

2023年11月30日
株式会社日本政策金融公庫

仕入価格が「上昇した」と回答した企業は約 8 割にのぼる一方で、 販売価格を「引き上げた」と回答した企業は約 5 割にとどまる

価格動向に関するアンケート調査結果
(生活衛生関係営業の景気動向等調査特別調査結果2023年7～9月期)

<仕入価格動向>

- 仕入価格が前年に比べて「上昇した」と回答した企業割合は82.7%と、前年調査を6.1ポイント上回った（2ページ）。
- 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁は、「転嫁できている」と回答した企業割合が65.8%と、6割超を占めた一方で、「全く転嫁できていない」と回答した企業割合は31.1%と、3割超を占めた（4ページ）。
- 今後1年間の仕入価格の見通しは、「上昇する」と回答した企業割合が81.3%と、8割超を占めた（6ページ）。

<販売価格動向>

- 販売価格を前年に比べて「引き上げた」と回答した企業割合は55.2%と、前年調査を19.7ポイント上回った（7ページ）。
- 今後1年間の販売価格の見通しは、「引き上げる」と回答した企業割合が40.1%と、前年調査を3.4ポイント下回った（10ページ）。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部 生活衛生情報支援グループ TEL：03-3270-1653（担当：守屋、和知）
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

【調査の実施要領】

調査時点	2023年9月中旬			
調査方法	郵送調査			
調査対象	生活衛生関係営業 3,290企業			
有効回答企業数	3,141企業（回答率 95.5%）			
（業種内訳）	飲食業	1,452 企業	映画館	57 企業
	食肉・食鳥肉販売業	150 企業	ホテル・旅館業	183 企業
	冰雪販売業	54 企業	公衆浴場業	111 企業
	理容業	416 企業	クリーニング業	261 企業
	美容業	457 企業		

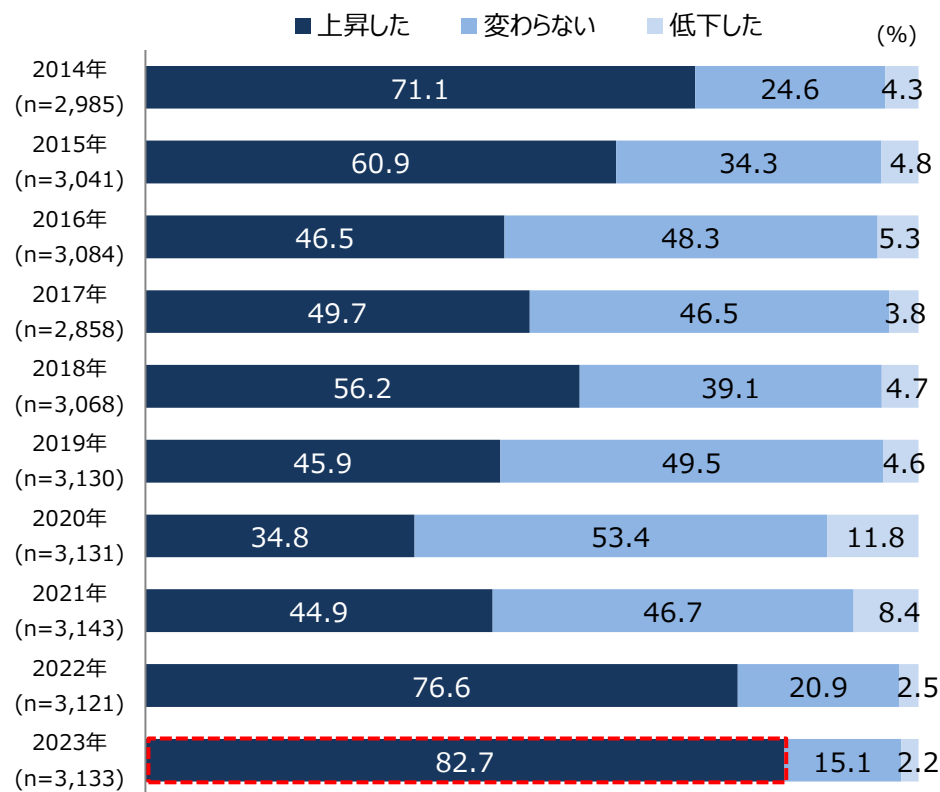
【本調査における留意事項】

- 2016年4～6月期調査から沖縄県の企業を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

1 仕入価格の動向

- 仕入価格が前年に比べて「上昇した」と回答した企業割合は82.7%と、前年調査を6.1ポイント上回った（図表1）。
- 業種別にみると、ホテル・旅館業が96.2%と最も高く、次いで、飲食業（92.9%）、食肉・食鳥肉販売業（91.9%）となっている（図表2）。

