

埼玉県内企業の原材料・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 535 社 調査方法（期間）：アンケート方式（4月16日～5月29日）
 回答企業：163 社（回答率 30.5%） 業種別内訳：製造業 86 社 非製造業 77 社

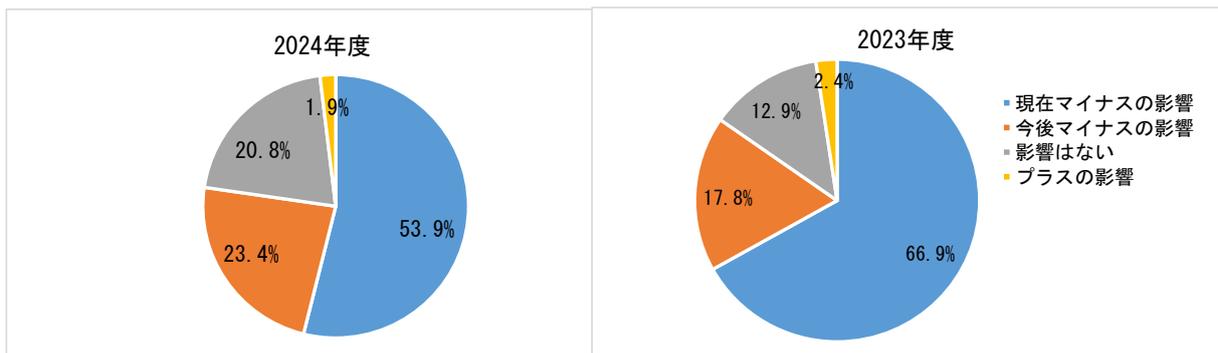
（要旨）

- 原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響をみると、全産業では「現在マイナスの影響がある」（53.9%）が、前年比▲13.0 ㊦となっている。一方、「今後マイナスの影響がある」（23.4%）が同+5.6 ㊦、「影響はない」（20.8%）が+7.9 ㊦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）価格への転嫁状況をみると、全産業では、「全く転嫁できていない」（10.4%）、「2割未満」（15.6%）、「2割以上5割未満」（23.4%）、「5割以上9割未満」（29.9%）、「9割以上」（14.9%）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」割合が減少している（10.4%、▲3.1 ㊦）しているうえ、なにがしか価格転嫁した割合（「2割未満」～「9割以上」の合計）は増加（83.8%、+1.6 ㊦）するなど、全体としては着実に価格転嫁が進んでいる。
- 2024年入り後ドル円相場は円安化が進行し、連れて輸入物価も騰勢を再び強めている。このため原材料・仕入価格 BSI と販売（受注）価格 BSI の差である価格収支 BSI は徐々に縮小していたが、足許一転して大幅に拡大している。また、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映じて持ち直してきていたが、足許は、原材料・仕入価格が反騰したため、「減少」超幅を拡大している。
- 引き続き企業の価格転嫁意欲は旺盛で、それを継続できるか否かは、今後の需要動向に依存する面が大きい。高めのベースアップ、ボーナスや所得税・住民税減税が個人消費を刺激し、本格的な景気回復に繋がっていくのが1つのポイントとなる。

