

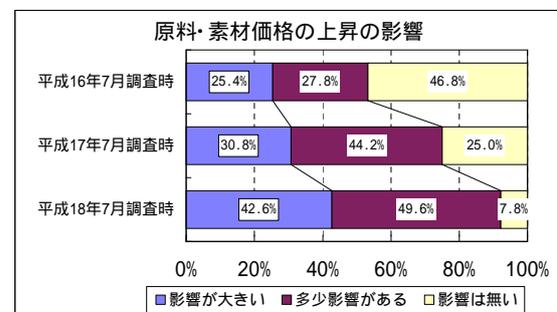
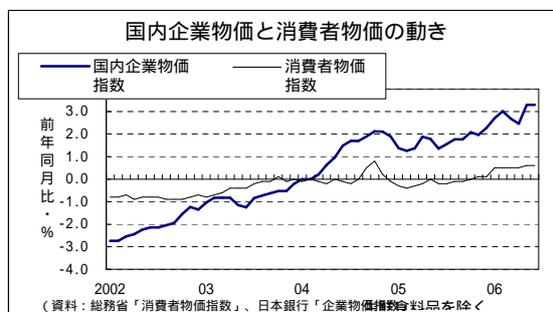
原料・素材価格の上昇とその影響に関するアンケート調査結果

(株) 鳥取銀行
くらしと経営相談所

鳥取県企業動向調査と同時に調査した結果をご報告致します。(調査実施:平成 18 年 7 月)

～ 概 要 ～

最近の世界的な原材料の需要の増加と不安定な産出の為、金属・非金属類、原油をはじめとした素材関連の価格は上昇が続いています。日本銀行の統計においても、素材・原材料の上昇は、平成 16 年年初頃より顕著なものとなっています。しかしながら、消費者物価については、大きな上昇も見られず、素材・原材料の上昇に伴った「販売価格への転嫁」が進んでいない状況が窺われます。



県内企業においても、当行実施の企業動向調査で「経営上の問題点」として「仕入価格の上昇」が、平成 16 年年初より大幅に増加しています。これに伴い、平成 16 年、平成 17 年、平成 18 年(今回)の各 7 月に、「原材料・製品・商品など原料・素材価格の上昇に伴う影響とその対応策」について調査を行いました。

今回の調査結果では、原料・素材価格の上昇について、90%以上の企業が「影響が大きい」「多少影響がある」と回答されました。これは、当行が調査を始めた一昨年調査時から約 40 ポイント、昨年調査時より約 17 ポイント増加した事になります。

原料・素材価格の上昇率は全体の平均で 30.0% (前年調査比+14.1 ポイント)。内容は前年調査時と同様に「燃料費の増加」「材料費の増加」が上位を占めました。

原料・素材価格の上昇の影響があった企業のうち、上昇分を販売価格に転嫁できた企業は 17.5%と低く、また上昇分の転嫁率は価格転嫁できた企業の平均で 34.0% (前回調査 73.8%) となっています。「他社競争」「取引先との関係」等を理由に、原料・素材価格の上昇分の販売価格への転嫁が十分に行われていないことが窺われました。

【アンケート調査内容】

250 社にアンケート調査をお願いし、115 社から有効なご回答を頂きました。内容は、

原料・素材価格の上昇の影響の有無 原料・素材価格の上昇率 原料・素材価格の上昇の影響の内容 原料・素材価格の上昇を受け行った対策 販売価格に転嫁した割合 価格転嫁出来ない理由 です。

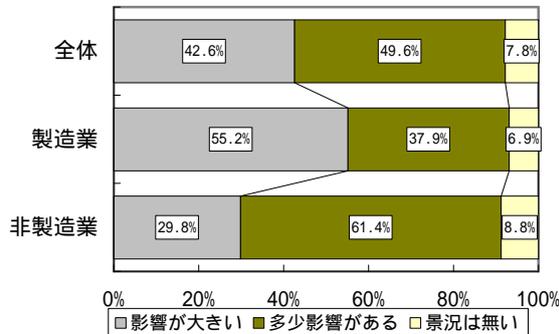
1. 原料・素材価格の上昇の影響の有無

自社の経営上、原料・素材価格の上昇に伴い、影響があるかどうかを尋ねたところ、「影響が大きい」が42.6%(前年調査 30.8%)、「多少影響がある」が49.6%(同 44.2%)、「影響は無い」が7.8%(同 25.0%)となり、影響を受けている企業は前回調査時と比較し増加した。

