

仕入価格が上昇するも価格転嫁が進まない生活衛生関係営業

～仕入価格が上昇した企業は約6割、価格転嫁率50%未満の企業は約8割～

価格動向及び顧客の消費動向等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（2015年7～9月期）

概要

- 仕入価格が「上昇した」企業割合は60.9%となったが、販売価格を「引き上げた」企業割合は19.1%にとどまり、販売価格への転嫁が難しい状況がうかがえる（3、7ページ）。
- 仕入価格上昇への対策は、「諸経費（人件費、光熱費等）の削減」、「仕入先の変更」、「販売価格への転嫁」の順に高い（5ページ）。
- 仕入価格が上昇した企業における仕入価格上昇分の販売価格への転嫁率をみると、「全く転嫁できていない（0%）」が29.8%、「20%未満」が33.3%、「20%以上50%未満」が17.0%となり、「転嫁率50%未満」が約8割を占めている（6ページ）。
- 今後1年間の見通しでは、仕入価格が「上昇する」企業割合は53.6%であるのに対し、販売価格を「引き上げる」企業割合は15.8%にとどまり、販売価格への転嫁が難しい状況が続く見通し（3、7ページ）。
- 顧客の消費動向は、「1年前と比べ、顧客の節約志向が弱まっている」が11.7%と、5年前（2010年）に比べて3.7ポイント増加。また、高額商品・サービスの売上動向は、「1年前と比べ、高額商品・サービスの売上は増加した」が8.4%と、5年前（2010年）に比べて4.9ポイント増加。顧客の消費態度は改善しているとみる企業割合が増加している（9、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 竹迫、谷藤

【調査の実施要領】

調査時点	2015年9月上旬
調査方法	郵送調査
調査対象	生活衛生関係営業 3,220 企業
有効回答企業数	3,054 企業（回答率 94.8%）

<業種内訳>

飲食業	1,448 企業
食肉・食鳥肉販売業	146 企業
氷雪販売業	55 企業
理容業	374 企業
美容業	436 企業
映画館	56 企業
ホテル・旅館業	170 企業
公衆浴場業	114 企業
クリーニング業	255 企業

【本調査における留意事項】

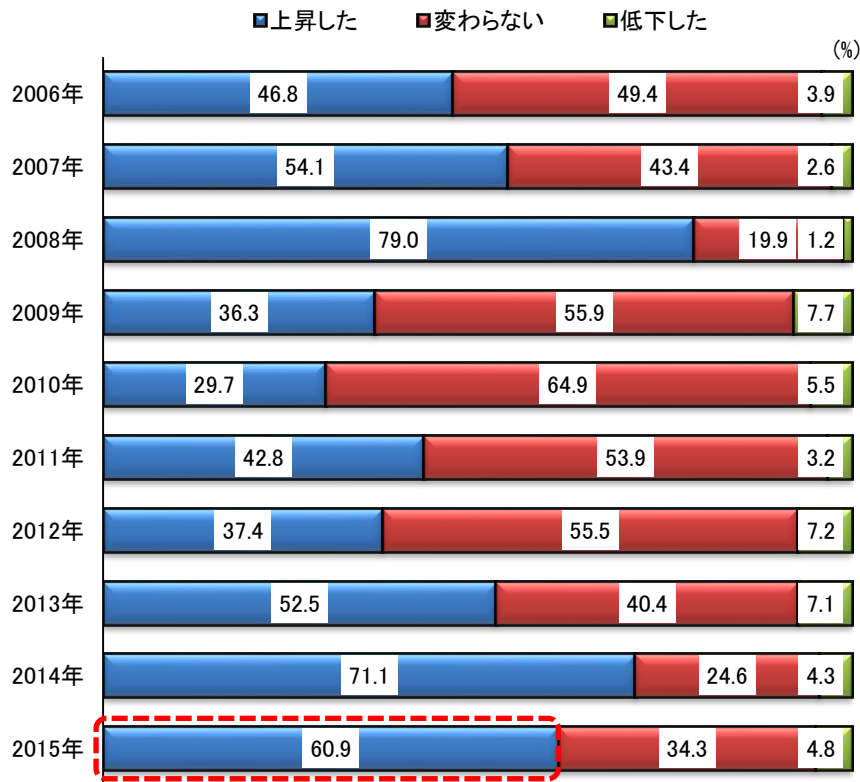
- ・ 2012年4～6月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われている。
- ・ 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