1. 原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響

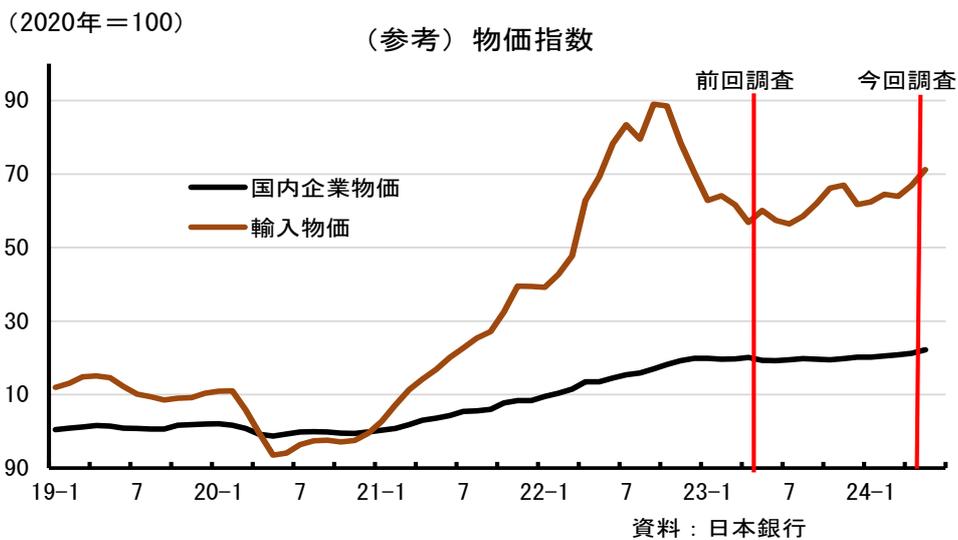
- 埼玉県内企業に対して、原材料・仕入価格高騰による企業活動への影響について尋ねたところ、全産業では「現在マイナスの影響がある」（53.9%）が、前年比▲13.0 ㊦となっている。一方、「今後マイナスの影響がある」（23.4%）が同+5.6 ㊦、「影響はない」（20.8%）が+7.9 ㊦となっている。

（図表 1）原材料・仕入価格高騰の影響

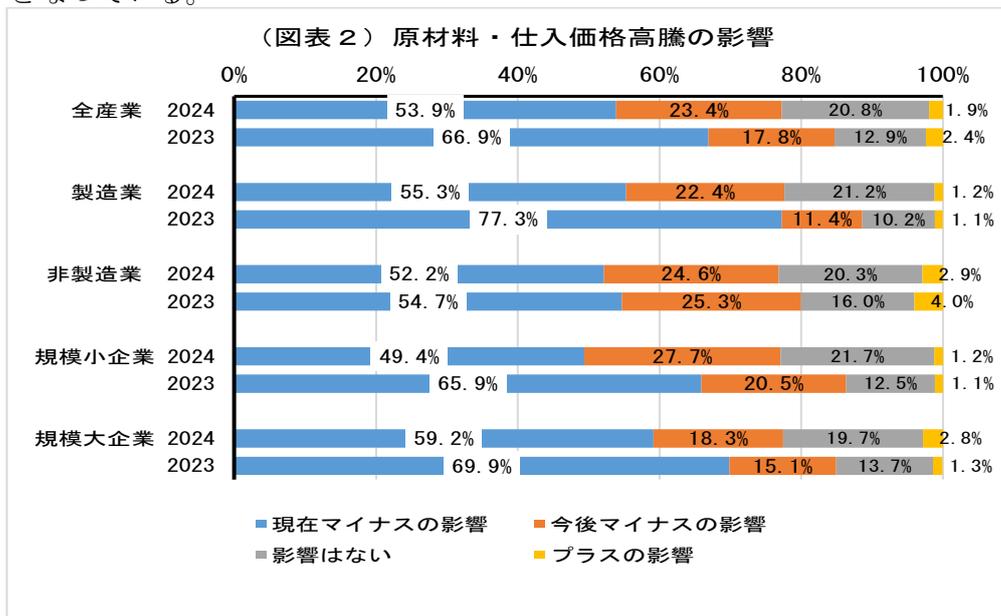


- 「現在マイナスの影響がある」は全産業の 50%を超えており、多くの企業で引き続き大きな経営課題となっている。一方、今回調査では「今後マイナスの影響がある」、「影響はない」の回答割合が増えているのが特徴である。

「今後マイナスの影響がある」が増えているのは、下図のとおり為替円安化もあって 2024 年入り後、輸入物価が再び騰勢を強めており、これが今後仕入価格に反映されるとの予想が原因である。「影響はない」とする割合が増えているのは、輸入物価の高騰を起点とした原材料・仕入価格の上昇、高止まりも 3 年目に入り、県内企業では価格転嫁を含め当該レベルでの仕入コストを前提とした対策が相応に取られているためと考えられる。

