



BOJ

Reports & Research Papers

2023年5月26日

県内の観光関連サービス業における販売価格の動向について

日本銀行青森支店

本稿の執筆は、齊藤 茉央、網岡 啓之が担当しました。本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行青森支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。本稿の内容に関するお問い合わせは、日本銀行青森支店総務課（TEL：017-734-2154）までお願いします。なお、レポートで示された意見は執筆者に属し、必ずしも日本銀行の見解を示すものではありません。

【要旨】

- 日本銀行青森支店が今般実施したアンケート調査の結果によると、県内の観光関連サービス業において、1年前と比べて「販売価格を引き上げている」と回答した先は全体の66.2%、「販売価格を引き上げていない」と回答した先は同33.8%となった。このうち、「販売価格を引き上げている」と回答した先における引き上げ率をみると、「10%以上20%未満」と回答した先が最も多かった。
- 「販売価格を引き上げている」と回答した先における引き上げの背景をみると、「原材料等の仕入価格上昇」や「光熱費等のランニングコスト上昇」を指摘する先が多くみられた。一方、「販売価格を引き上げていない」と回答した先については、その背景として「顧客離れへの懸念」を指摘する声が多く聞かれた。
- 「販売価格を引き上げている」と回答した先における「コスト上昇分に対する販売価格への転嫁割合」（価格転嫁率）をみると、「2割未満」とする先が全体の53.8%と最も多く、「5割以上」を転嫁できている先は28.2%に止まっている。「販売価格を引き上げている」と回答した先における価格転嫁率の中央値は15.0%（平均値は27.7%）となっている。
- 先行きの販売価格の設定方針についてみると、「今後販売価格を引き上げる予定」とした先は全体の66.7%、「販売価格の引き上げは行わない予定」とした先は同33.3%となった。「今後販売価格を引き上げる予定」とした先における引き上げの背景をみると、「原材料等の仕入価格上昇」や「光熱費等のランニングコスト上昇」を指摘する先が多くみられた。また、「販売価格の引き上げを予定していない」とした先からは、引き続き「顧客離れへの懸念」を指摘する声が多く聞かれた。また、コスト上昇分の価格転嫁を進めるためには「さらなる需要増加」や「自社のサービス品質向上を通じた付加価値の向上」が必要といった声が聞かれている。

1. はじめに

日本銀行青森支店では、県内の観光関連サービス業における販売価格の動向を把握することを目的として、県内の観光関連企業を対象としたアンケート調査¹を実施した。本稿では、同アンケートの集計結果および企業から聞かれた声について整理する。

【「県内の観光関連サービス業における販売価格の動向に関するアンケート調査」の概要】

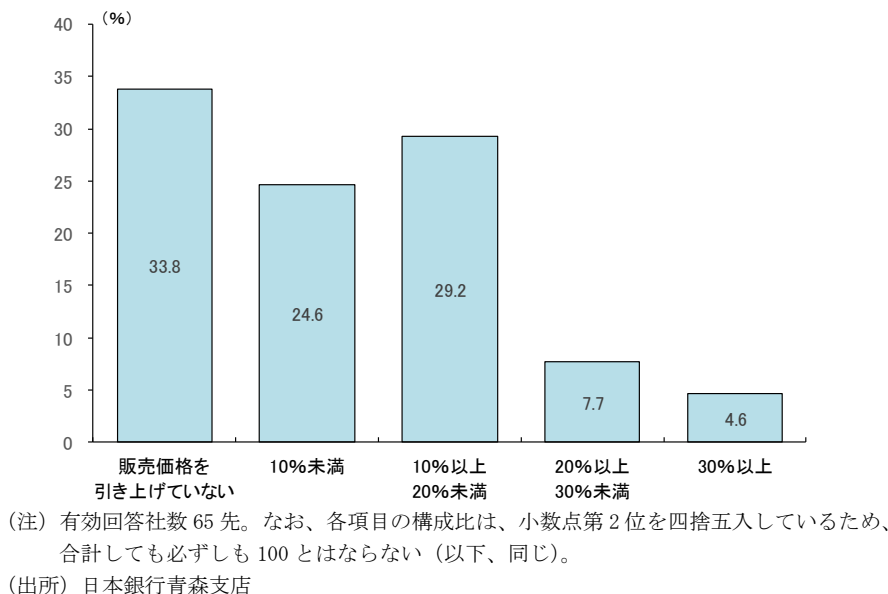
- ・ 調査対象：青森県内の宿泊施設、観光施設、道の駅、飲食店など計92先
- ・ 調査時期：2023年4月25日（火）～5月23日（火）
- ・ 回収率：76.1%

¹ 当店が実施した「春の大型連休期間中の観光動向に関するアンケート調査」内で実施。春の大型連休期間中の観光動向に関する調査結果は、2023年5月26日に公表した「県内における春の大型連休期間中の観光動向について」（当店ホームページに掲載）を参照。

