

原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響調査

調査対象：県内企業 544社 調査方法（期間）：アンケート方式（4月18日～5月30日）
 回答企業：163社（回答率 30.0%） 業種別内訳：製造業 87社 非製造業 76社

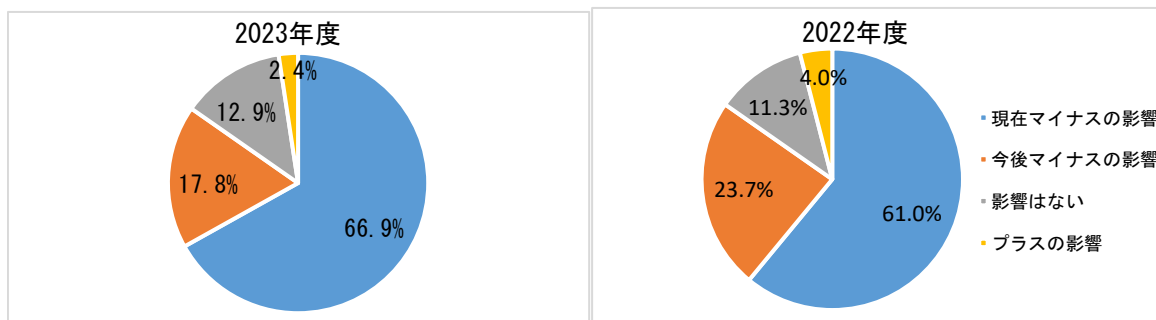
（要旨）

- 当研究所では、昨年と同様に、埼玉県内企業に対して、原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響、販売価格への転嫁状況、取り組んでいる対策などをアンケート調査した。
- 原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響について尋ねたところ、全産業では「現在マイナスの影響がある」（66.9%）が、前年比 5.9 ㊦増となっている。「今後マイナスの影響がある」（17.8%）が同 5.9 ㊦減、「影響はない」12.9%が 1.6 ㊦減となっている。
- 原材料・仕入価格上昇分の販売（製品・サービス）価格への転嫁状況についてみると、全産業では、「全く転嫁できていない」（13.5%）、「2割未満」（19.0%）、「2割以上5割未満」（20.9%）「5割以上9割未満」（33.1%）、「9割以上」（9.2%）となっている。前年調査と比較すると、「全く転嫁できていない」が 15.9 ㊦減少、「5割以上9割未満」が 15.5 ㊦増加するなど、全体としては着実に価格転嫁が進んでいる。
- 原材料・仕入価格上昇に対して取り組んでいる対策は、「販売価格への転嫁」（74.8%）を挙げる先が最も多く、次いで「生産性の向上」（46.0%）、「人件費以外の経費削減」（28.2%）となっている。
- 埼玉県内企業経営動向調査（四半期毎に実施）において算出している原材料・仕入価格 BSI（上昇－下落）、販売（受注）価格 BSI（上昇－下落）の推移をみると、仕入価格の上昇に販売価格の上昇は追い付いていないが、徐々にその差が縮小している。原油価格等の原材料価格は落ち着いてきており、電力料金、人件費等の上昇があっても、価格転嫁が継続できれば、2023年度県内企業の経常利益は増益の余地が出てきているように窺える。

1. 原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響

- 埼玉県内企業に対して、原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響について尋ねたところ、全産業では「現在マイナスの影響がある」（66.9%）が、前年比 5.9 ㊦増となっている。「今後マイナスの影響がある」（17.8%）が同 5.9 ㊦減、「影響はない」（12.9%）が 1.6 ㊦減となっている。

