

各種コストの上昇に悩む県内企業の価格転嫁の動きが注目される。値上げ浸透に向けた鍵の一つは消費者マインドの改善であり、所得増加の源泉となるベア率や夏季賞与の動きからも目を離せない。

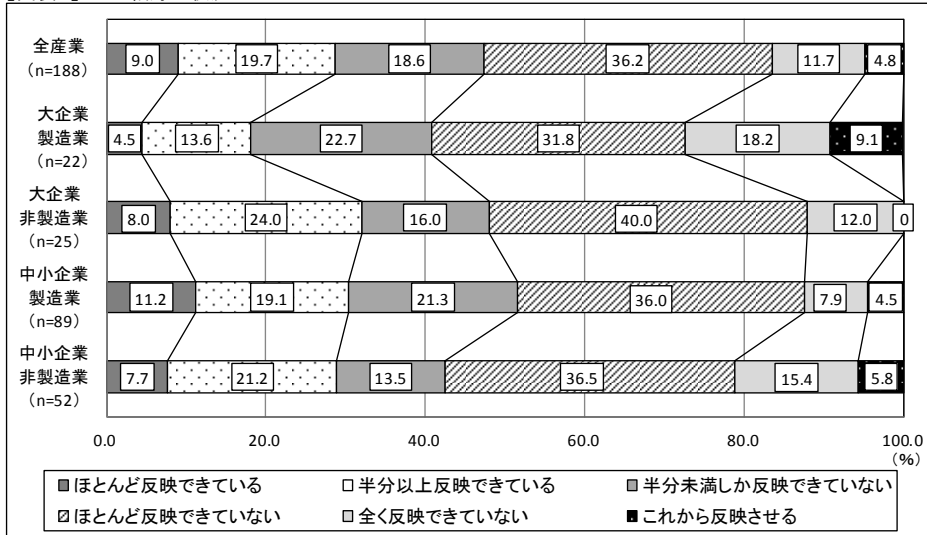
海外経済の好調持続や東京オリ・パラ向けインフラ整備の進展などから、18年度も業績伸長を見込む企業が多くみられるが、人件費・物流費を始めとした各種コストの上昇も本格化しつつある。

当社が実施したアンケート調査結果（千葉経済センターからの受託、17年12月1日～18年1月16日、有効回答社数236社）をみると、人件費、原材料費、輸送費など1年前と比べて足許のコストが「増加した」とする企業は、全体の6割を上回った。上昇割合は+5%未満とする先が最も多いが、コスト増加分を商品・サービスの販売価格に「ほとんど反映できている」とする先は、鉄鋼、金属など中心に全体の9.0%にとどまった。反面、

「全く反映できていない」11.7%と「ほとんど反映できていない」36.2%を合わせると全体の半数近くに上り、素材加工・卸売や大手宅配業者の動きに追随した一部運輸会社の値上げが浸透する一方で、食品製造など消費関連企業で価格転嫁に苦慮する先が多い。

冒頭の企業業績改善見通しは、足許のコスト上昇を社内で吸収するほか、販価にもある程度転嫁できることが前提となっているため、消費者の所得増加の源泉となるベア交渉（注）・夏季賞与の行方を含めて、各企業が打ち出している値上げがどの程度浸透するかが注目される。

【図表1】コスト転嫁の状況



(出所) 千葉経済センター「千葉県企業経営動向調査2017年10-12月期」

【図表2】食料品（国際市況高、円安）、外食（人件費増、材料費高）の値上げの動き

商品・サービス	変更時期	値上げ率 (%)	
食料品など	トイレットペーパー他 家庭紙全品	17年5月	10%以上
	家庭用バター	17年6月	1.2
	ビール	17年6月	10%程度
	家庭用強力粉	17年7月	2.3
	かつお節	17年8月	10%程度

商品・サービス	変更時期	改定前 (円)	改定後 (円)	値上げ率 (%)
外食	イカ揚げ	17年9月	320 → 370	15.6
	焼き鳥	17年10月	(※) 280 → (※) 298	6.4
	牛丼中盛	17年11月	470 → 480	2.1
	海鮮太巻	17年12月	(※) 648 → (※) 790	21.9
	天丼	18年1月	500 → 540	8.0

【出所】各社HPや新聞報道などから株式会社ちばぎん総合研究所が作成

(※) は税抜き価格

(注) 今春闘においても政府は、消費拡大による経済の好循環を実現するため、「3%賃上げ」を実施するよう経済界に要請している。これに配慮して経団連も春闘方針に異例の数値目標を示した。当社のアンケート結果（図表3）からみると、県内企業のベースアップ率（定昇抜き）は、ここ数年1%台半ばの動きが続いている。政府や中央財界の動きに呼応した、今年度の県内企業の賃上げ動向が注目される。（大塚）

【図表3】ベースアップ率

(単位: %)

	16年度実績	17年度予定
全体	1.4 (n=39)	1.5 (n=28)
大企業製造業	0.7 (n=6)	0.8 (n=5)
大企業非製造業	1.7 (n=4)	2.0 (n=4)
中小企業製造業	1.6 (n=22)	1.4 (n=11)
中小企業非製造業	1.5 (n=7)	1.7 (n=8)

(注) 実施(予定)企業の平均値

(出所) 千葉経済センター

「千葉県企業経営動向調査2017年1-3月期」