

●調査レポート

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 —2014年1~3月—

調査企業：県内企業 573 社

調査方法：アンケート方式（2月上旬 郵送回収）

回答企業：247 社（回答率 43.1%）

業種別内訳：製造業 144 社 非製造業 103 社

要旨

2008 年以降、埼玉県内企業の原材料・仕入価格上昇に対する販売価格への転嫁状況について、毎年アンケート調査を実施している。業種別や過去の回答との比較も行い分析した。

今年の調査で、価格転嫁の状況は、全体では「ほとんど転嫁できない」という回答が 34% と最も多いものの、前年に比べ 12 ㊦減少し、「販売価格にすべて転嫁」は 20% と 3 ㊦上昇している。景気の回復基調を背景に価格転嫁の状況は改善しているものと推察される。

原材料・仕入価格上昇に対する対策としては、製造業及び非製造業とも「経費の節減」が 70% 台と最も高い状況が続いている。次いで半数以上が回答した「販売価格への転嫁」、これに「仕入先の変更」、「省エネ・燃料効率化」が続いている。

◆アンケート回答選択肢の対応について◆

回答の選択肢については、2011 年以降の調査では次のとおり変更したので、2010 年までの選択肢とは相違しているものの、調査結果の経年変化を捉えるため、本レポートでは次表のとおり対応するものとして分析している。

	90%以上転嫁	90%未満～ 60%以上転嫁	60%未満～ 40%以上転嫁	40%未満～ 10%以上転嫁	10%未満 転嫁	その他
	満足できる状況			満足できない状況		
2011 年以降 の選択肢	販売価格に すべて転嫁	6 割以上	4～6 割	4 割未満	ほとんど転 嫁できない	その他
2008～10 年 の選択肢	販売価格に すべて転嫁	70～80%程度 を転嫁	50%程度 を転嫁	10～20%程度 を転嫁	全く転嫁 できない	その他

1. 原材料・仕入価格上昇分の販売価格への転嫁状況

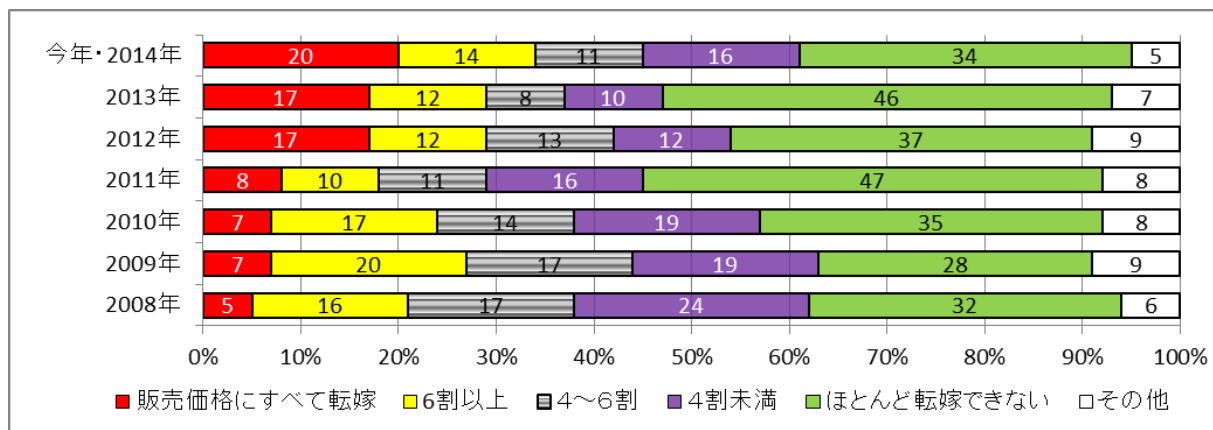
(1) 今年の状況

業種や規模に関わらずアンケートに回答のあった全体で最も多い回答は「ほとんど転嫁できない」の 34% である。また、「販売価格にすべて転嫁」と「6 割以上転嫁」を除く回答を価格転嫁について「満足できない状況」（以下、同じ）とすれば、その合計は 66% となっている。（図表 1）

(2) 過去の状況との比較

「満足できない状況」の 2008 年から 2014 年までの推移は全体では 79→73→76→82→71→71→66% となっている。2011 年調査からはそれ以前の「70～80% 程度を転嫁」の選択肢に対応するものとして「6 割以上転嫁」と変更したために必ずしも一致するものではないが、「満足できない状況」は、「東日本大震災」直後の 2011 年調査では 82% と上昇したが、今年は 66% にまで低下している。「ほとんど転嫁できない」が 34% と前年に比べ 12 ㊦低下するとともに、「販売価格にすべて転嫁」は 20% と 3 ㊦上昇したことによる。景気の回復基調を背景に価格転嫁の状況は改善しているものと推察される。（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)

