

令和4年度第4回

強い経済の構築に向けた埼玉県戦略会議

庁 議 室

令和5年2月10日

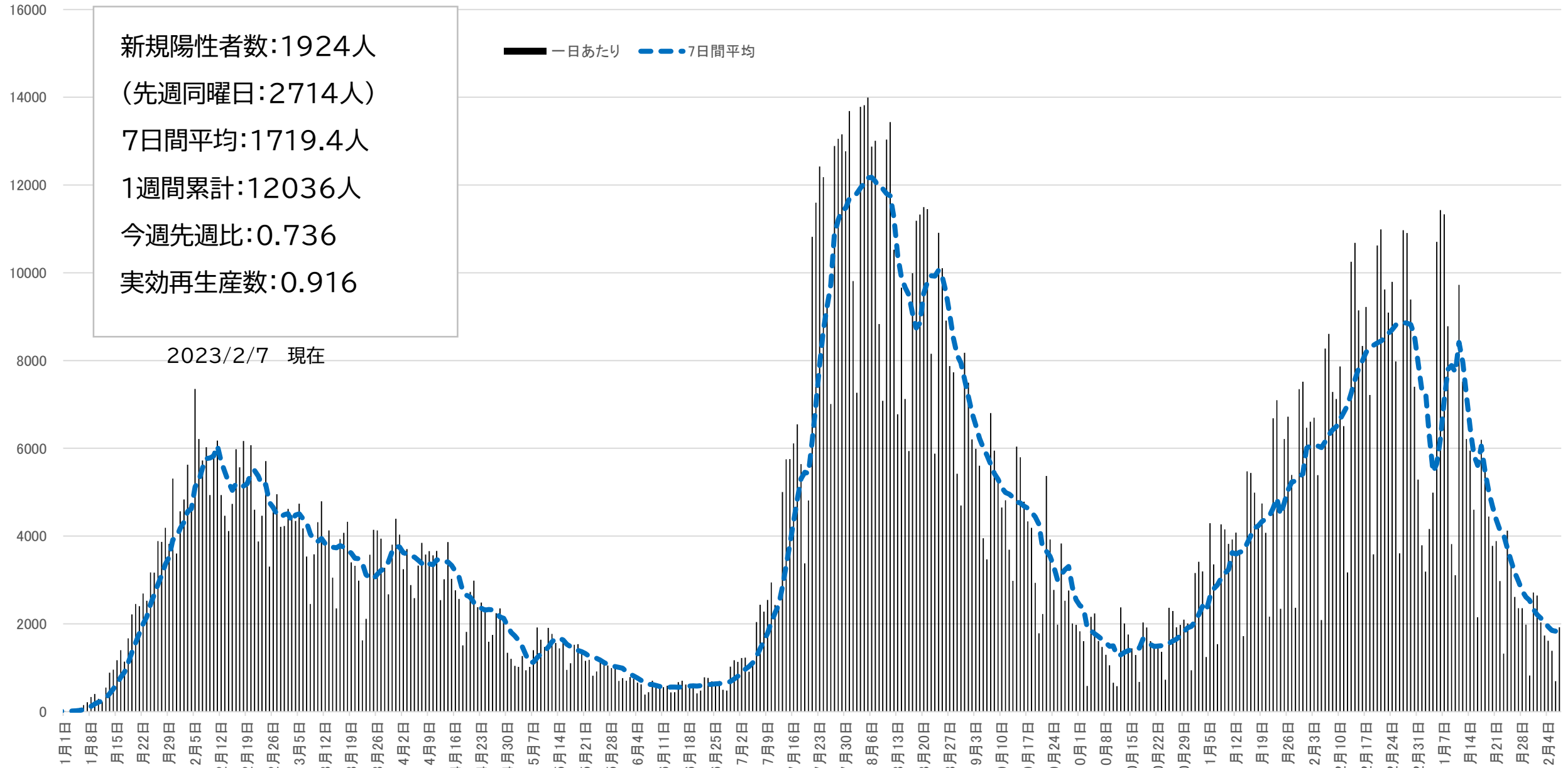
産 業 労 働 部

本日の内容

- I 新規陽性者数の推移と本県経済の現状分析
- II 予算における対応状況
- III 価格転嫁の円滑化に向けた取組状況報告

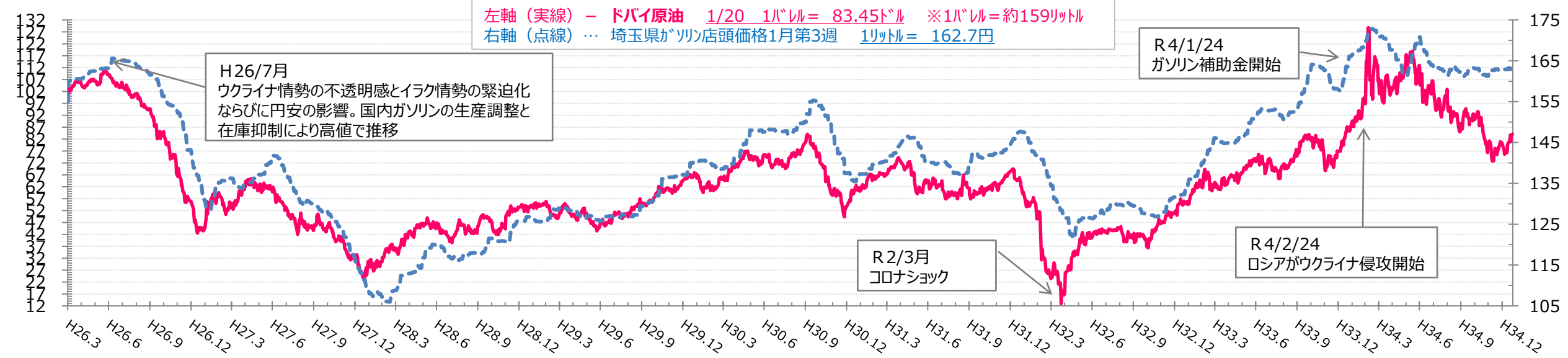
I 新規陽性者数の推移と 本県経済の現状分析

陽性者数の推移(日別)(2022.1.1~)



