

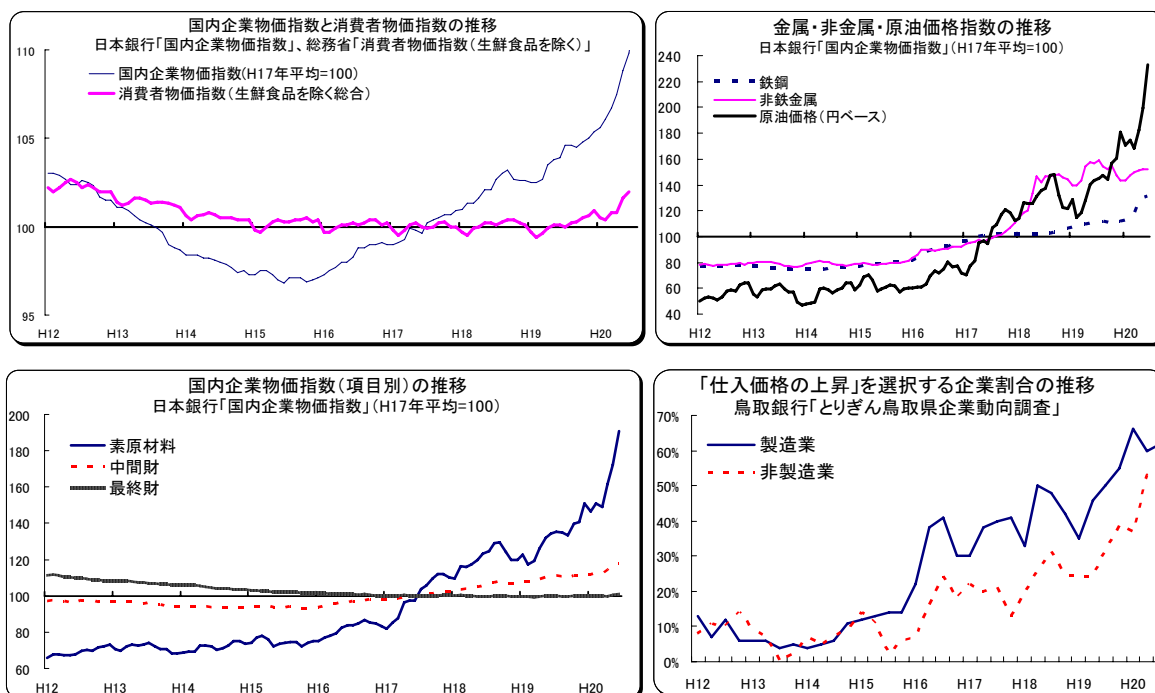
原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響に関するアンケート調査結果

(株)鳥取銀行
くらしと経営相談所

「第 110 回 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。(平成 20 年 7 月調査)

概要

平成 16 年以降上昇が続いている原油価格をはじめとした原材料価格は、日本銀行の統計からも分かるように、昨年の秋以降一段と上昇した。また、消費者物価指数は平成 16 年以降もほぼ横ばいの推移を続けていたが、今年に入り上昇基調が顕著になっており、製品・商品価格への転嫁が行われていることが窺える。



鳥取県内企業においても、当行が実施する「企業動向調査」で「経営上の問題点」として「仕入価格の上昇」と回答する企業の割合が平成 16 年頃から大幅な増加が続いている。これに伴い、平成 16 年より「企業における原料・素材価格等(燃料等)上昇の影響」について調査を行い、今回で 5 回目の調査となった。

今回の調査結果では、「原料・素材価格等(燃料等)の上昇の影響」について、全体で 98.0%の企業が「影響が大きい」又は「多少影響がある」と回答された。その割合は前年調査と比較すると大幅に増加(前年調査 88.1%→今年調査 98.0%)しており、ほぼ全ての企業の経営に何らかの影響を与えている結果となった。

原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響があったと回答した企業に対して、その影響の内容を尋ねたところ、過年調査と同様に、「燃料費の増加(70.0%)」、「材料費の増加(57.0%)」が上位を占めた。特に、原油価格の高騰の影響もあり「燃料費の増加」が+19.0 ポイントと大幅に上昇した。また、自社における原料・素材価格等(燃料等)の上昇率は、全体の平均で 42.5% (前年調査 18.4%)であった。

