

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 —2016年4~6月—

調査企業：県内企業 567 社 調査方法：アンケート方式（5月上旬 郵送回収）

回答企業：223 社（回答率 39.3%） 業種別内訳：製造業 128 社 非製造業 95 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「販売価格にほぼすべて転嫁」と「6割以上転嫁」がともに23%で並び、最も多い回答となっている。一方、「ほとんど転嫁できていない」は、2008年から2015年まで毎年最多であったが、前年比4割低下の21%と3位に後退している。中国経済減速などによる国際商品市況の下落や年初来の円高の影響により、原材料価格上昇の動きが一服するなか、販売価格への転嫁状況は改善してきている。

また、原材料・仕入価格上昇に対する対策としては、「経費の節減」が最も多く、次いで「販売価格への転嫁」という状況が続いている。「経費の節減」は、2012年に83%であったが、2016年は72%へと低下し、一方、「販売価格への転嫁」は、2012年の42%以降上昇を続け、2016年は65%となった。「販売価格への転嫁」が対策として比重を高めている。

◆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(2016年)の状況

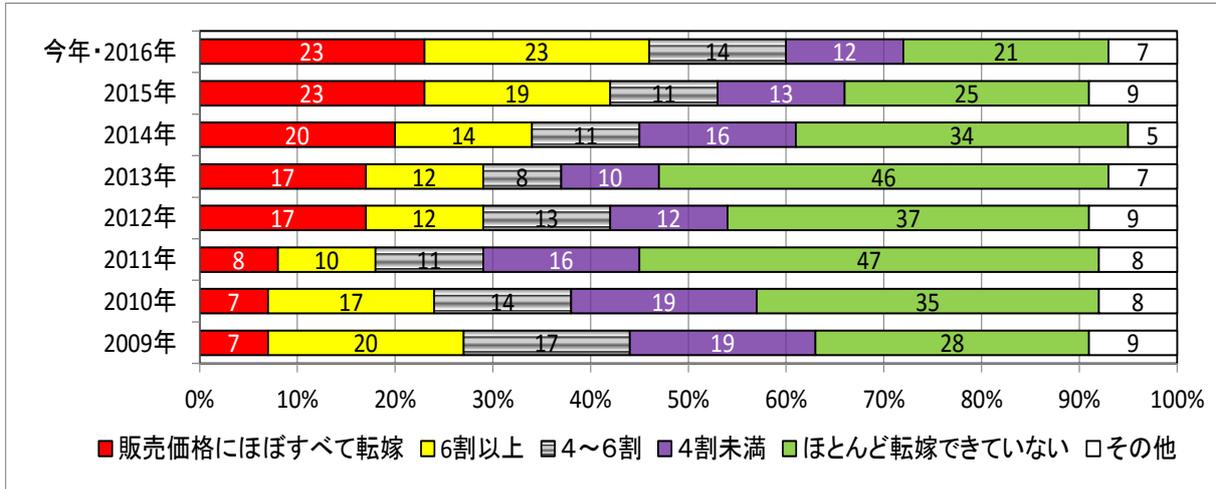
全産業では、「販売価格にほぼすべて転嫁」と「6割以上転嫁」がともに23%で並び、両者を加えた「満足できる状況」とする企業の割合が前年比4割増加し46%となった。一方で、「ほとんど転嫁できていない」は、同4割低下の21%と2008年から2015年まで毎年最多であったが、3位に後退した。(図表1)

(2) 過去の状況との比較

転嫁が6割未満とする「満足できない状況」の2009年から2016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、全産業では、2009年の73%から「東日本大震災」直後の2011年調査には82%まで上昇し、その後低下基調で推移し今年の前年比4割低下の54%となっている。中国経済減速などによる国際商品市況の下落や年初来の円高の影響

により、原材料価格上昇の動きが一服するなか、販売価格への転嫁状況は改善してきている。(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)