1 価格動向

(1) 仕入価格の動向

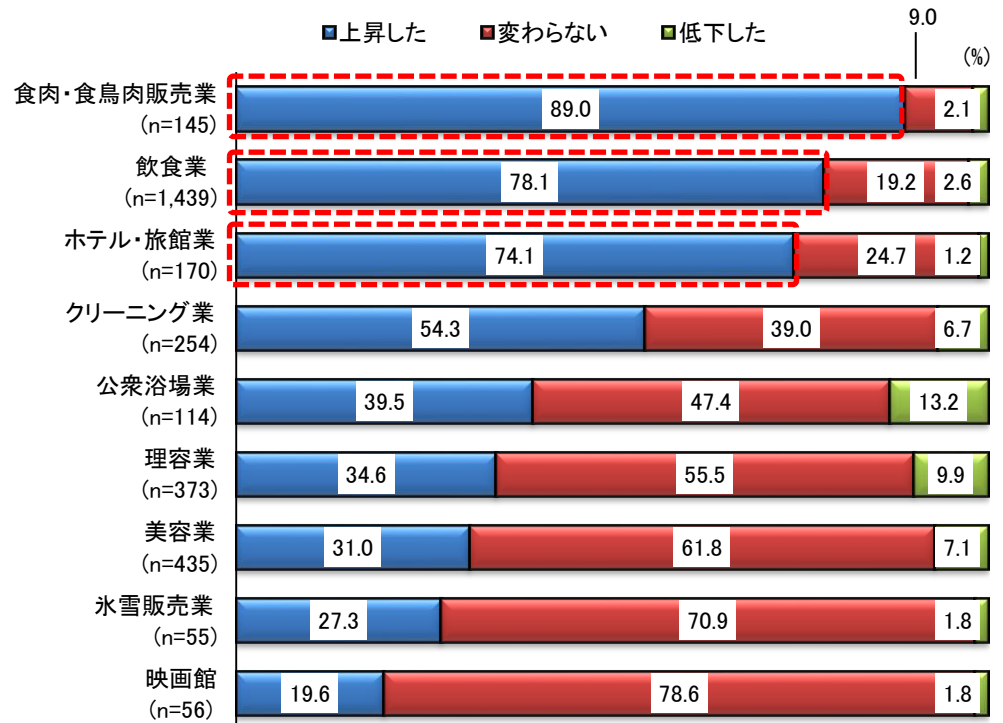
- 仕入価格の動向は、「上昇した」が60.9%と、4期ぶりに前年同期を下回ったものの依然として全体の約6割を占めている（参考1）。
- 業種別にみると、「上昇した」の回答割合は、食肉・食鳥肉販売業、飲食業、ホテル・旅館業の順に高い（参考2）。
- 今後1年間の仕入価格の見通しは、「上昇する」が53.6%となっている（参考3）。

参考1 仕入価格の動向



※いずれの期も7~9月期

参考2 仕入価格の動向【業種別】



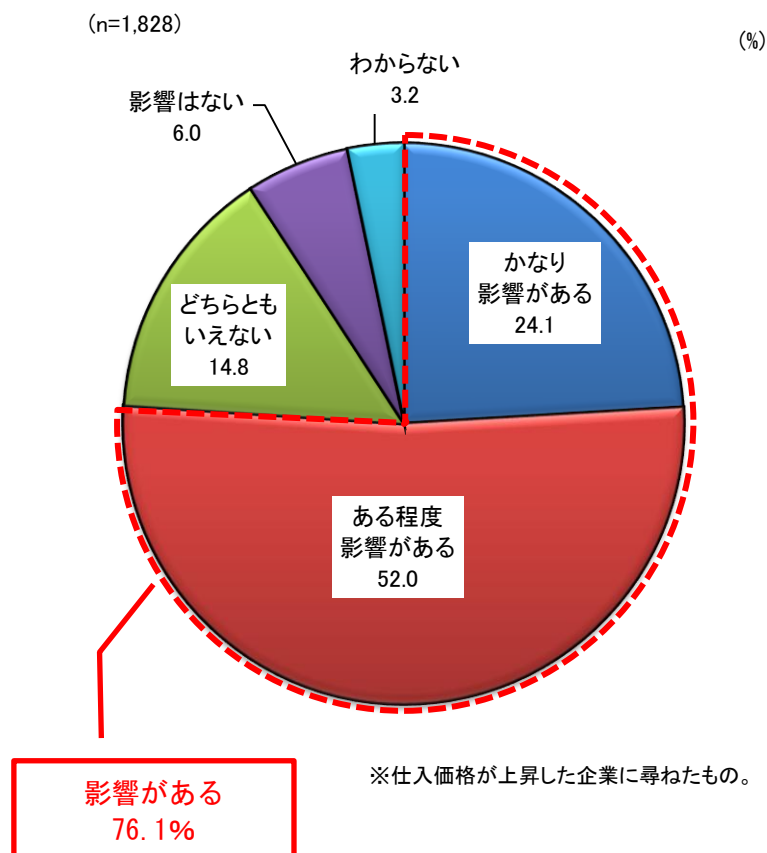
参考3 今後1年間の仕入価格の見通し



(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)の回答割合が76.1%となっている(参考4)。

参考4 仕入価格上昇の経営悪化への影響



参考5 仕入価格上昇の経営悪化への影響 (具体的内容)

