

埼玉県価格転嫁・パートナーシップ構築宣言に関するアンケート調査結果

対象企業：17,000社 回答企業：1,437社（回答率8.5%）

エネルギー・原材料価格高騰の影響

〔製造業〕

エネルギー・原材料価格高騰について

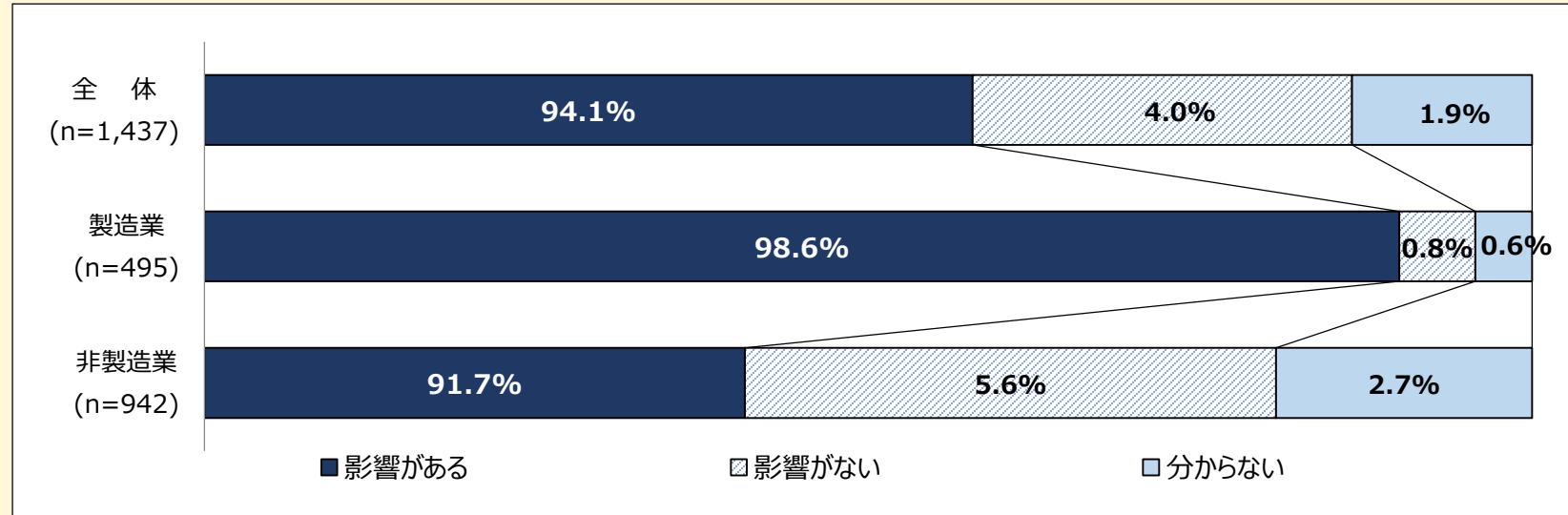
- ・「影響がある」企業は98.6%
- ・「影響がない」企業は0.8%
- ・ほぼ全ての企業が「影響がある」と回答

〔非製造業〕

エネルギー・原材料価格高騰について

- ・「影響がある」企業は91.7%
- ・「影響がない」企業は5.6%
- ・ほとんどの企業が「影響がある」と回答

ほとんどの企業がエネルギー・原材料価格高騰の影響を受けている



価格交渉の実施状況

〔製造業〕

コスト高騰に対して価格交渉を

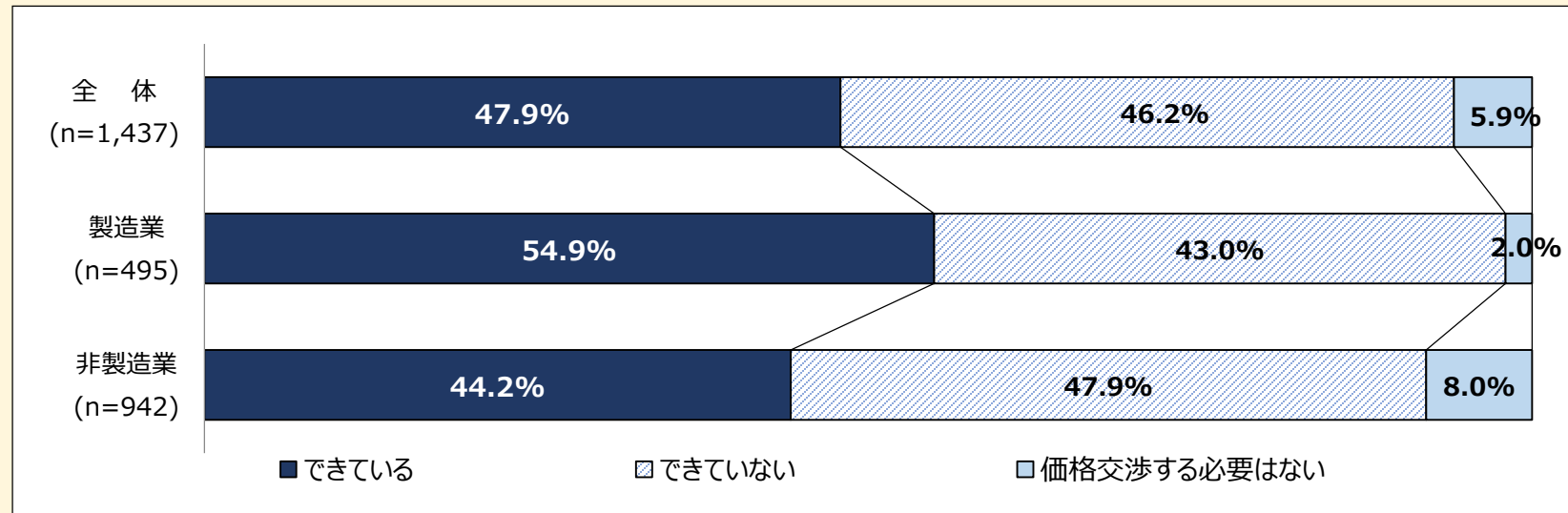
- ・「できている」企業は54.9%
- ・「できていない」企業は43.0%
- ・「できている」企業が「できていない」企業を上回った

