

中小総研

Institute of Research
for Small and Medium Enterprise



中小企業の原油・原材料高騰に関する実態調査

2022年8月19日 大竹なつみ

目次

はじめに	01
調査事項・回答企業の内訳	
原油・原材料高騰が中小企業に 与える影響の大きさ	02
全体への影響・業種別の影響	
原油・原材料高騰に対する 中小企業の対応方法	04
対応の内訳・業種別の対応事例	
まとめ	09

はじめに at first

新型コロナウイルス感染症の拡大によるサプライチェーンの混乱やウクライナ侵攻、世界的なインフレ、急激な円安の影響により、原油・原材料の高騰が進んでいる。これを受け、エフアンドエムクラブの会員企業に向けて、原油・原材料高騰に関するアンケート調査を行った。アンケートに回答いただいた1,020社(7月4日~8月1日時点)のうち、全体の80%以上が少なからず原油・原材料高騰の影響があると答えており、会員企業の多くが経済的な負担を強いられていることがわかった。さらに、昨今の不安定な社会情勢においてこの影響は今後も長期化することが予想されている。ここでは、アンケートの結果と会員企業の取り組み事例を紹介し、今後取るべき対策について述べる。

調査事項 Survey items

- ① 原油・原材料高騰等は業況に影響はどの程度ありますか？**
大きな影響あるいはどちらかといえば影響があるかどうか
- ② 原油・原材料高騰の対策について、具体的な取り組みと状況を教えてください。**
値上げ、値下げ交渉・業務改善・人員削減・取引先変更等の実施事項の確認
- ③ 原油・原材料高騰の対策内容や状況について具体的に教えてください**
影響を受けている状況や対策の取り組み内容等を具体的に記入

回答企業の内訳

従業員規模(人)	社数(社)	割合
~10	254	24.9 %
11~30	402	39.4 %
31~50	146	14.3 %
51~100	129	12.6 %
101~300	72	7.1 %
301~	17	1.7 %
計	1020	100 %

業種	回答社数
建設業	209
製造業	296
情報通信業	25
運輸業	52
卸売業・小売業	197
不動産業	14
宿泊業、飲食業	21
サービス業	142
医療、福祉	31
その他の業種	33
総計	1020

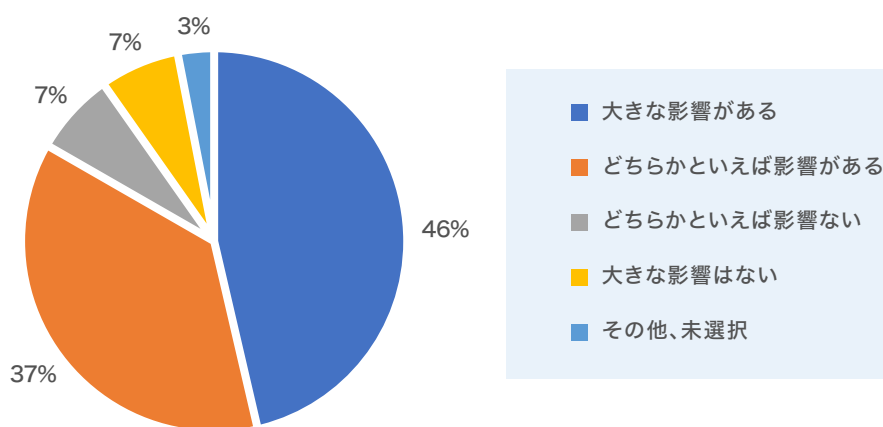
原油・原材料高騰が中小企業に 与える影響の大きさ

Magnitude of Impact on Small and Medium Enterprises due to Soaring Prices of Crude Oil and Raw Materials

