

2024年度 第2四半期 特別調査

「仕入価格上昇」と「価格転嫁」に関する調査

2024年10月9日

姫路商工会議所
姫路経済研究所

1. 調査要領

- (1) 調査目的 当所会員事業所の「仕入価格上昇」と「価格転嫁」に関する調査を行い、今後の意見活動等に反映するため。
- (2) 調査期間 2024年9月4日～9月18日（15日間）
- (3) 調査方法 2024年度 第2四半期 景気動向調査とあわせて調査
※前回調査から、Fax回答に加えてWebでの回答も可能とした。

(4) 調査状況

調査事業所数	回答事業所数	回答率
4,434	1,070	24.1%

※景気動向調査の回答数 1,129件のうち、特別調査への回答数は1,070件

(5) 回答事業所の規模別構成比

	事業所数	構成比
全体	1,070	100.0%
小規模	680	63.6%
中規模	351	32.8%
大規模	39	3.6%

【小規模】

「1～5人」：情報通信業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業

「1～20人」：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、不動産業

【中規模】

「6～50人」：小売業、飲食・宿泊業

「6～100人」：情報通信業、卸売業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業

「21～300人」：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、不動産業

【大規模】：上記【小規模】【中規模】を除く区分。

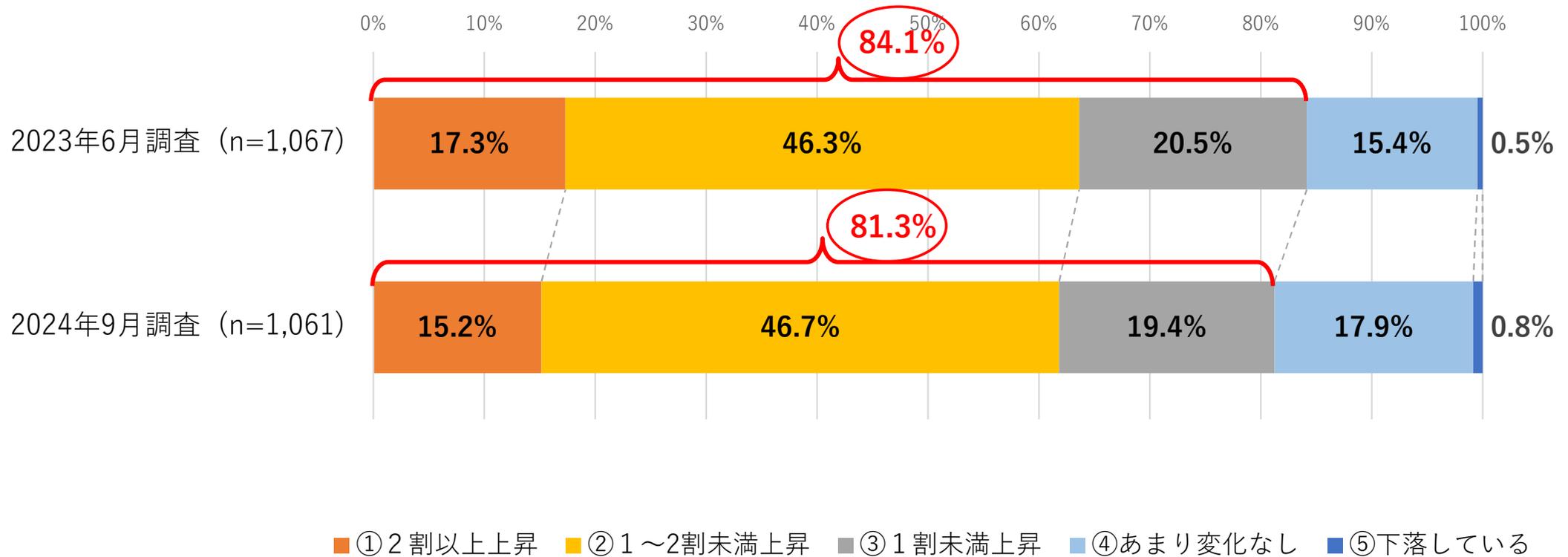
(6) 回答事業所の業種別構成比

	事業所数	構成比
全体	1,070	100.0%
建設業	224	20.9%
製造業	224	20.9%
卸売業	105	9.8%
小売業	150	14.0%
サービス業	192	17.9%
その他	175	16.4%
情報通信業	11	1.0%
運輸業	38	3.6%
金融・保険業	21	2.0%
不動産業	37	3.5%
飲食・宿泊業	31	2.9%
医療・福祉	29	2.7%
教育・学習支援業	8	0.7%

問1. 貴社の「仕入価格上昇」について前回調査時点（2023年6月）と比較した場合、該当する番号を選んでください。

- 仕入れ価格が上昇した事業所の割合は、81.3%（前回比2.8ポイント減少）だった。
- 「2割以上上昇」とした事業所の回答割合は15.2%（前回比2.1ポイント減少）だった。

【仕入価格の状況】

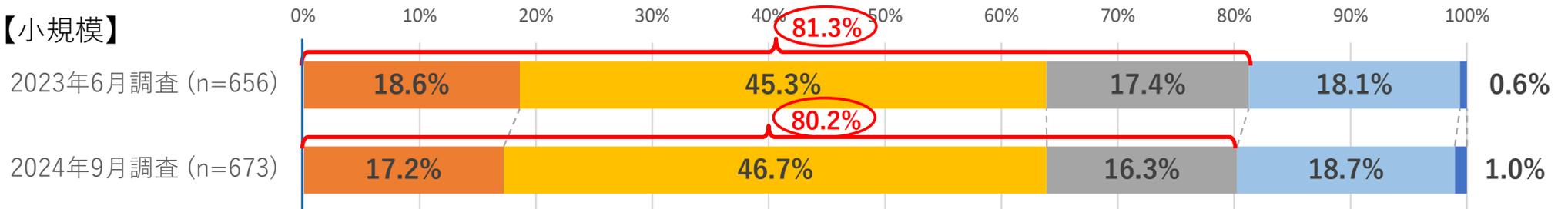


問1. 貴社の「仕入価格上昇」について前回調査時点（2023年6月）と比較した場合、該当する番号を選んでください。

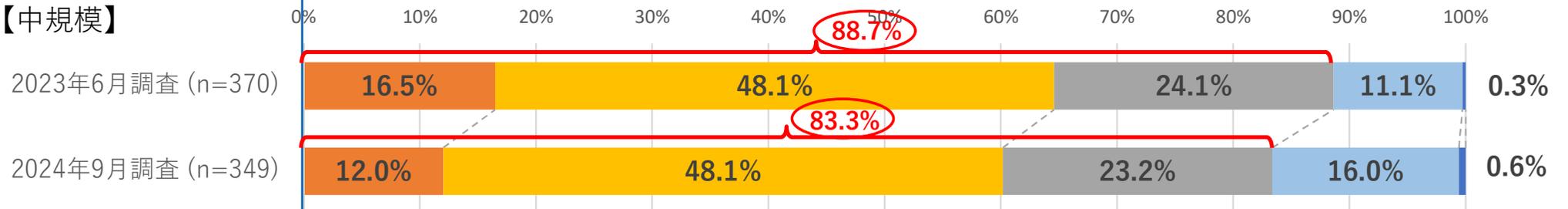
■「仕入価格上昇」の割合を規模別で見ると、小規模は80.2%（前回比1.1ポイント減少）、中規模は83.3%（同5.4ポイント減少）、大規模は79.5%（同10.7ポイント減少）とそれぞれ減少した。