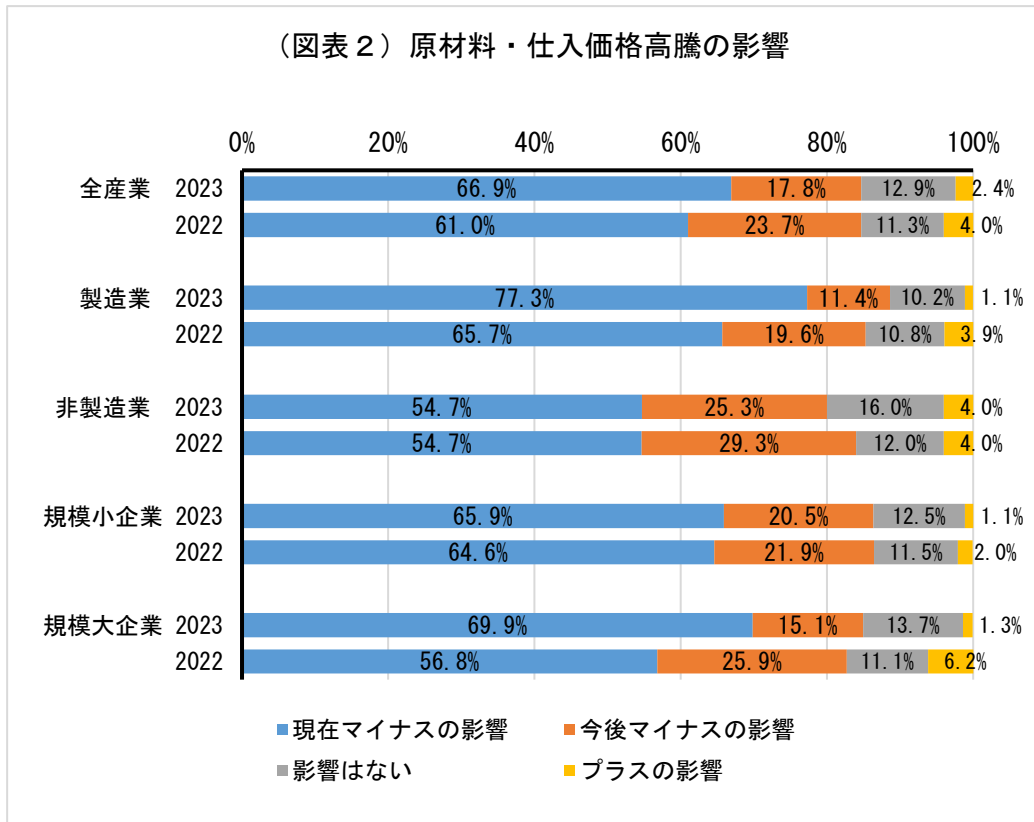
（図表 1）原材料・仕入価格高騰の影響



- 業種別にみると、製造業では、「現在マイナスの影響」が77.3%で前年比11.6ポイント増加しており、明確に影響が広がっている。一方、非製造業では、「現在マイナスの影響」は54.7%と横ばいである。

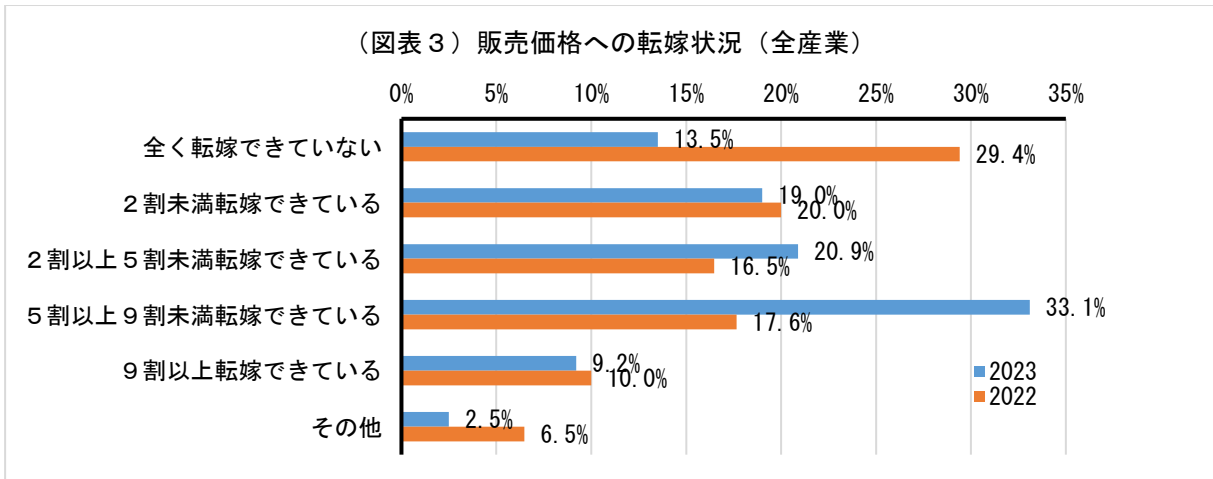
製造業が「現在マイナスの影響」(77.3%)とした回答した先が非製造業(54.7%)を22.6ポイント上回っており、その差は前年より拡大している。原材料を直接加工する頻度が高いとみられる製造業のほうが非製造業よりも大きく影響を受けている。