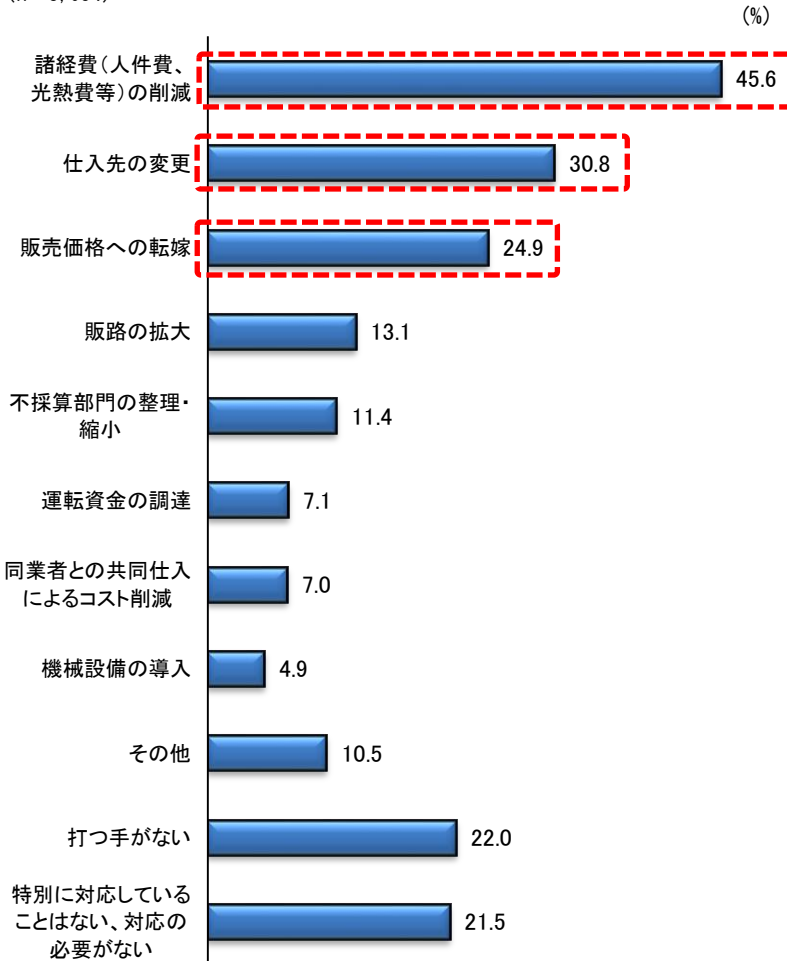
都道府県	業種	内容
北海道	喫茶店	珈琲豆の価格が世界的な生産の減少と円相場の影響で高騰し利益が低下した。
宮城県	中華料理店	天候不良の影響で葉物野菜が高値になり、対策として中国産を代用しているが、それも品薄になり高値となった。仕入価格は変わっても売値を変えられず自店の努力で営業中。
福島県	美容業	エクステ用毛の仕入価格の上昇が激しく、質の良いエクステの低価格を維持するのが難しくなった。
東京都	社交業	円安による輸入洋酒等の価格が上昇し利益低下となった。
栃木県	その他飲食店	輸入品(パスタやオリーブオイル等)や葉物(レタス等)の高温多雨による価格上昇などにより、利益率が低下した。
富山県	料理店	四国地方の天候不順で、なす、すだち等の野菜が高騰。また、台風の影響で魚の水揚げ不漁で価格が高騰し利益が低下した。
岐阜県	すし店	岐阜の市場は西日本(特に九州)からの仕入が多いため、大雨や台風の影響で仕入価格が上昇している。
三重県	その他飲食店	スパゲティ、オリーブオイル、チーズなど大半の商品に使用する原材料が軒並み値上がりしているが販売価格を値上げすることも出来ず、原価率がアップしている。
兵庫県	料理店	魚、野菜の仕入価格が10%以上値上げされ利益が低下した。また、仕入支払サイトを短期に変更された。
奈良県	社交業	気温が例年より高い為、野菜類の価格が不安定で仕入を難しくしている。
岡山県	ホテル・旅館業	天候不順が続き、青果や鮮魚を中心に原材料価格が上昇し利益を圧迫した。
島根県	ホテル・旅館業	食材を中心とした原価上昇が利益に影響を及ぼしている。アメニティ等の物品も仕入原価は上昇傾向、旅行会社等の送客手数料も上昇が予想される。
高知県	ホテル・旅館業	円安による輸入価格上昇で仕入価格が高騰した。鰹の水揚げが少なく、例年にない価格に上昇した(現在は落ち着いている)。
福岡県	社交業	主に主力商品の高級ウイスキーの入荷不足と値上げは、大きな損失となっている。
熊本県	食肉販売業	国産牛肉の価格は、品薄から仕入価格が昨年より3割程度上昇しており、高級部位(サーロイン・ヒレ)の売れ行きも悪く利益が低下した。
宮崎県	その他飲食店	魚類(特にエビ、カニ類)価格の上昇で利益が減少、メニューにも影響している。魚料理専門店が、専門店でなくなる危機感がある。

(3) 仕入価格上昇への対策

○ 仕入価格上昇への対策は、「諸経費（人件費、光熱費等）の削減」、「仕入先の変更」、「販売価格への転嫁」の順に高い（参考6）。

参考6 仕入価格上昇への対策（複数回答）

(n=3,054)



