

JOYO BANK NEWS LETTER

2022年2月8日

「仕入価格上昇の影響に関する企業調査（2021年）」について

常陽銀行（頭取 笹島 律夫）の子会社である常陽産業研究所（代表取締役社長 下山田 和司）は、このたび「仕入価格上昇の影響に関する企業調査（2021年）」を実施しましたので、その結果を下記のとおりお知らせいたします。本調査は「茨城県内主要企業の経営動向調査（2021年10～12月期）」の特別調査として行ったものです。

当社は、地域のシンクタンクとして各種調査研究および総合金融サービスの提供を通じ、今後とも、地域の課題解決のためのさまざまな情報発信および取り組みを展開し、地域の成長と活性化に貢献してまいります。

記

1. 調査結果

当社では、茨城県内企業を対象に、原油・資源価格等の上昇による仕入価格の状況や、価格転嫁の状況などに関するアンケート調査を実施しました。アンケート結果によると、前年と比べ仕入価格が上昇した企業は回答企業の63.3%でした。また、仕入価格上昇分のうち販売価格に転嫁した割合は、「20%未満」が回答の44.4%を占める結果となりました。調査結果の詳細は、別紙を参照してください。

2. 調査の特徴

本調査は、2021年12月に茨城県内企業207社（製造業80社、非製造業127社）からの回答を取りまとめたものです。従業員300人以上の大企業から、30人未満の企業まで幅広く調査対象としています。

以 上



常陽銀行

MEBUKI
めぶきフィナンシャルグループ

常陽銀行

〒310-0021 茨城県水戸市南町2-5-5

Tel. 029-231-2151(代表) www.joyobank.co.jp

【仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年）】

原油・資源価格等の上昇で仕入価格が上昇した企業は回答企業の約6割 —仕入価格上昇分のうち価格転嫁した割合は「20%未満」が4割—

今回調査の概要

米国など海外におけるコロナ禍からの急速な需要回復や物流の混乱、さらに円安の進行による輸入材の価格上昇の影響が加わり、企業物価が急速に上昇している。そこで当社では、茨城県内企業における仕入価格の状況や、販売価格への転嫁の状況等を把握する目的でアンケート調査を実施した（調査時期：2021年12月）。結果の概要は以下の通りである。

《仕入価格の状況》

昨年の同時期と比べた仕入価格の動向についてみると、全産業（回答企業全体）では、「上昇した」が63.3%と、「変わらない」（32.4%）、「低下した」（1.0%）を大きく上回った（図表1-1）。

「上昇した」について業種別にみると、製造業が80.0%、非製造業が52.8%と、製造業が非製造業を上回った。製造業では、素材業種が85.7%、加工業種が82.9%、その他業種が74.2%と、いずれも7割超であった（図表1-2）。非製造業では、建設業が64.3%、卸売業が66.7%、小売業が61.1%、運輸・倉庫が70.0%とそれぞれ6割超であったが、サービス業他では31.9%と他の業種との差がみられた（図表1-2）。また、「上昇した」について従業員規模別にみると、30人未満が68.6%、30～99人が62.0%、100～299人が64.9%、300人以上が50.0%と、全ての規模で5割以上であった。

昨年の同時期と比べた仕入価格の増減率をみると、全産業では「10%～20%未満」が最も多く50.5%、次いで「0～10%未満」が21.5%、「20%～30%未満」、「50%以上」がともに8.4%であった（図表2）。業種別にみると、製造業、非製造業ともに「10%～20%未満」が最も多く、それぞれ40.7%、60.4%であった。従業員規模別にみると、全ての規模で「10%～20%未満」が最も多く、30人未満が57.5%、30～99人が52.6%、100～299人が36.8%、300人以上が44.4%であった。

仕入価格が「上昇した」と回答した企業に、主な上昇要因を尋ねたところ、全産業では、「原油価格・資源価格の上昇」が80.6%と最も多く、次いで「仕入先からの値上げ要請」が34.1%、「原材料・仕入商品の需要増加」が32.6%であった（図表3-1）。「円の為替レートの変動（円安）」は21.7%、「国内のサプライチェーンの停滞」は20.2%であった。業種別にみると、製造業の回答上位3項目では、「原材料・仕入商品の需要増加」（37.5%）が「仕入先からの値上げ要請」（35.9%）を僅かながら上回り第3位であった。非製造業の回答上位3項目の順位は全産業と変わらず、「原油価格・資源価格の上昇」（86.2%）は製造業（75.0%）を11.2ポイント上回った。また従業員規模別にみると、全ての規模で「原油価格・資源価格の上昇」が最も多かった（30人未満が80.9%、30～99人が88.6%、100～299人が66.7%、300人以上が83.3%）（図表3-2）。

《仕入価格上昇の販売価格への転嫁状況》

仕入価格が「上昇した」と回答した企業に、販売価格への転嫁状況や今後の方針について尋ねたところ、全産業では、「転嫁している」が 40.7%と最も多く、次いで「未転嫁だが今後は転嫁予定」が 37.4%、「未転嫁であり今後も転嫁しない」が 16.3%であった（図表 4-1）。

