



原材料・仕入れ価格高騰の県内企業の対応状況

～県内企業アンケート調査～

2024/04/08

全 9 ページ

Point

- 65.3%の企業が現在マイナスの影響ありと回答、前回（2022年10月）比3.6ポイント上昇
- コスト増加分の販売価格への転嫁割合の平均は、35.9%→42.0%、前回比6.1ポイント改善
- 半数以上の企業が「すでに値上げを実施した」と回答
- 価格転嫁が難しい理由は、「他社との競争が厳しい」がトップ、「これ以上の転嫁が困難」が増加
- 半数以上の企業が対応策として「販売価格への転嫁」と「諸経費の削減」を実施、「補助金・支援金の活用」と「省エネ機器への切り替え」が増加

【本件に関するお問い合わせ先】

あおもり創生パートナーズ株式会社
030-0801 青森県青森市新町2丁目2-7

地域デザイン部 シニアコンサルタント 工藤 浩栄
E-mail: hiroe-kudo@acp-procrea.jp



1. 調査の背景

コロナからの経済の回復に伴い、世界的にモノやサービスの需要が急拡大する中、ロシアのウクライナ侵攻の影響が重なり、エネルギーや穀物などの原材料価格の高騰が進んだ。これを受け、2022年10月、県内企業を対象に「原材料・仕入れ価格高騰に関する影響調査」を実施したところ、コスト上昇分の販売価格への価格転嫁割合の平均は35.9%、6割超の企業が1年以内に値上げを予定していることが判明した。

前回調査より1年余りを経て、足元では原油価格が落ち着きをみせているものの、政府による電気・ガス・ガソリン料金の負担軽減策の終了が予定されている中、為替レートは依然円安基調が続いており、原材料価格は高止まりで推移する可能性がある。このような中、県内企業の対応状況の変化を探るため、1年3ヵ月ぶりに、原材料・仕入れ価格高騰の企業経営への影響、コスト上昇分の販売価格への転嫁状況、販売価格の見直し予定、価格転嫁が難しい理由、取り組んでいる対策などについて、アンケート調査を実施した。

アンケート実施概要

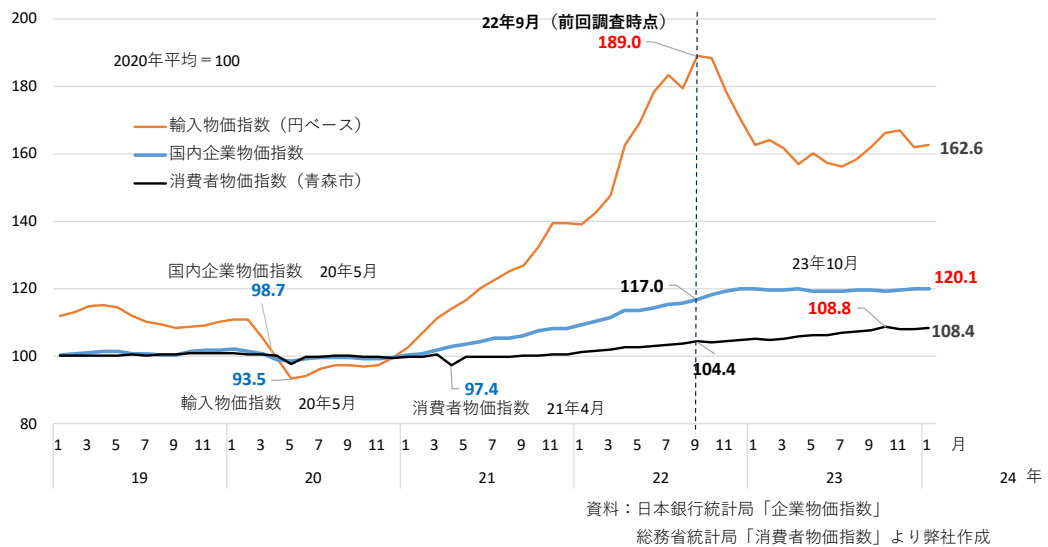
- ◇実施期間：2024年1月上旬
- ◇対象企業：県内企業493社（プロクリアホールディングス実施の「企業業況調査」対象先）
- ◇回収状況：291社（回収率59.0%）
- ◇回収企業内訳：

