2024年度関東電販組合員業態調査アンケート集計

（アンケート実施：2024年8月）

関東電線販売業協同組合
経営委員会

回収率　（単位:社）

	2019	2020	2021	2022	2023	2024		
会員数	33	33	33	33	32	31		
回収数	33	32	33	33	31	31		
回収率	100%	97%	100%	100%	97%	100%		

主な営業分野　（社・%）＜複数選択可＞(全売り上げの25%以上の分野。個々が25%を超えない場合は売上げのトップ分野)

□市販 7 (23%)　□電設 7 (23%)　□市販+電設 7 (23%)　□情報通信 7 (23%)　□機器電線 9 (29%)

□産業用電線 12 (39%)　□鉄道関連 3 (10%)　□巻線 2 (6%)　□電線加工 5 (16%)

1-1、2023年度売上高実績状況（対前年度比）

（単位：社・%）

	2019実績	2020実績	2021実績	2022実績	2023実績			
増加した	18(56%)	5 (15%)	25 (76%)	21(66%)	24（77%）			
減少した	12 (38%)	26 (79%)	7 (21%)	8(25%)	5（16%）			
不変	2 (6%)	2 (6%)	1 (3%)	2(6%)	2（6%）			

31社中、売上増が24社、売上減が5社、不変が2社だった。

1-1、2024年度売上高見込み（前年度比）

（単位:社・%）

	2019見込	2020見込	2021見込	2022見込	2023見込	2024見込		
増加する	17(52%)	0(0%)	16(48%)	19(58%)	14(44%)	23（74%）		
減少する	6(18%)	29(91%)	9(27%)	9(27%)	12(38%)	4（13%）		
不変	9(27%)	2(6%)	7(21%)	5(15%)	5(16%)	4（13%）		

銅価高騰の中、2024年度の売上高が増えると予想したのは、31社中23社(74%)だった。
売上高が減少するとの予想は、銅価の頭打ちや、価格転嫁が容易でないと見ている事などが考えられる。
2024年問題、特に物流問題や建設業の労働時間問題などの、先行き不安感も要因の一つになるか。
建設電販分野では、工事遅れも一因にあるようだ。

1-2、2023年度売上高増減率（前年度比）

（社）

	2020		2021		2022		2023	
	増	減	増	減	増	減	増	減
不変	2		1		2		2	
1-5%	2	1	5	2	4	2	4	1
6-10%	2	5	6	1	12	3	18	
11-20%		10	2	2	3	3	2	4
21-30%		6	8	1	2			
計	7	26	26	7	21	8	24	5

1-3、2023年度売上高増減の要因

【増の要因】・銅価格の高騰
・件名増加（都心再開発、主要顧客の収入増による設備投資増、コロナ収束の影響）
・価格改定による販売価格の適正化
・電線供給不足による受注増

【減の要因】・半導体、端子等、商材の不足
・機器メーカーからの発注不足

売上増の要因の大半は、銅価の高騰と回答している。具体的には参考資料②にあるように、
2022年度の銅建値がトン120万9千円だったところ、2023年度はトン126万2千円と、104%の伸長率となっている。
建設電販では、都心再開発、設備投資等の件名増加が売上増の要因となっている。
「電線供給不足による受注増」で、買い占めによる電線不足が市場の混乱につながったのではないかと推測される。

<参考資料① > 2023年度データ　（日本電線工業会公表統計より）

銅電線部門別出荷銅量推移

（ ）内は前年度比　（千トン）

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023		
内需合計	676	677	611	617	602	608		
建設・電販	335	342	299	298	297	303		
電気機械	145	135	130	137	132	121		
電力	49	50	48	47	42	44		
自動車	85	90	82	84	84	92		
通信	10	10	10	9	8	8		
その他	51	50	41	42	40	39		

建設電販　対内需合計比率　（数量ベース）

建設・電販	48%	50%	50%	49%	49%	50%		

＜参考資料②＞銅建値　年度平均　推移　（千円/トン）

	2018	2019	2020	2021	2022	2023		
年平均	747	682	770	1,136	1,209	1,262		
前年度比	0.99	0.91	1.14	1.48	1.06	1.04		

2-1、2023年度 粗利率の増減について（前年度比較）

（単位：社）

	2019実績	2020実績	2021実績	2022実績	2023実績			
増加した	17	7	9	17	19			
減少した	10	19	13	7	4			
不変	5	7	11	7	8			

粗利率の増加は2021年度が9社、2022年度が17社に対して、2023年度は19社と大幅に増えた。
その要因として、脱コロナ禍や価格転嫁、物流費の値上げが進んだと思われる。

2-1、2024年度粗利率の見込みについて（前年度比較）

（単位：社）

	2019見込	2020見込	2021見込	2022見込	2023見込	2024見込		
増加する	11	5	9	11	12	15		
減少する	9	16	15	7	9	6		
不変	13	11	9	15	10	10		