【規模別の状況】

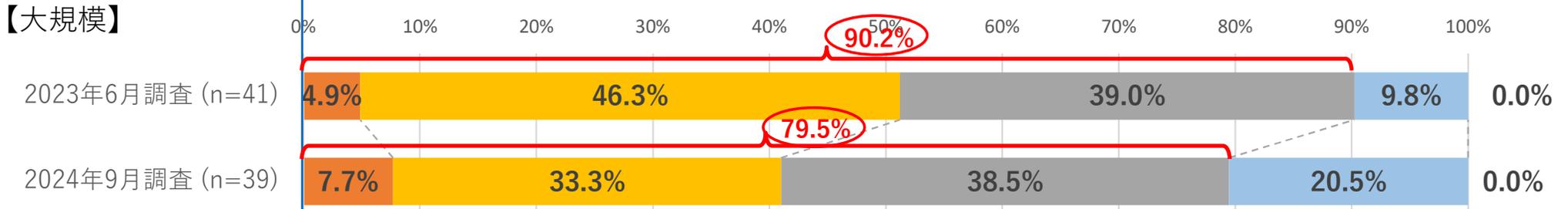
【小規模】



【中規模】



【大規模】



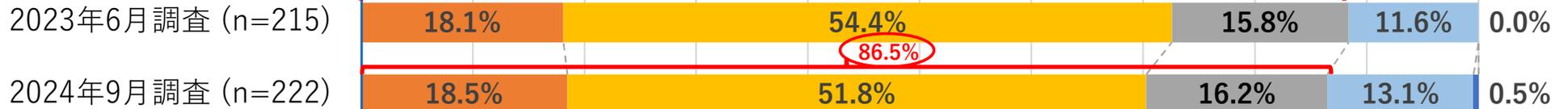
■ ① 2割以上上昇 ■ ② 1～2割未満上昇 ■ ③ 1割未満上昇 ■ ④ あまり変化なし ■ ⑤ 下落している

問1. 貴社の「仕入価格上昇」について前回調査時点（2023年6月）と比較した場合、該当する番号を選んでください。

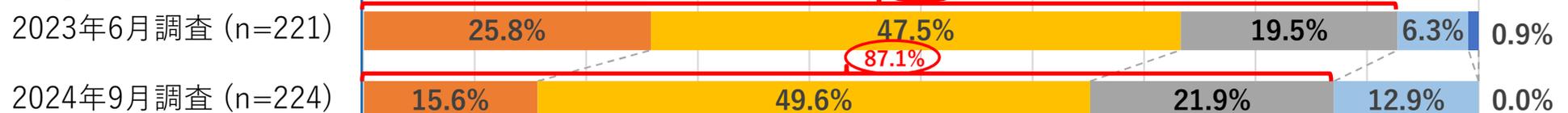
- 「仕入価格上昇」の割合を業種別で見ると、卸売業が90.4%と最も多く、サービス業が66.5%と最も少なかった。
- 小売業では、「2割以上上昇」の割合が、前回の12.8%から25.2%に増加した。

【業種別の状況】

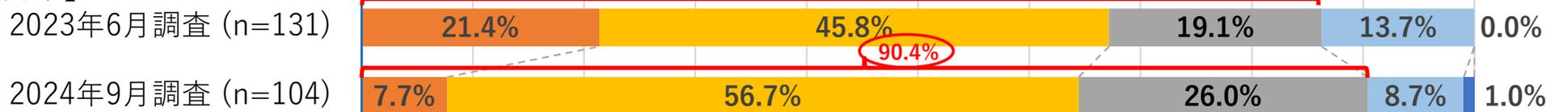
【建設業】



【製造業】



【卸売業】



【小売業】



【サービス業】



■ ① 2割以上上昇 ■ ② 1～2割未満上昇 ■ ③ 1割未満上昇 ■ ④ あまり変化なし ■ ⑤ 下落している

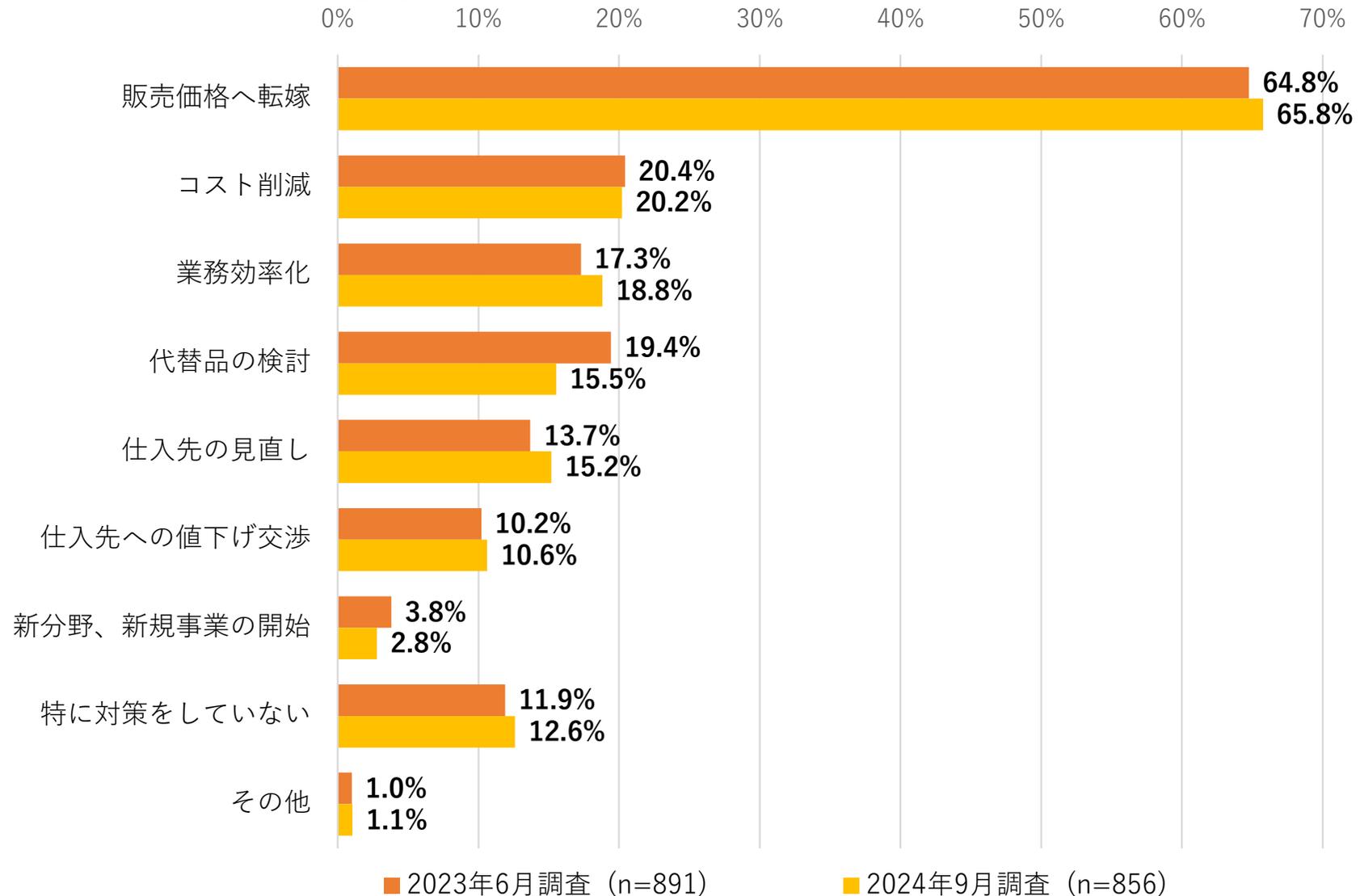
問2. 問1の「仕入価格上昇」に対して、どのような「対応策」をとられましたか。

(問1にて①、②または③を選択されている方への設問)

■トップの「販売価格へ転嫁」が、65.8%と、前回比1.0ポイント増加した。以下「コスト削減」20.2%、「業務効率化」18.8%が続いた。

【仕入価格上昇にする「対応策」】

(複数回答)



