

## ＜調査結果報告＞

### 「原材料高」が問題の三重県内企業は5割強、価格転嫁は足踏み

三重県内の事業所を対象に、物価高の影響や価格転嫁の状況等について調査しましたので結果を報告します。ご回答いただきました皆様には厚く御礼申し上げます。

【担当】株式会社百五総合研究所 地域調査部 谷ノ上（たにのうえ）

三重県津市岩田21番27号 TEL059-228-9105

#### 【調査概要】

- 調査期間：2025年1月上旬～1月下旬
- 調査対象・回答数：三重県内の事業所（以下、企業）、461先  
「大・中堅企業」13.2%、「中小企業」86.8%。

※「大・中堅企業」は資本金1億円以上。「中小企業」は資本金1億円未満+個人事業。

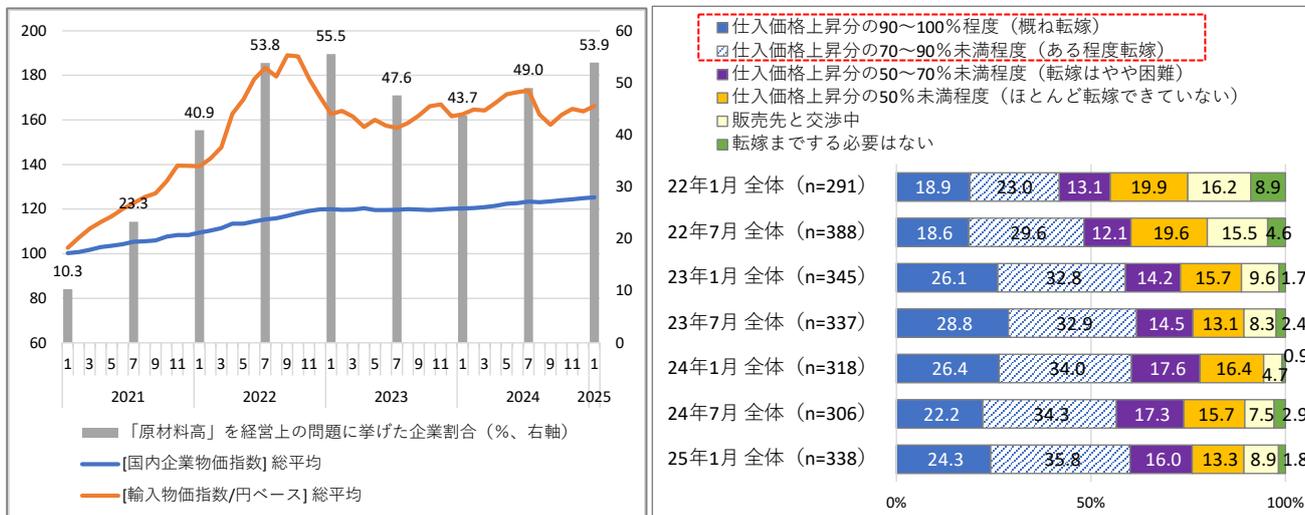
#### 【調査結果】

#### ◆経営上の問題「原材料高」が上昇。価格転嫁の進展は足踏み。

経営上の問題に「原材料高」を挙げた企業は53.9%に上った。その割合は、23年1月以降低下していたが、24年7月以降は再び上昇している。日銀が発表している、企業間で取引されるモノの価格の変動を表す国内企業物価指数や輸入物価指数と比べるとその動きと連動していることがわかる。

原材料などの仕入価格の上昇が続く中、値上がり分を販売価格に上乗せする「価格転嫁」が十分にし切れていない企業は少なくない。仕入価格が上昇した分の70%以上を価格転嫁している企業は60.1%となり、転嫁できている企業は一定あるものの、その企業割合は23年7月の61.7%から増えていない。「必要なコストに対し顧客の理解が進んでいる」（運輸・倉庫業）との声がある一方、「2年前に仕入価格が大きく上昇した際は転嫁できたが、頻繁な価格上昇で交渉が難しい」（金属加工業）などの声もあり、度重なる値上げがしづらい本音もみえる。