2023年度に引き続き、価格転嫁や物流費の値上が進むと期待できる。
見込みについては、実績より低く見る傾向がある

2-2、2023年度　粗利率増減の要因

【増の要因】 ・価格転嫁が上手く行った。価格改定が出来た。スムーズに値上げが進んだ。
・材料不足、在庫不足により、値引き交渉が少なかった。
【減の要因】 ・価格競争が激しかった。
・市場価格が上がらなかった。

2-3、2023年度　粗利額の増減について（前年度比較）

	2019実績	2020実績	2021実績	2022実績	2023実績			
増加した	21	6	18	22	23			
減少した	10	25	6	7	6			
不変	1	2	8	2	2			

31社中23社が、粗利額増と回答した。建設電販分野、電気機械分野での銅価高騰の影響が大きい。

2-3、2024年度　粗利額の見込について（前年度比較）

	2019見込	2020見込	2021見込	2022見込	2023見込	2024見込		
増加する	12	0	13	10	12	19		
減少する	9	26	12	11	13	4		
不変	11	5	8	11	6	8		

2023年度に引き続き、銅価高騰と価格転嫁が進むと推測しているのではないかと思われる。

2-4、2023年度　粗利額増減の要因

【増の要因】	・案件の増加と、価格転嫁が上手く行った。
	・電線不足による特需があった。
	・値引き交渉が少なかった。
【減の要因】	

3-1、2023年度 経営資源の増減について（前年度比）

2020年度	回答社数	増加した	減少した	不変
営業所数	33	0	1	32
正社員総数（役員含む）	33	9	5	18
派遣・パート	33	4	1	24

2021年度	回答社数	増加した	減少した	不変
営業所数	33	2	2	29
正社員総数（役員含む）	33	8	7	17
派遣・パート	33	7	1	23

2022年度	回答社数	増加した	減少した	不変
営業所数	31	1	3	28
正社員総数（役員含む）	31	13	4	13
派遣・パート	31	7	3	21
賃上げ	31	24	0	7

2023年度	回答社数	増加した	減少した	不変
営業所数	31	1	0	30
正社員総数（役員含む）	31	12	6	13
派遣・パート	31	6	1	24
賃上げ	31	30	0	1

今回2回目の賃上げに関してアンケートを取ったが、30社97%が増加したと回答。
売上、粗利額の増加により業績が好調となり、賃上げ対応が可能となったと思われる。
また政府の賃上げ圧力や、大手企業をはじめとする賃上げの波が影響しているのではないかと思われる。
中途採用を中心に、正社員の採用が増えている。
従業員確保のためには、賃上げも重要な要素となっている。

3-2、2023年度 経費の増減について（前年度比）　＜人件費･物流費＞

2020年度	回答社数	増加した	減少した	不変
人件費	33	6	11	17
物流費	33	9	14	10

2021年度	回答社数	増加した	減少した	不変
人件費	33	13	8	12
物流費	33	18	8	7

2022年度	回答社数	増加した	減少した	不変
人件費	31	25	3	3
物流費	31	26	2	3

2023年度	回答社数	増加した	減少した	不変
人件費	31	23	8	0
物流費	31	24	3	4

人件費の増加は賃上げや人手不足、品不足対応による時間外労働によるものが大きい。
ガソリン価格の上昇、運送費の値上げ要請等で物流費は急騰した。
今後の対策としては、価格転嫁等、適正価格での販売が望まれる。

4、与信警戒感について（1年前と比べて）

	回答社数	増えた	減った	不変
2018	34	9	0	24
2019	33	6	0	25
2020	32	14	0	17
2021	33	16	1	15
2022	32	18	1	13
2023	31	20	0	11
2024	31	12	1	17

与信警戒感は、物価の上昇、金利の上昇、円高等の経済不安があげられる。
建設業では、品不足による工期の遅延や商品価格の高騰による不受注なども考えられる。
企業融資の返済時期が始まったことも要因の一つ。

5、品種別売上げ見込みについて

（単位：社）

2022年度見込み	増加する	減少する	不変
電線ケーブル5品種	7	7	19
情報関連製品	3	3	26
上記以外の電線関連製品	9	3	20
非電線製品	8	2	20

電線ケーブル5品種 ：

IV, CV, CVV, VVF, VVR

情報通信関連製品 ：

光、通信メタル等

上記以外の電線関連製品 ：

雑線、巻線等

2023年度見込み	増加する	減少する	不変
電線ケーブル5品種	11	8	12
情報関連製品	10	4	17
上記以外の電線関連製品	8	5	18
非電線製品	13	4	14

2024年度見込み	増加する	減少する	不変
電線ケーブル5品種	16	2	12
情報関連製品	11	2	17
上記以外の電線関連製品	10	2	19
非電線製品	13	3	13