参考7 仕入価格上昇への対策で効果的だったもの

都道府県	業種	内容
北海道	ホテル・旅館業	複数の仕入業者から見積書を取り寄せる。メニューの見直しや価格調整をこまめに行う。
青森県	公衆浴場業	同業者との共同仕入に力をいれる。
秋田県	そば・うどん店	材料使用の際、目分量だったものをしっかり計量して無駄をなくした。資金に余裕がある時は大量に仕入れ、値段交渉し単価を下げる。
群馬県	社交業	特売日を把握し価格の安い時期にまとめ買いをしている。また、ネット仕入の機会を増やしている。
千葉県	そば・うどん店	一つの仕入で一つのメニューを作っていたが、一つの仕入で三つ四つのメニューを作れるように工夫した。
神奈川県	冰雪販売業	配送を依頼する際は、採算に見合った数量を仕入することで、流通コストを押さえて原価率の上昇をおさえている。
新潟県	理容業	証明設備のLED化などでコストの削減を図る。同品質でロープライスの品物を探す。
静岡県	その他飲食店	現金買いで、数量もまとめ買いし値引きしてもらっている。また、ネット通販を利用するようになった。
滋賀県	その他飲食店	ロスを減らすように工夫する。仕入価格ばかり気にして業者を変えていると信頼関係が築けない。
大阪府	料理店	無駄を出さないように気をつけるだけでなく、献立内容を工夫し、接客内容を見直し、お客様の満足度を下げずにコストを抑える努力をした。
鳥取県	クリーニング業	業者のセール期間安売を利用して、クリーニング資材、包装資材を一括して6か月単位で仕入する。
岡山県	美容業	技術的な改良により、一人あたりに使用する薬液を削減し、材料費の高騰に対応した。
愛媛県	中華料理店	今まで1つの業者と取引をしていたが、3社に見積書を依頼し仕入単価の見直しを行った。その結果、鶏ムネ生肉の仕入単価が15%下がった。
高知県	喫茶店	単一メーカーからの仕入を見直し、複数の仕入先の変動する単価を見ながら時価で安い方から仕入する。長期間保管可能な品はケースでまとめて仕入するようにしている。
福岡県	食鳥肉販売業	経費削減のため、パートのシフトを見直し経費の無駄がないようにしている。
長崎県	社交業	販売価格への転嫁をお客様に説明し、ご理解をいただけるよう接客している。

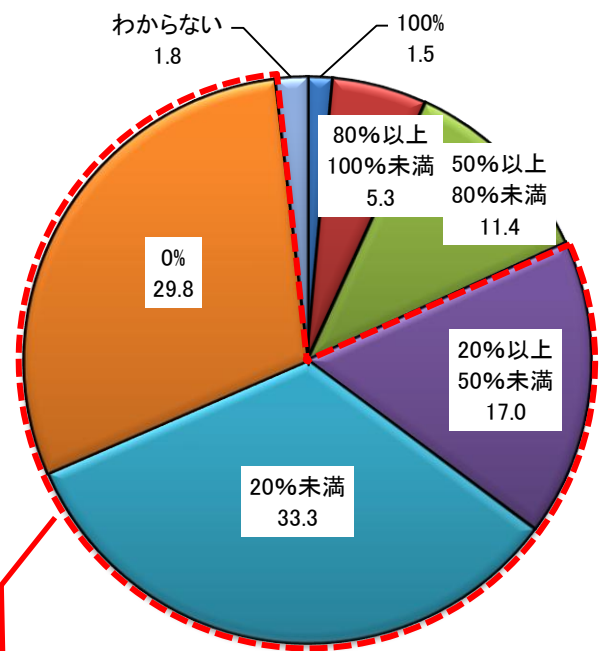
(4) 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁率

- 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁率をみると、「全く転嫁できていない(0%)」が29.8%、「20%未満」が33.3%、「20%以上50%未満」が17.0%となり、「転嫁率50%未満」が約8割を占めている(参考8)。
- 業種別にみると、「転嫁率50%未満」の回答割合は、公衆浴場業、クリーニング業、飲食業の順に高い(参考9)。

※本調査における転嫁率:販売価格への転嫁分/仕入価格の上昇分

参考8 仕入価格上昇分の価格転嫁率

(n=1,851)