原油・ガソリン価格の推移

ガソリン店頭価格は160円超で高止まりしている。



円相場の推移

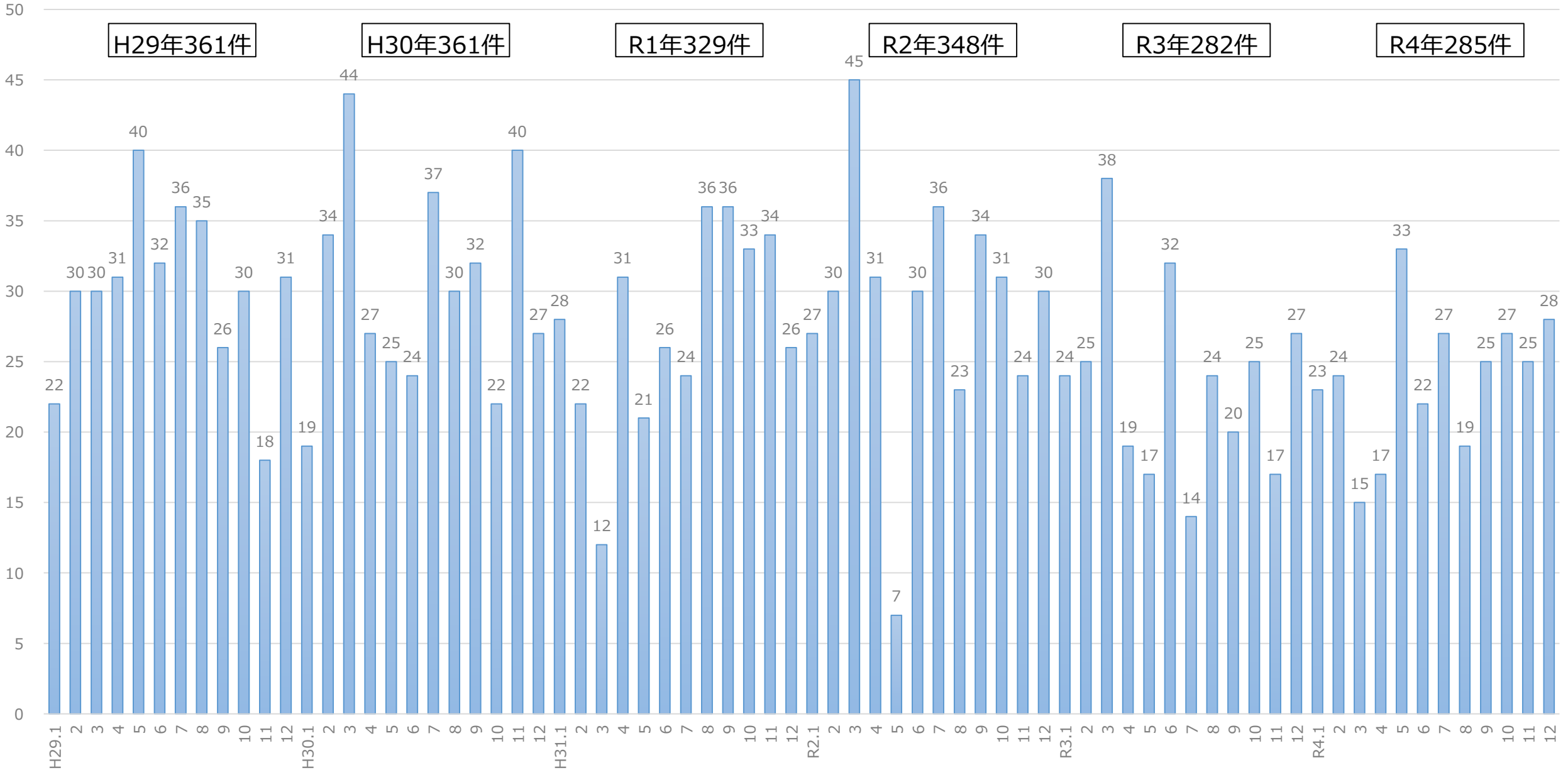
約32年ぶりの円安水準から、円高に転じている。



県内倒産件数の推移

県内倒産件数の推移

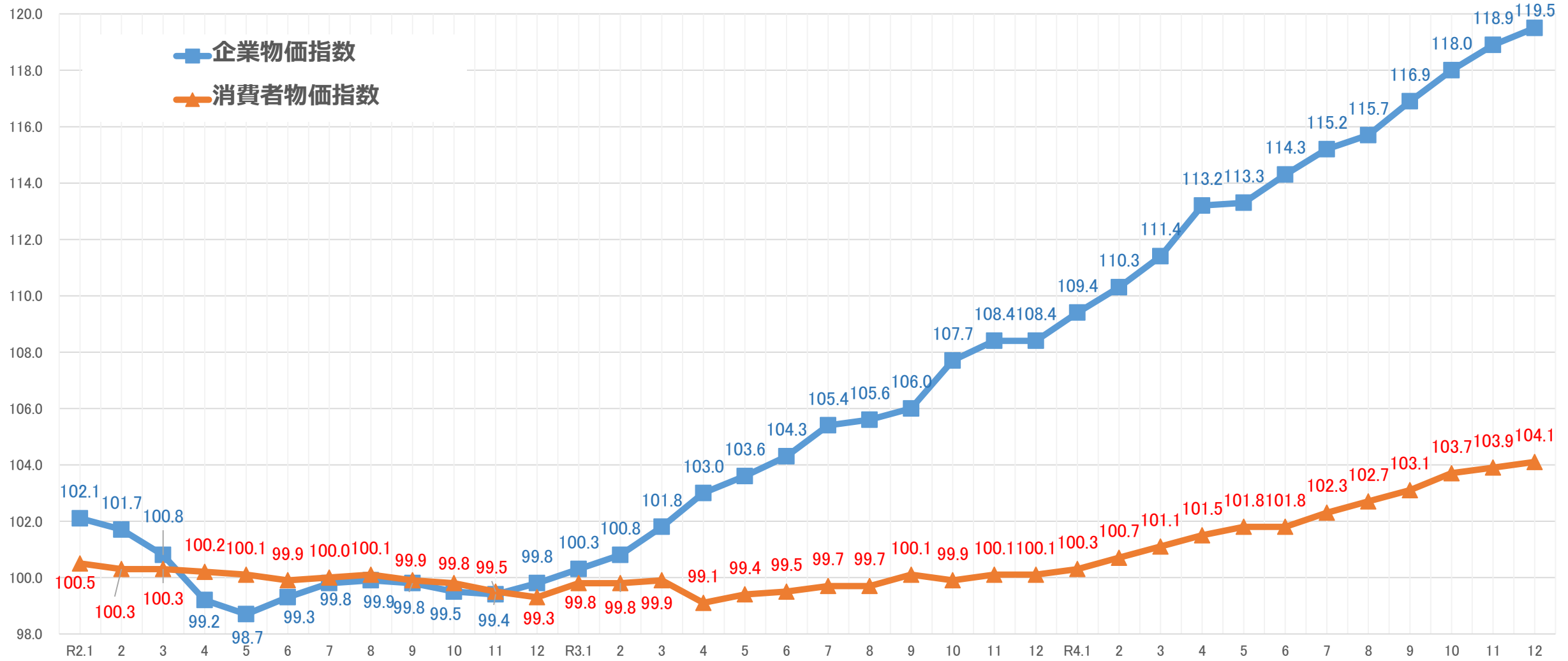
低水準ではあるが、R4.9月～12月まで4か月連続で前年同月を上回っている。



企業物価指数・消費者物価指数の推移

企業物価指数
消費者物価指数の推移
R2 = 100

企業物価指数・消費者物価指数の上昇が続いているが、上昇幅には乖離がある。



埼玉県四半期経営動向調査結果 R4.10~12月期 対象企業：2,200社 回答企業：1,385社（回答率63.0%）

令和4年10~12月期の景況感

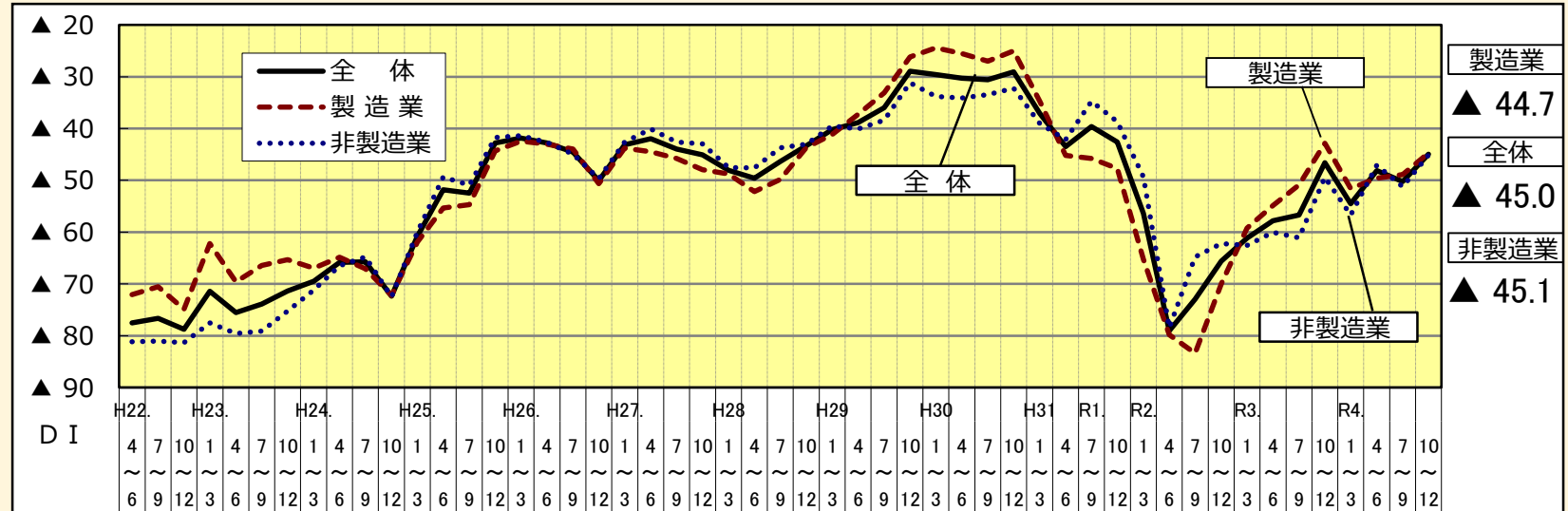
〔自社業界の景気〕

- ・「好況である」とみる企業は5.0%
- ・「不況である」とみる企業は50.0%

〔景況感DI〕

- （「好況である」－「不況である」の割合）
- ・▲45.0（製造業▲44.7 非製造業▲45.1）
- ・令和4年7~9月期（▲50.2）から5.2ポイント増加し、2期ぶりに改善

景況感は、持ち直しの動きがみられる



令和5年1~3月期の見通し

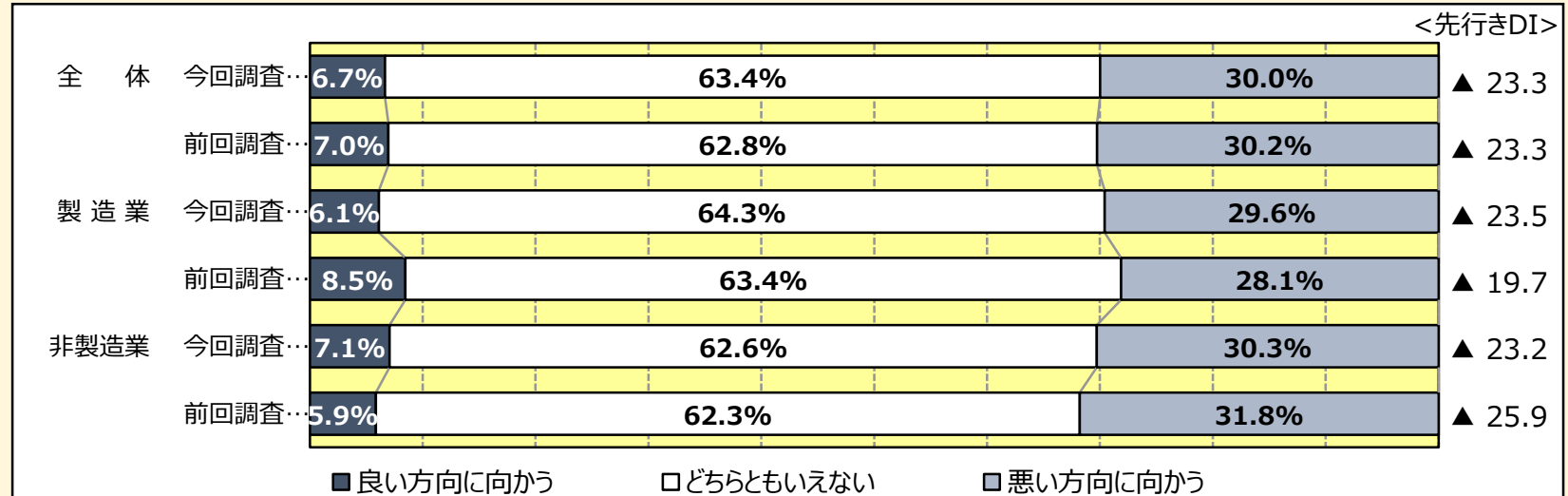
〔製造業〕

- ・「良い方向に向かう」とみる企業は6.1%
- ・「悪い方向に向かう」とみる企業は29.6%
- ・「良い方向に向かう」が前回調査より2.4ポイント減少

〔非製造業〕

- ・「良い方向に向かう」とみる企業は7.1%
- ・「悪い方向に向かう」とみる企業は30.3%
