

価格転嫁データの考察

上席研究員 蔭西義輝
研究員 近藤有紀

要旨

- ・バブル崩壊後長期間にわたり低迷してきたわが国の財・サービスの価格は、コロナ禍の2021～2022年から上昇トレンドに入ったが、消費者物価と企業向けサービス価格は米国とは異なり徐々に上昇してきた。
- ・「価格転嫁スタンス(日銀短観の販売価格DIから仕入価格DI差し引いた数値(筆者が独自に算出))」は、規模別では中小企業ほど低位で推移しており、価格転嫁をできなかった・しづらかった実情が現れている。うち製造業をみると、化学のシェアが高い徳島と山口がこの値が他との比較において高く推移してきた。
- ・中小企業庁の2024年9月調査では、コスト全般に対する転嫁率は上昇しているものの49.7%と道半ばの状況である。サプライチェーン階層の頂点から遠いほど転嫁率が低くなっていること、転嫁率の業種間格差が大きいことも特徴である。
- ・当研究所が実施した調査によると、「多少なりとも価格転嫁ができた」が77.8%であり、上記中小企業庁調査とほぼ同じ水準となった。価格転嫁の度合いは徳島が全国と比べて低く、転嫁し切れていない企業の割合は徳島が高い。
- ・下請法や独占禁止法の見直しなど価格転嫁に対する国の強い意思と姿勢がみられること、今後も高い水準の賃上げ実施の気運が高まっていること、休廃業する企業が増加し企業間競争の圧力の低下が予想されることなどから、価格転嫁が進む可能性は高まっていると考えられる。

はじめに

コロナ禍の最中に起きたウッドショック、半導体不足やロシアのウクライナ侵攻によるサプライチェーンへの影響などにより、世界的な財やサービスの価格上昇が生じたことは記憶に新しい。わが国も上昇しているが、デスインフレもしくはデフレが長く続いてきたことを背景として、世界の多くの国とはかなり異なる動きを呈してきた。

価格の動向は、企業の活動と個人の消費生活の両面を大きく左右する。また金利、外国為替

相場、株価、賃金動向などに大きな影響を及ぼしているとともに、それらからも影響を受けている。足元にかけてのコメ、エネルギーや外食の価格上昇により個人の懐が直撃されている現状であり、価格に対する関心は以前にもまして強くなっている。

財やサービスを供給する企業では、原材料・商品の仕入、活動を支えるエネルギーやハード・ソフトにわたるさまざまな設備の費用や賃金をはじめとする労務費が上昇している。こうした状況において従前と同水準以上の収益を計上するためには、①コストの見直し・削減、②

生産性の向上、③生産・販路の拡大、④販売価格の上昇つまり価格転嫁、をうまく選択し実施に移していく必要がある。

本稿は、価格の動向や価格転嫁に関する現状を提示することを主眼としており、今後の行動の指針となることを目的とするものである。

本編における「価格」と「物価」の用語の使い分けについては、財とサービス両者に言及することから原則として「価格」を用いる。「物価」は、「消費者物価（指数）」「企業物価（指数）」といった固有の名称のデータに言及する場合、また「物価」が掲載されている文献などを引用する場合に用いる。

1. 直近の消費者物価の状況

日本銀行の金融政策の理念は、「物価の安定を図ることを通じて国民経済の健全な発展に資すること」である。2013年11月に始まった現在の金融政策運営は、消費者物価指数(CPI:Consumer Price Index)の前年比+2%が持続可能になることを目的としている。これについては、財とサービス全てからなる総合、価格変動が大きいとされる生鮮食品（生鮮魚介・生鮮野菜・生鮮果物）を除く総合、生鮮食品およびエネルギーを除く総合の指数などを中心として、金融政策の決定に大きく影響している。

本稿執筆中において公表された2025年1月の全国CPIは、総合で前年同月比+4.0%で前月2024年12月（同+3.6%）を上回る伸び率、また生鮮食品を除く総合は同+3.2%で2023年6月（同+3.3%）以来の高い伸び率となった。前年同月比での指数の押し上げに大きく寄与した品目を以下に記す（総務省統計局公表の報道資料を転記）。

うるち米(コシヒカリを除く)	: + 71.8%
チョコレート	: + 30.8%
コーヒー豆	: + 23.7%
都市ガス代	: + 9.6%

おにぎり	: + 9.2%
宿泊料	: + 6.8%
豚肉（国産品）	: + 6.6%
火災・地震保険料	: + 6.1%
すし（外食）	: + 4.5%
ガソリン	: + 3.9%
<以下、生鮮食品>	
キャベツ	: + 192.5%
みかん	: + 37.0%

加えて、中分類で区分した費目をみると、食料（全体）が同+6.4%、うち生鮮食品が同+17.3%、光熱・水道が同+11.4%、うち電気代が同+18.7%となっている。コメや生鮮野菜の筆頭格であるキャベツ、電気代といった生活に欠かせない品目での上昇度が高いことが目立っている。こうした身近な物価の高い上昇率は、昨年から引き続いて今年も活発な動きがみられる賃上げにも大きな影響を与えている。

消費者物価指数は各県の県庁所在地でも調査されている。徳島市の2025年1月消費者物価指数をみると、総合が同+4.0%、生鮮食品を除く総合が同+3.1%と、全国とほぼ同様の結果となった。

2. 異質だったわが国の価格動向

わが国の財・サービスの価格は、長期にわたりほとんど上昇しなかった。年ごとの全国の消費者物価（生鮮食品を除く）をみると、バブル崩壊後の1992年に前年比+2.2%となった以降、消費税率を5%から8%に引き上げた2014年に同+2.6%を記録するまで、同+2.0%を上回ることにはなかった。2000～2005年、2009～2012年、2016年、コロナ禍の2020～2021年は、同マイナスとなった。一方、米国の消費者物価（総合）が上記と同じ時期において年間で同マイナスとなったのは、リーマンショックの影響を受けた2009年だけである。