- 「規模の大きい企業」(従業員数が100人以上の企業)と「規模の小さい企業」(同100人未満)別にみると、いずれにもおいても「現在マイナスの影響」が6割後半半となっている。前年からの変化をみると、規模の小さい企業では1.3ポイント増加にとどまったのに対して、規模の大きい企業は13.1ポイント増加しており、規模の大きい企業を中心に「現在マイナスの影響」が広がったことが分かる。

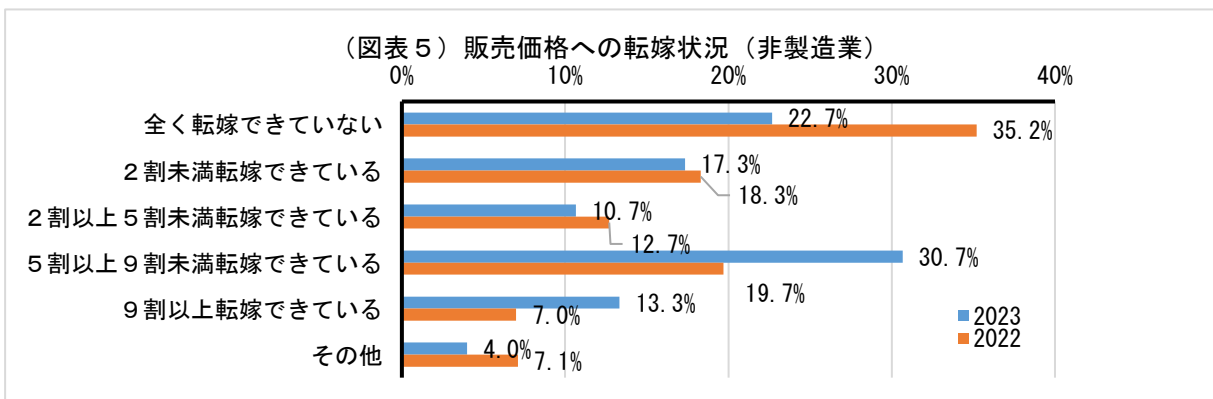
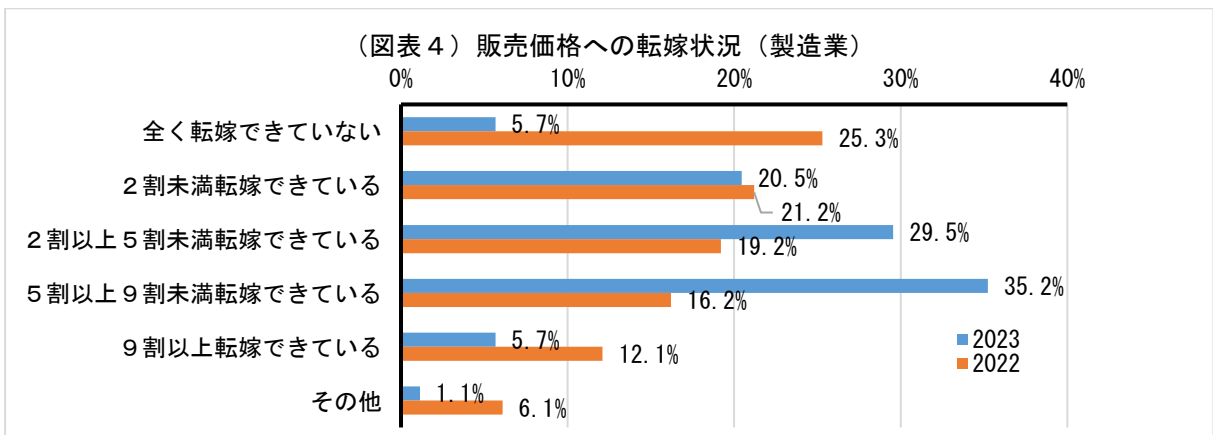