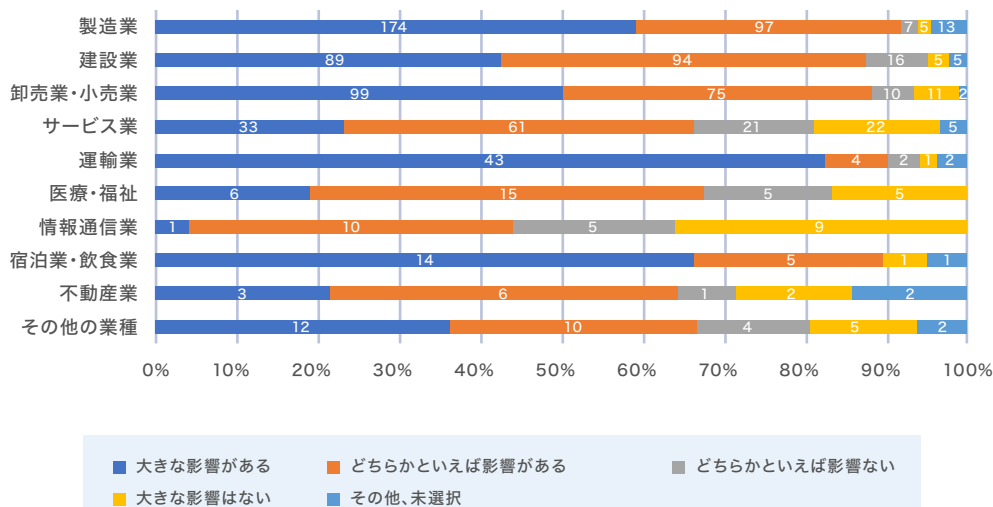
>> 「影響がある」8割 製造業・運輸業は影響大

まず、「原油・原材料高騰等は業況に影響はどの程度ありますか?」という質問に対して、474社が「大きな影響がある」、377社が「どちらかといえば影響はある」と回答し、全体の46%もの企業が大きな影響を受けているということだけでなく、少なからず影響を受けている企業は実に83%にも及ぶことがわかった。原油・原材料高騰の影響が一部のものではなく、とても広範囲に及ぶものであり社会的な問題となっていることがこの図からもわかる。

原油・原材料高騰等が業況に与える影響の大きさ



(業種別)



業種別に回答をみると、製造業、運輸業は特に影響が大きいと感じていることがわかる。製造業では全体の91.7%、運輸業では全体の90.1%の企業が少なからず影響があると回答している。製造業はエネルギー高騰の影響もそうだが、コロナ禍による物流網の混乱を起因とする供給不足によって半導体をはじめ、アルミニウムや鋼材等の幅広い原材料が値上がりしており、影響が大きい。更には部品不足により、そもそも受注自体が延期や停止になるというような影響も出ている。また運輸業においては、燃料費の高騰に加え、タイヤ・オイル等の石油製品の値上がりもあり、広い範囲に値上がりの影響が出ていることも要因といえる。ただ一方で、情報通信業は半数以上の企業が「大きな影響はない」「どちらかといえば影響はない」と回答している。経済全体としての不況の影響は多少あるものの、コロナ禍による移動の制限でも影響を受けにくく、人が資本のため原油や原材料の高騰でもそこまで大きい影響はないようだ。

