

原油・石油製品価格上昇の影響調査について（結果報告）

11月

平成17年12月19日
財団法人 東京都中小企業振興公社

調査の概要

1. 調査実施期間

- ・平成17年11月1日から平成17年11月30日まで

2. 調査対象企業

- ・製造業を中心にした公社登録企業
- ・主に企業巡回時等で聞き取り調査 181社
- ・実施部署：総合支援部 取引振興課
城東地域中小企業振興センター
城南地域中小企業振興センター
多摩中小企業振興センター

3. 調査項目

- ① 価格上昇による生産・営業活動に与える影響
- ② 価格上昇による具体的な影響
- ③ 収益に与える影響
- ④ 価格上昇分の生産・納品価格への転嫁
- ⑤ 価格上昇に対する対策（特に力を入れている、または、効果があった対策は）

※本調査に関する問い合わせ先

（財）東京都中小企業振興公社
総合支援部 取引振興課長 小池喜春

電話：03-3251-7883（直通）

調査企業の概要

地区別

本社エリア(都心部、城西、城北)	36件	19.9%
城東エリア	59件	32.6%
城南エリア	56件	30.9%
多摩エリア	26件	14.4%
他県	4件	2.2%
合 計	181件	100.0%

業種別

建設業	2件	1.1%
繊維・衣料製造業	1件	0.6%
家具装備品製造業	4件	2.2%
出版印刷関連業	1件	0.6%
化学工業	1件	0.6%
樹脂製品製造業	44件	24.3%
革製品製造業	2件	1.1%
鉄鋼業	1件	0.6%
非鉄金属製造業	3件	1.7%
金属製品製造業	39件	21.5%
一般機械器具製造業	29件	16.0%
電気機械器具製造業	23件	12.7%
輸送用機械器具製造業	2件	1.1%
精密機械器具製造業	8件	4.4%
その他の製造業	4件	2.2%
卸売業	9件	5.0%
サービス業	8件	4.4%
合 計	181件	100.0%

資本金別

300万円 以下	53件	29.3%
300万円 超 1,000万円 以下	78件	43.1%
1,000万円 超 3,000万円 以下	36件	19.9%
3,000万円 超 10,000万円 以下	10件	5.5%
10,000万円 超	4件	2.2%
合 計	181件	100.0%

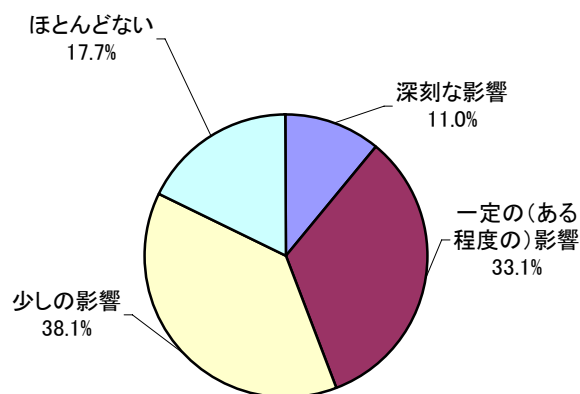
従業員別

～ 10名	104件	57.5%
11名 ～ 20名	33件	18.2%
21名 ～ 50名	30件	16.6%
51名 ～ 100名	9件	5.0%
101名 ～	5件	2.8%
合 計	181件	100.0%

1. 生産・営業活動に与える影響

- 生産・営業活動に与える影響では、深刻な影響とする企業は 11.0%であるが、ほとんどないとする企業は 17.7%であり、8 割以上の企業は影響を受けている。
- 業種別に見ると樹脂製品製造業、一般機械器具製造業、電機機械器具製造業の影響の度合いが高い。

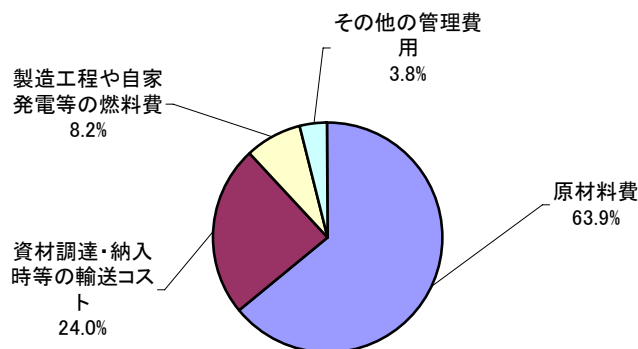
回答総数	181件	100.0%
深刻な影響	20件	11.0%
一定の(ある程度の)影響	60件	33.1%
少しの影響	69件	38.1%
ほとんどない	32件	17.7%



