

県内企業の価格転嫁に関する特別調査を、岐阜県景況調査（2024年7－9月期実績、2024年10－12月期見通し）に併せて実施した。

《結果概要》

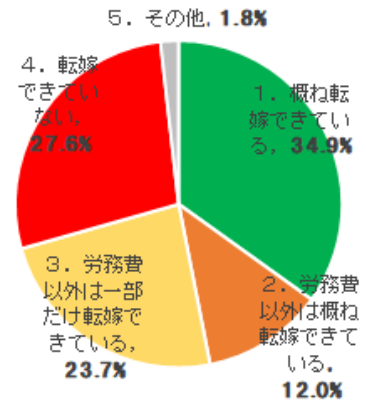
※企業数は有効回答があった企業数にて表示

県内企業の価格転嫁状況

*回答企業のうち34.9%が概ね転嫁できていると回答

- 回答企業571社のうち「概ね転嫁できている」との回答は197社34.9%であった。逆に「転嫁できていない」との回答は156社27.6%であった。

価格転嫁状況



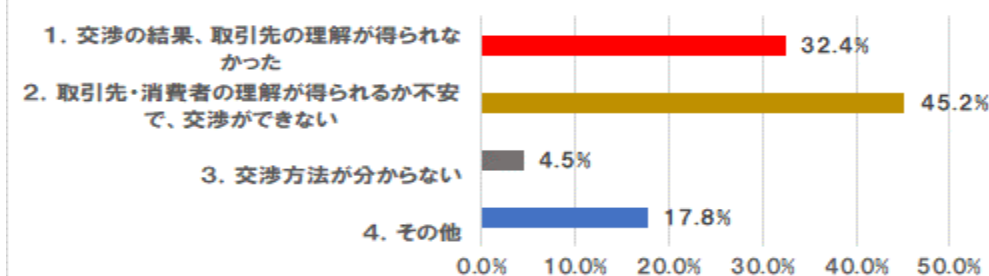
1. 価格転嫁の状況

*概ね転嫁できているとの回答が最も多い

- 「概ね転嫁できている」が1/3強の34.9%で「労務費以外は概ね転嫁できている」と合わせても46.9%と過半数には届いていない。「転嫁できていない」は27.6%で「労務費以外は一部だけ転嫁できている」（23.7%）と合わせると十分に転嫁できていないという回答は51.3%と半数を超えている。

2. 価格転嫁が十分でない要因（複数回答可）

*「取引先・消費者の理解が得られるか不安で、交渉ができない」という回答が最も多い
 転嫁できなかった要因(回答数比)

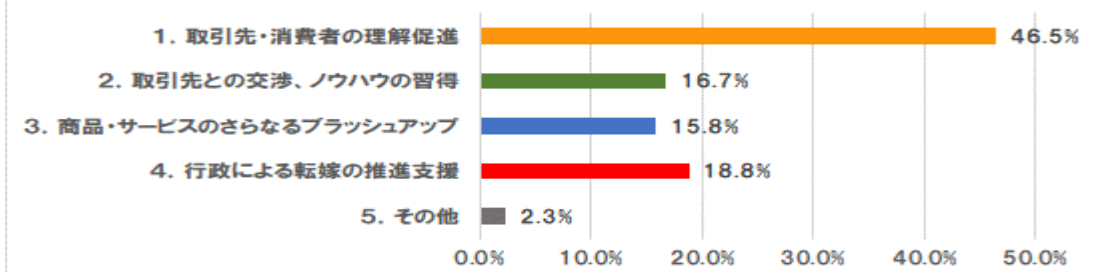


- 不安により交渉できていないとの回答が最も多く45.2%となったが、実際に交渉をしたものの先方の理解が得られなかったという回答も32.4%あった。

3. 価格転嫁するにあたり必要な要素

*最も多かった要素の回答は「取引先・消費者の理解促進」であった。

価格転嫁に必要な要素(総回答数比)



- 取引先や消費者の価格転嫁への理解促進をという回答が46.5%と最も高く、次に行政による転嫁推進支援18.8%が高くなっている。

3. 価格転嫁するにあたり必要な要素

【問3】すべての企業にお尋ねします。

今後、価格転嫁を進めるにあたり、必要な要素は何ですか。
該当する番号の に チェックして下さい。(複数回答可)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 取引先・消費者の理解促進 | <input type="checkbox"/> 2. 取引先との交渉、ノウハウの習得 |
| <input type="checkbox"/> 3. 商品・サービスのさらなるブラッシュアップ | <input type="checkbox"/> 4. 行政による転嫁の推進支援 |
| <input type="checkbox"/> 5. その他 () | |

<全体の状況>

- ・回答のあった企業（558社）のうち、「取引先・消費者の理解促進」が必要という回答は46.5%（401件）と最も高い比率を示した。（他は20%以下）
- ・次いで、「行政による転嫁の推進支援」が18.8%と行政による支援を求める声が高くなっている。

<業種区別>

- ・4業種区別では、「取引先・消費者の理解促進」が、どの業種でも最も高くなっており、建設業では交渉のノウハウ、商業・サービス業では商品等のブラッシュアップが必要という回答が高め。