- ・「悪い方向に向かう」が前回調査より1.5ポイント減少

先行きについては、慎重さがみられる



埼玉県四半期経営動向調査結果

R4.10～12月期 対象企業：2,200社 回答企業：1,385社（回答率63.0%）

ヒアリング調査から見た企業の声

一般機械器具	産業機械関連は好調だが、半導体関連の受注が落ちており、普通である。
	値上げの交渉において細かいエビデンスを求められ、価格転嫁が進まない。
輸送用機械器具	自動車業界は半導体不足で生産が滞っている状況のため、不況である。
	乗用車に比ベトラックの受注は安定しており、景況感は普通である。 電気代高騰分の価格転嫁が遅れており、採算性は悪くなった。
プラスチック製品	食品、医療関連以外でも受注が安定しており、景況感は好況である。
	ほぼ価格転嫁はできており、取引先も製品の販売価格を上げている。
食料品製造	仕入元である鶏卵業者や乳牛業者は飼料高騰の影響で経営が厳しい。
	小麦粉は高値で一旦落ち着いているが、卵白や油の価格は上昇している。
鋳鉄物	価格転嫁は部分的だが全体で受注単価は上がった。
	自動車関連は生産調整が続き、電気代高騰で生産コストが増加しており、不況である。
印刷業	ペーパーレス化に加え、コロナ禍でイベント自粛が続いており、不況である。
小売業	富裕層を中心に購買意欲が強く、景況感は好況である。（百貨店）
	電気代高騰、物価上昇が続いており、景況感は不況である。（スーパー）
情報サービス業	D X への取組が増加する一方、I T 投資の先送りや縮小がみられ、景況感は普通である。
	燃料費高騰の影響で企業の経費削減、情報化投資の抑制がみられる。
サービス業（旅行業）	学校関係を中心に回復がみられるが、民間旅行者はまだ少ない状況である。
建設業	中小零細の工務店や建築業者は価格高騰の影響で廃業が増えていく。
	資材価格高騰分の価格転嫁により受注単価は上昇している。