図表1は、わが国と米国における2019年から

2024年までの各種の価格変動率（前年同月比）を表したものである。

米国は、2021年から2022年半ばにかけてどの価格指標も上昇を続けた。また変動率そのものも高い水準であり、生産者物価の最終需要向け・財では2022年6月に同+17.6%のピークを記録した。生産者物価の最終需要向け・サービスは2022年3月に同+9.4%、消費者物価（総合）も2022年6月に同+9.1%とそれぞれピークを記録し、この時期に急速なインフレに見舞われたことが確認できる。

わが国に目を転じると、米国とは様相がかなり異なって推移してきた。企業間で取引される財の価格の変動を示す企業物価指数は、2022年12月の同+10.6%がピークとなったが、2021～2022年における水準は米国で対応している生産者物価・財よりも低く推移している。

より異なっているのは、米国の生産者物価の

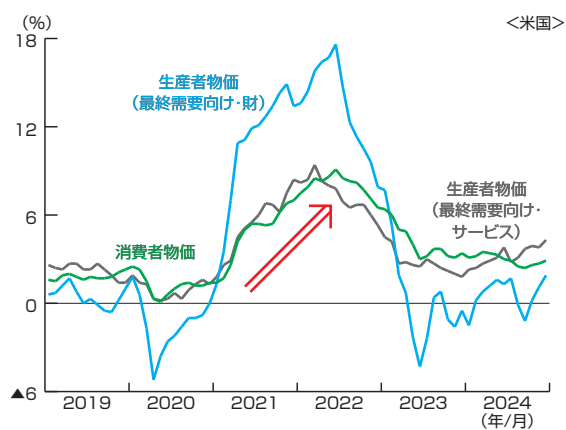
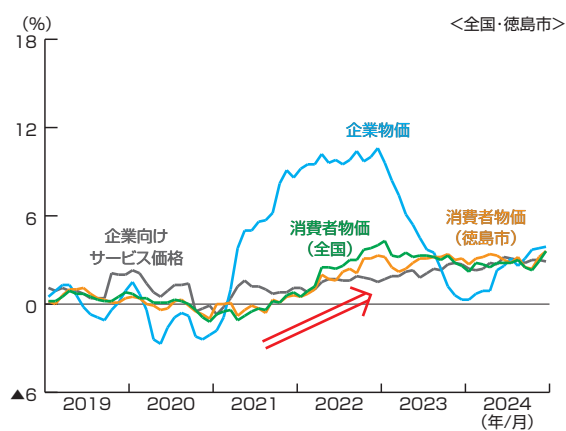
最終需要向け・サービスとわが国でこれに対応する企業向けサービス価格、また両国の消費者物価の動きであり、特に2021～2022年に注目すると、わが国では米国のような形態でなく徐々に上昇してきたことがわかる。つまり、企業間で取引される財の価格が先行して上昇してきたが、コストの中でも労務費が大きな比率を占めるサービス価格、また最終消費段階での価格への波及が遅れていたことが示されている。

なお、欧州主要国も米国と同様に推移してきていることから、わが国の価格動向は先進国の中では異質であったと言える。

もともと、足元にかけてわが国と米国が同程度の範囲（レンジ）で推移していること、その中で前章でも述べたようにわが国の価格上昇率が高まっていることなどを鑑みると、わが国の価格上昇率が他国に比べて総じて低く推移してきた状況が、この先も続くかどうかは非常に不透明である。

全国と徳島市の消費者物価（総合）を比べると、ほぼ同様の動きを示してきた。細かくみると、2022年から2023年夏ごろまでは前年同月比で徳島市が全国を下回って推移し、2023年1月と4月は1.1ポイントの差となった。その後足元にかけては逆に徳島市が上回って推移し、2024年4月では0.9ポイントの差がついている。

図表1 物価変動率の推移（前年同月比）



出所：総務省統計局、日本銀行調査統計局、
US BUREAU OF LABOR STATISTICS

3. 日銀短観からみえる価格転嫁スタンス

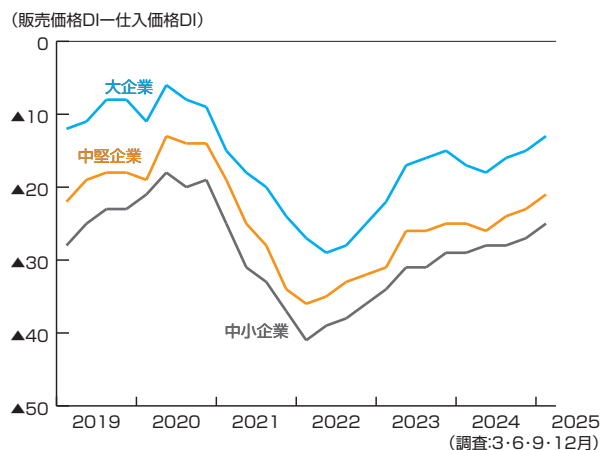
日本銀行が四半期ごとに実施している短観（全国企業短期経済観測調査）は、統計法に基づきアンケート方式で実施されており（直近2024年12月調査：回答社数9,004社）、わが国企業の業況の方向性を表す調査として最も重視されている。さまざまな項目が調査されており、販売価格と仕入価格に関する判断もDI（Diffusion Index）形式で公表されている。両者とも選択肢は「1. 上昇」「2. 持ちあい」「3. 下落」であり、DIは「1. 上昇の構成比」から「3. 下落の構成比」

