

原材料価格高騰の影響に関する調査

(平成17年8月調査)

《概要》

- 石油・化学製品の価格高騰は約8割、鉄鋼・非鉄金属の価格高騰は約6割の企業で悪影響が「ある」としており、原材料価格高騰の影響が広範にわたっていることがわかる。
- 悪影響の内容は「原材料・仕入価格上昇」が約7割、「輸送費用増加」が約3割、「間接費用増加」は約2割とコスト増の影響をあげる企業割合が高い。コスト増以外では「利益率の低下」が4割超であった。
- 仕入価格上昇分を、販売価格へ「全く転嫁できない」とする企業の割合は6割超にのぼる。業種別ではサービス業が、規模別では小規模ほど高くなっている。
- 原材料価格高騰に対する対応策は「諸経費削減」(38.6%)、「必要量のみ購入」(35.3%)、「販売価格値上げ」(24.9%)の順に高い割合となった。また、「特にしていない」も21.7%であった。

回収企業数

	対象数	回収数	回収率		対象数	回収数	回収率
全 体	3,875	1,043	26.9%	小 規 模	895	345	38.5%
製 造 業	1,125	340	30.2%	中 小 規 模	567	206	36.3%
卸 売 業	875	276	31.5%	中 規 模	641	217	33.9%
小 売 業	875	197	22.5%	大 規 模	493	197	40.0%
サービス業	1,000	230	23.0%	規 模 不 明	1,279	78	6.1%

(規模分類については2ページ参照)

1. 原材料価格高騰による経営への悪影響について

(1) 石油・化学製品(以下、石油製品)の価格上昇が与える悪影響経営への悪影響が「ある」と回答した企業は78.2%と、石油製品の高騰は8割近くの企業に何らかの悪影響を及ぼしていることがわかった。その中で「かなりある」と回答した企業の割合は16.5%であった。

業種別にみると、製造業、卸売業は「ある」が85%以上と高く、小売業、サービス業(60%台)との間に差がみられた。業種区別にみると、「化学・金属材料卸売業」(96.7%)、「材料・部品製造業」(93.4%)では、ほとんどの企業が悪影響を受けている。また、全ての業種区分で「ある」と答えた企業の割合が5割を超え、影響が広範にわたっていることがわかる。

規模別では、いずれの規模においても「ある」と回答した企業の割合は7割以上で、規模の大小を問わず影響が認められる。

図表 1 石油・化学製品の価格上昇による経営への悪影響について

(単数回答)

	悪影響がある		悪影響なし	n
	かなりある	多少ある		
全 体	172(16.5)	816(78.2)	320(30.7)	1,043
製 造 業	72(21.2)	302(88.8)	105(30.9)	340
	44(15.9)	235(85.1)	93(33.7)	276
卸 売 業	24(12.2)	125(63.5)	58(29.4)	197
	32(13.9)	43(21.8)	58(29.4)	197
サービス業	32(13.9)	154(67.0)	64(27.8)	230
	43(12.5)	58(25.2)	64(27.8)	230
小 規 模	43(12.5)	273(79.1)	117(33.9)	345
	33(16.0)	153(74.3)	56(27.2)	206
中 小 規 模	43(19.8)	64(31.1)	59(27.2)	217
	162(82.2)	67(30.9)	59(27.2)	217
大 規 模	37(18.8)	65(33.0)	60(30.5)	197
	16(20.5)	59(75.6)	28(35.9)	78

カッコ内は割合(%)：四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある

(2) 鉄鋼・非鉄金属（以下、金属材料）の価格上昇が与える悪影響

金属材料高騰により経営への悪影響が「ある」とした企業は58.2%であり、石油製品と比べて低いものの、かなりの企業が何らかの悪影響を受けている。そのうち、「かなりある」とした企業は17.1%と、石油製品の場合を上回っており、深刻度合いは高いといえる。

金属材料の影響に関しては、製造業では74.8%もの企業が悪影響を受けているのに対し、小売業、サービス業は半数以下と業種間で差がみられた。

業種区分別にみると、「材料・部品製造業」「一般・精密機械等製造業」では、悪影響が「かなりある」とする企業が5割を超え、切実な問題となっている企業の割合が高い。

規模別にみると、規模が大きくなるほど悪影響が「かなりある」とする企業の割合が増え、大規模では23.3%に達している。

図表2 鉄鋼・非鉄金属の価格上昇による経営への悪影響について

(単数回答)

