

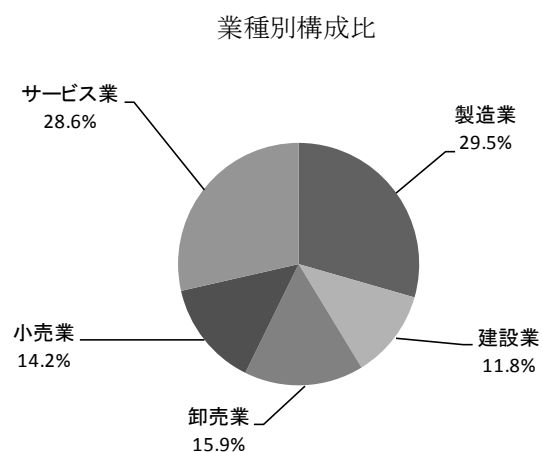
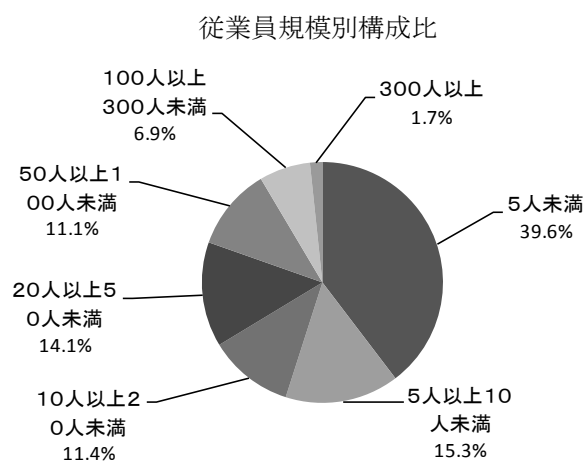
原油・素材価格の高騰についての調査結果