を差し引いた値で示される。

筆者は、この販売価格 DI から仕入価格 DI を差し引いた値を「価格転嫁スタンス」と名付けた。本章では、その推移について考察する。

図表 2 は、全国・企業規模別での価格転嫁スタンスの推移 (2019 年以降) を表したものである。大企業 (資本金 10 億円以上・直近 2024 年 12 月調査回答者数 1,730 社)、中堅企業 (同 1 億円以上 10 億円未満・同 2,567 社)、中小企業 (同 2 千万円以上 1 億円未満・同 4,707 社) ともコロナ禍初期の 2020 年 9 月から 2022 年 3 月までは低下し、その後は反転し総じて上昇してきた。もともと、プロットしている 2019 年以降はもちろんのこと、日本銀行時系列データ検索サイトにより取得可能なデータから算出しても、プラスになったことはない。つまり、仕入価格が上昇しても販売価格がもちあいもしくは下落、もしくは、仕入価格がもちあいでも販売価格が下落とする企業の割合が高いことがずっと続いてきた。価格転嫁よりもコスト低減や生産性向上に努める企業が、常に多く推移してきたことがわかる。もう 1 つ特徴的なのは、価格転嫁スタンスの水準そのものが大企業 > 中堅企業 > 中小企業となっていることである。中小企業の方が、価格転嫁をできなかった・しづらかった実情が現れている。

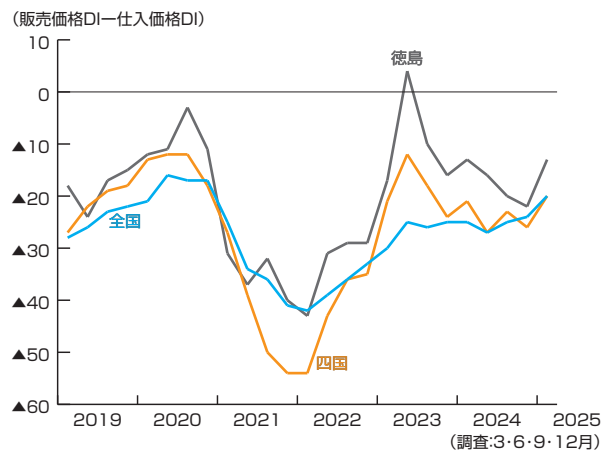
図表 2 「価格転嫁スタンス」の推移 (全国・企業規模別)



注 1 : 日銀短観 (全国) の販売価格 DI から仕入価格 DI 差し引いた値をプロット
 注 2 : 2025 年 3 月の数値は先行きの予測
 出所 : 日本銀行調査統計局

図表 3 は、全国・四国・徳島の製造業 (全規模合計) での価格転嫁スタンスの推移を表したものである。なお、徳島県内企業調査結果分における販売価格・仕入価格 DI は製造業のみで公表されている (直近 2024 年 12 月調査 製造業回答社数 : 全国 3,746 社・四国 163 社・徳島 31 社)。上昇・低下のタイミングは大きくは変わらないが、水準が異なっている。徳島は 2022 年以降足元にかけて四国、全国を上回っており、製造業においては価格転嫁が一步進んで推移してきた。

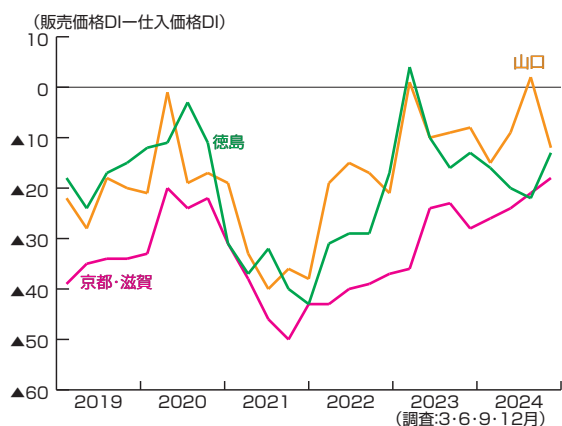
図表 3 「価格転嫁スタンス」の推移 (全規模合計・製造業)



注 1 : 日銀短観 (全国) の販売価格 DI から仕入価格 DI 差し引いた値をプロット
 注 2 : 2025 年 3 月の数値は先行きの予測
 出所 : 日本銀行調査統計局 日本銀行高松支店・徳島事務所

そこで、徳島、京都・滋賀、山口の製造業の価格転嫁スタンスを図表 4 に表した。なお京都と滋賀については、両府県を併せた DI が公表されている。この 4 府県は製造業の位置付けが高く、2021 年度名目府県内 GDP における同比率は、徳島 : 31.5% (全国第 11 位)、京都 : 28.4% (同第 15 位)、滋賀 : 44.0% (同第 1 位)、山口 : 36.7% (同第 5 位) である。これをみると、京都・滋賀に比べて徳島と山口が高めで推移していることがわかる。また図表では示していないが、ほかの製造業の比率が高い県と比べても総じて高い。両県に共通しているのは、製造業の中でも化学の比率が抜きん出て高いことである。

図表 4 「価格転嫁スタンス」の推移（全規模合計・製造業）



注1：日銀短観（全国）の販売価格DIから仕入価格DI差し引いた値をプロット
 注2：2025年3月の数値は先行きの予測
 出所：日本銀行徳島事務所・京都支店・下関支店

同年度名目県内 GDP の製造業における化学の構成比は、徳島が 50.6% で全国第 1 位、山口が 47.0% で第 2 位であり、第 3 位は大きく差が開いた和歌山の 25.9% となっている。後で述べるが、中小企業庁では半年ごとの「価格交渉促進月間」の終了後に価格交渉・価格転嫁の状況についてのフォローアップ調査を実施しており、2024 年の調査では化学や製薬（上記 GDP では化学に含まれる）の価格転嫁の度合い（コスト増における転嫁率）が他の業種と比べて高い結果が得られている。こうしたことも、他との比較という相対的な観点ではあるが、徳島・山口の製造業の価格転嫁が大企業を中心として進んでいることを裏付けている。

