



中小企業における価格転嫁は道半ば、販売価格の上げが不可欠

—全国中小企業景気動向調査の結果から—

大洞 匡平

ポイント

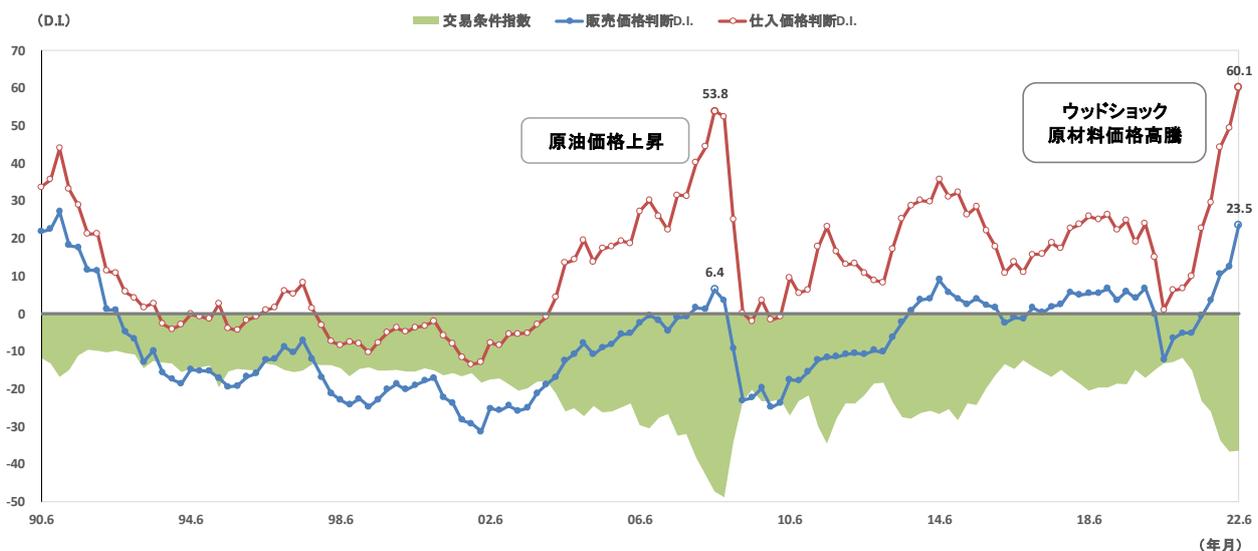
- 信金中央金庫 地域・中小企業研究所がとりまとめている「全国中小企業景気動向調査」の結果をみると、2022年6月期の仕入価格判断D.I.は、さかのぼれる1990年以降で、最も高い水準となった。一方、販売価格判断D.I.の上昇は仕入価格判断D.I.の上昇に追い付いておらず、販売価格への転嫁が出来ていない状況にある。
- 業種別にみると、特に建設業や製造業において、仕入価格の上昇に対し、販売価格への転嫁が出来ていない。
- 価格転嫁の遅れにより、資金繰りが悪化している先も多い。信用金庫としては、金融支援にとどまらず、本業支援を積極的に行う必要がある。

1. 仕入価格判断D.I.と販売価格判断D.I.の差が高水準に

2022年6月期の前期比仕入価格判断D.I.は60.1と、前期比10.8ポイント上昇し、さかのぼれる1990年以降で、最も高い水準となった。(図表1)

対して、前期比販売価格判断D.I.は23.5と、前期比11.0ポイント上昇し、1990年以降の高水準となった。上昇幅は仕入価格判断D.I.をわずかに上回ったものの、いまだに仕入価格との差は大きい。販売価格D.I.から仕入価格D.I.を差し引いた「交易条件指数」の推移をみると、マイナス幅が拡大傾向にあることから、転嫁が十分に進んでいるとは言い難い。

(図表1) 仕入価格判断D.I.と販売価格判断D.I.の推移



(備考) 1. 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 交易条件指数は、販売価格D.I.から仕入価格D.I.を差し引いたものと定義した。