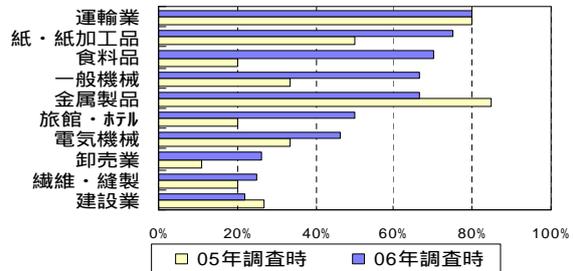
次に「影響が大きい」と回答した企業を産業別にみると、製造業で55.2%(前年調査 37.5%)、非製造業で29.8%(同 23.2%)となり、製造業で大きな影響を受けている企業の割合が高くなっている。また、製造業・非製造業共に、「影響が大きい」と回答した企業は、前回調査時と比較し増加している。

そして業種別にみれば、「運輸業」(80.0%、前年調査 80.0%)の割合が最も高く、次いで「紙・紙加工品」(75.0%、同 50.0%)、「食料品」(70.0%、同 20.0%)の順になっている。「運輸業」や「紙・紙加工」で「影響が大きい」と回答されている要因としては、近年の原油価格高騰による燃料費等の値上りが、企業経営に大きな影響を及ぼしているものと思われる。

原料・素材価格の上昇の影響の有無



原料・素材価格上昇の影響が大きいと回答した企業の割合(上位10業種)

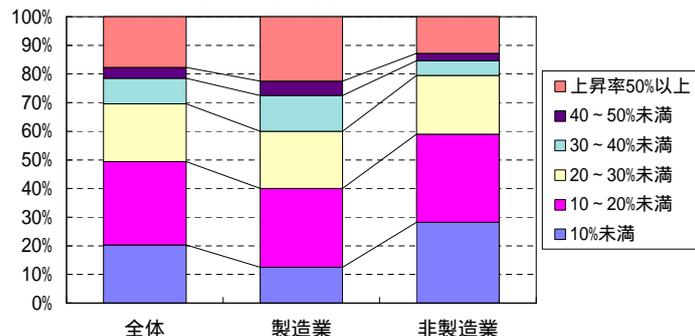


	全 体		製 造 業		非 製 造 業	
		前年調査		前年調査		前年調査
影響が大きい	42.6	30.8	55.2	37.5	29.8	23.2
多少影響がある	49.6	44.2	37.9	37.5	61.4	51.8
影響は無い	7.8	25.0	6.9	25.0	8.8	25.0

2. 原料・素材価格の上昇率

原料・素材価格の上昇率は全体の平均で、30.0%(前年調査 15.9%)、製造業では36.4%(同 19.0%)、非製造業で23.5%(同 11.1%)となり、両産業共に原料・素材価格が大幅に上昇している事が窺われる。

原料・素材価格の上昇率

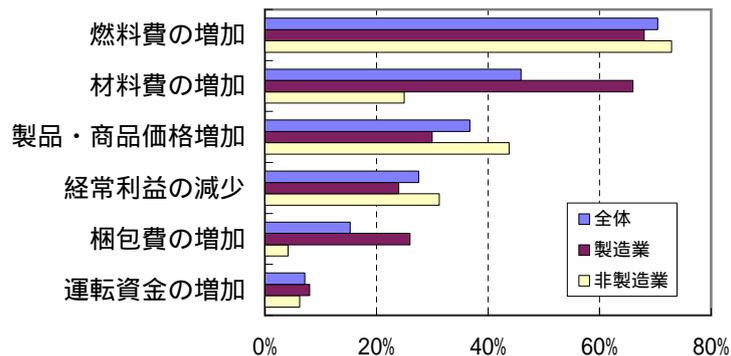


3.原料・素材価格上昇の影響内容

原料・素材価格上昇の影響があったと回答した企業に対して、影響内容を尋ねたところ(複数回答)、「燃料費の増加」が最も多く、全体で70.4%(前年調査40.0%)、次に「材料費の増加」が45.9%(同35.8%)、「製品・商品(仕入)価格の増加」が36.7%(同24.2%)と続いている。

今回調査の影響内容については、原油価格の高騰による石油関連製品の価格上昇の影響が色濃く反映しているものと推測される。

原料・素材価格上昇の影響内容(複数回答)

