

## IV. 特別調査

### 【調査項目】

今回は、経年項目である「価格転嫁」、「SDGsの認知・取組状況」のほか「生物多様性及びネイチャーポジティブの認知・取組状況」について調査を実施した。

### 【調査結果概要】

#### 1 価格転嫁について

- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができていると回答した企業の割合は52.4%で、前回調査（令和6年1～3月期）から5.5ポイント増加した。一方、十分にできていないと回答した企業の割合は29.6%で、前回調査から10.4ポイント減少した。
- コスト高騰に対して6割以上転嫁できていると回答した企業の割合は51.9%で、前回調査から4.4ポイント増加した。一方、価格転嫁が全くできていないと回答した企業の割合は11.2%で、前回調査から4.3ポイント減少した。
- 「パートナーシップ構築宣言」の登録については、「既に登録している」、「今後登録する予定」、「登録しようか検討している」を合わせた回答割合は29.8%で、前回調査から6.9ポイント減少した。

#### 2 SDGs（持続可能な開発目標）の認知・取組状況について

- SDGsの認知度は91.4%で、前回調査（令和5年7～9月期）から1.3ポイント減少した。「SDGsに既に取り組んでいる」の回答割合は19.2%で、前回調査から0.6ポイント減少した。
- SDGsに取り組むに当たっての課題は、「より優先すべき課題がある」（28.3%）が最も多く、次いで「具体的な目標の策定や評価が分からない」（25.6%）、「資金的な余裕がない」（25.2%）の順となった。

#### 3 生物多様性及びネイチャーポジティブの認知・取組状況について

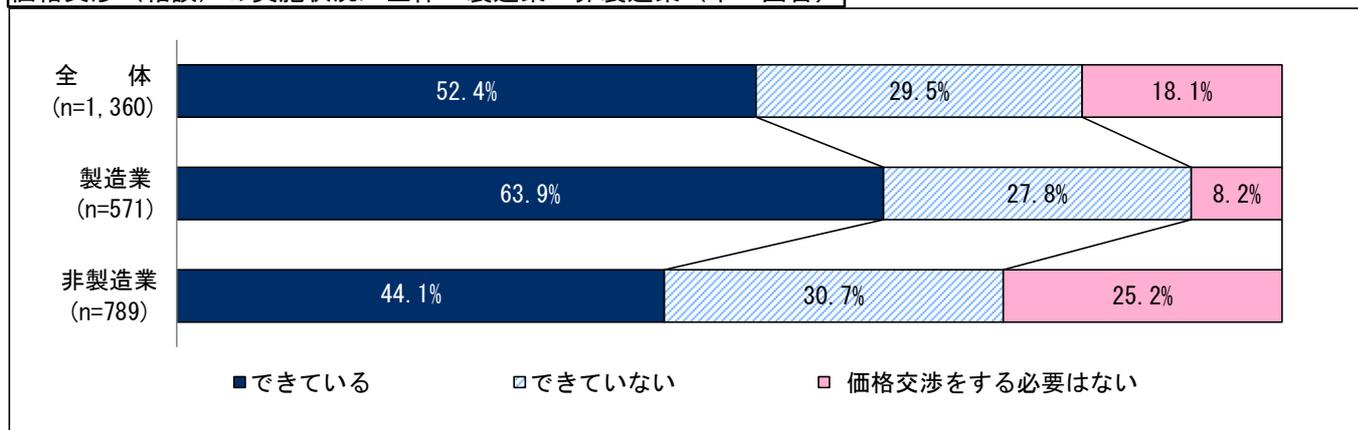
- 生物多様性の認知度について聞いたところ、「今回の調査で初めて認識した」と回答した企業が、54.3%と最も多く、生物多様性の認知度は45.7%であった。そのうち、「生物多様性に関する取組を検討又は実施している」と回答した企業は1.7%であった。
- ネイチャーポジティブの認知度について聞いたところ、「今回の調査で初めて認識した」と回答した企業が、63.8%と最も多く、ネイチャーポジティブの認知度は36.2%であった。そのうち、「ネイチャーポジティブに関する取組を検討又は実施している」と回答した企業は1.3%であった。
- ネイチャーポジティブに取り組むに当たっての課題は、「社内の認知度不足」（24.7%）が最も多く、次いで「具体的な目標の策定や評価が分からない」（22.4%）、「より優先すべき課題がある」（19.5%）の順となった。

1 価格転嫁について

(1) 価格交渉（相談）の実施状況（回答数：1,360社・単一回答）

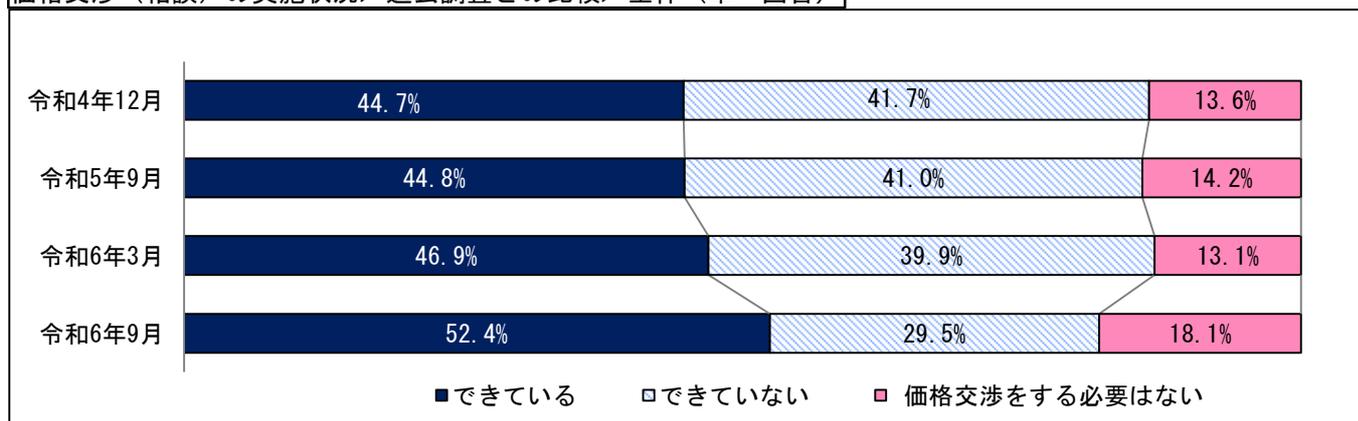
- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができていないか聞いたところ、全体では「できている」が52.4%、「できていない」が29.5%であった。
- 業種別にみると、製造業・非製造業ともに「できている」と回答した企業の割合が「できていない」と回答した企業の割合よりも高かったが、「できている」と回答した企業の割合を比べると、製造業の方が非製造業より19.8ポイント高かった。

価格交渉（相談）の実施状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



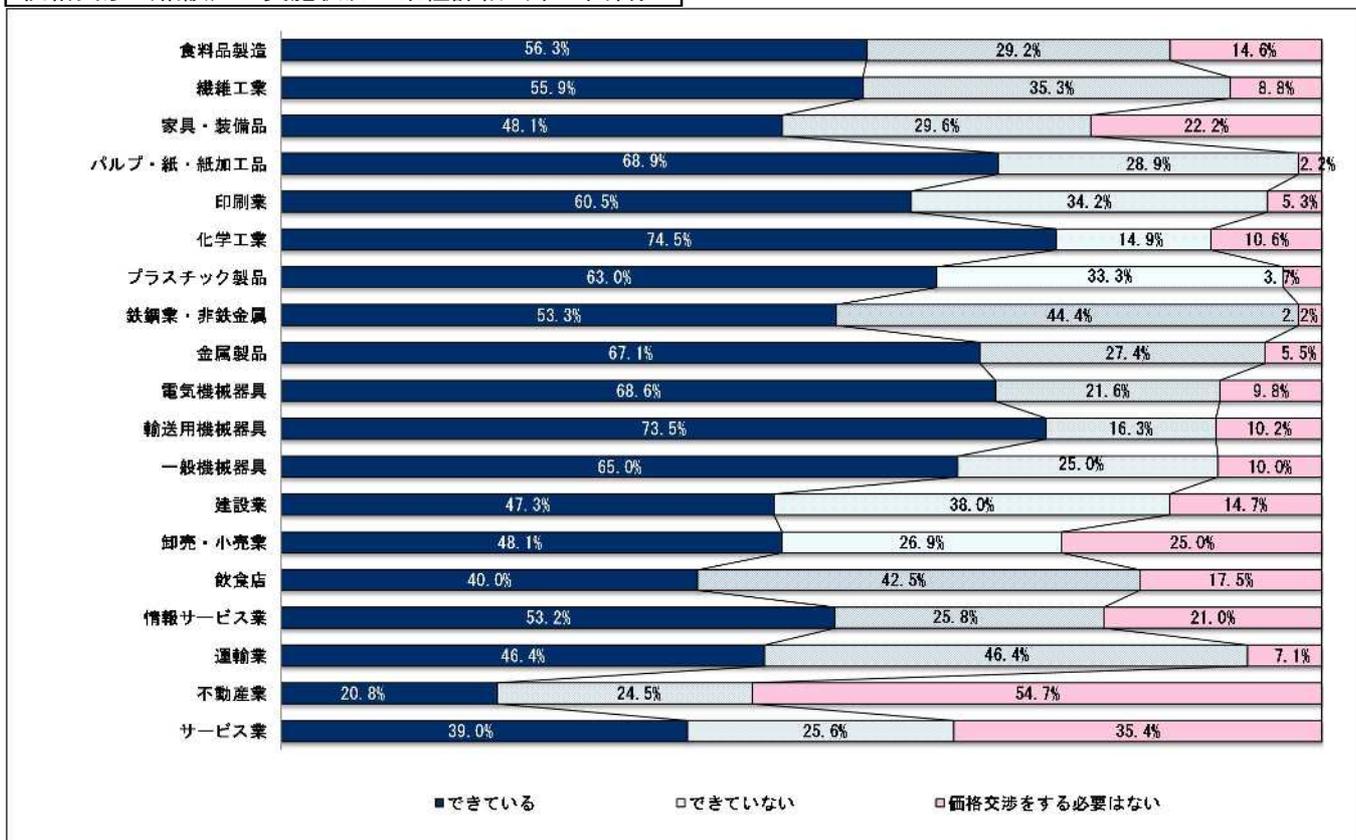
- 前回調査（令和6年1～3月期）と比較すると、全体では、「できている」と回答した企業の割合は5.5ポイント増加し、「できていない」と回答した企業の割合は10.4ポイント減少した。

価格交渉（相談）の実施状況／過去調査との比較／全体（単一回答）



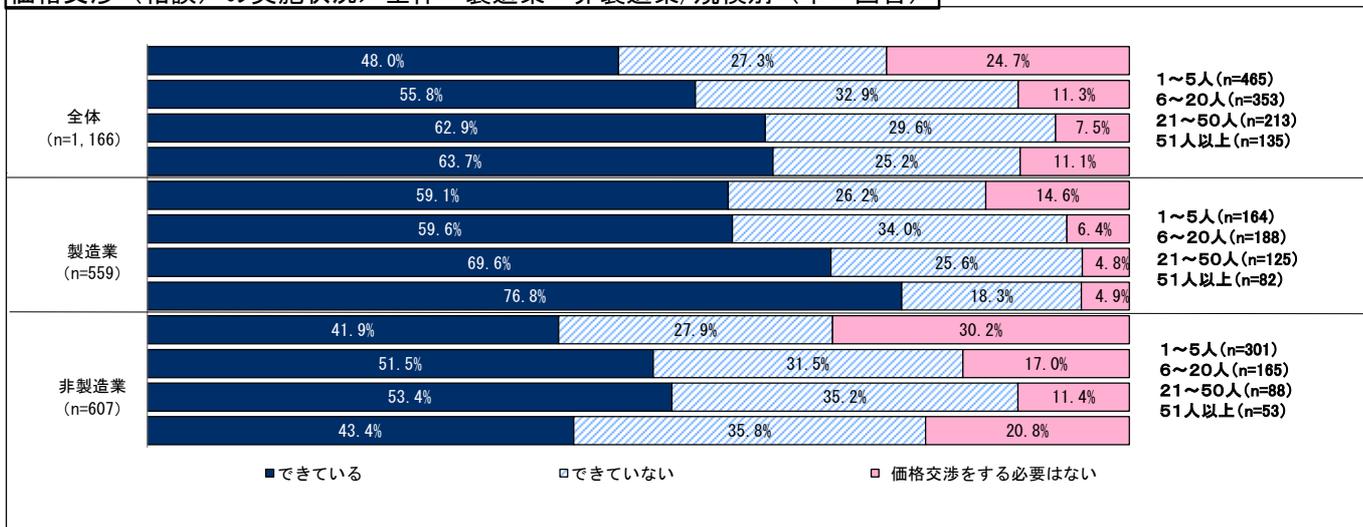
- 価格交渉（相談）が十分に「できている」と回答した企業の業種をみると、「化学工業」（74.5%）、「輸送用機械器具」（73.5%）、「パルプ・紙・紙加工品」（68.9%）、「電気機械器具」（68.6%）などで回答割合が高くなっている。価格交渉（相談）が十分に「できていない」と回答した企業の業種をみると、「運輸業」（46.4%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（44.4%）、「飲食店」（42.5%）で回答割合が高くなっている。