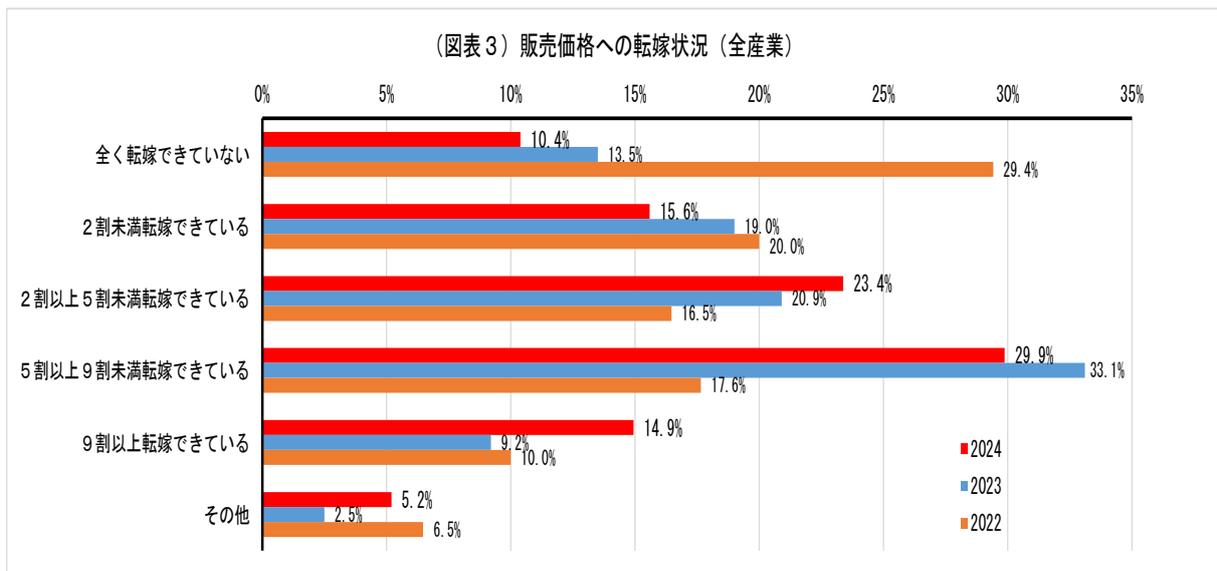


- 業種別にみると、製造業では、「現在マイナスの影響」が 55.3%（前年比▲22.0 ㊦）と大きく減少、非製造業では、52.2%で（同▲2.5 ㊦）減少幅は小さい。
- 規模別にみると、「規模の大きい企業」（従業員数が 100 人以上の企業）は「現在マイナスの影響」が 59.2%（▲10.7 ㊦）、「規模の小さい企業」（同 100 人未満）は 49.4%（▲16.5 ㊦）となっている。