■ 運送業（大阪府）

ガソリン代が以前と比べ、1.2~1.5倍に高騰している。

しかしながら取引先に値上げ交渉すると競合他社に仕事が流れてしまうため、この点で悩みが大きい。

■ 製造業（和歌山県）

競合他社との競争も厳しい中、値上げ交渉も厳しいものとなっている。

できる限りの社内製造コストの削減に努めてはいるものの、業況は厳しさを増してきている。

■ 情報通信業（兵庫県）

世の中の影響を受けやすいため、取引先に影響があれば、それに伴って多少の影響がある。

ただ自社の直接的な業務には、現状ではほとんど影響を受けていない。

※回答企業のコメントを一部抜粋

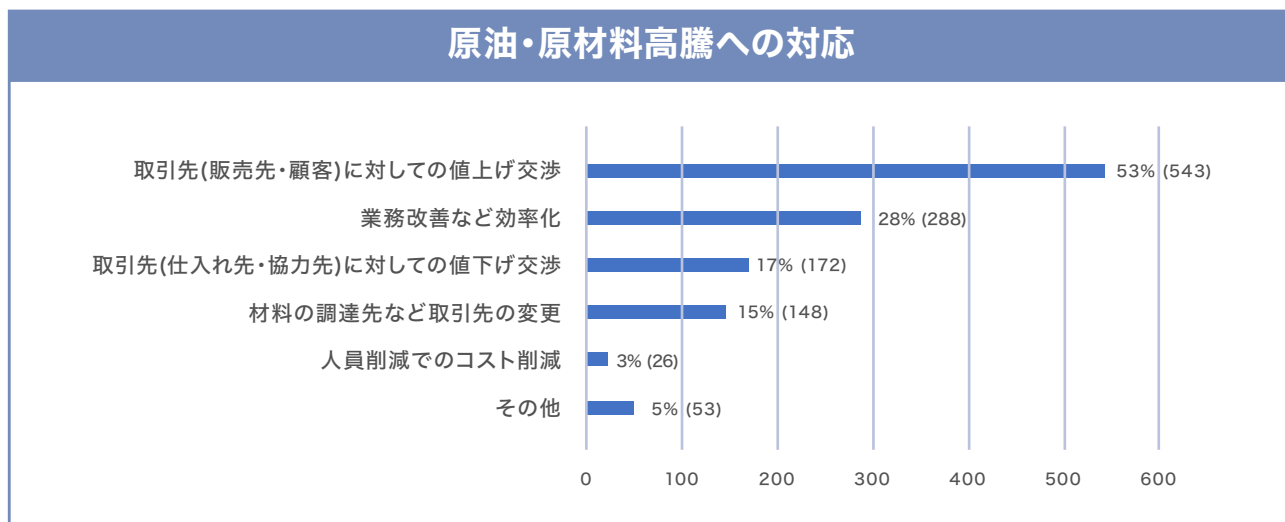


03

原油・原材料高騰に対する 中小企業の対応方法

How SMEs Respond to Soaring Crude
Oil and Raw Material Prices

>> 50%以上が値上げ、価格交渉のキホン



次に、「原油・原材料高騰の対策について、具体的な取り組みと状況を教えてください」（複数回答可）という質問に対しては、53%が取引先に対しての値上げ交渉を行っていると回答した。次いで、「業務改善などの効率化に取り組んでいる」と回答したのが28%、「取引先に対しての値下げ交渉」「材料の調達先など取引先の変更」を行っているのがそれぞれ約15%で、「人員削減でのコスト削減を行っている」と回答したのはわずか3%にとどまった。

基本的には商流の変更や人員整理等の大きな動きはせず、コスト高を販売価格へ転嫁することや業務改善によるコスト減を主な取り組みとしている。また人員の削減は行っていないものの休業に関する助成金である、「雇用調整助成金」を活用しながら人員のコントロールを行っているという回答も多かった。ここから回答数が多かった5業種の対応状況をそれぞれ見ていく。