〔非製造業〕

コスト高騰に対して価格交渉を

- ・「できている」企業は44.2%
- ・「できていない」企業は47.9%
- ・「できていない」企業が「できている」企業を上回った

約半数の企業が十分に価格交渉できていない



コスト高騰に対する価格転嫁の割合

〔製造業〕

60%以上価格転嫁が

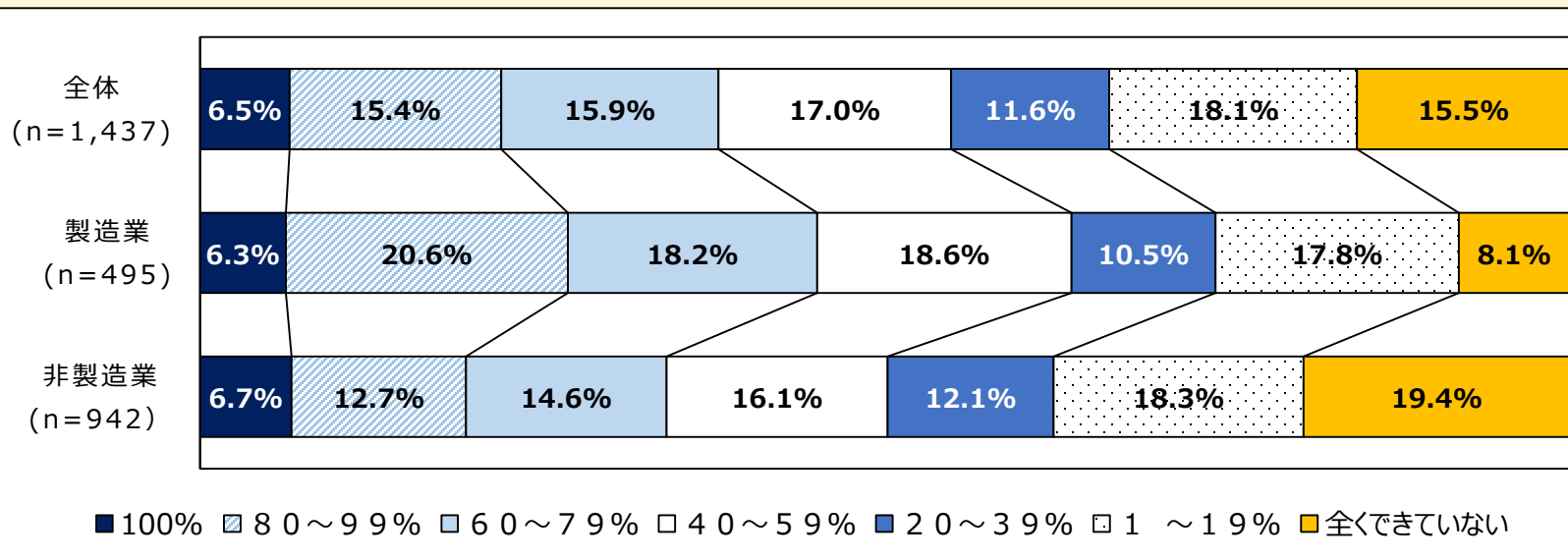
- ・「できている」企業は45.1%
- ・「できていない」企業は55.0%
- ・価格転嫁が十分に「できていない」企業の方が多い

