

IV 特別調査

【調査項目】

今回は、「価格転嫁」、「経営上の課題と行政に望む支援策」のほか、経年項目である「SDGs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

- 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについては、「変わらない」（62.9%）が最も多く、次いで「難しくなった」（17.1%）、「改善した」（10.3%）の順となった。
- コスト高騰に対して6割以上転嫁できている企業の割合は45.1%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17.4%であった。
- 「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」（6.1%）、「今後登録する予定」（4.9%）、「登録しようか検討している」（23.3%）を合わせた回答割合は34.4%であった。

2 経営上の課題と行政に望む支援策について

- 経営上の課題については、「原材料・燃料価格の高騰」（57.2%）が最も多く、次いで「人材の不足」（45.9%）、「売上の停滞・減少」（45.1%）、「コスト上昇分の価格転嫁」（30.2%）の順となった。
- 行政に望む支援策については、「人材確保、従業員の能力開発支援」（39.8%）が最も多く、次いで「事業展開や資金繰りに必要な金融支援」（28.0%）、「販路開拓、受注機会の確保支援（ビジネスマッチング）」（20.7%）、「コスト上昇分の価格転嫁への支援（相談窓口等）」（19.0%）の順となった。

3 SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）の認知・取組状況について

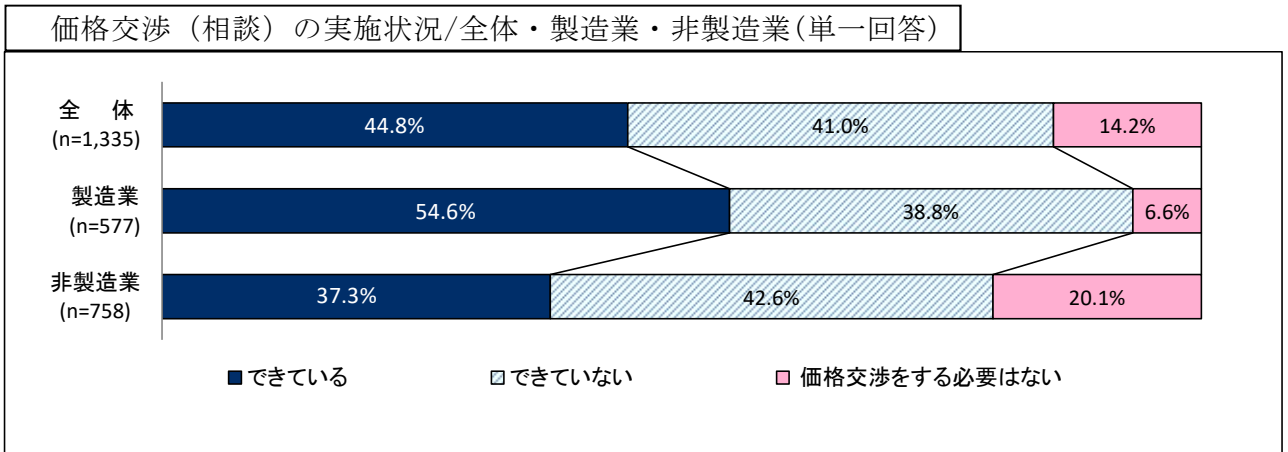
- SDGsの認知度は92.7%で、前回調査（令和4年7～9月期）から3.6ポイント増加した。「SDGsについて既に取り組んでいる」の回答割合は19.8%で、前回調査から5.3ポイント増加した。
- SDGsに取り組むに当たっての課題は、「資金的余裕がない」（30.7%）が最も多く、次いで「より優先すべき課題がある」（28.8%）、「社内の認知度・理解度がまだ低い」（28.0%）の順となった。
- SDGsに取り組む上で期待する支援は、「補助金等財務面での支援」（37.5%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（28.7%）、「セミナー等の開催」（13.1%）の順となった。

特別調査事項

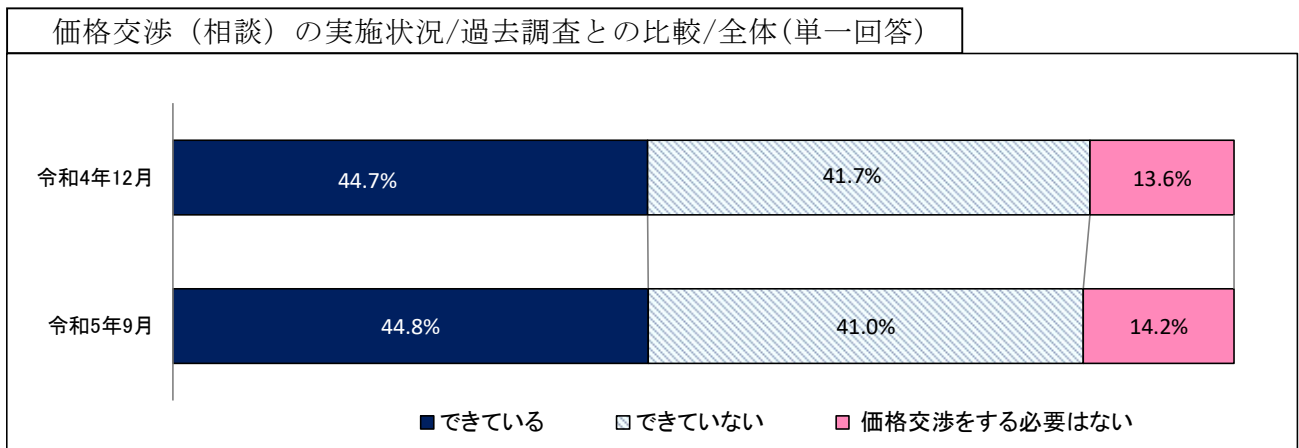
1. 価格転嫁について

(1) 価格交渉（相談）の実施状況（回答数：1,335社・単一回答）

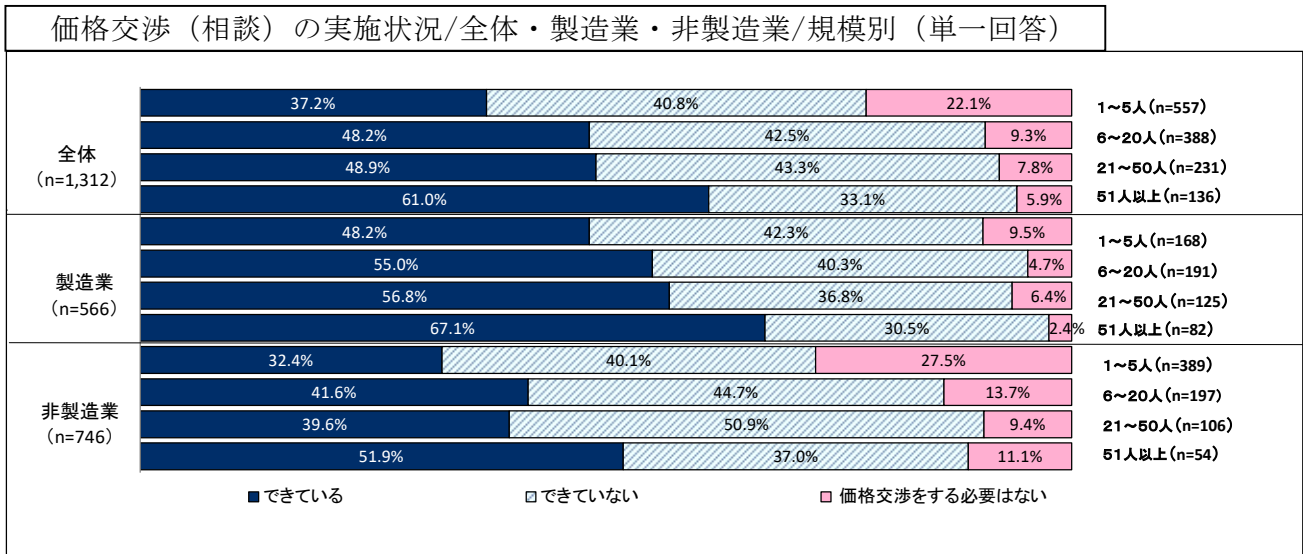
- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができているか聞いたところ、全体では「できている」が44.8%、「できていない」が41.0%であった。
- 業種別にみると、製造業では「できている」（54.6%）と回答した企業の割合が「できていない」（38.8%）と回答した企業の割合よりも高かったが、非製造業では「できていない」（42.6%）と回答した企業の割合が「できている」（37.3%）と回答した企業の割合よりも高かった。



