

2023年2月6日

## 「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」について

常陽銀行（頭取 秋野 哲也）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「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」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。

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、前年と比較した仕入価格の動向、販売価格への転嫁状況などについて調査を実施しました。本調査は国内企業物価指数が急上昇した2021年に続き、2回目です。アンケート結果によると、仕入価格が「上昇した」企業の割合は、全産業ベースで82.1%でした。こうした中、販売価格へ「転嫁している」企業は57.8%、「未転嫁だが、今後は転嫁予定」の企業は28.9%などとなっています。なお、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「茨城県内主要企業の経営動向調査」（経営動向調査）の特別調査として、2022年12月1日～23日に実施したものです。有効回答数は207社（製造業90社、非製造業117社）でした。なお、経営動向調査では、従業員数300人以上の大企業から30人未満の企業まで、茨城県内企業を幅広く調査対象としています。

以 上

本件に対するご照会は下記までお願いいたします。  
常陽産業研究所 地域研究部 地域研究センター  
茂木・荒澤 029-233-6734

## 【仕入価格の上昇に関する企業調査 (2022 年 12 月)】

### 仕入価格「上昇」は 8 割超、うち価格転嫁実施は 6 割弱

—製造業を中心に価格転嫁が進展も、転嫁率の向上には課題—

#### 今回調査の概要

当社は、2022 年 12 月、茨城県内企業 207 社（製造業 90 社、非製造業 117 社）に対して、2022 年 10-12 月期における仕入価格の動向や販売価格への転嫁状況等に関するアンケート調査を行った。なお、本調査は国内企業物価指数の記録的上昇を受けて 2021 年 12 月に初めて実施し、今回で 2 回目となる。

前年の同時期（2021 年 10-12 月期）と比べた仕入価格の動向については、全産業で「上昇した」が 82.1%と最も多く、次いで「変わらない」が 11.1%、「わからない」が 6.3%、「低下した」が 0.5%だった（図表 1-1）。前回調査（2021 年 12 月）と比べると、「上昇した」が 18.8 ポイント（以下、pt）上昇した一方、「変わらない」が 21.3pt、「低下した」が 0.5pt 低下しており、この 1 年で仕入価格の上昇が一層進行したとみられる。

「上昇した」との回答割合について業種別にみると、製造業が 93.3%（前年比+13.3pt）、非製造業が 73.5%（同+20.7pt）となっている（図表 1-1）。なお、さらに細かい業種別にみると、製造業では素材業種が 100.0%、加工業種が 93.9%、その他業種が 91.2%と、いずれも 9 割を超えた（図表 1-2）。一方、非製造業では、卸売業が 90.9%、建設業が 88.9%、小売業が 75.0%、運輸・倉庫業が 60.6%、その他業種（宿泊・飲食業や医療・福祉など）が 57.1%と、業種ごとに割合が大きく異なっている。また、従業員規模別にみると、30 人未満が 84.7%、30～99 人が 82.1%、100～299 人が 82.9%と 8 割超であるのに対し、300 人以上は 74.1%と、他の区分に比べ 1 割程度低くなっている（図表 1-1）。

「上昇した」と回答した企業における、前年の同時期と比べた仕入価格の上昇率については、全産業で「1～10%」が 53.1%と最も多く、次いで「11～20%」が 28.7%、「21～30%」が 9.8%、「31～40%」が 4.2%、「41～50%」と「51%以上」がそれぞれ 2.1%だった（図表 2）。業種別にみると、最も低い区分の「1～10%」は製造業で 43.5%、非製造業で 62.2%となっている一方、「31%以上」（「31～40%」、「41～50%」、「51%以上」の合計）との回答は製造業で 14.5%、非製造業で 2.7%となっており、非製造業に比べ、製造業の上昇率が高い傾向がみてとれる。なお、従業員規模別にみると、全ての区分で「1～10%」が最も多く、30 人未満では 41.9%、30～99 人では 55.4%、100～299 人では 64.0%、300 人以上では 52.9%となった。

仕入価格の主な上昇要因（複数回答）については、全産業で「原油価格・資源価格の上昇」が 91.0%で 1 位、次いで「円の為替レートの変動（円安）」が 53.3%で 2 位、「仕入先からの値上げ要請」が 44.3%で 3 位だった（図表 3-1）。なお、業種別（製造業・非製造業）、従業員規模別（30 人未満・30～99 人・100～299 人・300 人以上）のいずれの区分においても、「原油価格・資源価格の上昇」が 2 位以下に 30pt 以上の大差をつけ 1 位となっている（図表 3-1、3-2）。

仕入価格が「上昇した」と回答した企業における、販売価格への転嫁状況および今後の方針については、全産業で「転嫁している」が57.8%と最も多く、次いで「未転嫁だが、今後は転嫁予定」が28.9%、「未転嫁であり、今後も転嫁しない」が9.6%、「わからない」が3.6%だった（図表4）。前回調査（2021年12月）と比べると、「転嫁している」の割合は17.1pt上昇しており、この1年で価格転嫁の動きが進んだ様子が窺える。

「転嫁している」との回答割合について業種別にみると、製造業が69.0%（前年比+32.9pt）、非製造業が46.3%（同+1.1pt）となっており、特に製造業で価格転嫁が進んだとみられる（図表4）。また、従業員規模別にみると、30人未満が59.2%（同+22.0pt）、30～99人が60.9%（同+12.1pt）、100～299人が54.5%（同+27.2pt）、300人以上が50.0%（同3.8pt）となっている。

「転嫁している」企業における、価格転嫁が可能だった理由については、全産業で「取引先との継続的な交渉の結果」が75.5%と、2位以下に50pt以上の大差をつけ1位となっている（図表5-1）。なお、業種別（製造業・非製造業）、従業員規模別（30人未満・30～99人・100～299人・300人以上）のいずれの区分においても、「取引先との継続的な交渉の結果」が1位となっている（図表5-1、5-2）。

もともと、販売価格へ「転嫁している」企業の転嫁率については、全産業で仕入価格上昇分の「1～20%」が40.5%で最も多い（図表6）。企業からは「取引先と価格交渉しているものの、いまだに決着がつかない」（電子部品・デバイス製造業）、「同業他社が値上げを実施しないため、他社への取引の切替を懸念し、思い切った価格転嫁ができない」（医療用品製造業）といった声が上がっており、転嫁率の向上に課題を抱える県内企業も少なくないとみられる。