2. 具体的な影響

- 価格上昇による具体的な影響としては、原材料費が 63.9%、資材調達・納入時等の輸送コストが 24.0%となっている。
- 業種別に見ると原材料費に影響があるとする企業は樹脂製品製造業、電気機械器具製造業、精密機械器具製造業に多い。

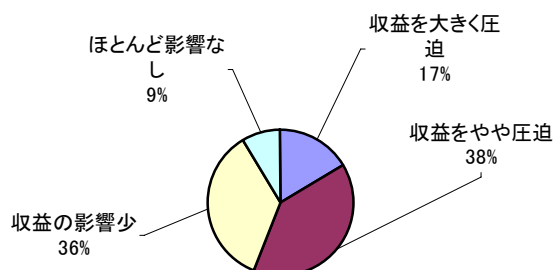
回答総数(複数回答)	183件	100.0%
原材料費	117件	63.9%
資材調達・納入時等の輸送コスト	44件	24.0%
製造工程や自家発電等の燃料費	15件	8.2%
その他の管理費用	7件	3.8%



3. 収益に与える影響

- 収益に与える影響では、収益を大きく圧迫しているが16.8%、収益をやや圧迫しているが38.9%、両方を合わせると5割強の企業の収益に影響を与えている。
- 業種別に見ると特に樹脂製品製造業、金属製品製造業、電気機械器具製造業で収益を圧迫しているとの回答が多い。
- 規模別に見ると収益を圧迫しているとする企業は資本金別では3,000万円超1億円以下が80.0%、300万円以下が56.8%、従業員別では21名以上50名以下が65.4%、11名以上20名以下が62.0%となっている。収益に与える影響は規模の大小にかかわらず、ほぼ平均的に見られる。

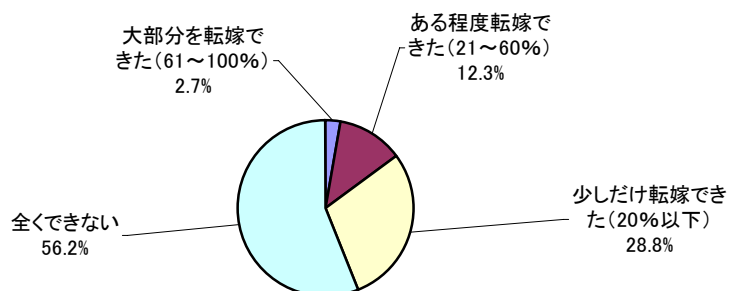
回答総数	149件	100.0%
収益を大きく圧迫	25件	16.8%
収益をやや圧迫	58件	38.9%
収益の影響少	53件	35.6%
ほとんど影響なし	13件	8.7%



4. 価格上昇分の生産・納品価格への転嫁

- 価格上昇分の生産・納品価格への転嫁では、全くできないとする企業が56.2%、少しだけ転嫁できた(20%以下)企業が28.8%と8割半ばの企業での転嫁が困難な状況となっている。
- 業種別に見ると電気機械器具製造業、一般機械器具製造業、樹脂製品製造業で転嫁が困難とする回答が多い。
- 規模別に見ると転嫁が困難な企業は資本金別では1,000万円超3,000万円以下が90.0%、300万円超1,000万円以下が88.1%、従業員別では101名以上が100%、21名以上50名以下が88.0%となっている。価格転嫁の困難な状況も規模の大小にかかわらず、ほぼ平均的に見られる。

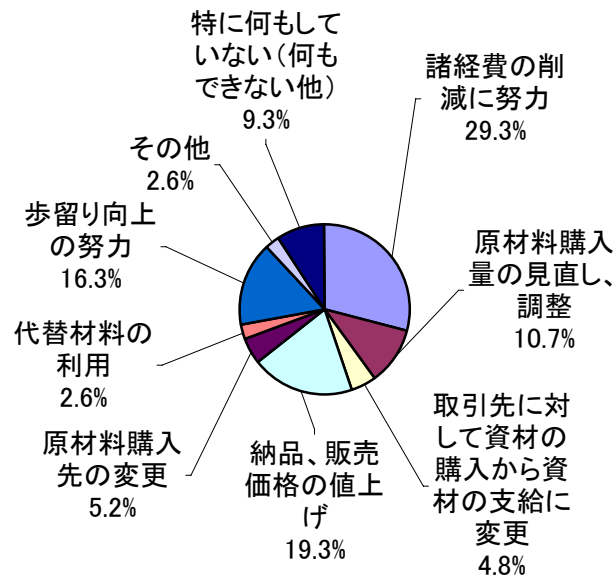
回答総数	146件	100.0%
大部分を転嫁できた(61~100%)	4件	2.7%
ある程度転嫁できた(21~60%)	18件	12.3%
少しだけ転嫁できた(20%以下)	42件	28.8%
全くできない	82件	56.2%