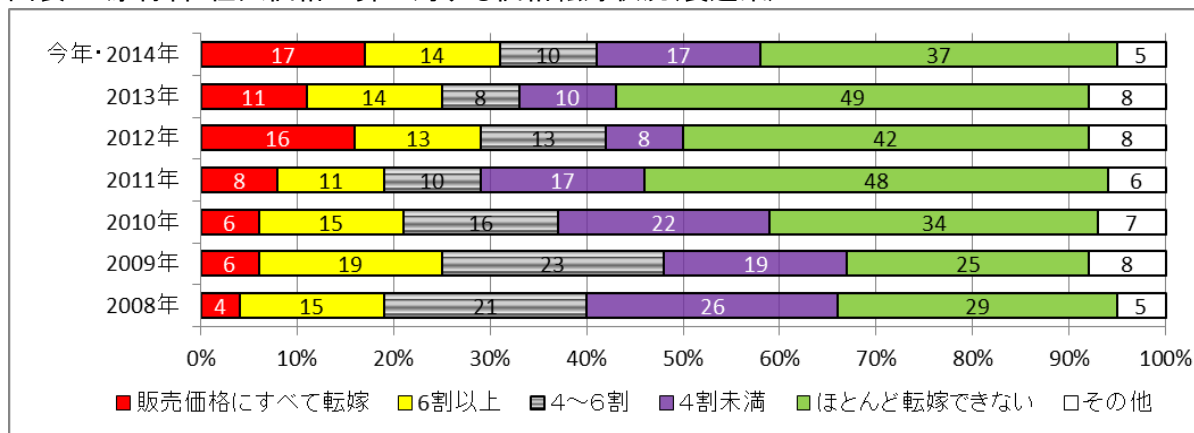


(3) 業種別の状況

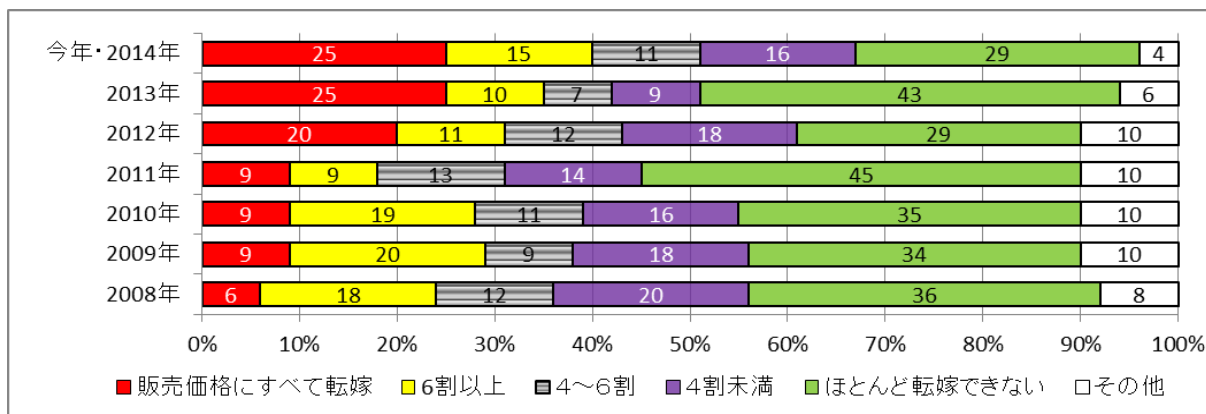
今年の状況を業種別にみると、製造業の最も多い回答は「ほとんど転嫁できない」の37%であるが、前年に比べ12%減と大幅に減少し、これに6%増加した「転売価格にすべて転嫁」が「4割未満」とともに17%で続いている。非製造業も「ほとんど転嫁できない」が29%で最も多いが、前年に比べ14%と大幅に減少し、これに「転売価格にすべて転嫁」が25%で続いている。

この結果、「満足できない状況」は製造業が前年に比べ6%減の69%、非製造業は5%減の60%と、業種を問わず価格転嫁の状況は改善している。(図表2、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)