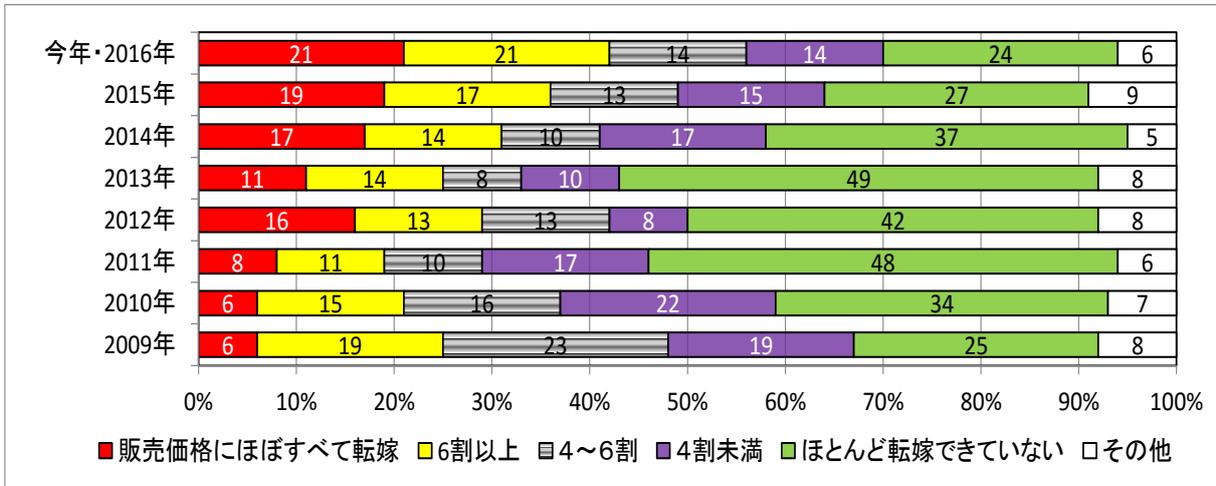


(3) 業種別の状況

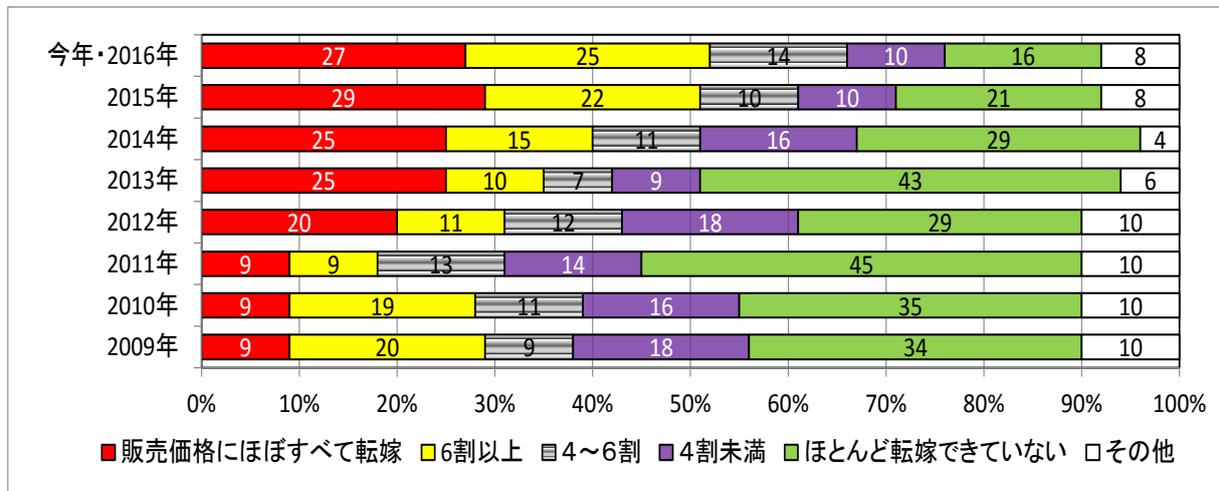
業種別に見ると、製造業では、「販売価格にほぼすべて転嫁」と「6割以上転嫁」が各々21%で「満足できる状況」とする企業の割合が42%と未だ半数以下であるが、前年比6割上昇した。非製造業では、「満足できる状況」とする企業の割合は同比ほぼ横ばいながら、2011年の18%から増加を続け52%と半数を超えている。