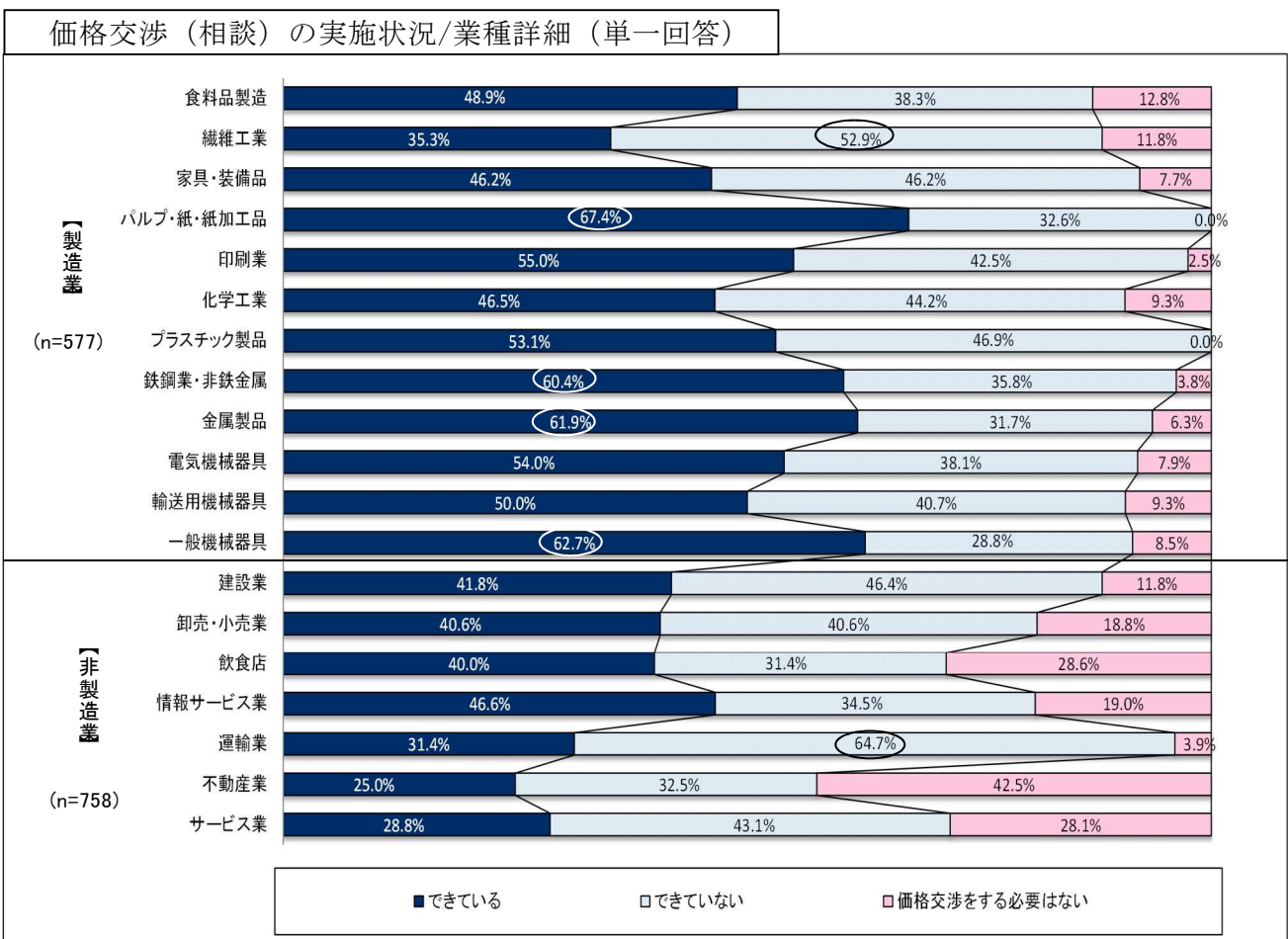
- 前回調査（令和4年10～12月期）と比較すると、全体では、「できている」と回答した企業の割合は0.1ポイント増加し、「できていない」と回答した企業の割合は0.7ポイント減少した。



- 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。



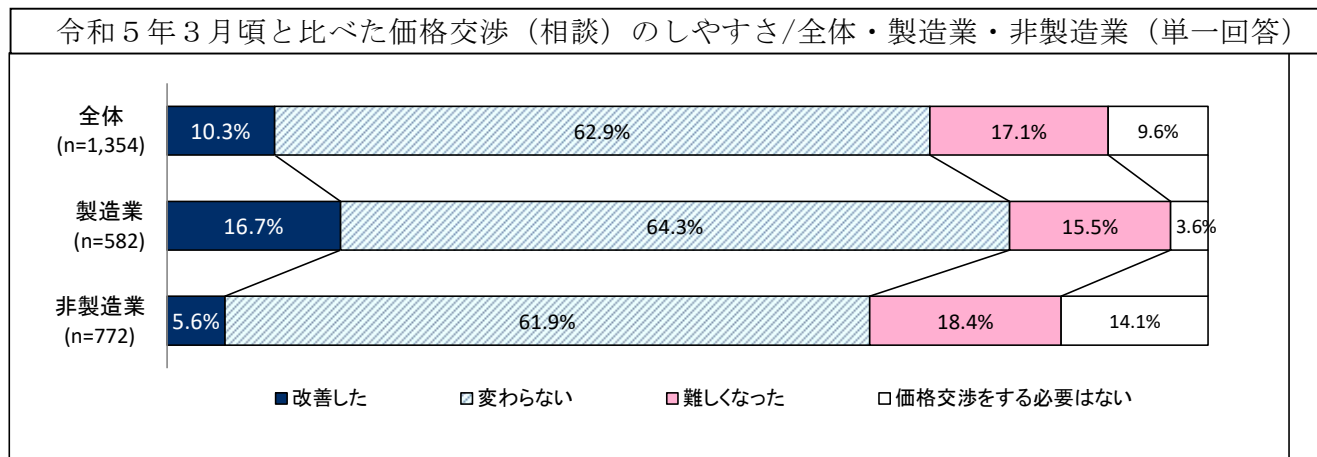
- 価格交渉（相談）が十分に「できている」と回答した企業の業種をみると、製造業では「パルプ・紙・紙加工品」（67.4%）、「一般機械器具」（62.7%）、「金属製品」（61.9%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（60.4%）で回答割合が高くなっている。価格交渉（相談）が十分に「できていない」と回答した企業の業種をみると、製造業では「繊維工業」（52.9%）で回答割合が高く、非製造業では「運輸業」（64.7%）で回答割合が高くなっている。



(2) 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ

(回答数：1,354社・単一回答)