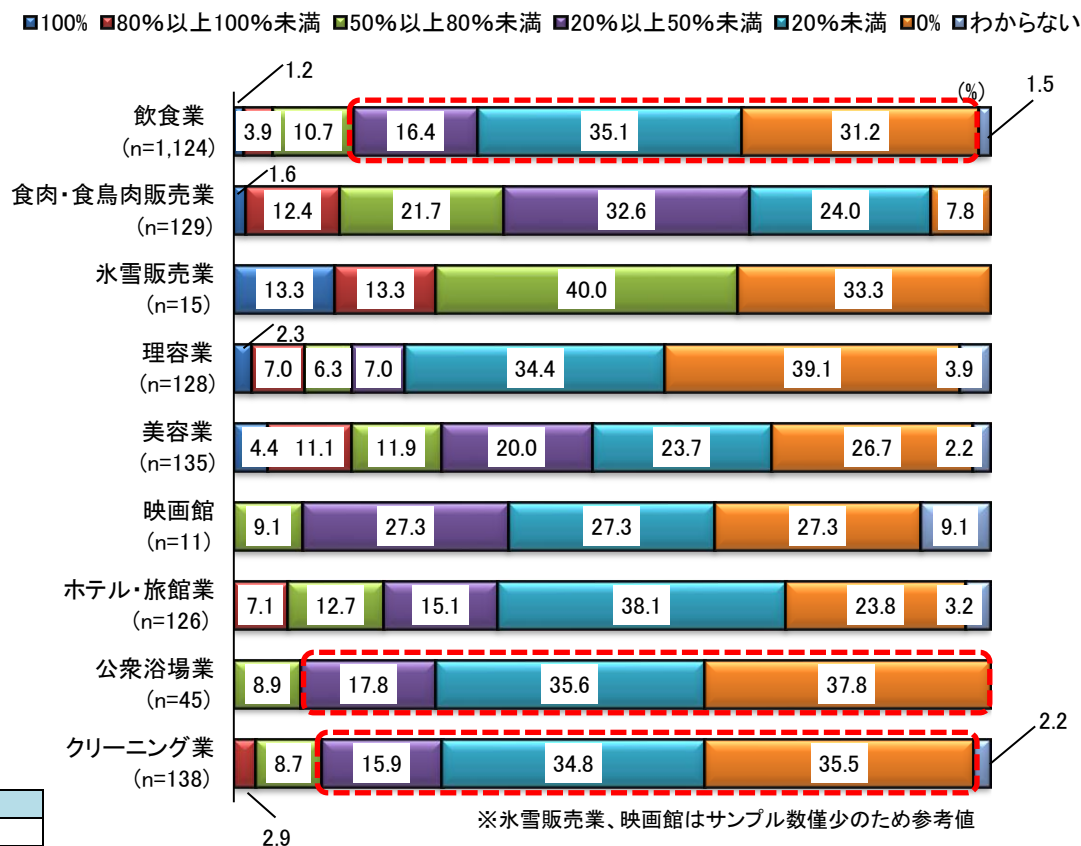


転嫁率50%未満
80.1%

※仕入価格が上昇した企業に尋ねたもの。
※質問項目は次の通り。

質問項目
全て転嫁できている(転嫁率100%)
ほぼ転嫁できている(転嫁率80%以上100%未満)
ある程度転嫁できている(転嫁率50%以上80%未満)
多少転嫁できている(転嫁率20%以上50%未満)
ほとんど転嫁できていない(転嫁率20%未満)
全く転嫁できていない(転嫁率0%)
わからない