原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響を受けたと回答した企業のうち、上昇分を価格へ転嫁出来た企業の割合は全体で 44.0%(同 27.1%)と前年調査と比較し大幅に増加したものの、その転嫁率(上昇分に占める転嫁の割合)は全体で 27.8%(同 28.1%)とほぼ同水準であった。依然として「他社との競争」、「取引先との関係上」等の理由により、原料・素材価格等(燃料等)上昇分の販売価格への転嫁が十分に行われておらず、企業の収益状況を圧迫していることが窺われる結果となった。

アンケート調査内容

調査方法 郵送・持参によるアンケート方式

調査対象 鳥取県内企業 234 社(有効回答数 102 社(製造業:53 社、非製造業:49 社))

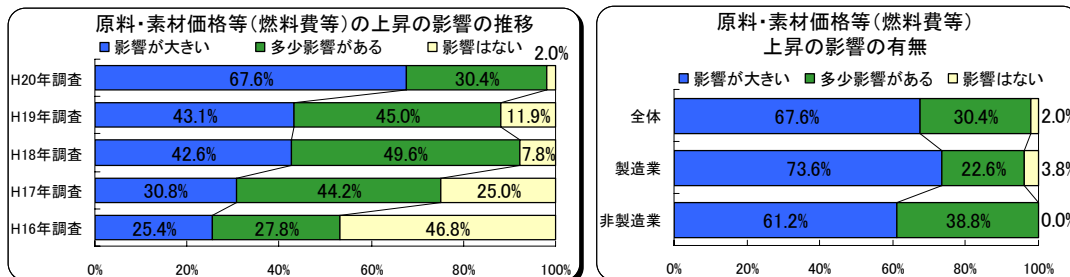
調査時期 平成 20 年 7 月(「第 110 回 鳥取県企業動向調査」と同時実施)(平成 16 年より毎年調査)

調査項目 1. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響の有無、2. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響の内容、3. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇率、4. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇を受けて実施した対策、5. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇分について販売価格に転嫁した割合、6. 販売価格に転嫁出来ない・しない理由、7. その他の価格転嫁の状況や対応策

1. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響の有無

企業経営上、原料・素材価格等の上昇の影響を尋ねたところ、「影響が大きい」と回答した企業は 67.6%(前年調査 43.1%)、「多少影響がある」は 30.4%(同 45.0%)、「影響はない」は 2.0%(同 11.9%)となった。「影響が大きい」と回答した企業が+24.5ポイントと大幅に増加したことから、影響がある割合(「影響が大きい」+「多少影響がある」)は 98.0%と、平成 16 年の調査開始以来最も高くなった。

産業別に影響がある割合(「影響が大きい」+「多少影響がある」)をみると、製造業では 96.2%(同 92.8%)と前年調査比+3.4ポイント増加し、非製造業では 100.0%(同 83.0%)と全ての企業で何らかの影響がある結果になっており、企業経営に大きな影響を与えていることが窺える結果となった。