一方で「満足できない状況」とする企業割合は、東日本大震災直後の2011年は製造業の81%、非製造業の82%をピークに低下している。(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)

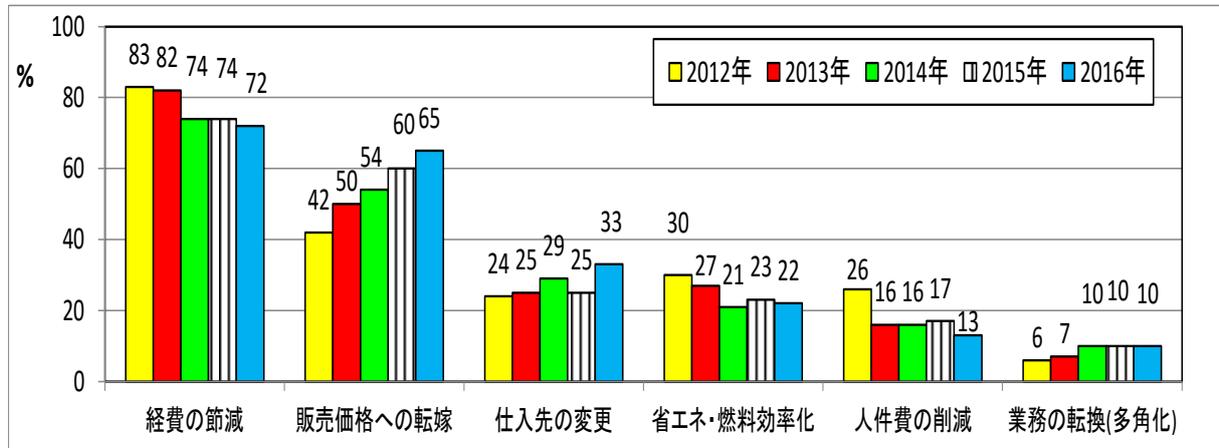
(1) 今年(2016年)の状況

全産業で最も多い回答は、「経費の節減」で72%を占め、次いで「販売価格への転嫁」の65%、「仕入先の変更」の33%、「省エネ・燃料効率化」22%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。ただし、「経費の節減」は、2012年に83%であったが、今年は72%へと低下している。一方、「販売価格への転嫁」は、2012年の42%以降上昇を続け、今年は65%に上昇している。原材料・仕入価格上昇に対する各企業の主な対策が「経費の節減」に努めると共に、「販売価格への転嫁」にも対応している傾向がみられる。(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)