2. 原材料・仕入価格上昇分の販売（製品・サービス）価格への転嫁状況

- 原材料・仕入価格上昇分の販売（製品・サービス）価格への転嫁状況についてみると、全産業では、「全く転嫁できていない」（13.5%）、「2割未満」（19.0%）、「2割以上5割未満」（20.9%）「5割以上9割未満」（33.1%）、「9割以上」（9.2%）となっている。
- 前年調査と比較すると、「全く転嫁できていない」が15.9ポイント減少、「5割以上9割未満」が15.5ポイント増加するなど、全体としては着実に価格転嫁が進んでいる。



- 製造業・非製造業別にみても価格転嫁は進んでいるが、両者を比べると、例えば「全く転嫁できていない」割合をみると、非製造業は製造業よりも減少幅が小さい（製造業：5.7%、前回調査対比-19.6ポイント、非製造業：22.7%、同-12.5ポイント）。こうしたことから製造業のほうがより価格転嫁が進んでいるように窺われる。



○ 製造業では、「素材」が原材料・仕入価格の上昇に対して最も価格転嫁が進んでおり、回答企業の59.0%が5割以上転嫁できている。5割以上の転嫁をみると、「加工」で27.8%、「生活関連」では23.1%となっている。

非製造業では、「卸売」で9割以上の企業が5割以上の価格転嫁を行っている(90.9%)。これが「小売」では5割(50.0%)、「一般・住宅建設」、「運輸・倉庫」では3割程度(33.3%、25.0%)となっており、業種により転嫁状況に大きなばらつきがみられる。

(図表6) 業種別価格転嫁状況

(単位 %)

		全く転嫁できない	2割未満	2割以上 5割未満	5割以上 9割未満	9割以上	その他	
製造業	2023年	5.7	20.5	29.5	35.2	5.7	1.1	
	2022年	25.3	21.2	19.2	16.2	12.1	6.1	
	素材	2023年	5.1	15.4	17.9	51.3	7.7	2.6
		2022年	20.5	18.2	15.9	25.0	15.9	4.5
	加工	2023年	5.6	27.8	33.3	25.0	2.8	5.5
		2022年	22.5	27.5	25.0	10.0	7.5	7.5
	生活関連	2023年	7.7	15.4	53.8	15.4	7.7	0.0
		2022年	36.4	27.3	18.2	9.1	0.0	9.1
非製造業	2023年	22.7	17.3	10.7	30.7	13.3	4.0	
	2022年	35.2	18.3	12.7	19.7	7.0	7.1	
	一般住宅建設	2023年	11.1	27.8	27.8	11.1	22.2	0.0
		2022年	31.3	18.8	25.0	12.5	0.0	12.5
	卸売	2023年	9.1	0.0	0.0	63.6	27.3	0.0
		2022年	25.0	16.7	8.3	41.7	8.3	0.0
	小売	2023年	35.7	0.0	7.1	35.7	14.3	7.1
		2022年	33.3	13.3	13.3	20.0	13.3	6.7
	運輸倉庫	2023年	37.5	37.5	0.0	25.0	0.0	0.0
		2022年	55.6	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0

最も多い割合を2023年は赤色、2022年は青色で表示

○ 規模別にみると、規模の大きい企業の方が規模の小さい企業に比べて転嫁が進み、5割以上転嫁できている割合の差が拡大している(規模の小さい企業：+8.8ポイント、規模の大きい企業：+22.9ポイント)。