業種別にみると、「転嫁している」は、製造業が 36.1%、非製造業が 45.2%であった。製造業では加工業種が 50.0%であるのに対し、素材業種は 25.0%、その他業種は 23.8%にとどまった（図表 4-2）。非製造業では小売業が 90.9%と全ての業種の中で最も多い一方、運輸・倉庫は 16.7%、サービス業他は 14.3%にとどまった。また従業員規模別にみると、30 人未満、100～299 人で「未転嫁だが今後は転嫁予定」が、30～99 人、300 人以上で「転嫁している」が最も多かった。

「転嫁している」と回答した企業に、仕入価格上昇分のうち価格転嫁している割合について尋ねたところ、全産業では、「20%未満」が 44.4%と最も多かった。「100%」（上昇分を全て価格転嫁）は 16.7%にとどまった（図表 5）。

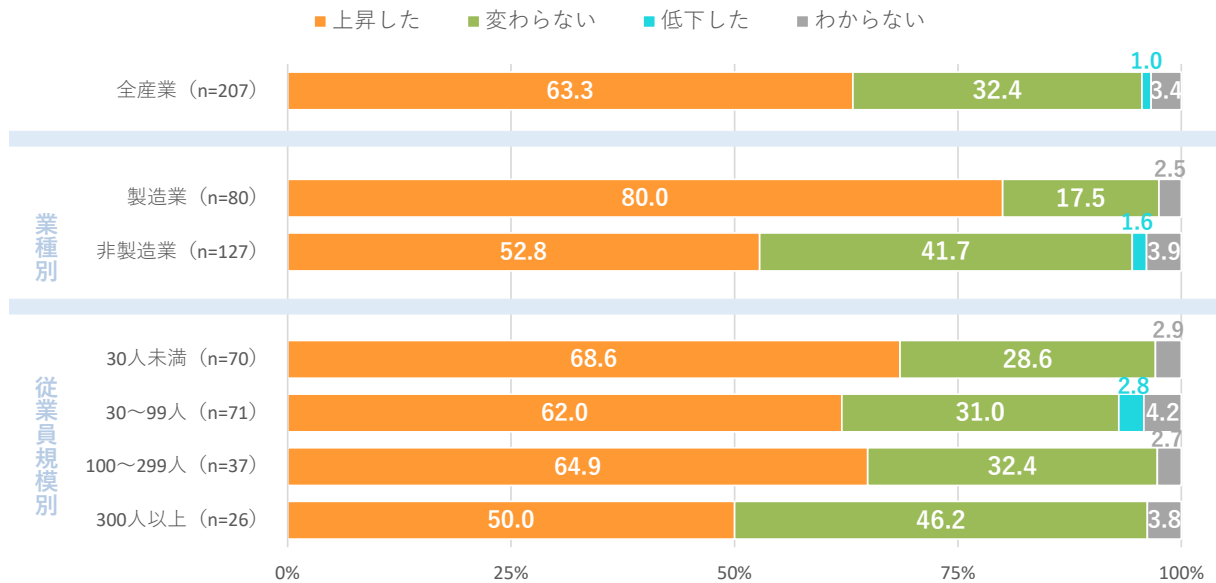
価格転嫁できた理由についてみると、全産業では、「取引先との継続的な交渉の結果」が 63.8%と最も多く、次いで「製品やサービスに競争力がある」が 21.3%、「同業他社が少ない」が 6.4%であった（図表 6-1）。業種別にみると、製造業・非製造業ともに「取引先との継続的な交渉の結果」が最も多く、製造業（86.4%）が非製造業（44.0%）を 42.4 ポイント上回った。また従業員規模別にみると「取引先との継続的な交渉の結果」が最も多く、300 人未満の規模では規模が大きくなるにつれ回答割合が多くなる傾向がみられた（図表 6-2）。

一方、「未転嫁であり今後も転嫁しない」と回答した企業に、価格転嫁できない理由について尋ねたところ、全産業では、「他社との競合が激しい」が 57.9%と最も多く、次いで「取引先との交渉が困難」が 42.1%、「長期契約により中途変更が困難」、「製品やサービスに競争力がない」がともに 17.5%であった（図表 7-1）。業種別では、「取引先との交渉が困難」について、製造業（51.7%）が非製造業（32.1%）を 19.6 ポイント上回った。従業員規模別では、100～299 人で「取引先との交渉が困難」が、それ以外の規模で「他社との競合が激しい」が最も高かった（図表 7-2）。

アンケート調査では、①原油価格・資源価格の上昇等の影響を受け、仕入価格が上昇した企業は回答企業の約 6 割、②仕入価格の増減率（上昇率）は「10～20%未満」が最多で回答の約 5 割、③販売価格への転嫁状況は、すでに「転嫁している」が約 4 割、「転嫁予定」が約 4 割で、「今後も転嫁しない」は約 2 割、④価格転嫁した割合は上昇分の「0～20%未満」が最多で回答の約 4 割、⑤価格転嫁できた理由は「取引先との継続的な交渉の結果」が最多で回答の約 6 割、一方、価格転嫁できない理由は「他社との競合が激しい」が最多で回答の約 6 割、といった状況が明らかとなった。