4. 価格交渉促進月間フォローアップ調査からみえる厳しさ

中小企業庁では、中小企業が価格転嫁しやすい環境をつくるため、2021 年 9 月より毎年 9 月と 3 月を「価格交渉促進月間」と設定し、広報や講習会、業界団体を通じた価格転嫁の要請などを実施している。また前章でも触れたように、「月間」終了後には多数の中小企業に対して主な取引先との価格交渉・価格転嫁の状況についてのフォローアップ調査を実施し、価格転嫁率や

業界ごとの結果、順位付けなどの結果を取りまとめるとともに、状況の芳しくない親事業者に対して下請中小企業振興法に基づき大臣名での指導・助言を実施している。

直近 2024 年 9 月分のフォローアップ分の調査の概要は、以下のとおりである。

調査内容：2024 年 4 月～9 月末までの発注企業との価格交渉・転嫁の状況をアンケート形式で調査

回答企業数：51,282 社（回答から抽出される発注企業数は延べ 54,430 社）

回収率：17.1%

加えて、「下請け G メン」によるヒアリング調査も約 2,000 社に対して実施している。

価格転嫁は不要との回答を含めた 54,430 社分について、コスト全般の転嫁状況は

- ・コスト全般に対する転嫁率：49.7%（2024 年 3 月調査比 + 3.6 ポイント）
- ・「全額転嫁できた」の割合：18.1%（同▲ 1.5 ポイント）
- ・「一部でも転嫁できた」の割合（上記全額転嫁を含む）：56.7%（同▲ 10.5 ポイント）
- ・「転嫁できなかった」「マイナスとなった」の割合：14.2%（同▲ 5.6 ポイント）
- ・「価格転嫁は不要」の割合：29.1%（同 + 16.2 ポイント）

となった。「価格転嫁は不要」を転嫁がかなり進んだ、また、生産性向上などでコスト増を吸収できていると前向きに捉えると、「全額転嫁できた」と合わせても改善が進んでいるとは言える。もっとも、転嫁率そのものは半分にとどまっておろ、道半ばという状況である。

同調査では、コストを「原材料費」「エネルギー費」「労務費」の 3 つに区分して調査してい

る。それぞれの転嫁率は

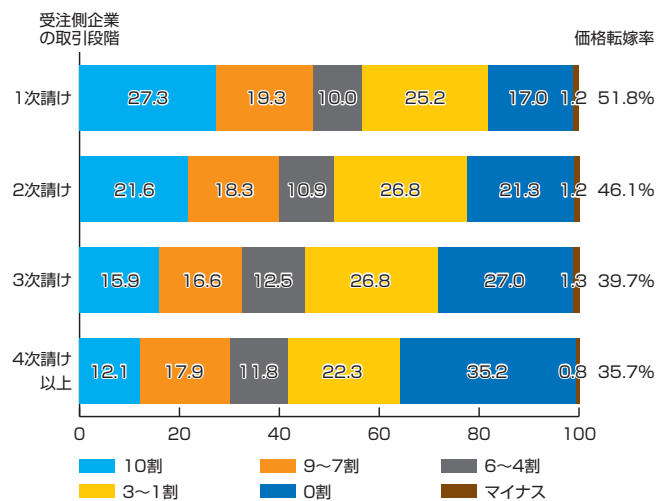
- ・原材料費 : 51.4% (2024年3月調査比 + 4.0ポイント)
- ・エネルギー費 : 44.4% (同 + 4.0ポイント)
- ・労務費 : 44.7% (同 + 4.7ポイント)

となっており、改善していることが示されている。ちなみに、2022年3月分の同調査における「費用が上昇している中、価格が据え置かれている」と回答した企業の割合は、原材料費が20.9%の一方、エネルギー費が33.1%、労務費が33.8%と差がみられた。このようにエネルギー費や労務費の上昇分については価格転嫁を進めにくいとされてきたが、直近調査では原材料費と同じように上昇している。以前に比べれば、価格転嫁（値上げ）の交渉のために必要となる根拠や理由が幅を持ち説得力が増していると思われる。

図表5は、受注側企業の取引段階（サプライチェーンの各段階）と価格転嫁率の状況を表したものである。サプライチェーン階層の頂点から遠いほど、価格転嫁率が低くなっていることが明確に現れている。この状態が是正されない限り価格転嫁率の大幅な改善は望めない。

