

<調査結果報告>

原材料価格等高騰の県内企業への影響について

～仕入価格上昇は約6割、平均上昇率は25.6%、4割弱ではほぼ価格転嫁できず～

原油や資源価格などの高騰が続き、企業間で取引するモノの価格動向を示す企業物価指数は、2021年11月の国内物価が前年比+9.2%と1981年1月以降で最大の伸びとなった。12月、1月も+8%台で推移しており、企業への影響は拡大、景気回復の重石となっている。

株式会社百五総合研究所では、三重県内の企業における原材料価格等高騰の影響等について調査を行ったので、その結果を報告する。

【調査の概要】

- 調査回答数：三重県内事業所 413 先
- 調査時期：2022年1月中旬～下旬
- 調査項目：仕入価格上昇による業績への影響、上昇率、上昇品目、価格転嫁状況など

【調査結果の概要】

- 2021年度下期に、仕入価格が「上昇」「やや上昇」した企業は合わせて約6割。うち2021年度の業績見込みを「赤字」とする企業は9.5%、「赤字にはならないが予想利益が大きく減少」は20.8%となり、合わせて約3割の企業が業績に大きな影響を受けている。
- おおよそ1年前と比べた「仕入価格（総平均）」の上昇率は、全企業平均で25.6%。
- 原油、石油製品、ガス、金属、非鉄金属、鋼材、木材、樹脂、食品、衛生設備、包装材などあらゆる原材料や燃料の値上がりの影響を受けている。
- 販売価格への転嫁状況について、「仕入価格上昇分の90～100%程度」転嫁できている企業は18.9%となり、2割程度の企業では概ね転嫁が進んでいる。
- しかし、「仕入価格上昇分の50%未満程度」転嫁と「販売先と交渉中」の企業は、合わせて36.1%となり、4割弱の企業ではほとんどあるいは全く転嫁できていない。
- 価格転嫁以外に、「合理化、経費削減」（62.6%）で上昇分を吸収したり、「調達先とコスト抑制の交渉」（56.7%）などの努力を行っている企業は6割前後。「調達先の見直し」（36.0%）まで行う企業も4割弱みられた。
- 原材料価格等高騰の背景には、世界経済回復による需要増、コロナ禍による生産減、物流ひっ迫など複合的な要因があるが、2月24日のロシアのウクライナへの軍事侵攻を受けWTIの原油先物価格が一時2014年以来となる1バレル100ドル台をつけるなど急騰しており、今後さらなる原油高・資源高等が予想される。企業はコスト削減などで上昇分を吸収し切れず価格転嫁は進むものの十分な転嫁には至らないとみられ、収益をさらに圧迫し景気回復の重石になることが懸念される。

【担当】株式会社百五総合研究所 コンサルティング事業部 調査グループ 谷ノ上（たにのうえ）
三重県津市岩田21番27号 TEL059-228-9105、080-6961-5358