図表1 仕入価格の動向



※いずれの期も、前年同期（7～9月期）と比べた仕入価格の動向。

※回答割合は小数第2位を四捨五入して表示しているため、合計が100にならない場合がある（以下同じ）。

図表2 仕入価格の動向【業種別】

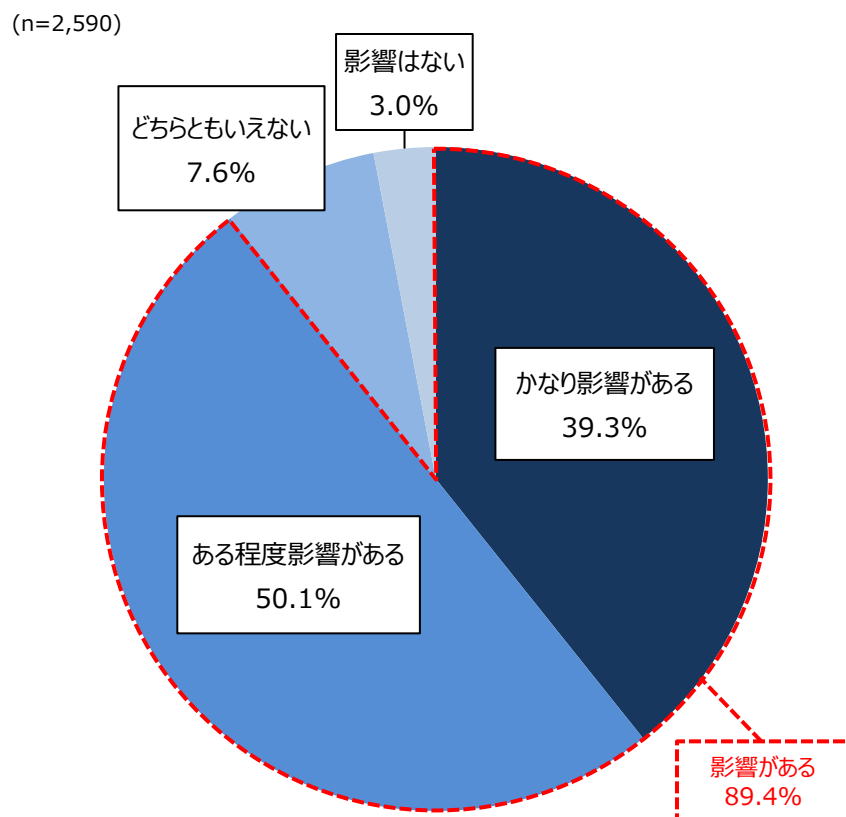
	上昇した (%)	変わらない (%)	低下した (%)
全体 (n=3,133)	82.7	15.1	2.2
飲食業 (n=1,445)	92.9	5.5	1.5
食肉・食鳥肉販売業 (n=149)	91.9	4.7	3.4
冰雪販売業 (n=54)	75.9	24.1	0.0
理容業 (n=416)	65.6	32.0	2.4
美容業 (n=457)	58.0	37.6	4.4
映画館 (n=57)	73.7	26.3	0.0
ホテル・旅館業 (n=183)	96.2	3.3	0.5
公衆浴場業 (n=111)	75.7	19.8	4.5
クリーニング業 (n=261)	87.7	9.6	2.7

※全体より5ポイント以上割合が高い項目を色掛け（青色）で表示（以下同じ）。

2 仕入価格上昇の経営悪化への影響

- 仕入価格上昇の経営悪化への影響は、「影響がある」（「かなり影響がある」「ある程度影響がある」の合計）と回答した企業割合が89.4%と、9割近くを占めた（図表3）。
- 「かなり影響がある」と回答した企業割合を業種別にみると、クリーニング業が50.7%と最も高く、次いで、公衆浴場業（47.6%）、飲食業（46.9%）となっている（図表4）。