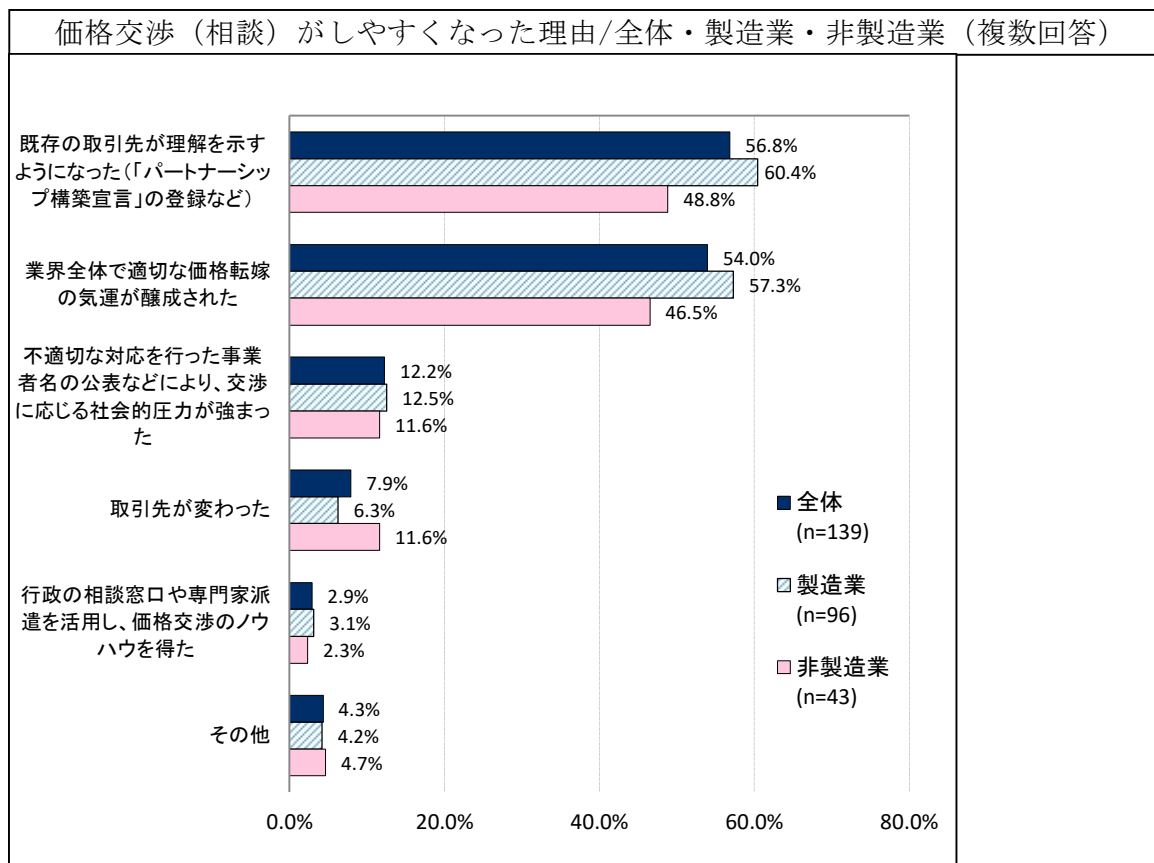
- 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて聞いたところ、全体では「変わらない」（62.9%）が最も多く、次いで「難しくなった」（17.1%）、「改善した」（10.3%）の順となった。
- 業種別にみると、「改善した」と回答した企業の割合は、製造業（16.7%）の方が非製造業（5.6%）よりも高かったが、「難しくなった」と回答した企業の割合は非製造業（18.4%）の方が製造業（15.5%）よりも高かった。



(3) 価格交渉（相談）がしやすくなった理由（回答数：139社・複数回答）

※ (2)で「改善した」と回答した140社のうち139社の回答割合

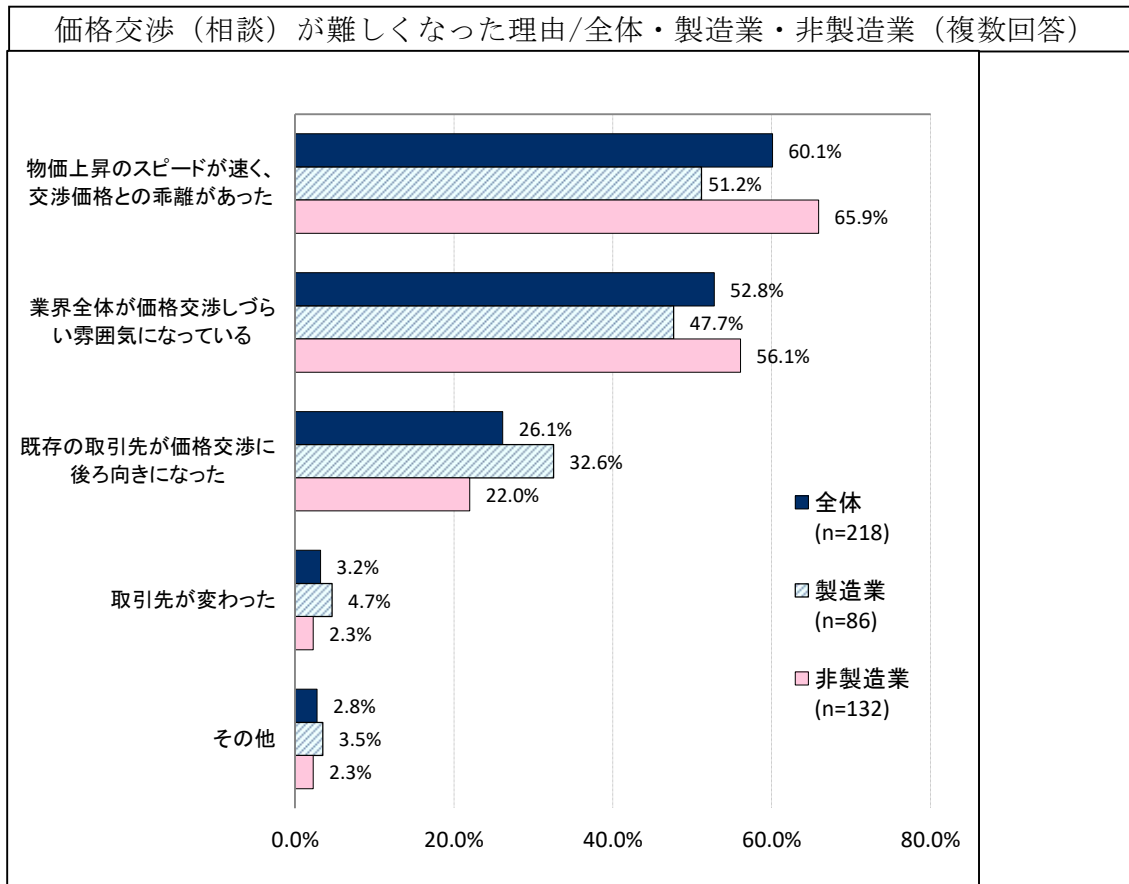
- (2)で令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて「改善した」と回答した企業に、理由を聞いたところ、全体では「既存の取引先が理解を示すようになった（「パートナーシップ構築宣言」の登録など）」（56.8%）及び「業界全体で適切な価格転嫁の気運が醸成された」（54.0%）と回答した企業の割合が高かった。



(4) 価格交渉（相談）が難しくなった理由（回答数：218社・複数回答）

※（2）で「難しくなった」と回答した232社のうち218社の回答割合

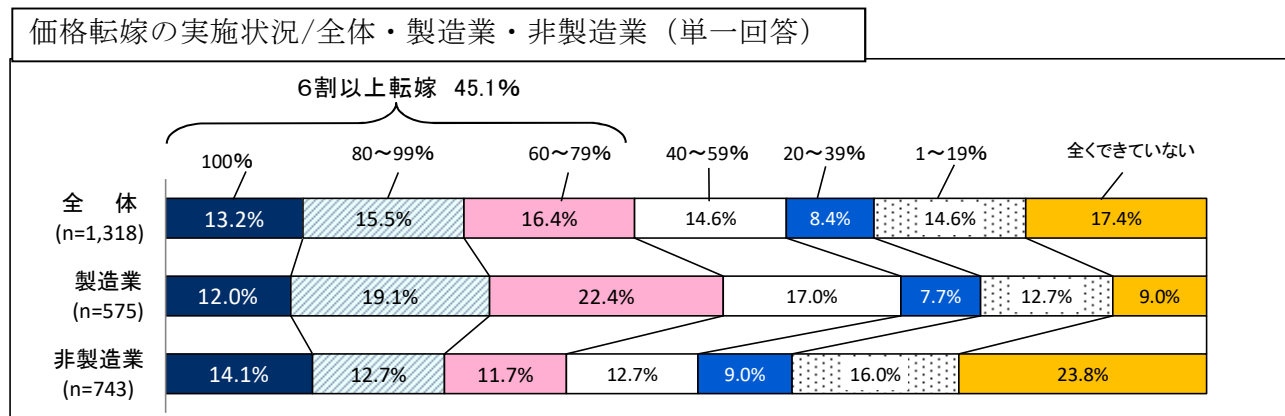
- （2）で令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて「難しくなった」と回答した企業に、理由を聞いたところ、全体では「物価上昇のスピードが速く、交渉価格との乖離があった」（60.1%）が最も多く、次いで「業界全体が価格交渉しづらい雰囲気になっている」（52.8%）の順となった。



