

## V 特集アンケート

### 原材料価格の上昇が県内事業者に与える影響について

#### はじめに

昨年末以降の円高修正・株高を受けて、日本国内では景況感の改善、個人消費の持ち直し、企業業績の改善等の明るいニュースが増えているが、一方で、円安等による原材料価格の上昇、電気料金の値上がりなどが、県内事業者の利益を圧迫している。そこで、今回の特集アンケートでは、昨年末と比較して、原材料費（製造原価）はどの程度上昇しているのか、その上昇の主な要因は何か、販売価格への転嫁の程度、転嫁以外の対応策等を質問することで、県内事業者への影響や対応策を明らかにする。また、電気料金値上げの影響を把握するため、県内事業者における電気料金が販売管理費（製造業の場合は製造原価）に占める割合を尋ねた。

#### アンケート内容

- ①昨年末からの原材料費（製造原価）の増減
- ②原材料費増加の主な要因【複数回答可】
- ③販売価格への転嫁の状況
- ④販売価格への転嫁が可能だった理由【複数回答可】
- ⑤販売価格への転嫁が十分にできない理由【複数回答可】
- ⑥販売価格への転嫁以外の対応策【複数回答可】
- ⑦販売価格への転嫁以外の対応を実施する際の課題【複数回答可】
- ⑧電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合

#### ＜調査結果＞

回答事業者の6割以上が昨年末と比べて原材料費が増加したと回答。「10%以上増加」との回答も3割超で、事業収益に大きな影響を与えていると想定される。

○原材料費増加の要因では、「原油・資源価格の上昇」が最も多く、「円の為替レートの変動」、「仕入先からの値上げ要請」が続く（28頁）。

○販売価格への転嫁を実施した事業者は3割程度。今後転嫁を予定する事業者は2割（29頁）。

○販売価格への転嫁を実施できた理由としては、「継続的な交渉」、「製品・サービスの独自性」との回答が多い（30頁）。

○販売価格への転嫁以外の対応策としては、原材料費、人件費以外の「その他コスト削減」、「生産性・効率性向上」、「仕入先・仕入商品の見直し」との回答が多い（32頁）。