図表3 仕入価格上昇の経営悪化への影響



※仕入価格が「上昇した」と回答した企業に尋ねたもの。

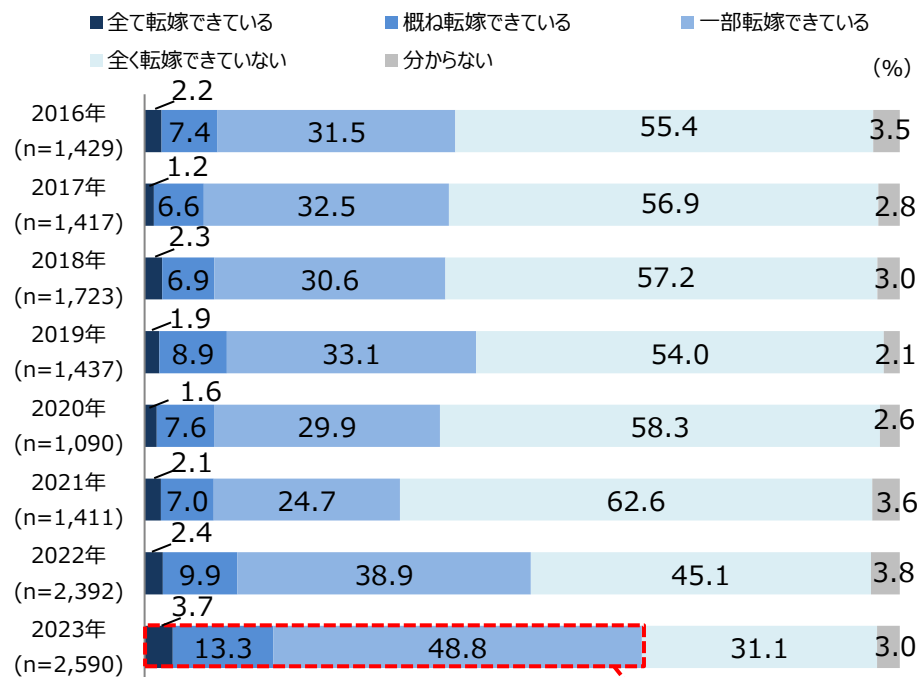
図表4 仕入価格上昇の経営悪化への影響【業種別】 (%)

	かなり影響がある	ある程度影響がある	どちらともいえない	影響はない
全体 (n=2,590)	39.3	50.1	7.6	3.0
飲食業 (n=1,343)	46.9	46.1	5.1	1.9
食肉・食鳥肉販売業 (n=137)	46.0	46.7	5.8	1.5
冰雪販売業 (n=41)	34.1	53.7	4.9	7.3
理容業 (n=273)	12.1	64.8	15.0	8.1
美容業 (n=265)	11.3	63.4	18.9	6.4
映画館 (n=42)	28.6	61.9	9.5	0.0
ホテル・旅館業 (n=176)	44.9	51.7	2.8	0.6
公衆浴場業 (n=84)	47.6	32.1	13.1	7.1
クリーニング業 (n=229)	50.7	45.4	3.1	0.9

3 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁

■ 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁は、「転嫁できている」（「全て転嫁できている」「概ね転嫁できている」「一部転嫁できている」の合計）と回答した企業割合が65.8%と、6割超を占めた一方で、「全く転嫁できていない」と回答した企業割合は31.1%と、3割超を占めた（図表5）。