	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・サービス業	合計
回答企業数(社)	62	66	54	40	69	291
割合	21.3%	22.7%	18.6%	13.7%	23.7%	100.0%

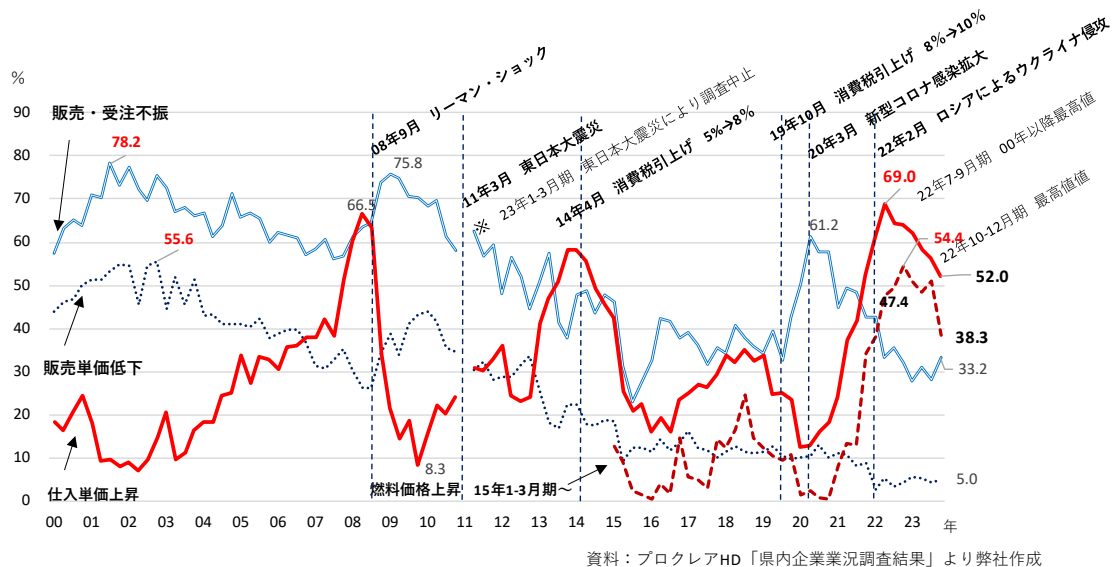
2. 国内の物価動向と県内企業の意識

- ▶ 企業間取引における輸入コスト負担は緩和されつつあるが、販売コストに転嫁し切れているとは言い難い状況。
- ▶ 青森市の消費者物価指数(総合)と企業物価指数とのギャップは縮小しており、県内企業においても、コスト上昇分の販売価格への転嫁が、幾分進んでいる様子がうかがわれた。
- ▶ 経営上の問題点に、「仕入単価上昇」または「燃料価格上昇」と回答した企業の割合は、前回調査時点(2022年10月)比で大幅に低下しており、原材料・仕入れ価格高騰への警戒感は弱まりつつある。

図表1 物価の推移



図表2 経営上の問題点(複数回答)