埼玉県四半期経営動向調査結果 R4.10～12月期 対象企業：2,200社 回答企業：1,385社（回答率63.0%）

価格交渉（相談）の実施状況

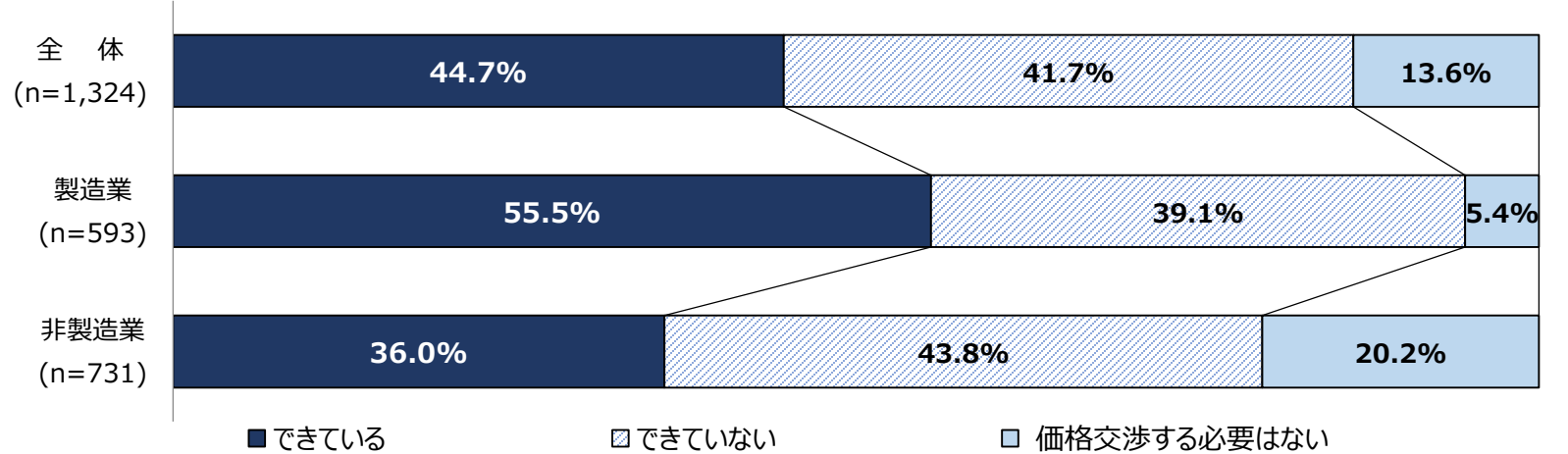
〔製造業〕

- 十分に価格交渉（相談）が
- ・「できている」企業は55.5%
- ・「できていない」企業は39.1%
- ・「できている」と回答した企業の方が多い

〔非製造業〕

- 十分に価格交渉（相談）が
- ・「できている」企業は36.0%
- ・「できていない」企業は43.8%
- ・「できていない」と回答した企業の方が多い

十分に価格交渉（相談）ができている企業は半数程度



価格転嫁の実施状況

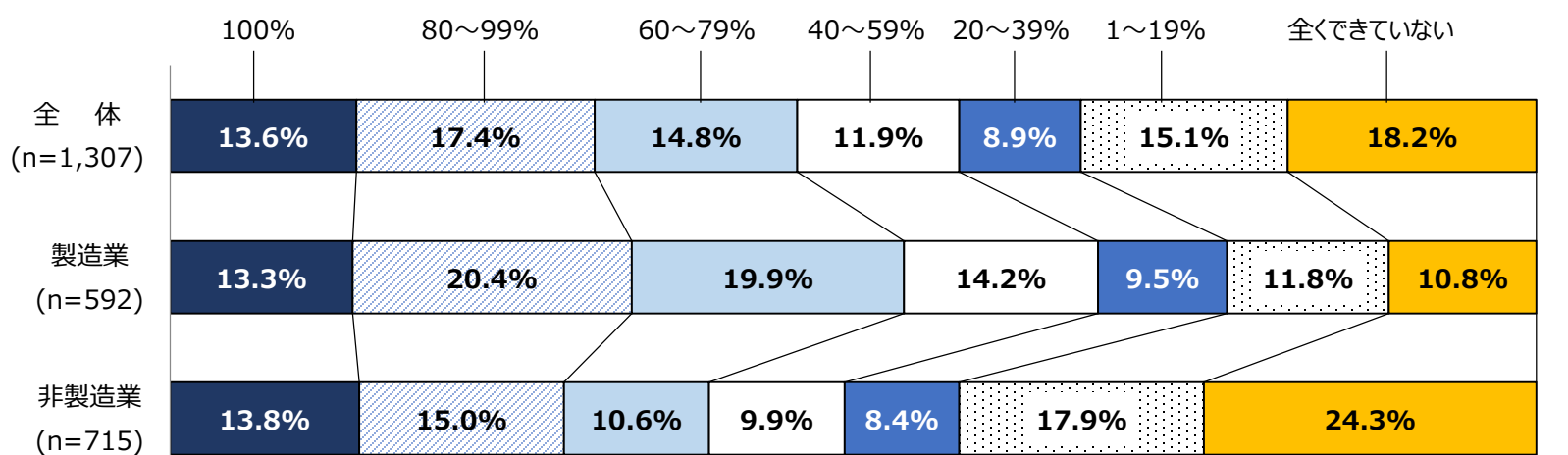
〔製造業〕

- コスト高騰に対して価格転嫁が
- ・「100%」できている企業は13.3%
- ・「全くできていない」企業は10.8%
- ・「80～99%」できている企業が20.4%で最多