図表5 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁



※仕入価格が「上昇した」と回答した企業に尋ねたもの。

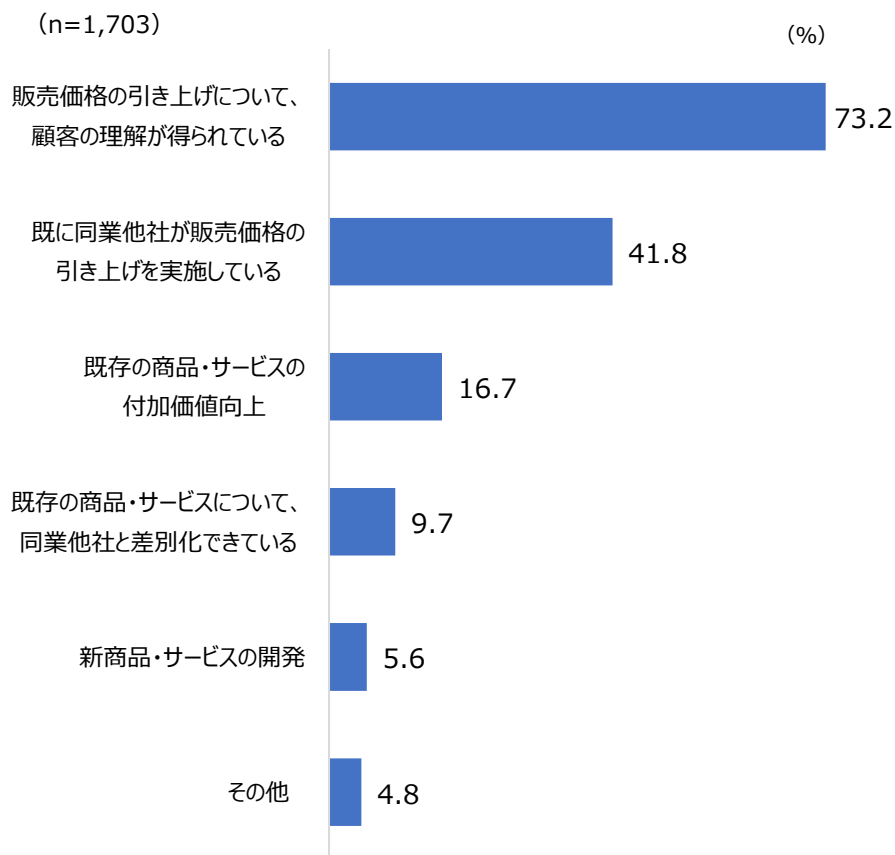
図表6 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁【業種別】

	全て転嫁できている (%)	概ね転嫁できている (%)	一部転嫁できている (%)	全く転嫁できていない (%)	分からない (%)
全体 (n=2,590)	3.7	13.3	48.8	31.1	3.0
飲食業 (n=1,343)	2.9	12.9	53.3	28.7	2.2
食肉・食鳥肉販売業 (n=137)	5.1	22.6	59.1	13.1	0.0
冰雪販売業 (n=41)	7.3	29.3	36.6	26.8	0.0
理容業 (n=273)	5.5	10.3	29.3	50.2	4.8
美容業 (n=265)	6.8	12.5	37.0	36.2	7.5
映画館 (n=42)	4.8	16.7	42.9	33.3	2.4
ホテル・旅館業 (n=176)	0.6	18.8	52.8	23.9	4.0
公衆浴場業 (n=84)	8.3	8.3	38.1	44.0	1.2
クリーニング業 (n=229)	2.2	9.2	57.6	28.8	2.2

4 仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由

■ 仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由について、「販売価格の引き上げについて、顧客の理解が得られている」と回答した企業割合が73.2%と最も高く、次いで「既に同業他社が販売価格の引き上げを実施している」（41.8%）、「既存の商品・サービスの付加価値向上」（16.7%）となった（図表7）。

図表7 原材料等の仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由（要因）【複数回答・2つまで】



図表8 原材料等の仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由（要因）【複数回答・2つまで、業種別】

(%)

	得られていて、顧客の理解が	販売価格の引き上げを実施している	既に同業他社が販売価格の引き上げを	付加価値向上	既存の商品・サービスの差別化できている	既存の商品・サービスの開発	その他
全体 (n=1,703)	73.2	41.8	16.7	9.7	5.6	4.8	
飲食業 (n=926)	74.3	40.4	17.1	10.9	7.3	4.4	
食肉・食鳥肉販売業 (n=119)	76.5	51.3	8.4	9.2	2.5	2.5	
冰雪販売業 (n=30)	80.0	60.0	3.3	0.0	0.0	0.0	
理容業 (n=123)	75.6	33.3	17.1	7.3	2.4	10.6	
美容業 (n=149)	75.8	34.9	19.5	9.4	6.0	2.7	
映画館 (n=27)	55.6	74.1	7.4	0.0	3.7	0.0	
ホテル・旅館業 (n=126)	60.3	50.8	28.6	7.9	5.6	5.6	
公衆浴場業 (n=45)	75.6	31.1	0.0	2.2	2.2	11.1	
クリーニング業 (n=158)	71.5	43.0	17.1	12.7	1.9	5.1	

