

～しがぎん県内企業動向調査「特別項目」～

2011年6月

～原油価格の高騰について～

原油高の販売価格転嫁が業績の明暗を分ける

アフリカや中東各国の政情不安から原油価格が高騰している。そのため、石油製品の値上がりや燃料代も高騰していることから、県内企業にも少なからず影響があると思われる。そこで、11年4-6月期の「県内企業動向調査」で特別アンケートを実施した。

調査名	: 「県内企業動向調査」		
調査時期	: 5月9日～23日		
調査対象先	: 1,012社		
有効回答数	: 534社 (有効回答率 53%)		
うち製造業	256社	(有効回答数の構成比	48%)
うち建設業	95社	(18%)
うち非製造業	183社	(34%)

◆概要◆

原油価格の高騰が収益に及ぼす影響を尋ねたところ、「大きく圧迫している」が12.1%、「やや圧迫している」が54.0%となり、合わせて66.1%の企業で「収益を圧迫している」ことがわかった。収益を「大きく圧迫している」企業を業況感別にみると、業況感が「かなり良い」と回答した企業ではゼロで、反対に業況感が「かなり悪い」と回答した企業では20.7%に上り、業況感が悪くなるほど、収益を大きく圧迫されている企業が多かった。

原油価格高騰にあたり、実行中の対策について尋ねたところ、「事業活動見直しによる省エネ活動」(29.8%)が最も多く、「ハイブリッド車や電気自動車、省エネ機器の導入」(17.0%)、「太陽光発電システムの導入」(4.2%)と続いた。設備などハード面への対策をしている企業が2割程度あったのは、環境に対する意識の向上と環境関連設備が充実してきたことが要因であると考えられる。反対に「特に対策をしていない」(55.5%)企業が半数以上に上った。

また、原油価格の高騰を販売価格へ転嫁できているかと尋ねたところ、「できていない」が8割以上(80.3%)に上った。業況感別にみると、「かなり良い」としている企業については「ほとんどできている」(11.1%)と「多少できている」(22.2%)を合わせて3分の1の企業が価格転嫁できており、一方、「かなり悪い」としている企業では「ほとんどできている」はゼロ、「多少できている」(9.0%)も少なく、価格転嫁できている企業は1割に満たなかった。全体でも、業況感が良い企業ほど、販売価格への転嫁ができていることから、原油高を販売価格に転嫁できるかが業績の明暗を分ける一つの要素となっているようだ。