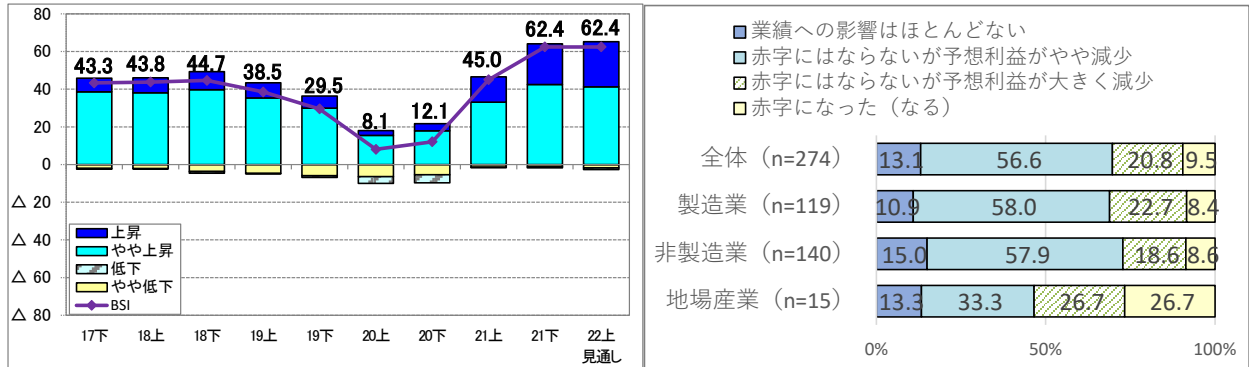
【調査結果】

◆仕入価格の上昇による業績への影響

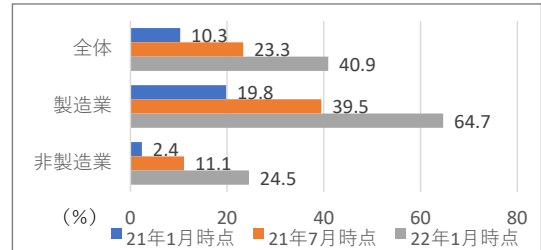
仕入価格が上昇傾向にあるとした企業は約6割。うち仕入価格の上昇により、自社の2021年度の業績が「赤字になった(なる)」企業は9.5%、「赤字にはならないが予想利益が大きく減少」は20.8%となり、合わせて約3割の企業が業績に大きな影響を受けている。

■仕入価格上昇・低下の企業割合・BSI

■2021年度業績への影響（見込み）



＜参考：「原材料高」を経営上の問題に挙げた企業＞
経営上の問題に「原材料高」を挙げた企業は、半年前（21年7月）の23.3%から40.9%に上昇、製造業では64.7%に上った。



◆仕入価格（総平均）の上昇率

おおよそ1年前と比べた「仕入価格（総平均）」の上昇率は、全企業平均で25.6%となった。特に上昇している品目は、下記の通り多岐にわたる。

＜特に上昇している主なもの＞（自由記述より）

【製材】原木、製材品（輸入材・国産材）。／【真珠加工販売】金、銀、金具、真珠。／【萬古焼製造・卸売】ガス、陶土、土鍋製品。／【食料品】大豆、小麦粉、澱粉、コーンスターチ、牛肉、めかぶ、上白糖、水産物、原料アルコール、ハチミツ、容器。／【繊維】綿糸。樹脂（ガラス繊維製品製造）、包装材。／【印刷】用紙、インキ等石油化学製品。／【石油・化学】原油、ナフサ、金属酸化物、キシレン、トルエン。／【窯業・土石】石灰石、軽油、重油。／【一般機器】鉄、鋼材、ステンレス、電子部品、プラスチック製品、樹脂加工品、切削油。／【電気機器】板金、金属加工品、絶縁材料、樹脂材、マイコン。／【輸送用機器】鉄鋼材、鉄、ブタン、磨棒鋼、半導体、生産設備、ガス、副資材、薬品、塗料、木材、樹脂材、ウレタン等石油製品、機械油、燃料、ビニールシート。／【その他製造】鉄、銅、コルク、アルミ、ステンレス、木材、鋼材（厚板・パイプ）、工業用フィルム、プラスチック原料、ナフサ、コイル材、段ボール溶剤、建築合板。／【建設】ケーブル、電材、セメント、鋼材、燃料、木材、電気器具、空調機器、給排水衛生設備、銅線、配管材、骨材。／【不動産】木材、鉄材。／【卸売】食品（食用油、乳製品、小麦粉、コーヒー豆、和牛、外国産牛肉、水産物、砂糖、冷凍食品、ラード、乾物、缶詰）、化学繊維、塗料、溶剤、塩ビパイプ、金物。／【小売】食料品、牛肉、輸入農産物、肥料、農薬、ガス。／【運輸・倉庫】軽油、ガソリン、オートガス、アドブルー、ラップ。／【観光・宿泊】軽油、灯油、光熱・燃料費、食材（海産物、小麦粉、野菜、肉、油）、洗濯費、アメニティ。／【サービス】ガソリン、ガス・光熱費、燃料費、生鮮食品、肉、油、乳製品、チョコレート、ナッツ類、管材、鋼製建材・木製建材（リース用）、包装材、プラスチック製手袋・マスク、清掃化学材、消毒薬、コンピュータ。

