

【原油・原材料高影響と対応調査】

収益悪化！全体の 77%、製造業では 79% 中小企業は必死の自助努力で対応！

(財) 東京都中小企業振興公社では、1月21日から2月末までの間、会員 12,000 社（有効回答 320 社）への Web アンケートと、企業の具体的な対応策について面談聞き取りによる調査を実施しました。

この調査結果により、中小企業の厳しい状況と事業存続をかけた必死の経営努力が浮き彫りになりました。

会員アンケート（N=320 社）

- ①原油・原材料高が経営に影響あり……………80% P1.参照
・ 建設業 87% 製造業 70%と影響大 P2.参照
・ サービス業他は28%と低率
- ②価格上昇の影響の内容は？（複数回答式） P3.参照
・ 原材料費高……………75%
・ 輸送コスト……………48%
・ 管理費……………30%
- ③収益に与える影響あり（経営悪化）……………77% P4.参照
- ◆高い業種 建設業 87%
製造業 79%
[特に影響ある業種]化学工業・鉄鋼・非鉄金属製造業

◆低い業種 サービス業 54%
- ④価格転嫁がまったく出来ない……………51% P6.参照
◆高い業種 電気機械器具製造業 58%
大部分転嫁出来た……………4%
- ⑤企業の具体的な対応策（複数回答方式） P8.参照
- 諸経費削減……………74%
 - 原材料調達面で対応……………61%
 - 販売価格値上げ……………50%
 - 歩留まり向上の努力……………28%
 - 代替材料の利用……………15%

加工工程の合理化、
輸送コストの見直し

安い時期にまとめ買
い、必要分調達

製品価格の粘り強い
値上げ交渉

↑ 自由記述欄より

面談聞き取りによる調査結果

P9.参照

- 管理可能経費節約 ● 労働時間短縮・リストラ ● 相場スライド式の単価契約 ● 粘り強い交渉
- 不良率低下 ● 代替材料使用 ● 材料支給方式 ● 高付加価値製品・新製品の開発・製造・販売等

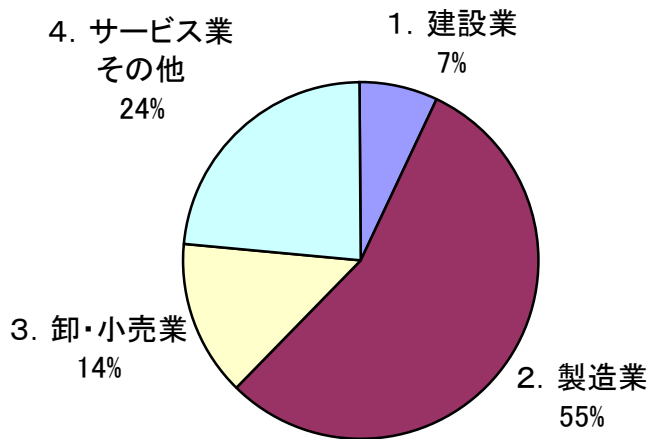
原油・原材料価格高騰による影響度アンケート調査結果

(調査方法)

1. 対象先 メールマガジン送付先 約12,000社
2. 調査方法 メールマガジン送付によるWebアンケートフォームへの誘導
3. 調査期間 平成20年1月21日から2月1日まで
4. 有効回答数 320社

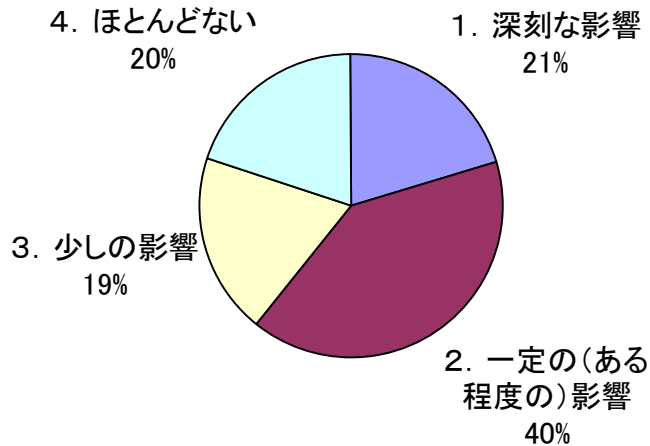
(回答企業の概要)