5. 価格上昇に対する対策

- 価格上昇に対する対策としては、諸経費の削減に努力が 29.3%、納品・販売価格の値上げが 19.3%、歩留り向上の努力が 16.3%の順となっている。
- 業種別、規模別に見ても様々な回答となった。
価格上昇に対する対策の内、特に力を入れている（または効果があった）対策の内容としては次頁のとおりである。様々な経費の削減（中には人件費削減もある）に努力している姿が見られる。また、取引先に対して材料支給に切り替えてもらい効果をあげた企業がある反面、何も対策を打てないという声もあった。

回答総数(複数回答)	270件	100.0%
諸経費の削減に努力	79件	29.3%
原材料購入量の見直し、調整	29件	10.7%
取引先に対して資材の購入から資材の支給に変更	13件	4.8%
納品、販売価格の値上げ	52件	19.3%
原材料購入先の変更	14件	5.2%
代替材料の利用	7件	2.6%
歩留り向上の努力	44件	16.3%
その他	7件	2.6%
特に何もしていない(何もできない他)	25件	9.3%



価格上昇に対する対策の内、特に力を入れている(または、効果があった)対策の内容

プラスチック使用部材については支給品に切替えるよう交渉中。できれば中止したい。
新製品なら値上げしたいが、それも客が減っては困るから疑問である。
プラスチック材料は支給されたものを使用している。そのため直接の影響はないが納品先から材料が値上りしているのので工賃を下げてくれと言われていた。
従業員にサービス残業を強いて量をかせぐ(少しでも売上額のアップ)対策を続けている
取引先に材料支給してもらう
自己調達資材から支給材に切替えるよう取引先に交渉している
大量仕入れにより調達コストの削減を図っている
諸経費削減に主力。例えば原材料となるスチロールを単価の安い2級品に落とし歩留り向上に努めながら従来と変わらぬ製品作りをして収益圧迫をおさえている
値上げ巾の小さい製品を客に勧める
材料費の値上げよりも仕事量(注文)が少ないのが困る
徐々に従業員を減らして人件費を削減している
価格転嫁する
加工するものが樹脂(プラスチック)のために、当社が加工する(スクリーン印刷・裁断)仕事が減少し、単価引下げの影響を受けている
原材料の大量仕入れにより、コストの削減に努めている
工具の購入先の変更や支給材の割合を増してもらうようにしている。
はじめのうちは値上り分の面倒見てくれていたが、そのうちやむやになった。現在材料支給を70%までにした。
今まで端材として廃棄していた材料を手間をかけて製品に仕上げるようにしている
動力用電力費の削減
仕入れ担当ができるだけ安く値上り巾を小さくするよう努力している
同業者(旧協力会)が協同集配、協同搬入を運送業者と提携
社員個人の車を活用し通勤時に集配、納入を実施
歩留り(不良品対策)の向上
営業努力で売上げを伸ばす
取引先との信頼関係が強く、価格上昇分を先方が吸収してくれて今のところ影響は出てない
工場動力費・事務所照明の削減、その他事務経費の削減
特に光熱費の削減に努めている
輸送用車を普通から軽に変えてガソリン代を節約したり、一回の運搬量を増やして一か月の車を動かす回数を減らしたりして努力している
再生産品を使用し生産コストを下げる
照明(不要な場所)の減灯
原材料の質を落としたり、工程の手抜き?等で製品の劣化を招きたくない。対応に苦心しており、石油価格の推移を見ていくしかない。
ISOのコンサルタント料金が高すぎる。審査もかんたんにしてもらえれば、色々と金もかからず維持管理もしやすい。
少量、小物部品はコンビニから送付…割安
利益の多い製品の開発
極力車両を利用せず公共交通機関の活用
事務諸経費の削減/製造工程の見直し(省エネ)
事務経費削減及び省エネ
材料問屋(卸業者)が前加工(切断、切削、穴あけ等)して販売する方法の活用
銀行より石油価格によるリスクヘッジの提案あり。
仕入れ先に対しての交渉、及びまとめ買いして材料コスト減に努力している
原材料の一括大量仕入れ
スーパーエンプラ(付加価値を上げる)へと製品割合を移している
材料費の占める割合が大きい製品に関して取引先に値上げを強く要請(場合によっては金型を返却しても構わない等)した結果、満額とはいえないまでも応じていただいたところもあり、今のところ価格への転嫁が出来ている
不良製品をつくらない
1. 新規取引先、新規受注品で価格変更 2. 人員削減
代替材料利用の検討をしている。
仕事を切らせて下請けを困らせないように営業努力をしている
電力の削減
包装、流通経費の削減に努めている