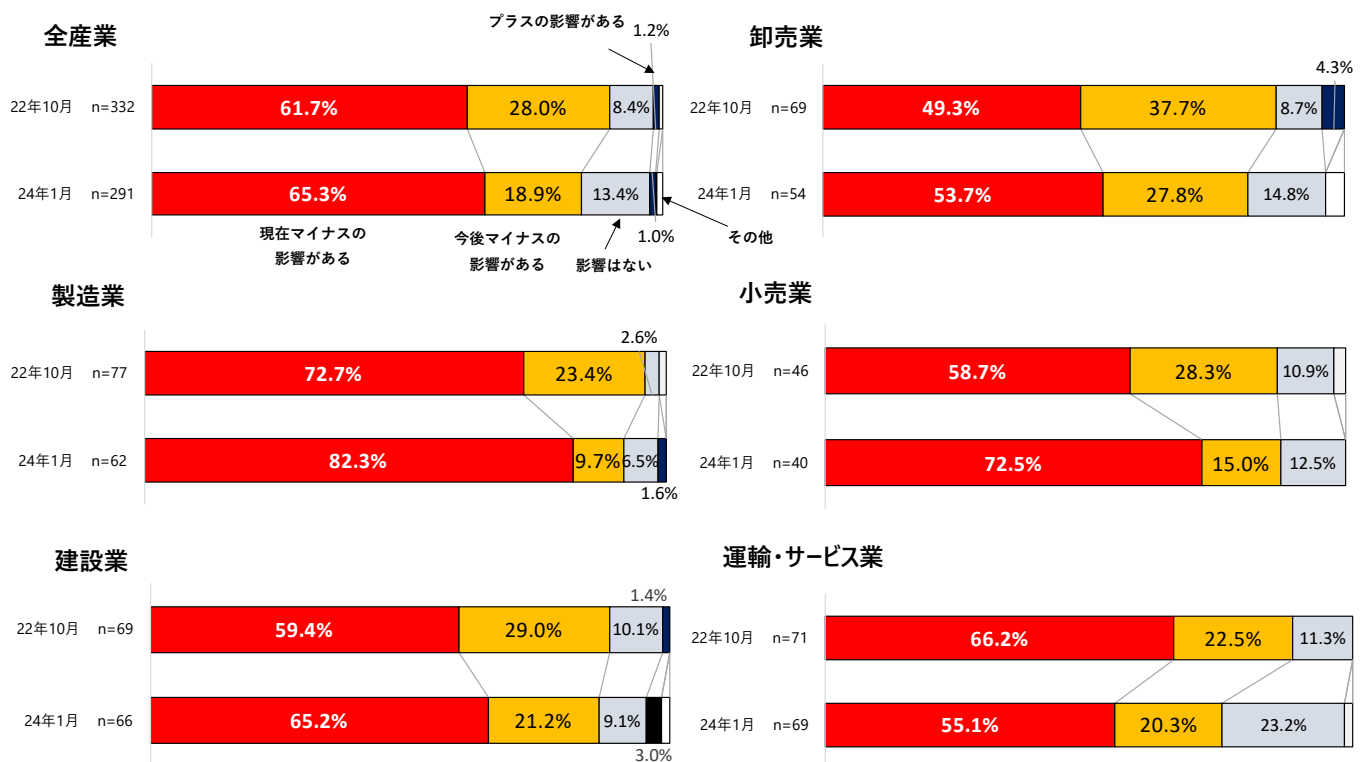
3. 原材料・仕入れ価格高騰の影響（アンケート調査結果）

（1）企業経営への影響

～65.3%の企業が現在マイナスの影響ありと回答、前回比 3.6 ポイント上昇～

- ▶ 「現在マイナスの影響がある」は 65.3%（前回比 3.6 ポイント増加）、「今後マイナスの影響がある」は 18.9%（同 9.1 ポイント減少）、「影響はない」は 13.4%（同 5.0 ポイント減少）。
- ▶ 県内企業は、現在の収益状況に対しては厳しい見方をしているものの、原材料・燃料価格の落ち着きもあり、先行きについては、業種を問わず楽観的な見方が広まっている。