これらの結果から、仕入価格の上昇は県内企業の間で広範に及んでおり、今後の企業収益への影響が懸念される。今回の原油価格・資源価格等の上昇は、様々な要因が複合的に重なり合っているため、長期化を指摘する見方もある。このため、県内企業の動向をみるうえで、原油価格・資源価格等の動向とともに、各企業の価格転嫁の行方についても注視していく必要があると考えられる。

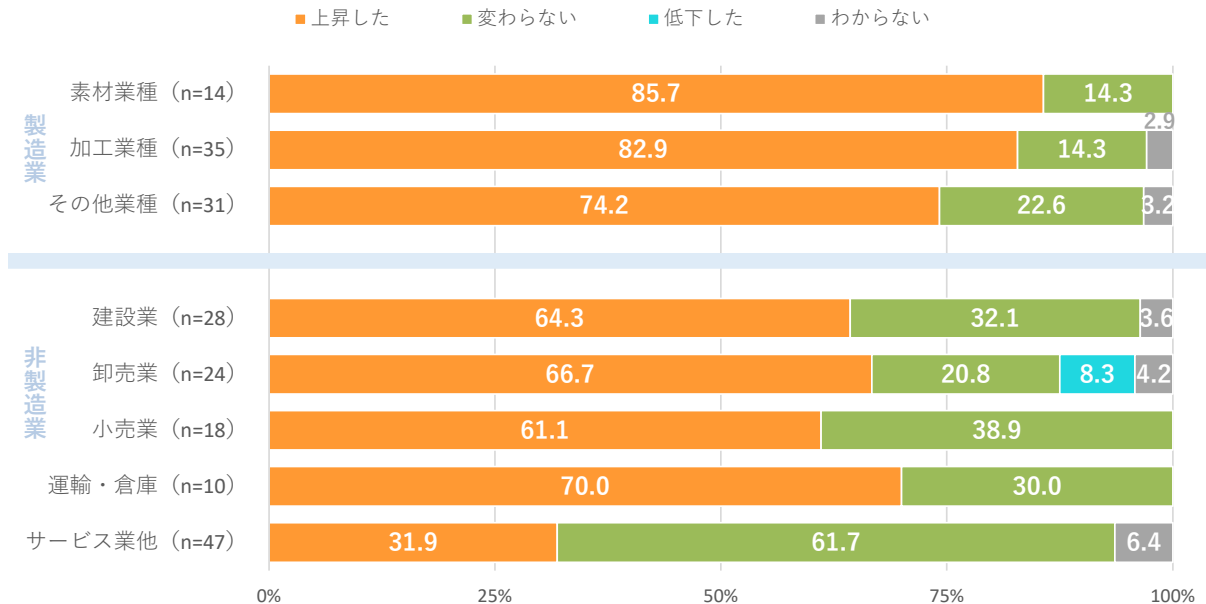
図表 1 - 1 昨年の同時期と比べた仕入価格の動向



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

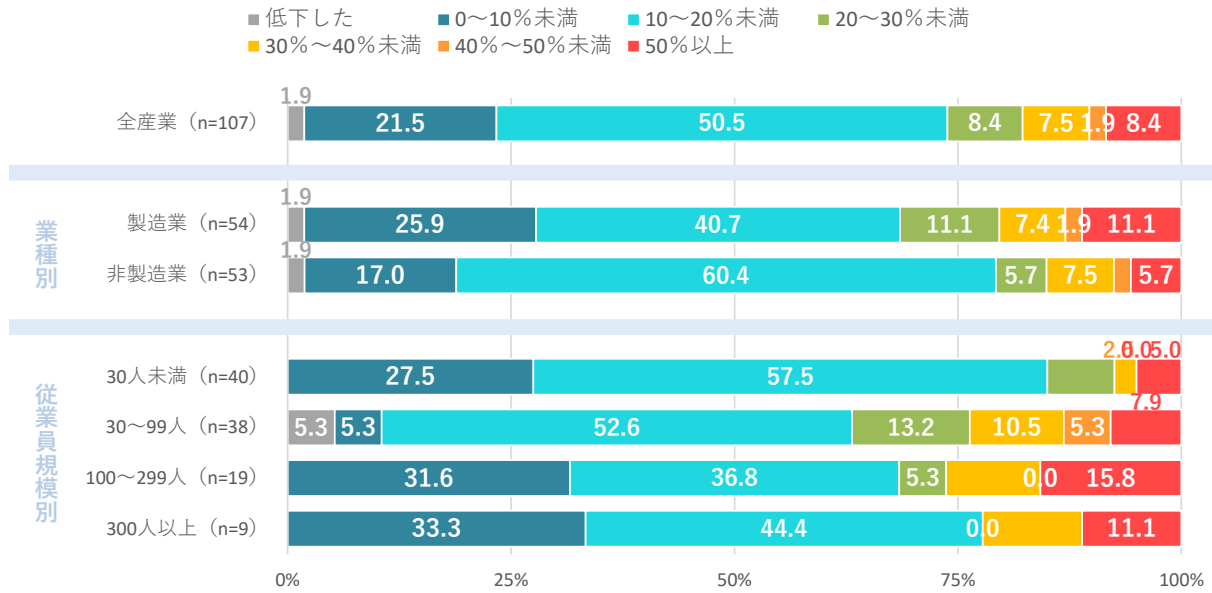
※小数点以下第2位を四捨五入しているため、構成比の合計は必ずしも100とはならない（全図表とも共通）