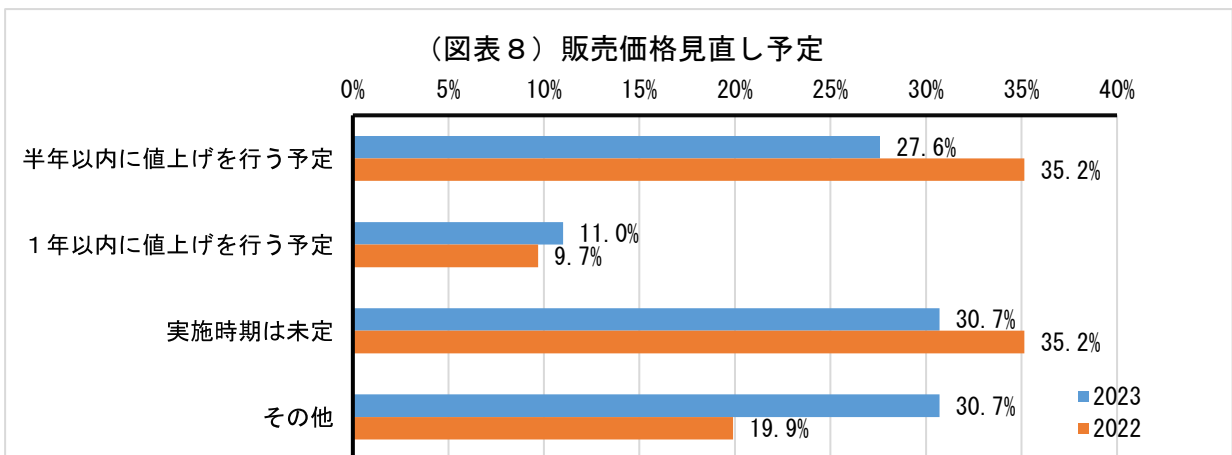
(図表7) 規模別価格転嫁状況

(単位 %)

		全く転嫁できない	2割未満	2割以上 5割未満	5割以上 9割未満	9割以上	その他
規模の小さい企業	2023年	14.8	15.9	29.5	25.0	10.2	4.6
	2022年	33.0	20.9	13.2	16.5	9.9	6.5
規模の大きい企業	2023年	12.3	23.3	11.0	43.8	8.2	1.4
	2022年	25.3	19.0	20.3	19.0	10.1	6.3

3. 販売価格の見直し予定

- 販売価格の見直し予定をみると、「半年以内に値上げを行う予定」は27.6%であり、前年と比べると7.6%減少している。県内企業において既に値上げの動きが広がっているほか、競争が激しい業種や仕入価格に一服感がみられる業種では、価格転嫁について様子見をしているように窺える。
- 「半年以内に値上げを行う予定」を業種別にみると、製造業では「素材」が41.0%で価格転嫁に積極的。「生活関連」が23.1%、「加工」が19.4%となっている。非製造業では、「卸売」が45.5%、「小売」が35.7%、「一般住宅建設」が31.6%となっている。「運輸倉庫」は12.5%にとどまっているほか、「外食・娯楽等」は0.0%となっており、価格転嫁が先行きも厳しい状況にあるように窺える。