※「仕入価格上昇分を販売価格に転嫁できている」と回答した企業に尋ねたもの。
 ※複数回答のため、割合の合計は100にならない。

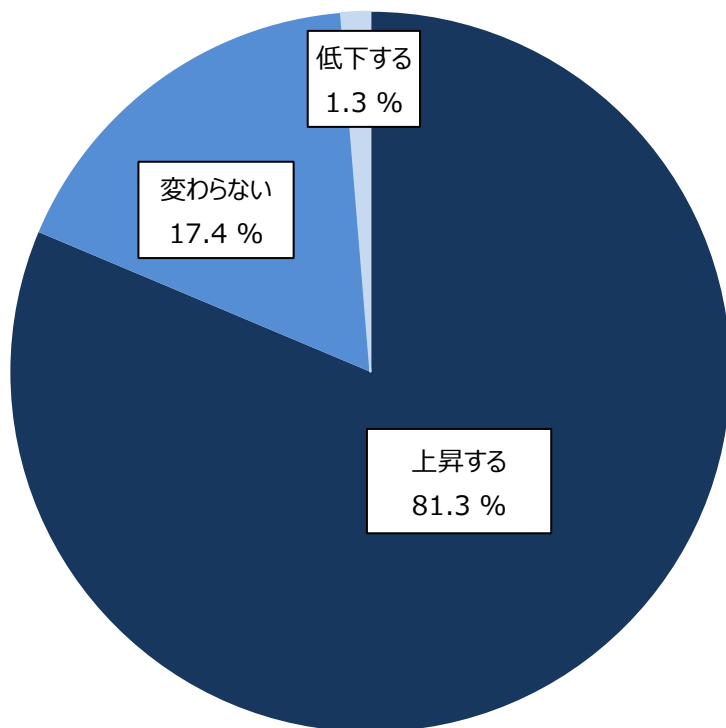
※サンプル数30未満の業種については、参考値として灰色で表示。

5 今後1年間の仕入価格の見通し

- 今後1年間の仕入価格の見通しは、「上昇する」と回答した企業割合が81.3%と、8割超を占めた（図表9）。
- 業種別にみると、ホテル・旅館業が91.3%と最も高く、次いで、クリーニング業（90.0%）、飲食業（88.2%）となっている（図表10）。

図表9 今後1年間の仕入価格の見通し

(n=3,141)



図表10 今後1年間の仕入価格の見通し【業種別】

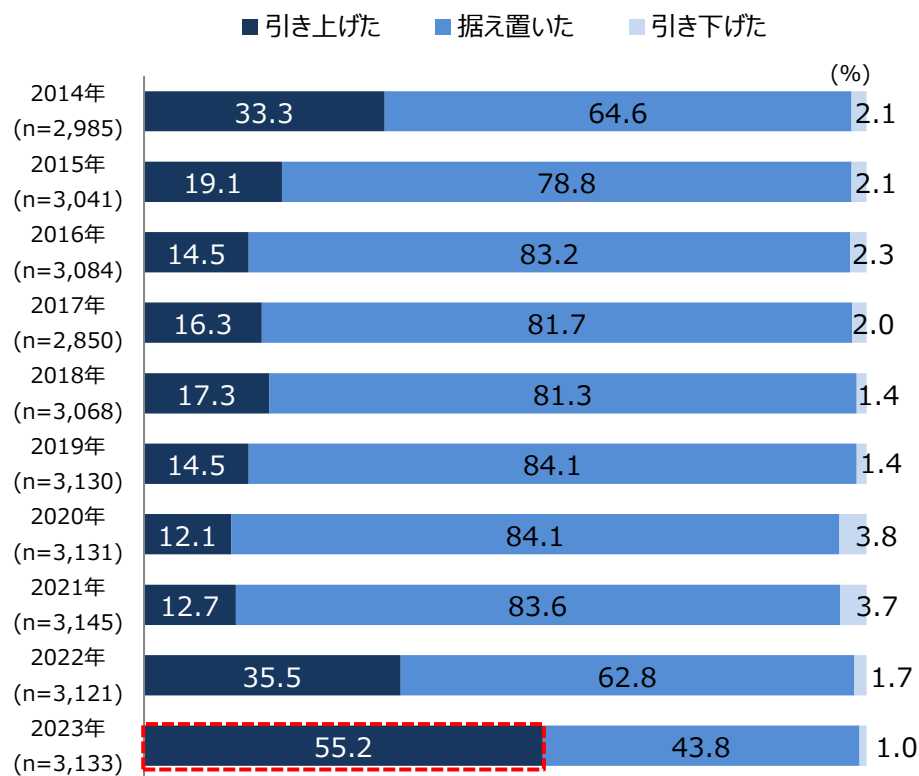
(%)