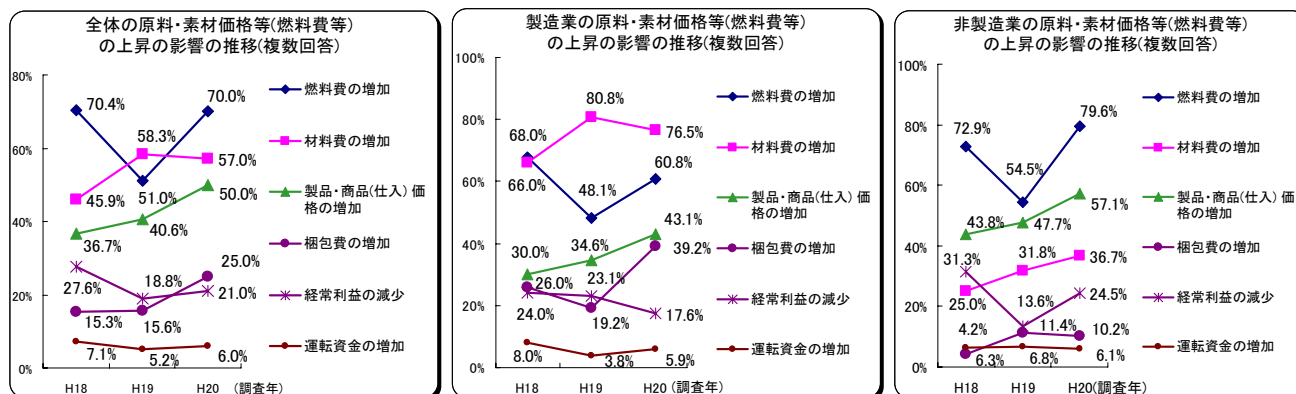


2. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響の内容

原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響がある(「影響が大きい」+「多少影響がある」と回答した企業に対して、その影響の内容を尋ねたところ(複数回答)、全体では「燃料費の増加」が 70.0%(前年調査 51.0%)と最も高く、次いで「材料費の増加」が 57.0%(同 58.3%)、「製品・商品(仕入)価格の増加」が 50.0%(同 40.6%)、「梱包費の増加」が 25.0%(同 15.6%)、「経常利益の減少」が 21.0%(同 18.8%)、「運転資金の増加」が 6.0%(同 5.2%)となり、過年調査と同様「燃料費の増加」、「材料費の増加」、「製品・商品(仕入)価格の増加」が上位を占めた。

産業別にみると、製造業では「材料費の増加」が 76.5%(同 80.8%)と最も高く、次いで「燃料費の増加」60.8%(同 48.1%)、「製品・商品(仕入)価格の増加」43.1%(同 34.6%)、「梱包費の増加」39.2%(同 19.2%)、「経常利益の減少」17.6%(同 23.1%)、「運転資金の増加」5.9%(同 3.8%)の順となった。一方、非製造業では「燃料費の増加」が 79.6%(同 54.5%)と最も高く、次いで「製品・商品(仕入)価格の増加」57.1%(47.7%)、「材料費の増加」36.7%(同 31.8%)、「経常利益の減少」24.5%(同 13.6%)、「梱包費の増加」10.2%(同 11.4%)、「運転資金の増加」6.1%(同 6.8%)の順となった。

前年調査と比較すると、原油価格高騰の影響もあり「燃料費の増加」が製造業(+12.7ポイント)、非製造業(+25.1ポイント)ともに大幅に増加した。



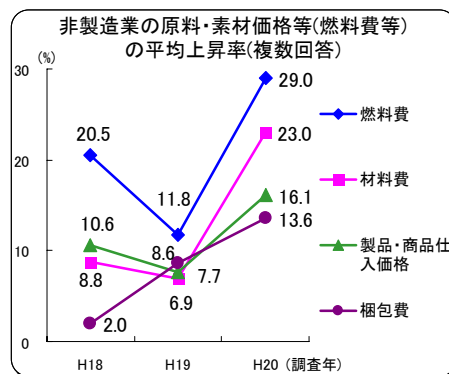
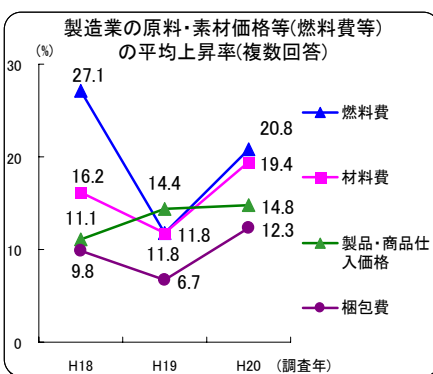
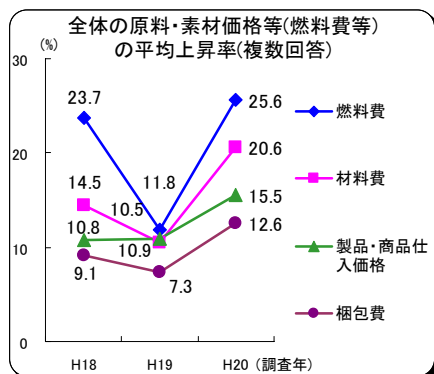
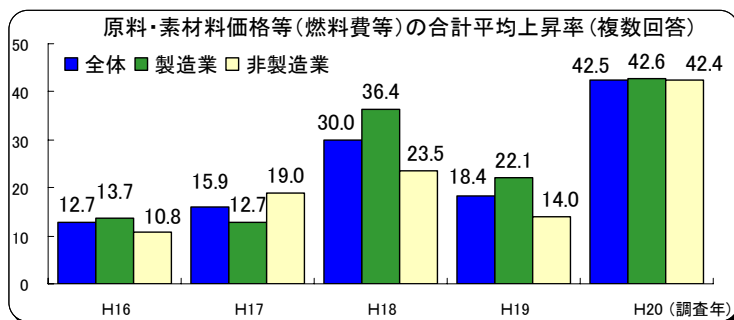
3. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇率