『業種別回答企業数』



問1 1年前に比べて経営への影響はございますか？
(全体)

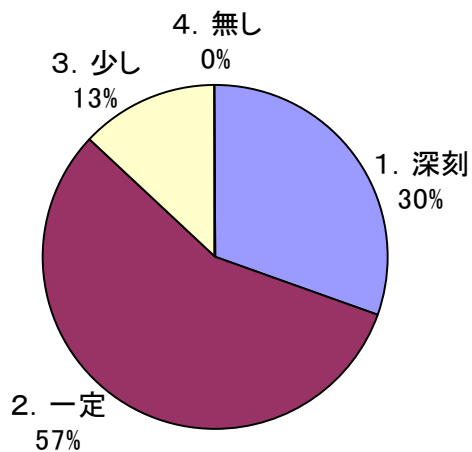
「1年前に比べ影響は？(全体)」



全体の80%の企業が、経営への影響があると回答した。

(業種別)

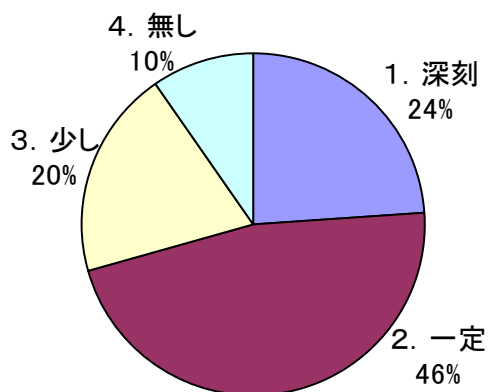
『1年前に比べて影響度は？(建設業)』



・建設業では、「深刻・一定の影響を受けている」企業が合わせて87%と高率であった。

・「少し影響を受けている」を含めると100%であった。

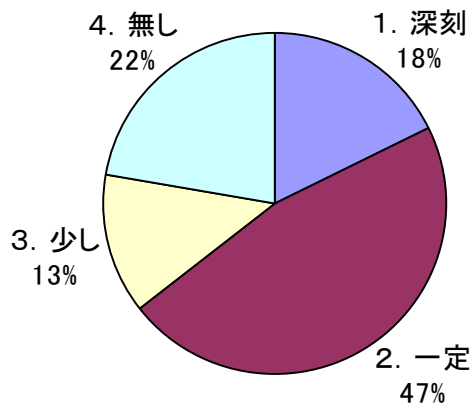
『1年前に比べ影響度は？(製造業)』



・製造業では、「一定以上の影響があった」企業は70%で、何らかの形で影響を受けている企業まで含めると90%という結果であった。

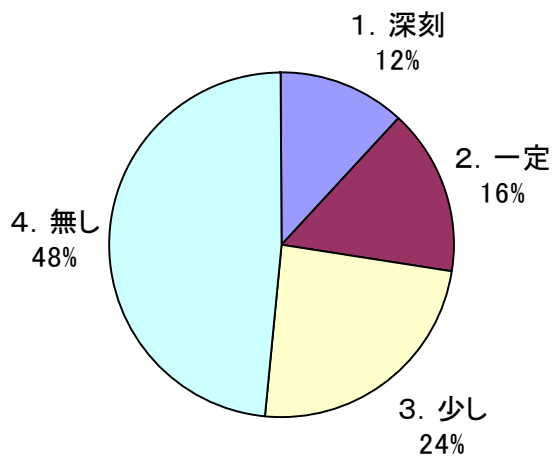
・特に深刻と回答した業種では、化学工業、鉄鋼・非鉄金属製造業が高率の回答であった。