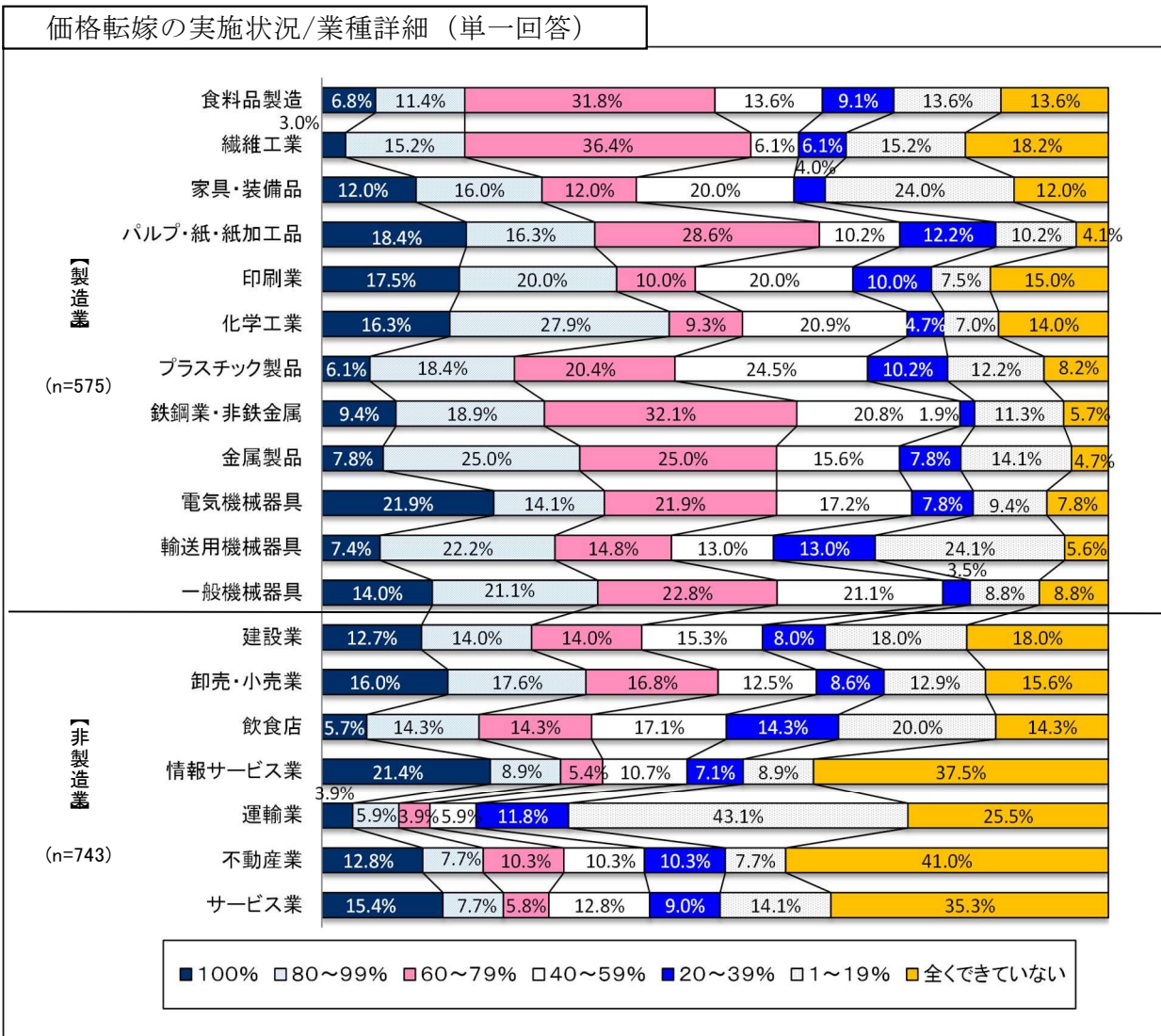
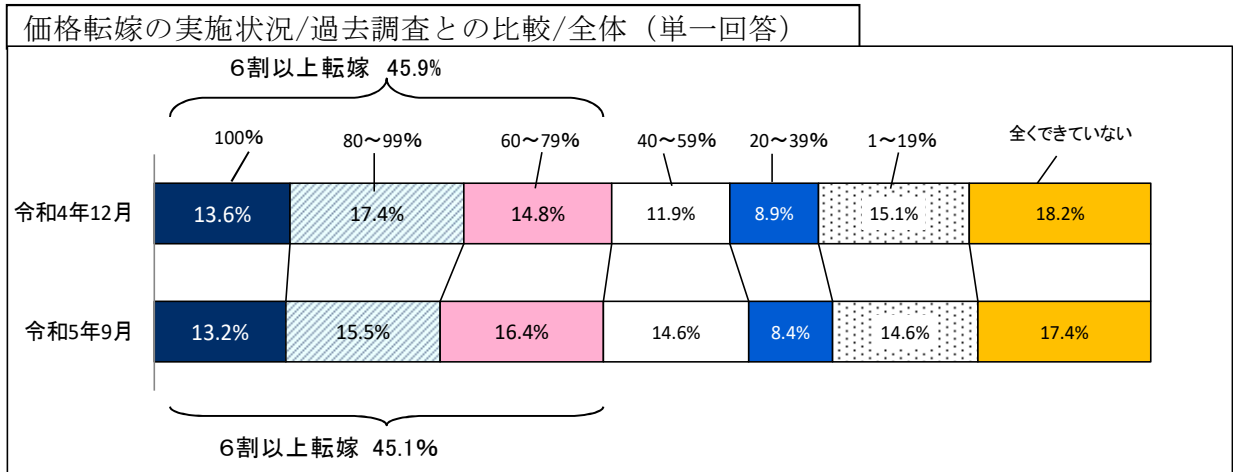
(5) 価格転嫁の実施状況（回答数：1,318社・単一回答）

- コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができていないか聞いたところ、全体では、6割以上転嫁できている企業の割合は45.1%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17.4%であった。

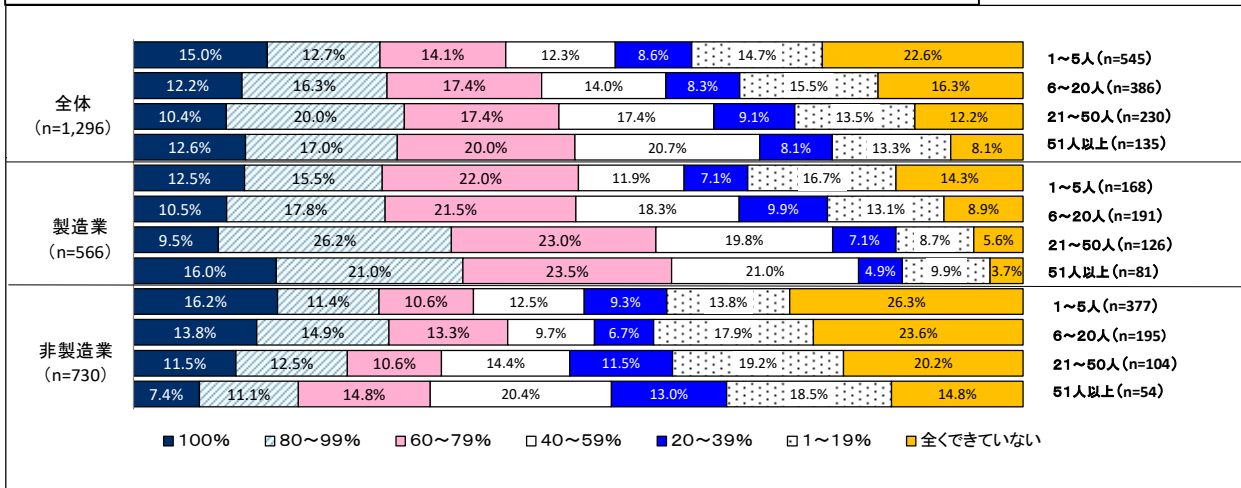
- 業種別にみると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は、製造業（53.6%）の方が、非製造業（38.5%）よりも高かった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は、非製造業（23.8%）の方が製造業（9.0%）よりも高かった。