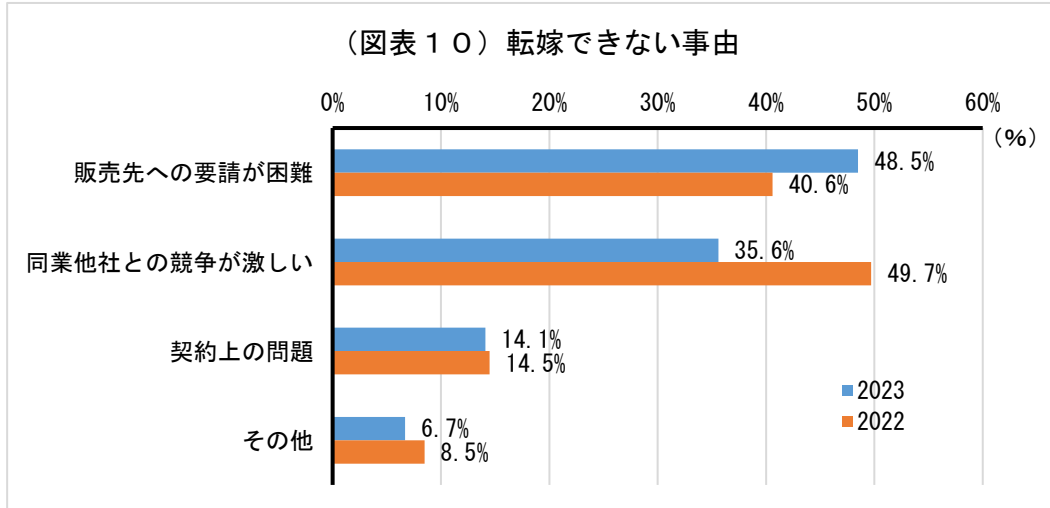
(図表9) 「半年以内に値上げを行う予定」(業種別)

(単位 %)

業種	回答割合	業種	回答割合
製造業	29.5	非製造業	25.3
素材	41.0	一般住宅建設	31.6
加工	19.4	卸売	45.5
生活関連等	23.1	小売	35.7
		運輸倉庫	12.5
		外食娯楽等	0.0

4. 販売価格へ転嫁できない（困難な）理由（複数回答可）

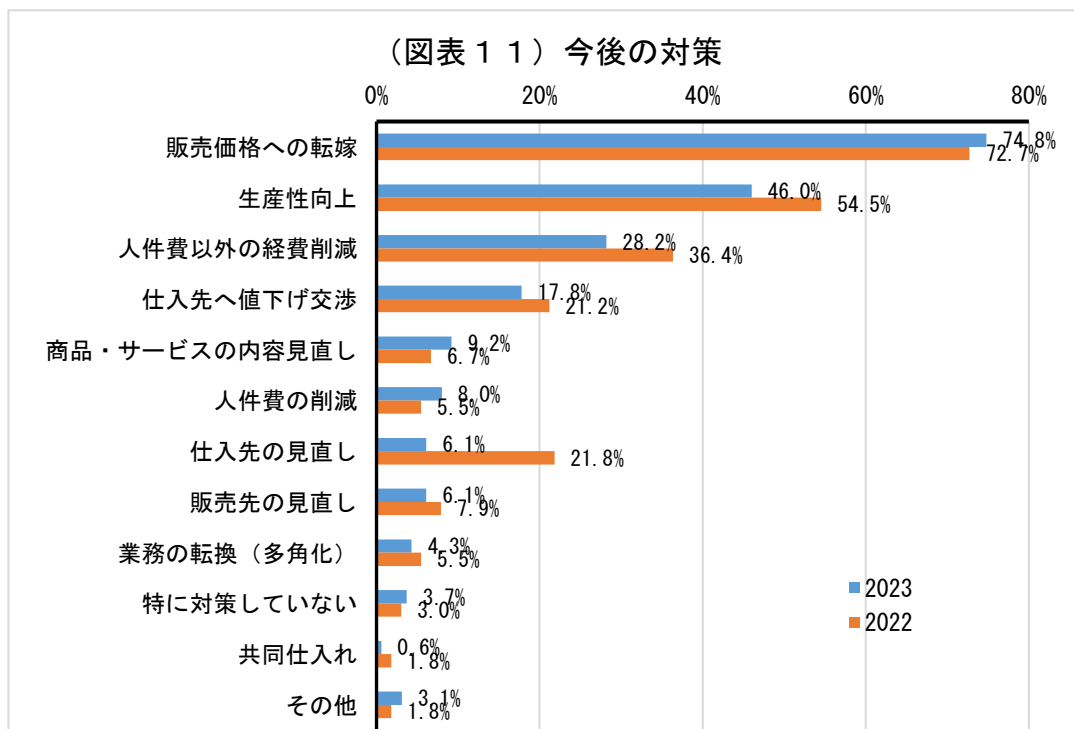
- 販売価格へ転嫁できない理由としては、「販売先への要請が困難」（48.5%）が最も多く、次いで「同業他社との競争が激しい」（35.6%）となっている。