◆原油価格高騰が収益に与える影響【図1, 2, 3】

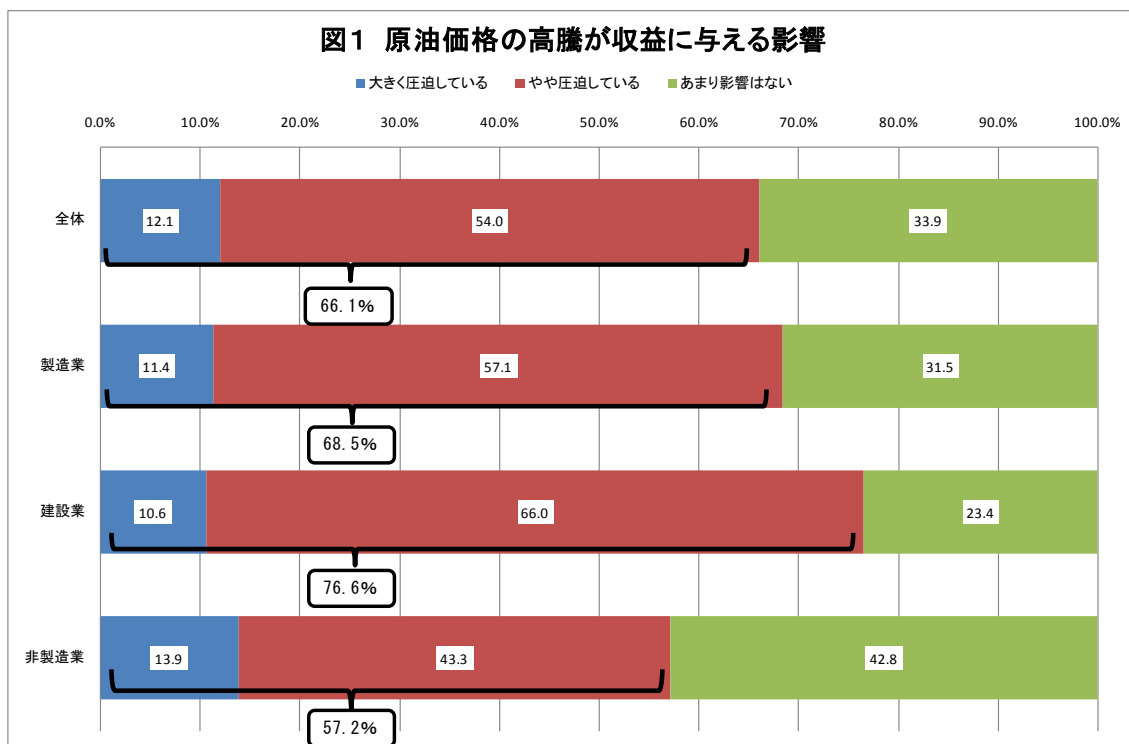
…収益が圧迫されている企業は6割超

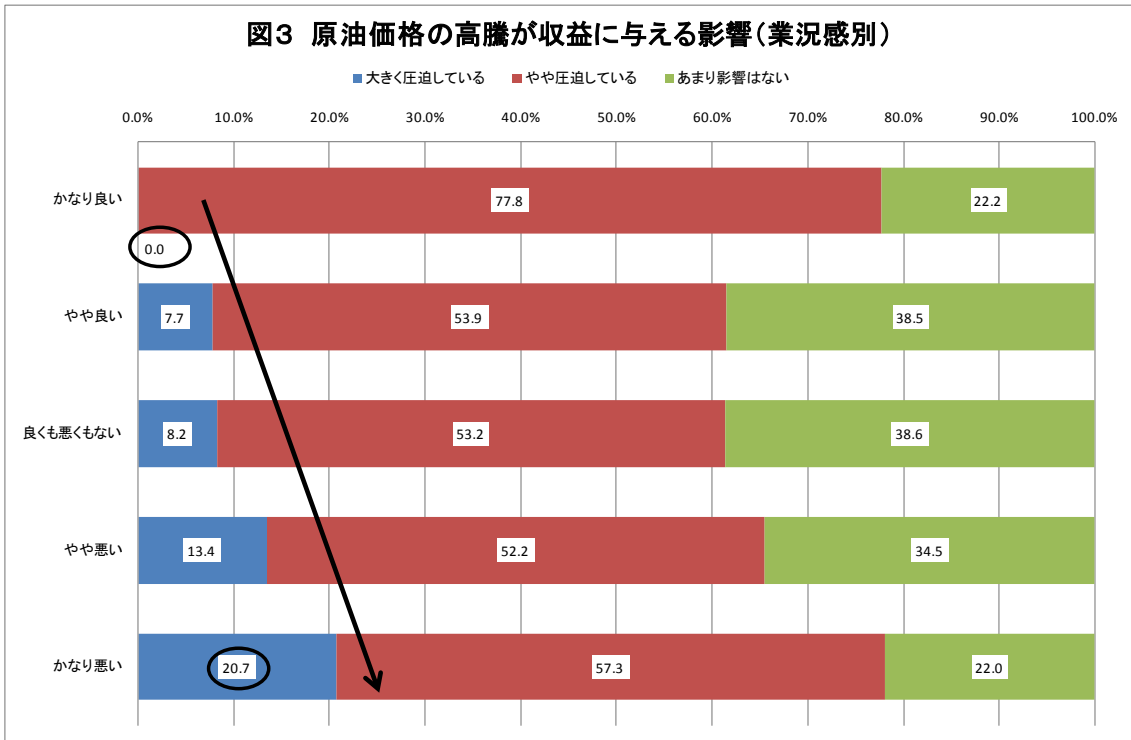
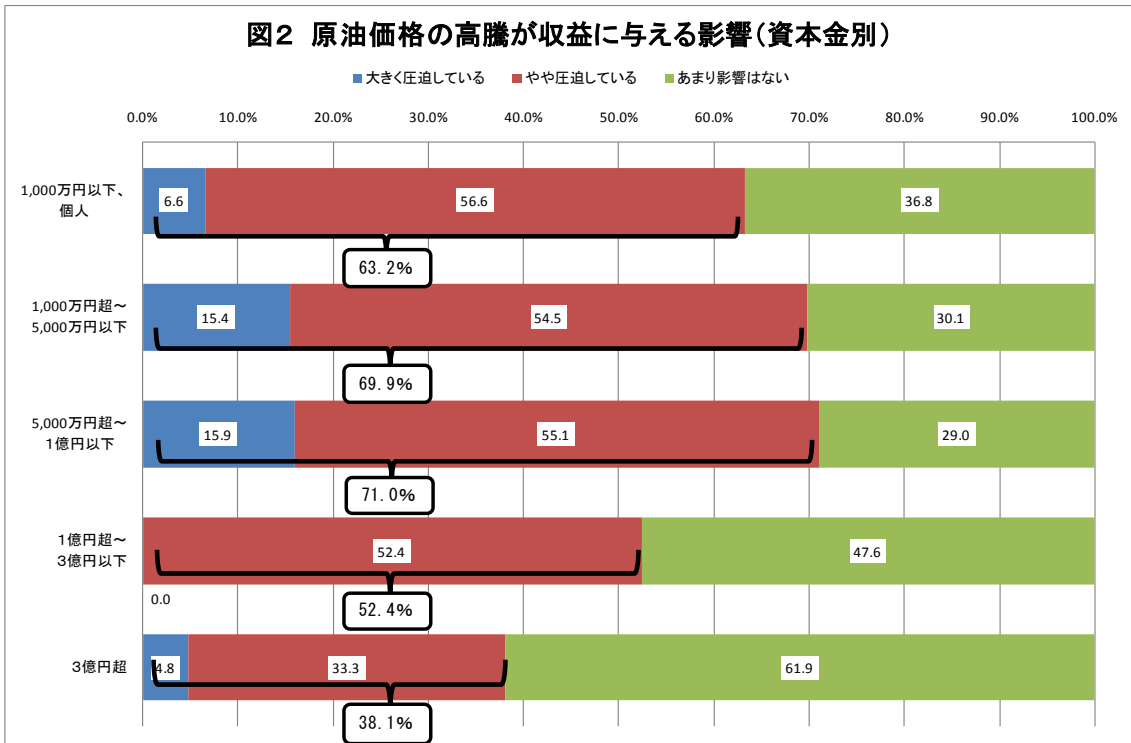
原油価格の高騰が収益に及ぼす影響を尋ねたところ、「大きく圧迫している」が12.1%、「やや圧迫している」が54.0%となり、合わせて66.1%の企業で「収益を圧迫している」ことがわかった。(以下、「大きく圧迫している」と「やや圧迫している」を合わせて「収益を圧迫している」とする)