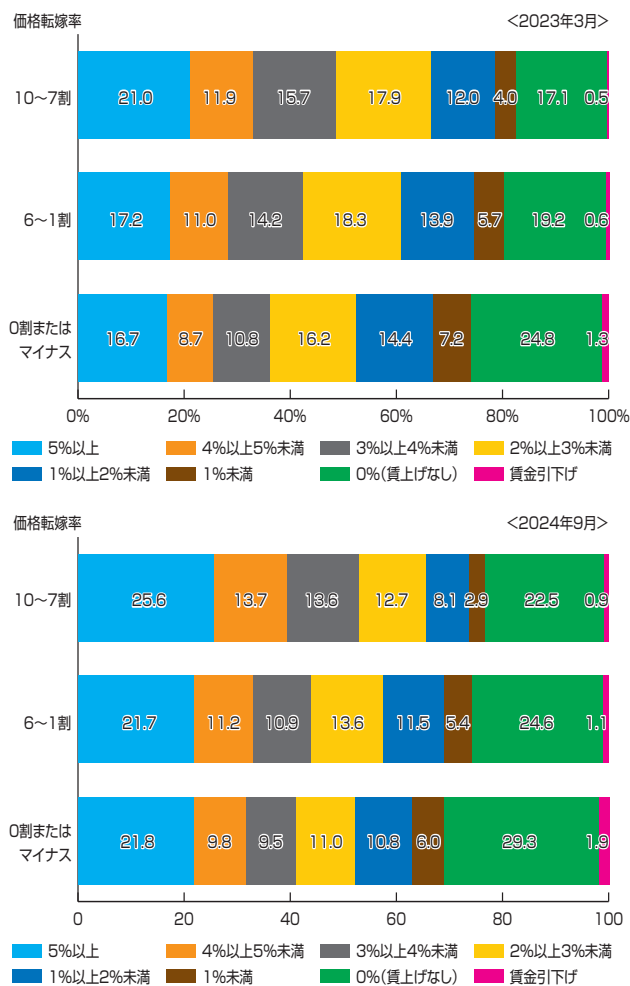
図表6は、価格転嫁と賃上げの関係を表したものである。ここでの賃上げ率は、「直近6ヵ月以内に実施した、ないし、今後6ヵ月以内に予定している賃上げ（定期昇給、ベースアップ、一時金などすべてを含む）」についての回答を集計したもの」である。2023年3月分と直近2024年9月分の異なる2つの月の調査を並べているが、上記の定義から比較することは可能である。この間、価格転嫁率が10～7割の企業では、「4%以上5%未満」「5%以上」の賃上げを実施（予定含む）する割合が高まった。同6～1割の企業も、「5%以上」の賃上げを実施する割合が高まっている。総じては価格転嫁が高い企業ほど賃上げも進んではいるが、価格転嫁率に関係なく賃上げをしない企業の割合も高まっており、

図表5 サプライチェーンの各段階における価格転嫁の状況



出所：中小企業庁「価格交渉促進月間（2024年9月）フォローアップ調査結果」

図表6 価格転嫁と賃上げ率の関係



注：筆者にて価格転嫁率の区分を統合し比率を再計算するなど、公表資料と表示形態は異なる。

出所：中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査結果」

価格転嫁と賃上げの相関はそれほど強いものではないことが示されている。

図表7は、直近2024年9月分調査における価格転嫁率の上位・下位5業種（全体は30業種）を表したものである。第1位は卸売（60.3%）であり、小売（8位・52.6%）やささまざまなサービスより高い。元々利益率が総じて低い業種であるからこそ、価格転嫁に力を入れて取り組んでいることが現れている。次に、製菓が第2位（58.6%）、化学が第4位（55.3%）となっており、前章で述べたこれらの業種の県内GDPにおける構成比が高い徳島・山口での「価格転嫁スタンス」の高さを裏付けている。一方、時間外労働時間が年間960時間に制限され運賃引き上げが必要なはずのトラック輸送が、第29位（34.4%）と低迷している。

図表7 業種別の価格転嫁率（上位・下位5業種 2024年9月）

順位	業種	転嫁率	順位	業種	転嫁率
1	卸売	60.3%	26	放送コンテンツ	38.0%
2	製菓	58.6%	27	農業・林業	36.5%
3	機械製造	57.3%	28	通信	34.7%
4	化学	55.3%	29	トラック輸送	34.4%
5	飲食サービス	55.0%	30	金融・保険	25.2%
				全体	49.7%

注：受注企業の業種毎に集計した数値
出所：中小企業庁「価格交渉促進月間（2024年9月）フォローアップ調査結果」

図表8は、業種別の価格転嫁率について、2022年9月から2024年9月までの5回分の単純平均値の上位・下位5業種（全体は22業種）を表したものである。これをみると、トラック輸送が最下位の26.2%となっている。そこで、この5回分の転嫁率をみると

18.6%→21.1%→24.8%→32.2%→34.4%

と推移しており、低い水準ではあるが改善が続いていることがわかる。こうした価格転嫁率が低位の業種での上昇がみられないと、全体が大きく押し上げられていくことはない。

図表8 業種別の価格転嫁率（上位・下位5業種 平均値）

順位	業種	転嫁率	順位	業種	転嫁率
1	卸売	61.6%	18	不動産・物品賃貸	36.5%
2	機械製造	55.2%	19	廃棄物処理	32.5%
3	紙・紙加工	54.9%	20	通信	31.9%
4	小売	54.2%	21	放送コンテンツ	28.1%
5	化学	54.2%	22	トラック輸送	26.2%

注1：受注企業の業種毎に集計した数値
注2：2022年9月から2024年9月までの5回調査分の単純平均
注3：算出可能な2022年9月調査分の22業種と比較、掲載
出所：中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査結果」

5. 当研究所が実施した調査から ～県内企業の最低賃金引き上げ、 価格転嫁状況に関する調査～

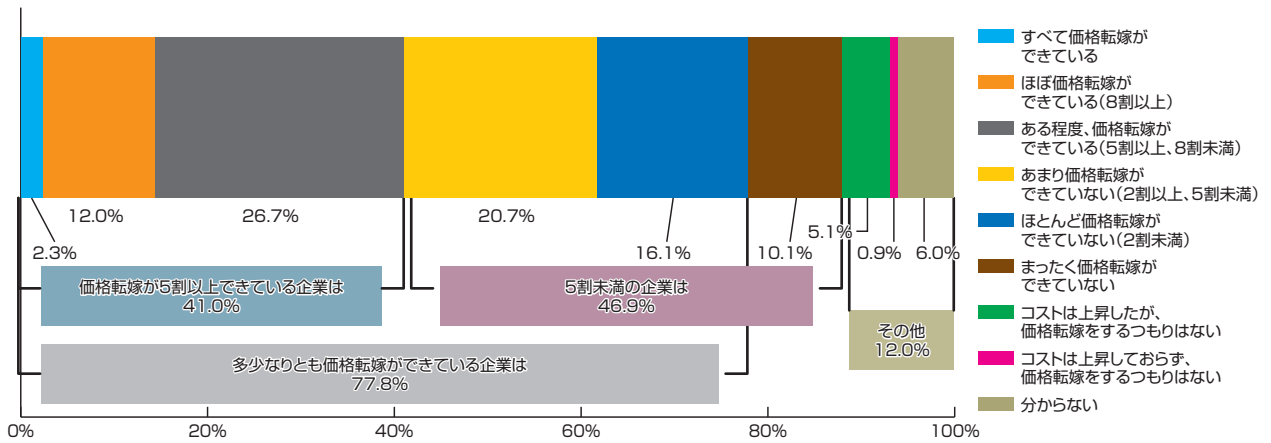
2024年11月から徳島県の最低賃金が時間額894円から980円に引き上げられ（決定は8月）、他の都道府県と比べ抜きん出た過去類をみない大幅な引き上げ幅であったことから、全国でも大きな話題となっている。当研究所では、この実施状況や価格転嫁の現状の把握を目的として、章題の調査を以下の概要で実施した。