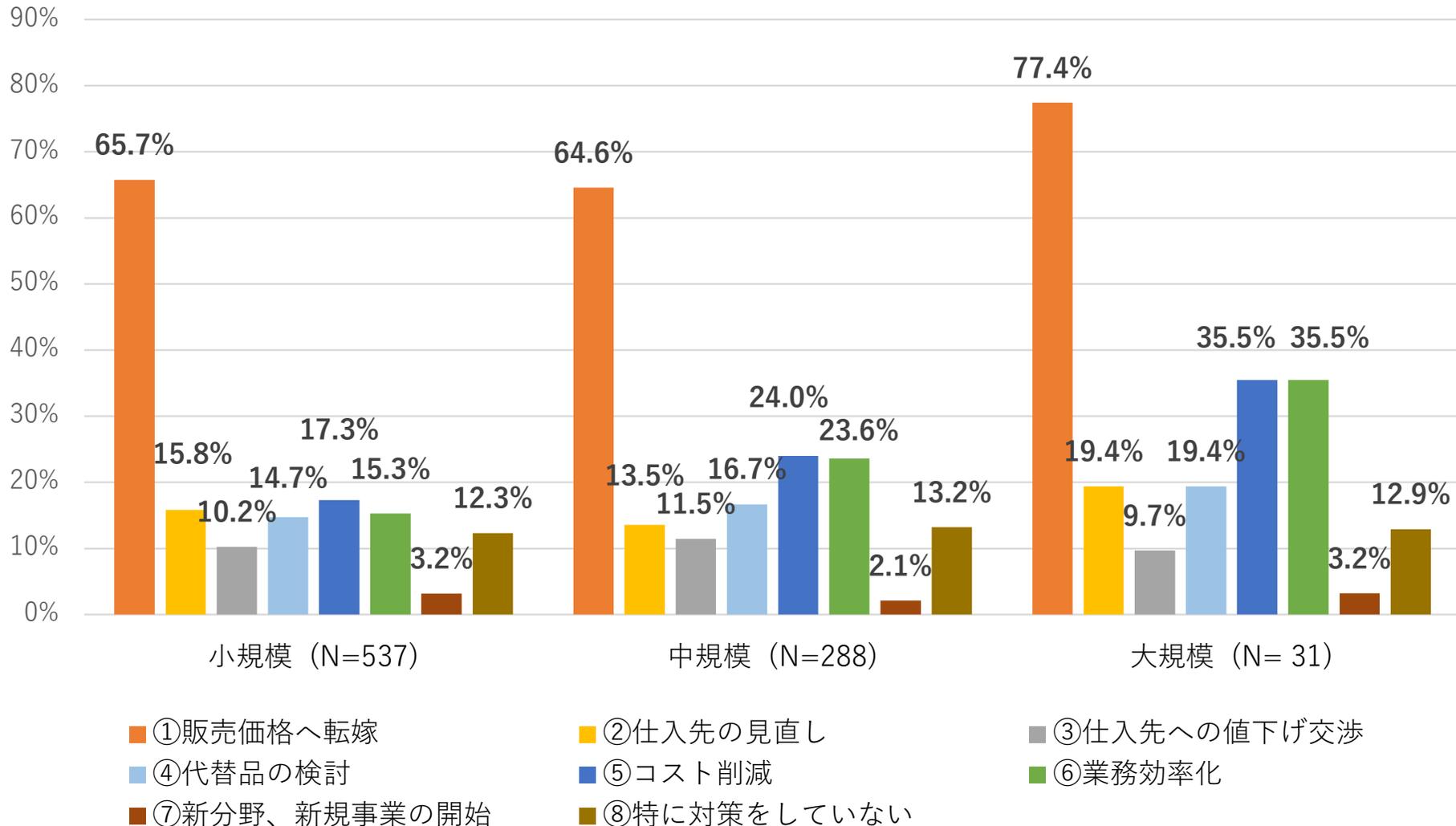
問2. 問1の「仕入価格上昇」に対して、どのような「対応策」をとられましたか。

(問1にて①、②または③を選択されている方への設問)

- すべての規模で「販売価格へ転嫁」の回答割合が最も高かった。
- 第2位以降は、小規模は「コスト削減」「仕入先の見直し」が、中規模は「コスト削減」「業務効率化」が、大規模は、「コスト削減」と「業務効率化」が同率で続いた。

【規模別の状況】

(複数回答)



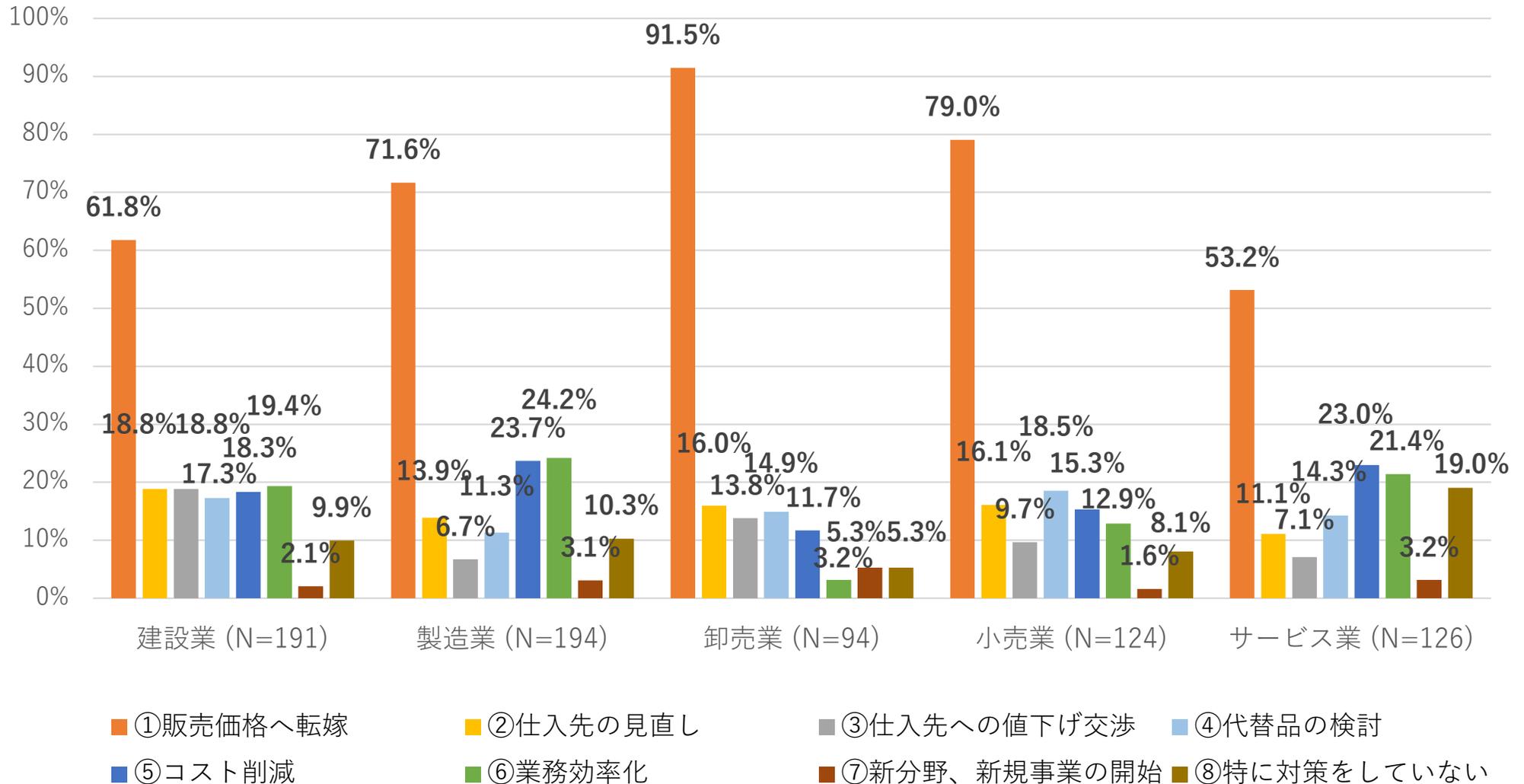
問2. 問1の「仕入価格上昇」に対して、どのような「対応策」をとられましたか。

(問1にて①、②または③を選択されている方への設問)

