

県内企業における仕入れ値上昇と価格転嫁動向 仕入れ値「上昇」が7割 うち63%が転嫁・今後転嫁

株式会社海邦総研（代表取締役社長：新崎勝彦）はこのたび、県内企業の仕入れ値上昇と価格転嫁動向に関する調査を実施しました。その結果をご報告いたします。

【調査結果概要】

仕入れ値の状況

今回調査の対象企業 385 社において、原材料費等の高騰により仕入れ値が「上昇している」企業は 267 社（69.3%）に上った。

業種別で見ると、「上昇している」が多いのは、飲食サービス業（92.8%）、製造業（90.3%）、建設業（85.2%）。特に飲食サービスにおいて上昇割合が多くなっている。

仕入れ値上昇の影響

仕入れ値が「上昇した」企業 267 社における経営への影響について、「とても影響がある」が 39.3%、「影響がある」が 44.2%となり、計 83.5%（全体 385 社のうちでは 57.9%）が影響を受けている。

「とても影響がある」が多いのは、製造業（62.2%）、飲食サービス業（53.8%）、卸売・小売業（46.3%）となっている。

価格転嫁の実施状況

仕入れ値が「上昇した」企業 267 社における主要商品・サービスの価格転嫁状況について、「転嫁している」のは 34.0%で、「今はしていないが今後転嫁する」が 28.8%となっていて、計 62.8%が「転嫁している」ないし「今後転嫁する」という対応だ。一方で「転嫁していない」は 29.2%だった。

業種別で見ると、「転嫁している」が多いのは、卸売・小売業（61.1%）、建設業（50.1%）となっている。一方、旅行・宿泊業（3.2%）および飲食サービス業（15.4%）で非常に少なかった。ただし、飲食サービスにおいては「今はしていないが、今後転嫁する」が 76.9%で非常に多くなっている。

価格転嫁ができない理由としては「他社との価格競争が激しいため」が 41.6%で最も多く、次いで「取引先との関係を維持するため」（27.0%）が続いた。

1 県内企業における仕入れ値上昇と価格転嫁動向調査に関する考察

世界的な資源、原材料等の価格上昇および円安を背景に、県内においても企業における仕入れ値が上昇し、価格転嫁が進んでいる結果が得られた。

仕入れ値の上昇が顕著だった飲食サービス業では 92.8%が「上昇している」とし、主に小麦や食肉、油などの食材が値上がりしている項目として挙げられた。ただし価格に「転嫁している」は 15.4%に留まっている。飲食サービス業の経営環境は、現状も新型コロナウイルス感染症拡大の影響を強く引きずって、需要が低減した状況が継続している。こうした状況下で価格転嫁できる企業は少ないようで、今後需要が回復していく中で、価格転嫁が進んでいくと推察される。

製造業では、価格転嫁できない理由として「取引先との関係を維持」「取引先との交渉が困難」が多く挙げられた。常に一定量の原材料等を仕入れているという業種特性もあり、サプライチェーン維持の観点から価格転嫁しにくい状況があるようだ。ただし「今はしていないが今後転嫁する」が一定数あり、利益確保の観点から、今後、価格転嫁が進むと見込まれる。

建設業では、従前からあらゆる資材が高騰していて、建設コストはここ数年上昇の一途を辿っている。ウッドショックなどの発生もあり、消費者側においても資材価格高騰は周知の事実であることから、転嫁は比較的スムーズに進むと考えられる。同時に、県民の住宅取得環境はさらに悪化すると予想される。

卸・小売業では、業界全体で取引価格の値上げ交渉が大幅に増えていることがヒアリングで確認された。仕入れ値が上昇すれば、一定の掛け率で販売価格も上昇すると考えられ、さまざまな商品において値上げが進むと予想される。

