

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 —2015年7~9月—

調査企業：県内企業 569 社 調査方法：アンケート方式（8月上旬 郵送回収）

回答企業：254 社（回答率 44.6%） 業種別内訳：製造業 149 社 非製造業 105 社

要旨

埼玉県内企業における原材料・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結果、全産業で「ほとんど転嫁できていない」という回答が 25%と最も多いものの、前年比 9 割低下している。一方、「販売価格にほぼすべて転嫁」は同比 3 割上昇し 23%となっている。2012 年 11 月以降急速に進んだ円安に伴う原材料価格の上昇が落ち着きを保ち、原油価格も低下していることもあり販売価格への転嫁状況は改善してきていると推察される。

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%台と最も多い状況が続き、次いで「販売価格への転嫁」が約 60%となっている。続いて業種別に見ると、製造業では、「省エネ・燃料効率化」、「仕入先の変更」が上位となる一方、非製造業では「仕入先の変更」、「業務の転換(多角化)」が上位となっている。非製造業は、「業務の転換(多角化)」の回答が製造業よりも 10 割上回り、重要な対策として前向きに取り組んでいる。

◆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	販売価格にほ ぼすべて転嫁	6 割以上	4～6 割	4 割未満	ほとんど転 嫁できてい 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(2015 年)の状況

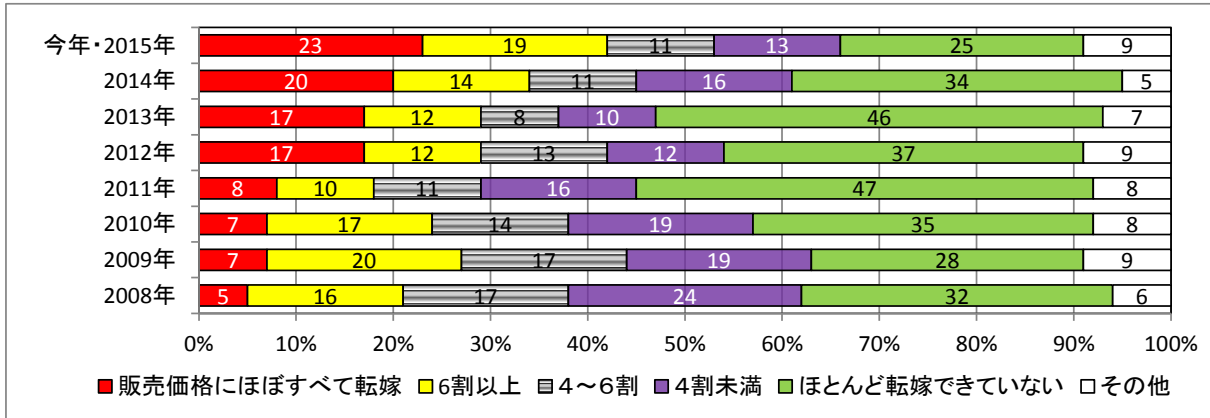
業種や規模に関わらず全産業で最も多い回答は、「ほとんど転嫁できていない」の前年比 9 割低下の 25%である。また、「販売価格にほぼすべて転嫁」と「6 割以上転嫁」を除く回答を価格転嫁について「満足できない状況」（以下、同じ）とすれば、その合計は 58%と過半を占めているが、同比 8 割低下している。（図表 1）

(2) 過去の状況との比較

「満足できない状況」の 2008 年から 2015 年までの動向を概観すると、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、全産業では、2008 年の 79%

から「東日本大震災」直後の 2011 年調査には 82%まで上昇したが、その後低下基調で推移し今年の前年比 8 割低下の 58%となっている。「ほとんど転嫁できていない」が 25%と前年に比べ 9 割低下するとともに、「販売価格にほぼすべて転嫁」は 23%と同比 3 割上昇したことによる。以前より取引先の価格転嫁への理解が浸透したことや、国が多様な消費税転嫁対策を実施していることなどを背景に価格転嫁が増加していると推察される。(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(全産業)

