

価格転嫁

生駒の調査企業数 31

1-1 1年前と比較した場合、貴社におけるコスト増の状況について

			比率(%)		
			生駒	全国	近畿
人件費が上昇している	1	7	22.6	52.1	47.5
仕入価格が上昇している	2	11	35.5	46.0	51.1
燃料費・電力料金等が上昇している	3	10	32.3	26.8	28.1
運送費が上昇している	4	8	25.8	29.4	34.5
外注費が上昇している	5	5	16.1	21.5	22.3
その他のコストが上昇している	6	4	12.9	15.4	15.8
いずれのコストも増大していない	7	5	16.1	12.7	10.8
合計		50	161.3	203.9	210.1

※BtoC取引のある方

1-2 消費者向けの商品・製品・サービス(BtoC)におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について

			比率(%)		
			生駒	全国	近畿
全て価格転嫁できている	1	4	12.9	12.0	12.9
半分以上は価格転嫁できている	2	3	9.7	22.6	23.7
価格転嫁できたのは半分に満たない	3	5	16.1	23.3	29.0
全く転嫁できていない	4	7	22.6	29.8	25.8
コストが増加していないため、転嫁する必要がない	5	4	12.9	12.2	8.6
合計		23	74.2	99.9	100.0

「全く価格転嫁できていない」あるいは「一部転嫁できていない」(2、3、4)と回答した人の業種別割合

		比率(%)	
		生駒	全国
小売業	7	53.8	74.5
サービス	5	100.0	75.3
建築	2	66.7	65.4
卸売	0		83.5
製造	1	50.0	82.1
合計	15	270.5	380.8

1-3 価格転嫁できない要因について(1-2で2、3、4と回答した方)

			比率(%)		
			生駒	全国	近畿
需要が減少しているため	1	5	16.1	30.2	20.3
消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため	2	12	38.7	56.5	58.1
予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため	3	2	6.5	17.0	20.3
競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため	4	4	12.9	45.3	43.2
既に販売価格を上げており、これ以上の転嫁が困難なため	5	0	0.0	8.3	4.1
価格転嫁をしなくても大きな影響がないため	6	0	0.0	7.1	10.8
その他→具体的内容はコメント欄へ	7	0	0.0	3.3	1.4
合計		23	74.2	167.7	158.2

BtoB取引のある方

1-4 企業向けの商品・製品・サービス(BtoB)におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について

			比率(%)		
			生駒	全国	近畿
全て価格転嫁できている	1	4	12.9	12.9	13.3
半分以上は価格転嫁できている	2	3	9.7	25.0	22.9
価格転嫁できたのは半分に満たない	3	2	6.5	26.7	27.7
全く転嫁できていない	4	3	9.7	24.6	24.1
コストが増加していないため、転嫁する必要がない	5	3	9.7	10.8	12.0
合計		15	48.5	100.0	100.0

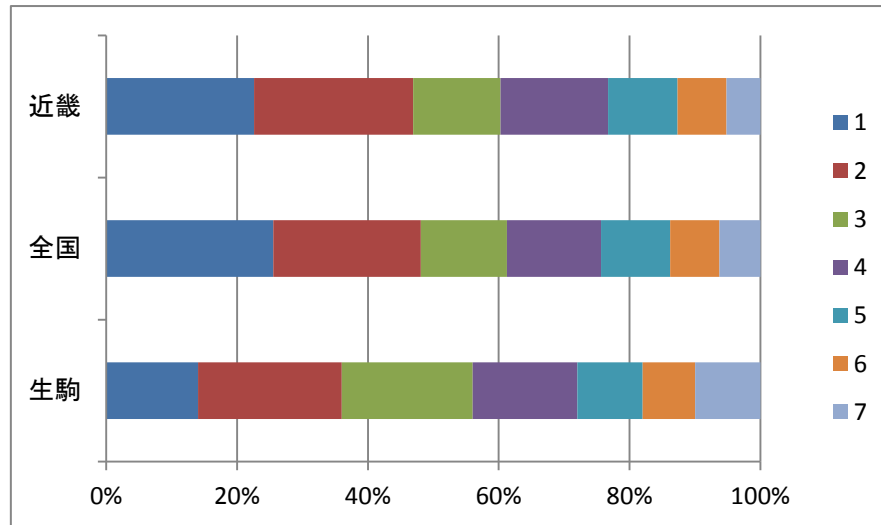
「全く価格転嫁できていない」あるいは「一部転嫁できていない」(2、3、4)と回答した人の業種別割合