『1年前に比べ影響度は？(卸・小売業)』



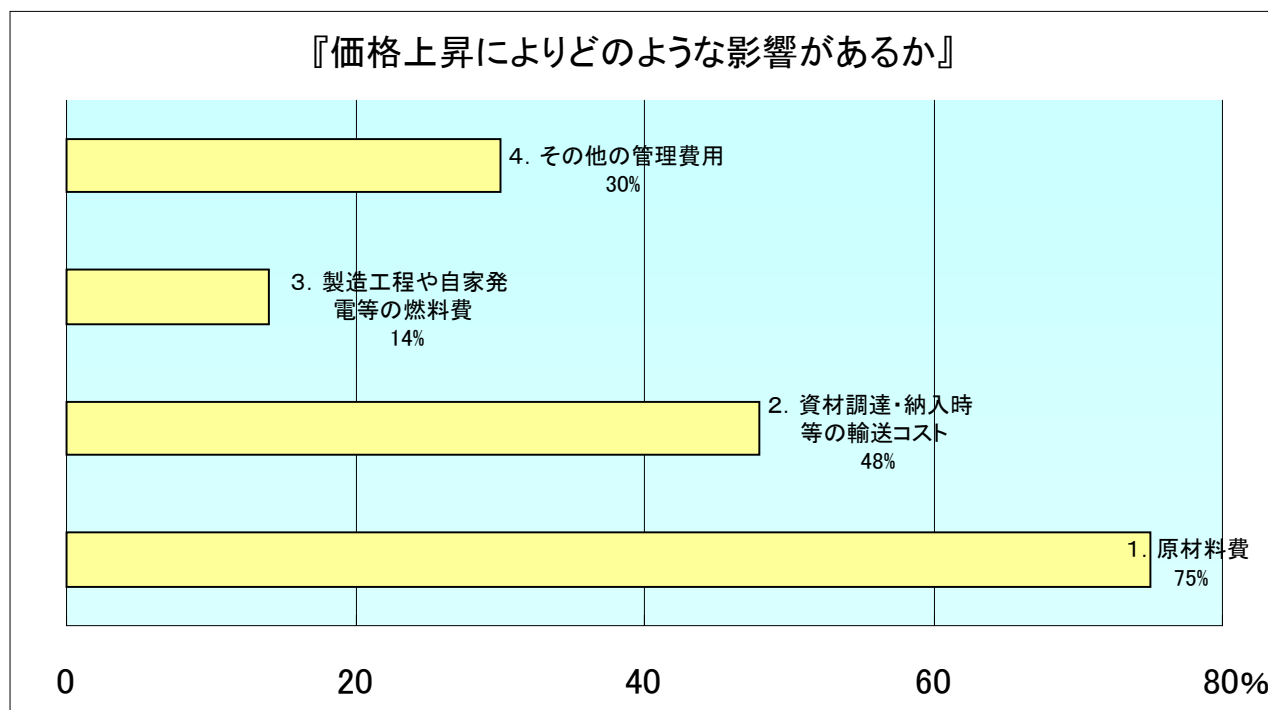
・卸・小売業では、「一定以上の影響があった」企業は65%であった。

『1年前に比べ影響は？(サービス業他)』



・サービス業他は、28%の企業が「一定以上影響を受けている」という結果であった。

設問2 価格上昇によりどのような影響を受けていますか？(複数回答可)