価格交渉（相談）の実施状況／業種詳細（単一回答）



- 規模別にみると、全体及び製造業では、規模が大きくなるほど、「できている」と回答した企業の割合が増加する傾向がみられた。

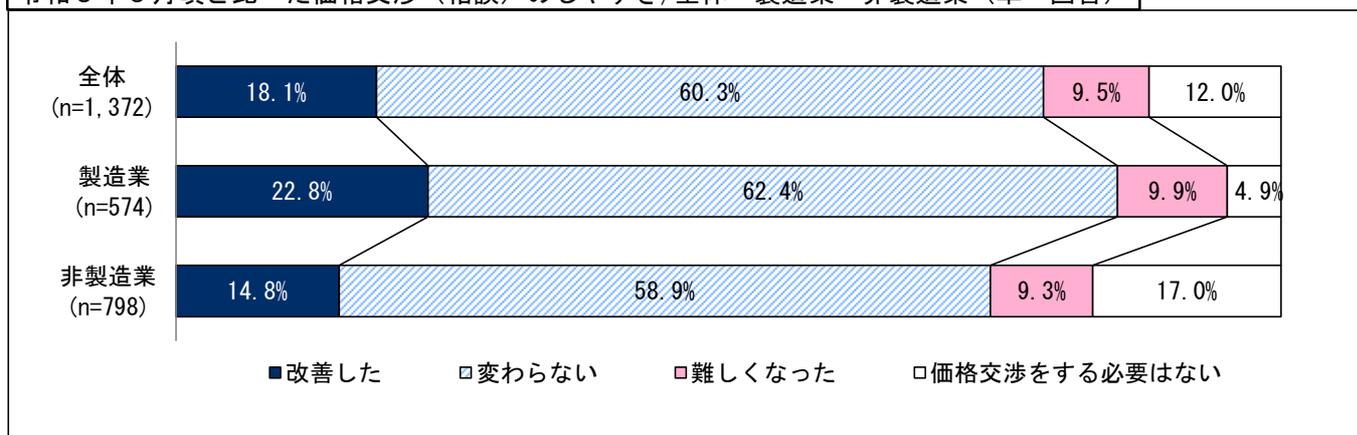
価格交渉（相談）の実施状況／全体・製造業・非製造業/規模別（単一回答）



(2) 1年前頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ（回答数：1,372社・単一回答）

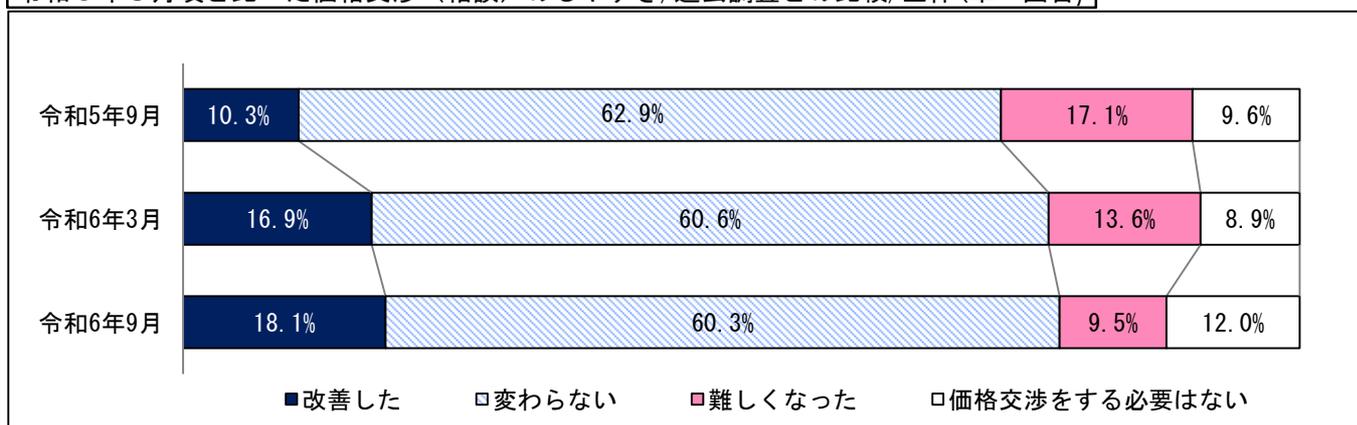
- 1年前（令和5年9月）頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて聞いたところ、全体では「変わらない」（60.3%）が最も多く、次いで「改善した」（18.1%）、「価格交渉をする必要はない」（12.0%）の順となった。
- 業種別にみると、「改善した」と回答した企業の割合は、製造業（22.8%）の方が非製造業（14.8%）よりも高く、「難しくなった」と回答した企業の割合についても製造業（9.9%）の方が非製造業（9.3%）より高かった。

令和5年9月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ/全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 前回調査（令和6年1～3月期）と比較すると、全体では、「改善した」と回答した企業の割合は1.2ポイント増加し、「難しくなった」と回答した企業の割合は4.1ポイント減少した。

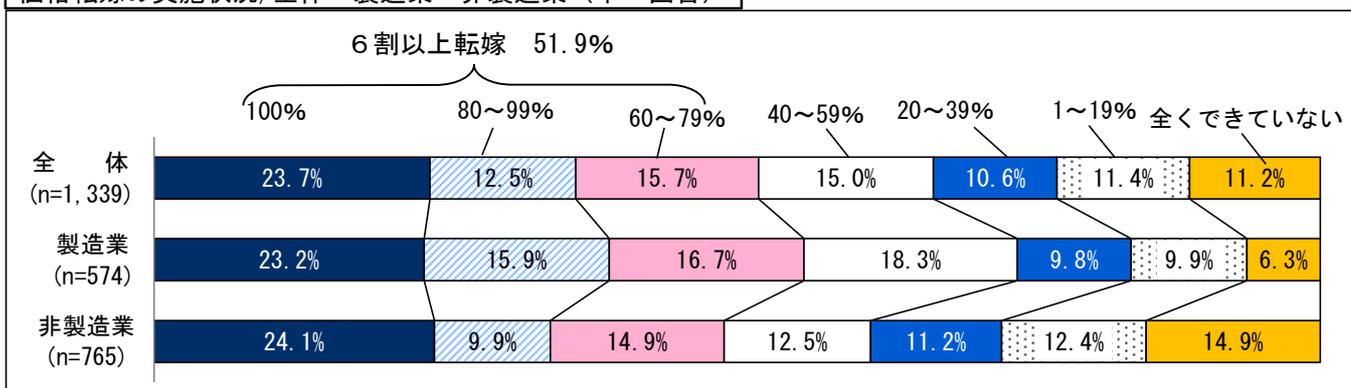
令和6年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ/過去調査との比較/全体（単一回答）



（3）価格転嫁の実施状況（回答数：1,339社・単一回答）

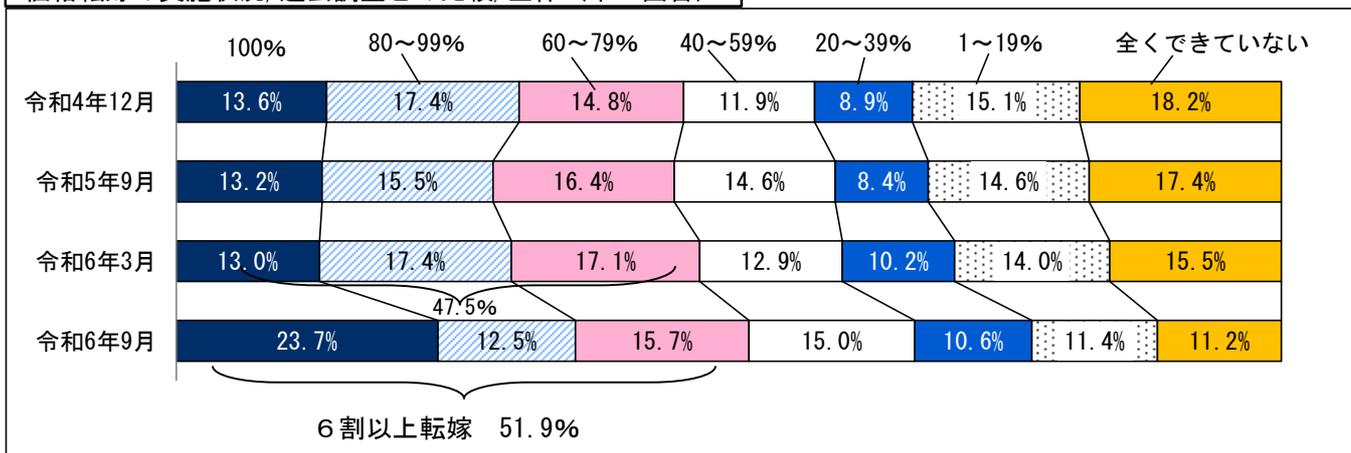
- コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができているか聞いたところ、全体では、6割以上転嫁できている企業の割合は51.9%であった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は11.2%であった。
- 業種別にみると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は、製造業（55.8%）の方が、非製造業（48.9%）よりも高かった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は、非製造業（14.9%）の方が製造業（6.3%）よりも高かった。

価格転嫁の実施状況/全体・製造業・非製造業（単一回答）

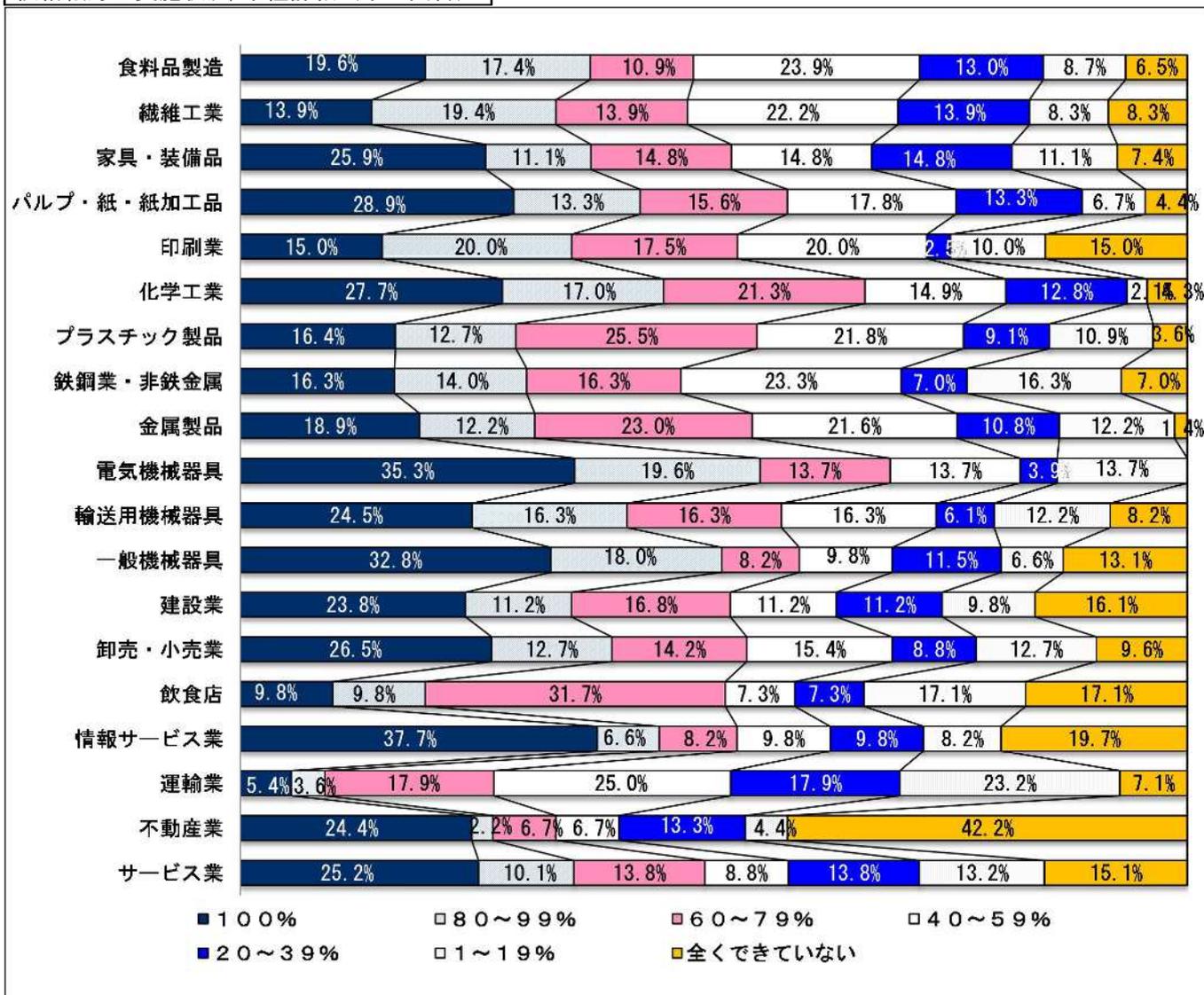


- 前回調査（令和6年1～3月期）と比較すると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は4.4ポイント増加し、「全くできていない」と回答した企業の割合は4.3ポイント減少している。