以上のことから、供給側におけるコスト上昇を受け、すでにさまざまな商品において価格転嫁が進んでいる。さらに、飲食サービス業や製造業など、価格転嫁しにくい事情を抱える業種があり、今後、こうした業種による価格転嫁が第2波、第3波と続くことが想定される。

価格転嫁による物価上昇は、現状ではそのまま県民の家計を直撃し、消費生活は厳しさが増すと懸念される。県内企業においては、コスト増加分はしっかり価格転嫁し、利益を確保した上で、賃金等に還元していくサイクルを確立するスタンスが求められるだろう。

2 調査概要および調査対象について

原油を中心にあらゆる原材料価格が高騰する中において、県内企業における原料高騰の影響を把握するために実施した。

なお、本調査は3月に実施した弊社の県内景気動向調査（2022年1-3月実績、4-6月見通し）の特別調査項目として実施したものである。

調査の対象、調査方法、回収率等は以下のとおり。

調査概要

項目	内容
調査対象	県内に本社所在地がある2000企業に発送した。 ただし調査対象有効企業数は、宛先不明として返送されてきた25企業を除いた1975企業。
抽出方法	信用調査会社などから提供を受けた。その際、業種、地域については、経済センサス調査基礎調査結果と偏りが少なくなるよう考慮して抽出した。そのほか、各種公開情報等を参考にして発送先を選定した。
調査方法	郵送により調査票を配布・回収 ※一部インターネットによる回答・回収
調査期間	2022年3月1日に調査票を発送し、3月24日到着分までを集計
回収状況	有効回収数:385通(有効回答率:19.5%)

※ 複数回答の場合は、構成比(パーセント計算)の和が100.0を超えるものがある。

※ 統計表中の「0.0」は、数値が表章単位に満たないものを指す場合もある。ただ、墨色の「0.0」は回答者が0であった項目である。

※ 統計表において数値に以下の背景色が付いている場合は、下記の意味である。

 は全体平均より5ポイント以上、 は5ポイント以下の場合

※ 上記同様、数値が太字の場合は全体平均より5ポイント以上、数値が墨色の場合は全体平均より5ポイント以下の場合である。

3 主要調査結果

回答企業属性

回答企業総数は 385 社。構成比は以下の通りとなっている。

■ 業種別

項目	回答数 (n=385)	構成比 (%)
農業、林業、漁業	1	0.3
建設業	61	15.8
製造業	41	10.6
情報通信業	18	4.7
卸売・小売業	67	17.4
不動産業	33	8.6
旅行・宿泊業	48	12.5
飲食サービス業	14	3.6
医療、福祉	16	4.2
その他のサービス業	86	22.3
その他	0	0.0
無回答	0	0.0

■ 資本金別

項目	回答数 (n=385)	構成比 (%)
1000万円未満	109	28.3
1000～5000万円未満	183	47.5
5000～1億円未満	48	12.5
1億円以上	28	7.3
無回答	17	4.4

■ 従業員数別

項目	回答数 (n=385)	構成比 (%)
10人未満	100	26.0
10～19人	69	17.9
20～49人	102	26.5
50～99人	52	13.5
100人以上	55	14.3
無回答	7	1.8

■ 地域別

項目	回答数 (n=385)	構成比 (%)
北部	43	11.2
中部	142	36.9
南部	61	15.8
那覇	108	28.1
離島	30	7.8
無回答	1	0.3

■ 売上先マーケット別

項目	回答数 (n=385)	構成比 (%)
県内売上50%以上	316	82.1
県外売上50%以上	68	17.7
海外売上20%以上	3	0.8

■ 1年前と比較した商品・サービスの原材料費等の仕入れ値の状況

- 全体では「10～20%上昇している」が 28.3%で最も多く、ついで「10%未満で上昇している」(22.6%)が続いている。「上昇している」の合計は 385 社中 267 社 (69.3%)に上っている。
- 業種別では、飲食サービス業において「30%以上上昇している」が多くなっている。
- 情報通信業および不動産業等において「変化無し」が多く見られる。

