

コスト上昇に対する販売価格への転嫁に関するアンケート

筑波総研株式会社 研究員 家内 祐太

要旨

- ・回答企業の6割超で1年前に比べてコストが上昇している。そのうち8割超の企業で上昇率は10%未満であった。
- ・具体的にコストが上昇した費目としては、「原材料費・商品等仕入価格」、「人件費」、「燃料・光熱費」を指摘する先が多かった。
- ・コストが上昇した企業のうち、コストの上昇分を販売価格に転嫁できた割合が「0%以上10%未満」との回答が約4分の3を占め、企業は仕入価格の上昇分を販売価格にほとんど転嫁できていない結果となった。また、小売業、運輸業、サービス業・飲食業等、コストが上昇している中で販売価格を引下げる企業が10%超に上る業種も存在した。
- ・コスト上昇分の販売価格への転嫁が進まない要因としては、第1位が「他社・他業態との競争激化」、第2位が「取引先・顧客の値上げ受入れが困難」、第3位が「コスト上昇の影響が軽微」となった。
- ・今後コストが上昇した際の対応として、最も指摘が多いのは「販売価格へ転嫁」であるが、その回答割合は約5割にとどまった。次いで「営業強化・販路拡大」、「原材料・仕入商品の見直し」を検討する先が多い。

調査実施方法の概要

- ・調査時期：2018年9月上旬～9月下旬
- ・調査方法：「第60回茨城県内企業経営動向調査」実施時に特別調査として、郵送による記名式アンケート方式で実施した。
- ・調査対象企業：茨城県内主要企業910先へアンケートを実施し、365先より回答を得た。
- ・過去1年以上に亘り同様の製品・サービスを提供しているものを調査対象とする。コストは「原材料費・商品等仕入価格」、「人件費」、「燃料・光熱費」、「物流費」、「外注費」等について、一定量の製品・サービスを提供する際にかかるコスト（単価）とする。

調査結果

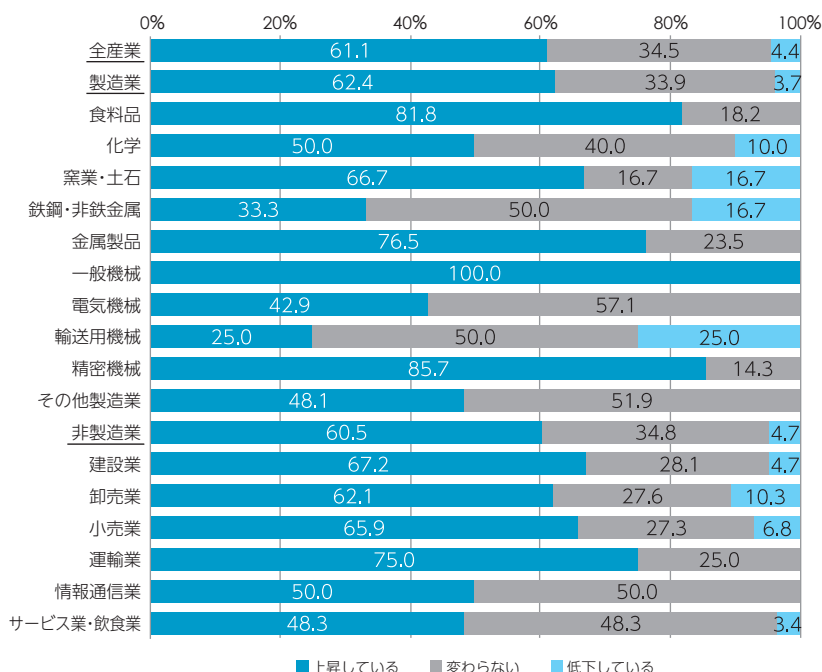
1. 現在のコストが1年前に比べ上昇している企業の割合は6割超

企業における現在のコストについて、1年前との変化状況を尋ねたところ、全産業で「上昇している」と回答した企業の割合が61.1%、「変わらない」が34.5%、「低下している」が4.4%となった。