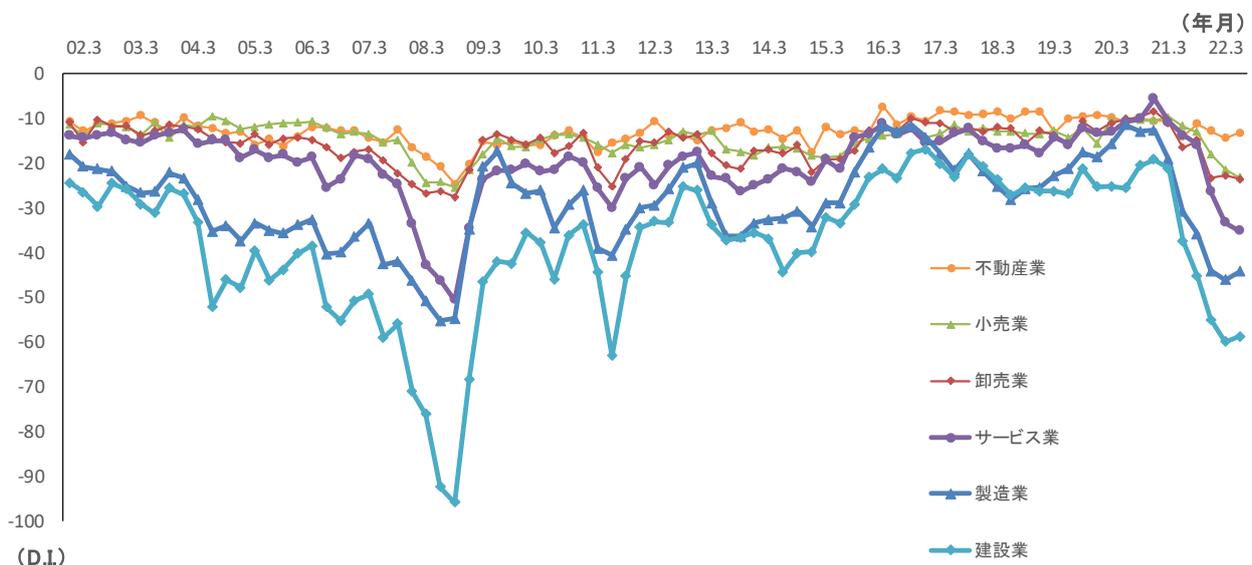
2. 建設業や製造業で悪影響が強い

業種別にみると、建設業や製造業での取引条件指数のマイナス幅が特に大きい（図表2）。

取引条件指数について、建設業と製造業をそれぞれ主要取引先¹別にみると、大手企業を主要取引先とする企業で特に取引条件指数のマイナス幅が拡大傾向にあり、価格交渉力の弱さを反映している可能性がある。また、建設業では官公庁を主要取引先とする企業でも同様の傾向がみられており、官公庁からの発注価格が、仕入価格上昇の実態を反映し切れていない可能性も示唆される。

調査員のコメントをみると「**原材料の価格高騰や入荷遅れにより、工期が伸び、入金サイトが長期化している。（建築工事 北海道）**」や「**ロシア・ウクライナ情勢を受けて小麦価格が高騰しているが、販売価格に転嫁できていない。（手延べそうめん製造 兵庫県）**」といったコメントの他、「**コロナ禍により需要減少が残る上でのエネルギー価格の上昇は、収益のさらなる悪化に繋がる。（ホテル・旅館 三重県）**」や「**原材料価格が高騰しているが、同業他社との競争激化を受け、価格転嫁できない状況にある。（内装資材卸 長野県）**」のように、建設業や製造業以外の業種からも、価格に関する声が多く聞かれている。

（図表2）業種別の取引条件指数の推移



（備考） 1. 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 取引条件指数は、販売価格 D. I. から仕入価格 D. I. を差し引いたものと定義した。