○電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合は5%未満との回答が8割強（34頁）。

① 昨年末からの原材料費（製造原価）の増減

昨年末と比べて原材料費が増加したとの回答は6割以上  
10%以上増加したとの事業者は3割を超える

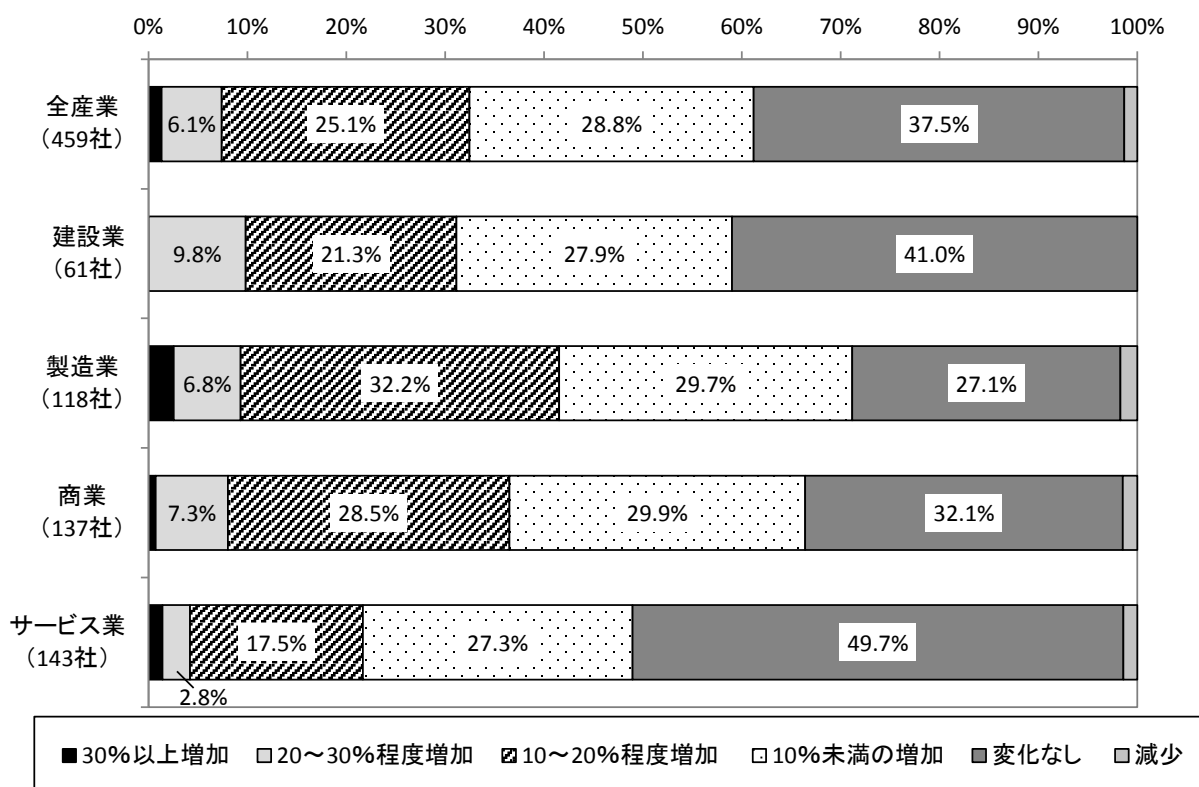
昨年12月と比べて、原材料費(製造原価)の増加について、6割以上が増加したと回答している。増加の程度としては、「10%未満」(28.8%)が最も多く、「10~20%程度」(25.1%)が続く。

業種別に見ると、製造業の7割強が製造原価が増加したと回答しており、他業種の中で最も高い割合となった。その後には、商業の約6.5割、建設業の約6割、サービス業の約5割が続く。

20%以上の原材料費(製造原価)の増加となった業種には、土木工事業や木材・木工品を取り扱う商業、食料品製造業などが見られた。

■ 図表 昨年末からの原材料費（製造原価）の増減

※アンケート回収 522社のうち無回答 63社を除く



※本項以降のグラフにおいて、図中の項目軸の( )の数値は、  
無回答を除く回答事業者数を示す

## ②原材料費増加の主な要因【複数回答可】

(※①で、「30%以上増加」、「20～30%程度増加」、「10～20%程度増加」、「10%未満の増加」のいずれかを回答した事業者 281 社のみ対象)

### 原材料費増加の要因では、「原油・資源価格の上昇」が最も多く 「円の為替レートの変動」、「仕入先からの値上げ要請」が続く

原材料費増加の主な要因としては、「原油・資源価格の上昇」が 51.1%と最も高く、「円の為替レートの変動」(44.6%)、「仕入先からの値上げ要請」(42.1%)が続く。