一方、価格転嫁をしていない企業における、価格転嫁をしない理由については、全産業で「他社との競合が激しい」が51.9%で最も多く、次いで「取引先との交渉が困難」が44.2%、「長期契約により中途変更が困難」が21.2%などとなっている（図表7-1）。なお、この3項目は、順位の変動はあるものの、業種別（製造業・非製造業）、従業員規模別（30人未満・30～99人・100～299人・300人以上）のいずれの区分においても上位となっている（図表7-1、7-2）。

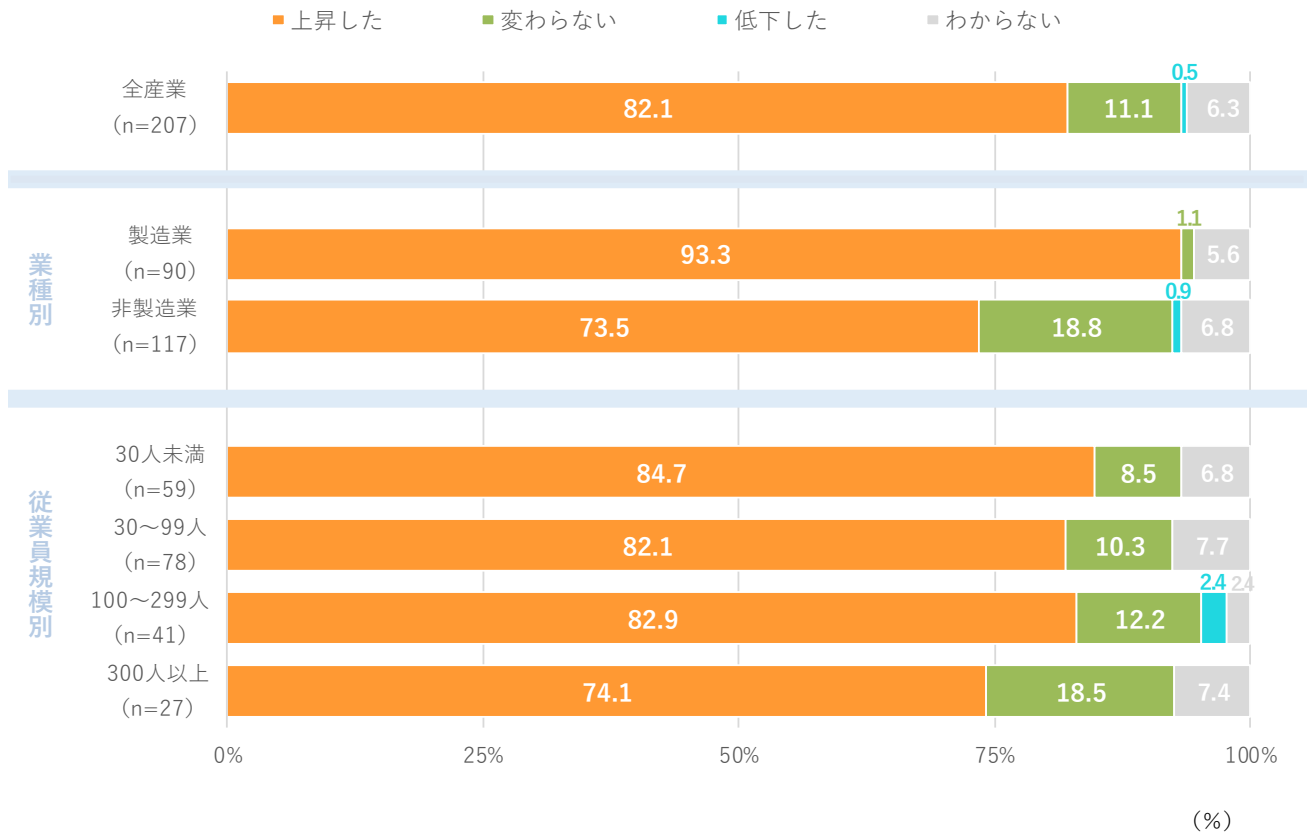
日本銀行の公表データによると、国内の企業物価指数は、資源・資材やエネルギー等の価格高騰、記録的な円安に伴う輸入物価の高騰、企業の価格転嫁の動き等を受け、2021年3月以降、前年比で上昇傾向が続いている（参考図表）。直近の2022年12月（速報値）は119.5と前年比10.2%上昇し、9か月連続で過去最高を更新した。

こうした中、今回のアンケート結果から、茨城県内企業は

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>①前年比で仕入価格が「上昇した」企業は8割超</li><li>②このうち販売価格へ「転嫁している」企業は6割弱、製造業を中心に価格転嫁が進展</li><li>③ただし価格転嫁率は「1～20%」が4割で最多、転嫁率の向上が課題</li></ul> |
|--|

といった状況にあることが明らかとなった。国内物価指数の上昇・高止まり傾向が続く中、先行きは、県内企業における仕入価格動向および価格転嫁状況の行方、また、これらが県内企業の収益面、ひいては茨城県内経済に与える影響について、注視していく必要がある。