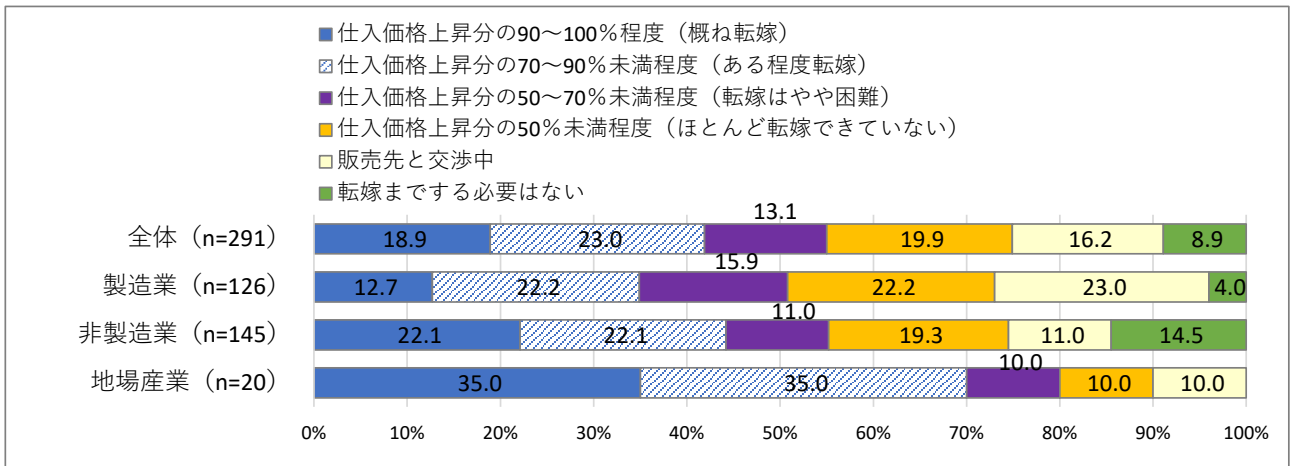
◆販売価格への転嫁状況

販売価格への転嫁状況（現状および確定している予定も含む）については、「転嫁までする必要はない」は8.9%にとどまり、製造業では4.0%となった。

「仕入価格上昇分の90～100%程度（概ね転嫁）」できている企業は18.9%で、「仕入価格上昇分の70～90%未満程度（ある程度転嫁）」（23.0%）と合わせると約4割の企業では価格転嫁がある程度進んでいる。なお、「仕入価格上昇分の90～100%程度（概ね転嫁）」は、非製造業では22.1%だが、製造業では12.7%にとどまっており、とくに卸売（60.0%）などで高くなった。

「仕入価格上昇分の50%未満程度（ほとんど転嫁できていない）」と「販売先と交渉中」を合わせると36.1%となり、4割弱の企業ではほとんどあるいは全く転嫁できていない。その割合は製造業で45.2%、非製造業で30.3%となり、製造業の方が高い。とくに印刷（100.0%）、運輸・倉庫（61.1%）、窯業・土石（57.1%）、一般機器（53.3%）などで高い。

■販売価格への転嫁状況

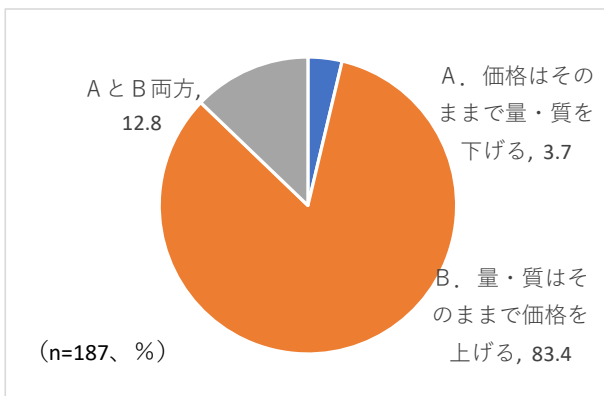


◆価格転嫁方法 / 価格転嫁以外で行っている（行った）対応策

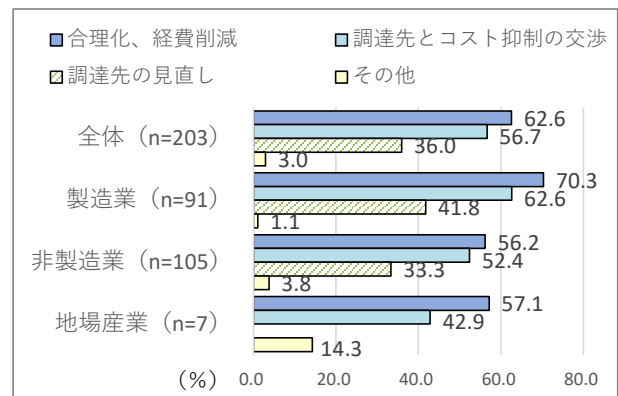
販売価格への転嫁方法については、「B. 量・質はそのままで価格を上げる」が83.4%で高く、価格そのものを上げて対応しているケースが多い。

販売価格への転嫁以外で行っている（行った）対応策としては、「合理化、経費削減」が最も高く、6割強となった。また、「調達先とコスト抑制の交渉」も6割弱と高く、「調達先の見直し」まで行う企業も4割弱みられた。なお、いずれも製造業で高い。

■価格転嫁方法



■価格転嫁以外で行っている（行った）対応策



以上