図表 1 - 2 昨年と同時期と比べた仕入価格の動向



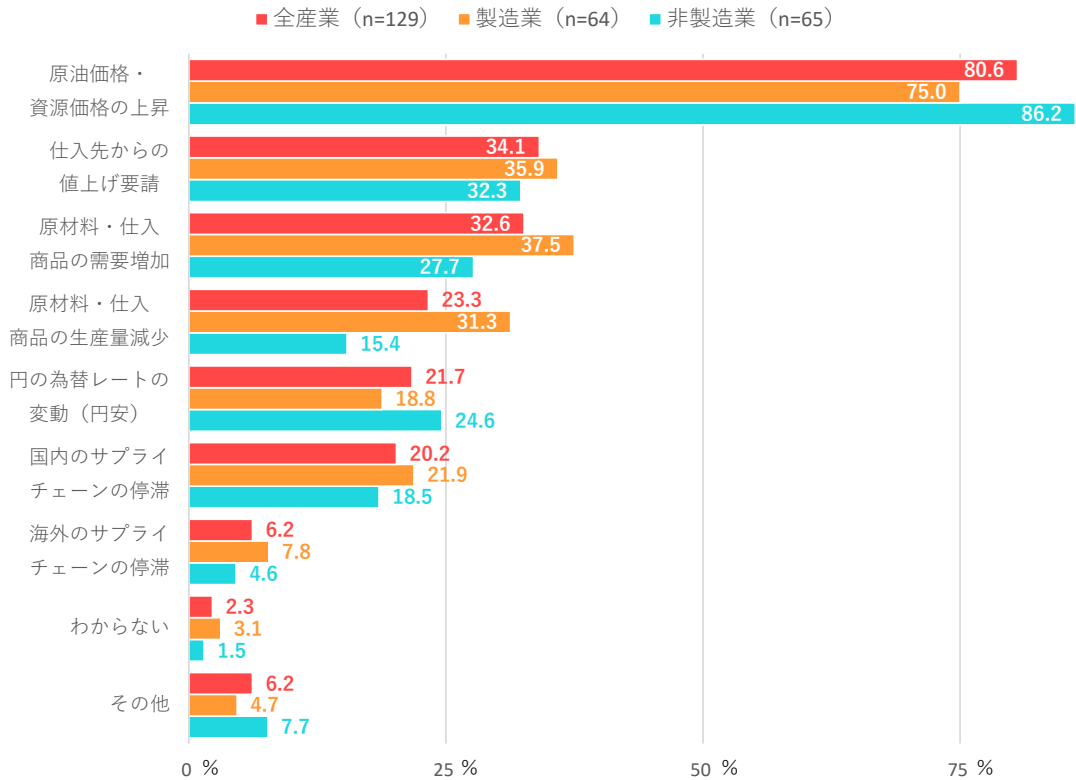
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表2 昨年の同時期と比べた仕入価格の増減率