(1) 業種別

業種別にみると、製造業では「上昇している」が62.4%、「変わらない」が33.9%、「低下している」が3.7%となった。また、非製造業では「上昇している」が60.5%、「変わらない」が34.8%、「低下している」が4.7%となった。

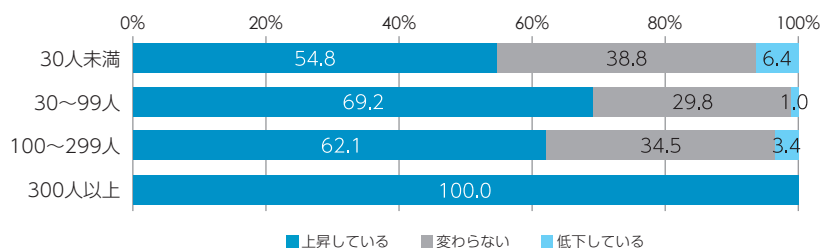
社数ベースでみると、製造業では食料品、金属製品、非製造業では建設業、運輸業、小売業等でコストが上昇していると回答した企業が多かった。



※比率：項目回答数÷回答企業数×100（いずれか1つのみ回答可）
以下2.4. 計表も同様

(2) 従業員数の規模別

これを従業員数の規模別にみると、「上昇している」と回答した企業の割合は、30人未満の企業が54.8%、30～99人の企業が69.2%、100～299人の企業が62.1%、300人以上の企業が100.0%となった。



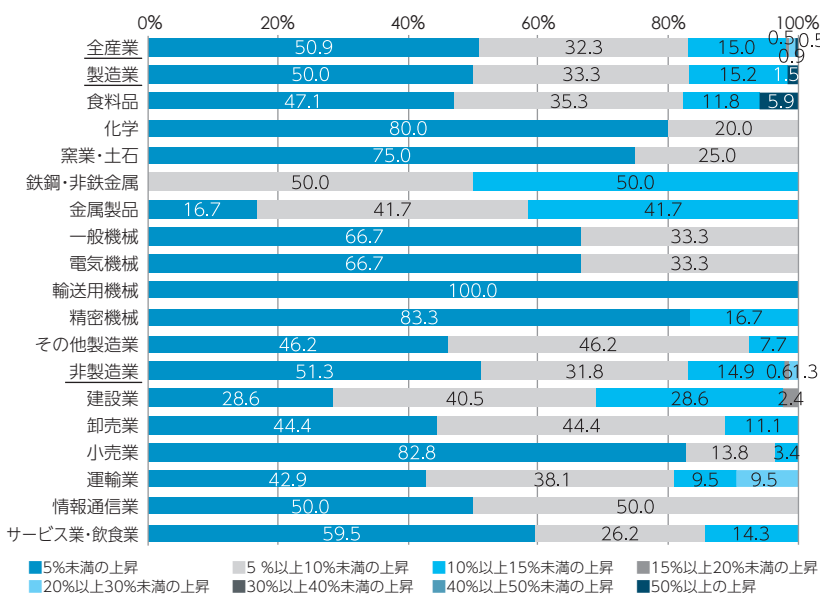
2. コストの上昇率は10%未満との回答が8割超

コストが上昇していると回答した企業に対し、その上昇率を尋ねたところ、全産業で「5%未満」とした企業の割合が50.9%、「5%以上10%未満」が32.3%で両者で全体の8割を超える結果となった。

(1) 業種別

業種別にみると、製造業、非製造業ともに、「5%未満」と回答した企業の割合が各々50.0%、51.3%と最も高かった。

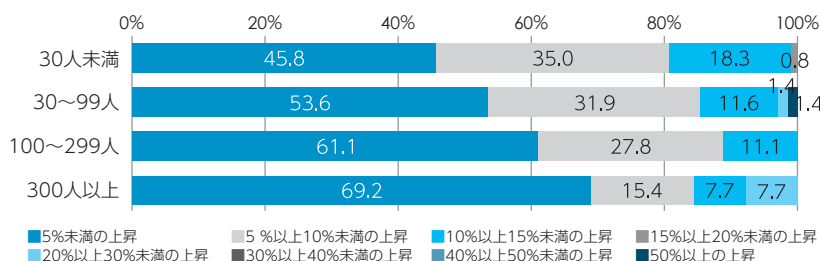
社数ベースでみると、10%以上上昇している先が、製造業では食料品、金属製品、非製造業では建設業、運輸業で多い結果となった。