図表 1 - 1 前年の同時期と比べた仕入価格の動向（業種・従業員規模別）



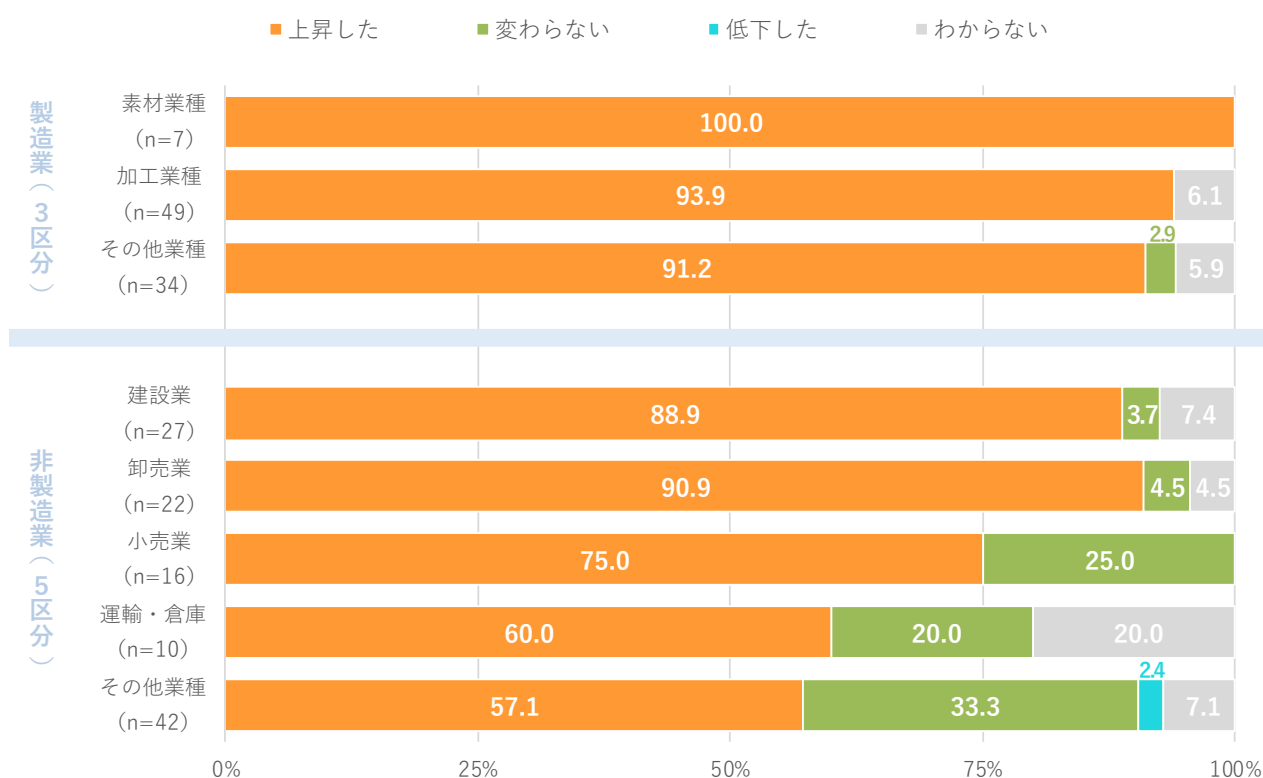
	上昇した	変わらない	低下した	わからない
全産業	82.1 ↑ (63.3) +18.8	11.1 ↓ (32.4) -21.3	0.5 ↓ (1.0) -0.5	6.3 ↑ (3.4) +2.9
製造業	93.3 ↑ (80.0) +13.3	1.1 ↓ (17.5) -16.4	0.0 → (0.0) ±0.0	5.6 ↑ (2.5) +3.1
非製造業	73.5 ↑ (52.8) +20.7	18.8 ↓ (41.7) -22.9	0.9 ↓ (1.6) -0.7	6.8 ↑ (3.9) +2.9
30人未満	84.7 ↑ (68.6) +16.1	8.5 ↓ (28.6) -20.1	0.0 → (0.0) ±0.0	6.8 ↑ (2.9) +3.9
30~99人	82.1 ↑ (62.0) +20.1	10.3 ↓ (31.0) -20.7	0.0 ↓ (2.8) -2.8	7.7 ↑ (4.2) +3.5
100~299人	82.9 ↑ (64.9) +18.0	12.2 ↓ (32.4) -20.2	2.4 ↑ (0.0) +2.4	2.4 ↓ (2.7) -0.3
300人以上	74.1 ↑ (50.0) +24.1	18.5 ↓ (46.2) -27.7	0.0 → (0.0) ±0.0	7.4 ↑ (3.8) +3.6

※上段が今回調査値、下段が2021年12月調査値

出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022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（各図表共通）

図表 1 - 2 前年の同時期と比べた仕入価格の動向（詳細業種別）



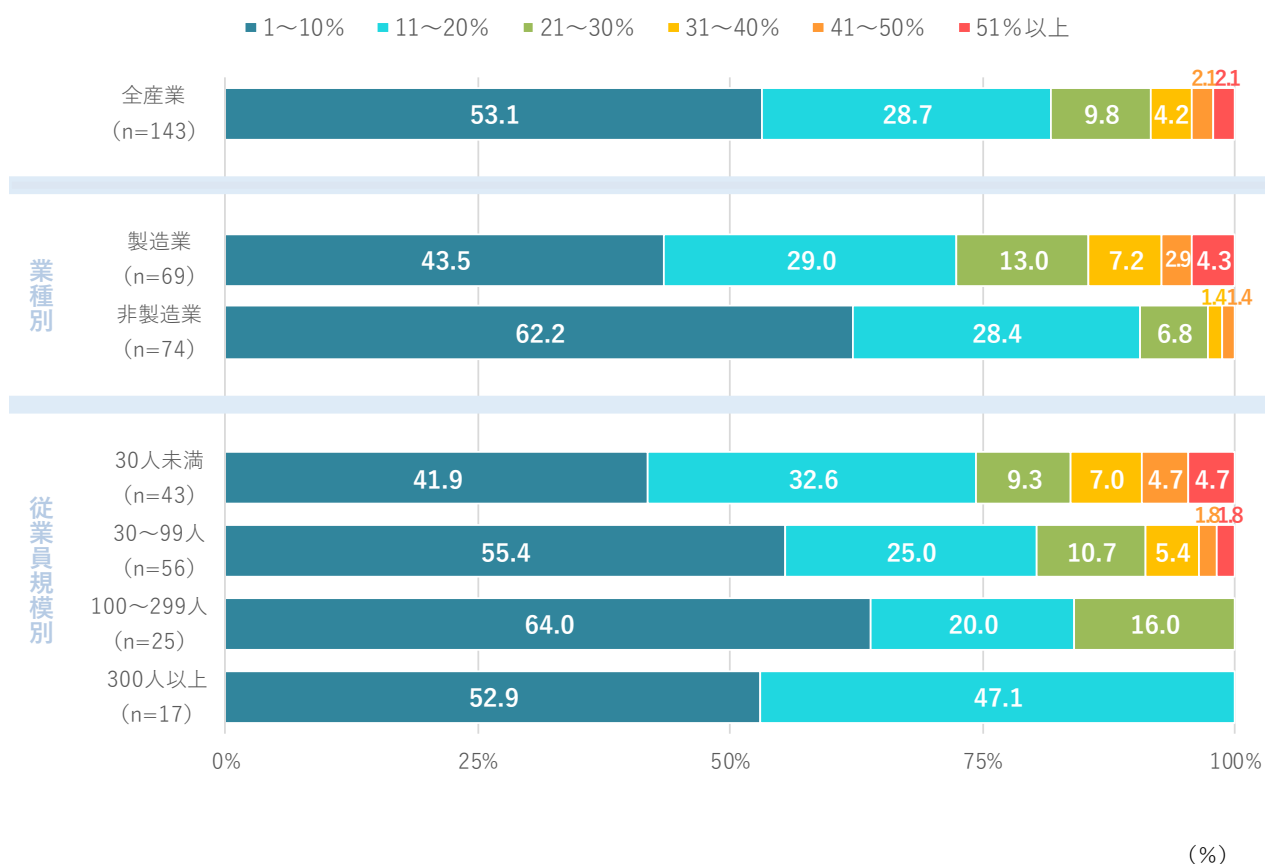
(%)