図表3 原材料・仕入れ価格高騰の経営への影響

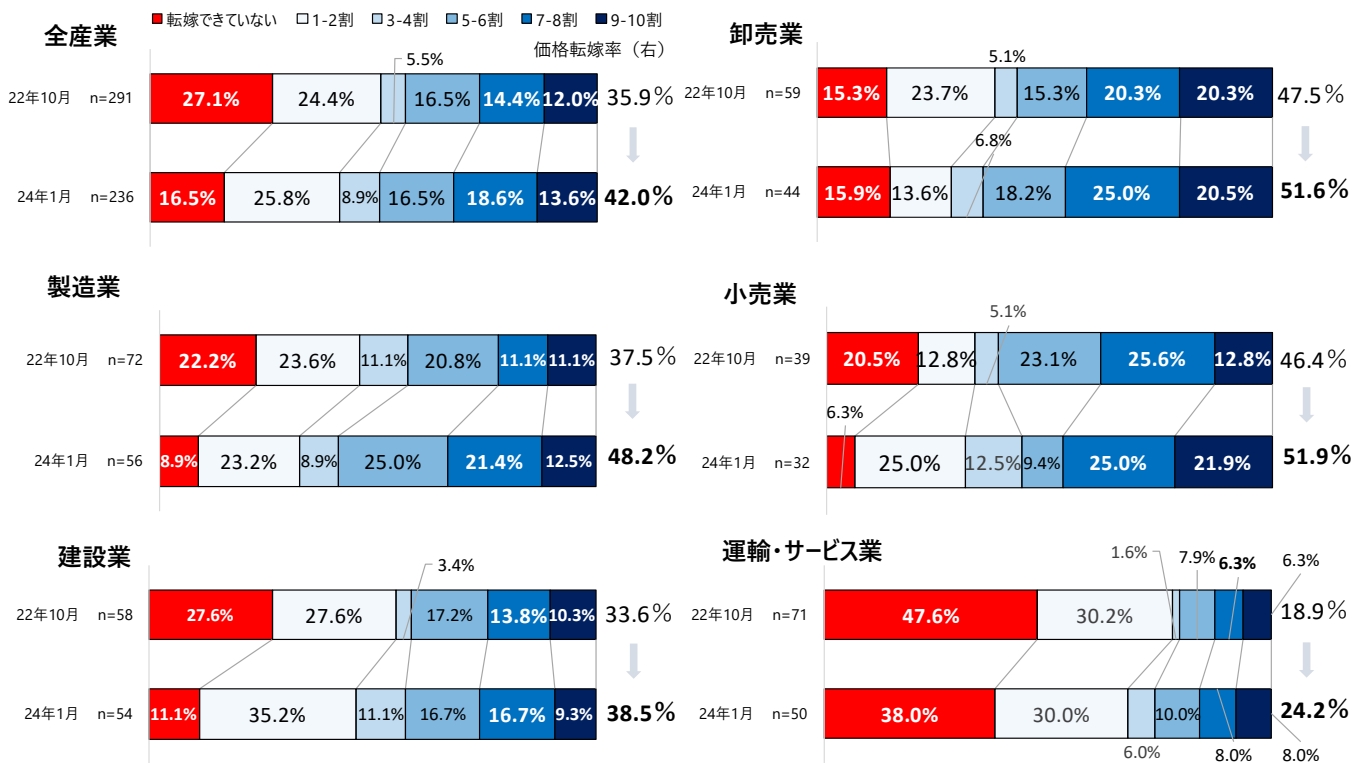


(2) コスト増加分の販売価格への転嫁状況

～価格転嫁割合は 35.9%→42.0%、前回比 6.1 ポイント改善～

- ▶ 「転嫁できていない」は 16.5%、前回の 27.1%から大幅に減少。県内企業においても、価格転嫁の動きが進みつつある。業種別にみると、「運輸・サービス業」が 38.0%と最も割合が高い。※¹
- ▶ コスト上昇分に対する「価格転嫁率※²」は全体で 42.0%と前回比 6.1 ポイント改善。業種別では、「小売業」の 51.9%が最も高く、最も低い「運輸・サービス業」24.2%と大きな開きがある。