<業種別>

項目	合計 (n=385)	主要業種								
		建設業 (n=61)	製造業 (n=41)	情報通信業 (n=18)	卸売・小売業 (n=67)	不動産業等 (n=33)	旅行・宿泊業 (n=48)	飲食サービス業 (n=14)	医療・福祉 (n=16)	その他の サービス業 (n=86)
30%以上上昇している	5.2	4.9	9.8	0.0	7.5	3.0	0.0	14.3	0.0	5.8
20～30%上昇している	13.2	16.4	14.6	0.0	13.4	9.1	8.3	21.4	0.0	18.6
10～20%上昇している	28.3	34.4	36.6	5.6	34.3	18.2	31.3	35.7	31.3	19.8
10%未満で上昇している	22.6	29.5	29.3	5.6	25.4	9.1	25.0	21.4	43.8	16.3
「上昇している」の合計	69.3	85.2	90.3	11.2	80.6	39.4	64.6	92.8	75.1	60.5
変化なし	29.6	14.8	9.8	88.9	17.9	57.6	31.3	7.1	25.0	39.5
下落している	0.5	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0
無回答	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	2.1	0.0	0.0	0.0

<資本金・従業員数別>

項目	合計 (n=385)	資本金				従業員数				
		1000万円 未満 (n=109)	1000万円以上 5000万円未満 (n=183)	5000万円以上 1億円未満 (n=48)	1億円以上 (n=28)	10人未満 (n=100)	10人以上20 人未満 (n=69)	20人以上50 人未満 (n=102)	50人以上 100人未満 (n=52)	100人以上 (n=55)
30%以上上昇している	5.2	4.6	4.9	10.4	3.6	6.0	2.9	2.9	5.8	9.1
20～30%上昇している	13.2	13.8	10.9	14.6	28.6	12.0	11.6	10.8	23.1	12.7
10～20%上昇している	28.3	19.3	32.8	27.1	28.6	21.0	39.1	33.3	23.1	25.5
10%未満で上昇している	22.6	25.7	21.3	27.1	10.7	17.0	20.3	27.5	19.2	29.1
「上昇している」の合計	69.3	63.4	69.9	79.2	71.5	56.0	73.9	74.5	71.2	76.4
変化なし	29.6	35.8	30.1	18.8	25.0	41.0	26.1	25.5	28.8	21.8
下落している	0.5	0.9	0.0	0.0	3.6	1.0	0.0	0.0	0.0	1.8
無回答	0.5	0.0	0.0	2.1	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0

■ 上昇した仕入れ値の内訳

商品・サービスの仕入れ値が「上昇している」267社の集計

- 全体では、「燃料費の上昇」が69.3%で最も多く、ついで「材料費の上昇」(61.8%)、「製品または商品価格の上昇」(44.9%)、「運送費の上昇」(30.3%)が続いた。
- 業種別では、製造業、建設業、飲食サービス業、旅行・宿泊業で「材料費の上昇」が大きくなっている。
- 資本金別では、1億円以上において影響が多くなっている。

<業種別>

項目	合計 (n=267)	主要業種								
		建設業 (n=52)	製造業 (n=37)	情報通信業 (n=2)	卸売・小売業 (n=54)	不動産業等 (n=13)	旅行・宿泊業 (n=31)	飲食サービス業 (n=13)	医療・福祉 (n=12)	その他のサービス業 (n=52)
燃料費の上昇	69.3	67.3	67.6	0.0	61.1	15.4	87.1	61.5	75.0	86.5
材料費の上昇	61.8	76.9	91.9	0.0	50.0	38.5	67.7	76.9	58.3	38.5
運送費の上昇	30.3	32.7	51.4	0.0	38.9	15.4	16.1	38.5	16.7	19.2
製品または商品価格の上昇	44.9	46.2	35.1	50.0	59.3	76.9	41.9	69.2	25.0	28.8
梱包費の上昇	13.5	0.0	37.8	0.0	18.5	0.0	9.7	23.1	8.3	9.6
その他	2.2	0.0	2.7	50.0	1.9	7.7	0.0	0.0	0.0	3.8
無回答	1.1	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9