	上昇した	変わらない	低下した	わからない
素材業種	100.0 ↑ (85.7) +14.3	0.0 ↓ (14.3) -14.3	0.0 → (0.0) ±0.0	0.0 → (0.0) ±0.0
加工業種	93.9 ↑ (82.9) +11.0	0.0 ↓ (14.3) -14.3	0.0 → (0.0) ±0.0	6.1 ↑ (2.9) +3.2
その他業種	91.2 ↑ (74.2) +17.0	2.9 ↓ (22.6) -19.7	0.0 → (0.0) ±0.0	5.9 ↑ (3.2) +2.7
建設業	88.9 ↑ (64.3) +24.6	3.7 ↓ (32.1) -28.4	0.0 → (0.0) ±0.0	7.4 ↑ (3.6) +3.8
卸売業	90.9 ↑ (66.7) +24.2	4.5 ↓ (20.8) -16.3	0.0 ↓ (8.3) -8.3	4.5 ↑ (4.2) +0.3
小売業	75.0 ↑ (61.1) +13.9	25.0 ↓ (38.9) -13.9	0.0 → (0.0) ±0.0	0.0 → (0.0) ±0.0
運輸・倉庫	60.0 ↓ (70.0) -10.0	20.0 ↓ (30.0) -10.0	0.0 → (0.0) ±0.0	20.0 ↑ (0.0) +20.0
その他業種	57.1 ↑ (31.9) +25.2	33.3 ↓ (61.7) -28.4	2.4 ↑ (0.0) +2.4	7.1 ↑ (6.4) +0.7