平成 20 年 10 月 9 日
東京商工会議所

○原油・素材価格の高騰による業績への影響について、7 割超の企業が何らかの影響が出ていると回答。

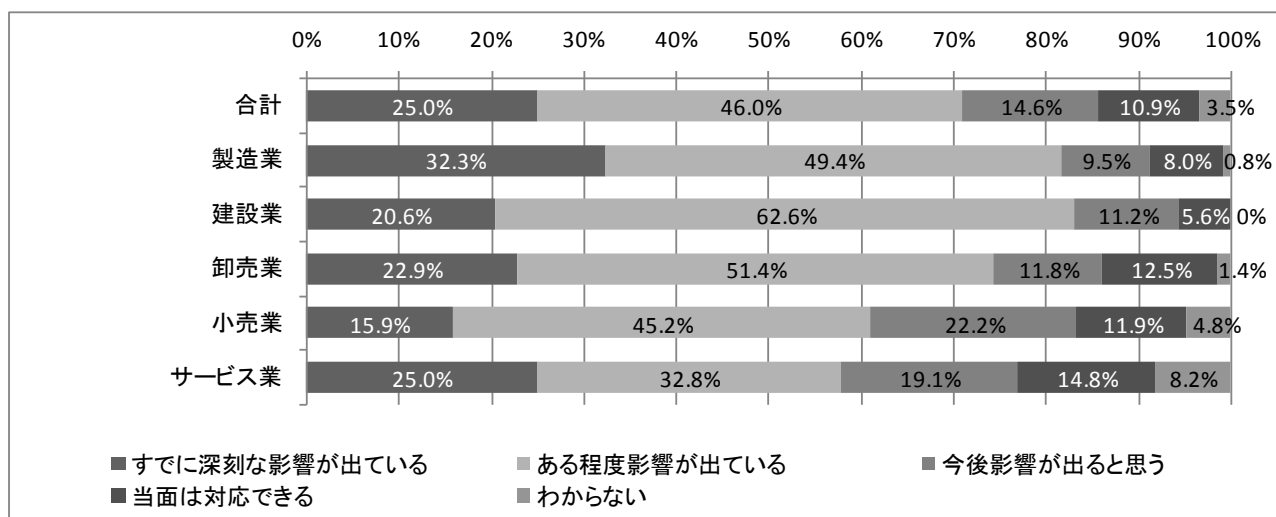
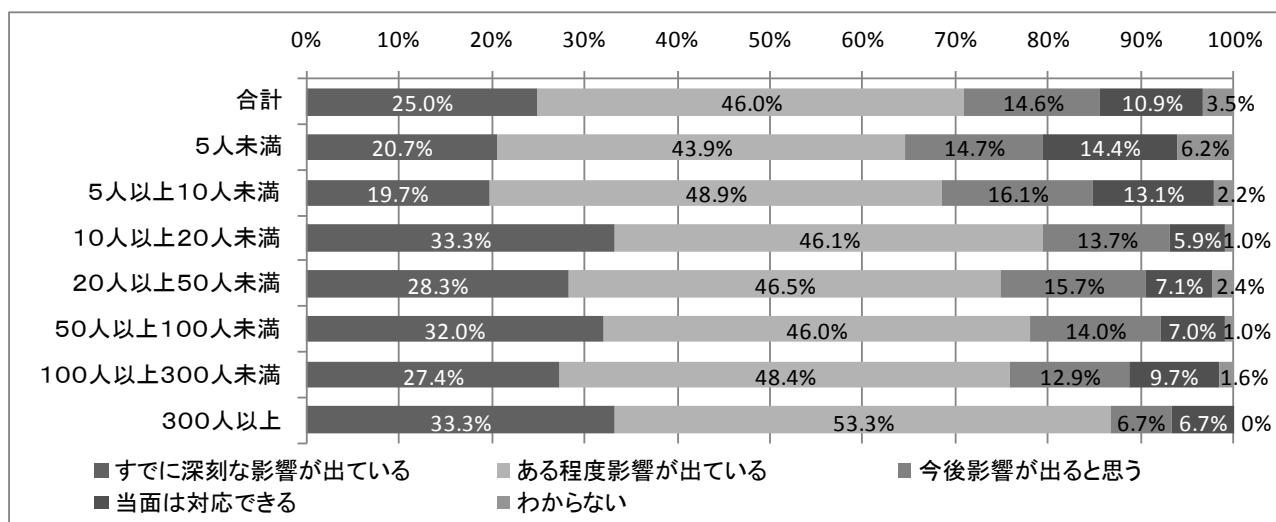
【調査の概要】

- 調査期間：平成 20 年 8 月 27 日～ 9 月 2 日
- 調査対象：東京 23 区内の中小企業 2,424 社
- 調査方法：F A Xおよび経営指導員による聴き取り
- 回 答 数：903 社（回答率 37.3%）



(1) 昨今の原油・素材価格の高騰は、貴社の業績に対してどの程度影響を与えましたか。
最も近い番号1つに○を付けてください。(単一回答)

(N=896)