- 全業種とも「販売価格へ転嫁」がトップで、卸売業、小売業、製造業、建設業、サービス業の順に回答割合が高かった。
- 第2位は、建設業と製造業は「業務効率化」、卸売業は「仕入先の見直し」、小売業は「代替品の検討」、サービス業は「コスト削減」となった。また、サービス業の「特に対策をしていない(19.0%)」の回答割合が他の業種に比べて高くなっていた。

【業種別の状況】

(複数回答)



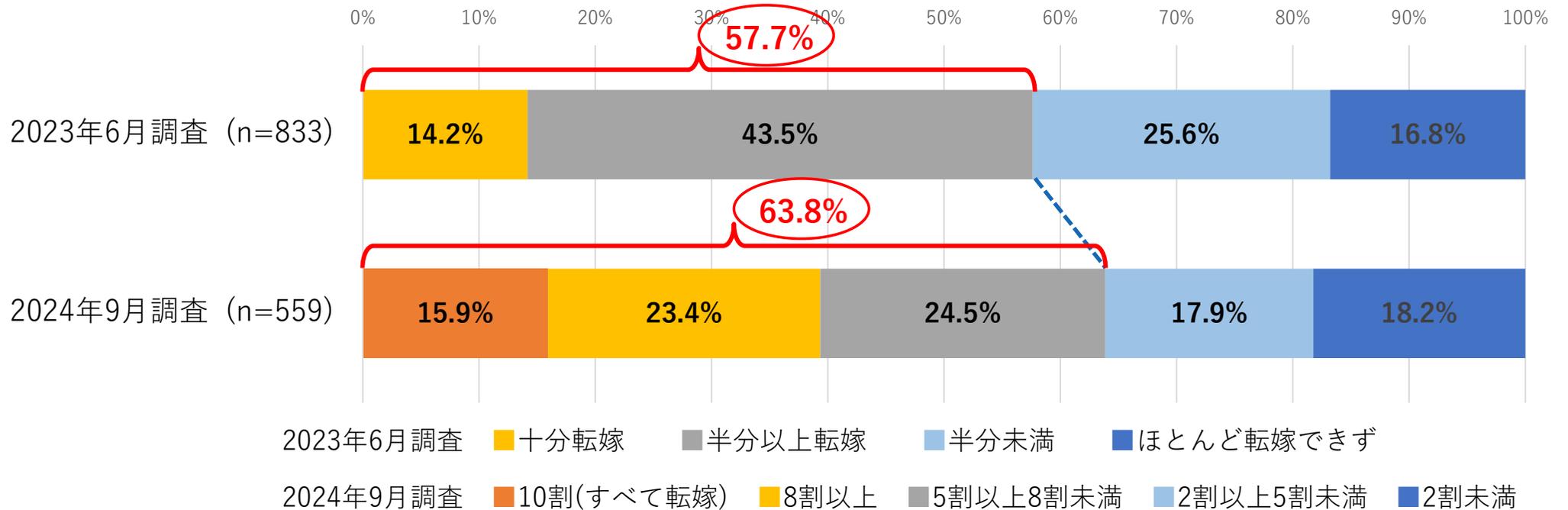
問3. 「仕入価格上昇」分の内、販売価格に転嫁した割合について

(問2にて①販売価格に転嫁を選択されている方への設問)

- 5割以上価格転嫁した割合は、前回(57.7%)から今回(63.8%)へ6.1ポイント増加。
- 価格転嫁は、前回からは進んでいるものの、まだ仕入価格上昇を十分カバーできていない。

【価格転嫁の状況】

※前回（2023年6月調査）は4区分で、今回は5区分で調査を実施

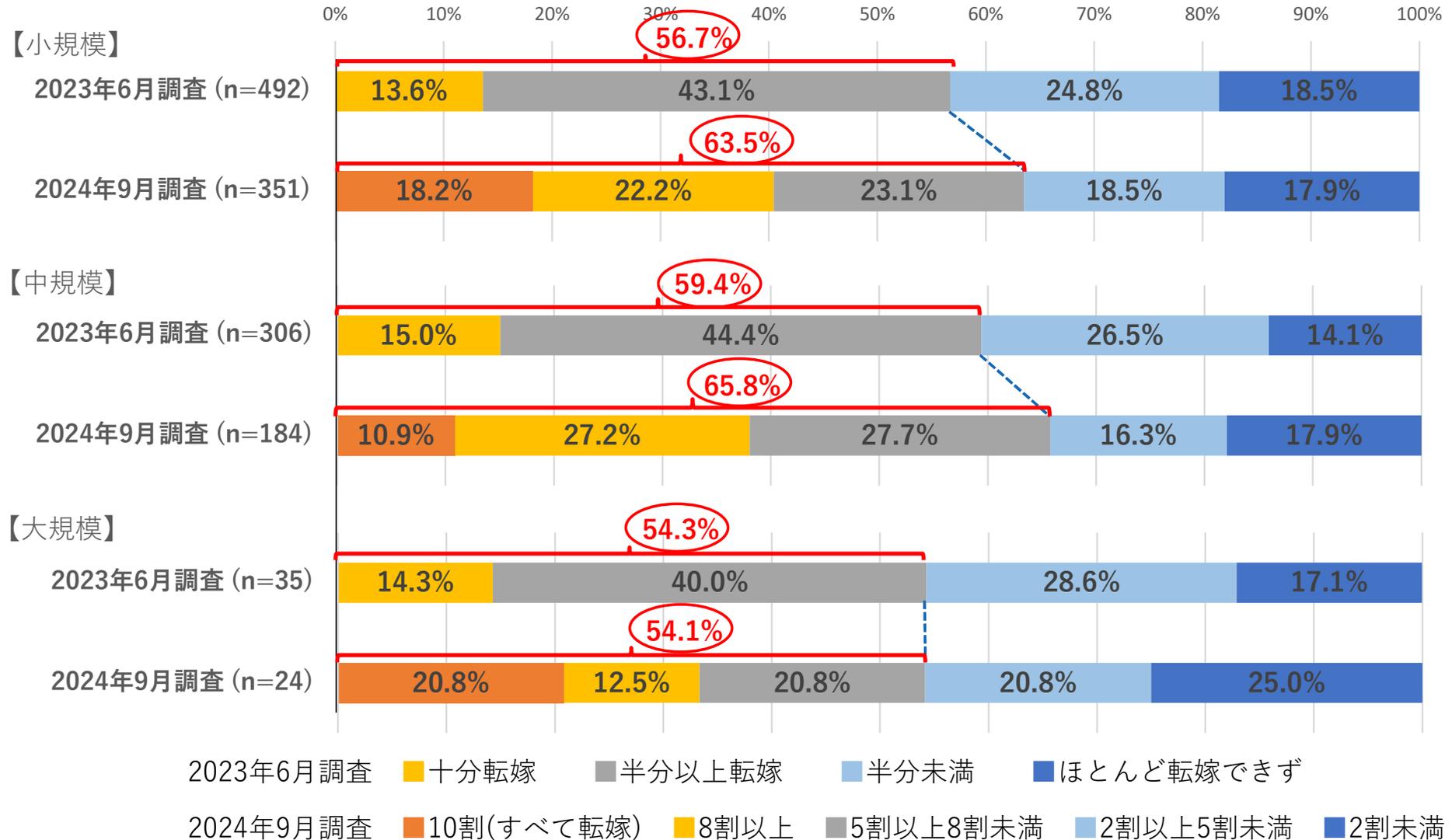


問3. 「仕入価格上昇」分の内、販売価格に転嫁した割合について

(問2にて①販売価格に転嫁を選択されている方への設問)