※上段が今回調査値、下段が2021年12月調査値

出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」

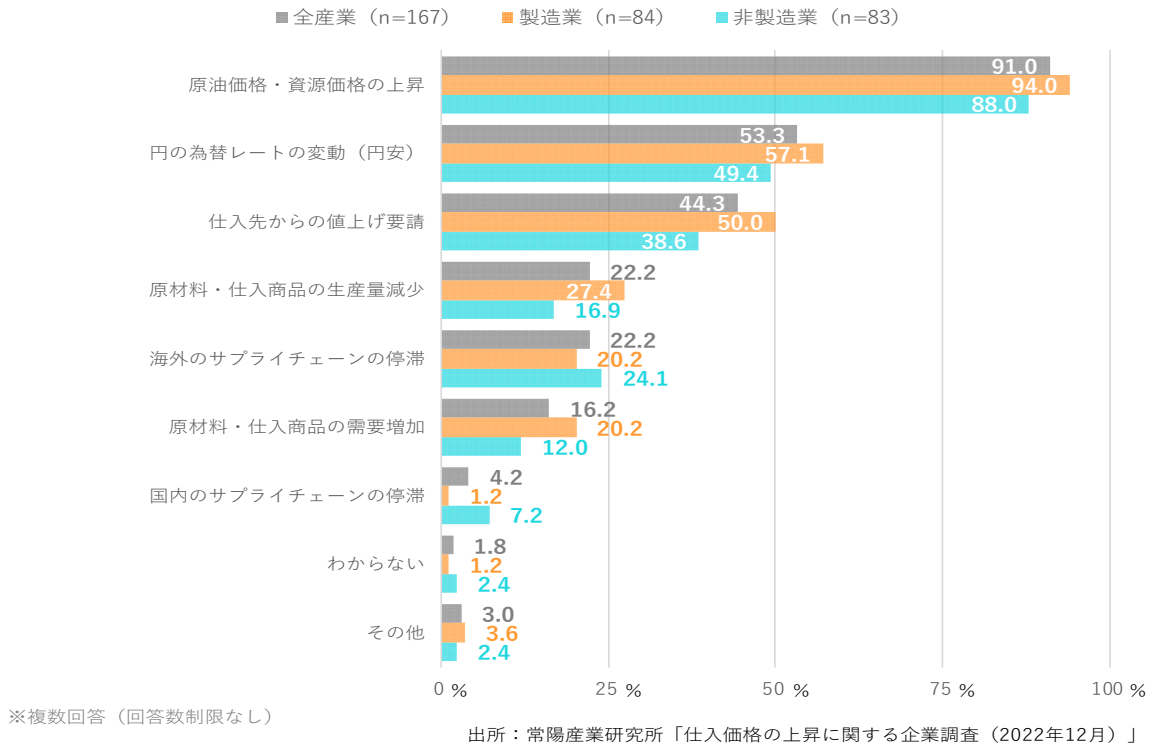
図表2 前年の同時期と比べた仕入価格の上昇率（業種・従業員規模別）



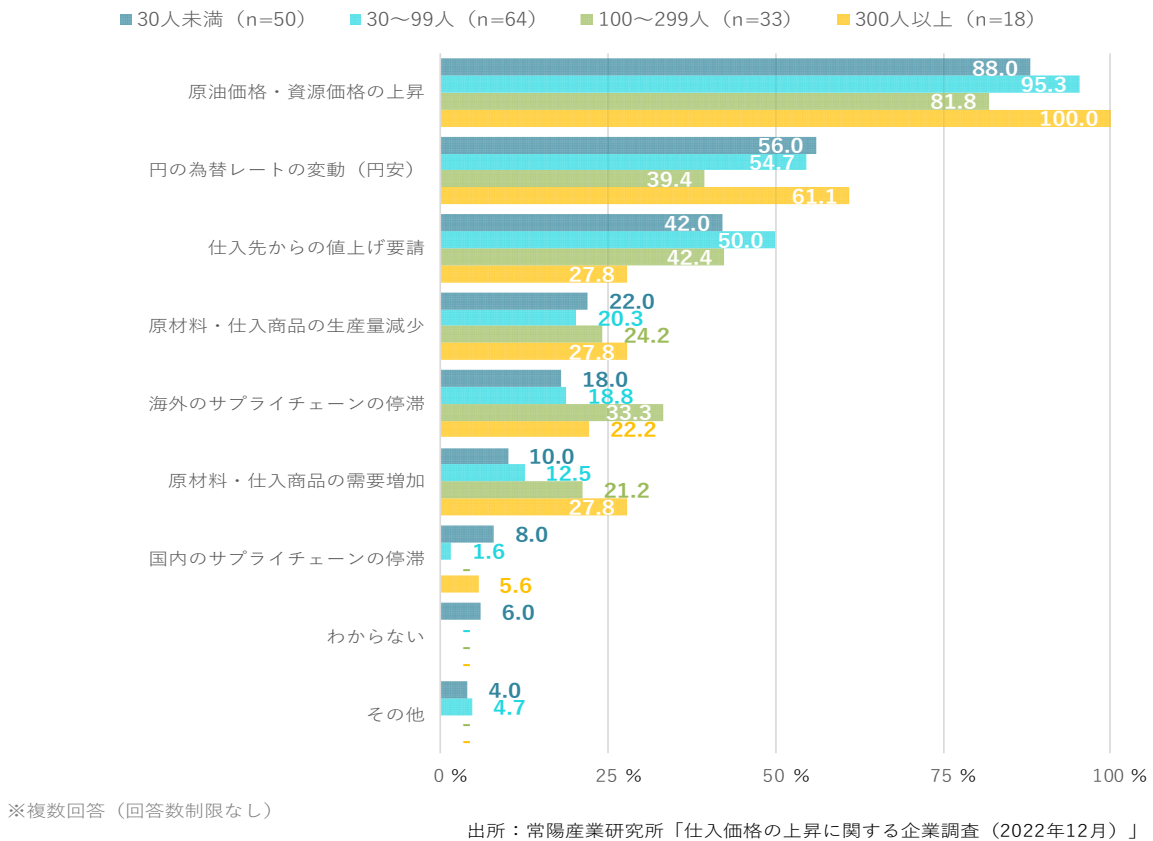
	1~10%	11~20%	21~30%	31~40%	41~50%	51%以上
全産業 (n=143)	53.1	28.7	9.8	4.2	2.1	2.1
製造業 (n=69)	43.5	29.0	13.0	7.2	2.9	4.3
非製造業 (n=74)	62.2	28.4	6.8	1.4	1.4	0.0
30人未満 (n=43)	41.9	32.6	9.3	7.0	4.7	4.7
30~99人 (n=56)	55.4	25.0	10.7	5.4	1.8	1.8
100~299人 (n=25)	64.0	20.0	16.0	0.0	0.0	0.0
300人以上 (n=17)	52.9	47.1	0.0	0.0	0.0	0.0