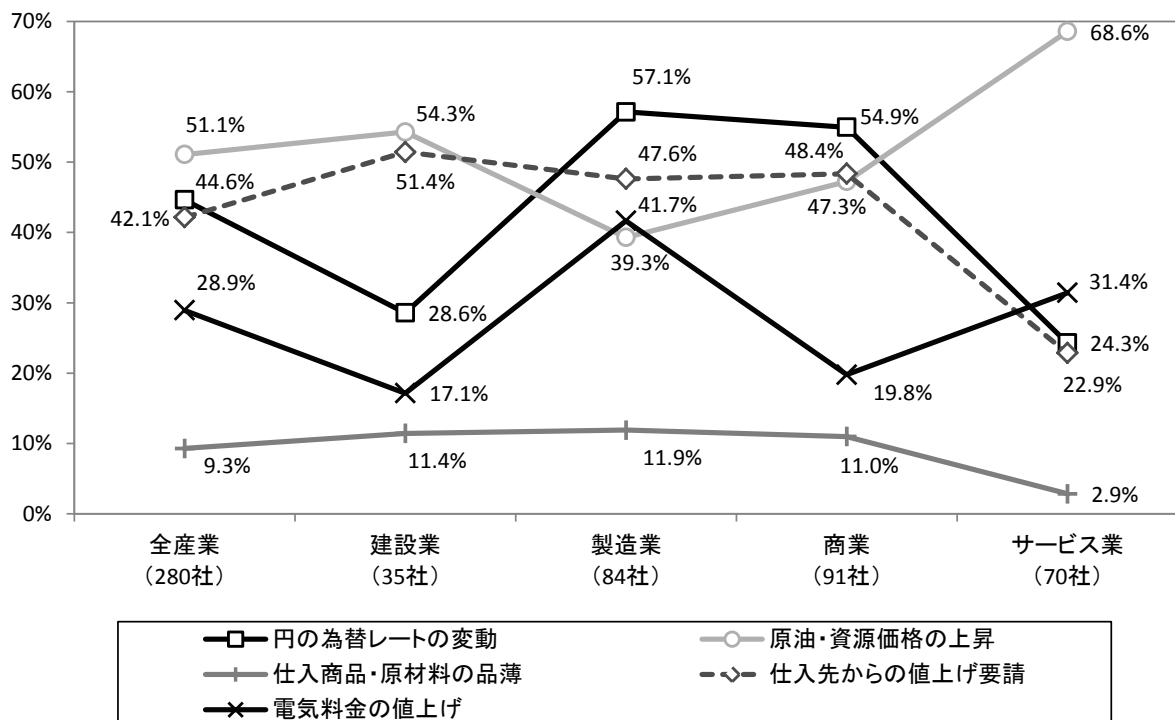
業種別に見ると、製造業、商業では、「円の為替レートの変動」、「原油・資源価格の上昇」、「仕入先からの値上げ要請」のいずれもが高い水準となっている。建設業では、「原油・資源価格の上昇」、「仕入先からの値上げ要請」の回答割合が高い。サービス業に関しては、運輸業を中心に「原油・資源価格の上昇」との回答が多く、その他の選択肢に比べて、極めて高い回答割合となっている。

円の為替レート変動の影響が色濃く見られた製造業、商業では、特に化学製品製造業、木材・木工製品製造業、繊維製品製造業、衣料品卸売業、燃料小売業などで、「円の為替レートの変動」との回答が多く見られた。

「電気料金の値上げ」に関しては、製造業で回答が多く見られた。

## ■図表 原材料費増加の主な要因【複数回答可】

※ 対象 281 社のうち無回答 1 社を除く



### ③販売価格への転嫁の状況

(※①で、「30%以上増加」、「20～30%程度増加」、「10～20%程度増加」、「10%未満の増加」のいずれかを回答した事業者 281 社のみ対象)