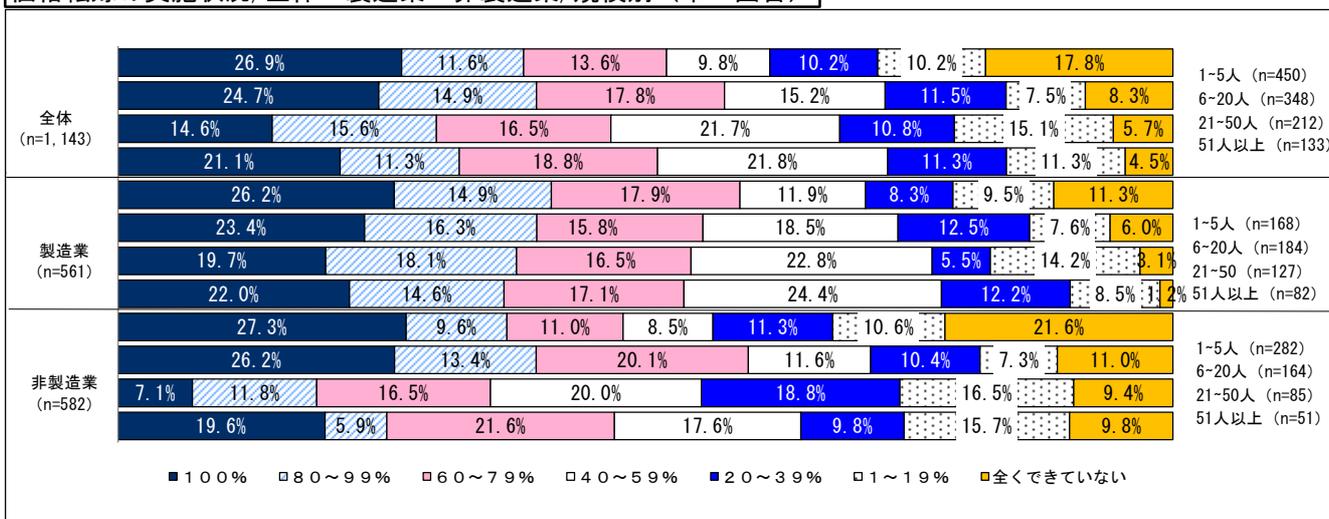
価格転嫁の実施状況/過去調査との比較/全体（単一回答）



価格転嫁の実施状況/業種詳細（単一回答）



価格転嫁の実施状況/全体・製造業・非製造業/規模別（単一回答）

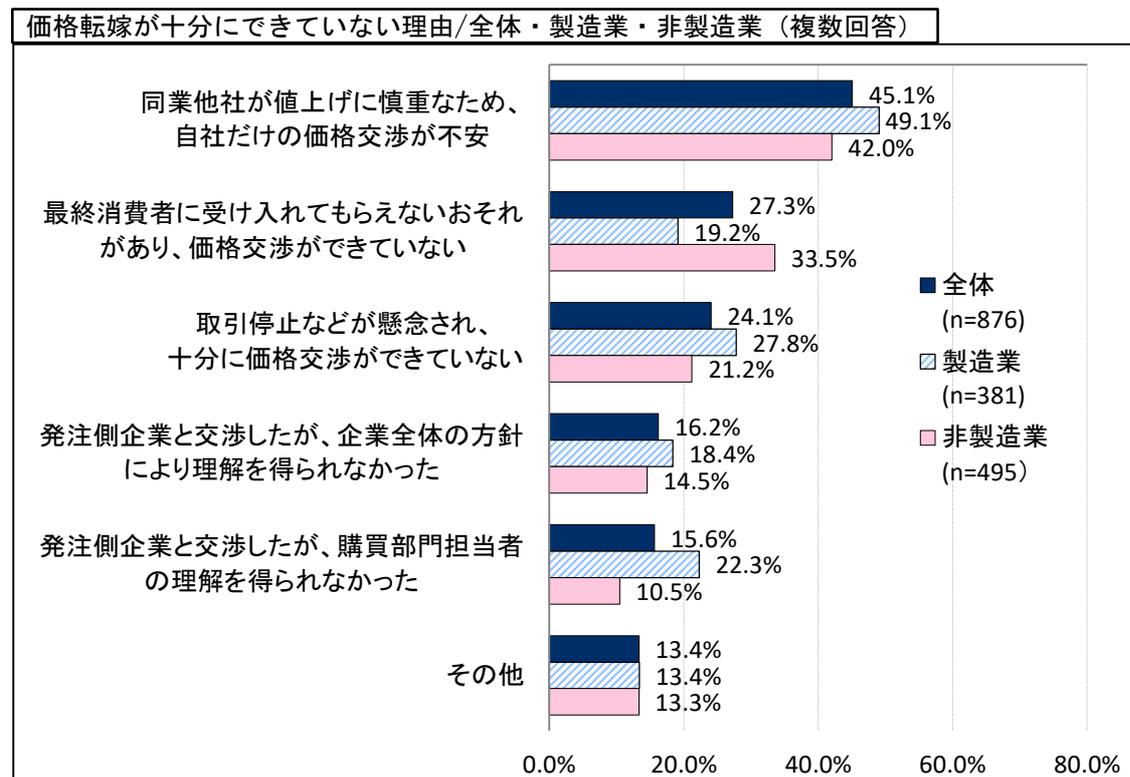


○ 価格転嫁が十分にできていない理由（回答数：876社・複数回答）

※（3）で「80～99%」、「60～79%」、「40～59%」、「20～39%」、「1～19%」及び「全くできていない」と回答した1,022社のうち876社の回答割合

○（3）で価格転嫁の実施状況について「80～99%」、「60～79%」、「40～59%」、「20～39%」、「1～19%」及び「全くできていない」と回答した企業に、価格転嫁が十分にできていない理由を聞いたところ、全体では「同業他社が値上げに慎重なため、自社だけの価格交渉が不安」（45.1%）が最も多く、次いで「最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない」（27.3%）、「取引停止などが懸念され、十分に価格交渉ができていない」（24.1%）の順となった。

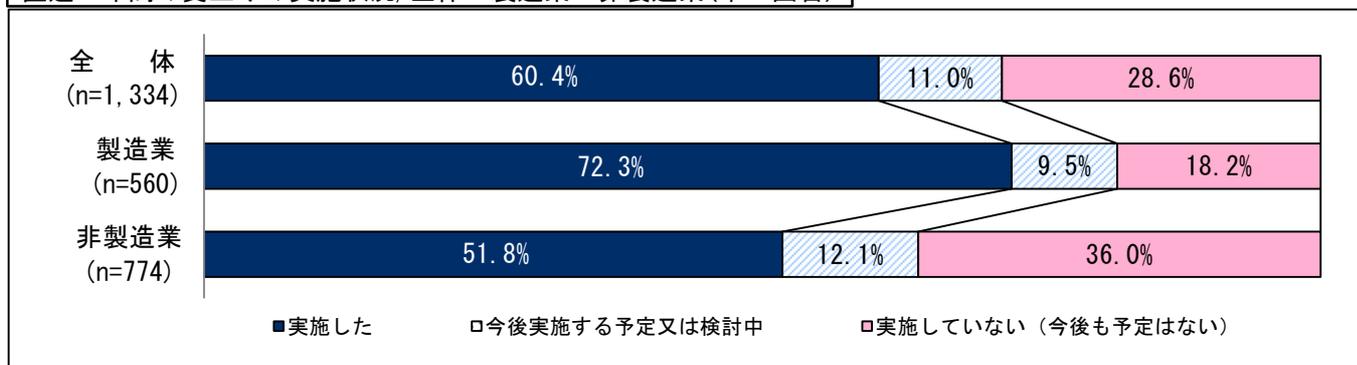
○業種別にみると、「最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない」と回答した企業の割合は、非製造業（33.5%）の方が製造業（19.2%）よりも高かったが、「発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった」と回答した企業の割合は、製造業（22.3%）の方が非製造業（10.5%）よりも高かった。



（4）直近1年間の賃上げの実施状況について（回答数：1,334社・単一回答）

○ 直近1年間の賃上げの実施状況について聞いたところ、全体では「実施した」が60.4%、「今後実施する予定又は検討中」が11.0%、「実施していない（今後も予定はない）」が28.6%であった。

直近1年間の賃上げの実施状況/全体・製造業・非製造業(単一回答)

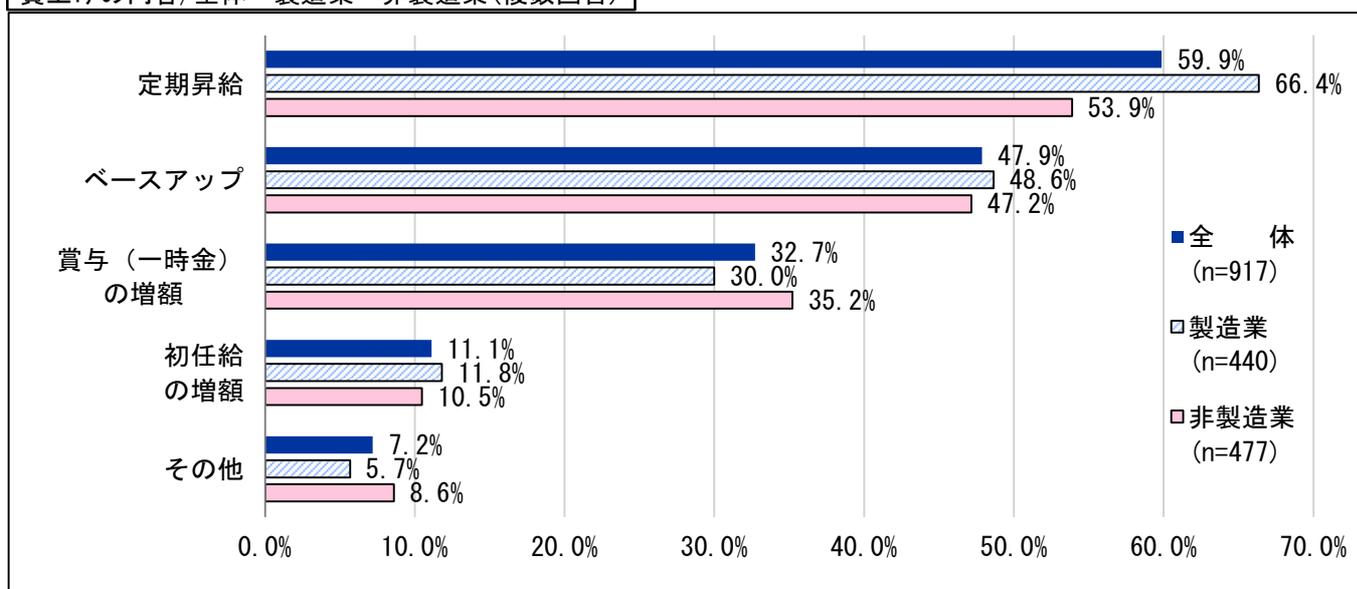


○ 賃上げの内容（回答数：917社・複数回答）

※（4）で「実施した」又は「今後実施する予定又は検討中」と回答した953社のうち917社の回答割合

○（4）で直近1年間の賃上げの実施状況について「実施した」又は「今後実施する予定又は検討中」と回答した企業に賃上げの内容について聞いたところ、全体では「定期昇給」（59.9%）が最も多く、次いで「ベースアップ」（47.9%）、「賞与（一時金）の増額」（32.7%）の順となった。

