

< 補足調査 >

電気料金引き上げの影響について

関西電力は家庭向け 9.75%、企業向け 17.26%の電気料金引き上げを実施した。そこで、この値上げによる中小企業への影響などについて、補足調査で探ってみた。

1. 収益面の影響

すべての企業に対し、収益面の影響を聞いたところ、「①かなり収益に響く」と答えた、深刻な影響を受けていると思われる企業は 14.3%に留まったが、「②ある程度収益に響く」と答えた企業が 52.5%あり、これら「収益に響く」とする企業の合計は 66.8%となった。一方、「③ほとんど収益に響かない」と答えた企業は 33.2%だった(補足表 1)。

業種別に見ると、製造業では「①かなり収益に響く」と答えた、かなり痛手を受けていると思われる企業が 23.1%あるなど、「収益に響く」とする企業は 83.1%にのぼった。

このように、今回の電気料金引き上げの影響は製造業を中心とし、かなり大きいようだ。

補足表 1 収益面の影響

(%)

業種 \ 項目	①かなり 収益に響く	②ある程度 収益に響く	③ほとんど 収益に響かない	計	①+② 収益に響く
製造業	23.1	61.0	15.9	100.0	83.1
非製造業	7.9	46.3	45.8	100.0	54.2
全体	14.3	52.5	33.2	100.0	66.8

2. 対応策

前項 1. で電気料金引き上げが、「収益に響く」と答えた企業(884社、66.8%)に対し、それをカバーするため考えられる主な対応策について、それぞれ実現可能性を聞いた結果が補足表 2 である。

「ある程度可能」との答えは「①売上の増強」で 50.1%と過半に達し最も多かった。ちょうど景気が回復傾向にあるため、今後幾らかでも売上を増強しカバーするしかないと考える企業が多いと思われる。このほかでは、「ある程度可能」との答えは「②コストダウン」で 38.4%、「③自社の製品・商品・サービスの値上げ」では 25.7%に留まった。デフレ経済の下で、これまで続けてきたコストダウンの努力は既に限界に近く、ましてや値上げ(価格転嫁)は最も困難なのであろう。

補足表 2 対応策

(%)

項目 \ 区分	ある程度可能	不可能	計
① 売上増強	50.1	49.9	100.0
② コストダウン	38.4	61.6	100.0
③ 値上げ(価格転嫁)	25.7	74.3	100.0

3. 収益に影響しない理由

前項1. で、今回の電気料金引き上げは「ほとんど収益に影響しない」と答えた企業(439社、33.2%)に対し、その理由を聞いた結果が補足表3である。

全体として「①電気使用量が多くないから」が86.9%で圧倒的に多い。「②コストダウンでカバーしたから」は9.3%と1割にも満たず、「③自社の製品・商品・サービスなどを値上げしたから」はわずか3.6%だった。

補足表3 収益に影響しない理由 (％)

項目 業種	①電気使用量 が多くないから	②コストダウンで カバーしたから	③自社の製・商品 等を値上げしたから	④その他	計
製造業	75.3	18.0	6.7	0	100.0
非製造業	89.7	7.1	2.9	0.3	100.0
全体	86.9	9.3	3.6	0.2	100.0