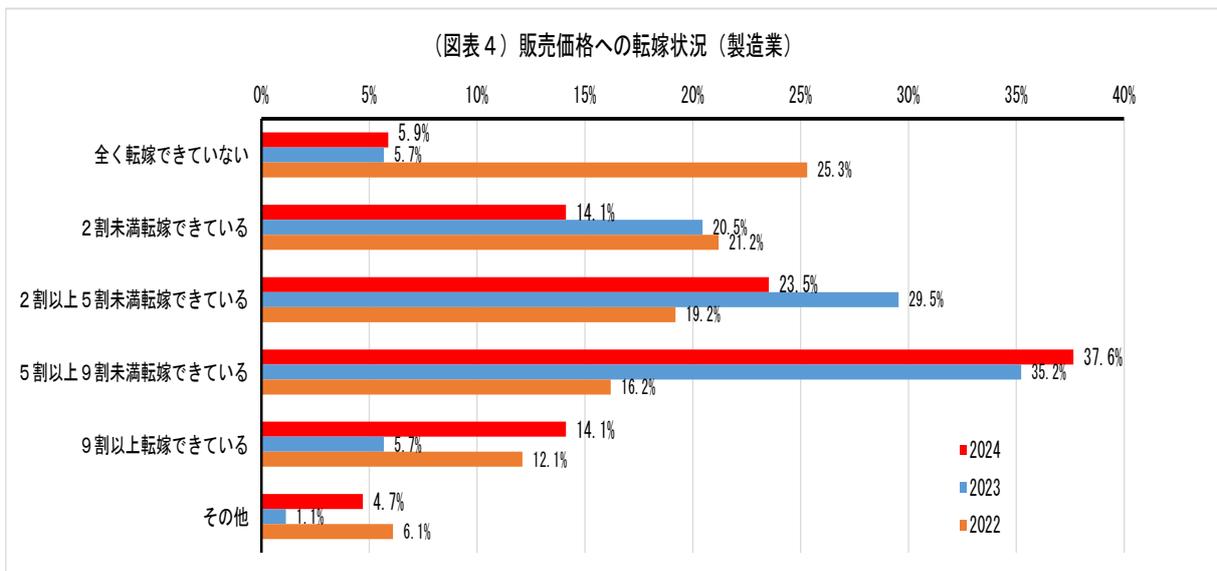


2. 原材料・仕入価格上昇分の販売（製品・サービス）価格への転嫁状況

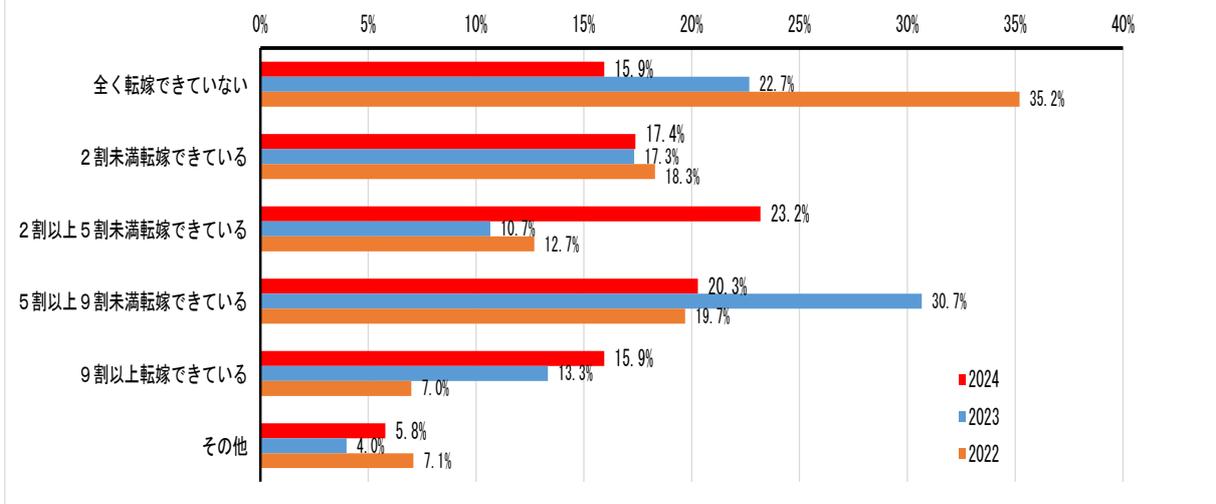
- 原材料・仕入価格上昇分の販売（製品・サービス）価格への転嫁状況についてみると、全産業では、「全く転嫁できていない」（10.4%）、「2割未満」（15.6%）、「2割以上5割未満」（23.4%）、「5割以上9割未満」（29.9%）、「9割以上」（14.9%）となっている。
- 前年調査と比較すると、「全く転嫁できていない」割合が減少（10.4%、▲3.1 ㊦）しているうえ、なにがしか価格転嫁した割合（「2割未満」～「9割以上」の合計）は増加（83.8%、+1.6 ㊦）するなど、全体としては着実に価格転嫁が進んでいる。



- 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、製造業の方が非製造業よりも低くなっている（製造業：5.9%、非製造業：15.9%）。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。



