

# 委員からの追加要望資料

# 価格交渉促進月間（2023年3月） フォローアップ調査の結果について

令和5年6月20日  
中小企業庁

# 価格交渉促進月間、フォローアップ調査の概要

- 原材料価格やエネルギー価格等が上昇する中、中小企業が適切に価格交渉・転嫁できる環境を整備するため、2021年9月より、**毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」と設定。**
- 「月間」において、価格交渉・転嫁の要請、広報、講習会等を実施。**本年3月、西村経産大臣より価格転嫁・価格交渉を動画で呼びかけ。**また、**約1700の業界団体へ経産大臣名の周知文書を送付。**
- 成果を確認するため、各「月間」の終了後、**価格交渉、価格転嫁**それぞれの実施状況について、中小企業から「**①アンケート調査、②下請Gメンによるヒアリング**」を実施し、「月間」の結果として取りまとめ。

## ①アンケート調査

### ○調査対象

中小企業等に、発注側の親事業者（最大3社分）との間の価格交渉や価格転嫁に関するアンケート票を送付。業種毎の調査票の配布先は、経済センサスの産業別法人企業数の割合（BtoC取引が中心の業種を除く）を参考にして抽出。

- 配布先の企業数 30万社
- 調査期間 2023年4月7日～5月31日
- 回答企業数 17,292社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ20,722社）
- 回収率 5.76%（※回答企業数/配布先の企業数）（参考：2022年9月調査 15,195社 10.1%）  
（ 2022年3月調査 13,078社 8.7%）

## ②下請Gメンによるヒアリング調査

### ○調査対象

地域特性や業種バランスに配慮した上で、過去のヒアリングにおいて慣習等によりコストが取引価格に反映できていない状況や発注側企業との間で十分な価格交渉が行われていない状況等が見られた事業者等も含めて対象先を選定。

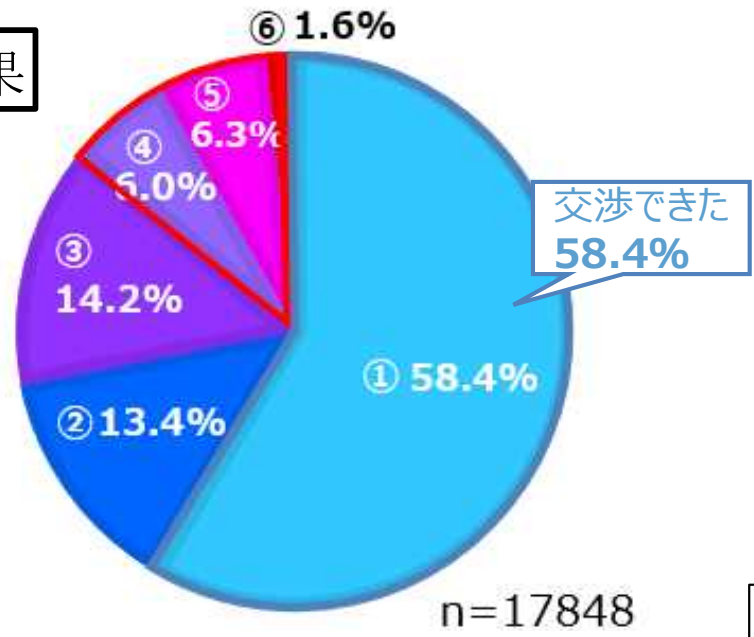
- 調査期間 2023年4月17日～4月28日
- 調査方法 電話調査
- ヒアリング件数 約2,243社

# 価格交渉の状況

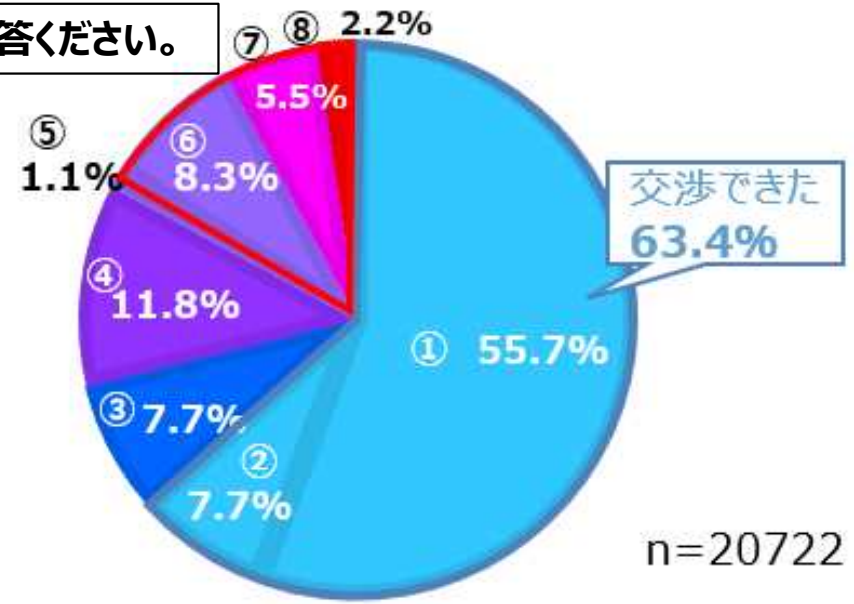
- 「価格交渉を申し入れて応じて貰えた／発注側からの声かけで交渉できた」割合は前回調査（昨年9月）より**増加**（58.4%→63.4%）するなど、**価格交渉の実施状況は一部では好転**。
- 一方、「発注側から交渉の申し入れが無かった（⑥）、協議に応じて貰えなかった（⑦）、減額のために協議申し入れがあった（⑧）」が**依然として約16%あり、二極化が進行**。
- なお、「コスト上昇せず価格交渉を申し入れなかった」割合（③）は**減少**（13.4%→7.7%）しており、コスト上昇の影響は拡大。

問.直近6ヶ月間における貴社と発注側企業との価格交渉の協議について、御回答ください。

9月結果



3月結果



- ① コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、話し合いに応じて貰えた。
- ② コスト上昇分を取引価格に反映させる必要がないか、発注側企業からの声かけがあり、話し合いが行われた。
- ③ コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった。
- ④ コストが上昇しているが、自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった。
- ⑤ コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えているところ、発注側企業の方から「価格に反映させる必要が無いか」との声かけはあったが、発注量の減少や取引中止を恐れ、自社から協議を申し入れなかった。
- ⑥ コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えているところ、発注側企業の方からの声かけも受けておらず、発注量の減少や取引中止を恐れ、自社から協議を申し入れなかった。
- ⑦ コストが上昇しているため、発注側企業に協議を申し入れたが、協議にすら応じてもらえなかった。
- ⑧ 取引価格を減額するために、発注側企業から協議の申し入れがあった。もしくは、協議の余地なく一方的に取引価格を減額された。

- ①コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった。もしくはコスト上昇分を取引価格に反映させるために発注側企業から協議の申し入れがあった。
- ②コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった。
- ③コストは上昇しているが自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった。
- ④発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった。
- ⑤発注企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった。
- ⑥取引価格を減額するために、発注側企業から協議の申し入れがあった。もしくは協議の余地なく一方的に取引価格を減額された。