すでに影響が出ていると答えた企業が7割超

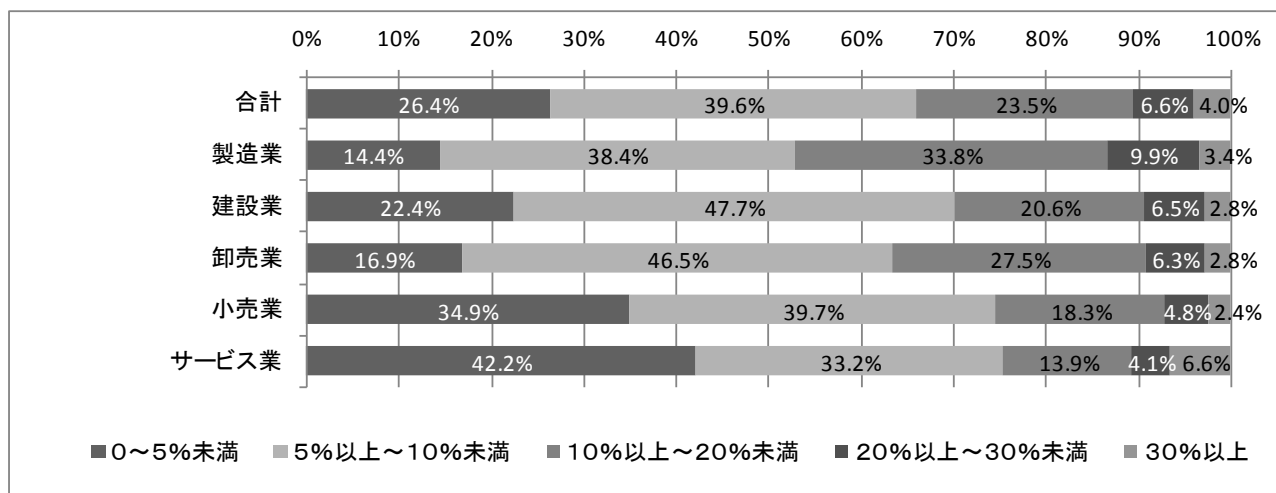
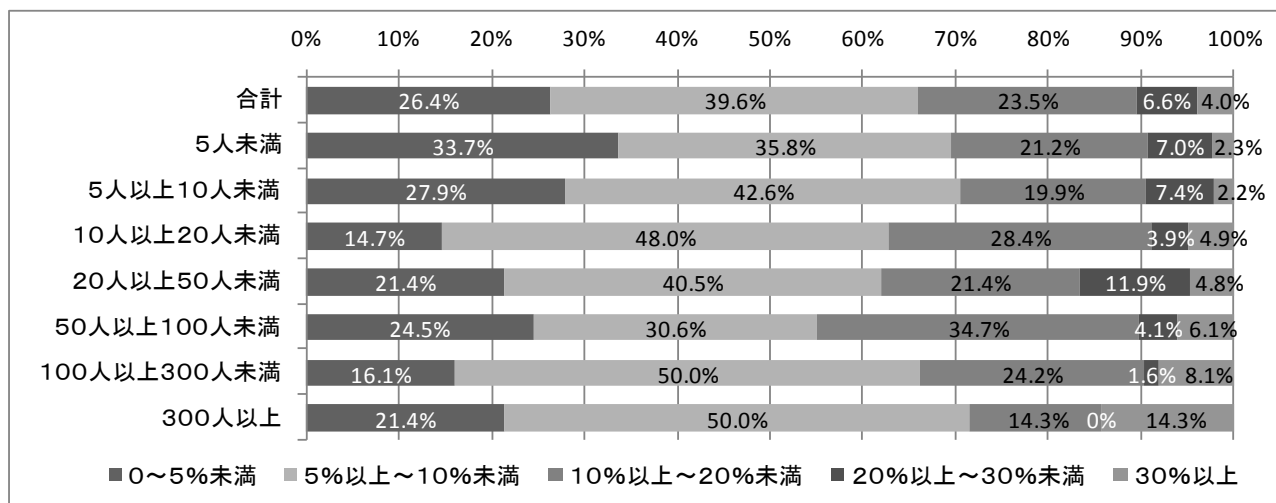
○「深刻な影響」「ある程度影響」と回答した企業が71.0%あった。前回調査時（平成19年11月13日～11月19日）が62.3%だったので、実際に影響が出ている企業が約1割増加している。

○規模の大きい企業の方が影響を感じている傾向が高い。

○業種別にみると、「深刻な影響」「ある程度影響」と回答した企業が最も多いのは建設業で83.2%、次いで製造業が81.7%となっている。

(2) 原油・素材価格の高騰により、仕入価格等の直接費や運送費等の間接費は、今年に入りどの程度上昇しましたか。最も近い番号1つに○を付けてください。(単一回答)

(N=882)