(図表5) 販売価格への転嫁状況 (非製造業)



○ 業種別をブレイクダウンすると、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72.7%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35.8%、「生活関連」では50.0%となっていて、前年度よりも価格転嫁する割合を高めている。

非製造業では、「卸売」で60.0%、「小売」で43.7%、「運輸・倉庫」で28.6%、「一般建設」で22.2%となっており、業種により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 | 2024年 | 5.9 | 14.1 | 23.5 | 37.6 | 14.1 | 4.8 | |
| | 2023年 | 5.7 | 20.5 | 29.5 | 35.2 | 5.7 | 3.4 | |
| | 素材 | 2024年 | 3.0 | 9.1 | 12.1 | 51.5 | 21.2 | 3.1 |
| | | 2023年 | 5.1 | 15.4 | 17.9 | 51.3 | 7.7 | 2.6 |
| | 加工 | 2024年 | 7.1 | 16.7 | 35.7 | 31.0 | 4.8 | 4.7 |
| | | 2023年 | 5.6 | 27.8 | 33.3 | 25.0 | 2.8 | 5.5 |
| 生活関連 | 2024年 | 10.0 | 20.0 | 10.0 | 20.0 | 30.0 | 10.0 | |
| | 2023年 | 7.7 | 15.4 | 53.8 | 15.4 | 7.7 | 0.0 | |
| 非製造業 | 2024年 | 15.9 | 17.4 | 23.2 | 20.3 | 15.9 | 7.3 | |
| | 2023年 | 22.7 | 17.3 | 10.7 | 30.7 | 13.3 | 5.3 | |
| | 一般建設 | 2024年 | 5.6 | 27.8 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | 11.1 |
| | | 2023年 | 11.1 | 27.8 | 27.8 | 11.1 | 22.2 | 0.0 |
| | 卸売 | 2024年 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | 30.0 | 30.0 | 0.0 |
| | | 2023年 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 63.6 | 27.3 | 0.0 |
| | 小売 | 2024年 | 31.3 | 0.0 | 25.0 | 18.7 | 25.0 | 0.0 |
| | | 2023年 | 35.7 | 0.0 | 7.1 | 35.7 | 14.3 | 7.2 |
| | 運輸倉庫 | 2024年 | 14.2 | 28.6 | 28.6 | 28.6 | 0.0 | 0.0 |
| | | 2023年 | 37.5 | 37.5 | 0.0 | 25.0 | 0.0 | 0.0 |

最も多い割合を赤色で表示

- 規模別にみると、規模の大きい企業は「5割以上」転嫁できている割合は、45.1%、規模の小さい企業は、44.6%となっている。

(図表7) 規模別価格転嫁状況

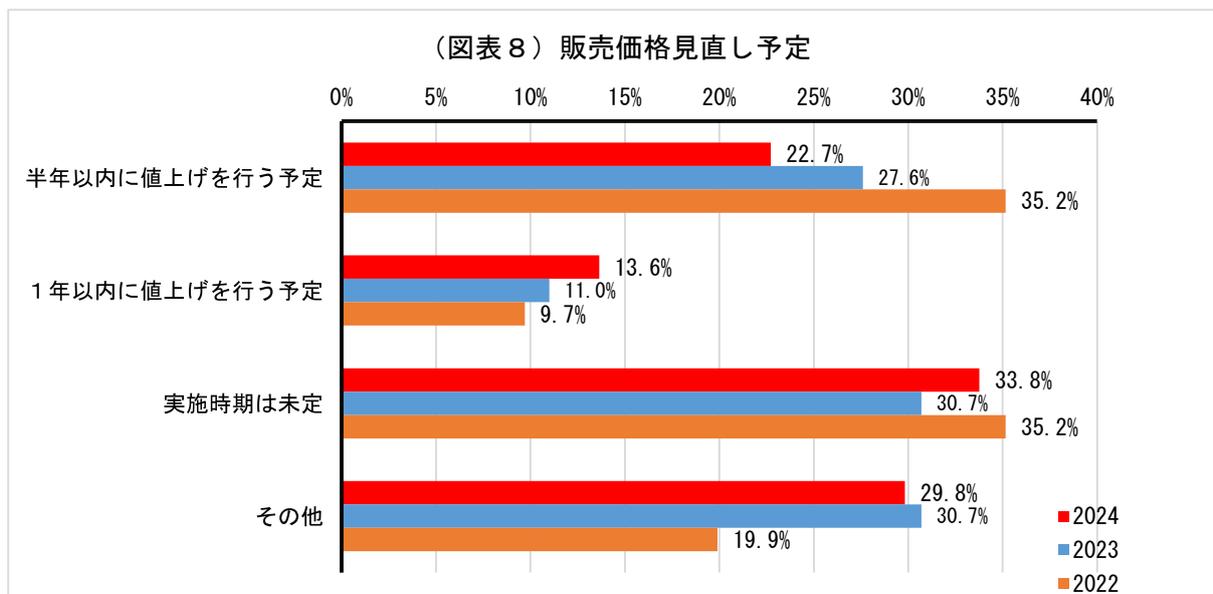
(単位 %)