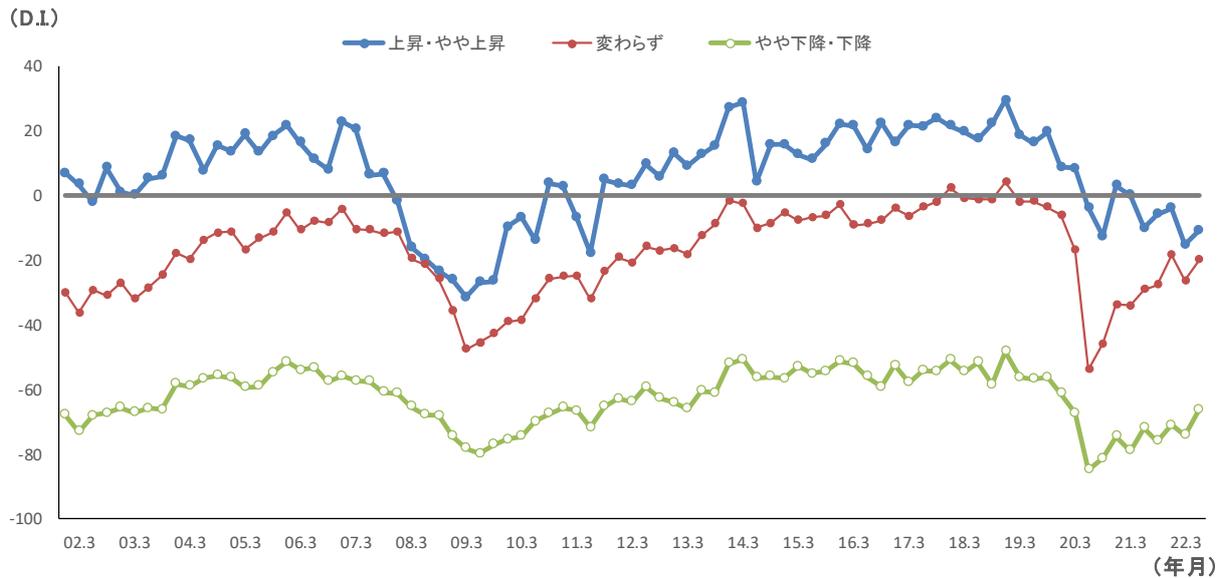
3. 販売価格引上げは業況改善に直結

販売価格判断 D. I. への回答状況（「上昇・やや上昇」、「変わらず」、「やや下降・下降」の3通り）の別に業況判断 D. I. の推移を見ると、販売価格の引上げに成功している企業は業況が良好な傾向にある（図表3）。

調査員のコメントからは、「**スクラップ需要が高まり、中古車の仕入れ値が上昇している。販売価格に転嫁できており、業況は好調である。（自動車部品、スクラップ販売 広島県）**」のように、販売価格の引上げの成功が業況改善に結び付いているとの声も聞かれる。販売価格の引上げは、原材料価格高騰への対応だけでなく、賃上げにも繋がるものといえる。価値創造の流れの広がり、日本経済の活性化にも繋がると考えられる。

¹ 同調査では主要取引先についても回答を得ており、建設業では官公庁、大企業、中小企業、個人の4通り、製造業では問屋商社、大企業、中小企業、小売、最終需要家の5通りとなっている。

(図表 3) 販売価格の状況別にみた業況判断 D. I.



(備考) 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

おわりに

今回は、仕入価格判断 D. I. と販売価格判断 D. I. から現状の価格転嫁の状況を確認した。その結果、多くの業種にて販売価格は仕入価格に追いついておらず、中小企業にとって厳しい局面であることが判明した。また、「仕入価格高騰が顕著で、販売価格への転嫁が間に合っていない。資金繰りのため、支払い条件の交渉や販路拡大に注力している。(冠婚葬祭ギフト卸 新潟県)」のように、仕入分の価格転嫁は可能ではあるもの、タイミングが遅れており資金繰りが切迫しているとする中小企業も存在する。

信用金庫としては、難局である今の時代だからこそ、事業者に対したきめ細やかなサポートが必要である。金融支援だけにとどまらず、顧客の強みを見つけだし販路拡大等の本業支援も積極的に行っていく必要があるだろう。

以上