- ・調査内容：徳島県内に事業所を置く企業・個人事業主
- ・調査方法：調査協力を依頼する案内文を郵送・配布し、インターネットにより原則無記名方式で回答
- ・調査期間：2024年12月中旬～2025年1月中旬
- ・回答件数：217件

本章では、この調査のうち、価格転嫁の状況を紹介する。

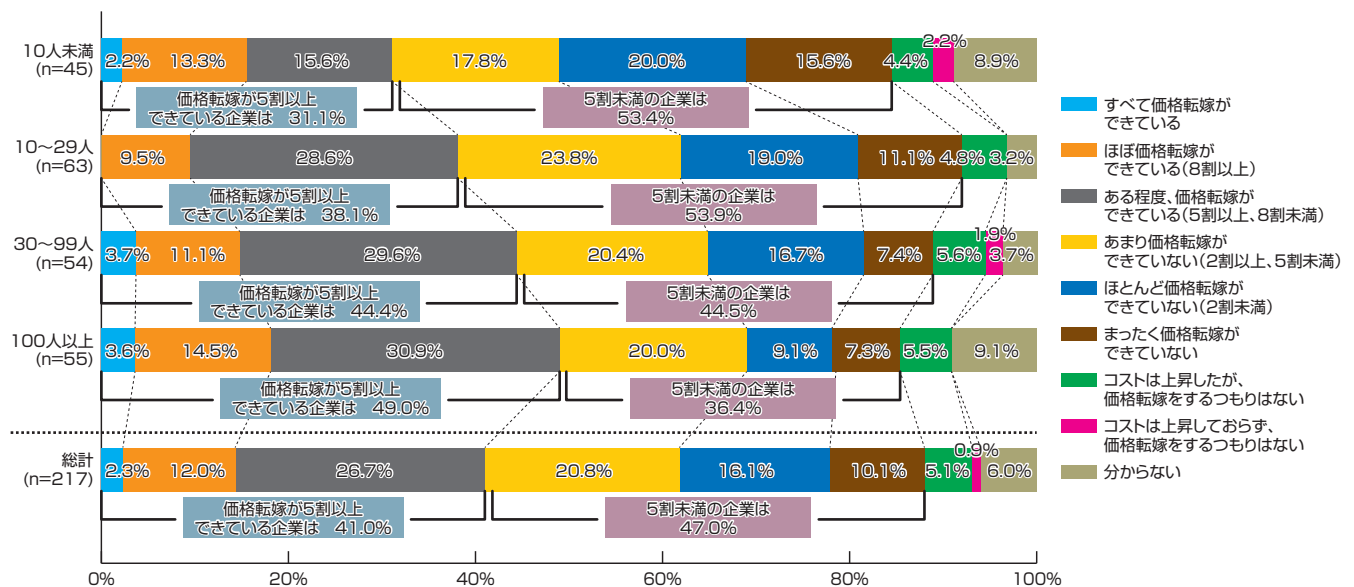
図表9は、現在の価格転嫁の状況を表したものである。「すべて価格転嫁できている」から「ほとんど価格転嫁ができていない（2割未満）」まで合わせた「多少なりとも価格転嫁ができた」が77.8%であり、前章で紹介した全国の価格交渉促進月間フォローアップ調査での「一部でも転嫁できた（全額転嫁を含む）」の79.9%とほぼ