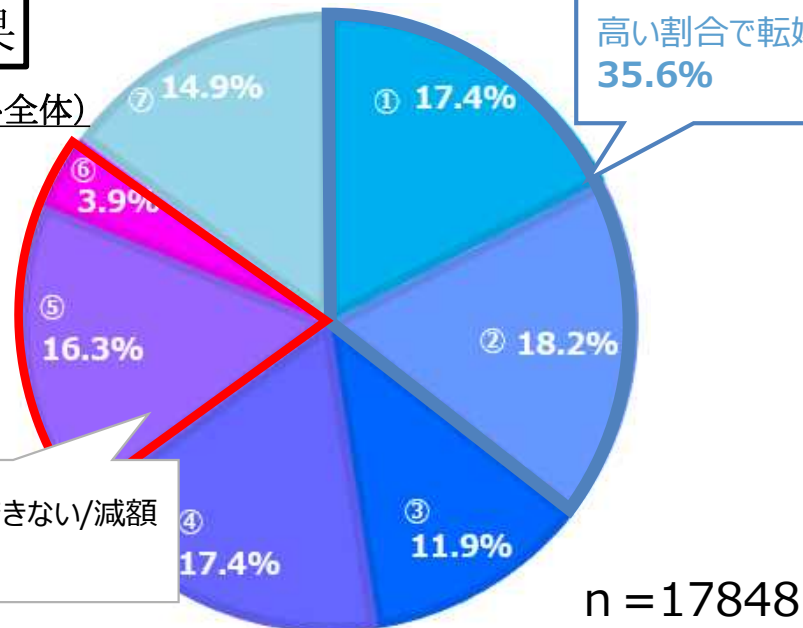
# 価格転嫁の状況① 【コスト全般】

- 「コスト上昇分のうち何割を価格転嫁できたか」を集計した価格転嫁率は**47.6%**、前回（9月：46.9%）に比し**微増**。
- コスト上昇分のうち**高い割合（10割、9割～7割）**を価格転嫁できた回答（①・②）が**増加**（35.6%→39.3%）し、**転嫁状況は一部では好転**。
- 他方で、「**全く転嫁できない（⑤） + 減額された（⑥）**」割合も**増加**（20.2%→23.5%）しており、**二極化が進行**。
- なお、「コスト上昇せず**価格改定（値上げ）不要**」の割合（⑦）は**減少**（14.9%→8.4%）しており、コスト上昇の影響は拡大。

問.直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分のうち、何割を価格に転嫁できたと考えますか。

9月結果

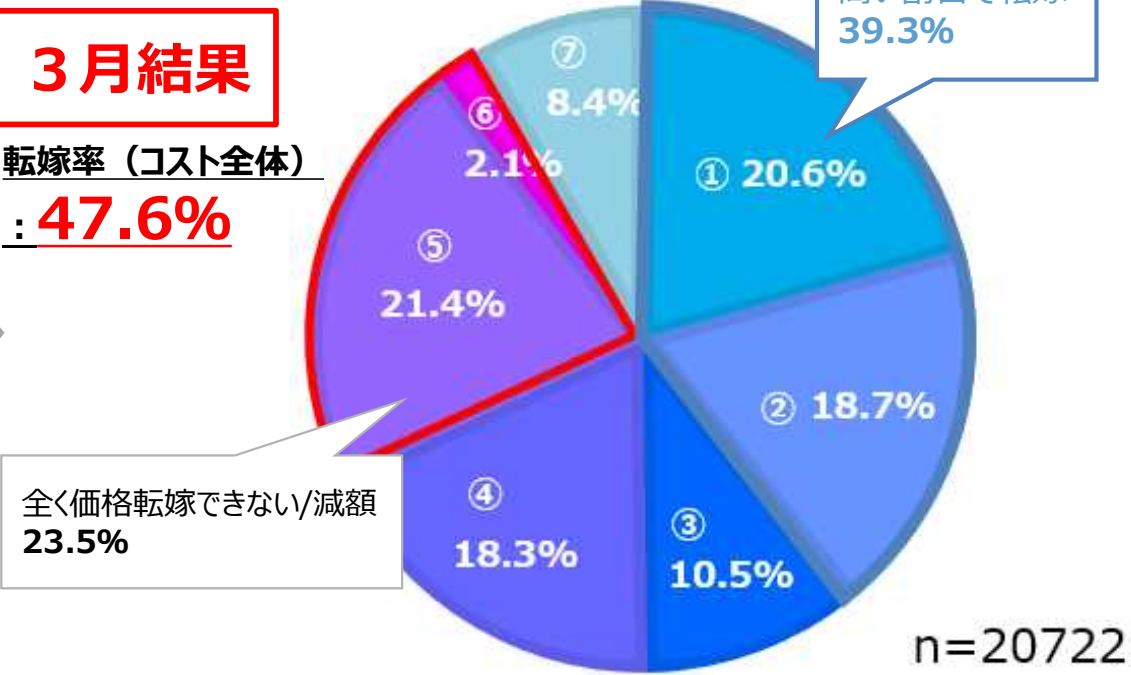
転嫁率(コスト全体)  
:46.9%



高い割合で転嫁  
35.6%

3月結果

転嫁率(コスト全体)  
:**47.6%**



高い割合で転嫁  
39.3%

全く価格転嫁できない/減額  
23.5%

- ① 10割
- ② 9割、8割、7割
- ③ 6割、5割、4割
- ④ 3割、2割、1割
- ⑤ 0割（費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等）
- ⑥ マイナス（費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された）
- ⑦ コストが上昇していないため、価格改定不要

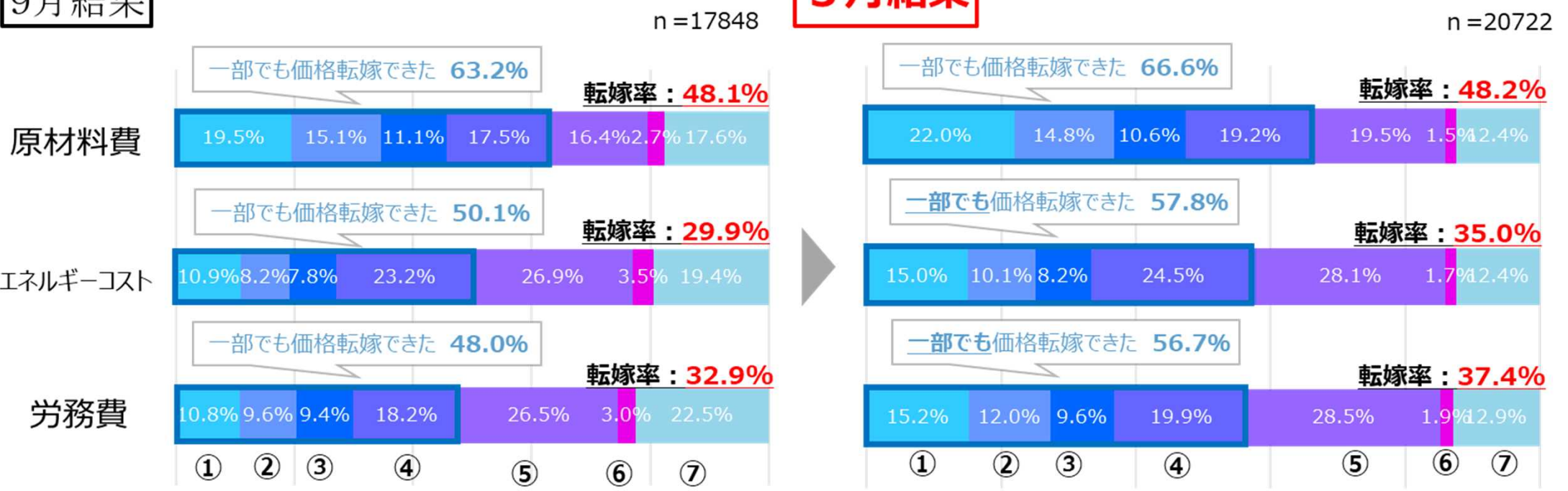


# 価格転嫁の状況②【コスト要素別】

- エネルギーコスト、労務費の価格転嫁率は、それぞれ約5ポイントの上昇。「一部だけでも転嫁できた割合」が増加（+約8ポイント）。但し、原材料費の転嫁率よりは約1割、低い水準。
- 原材料費の転嫁率は、「一部だけでも転嫁できた割合」は増加したが（63.2%→66.6%）、「転嫁0割」も増加し（16.4%→19.5%）、全体としては横ばい。