	上昇する	変わらない	低下する
全体 (n=3,141)	81.3	17.4	1.3
飲食業 (n=1,452)	88.2	11.0	0.8
食肉・食鳥肉販売業 (n=150)	78.7	18.7	2.7
冰雪販売業 (n=54)	66.7	33.3	0.0
理容業 (n=416)	67.5	30.5	1.9
美容業 (n=457)	68.5	28.4	3.1
映画館 (n=57)	66.7	33.3	0.0
ホテル・旅館業 (n=183)	91.3	8.7	0.0
公衆浴場業 (n=111)	77.5	21.6	0.9
クリーニング業 (n=261)	90.0	9.2	0.8

6 販売価格の動向

- 販売価格を前年に比べて「引き上げた」と回答した企業割合は55.2%と、前年調査を19.7ポイント上回った（図表11）。
- 業種別にみると、食肉・食鳥肉販売業が80.5%と最も高く、次いで、ホテル・旅館業（70.5%）、飲食業（62.0%）となっている（図表12）。

図表11 販売価格の動向



※いずれの期も、前年同期（7～9月期）と比べた販売価格の動向。

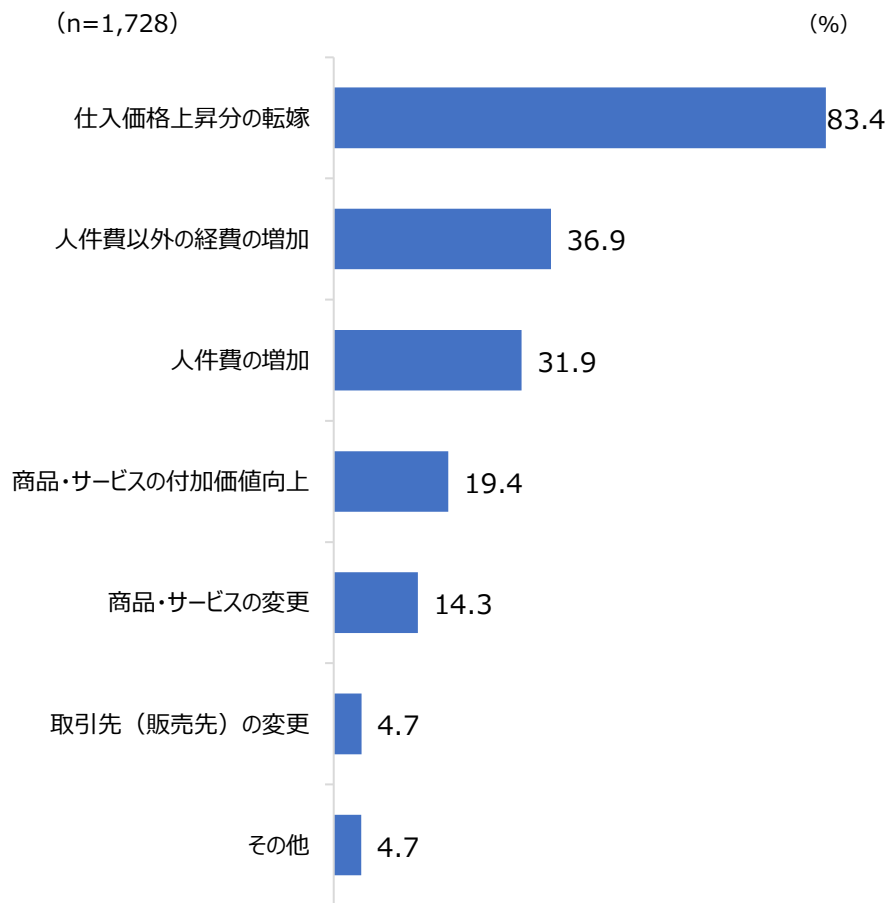
図表12 販売価格の動向【業種別】

	引き上げた (%)	据え置いた (%)	引き下げた (%)
全体 (n=3,133)	55.2	43.8	1.0
飲食業 (n=1,445)	62.0	37.0	1.0
食肉・食鳥肉販売業 (n=149)	80.5	19.5	0.0
冰雪販売業 (n=54)	61.1	37.0	1.9
理容業 (n=416)	32.5	66.1	1.4
美容業 (n=457)	38.7	60.2	1.1
映画館 (n=57)	56.1	42.1	1.8
ホテル・旅館業 (n=183)	70.5	29.0	0.5
公衆浴場業 (n=111)	45.9	54.1	0.0
クリーニング業 (n=261)	59.8	39.1	1.1