## 販売価格への転嫁を実施した事業者は 3 割程度

## 今後転嫁を予定する事業者は 2 割

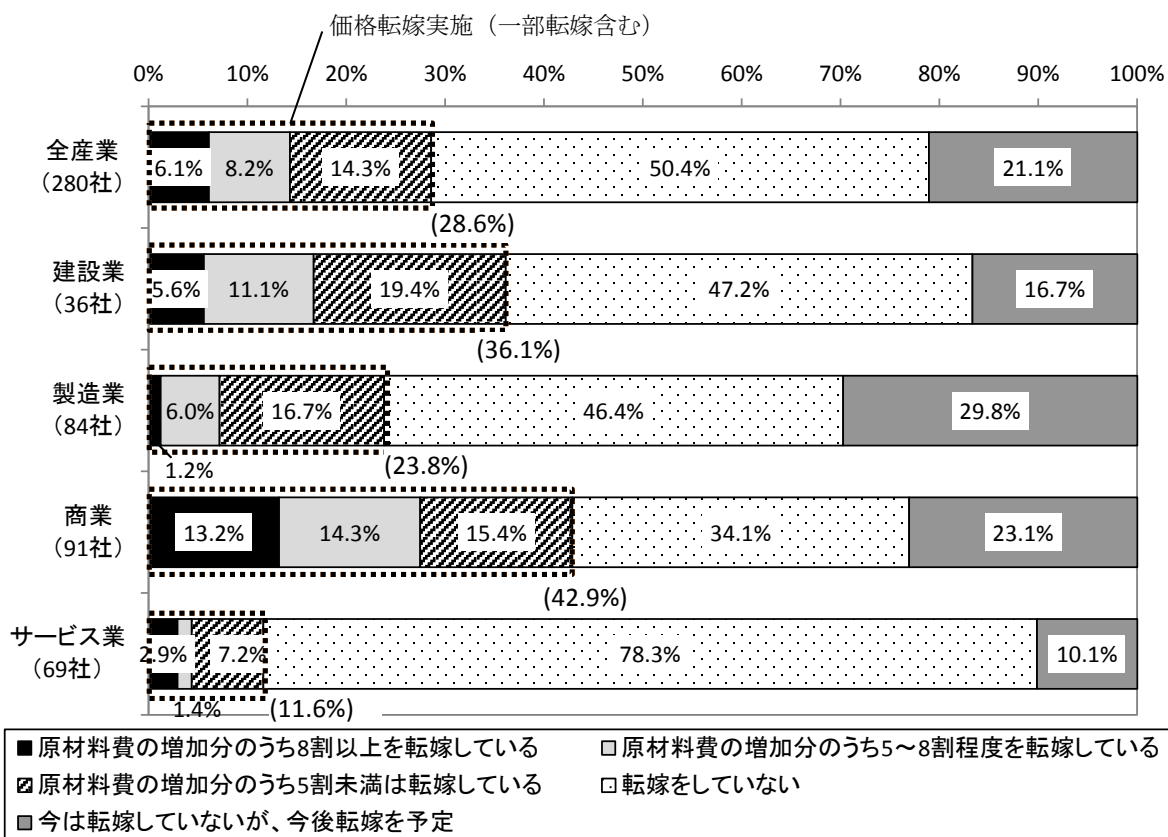
原材料費が増加した事業者のうち、販売価格への転嫁(一部転嫁含む)を実施した(できた)事業者は 28.6%にとどまる。今後実施予定の事業者は 21.1%で、実施していない(できない)事業者は 5 割を超えた。

原油価格が高騰した 2008 年に当研究所で実施した「原材料価格高騰による影響調査」では、販売価格への転嫁(一部転嫁含む)を実施した事業者は 33.9%であった。ただし、今回調査では、今後実施を予定する事業者が 2 割程度いることを踏まえると、販売価格への転嫁を実施する事業者の割合は、2008 年と同程度あるいはそれを上回る可能性が高い。

業種別では、商業で販売価格への転嫁を実施した事業者の割合が最も高く(42.9%)、建設業(36.1%)、製造業(23.8%)、サービス業(11.6%)が続く。商業は転嫁実施事業者の割合が高い結果となったが、卸売業では過半数の事業者で価格転嫁を実施しているものの、小売業ではガソリンスタンド等を除くと、ほとんどの事業者が価格転嫁ができていない。

#### ■図表 販売価格への転嫁の状況

※ 対象 281 社のうち無回答 1 社を除く 280 社



(注) 図中のカッコ内の比率は、「8割以上を転嫁」、「5～8割程度を転嫁」、「5割未満は転嫁」の合計値

#### ④販売価格への転嫁が可能だった理由【複数回答可】

(※③で、「原材料費の増加分のうち8割以上を転嫁している」、「原材料費の増加分のうち5～8割程度を転嫁している」、「原材料費の増加分のうち5割未満は転嫁している」のいずれかを回答した事業者80社のみ対象)