- 規模別で見ると、5割以上価格転嫁した割合は、小規模で63.5%（前回比6.8ポイント上昇）、中規模で65.8%（前回比6.4ポイント上昇）、大規模では54.1%（前回比0.2ポイント低下）となった。
- 「10割（すべて転嫁）」の割合は、大規模（20.8%）、小規模（18.2%）、中規模（10.9%）の順に多い。

【規模別の状況】

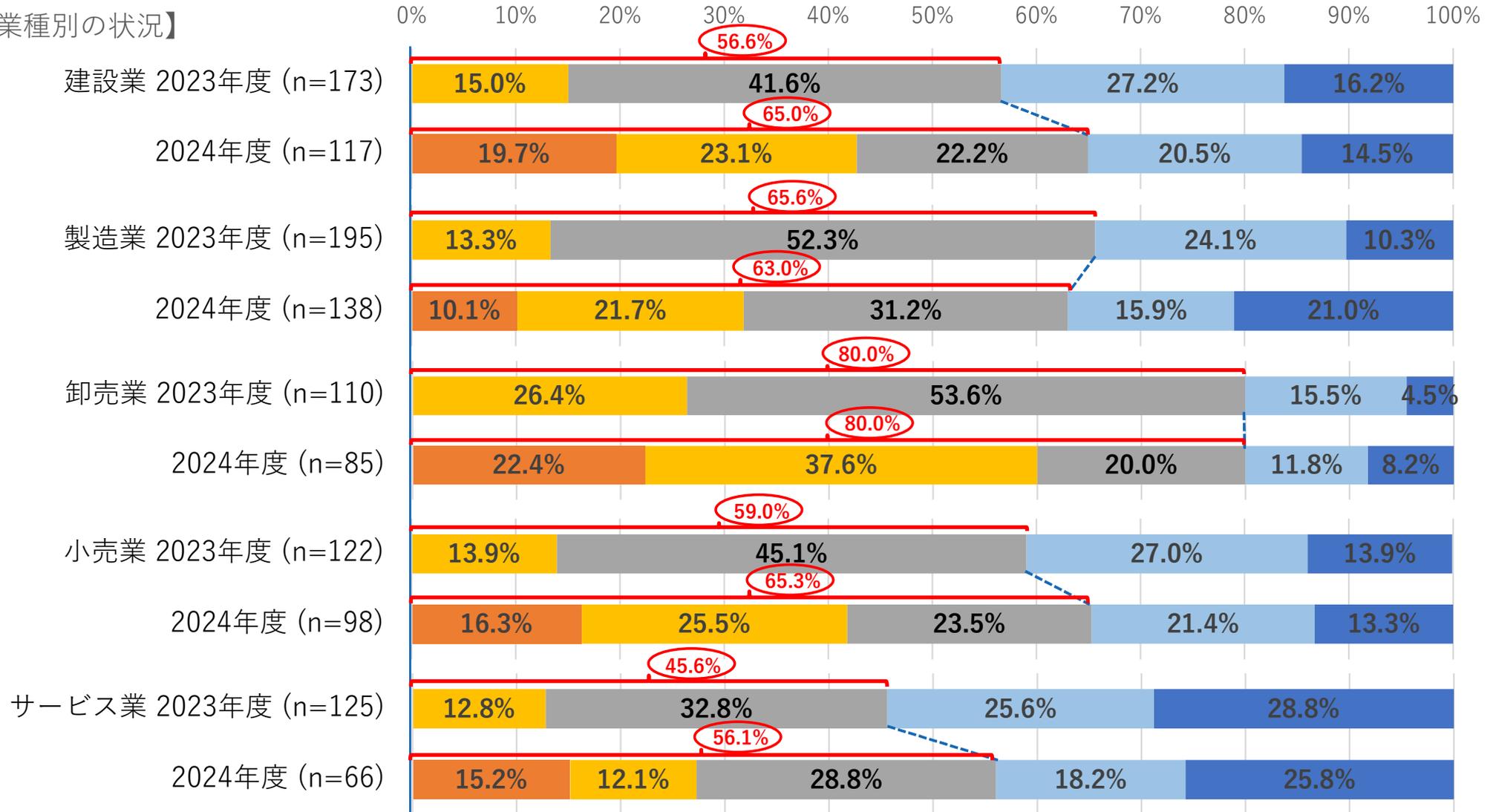


問3. 「仕入価格上昇」分の内、販売価格に転嫁した割合について

(問2にて①販売価格に転嫁を選択されている方への設問)

- 5割以上価格転嫁した割合は、業種別で見ると、卸売業が、80.0%と回答割合が最も多い。
- 前回と比べ、5割以上価格転嫁した割合は、製造業（63.0%）のみが前回比2.6ポイント低下となっている。

【業種別の状況】



2023年6月調査 ■ 十分転嫁 ■ 半分以上転嫁 ■ 半分未満 ■ ほとんど転嫁できず
 2024年9月調査 ■ 10割(すべて転嫁) ■ 8割以上 ■ 5割以上8割未満 ■ 2割以上5割未満 ■ 2割未満