自社における原料・素材価格等(燃料費等)の上昇率を尋ねたところ、全体の合計平均(上昇率について回答した企業の平均)は42.5%(前年調査18.4%)、製造業は42.6%(同22.1%)、非製造業は42.4%(同14.0%)となり、製造業、非製造業とも前年調査を大幅に上回った。

上昇率を項目別にみると、全体で「燃料費」が25.6%(同11.8%)と最も高く、次いで「材料費」が20.6%(同10.5%)、「製品・商品仕入価格」が15.5%(同10.9%)、「梱包費」が12.6%(同7.3%)となり、「燃料費」(+13.8ポイント)と「材料費」(+10.1ポイント)が大幅に上昇した。

産業別にみると、製造業では「燃料費」が20.8%(同11.8%)、「材料費」が19.4%(同11.8%)、「製品・商品仕入価格」が14.8%(同14.4%)、「梱包費」が12.3%(同6.7%)の順であった。非製造業では「燃料費」が29.0%(同11.8%)、「材料費」が23.0%(同6.9%)、「製品・商品仕入価格」が16.1%(同7.7%)、「梱包費」が13.6%(同8.6%)の順であった。

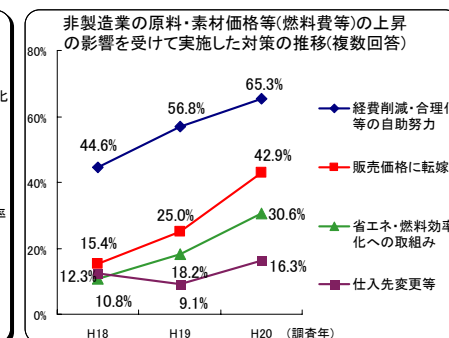
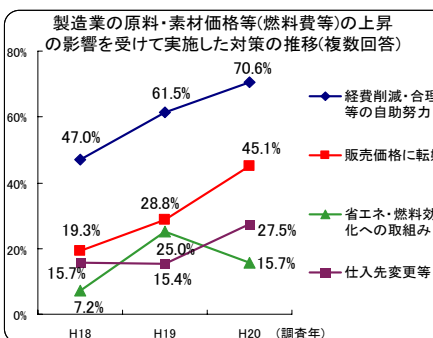
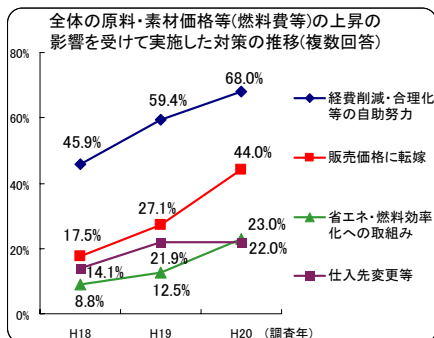
前年と比較すると、前設問2と同様に製造業、非製造業とも「燃料費」の増加幅が最も大きく、それぞれ+9.0ポイント、+17.2ポイントと大幅に増加した。



4. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇を受けて実施した対策

原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響がある(「影響が大きい」+「多少影響がある」と回答した企業)に対して、実施した対策(複数回答)について尋ねたところ、「経費削減・合理化等の自助努力」が68.0%(前年調査59.4%)と最も高く、次いで「販売価格に転嫁」が44.0%(同27.1%)、「省エネ・燃料効率化への取組み」が23.0%(同12.5%)、「仕入先変更等」が22.0%(同21.9%)となった。