7 販売価格引き上げの理由

- 販売価格引き上げの理由は、「仕入価格上昇分の転嫁」と回答した企業割合が83.4%と最も高く、次いで、「人件費以外の経費の増加」(36.9%)、「人件費の増加」(31.9%)となった(図表13)。

図表13 販売価格引き上げの理由【複数回答】



※販売価格を「引き上げた」と回答した企業に尋ねたもの。
 ※複数回答のため、割合の合計は100にならない。

図表14 販売価格引き上げの理由【複数回答、業種別】

(%)

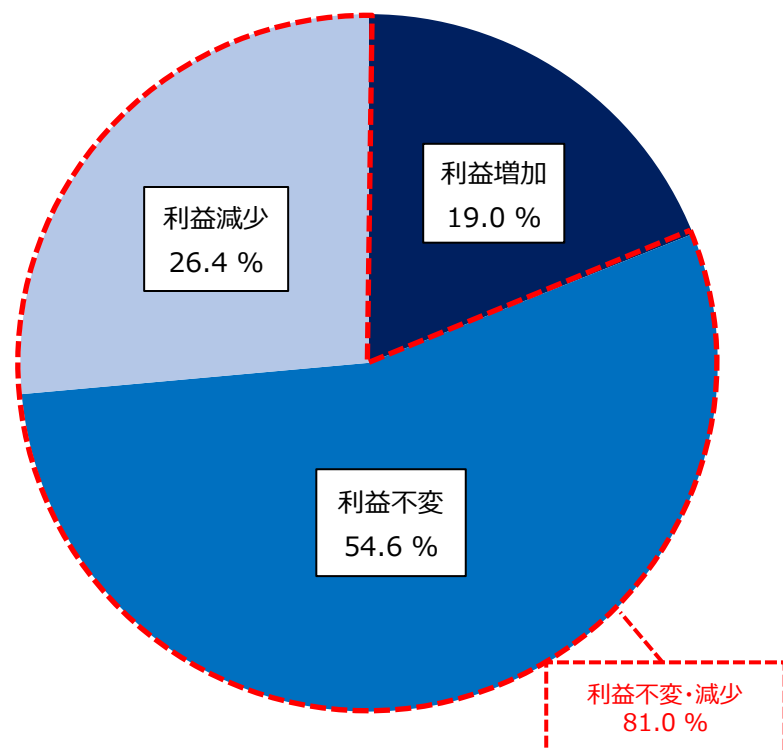
	仕入価格上昇分の転嫁	人件費以外の経費の増加	人件費の増加	商品の付加価値向上	商品・サービスの變更	取引先(販売先)の變更	その他
全体 (n=1,728)	83.4	36.9	31.9	19.4	14.3	4.7	4.7
飲食業 (n=895)	88.8	35.5	32.4	17.8	15.2	6.1	3.8
食肉・食鳥肉販売業 (n=120)	91.7	36.7	33.3	15.0	4.2	0.8	1.7
冰雪販売業 (n=33)	78.8	27.3	12.1	9.1	9.1	6.1	6.1
理容業 (n=135)	68.1	34.8	20.0	20.7	13.3	3.7	9.6
美容業 (n=177)	65.0	32.8	25.4	27.7	24.9	3.4	6.8
映画館 (n=32)	68.8	46.9	68.8	12.5	18.8	6.3	6.3
ホテル・旅館業 (n=129)	78.3	52.7	54.3	31.0	16.3	5.4	5.4
公衆浴場業 (n=51)	88.2	21.6	11.8	5.9	0.0	2.0	7.8
クリーニング業 (n=156)	87.2	42.9	30.1	20.5	9.0	1.9	3.2

8 販売価格を引き上げた企業の利益の動向

- 販売価格を引き上げた企業の利益の動向は、「利益不変または利益減少」と回答した企業割合が81.0%と、8割超を占めた（図表15）。

図表15 販売価格を引き上げた企業の利益の動向

(n=1,729)