出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」

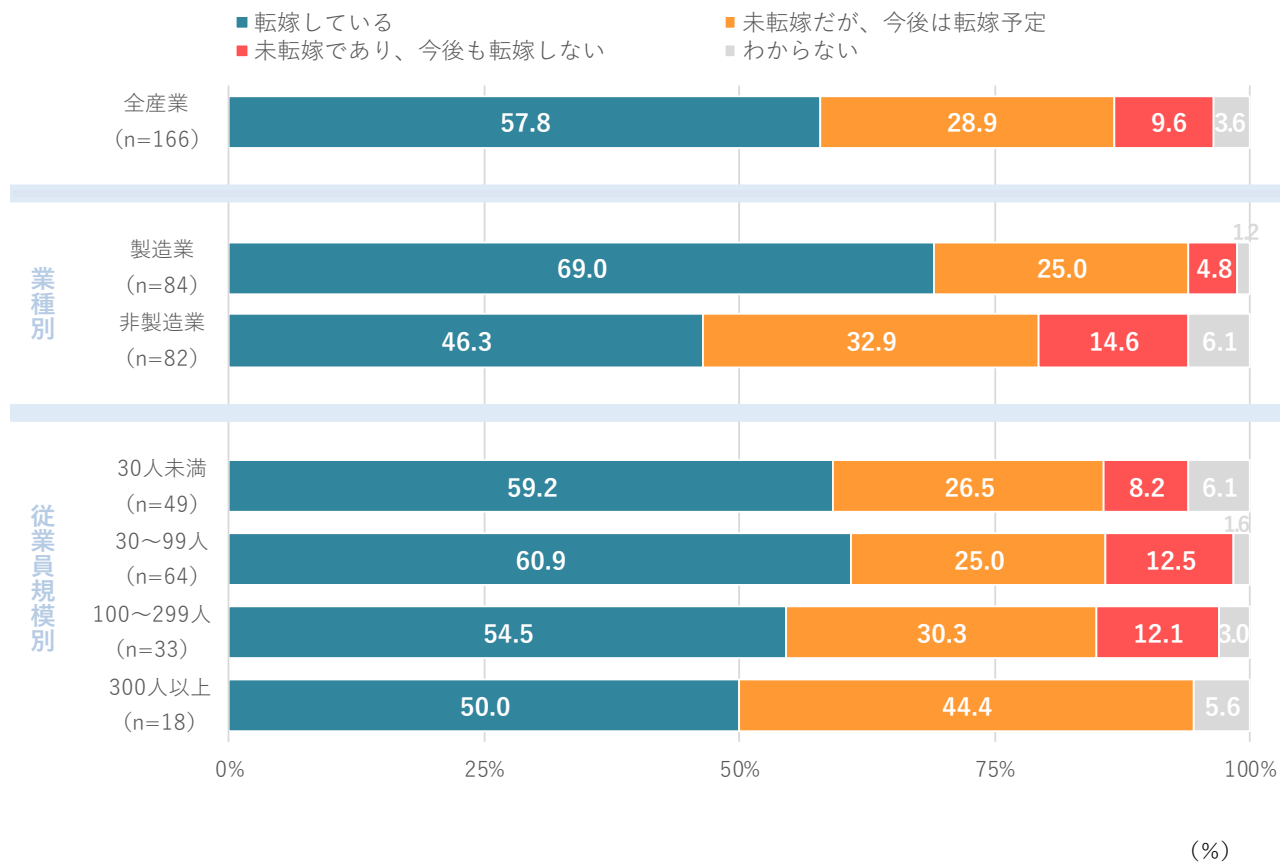
図表 3-1 仕入価格の主な上昇要因（業種別）



図表 3-2 仕入価格の主な上昇要因（従業員規模別）



図表4 販売価格への転嫁状況・方針（業種・従業員規模別）



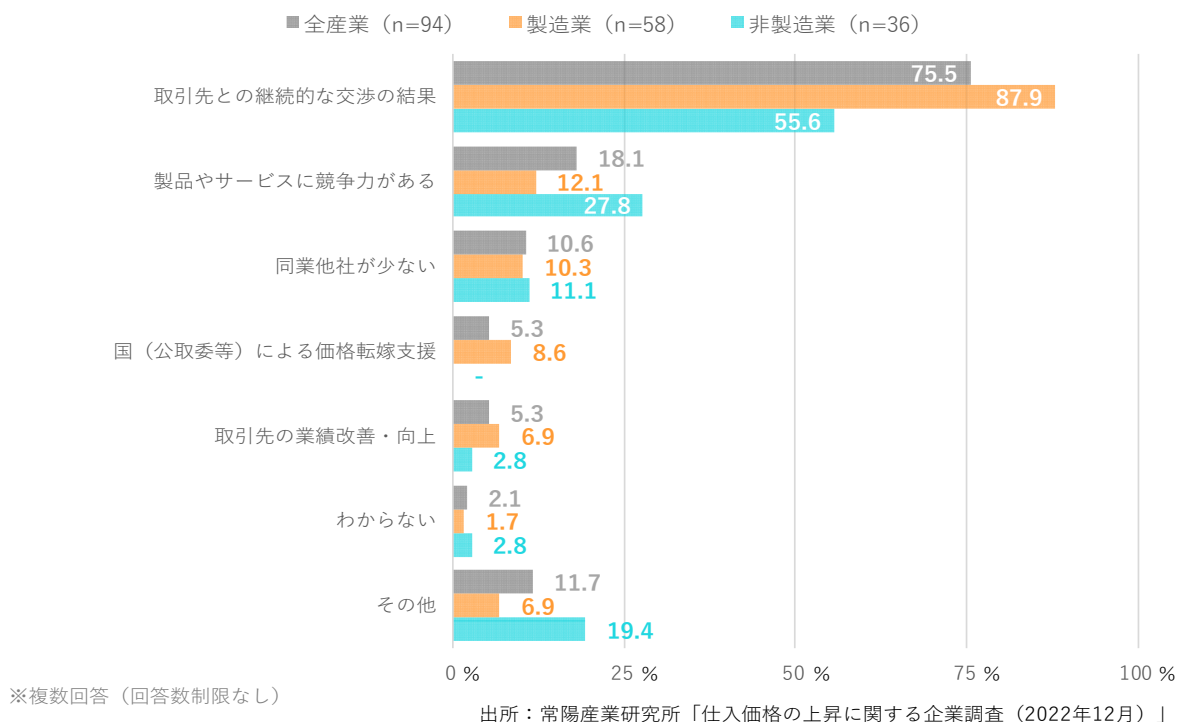
	転嫁している	未転嫁だが、 今後は転嫁予定	未転嫁であり、 今後も転嫁しない	わからない
全産業	57.8 ↑ (40.7) +17.1	28.9 ↓ (37.4) -8.5	9.6 ↓ (16.3) -6.7	3.6 ↓ (5.7) -2.1
製造業	69.0 ↑ (36.1) +32.9	25.0 ↓ (42.6) -17.6	4.8 ↓ (18.0) -13.2	1.2 ↓ (3.3) -2.1
非製造業	46.3 ↑ (45.2) +1.1	32.9 ↑ (32.3) +0.6	14.6 ↑ (14.5) +0.1	6.1 ↓ (8.1) -2.0
30人未満	59.2 ↑ (37.2) +22.0	26.5 ↓ (41.9) -15.4	8.2 ↓ (16.3) -8.1	6.1 ↑ (4.7) +1.4
30~99人	60.9 ↑ (48.8) +12.1	25.0 ↓ (34.9) -9.9	12.5 ↑ (9.3) +3.2	1.6 ↓ (7.0) -5.4
100~299人	54.5 ↑ (27.3) +27.2	30.3 ↓ (50.0) -19.7	12.1 ↓ (18.2) -6.1	3.0 ↓ (4.5) -1.5
300人以上	50.0 ↑ (46.2) +3.8	44.4 ↑ (15.4) +29.0	0.0 ↓ (30.8) -30.8	5.6 ↓ (7.7) -2.1

※上段が今回調査値、下段が2021年12月調査値

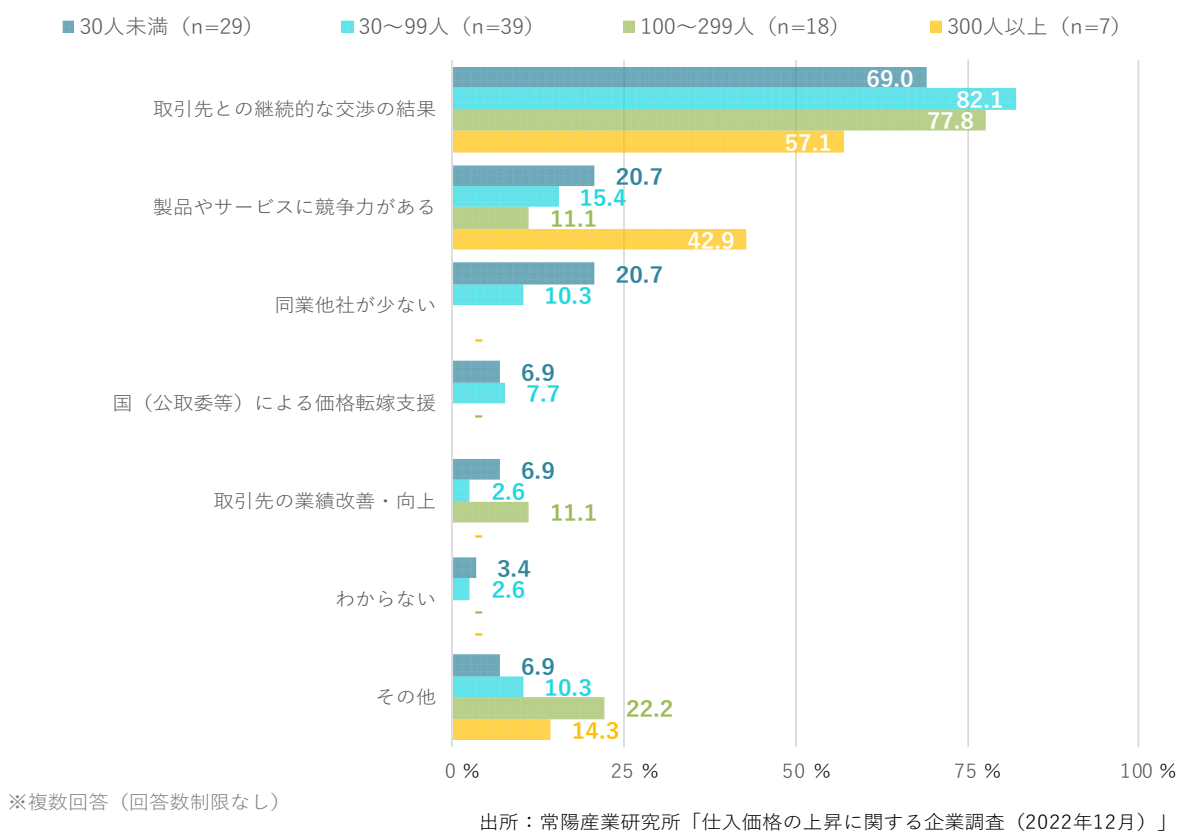
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」