2. 足もとにおける販売価格の動向

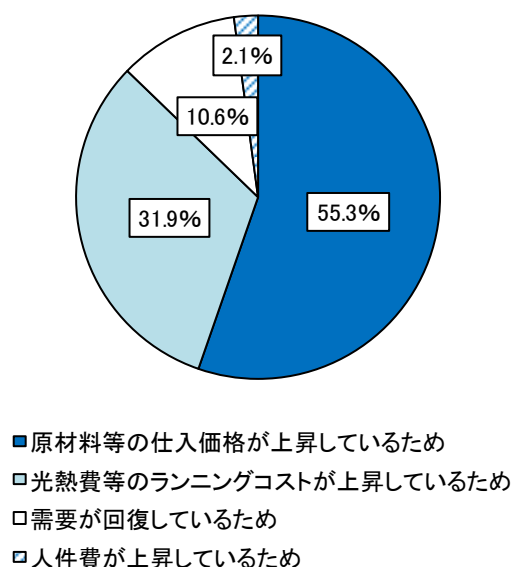
- 県内の観光関連サービス業における「1年前と比較した販売価格の引き上げの有無」をみると、「販売価格を引き上げている」と回答した先は全体の66.2%、「販売価格を引き上げていない」と回答した先は同33.8%となった。
- 「(1年前と比較して)販売価格を引き上げている」と回答した先における引き上げ率をみると、「10%以上20%未満」と回答した先が最も多かった。

【図表1】1年前と比較した販売価格の引き上げ率



- 「(1年前と比較して)販売価格を引き上げている」と回答した先における引き上げの背景をみると、「原材料等の仕入価格上昇」や「光熱費等のランニングコスト上昇」を指摘する先が多くみられた。一方、「販売価格を引き上げていない」と回答した先については、その背景として「顧客離れへの懸念」を指摘する声が多く聞かれた。

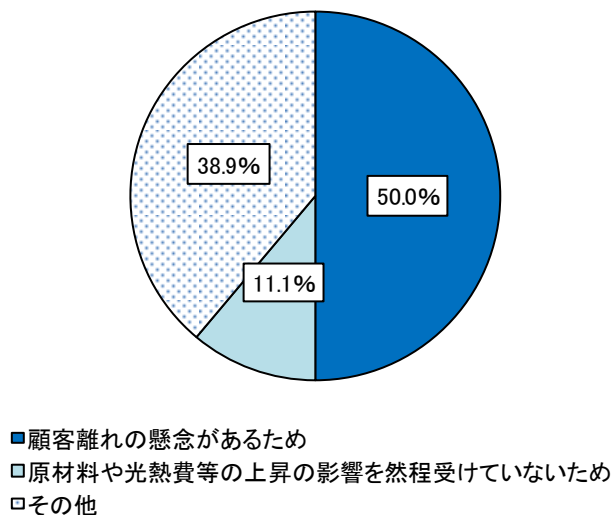
【図表2】1年前と比較して販売価格を引き上げている先の背景



- 原材料等の仕入価格が上昇しているため
- 光熱費等のランニングコストが上昇しているため
- 需要が回復しているため
- 人件費が上昇しているため

(出所) 日本銀行青森支店

【図表3】1年前と比較して販売価格を引き上げていない先の背景

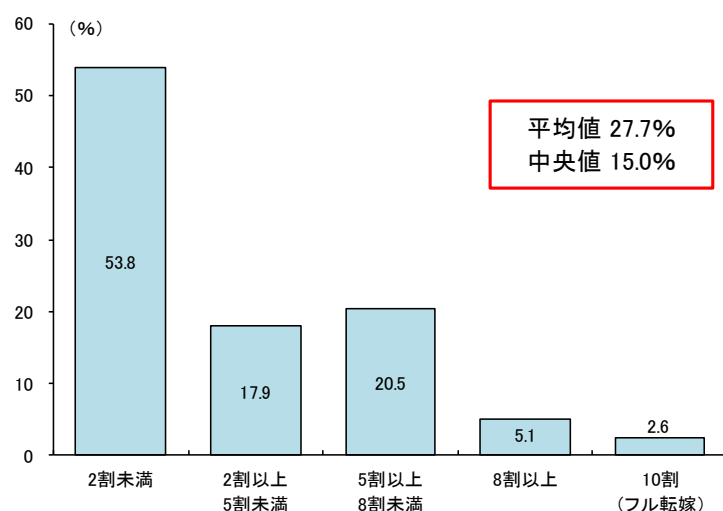


- 顧客離れの懸念があるため
- 原材料や光熱費等の上昇の影響を然程受けていないため
- その他

(出所) 日本銀行青森支店

- 「(1年前と比較して) 販売価格を引き上げている」と回答した先における「コスト上昇分に対する販売価格への転嫁割合」(価格転嫁率)をみると、「2割未満」とする先が全体の53.8%と最も多く、「5割以上」を転嫁できている先は28.2%に止まっている。
- 「販売価格を引き上げている」と回答した先における価格転嫁率の中央値は15.0%(平均値は27.7%)となっている。