| | | 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 |
|----------|-------|----------|------|--------------|--------------|------|-----|
| 規模の大きい企業 | 2024年 | 9.9 | 16.9 | 23.9 | 32.4 | 12.7 | 4.2 |
| | 2023年 | 12.3 | 23.3 | 11.0 | 43.8 | 8.2 | 1.4 |
| 規模の小さい企業 | 2024年 | 10.8 | 14.5 | 22.9 | 27.7 | 16.9 | 7.2 |
| | 2023年 | 14.8 | 15.9 | 29.5 | 25.0 | 10.2 | 4.6 |

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、「実施時期は未定」は33.8%（前年比+3.1 ㊦）が最も多く、「半年以内に値上げを行う予定」は22.7%、（同▲4.9 ㊦）、「1年以内に値上げを行う予定」は13.6%（+2.6 ㊦）となっている。県内企業において、足許の仕入価格に上昇気配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。

(図表8) 販売価格見直し予定



- 業種別にみると、製造業は36.5%、非製造業は30.4%が「実施時期は未定」としている。

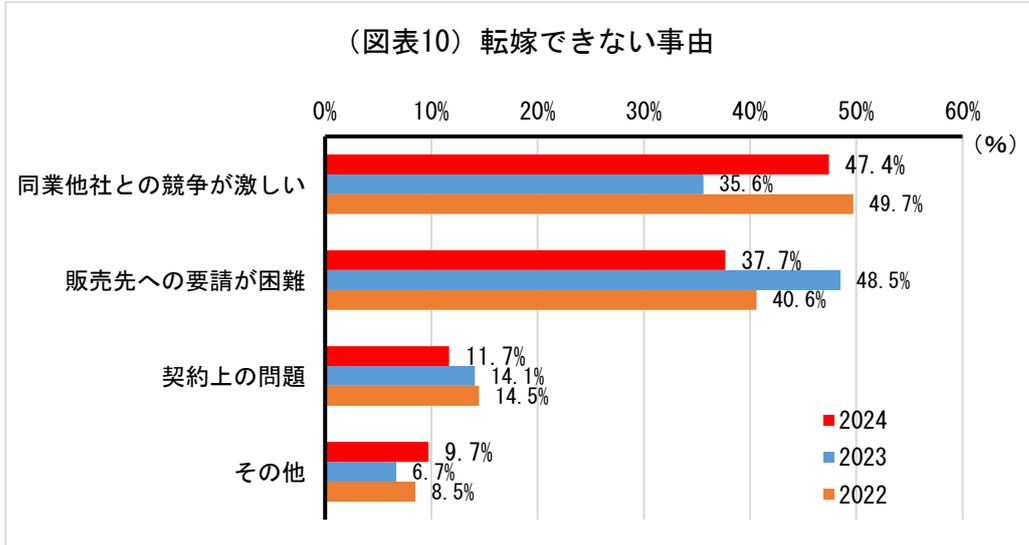
(図表9) 「実施時期は未定」(業種別)