04

>> 建設業

建設業では他業種と比較して「取引先に対しての値下げ交渉」を行っている割合が高い。値上げ交渉と合わせて原材料の調達方法を工夫しているという回答がみられた。

■ 建設業（石川県）

新規の仕入れをなるべく止め、在庫を積極的に使用している。また建築資材に関しては仕入れ先との価格交渉を随時行っている。

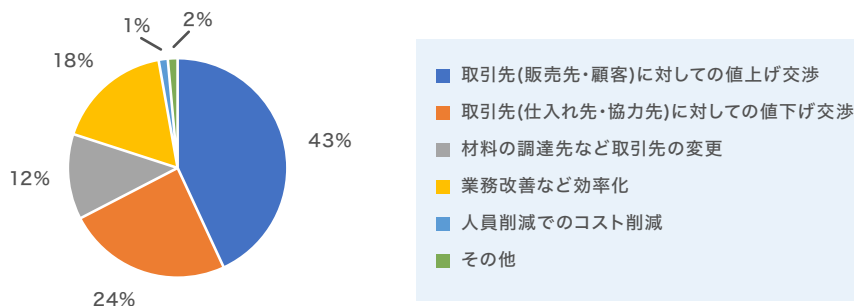
■ 建設業（大阪府）

ガソリン専用のカードを複数に分けていたものを1枚に集約し、平均単価を抑えた。また原材料についてはネット通販も用いてできるだけ安価なものを探して購入している。

■ 建設業（大阪府）

取引先に提出する見積書の有効期限を通常よりも短いものにし、価格の変化に適宜対応できるようにしている。

※回答企業のコメントを一部抜粋



>> 製造業

製造業は最も積極的に値上げ交渉を行っている一方で仕入れ先に対する値下げ交渉を行っているという回答した割合が低く、モノ不足による交渉力の弱さが目立つ。更には度重なる価格交渉に苦労している現状もみられた。

■ 製造業（沖縄県）

材料等の価格変化に応じて都度、価格改定を行うようにしている。また見積担当者への周知も徹底している。

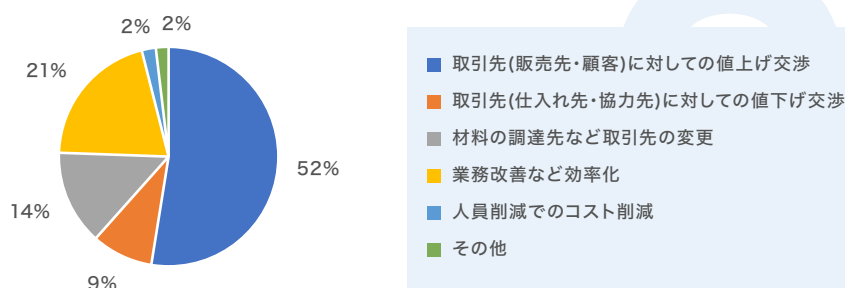
■ 製造業（大阪府）

取引先に値上げ交渉はしているが、承認を得るまでに時間を要している。また一度値上げしてもまた材料代が上がるため、何度も交渉が必要で膨大な時間がかかっている。

■ 製造業（東京都）

値上げ交渉にも限界があるため、社内でのミスをなくすことや作業を効率よく進めるためにはどうしたらいいか毎週会議をし、都度改善を実施している。

※回答企業のコメントを一部抜粋



>> 卸売業・小売業、運輸業

卸売業・小売業と運輸業については、製造業に比べて値上げ交渉を行っている割合が低く、負担を販売価格に十分反映できていない可能性がある。どちらの業種も燃料費高騰の影響を受けやすく、その中で値上げや業務効率化など様々な対応がされている。

