

来年の値上げ23%検討

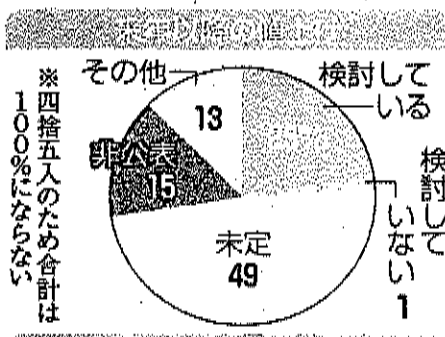
「未定」半数、家計負担続く

主要80社調査

共同通信社は二十六日、消費者向け事業を手がける主要企業八十社を対象に、来年の値上げと賃上げに関する緊急アンケートをまとめた。23%が値上げを検討していると答えた。約半数は未定とし、値上げの可能性を否定しなかった。値上げを検討していないと説明したのは一社にとどまり、原

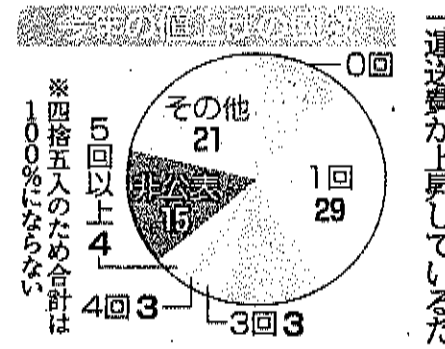
燃料高と円安に伴う製品価格引き上げの波が来年も続く可能性がある。一方、物価高を考慮した賃上げに前向きな企業は一部で、家計の負担感が増しそうだ。調査は十一月七〜二十一日に百七社を対象に実施し、八十社から回答を得た。今年については半数以上が値上げをしたか予定してい

ると答えた。「非公表」などとした企業もあった。来年以降の価格戦略に關し、値上げを「検討している」が十八社(23%)、「未定」は三十九社(49%)、「非公表」は十二社(15%)、「その他」は十社(13%)。検討の理由(複数回答)は「原燃料価格の上昇が続いているため」が最も多く「運送費が上昇しているた



原燃料高によるコスト上昇	94%
円安によるコスト上昇	44
運送費上昇	72
人件費上昇	33
非公表	0
その他	6

(複数回答)



企業は製品やサービスに対し、どのような価格を設定するかを決めるための経営戦略。主に原材料の仕入れ額や人件費といったコストに一定の利益を上乗せして価格を決めるが、顧客需要の大小や、品物がど

といった市場要因も考慮される。シェアを獲得するため競合他社より値段を下げたり、高品質を売りに高い価格で収益を拡大させたりすることも有る。物価高などでライバル企業の多くが値上げする場合は、追随することも多い。

め「円安が止まらないため」が続いた。現時点で値上げを検討していないと答えたのは、焼き鳥チェーン店を運営する鳥貴族ホールディングスのみだった。今年の値上げ回数に關しては「0回」は13%にとどまり、幅広い企業の間でコスト上昇分の転嫁の動きが広がった。値上げによりどの程度コストを吸収できたかという点では七割未満とした企業が大半だった。物価高を踏まえて来年の値上げの実施予定を尋ねたところ、五社(6%)が「する」とし、十四社(18%)

が「前向きに検討」としたが、合計でも全体の四分の一にとどまった。理由(複数回答)は「従業員の士気向上」「従業員の生活保護」「人材の確保」がほぼ並んだ。来年の値上げは「しない」が二社(3%)、「分からない」が二十四社(30%)、「非公表」が二十六社(33%)となった。賃上げ方針を明確に示さない背景には、賃金水準を一律に底上げするベースアップに慎重だったり、業績に応じて一時金(ボーナス)で対応したりする企業が増えていることがあるとみられる。

「前向きに検討」としたが、合計でも全体の四分の一にとどまった。理由(複数回答)は「従業員の士気向上」「従業員の生活保護」「人材の確保」がほぼ並んだ。来年の値上げは「しない」が二社(3%)、「分からない」が二十四社(30%)、「非公表」が二十六社(33%)となった。賃上げ方針を明確に示さない背景には、賃金水準を一律に底上げするベースアップに慎重だったり、業績に応じて一時金(ボーナス)で対応したりする企業が増えていることがあるとみられる。