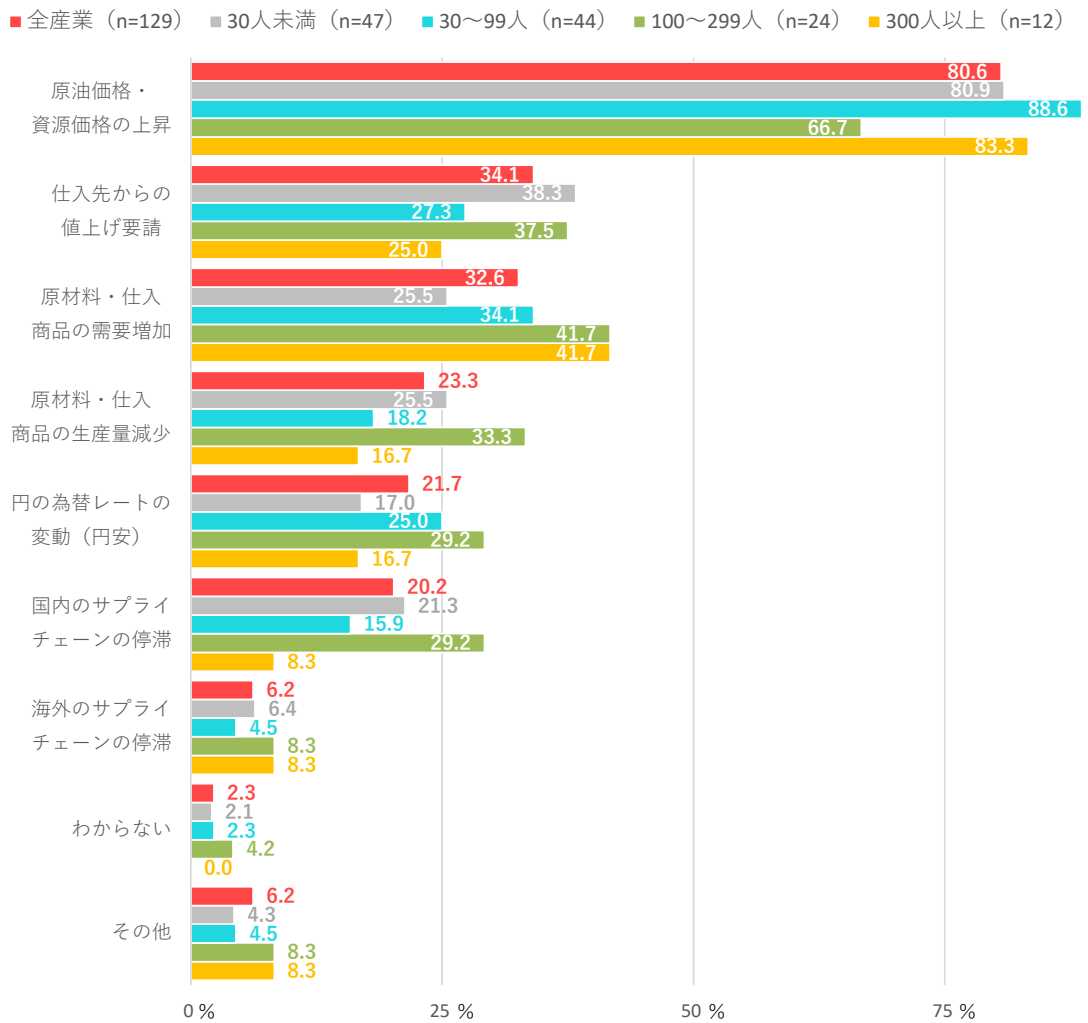
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表3-1 仕入価格の主な上昇要因（全産業・業種別）（複数回答）



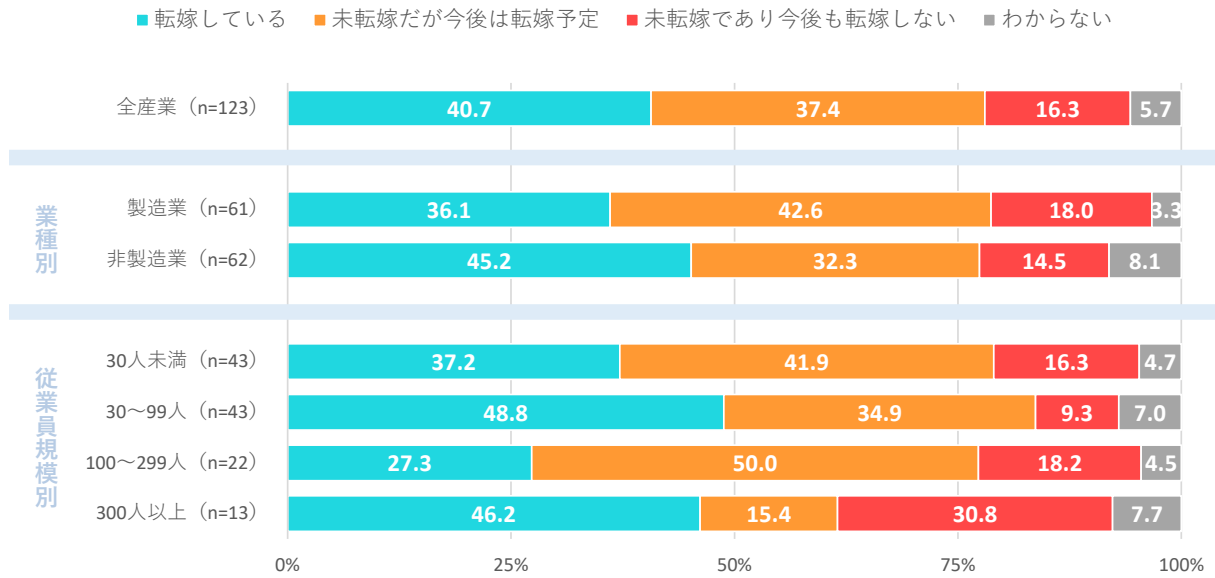
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表 3-2 仕入価格の主な上昇要因（従業員規模別）（複数回答）