〔非製造業〕

60%以上価格転嫁が

- ・「できている」企業は34.0%
- ・「できていない」企業は65.9%
- ・価格転嫁が十分に「できていない」企業の方が多い

60%以上価格転嫁ができている企業は4割以下



価格転嫁の現状に対する満足感

〔製造業〕

価格転嫁の現状に

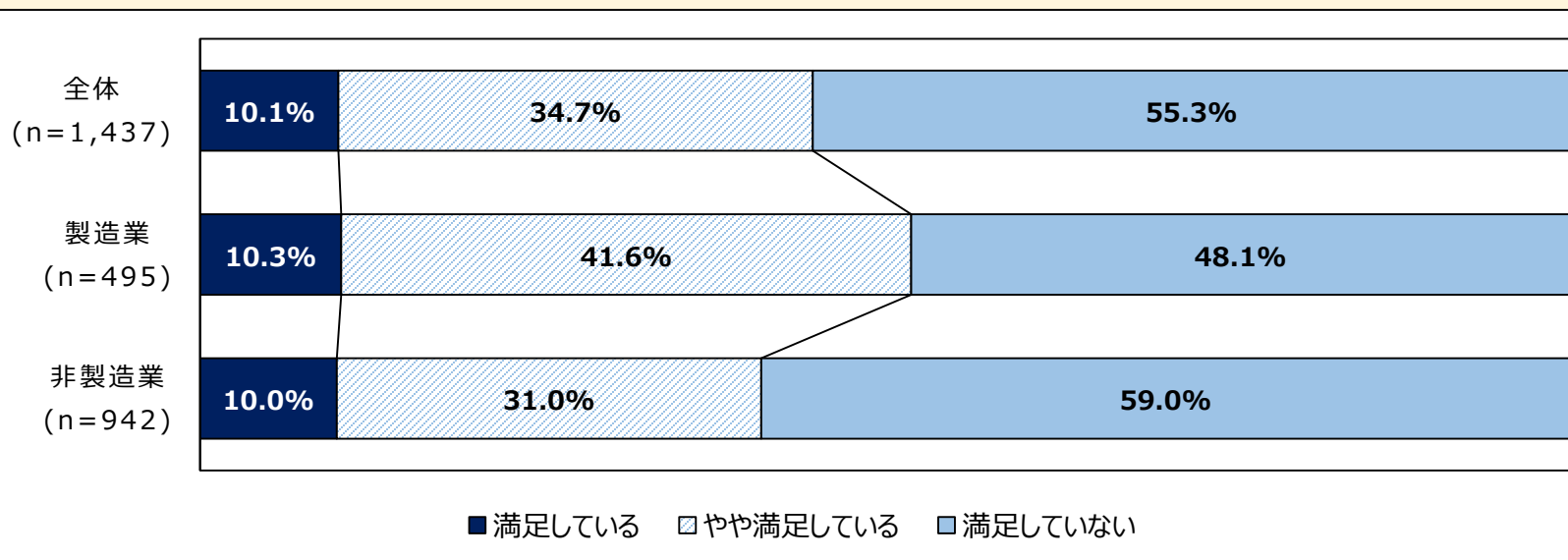
- ・「満足している」、「やや満足している」企業は51.9%
- ・「満足していない」企業は48.1%
- ・現状に「満足している」「満足していない」企業企業がほぼ同数