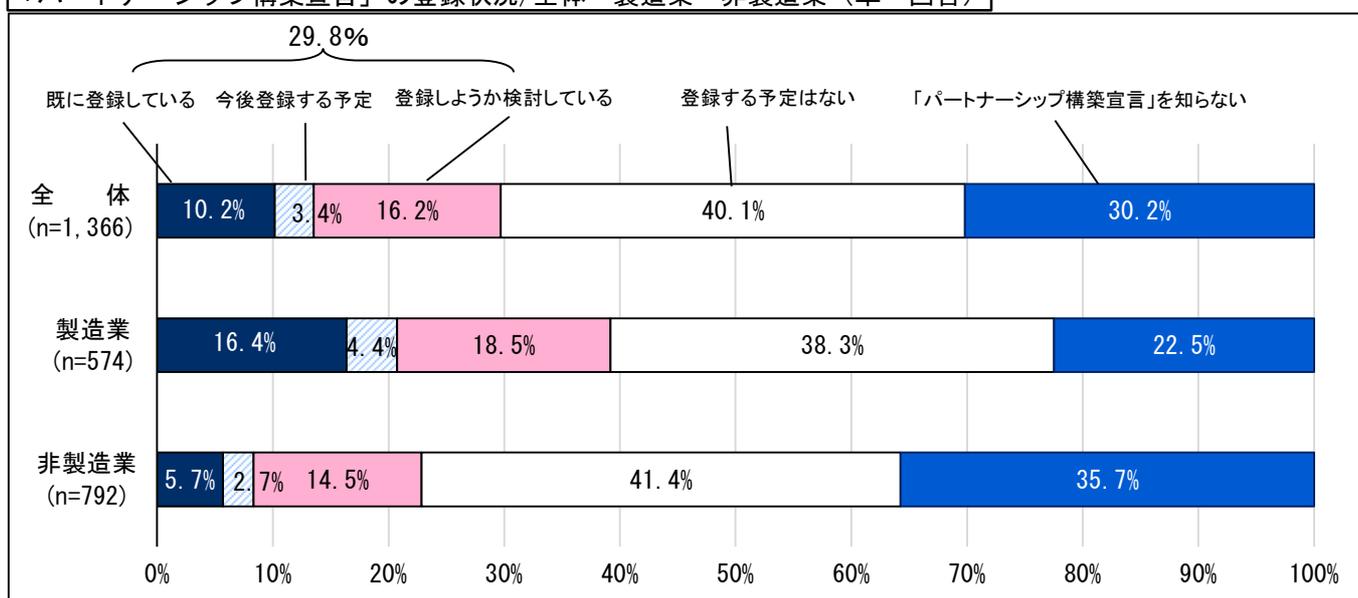
賃上げの内容/全体・製造業・非製造業(複数回答)



(5) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答数：1,366社・単一回答）

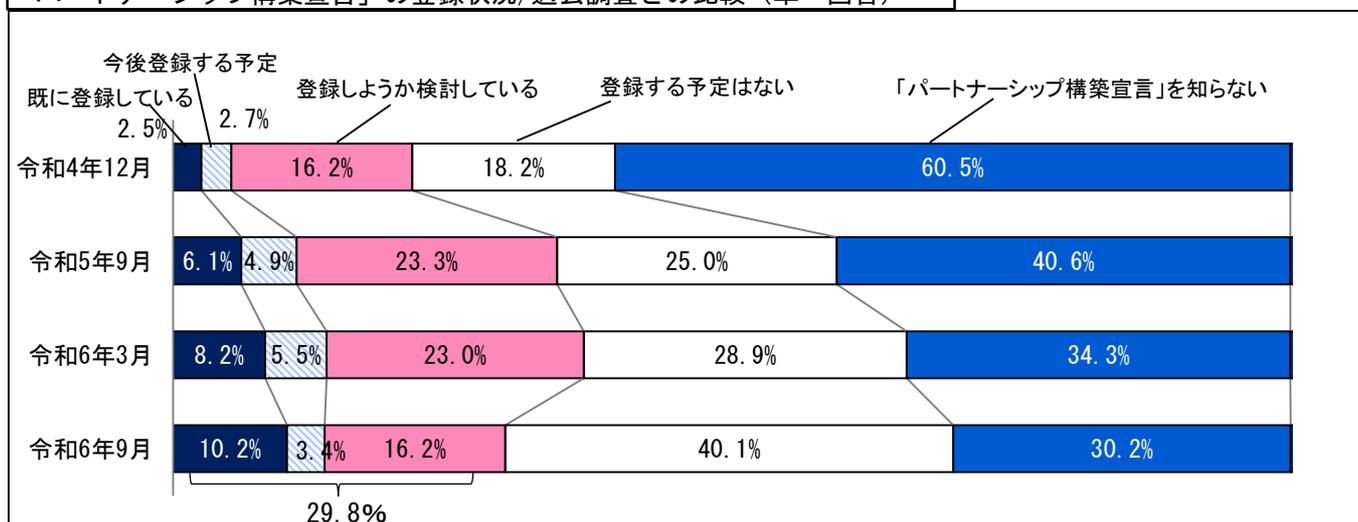
- 「パートナーシップ構築宣言」の登録を行っているか聞いたところ、全体では「既に登録している」（10.2%）、「今後登録する予定」（3.4%）及び「登録しようか検討している」（16.2%）を合わせた回答割合は29.8%であった。一方、「「パートナーシップ構築宣言」を知らない」と回答した企業の割合は30.2%であった。
- 業種別にみると、「パートナーシップ構築宣言」の登録について、「既に登録している」、「今後登録する予定」及び「登録しようか検討している」を合わせた回答割合は、製造業（39.3%）の方が非製造業（22.9%）よりも高かった。一方、「「パートナーシップ構築宣言」を知らない」と回答した企業の割合は、非製造業（35.7%）の方が製造業（22.5%）よりも高かった。

「パートナーシップ構築宣言」の登録状況/全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 前回調査（令和6年1～3月期）と比較すると、「パートナーシップ構築宣言を知らない」と回答した割合は、4.1ポイント減少している。

「パートナーシップ構築宣言」の登録状況/過去調査との比較（単一回答）

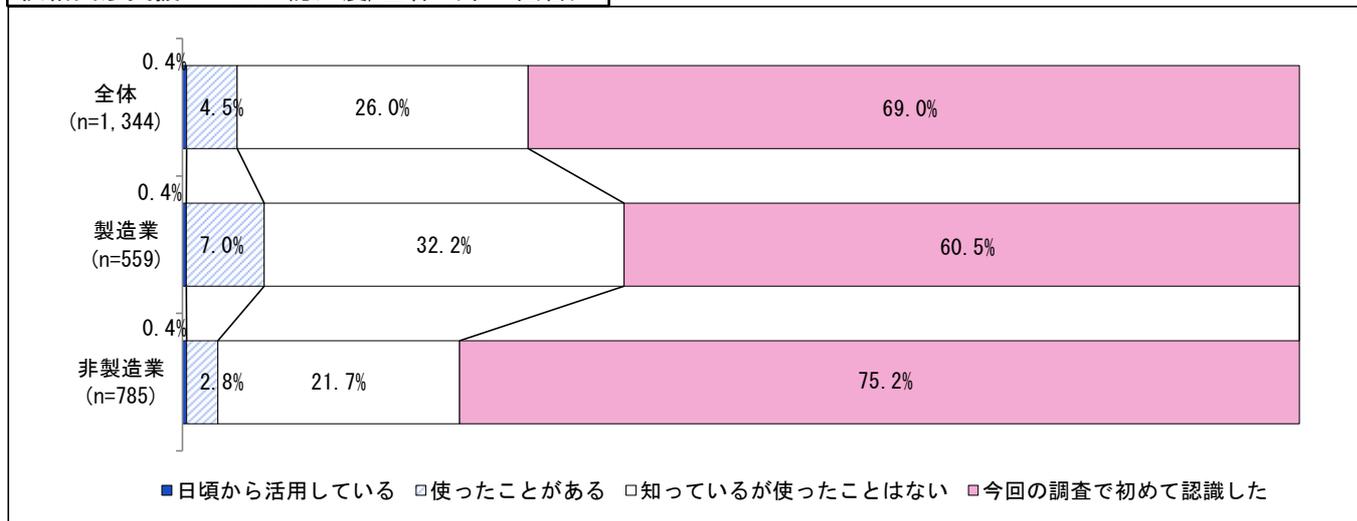


（6）「価格交渉支援ツール」及び「収支計画シミュレーター」の認知度

① 価格交渉支援ツールの認知度（回答数：1,344社・単一回答）

- 価格交渉支援ツールの認知度について聞いたところ、全体では「今回の調査で初めて認識した」（69.0%）が最も多く、次いで「知っているが使ったことはない」（26.0%）、「使ったことがある」（4.5%）、「日頃から活用している」（0.4%）の順となった。

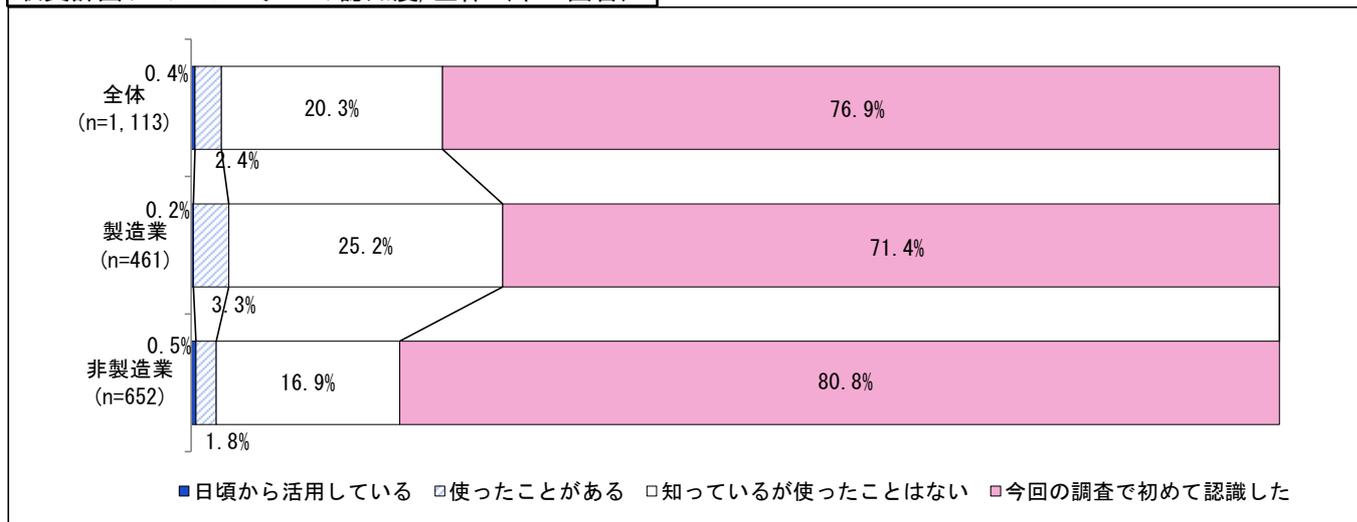
価格交渉支援ツールの認知度/全体（単一回答）



② 収支計画シミュレーターの認知度（回答数：1,113社・単一回答）

- 収支計画シミュレーターの認知度について聞いたところ、全体では「今回の調査で初めて認識した」（76.9%）が最も多く、次いで「知っているが使ったことはない」（20.3%）、「使ったことがある」（2.4%）、「日頃から活用している」（0.4%）の順となった。