(単位 %)

| 業種 | 回答割合 | 業種 | 回答割合 |
|-------|------|--------|------|
| 製造業 | 36.5 | 非製造業 | 30.4 |
| 素材 | 42.4 | 一般住宅建設 | 26.3 |
| 加工 | 38.1 | 卸売 | 30.0 |
| 生活関連等 | 10.0 | 小売 | 43.8 |
| | | 運輸倉庫 | 25.0 |
| | | 外食娯楽等 | 16.7 |

4. 販売価格へ転嫁できない（困難な）理由（複数回答可）

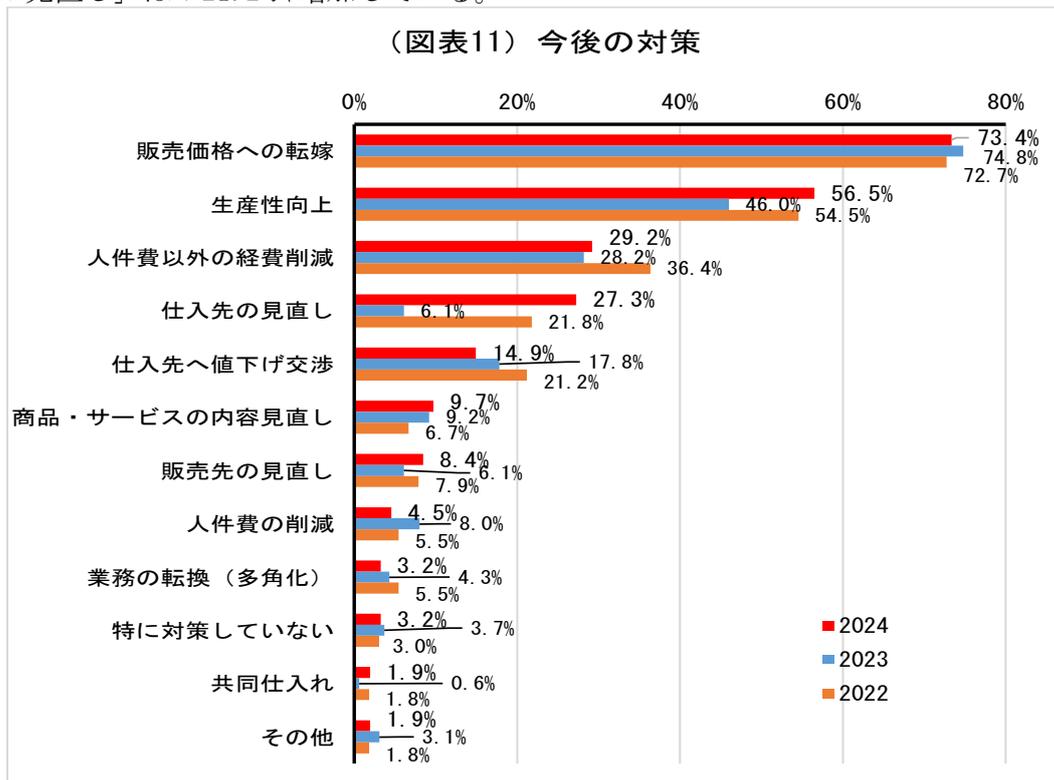
- 販売価格へ転嫁できない理由としては、「同業他社との競争が激しい」（47.4%）が最も多く、次いで「販売先への要請が困難」（37.7%）となり、前年度と順位が入れ替わっている。