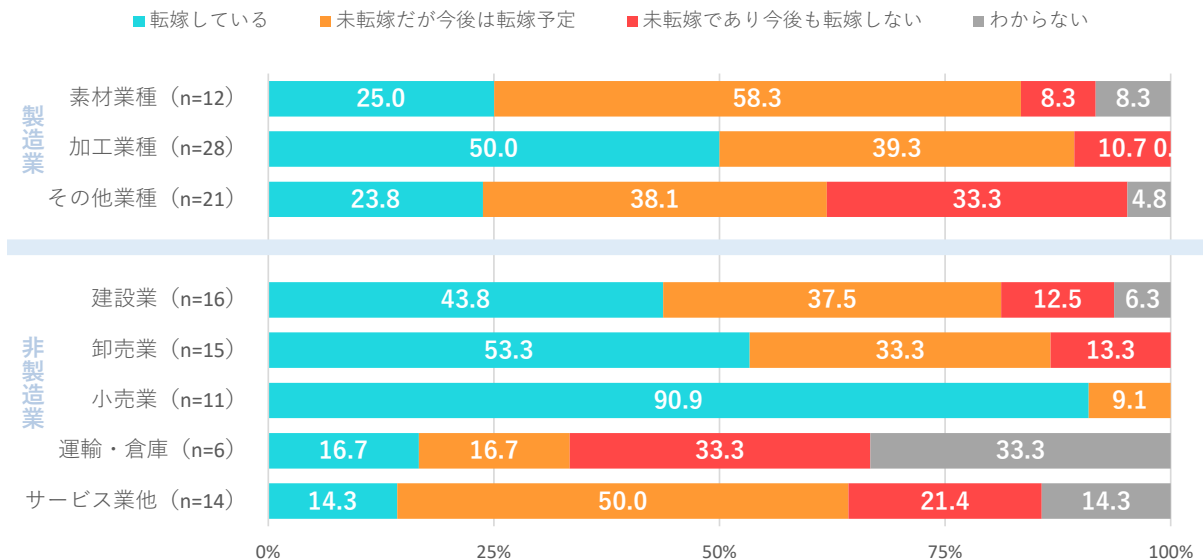
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表 4 - 1 仕入価格の販売価格への転嫁状況・方針



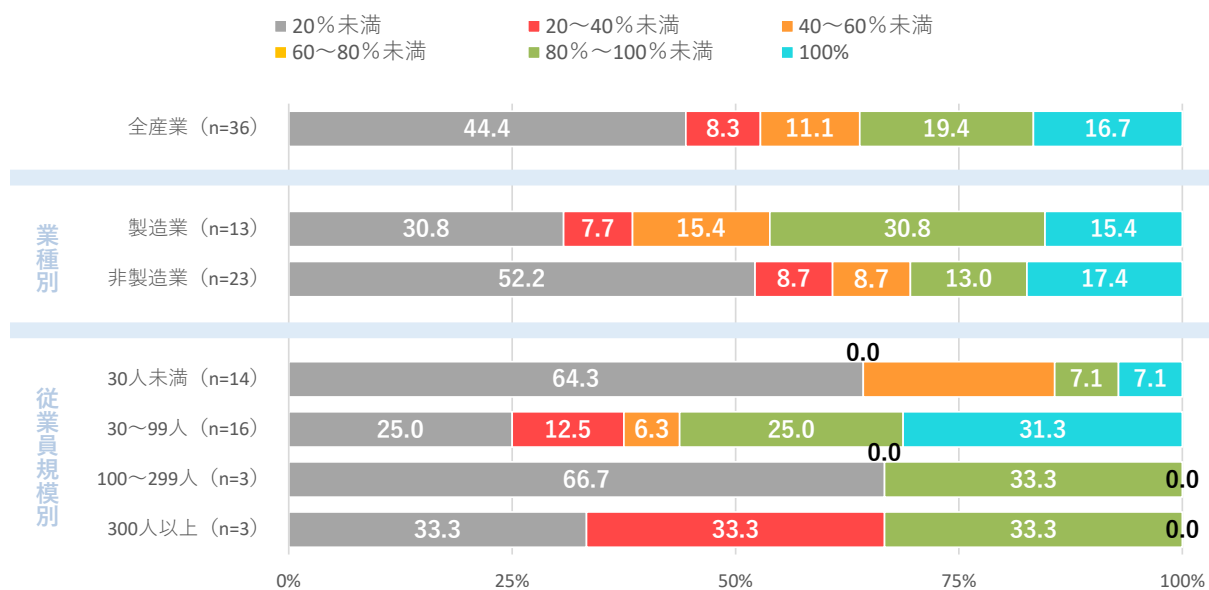
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表 4 - 2 仕入価格上昇の販売価格への転嫁状況・方針（詳細業種別）



