

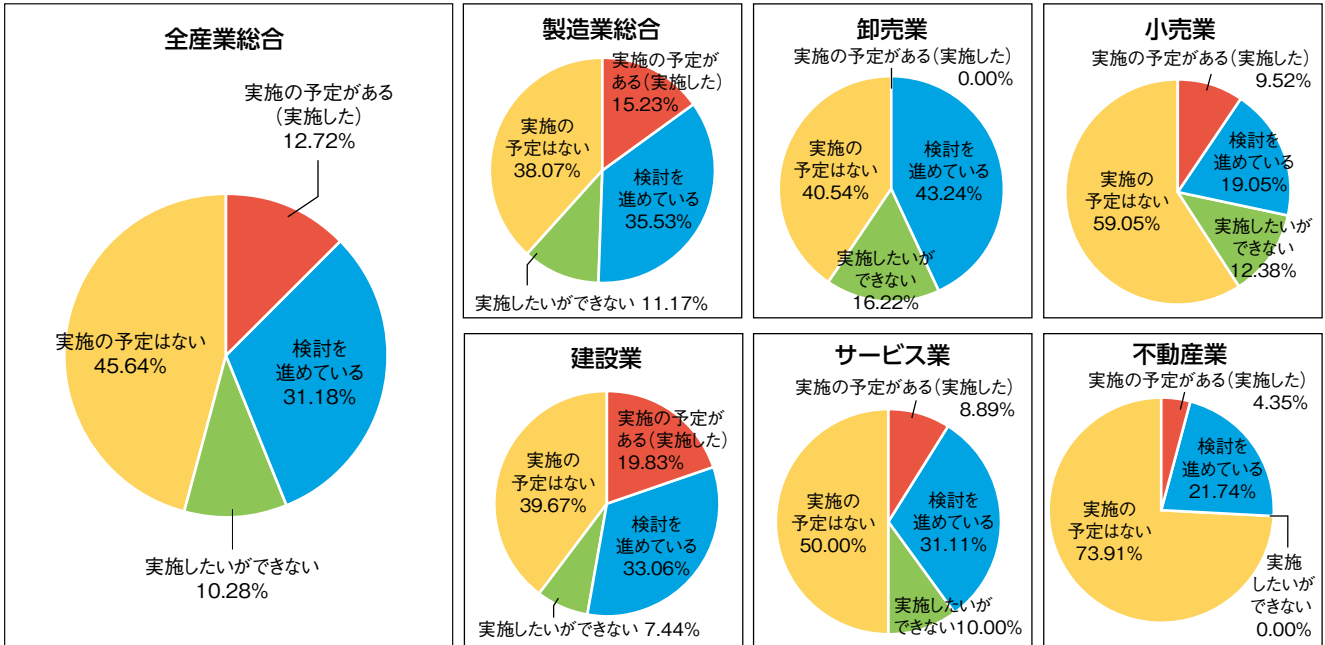


昨今の物価・光熱費の高騰から政府は、企業へ従業員に対する賃上げ協力を求めています。

このような状況下で、賃金の上昇コストと物価高騰が商品やサービスの価格にどのような影響を与えるかを賃上げと価格転嫁をテーマに特別調査を実施致しました。

1. 令和6年度において※賃上げを予定していますか

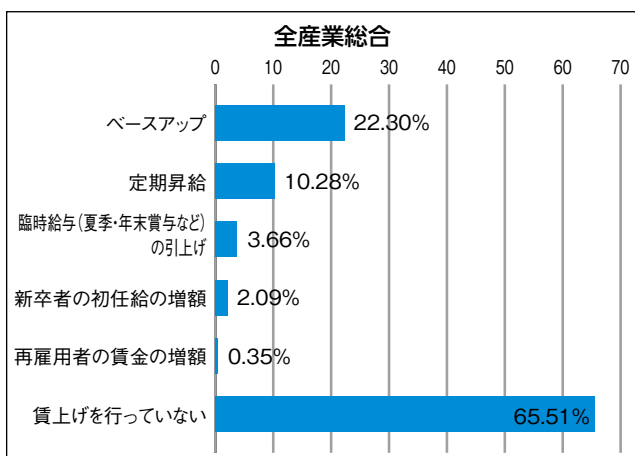
※賃上げとは定期昇給、ベースアップ、基本給の引き上げ、臨時給与（夏季・年末賞与など）の引き上げ、新卒者の初任給の増額、再雇者の賃金の増額等が含まれます



調査した全産業において「実施の予定がある（実施した）」「検討を進めている」の賃上げに対して前向きな回答の合計が43.90%の結果となった。一方で「実施の予定はない」の回答が45.64%となり、賃上げの実施に対して対応が分かれる結果となった。