- 前回調査（令和4年10～12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0.8ポイント減少しているが、「全くできていない」と回答した企業の割合も0.8ポイント減少している。



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）



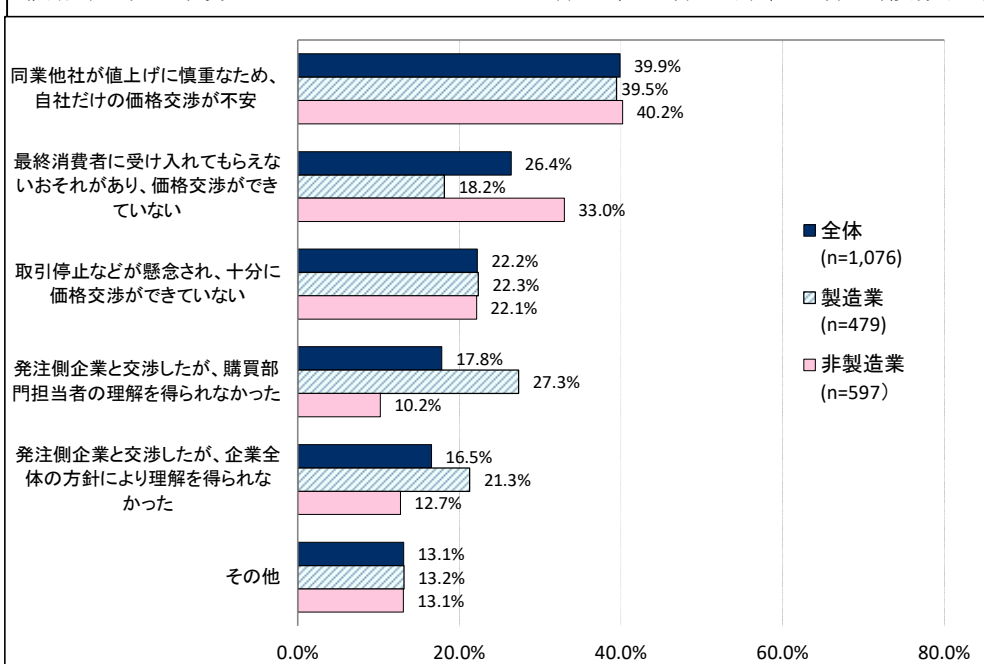
(6) 価格転嫁が十分にできていない理由（回答数：1,076社・複数回答）

※ (5) 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1,144社のうち1,076社の回答割合

○ (5) 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」(39.9%)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」(26.4%)、「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」(22.2%)の順となった。

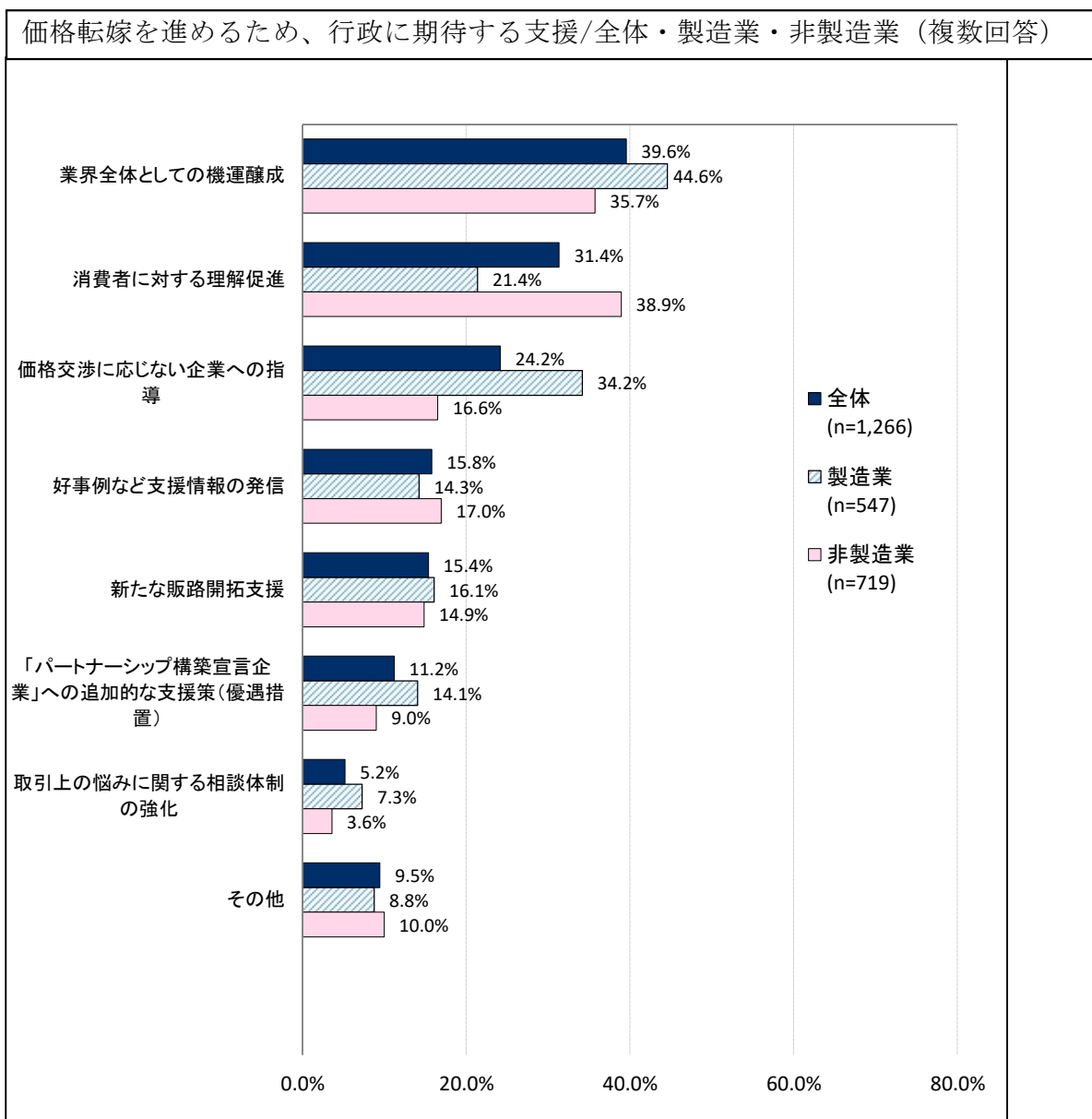
○ 業種別にみると、「最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない」と回答した企業の割合は、非製造業(33.0%)の方が製造業(18.2%)よりも高かったが、「発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった」と回答した企業の割合は、製造業(27.3%)の方が非製造業(10.2%)よりも高かった。