5. 原材料・仕入価格上昇に対して取り組んでいる対策（複数回答可）

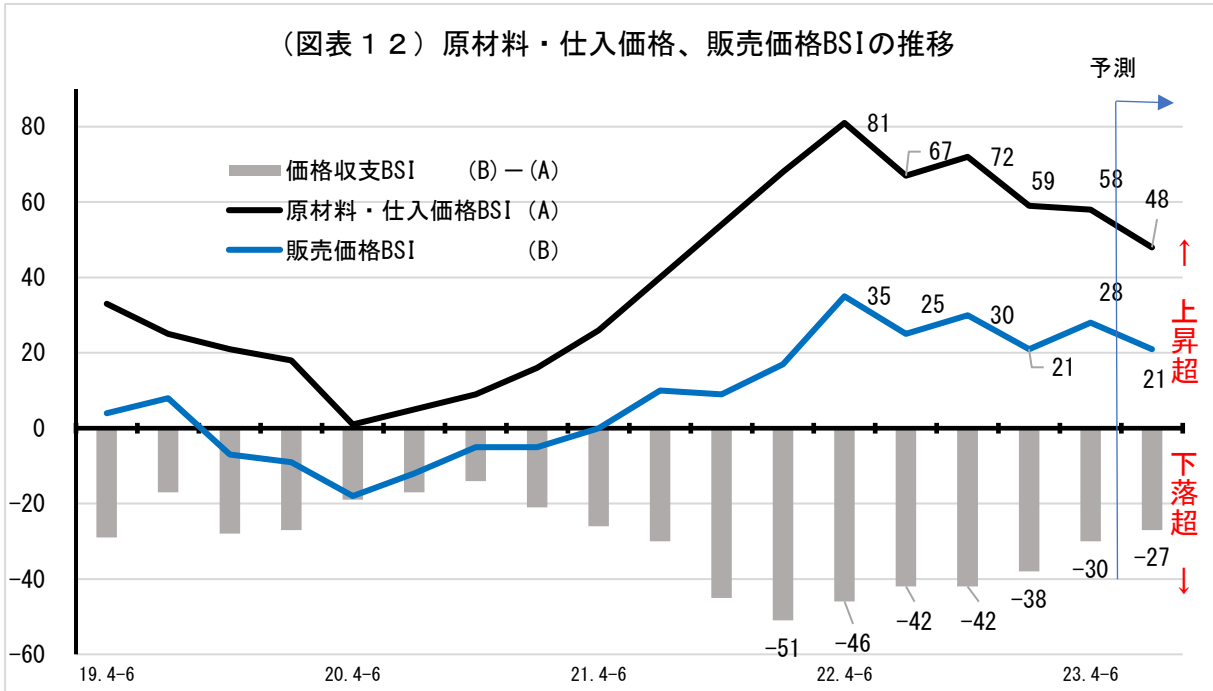
- 原材料・仕入価格上昇に対して取り組んでいる対策は、「販売価格への転嫁」（74.8%）を挙げる先が最も多く、前年度を2.1%上回っている。

その他の対策の上位は、自社の「生産性向上」（46.0%）、「人件費以外の経費削減」（28.2%）、「仕入先へ値下げ交渉」（17.8%）など大きな変動はない。ただ、2位以下の対策を回答する企業は前年度より減少している（生産性向上：-8.5%、人件費以外の経費削減：-8.2%、仕入先へ値下げ交渉：-3.4%）。原材料・仕入価格の高騰には、価格転嫁で対応する考えが強まっているように窺える。