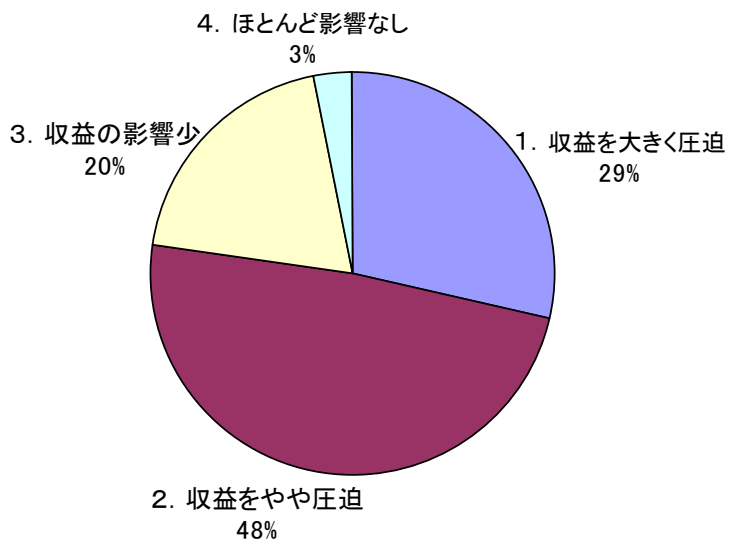


* 影響を受けている企業(N=256)もとにパーセンテージを算出した。

・影響の内容として、原材料費アップをあげた企業が製造業を中心に75%と多い。
 ・次に、輸送コストは48%、3番目の項目として、その他管理費用30%であった。

設問3 現状での収益に与える影響はいかがですか？
(全体)

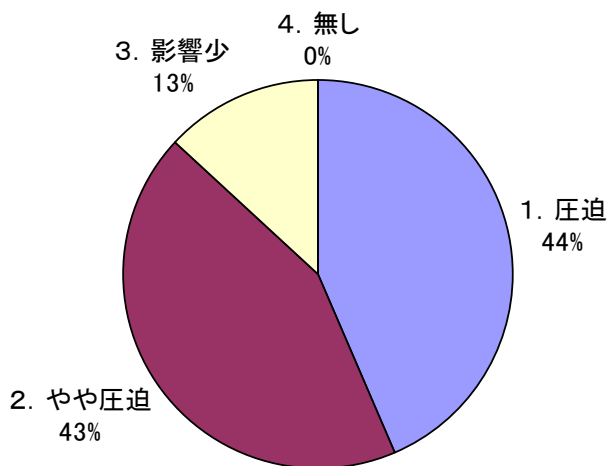
『収益に与える影響は？(全体)』



・収益面では、77%の企業が影響を受けており、ほとんど影響なしは3%であった。

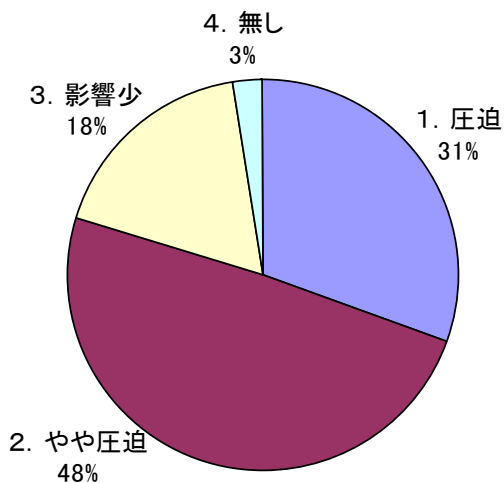
(業種別)

『収益に与える影響は？(建設業)』



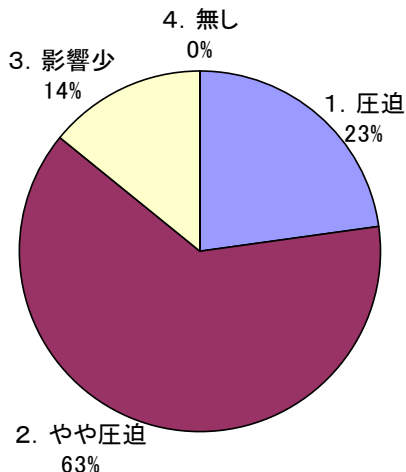
業種別では、
・建設業は、87%の企業が「収益を圧迫又はやや圧迫されている」という結果であった。