9月結果

3月結果



- ①10割
- ②9割、8割、7割
- ③6割、5割、4割
- ④3割、2割、1割
- ⑤0割（費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等）
- ⑥マイナス（費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された）
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

# 価格交渉状況の業種別ランキング（価格交渉に応じた業種）

- 価格交渉に応じたか、回答を点数評価し、発注側企業の業種別に集計。
- 相対的に価格交渉に応じている業種としては、造船、繊維。応じていない業種は通信、トラック運送、放送コンテンツ。

| 順位  | 2022年9月       | 順位  | 2023年3月        |
|-----|---------------|-----|----------------|
| 1位  | 石油製品・石炭製品製造   | 1位  | 造船↑            |
| 2位  | 鉱業・採石・砂利採取    | 2位  | 繊維↑            |
| 3位  | 卸売            | 3位  | 食品製造↑          |
| 4位  | 造船            | 4位  | 飲食サービス↑        |
| 5位  | 機械製造          | 5位  | 建材・住宅設備↑       |
| 6位  | 食品製造          | 6位  | 卸売↓            |
| 7位  | 繊維            | 7位  | 金属↑            |
| 8位  | 紙・紙加工         | 8位  | 電機・情報通信機器↑     |
| 9位  | 化学            | 9位  | 機械製造↓          |
| 10位 | 電機・情報通信機器     | 10位 | 紙・紙加工↓         |
| 11位 | 建材・住宅設備       | 11位 | 製薬↑            |
| 12位 | 金属            | 12位 | 化学↓            |
| 13位 | 小売            | 13位 | 石油製品・石炭製品製造↓   |
| 14位 | 製薬            | 14位 | 小売↓            |
| 15位 | 飲食サービス        | 15位 | 廃棄物処理↑         |
| 16位 | 印刷            | 16位 | 鉱業・採石・砂利採取↓    |
| 17位 | 自動車・自動車部品     | 17位 | 情報サービス・ソフトウェア↑ |
| 18位 | 電気・ガス・熱供給・水道  | 18位 | 電気・ガス・熱供給・水道→  |
| 19位 | 建設            | 19位 | 建設→            |
| 20位 | 不動産・物品賃貸      | 20位 | 自動車・自動車部品↓     |
| 21位 | 情報サービス・ソフトウェア | 21位 | 印刷↓            |
| 22位 | 広告            | 22位 | 不動産・物品賃貸↓      |
| 23位 | 金融・保険         | 23位 | 金融・保険→         |
| 24位 | 通信            | 24位 | 広告↓            |
| 25位 | 廃棄物処理         | 25位 | 放送コンテンツ↑       |
| 26位 | 放送コンテンツ       | 26位 | トラック運送↑        |
| 27位 | トラック運送        | 27位 | 通信↓            |
| —   | その他           | —   | その他            |

## 【評価方法】

n=20722

中小企業に、主要な発注側企業（最大3社）との間の、**直近6ヶ月（2022年10月～2023年3月）における価格交渉の状況**について回答を依頼。得られた回答を、発注側の企業ごとに名寄せ・単純平均した上で、その発注企業が属する業種毎に更に集計・単純平均し、ランキング化したもの。

| 回答欄選択肢   | 配点   |
|--|------|
| ①コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった。  | 10点  |
| ②コスト上昇分を取引価格に反映させる必要がないか、 <b>発注側企業からの声かけ</b> があり、話し合いが行われた。  |      |
| ③コストが <b>上昇していない</b> ため、協議を申し入れなかった  | 5点   |
| ④コストが上昇しているが、 <b>自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった</b>   | 0点   |
| ⑤コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えているところ、発注側企業の方から「価格に反映させる必要が無いか」との <b>声かけはあったが</b> 、発注量の <b>減少や取引中止を恐れ</b> 、自社から協議を申し入れなかった。 | -3点  |
| ⑥コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えているところ、発注側企業の方からの <b>声かけも受けておらず</b> 、発注量の <b>減少や取引中止を恐れ</b> 、自社から協議を申し入れなかった。                | -5点  |
| ⑦コストが上昇しているので、発注側企業に協議を申し入れたが、協議に <b>すら応じてもらえなかった</b>  | -7点  |
| ⑧取引価格を <b>減額するために</b> 、発注側企業から協議の申し入れがあった。もしくは、協議の余地なく <b>一方的に取引価格を減額</b> された                                      | -10点 |

※サンプル数が50以下の業種はその他として記載。

※業界毎の順位や数値は、各業界に属する発注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。

※表中、↑↓→は前回9月調査と比較した結果の上がり下がりを示す。

# 価格転嫁状況の業種別ランキング（価格転嫁に応じた業種）

- 価格転嫁の状況について、発注側企業の業種別に集計し、転嫁率順に並べた結果は下記の表のとおり。
- 相対的に価格転嫁に応じている業種としては、**石油製品・石炭製品、卸売**。応じていない業種は、**トラック運送、放送コンテンツ、通信**。

| 2023年3月 |                | コスト増に対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 |        |        |
|---------|----------------|-------------|----------|--------|--------|
|         |                |             | 原材料      | エネルギー  | 労務費    |
| ①全体     |                | ↑47.6%      | ↑48.2%   | ↑35.0% | ↑37.4% |
| 1位      | 石油製品・石炭製品製造→   | ↑57.0%      | ↓50.4%   | ↑45.8% | ↑45.8% |
| 2位      | 卸売↑            | ↑56.9%      | ↑55.5%   | ↑41.5% | ↑41.7% |
| 3位      | 造船↑            | ↑56.1%      | ↑60.1%   | ↑40.5% | ↑42.1% |
| 4位      | 食品製造↑          | ↑55.8%      | ↑55.2%   | ↑39.9% | ↑39.3% |
| 5位      | 飲食サービス↑        | ↑55.6%      | ↑55.8%   | ↑37.3% | ↑41.4% |
| 6位      | 電機・情報通信機器→     | ↑55.4%      | ↑57.1%   | ↑36.7% | ↑38.8% |
| 7位      | 繊維↑            | ↑54.8%      | ↑54.5%   | ↑38.9% | ↑38.2% |
| 8位      | 小売↑            | ↑53.7%      | ↑53.3%   | ↑38.3% | ↑39.1% |
| 9位      | 化学↓            | ↑53.3%      | ↓56.8%   | ↑39.6% | ↑39.9% |
| 9位      | 建材・住宅設備↓       | ↑53.3%      | ↓53.3%   | ↑36.5% | ↑37.0% |
| 11位     | 機械製造↓          | ↓52.2%      | ↓55.7%   | ↑36.5% | ↑37.5% |
| 11位     | 紙・紙加工↑         | ↑52.2%      | ↑52.3%   | ↑35.9% | ↑35.0% |
| 13位     | 金属↓            | ↑50.2%      | ↓52.4%   | ↑38.0% | ↑36.3% |
| 14位     | 廃棄物処理↑         | ↑48.5%      | ↑43.6%   | ↑35.9% | ↑39.6% |
| 15位     | 製薬↓            | ↓48.4%      | ↓52.4%   | →40.0% | ↑38.4% |
| 16位     | 不動産・物品賃貸↑      | ↑46.5%      | ↓45.0%   | ↑36.6% | ↑41.7% |
| 17位     | 建設→            | ↓44.3%      | ↑45.4%   | ↑35.1% | ↑40.6% |
| 18位     | 電気・ガス・熱供給・水道↓  | ↓43.0%      | ↓40.1%   | ↑31.5% | ↑37.7% |
| 19位     | 印刷→            | ↓42.3%      | ↓41.6%   | ↑26.8% | ↑31.3% |
| 20位     | 自動車・自動車部品→     | ↓40.7%      | ↓47.4%   | ↑29.9% | ↑24.3% |
| 21位     | 金融・保険↑         | ↑38.9%      | ↓41.7%   | ↑29.8% | ↑35.3% |
| 22位     | 鉱業・採石・砂利採取↓    | ↓37.2%      | ↓39.2%   | ↓34.5% | ↑40.2% |
| 23位     | 情報サービス・ソフトウェア→ | ↓36.7%      | ↓21.0%   | ↑18.0% | ↓45.7% |
| 24位     | 広告↓            | ↓34.0%      | ↓36.4%   | ↑27.8% | ↑30.8% |
| 25位     | 通信↑            | ↑33.5%      | ↑33.0%   | ↑26.8% | ↑34.8% |
| 26位     | 放送コンテンツ↓       | ↓22.7%      | ↑24.0%   | ↑19.5% | ↓21.8% |
| 27位     | トラック運送→        | ↓19.4%      | ↑17.9%   | ↑19.4% | ↑18.2% |
| -       | その他            | ↑45.0%      | ↑4.41%   | ↑33.1% | ↑35.8% |