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）

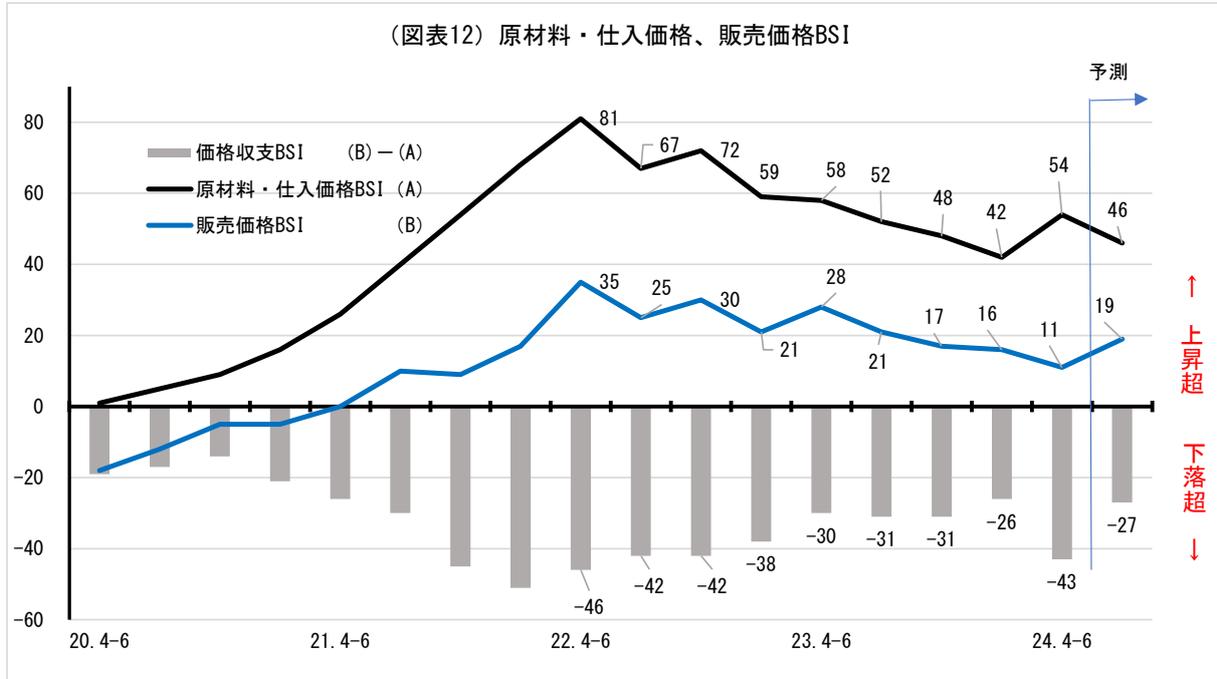
- 原材料・仕入価格上昇に対して取り組んでいる対策は、「販売価格への転嫁」（73.4%）を挙げる先が最も多くなっている。原材料・仕入価格の上昇には、「価格転嫁」で対応しようとする姿勢が一般的となりつつあるように窺える。

その他の対策の上位は、自社の「生産性向上」（56.5%）、「人件費以外の経費削減」（29.2%）、「仕入先の見直し」（27.3%）、「仕入先へ値下げ交渉」（14.9%）などとなっている。「仕入先の見直し」は+21.2ポイント増加している。



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、その差（価格収支 BSI）は徐々に縮小していたが、足許一転して大幅に拡大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やを映じて持ち直してきていたが、足許は、為替円安化の進行、原油価格の再上昇などを映じて原材料・仕入価格が反騰したため、「減少」超幅を拡大している。



7. まとめ

- 今回の調査で埼玉県内対象企業の 5 割強が原材料・仕入価格高騰は「現在マイナスの影響がある」状況にある。ただし、前年からみれば価格転嫁は進んでいる状況である。
- 2024 年入り後ドル円相場は円安化が進行し、4 月以降は月中平均で見ても、1 ドル=150 円を大きく上回る水準となっており、連れて輸入物価も騰勢を再び強めている。これを背景に県内企業は原材料・仕入価格の再上昇に直面している。また、県内企業は高めのベースアップ、ボーナスなども含めコストが上昇、企業収益面で厳しい状況となっている。
- 引き続き企業の価格転嫁意欲は旺盛で、それを継続できるか否かは、今後の需要動向に依存する面が大きい。高めのベースアップや所得税・住民税減税が個人消費を刺激し、本格的な景気回復に繋がっていくのが 1 つのポイントとなる。

以 上