〔非製造業〕

価格転嫁の現状に

- ・「満足している」、「やや満足している」企業は41.0%
- ・「満足していない」企業は59.0%
- ・現状に「満足していない」企業の方が多い

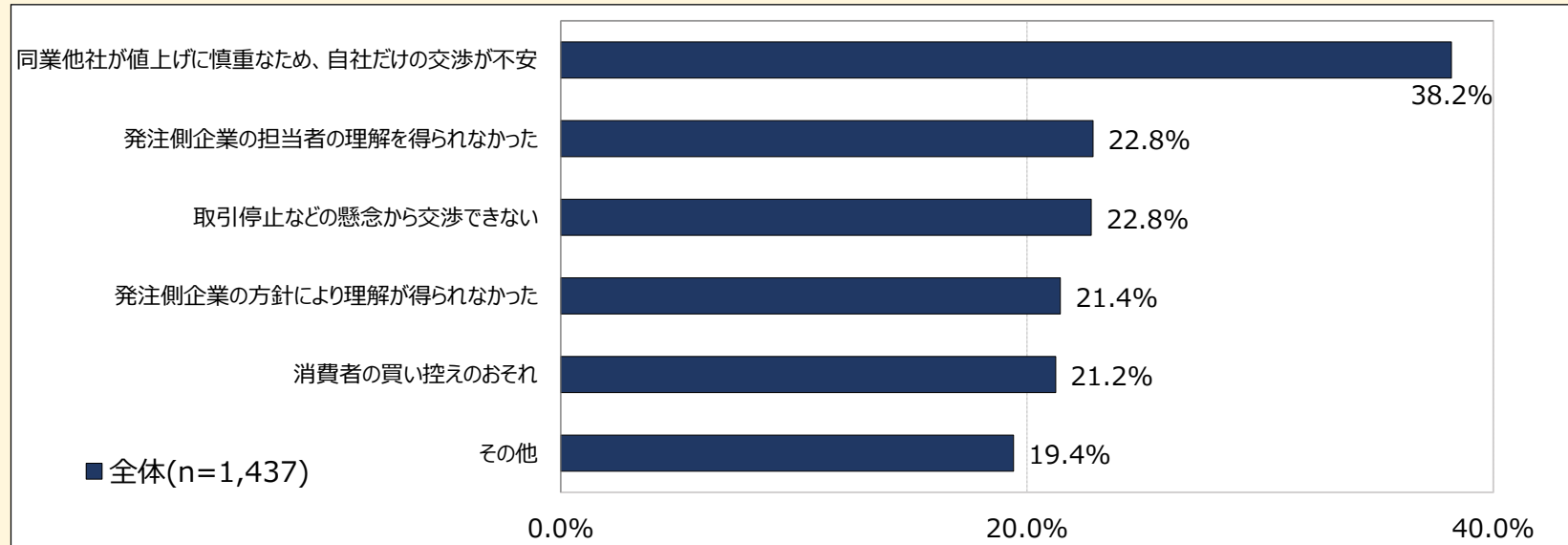
価格転嫁の現状に「満足していない」企業は全体の半数以上



価格転嫁が十分にできていない理由

- 「同業他社が値上げに慎重なため、**自社だけの交渉が不安**」(38.2%)との回答が突出して多い
- 「発注側企業の担当者の理解が得られなかった」(22.8%)や「発注側企業の方針により理解が得られなかった」(21.4%)と価格転嫁に消極的な発注側企業への対応が課題
- 「取引停止などの懸念から交渉できない」(22.8%)など、**価格交渉に不安を感じている企業も多く、交渉しやすい環境の整備や発注側の理解を得ることが大きな課題**

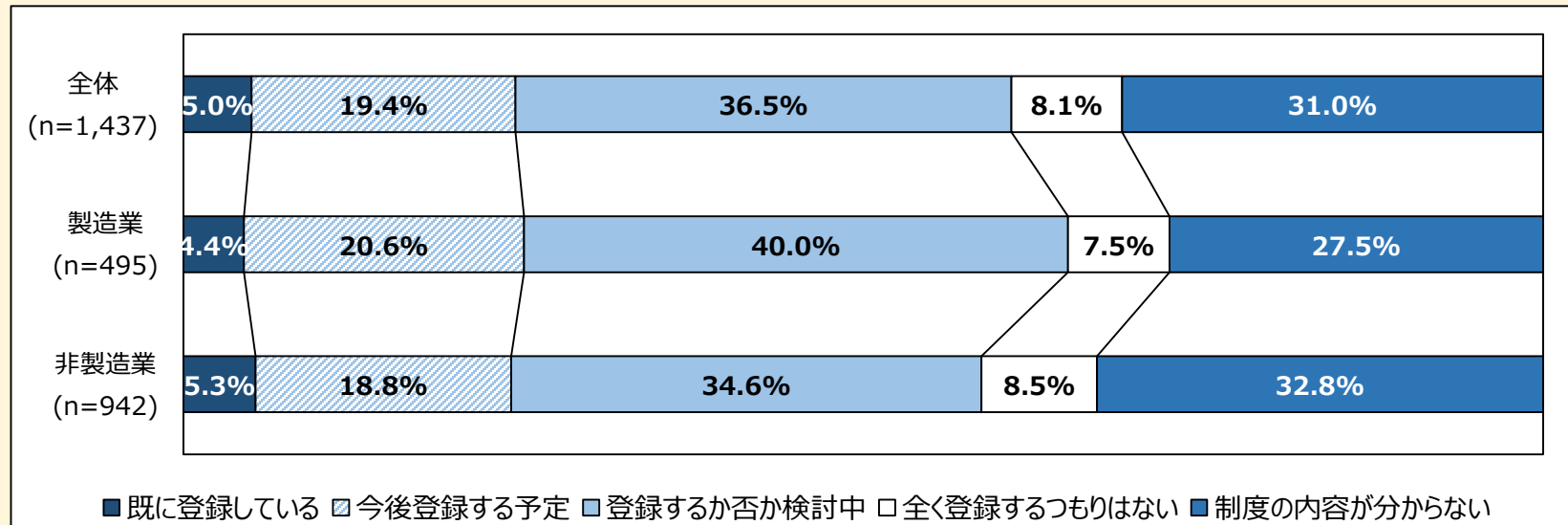
自社だけの値上げや価格交渉に対する不安が大きい



パートナーシップ構築宣言の登録状況

- 〔全体〕
アンケート時点において、パートナーシップ構築宣言を
- 「既に登録している」企業は5.0%にとどまる
 - 一方、「今後登録する予定」は19.4%
「登録するか否か検討中」は36.5%と
前向きに宣言を検討している企業は半数以上
 - パートナーシップ構築宣言の「制度の内容が分からない」企業も3割を超えるため、積極的な周知が必要