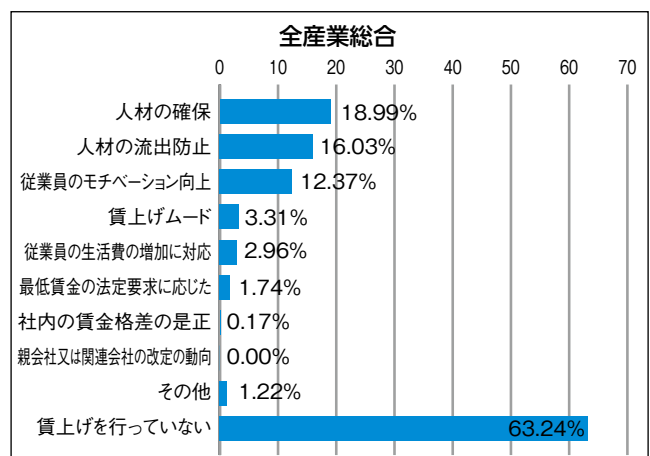
業種別に見ると「実施の予定がある（実施した）」、「検討を進めている」の合計が50%を超えた業種は製造業総合と建設業の2業種となった。一方で小売業は「実施の予定がある（実施した）」、「検討を進めている」の合計が28.57%に留まり、業種によって温度差があることが窺える。

2. 賃上げを行った具体的な内容を教えてください (複数回答 該当する項目すべて)



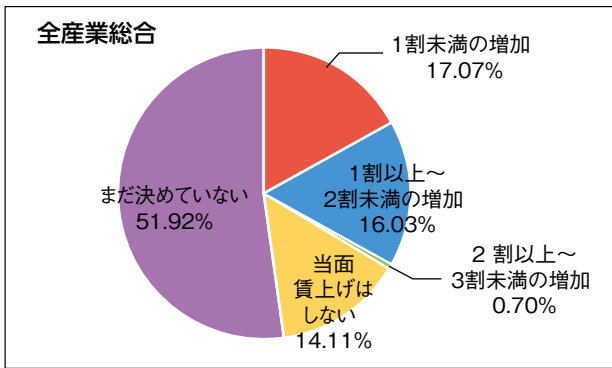
「ベースアップ」が22.30%と最も多い結果となった。ベースアップは従業員全体の基本給を一律に引き上げる手法であることから、企業が従業員の生活を重視し、長期的な人材確保とモチベーションの向上を図っていることが窺える。

3. 賃上げを行った主な理由は何ですか (複数回答 2つまで)



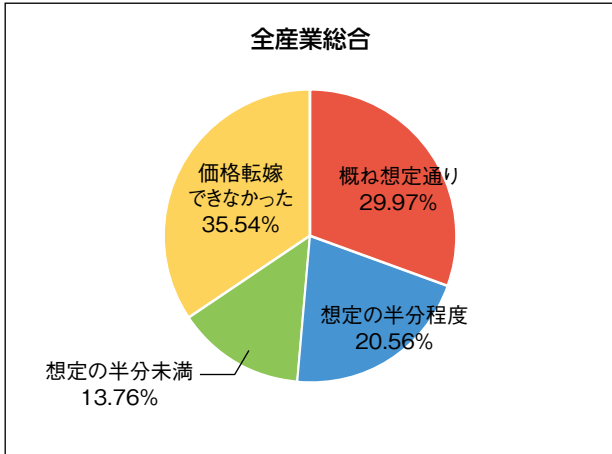
「人材の確保」と「人材の流出防止」が上位の結果となり、多くの企業が優秀な人材の確保と現有社員の流出防止に強い関心を寄せていることが窺える。人材戦略を重視し、適切な賃金体系の整備を続けることで、より強固な組織体制の構築を図る姿勢についても窺える。

4. 今後3年間でどの程度の賃上げを予定していますか



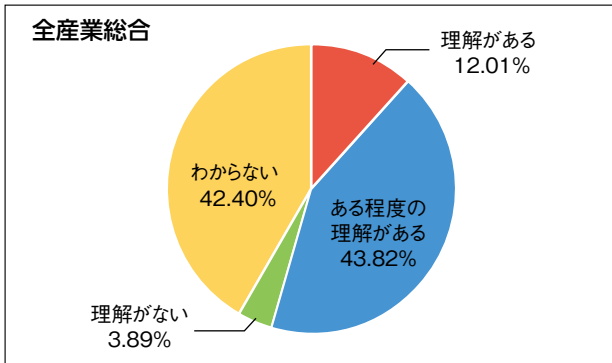
2割未満の増加の企業が全体の3分の1を占める結果となった。対して「まだ決めていない」の回答も51.92%となり、他社の動向を確認し賃上げ額を決める意向が窺える。