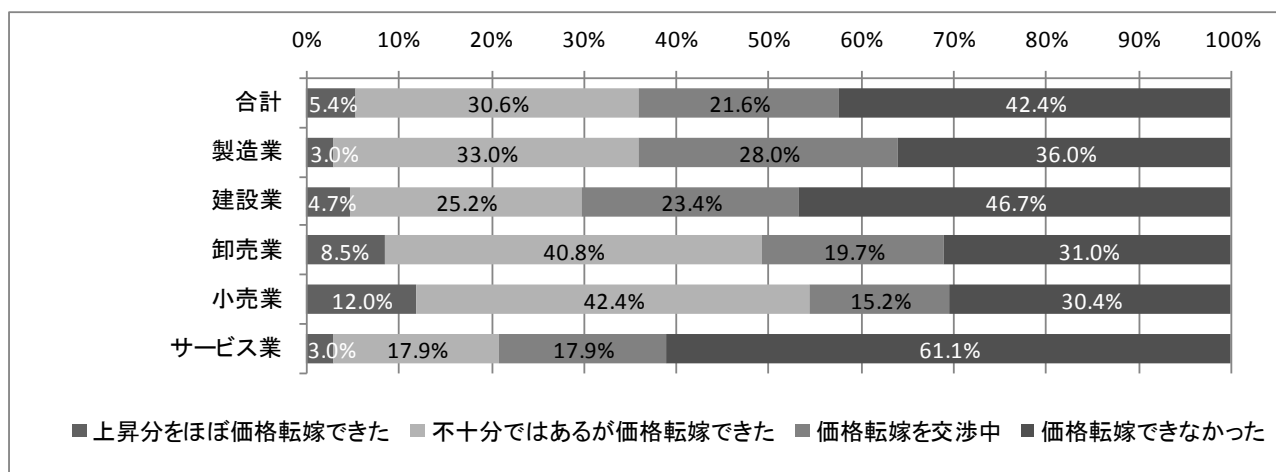
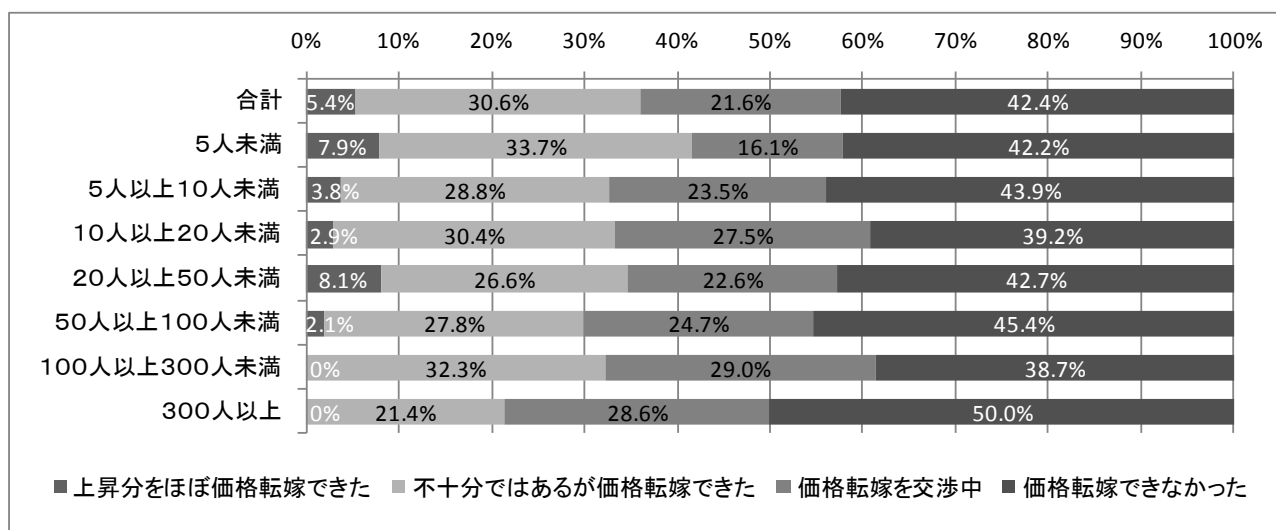
業種別に見ると、製造業への影響が高い

○全業種において、最も回答が多かった上昇の程度は 5%以上～10%未満で、39.6%を占めた。

○製造業において、上昇が 10%以上と回答した企業の合計割合が 47.1%と、他業種に比べ影響が高くなっている。

(3) 貴社では、原油・素材価格の上昇分を製品・サービス価格に転嫁することができましたか。最も近い番号1つに○を付けてください。(単一回答)