「収益を圧迫している」回答について業種別でみると、**非製造業**では57.2%と全体に比べ影響は少なく、反対に**建設業**では76.6%と8割近い企業に影響が及んでいることがわかった。

同様に資本金別でみると、「1,000万円以下、個人」で63.2%、「1,000万円超～5,000万円以下」で69.9%、「5,000万円超～1億円以下」で71.0%と、中小、零細企業では6割を超えた。一方、「1億円超～3億円以下」で52.4%、「3億円以上」で38.1%となり、特に大企業では4割を下回った。

また、企業の業況感別にみると、業況感が「かなり良い」と回答した企業で、収益を「大きく圧迫している」企業はゼロで、反対に業況感が「かなり悪い」と回答した企業で収益を「大きく圧迫している」企業は20.7%に上り、業況感が悪くなるほど、収益を大きく圧迫されている企業が多かった。



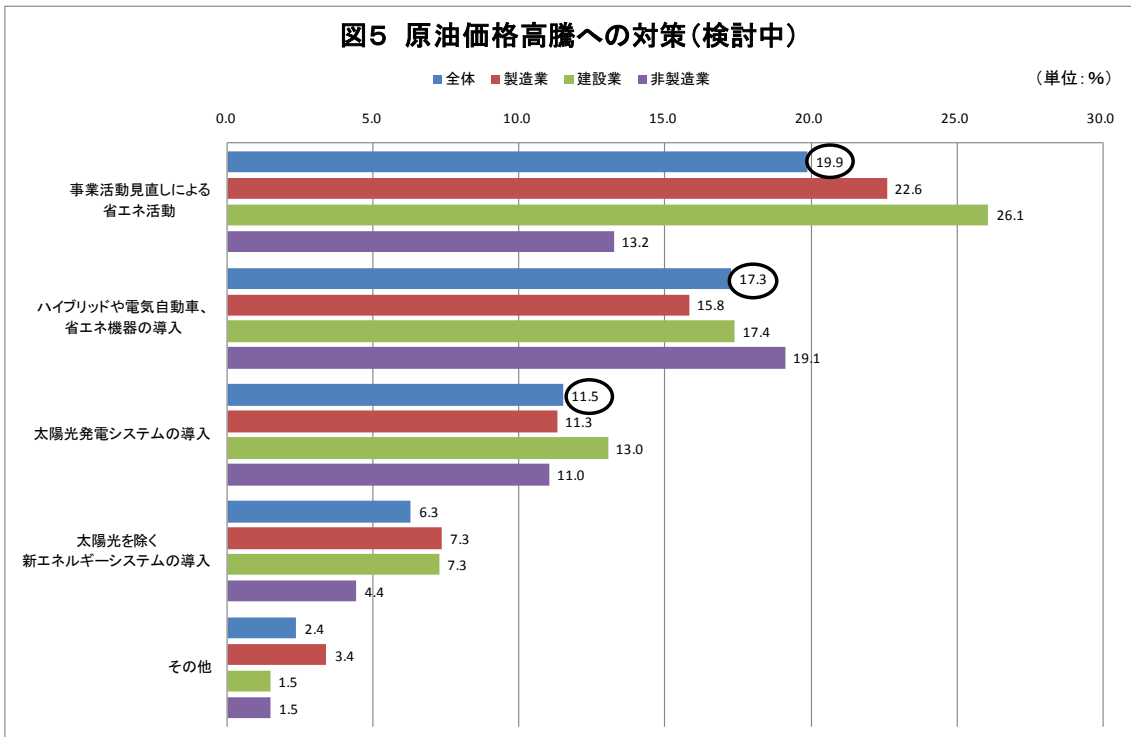
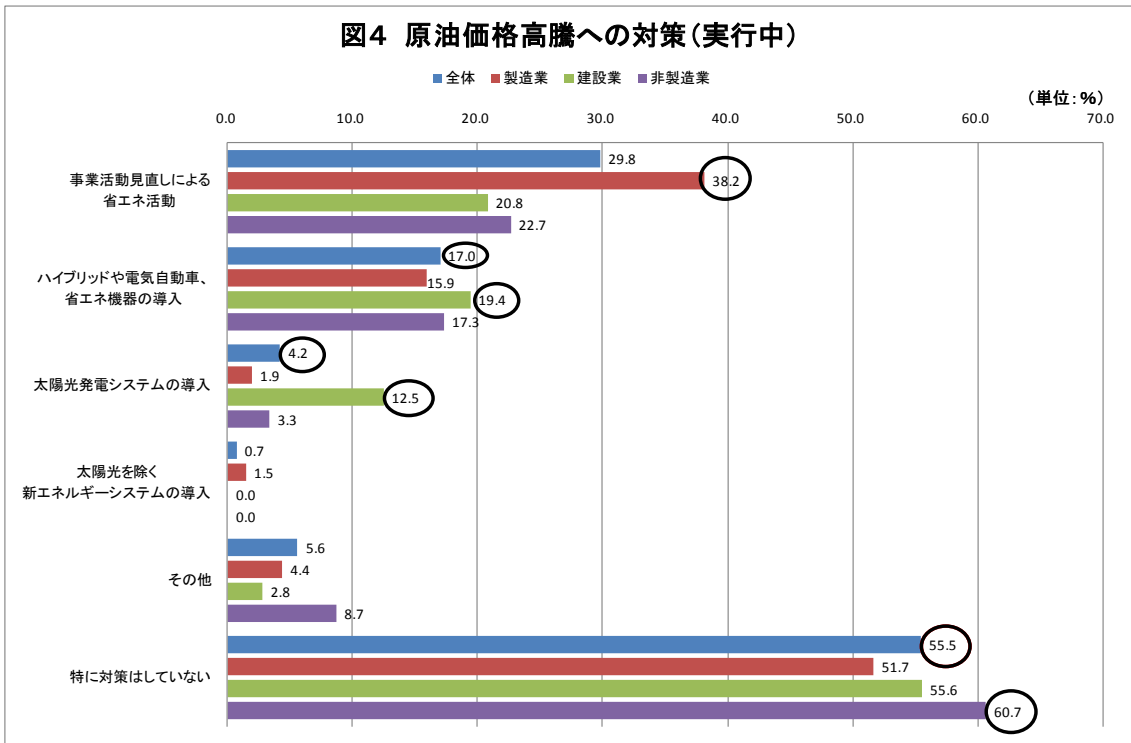