『収益に与える影響は？(製造業)』



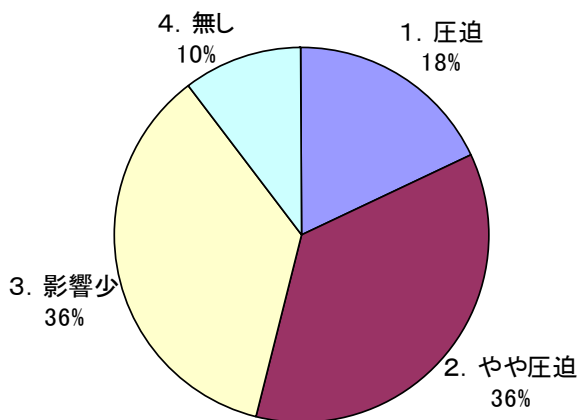
・製造業では、79%の企業が「収益を圧迫又はやや圧迫されている」と回答。特に、収益圧迫の影響が高いと回答したのは、化学工業、鉄鋼・非鉄金属製造業であった。

『収益に与える影響は？(卸・小売業)』



・卸・小売業では、86%の企業が収益に影響があるという回答であった。

『収益に与える影響は？(サービス業他)』

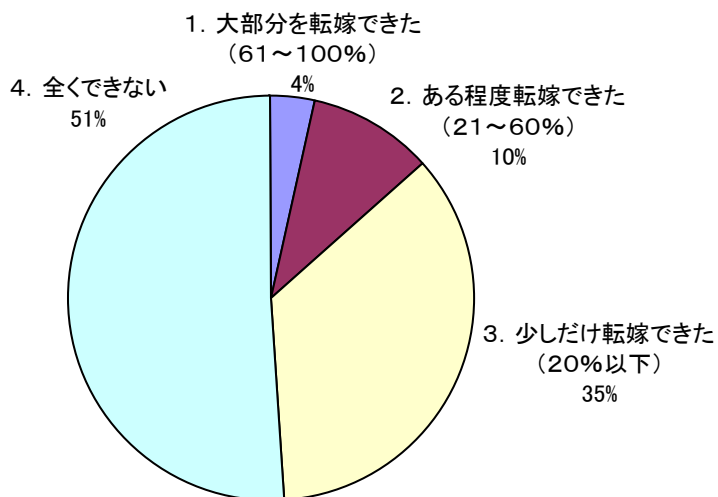


・サービス業他では、他業種に比べ割合は少ないものの、54%の企業が収益への影響があると回答した。

設問4 価格上昇分は販売価格へ転嫁できていますか？

(全体)

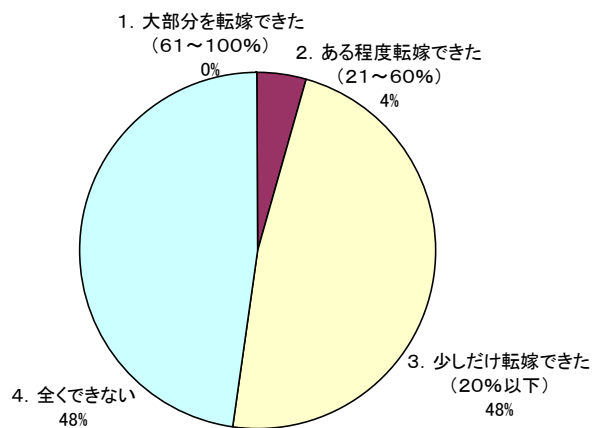
『販売価格へ転嫁できたか？(全体)』



販売価格への転嫁面では、
 ・全くできないが51%と最も多く、収益面で大きな影響を受けていることがうかがえる。
 ・「少しだけ又はある程度転嫁できた」企業が合わせて45%であった。
 ・しかし、企業努力も合わせて「大部分を転嫁出来た」企業は4%と極めて少ない。

