



信金中央金庫

SCB SHINKIN CENTRAL BANK

地域・中小企業研究所

ニュース&トピックス No. 2023-7

(2023. 4. 14)

〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7 TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048
URL <https://www.scbri.jp> e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

中小企業に今こそ求められる販売価格見直しへの取組み

—全国中小企業景気動向調査の結果から—

加古川 陸

ポイント

- 中小企業においては、販売価格を引き上げている企業の割合が高まっている一方で、いまだに販売価格を引き下げざるを得ない企業も存在する。
- 販売価格引上げを実現している企業は、その他の企業と比較して業況や資金繰りが順調な状況にある。
- 価格転嫁には企業の「価値創造」も必要である。信用金庫としては、金融支援のみならず、本業への伴走的支援が求められる。

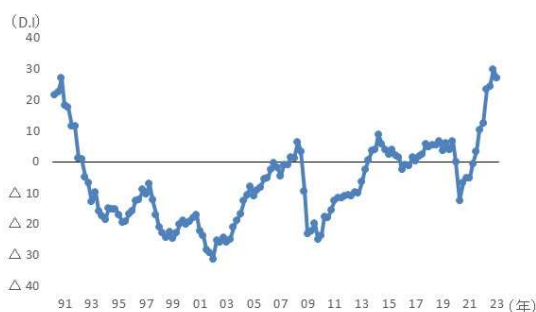
はじめに

資源価格やエネルギー価格が高止まりするなかで、中小企業において販売価格を引き上げることの重要性がますます高まっていると考えられる。そこで今回は、全国の信用金庫の協力を得て四半期ごとに実施している「全国中小企業景気動向調査」の結果を基に、中小企業における販売価格の引上げ状況とその効果について調査した。

1. 中小企業でも販売価格引上げはある程度進展

販売価格判断DIは、直近ではプラス 27.1 となり、バブル崩壊後の最高水準にある（図表 1）。販売価格を引き上げている企業の割合と引き下げている企業の割合の推移を追うと、販売価格を引き上げている企業の割合は上昇傾向にあり、直近では 30%を超えている（図表 2）。一方で、いまだに販売価格を引き下げている企業も 5%程度存在しており、苦しい企業も一定数いることがうかがえる。

（図表 1）販売価格判断DIの推移



（図表 2）販売価格引上げ企業と引下げ企業の割合



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

中小企業経営者から聞き取りをした信用金庫調査員のコメントからは、「常連の顧客は、値上げをしても変わらず購入してくれるため、収益に変化はない（和洋菓子製造販売 岩手）」「ウクライナ情勢や円安を受けて仕入価格が上昇しているが、価格転嫁はできている（食肉販売 新潟）」など、販売価格を順調に引き上げているという声も挙がる一方で、「仕入先からの値上げ要請が相次

ぎ、販売価格に十分に転嫁できていない。販売先は減少傾向にあり、新規開拓に努める（紙、紙製品卸 岡山）」「仕入価格の上昇に加え、人手不足を受けて利益が減少（総合工事 大阪）」など、販売価格を引き上げられない、もしくは引き上げても仕入価格の上昇に追いついていないといった声も挙がっている。

2. 販売価格は業況や資金繰りに直結

販売価格への回答別に業況判断D Iをみると、販売価格引上げを実現している企業では業況が押しなべて順調な状況にある一方で、販売価格を引き下げている企業の業況は極めて厳しい状況にある（図表3）。資金繰り判断D Iも同様である（図表4）。

コメントからは、「原材料価格高騰により資金繰りが悪化し、経費削減に追われていることから、デジタル投資ができていない（衣料品製造 宮崎）」や「生コンは価格転嫁できているが、アスファルトは転嫁が追い付いていない。若手従業員が退職しており、新卒者も入社してこない（生コン製造 青森）」、「原油高や電気料金高騰を受け、資金繰りが厳しい状況が続いている（乳製品製造 秋田）」のように、販売価格の引上げが進まず業況や資金繰りが厳しいとの声が企業から聞かれている。

一方で、「原材料の値上げが続いているが、ある程度は価格転嫁できており、資金繰りも問題はない。機械設備の導入に向けて補助金申請を行っている（ラミネート加工紙製造 山梨）」のように、販売価格引上げによって業況が改善しているという声や、「採算の合わない製品については、価格交渉を根気強く行い、成果が出ている（生産用機械器具製造 新潟）」や「駅周辺に人流が戻り、売上回復中。価格転嫁のため、経営者が先頭に立って交渉している（青果小売 富山）」のように、経営者が積極的に販売価格を引き上げようとする動きもみられる。

おわりに

今回は販売価格判断D Iと、販売価格への回答別にみた業況判断D Iおよび資金繰り判断D Iを確認した。その結果、価格転嫁に成功し業況が順調に推移している企業がある一方、販売価格の引上げが進まず業況や資金繰りが厳しい企業も存在した。調査コメントからは、多くの企業が仕入価格高騰の影響を受けており、価格転嫁が求められる状況にあることがうかがえる。なお、価格転嫁には時間を要することも想定される。信用金庫においては、より一層の金融支援が求められるほか、価格転嫁のための「価値創造」へ向けた伴走的な支援も必要といえよう。

以上

（図表3）販売価格の状況別にみた業況判断D I



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（図表4）販売価格の状況別にみた資金繰り判断D I



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成