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

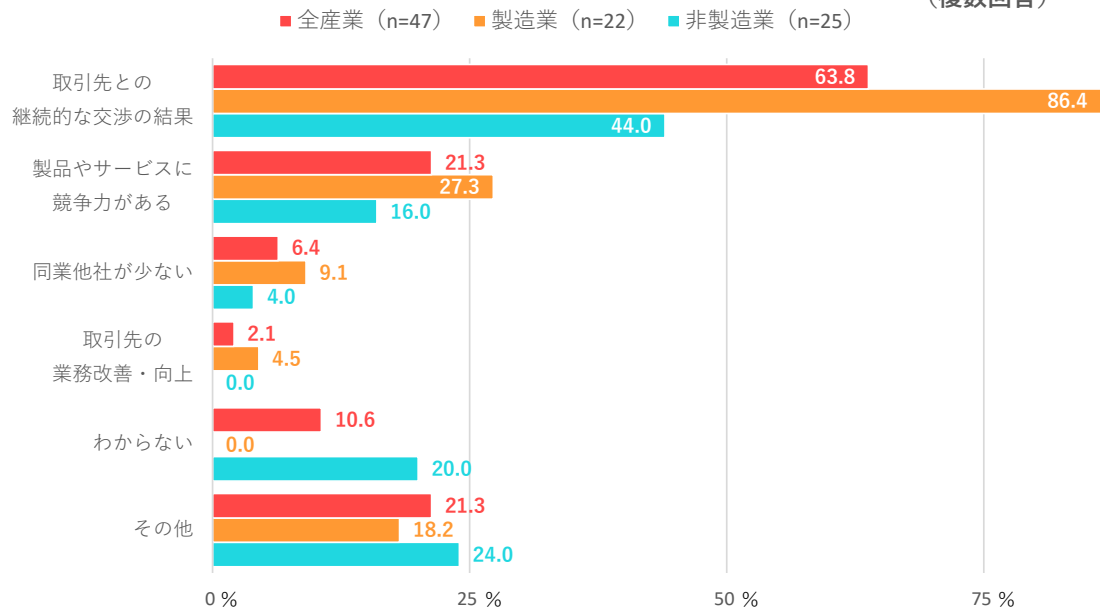
図表5 仕入価格上昇分のうち価格転嫁している割合



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表 6-1 価格転嫁できた理由（全産業・業種別）

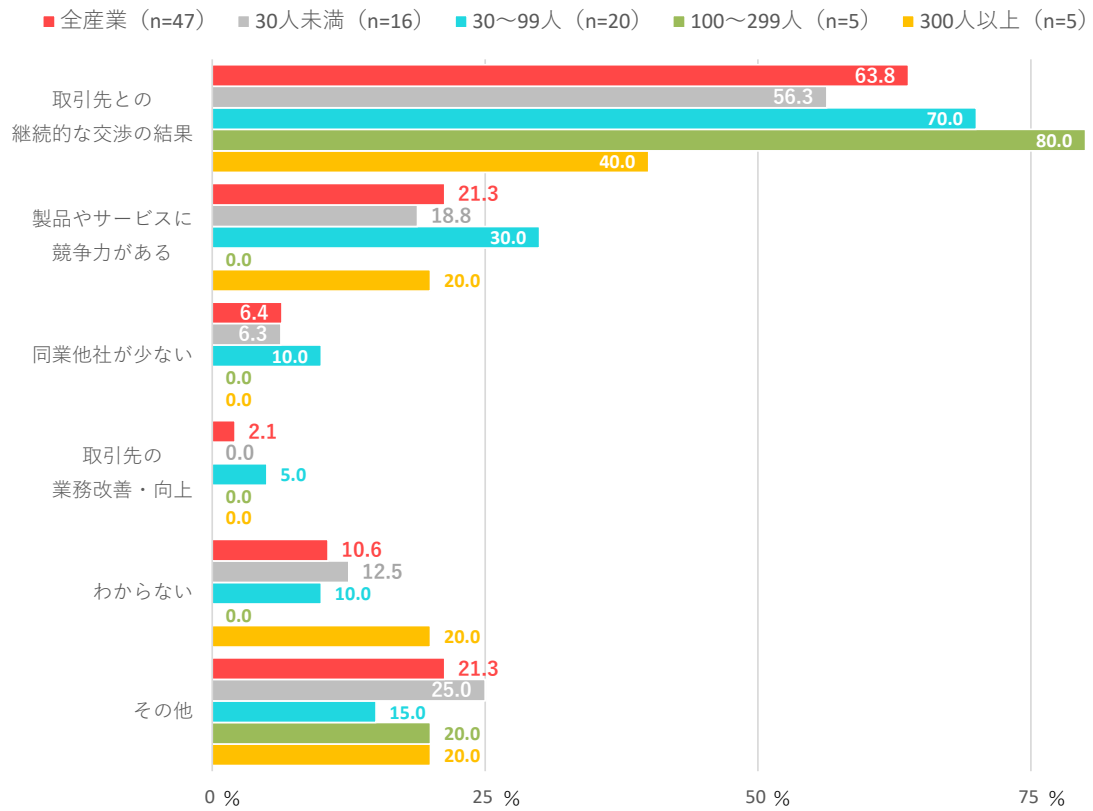
（複数回答）



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

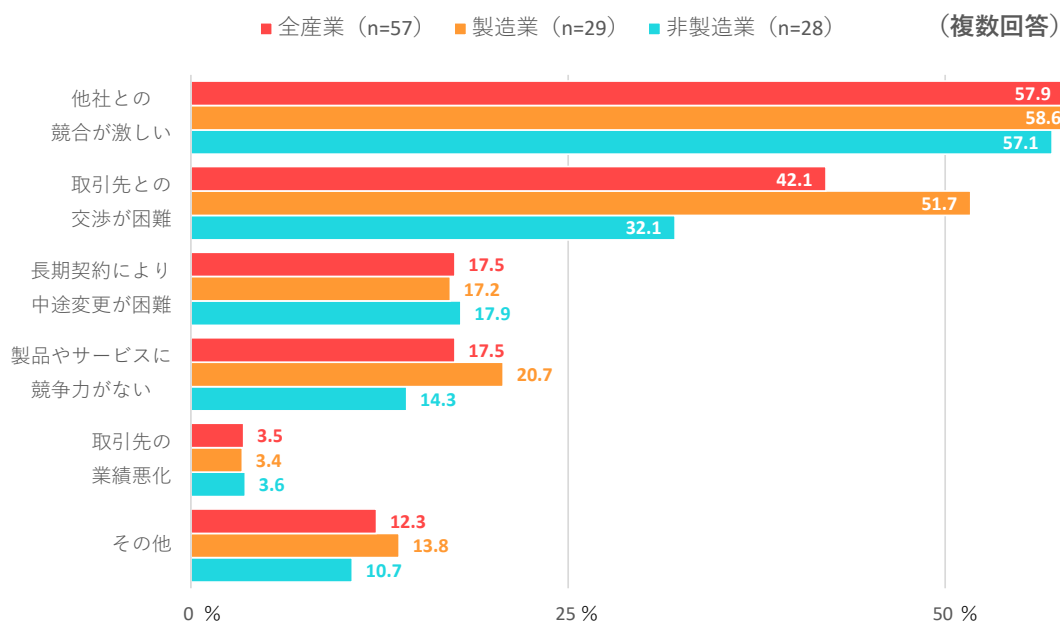