参考9 仕入価格上昇分の価格転嫁率【業種別】

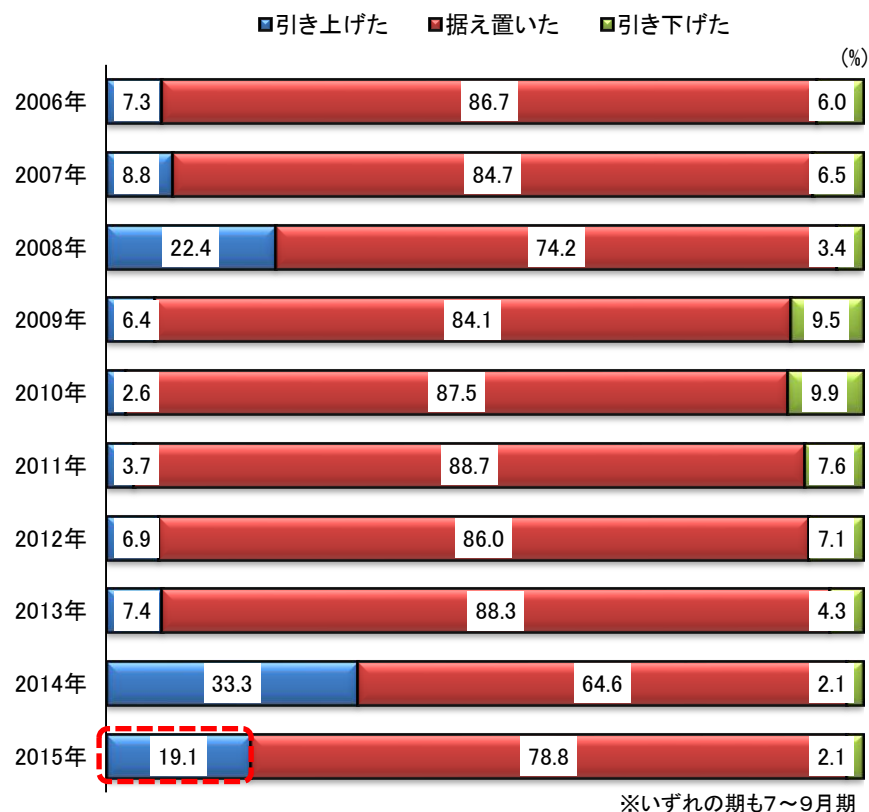


※氷雪販売業、映画館はサンプル数僅少のため参考値

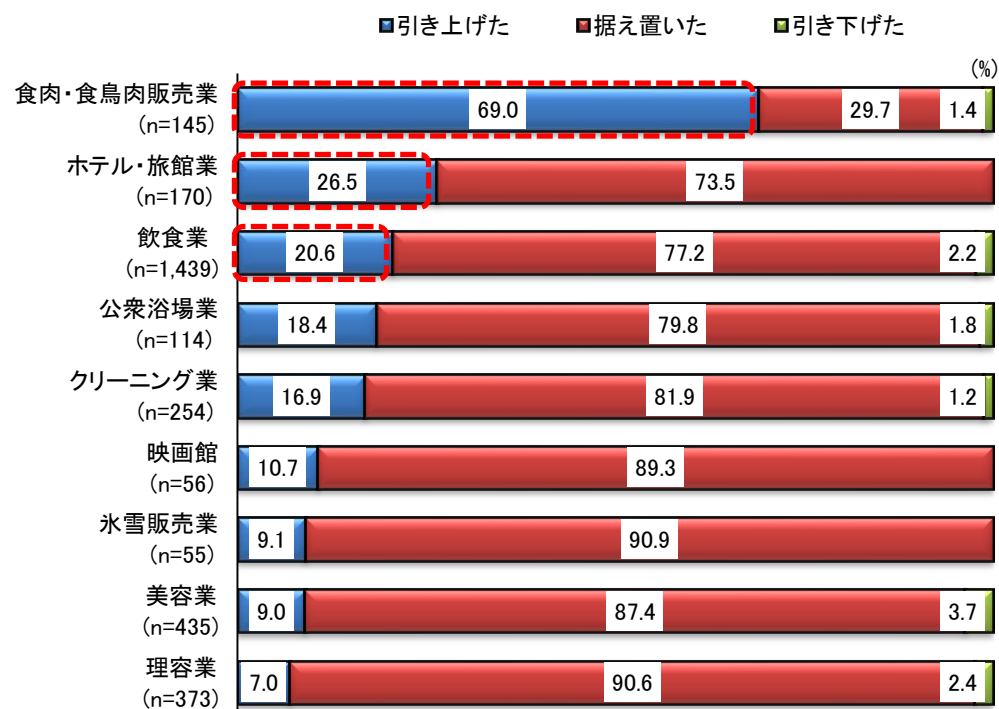
(5) 販売価格の動向

- 販売価格の動向は、「引き上げた」が19.1%と、6期ぶりに前年同期を下回ったものの依然として「据え置いた」が全体の約8割を占めている（参考10）。
- 業種別にみると、「引き上げた」の回答割合は、食肉・食鳥肉販売業、ホテル・旅館業、飲食業の順に高い（参考11）。
- 今後1年間の販売価格の見通しは、「引き上げる」が15.8%となっている（参考12）。