収支計画シミュレーターの認知度/全体（単一回答）



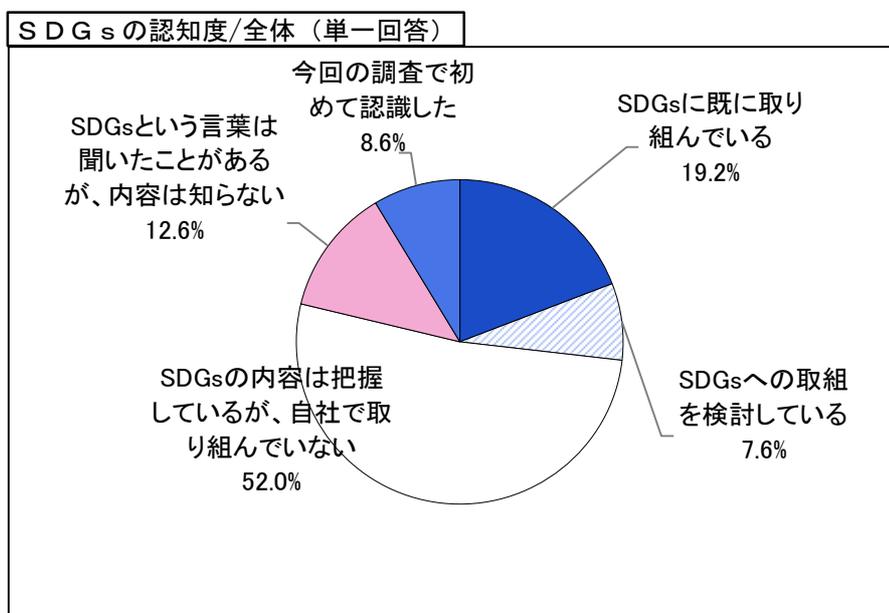
## 2 SDGsの認知・取組状況について

### (1) SDGsの認知度（回答数：1,347社・単一回答）

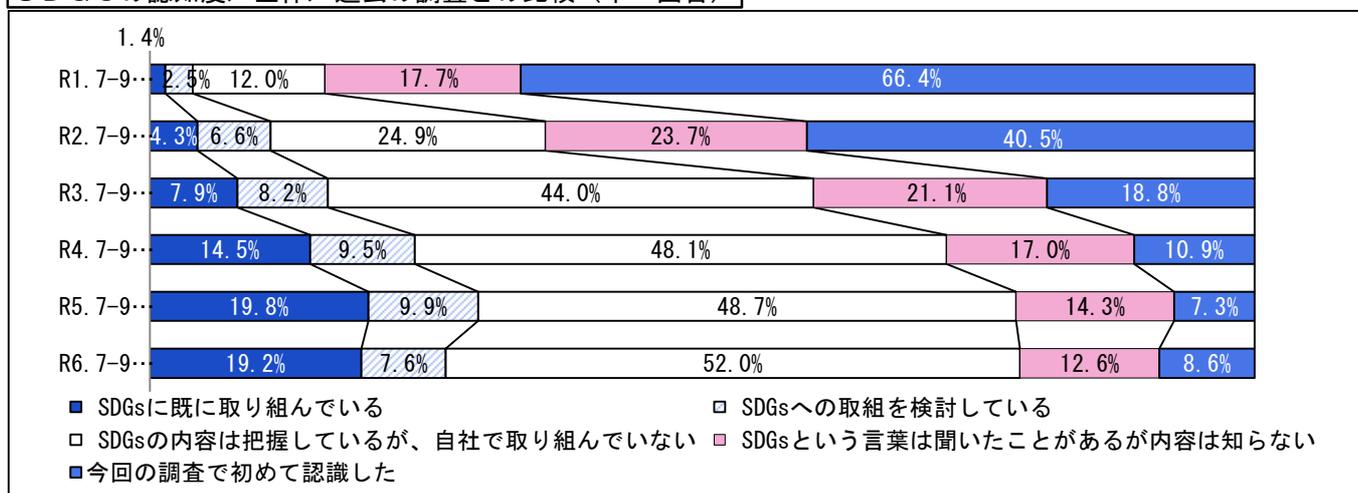
○ SDGsの認知度について聞いたところ、「SDGsという言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」（12.6%）、「SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」（52.0%）、「SDGsへの取組を検討している」（7.6%）及び「SDGsに既に取り組んでいる」（19.2%）を合わせた回答割合は91.4%であった。

○ 前回調査（令和5度7～9月期）の結果（92.7%）と比べると、SDGsの認知度は1.3ポイント減少した。

○ 「SDGsへの取組を検討している」（7.6%）と「SDGsに既に取り組んでいる」（19.2%）を合わせた回答割合（26.8%）は、前回調査の結果（29.7%）と比べると、2.9ポイント減少した。



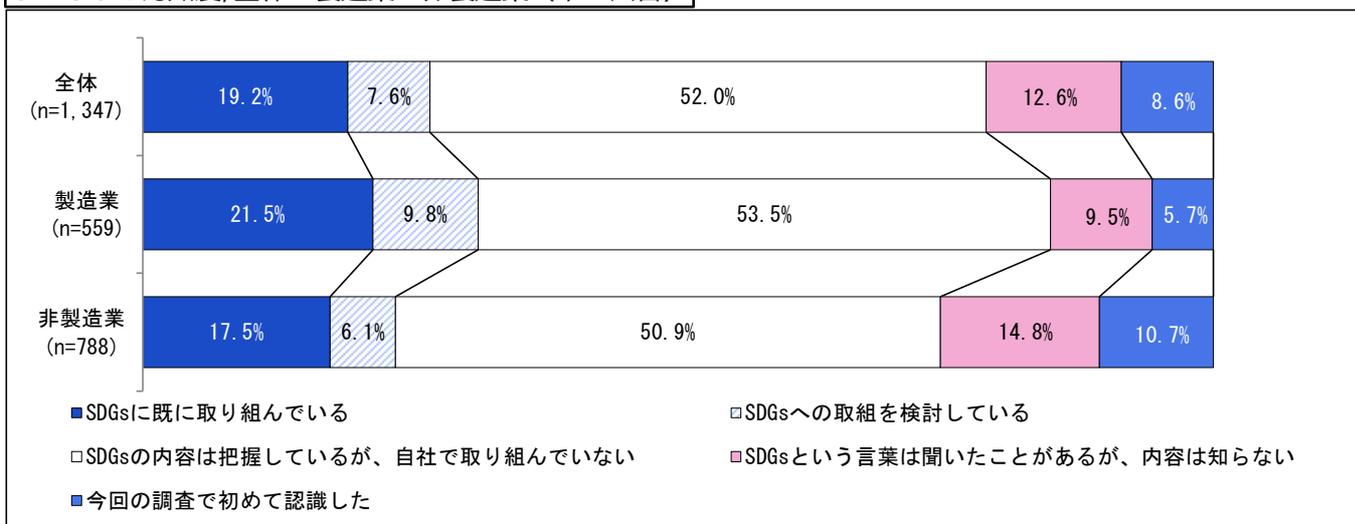
### SDGsの認知度/全体/過去の調査との比較（単一回答）



○ 業種別にみると、「SDGsという言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」、「SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」、「SDGsへの取組を検討している」及び「SDGsに既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（94.3%）が非製造業（89.3%）よりも5.0ポイント高かった。

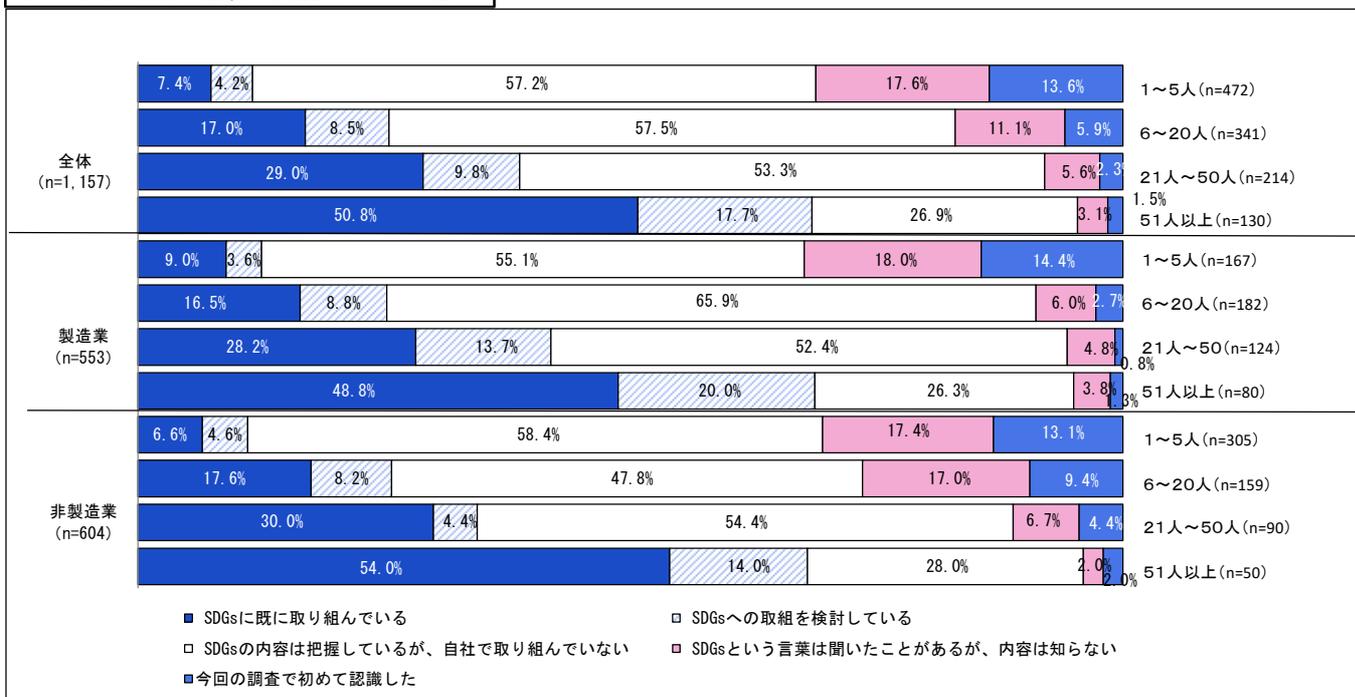
○ 「SDGsへの取組を検討している」と「SDGsに既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（31.3%）が非製造業（23.6%）よりも7.7ポイント高かった。

SDGsの認知度/全体・製造業・非製造業（単一回答）



○ 製造業、非製造業ともに、規模が大きくなるほど「SDGsに既に取り組んでいる」と回答した企業の割合が高くなる傾向がみられた。

SDGsの認知度/規模別（単一回答）



(1) SDGsへの取組と期待する効果（回答数：325社・複数回答）

※ (1)で「SDGsへの取組を検討している」又は「SDGsに既に取り組んでいる」と回答した361社のうち325社の回答割合

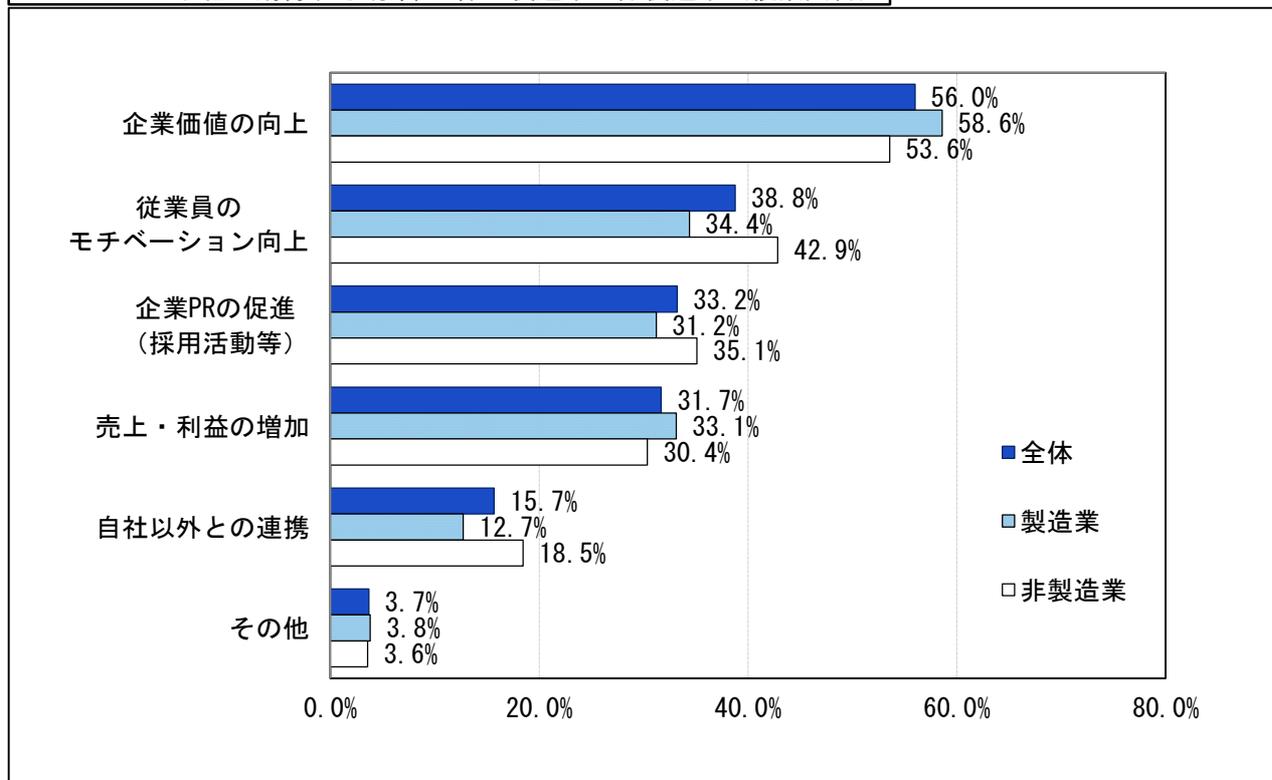
- (1)で「SDGsへの取組を検討している」又は「SDGsに既に取り組んでいる」と回答した企業に、検討している取組又は既に実施している取組について聞いたところ、以下のような回答があった（主な回答を抜粋）。