		比率(%)	
		生駒	全国
小売業	0	0.0	68.6
サービス	4	100.0	73.5
建築	3	60.0	70.4
卸売	0		77.8
製造	1	33.3	84.2
合計	8	193.3	374.5

1-5 価格転嫁できない要因について(1-4で2、3、4と回答した方)

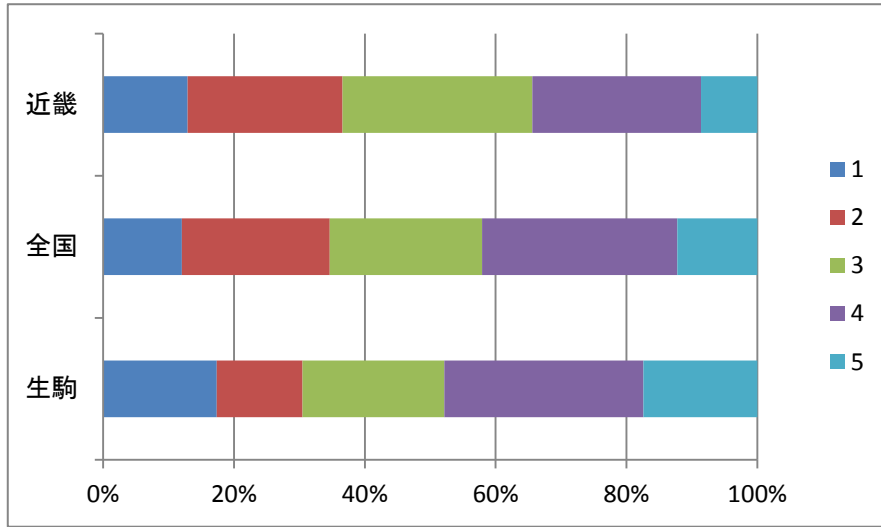
			比率(%)		
			生駒	全国	近畿
需要が減少しているため	1	1	3.2	27.2	25.4
取引先から値下げ要求された(値下げ要求が強まっている)ため	2	3	9.7	24.0	22.2
予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため	3	4	12.9	29.2	31.7
競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため	4	5	16.1	52.6	22.6
既に販売価格を上げており、これ以上の転嫁が困難なため	5	1	3.2	10.2	7.9
価格転嫁をしなくても大きな影響がないため	6	0	0.0	7.0	1.6
その他→具体的内容はコメント欄へ	7	0	0.0	3.2	1.6
合計		14	45.1	153.4	113.0

1-1 1年前と比較した場合、貴社におけるコスト増の状況について



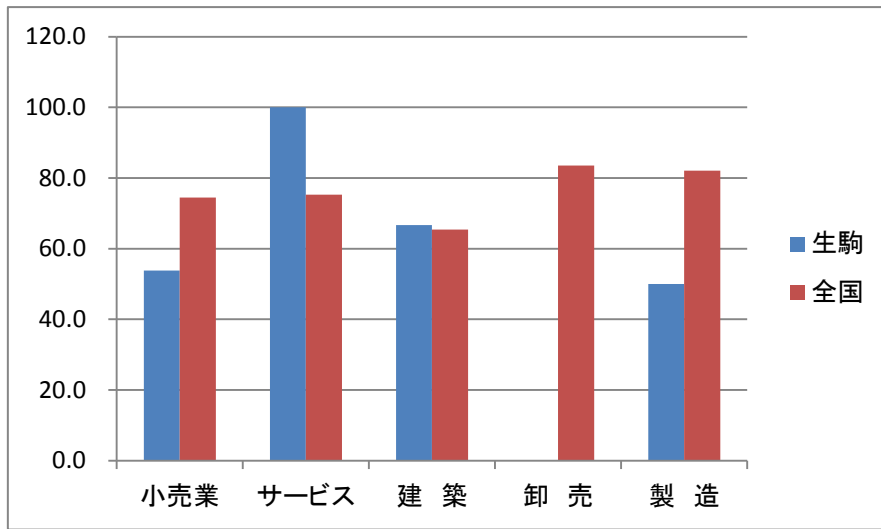
- 1 人件費が上昇している
- 2 仕入価格が上昇している
- 3 燃料費・電力料金等が上昇している
- 4 運送費が上昇している
- 5 外注費が上昇している
- 6 その他のコストが上昇している
- 7 いずれのコストも増大していない

1-2 消費者向けの商品・製品・サービス(BtoC)におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について