価格転嫁が十分にできていない理由/全体・製造業・非製造業（複数回答）



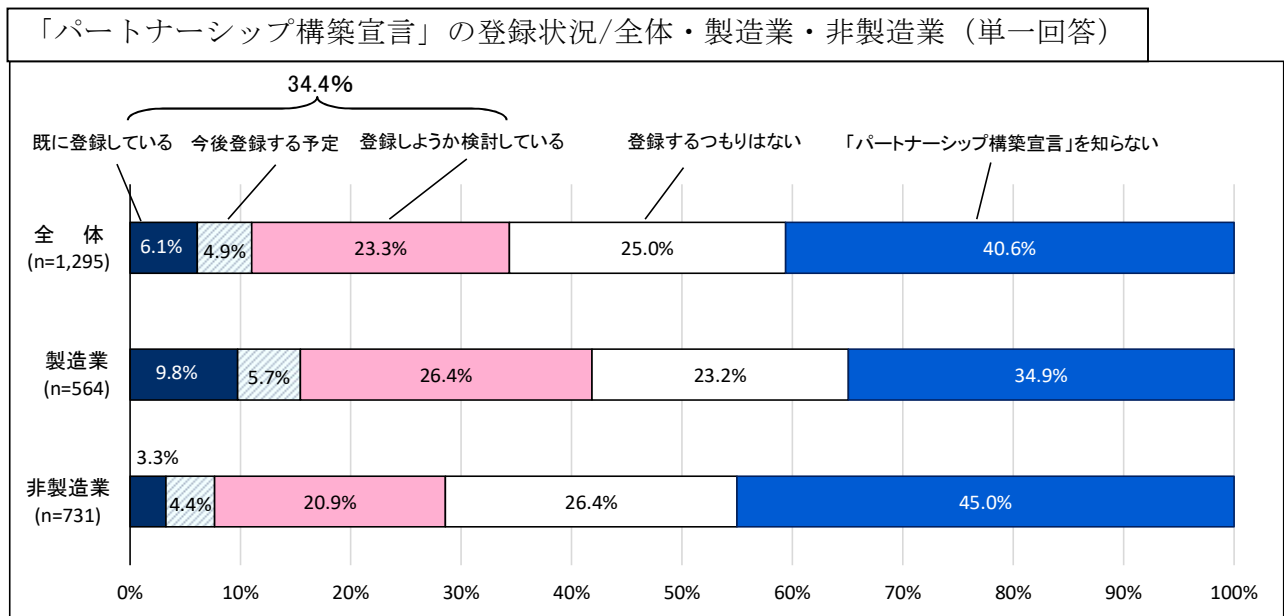
(7) 行政に期待する支援（回答数：1, 266社・複数回答）

- 価格転嫁を進めるため、行政に期待する支援を聞いたところ、全体では「業界全体としての機運醸成」（39.6%）が最も多く、次いで「消費者に対する理解促進」（31.4%）、「価格交渉に応じない企業への指導」（24.2%）の順となった。
- 業種別にみると、「消費者に対する理解促進」と回答した企業の割合は、非製造業（38.9%）の方が製造業（21.4%）よりも高かったが、「価格交渉に応じない企業への指導」と回答した企業の割合は製造業（34.2%）の方が非製造業（16.6%）よりも高かった。

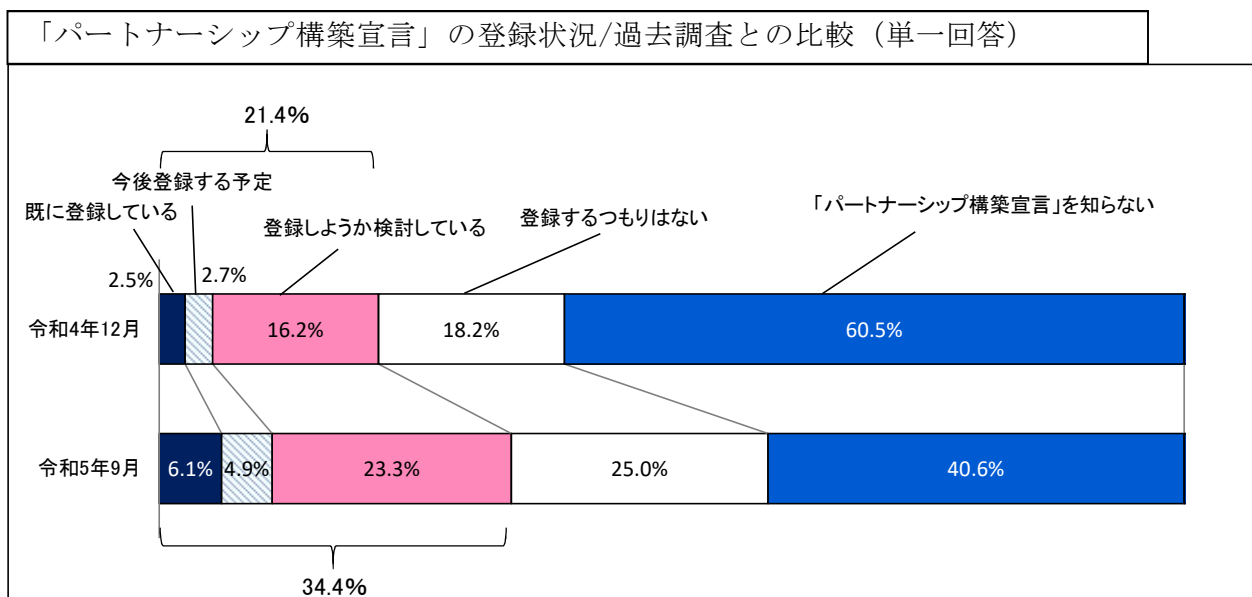


(8) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答数：1,295社・単一回答）

- 「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」（6.1%）、「今後登録する予定」（4.9%）及び「登録しようか検討している」（23.3%）を合わせた回答割合は34.4%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40.6%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（41.8%）の方が非製造業（28.6%）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（45.0%）の方が製造業（34.9%）よりも高かった。



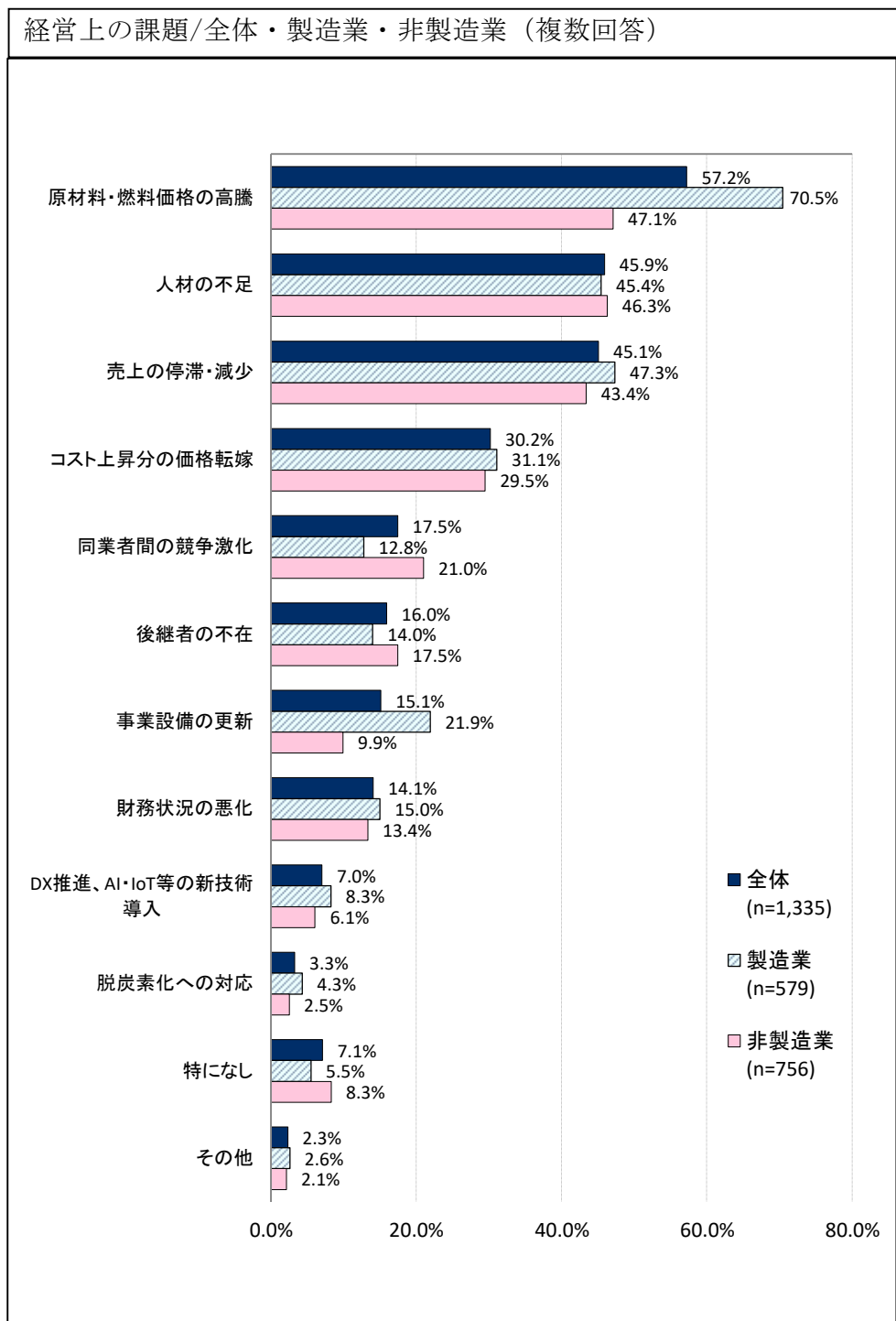
- 前回調査（令和4年10～12月期）と比較すると、「既に登録している」、「今後登録する予定」及び「登録しようか検討している」を合わせた回答割合は、13.0ポイント増加している。