参考10 販売価格の動向



参考11 販売価格の動向【業種別】



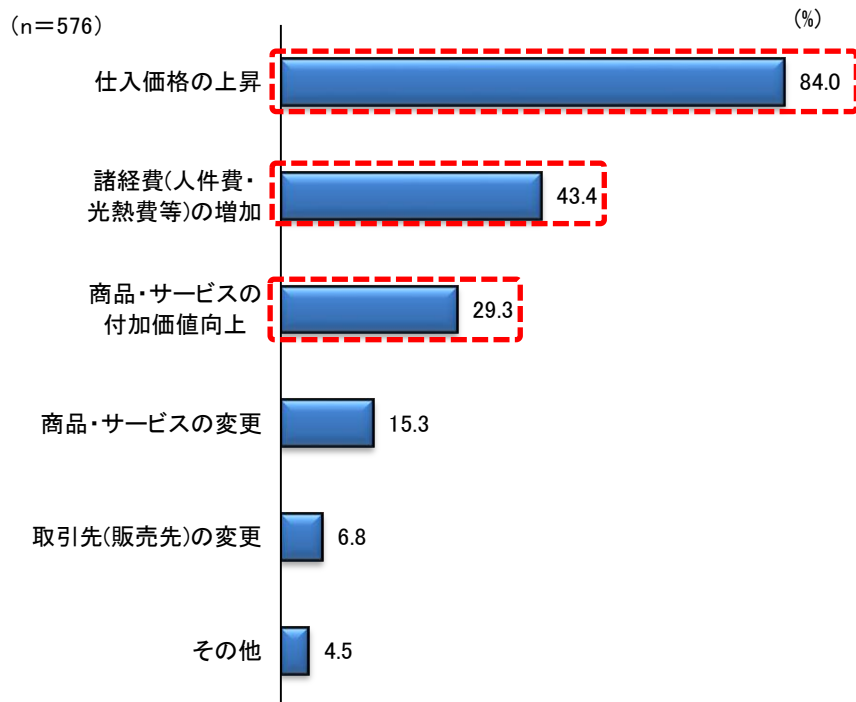
参考12 今後1年間の販売価格の見通し



(6) 販売価格引き上げの理由

○ 販売価格引き上げの理由は、「仕入価格の上昇」、「諸経費（人件費・光熱費等）の増加」、「商品・サービスの付加価値向上」の順に高い（参考13）。

参考13 販売価格引き上げの理由（複数回答）



参考14 販売価格引き上げの理由（具体的内容）

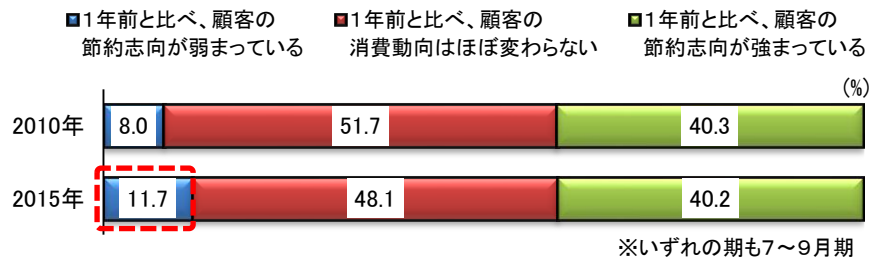
都道府県	業種	内容
山形県	そば・うどん店	若者向き、高齢者向きのメニューを開発した。
山形県	クリーニング業	お金がかかっても、シミを落としてほしいと希望するお客様が増えた。また、クリーニングのついでにリフォームを希望するお客様も増えた。
茨城県	すし店	本物を求めるお客様が増えて、価格が上がっても問題なく売れている。丼物も 1,000～2,000 円の商品がよく売れている。
愛知県	そば・うどん店	セットメニューに 1 品（デザート）を増やしお値打ち感を出した。
滋賀県	すし店	寿司専門店から寿司割烹の形式に変更したところ、料理の幅が広がりお客様の満足度が向上した。
大阪府	理容業	お顔ぞり、その後のお顔のお手入れ、プチエステ等、気持ち良さ・スッキリ感を感じてもらえるような技術の向上を図った。
島根県	ホテル・旅館業	従来、無償で対応していたサービスについて、質の向上を図り有料オプションサービスとした。
岡山県	ホテル・旅館業	外国人に対応するため料金体系を見直した。また、付加価値を向上させるため、大浴場の改修や全館無料Wi-Fiの設置などの設備投資や社員教育セミナーの実施、リネンやアメニティーの見直しを行った。
岡山県	喫茶店	メインメニューの盛り付けに工夫を凝らし、見た目のインパクトを出している。グルメ番組に定期的に出演し、店の付加価値の向上を図っている。
広島県	クリーニング業	確かな技術についてHPやブログで発信したところ遠方から来店してもらえた。提供サービスの高付加価値化と接客態度の見直しが効果的。
宮崎県	美容業	ヘアカラー、パーマなど毛髪にダメージの出やすい施術は、一部のお客様のみに勧めていたが、若干料金を上げてダメージケアを行い勧めることにした。

2 顧客の消費動向等

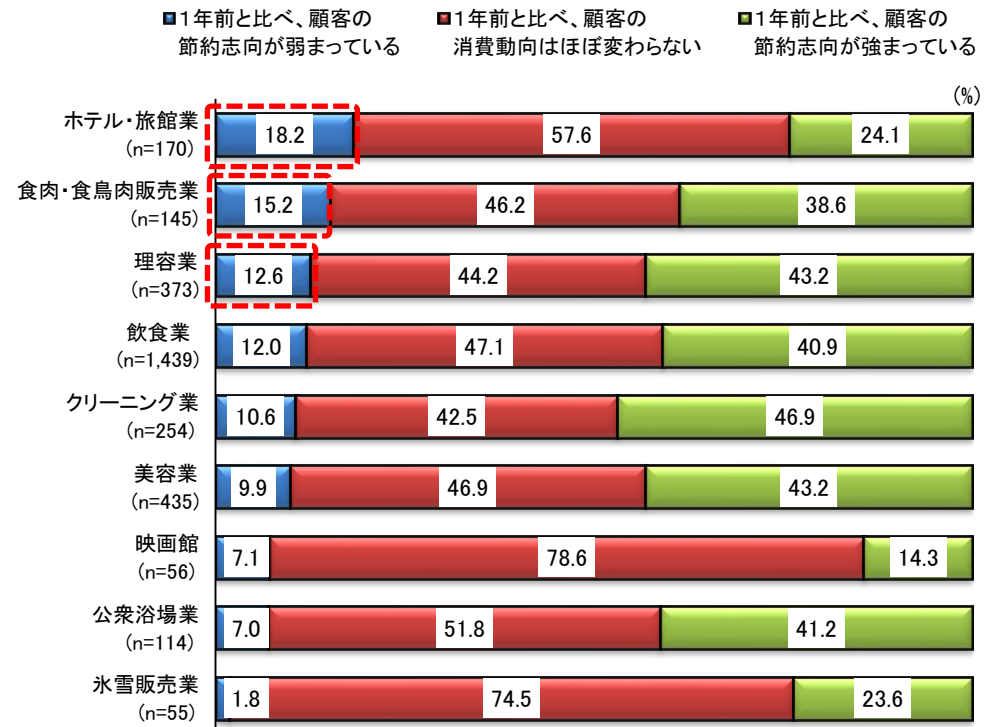
(1) 顧客の消費動向

- 顧客の消費動向は、「1年前と比べ、顧客の節約志向が弱まっている」が11.7%と、5年前（2010年）に比べて3.7ポイント増加（参考15）。
- 業種別にみると、「1年前と比べ、顧客の節約志向が弱まっている」の回答割合は、ホテル・旅館業、食肉・食鳥肉販売業、理容業の順に高い（参考16）。