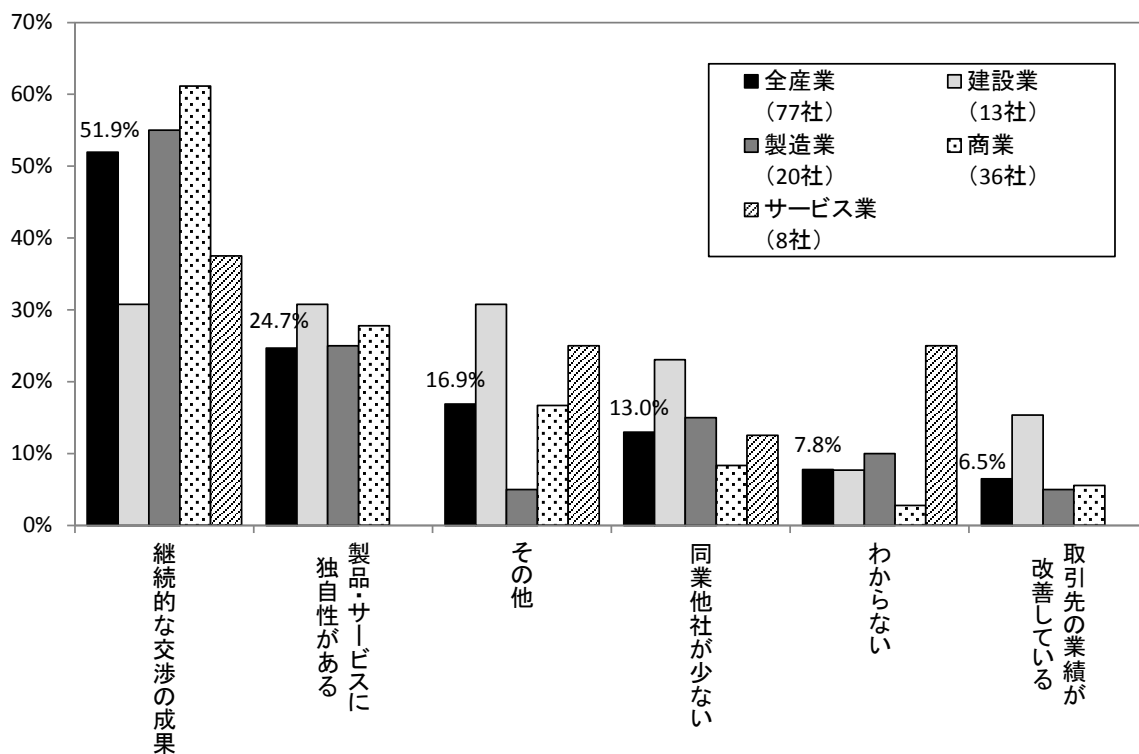
### 販売価格への転嫁を実施できた理由としては 「継続的な交渉」、「製品・サービスの独自性」との回答が多い

販売価格への転嫁を実施できた理由としては、「継続的な交渉の成果」との回答が5割を超え、「製品・サービスに独自性がある」(24.7%)、「その他」(16.9%)、「同業他社が少ない」(13.0%)が続く。最も多い回答の「継続的な交渉の成果」は、製造業では鉄鋼・金属加工、商業では卸売業で回答が多く見られた。

業種別に見ると、全ての業種で「継続的な交渉の成果」との回答が最も多く、「製品・サービスに独自性がある」が続く。

■図表 販売価格への転嫁が可能だった理由【複数回答可】

※ 対象80社のうち無回答3社を除く77社



⑤販売価格への転嫁が十分にできない理由 【複数回答可】

(※③で、「転嫁はできない(しない)」を回答した事業者 141 社のみ対象)