2. 経営上の課題と行政に望む支援策について

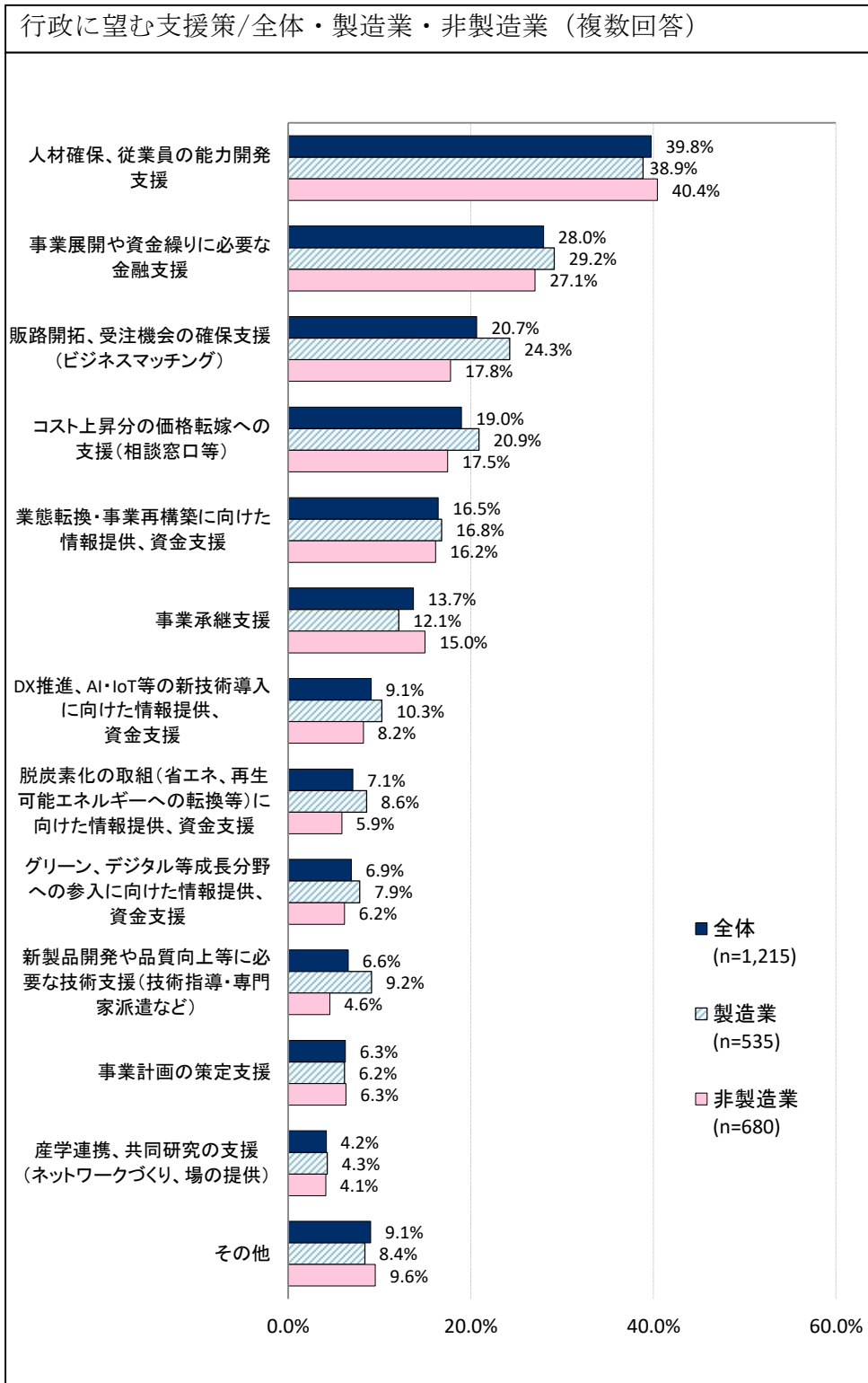
(1) 経営上の課題（回答数：1, 335社・複数回答）

- 経営上の課題について聞いたところ、全体では「原材料・燃料価格の高騰」（57.2%）が最も多く、次いで「人材の不足」（45.9%）、「売上の停滞・減少」（45.1%）、「コスト上昇分の価格転嫁」（30.2%）の順となった。
- 業種別にみると、「原材料・燃料価格の高騰」については、製造業（70.5%）の回答割合が非製造業（47.1%）よりも23.4ポイント高かった。



(2) 行政に望む支援策（回答数：1, 215社・複数回答）

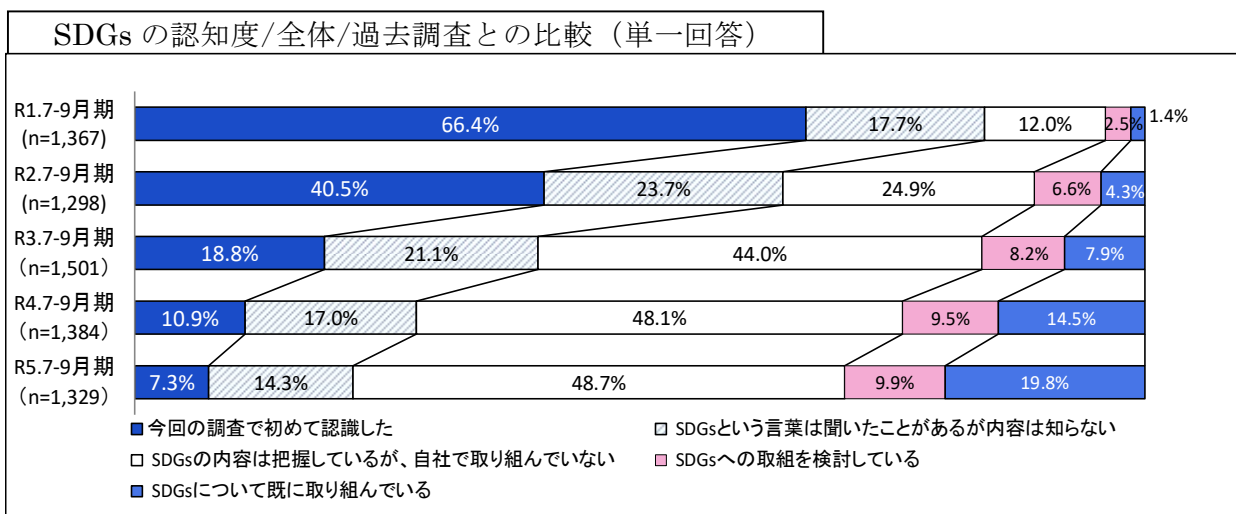
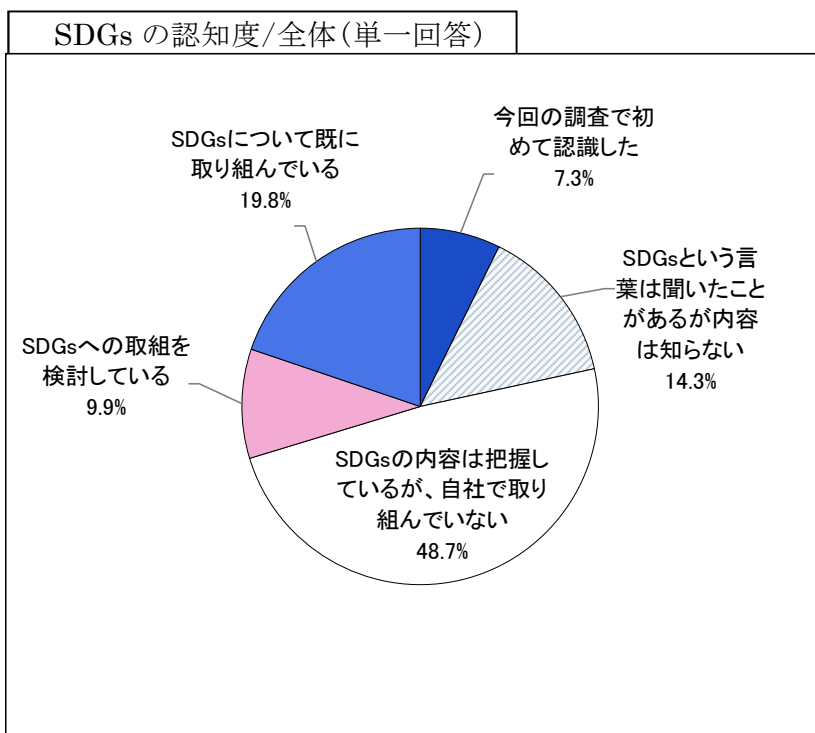
○ 行政に望む支援策について聞いたところ、全体では「人材確保、従業員の能力開発支援」（39.8%）が最も多く、次いで「事業展開や資金繰りに必要な金融支援」（28.0%）、「販路開拓、受注機会の確保支援（ビジネスマッチング）」（20.7%）、「コスト上昇分の価格転嫁への支援（相談窓口等）」（19.0%）の順となった。