図表 9 現在の価格転嫁の状況



出所：徳島経済研究所「県内企業の賃上げ、価格転嫁状況に関する調査結果」

図表 10 現在の価格転嫁の状況（従業員規模別）



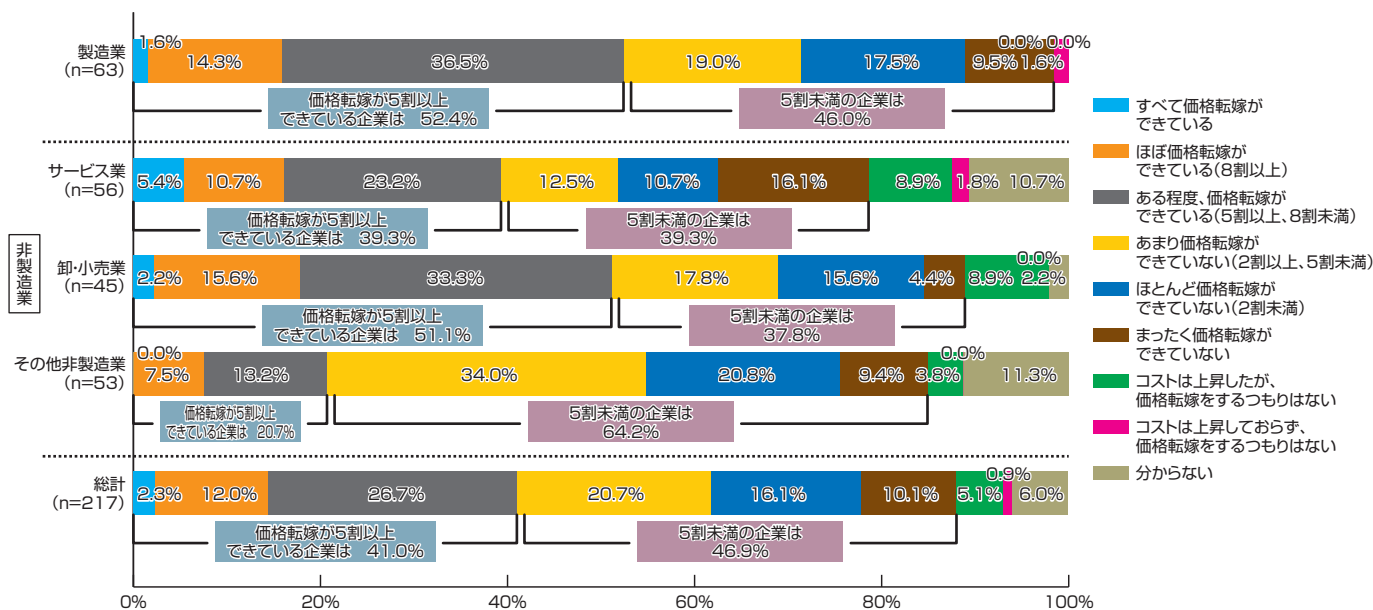
出所：徳島経済研究所「県内企業の賃上げ、価格転嫁状況に関する調査結果」

同じ水準となった。もっとも、価格転嫁の度合いをみると、当研究所調査では「すべて価格転嫁ができていない」が2.3%、全国のフォローアップ調査で「全額転嫁ができた」が18.1%となっていること、当研究所調査の「コストは上昇したが価格転嫁するつもりはない」が5.1%、「コストは上昇しておらず、価格転嫁するつもりはない」が0.9%の一方、全国調査の「価格転換は不要」が29.1%となっていることから、価格転嫁し切れていない企業の割合は徳島が高いことがわかる。

図表 10 は、図表 9 を従業員規模別に分けて表したものである。まず、「価格転嫁が5割以上できている企業」の割合は、従業員が多い企業ほど高くなっていることがわかる。前章の図表 5 では取引段階が浅いほど価格転嫁率が高くなっていることが示されているが、これらは規模が大きい企業の割合が高いと考えられ、従業員規模の切り口では徳島は全国と同様と考えられる。

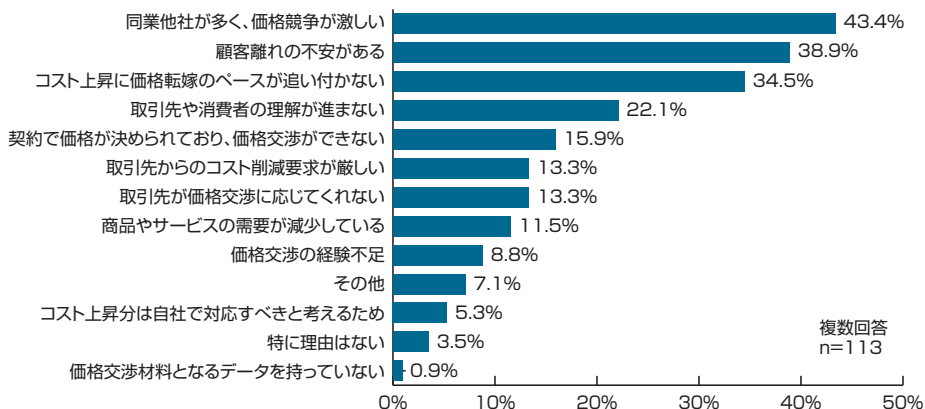
図表 11 は、図表 9 を業種別に分けて表したものである。製造業では、「5割以上できている」

図表 11 現在の価格転嫁の状況（業種別）



出所：徳島経済研究所「県内企業の賃上げ、価格転嫁状況に関する調査結果」

図表 12 価格転嫁ができない（行わない）理由



出所：徳島経済研究所「県内企業の賃上げ、価格転嫁状況に関する調査結果」

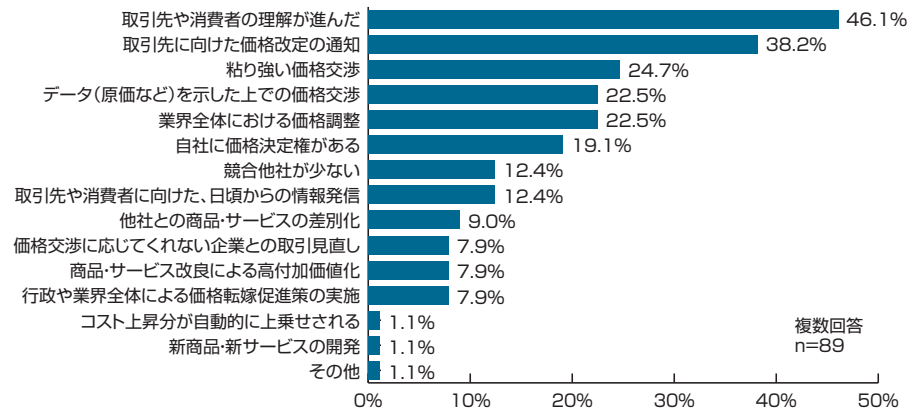
が52.4%であり、「あまりできていない（2割以上5割未満）」を合わせても最も割合が高くなっている。非製造業は「サービス業」「卸・小売業」「その他非製造業」に区分して表しているが、運送業や建設業が含まれる「その他非製造業」が「5割以上できている企業」が20.7%にとどまっていることが目立っている。上記第4章の全国のフォローアップ調査でもトラック輸送で進んでいないことが示されており、整合した結果が得られている。（なお、全国の同調査における建設の価格転嫁率は49.8%（全業種：49.7%）で