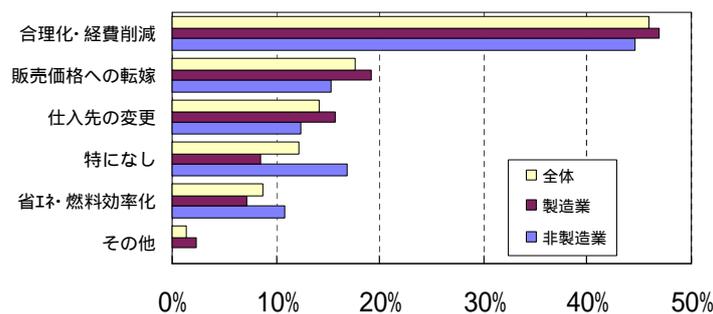


4.原料・素材価格の上昇を受け行った対策

原料・素材価格の上昇の影響を受け、各企業で行った対策(複数回答)は、「合理化・経費削減」が45.9%(前年調査35.8%)が最も多く、次に「販売価格への転嫁」が17.5%(同25.0%)、「仕入先の変更」が14.1%(同17.5%)と続く。

原料・素材価格の上昇の影響を受け、販売価格へ転嫁している企業は、前年調査時と比べて減少している。まずは、自助努力での対策を行っている企業が多いといえる。

原料・素材価格の上昇を受け
行った対策(複数回答)



5.販売価格へ転嫁した割合

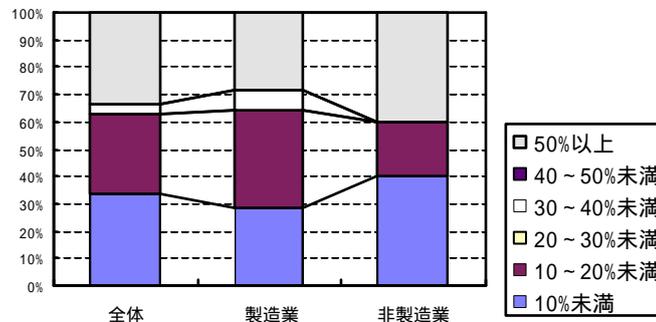
原料・素材価格の上昇の影響を受け、販売価格への転嫁を行った企業の割合は17.5%であったが、価格転嫁した企業の転嫁率をみると、全体の転嫁率の平均(注)は価格上昇分の34.0%(前年調査73.8%)、製造業34.9%(同74.6%)、非製造業で32.7%(同73.8%)である。

価格上昇分の50%以上を価格転嫁できた企業は33.3%(同100.0%)、その中でも価格上昇分を100%価格転嫁できた企業は16.6%(同35.0%)と少ない。前年調査時と比較し、転嫁率が大きく低下した要因として、2

年連続で価格上昇分を販売価格に転嫁する事は難しいという事が窺える。

(注)転嫁率の回答があった企業の平均で、転嫁率 0%及び未回答、不明先は反映されていない。

販売価格へ転嫁した割合

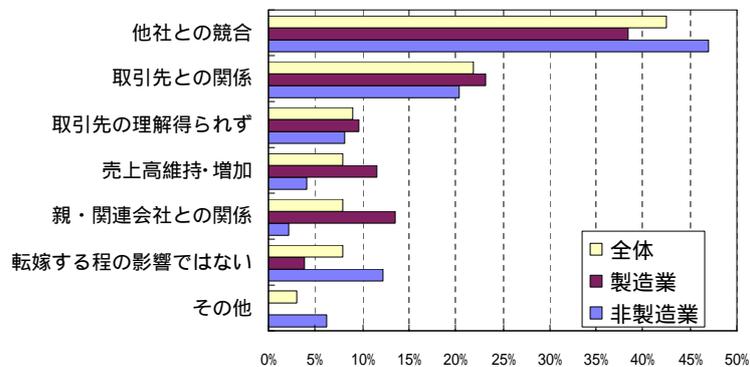


6. 価格転嫁できない理由

最後に価格転嫁できない理由(複数回答)を尋ねたところ、「他社との競合」と回答した企業が最も多く、全体の42.5%(前年調査31.7%)を占めた。次に「取引先との関係上」が21.7%(同15.0%)と続いている。

価格転嫁を行う際、業界内競争が一番のネックになっているようで、原料・素材価格の上昇の影響を受けている企業は少なくないが、厳しい同業者との競合が続くなか、即価格転嫁を行う事は容易ではなく、競合他社の動向、市場の反応を鑑みながら、転嫁の交渉を行っている様子が窺われる。

価格転嫁出来ない理由(複数回答)



以上