## 【評価方法】

n=20722

中小企業に、主要な発注側企業（最大3社）との間で、**直近6ヶ月（2022年10月～2023年3月）のコスト上昇分のうち、何割を価格転嫁できたか**、回答を依頼。得られた回答を、発注側の企業ごとに名寄せ・単純平均した上で、その発注企業が属する業種毎に更に集計・単純平均したものを「各業種の転嫁率」とし、ランキング化したもの。

※労務費や原材料費、エネルギーの各コストについても同様。

| 回答欄選択肢 | 転嫁率               |
|--------|-------------------|
| 10割    | 100%転嫁できたと計算（10点） |
| 9割     | 90%（9点）           |
| 8割     | 80%（8点）           |
| 7割     | 70%（7点）           |
| 6割     | 60%（6点）           |
| 5割     | 50%（5点）           |
| 4割     | 40%（4点）           |
| 3割     | 30%（3点）           |
| 2割     | 20%（2点）           |
| 1割     | 10%（1点）           |
| 0割     | 0%（0点）            |
| マイナス   | -30%（-3点）         |

※サンプル数が50以下の業種はその他として記載。

※業界毎の順位や数値は、各業界に属する発注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。

※表中、↑↓→は前回9月調査と比較した結果の上がり下がりを示す。

※要素別の回答形式のため、全体コストと各要素の影響が必ずしも連動するものではない。



# (参考) 価格転嫁 業種別 【2022年9月調査との比較】

価格転嫁の状況について、2022年9月の価格交渉促進月間の調査結果との比較は下記の表のとおり。

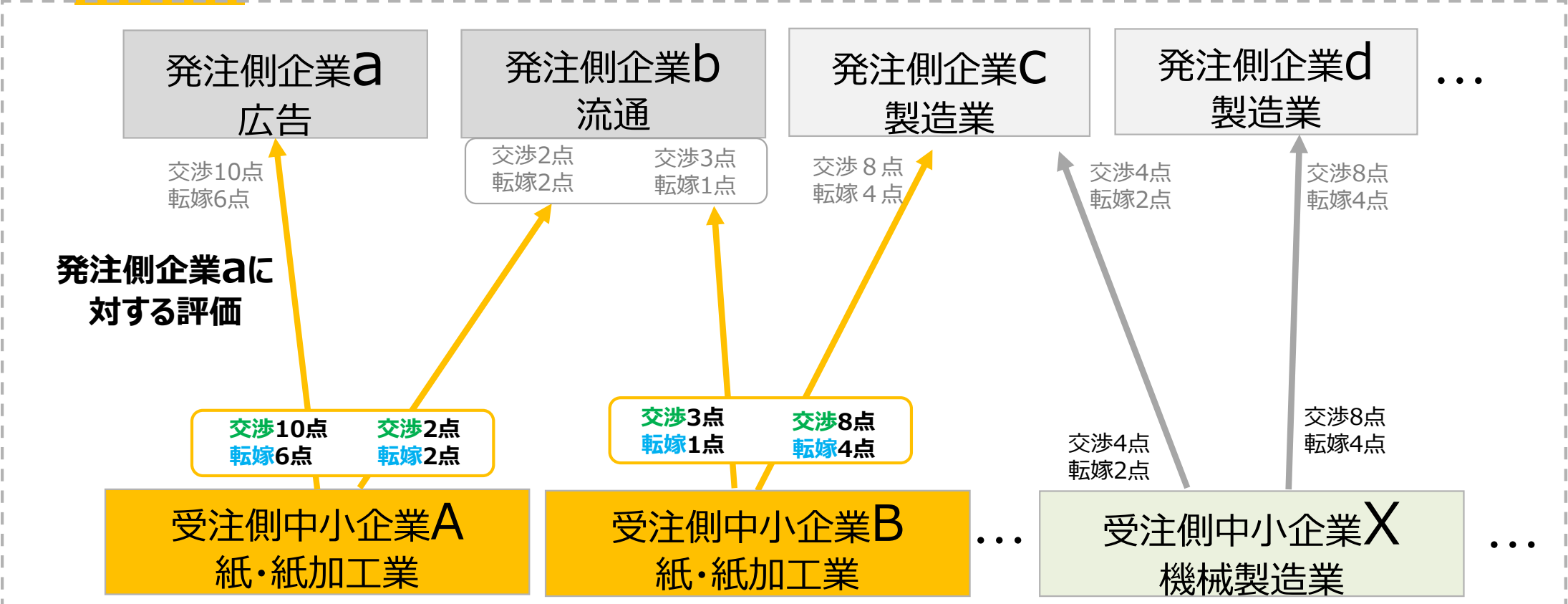
- **価格転嫁に応じている業種**である、**石油製品・石炭製品製造、卸売**では、コスト全体の転嫁率が**更に増加**。
- **価格転嫁に応じていない業種**である、**トラック運送、放送コンテンツ**では、コスト全体の転嫁率は**更に減少**。

