

奈良県企業における原油・原材料価格の高騰の影響等 (第191回地元企業動向調査付帯調査)

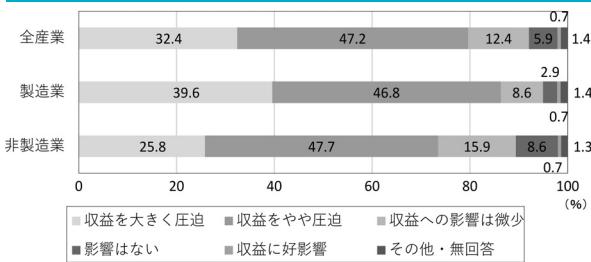
【有効回答数：個人事業を含む県内 290 先
(有効回答率：35.2%)】

※非製造業については「原材料価格」を「仕入価格」として質問。

1. 原油・原材料価格の高騰の影響

原油・原材料価格の高騰が、収益にどの程度影響を与えているか聞いたところ、「収益を大きく圧迫」(32.4%)、「収益をやや圧迫」(47.2%)と、2つ合わせて79.7%が「収益を圧迫」していると回答。一方、「収益への影響は微少」は12.4%、「影響はない」は5.9%、「収益に好影響」は0.7%となっている(図表1)。

図表1 原油・原材料価格の高騰の影響

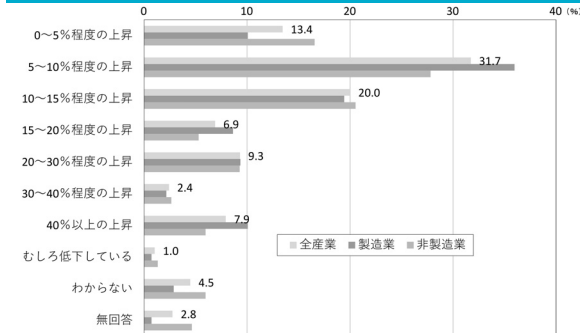


2. 主要な原材料価格の変化(1年前と比較して)

「5~10%程度の上昇」(31.7%)が最も多く、次いで「10~15%程度の上昇」(20.0%)、「0~5%程度の上昇」(13.4%)、「20~30%程度の上昇」(9.3%)と続いている。また、「40%以上の上昇」(7.9%)との回答もあった。

業種別では、製造業、非製造業ともに「5~10

図表2 主要な原材料価格の変化【1年前と比較して】



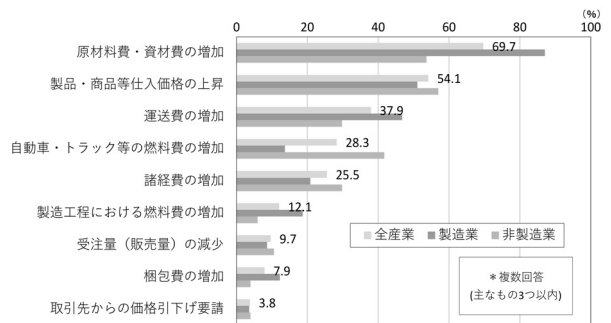
%程度の上昇」(それぞれ36.0%、27.8%)が最も多くなっている(図表2)。

3. 原油・原材料価格の高騰による影響の内容(複数回答)

「原材料費・資材費の増加」(69.7%)が最も多く、次いで「製品・商品等仕入価格の上昇」(54.1%)、「運送費の増加」(37.9%)、「自動車・トラック等の燃料費の増加」(28.3%)、「諸経費の増加」(25.5%)、「製造工程における燃料費の増加」(12.1%)と続いている(図表3)。

業種別にみると、製造業では「原材料費・資材費の増加」(87.1%)が最も多く、非製造業では「製品・商品等仕入価格の上昇」(57.0%)が最も多い。

図表3 原油・原材料価格の高騰による影響の内容【全産業の上位9項目】



4. 原油・原材料価格の上昇に対する対策(複数回答)