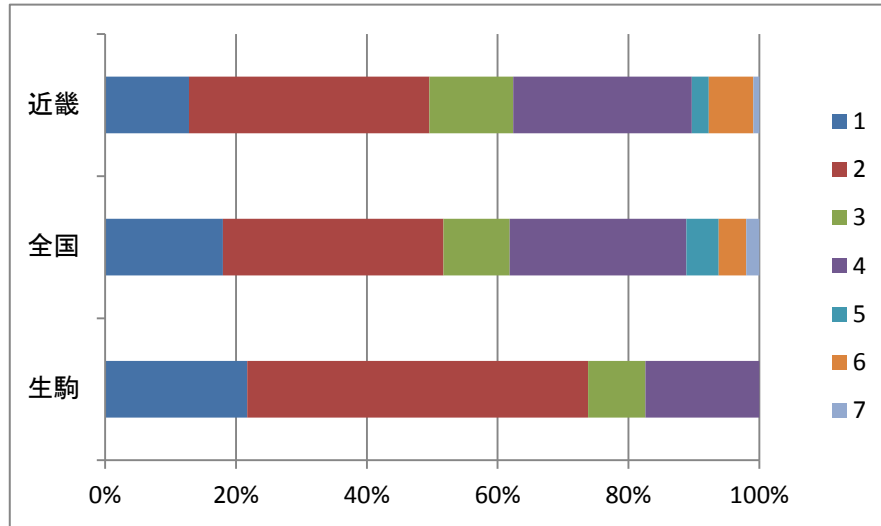


- 1 全て価格転嫁できている
- 2 半分以上は価格転嫁できている
- 3 価格転嫁できたのは半分に満たない
- 4 全く転嫁できていない
- 5 コストが増加していないため、転嫁する必要がない

「全く価格転嫁できていない」あるいは「一部転嫁できていない」(2、3、4)と回答した人の業種別割合

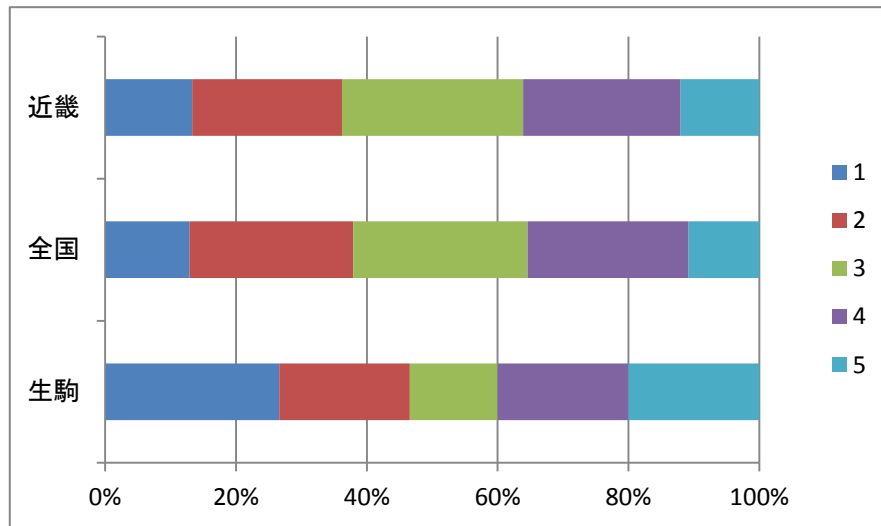


1-3 価格転嫁できない要因について(1-2で2、3、4と回答した方)



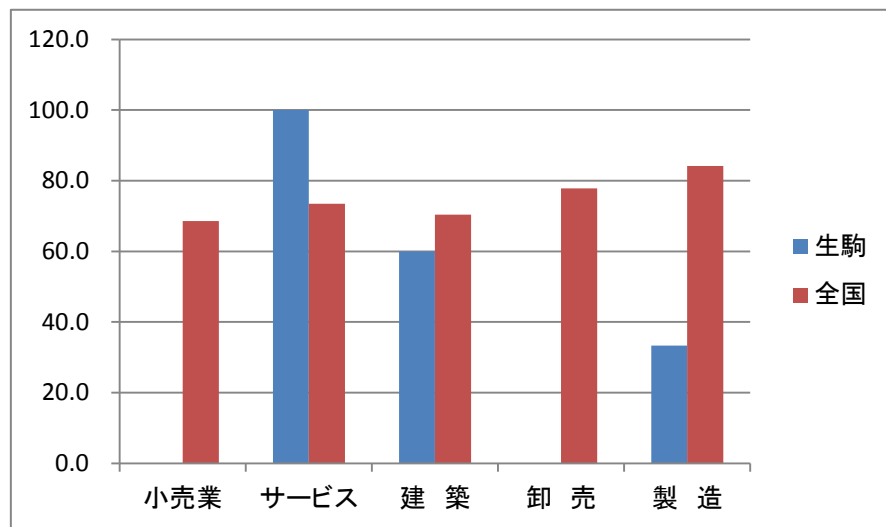
- 1 需要が減少しているため
- 2 消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため
- 3 予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため
- 4 競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため
- 5 既に販売価格を上げており、これ以上の転嫁が困難なため
- 6 価格転嫁をしなくても大きな影響がないため
- 7 その他→具体的内容はコメント欄へ