〔非製造業〕

- コスト高騰に対して価格転嫁が
- ・「100%」できている企業は13.8%
- ・「全くできていない」企業が24.3%で最多

コスト高騰に対して80%以上価格転嫁ができている企業は3割程度



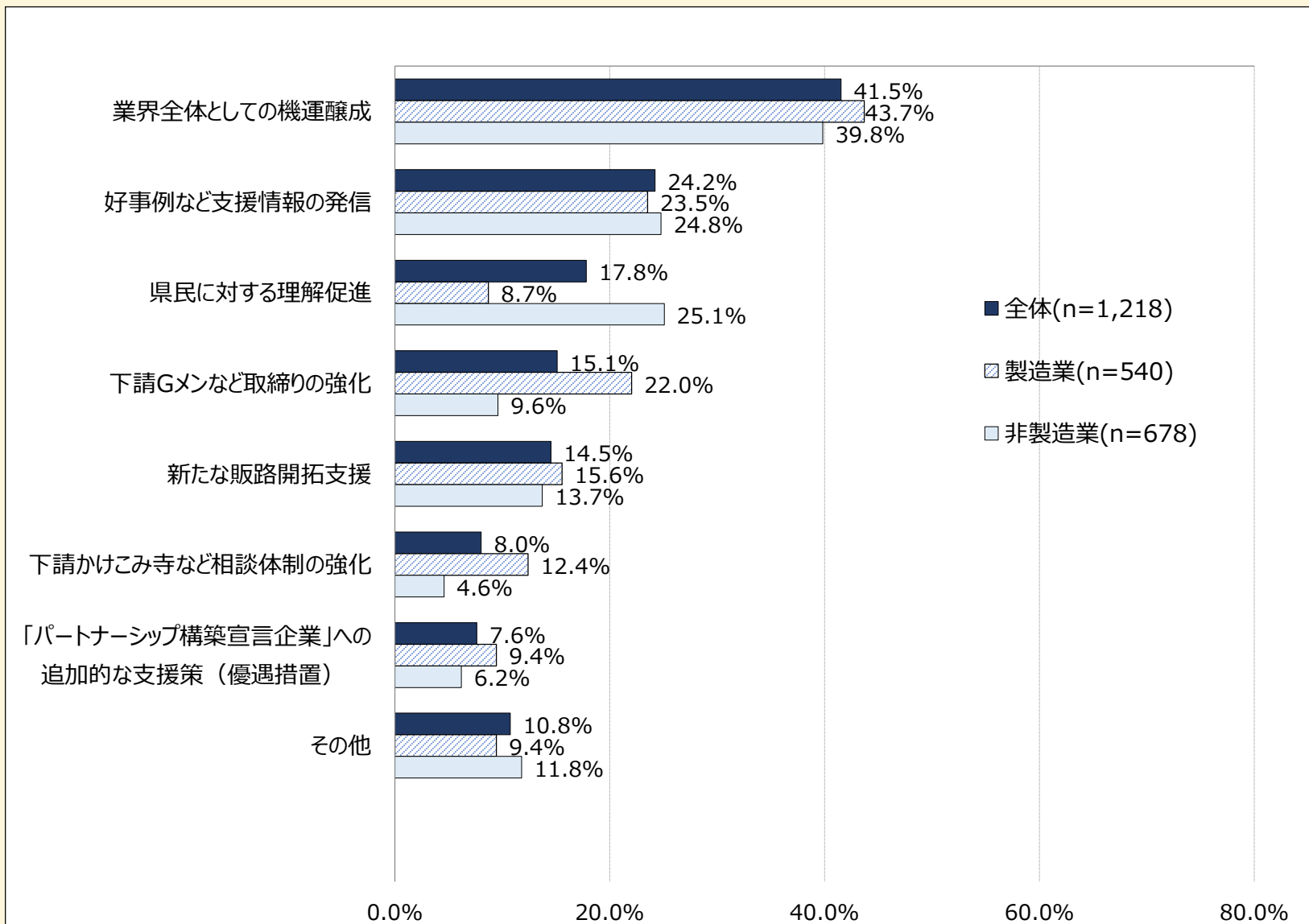
埼玉県四半期経営動向調査結果

R4.10～12月期 対象企業：2,200社 回答企業：1,385社（回答率63.0%）

価格転嫁を進めるため、行政に期待する支援

- ① 「業界全体としての機運醸成」 (41.5%)
 - ・製造業 (43.7%)
 - ・非製造業 (39.8%)
- ② 「好事例など支援情報の発信」 (24.2%)
 - ・製造業 (23.5%)
 - ・非製造業 (24.8%)
- ③ 「県民に対する理解促進」 (17.8%)
 - ・製造業 (8.7%)
 - ・非製造業 (25.1%)
- ④ 「下請Gメンなど取締りの強化」 (15.1%)
 - ・製造業 (22.0%)
 - ・非製造業 (9.6%)
- ⑤ 「新たな販路開拓支援」 (14.5%)
 - ・製造業 (15.6%)
 - ・非製造業 (13.7%)
- ⑥ 「下請かけこみ寺など相談体制の強化」 (8.0%)
 - ・製造業 (12.4%)
 - ・非製造業 (4.6%)
- ⑦ 「『パートナーシップ構築宣言企業』への追加的な支援策（優遇措置）」 (7.6%)
 - ・製造業 (9.4%)
 - ・非製造業 (6.2%)
- ⑧ 「『パートナーシップ構築宣言企業』への追加的な支援策（優遇措置）」 (7.6%)
 - ・製造業 (9.4%)
 - ・非製造業 (6.2%)