**【既に実施（検討）している取組】**

- (飲食業) ・ こども食堂への商材の寄付
- (製造業) ・ 脱プラスチック製品の開発
- (宿泊業) ・ 客室を個別式エアコン及びリサイクルカーペットなど環境に考慮した設計にする
- (運輸業) ・ 環境配慮型自動車への買い替え
- (サービス業) ・ インクルーシブ保育の実践

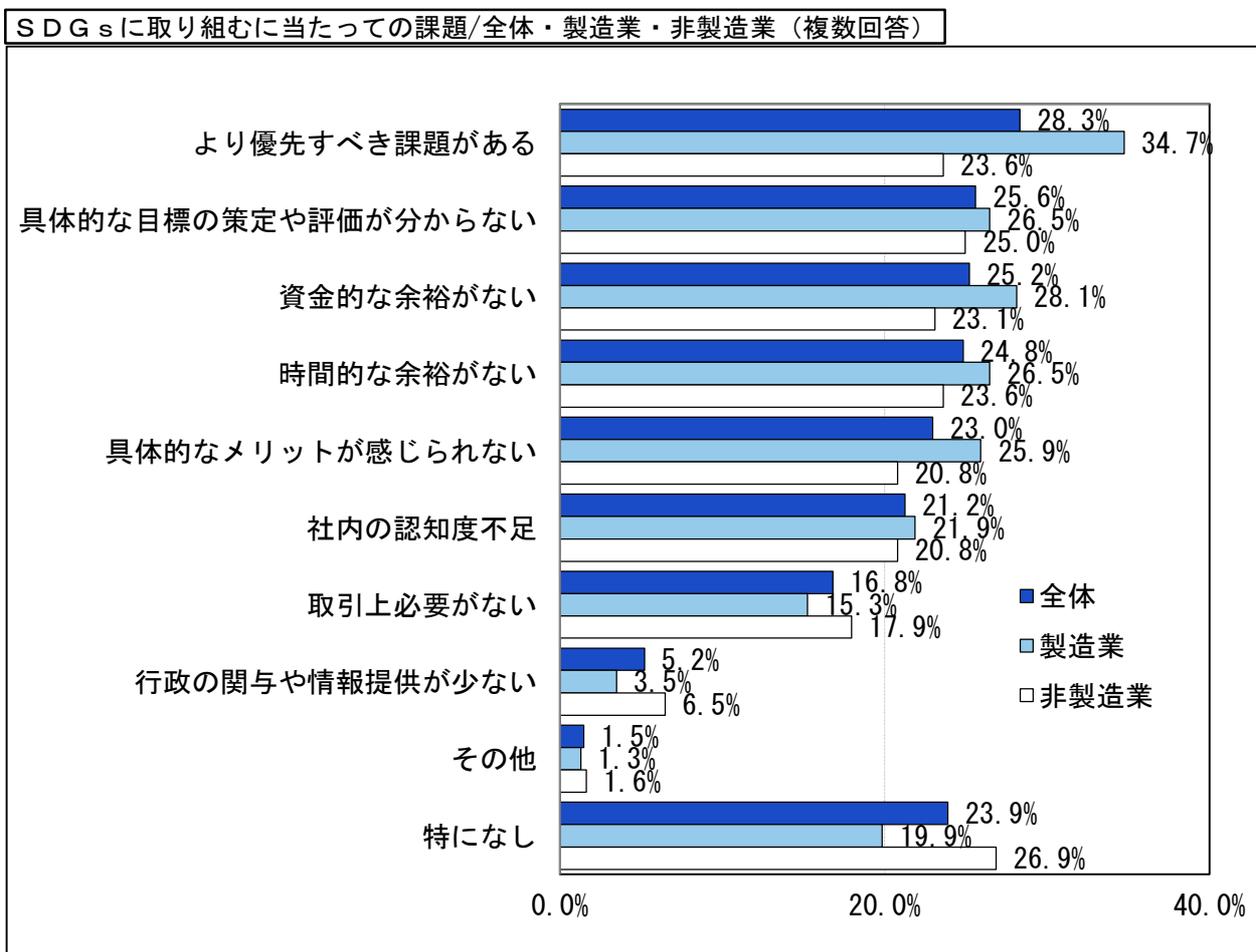
- (1)で「SDGsへの取組を検討している」又は「SDGsに既に取り組んでいる」と回答した企業に、取組に期待する効果を聞いたところ、全体では「企業価値の向上」（56.0%）が最も多く、次いで「従業員のモチベーション向上」（38.8%）、「企業PRの促進（採用活動等）」（33.2%）の順となった。

SDGsへの取組と期待する効果/全体・製造業・非製造業（複数回答）



（2）SDGsに取り組むに当たっての課題（回答数：1,285社・複数回答）

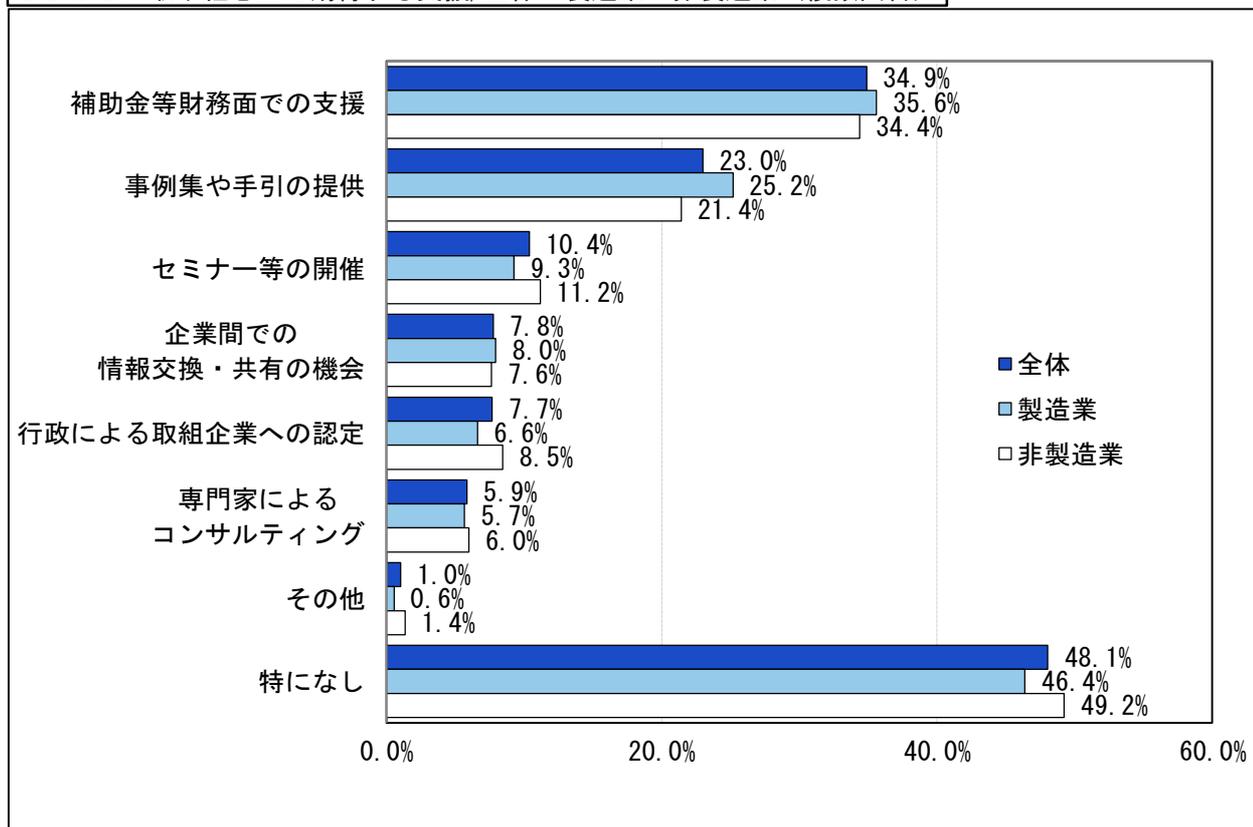
- SDGsに取り組むに当たっての課題を聞いたところ、全体では「より優先すべき課題がある」（28.3%）が最も多く、次いで「具体的な目標の策定や評価が分からない」（25.6%）、「資金的な余裕がない」（25.2%）の順となった。



（3）SDGsに取り組む上で期待する支援（回答数：1,261社・複数回答）

- SDGsに取り組む上で期待する支援を聞いたところ、全体では「補助金等財務面での支援」（34.9%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（23.0%）、「セミナー等の開催」（10.4%）の順となった。

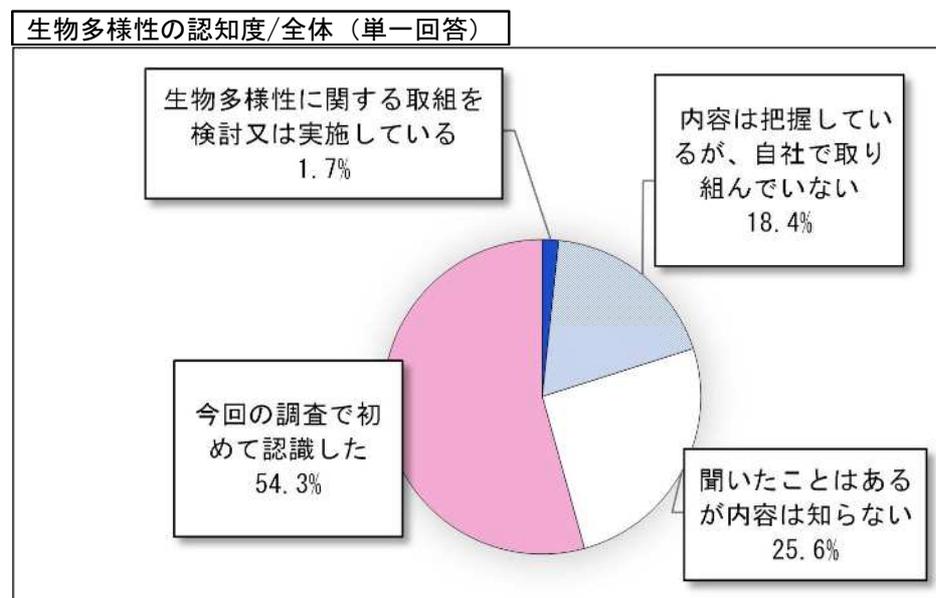
SDGsに取り組む上で期待する支援/全体・製造業・非製造業（複数回答）



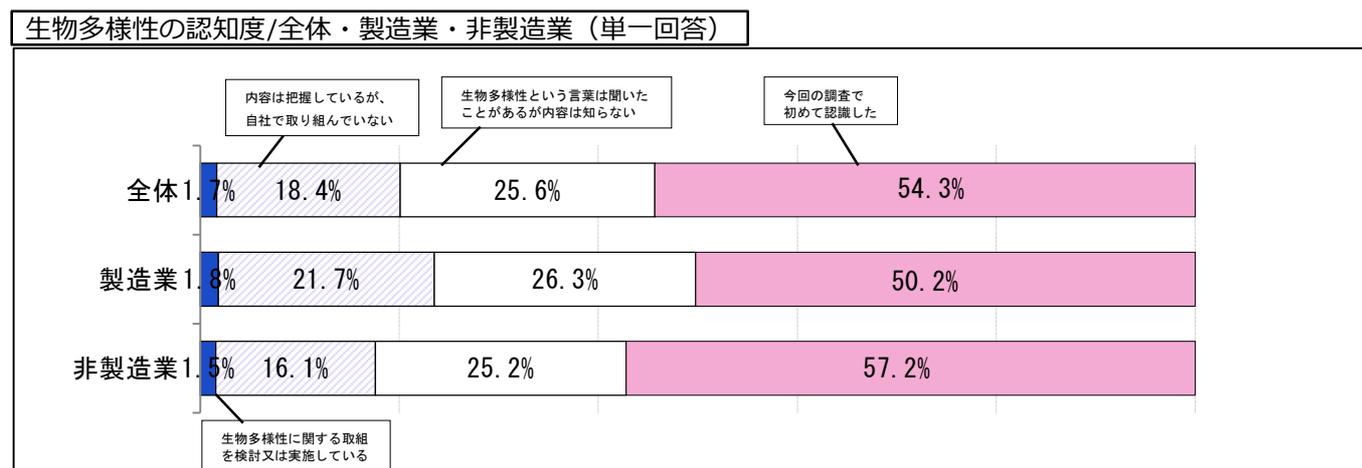
### 3 生物多様性及びネイチャーポジティブの認知・取組状況について

#### (1) 生物多様性の認知度（回答数：1,330社・単一回答）

- 生物多様性について聞いたところ、「今回の調査で初めて認識した」と回答した企業が、54.3%と最も多く、生物多様性の認知度は45.7%であった。そのうち、「生物多様性に関する取組を検討又は実施している」と回答した企業は1.7%であった。