#### ■企業物価指数と原材料高を経営上の問題とする割合 ■販売価格への転嫁状況



※企業物価指数は2020年=100

資料：日本銀行「企業物価指数」、百五総合研究所「景況調査」

## ＜価格転嫁における工夫、進め方等＞（自由記述より）

価格転嫁するにあたり取引先との交渉や顧客への提示の仕方などで行っている工夫や対応策、転嫁の状況等について。 ※（ ）内の％は転嫁率

- ・ 価格の引き上げを6か月前に提示。（酒造・販売／交渉中）
- ・ 主要取引先には、メーカーからの価格改定案内と自社の説明文を持参・提示し価格交渉。（印刷／70～90％）
- ・ 原材料の値上がりを示すグラフと為替レートを提示して納得してもらう。（化学製品／90～100％）
- ・ 2年前に仕入価格（鋼材、薬品、電気代）が大きく上昇した際には転嫁できたが、現在は仕入価格が頻繁に上昇し、また需要も落ちており、交渉のタイミングが難しい。（金属加工／50～70％）
- ・ 大手メーカーの下請けへの対応も良い方向に変化してきている。（自動車部品／70～90％）
- ・ 顧客企業からの申し出により、動力費や労務費について個別に上昇要因を整理した資料を提出し交渉。（自動車部品／90～100％）
- ・ 国（中小企業庁）が公表している「価格交渉・転嫁の支援ツール」を参考にしている。（電気機器／90～100％）
- ・ 材料費については、1 kgあたりの値上げ幅×使用重量を計算しそれを上乗せ。（金属製品／90～100％）
- ・ 2～3年前に仕事が決まっているため、再見積もりしないと赤字になる。（内装材製品製造／70～90％）
- ・ 資材高騰や働き方改革もあり、無理な引き受けはできないことを顧客に丁寧に説明。（総合建設／90～100％）
- ・ 自社単価を受け入れてもらえなければ受注困難と明示。官公庁の案件は相応の物価スライドあり。（総合建設／70～90％）
- ・ 機器をバージョンアップするなどより良い提案をすることで価格転嫁につながるよう工夫。（コンピュータ関連機器卸／50～70％）
- ・ 大手メーカー製品は全く転嫁できない。生鮮品や惣菜で利益を確保。（スーパー／70～90％）
- ・ 商品の値上がり分の転嫁はできているが、手提げ袋や包装材などの資材費の転嫁はできていない。運送費の値上げも経営を圧迫している。（各種商品小売／50％未満）
- ・ 燃料価格の値上げに対し、荷主から5～8％の値上げをしてくれた。（一般貨物運送／70～90％）
- ・ 下請法の対象となる先が多く値上げ要請には前向きに対応。顧客に対しては、現状のサービス品質を維持するために価格転嫁のお願いを積極的に行っている。（総合物流／70～90％）
- ・ 2024年問題への注目度で物流インフラの必要性への認識が高まり、必要なコストに対する顧客の理解が得られた。今後も燃料・人件費の上昇を見込み、適正価格の収受に取り組む。（総合物流／70～90％）
- ・ 値上げ根拠となる燃料費、人件費等の係数をパターン化して計測し、交渉に使用。（自動車部品運送／50～70％）
- ・ 運送原価を示して交渉を行うほか、燃料サーチャージの導入を進めてきた。（貨物運送／70～90％）
- ・ 旅行会社と食事金額の見直しを交渉。価格改定には半年程度の期間が必要なため、先行きに対する見通しが重要。（飲食・土産物販売／70～90％）
- ・ 仕入先を複数使用し、価格の見直しを行いやすくしている。（飲食店／70～90％）
- ・ データに基づく値上げの必要性の説明、自社努力の提示。発注先の状況に応じた段階的な値上げや代替案を提示。（対事業所サービス／50～70％）

以上