※販売価格を「引き上げた」と回答した企業に尋ねたもの。

図表16 販売価格を引き上げた企業の利益の動向【業種別】

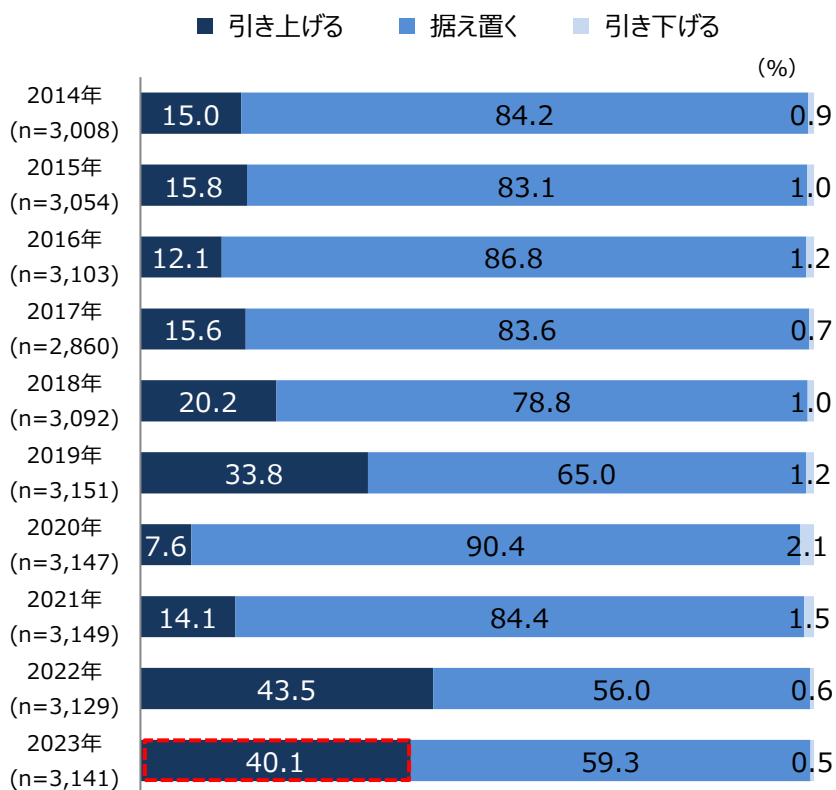
(%)

	利益増加	利益不変	利益減少
全体 (n=1,729)	19.0	54.6	26.4
飲食業 (n=896)	16.0	53.3	30.7
食肉・食鳥肉販売業 (n=120)	18.3	49.2	32.5
氷雪販売業 (n=33)	36.4	42.4	21.2
理容業 (n=135)	29.6	54.1	16.3
美容業 (n=177)	16.4	68.4	15.3
映画館 (n=32)	31.3	50.0	18.8
ホテル・旅館業 (n=129)	28.7	53.5	17.8
公衆浴場業 (n=51)	17.6	54.9	27.5
クリーニング業 (n=156)	16.7	55.1	28.2

9 今後1年間の販売価格の見通し

- 今後1年間の販売価格の見通しは、「引き上げる」と回答した企業割合が40.1%と、前年調査を3.4ポイント下回った（図表17）。
- 業種別にみると、食肉・食鳥肉販売業が60.7%と最も高く、次いで、ホテル・旅館業（55.7%）、クリーニング業（46.0%）となっている（図表18）。

図表17 今後1年間の販売価格の見通し



図表18 今後1年間の販売価格の見通し【業種別】

	(%)		
	引き上げる	据え置く	引き下げる
全体 (n=3,141)	40.1	59.3	0.5
飲食業 (n=1,452)	45.0	54.6	0.4
食肉・食鳥肉販売業 (n=150)	60.7	39.3	0.0
冰雪販売業 (n=54)	35.2	63.0	1.9
理容業 (n=416)	23.3	76.4	0.2
美容業 (n=457)	25.2	73.7	1.1
映画館 (n=57)	35.1	64.9	0.0
ホテル・旅館業 (n=183)	55.7	43.7	0.5
公衆浴場業 (n=111)	39.6	60.4	0.0
クリーニング業 (n=261)	46.0	52.9	1.1