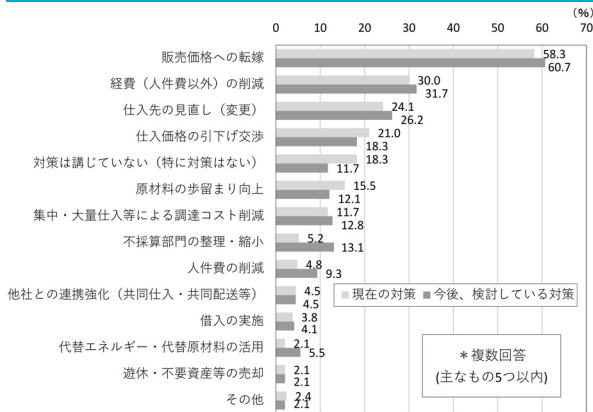
①現在の対策

「販売価格への転嫁」(58.3%)が最も多く、次いで「経費(人件費以外)の削減」(30.0%)、「仕入先の見直し(変更)」(24.1%)と続いている(図表4)。

②今後、検討している対策

「販売価格への転嫁」(60.7%)が最も多く、次いで「経費(人件費以外)の削減」(31.7%)、「仕入先の見直し(変更)」(26.2%)、「仕入価格の引下げ交渉」(18.3%)と続いている(図表4)。

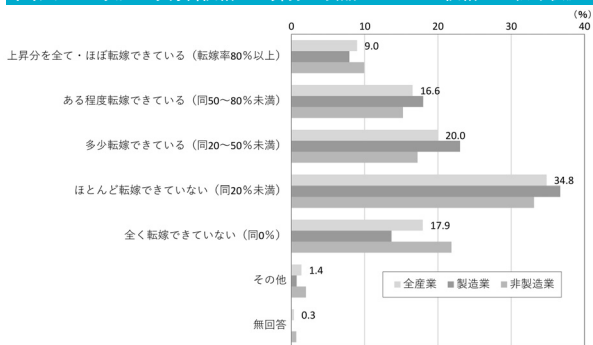
図表4 原油・原材料価格の上昇に対する対策



5. 製品・サービス価格への転嫁状況

原油・原材料価格の上昇分を、製品・サービス価格に転嫁できているか聞いたところ、「ほとんど転嫁できていない（同20%未満）」（34.8%）、「全く転嫁できていない（同0%）」（17.9%）と、2つ合わせて52.8%が「（ほとんど・全く）転嫁できていない」と回答している（図表5）。

図表5 原油・原材料価格の上昇分の製品・サービス価格への転嫁状況



業種別にみると、製造業では機械工業（69.2%）、食料品（62.5%）などで、非製造業では運輸業（100.0%）、ホテル・旅館（71.4%）などで、「（ほとんど・全く）転嫁できていない」とする割合が高くなっている（図表不掲載）。

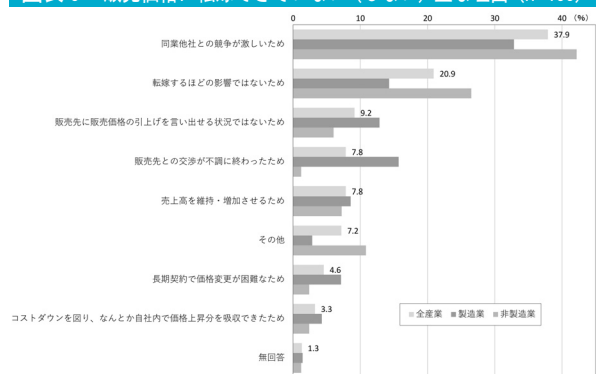
6. 販売価格に転嫁できていない（しない）主な理由

【対象：「5. 製品・サービス価格への転嫁状況」で「（ほとんど・全く）転嫁できていない」と回答した企業153先】

「同業他社との競争が激しいため」（37.9%）

が最も多く、次いで「転嫁するほどの影響ではないため」（20.9%）、「販売先に販売価格の引上げを言い出せる状況ではないため」（9.2%）、「販売先との交渉が不調に終わったため」、「売上高を維持・増加させるため」（ともに7.8%）と続いている（図表6）。

図表6 販売価格に転嫁できていない（しない）主な理由（n=153）



7. まとめ

本調査では、約8割の企業が「原油・原材料価格の高騰が収益を圧迫している」と回答しており、多くの県内企業にとって大きな負担となっていることが確認された。その対策としては「販売価格への転嫁」が最も多いが、「同業他社との競争が激しいため」販売価格に転嫁できないとする企業が約4割を占め、取引先に価格の引上げを言い出しづらい状況にある様子がうかがえる。

これまで、コストの削減や業務の効率化、高付加価値製商品の開発など、継続的な経営体制の改善で対応してきたが、コロナ禍で厳しい経営環境が続く中、従来と同様の対策で乗り切ることが困難となりつつあり、企業収益のさらなる悪化を回避するためにも価格転嫁の必要性が高まっていると考えられる。今後は企業間だけでなく、一般消費者向けの販売価格についても、引上げの動きが加速するものと思われる。

（大橋 徹）