

和歌山県内における 企業の価格転嫁状況

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究員

藤本 迪也

1. 低成長下のインフレに直面する和歌山県 経済

○ 41年ぶりの消費者物価上昇率

「消費者物価（2022年12月）、41年ぶりの上げ幅」。2023年1月、このような見出しの記事が新聞各紙に多数掲載された。41年前の1981年（昭和56年）は、第2次石油ショックから続く物価上昇がピークアウトしつつも、継続していた時期である。当時と現在の大きな違いは、実質GDP成長率の高低だ。1981年前後の実質GDP成長率は前年比3～4%であり、0～1%程度の現在とは大きく異なる。

○ 県内企業の3割以上が「原材料価格の高騰」 を最大の経営課題に挙げる

低成長下における物価上昇となっている現在、類似する状況としては、2014年4月の消費増税時（税率5%から8%に）である。この時も、県内経済は急激な円安や原油高を背景とした物価上昇に直面し、当研究所が四半期ごとに実施している「景気動向調査」によると、県内企業の21.0%が最も大きな経営上の問題点として、「原材料価格の高騰」を挙げた。この当時も、仕入価格の上昇に対して、販売価格への転嫁が進まず、企業収益の圧迫が懸念されていたが、足下の状況はさらに深刻だ。最新の「景気動向調査」において、「原材料価格の高騰」を最も大きな経営上の問題点とする企業は30%を超えている。

2. 和歌山県内における販売価格への転嫁状況

○ 価格転嫁の動きは見られるも、十分ではない

県内企業の価格転嫁の状況を見てみよう。当研究所の「景気動向調査」によると、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁状況（2022年度）は、「全く転嫁できていない」とする回答が18.5%となり、20年度の46.8%、19年度の37.4%を大きく下回った。このことから、これまでに比べて、県内では価格転嫁

に動く企業が増えていることがわかる。

ただし、「十分転嫁できた」とする回答は14.6%と少なく、「十分に転嫁できていない」との回答が58.4%と約6割を占めた。

図表1 営業費用の増加に対する販売価格への転嫁状況（単一回答）

	全く転嫁できていない	十分に転嫁できていない	交渉中	十分転嫁できた
2022年度 (n=647)	18.5	58.4	8.5	14.6
全産業 20年度 (n=769)	46.8	29.8	11.7	11.7
19年度 (n=754)	37.4	33.4	12.2	17.0

（資料）「2022年度」は、当研究所「景気動向調査」（2022年12月実施）を参照した。「20年度」、「19年度」については、和歌山県が実施した「県内企業の経営実態調査」の値を参照している。

図表2 販売価格への転嫁状況で「全く転嫁できていない」と回答した企業割合

業種名	回答割合 (%)
1位 衣料品小売業(n=13)	30.8
2位 生活関連サービス業(n=7)	28.6
3位 旅館・ホテル業(n=26)	26.9
4位 食品製造業(n=8)	25.9
5位 不動産業(n=8)	23.5
6位 飲食料品小売業(n=8)	23.1
7位 飲食料品卸売業(n=8)	22.7
8位 運輸業(n=8)	17.2

（資料）当研究所「景気動向調査」（2022年12月実施）

○ 経費・ロスの削減、生産の効率化で対処する企業が多い

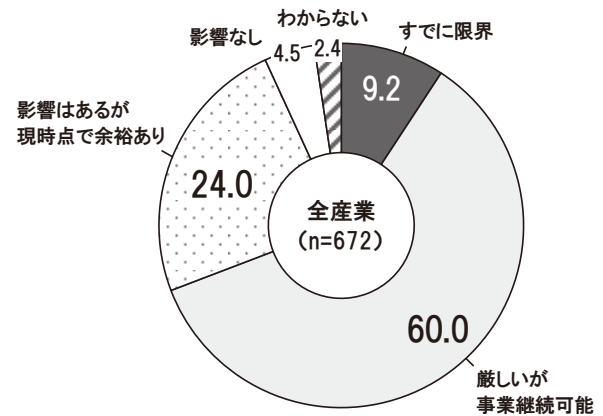
十分に価格転嫁ができない中で、企業はどのような取り組みを実施しているのだろうか。帝国データバンクが全国の企業を対象に、2022年12月に実施した調査によると、「自社経費の削減」（58.6%）、「ロスの削減」（42.4%）、「生産の効率化」（23.4%）、「内部留保による対応」（17.3）といった回答が多く見られた。

○ 「すでに限界」とする事業者も少なくない

原材料価格の高騰、人件費の上昇などに対して、様々な取り組みで善処を図る企業が多い中で、当研究所が県内企業を対象に実施した調査によれば、事業の継続が「すでに限界」を迎えているとする企業も少なくない（9.2%）。

業種別では、飲食業（37.5%）、飲食料品小売業（21.4%）、運輸業（20.0%）、旅館・ホテル業（17.9%）などで回答が多い。

図表3 コスト高騰に伴う主要事業への影響（単一回答）



（資料）当研究所「景気動向調査」（2022年12月実施）

図表4 コスト高騰に対して「すでに限界」と回答した企業割合

業種名	回答割合 (%)
1位 飲食業(n=8)	37.5
2位 飲食料品小売業(n=8)	21.4
3位 運輸業(n=8)	20.0
4位 旅館・ホテル業(n=8)	17.9
5位 生活・文化用品小売業(n=8)	16.7
6位 機械・機械部品製造業(n=8)	16.1

（資料）当研究所「景気動向調査」（2022年12月実施）

3. 価格転嫁を進めるために

○ 価格転嫁が進む企業の特徴

和歌山県が2022年1月に実施した「県内企業の経営実態調査」によると、価格転嫁が進んでいる企業の特徴としては、「①販売先と価格交渉の機会がある」、「②販売先が価格転嫁に対して理解がある」、「③自社の製品・サービスに競争力がある」といったものが挙げられる。このことから、日常的にモノを売る・買う、サービスを提供する・提供を受けるといった関係にとどまらず、持続可能かつ共存共栄を意識した取引関係を構築しておくことが重要と考える。

○ 政府が進める取引適正化の動き

政府は価格転嫁の進捗を図るため、取引適正化に向けた取り組みを強化している。3月と9月を「価格交渉促進月間」と定め、下請中小企業（約15万社）を対象に価格交渉・転嫁に関する調査を行い、問題の発注者に対して行政指導を実施している。さらに、適正価格での取引、取引先との共存共栄を目指す企業を増やすため、「パートナーシップ構築宣言」制度を定め、宣言を行った企業の周知・表彰、一部の補助金における加点措置などを整備した。

○ サプライチェーン全体での共存共栄

モノやサービスに関するサプライチェーン（供給網）について、その脆弱性は強まる一方だ。米中貿易摩擦、コロナ禍などを要因とした半導体不足は、多くの製品・商品の供給不足を招いている。自社の製品やサービスを市場に確実に提供するためには、仕入先・外注先を含めたサプライチェーン全体に対する配慮が欠かせない。

特に、日本国内にあっては、後継者不足に伴う自主廃業が増えており、ある日突然、頼りにしてきた取引先がなくなってしまう事象が多発している。自社利益の最優先ではなく、

自社を取り巻くサプライチェーン全体での共存共栄を目指すことが重要になる。そして、前述の「パートナーシップ構築宣言」企業が増加していることは、良い兆候だ。宣言企業が増加し、国内において取引の適正化が進み、価格転嫁が進捗すれば、働く従業員給与の賃上げにもつながる。そんな好循環を期待したい。