◆原油価格高騰への対策【図4, 5】…2割程度が設備投資による対策実行

原油価格高騰にあたり、実行中の対策について尋ねたところ、「事業活動見直しによる省エネ活動」(29.8%)が最も多く、「ハイブリッド車や電気自動車、省エネ機器の導入」(17.0%)、「太陽光発電システムの導入」(4.2%)と続いた。設備などのハード面での対策をしている企業が2割程度あったのは、環境に対する意識の向上と環境関連設備が充実してきたことが要因であると考えられる。反対に「特に対策をしていない」(55.5%)企業が半数以上に上った。

業種別にみると、**製造業**では「事業活動見直しによる省エネ活動」(38.2%)が他業種より多く、**建設業**では「ハイブリッド車や電気自動車、省エネ機器の導入」(19.4%)と「太陽光発電システムの導入」(12.5%)が他業種より多く、設備投資による対策実行が多かった。**非製造業**では、「特に対策をしていない」(60.7%)が多くなった。

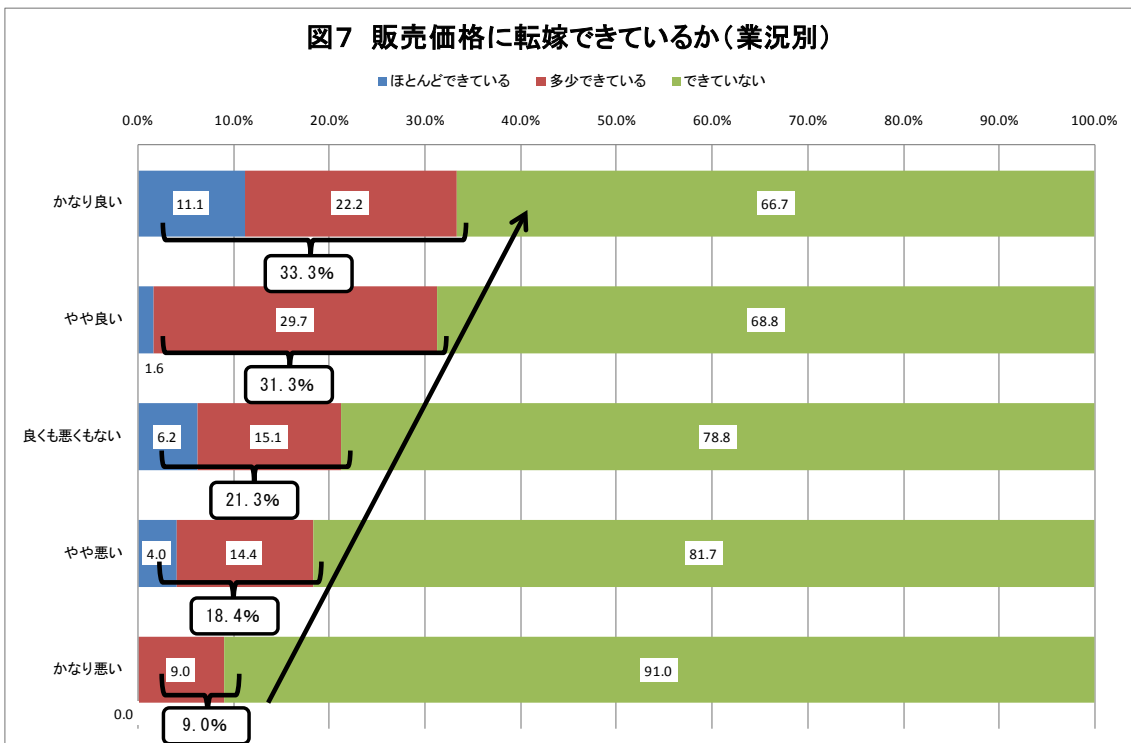
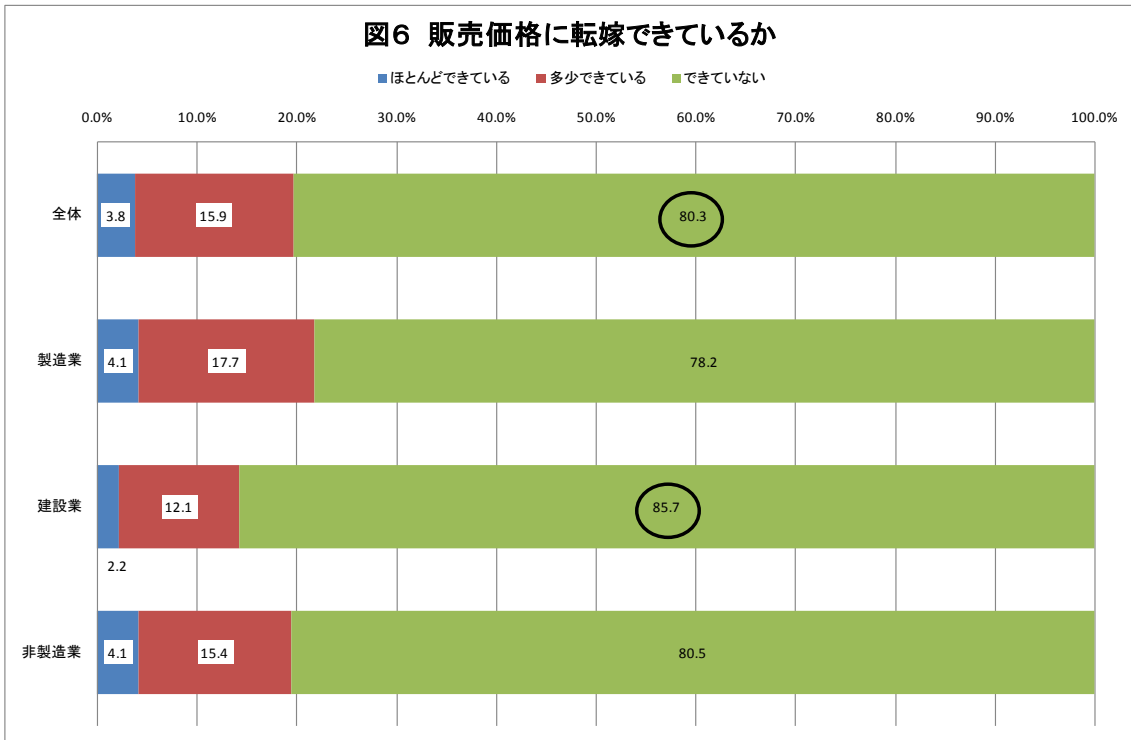
また検討中の対策については、「事業活動見直しによる省エネ活動」(19.9%)が最も多く、「ハイブリッド車や電気自動車、省エネ機器の導入」(17.3%)、「太陽光発電システムの導入」(11.5%)と続き、設備導入に意欲がある企業が2割から3割程度みられた。



◆販売価格への転嫁状況【図6, 7】…8割以上が「できていない」

原油価格の高騰を販売価格へ転嫁できているかと尋ねたところ、「できていない」が8割以上（80.3%）に上った。なかでも、**建設業**については、85.7%が「できていない」としており、建設業の業況感が最も悪くなった要因の一つであると思われる。

業況感別にみると、「かなり良い」としている企業については「ほとんどできている」（11.1%）と「多少できている」（22.2%）を合わせて3分の1の企業が価格転嫁できており、一方「かなり悪い」としている企業では「ほとんどできている」はゼロ、「多少できている」（9.0%）も少なく、価格転嫁できている企業は1割に満たない。全体で見ても、業況感が良い企業ほど、販売価格への転嫁ができていることから、原油高を販売価格に転嫁できるかが業績の明暗を分ける一つの要素となっているようだ。



しがぎん経済文化センター
森下 剛志