業界全体としての機運醸成、好事例など支援情報の発信

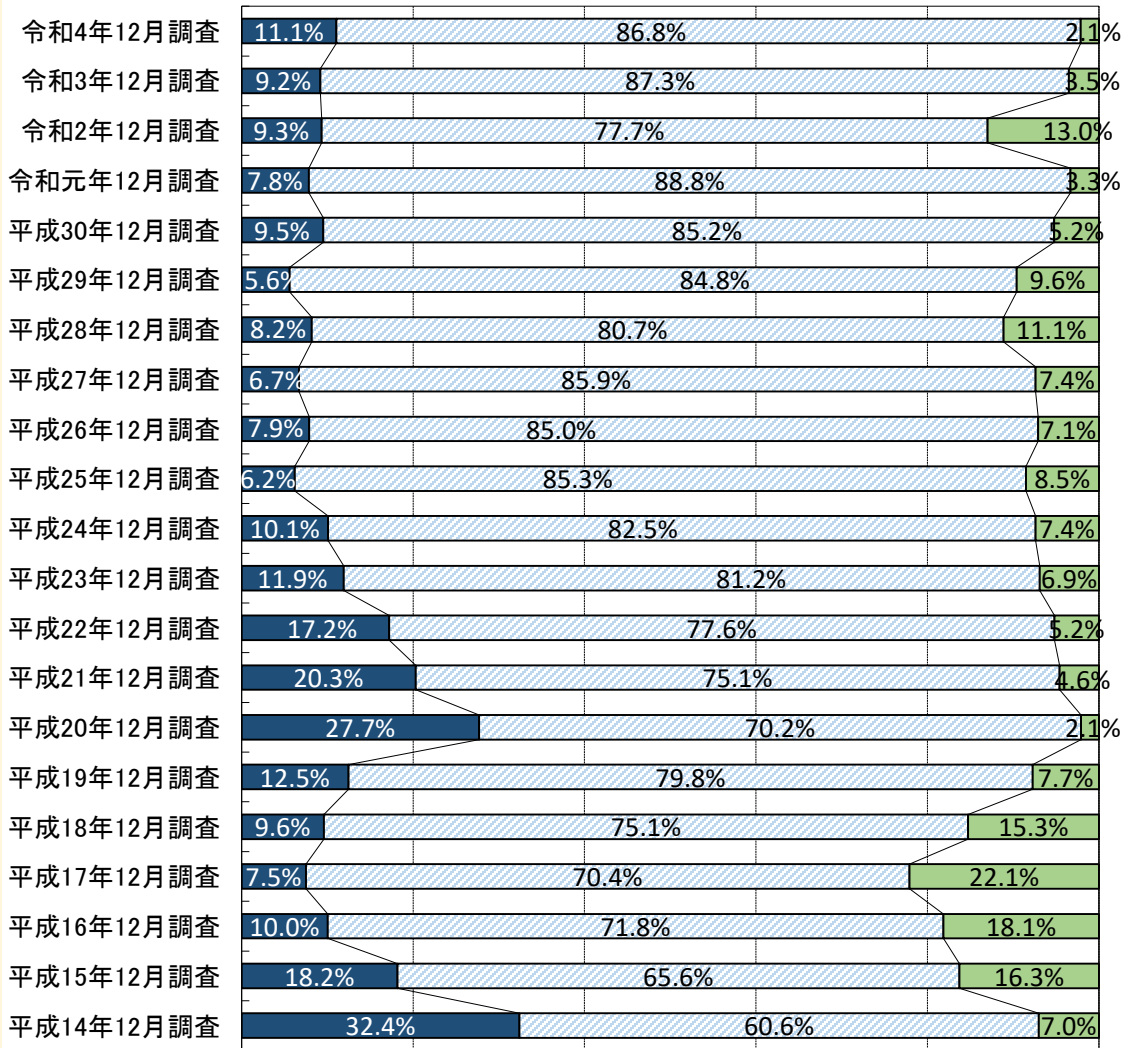


埼玉県四半期経営動向調査結果

R4.10~12月期 対象企業：2,200社 回答企業：1,385社（回答率63.0%）

取引先金融機関の貸出姿勢

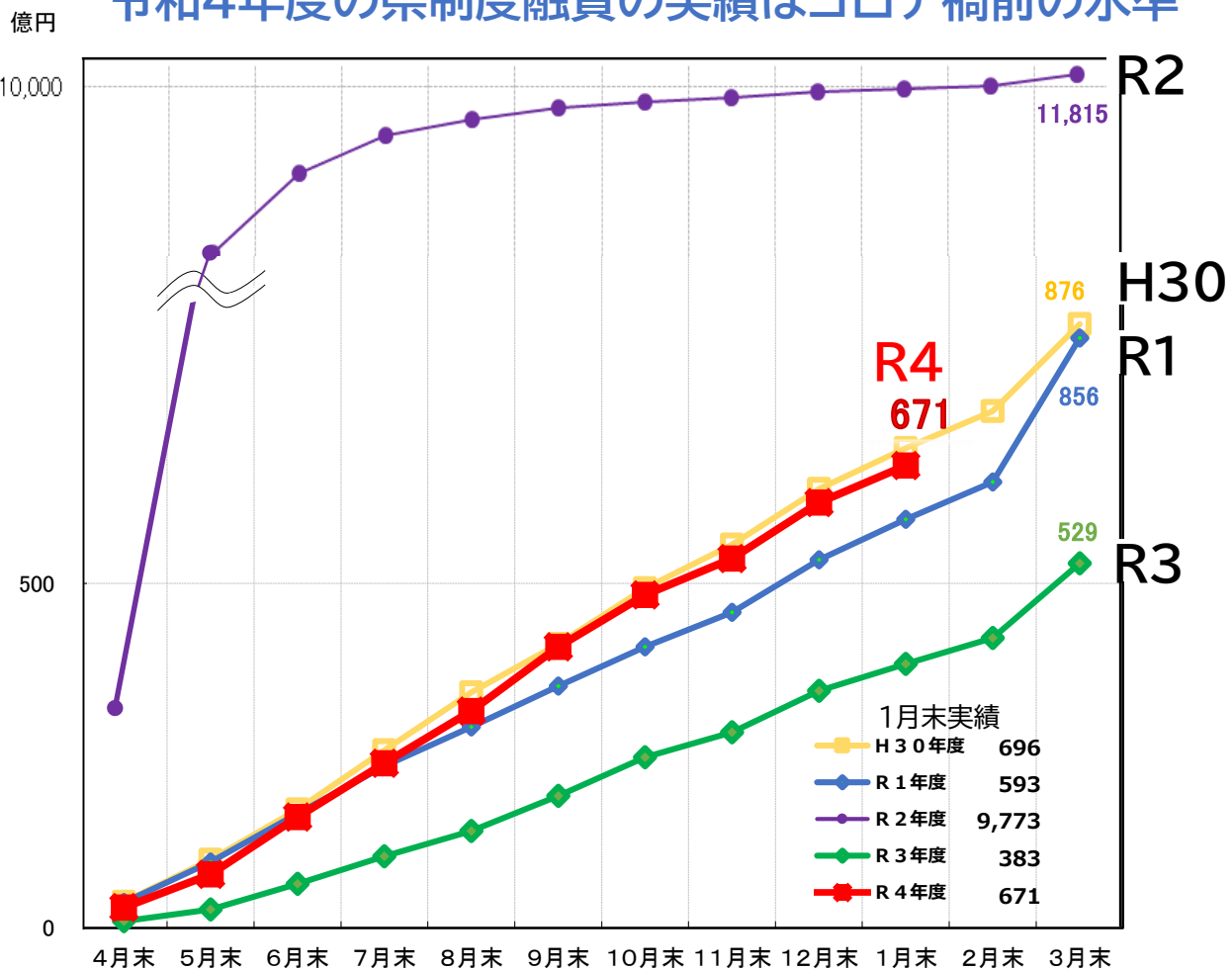
「厳しくなった」は11.1%で前回調査の9.2%から微増



■ 厳しくなった □ ほとんど変わらない □ 緩やかになった

＜参考＞ 県制度融資の実績(令和5年1月末現在)

令和4年度の県制度融資の実績はコロナ禍前の水準



* R3年度実績には、R3年度実行分の新型コロナウイルス感染症対応資金が含まれていない。

Ⅱ 予算における対応状況

I エネルギー・原材料価格高騰に対応する緊急的な取組

6月補正 9月補正 12月補正

	<ul style="list-style-type: none"> 県内地域交通事業者の燃料費高騰の影響分の補助 乗合バス事業者、法人・個人タクシー事業者に燃料高騰分を補助 	●		●
	<ul style="list-style-type: none"> 福祉施設等の光熱費等の補助 高齢者施設や障害者施設等の光熱費高騰に係る経費6か月分を補助 		●	
	<ul style="list-style-type: none"> 県内医療機関等に対する支援 光熱費高騰の影響を受けた医療提供施設に支援金を交付 交付額：病院等4.5万円、無床診療所4万円、施術所2万円（1床） 			●
<ul style="list-style-type: none"> 価格転嫁が困難な事業者への支援 	<ul style="list-style-type: none"> トラック運送事業者の燃料費の補助 燃料費高騰の影響を緩和するため運送事業者に補助、価格転嫁を推進 補助額：貨物自動車3万円/台 貨物軽自動車1万円/台 		●	
	<ul style="list-style-type: none"> 畜産農家や酪農家等の生産コスト高騰への補助 高騰する飼料等の購入費を補助 	●	●	
	<ul style="list-style-type: none"> 県産農産物販売促進キャンペーンによる農業者支援及び家計負担軽減 直売店や量販店等が県産農産物を使った販売促進キャンペーンを実施する経費を補助 			●
	<ul style="list-style-type: none"> 企業の価格転嫁に向けた環境整備 県内企業へのパートナーシップ構築宣言登録の個別の働き掛け、価格交渉支援ツールを開発、効果的な広報を実施 			●

I エネルギー・原材料価格高騰に対応する緊急的な取組

6月補正 9月補正 12月補正

➤ 資金繰り支援

- 経営安定資金「エネルギー・原材料価格高騰特例」の融資枠拡大
融資枠を100億円から300億円に拡大 ●
- 伴走支援型経営改善資金の融資枠拡大、要件緩和
融資枠を200億円から400億円に拡大 ●
 - 実質無利子・無担保融資の返済猶予や支援措置の拡充について知事から経済産業副大臣に要望（R4.11）、金融担当大臣へ要望（R4.12）→ 国の保証制度が要件緩和、取扱期間延長〔R5.1融資実績 178億円〕
 - 金融円滑化について県から金融機関・信用保証協会等に対し要請〔6月、11月、2月(予定)〕

➤ 観光関連事業者や地域商店街等への支援

- 県内観光関連事業者への補助
バスツアー造成への補助 県内宿泊10万円、県外宿泊・日帰り5万円 ●
貸切バス事業者への補助 15万円/台 ●
- 観光応援キャンペーンによる県内観光需要の喚起
本県を目的地とする宿泊旅行に対して1人1泊当たり最大3,000円分の地域観光クーポンを配布（9月補正） ● ●
最大20%の旅行代金の割引や最大2,000円分の地域観光クーポンを配布（12月補正） ● ●
- 民間企業や地域等の連携による観光振興の取組支援
観光コンテンツの創出や既存コンテンツの磨き上げに必要な経費を補助 ●
補助率：2/3以内 補助上限額：1,000万円 ●

II 環境変化に対応できる戦略的な取組

6月補正 9月補正 12月補正

	<ul style="list-style-type: none"> CO2排出量の削減等に資する設備の導入経費の補助 県内中小企業に省エネ・再エネ設備の導入費用の一部を補助 補助率：2/3 補助上限額：500万円 	●	●
<p>▶脱炭素社会の実現</p>	<ul style="list-style-type: none"> カーボンニュートラルの実現に向けた設備投資を行う県内中小企業への支援 設備投資促進資金に「エネルギー対策特例」を創設 融資枠：100億円 融資利率：0.6~1.0% 	●	
	<ul style="list-style-type: none"> グリーン分野への進出等に向けた事業再構築の支援 グリーン分野に関する経営革新計画を策定し経営改善を図る企業への補助 補助率：1/2 補助上限額：500万円 		●
<p>▶業態転換の取組支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> 海外販路の開拓支援 海外ECサイトへの出店経費を補助 補助率：1/2 補助上限額：500万円 		●
	<ul style="list-style-type: none"> 輸入木材に頼らない県産木材供給体制の促進 川上から川下まで連携した県産木材の流通システムの構築を支援 		●
<p>▶成長分野等へのマッチング強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> キャリアチェンジの促進 雇用の流動化を促進する企業向けセミナーの開催や紹介予定派遣制度を活用した就業支援の拡充 		●