主要項目の各月の回答の比較（％）

① 生産・営業活動に与える影響

	6 月	7 月	8 月	11 月
深刻な影響	24.4%	20.5%	16.9%	11.0%
一定の影響	60.2%	65.8%	65.1%	※71.3%
ほとんどなし	15.4%	13.7%	18.0%	17.7%

※少しの影響を含む
(38.1%)

② 収益に与える影響

	6 月	7 月	8 月	11 月
収益を大きく圧迫	27.9%	21.0%	21.3%	16.8%
収益をやや圧迫	42.5%	49.6%	49.4%	38.9%
収益の影響少	16.8%	18.5%	16.9%	35.6%
ほとんど影響なし	12.8%	10.9%	12.4%	8.7%

③ 価格上昇分の生産・納品価格への転嫁

	6 月	7 月	8 月	11 月
大部分を転嫁できた	8.3%	7.1%	4.6%	2.7%
ある程度転嫁できた	16.1%	13.3%	9.3%	12.3%
少しだけ転嫁できた	32.7%	23.0%	25.6%	28.8%
全くできない	42.9%	56.6%	60.5%	56.2%

主要項目の各月の回答の比較（件数、％）

① 生産・営業活動に与える影響

	6 月		7 月		8 月		11 月	
	深刻な影響	43 件	24.4%	24 件	20.5%	15 件	16.9%	20 件
一定の影響	106 件	60.2%	77 件	65.8%	58 件	65.1%	※129 件	71.3%
ほとんどなし	27 件	15.4%	16 件	13.7%	16 件	18.0%	32 件	17.7%
回答総数	176 件	100%	117 件	100%	89 件	100%	181 件	100%

※少しの影響を含む
(69 件 38.1%)

② 収益に与える影響

	6 月		7 月		8 月		11 月	
	収益を大きく圧迫	50 件	27.9%	25 件	21.0%	19 件	21.3%	25 件
収益をやや圧迫	76 件	42.5%	59 件	49.6%	44 件	49.4%	58 件	38.9%
収益の影響少	30 件	16.8%	22 件	18.5%	15 件	16.9%	53 件	35.6%
ほとんど影響なし	23 件	12.8%	13 件	10.9%	11 件	12.4%	13 件	8.7%
回答総数	179 件	100%	119 件	100%	89 件	100%	149 件	100%

③ 価格上昇分の生産・納品価格への転嫁

	6 月		7 月		8 月		11 月	
	大部分を転嫁できた	14 件	8.3%	8 件	7.1%	4 件	4.6%	4 件
ある程度転嫁できた	27 件	16.1%	15 件	13.3%	8 件	9.3%	18 件	12.3%
少しだけ転嫁できた	55 件	32.7%	26 件	23.0%	22 件	25.6%	42 件	28.8%
全くできない	72 件	42.9%	64 件	56.6%	52 件	60.5%	82 件	56.2%
回答総数	168 件	100%	113 件	100%	86 件	100%	146 件	100%

- ・ 本年の6月～8月の3ヶ月間にて「原油・石油及び鋼材料価格の上昇の影響調査」を実施して、その結果報告を東京都に提出したところである。なお、この内容は、公社ホームページからも広く公表している。また、東京都と公社（本社・3センター）では9月22日から「原油等高騰に伴う特別相談窓口」を設置している。
- ・ 今回（11月）は、この一年で急騰した原油・石油価格に的を絞り、その価格上昇の影響調査とそれに対する企業の対策について調査を実施したものである。
- ・ 主要項目の各月（6月～8月と11月）の回答を比較すると（7ページ参照）