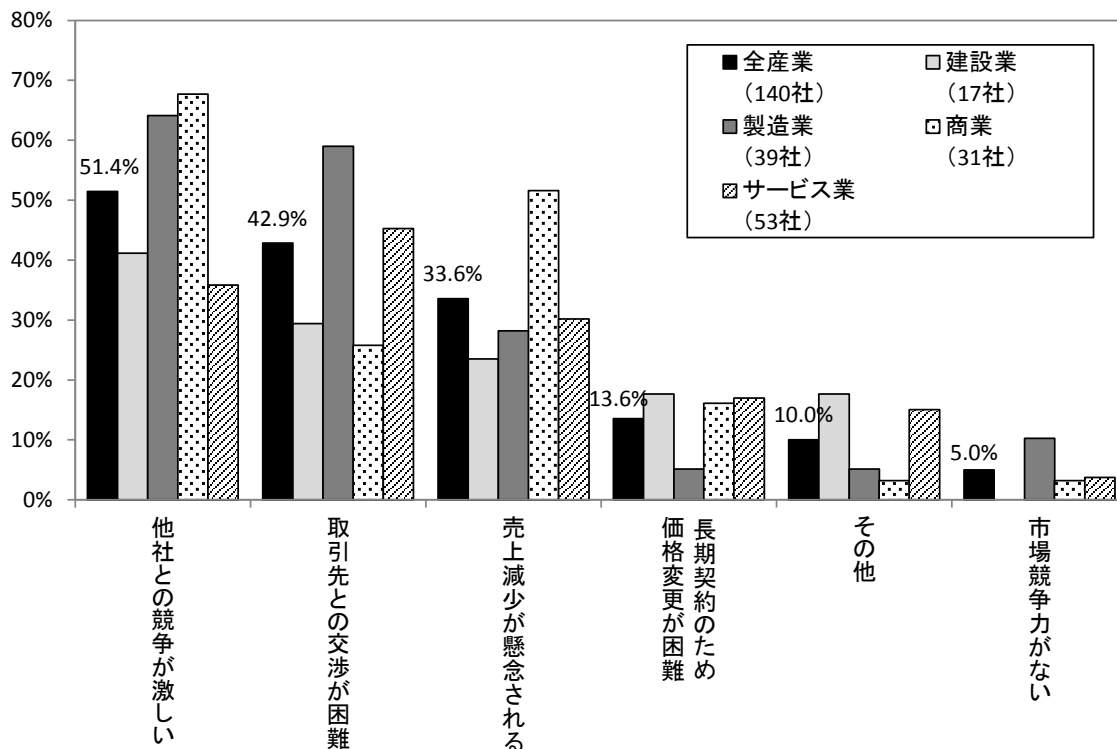
販売価格への転嫁ができない理由としては、「他社との競争が激しい」  
「取引先との交渉が困難」との回答が多い

販売価格への転嫁が十分にできない理由としては、「他社との競争が激しい」との回答が 5 割を超え、「取引先との交渉が困難」(42.9%)、「売上減少が懸念される」(33.6%)が続く。

業種別に見ると、商業で「他社との競争が激しい」、「売上減少が懸念される」との回答が多くなっている。建設業、製造業、サービス業では「他社との競争が激しい」や「取引先との交渉が困難」との回答が多く見られた。

■図表 販売価格への転嫁が十分にできない理由【複数回答可】

※ 対象 141 社のうち無回答 1 社を除く 140 社



⑥販売価格への転嫁以外の対応策 [複数回答可]