Ⅲ 価格転嫁の円滑化に向けた 取組状況報告

パートナーシップ構築宣言の登録促進

パートナーシップ構築宣言の登録に向けた働き掛け

- 宣言の登録を促し、サプライチェーン全体での適切な価格転嫁を促進
- 電話や訪問などにより、宣言の登録を個別に働き掛け
- 研修会の開催や新聞や専門誌を活用した広報活動により、宣言の登録を広く働き掛け

【企業の宣言登録の促進】

1. 県内企業等への個別の働き掛け
2. 適切な価格転嫁に関する研修会の開催
3. 効果的な広報活動

パートナーシップ構築宣言企業の増加

**※宣言企業の率で
全国トップレベルを目指します**



【宣言登録による優遇措置】

実施中

- ・ 県制度融資（産業創造資金）の対象に宣言企業を追加

検討中

- ・ 補助金の加点措置を実施
- ・ 入札参加資格における優遇措置を実施
- ・ 総合評価落札方式における優遇措置を実施

→アンケート調査を踏まえ、更なる優遇措置を検討

【宣言登録の意義】

- ・ 宣言を登録し、公表することは、企業価値を高めることにつながる
- 宣言の意義を積極的に周知する**



価格転嫁のプッシュ型支援

県内企業に対する実態調査と宣言登録の個別の働き掛け

- パートナーシップ構築宣言の登録を県内企業に個別に働き掛けるとともに、アンケート調査を実施
- 支援を希望した企業などに向けて、専門家（中小企業診断士）を派遣し個別にサポート
- 調査で把握した好事例を横展開するとともに、取引実態や課題を踏まえた政策立案を行う

【調査・支援の流れ】

① 事前ヒアリング	② アンケート調査	③ 電話・訪問による支援	④ フォローアップ
<ul style="list-style-type: none">■ 今後の取組を効果的なものとするため、国や経済団体と県内企業を4社訪問■ 経営層の方々から、課題や求められる支援等について話を伺った <p>(訪問企業)</p> <ul style="list-style-type: none">・日本ピストンリング(株)・日本信号(株)・(株)日さく・前澤工業(株)	<ul style="list-style-type: none">■ 経済団体と連携し、県内企業1万7千社に対して公文書を発出、アンケート調査を実施■ 宣言の登録を働き掛け <p>(調査の時期・規模)</p> <ul style="list-style-type: none">・第1回調査 (R4.12.22) 1万社を対象に送付・第2回調査 (R5.1.25) 約7千社を対象に実施	<ul style="list-style-type: none">■ アンケートの回答を基に県内企業約3千社を選出して個別の支援を実施■ 専門家(中小企業診断士)を派遣し、効果的な支援を実施 <p>(具体的な支援内容の例)</p> <ul style="list-style-type: none">・宣言登録の働き掛け・課題や好事例のヒアリング・価格交渉や価格転嫁に係る行政の支援策の紹介	<ul style="list-style-type: none">■ アンケートで把握した課題や好事例等を整理し横展開■ 価格交渉支援ツールを提供■ 宣言企業に対する補助制度など、有益な情報を提供■ 取引実態や課題を踏まえた政策を検討・実施

価格転嫁のアンケート調査

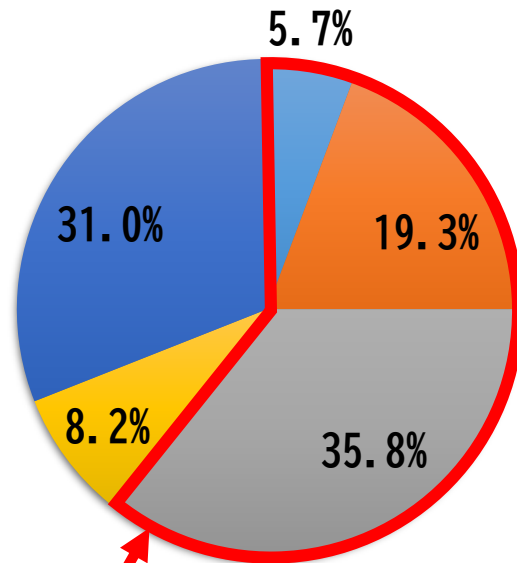
県では協定締結団体と連携し、県内企業に向けて価格転嫁のアンケート調査を実施中

(アンケートを昨年末に約1万社に送付、1月に追加で7,000社に送付 ⇒ 1月末時点で1,161社から回答を頂いている)

- パートナーシップ構築宣言を「既に登録している企業」は6% (66社) にとどまるものの、「登録を予定している企業」は約19% (224社)、「検討中の企業」は36% (416社) となっており、**宣言に前向きな回答が6割を超えた**
- 既に宣言 (登録) している企業に登録の影響を確認したところ、「**プラスの影響があった**」との回答が約25%、「**特に影響がない**」が約75%となっており、**マイナスの影響があったと回答した企業は皆無だった**

「パートナーシップ構築宣言」に登録していますか？

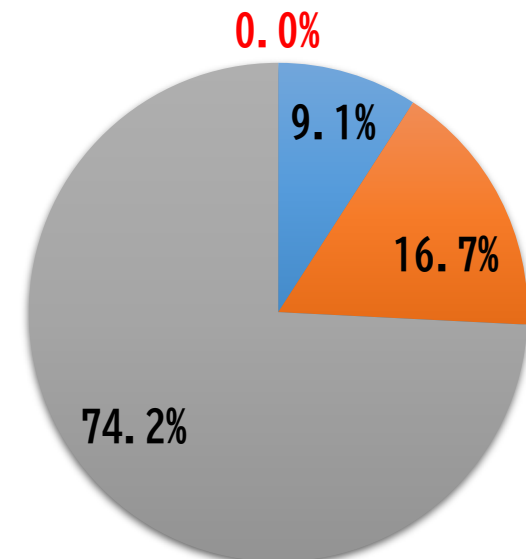
- 既に登録している
- 今後登録する予定
- 登録するか否か検討中
- 全く登録するつもりはない
- 制度の内容が分からない



宣言に前向きな企業は6割以上

宣言を登録した影響について伺います。

- プラスの影響 (メリット) が大いにあった
- プラスの影響がややあった
- 特に影響はない
- マイナスの影響があった

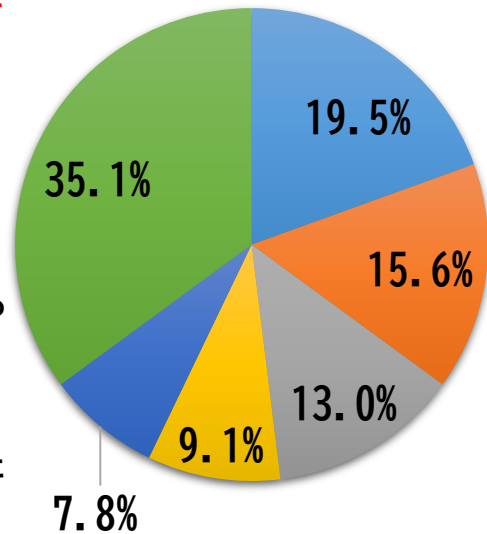


価格転嫁のアンケート調査

- 宣言の登録によるプラスの影響では、「取引先との信頼関係の強化」や「インセンティブの活用」、「SDGsの達成」との回答がそれぞれ1割を超えた ⇒ **インセンティブの拡充や宣言の意義の更なる周知を実施**
- パートナーシップ構築宣言を更に普及させていくための支援策については、宣言のメリットや不安をなくすための情報提供を求める回答が5割を超えた ⇒ **個別の働き掛けを実施**