(N=872)



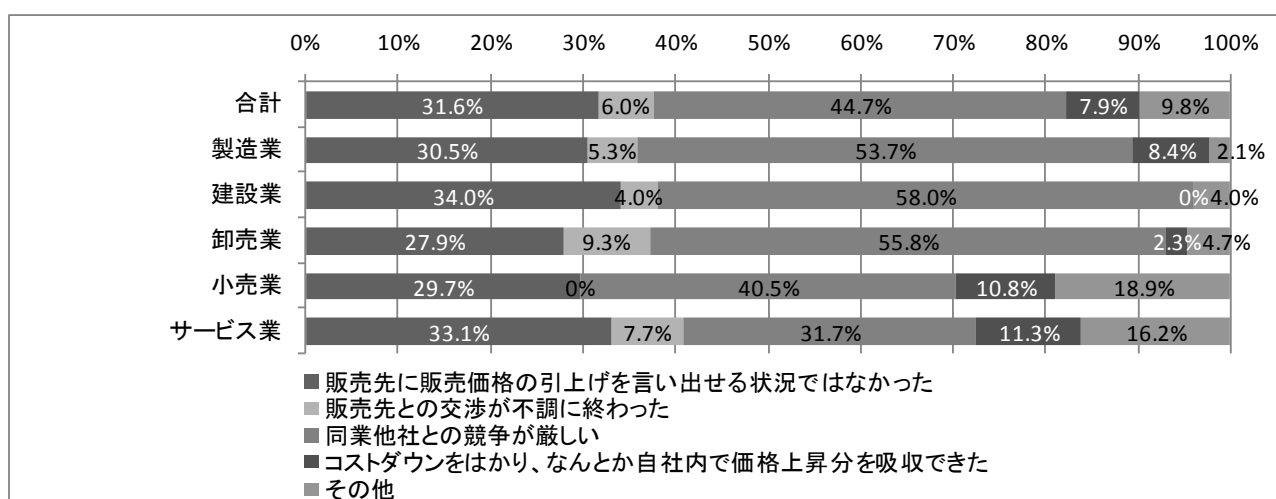
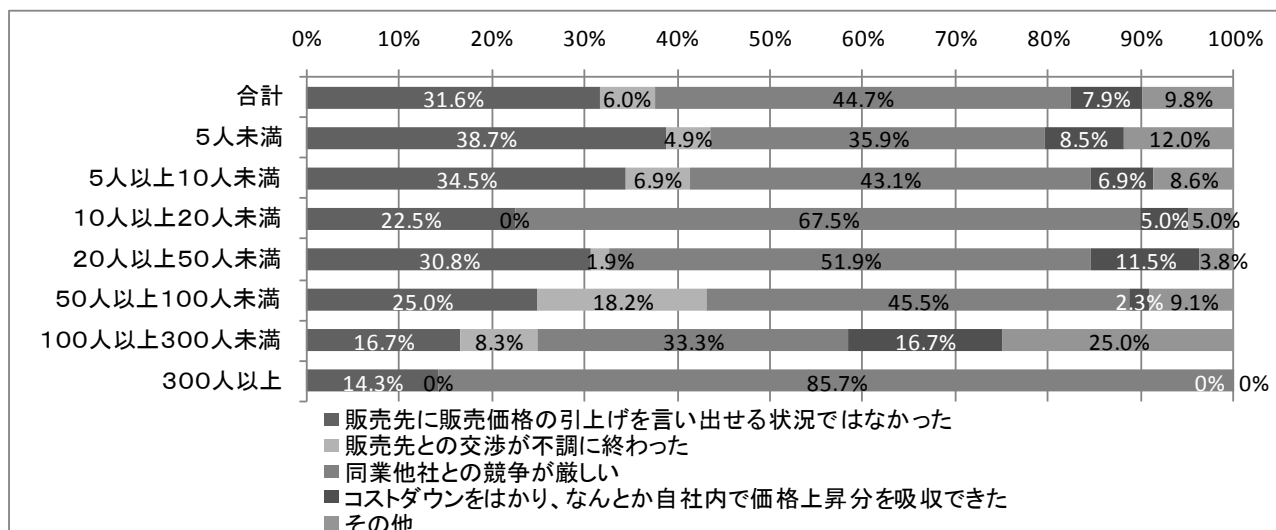
価格転嫁出来なかったと答えた企業は6割超