<資本金・従業員数別>

項目	合計 (n=267)	資本金				従業員数				
		1000万円未満 (n=69)	1000万円以上5000万円未満 (n=128)	5000万円以上1億円未満 (n=38)	1億円以上 (n=20)	10人未満 (n=56)	10人以上20人未満 (n=51)	20人以上50人未満 (n=76)	50人以上100人未満 (n=37)	100人以上 (n=42)
燃料費の上昇	69.3	68.1	71.1	57.9	85.0	60.7	66.7	71.1	67.6	83.3
材料費の上昇	61.8	56.5	60.9	65.8	80.0	55.4	60.8	71.1	59.5	59.5
運送費の上昇	30.3	20.3	35.9	31.6	45.0	25.0	23.5	36.8	35.1	33.3
製品または商品価格の上昇	44.9	43.5	46.1	36.8	50.0	51.8	49.0	40.8	51.4	33.3
梱包費の上昇	13.5	13.0	13.3	7.9	25.0	7.1	11.8	13.2	13.5	26.2
その他	2.2	1.4	1.6	5.3	5.0	1.8	0.0	1.3	5.4	4.8
無回答	1.1	0.0	2.3	0.0	0.0	1.8	3.9	0.0	0.0	0.0

■ 原材料等の値上がりによる経営への影響

商品・サービスの仕入れ値が「上昇している」267社の集計

- ▶ 全体では「影響がある」が44.2%で最も多く、次いで「とても影響がある」が39.3%が続いている。
- ▶ 業種別で見ると、「とても影響がある」は、製造業、飲食サービス業、卸売・小売業で多くなっている。
- ▶ 資本金別で見ると、「とても影響がある」は1億円以上で多くなっている。

<業種別>

項目	合計 (n=267)	主要業種								
		建設業 (n=52)	製造業 (n=37)	情報通信業 (n=2)	卸売・小売業 (n=54)	不動産業等 (n=13)	旅行・宿泊業 (n=31)	飲食サービス業 (n=13)	医療・福祉 (n=12)	その他のサービス業 (n=52)
とても影響がある	39.3	30.8	62.2	0.0	46.3	7.7	32.3	53.8	25.0	38.5
影響がある	44.2	51.9	24.3	100.0	38.9	69.2	54.8	46.2	58.3	36.5
「影響がある」の合計	83.5	82.7	86.5	100.0	85.2	76.9	87.1	100.0	83.3	75.0
どちらともいえない	6.7	9.6	10.8	0.0	5.6	7.7	6.5	0.0	0.0	5.8
あまり影響はない	6.4	5.8	2.7	0.0	7.4	15.4	3.2	0.0	8.3	9.6
影響はない	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	1.9
無回答	2.6	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	3.2	0.0	0.0	7.7

<資本金・従業員数別>

項目	合計 (n=267)	資本金					従業員数				
		1000万円未満 (n=69)	1000万円以上 5000万円未満 (n=128)	5000万円以上 1億円未満 (n=38)	1億円以上 (n=20)	10人未満 (n=56)	10人以上20人未満 (n=51)	20人以上50人未満 (n=76)	50人以上 100人未満 (n=37)	100人以上 (n=42)	
とても影響がある	39.3	34.8	41.4	39.5	45.0	32.1	41.2	38.2	54.1	38.1	
影響がある	44.2	46.4	41.4	44.7	45.0	51.8	51.0	39.5	40.5	35.7	
「影響がある」の合計	83.5	81.2	82.8	84.2	90.0	83.9	92.2	77.7	94.6	73.8	
どちらともいえない	6.7	7.2	7.0	5.3	10.0	5.4	2.0	9.2	5.4	11.9	
あまり影響はない	6.4	5.8	7.8	5.3	0.0	8.9	5.9	7.9	0.0	4.8	
影響はない	0.7	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	
無回答	2.6	2.9	2.3	5.3	0.0	1.8	0.0	2.6	0.0	9.5	