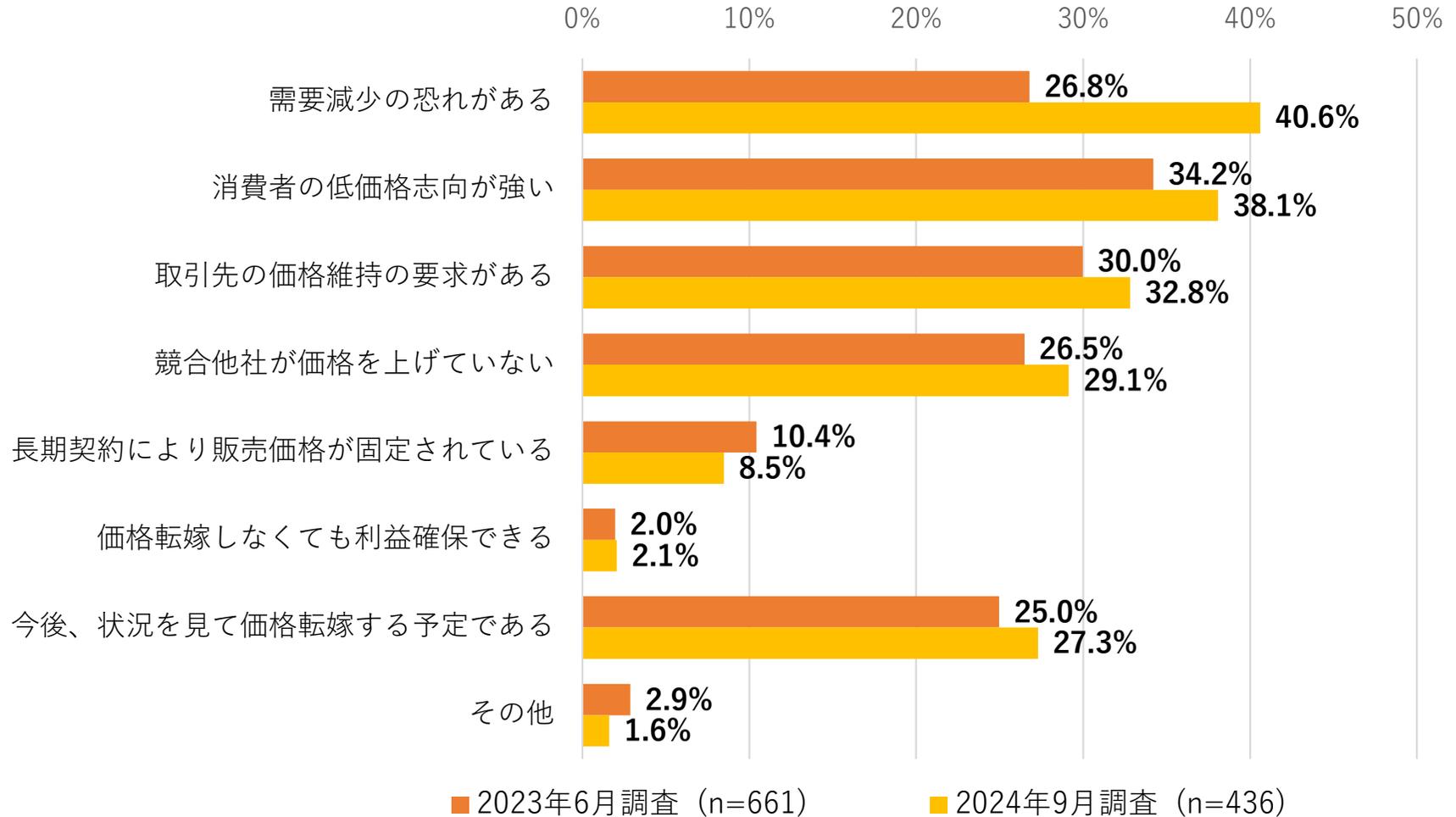
問4. 価格転嫁が進まない理由について、該当する番号を選んでください。

(問3にて②～⑤を選択されている方への設問)

- 「需要減少の恐れがある」 (40.6%) とした回答割合が最も多かった。次いで、「消費者の低価格志向が強い」 (38.1%)、「取引先の価格維持の要求がある」 (32.8%) が続いた。
- なお、「需要減少の恐れがある」は、前回調査の第3位 (26.8%) から今回、トップとなった。

(複数選択)

【価格転嫁が進まない理由】



■ 2023年6月調査 (n=661)

■ 2024年9月調査 (n=436)

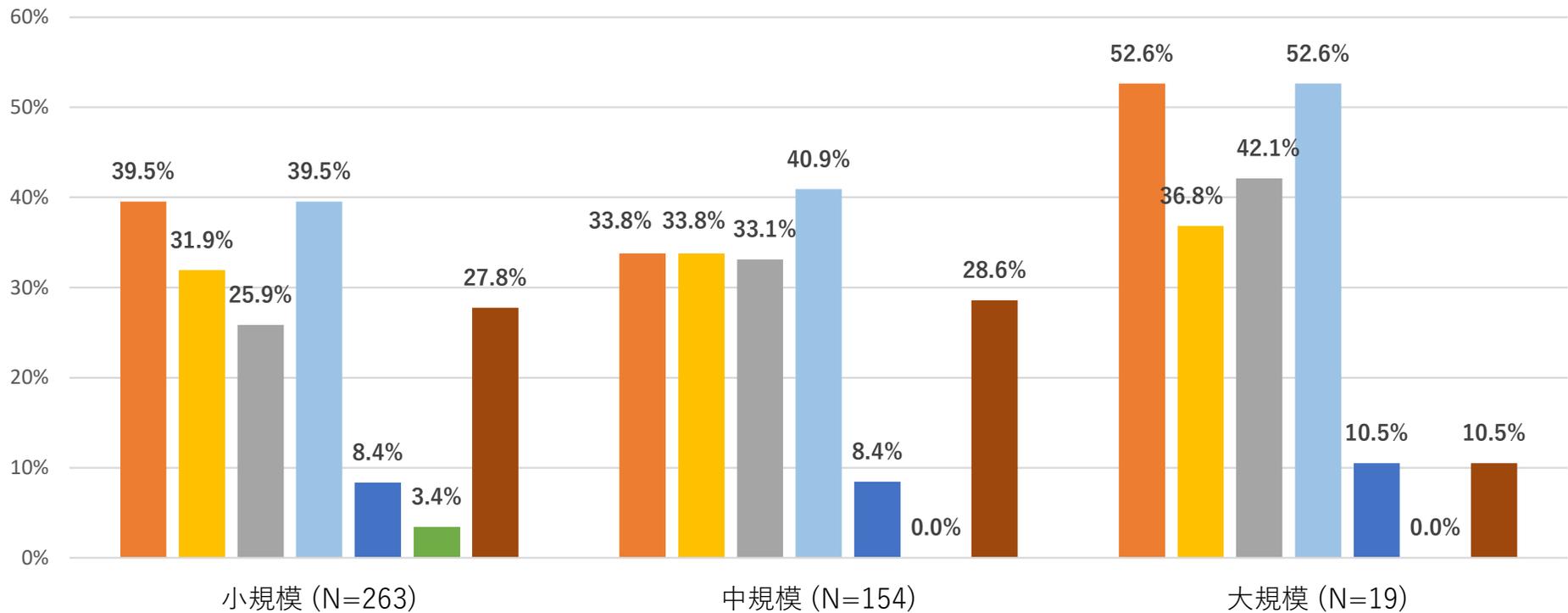
問4. 価格転嫁が進まない理由について、該当する番号を選んでください。

(問3にて②～⑤をを選択されている方への設問)

■小規模と大規模では、「消費者の低価格志向が強い」と「需要減少の恐れがある」とした回答割合が同率で高かった。中規模では、「需要減少の恐れがある」が高かった。

【規模別の状況】

(複数選択)



- ①消費者の低価格志向が強い
- ②取引先の価格維持の要求がある
- ③競合他社が価格を上げていない
- ④需要減少の恐れがある
- ⑤長期契約により販売価格が固定されている
- ⑥価格転嫁しなくても利益確保できる
- ⑦今後、状況を見て価格転嫁する予定である

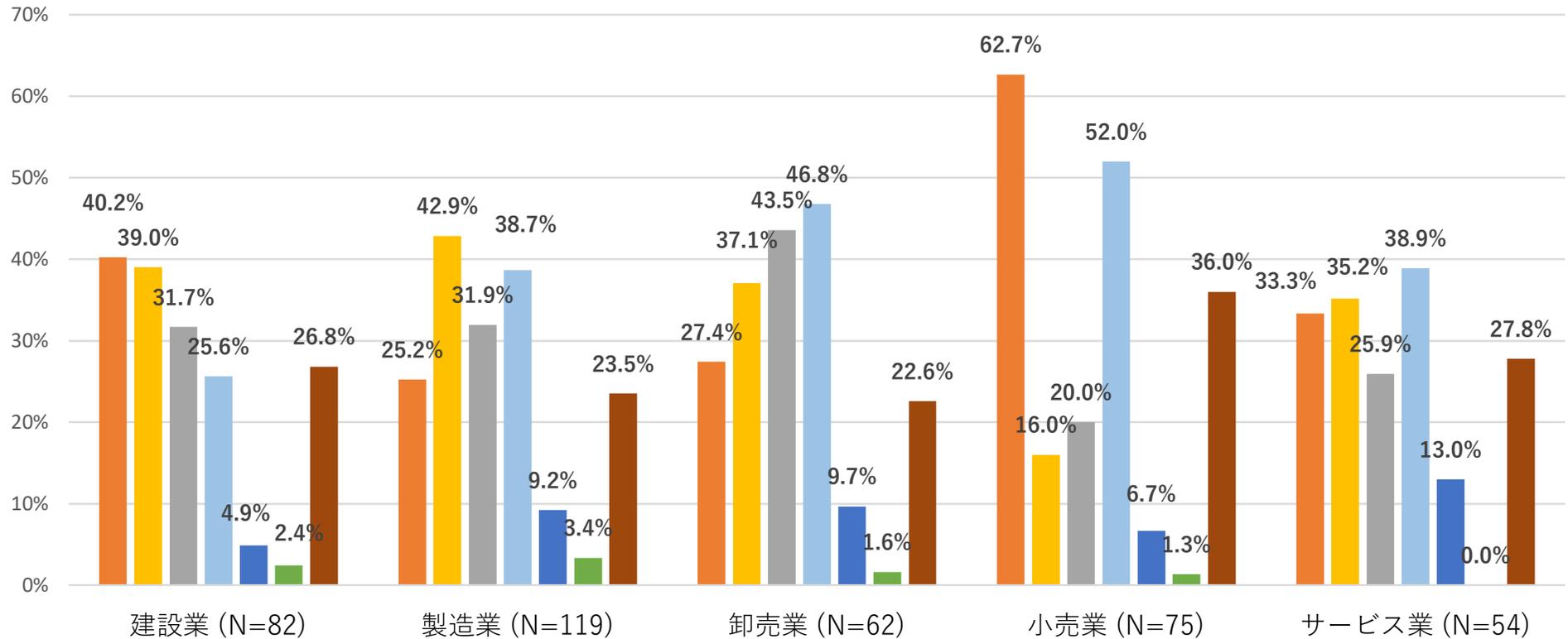
問4. 価格転嫁が進まない理由について、該当する番号を選んでください。

(問3にて②～⑤を選択されている方への設問)