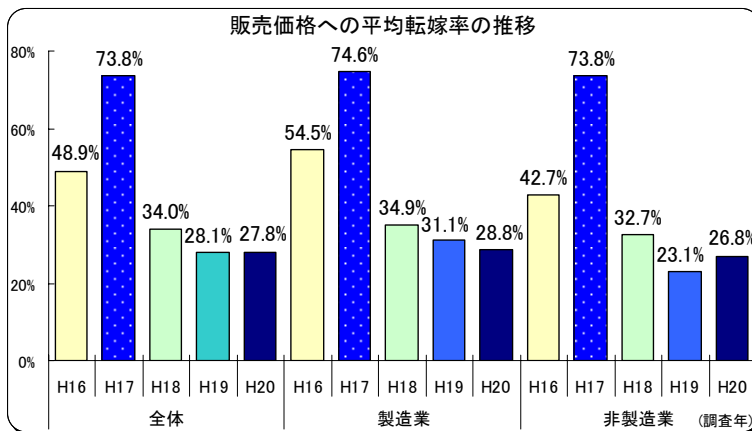
前年調査と比較して、「経費削減・合理化等の自助努力」は引き続き高い割合で推移しているが、「販売価格に転嫁」が+16.9ポイントと大幅に増加し、経費削減や合理化等の自助努力も限界に近づいていることが窺える。



5. 原料・素材価格等(燃料費等)の上昇分について販売価格に転嫁した割合

前設問 4.の原料・素材価格等(燃料費等)の上昇の影響を受けて実施した対策で、「販売価格に転嫁」を回答した企業は、全体で 44.0% (前年調査 27.1%) と +16.9 ポイント増加した。一方、「全体の転嫁率の平均(注)」は 27.8% (同 28.1%) とほぼ同水準であった。価格転嫁を実施した企業は多くなっているものの、製造業、非製造業ともに価格上昇分の約 3 割程度までしか価格へ転嫁出来ていないことが窺える。

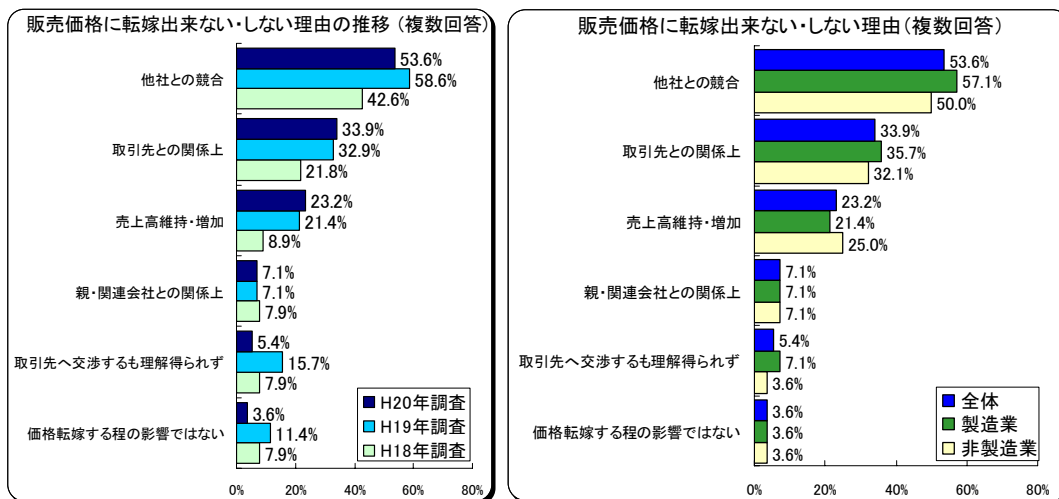
(注) 転嫁率の回答があった企業の平均で、「転嫁率 0%」及び「未回答」、「不明」先については反映していない。



6. 販売価格に転嫁出来ない・しない理由

販売価格に転嫁出来ない・しない理由(複数回答)を尋ねたところ、「他社との競合」が 53.6% (前年調査 58.6%) と最も高く、次いで「取引先との関係上」が 33.9% (同 32.9%)、「売上高を維持・増加」が 23.2% (同 21.4%) と続いている。

依然として、「他社との競合」、「取引先との関係上」等の理由により、原料・素材価格等(燃料等)の上昇分について販売価格への転嫁が十分に行われておらず、企業の収益状況を圧迫していることが窺われる。



7. その他の価格転嫁の状況や対応策

その他の価格転嫁の状況や対応策の自由解答欄に対して、「売上高低迷の為、価格転嫁出来ず難航している(製造業)」、「製品の販売価格を値上げした場合、売上高の減少が予想され見透しが立たず不安(製造業)」、「競合入札ではなかなか転嫁出来ない厳しさがある(非製造業)」等価格転嫁による売上高の減少を危惧する意見が散見された。また、「海外での生産増加(製造業)」等の意見も頂いた。

以上