○原油・素材価格の上昇分をほぼ価格転嫁できた企業は5.4%にとどまり、「価格転嫁を交渉中」「価格転嫁できなかった」企業は合計で64.0%にのぼる。

○また業種別でみると、「価格転嫁を交渉中」「価格転嫁できなかった」企業はサービス業が79.0%と最も多い。

(4) (3) で「④価格転嫁できなかった」と回答された方にお伺いします。価格転嫁できなかった、または価格転嫁をしなかったのはなぜですか。最も近い番号 1 つに○を付けてください。(単一回答)

(N=367)



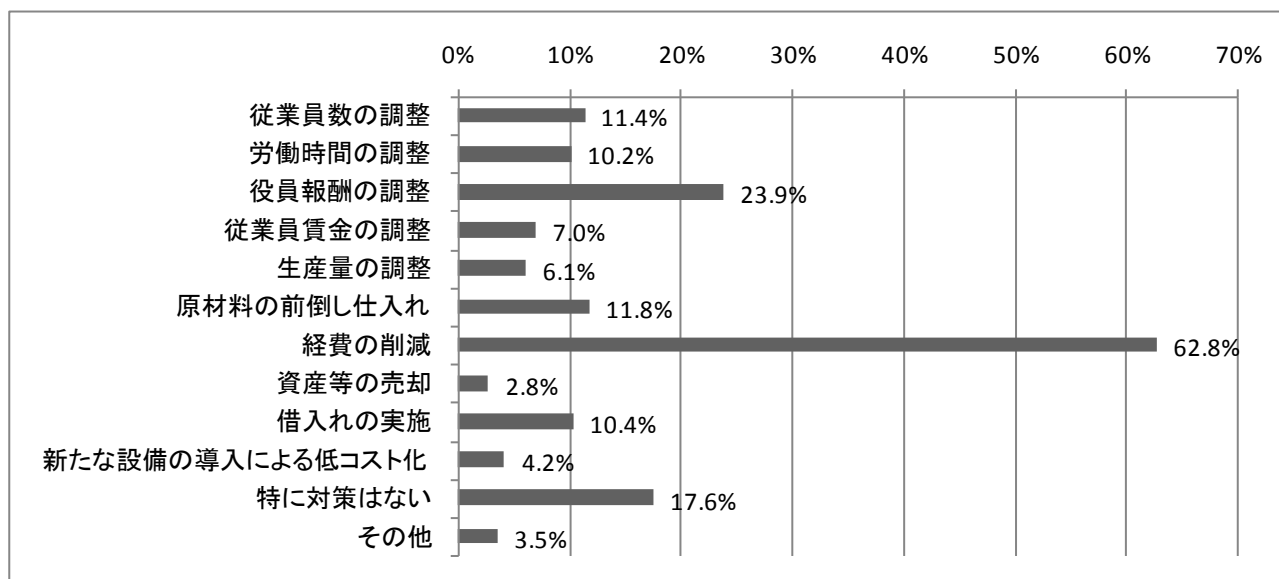
価格転嫁出来なかった分を自社内で吸収できた企業は少数

○価格転嫁出来なかった理由として、全業種において「同業他社との競争が厳しい」との回答が 44.7% で最も多かった。

○「コストダウンをはかり、なんとか自社内で価格上昇分を吸収できた」企業は全業種において 7.9% と少数にとどまり、厳しい経営環境が窺われる。

(5) 原材料価格の高騰に対して、製品・サービス価格への転嫁以外にどのような対策をとっていますか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。(複数回答)

(N=866)



価格転嫁以外の対策はコスト削減

○価格転嫁以外にしている対策として、経費の削減が62.8%と最も多く、次に役員報酬や従業員数の調整など、人件費の削減に関わるものが続き、自社努力により厳しい経営環境を乗り越えようとしている企業が多い。