

埼玉県内企業の原材料・仕入価格上昇に対する価格転嫁状況調査 —2010年4～6月—

調査企業：県内企業977社 調査方法：郵送によるアンケート記入方式
 回答企業：276社（回答率28.2%） 製造業155社 非製造業121社

弊社「埼玉県内企業経営動向調査」（2010年4～6月期）に合わせて、県内企業の原材料・仕入価格上昇に対する販売価格への転嫁状況について調査した。この調査は毎年同時期に実施しているので、今年のみならず過去との比較も行い、状況の変化についても分析した。

1. 原材料・仕入価格上昇分の価格転嫁状況

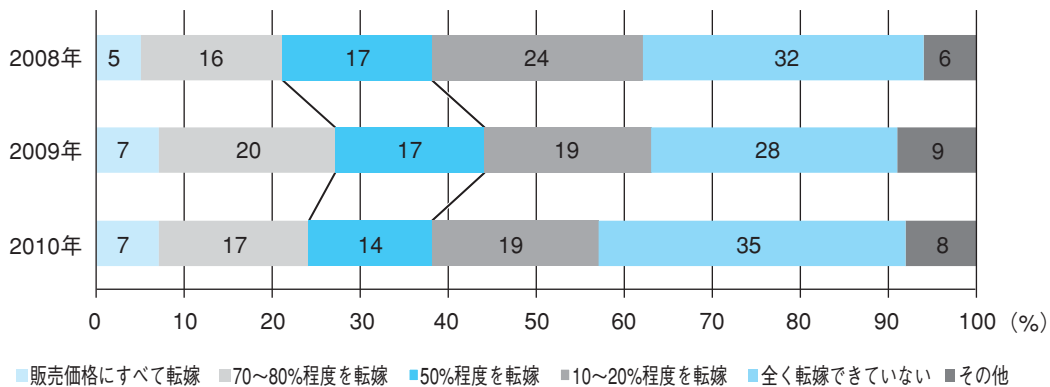
(1) 今年の状況

全体で最も多い回答は「全く転嫁できていない」で35%、次いで「10～20%程度を転嫁」の19%となっている。一方、最も少ない回答は「販売価格にすべて転嫁」で7%となっている。

(2) 過去の状況との比較

「販売価格にすべて転嫁」と「70～80%程度を転嫁」を除く回答を満足できない状況とすれば、その割合は08年から10年にかけて「全体」で79→73→76%と、各年ともほぼ大半を占める結果となっている。このことは、県内企業のほぼ大半は、親会社などから受注する下請けが中心であり、原材料・仕入価格上昇に対して自社製品の価格に転嫁できずに、厳しい状況にあることが窺われる。（以上、図表1）

図表1 原材料・仕入価格上昇に対する価格転嫁状況（全体）



(3) 業種別の状況

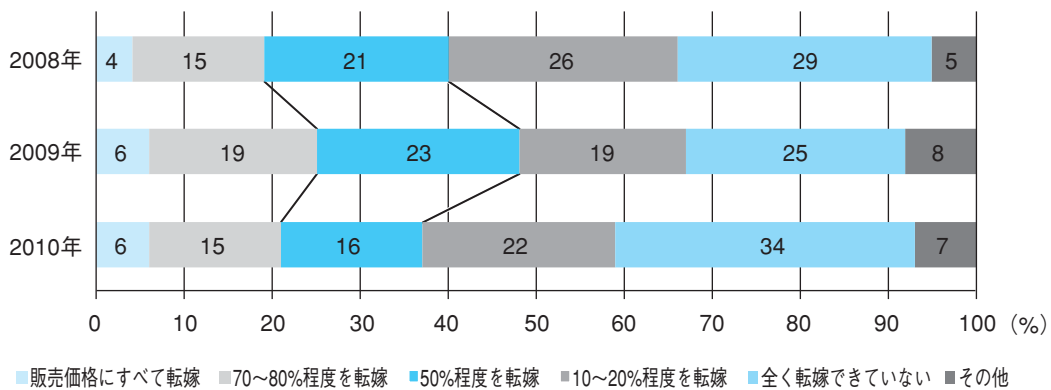
今年の状況を業種別にみると、「製造業」は「全体」とほぼ同様の回答割合となっており、最も多いのが「全く転嫁できていない」、次に「10～20%程度転嫁できている」である。一方「非製造業」は「全く転嫁できていない」が最も多いものの、「10～20%程度転嫁できている」の16%を抑えて、「70～80%程度を転嫁」が二番目に多く19%となっているという特徴がある。