- 建設業は「消費者の低価格志向が強い」(40.2%)の回答割合が高かった。
- 製造業は「取引先の価格維持の要求がある」(42.9%)の回答割合が高かった。
- 卸売業、サービス業は「需要減少の恐れがある」(それぞれ46.8%、38.9%)の回答割合が高かった。
- 小売業は「消費者の低価格志向が強い」(62.7%)と「需要減少の恐れがある」(52.0%)の回答割合が高かった。

【業種別の状況】

(複数選択)



- ①消費者の低価格志向が強い
- ②取引先の価格維持の要求がある
- ③競合他社が価格を上げていない
- ④需要減少の恐れがある
- ⑤長期契約により販売価格が固定されている
- ⑥価格転嫁しなくても利益確保できる
- ⑦今後、状況を見て価格転嫁する予定である

資料編



問1. 貴社の「仕入価格上昇」について前回調査時点（2023年6月）と比較した場合、該当する番号を選んでください。

	① 2割以上上昇	② 1～2割未満上昇	③ 1割未満上昇	④ あまり変化なし	⑤ 下落している	計
全体	161	495	206	190	9	1,061
小規模	116	314	110	126	7	673
中規模	42	168	81	56	2	349
大規模	3	13	15	8	0	39
建設業	41	115	36	29	1	222
製造業	35	111	49	29	0	224
卸売業	8	59	27	9	1	104
小売業	37	64	25	17	4	147
サービス業	16	77	34	62	2	191
その他	24	69	35	44	1	173
情報通信業	3	4	2	2	0	11
運輸業	7	16	9	5	0	37
金融・保険業	1	3	3	14	0	21
不動産業	5	11	5	14	1	36
飲食・宿泊業	7	20	3	1	0	31
医療・福祉	0	13	10	6	0	29
教育・学習支援業	1	2	3	2	0	8

問1. 貴社の「仕入価格上昇」について前回調査時点（2023年6月）と比較した場合、該当する番号を選んでください。

(N=1,061)

	① 2割以上上昇	② 1～2割未満上昇	③ 1割未満上昇	④ あまり変化なし	⑤ 下落している	全体に対する構成比
全体	15.2%	46.7%	19.4%	17.9%	0.8%	100.0%
小規模	17.2%	46.7%	16.3%	18.7%	1.0%	63.4%
中規模	12.0%	48.1%	23.2%	16.0%	0.6%	32.9%
大規模	7.7%	33.3%	38.5%	20.5%	0.0%	3.7%
建設業	18.5%	51.8%	16.2%	13.1%	0.5%	20.9%
製造業	15.6%	49.6%	21.9%	12.9%	0.0%	21.1%
卸売業	7.7%	56.7%	26.0%	8.7%	1.0%	9.8%
小売業	25.2%	43.5%	17.0%	11.6%	2.7%	13.9%
サービス業	8.4%	40.3%	17.8%	32.5%	1.0%	18.0%
その他	13.9%	39.9%	20.2%	25.4%	0.6%	16.3%
情報通信業	27.3%	36.4%	18.2%	18.2%	0.0%	1.0%
運輸業	18.9%	43.2%	24.3%	13.5%	0.0%	3.5%
金融・保険業	4.8%	14.3%	14.3%	66.7%	0.0%	2.0%
不動産業	13.9%	30.6%	13.9%	38.9%	2.8%	3.4%
飲食・宿泊業	22.6%	64.5%	9.7%	3.2%	0.0%	2.9%
医療・福祉	0.0%	44.8%	34.5%	20.7%	0.0%	2.7%
教育・学習支援業	12.5%	25.0%	37.5%	25.0%	0.0%	0.8%

問2. 問1の「仕入価格上昇」に対して、どのような「対応策」をとられましたか。

(問1にて①、②または③を選択されている方への設問)

(複数選択)

	①販売価格へ転嫁	②仕入先の見直し	③仕入先への値下げ交渉	④代替品の検討	⑤コスト削減	⑥業務効率化	⑦新分野、新規事業の開始	⑧特に対策をしていない	⑨その他	総計
全体	563	130	91	133	173	161	24	108	9	1,392 (N=856)
小規模	353	85	55	79	93	82	17	66	4	834 (N=537)
中規模	186	39	33	48	69	68	6	38	5	492 (N=288)
大規模	24	6	3	6	11	11	1	4	0	66 (N=31)
建設業	118	36	36	33	35	37	4	19	1	319 (N=191)
製造業	139	27	13	22	46	47	6	20	0	320 (N=194)
卸売業	86	15	13	14	11	3	5	5	0	152 (N=94)
小売業	98	20	12	23	19	16	2	10	1	201 (N=124)
サービス業	67	14	9	18	29	27	4	24	2	194 (N=126)
その他	55	18	8	23	33	31	3	30	5	206 (N=127)
情報通信業	5	0	1	2	2	2	0	3	0	15 (N=9)
運輸業	16	4	1	2	8	12	0	9	2	54 (N=32)
金融・保険業	4	1	0	0	2	3	0	1	0	11 (N=7)
不動産業	9	3	2	1	4	1	0	5	0	25 (N=21)
飲食・宿泊業	20	8	1	12	10	6	1	4	0	62 (N=29)
医療・福祉	1	2	3	5	7	6	0	7	2	33 (N=23)
教育・学習支援業	0	0	0	1	0	1	2	1	1	6 (N=6)

問2. 問1の「仕入価格上昇」に対して、どのような「対応策」をとられましたか。

(問1にて①、②または③を選択されている方への設問)

(複数選択)

	①販売価格へ転嫁	②仕入先の見直し	③仕入先への値下げ交渉	④代替品の検討	⑤コスト削減	⑥業務効率化	⑦新分野、新規事業の開始	⑧特に対策をしていない	⑨その他	
全体	65.8%	15.2%	10.6%	15.5%	20.2%	18.8%	2.8%	12.6%	1.1%	(N=856)
小規模	65.7%	15.8%	10.2%	14.7%	17.3%	15.3%	3.2%	12.3%	0.7%	(N=537)
中規模	64.6%	13.5%	11.5%	16.7%	24.0%	23.6%	2.1%	13.2%	1.7%	(N=288)
大規模	77.4%	19.4%	9.7%	19.4%	35.5%	35.5%	3.2%	12.9%	0.0%	(N=31)
建設業	61.8%	18.8%	18.8%	17.3%	18.3%	19.4%	2.1%	9.9%	0.5%	(N=191)
製造業	71.6%	13.9%	6.7%	11.3%	23.7%	24.2%	3.1%	10.3%	0.0%	(N=194)
卸売業	91.5%	16.0%	13.8%	14.9%	11.7%	3.2%	5.3%	5.3%	0.0%	(N=94)
小売業	79.0%	16.1%	9.7%	18.5%	15.3%	12.9%	1.6%	8.1%	0.8%	(N=124)
サービス業	53.2%	11.1%	7.1%	14.3%	23.0%	21.4%	3.2%	19.0%	1.6%	(N=126)
その他	43.3%	14.2%	6.3%	18.1%	26.0%	24.4%	2.4%	23.6%	3.9%	(N=127)
情報通信業	55.6%	0.0%	11.1%	22.2%	22.2%	22.2%	0.0%	33.3%	0.0%	(N=9)
運輸業	50.0%	12.5%	3.1%	6.3%	25.0%	37.5%	0.0%	28.1%	6.3%	(N=32)
金融・保険業	57.1%	14.3%	0.0%	0.0%	28.6%	42.9%	0.0%	14.3%	0.0%	(N=7)
不動産業	42.9%	14.3%	9.5%	4.8%	19.0%	4.8%	0.0%	23.8%	0.0%	(N=21)
飲食・宿泊業	69.0%	27.6%	3.4%	41.4%	34.5%	20.7%	3.4%	13.8%	0.0%	(N=29)
医療・福祉	4.3%	8.7%	13.0%	21.7%	30.4%	26.1%	0.0%	30.4%	8.7%	(N=23)
教育・学習支援業	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	33.3%	16.7%	16.7%	(N=6)