	悪影響がある		悪影響なし	n
	かなりある	多少ある		
全体	154(17.1)	524(58.2)	187(20.8)	900
製造業	87(28.8)	226(74.8)	61(20.2)	302
	45(19.1)	144(61.3)	59(25.1)	235
小売業	8(5.1)	54(34.2)	25(15.8)	158
	14(6.8)	100(48.8)	42(20.5)	205
サービス業	169(58.1)	44(21.5)	66(22.7)	291
	26(15.0)	99(57.2)	39(22.5)	173
中小規模	34(17.8)	111(58.1)	38(19.9)	191
	42(23.3)	110(61.1)	32(17.8)	180
大規模	35(53.8)	9(13.8)	12(18.5)	65
	14(21.5)	9(13.8)	12(18.5)	65

カッコ内は割合(%)：四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある

2. 原材料価格の高騰に関する悪影響の具体的な内容について

悪影響が「ある」と回答した企業に対し、その具体的な内容を聞いたところ、「原材料・仕入価格上昇」が68.6%と最も高い割合であった。また「輸送費用増加」(27.3%)、「間接費用増加」(19.2%)とコスト増をあげる企業割合が高い。コスト増以外では「利益率の低下」が43.2%と高かった。

業種別にみると、製造業は「原材料・仕入価格上昇」が82.7%と高く、「原材料・製商品入手困難」も14.8%ながら他3業種に比べて倍以上の割合である。卸売業とサービス業は「輸送費用増加」が高く、主に石油製品値上がりの影響を受けているとみられる。また、小売業での「売上減少」が24.8%と高い割合となっている。

規模別にみると、大規模は「原材料・仕入価格上昇」「利益率低下」「原材料・製商品入手困難」の割合が高い。また、中小規模は「間接費用増加」、小規模では「売上減少」をあげる企業の割合が他の規模と比べて高い。

図表3 経営への悪影響の具体的な内容

(複数回答)

	価格上昇	利益率低下	輸送費増加	間接費増加	売上減少	入手困難	資金繰悪化	支払条件変更	その他	n
全体	573(68.6)	361(43.2)	228(27.3)	160(19.2)	133(15.9)	76(9.1)	59(7.1)	6(0.7)	7(0.8)	835
製造業	263(82.7)	157(49.4)	68(21.4)	58(18.2)	38(11.9)	47(14.8)	25(7.9)	2(0.6)	2(0.3)	318
	165(68.2)	107(44.2)	75(31.0)	43(17.8)	36(14.9)	18(7.4)	16(6.6)	1(0.4)	3(1.2)	242
卸売業	61(30.4)	38(31.4)	28(23.1)	28(23.1)	30(24.8)	4(3.3)	9(7.4)	0(0.0)	0(0.0)	121
	84(54.5)	59(38.3)	57(37.0)	31(20.1)	29(18.8)	7(4.5)	9(5.8)	3(1.9)	3(1.9)	154
サービス業	181(65.1)	112(40.3)	73(26.3)	55(19.8)	54(19.4)	17(6.1)	15(5.4)	2(0.7)	3(1.1)	278
	109(70.8)	59(38.3)	47(30.5)	37(24.0)	22(14.3)	14(9.1)	12(7.8)	1(0.6)	1(0.6)	154
中小規模	129(72.1)	80(44.7)	44(24.6)	29(16.2)	25(14.0)	16(8.9)	19(10.6)	3(1.7)	3(1.7)	179
	123(75.0)	85(51.8)	49(29.9)	32(19.5)	16(9.8)	22(13.4)	6(3.7)	0(0.0)	0(0.0)	164
大規模	31(51.7)	25(41.7)	15(25.0)	7(11.7)	16(26.7)	7(11.7)	7(11.7)	0(0.0)	0(0.0)	60
	31(51.7)	25(41.7)	15(25.0)	7(11.7)	16(26.7)	7(11.7)	7(11.7)	0(0.0)	0(0.0)	60

下段は割合(%)：四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある

3. 価格上昇分の販売価格への転嫁について

価格上昇分を販売価格へ転嫁できているか、については62.7%の企業が「全く転嫁できない」と回答しており、原材料価格の上昇により経営が圧迫されていることがわかる。

業種別にみると、「全く転嫁できない」の割合はサービス業で77.1%と高い。一方、卸売業は49.8%と低く、転嫁状況は業種により異なる。

規模別にみると、「全く転嫁できない」の割合は大規模で57.1%、規模が小さくなるほどその割合が増加し、小規模では65.8%にまで高くなる。「ある程度できた」と「大部分できた」のそれぞれの割合をみても、大規模と中規模以下とでは2倍程度の開きがあり、転嫁状況は規模の大小によっても差がある。