参考15 顧客の消費動向



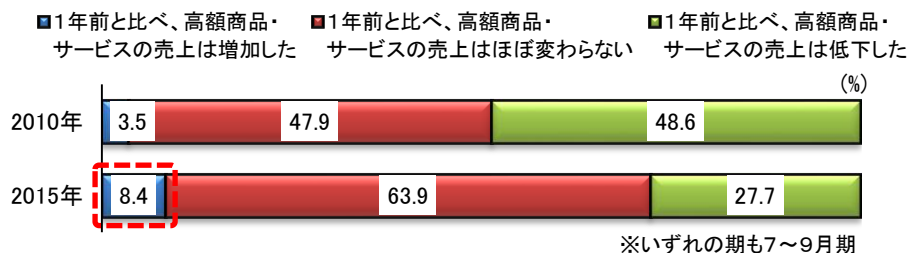
参考16 顧客の消費動向【業種別】



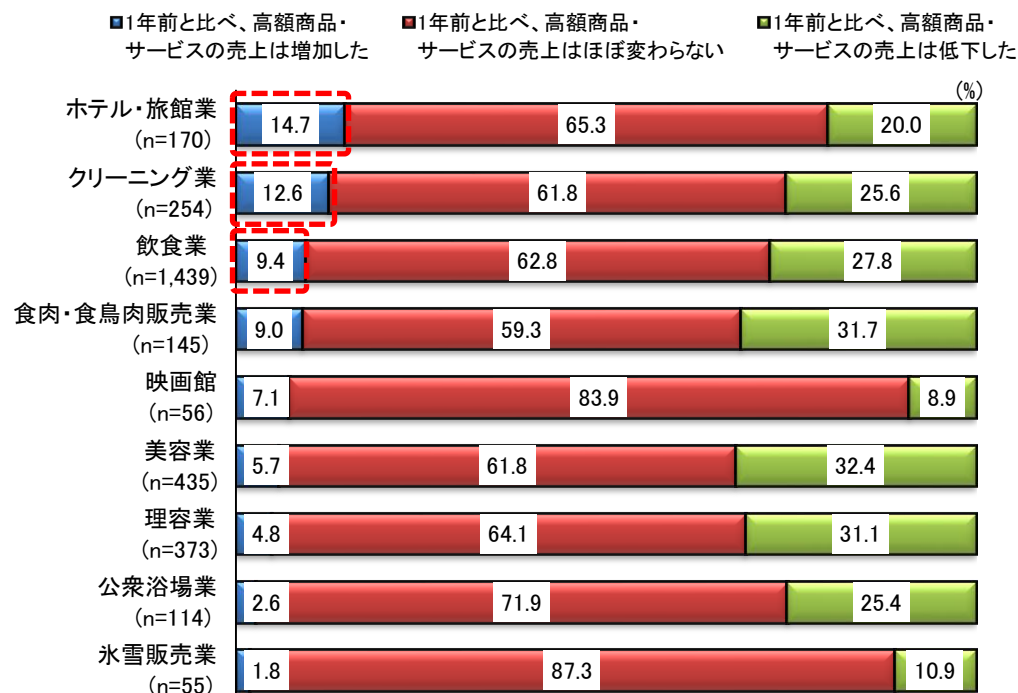
(2) 高額商品・サービスの売上動向

- 高額商品・サービスの売上動向は、「1年前と比べ、高額商品・サービスの売上は増加した」が8.4%と、5年前（2010年）に比べて4.9ポイント増加（参考17）。
- 業種別にみると、「1年前と比べ、高額商品・サービスの売上は増加した」の回答割合は、ホテル・旅館業、クリーニング業、飲食業の順に高い（参考18）。
- 今後1年間の高額商品・サービスの売上見通しは、「高額商品・サービスの売上は増加する」が8.6%となっている（参考19）。

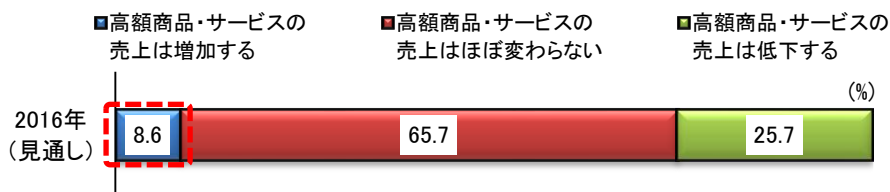
参考17 高額商品・サービスの売上動向



参考18 高額商品・サービスの売上動向（業種別）



参考19 今後1年間の高額商品・サービスの売上見通し



参考20 高額商品・サービスの売上動向の背景

都道府県	業種	内容
北海道	すし店	外国人観光客が増加しており、要望を取り入れた商品の提供が好評で売上が増加している。
宮城県	料理店	おいしいお酒はなぜおいしいかなど、高額商品を顧客に知ってもらうように心がけた。
東京都	そば・うどん店	季節商品等について予告のチラシを配っている効果が表れている。お客様の興味を引く食材（例えば豊など）を使ったメニューにすることで高めの値段設定ができています。
富山県	その他飲食店	週末は県外観光客の利用が多く、高額商品の購入が増えた。
石川県	すし店	観光客に留まらず、地元の方も「のどろく」をはじめとした特産物の注文があるので、相対的に単価が上昇する傾向がある。
兵庫県	中華料理店	プレミアム付商品券の影響で少しだけ贅沢をしたいと普段はあまり食べない高価な物の注文が増えた。
奈良県	その他飲食店	奈良も外国の方が多くなっている。高くても良品の物を求める方も多く、あまり考えすぎないで、その道一筋に良品を提供するように心掛けている。
岡山県	ホテル・旅館業	東京、大阪のインパウンドの余波が少し岡山にも出ている。