【図表 4】コスト上昇分に対する販売価格への転嫁割合



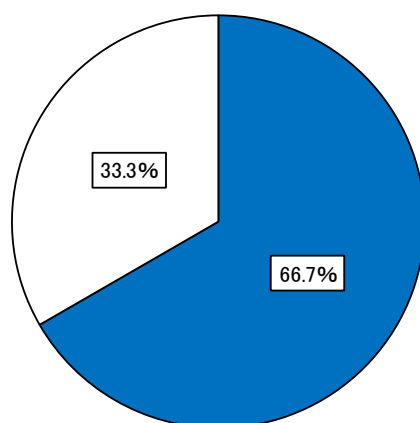
(注) 「1年前と比較して販売価格を引き上げている」と回答した先について集計。有効回答社数 39 先。

(出所) 日本銀行青森支店

3. 先行きの販売価格の設定方針

- 先行きの販売価格の設定方針についてみると、「今後販売価格を引き上げる予定」とした先は全体の66.7%、「販売価格の引き上げは行わない予定」とした先は同33.3%となった。

【図表 5】先行きの販売価格の設定方針



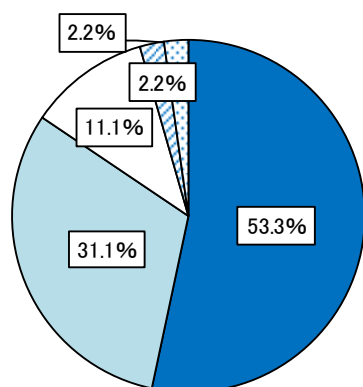
■ 販売価格を引き上げる予定
□ 販売価格の引き上げは行わない予定

(注) 有効回答社数 66 先。

(出所) 日本銀行青森支店

- 「今後販売価格を引き上げる予定」とした先における引き上げの背景をみると、「原材料等の仕入価格上昇」や「光熱費等のランニングコスト上昇」を指摘する先が多くみられた。また、「販売価格の引き上げを予定していない」とした先からは、引き続き「顧客離れへの懸念」を指摘する声が多く聞かれた。
- コスト上昇分の価格転嫁を進めるためには「さらなる需要増加」や「自社のサービス品質向上を通じた付加価値の向上」が必要といった声が聞かれている。

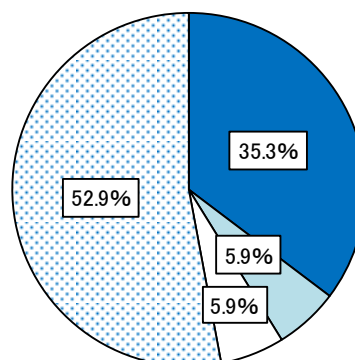
【図表 6】 先行き販売価格の引き上げを予定している先の背景



- 原材料等の仕入価格の上昇を見込むため
- 光熱費等のランニングコストの上昇を見込むため
- 需要の回復を見込むため
- 人件費の上昇を見込むため
- その他

(出所) 日本銀行青森支店

【図表 7】 先行き販売価格の引き上げを予定していない先の背景



- 顧客離れの懸念があるため
- 原材料や光熱費等の上昇の影響を然程受けていないため
- 原材料や光熱費等の上昇の影響が一服すると見込んでいるため
- その他

(出所) 日本銀行青森支店

【図表 8】 「コスト上昇分の価格転嫁を進めるために必要なこと」に関する企業の声

業態	ヒアリング情報
宿泊施設	これまで以上に需要が増加し、エリア全体の相場が上昇しなければ、競合などの観点から販売価格の引き上げを進めることは難しい。
宿泊施設	価格転嫁を進めるためにはさらなる需要回復が必要であるが、物価上昇を受けて家計における旅行の優先順位が低下し、需要回復に水を差すことを懸念。このため、社会全体として賃上げが進むことが重要と考えている。
宿泊施設	コスト上昇分の一部は販売価格へ転嫁しているが、顧客離れの懸念もあり再値上げには慎重なスタンス。一層の価格転嫁を行うためには、自社のサービス品質向上を図ることで付加価値を高め、消費者に値上げを受け入れてもらえるような環境を作ることが必要。
道の駅	現在、仕入価格や光熱費等のコスト上昇分は自社で吸収しているが、これ以上コストが上昇した場合には、販売価格へ転嫁せざるを得ない。

以 上