図表 6-2 価格転嫁できた理由（企業規模別）

（複数回答）



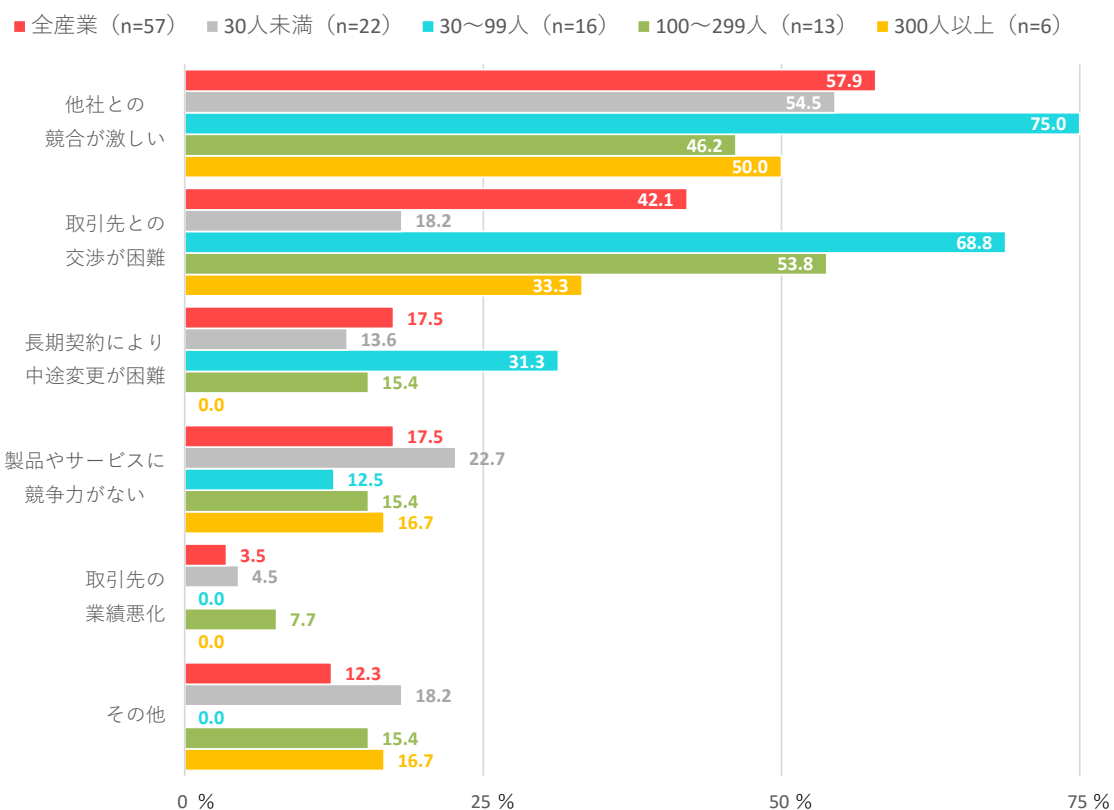
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表 7-1 価格転嫁ができない理由（全産業・業種別）



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

図表 7-2 価格転嫁ができない理由（企業規模別）（複数回答）



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2021年12月）」

以上