※ 1. で「上昇している」とした企業のみ回答
以下 3. ～ 5. 計表も同様

(2) 従業員数規模別

これを従業員数の規模別にみると、全ての規模で「5%未満」と回答した企業の割合が最も高い(30人未満の企業45.8%、30～99人の企業53.6%、100～299人の企業61.1%、300人以上の企業69.2%)結果となった。また、規模が小さい企業ほど、コストの上昇率が高い傾向が窺われた。



3. コストが上昇した費目は「原材料費・商品等仕入価格」及び「人件費」が最も多い

コストが上昇した費目は、全産業で第1位が「原材料費・商品等仕入価格」及び「人件費」、第3位が「燃料・光熱費」となった。

業種別にみると、製造業では第1位が「原材料費・商品等仕入価格」、第2位が「人件費」、第3位が「物流費」となった。一方、非製造業では第1位が「人件費」、第2位が「原材料費・商品等仕入価格」、第3位が「燃料・光熱費」となった。

製造業では、各業種ともに、原材料価格の上昇から、「原材料費・商品等仕入価格」の回答が多くみられた。一方、非製造業では、「原材料費・商品等仕入価格」のほか、建設業では、

	原材料費・商品等仕入価格	人件費	燃料・光熱費	物流費	外注費	その他
全産業	58.3	58.3	34.5	24.2	17.5	0.4
製造業	80.9	63.2	35.3	41.2	16.2	0.0
食料品	83.3	61.1	55.6	61.1	11.1	0.0
化学	80.0	100.0	20.0	60.0	0.0	0.0
窯業・土石	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
金属製品	84.6	38.5	23.1	15.4	23.1	0.0
一般機械	100.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0
電気機械	100.0	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0
輸送用機械	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
精密機械	66.7	66.7	16.7	16.7	16.7	0.0
その他製造業	69.2	84.6	53.8	61.5	30.8	0.0
非製造業	48.4	56.1	34.2	16.8	18.1	0.6
建設業	58.1	60.5	30.2	9.3	46.5	2.3
卸売業	61.1	50.0	27.8	44.4	11.1	0.0
小売業	58.6	41.4	27.6	41.4	3.4	0.0
運輸業	14.3	52.4	76.2	0.0	9.5	0.0
情報通信業	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0
サービス業・飲食業	45.2	64.3	26.2	4.8	4.8	0.0

※ 比率：項目回答数 ÷ 回答企業数 × 100 (複数回答可)
以下 5. 6. 計表も同様

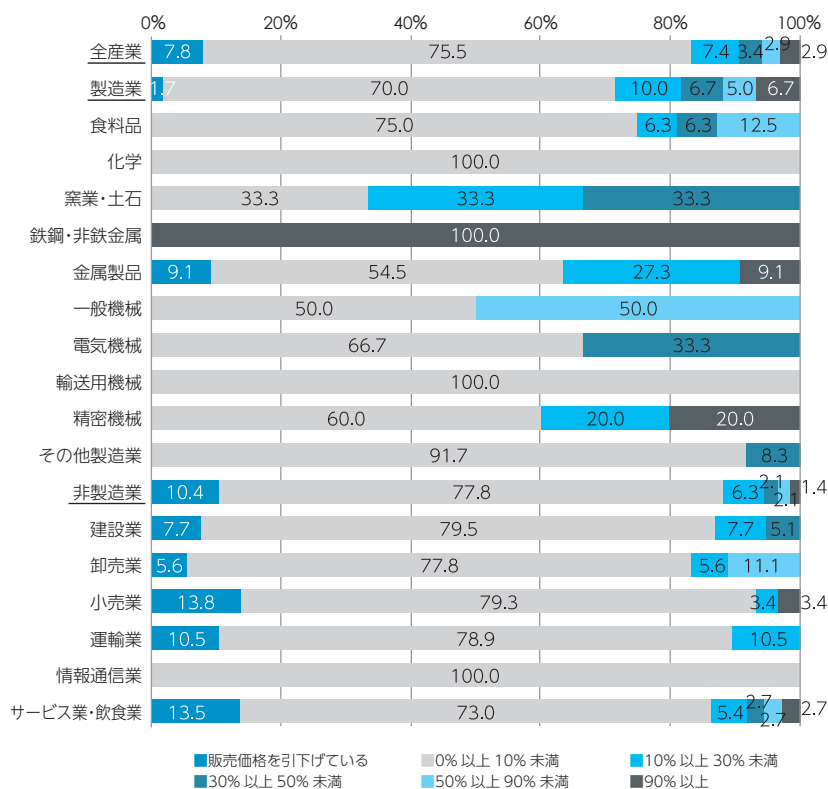
人手不足による賃金の上昇から「人件費」や「外注費」の上昇が、卸売業及び小売業では、ガソリン価格上昇やドライバー不足から「物流費」の上昇が、運輸業では、「人件費」、「燃料・光熱費」の上昇が、サービス業・飲食業では、「人件費」の上昇が目立つ結果となった。

4. コストの上昇分を10%以上販売価格に転嫁できた企業は2割弱

コストの上昇分を販売価格に転嫁した割合は、全産業で「0%以上10%未満」と回答した企業が75.5%となり、多くの企業が仕入価格の上昇分をほとんど販売価格に転嫁できていない結果となった。また、「50%以上90%未満」、「90%以上」と回答した企業の割合はそれぞれ2.9%にとどまった。

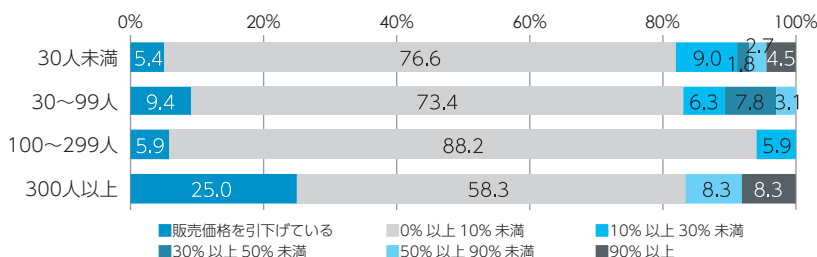
(1)業種別

業種別にみると、製造業では、非製造業に比べ相対的に販売価格への転嫁ができていたとの結果となった。一方、非製造業では、コストが上昇しているにも拘わらず「販売価格を引下げている」企業の割合が10.4%と製造業に比べ顕著に高い結果となった。家計の値上げ許容度が低く、業種を越えて競争が激化していることを背景に小売業や運輸業、サービス業・飲食業等の消費者に近い「川下業種」で販売価格の引下げ（いずれの業種も10%超）が目立った。



(2)従業員数の規模別

これを従業員数の規模別にみると、全ての規模で「0%以上10%未満」と回答した企業の割合が最も高い(30人未満の企業76.6%、30~99人の企業73.4%、100~299人の企業88.2%、300人以上の企業58.3%)結果となった。



5. コスト上昇分の価格転嫁が進まない要因として最も指摘が多いのは「他社・他業態との競争激化」

コスト上昇分の価格転嫁が進まない要因として指摘が多いのは、全産業で第1位が「他社・他業態との競争激化」、第2位が「取引先・顧客の値上げ受入れが困難」、第3位が「コスト上昇の影響が軽微」となった。

業種別にみると、製造業では第1位が「取引先・顧客の値上げ受入れが困難」、第2位が「他社・他業態との競争激化」、第3位が「生産性向上による吸収」となった。非製造業では第1位が「他社・他業態との競争激化」、第2位が「取引先・顧客の値上げ受入れが困難」、第3位が「法律・制度等による制約」となった。

