしている面があるかをすべての企業に聞いた結果が第7表である。

全体で見ると、「①大いに感じる」とした企業が55.9%、「②少し感じる」が38.7%で、合わせて94.6%の企業が「しわ寄せを感じる（①+②）」としている。前回（2022年）調査と比べると7.6ポイント上昇している。

業種別にみると、「大いに感じる」とする企業が、運輸業（67.9%）、建設業（64.1%）、製造業（60.1%）で高くなっている。また、前回（2022年）調査と比べると、「しわ寄せを感じる」企業が、小売業で17.4ポイント、サービス業で15.9ポイントと大きく増加し、全業種が9割を超えた。

従業員規模別にみると、「しわ寄せを感じる」企業が前回調査と比べて、5人未満の企業で12.1ポイント増加し全規模で9割を超えた。

第7表 大企業等からのしわ寄せを感じるか (%)

区分		項目	①大いに 感じる	②少し 感じる	③とくに 感じない	計	感じる (①+②)
業 種 別	製 造 業		60.1	35.6	4.3	100.0	95.7 (93.8)
	卸 売 業		54.7	40.6	4.7	100.0	95.3 (87.0)
	小 売 業		42.6	50.0	7.4	100.0	92.6 (75.2)
	建 設 業		64.1	31.3	4.6	100.0	95.4 (93.5)
	運 輸 業		67.9	31.0	1.1	100.0	98.9 (90.3)
	サービ ス業		44.3	46.4	9.3	100.0	90.7 (74.8)
規 模 別	5人未 満		51.7	41.6	6.7	100.0	93.3 (81.2)
	5～19 人		59.2	36.6	4.2	100.0	95.8 (91.6)
	20～49 人		55.7	38.6	5.7	100.0	94.3 (88.1)
	50人 以上		58.2	34.5	7.3	100.0	92.7 (88.2)
全 体			55.9	38.7	5.4	100.0	94.6 (87.0)
2022年 調査			48.0	39.0	13.0	100.0	87.0

(注) ()内は前回調査

8. 当面の価格方針

～ 「当面引き上げられそうにない」とする企業は 38.1% ～

今後、製商品・サービス等の価格を、利益が十分確保できるだけ引き上げられる見通しについて、すべての企業に聞いた結果が第8表である。

全体でみると、「①近々引き上げられそう」とする企業は 17.6%、「②年内には引き上げられそう」が 44.3%、「③当面引き上げられそうにない」が 38.1%となった。原材料・商品等の仕入・調達費が上昇した企業が8割を超える中、およそ4割の企業が製商品・サービス等の価格を当面引き上げられない厳しい状況にある。

業種別にみると、運輸業で「③当面引き上げられそうにない」企業が 50.6%と半数を占めた。

従業員規模別にみると、「③当面引き上げられそうにない」とする企業は、50人以上の企業で 14.5%であるのに対して、5人未満では 47.9%と、規模が小さいほど販売価格の引き上げが難しくなっている。

第8表 当面の価格方針

(%)

区分		項目	①近々引き上げられそう	②年内には引き上げられそう	③当面引き上げられそうにない	計
業種別	製造業		16.8	49.9	33.3	100.0
	卸売業		20.6	47.0	32.4	100.0
	小売業		14.9	40.5	44.6	100.0
	建設業		17.9	44.6	37.5	100.0
	運輸業		10.3	39.1	50.6	100.0
	サービス業		21.1	35.0	43.9	100.0
規模別	5人未満		15.2	36.9	47.9	100.0
	5～19人		17.4	47.1	35.5	100.0
	20～49人		24.1	50.6	25.3	100.0
	50人以上		23.6	61.9	14.5	100.0
全体			17.6	44.3	38.1	100.0