図表 4 コスト増加分の価格転嫁状況



※¹ 対象：原材料・仕入れ価格高騰について、「現在マイナスの影響がある」、または「現在影響はないが、今後マイナスの影響がある」と回答した企業。

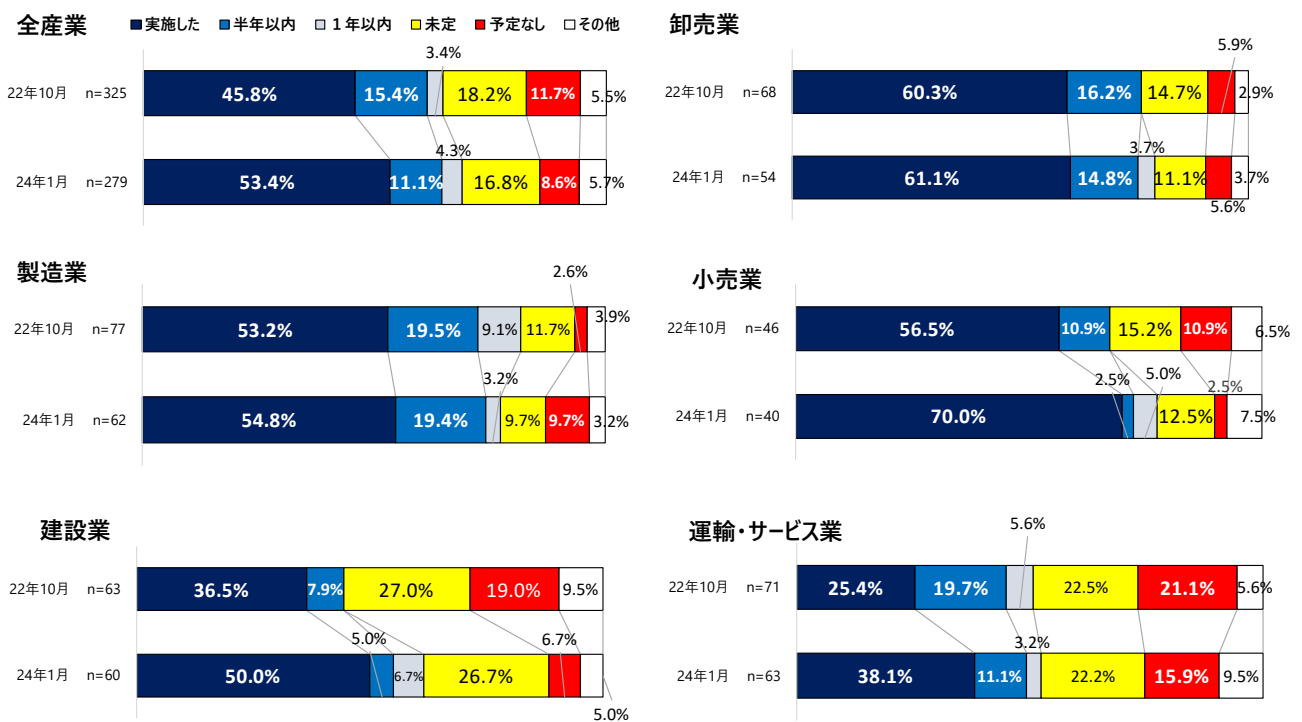
※² 価格転嫁率：各選択肢に各回答票数を乗じ加算したものを全回答票数で除したもの（ただし、「影響はない」、「プラスの影響がある」、「その他」を除く）。

4. 販売価格の見直し（値上げ）予定（アンケート調査結果）

～実施済みが半数を超える～

- ▶ 「すでに値上げを実施した」は、前回比 7.6 ポイント増加の 53.4%となり、半数を超えた。
- ▶ 業種別にみると、「すでに値上げを実施した」は、「小売業」70.0%（前回比 13.5 ポイント増）が最も高い。