価格転嫁状況を過去の状況と比較してみると、「製造業」では調査年によって回答割合に動

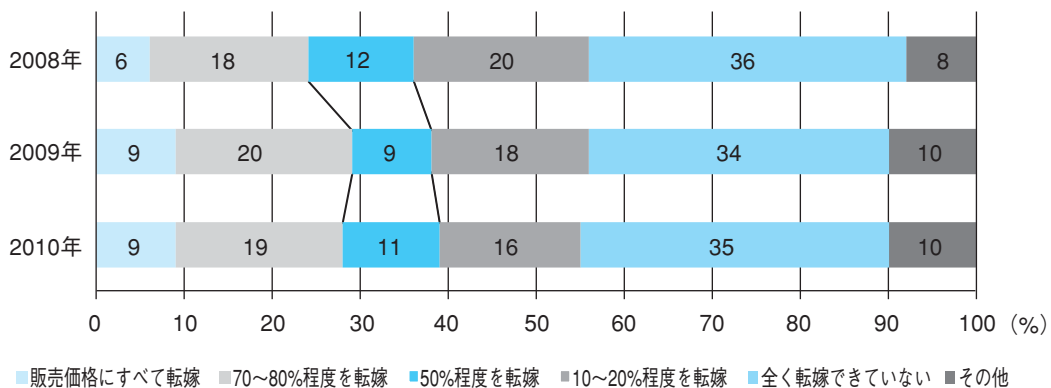
きがあるものの、「非製造業」ではあまり大きな動きが見られない。「非製造業」では、「全く転嫁できていない」割合が過去の調査で概ね35%を占めており、総じて「製造業」よりも「非製造業」の方が転嫁できていない状況が続いている。

これは、「製造業」では製品価格全体に占める原材料・仕入価格の割合が高く、しかも原材料のほとんどを輸入に頼る傾向があり、資源価格の国際的市況や円相場に大きく影響を受けることが推定される。ちょうど08年から10年にかけては、08年9月のリーマン・ショックを境に世界的景気の乱高下に伴って、原油に代表されるように新興国を中心とする資源争奪競争の結果、国際的な資源価格市況も乱高下しており、県内製造業も少なからずその影響を受けていることが窺われる。一方、「非製造業」では、価格に占める人件費割合が高く、国際的な資源価格の市況の影響は少ないことなどが窺われる。(図表2、図表3)

図表2 原材料・仕入価格上昇に対する価格転嫁状況（製造業）



図表3 原材料・仕入価格上昇に対する価格転嫁状況（非製造業）



2. 原材料・仕入価格上昇に対する対策（複数回答）

(1) 今年の状況

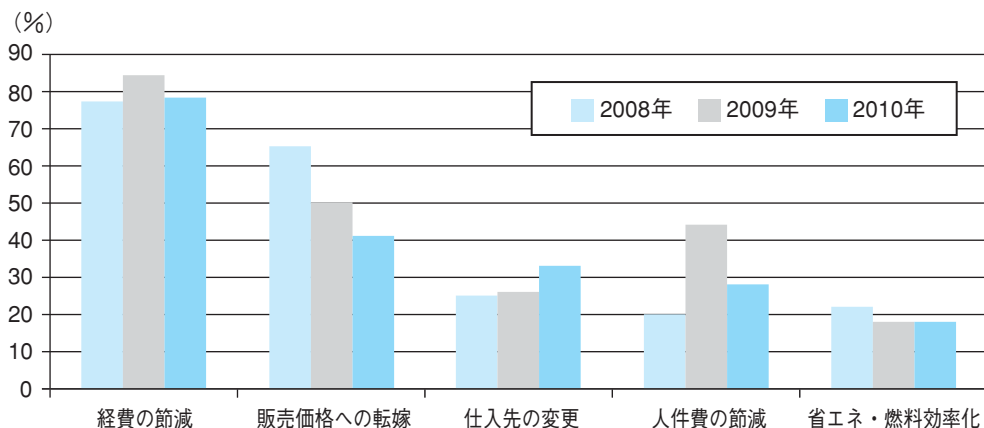
全体で最も多い回答は、「経費の節減」であり78%を占める。次いで「販売価格への転嫁」の41%、「仕入先の変更」の33%の順となっている。

(2) 過去の状況との比較

過去の調査結果においても、「全体」で最も多い回答は「経費の節減」であった。次いで多い回答は「販売価格への転嫁」だが、その割合は2年連続で下がっている。

一方「仕入先の変更」については、全体で2年連続上昇しており「販売価格への転嫁」が難しい状況では、好条件の仕入のために「仕入先の変更」を行う、という構図が見えてくる。(以上、図表4)