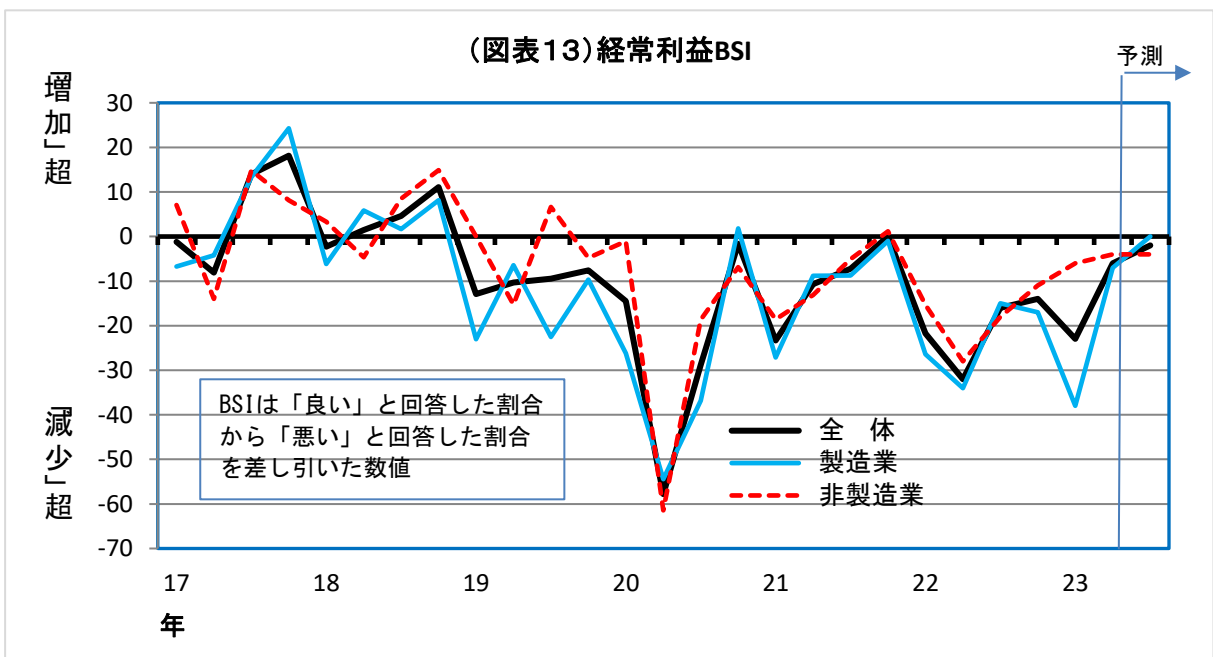


6. 収益への影響

- 埼玉県内企業経営動向調査（四半期毎に実施）において算出している原材料・仕入価格 BSI（上昇－下落）、販売（受注）価格 BSI（上昇－下落）の推移をみると、仕入価格の上昇に販売価格の上昇は追いついていないが、徐々にその差が縮小しているのが確認できる。



- 企業経営動向調査の経常利益 BSI をみると、製造業、非製造業とも価格転嫁の広がりを受けて足許持ち直してきている。原油価格等の原材料価格は落ち着いてきており、電力料金、人件費等の上昇があっても、引き続き価格転嫁が継続できれば、2023 年度県内企業の経常利益は増益の余地が出てきているように窺える。



7. まとめ

- 今回の調査で埼玉県内対象企業の 6 割強が原材料・仕入価格高騰の「現在マイナスの影響がある」状況にあるものの、前年からみれば価格転嫁が進んでいる状況が確認できた。ただし価格転嫁は業種によりばらつきが大きい。
- 今回の価格転嫁は原油等資源や穀物価格の上昇が起点となっているため、食料品を始めとする「モノ」の上昇が目立っており、製造業のほうが進んでいるように窺える。今後価格転嫁が非製造業、特に「サービス」分野に広がるか注目される。
- 引き続き企業の価格転嫁意欲は旺盛で、実現するか否かは、今後の需要動向に依存する面が大きい。仮に、価格転嫁が進めば県内企業の 2023 年度経常利益は増益の余地が出てくるとみられ、これが翌年度のベアの原資になれば支出（需要）、生産、所得の好循環が期待できる。

以 上