| 2022年9月 |             | コスト増に<br>対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 |       |       | 2023年3月 |               | コスト増に<br>対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 |        |        |        |
|---------|-------------|-----------------|----------|-------|-------|---------|---------------|-----------------|----------|--------|--------|--------|
|         |             |                 | 原材料費     | エネルギー | 労務費   |         |               |                 | 原材料費     | エネルギー  | 労務費    |        |
| ①全体     |             | 46.9%           | 48.1%    | 29.9% | 32.9% | ①全体     |               | ↑47.6%          | ↑48.2%   | ↑35.0% | ↑37.4% |        |
| 1位      | 石油製品・石炭製品製造 | 56.2%           | 52.7%    | 41.5% | 40.1% | 1位      | 石油製品・石炭製品製造 → | ↑57.0%          | ↓50.4%   | ↑45.8% | ↑45.8% |        |
| 2位      | 機械製造        | 55.5%           | 57.6%    | 33.3% | 34.9% | 2位      | 卸売 ↑          | ↑56.9%          | ↑55.5%   | ↑41.5% | ↑41.7% |        |
| 3位      | 製菓          | 55.3%           | 55.2%    | 40.0% | 36.7% | 3位      | 造船 ↑          | ↑56.1%          | ↑60.1%   | ↑40.5% | ↑42.1% |        |
| 4位      | 造船          | 54.4%           | 53.4%    | 39.3% | 37.8% | 4位      | 食品製造 ↑        | ↑55.8%          | ↑55.2%   | ↑39.9% | ↑39.3% |        |
| 5位      | 卸売          | 54.2%           | 53.8%    | 35.6% | 35.0% | 5位      | 飲食サービス ↑      | ↑55.6%          | ↑55.8%   | ↑37.3% | ↑41.4% |        |
| 6位      | 電機・情報通信機器   | 53.2%           | 56.3%    | 30.1% | 35.6% | 6位      | 電機・情報通信機器 →   | ↑55.4%          | ↑57.1%   | ↑36.7% | ↑38.8% |        |
| 7位      | 化学          | 53.1%           | 57.1%    | 31.1% | 32.3% | 7位      | 繊維 ↑          | ↑54.8%          | ↑54.5%   | ↑38.9% | ↑38.2% |        |
| 8位      | 建材・住宅設備     | 52.7%           | 53.4%    | 32.5% | 33.4% | 8位      | 小売 ↑          | ↑53.7%          | ↑53.3%   | ↑38.3% | ↑39.1% |        |
| 9位      | 鉱業・採石・砂利採取  | 52.0%           | 44.5%    | 37.3% | 31.4% | 9位      | 化学 ↓          | ↑53.3%          | ↓56.8%   | ↑39.6% | ↑39.9% |        |
| 10位     | 食品製造        | 51.2%           | 54.2%    | 35.2% | 35.2% | 9位      | 建材・住宅設備 ↓     | ↑53.3%          | ↓53.3%   | ↑36.5% | ↑37.0% |        |
| 11位     | 金属          | 49.1%           | 54.5%    | 30.2% | 31.3% | 11位     | 機械製造 ↓        | ↓52.2%          | ↓55.7%   | ↑36.5% | ↑37.5% |        |
| 12位     | 繊維          | 48.7%           | 47.2%    | 35.0% | 34.2% | 11位     | 紙・紙加工 ↑       | ↑52.2%          | ↑52.3%   | ↑35.9% | ↑35.0% |        |
| ②業種別    | 13位         | 紙・紙加工           | 48.5%    | 48.6% | 30.7% | 28.7%   | 13位           | 金属 ↓            | ↑50.2%   | ↓52.4% | ↑38.0% | ↑36.3% |
|         | 14位         | 電気・ガス・熱供給・水道    | 47.8%    | 48.9% | 31.0% | 34.1%   | 14位           | 廃棄物処理 ↑         | ↑48.5%   | ↑43.6% | ↑35.9% | ↑39.6% |
|         | 15位         | 飲食サービス          | 46.9%    | 50.1% | 21.2% | 22.3%   | 15位           | 製菓 ↓            | ↓48.4%   | ↓52.4% | →40.0% | ↑38.4% |
|         | 16位         | 小売              | 46.6%    | 48.0% | 28.3% | 29.5%   | 16位           | 不動産・物品賃貸 ↑      | ↑46.5%   | ↓45.0% | ↑36.6% | ↑41.7% |
|         | 17位         | 建設              | 44.8%    | 45.2% | 31.5% | 38.2%   | 17位           | 建設 →            | ↓44.3%   | ↑45.4% | ↑35.1% | ↑40.6% |
|         | 18位         | 不動産・物品賃貸        | 44.8%    | 46.9% | 34.6% | 36.7%   | 18位           | 電気・ガス・熱供給・水道 ↓  | ↓43.0%   | ↓40.1% | ↑31.5% | ↑37.7% |
|         | 19位         | 印刷              | 44.7%    | 46.6% | 21.6% | 22.6%   | 19位           | 印刷 →            | ↓42.3%   | ↓41.6% | ↑26.8% | ↑31.3% |
|         | 20位         | 自動車・自動車部品       | 43.0%    | 49.8% | 23.9% | 22.4%   | 20位           | 自動車・自動車部品 →     | ↓40.7%   | ↓47.4% | ↑29.9% | ↑24.3% |
|         | 21位         | 広告              | 38.9%    | 46.3% | 27.7% | 30.5%   | 21位           | 金融・保険 ↑         | ↑38.9%   | ↓41.7% | ↑29.8% | ↑35.3% |
|         | 22位         | 金融・保険           | 38.4%    | 43.2% | 21.7% | 28.6%   | 22位           | 鉱業・採石・砂利採取 ↓    | ↓37.2%   | ↓39.2% | ↓34.5% | ↑40.2% |
|         | 23位         | 情報サービス・ソフトウェア   | 37.1%    | 21.1% | 17.5% | 46.3%   | 23位           | 情報サービス・ソフトウェア → | ↓36.7%   | ↓21.0% | ↑18.0% | ↓45.7% |
|         | 24位         | 廃棄物処理           | 32.1%    | 31.4% | 33.0% | 30.0%   | 24位           | 広告 ↓            | ↓34.0%   | ↓36.4% | ↑27.8% | ↑30.8% |
|         | 25位         | 放送コンテンツ         | 26.5%    | 22.6% | 18.1% | 39.1%   | 25位           | 通信 ↑            | ↑33.5%   | ↑33.0% | ↑26.8% | ↑34.8% |
|         | 26位         | 通信              | 21.3%    | 26.3% | 17.9% | 27.2%   | 26位           | 放送コンテンツ ↓       | ↓22.7%   | ↑24.0% | ↑19.5% | ↓21.8% |
|         | 27位         | トラック運送          | 20.6%    | 17.8% | 19.2% | 15.5%   | 27位           | トラック運送 →        | ↓19.4%   | ↑17.9% | ↑19.4% | ↑18.2% |
|         | -           | その他             | 43.1%    | 42.6% | 27.3% | 31.4%   | -             | その他             | ↑45.0%   | ↑4.41% | ↑33.1% | ↑35.8% |

# 受注側中小企業の視点での価格交渉、転嫁の状況

昨年9月の月間から、**受注側企業が、発注側企業**に対して**交渉、転嫁して貰えたか**についても調査し、そのスコアを業種ごとに集計。

例) **紙・紙加工業**に属する受注側企業が、様々な業種の発注側企業に対して価格交渉、価格転嫁できたか



【紙・紙加工業】  
 交渉点数 →  $(10+2+3+8) \div 4 = 5.75$   
 転嫁点数 →  $(6+2+1+4) \div 4 = 3.25$