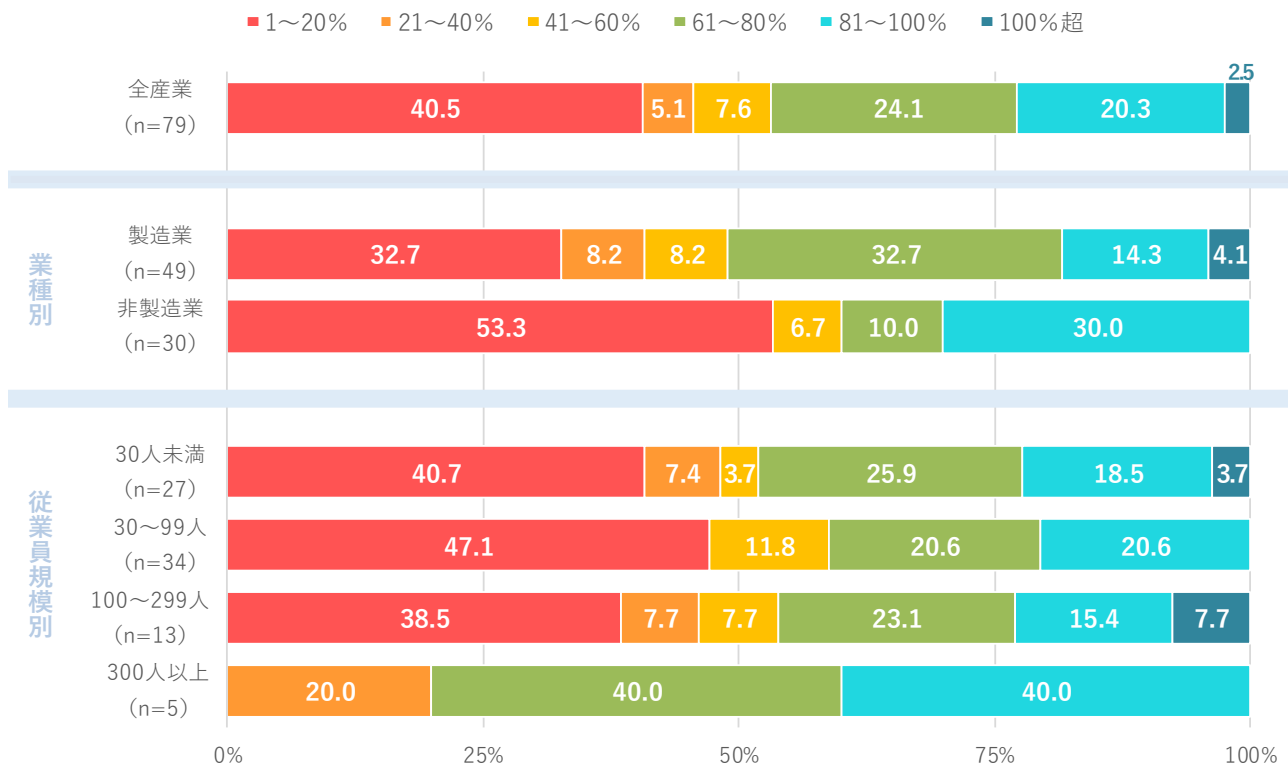
図表 5-1 価格転嫁が可能だった理由（業種別）



図表 5-2 価格転嫁が可能だった理由（従業員規模別）



図表6 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁率（業種・従業員規模別）

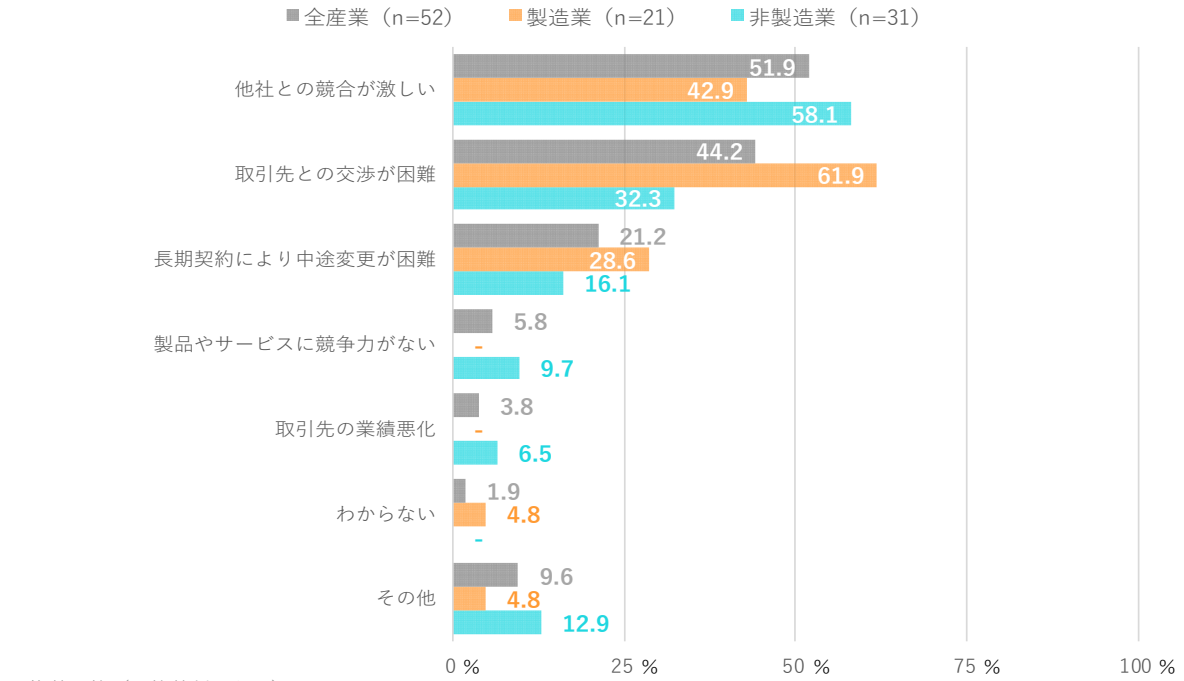


(%)