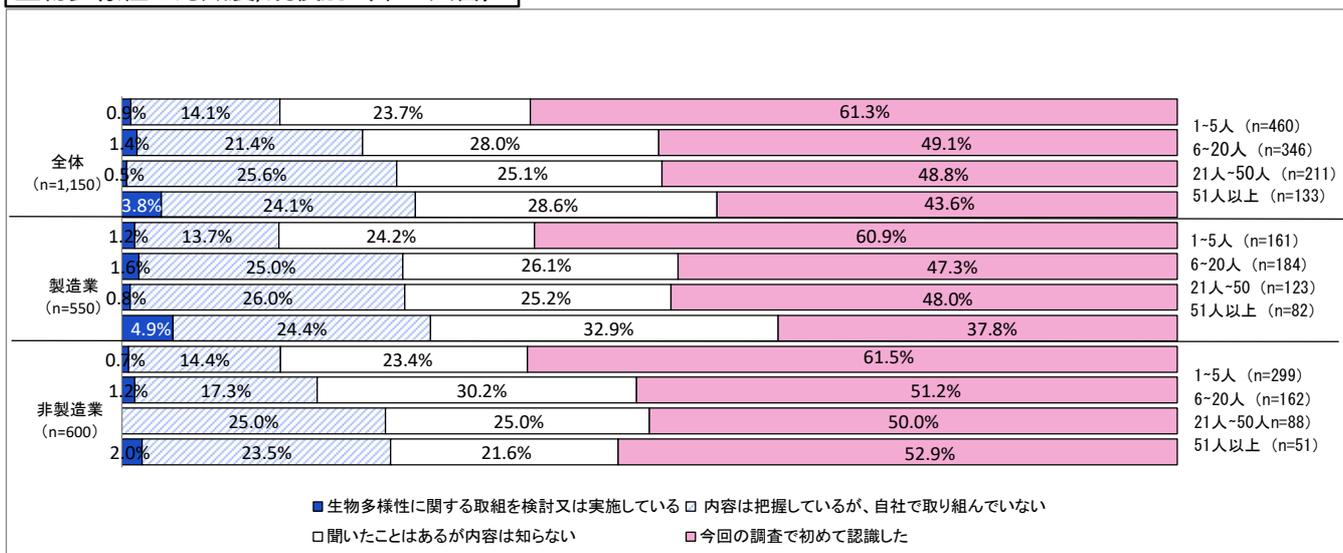


- 業種別に比較すると、製造業より非製造業のほうが、「今回の調査で初めて認識した」との回答が7.0ポイント多かった。



○ 規模別に比較すると、全体では、規模が大きくなるにつれて、生物多様性の認知度が高くなっている。

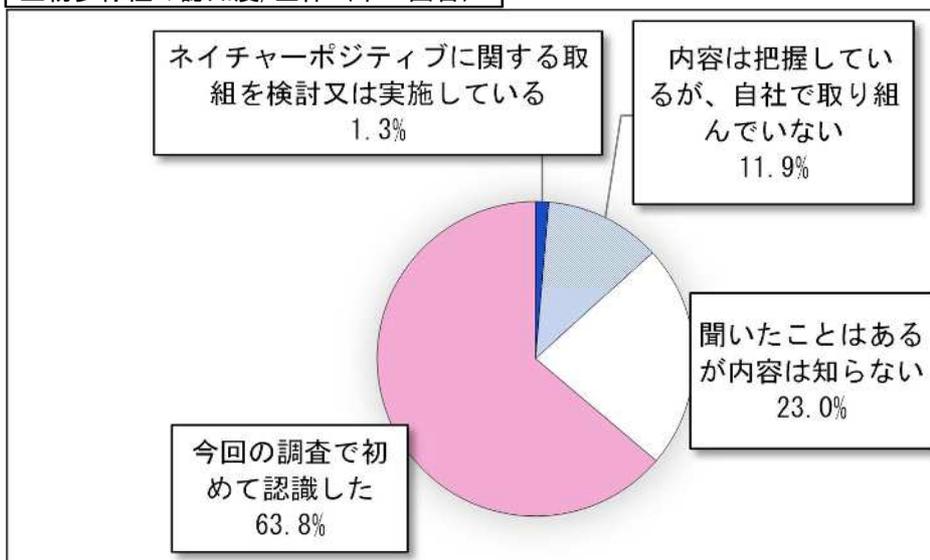
生物多様性の認知度/規模別（単一回答）



(2) ネイチャーポジティブの認知度（回答数：1, 339社・単一回答）

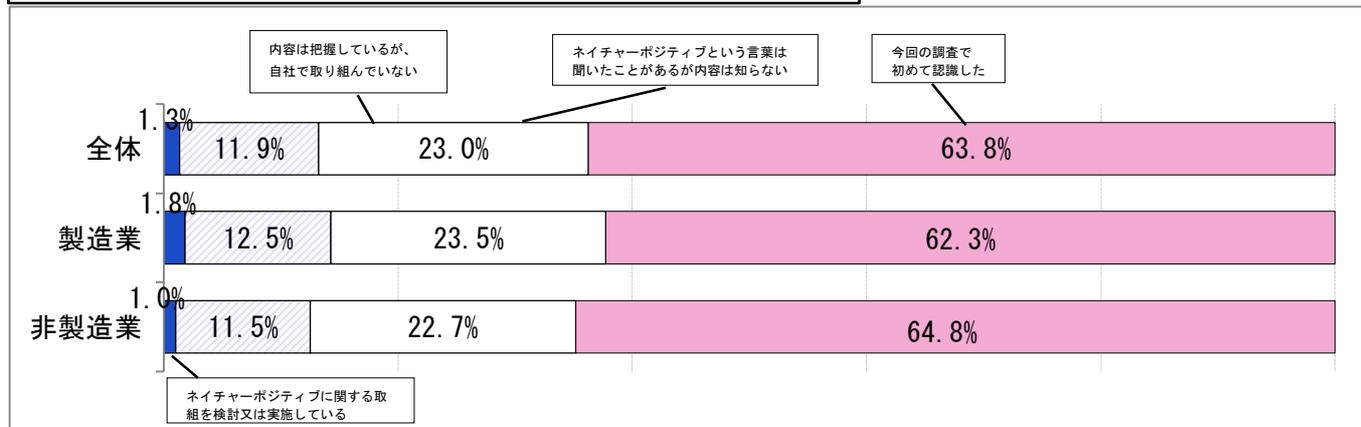
○ ネイチャーポジティブについて聞いたところ、「今回の調査で初めて認識した」と回答した企業が、63.8%と最も多く、ネイチャーポジティブの認知度は36.2%であった。そのうち、「ネイチャーポジティブに関する取組を検討又は実施している」と回答した企業は1.3%であった。

生物多様性の認知度/全体（単一回答）



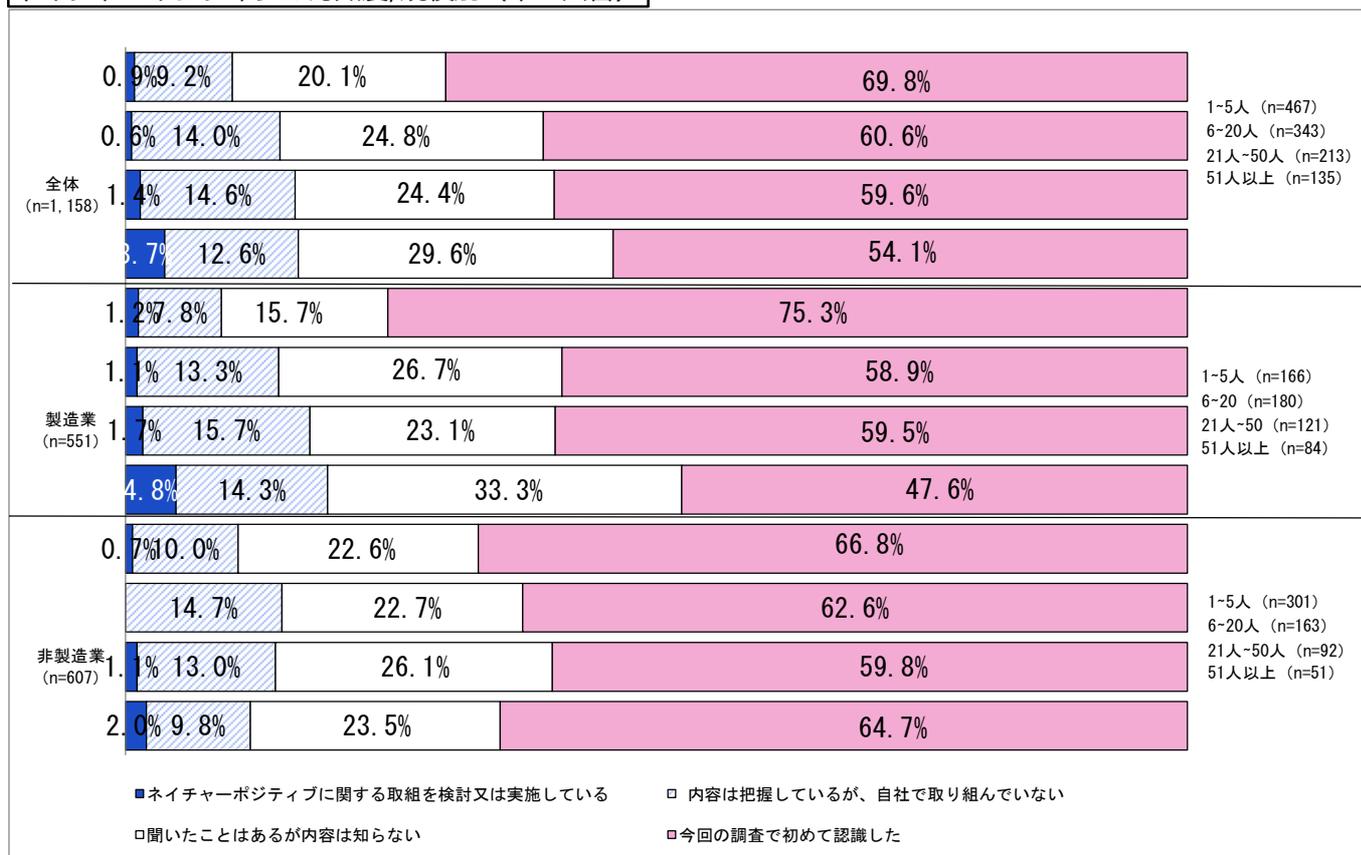
○ 業種別に比較すると、製造業より非製造業のほうが、「今回の調査で初めて認識した」との回答が2.5ポイント多かった。