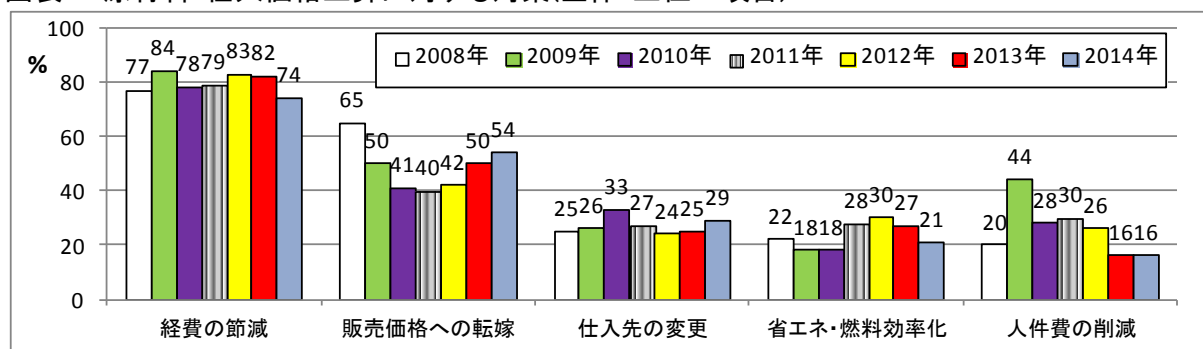
(1) 今年の状況

全体で最も多い回答は、「経費の節減」で74%を占めている。次いで「販売価格への転嫁」の54%、「仕入先の変更」の29%、「省エネ・燃料効率化」21%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いずれの年も「経費の節減」である。「販売価格への転嫁」は、2008年から2011年まで65→50→41→40%と年々低下した後、2012年に42%と僅かながら上向き、今年は54%と3年続けて上昇している。「販売価格への転嫁」は、消費税の価格転嫁の動きを背景に重要な対策となっていることが窺われる。一方、「省エネ・燃料効率化」は、「東日本大震災」直後の2011年調査で28%に上昇、2012年には30%となったが、今年は21%へと低下している。(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)



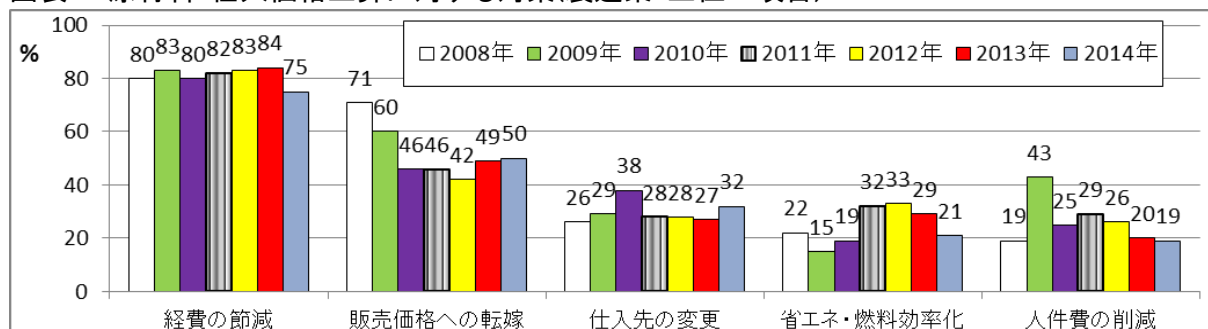
(注)複数回答のため合計は100%にならない

(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」75%、「販売価格への転嫁」50%、「仕入先の変更」32%、「省エネ・燃料効率化」21%となり、非製造業も「経費の節減」73%が最も多く、次いで「販売価格への転嫁」が58%、「仕入先の変更」25%、これに「省エネ・燃料効率化」が20%で続いている。

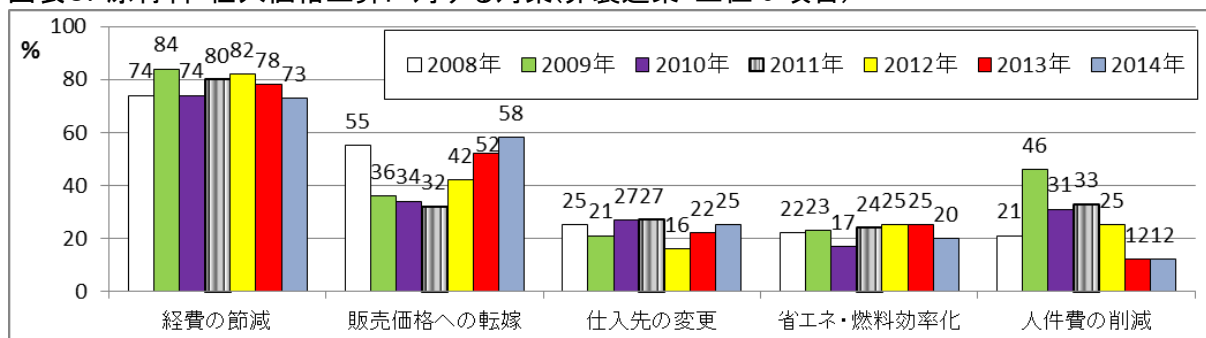
特に非製造業のうち消費税の影響を強く受けるとみられる小売では約8割の企業で、「販売価格への転嫁」を挙げている。(図表5、6)

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)



(注)複数回答のため合計は100%にならない

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)



(注)複数回答のため合計は100%にならない

3. まとめ

今年の調査においても、全体では「ほとんど転嫁できない」が34%と最も多いものの、前年に比べ12ポイント減少している。これには、前年調査では2012年末より急速に進んだ円安に伴う原材料価格の上昇により販売価格への価格転嫁が困難となったが、今年は、景気の回復基調などから価格転嫁の状況は改善しているものと推察される。今後は、消費増税に伴う価格転嫁をどの程度実施できるのかが注目される。

原材料・仕入価格上昇に対する対策として、「経費の節減」に取り組んでいる割合は業種を問わず70%台と高い状況が続いている。また、「販売価格への転嫁」は、2011年の40%を底に上昇に転じ今年は54%と半数以上を占めている。消費増税に向けて価格転嫁に取り組む企業が増加しているとみられる。