	1~20%	21~40%	41~60%	61~80%	81~100%	100%超
全産業 (n=79)	40.5	5.1	7.6	24.1	20.3	2.5
製造業 (n=49)	32.7	8.2	8.2	32.7	14.3	4.1
非製造業 (n=30)	53.3	0.0	6.7	10.0	30.0	0.0
30人未満 (n=27)	40.7	7.4	3.7	25.9	18.5	3.7
30~99人 (n=34)	47.1	0.0	11.8	20.6	20.6	0.0
100~299人 (n=13)	38.5	7.7	7.7	23.1	15.4	7.7
300人以上 (n=5)	0.0	20.0	0.0	40.0	40.0	0.0

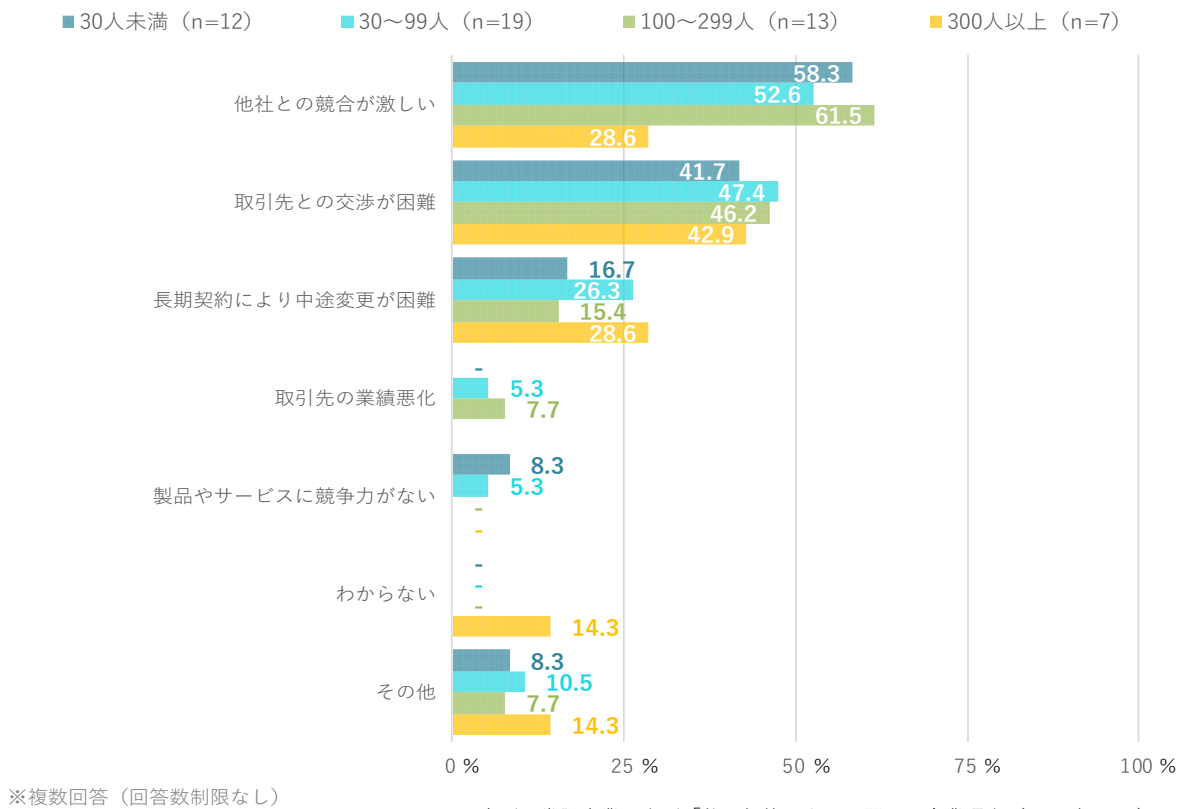
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」

図表 7-1 価格転嫁をしない理由（業種別）



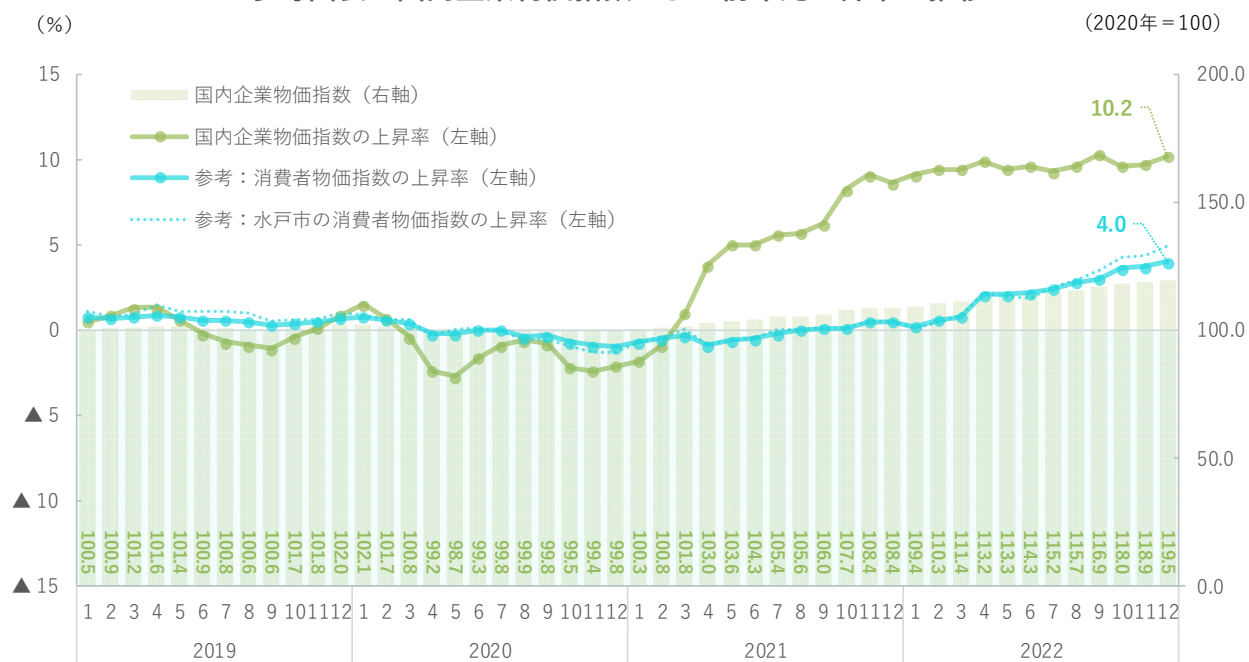
出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」

図表 7-2 価格転嫁をしない理由（従業員規模別）



出所：常陽産業研究所「仕入価格の上昇に関する企業調査（2022年12月）」

参考図表 国内企業物価指数および前年比上昇率の推移



※国内企業物価指数は総平均、消費者物価指数は生鮮食品を除く総合

出所：日本銀行、総務省統計局

以上