■ 仕入れ値高騰への対応

商品・サービスの仕入れ値が「上昇している」267社の集計

- 全体では「販売価格への転嫁」が44.9%で最も多く、次いで「合理化・経費削減」(42.7%)が続いた。
- 業種別で見ると、「販売価格への転嫁」は卸売・小売業、製造業で多くなっている。
- 飲食サービス業では「仕入先等の変更」が多くなっている。

<業種別>

項目	合計 (n=267)	主要業種								
		建設業 (n=52)	製造業 (n=37)	情報通信業 (n=2)	卸売・小売業 (n=54)	不動産業等 (n=13)	旅行・宿泊業 (n=31)	飲食サービス業 (n=13)	医療・福祉 (n=12)	その他の サービス業 (n=52)
合理化・経費削減	42.7	36.5	62.2	50.0	29.6	38.5	54.8	53.8	33.3	42.3
販売価格への転嫁	44.9	48.1	64.9	0.0	74.1	38.5	12.9	38.5	16.7	28.8
仕入先等の変更	14.2	13.5	10.8	0.0	18.5	7.7	16.1	46.2	8.3	5.8
対応していない	21.0	30.8	10.8	50.0	9.3	23.1	29.0	23.1	33.3	21.2
その他	7.5	1.9	0.0	0.0	1.9	7.7	12.9	0.0	25.0	19.2
無回答	1.1	0.0	0.0	0.0	1.9	7.7	0.0	0.0	0.0	1.9

<資本金・従業員数別>

項目	合計 (n=267)	資本金				従業員数				
		1000万円 未満 (n=69)	1000万円以上 5000万円未満 (n=128)	5000万円以上 1億円未満 (n=38)	1億円以上 (n=20)	10人未満 (n=56)	10人以上20 人未満 (n=51)	20人以上50 人未満 (n=76)	50人以上 100人未満 (n=37)	100人以上 (n=42)
合理化・経費削減	42.7	44.9	40.6	39.5	65.0	42.9	35.3	36.8	48.6	59.5
販売価格への転嫁	44.9	33.3	48.4	50.0	55.0	46.4	47.1	35.5	56.8	47.6
仕入先等の変更	14.2	14.5	15.6	7.9	15.0	19.6	19.6	5.3	10.8	21.4
対応していない	21.0	29.0	18.8	13.2	10.0	21.4	23.5	28.9	8.1	11.9
その他	7.5	4.3	9.4	10.5	5.0	5.4	7.8	10.5	8.1	4.8
無回答	1.1	0.0	1.6	0.0	5.0	0.0	2.0	0.0	2.7	2.4

■ 主力商品・サービスにおける販売価格への転嫁状況

商品・サービスの仕入れ値が「上昇している」267社の集計

- ▶ 全体では「転嫁している」の合計は 34.0%で、「今はしていないが今後転嫁する」が 28.8%となっている。一方で「転嫁していない」が 29.2%に上る。
- ▶ 業種別で見ると、「転嫁している」が多いのは、卸売・小売業、建設業となっている。
- ▶ 旅行・宿泊業および飲食サービス業では「転嫁している」が非常に少なくなっている中、飲食サービスにおいては「今はしていないが、今後転嫁する」が非常に多くなっている。
- ▶ 資本金別で見ると、資本金規模が大きい企業で「転嫁している」が多くなっている。