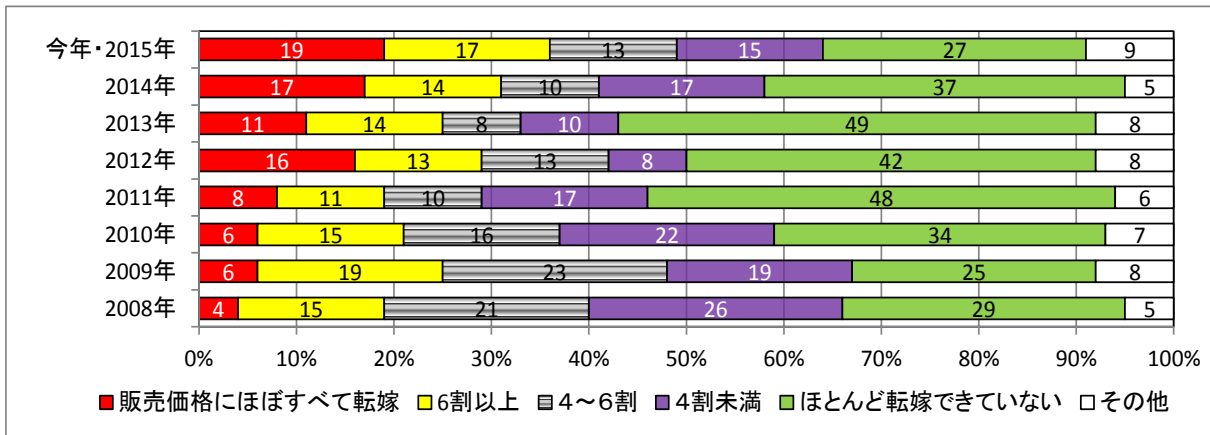


(3) 業種別の状況

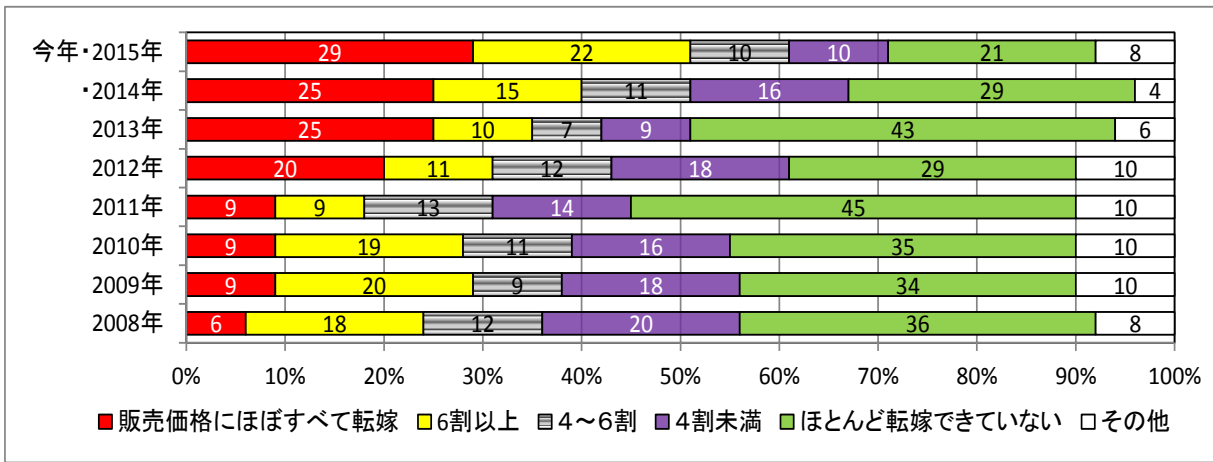
今年の状況を業種別に見ると、製造業では、「ほとんど転嫁できていない」が 27%と最も多いが、前年比 10 割と大幅に低下している。次いで、同比 2 割上昇の「販売価格にほぼすべて転嫁」が 19%で続いている。非製造業では、「販売価格にほぼすべて転嫁」が同比 4 割上昇の 29%と最も多く、次いで、「6割以上転嫁」が同比 7 割上昇の 22%と続いている。