ネイチャーポジティブの認知度/全体・製造業・非製造業（単一回答）



○ 規模別に比較すると、全体では、規模が大きくなるにつれて、ネイチャーポジティブの認知度が高くなっている。

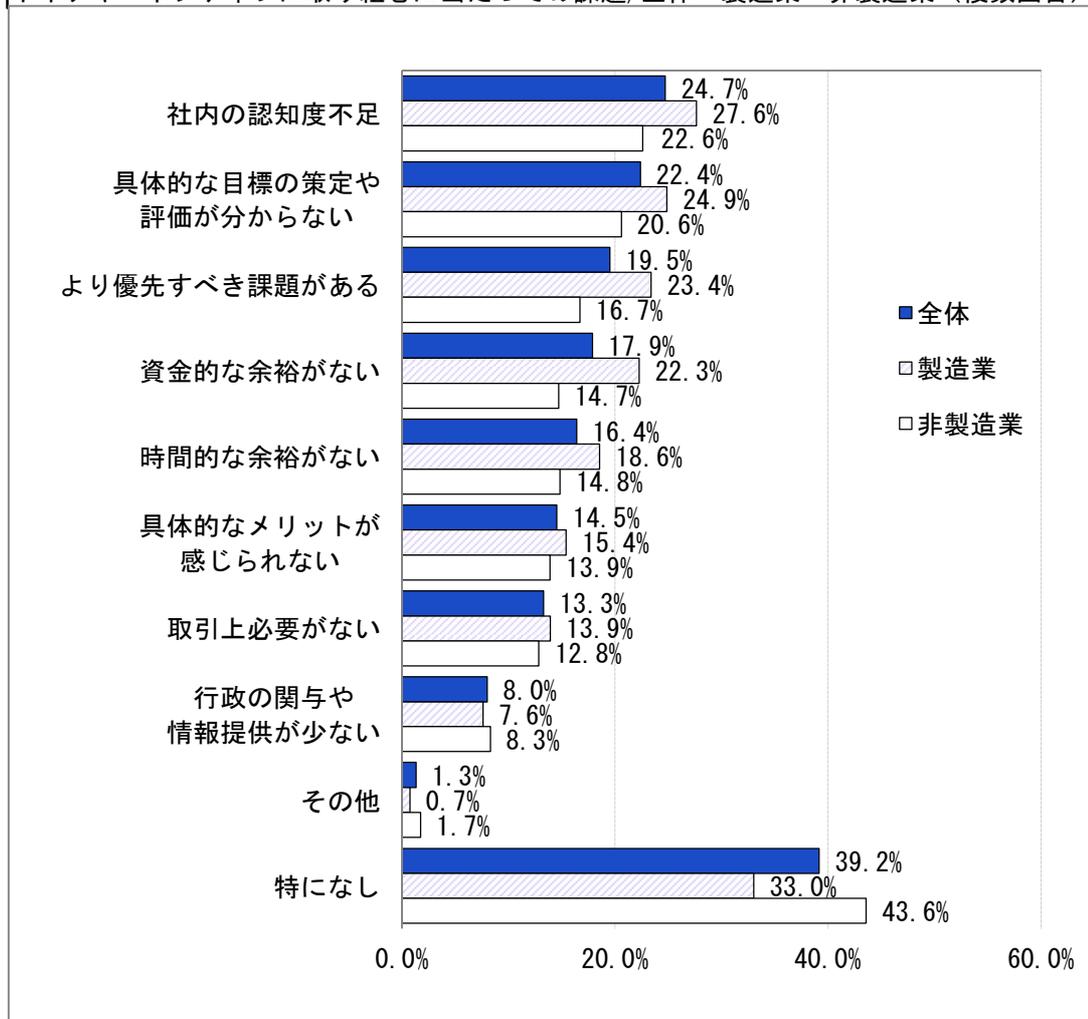
ネイチャーポジティブの認知度/規模別（単一回答）



（3）ネイチャーポジティブに取り組むに当たっての課題（回答数：1,287社・複数回答）

○ ネイチャーポジティブに取り組むに当たっての課題を聞いたところ、「社内の認知度不足」（24.7%）が最も多く、以下、「具体的な目標の策定や評価が分からない」（22.4%）、「より優先すべき課題がある」（19.5%）、の順となった。

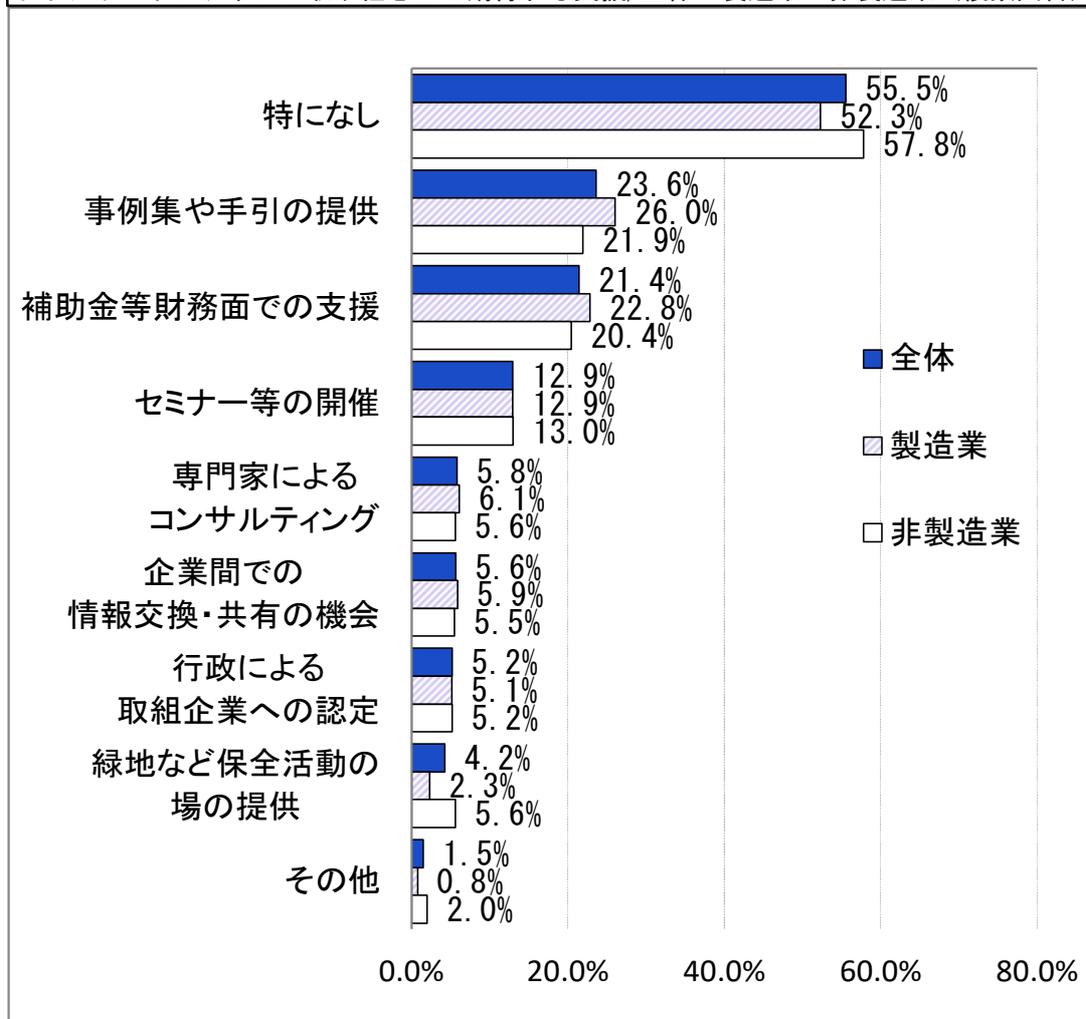
ネイチャーポジティブに取り組むに当たっての課題/全体・製造業・非製造業（複数回答）



（4）ネイチャーポジティブに取り組む上で期待する支援（回答数：1,275社・複数回答）

- ネイチャーポジティブに取り組む上で期待する支援を聞いたところ、全体では「特になし」（55.5%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（23.6%）、「補助金等財務面での支援」（21.4%）の順となった。

ネイチャーポジティブに取り組む上で期待する支援/全体・製造業・非製造業（複数回答）



4 特別調査結果一覧

1 価格転嫁について

<b>（1）価格交渉（相談）の実施状況</b>	
ア できている 52.4%	イ できていない 29.5%
ウ 価格交渉をする必要はない 18.1%	
<b>（2）1年前（令和5年9月）頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ</b>	
ア 改善した 18.1%	イ 変わらない 60.3%
ウ 難しくなった 9.5%	エ 価格交渉をする必要はない 12.0%
<b>（3）価格転嫁の実施状況</b>	
ア 100% 23.7%	イ 80～99% 12.5%
ウ 60～79% 15.7%	エ 40～59% 15.0%
オ 20～39% 10.6%	カ 1～19% 11.4%
キ 全くできていない 11.2%	
価格転嫁が十分にできていない理由（複数回答）	
※（3）で2～7のいずれかを選択した企業	
ア 発注側企業と交渉したが、企業全体の方針により理解を得られなかった 16.2%	
イ 発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった 15.6%	
ウ 取引停止などが懸念され、十分に価格交渉ができていない 24.1%	
エ 同業他社が値上げに慎重なため、自社だけの価格交渉が不安 45.1%	
オ 最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない 27.3%	
カ その他 13.4%	
<b>（4）直近1年間の賃上げの実施状況</b>	
ア 実施した 60.4%	イ 今後実施する予定又は検討中 11.0%
ウ 実施していない（今後も予定はない） 28.6%	
<b>（5）「パートナーシップ構築宣言」の登録状況</b>	
ア 既に登録している 10.2%	イ 今後登録する予定 3.4%
ウ 登録しようか検討している 16.2%	エ 登録する予定はない 40.1%
オ 「パートナーシップ構築宣言」を知らない 30.2%	
<b>（6）－① 「価格交渉支援ツール」の認知度</b>	
ア 日頃から活用している 0.4%	イ 使ったことがある 4.5%
ウ 知っているが使ったことはない 26.0%	エ 今回の調査で初めて認識した 69.0%
<b>（6）－② 「収支計画シミュレーター」の認知度</b>	
ア 日頃から活用している 0.4%	イ 使ったことがある 2.4%
ウ 知っているが使ったことはない 20.3%	エ 今回の調査で初めて認識した 76.9%

2 SDGsの認知・取組状況について

(1) SDGsの認知度	
ア SDGsに既に取り組んでいる 19.2%	イ SDGsへの取組を検討している 7.6%
ウ SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない 52.0%	エ SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない 12.6%
オ 今回の調査で初めて認識した 8.6%	
SDGsへの取組に期待する効果(複数回答)	
ア 企業PRの促進(採用活動等) 33.2%	イ 売上・利益の増加 31.7%
ウ 従業員のモチベーション向上 38.8%	エ 自社以外との連携 15.7%
オ 企業価値の向上 56.0%	カ その他 3.7%
(2) SDGsに取り組むに当たっての課題(複数回答)	
ア 社内の認知度不足 21.2%	イ 具体的な目標の策定や評価が分からない 25.6%
ウ 資金的な余裕がない 25.2%	エ 時間的な余裕がない 24.8%
オ より優先すべき課題がある 28.3%	カ 取引上必要がない 16.8%
キ 具体的なメリットが感じられない 23.0%	ク 行政の関与や情報提供が少ない 5.2%
ケ その他 1.5%	コ 0 特になし 23.9%
(3) SDGsに取り組む上で期待する支援(複数回答)	
ア セミナー等の開催 10.4%	イ 専門家によるコンサルティング 5.9%
ウ 事例集や手引の提供 23.0%	エ 補助金等財務面での支援 34.9%
オ 企業間での情報交換・共有の機会 7.8%	カ 行政による取組企業への認定 7.7%
キ その他 1.0%	ク 特になし 48.1%

3 生物多様性及びネイチャーポジティブの認知・取組状況について

(1) 生物多様性の認知度	
ア 生物多様性に関する取組を検討又は実施している 1.7%	イ 内容は把握しているが自社で取り組んでいない 18.4%
ウ 聞いたことはあるが内容は知らない 25.6%	エ 今回の調査で初めて認識した 54.3%
(2) ネイチャーポジティブの認知度	
ア ネイチャーポジティブに関する取組を検討又は実施している 1.3%	イ 内容は把握しているが自社で取り組んでいない 11.9%
ウ 聞いたことはあるが内容は知らない 23.0%	エ 今回の調査で初めて認識した 63.8%
(3) ネイチャーポジティブに取り組むに当たっての課題(複数回答)	
ア 社内の認知度不足 24.7%	イ 具体的な目標の策定や評価が分からない 22.4%
ウ 資金的な余裕がない 17.9%	エ 時間的な余裕がない 16.4%
オ より優先すべき課題がある 19.5%	カ 取引上必要がない 13.3%
キ 具体的なメリットが感じられない 14.5%	ク 行政の関与や情報提供が少ない 8.0%
ケ その他 1.3%	コ 0 特になし 39.2%
(4) ネイチャーポジティブに取り組む上で期待する支援(複数回答)	
ア セミナー等の開催 12.9%	イ 専門家によるコンサルティング 5.8%
ウ 事例集や手引の提供 23.6%	エ 補助金等財務面での支援 21.4%
オ 企業間での情報交換・共有の機会 5.6%	カ 行政による取組企業への認定 5.2%
キ 緑地など保全活動の場の提供 4.2%	ク その他 1.5%
ケ 特になし 55.5%	