<業種別>

項目	合計 (n=267)	主要業種 (%)								
		建設業 (n=52)	製造業 (n=37)	情報通信業 (n=2)	卸売・小売業 (n=54)	不動産業等 (n=13)	旅行・宿泊業 (n=31)	飲食サービス業 (n=13)	医療・福祉 (n=12)	その他の サービス業 (n=52)
原材料費上昇分のうち8割以上を転嫁している	10.1	13.5	5.4	0.0	20.4	7.7	0.0	7.7	16.7	5.8
原材料費上昇分のうち5-8割を転嫁している	11.2	13.5	18.9	0.0	25.9	0.0	3.2	0.0	0.0	1.9
原材料費上昇分のうち5割未満を転嫁している	12.7	23.1	10.8	0.0	14.8	23.1	0.0	7.7	0.0	11.5
「転嫁している」の合計	34.0	50.1	35.1	0.0	61.1	30.8	3.2	15.4	16.7	19.2
転嫁していない	29.2	23.1	21.6	100.0	9.3	38.5	54.8	7.7	50.0	40.4
今はしていないが今後転嫁する	28.8	19.2	37.8	0.0	22.2	15.4	32.3	76.9	16.7	32.7
未定	6.0	5.8	2.7	0.0	5.6	7.7	6.5	0.0	16.7	7.7

<資本金・従業員数別>

項目	合計 (n=267)	資本金 (%)				従業員数 (%)				
		1000万円 未満 (n=69)	1000万円以上 5000万円未満 (n=128)	5000万円以上 1億円未満 (n=38)	1億円以上 (n=20)	10人未満 (n=56)	10人以上20 人未満 (n=51)	20人以上50 人未満 (n=76)	50人以上 100人未満 (n=37)	100人以上 (n=42)
原材料費上昇分のうち8割以上を転嫁している	10.1	11.6	9.4	10.5	10.0	10.7	13.7	5.3	16.2	7.1
原材料費上昇分のうち5-8割を転嫁している	11.2	5.8	14.1	7.9	20.0	12.5	11.8	9.2	13.5	11.9
原材料費上昇分のうち5割未満を転嫁している	12.7	7.2	14.1	18.4	10.0	14.3	9.8	13.2	13.5	11.9
「転嫁している」の合計	34.0	24.6	37.6	36.8	40.0	37.5	35.3	27.7	43.2	30.9
転嫁していない	29.2	37.7	25.0	31.6	20.0	28.6	27.5	32.9	21.6	28.6
今はしていないが今後転嫁する	28.8	26.1	30.5	26.3	35.0	23.2	29.4	28.9	35.1	33.3
未定	6.0	10.1	3.9	5.3	5.0	7.1	5.9	9.2	0.0	4.8

■ 価格転嫁ができていない理由

- 全体では「他社との価格競争が激しいため」が41.6%で最も多く、次いで「取引先との関係を維持するため」(27.0%)が続いている。
- 業種別で見ると「他社との価格競争が激しいため」は、旅行・宿泊業、製造業、飲食サービス業、卸売・小売業で多くなっている。
- 「取引先との関係を維持するため」が、製造業で多く、「取引先との交渉が困難であるため」が製造業、飲食サービス業で多くなっている。

<業種別>

項目	合計 (n=267)	主要業種 (%)								
		建設業 (n=52)	製造業 (n=37)	情報通信業 (n=2)	卸売・小売業 (n=54)	不動産業等 (n=13)	旅行・宿泊業 (n=31)	飲食サービス業 (n=13)	医療・福祉 (n=12)	その他のサービス業 (n=52)
他社との価格競争が激しいため	41.6	30.8	54.1	0.0	50.0	30.8	54.8	53.8	8.3	36.5
取引先との関係を維持するため	27.0	23.1	45.9	50.0	29.6	23.1	12.9	23.1	25.0	25.0
売上高を維持するため	13.9	11.5	8.1	0.0	20.4	7.7	22.6	15.4	8.3	11.5
取引先との交渉が困難であるため	12.0	3.8	24.3	0.0	13.0	0.0	9.7	23.1	16.7	11.5
転嫁するほどの影響ではないため	10.9	9.6	5.4	50.0	13.0	15.4	9.7	0.0	16.7	13.5
価格転嫁はしている	12.0	11.5	10.8	0.0	9.3	15.4	12.9	15.4	25.0	11.5
その他	6.0	5.8	8.1	0.0	9.3	7.7	0.0	15.4	0.0	3.8
無回答	17.2	23.1	13.5	0.0	20.4	30.8	9.7	0.0	16.7	15.4