6-1、 エコケーブル(EM)の売上高比率（電線5品種の内）

（電力用、通信用、機器用、耐火用を含む）

（社）

	売上5%未満	10%未満	20%未満	20%以上
2020年度	12	11	6	3
2021年度	16	5	9	2
2022年度	19	5	6	1
2023年度	18	7	4	1

6-2、エコケーブル(EM)の売上高比率（5品種以外の電線の内）

（電力用、通信用、機器用、耐火用を含む）

（社）

	売上5%未満	10%未満	20%未満	20%以上
2020年度	15	9	4	3
2021年度	17	7	6	1
2022年度	21	5	5	0
2023年度	21	7	2	1

エコケーブルは官公庁向けが大半を占め、民間での利用が進んでいない。

次ページの参考資料にあるように、エコケーブルは全体の5%程度の出荷量となっている。

環境問題の取り組みとして、推し進めていきたい製品である。

—参考— ［日本電線工業会データ］: EM電線・ケーブル （電力+通信用+機器用）出荷実績

	銅量（トン）	前年度比	全体出荷銅量比
2018年度	34,915	1.03	5.2%
2019年度	42,805	1.23	6.3%
2020年度	33,974	0.79	5.6%
2021年度	33,073	0.97	5.4%
2022年度	30,346	0.92	5.0%
2023年度	28,798	0.95	4.6%

7、最近、環境問題で取り組んでいること

・ペーパーレス化
・裏紙の利用
・書類の電子化
・省エネ活動（照明、空調）
・エコアクション21
・リモート会議
・残業なし
・社用車のアイドリングストップ
・エコカー

8、SDGs（持続可能な開発目標）に取り組んでいること

・女性管理職の育成
・省エネ運転
・神奈川SDGsパートナーに登録
・人間ドック受診者に補助金支給
・EV充電設備商材の開発と太陽光発電事業の推進
・健康経営優良法人の取得で従業員の健康増進
・食品ロスの防止と資源ごみの分別
・空ドラム回収と再使用

9、BCP（事業継続計画）のマニュアルはあるか

	ある	ない	作る予定
マニュアル	16	8	7

10、銅価高騰によって困ったこと、対応したこと

【困ったこと】

・客先からの低価格要望
・メーカー在庫の縮小
・電材店の在庫量縮小
・仕入先の対応が悪くなった
・在庫金額が増加した
・ケーブルの盗難
・長期案件の価格決定
・客先予算に合わず、価格交渉難航
・件名管理が複雑になった
・銅価変動により、再見積もりが多くなった
・在庫の平均単価の上昇
・入荷と出荷時期がずれて価格差が生じた

【対応したこと】

・客先へ訪問し、丁寧に説明した
・価格変動があることを、客先に周知した
・受注残表を作成し、活用
・長期案件については、発注時の銅ベースを使用
・銅建値を客先に周知する
・出る商品を在庫にすることで、回転率を上げた

11、電線の供給不足によって困ったこと、対応したこと

【困ったこと】

・客先からの供給依頼が多くなった	・現場の納期に合わせるのに苦労した
・納期の遅延	・メーカーからの納期回答が得られない
・スムーズな営業活動が出来ず営業担当の疲弊	・付き合いのない企業からの問い合わせによる時間ロス

【対応したこと】

・高値でも購入して在庫を増やした	・スポット的な客先には対応しない
・仕入れ先に強く依頼	・優先順位をつけて対応
・テレワークの推進	・必要な件名から選別受注
・アルミや機器電線で代替提案	・メーカーの生産状況や在庫状況の把握

12、人手不足によって困ったこと、対応したこと

【困ったこと】

・時間外労働が増えた	・電話対応に時間を取られた
・客先対応がおろそかになった	・営業フォローが出来ず受注が減少
・切断及び配送遅延	・新人採用が難しい

【対応したこと】

・全国で募集	・業務内容や担当者の見直し
・派遣社員の依頼	・資料の共有化で誰でも対応可能にした
・定年延長、高齢者の継続雇用	・採用の媒体変更
・常備在庫や緊急在庫品の検討	

13、関電販に対しての要望事項と回答

要望：関電販として、各メーカーに安定供給を強く働きかけてほしい
回答：日本電線工業会を通じて、各メーカーに働きかけを行っています

要望：急激な銅価の乱高下の発表は避けてほしい
回答：銅価は世界基準の為、関電販としての対応は難しいです

要望：情報共有の場として、有意義な情報発信をしてほしい
回答：承知いたしました、ホームページ・メール配信・協組だより等でお知らせ致します

要望：新規組合員の補充してほしい
回答：会員数が減少傾向にありますので努力いたします、皆様からのご提案もお待ちしております

ご協力ありがとうございました。