この結果、「満足できない状況」は、製造業が前年に比べ 5 割低下の 64%に対して、非製造業は同比 11 割低下の 49%と初の過半割れ、つまり「満足できる状況」が「満足できない状況」より多くなっている。業種を問わず「満足できない状況」は、「東日本大震災」直後の 2011 年は製造業の 81%、非製造業の 82%をピークとともに低下基調にあり、価格転嫁の状況は改善し、2015 年には製造業が 64%、非製造業が 49%まで低下し、特に非製造業では顕著である。(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)

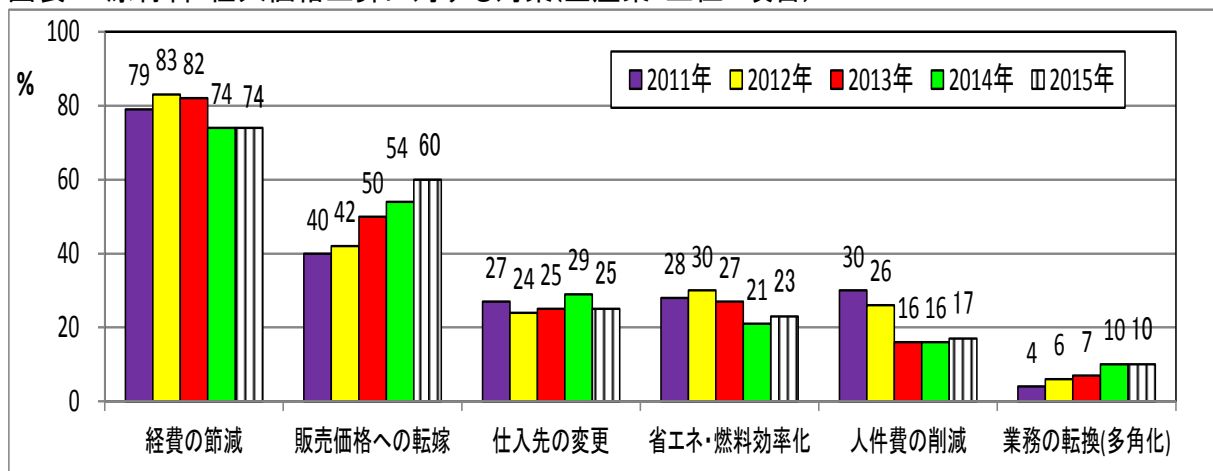
(1) 今年(2015年)の状況

全産業で最も多い回答は、「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 60%、「仕入先の変更」の 25%、「省エネ・燃料効率化」23%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年の65%から2011年には40%まで低下した後、2012年の42%以降上昇に転じ、今年(2015年)は60%に上昇している。「販売価格への転嫁」は、消費税の価格転嫁の動きを背景に業績に大きな影響を与える重要な対策であることが窺われる。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2010年の18%から28%に急上昇後、2012年の30%をピークに今年(2015年)は23%と低下基調にある。(図表4)

図表4. 原材料・仕入価格上昇に対する対策(全産業・上位6項目)