# 業種別の価格転嫁ランキング（価格転嫁を要請して、応じて貰えた業種）

受注側企業サイドから見て、発注側企業に対して価格転嫁して貰えたか、という視点からも集計。

- 価格転嫁に相対的に応じて貰えている業種は、卸売、紙・紙加工、小売
- 価格転嫁に相対的に応じて貰えていない業種は、トラック運送、放送コンテンツ、金融・保険

| 2023年3月 |                  | コスト増に<br>対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 |        |        |
|---------|------------------|-----------------|----------|--------|--------|
|         |                  |                 | 原材料費     | エネルギー  | 労務費    |
| ①全体     |                  | ↑47.6%          | ↑48.2%   | ↑35.0% | ↑37.4% |
| ②業種別    | 1 卸売             | ↑67.1%          | ↑66.8%   | ↑48.1% | ↑48.5% |
|         | 2 小売             | ↑60.7%          | →57.7%   | ↑39.4% | ↑40.9% |
|         | 3 紙・紙加工          | ↓58.6%          | ↓60.2%   | ↑39.2% | ↑38.6% |
|         | 4 食品製造           | ↑58.2%          | ↑56.6%   | ↑42.0% | ↑41.6% |
|         | 5 電機・情報通信機器      | ↑55.9%          | ↑58.8%   | ↑36.3% | ↑38.5% |
|         | 6 機械製造業          | ↓53.4%          | ↓56.1%   | ↑38.5% | ↑38.6% |
|         | 7 建材・住宅設備        | ↑53.2%          | ↑56.8%   | ↑38.6% | ↑38.5% |
|         | 8 製薬             | 52.9%           | 47.1%    | 47.1%  | 41.4%  |
|         | 9 繊維             | ↑52.3%          | ↑53.9%   | ↑39.3% | ↑39.3% |
|         | 10 鉱業・採石・砂利採取    | ↑51.8%          | ↑49.0%   | ↑47.5% | ↑40.7% |
|         | 11 化学            | ↓51.3%          | ↓56.2%   | ↑33.2% | ↑33.5% |
|         | 12 金属            | ↓48.9%          | ↓54.6%   | ↑35.9% | ↑33.1% |
|         | 13 印刷            | ↑46.3%          | ↓46.4%   | ↑28.6% | ↑30.2% |
|         | 14 不動産・物品賃貸      | ↑45.9%          | ↑45.8%   | ↑41.4% | ↑45.9% |
|         | 15 造船            | 44.7%           | 52.9%    | 33.9%  | 34.1%  |
|         | 16 建設            | ↓43.5%          | ↓44.5%   | ↑34.7% | ↓40.0% |
|         | 17 石油製品・石炭製品     | 43.3%           | 44.8%    | 30.7%  | 31.7%  |
|         | 18 電気・ガス・熱供給・水道  | ↑39.7%          | ↓40.7%   | ↑33.1% | ↑34.2% |
|         | 19 廃棄物処理         | ↑39.1%          | ↑33.6%   | ↑30.0% | ↑32.8% |
|         | 20 広告            | ↓37.9%          | ↓39.8%   | ↓27.6% | ↓32.3% |
|         | 21 情報サービス・ソフトウェア | ↑37.7%          | ↑24.5%   | ↑20.1% | ↑45.9% |
|         | 22 自動車・自動車部品     | ↓34.7%          | ↓45.5%   | ↑28.5% | ↑19.1% |
|         | 23 飲食サービス        | 33.2%           | 35.3%    | 18.3%  | 24.7%  |
|         | 24 通信            | ↑31.2%          | ↓27.3%   | ↓23.7% | ↓32.5% |
|         | 25 金融・保険         | 25.0%           | 38.3%    | 25.7%  | 27.5%  |
|         | 26 放送コンテンツ       | ↑24.5%          | ↑27.3%   | ↑24.0% | ↓28.3% |
|         | 27 トラック運送        | ↑21.1%          | ↑17.1%   | ↑21.0% | ↑18.6% |
| - その他   | ↑41.9%           | ↓39.4%          | ↑31.4%   | ↑36.5% |        |

## 【評価方法】

n=20722

中小企業に、主要な取引先を最大3社選択してもらい、**1社ごとに、直近6ヶ月（2023年10月～2023年3月）のコスト上昇分のうち何割を価格転嫁できたか**について回答を依頼。得られた回答を受注側中小企業の業種ごとに名寄せし、**業種ごとの転嫁率を単純平均で算出**したもの。

※労務費や原材料費、エネルギーの各コストについても同様。

| 回答欄選択肢 | 転嫁率                |
|--------|--------------------|
| 10割    | 100%転嫁できたと計算 (10点) |
| 9割     | 90% (9点)           |
| 8割     | 80% (8点)           |
| 7割     | 70% (7点)           |
| 6割     | 60% (6点)           |
| 5割     | 50% (5点)           |
| 4割     | 40% (4点)           |
| 3割     | 30% (3点)           |
| 2割     | 20% (2点)           |
| 1割     | 10% (1点)           |
| 0割     | 0% (0点)            |
| マイナス   | -30% (-3点)         |

※サンプル数が50以下の業種はその他として記載。  
 ※業界毎の順位や点数は、各業界に属する受注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。  
 ※表中、↑ ↓ →は前回9月調査と比較した結果の上がり下がりを示す。  
 ※要素別の回答形式のため、全体コストと各要素の影響が必ずしも連動するものではない。

# (参考) 価格転嫁 業種別 【2022年9月調査との比較】

価格転嫁の状況について、2022年9月の価格交渉促進月間の調査結果との比較は下記の表のとおり。

- **価格転嫁に相対的に応じて貰えている業種**である卸売、小売では、コスト全体の転嫁率が更に増加。
- **価格転嫁に相対的に応じて貰えていない業種**であるトラック運送、放送コンテンツも全体の転嫁率が微増。