○「生産・営業活動に与える影響」では、「深刻な影響」とする回答が調査月毎に減少している。

6月 24.4% → 7月 20.5% → 8月 16.9% → 11月 11.0%

○「収益に与える影響」でも「収益を大きく圧迫」とする回答が減少している。

6月 27.9% → 7月 21.0%・8月 21.3% → 11月 16.8%

「収益を大きく圧迫」と「収益をやや圧迫」を合計すると

6月 70.4% → 11月 55.7% 約15ポイントの減少である。

○しかしながら、「価格上昇分の生産・納品価格への転嫁」では厳しい状況に変化は見られない。

「全くできない」と「少しだけ転嫁できた」を合計すると

6月 75.6% → 7月 79.6% → 8月 86.1% → 11月 85.0%

- ・ 価格上昇による経営への影響は数値の上では減少傾向が見られるが、単純に影響が減少したものではない。生産・納品価格への転嫁が困難な状況が続くなか、企業は価格上昇に対する対策に自ら智慧を絞り、それを実行し、経営への影響を食い止めるべく、日々努力を続けている。

その結果、影響の度合いを少しでも減らすことが可能になったものと言える。

- ・ 価格上昇に対する対策では、5・6ページにあるとおり、企業は様々な対策を講じている。より具体的な回答はなかなか得られなかったが、効果があった対策としては、諸経費の削減により、少しでも利益を確保する姿が目立った。

○諸経費の削減

工場・事務所内の光熱費の削減、とりわけ電気代を節約する=省エネを対策としてあげる企業が多かった。

○調査項目での回答は少なかったが、効果を上げたとして自身での材料購入から取引先に対して材料支給に切り替えてもらい成功したとする企業があった。

○大量仕入れのメリット（購入価格割引）をあげる企業があった。

○協同集配、協同搬入という回答があった。地域で同業で力を合わせて対策を取っている姿があった。

- ・ 原油価格は10月の時点ではまだ上昇傾向にある。11月以降に一時、高止まり、または、下落の声も聞こえたが、上昇傾向に歯止めはかかっていない。決して楽観できる状態にはなっていない。今回の調査では、原油・石油価格値上がりと戦う文字通り血の滲む努力をする企業の姿があった。今後も公社は東京都と協力し、企業支援にまい進するものである。

- ・ 原油の値上がり状況を調べてみた。

＜原油＞ 平成17年10月を基点として
半年前（平成17年4月）から 30.7%値上がり
1年前（平成16年10月）から 54.3%値上がり
1年半前（平成16年4月）から 90.9%値上がり

（原油の日本到着価格=C I F 1 K Lあたりの円ベース 財務省・通関統計）

原油・石油製品価格上昇の影響調査票

平成17年 月 日

所属名： 担当者名：

登録No.	企業名	地区名 (例：千代田区・三鷹市)	業種コード (例：一般機械器具な ら0629)	資本金 万円	従業員 名
-------	-----	---------------------	-------------------------------	---------------	--------------

- | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------------------|
| 1. 価格上昇による生産・営業活動に与える影響
(1年前に比べて) | A 深刻な影響
C 少しの影響 | B 一定の(ある程度)の影響
D ほとんどない(以下の回答は不要) |
| 2. 価格上昇による具体的な影響
(複数回答可) | A 原材料費
C 製造工程や自家発電等の燃料費
D その他の管理費用 | B 資材調達・納入時等の輸送コスト |
| 3. 収益に与える影響 | A 収益を大きく圧迫
C 収益の影響少 | B 収益をやや圧迫
D ほとんど影響なし |
| 4. 価格上昇分の生産・納品価格への転嫁 | A 大部分を転嫁できた
(61~100%)
C 少しだけ転嫁できた
(20%以下) | B ある程度転嫁できた
(21~60%)
D 全くできない |
| 5. 価格上昇に対する対策
(複数回答可) | A 諸経費の削減に努力
B 原材料購入量の見直し、調整(必要量のみ購入他)
C 取引先に対して資材の購入から資材の支給に変更してもらう。
D 納品、販売価格の値上げ
E 原材料購入先の変更
F 代替材料の利用
G 歩留り向上の努力
H その他
I 特に何もしていない(何もできない他) | |

※ 上記の内、特に力を入れている(または、効果があった)対策の内容をお聞かせください。