<業種>	回答数	相手方理解促進	交渉のノウハウ	ブラッシュアップ	行政支援	その他
全体	863	46.5%	16.7%	15.8%	18.8%	2.3%
製造業	308	45.5%	18.5%	12.7%	22.4%	1.0%
建設業	109	49.5%	22.0%	7.3%	21.1%	0.0%
商業	177	50.3%	11.9%	21.5%	13.0%	3.4%
サービス業	269	43.9%	15.6%	19.0%	17.5%	4.1%

<従業員数規模別>

- ・従業員区別では、どの規模でも同じ回答傾向となり、やはり理解促進が必要という回答が高くなっている。

<規模>	回答数	相手方理解促進	交渉のノウハウ	ブラッシュアップ	行政支援	その他
全体	863	46.5%	16.7%	15.8%	18.8%	2.3%
1～19	394	48.0%	16.8%	16.5%	15.7%	3.0%
20～49	210	45.7%	15.7%	14.3%	23.3%	1.0%
50～99	119	45.4%	14.3%	16.8%	21.0%	2.5%
100～299	90	44.4%	18.9%	13.3%	21.1%	2.2%
300以上	50	44.0%	22.0%	18.0%	14.0%	2.0%

<圏域別>

- ・圏域別では、「取引先・消費者の理解促進」が、飛騨圏域では50%を超えている。他圏域も45%前後という結果となった。

<圏域>	回答数	相手方理解促進	交渉のノウハウ	ブラッシュアップ	行政支援	その他
全体	863	46.5%	16.7%	15.8%	18.8%	2.3%
岐阜	325	46.8%	15.7%	17.5%	16.6%	3.4%
西濃	156	44.9%	16.0%	14.7%	20.5%	3.8%
中濃	147	45.6%	17.7%	16.3%	19.7%	0.7%
東濃	142	45.8%	17.6%	12.0%	23.9%	0.7%
飛騨	93	50.5%	18.3%	16.1%	14.0%	1.1%

4. 回答企業様からの主なコメント（抜粋）

【問4】価格転嫁に関するご意見・行政への要望等をお願いします。（フリーコメント）

- ・可処分所得が大きく伸びない中、食品等消費財は原料、人件費高騰分を転嫁すると、必ず消費者の買い控えが起き、販売量が大きく落ち込む。その結果生産量は減り、稼働率が下がる傾向となります。
（岐阜：食料品製造業）
- ・ガス、塗薬、土代、型代は何回も値上げしてきます。我が社も値上げをしました。その後、又、仕入れ値が上がり、どうしたものか。聞いてもらえない商社もあり困っております。
（東濃：陶磁器製造業）
- ・値上げをした後の消費を促進する政策が必要と考えます。
（中濃：装置製造業）
- ・取引先も厳しい中で、価格交渉をすると転注される恐れもあるため、なかなか踏み切れない部分がある。
（中濃：産業機械製造業）
- ・価格転嫁時の見積りの計算方法が知りたい。適正原価の算出方法が知りたい。見積りの計算フォーマットがあると助かる。
（岐阜：自動車部品製造業）
- ・中小零細企業同業は 他社の動きを注目しており 一番最初には動けない
（中濃：土木資材卸売業）
- ・国内企業の商品はまだしも、海外製品は円安を理由に法外な上代UPを要求してくるため、仕入れを抑え、国内製品のウエイトを上げている。
（東濃：婦人服小売業）
- ・現状はかなり厳しく、理解や交渉でできる範囲内を超えているので、行政からの推進できる何かしらの支援が必要。エネルギー価格の高騰があまりにも影響があるため、新しい事業や価格を転嫁させる重しになっている。
（東濃：飲食店）
- ・消費者は頭では理解している模様だが、実際に自分に係わってくるとなかなか十分な理解げ得がたく多少苦戦する事が多々あります。
（岐阜：ゴルフ場）

8. 調査要領

(1) 回答企業について

<調査要領>

1. 調査方法 岐阜県内企業に対して、郵送、メールによるアンケート
2. 調査時点 令和6年9月1日
3. 有効回答数 571社（岐阜県内企業 1,000社へ送付、有効回答率57.1%）

<業種別回答状況>

区分	依頼総数	回答数	回答率
全体合計	1000	571	57.1%
製造業	304	191	62.8%
非製造業	696	380	54.6%
製造業	304	191	62.8%
建設業	101	71	70.3%
商業	267	128	47.9%
サービス業	328	181	55.2%
食品	31	18	58.1%
繊維・衣服	37	21	56.8%
木材・家具	23	10	43.5%
紙・パルプ・印刷	25	17	68.0%
化学・プラスチック	30	20	66.7%
窯業土石	34	23	67.6%
金属製品	46	34	73.9%
機械	78	48	61.5%
建設	101	71	70.3%
運輸・通信	64	33	51.6%
卸売	75	38	50.7%
小売	156	78	50.0%
飲食店	36	12	33.3%
サービス余暇	59	28	47.5%
サービス企業	205	120	58.5%

<従業員規模別回答状況>

区分	依頼総数	回答数	回答率
全体合計	1000	571	57.1%
0～19人	521	279	53.6%
20～49人	251	144	57.4%
50～99人	105	70	66.7%
100～299人	87	51	58.6%
300人以上	36	27	75.0%

<圏域別回答状況>

区分	依頼総数	回答数	回答率
全体合計	1000	571	57.1%
岐阜圏域	427	222	52.0%
西濃圏域	163	101	62.0%
中濃圏域	168	97	57.7%
東濃圏域	153	93	60.8%
飛騨圏域	89	58	65.2%