図表5 値上げの実施状況

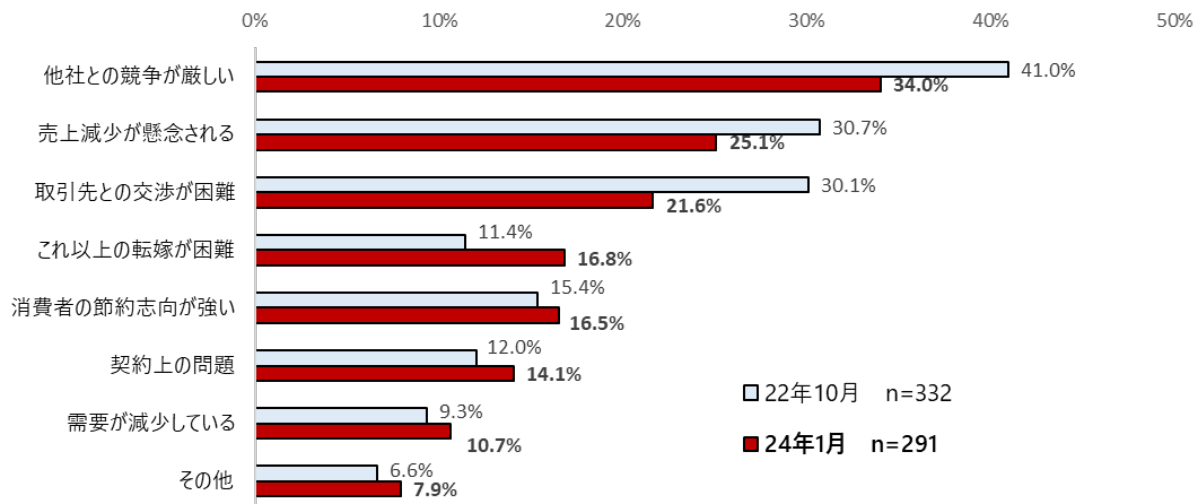


5. 価格転嫁が難しい理由（アンケート調査結果）

～「これ以上の転嫁が困難」が増加～

- ▶ 全体では、「他社との競争が激しい」が34.0%でトップ、次いで「売上減少が懸念される」25.1%、「取引先との交渉が困難」21.6%の順。
- ▶ 上位3項目は、前回と順位に変動はないが、回答割合はいずれも減少。「すでに値上げを実施しており、これ以上の転嫁が困難」が、前回比5.4ポイント増加し、4位にランクアップ。
- ▶ 業種別にみると、「製造業」は「これ以上の値上げが困難」が2位（32.3%）、「建設業」は「契約上の問題」が2位（28.8%）、「卸売業」は「他社との競争が激しい」がトップ（42.6%）、「小売業」は「売上減少が懸念される」がトップ（40.0%）など、業種ごとの特性による違いがみられた。

図表6 価格転嫁が難しい理由（複数回答）



n=	291	62	66	54	40	69
	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・サービス業
他社との競争が激しい	34.0%	35.5%	34.8%	42.6%	30.0%	27.5%
売上減少が懸念される	25.1%	29.0%	10.6%	27.8%	40.0%	24.6%
取引先との交渉が困難	21.6%	24.2%	24.2%	31.5%	10.0%	15.9%
すでに値上げを実施しており、 これ以上の転嫁が困難	16.8%	32.3%	7.6%	11.1%	30.0%	8.7%
消費者の節約志向が強い	16.5%	16.1%	7.6%	16.7%	27.5%	18.8%
契約上の問題	14.1%	11.3%	28.8%	9.3%	0.0%	14.5%
需要が減少している	10.7%	9.7%	9.1%	11.1%	15.0%	10.1%
その他	7.9%	8.1%	7.6%	7.4%	5.0%	10.1%