問3. 「仕入価格上昇」分の内、販売価格に転嫁した割合について

(問2にて①販売価格に転嫁を選択されている方への設問)

	①10割(すべて 転嫁)	②8割以上	③5割以上8割未 満	④2割以上5割未 満	⑤2割未満	計
全体	89	131	137	100	102	559
小規模	64	78	81	65	63	351
中規模	20	50	51	30	33	184
大規模	5	3	5	5	6	24
建設業	23	27	26	24	17	117
製造業	14	30	43	22	29	138
卸売業	19	32	17	10	7	85
小売業	16	25	23	21	13	98
サービス業	10	8	19	12	17	66
その他	7	9	9	11	19	55
情報通信業	2	0	1	1	1	5
運輸業	0	5	4	4	3	16
金融・保険業	3	0	0	0	1	4
不動産業	2	1	0	3	3	9
飲食・宿泊業	0	3	4	2	11	20
医療・福祉	0	0	0	1	0	1
教育・学習支援業	0	0	0	0	0	0

問3. 「仕入価格上昇」分の内、販売価格に転嫁した割合について

(問2にて①販売価格に転嫁を選択されている方への設問)

(N=559)

	①10割(すべて 転嫁)	②8割以上	③5割以上8割未 満	④2割以上5割未 満	⑤2割未満	全体に対する 構成比
全体	15.9%	23.4%	24.5%	17.9%	18.2%	100.0%
小規模	18.2%	22.2%	23.1%	18.5%	17.9%	62.8%
中規模	10.9%	27.2%	27.7%	16.3%	17.9%	32.9%
大規模	20.8%	12.5%	20.8%	20.8%	25.0%	4.3%
建設業	19.7%	23.1%	22.2%	20.5%	14.5%	20.9%
製造業	10.1%	21.7%	31.2%	15.9%	21.0%	24.7%
卸売業	22.4%	37.6%	20.0%	11.8%	8.2%	15.2%
小売業	16.3%	25.5%	23.5%	21.4%	13.3%	17.5%
サービス業	15.2%	12.1%	28.8%	18.2%	25.8%	11.8%
その他	12.7%	16.4%	16.4%	20.0%	34.5%	9.8%
情報通信業	40.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.9%
運輸業	0.0%	31.3%	25.0%	25.0%	18.8%	2.9%
金融・保険業	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.7%
不動産業	22.2%	11.1%	0.0%	33.3%	33.3%	1.6%
飲食・宿泊業	0.0%	15.0%	20.0%	10.0%	55.0%	3.6%
医療・福祉	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.2%
教育・学習支援業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

問4. 価格転嫁が進まない理由について、該当する番号を選んでください。

(問3にて②～⑤をを選択されている方への設問)

(複数選択)

	①消費者の低価格志向が強い	②取引先の価格維持の要求がある	③競合他社が価格を上げていない	④需要減少の恐れがある	⑤長期契約により販売価格が固定されている	⑥価格転嫁しなくても利益確保できる	⑦今後、状況を見て価格転嫁する予定である	⑧その他	総計	
全体	166	143	127	177	37	9	119	7	785	(N=436)
小規模	104	84	68	104	22	9	73	4	468	(N=263)
中規模	52	52	51	63	13	0	44	3	278	(N=154)
大規模	10	7	8	10	2	0	2	0	39	(N=19)
建設業	33	32	26	21	4	2	22	0	140	(N=82)
製造業	30	51	38	46	11	4	28	4	212	(N=119)
卸売業	17	23	27	29	6	1	14	0	117	(N=62)
小売業	47	12	15	39	5	1	27	0	146	(N=75)
サービス業	18	19	14	21	7	0	15	1	95	(N=54)
その他	21	6	7	21	4	1	13	2	75	(N=44)
情報通信業	0	1	0	0	1	0	2	0	4	(N=3)
運輸業	2	4	3	4	3	0	7	1	24	(N=15)
金融・保険業	1	1	1	1	0	0	0	0	4	(N=1)
不動産業	6	0	0	3	0	0	0	1	10	(N=7)
飲食・宿泊業	11	0	3	13	0	1	4	0	32	(N=17)
医療・福祉	1	0	0	0	0	0	0	0	1	(N=1)
教育・学習支援業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	(N=0)

問4. 価格転嫁が進まない理由について、該当する番号を選んでください。

(問3にて②～⑤をを選択されている方への設問)

(複数選択)

	①消費者の低価格志向が強い	②取引先の価格維持の要求がある	③競合他社が価格を上げていない	④需要減少の恐れがある	⑤長期契約により販売価格が固定されている	⑥価格転嫁しなくても利益確保できる	⑦今後、状況を見て価格転嫁する予定である	⑧その他	
全体	38.1%	32.8%	29.1%	40.6%	8.5%	2.1%	27.3%	1.6%	(N=436)
小規模	39.5%	31.9%	25.9%	39.5%	8.4%	3.4%	27.8%	1.5%	(N=263)
中規模	33.8%	33.8%	33.1%	40.9%	8.4%	0.0%	28.6%	1.9%	(N=154)
大規模	52.6%	36.8%	42.1%	52.6%	10.5%	0.0%	10.5%	0.0%	(N=19)
建設業	40.2%	39.0%	31.7%	25.6%	4.9%	2.4%	26.8%	0.0%	(N=82)
製造業	25.2%	42.9%	31.9%	38.7%	9.2%	3.4%	23.5%	3.4%	(N=119)
卸売業	27.4%	37.1%	43.5%	46.8%	9.7%	1.6%	22.6%	0.0%	(N=62)
小売業	62.7%	16.0%	20.0%	52.0%	6.7%	1.3%	36.0%	0.0%	(N=75)
サービス業	33.3%	35.2%	25.9%	38.9%	13.0%	0.0%	27.8%	1.9%	(N=54)
その他	47.7%	13.6%	15.9%	47.7%	9.1%	2.3%	29.5%	4.5%	(N=44)
情報通信業	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	(N=3)
運輸業	13.3%	26.7%	20.0%	26.7%	20.0%	0.0%	46.7%	6.7%	(N=15)
金融・保険業	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	(N=1)
不動産業	85.7%	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	(N=7)
飲食・宿泊業	64.7%	0.0%	17.6%	76.5%	0.0%	5.9%	23.5%	0.0%	(N=17)
医療・福祉	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	(N=1)
教育・学習支援業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	(N=0)

姫路商工会議所 姫路経済研究所

〒670-8505 姫路市下寺町43番地

TEL : 079-223-6555 (直通)

FAX : 079-288-0047

URL : <https://www.himeji-cci.or.jp/>