販売価格への転嫁以外の対応策としては、「その他コスト削減\*」

「生産性・効率性向上」、「仕入先・仕入商品の見直し」との回答が多い

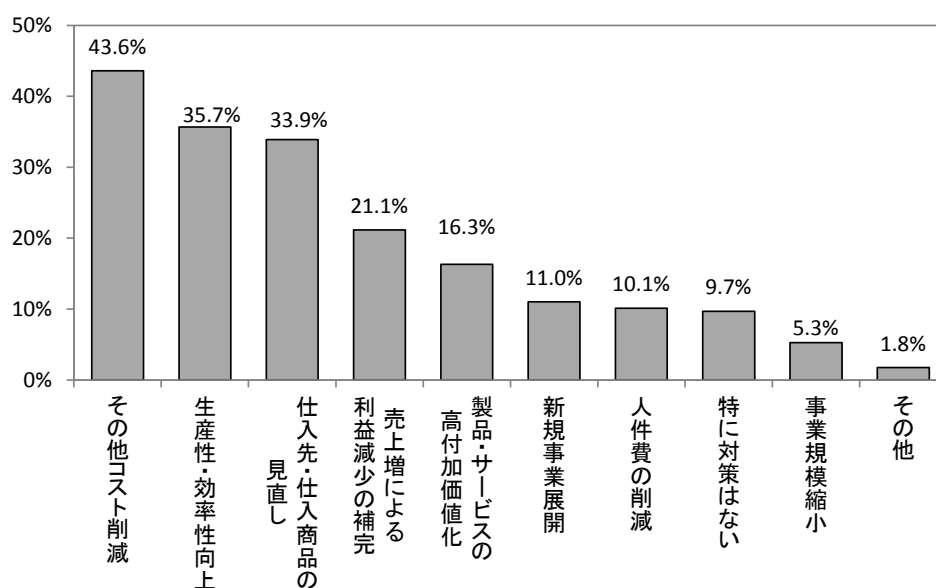
※「その他のコスト」とは、原材料費や人件費以外の水道光熱費、広告宣伝費、交際費、減価償却費等を指す。

販売価格への転嫁以外の対応策としては、原材料費や人件費以外の「その他コスト削減」が43.6%と最も高い回答割合で、「生産性・効率性向上」(35.7%)、「仕入先・仕入商品の見直し」(33.9%)が続く。景況感の改善もあり、「売上増による利益減少の補完」との回答も21.1%と4番目に多い回答となった。県内景況感に大きな影響を与える「人件費の削減」との回答は10.1%見られた。

業種別に見ると、建設業では「その他コスト削減」、製造業では「生産性・効率性向上」、商業では「仕入先・仕入商品の見直し」、サービス業では「その他コスト削減」が最も多い回答となった。「人件費の削減」は、サービス業と商業で全体よりもやや高い回答割合となった。

■図表 販売価格への転嫁が可能だった理由 (全産業 227 社)

※ アンケート回収 522 社のうち無回答 295 社を除く 227 社



	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
仕入先・仕入商品の見直し	77	5	24	36	12
人件費の削減	23	0	6	8	9
その他コスト削減	99	12	30	30	27
売上増による利益減少の補完	48	6	13	15	14
新規事業展開	25	2	10	7	6
事業規模縮小	12	0	1	4	7
生産性・効率性向上	81	10	39	17	15
製品・サービスの高付加価値化	37	4	12	15	6
特に対策はない	22	5	6	3	8
その他	4	0	2	1	1
無回答	295	39	48	89	119
合計	522	65	121	160	176

※網掛け表示は、各業種で最も多い回答となった選択項目

⑦販売価格への転嫁以外の対応を実施する際の課題 [複数回答可]

(※⑥で「特に対策はない」を回答した事業者や無回答の事業者を除いた 205 社のみ対象)