宣言の登録によってどのようなプラスの影響（メリット）がありましたか？

- 取引先との信頼関係が強化されたことで、円滑な協業につながった
- 補助金申請への加点措置などのインセンティブを活用できた
- 宣言の取組を実践することでSDGsを達成できた
- 自社の企業価値が向上し、ビジネスや人材確保で成果を得られた
- 自社が受注者側の立場において価格交渉（価格転嫁）を行いやすくなった
- その他

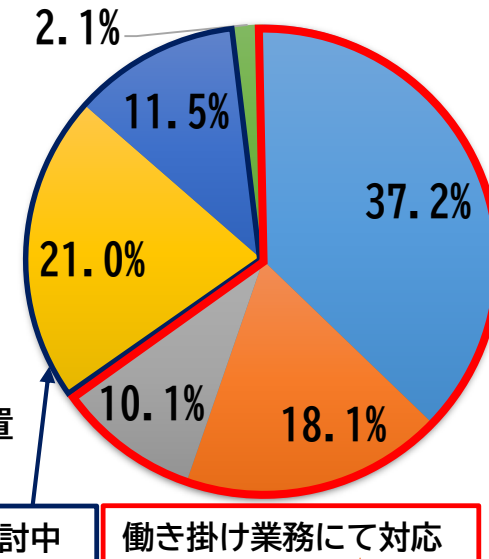


「その他」の回答例

- ・自社の企業価値の向上につながっている
- ・取引先の宣言に伴い、自社への支払いが現金払いとなった

「パートナーシップ構築宣言」の普及にどのような支援が効果的と考えますか？

- 宣言した場合のメリット等の情報提供
- 宣言することへの不安や懸念を払うための情報提供
- 宣言の登録方法の支援
- 宣言した企業に対して補助金の加点措置等を拡充
- 宣言した企業に対して県公共事業で優遇措置
- その他



加点措置等を検討中

働き掛け業務にて対応

働き掛け時に提供する情報例

- ・宣言の具体的内容
- ・不安や懸念を払うための情報
- ・宣言のメリット
- ・行政による支援制度

価格転嫁のアンケート調査

- 自由記述欄では、行政に対する要望や価格転嫁の課題、好事例などについて記載いただいた
- 記載いただいた要望や課題を参考に、価格転嫁の更なる環境整備に向けた取組を検討・実施していく
※ 下表中、赤字は、要望・課題に対する県の取組又は今後の検討事項

行政への要望

気運醸成、発注側への意識改革 → 「価格転嫁の気運醸成キャンペーン」による広報の継続

消費者への周知（インフレマインドへの意識変化） → 消費者への周知方法などについて検討

パートナーシップ構築宣言のインセンティブ拡充 → 補助金の加点措置などインセンティブ拡充について検討

価格転嫁の交渉術の教示 → 電話・訪問により、中小企業診断士が企業を個別に支援

自治体からの情報発信 → 県公式LINEアカウント等を活用し、県内企業に対するプッシュ型の情報発信を継続

課題

原材料費は転嫁できても、電気代などのエネルギーコストや人件費は転嫁しづらい → 価格交渉支援ツールを開発し、提供

大企業に対して価格交渉が進まない、価格の改定まで非常に時間がかかる → 大企業に対する重点的な働き掛けを実施

価格競争が激しく、値下げ交渉をすると競合他社に仕事を取られるおそれがある → 業界団体等を活用した気運醸成を実施

好事例

発注者からのヒアリングに基づくサービスや技術・スピード等の付加価値を高めることで、適正価格での取引ができた

値上げの時期を調整し、相手方にも十分検討の時間を与えることで、スムーズに対応してもらえた

金額の上昇分の書類を提示することで、値上げを円滑に行うことができた

適切な価格転嫁に関する研修会

適切な価格転嫁に関する研修会の開催

- 適切な価格転嫁の気運を醸成するため、国や経済団体、企業に御協力いただき、研修会を開催（1月30日）
- 県内企業の経営者など90名が参加し、価格転嫁に対する関心の高さが伺えた
- 研修会の様子は、後日YouTube上でのアーカイブ配信を予定

【次第】

1 開会挨拶

埼玉県知事 大野元裕

埼玉県商工会議所連合会 池田会長

2 適切な価格転嫁に向けた事業の紹介

宣言に関する経済産業省の取組（中小企業庁）

下請取引適正化の取組（関東経済産業局）

適切な価格転嫁に向けた県の取組

3 企業の取組紹介

伊藤鉄工株式会社 伊藤社長

株式会社日さく 若林社長



▲ 伊藤鉄工(株) 伊藤社長の御講演の様子

「価格転嫁の気運醸成キャンペーン」の広報（埼玉県）

○ テレビ・ラジオ広報

- ☞ テレ玉「いまドキッ！埼玉」（いまたま） 9月24日（土）放送
- ☞ NACK5 県公報ラジオ番組「朝情報★埼玉」 9月26日（月）放送、2月10日（金）放送

○ 新聞広報

- ☞ 日本経済新聞（埼玉版）及び埼玉建設新聞（業界紙）への掲載 9月29日（木）
- ☞ 価格交渉促進月間に合わせ、3月にも新聞広告を掲載予定

○ 県広報誌「彩の国だより」

- ☞ 11月号にお知らせ記事を掲載したほか、価格交渉促進月間に合わせ、3月号に詳細な記事を掲載予定

○ スポット動画の作成と県内大型ビジョン等での放映、YouTubeへの動画投稿

- ☞ 川口駅前、草加アコス、越谷ツインシティのビジョンで放映したほか、さいたま新都心駅前ビジョンで放映中
- ☞ 埼玉りそな銀行や埼玉縣信用金庫の各店舗デジタルサイネージで放映中

○ 県内事業者へのプッシュ型通知

- ☞ 経済団体と連携し、県内企業1万7千社に対し、「適切な価格転嫁のお願い」郵送で周知
- ☞ 県内事業者（特に親企業を重点化）へのプッシュ型通知や業種別組合を通じた周知
- ☞ 県内に本社を有する上場企業の代表者宛てに「適切な価格転嫁について」郵送で通知
- ☞ 県公式LINEアカウント（埼玉県_事業者支援情報）で幅広く周知（登録者数約1万9千人）

○ 関係機関と連携した本県取組の全国発信

- ☞ 国の「第4回未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」で日本商工会議所三村会頭から本県の取組を御紹介
- ☞ 国の経済産業局長連絡会議で御紹介
- ☞ 日本商工会議所中小企業委員会で講演



▲ 適切な価格転嫁のお願い

価格転嫁の実効性確保（価格交渉の支援ツール）

価格交渉を行う際には、原材料費上昇の根拠資料が必要

⇒ 埼玉県では、企業が価格交渉を行う際に活用できる支援ツールを開発

- 主要な原材料価格の推移を示す資料を簡単に作成できる（幅広い業種と品目に対応）
- 日銀の公式データに基づき埼玉県が作成している資料なので、数字が正確で信憑性がある

【支援ツールの活用手順】



① 県HPから支援ツールをダウンロードして起動



② 「業種」等を選択
③ 主要品目の価格上昇率等が表示
④ 資料を印刷



⑤ 資料を価格協議の場に持参
⑥ データに基づく価格交渉
⑦ **適切な価格転嫁を実現**

【資料イメージ】



簡単に作成できる

- ・業種ごとに標準的な品目が記載されている資料も用意
- ・品目のカスタマイズも可能

データの信憑性が高い

- ・公表データ（日銀の企業物価指数等）を基に作成しており、信憑性が高い

業種を選択が可能

- ・業種を選択すると、同業種の主要原材料費の推移を自動で表示

複数の原材料を表示可能

- ・裏面を含め、10種類の原材料費の推移の表示が可能
- ※エネルギー、人件費まで網羅

頻繁にデータを更新

- ・月に1回データを更新するため、常に最新の状態を維持