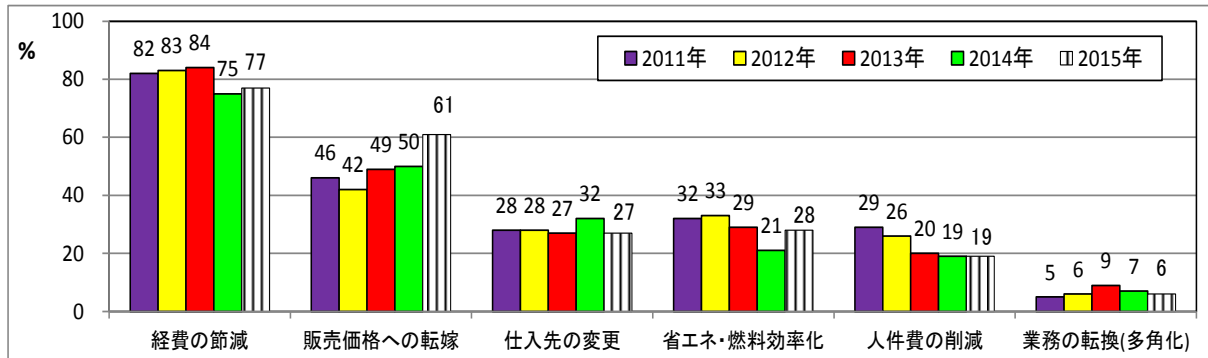
(注) 複数回答のため合計は100%にならない。

(3) 業種別の状況

今年状況を業種別に見ると、業種を問わず「経費の節減」（製造業 77%、非製造業 70%）が最も多く、次いで「販売価格への転嫁」（製造業 61%、非製造業 57%）となっている。続いて、製造業では「省エネ・燃料効率化」28%、「仕入先の変更」27%が、非製造業では「仕入先の変更」21%、「業務の転換（多角化）」16%が上位に挙がっている。

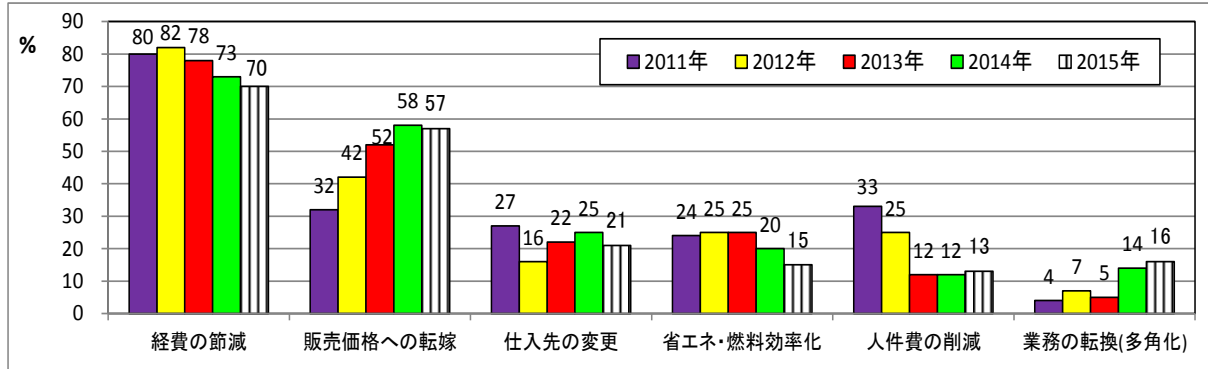
製造業、非製造業とも「経費の節減」と「販売価格への転嫁」が最重要対策である状況に変わりはない。また、前年に比べ製造業では「省エネ・燃料効率化」に、非製造業では「業務の転換（多角化）」に取り組んでいる企業が多くなっている。（図表5、6）

図表5. 原材料・仕入価格上昇に対する対策(製造業・上位6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6項目)



(注) 複数回答のため合計は100%にならない。

3. まとめ

2008年以降の調査によると、全産業で「ほとんど転嫁できていない」が毎年最も多く、今年も25%と最も多いものの、前年に比べ9%低下している。原油価格下落のほか、2012年11月以降急速に進んだ円安に伴う原材料価格の上昇がこのところやや落ち着きを見せていることもあり、価格転嫁の状況は改善しているものと推察される。

今回の調査結果でも、「販売価格への転嫁」状況が改善しているとはいえ、中小企業が、経営基盤を強化し発展するためには、原材料・仕入価格上昇に対し機会あるごとに価格転嫁が進められるように付加価値を高めるなどの経営努力を継続することが求められていると考えられる。