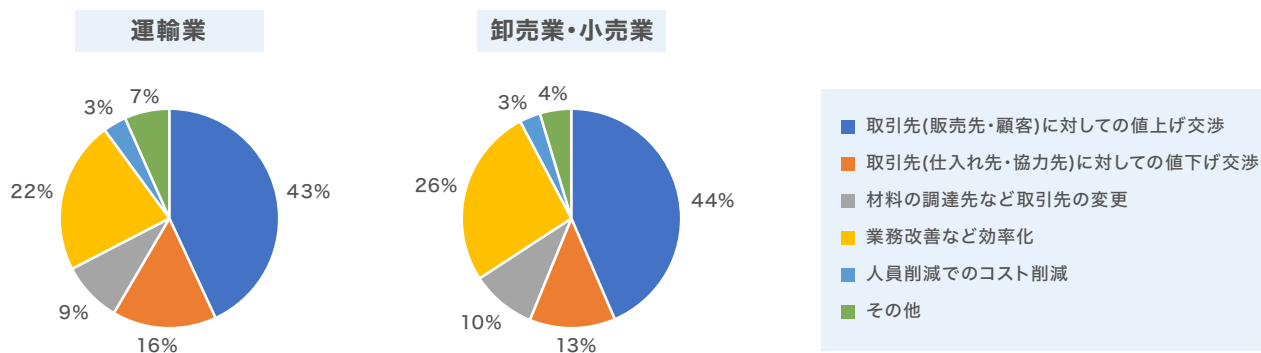
■ 小売業（神奈川県）

スチールや木材等の材料は以前と比べて10%ほど値上がりをしており、また遠方の取引先からの運搬費も値上がりしている。材料は取引先の変更や金額交渉を行い、運搬費はできるだけ荷物をまとめて配送便の数を減らすようにすることで何とか対応している。

■ 運輸業（石川県）

物流関係の業種なので、取引先に対して燃料サーチャージを提案し、多くの取引先に承諾いただいている。これからは燃料以外の物価上昇分と給与増額分として、運賃交渉に臨んでいく。それに先立ち、従業員には物価上昇分として月1万ほどの臨時手当を出して、士気の向上を図っている。

※回答企業のコメントを一部抜粋



>> サービス業

サービス業は他の業種と比べ、「業務改善などの効率化」が「取引先に対する値上げ交渉」と同程度の割合を占めており、特に効率化を意識していることがわかった。

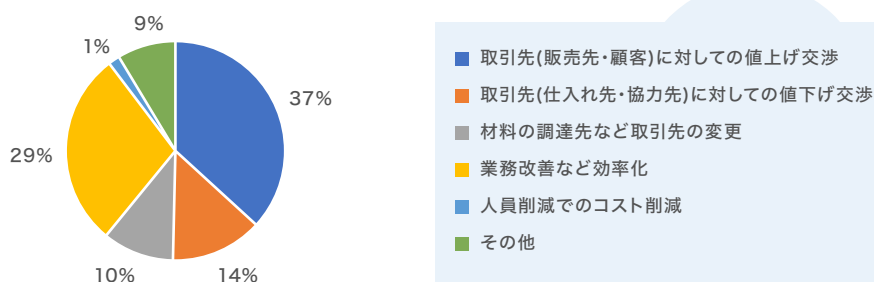
■ サービス業（北海道）

機械を省エネタイプのものに更新し、コスト削減を図っている。

■ サービス業（沖縄県）

物価の上昇に合わせて商品価格の改定を実施した。また原価を落とすために代用品を増やした。

※回答企業のコメントを一部抜粋



先にも申し上げた通り、全体として半数以上の企業が値上げをしている一方で値上げに踏み切れていない企業や交渉が難航している企業もあるのが実情だ。そのためここでは取引先に値上げ交渉する際の基本を改めて押さえていきたい。

>> 値上げ交渉の基本

事前準備

■ 価格根拠の資料を作成

価格交渉では、価格の根拠となる客観的なデータを提示する必要がある。

原材料費・エネルギーコスト・労務費について、これらの上昇を取引価格に反映しない取引は、独占禁止法の「優越的地位の濫用」に該当する恐れがある。値上要求にあたっては、たとえば以下のような価格根拠の資料を作成して、交渉に臨んでいただきたい。

- ・ 原材料の内訳と、それぞれの原材料価格の推移資料
- ・ 電気料金・ガス料金、燃料調達費などエネルギーコストの推移資料
- ・ 最低賃金の引上げ、人手不足による労務費の上昇資料説明
- ・ 上記の外的なコスト増加に対応するために企業努力で対応可能な範囲及びこれまで実施してきた企業努力をアピールする資料
- ・ 価格変更は安定供給や品質安定にどのような影響があるかをアピールする資料