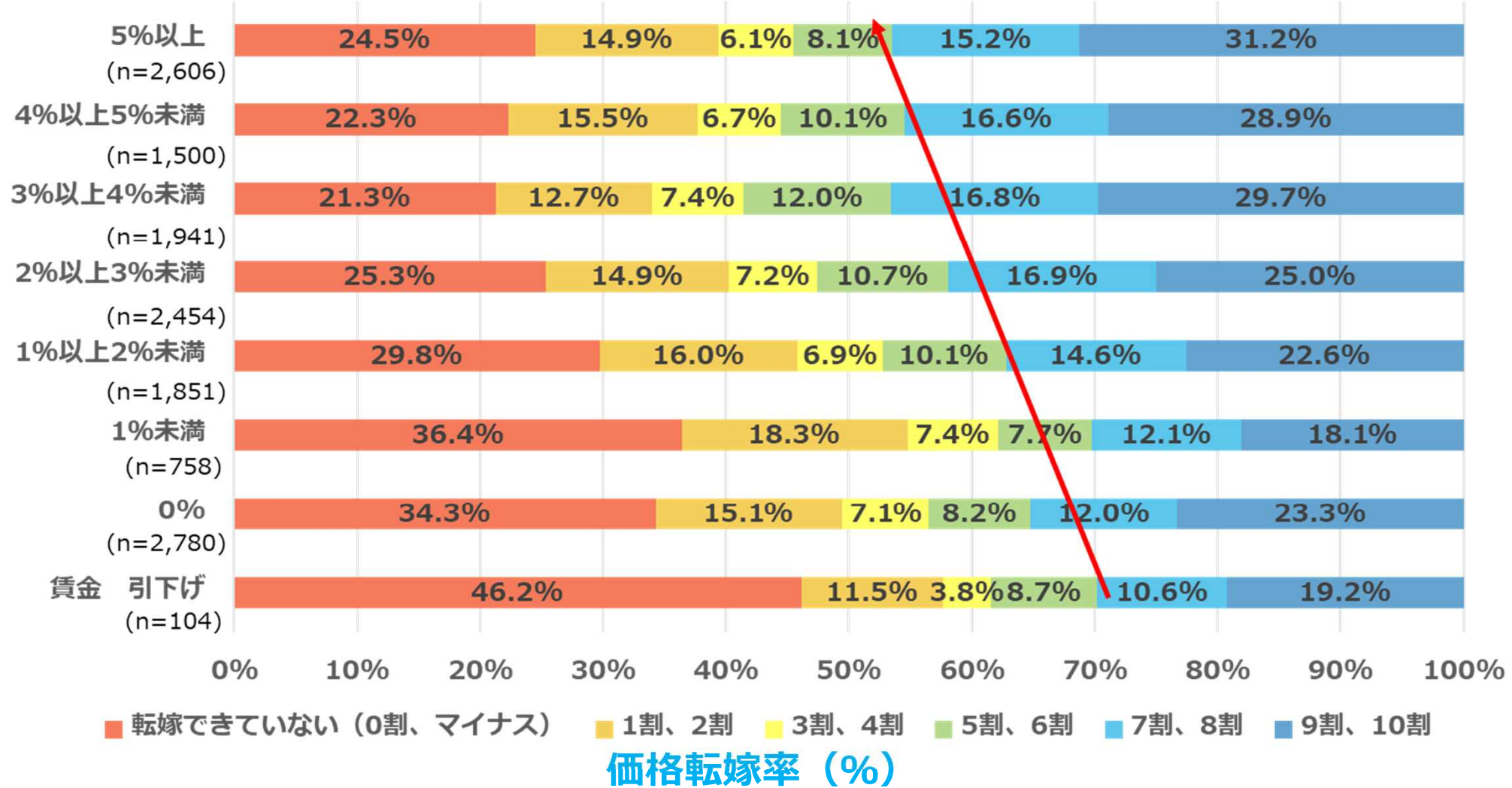
| 2022年9月 |               | コスト増に対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 |       |       | 2023年3月 |               | コスト増に対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 |        |        |
|---------|---------------|-------------|----------|-------|-------|---------|---------------|-------------|----------|--------|--------|
|         |               |             | 原材料費     | エネルギー | 労務費   |         |               |             | 原材料費     | エネルギー  | 労務費    |
| ①全体     |               | 46.9%       | 48.1%    | 29.9% | 32.9% | ①全体     |               | ↑47.6%      | ↑48.2%   | ↑35.0% | ↑37.4% |
| 1位      | 卸売            | 64.6%       | 65.2%    | 38.7% | 37.3% | 1位      | 卸売            | ↑67.1%      | ↑66.8%   | ↑48.1% | ↑48.5% |
| 2位      | 紙・紙加工         | 61.8%       | 61.5%    | 34.3% | 33.9% | 2位      | 小売            | ↑60.7%      | →57.7%   | ↑39.4% | ↑40.9% |
| 3位      | 小売            | 57.4%       | 57.7%    | 35.1% | 36.2% | 3位      | 紙・紙加工         | ↓58.6%      | ↓60.2%   | ↑39.2% | ↑38.6% |
| 4位      | 機械製造業         | 55.7%       | 58.2%    | 36.1% | 37.8% | 4位      | 食品製造          | ↑58.2%      | ↑56.6%   | ↑42.0% | ↑41.6% |
| 5位      | 建材・住宅設備       | 52.7%       | 54.7%    | 30.4% | 32.8% | 5位      | 電機・情報通信機器     | ↑55.9%      | ↑58.8%   | ↑36.3% | ↑38.5% |
| 6位      | 電機・情報通信機器     | 52.3%       | 55.0%    | 27.4% | 34.5% | 6位      | 機械製造業         | ↓53.4%      | ↓56.1%   | ↑38.5% | ↑38.6% |
| 7位      | 化学            | 51.4%       | 59.8%    | 26.8% | 26.8% | 7位      | 建材・住宅設備       | ↑53.2%      | ↑56.8%   | ↑38.6% | ↑38.5% |
| 8位      | 金属            | 51.0%       | 58.0%    | 28.3% | 28.5% | 8位      | 製薬            | 52.9%       | 47.1%    | 47.1%  | 41.4%  |
| 9位      | 繊維            | 48.4%       | 44.3%    | 33.2% | 31.8% | 9位      | 繊維            | ↑52.3%      | ↑53.9%   | ↑39.3% | ↑39.3% |
| 10位     | 広告            | 45.2%       | 49.6%    | 34.5% | 35.5% | 10位     | 鉱業・採石・砂利採取    | ↑51.8%      | ↑49.0%   | ↑47.5% | ↑40.7% |
| 11位     | 食品製造          | 45.0%       | 48.1%    | 32.9% | 32.5% | 11位     | 化学            | ↓51.3%      | ↓56.2%   | ↑33.2% | ↑33.5% |
| 12位     | 印刷            | 44.8%       | 47.1%    | 23.2% | 24.4% | 12位     | 金属            | ↓48.9%      | ↓54.6%   | ↑35.9% | ↑33.1% |
| 13位     | 建設            | 44.6%       | 45.1%    | 33.0% | 40.1% | 13位     | 印刷            | ↑46.3%      | ↓46.4%   | ↑28.6% | ↑30.2% |
| 14位     | 鉱業・採石・砂利採取    | 39.0%       | 33.5%    | 30.2% | 27.2% | 14位     | 不動産・物品賃貸      | ↑45.9%      | ↑45.8%   | ↑41.4% | ↑45.9% |
| 15位     | 電気・ガス・熱供給・水道  | 37.5%       | 43.0%    | 21.3% | 27.7% | 15位     | 造船            | 44.7%       | 52.9%    | 33.9%  | 34.1%  |
| 16位     | 情報サービス・ソフトウェア | 37.0%       | 22.5%    | 17.6% | 45.3% | 16位     | 建設            | ↓43.5%      | ↓44.5%   | ↑34.7% | ↓40.0% |
| 17位     | 自動車・自動車部品     | 35.3%       | 45.7%    | 17.9% | 14.1% | 17位     | 石油製品・石炭製品     | 43.3%       | 44.8%    | 30.7%  | 31.7%  |
| 18位     | 通信            | 30.7%       | 33.8%    | 26.2% | 37.4% | 18位     | 電気・ガス・熱供給・水道  | ↑39.7%      | ↓40.7%   | ↑33.1% | ↑34.2% |
| 19位     | 不動産、物品賃貸      | 29.7%       | 33.4%    | 19.0% | 29.7% | 19位     | 廃棄物処理         | ↑39.1%      | ↑33.6%   | ↑30.0% | ↑32.8% |
| 20位     | 廃棄物処理         | 23.0%       | 19.9%    | 20.8% | 20.9% | 20位     | 広告            | ↓37.9%      | ↓39.8%   | ↓27.6% | ↓32.3% |
| 21位     | 放送コンテンツ       | 19.1%       | 19.7%    | 16.8% | 30.7% | 21位     | 情報サービス・ソフトウェア | ↑37.7%      | ↑24.5%   | ↑20.1% | ↑45.9% |
| 22位     | トラック運送        | 18.6%       | 13.1%    | 20.5% | 15.4% | 22位     | 自動車・自動車部品     | ↓34.7%      | ↓45.5%   | ↑28.5% | ↑19.1% |
| -       | その他           | 41.6%       | 39.9%    | 27.8% | 33.5% | 23位     | 飲食サービス        | 33.2%       | 35.3%    | 18.3%  | 24.7%  |
|         |               |             |          |       |       | 24位     | 通信            | ↑31.2%      | ↓27.3%   | ↓23.7% | ↓32.5% |
|         |               |             |          |       |       | 25位     | 金融・保険         | 25.0%       | 38.3%    | 25.7%  | 27.5%  |
|         |               |             |          |       |       | 26位     | 放送コンテンツ       | ↑24.5%      | ↑27.3%   | ↑24.0% | ↓28.3% |
|         |               |             |          |       |       | 27位     | トラック運送        | ↑21.1%      | ↑17.1%   | ↑21.0% | ↑18.6% |
|         |               |             |          |       |       | -       | その他           | ↑41.9%      | ↓39.4%   | ↑31.4% | ↑36.5% |