パートナーシップ構築宣言の登録に前向きな企業は全体の半数以上



パートナーシップ構築宣言登録の影響

〔製造業〕

パートナーシップ構築宣言登録の影響について

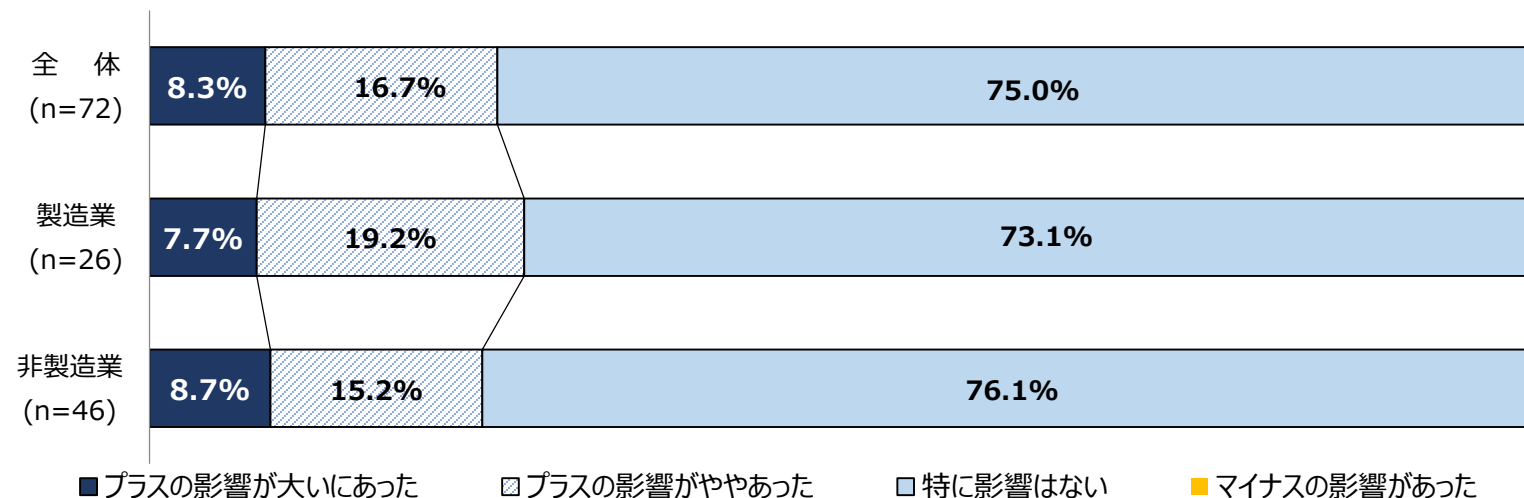
- ・「プラスの影響が大いにあった」企業は7.7%
- ・「プラスの影響がややあった」企業は19.2%
- ・約3割の企業が「プラスの影響があった」と回答
- ・「マイナスの影響があった」企業はゼロ

〔非製造業〕

パートナーシップ構築宣言登録の影響について

- ・「プラスの影響が大いにあった」企業は8.7%
- ・「プラスの影響がややあった」企業は15.2%
- ・約1/4割の企業が「プラスの影響があった」と回答
- ・「マイナスの影響があった」企業はゼロ

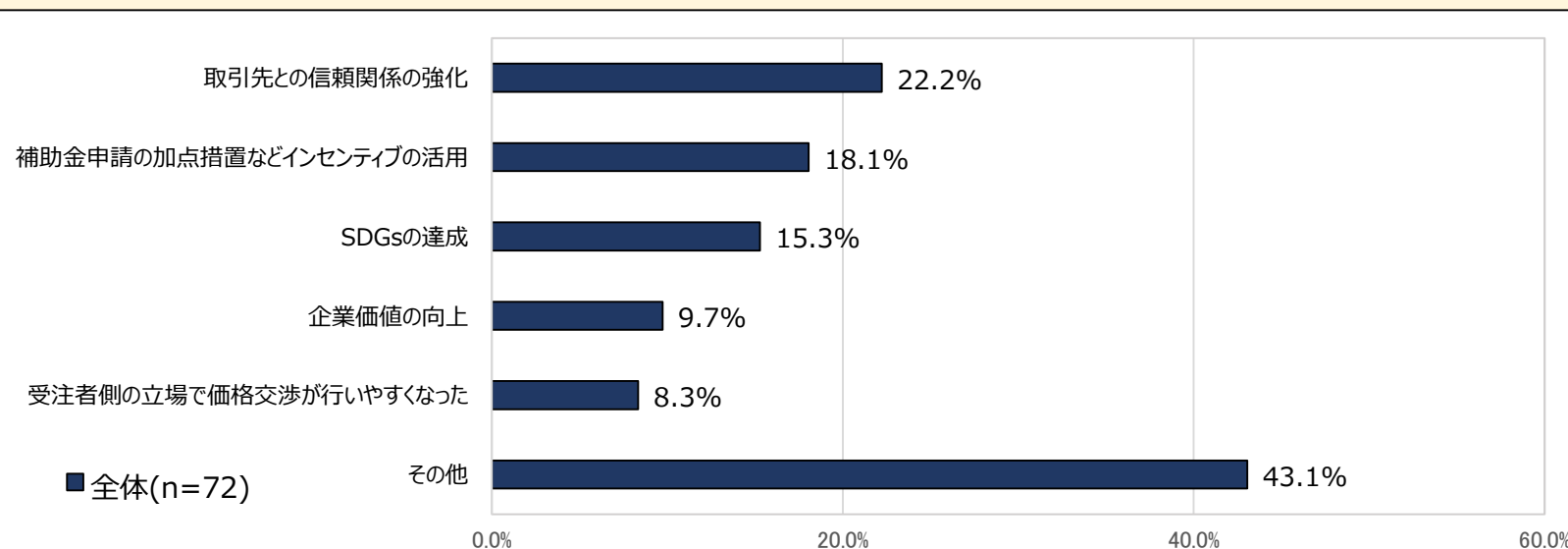
プラスの影響があった企業は1/4以上、マイナスの影響があった企業は皆無



パートナーシップ構築宣言登録によるプラスの影響

- ・「取引先との信頼関係の強化」(22.2%)
取引先との信頼関係が硬化されたことで、円滑な協業につながったと回答した企業が2割を超える
- ・「補助金申請の加点措置などインセンティブの活用」(18.1%)といったプラスの影響や、「SDGsの達成」(15.3%)などのプラスになったとの声もあった

取引先との信頼関係の強化が登録による1番のプラスの影響



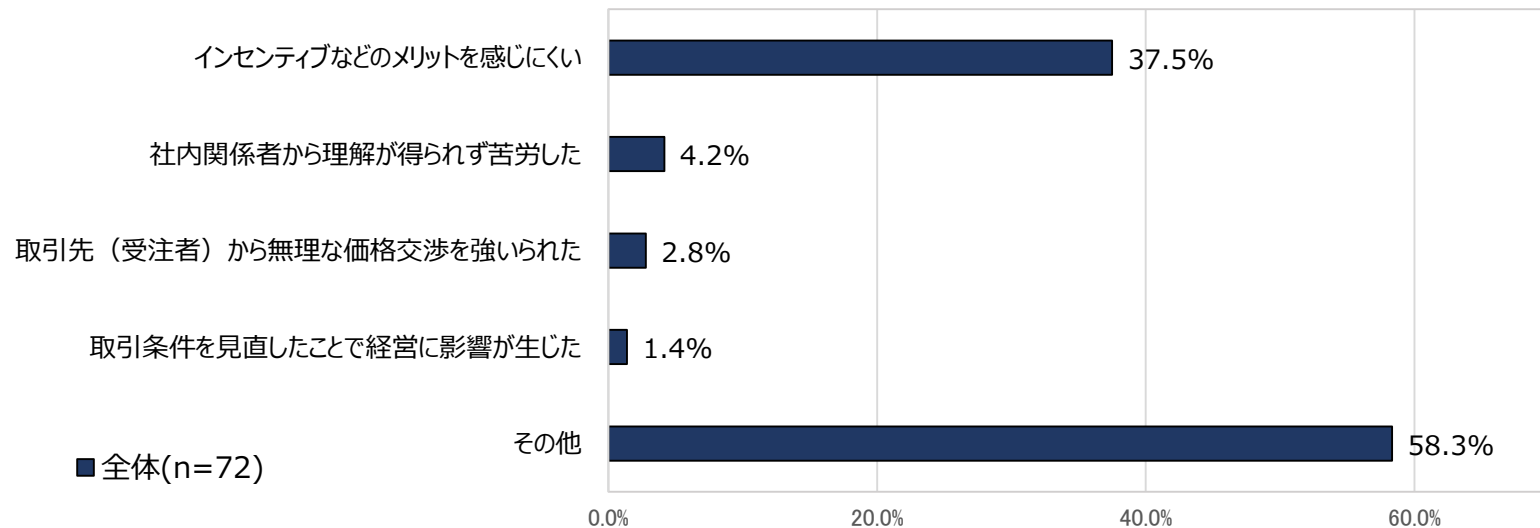
パートナーシップ構築宣言登録によるマイナスの影響

宣言企業からは、

- ・「インセンティブなどのメリットを感じにくい」(37.5%)という声が多く、パートナーシップ構築宣言の登録によるメリットを明確にすることが今後の課題
- ・「その他」(58.3%)と回答した42社の内、1社以外は「デメリットは特にない」といった趣旨の回答

※1社は、「発注側企業がパートナー構築宣言を理解しておらず、自社社員の価格交渉に対する意欲を失う原因となってしまった」と回答

補助金の加点措置など、企業にメリットの創設・周知方法を検討



県取組に対する関心

〔製造業〕

県で実施する企業への働き掛けに

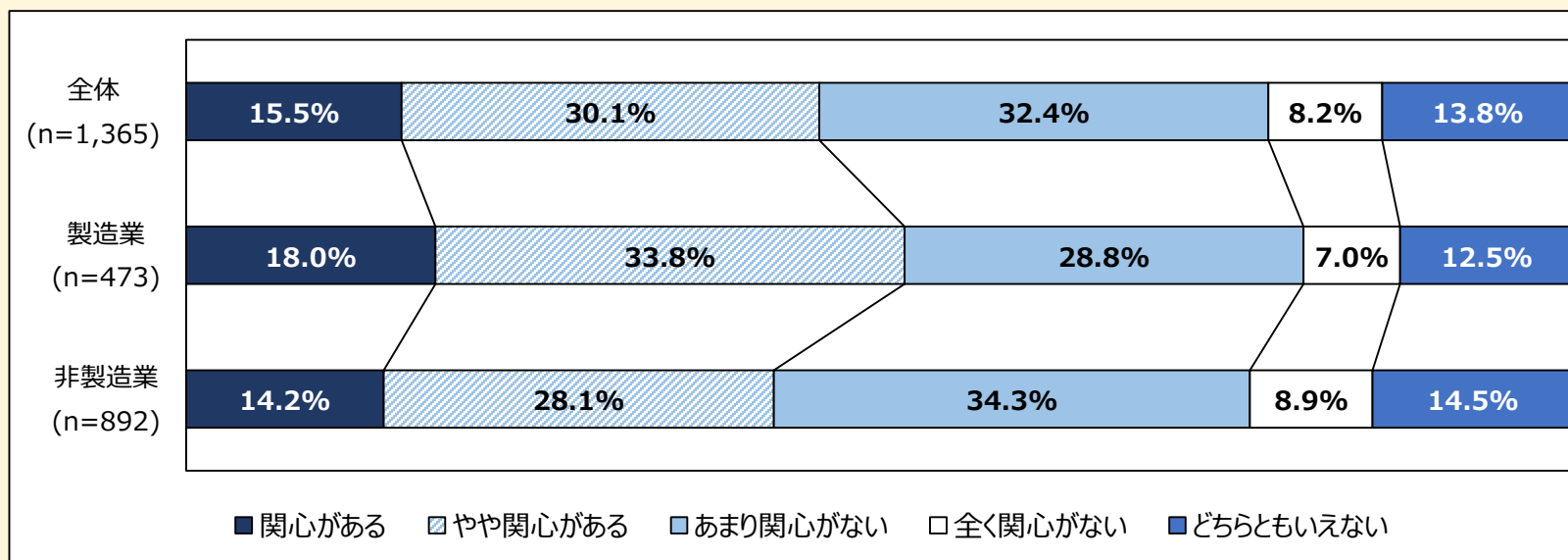
- ・「関心がある」、「やや関心がある」企業は51.8%
- ・「あまり関心がない」、「全く関心がない」企業は35.8%
- ・**取組に期待する企業が過半数**

〔非製造業〕

県で実施する企業への働き掛けに

- ・「関心がある」、「やや関心がある」企業は42.3%
- ・「あまり関心がない」、「全く関心がない」企業は43.2%
- ・**取組に期待する企業が4割以上**

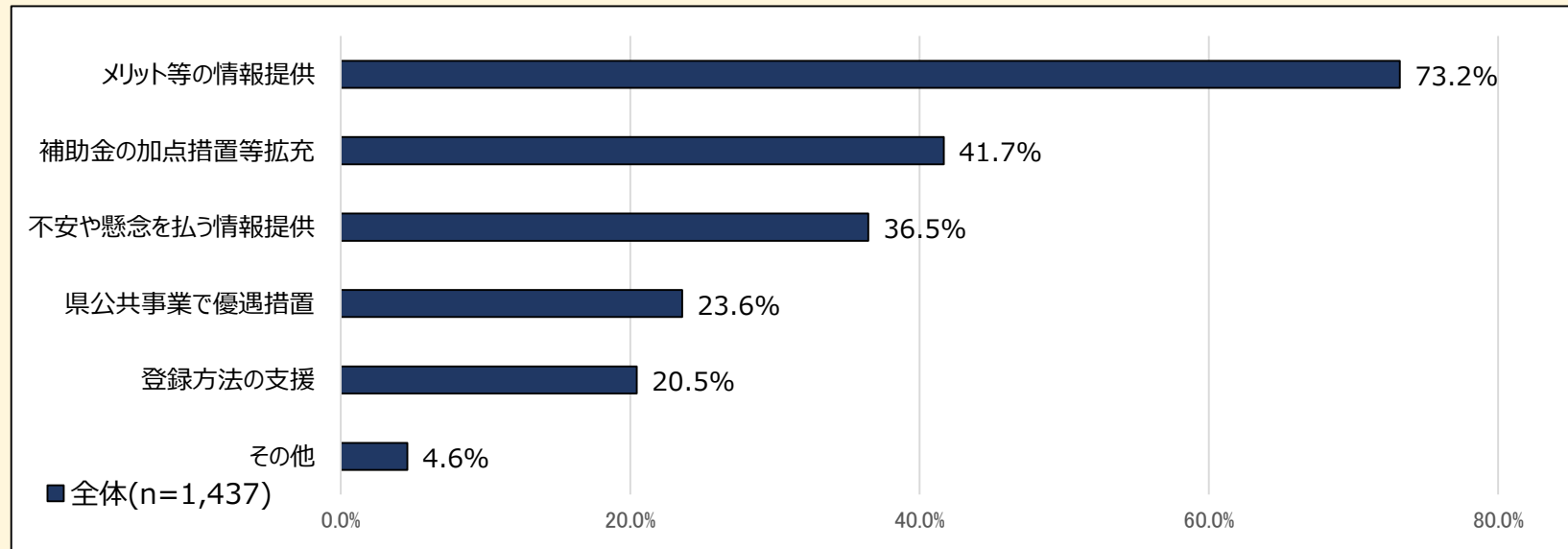
約4割の企業が県取組に期待を寄せている



パートナーシップ構築宣言の普及に効果的な支援

- 全体の **7割以上の企業が**「メリット等の情報提供」(73.2%)と回答しており、回答割合としては突出している
- 「不安や懸念を払う情報提供」(36.5%)も効果的な支援として多く声が挙がっており、パートナーシップ構築宣言に関する情報提供を推し進めることが普及に効果的と考えられている