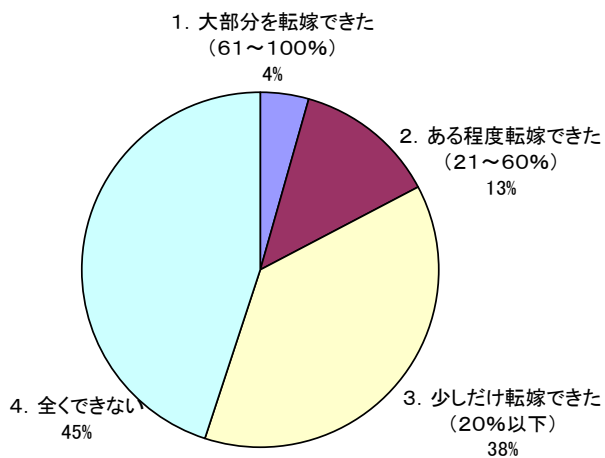
(業種別)

『販売価格へ転嫁できたか？(建設業)』



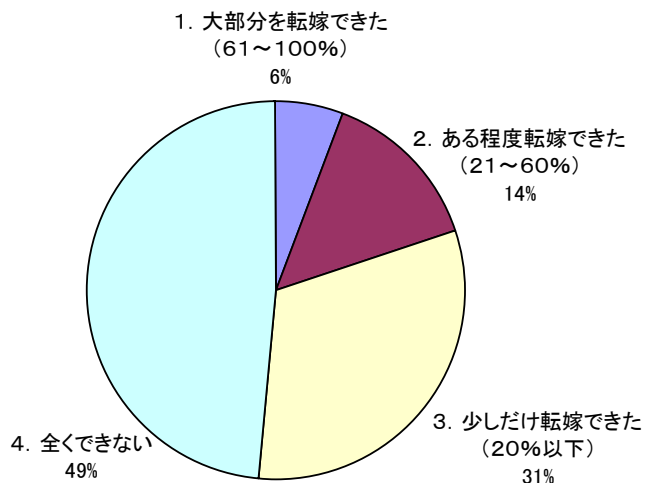
業種別では、
 ・建設業では、販売価格へ「全く転嫁できない」とする企業比率は48%となった。

『販売価格へ転嫁できたか？(製造業)』



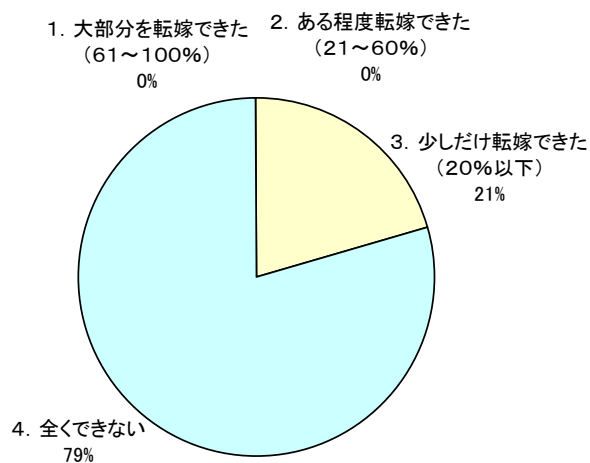
・製造業で、販売価格への転嫁が「全くできない」と回答したのは45%であった。その中でも特に割合の高い業種としては、電気機械器具製造業、精密機械器具製造業、樹脂製品製造業となっている。