なお、「紙・印刷製造業」、「食料品小売業」は「全く転嫁できない」の割合がほぼ9割、反対に「化学・金属材料卸売業」は一部でも販売価格への転嫁ができていない企業の割合が8割と、際立った特徴を持つ業種区分もある。

図表4 価格上昇分の販売価格への転嫁

業種別	(単数回答)				n
	大部分(61%以上)できた	ある程度(21~60%)できた	少しだけ(20%以下)できた	全く転嫁できない	
全体	34(4.1)	106(12.7)	171(20.5)	522(62.7)	833
製造業	12(3.7)	40(12.5)	64(19.9)	205(63.9)	321
卸売業	16(6.8)	42(17.7)	61(25.7)	118(49.8)	237
小売業	5(4.1)	12(9.8)	24(19.7)	81(66.4)	122
サービス業	1(0.7)	12(7.8)	22(14.4)	118(77.1)	153
小規模	10(3.6)	32(11.6)	52(18.9)	181(65.8)	275
中小規模	5(3.3)	14(9.2)	34(22.4)	99(65.1)	152
中規模	7(3.8)	20(11.0)	45(24.7)	110(60.4)	182
大規模	10(6.1)	33(20.2)	27(16.6)	93(57.1)	163
規模不明	2(3.3)	7(11.5)	13(21.3)	39(63.9)	61

カッコ内は割合(%)：四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある

4. 原材料価格高騰に対する対策について

原材料価格高騰に対する対策については、「諸経費削減」が38.6%と最も高くなった。次いで「必要量のみ購入」が35.3%、「販売価格値上げ」が24.9%で続き、「特にしていない」も21.7%あった。

業種別にみると、製造業では「諸経費削減」(45.1%)、「歩留まり向上」(14.4%)が、小売業では「必要量のみ購入」(43.8%)が、サービス業では「省エネ」(16.6%)が他の3業種に比べて高い割合となっている。

規模別にみると、大規模では「諸経費削減」(50.3%)、「販売価格値上げ」(35.0%)、「購入先変更」(19.6%)、「歩留まり向上」(15.3%)の割合が他の規模より高くなっている。小・中小規模では「必要量のみ購入」の割合が高く、購入量を調整することで対応しているものとみられる。

図表5 原材料価格高騰の対策

業種別	(複数回答)											n
	経費削減	必要量購入	価格値上	購入先変更	人件費削減	省エネ	歩留向上	代替材料	その他	特になし		
全体	327(38.6)	299(35.3)	211(24.9)	108(12.8)	106(12.5)	78(9.2)	68(8.0)	42(5.0)	14(1.7)	184(21.7)	847	
製造業	144(45.1)	122(38.2)	80(25.1)	45(14.1)	44(13.8)	27(8.5)	46(14.4)	19(6.0)	4(1.3)	52(16.3)	319	
卸売業	87(35.8)	71(29.2)	91(37.4)	34(14.0)	29(11.9)	14(5.8)	14(5.8)	4(2.5)	6(2.0)	50(20.6)	243	
小売業	34(26.6)	56(43.8)	26(20.3)	9(7.0)	17(13.3)	11(8.6)	3(2.3)	4(3.1)	0(0.0)	29(22.7)	128	
サービス業	62(39.5)	50(31.8)	14(8.9)	20(12.7)	16(10.2)	26(16.6)	5(3.2)	5(2.5)	4(3.8)	53(33.8)	157	
小規模	89(32.1)	119(43.0)	50(18.1)	30(10.8)	34(12.3)	25(9.0)	8(2.9)	7(2.5)	6(2.2)	69(24.9)	277	
中小規模	61(38.4)	64(40.3)	38(23.9)	19(9.4)	15(9.4)	19(11.9)	12(7.5)	8(5.0)	2(1.3)	29(18.2)	159	
中規模	72(38.9)	50(27.0)	52(28.1)	18(9.7)	31(16.8)	14(7.6)	19(10.3)	10(5.4)	5(2.7)	47(25.4)	185	
大規模	82(50.3)	42(25.8)	57(35.0)	32(19.6)	18(11.0)	14(8.6)	25(15.3)	13(8.0)	1(0.6)	27(16.6)	163	
規模不明	23(36.5)	24(38.1)	14(22.2)	9(14.3)	8(12.7)	6(9.5)	4(6.3)	4(6.3)	0(0.0)	12(19.0)	63	

下段は割合(%)：四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある