

2022年7月8日

各 位

県内企業を直撃する物価上昇

～9割超の企業でマイナスの影響、3割超がほとんどまたは一切価格転嫁できず～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、このたび標記の調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2022年8月1日発行の「IRC Monthly」2022年8月号に掲載予定です。

記

【調査概要】

- ・ 過去1年間で9割近くの企業で仕入価格が上昇しており、平均上昇率は19.0%となった。9割超の企業が、仕入価格の上昇でマイナスの影響があると回答した。
- ・ 仕入価格の上昇分を100%転嫁した企業はわずか7.1%で、ほとんどの企業はコストの上昇分を自社で吸収している。一方、「ほとんどまたは一切転嫁していない」企業は3割超を占めた。他社との競争の激しさや受注減への懸念から二の足を踏む企業が多い。
- ・ 今後1年間で仕入価格の上昇が続くと予想する企業は7割を超え、予想上昇率は平均で13.1%となった。
- ・ 今年度の賃金（正社員の月例給与）の方針は、「引き上げ」が7割超となった。「定期昇給とベースアップ」の両方を実施する企業は16.7%にとどまった。
- ・ 仕入価格の上昇は多くの企業にマイナスの影響を及ぼしており、今後の採算の悪化が懸念される。仕入価格の上昇が続けば、賃上げの見送りにもつながりかねない。仕入価格の上昇がいつまで続くのかは不確実性が高く、価格転嫁のタイミングなど難しい経営判断を迫られる状況が続く。

以 上

はじめに

物価の上昇が続いている。新型コロナで落ち込んだ需要の回復に加え、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻や、円安の進行が拍車をかけた。幅広い品目の価格が上昇し、企業の採算や個人消費に与える影響が懸念される。

今回は仕入価格上昇による県内企業への影響や賃金の動向についてアンケートを行った。

調査実施内容	
調査対象	愛媛県内に事業所をおく法人 799社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2022年4月下旬～5月下旬
回答状況	回答企業 367社 有効回答率 45.9%

1. 仕入価格の動向

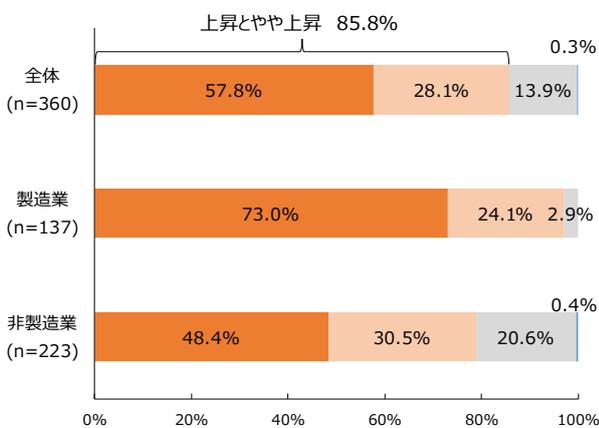
(1) 仕入価格の変動状況

過去1年間の仕入価格の変動状況は、「上昇」(57.8%)と「やや上昇」(28.1%)を合わせた企業の割合が85.8%となった(図表-1)。部門別にみると、製造業は「上昇」が73.0%と、非製造業の48.4%を20ポイント超上回った。

図表-1 仕入価格の変動状況(過去1年間)

～ 9割近くの企業で上昇 ～

■ 上昇 ■ やや上昇 ■ 横ばい ■ やや下落



(2) 仕入価格の上昇率と価格上昇品目

この1年間の仕入価格の平均上昇率は、全産業では19.0%、製造業は22.1%、非製造業は16.5%となった(図表-2)。

製造業の中では、「金属・造船・機械」(28.6%)、非製造業では「卸売業」(26.8%)が最も高かった。

仕入価格が上昇しているとする品目の回答割合は、全体では「燃料費・光熱費」が79.2%と最も高く、13業種中9業種で1位となった。次いで、ナフサ・樹脂・プラスチックなどの「石油系材料」(47.2%)、鉄、銅、アルミなどの「金属系材料」(46.6%)となった。

図表-2 仕入価格の上昇率と上昇している品目(過去1年間)
～ 全体の平均上昇率19.0%、製造業で上昇率高い ～

部門・業種 <small>※括弧内は平均上昇率の回答企業数 (サンプル数10未満には下線)</small>	平均上昇率	価格上昇している品目(上位3品目) <small>※括弧内は上昇しているとする回答割合</small>		
		1位	2位	3位
全体 (n=282)	19.0%	燃料費・光熱費 (79.2%)	石油系材料 (47.2%)	金属系材料 (46.6%)
製造業 (n=124)	22.1%	燃料費・光熱費 (78.2%)	石油系材料 (52.6%)	金属系材料 (51.1%)
食料品 (n=23)	14.9%	燃料費・光熱費 (91.7%)	食品原料 (79.2%)	石油系材料 (62.5%)
繊維品 (n=14)	23.8%	燃料費・光熱費 (73.3%)	その他 (53.3%)	石油系材料 (40.0%)
紙・パルプ・紙加工 (n=11)	14.3%	燃料費・光熱費 (92.3%)	石油系材料 (84.6%)	外注費 (38.5%)
印刷 (n=9)	16.1%	燃料費・光熱費、石油系材料、金属系材料、外注費 (55.6%)	その他 (33.3%)	木材 (11.1%)
化学 (n=3)	14.0%	石油系材料 (100%)	燃料費・光熱費 (66.7%)	
金属・造船・機械 (n=52)	28.6%	金属系材料 (94.4%)	燃料費・光熱費 (74.1%)	石油系材料 (44.4%)
その他製造業 (n=12)	19.1%	燃料費・光熱費 (83.3%)	木材 (58.3%)	石油系材料、金属系材料、外注費 (25.0%)
非製造業 (n=158)	16.5%	燃料費・光熱費 (79.9%)	石油系材料、金属系材料 (43.1%)	外注費 (29.9%)
建設業 (n=33)	19.8%	金属系材料 (92.3%)	燃料費・光熱費 (76.9%)	木材 (69.2%)
卸売業 (n=37)	26.8%	燃料費・光熱費 (68.3%)	石油系材料、金属系材料 (53.7%)	食品原料 (26.8%)
小売業 (n=19)	11.5%	燃料費・光熱費 (80.0%)	石油系材料 (45.0%)	金属系材料 (30.0%)
運輸業 (n=22)	16.8%	燃料費・光熱費 (84.0%)	外注費 (32.0%)	石油系材料 (28.0%)
旅館・ホテル (n=10)	9.4%	食品原料 (80.0%)	燃料費・光熱費 (50.0%)	石油系材料、外注費 (20.0%)
サービス (n=37)	7.6%	燃料費・光熱費 (100.0%)	食品原料 (38.5%)	石油系材料 (30.8%)

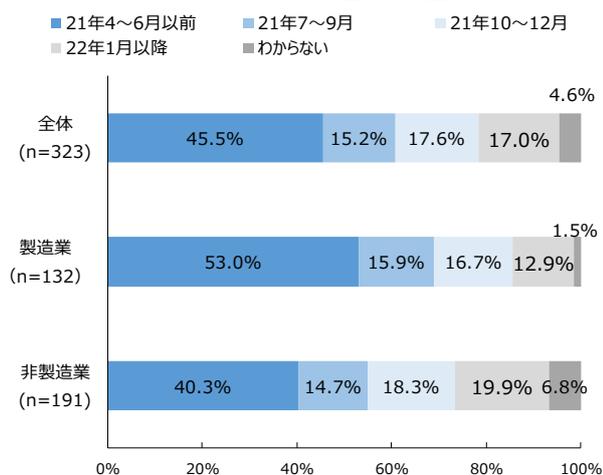
(3) 仕入価格の上昇時期

原材料や商品仕入価格が上昇し始めた時期は、「2021年4～6月以前」が45.5%を占めた（図表－3）。半数近くの企業がおおよそ1年以上前から価格上昇を経験していることとなる。

「2021年4～6月以前」とする割合は、「製造業」が53.0%と「非製造業」の40.3%を上回った。

図表－3 仕入価格の上昇時期

～ 半数近くが1年以上前から上昇 ～



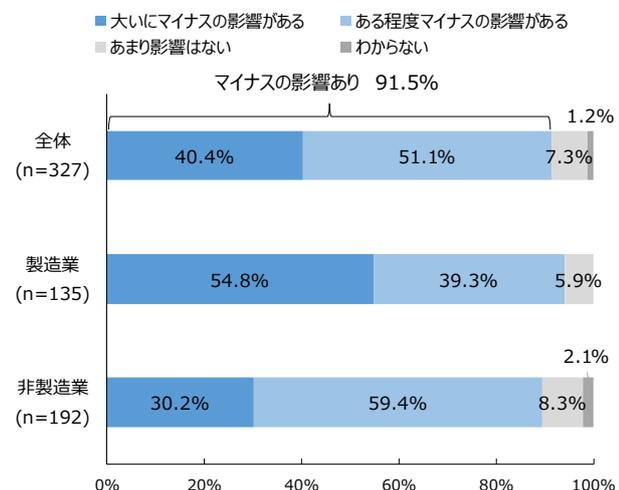
(4) 仕入価格上昇の影響

仕入価格上昇の影響は、「大いにマイナスの影響がある」(40.4%)と「ある程度マイナスの影響がある」(51.1%)の合計が9割を超えた（図表－4）。

部門別では製造業の「大いにマイナスの影響がある」が54.8%と、非製造業（30.2%）を大きく上回った。

図表－4 仕入価格上昇による影響

～ 9割超でマイナスの影響 ～



(5) 販売価格への転嫁状況

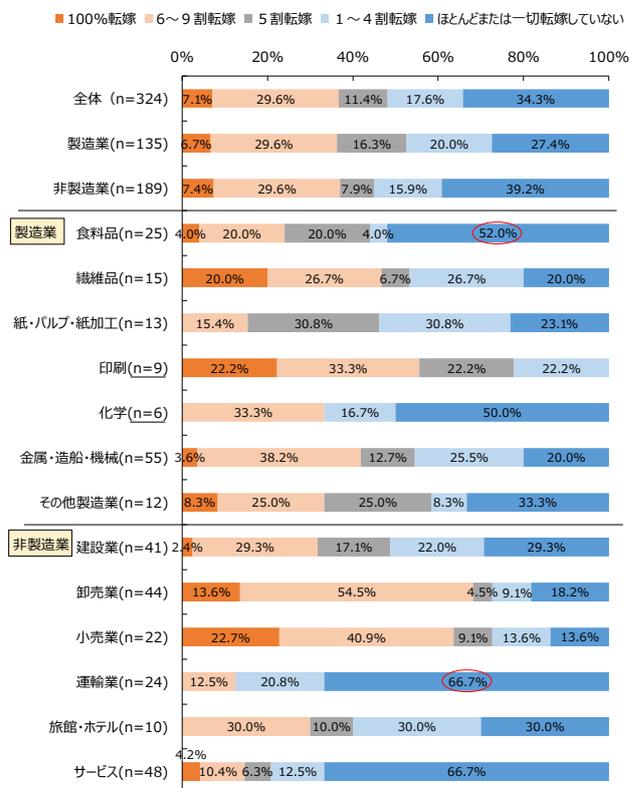
仕入価格の上昇をどの程度販売価格へ転嫁しているか尋ねると、「100%転嫁した」はわずか7.1%で、ほとんどの企業はコストの上昇分を自社で吸収している（図表－5）。

「ほとんどまたは一切転嫁していない」は34.3%で、業種別では「食料品」(52.0%)や「運輸業」(66.7%)が特に高い。「サービス業」も価格転嫁していない割合は高いが、仕入価格の上昇率は他業種に比べ低い（図表－2）。

「卸売業」や「小売業」は「100%転嫁」と「6～9割転嫁」の割合が高い。「卸売業」は、一部の原材料や商品の入荷が不安定で、卸先が在庫の確保を優先していることもあり、価格転嫁が進んでいると推測される「小売業」は、エネルギー価格上昇の影響を直接受ける「石油製品販売」を中心に価格転嫁が進んでいる。

図表－5 販売価格への転嫁状況

～ ほとんどまたは一切転嫁していないは3割超 ～

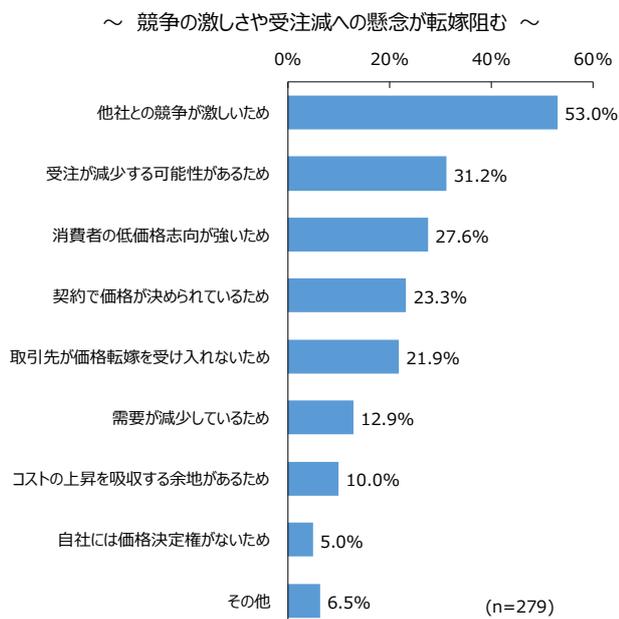


(6) 価格転嫁しなかった理由

100%転嫁しなかった企業に、転嫁しなかった理由を尋ねると、「他社との競合が激しいため」が53.0%と最も多かった(図表-6)。次いで、「受注が減少する可能性があるため」(31.2%)、消費者の低価格志向が強いため」(27.6%)となった。「コストの上昇を吸収する余地があるため」は10.0%とわずかであった。

「ほとんどまたは一切転嫁していない」の割合が高かった「食料品」は、「消費者の低価格志向が強いため」(38.1%)が比較的多く、長く続いてきたデフレの影響を思わせる。また、「運輸業」は、下請け構造の物流業界で価格転嫁を進めることが難しく、「契約で価格が決めているため」(47.6%)や「自社に価格決定権がないため」(23.8%)が多かった。

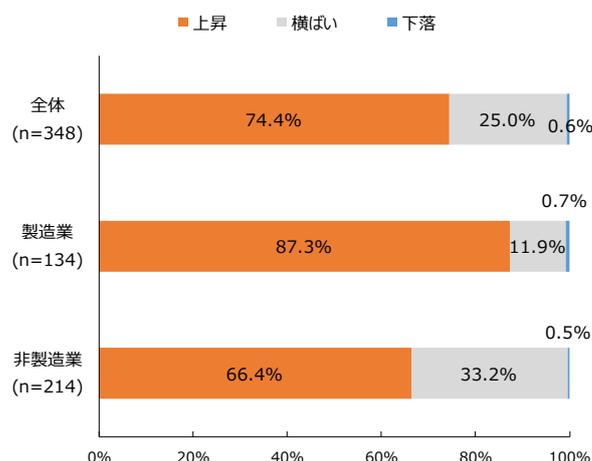
図表-6 販売価格に転嫁しなかった理由
(複数回答)



(7) 仕入価格の変動予想

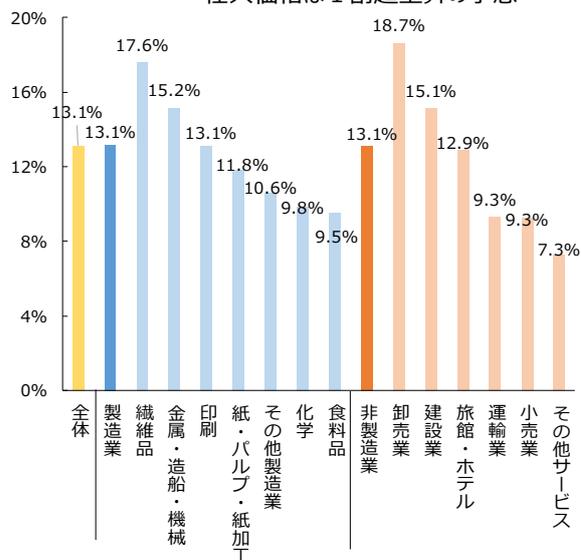
今後1年間の仕入価格の変動予想は、「上昇」が7割超となった(図表-7)。部門別にみると、「上昇」と回答した割合は、製造業が87.3%と非製造業(66.4%)を大きく上回った。

図表-7 仕入価格の変動予想(今後1年)
～ 上昇予想は7割超、製造業は9割近く ～



「上昇」と回答した企業に、今後1年間の仕入価格の予想上昇率を尋ねると、全体では平均13.1%となった(図表-8)。製造業(13.1%)では「繊維業」(17.6%)や「金属・造船・機械」(15.2%)、非製造業(13.1%)では「卸売業」(18.7%)や「建設業」(15.1%)が高かった。

図表-8 仕入価格の予想上昇率(今後1年)
～ 仕入価格は1割超上昇の予想 ～

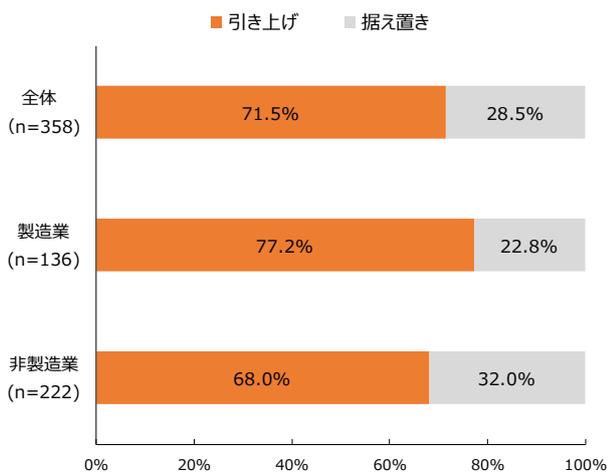


2. 賃金の動向

(1) 賃金（正社員の月例給与）の方針

今年度の正社員の月例給与に関する方針は、「引き上げ」が71.5%、「据え置き」が28.5%となった（図表－9）。「引き下げる」と回答した企業はなかった。部門別では、「製造業」の「引き上げ」が77.2%と、非製造業の68.0%を上回った。

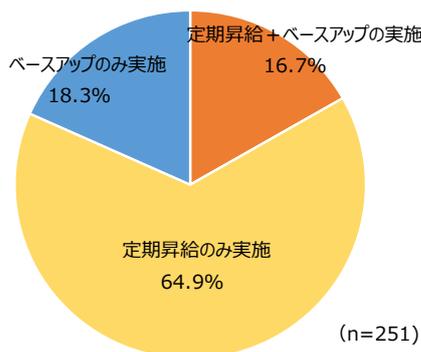
図表－9 正社員の月例給与に関する方針
～ 引き上げは7割越え ～



(2) 賃上げの内容

賃金の引き上げ（以下、賃上げ）の内容は、「定期昇給」と「ベースアップ」の両方を実施する企業は16.7%にとどまり、大半が「定期昇給のみ実施」（64.9%）となった（図表－10）。物価高に対応するには、定期昇給だけでなくベースアップを行うことも重要となるが、両方実施する企業は少数となった。

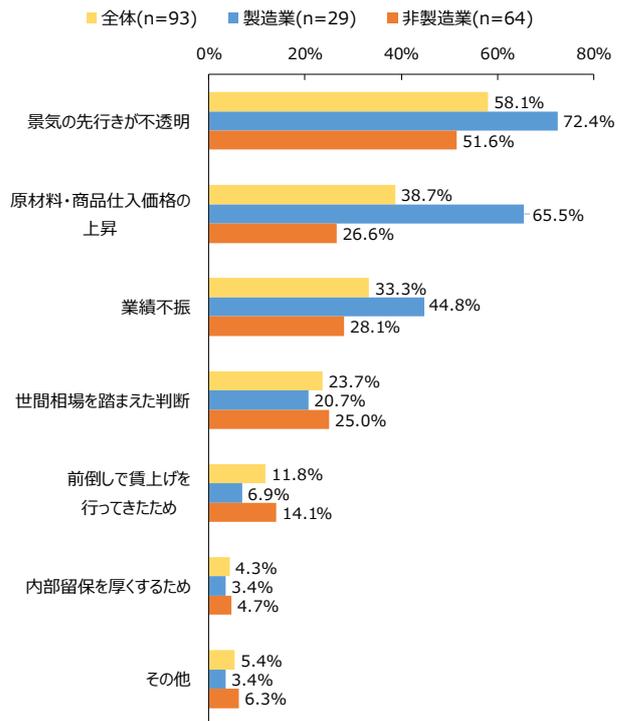
図表－10 賃上げの内容
～ 定期昇給+ベースアップは16.7%にとどまる ～



(3) 賃上げをしなかった理由

賃上げをしなかった（今回のアンケートでは据え置き）理由は、「景気の先行きが不透明」が58.1%と最も高く、「原材料・商品仕入価格の上昇」（38.7%）、「業績不振」（33.3%）が続いた（図表－11）。これらの割合は特に製造業で高い。

図表－11 賃上げをしなかった理由（複数回答）
～ 先行き不透明感や仕入価格上昇が多い ～



まとめ

仕入価格の上昇は、多くの企業にマイナスの影響を及ぼしている。仕入価格の上昇を販売価格に転嫁することが難しい実情もうかがえた。今後も仕入価格が上昇すると予想する企業は多く、採算の悪化が懸念される。

仕入価格の上昇が続けば、賃上げの見送りやペースの鈍化にもつながりかねず、個人消費が冷え込む可能性がある。

仕入価格の上昇がいつまで続くかは不確実性が高く、難しい経営判断を迫られる状況は続く。

（渡辺 勇記）