『販売価格へ転嫁できたか？(卸・小売業)』



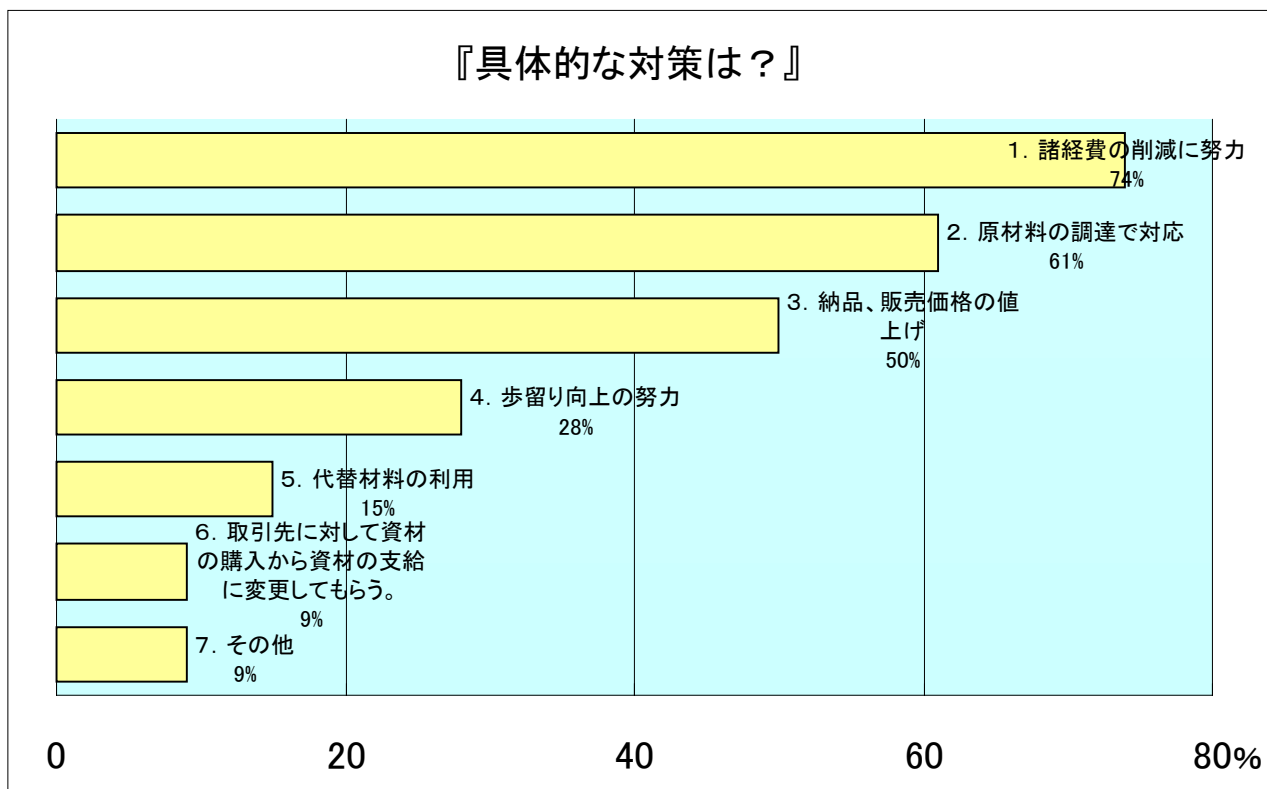
・卸・小売では、販売価格への転嫁が「全くできない」とする企業の割合は49%と半数近くであった。

『販売価格へ転嫁できたか？(サービス業他)』



・サービス業他でも、79%の企業が販売価格への転嫁は「全くできない」との回答であった。

設問5 貴社の価格上昇に対する具体的な対策は？（複数回答可）



* 1～7については、影響を受けている企業で具体的な対策を取っている企業（N=224）もとに%を算出した。

アンケート自由記述による具体的な対応策

1. 諸経費の削減に努力

- ① 加工工程の合理化、ロット在庫の見直し等事前に材料メーカーと打合せして対応
- ② 販管費（輸送コスト見直し）で収益維持を図っている
- ③ 見積り有効期限を短縮・期限を過ぎたら再見積り提出
- ④ 移動時には相乗りで交通費削減
- ⑤ 材料費のリサイクルによる節減
- ⑥ ペーパーレスや節約など身近な出来ることから努力

2. 原材料の調達で対応

- ① 購入料を増やし価格上昇を緩やかにした
- ② 材料価格の変更交渉中
- ③ 現金払いで納入コストを下げている
- ④ 原材料相場価格に連動した変動制で交渉をしている

