

価格転嫁率は65.7%

帝国データバンク調査

紙類・文具・書籍卸がトップ

0%、「2割以上5割未満」(16.8%)、「8割以上」(14.4%)。「10割すべて転嫁できている企業は4.5%。一方で、「全く価格

帝国データバンクは、7月18日～31日、2万7763社を対象に実施した「現在の価格転嫁に関する実態調査」を発表した。

それによると価格転嫁率は43.6%。昨年12月から3.7ポイントの改善にとどまった。

自社の主な商品・サービスにおいて、「コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているか」の設問では、コストの上昇分に対して「多少なりとも価格転嫁できている」企業は74.5%となった。

その内訳は、「5割以上8割未満」が19.8%で最も高く、「2割未満」(19.8%)、「2割以上5割未満」(16.8%)、「8割以上」(14.4%)。「10割すべて転嫁できている企業は4.5%。一方で、「全く価格

価格転嫁率～主な業種別

価格転嫁率が高い業種		価格転嫁率が低い業種	
紙類・文具・書籍卸売	65.7	医療・福祉保健衛生	15.2
鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	64.3	娯楽サービス	21.6
化学品卸売	63.1	リース・賃貸	24.8
建材・家具・窯業・土石製品卸売	57.4	農・林・水産	25.6
パルプ・紙・紙加工品製造	56.9	運輸・倉庫	26.2

転嫁できない」企業は12.9%と、前回調査(2022年12月)より3.0ポイント低下したものの、現時点でも価格転嫁が全くできていない企業が1割を超えている。一方で、「全く価格転嫁できない」企業は12.9%と、前回調査(2022年12月)より3.0ポイント低下したものの、現時点でも価格転嫁が全くできていない企業が1割を超えている。

コスト上昇分に対する販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は43.6%となった。これはコストが100円上昇した場合に43.6円しか販売価格に反映できていないことを示し、前回調査(39.9%)より3.7ポイント転嫁が進んでいるが、依然として6割弱のコストを企業が負担する状態が続いている。

価格転嫁率を業種別にみると、価格転嫁率が高い業種では、「紙類・文具・書籍卸売」が65.7%でトップ。次いで、「鉄鋼・非鉄

鉱業製品卸売(64.3%)、「化学品卸売」(63.1%)が続く。価格転嫁率が6割を超えたのはいずれも卸売業となった。

一方、低い業種では、一般病院や老人福祉事業などの「医療・福祉・保健衛生」(15.2%)が最も低く、映画・ビデオ制作業やパチンコホールなどを含む「娯楽サービス」(21.6%)や「リース・賃貸」(24.8%)、「農・林・水産」(25.6%)が続く。

今回の調査の結果によると、自社の商品・サービスのコスト上昇に対して、多少なりとも価格転嫁ができている」企業は74.5%となった。7割を下回っていた前回調査(2022年12月に実施)から5.3ポイント改善し、あらゆるモノ

の価格が上昇していることに対する各企業への認知や理解が、着実に進んでいる。「すべて価格転嫁できている」企業は4.5%(前回4.1%)にとどまった一方で、「全く価格転嫁できない」企業も12.9%を占めるなど、依然として格差がみられる。結果として、価格転嫁率は43.6%と、前回調査から3.7ポイント改善したものの、コスト上昇分の6割弱を企業が負担していることになる。

競合他社が多く価格が上げづらい業界では、自社の商品・サービスの価格の値上げによって、「取引企業や最終消費者の顧客離れを危惧し価格転嫁に踏み切れない」といった声や、「値上げ交渉自体が行えない」「むしろ値下げを要求され

た」と値上げが全く進まないといった声もある一方、独自性のある商品販売により競合他社が少なく、価格転嫁しやすいと回答した企業もあり、より付加価値の高い商品・サービスを提供するための取り組みが求められる。物価上昇に賃金が追いつかず消費の低迷が懸念される中、いかにコスト上昇と価格転嫁のバランスをとるかがより重要となる。

1万5千人が来場

大阪ギフトショーを開催

第65回大阪ギフト・ショー(以下「ギフト・ショー」)は、9月14、15日(土・日)に天満橋のOMビル2階で開催、会期中1万5千人の来場を見込むなど、多数のバイヤーが来場し、活発な商談を展開した。

今回は145社が149小間を設営。会場は①おしゃれ雑貨&ビューティーズ店(神奈川県横浜市)、②インテリア雑貨③ファンシー&ホビー④クルメ&モリアルギフト⑤プレミアム&インセンティブ⑥インポートギフト⑦ギフト・マール⑧関西eimon展⑨ACTIVE CREATOR STORE ⑩雑貨かわいい食マルシェ⑪人と地球にやさしいサステナブル展⑫Outdoor Gear&サウナフェア⑬関西の各フェアで構成した。

店頭陳列コンテスト

LIHIT LAB.

グランプリに岡書帯広イーストモール店

株式会社LIHIT LAB.

の第23位に選出されたと発表された。

世界21カ国の年間売上げ



株式会社がパイロットコーポレーション(伊藤秀社長、東京都)、米国ニュースウィーク社と調査会社ドイッ・スタティスタ社が実施した「世界で最も信頼されている企業」の調査により、コンシューマグッズ部門

5億ドル以上の上場企業の中から、米国をはじめとした各国の約7万人の消費者・投資家・従業員らの意見を集約し、23の業種別に「世界で最も信頼されている企業」が1社選ばれた。同社はワールドワイドに展開する企業として、その製品の品質・サービス、企業ガバナンス、企業風土などが高く評価された。



岡書帯広イーストモールの田中社長(右)とグランプリの岡書帯広イーストモール店

ミファシリーズ
店頭陳列コンテスト
LIHIT LAB.
グランプリに
岡書帯広イーストモール店

【グランプリ】
岡書帯広イーストモール店(北海道帯広市)
【準グランプリ】
カワチあへのHoop店(大阪府大阪市)
文教堂書店札幌ルーシー店(北海道札幌市)

【優秀賞】
株式会社石丸文行堂本店(長崎県長崎市)、うさぎや

特別功労賞を受賞

コクヨフェーズフリーアワード

コクヨ株式会社(黒田英邦社長、大阪市)は、フェーズフリーの視点を取り入れた同社の取り組みが、一般社団法人フェーズフリー協会(佐藤唯行代表理事)が主催する「フェーズフリーアワード2023特別功労賞」を受賞した。

同アワードは、フェーズフリーという「いつもと「もしも」に関わらず生活の質を向上させ、私たちの生活や命を守ってくれるもの」にしようという、新しい考え方に基づく、さまざまな事業やアイデアを広く社会から募り、優れた事業やアイデアを顕彰する活動で、2021年の第1回目



フェーズフリーアワード受賞の様式



ワンランク「アップ」のなめらかさ

書くよろこび、 思いのままに



書き出しが良く
ペン先が強い

新開発
シナジーチップ
搭載

細書きなのに
なめらかな書き味

新顔料
ゲルインキ
採用

ジュースアップ Juice up

水性顔料ゲルインキボールペン

単色ボールペン 3色ボールペン 4色ボールペン

www.pilot.co.jp