

## ショートコメント vol.70 (2017年5月30日)

**テーマ：物流企業による値上げが物価に及ぼす影響**  
 ～最終的には荷主企業による価格転嫁の動き次第～

### ●物流企業による値上げの動き

ヤマト運輸をはじめとした、物流企業による値上げの動きが進みつつある。ネット通販の急増に伴って、宅配ニーズが増える中、現場の人手不足が深刻化。新たな人手や外部委託先の確保のためのコスト上昇に対応し、各社が値上げに踏み切っている。

従来、値上げ交渉には厳しい姿勢をみせていた荷主企業も、この問題に対する社会的な関心もあり、一部では値上げを受け入れる動きがみられる。

### ●注目される荷主企業の対応

物流企業による値上げは、最終的には物価の上昇要因となるが、それは各取引段階での対応にかかっている。今後注目されるのは、荷主企業による価格転嫁の動きであろう。例えば、消費者に請求する運送料の値上げなどに踏み切るのか、あるいは運送料は据え置き、別のコストを削減するのか。それによって物価への影響は変わってこよう。仮にコスト削減が進むとすれば、新たな値下げ圧力となるため、トータルでの物価への影響は小さくなる。

### ●企業の価格戦略を左右する消費者の反応

足元の企業を取り巻く状況を勘案すると、結果として、価格転嫁に踏み切る企業はあまり多くないと考えられる。それに伴い、物価への影響も大きなものにはならないのではないかと。

というのも、消費者の価格に対する反応は非常にシビアであり、値上げは販売量の減少に直結するため、価格転嫁は簡単ではない。現状、物流関連以外にもコスト増の要因は多いにもかかわらず、販売価格への転嫁は進んでいない。

### ●日銀短観にみる仕入・販売価格の動向

日銀短観では、企業を取り巻く仕入価格の動向と販売価格の動向が公表されている。

足元では、仕入価格の上昇が進んでいる一方、販売価格は小幅に低下しており、そのかい離が広がっている(図表1、2)。つまり、企業は仕入価格が上がっている、販売価格を上げられていない。この状況をみれば、物流コストが上がったからといって、すんなりと値上げが進むとは考えにくい。

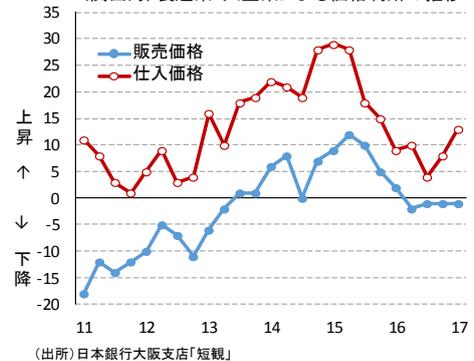
その一方、仮に価格転嫁が進むとすれば、消費者の反応が注目される。根強い節約志向がみられる中、値上げによる販売量への影響いかんで、今後の企業の対応も決まってくることになろう。

本件照会先:大阪本社 荒木秀之  
 TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

**【図表1】**  
 (関西)製造業・大企業による価格判断の推移



**【図表2】**  
 (関西)非製造業・大企業による価格判断の推移



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。