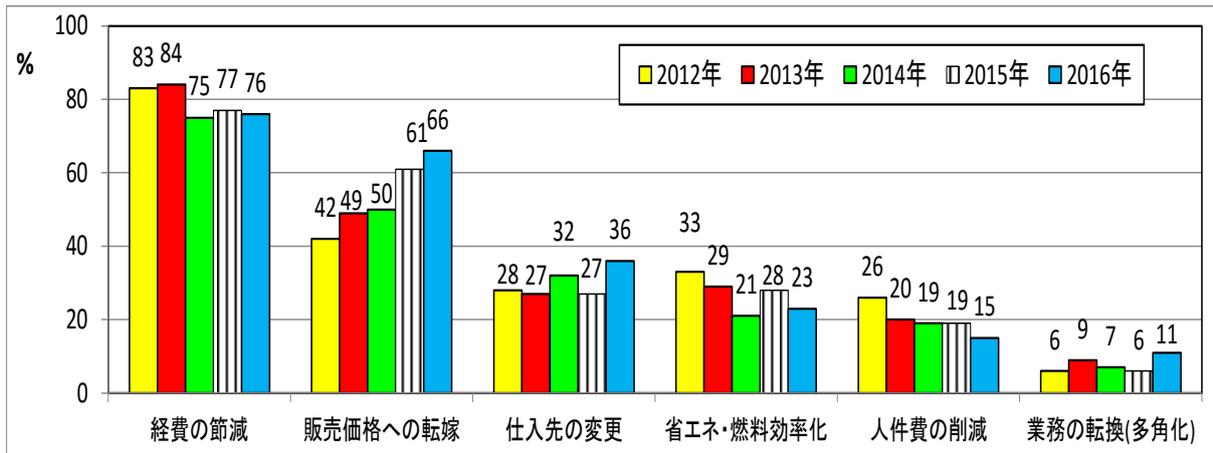


(注) 複数回答のため合計は100%にならない。

(3) 業種別の状況

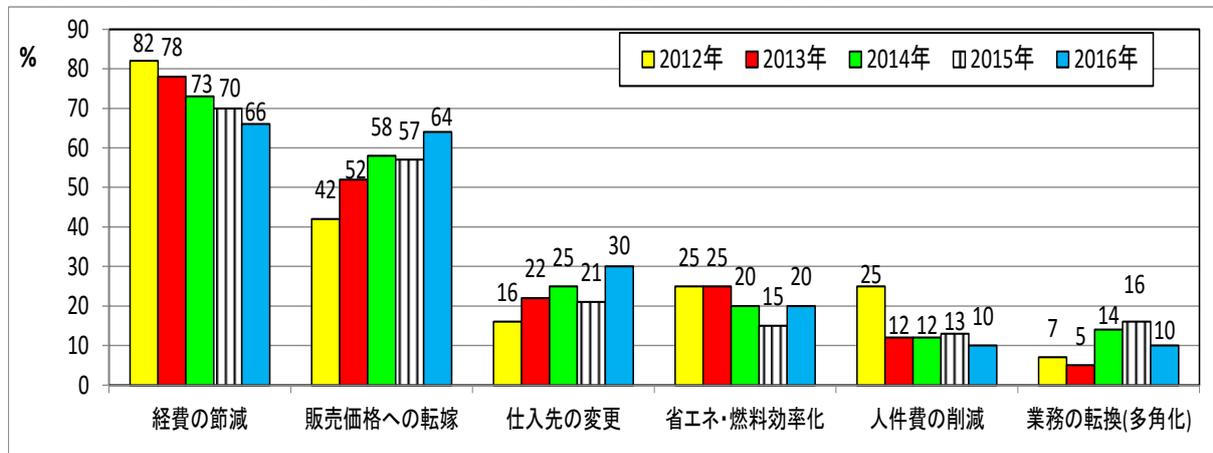
業種別に見ると、業種を問わず「経費の節減」(製造業 76%、非製造業 66%)が最も多く、次いで「販売価格への転嫁」(製造業 66%、非製造業 64%)となっている。「経費の節減」と「販売価格への転嫁」が多くの企業で取られている主な対策となっている。最近の傾向を見ると「経費の節減」が減少する一方で、「販売価格への転嫁」が経年して比率を高め、製造業、非生業ともにこの5年間で20%以上増加している。(図表5、6)

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」が昨年まで毎年最も多い回答であったが、今年では21%と前年に比べ4%低下し、これに代わって「販売価格にほぼすべて転嫁」と「6割以上転嫁」がともに23%で最多となっている。本稿で言う「満足できる状況」の企業割合が2012年以降右肩上がりでも推移しており、販売価格への転嫁状況は改善してきている。企業は、これからも引き続き、製品・サービスの付加価値を高めることにより、原材料価格上昇を販売価格に転嫁できる力を高める経営努力を継続することが求められている。