1-4 企業向けの商品・製品・サービス(BtoB)におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について

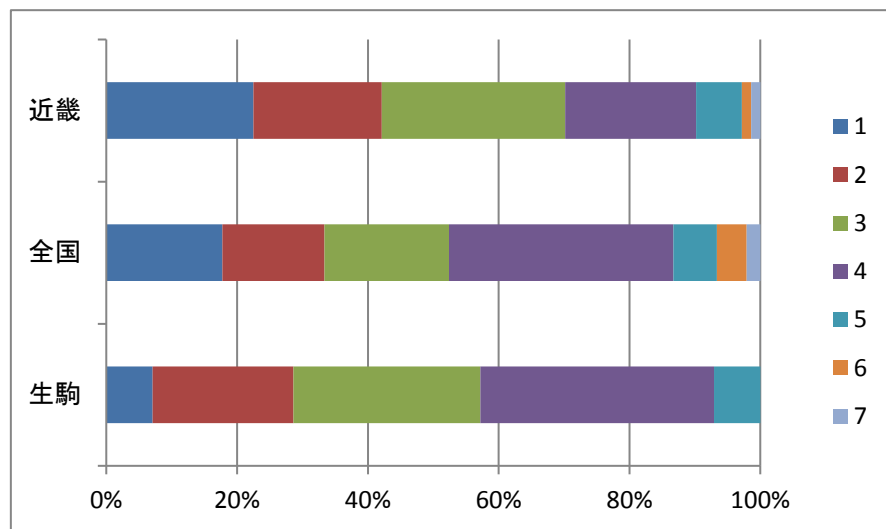


- 1 全て価格転嫁できている
- 2 半分以上は価格転嫁できている
- 3 価格転嫁できたのは半分に満たない
- 4 全く転嫁できていない
- 5 コストが増加していないため、転嫁する必要がない

「全く価格転嫁できていない」あるいは「一部転嫁できていない」(2、3、4)と回答した人の業種別割合



1-5 価格転嫁できない要因について(1-2で2、3、4と回答した方)



- 1 需要が減少しているため
- 2 取引先から値下げ要求された(値下げ要求が強まっている)ため
- 3 予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため
- 4 競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため
- 5 既に販売価格を上げており、これ以上の転嫁が困難なため
- 6 価格転嫁をしなくても大きな影響がないため
- 7 その他→具体的内容はコメント欄へ

【価格転嫁の状況についてのコメント】

1年前に比べてコスト増になっている要因として、生駒市内企業においては、仕入価格と燃料・電気代の増加による要因の割合が比較的大きいが、全国および近畿においては、人件費と仕入価格の増加による要因の割合が比較的大きい。

BtoC商品について、生駒市内企業においては、コスト増加分を全くあるいは一部しか価格転嫁できていない企業の割合が、全国や近畿の企業と同様に大きい。業種別に見るとサービス業においてその割合が大きい、小売業においては全国平均よりやや小さい。価格転嫁できない理由としては、消費者の節約志向・低価格志向の影響と答えた企業の割合が大きい。

BtoB商品についても、生駒市内企業においては、コスト増加分を全くあるいは一部しか価格転嫁できていない企業の割合が大きい、全国や近畿の企業と比較するとその割合は小さい。業種別に見るとサービス業においてその割合が大きい、製造業においては全国平均よりかなり小さい。価格転嫁できない理由としては、競合他社との価格競争によると答えた企業の割合が大きい。

アンケートのコメントからは、コスト増の一方でコンビニやネット販売などに顧客が流れ、厳しい対応を迫られている様子が伺えるが、中には高品質化、オリジナル商品開発、IT化など、前向きに取り組んでいる企業も見られる。