6. 価格交渉された方は、どの程度の価格転嫁が実現できましたか



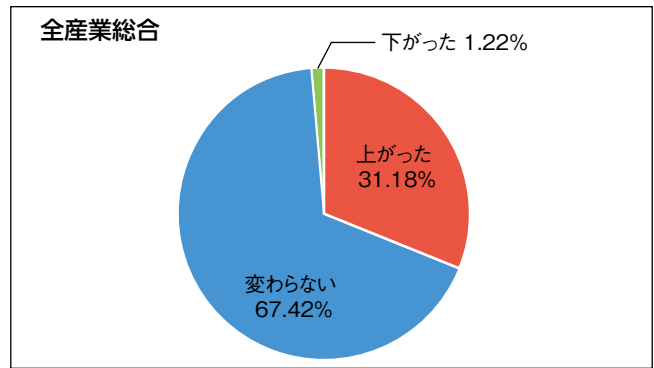
「想定を半分未満」、「価格転嫁できなかった」の合計が49.30%と約半数を占めており、価格改定に対する市場の抵抗や競争環境の厳しさが影響している可能性が窺える。

8. 価格転嫁に際して、取引相手からの反応はどうか（複数回答2つまで）



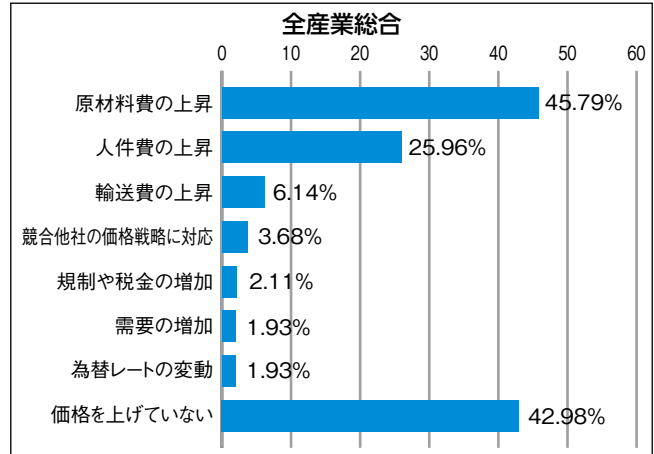
「理解がある」、「ある程度の理解がある」の合計が55.83%と半数を超える結果となった。この結果から、多くの企業が価格転嫁の必要性について一定の理解を示していることが窺える。企業が直面する原材料費や人件費の上昇といったコスト増加要因は、広く認識されており、その影響を価格に反映させることが不可避であることを理解している企業が多いことが窺える。

【価格転嫁についてお聞きします】
5. 過去1年で自社が提供する製品やサービスの価格はどのように変化しましたか



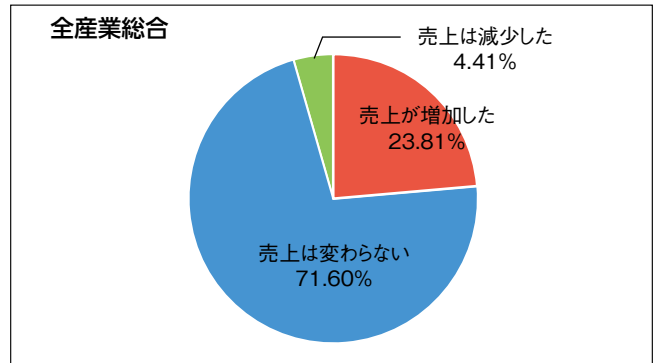
「上がった」の回答が31.18%であり、原材料費の高騰や人件費の増加などのコスト増加分を価格に転嫁していることが窺える。一方で、「変わらない」の回答が67.42%を占める結果となり、競争環境の厳しさや顧客維持のために価格維持を選択する企業が多いことが窺える。

7. 価格を上げた主な理由は何ですか（複数回答2つまで）



「原材料費の上昇」が最も多く45.79%の結果となった。次いで「人件費の上昇」が25.96%となり、原材料費と人件費の増加が主な理由となっていることが窺える。

9. 価格転嫁による売上の変動を教えてください



「売上は変わらない」の回答が7割以上を占める結果となった。通常、価格転嫁を行った場合の売上は上昇するが、今回の結果から、価格転嫁に伴い、販売量の低下に繋がったことが窺える。