中間に位置している）

図表12は、価格転嫁状況が「5割未満」または「コストは上昇したが価格転嫁を行わない」と回答した企業に対し、価格転嫁ができない（行わない）理由を複数回答で尋ねた結果を表したものである。「同業他社が多く価格競争が激しい」「顧客離れの不安がある」「取引先や消費者の理解が進まない」が上位に並んでいることをみると、顧客離れを危惧し価格転嫁の交渉に難航している企業が多いと思われる。

図表13は、図表12とは逆に、価格転嫁状況

図表 13 価格転嫁ができた理由



出所：徳島経済研究所「県内企業の買上げ、価格転嫁状況に関する調査結果」

が「5割以上」と回答した企業に対し、価格転嫁ができた理由を複数回答で尋ねた結果を表したものである。「取引先や消費者の理解が進んだ」が最も多くなっているが、46.1%とほぼ半数にとどまっている。その次からは「取引先に向けた価格改定の通知」「粘り強い価格」「データ(原価など)を示した上での価格交渉」が並んだ。価格転嫁への理解に時間が掛かっていることが改めて確認できたが、その現状の中で価格交渉に懸命に取り組んでいる企業が少なくないことも示されている。

- c. 物流に関する商慣習の問題
 - d. 執行に掛かる省庁間の連携の在り方
 - e. 下請法の適用基準(下請法逃れへの対応)
 - f. 「下請」という用語
 - g. その他の課題
- ② 独占禁止法(優越的地位の濫用)・下請法の運用・執行の見直し
- (a・b・cは①と共通)
 - d. 知的財産のノウハウの取引適正化
 - e. 型等の無償保管の問題
 - f. 将来的な課題

6. 価格転嫁が進む可能性の高まり

以上、物価や価格転嫁の動向について述べてきた。総括すれば、「価格転嫁が進んできたが道半ばであり、業種や規模によって差がある」ということであろう。

公正取引委員会と中小企業庁が事務局を務める「企業取引研究会」が2024年度に6回開催され、12月に報告書を公表した。「デフレ型の商習慣からの脱却」を目的として、以下の論点で課題・意見などが紹介されている。

- ① 下請法の見直し
 - a. 適切な価格転嫁の環境整備(買いたたき規制の在り方)
 - b. 下請代金等の支払条件

この報告書の「おわりに」において、以下の文言が記されている。

「本研究会で取り上げた論点は、これまで中小企業庁をはじめとする関係省庁のGメンが多くの中小企業を訪問し、現場から一つ一つ拾ってきた取引先を恐れて言い出せない『本当の声』に基づいて提起されたものである。」

国の価格転嫁に対する強い意思と姿勢が理解できよう。上記で提起された論点に対する課題・意見は、2025年度以降の関連法規の見直しや具体的な施策につなげられる予定である。

上記の国の動きに加え、2025年度も引き続き高い水準の買上げ実施の気運が高まっているこ

と、倒産だけではなく休廃業する企業が増加しておりその分企業間競争の圧力の低下が予想されること（東京商工リサーチ調査では、休廃業・解散の件数は2023年の49,788件から2024年には過去最多の62,695件に増加）などから、価格転嫁が進んでいく可能性は高まっていると考えられる。

おわりに

少し前までのデフレ経済に慣れ切ったわが国においては、取引先に値上げをお願いすることが難しいこと、また小売・サービス業では値上げにより知らぬ間に顧客離れが生じる危惧を持たれることは承知している。したがって、価格交渉のためには「武器」が必要になるのは言うまでもない。仕入、エネルギー、労務はもちろんのこと、地代・家賃、金利、減価償却費といった他の経費も考慮対象となる。その上で、取引先や扱う製商品ごとの上記コストと実際の売価、またそれらに関係する他社との競合状況も含めて可視化し、打ち手を考え、具体的な行

動に移す必要がある。こうしてみると、値上げ交渉・価格転嫁をしっかりと行うためには、自社の強み・弱みも含めた経営の現状を把握し、見直し・改善につなげることで考えていく必要がある。

価格転嫁を支援することを目的として、行政によるさまざまな資料の提供が行われている（例：中小企業庁WEBページ「価格交渉・転嫁のツール」からは、「ここから始める価格交渉」「中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック」などが掲載されたサイトにつながる）。また税理士・公認会計士・経営コンサルタントなどにより、値上げ・価格転嫁の実施に向け、それに必要となる現状把握、打ち手づくり、具体的行動などについて執筆された書籍の出版が足元にかけて続いている。本稿を執筆するに当たり筆者もこうした文献に触れてきたが、企業の皆さまにおかれても目になされることを強くお勧めする。耳が痛くなるようなかなり厳しい内容のものもあるが、多くのヒントが散りばめられている。

<参考文献>

- ・ 中小企業庁WEB「ここから始める価格交渉」2024年1月
- ・ 中小企業庁WEB「【改訂版】中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック」2024年2月
- ・ 企業取引研究会（公正取引委員会WEB）「企業取引研究会 報告書」2024年12月
- ・ 石王丸香菜子「管理会計でわかる! 上手な「値上げ」の仕方・考え方」清文社 2022年7月
- ・ 西田雄平「中小企業のための「値上げ・値決め」の上手なやり方がわかる本」日本実業出版社 2023年8月
- ・ 北島大輔「これ1冊でわかる! 相手が納得する! 中小企業の「値上げ」入門」あさ出版 2024年3月
- ・ 照井清一「中小製造業の「原価計算と値上げ交渉への疑問」にすべて答えます!」日刊工業新聞社 2024年9月
- ・ 深井賢一「売れる「値上げ」」青春出版社 2024年10月