図表4 原材料・仕入価格上昇に対する対策（全体・上位5項目）



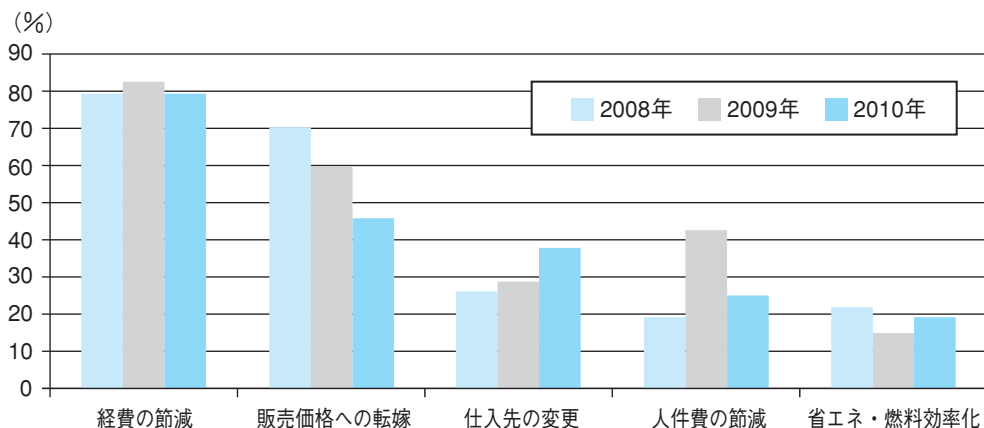
(3) 業種別の状況

業種別にみると、「製造業」では多い順に「経費の節減」「販売価格への転嫁」「仕入先の変更」となっているが、「非製造業」では「経費の節減」「販売価格への転嫁」の次に「人件費の節減」となっており、「非製造業」ではコストに占める人件費の割合が高いというコスト構成の違いが窺える。

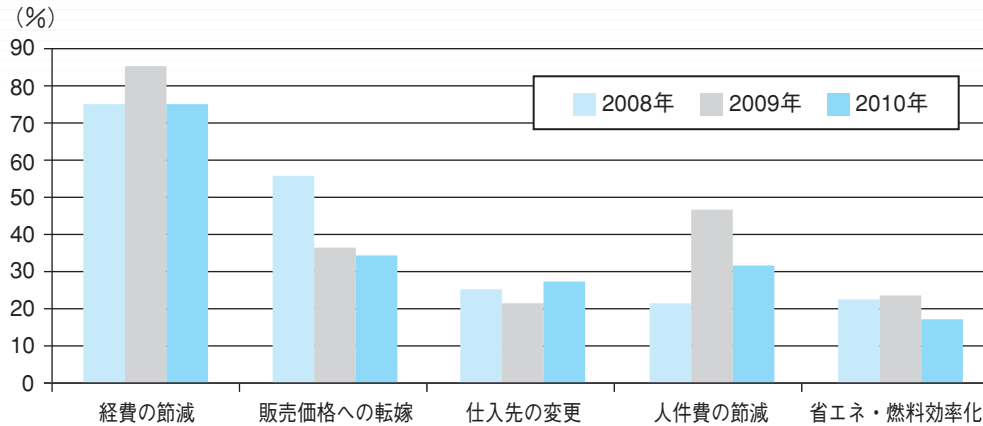
なお、昨年度の調査では、「非製造業」の2番目に多い回答は「人件費の節減」であった。

また、「全体」でも2番目に回答の多かった「販売価格への転嫁」の割合は、「製造業」「非製造業」とともに、2年連続で回答割合が下がっている。(図表5、図表6)

図表5 原材料・仕入価格上昇に対する対策（製造業・上位5項目）



図表6 原材料・仕入価格上昇に対する対策（非製造業・上位5項目）



3. まとめ

原材料・仕入価格上昇に対する販売価格への転嫁については、「全く転嫁できていない」という回答が最も多く、「10～20%程度の転嫁」という回答を合わせると半数を超えている。多くの県内企業で、販売価格へ転嫁が進んでいない実態が窺える。この傾向は近年製造業の方が強くなっている。

原材料・仕入価格上昇に対する対策として、販売価格への転嫁が難しい状況では製造業・非製造業ともに、「経費の節減」に取り組んでいる割合が最も高い状況が続いており、「価格への転嫁」の割合は年々減少している。

このような状況に加えて、従来の仕入先を見直し、少しでも取引条件の良い仕入先に変更しようとしている企業が増えていることは注視すべきである。また、リーマン・ショック以降、09年には「人件費の節減」に取り組んだ企業が大幅に増加したが、やはりそれにも限界があり10年に「人件費の節減」を行った企業の割合は減少した。

県内企業の景気は、海外需要の伸長やIT需要が拡大している加工組立型の製造業を中心に回復し、運輸・倉庫の取扱い数量の持ち直しなどから非製造業へも一部ではあるが波及してきている。しかしながら、資源価格が再高騰するなか国内ではデフレ傾向が続くなど、本調査が示しているように中小企業にとって価格転嫁は極めて難しい状況にある。

多くの企業で経費節減、人件費節減に取り組んでいるが、それらの企業努力も限界に近く、わずかではあるが毎年「仕入先の変更」を実施する企業の割合も増加していることもうなずける。

このような価格転嫁の状況をみると、かねてより指摘されていることではあるが、価格競争力のある独自製品やサービスを開発し、少しでも従来の下請け構造から脱却できるような企業努力、または消費マーケットに直接アクセスできるようなマーケット戦略の新展開なども中小企業が直面している大きな課題であると改めて認識される結果となった。