■ 競合に対する自社の強みの把握

競合（同業他社）と比較した場合の自社の強みを整理しておく。価格だけでなく、品質・納期・機能など価格以外のメリットについてもまとめておくと良い。

競合と比較して

- ・ 価格は安いのか、高いのか
- ・ 製品、サービスの品質はどうか
- ・ 納期対応力・生産能力はどうか
- ・ 製品、サービスの機能・技術力は優れているか

■ 提示価格・目標価格・最低価格等の設定

最初取引先に提示する「提示価格」、自社として納得できる「目標価格」、これ以上は譲歩することができない「最低価格」の3種を設定する。

場合によっては価格交渉のテクニックとして目標価格よりも上の提示価格を決めておく必要である。

また価格以外に、自社で受け入れることができる取引条件についても整理しておきたい。

価格交渉

■ 価格・取引条件の交渉

事前に準備した客観的かつ合理的なデータを提示しながら、値上交渉を進めていく。
ポイントとしては、最初に提示価格を提示し、相手の反応を見ながら「目標価格」での妥結を目指す。
また必要に応じて、価格以外の対案・取引条件を提示していく。たとえば、以下のようなものが考えられる。

- ・ 加工方法や原材料、設計の変更
- ・ 包装方法や納品頻度の変更
- ・ 検査方法の見直し、変更
- ・ 支払い条件や保証期間の見直し
- ・ サービス体制の変更
- ・ 固定費の変動化、自社調達から材料支給の取引への変更

文書化

■ 取引条件・ルールの文書化

取引条件・ルールについて、議事録・見積書・契約書などで文書化しておくことが望ましい。
取引条件に関するルールとしては、以下のような例が考えられる。

- ・ 製品単価の算出ルール
- ・ 追加費用の負担ルール
- ・ 型等の保管・廃棄ルール
- ・ 補給品の支給条件・単価算出ルール
- ・ 運送経費の算出ルール
- ・ 図面・ノウハウの開示ルール

※ 出典: 中小企業庁「ミラサポPlus」マンガでわかる「価格交渉」をもとに弊社作成
<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/18596/>

上記に挙げたものは基本的なポイントのため、自社の状況に合わせて取り組む事項は判断していただければと思う。特に今回のような突発的な高騰で価格変動が不安定な中では本来の価格・料金とは峻別し、変動分のみを上乗せするサーチャージ制は比較的有効である。また価格交渉は根拠・裏付けとなる資料の用意が大変重要であるため、十分に準備した上で望んでいただきたい。

まとめ summary

コロナ第7波の拡大やウクライナ情勢の長期化により、原油・原材料高騰は今後も長引くことが予想される。さらに、10月には大幅な最低賃金引き上げも検討されているため人件費増加にも備えなければならない。急激な経費増加の対応策として販売価格に転嫁することは第一に考えられるが、値上げ交渉に難航した場合に備えて今のうちから運転資金となるキャッシュを十分に確保しておくことが重要である。原油・原材料高騰対策のための融資や補助金を設けている自治体もあるため、状況に応じて活用を検討することも良いだろう。

原油・原材料高騰の影響に対するの支援(県別)



※令和4年7月8日時点の情報です。

<https://ab996ed2.viewer.kintoneapp.com/public/1c41a8ff6bb843b97b1a2d7c5fba87356466233f0c17a3aac2e13ccd2c574f05#/>

またエフアンドエムクラブでは、自社の資金繰りを把握するためのサービス「未来予測図」や、資金繰り等の財務の専門チームによる財務相談会を毎月実施している。ぜひこの不安定な経済状況を乗り切る一助として活用していただければと思う。

【出典・参考資料】

中小企業庁「ミラサポPlus」マンガでわかる「価格交渉」

<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/18596/>



中小企業庁 中小企業・小規模事業者のための価格交渉ノウハウ・ハンドブック

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2020/200305support.pdf>