# 価格転嫁率と賃上げ率との関係

- 今回は、中小企業に「賃上げ率」も照会しており、**価格転嫁（転嫁率）と賃上げとの関係**を整理。
- **価格転嫁できている割合が高くなるほど、賃上げ率も高くなる傾向**。なお、「価格転嫁できなかったにも拘わらず、5%以上の賃上げを実施した企業」もあれば、「9～10割の転嫁できても、賃上げしない企業」もあり。

賃上げ率 (%)



(注) 1. ①価格転嫁率：直近6ヶ月のコスト全般の上昇分のうち、何割を価格に転嫁できたかという質問に対する回答。但し、「価格改定の必要性なし」とした回答は、計算から除外。  
 ②賃上げ率：直近6ヶ月以内に実施した、ないし、今後予定している賃上げ幅（定期昇給、ベースアップ、一時金等全てを含む）について回答があったもののみを集計。  
 2. 上記グラフの作成に係る回答数は、13,994件。

# 今後の価格転嫁対策

- 今後、更なる価格転嫁対策として、公正取引委員会をはじめ関係省庁と連携し、以下を実施する方針。
  - ① 下請中小企業による価格交渉を後押しする体制の整備（全国のよろず支援拠点に「価格転嫁サポート窓口」の設置（7月） 等） **New!**
  - ② 発注側企業ごとの価格交渉・転嫁状況のリストの公表（8月以降）
  - ③ 下請振興法に基づき、事業所管大臣名で経営トップに対して指導・助言（8月以降）
  - ④ 各業界団体による自主行動計画の改訂・徹底。各業界団体による取引適正化の取組状況フォローアップ（公正取引委員会と合同で実施）
  - ⑤ パートナーシップ構築宣言の更なる拡大、実効性の向上

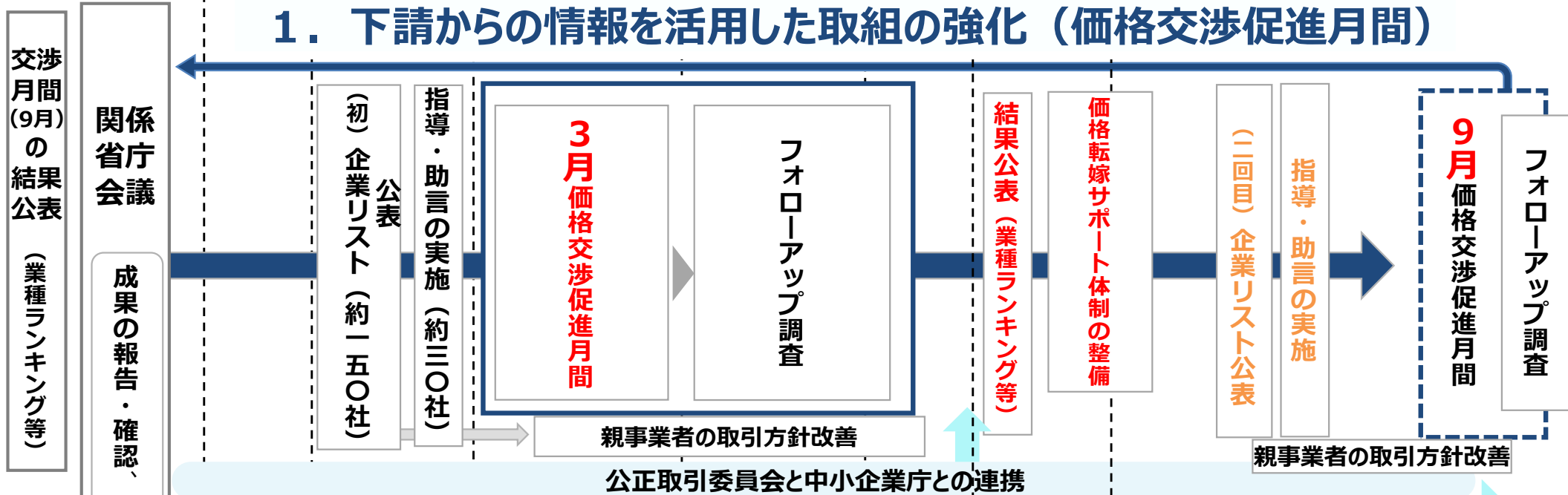
# 今後の価格転嫁対策 = 「2つの適正化プロセス」の継続、PDCAの確立

1. 価格交渉促進月間はじめ、下請からの情報を活用した取組の強化に加え、
  2. 業界団体を通じた改善プロセスの体系化
- の2つの適正化プロセスを着実に実行・継続し、適正な取引慣行を定着させる。

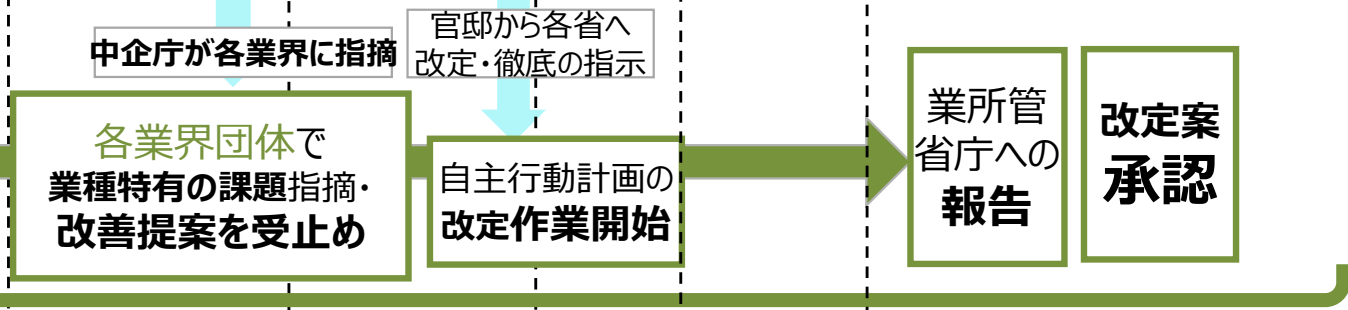
業所管省庁・中小企業庁

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月以降 …

## 1. 下請からの情報を活用した取組の強化（価格交渉促進月間）



## 下請Gメン300名体制、年間1万件ヒアリング、業種ごとの課題の把握・分析



## 2. 業界団体を通じた取引適正化のプロセス体系化・強化

# 価格転嫁サポート体制の強化

- 価格転嫁ができた企業のうち、多くが「原価を示した価格交渉」が有効と回答。効果的な価格交渉のためには、コスト増加分を定量的に把握し、原価を割り出して提示することが有益。
- このため、7月より、全国のよろず支援拠点に「価格転嫁サポート窓口」を設置し、中小企業等に対する価格交渉に関する基礎的な知識の習得支援や、原価計算の手法の習得支援を実施。
- また、商工会議所・商工会等の地域支援機関に対して、価格交渉ハンドブックを配布するとともに、支援機関においても価格転嫁に関する基本的な知識の習得支援等を行うことで、中小企業の価格転嫁を支援する全国的なサポート体制を整備。

価格転嫁ができた理由（複数回答）



下請Gメンのヒアリング結果としても以下の事例を把握。

➢ 2023年3月に**原材料費、労務費高騰の資料を提示し**、4月中に**提示どおりの価格で決着した**。

## ＜価格転嫁サポート窓口の支援イメージ＞

＜原価計算能力向上に係る主な支援内容＞

- ・原価管理に係る基礎支援  
原価管理の目的とその算出に係る考え方、製品原価の算出に必要な情報の把握手法等について助言。
- ・製品原価算出に係る実践的な提案  
個々の企業の実態を踏まえた、具体的な製品毎の原価の算出方法等を提案。