3. 納品・販売価格の値上げ

- ① 取引先に製品価格の値上げ交渉

4. 歩留まりの努力

- ① 不良品0に取組んでいる
- ② 歩留り向上に取組むも限界あり。これ以上、対策案がない
- ③ 外部業者・専門家からのアドバイスを受けている

④ 不良品撲滅運動の意識を高めるため朝礼で徹底

5. 代替材料

- ① 材料を変更して対応
- ② 材質の変更
- ③ 製品の見直しによる原材料費の圧縮

7. その他

- ① 販路開拓で対応
 - ・材料費高騰で大手小売業・百貨店の注文がなくなり、新しい販路開拓で対応
- ② 新製品・高付加価値製品の開発・販売
 - ・魅力ある新製品の開発・販売で対応
 - ・高付加価値製品の製造販売で価格転嫁に対応
- ③ 営業努力で対応
 - ・輸送業で、積載効率の上昇で輸送料金ダウンをカバーするよう努力
- ④ 情報サービス業
 - ・システム屋にはほとんど関係ない
 - ・ソフトウェア関連なので一般管理費のみの影響で留まっている

8. 特に何もしていない(何もできない他)

- ① 零細企業には対応方法は皆無である
- ② どうしようもないので時期を待つ
- ③ お客様に価格転換出来ず正直泣き寝入り状態。資金面と税制優遇の検討をしてもらいたい
- ④ 受注が減って、材料費アップ、資金繰り困難
- ⑤ 銅・黄銅・プラスチックを製品に使っているため、もろに収益率ダウン。販売価格に転嫁出来ず有効な対策なしが現状。

面談聞き取りによる調査結果__有効回答数44社

【企業の具体的な対応策】

1. 諸経費の削減に努力

- ① 労働時間の短縮や経費節約、リストラ等実施
- ② 経費節約の為、近隣の提携先を確保し、輸送費削減
- ③ 多頻度少量納品から、ロット単位での納品へ切替

2. 原材料の調達で対応

- ① 単価を相場スライド式で契約
- ② 必要分だけの発注と知り合いから分けてもらう
- ③ 都度見積り(※)、見積り期限の短縮で対応 ※相場変動を見て最安値で購入
- ④ 安い時期にまとめ買いで対応

3. 納品・販売価格の値上げ

- ① 粘り強い交渉しかない
- ② 自社オリジナル製品は価格転嫁可能

4. 歩留まりの努力

- ① 大手企業の品質管理経験者の採用で不良率低下

5. 代替材料

- ① 代替材料で同等品質を維持

6. 取引先から材料支給に変更

- ① 交渉して材料支給方式にしてもらった

7. その他

- ① 付加価値製品・新製品の開発・製造・販売で対応

8. 特に何もしていない(何もできない他)

- ① 拒否すれば仕事がなくなるのでやむを得ず受注、特別な対策はない

【具体的な中小企業の声】

- ・ 色々と経費削減をやっているが、昨今、燃料費もずいぶん高騰して経営を圧迫しているのが現状。今までは月々40万円～45万円燃料費がかかっていた。スタンドへ行く手間などは増えたが、1回に入れる燃料を満タンから10～20リットルに徹底したら、昨年11月・12月の燃料費が各月39万円になり、高騰しても経費節減になった。社員全員に経費節減を徹底して努力している。
- ・ 大手メーカーの要請は「中国と同じ単価なら仕事を出す」のスタンスであり、材料費が高騰しても「恒例のコストダウン」を押し付けてくる。無茶なコストダウンを要請してきたメーカーに、「貴社の仕事は全て受注拒否します」「仕事は欲しいが貴方がたのために犠牲になる気はありません。」と開き直ったら、「現在の取引製品を再見積して下さい」と言われた。そこで“全て倍額にして提出”したら、“全て承認”されました。
- ・ 考えられる経費削減を全て実施してきた。自らの給与も減らし、最終的に従業員を10名程リストラせざるを得なかった。これ以上は国等の支援体制を強化してもらえない。

お問い合わせ先
(財)東京都中小企業振興公社
経営企画室
TEL:03-3251-7897
FAX:03-3251-7796