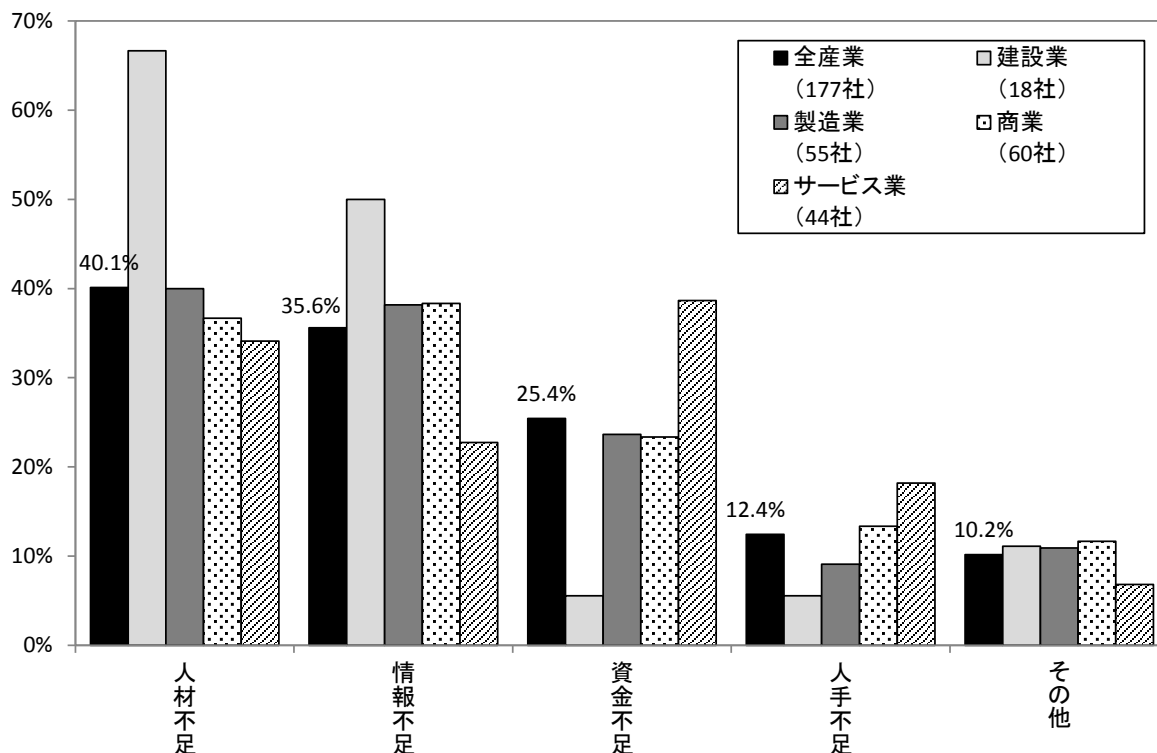
価格転嫁以外の対応策を実施する際の課題としては、  
「人材不足」が 4 割で最も高く、「情報不足」が約 3.5 割で続く

販売価格への転嫁以外の対応策を実施する際の課題としては、「人材不足」が最も多く、その後に「情報不足」、「資金不足」が続く。

業種別に見ると、建設業で「人材不足」、「情報不足」との回答割合が全体よりも高くなっている。製造業、商業に関しては「人材不足」、「情報不足」との回答割合が 4 割程度とともに高く、「資金不足」が 2 割程度で続く。サービス業では、運輸業を中心に「資金不足」が最も高い回答割合なる一方で、「情報不足」との回答割合は全体に比べて低い。

■図表 販売価格への転嫁以外の対応を実施する際の課題（全産業 177 社）

※ 205 社のうち無回答 28 社を除く 177 社





⑧電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合

電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合は  
5%未満との回答が全産業で8割強

電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合について、「3%未満」との回答が約7割で最も高く、「3%以上5%未満」（16.0%）、「5%以上10%未満」（11.4%）が続き、「10%以上」との回答は4.5%となった。「10%以上」と回答した事業者には、食料品小売業、病院・社会福祉施設、貸事務所業などが含まれる。

2013年4月より、関西電力は企業向け電気料金を17.26%引き上げた。販売管理費（製造原価）に占める電気料金の割合が5%未満の場合、電気料金値上げに伴う販売管理費（製造原価）の増加率は1%未満にとどまる。8割以上の事業者で、電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合は5%未満であるとの回答になっていることから、今回の電気料金の値上げに伴う販売管理費（製造原価）の増加率は1%未満にとどまる事業者が大多数を占めていることがわかる。

■ 図表 電気料金が販売管理費（製造原価）に占める割合（全産業449社）

※ アンケート回収522社のうち無回答73社を除く449社