<資本金・従業員数別>

項目	合計 (n=267)	資本金 (%)				従業員数 (%)				
		1000万円未満 (n=69)	1000万円以上 5000万円未満 (n=128)	5000万円以上 1億円未満 (n=38)	1億円以上 (n=20)	10人未満 (n=56)	10人以上20人未満 (n=51)	20人以上50人未満 (n=76)	50人以上 100人未満 (n=37)	100人以上 (n=42)
他社との価格競争が激しいため	41.6	44.9	44.5	39.5	25.0	42.9	43.1	47.4	43.2	28.6
取引先との関係を維持するため	27.0	21.7	30.5	31.6	25.0	30.4	19.6	34.2	29.7	19.0
売上高を維持するため	13.9	11.6	17.2	10.5	10.0	16.1	15.7	13.2	10.8	11.9
取引先との交渉が困難であるため	12.0	11.6	13.3	13.2	5.0	8.9	13.7	15.8	13.5	7.1
転嫁するほどの影響ではないため	10.9	13.0	10.9	5.3	10.0	12.5	11.8	9.2	5.4	14.3
価格転嫁はしている	12.0	8.7	10.9	15.8	25.0	5.4	21.6	9.2	10.8	16.7
その他	6.0	0.0	5.5	10.5	10.0	8.9	2.0	1.3	13.5	9.5
無回答	17.2	18.8	16.4	13.2	20.0	14.3	23.5	13.2	10.8	21.4

<参考> 自由記述から得られた、1年前と比較した各種原料等の値上がり状況

【エネルギー分野】		米	……	10%	
石炭	……	26%	バター	……	45%
ガソリン	……	10~25%	ヤシ油	……	20%
A重油	……	20~30%	揚げ油	……	10~30%
軽油	……	10~51%	調味料	……	5~10%
LPG	……	20~30%	牛肉	……	30~40%
電気料金	……	10~25%	豚肉	……	30%
			魚すり身	……	10%
【建設資材分野】		オマールエビ	……	20%	
砕石	……	10%	タラバガニ	……	120%
セメント	……	10~17%	国産ウイスキー	……	20~30%
鉄スクラップ	……	50%			
鉄筋	……	10~20%	【その他】		
鋼材	……	20%	中古車	……	50%
電線	……	20%	リネン類	……	20~30%
木材	……	15~50%	紙	……	20%
ベニヤ・杉材	……	10~30%	インク	……	10%
ビニール床	……	10%	ガラス製品原材料	……	10%
塩ビパイプ	……	50%	段ボール	……	10%
壁紙	……	15%	ビン	……	10%
住宅設備	……	10%	ポリエチレン原料	……	20%
シンナー・塗料	……	10~15%	肥料・農薬	……	20%
【食材分野】		【サービス】			
小麦	……	10~20%	運送コスト	……	10~15%
パン・パスタ	……	20%	冷凍保管料	……	50%

※上記の結果はそれぞれの企業からの回答を抜粋したものである。項目や金額の捉え方が企業によって異なることが考えられ、また、実勢とは乖離があることが考えられる。

—— 本資料のご利用に際して ——

- ・ 本資料は弊社の著作物であり、著作権法により保護されております。著作権法の定めに従い、引用する際には、必ず出所・株式会社海邦総研と明記してください。
- ・ 本調査に関する問い合わせは、弊社・地域経済調査部・瀬川、当銘 までご連絡ください。

TEL: 098-869-8724 E-mail: sonshu_segawa@kaiho-ri.jp