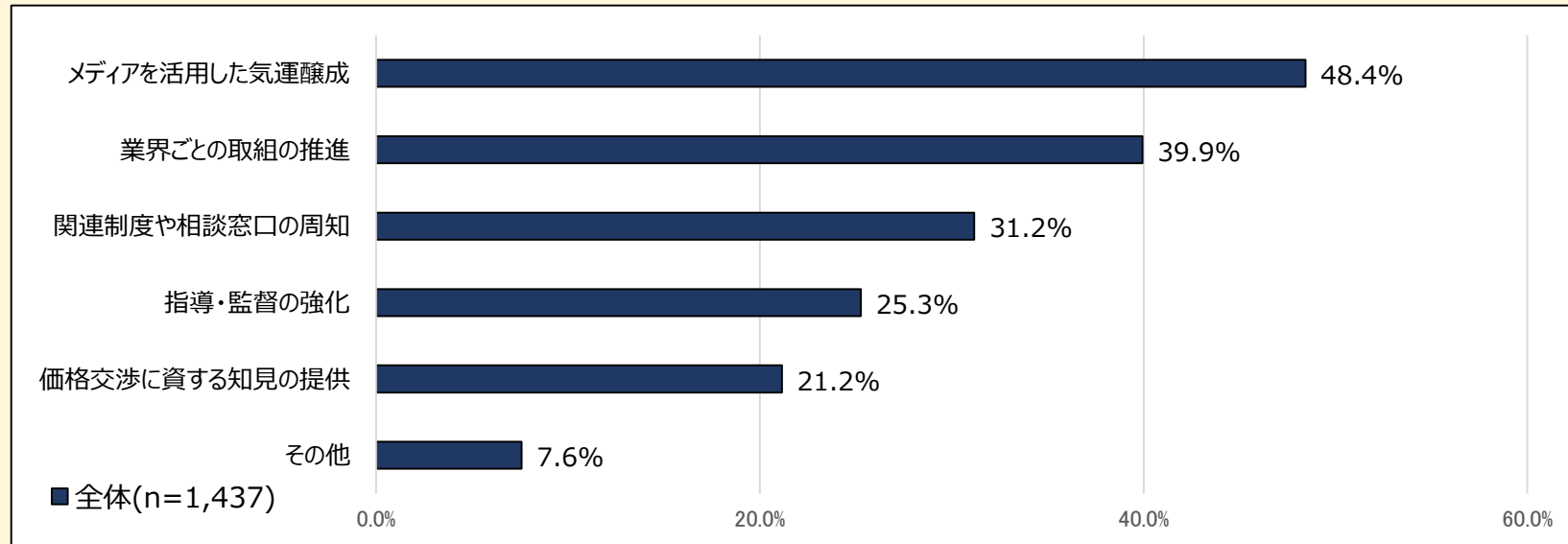
7割以上の企業がメリット等の情報提供を希望



価格転嫁を進めるため、行政に期待する支援

- 「メディアを活用した気運醸成 (48.4%)」「業界ごとの取組の推進」(39.9%)と **社会全体や業界全体の気運醸成の取組を期待する回答が多い**
- 「関連制度や相談窓口の周知」(31.2%)「指導・監督の強化」(25.3%)「価格交渉に資する知見の提供」(21.2%)などのサポートを求める声も多い

社会全体、業界全体での価格転嫁の気運醸成を期待する意見が多い



価格交渉の好事例

- ・原材料価格上昇の書類を発注側企業に提示することで交渉を円滑に行うことができた
- ・発注者との話し合いに基づき、自社のサービスや技術・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
- ・交渉の相手方にも検討の時間を十分に与えることでスムーズに対応してもらえた

価格転嫁ができていない理由

- ・具体的に値上げする原材料の資料まで要求され、提出資料不十分として交渉の目途が立たない
- ・自社だけが価格交渉をすると競合他社に仕事を取られるおそれがある
- ・発注側企業も親企業に対して十分な価格交渉ができておらず、下請企業にしわ寄せされる構図が定着している
- ・価格交渉に時間を要し、価格転嫁が物価高騰のスピードに追い付かない
- ・大企業は価格改定までに非常に時間がかかり、価格交渉が進まない
- ・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

価格転嫁の円滑化に向けて、行政機関や経済団体等に期待する取組

- ・価格転嫁の気運醸成に向けた取組を更に進めてほしい
- ・発注側企業が価格転嫁を受け入れる気運醸成に取り組んでほしい
- ・価格交渉を受け入れない企業の公表や指導を実施してほしい
- ・パートナーシップ構築宣言の更なる普及促進を図ってほしい
- ・パートナーシップ構築宣言のメリット・デメリット、価格交渉の好事例などの情報を発信してほしい
- ・パートナーシップ構築宣言が簡単にできるよう、宣言までの手順を分かりやすく説明してほしい
- ・補助金や入札制度への加点措置など、パートナーシップ構築宣言のインセンティブを拡充してほしい
- ・デフレマインド脱却に向けて消費者への周知にも取り組んでほしい
- ・価格転嫁の交渉術を教えてほしい

埼玉県では御記載いただいた課題や御意見などに対応すべく価格交渉支援ツールの提供や、支援策を学べる研修会の開催など、価格転嫁の気運醸成に向けた取組を一層強化しています。

サプライチェーン全体での共存共栄や中小企業の稼げる力の向上、さらには中小企業の賃上げを実現するため、事業者の皆様には、**積極的にパートナーシップ構築宣言を行うなど、適切な価格転嫁に御協力をお願いします。**