製造業では、各業種ともに「取引先・顧客の値上げ受入れが困難」の回答が多かったほか、非製造業に比べ「生産性向上による吸収」、「省力化投資による吸収」の回答が多くみられた。一方、非製造業では、一般に生産性向上の余地が大きいとされているものの、「生産性向上による吸収」の回答が顕著に少ない結果となった。

また、「他社・他業態との競争激化」に加え、建設業では、労務単価等の制約から、運輸業では、再配達や荷待ち時間等の費用請求が難しいことから、「法律・制度等による制約」の指摘が、卸売業、小売業、サービス業・飲食業では、値札やメニュー等の書換え負担から「販売価格改定に伴う負担増」の指摘が目立った。

(%)

	他社・他業態との競争激化	取引先・顧客の値上げ受入れが困難	生産性向上による吸収	省力化投資による吸収	法律・制度等による制約	長期契約等による制約	販売価格の改定に伴う負担増	消費増税時一括対応	コスト上昇の影響が軽微	その他
全産業	57.0	49.8	6.7	2.7	6.3	3.1	4.9	1.3	7.2	4.0
製造業	50.0	63.2	16.2	5.9	0.0	4.4	2.9	1.5	7.4	2.9
食料品	44.4	50.0	22.2	11.1	0.0	5.6	0.0	5.6	5.6	11.1
化学	40.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
窯業・土石	50.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
金属製品	53.8	53.8	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
一般機械	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械	66.7	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
輸送用機械	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
精密機械	50.0	83.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
その他製造業	69.2	69.2	15.4	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	15.4	0.0
非製造業	60.0	43.9	2.6	1.3	9.0	2.6	5.8	1.3	7.1	4.5
建設業	58.1	46.5	2.3	0.0	11.6	2.3	2.3	0.0	4.7	2.3
卸売業	77.8	66.7	5.6	0.0	5.6	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
小売業	72.4	27.6	6.9	3.4	3.4	0.0	6.9	0.0	10.3	13.8
運輸業	42.9	61.9	0.0	0.0	14.3	4.8	0.0	0.0	14.3	0.0
情報通信業	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス業・飲食業	52.4	33.3	0.0	2.4	9.5	4.8	9.5	4.8	7.1	4.8

※上位3項目を網掛け

6. 今後コストが上昇した際の対応として最も回答が多いのは「販売価格へ転嫁」であるが、その割合は約5割にとどまる

今後コストが上昇した際の対応（1年前に比べコストが「変わらない」、「低下している」と回答した企業を含む）は、全産業で第1位が「販売価格へ転嫁」であったが、回答割合は49.9%にとどまった。第2位は「営業強化・販路拡大」で34.5%、第3位は「原材料・仕入商品の見直し」で28.2%となっており、コスト上昇分を販売価格引上げ以外の方法で吸収すると考えている先が多いことが分かる。

業種別にみると、製造業では第1位が「販売価格へ転嫁」、第2位が「生産性向上による吸収」、第3位が「営業強化・販路拡大」となった。非製造業では第1位が「販売価格へ転嫁」、第2位が「営業強化・販路拡大」、第3位が「原材料・仕入商品の見直し」となった。

製造業では、現状でも「生産性向上による吸収」を実施する先が少なくないが、さらに多くの企業で実施を検討している。非製造業では、現状「生産性向上による吸収」、「省力化投資による吸収」を行う企業は少ないものの、今後現状に比べ多くの企業で実施が検討されている。

さらに詳しくみると、金属製品では、コストが上昇しているにも拘わらず販売価格を引下げている企業が多いため「省力化投資による吸収」、「原材料・仕入商品の見直し」等、コスト削減に向けた回答が多かった。食料品及びサービス業・飲食業では、価格を据置いたままで内容量を削減する「実質値上げ」の回答が目立った。卸売業及び小売業では、「販売価格へ転嫁」、「営業強化・販路拡大」、「原材料・仕入商品の見直し」、「仕入先・流通業者の見直し」等、商品の仕入段階から販売段階まで幅広く対応を検討する様子が窺われた。