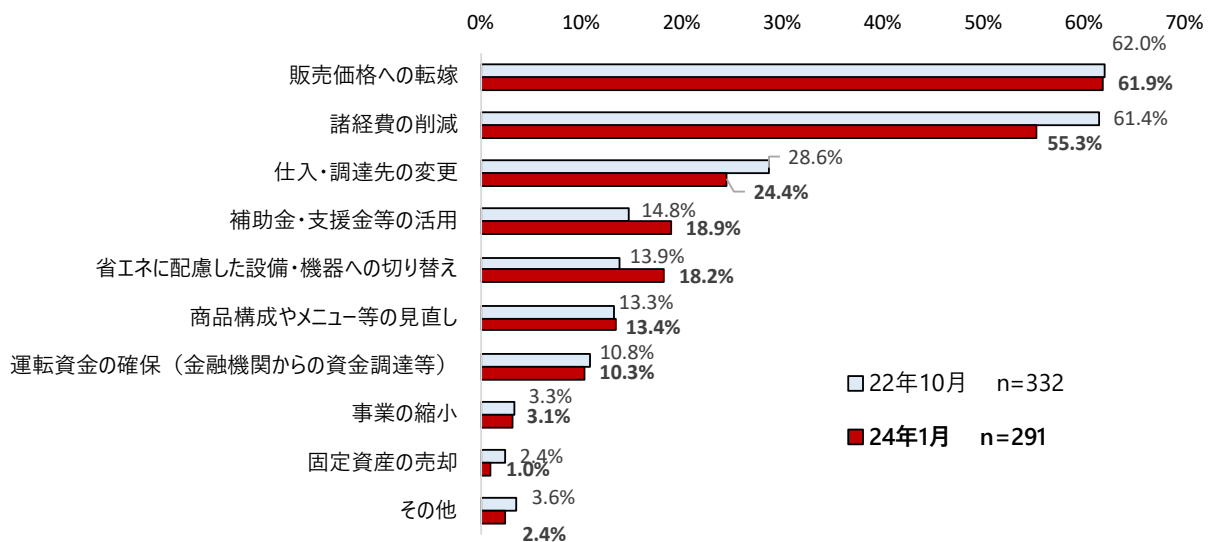
※赤字は「業種」別上位3位、網掛けは「理由」毎（横軸）のトップ

6. 実施している対応策（アンケート調査結果）

～補助金・支援金等の活用、省エネ機器への切り替えが増加～

- ▶ 全体では、「販売価格への転嫁」が61.9%とトップ、次いで「諸経費の削減」55.3%と、上位2項目が5割を超え、3位以下を大きく引き離している。
- ▶ 前回比でみると、「諸経費の削減」が6.1ポイント減少した一方、「補助金・支援金等の活用」が4.1%増加し18.9%、「省エネに配慮した設備・機器への切り替え」が4.3%増加し18.2%となるなど、対応策に変化がみられた。
- ▶ 実施している対応策を業種別にみると、「運輸・サービス業」を除き、「販売価格への転嫁」がトップとなった。「運輸・サービス業」は「諸経費の削減」が52.2%トップ、「補助金・支援金等の活用」27.5%が3位となるなど、サービス価格の値上げが難しい状況が続いている。

図表7 実施している対応策（複数回答）



	n=	291	62	66	54	40	69
		全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・サービス業
販売価格への転嫁		61.9%	72.6%	59.1%	74.1%	72.5%	39.1%
諸経費の削減		55.3%	59.7%	53.0%	46.3%	70.0%	52.2%
仕入・調達先の変更		24.4%	37.1%	24.2%	27.8%	22.5%	11.6%
補助金・支援金等の活用		18.9%	16.1%	13.6%	16.7%	20.0%	27.5%
省エネに配慮した設備・機器への切り替え		18.2%	32.3%	15.2%	13.0%	10.0%	17.4%
商品構成やメニュー等の見直し		13.4%	16.1%	10.6%	3.7%	20.0%	17.4%
運転資金の確保（金融機関からの資金調達等）		10.3%	11.3%	10.6%	13.0%	10.0%	7.2%
事業の縮小		3.1%	4.8%	0.0%	1.9%	7.5%	2.9%
その他		2.4%	4.8%	3.0%	0.0%	0.0%	2.9%
固定資産の売却		1.0%	0.0%	1.5%	1.9%	0.0%	1.4%

※赤字は「業種」別上位3位、網掛けは「理由」毎（横軸）のトップ

7. まとめ

～価格転嫁の動きは道半ば～

輸入物価指数が基準となる2020年以降で最高を記録した前回調査時点において、「仕入単価上昇」を経営上の問題点にあげる企業割合が7割に迫る中、コスト上昇分の販売価格への転嫁率は全業種平均で35.9%に過ぎなかった。原材料・燃料価格が落ち着きをみせ、価格高騰への警戒感が薄れる中で、県内企業のコスト上昇分の販売価格への転嫁率は42.0%と幾分上昇し、価格転嫁が全くできていない企業の割合は、全業種平均で27.1%から16.5%へと大幅に低下している。全体としては、価格転嫁の動きが進んでいるといえるが、「運輸・サービス業」の価格転嫁率は20%台に留まり、サービス価格への価格転嫁が進みにくい状況は変わっていない。このような中、販売価格への転嫁が難しい理由に、売上減少の懸念や、取引先との交渉の困難を上げる割合は、前回比で10ポイント以上低下しており、消費者および取引先において、値上げ容認の動きが広がりつつあることがうかがわれる。一方で、これ以上の転嫁が困難とする割合や、消費者の節約志向の強まりから、需要の減少を指摘する割合も増加しており、価格転嫁への動きは道半ばと言わざるを得ない。

物価上昇分を上回る賃上げが期待される中、コスト増加分への対応策として、減少傾向にあるとはいえ、諸経費の削減や仕入・調達先の変更などの自助努力に頼る企業は多い。また、「2024年問題の影響を懸念」(建設業)、「工事進行中に資材単価が上昇すると受注者負担になる場合が多い」(建設業)、「運賃交渉はしているが、荷主の都合を押し付けたり、その条件でも契約する会社がある」(運輸・サービス業)といった意見もみられた。

現時点では、原材料・燃料価格は落ち着きを取り戻し、価格転嫁に対する企業の意識はやや低下している可能性があるが、製造業において、省エネ機器への切り替えや、運転資金の確保(金融機関からの資金調達等)の動きがみられているように、県内企業においては、原材料・仕入れ価格の動向を踏まえつつ、労働生産性向上や業務改善に向けた取り組みが、より一層重要になってくるものとみられる。

以上