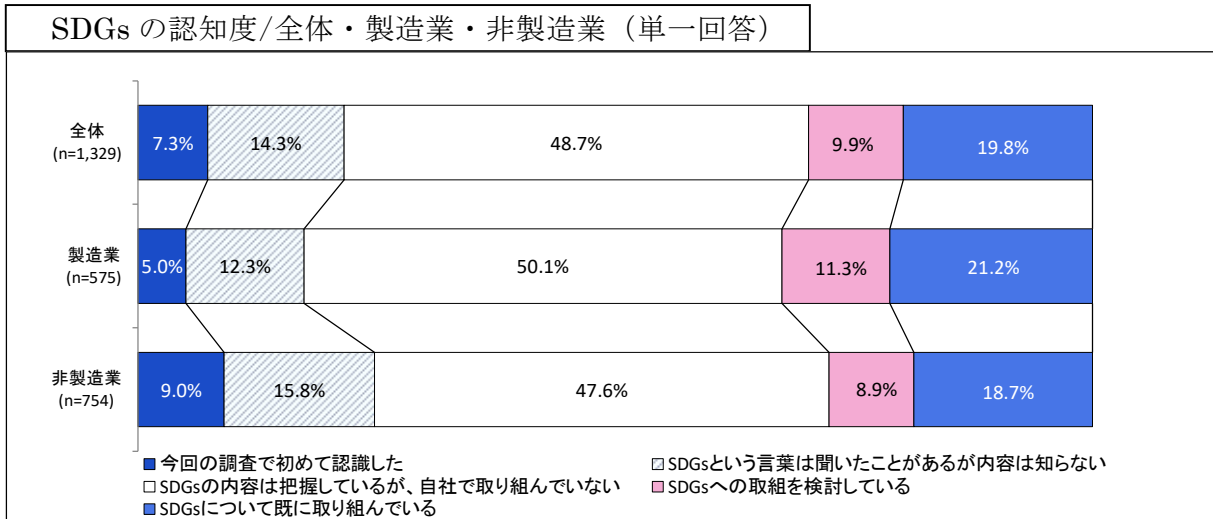
3. SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) の認知・取組状況について

(1) SDGs の認知度 (回答数 : 1, 329 社・単一回答)

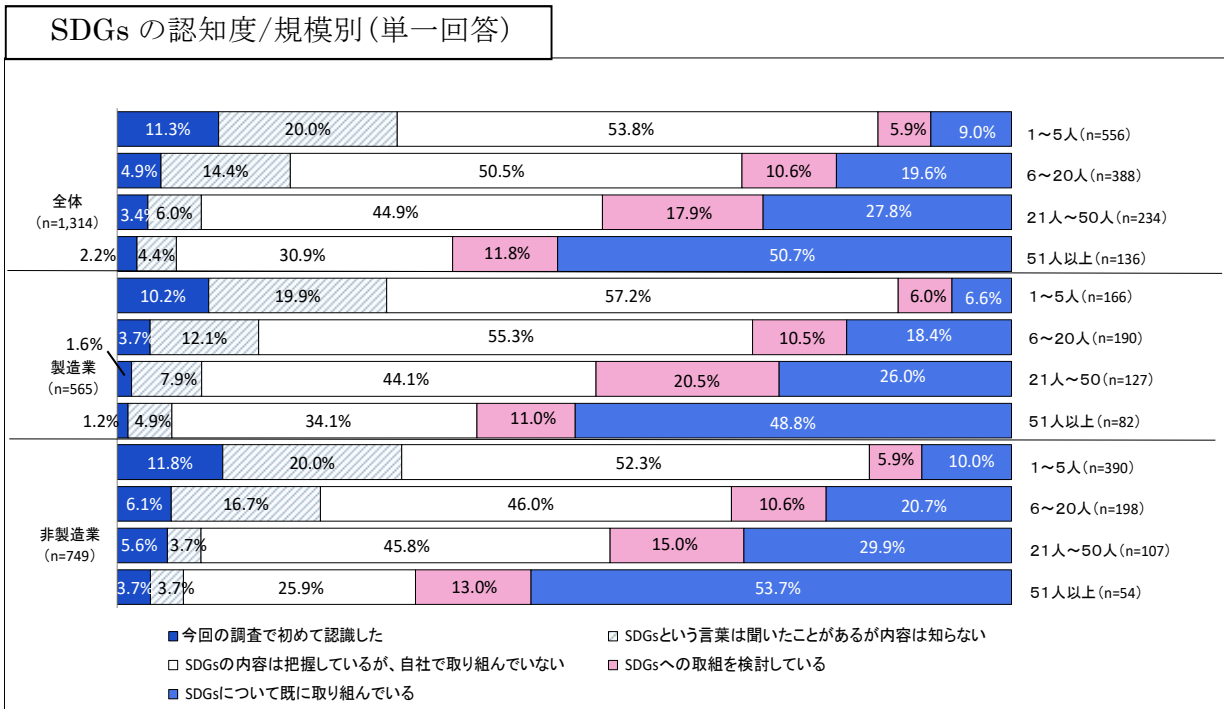
- SDGs の認知度について聞いたところ、「SDGs という言葉は聞いたことがあるが内容は知らない」(14.3%)、「SDGs の内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」(48.7%)、「SDGs への取組を検討している」(9.9%) 及び「SDGs について既に取り組んでいる」(19.8%) を合わせた回答割合は92.7%であった。
- 前回調査 (令和4年7~9月期) の結果 (89.1%) と比べると、SDGs の認知度は3.6ポイント増加した。
- 「SDGs への取組を検討している」(9.9%) と「SDGs について既に取り組んでいる」(19.8%) を合わせた回答割合 (29.7%) は、前回調査の結果 (24.0%) と比べると、5.7ポイント増加した。



- 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 について既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（95.0%）が非製造業（91.0%）よりも4.0ポイント高かった。
- 「SDGs への取組を検討している」と「SDGs について既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（32.5%）が非製造業（27.6%）よりも4.9ポイント高かった。



- 製造業、非製造業ともに、規模が大きくなるほど「SDGs について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。



(2) SDGs への取組と期待する効果 (回答数：368社・複数回答)

※ (1)で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した395社のうち368社の回答割合

○ (1)で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について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の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)。

【検討している取組】

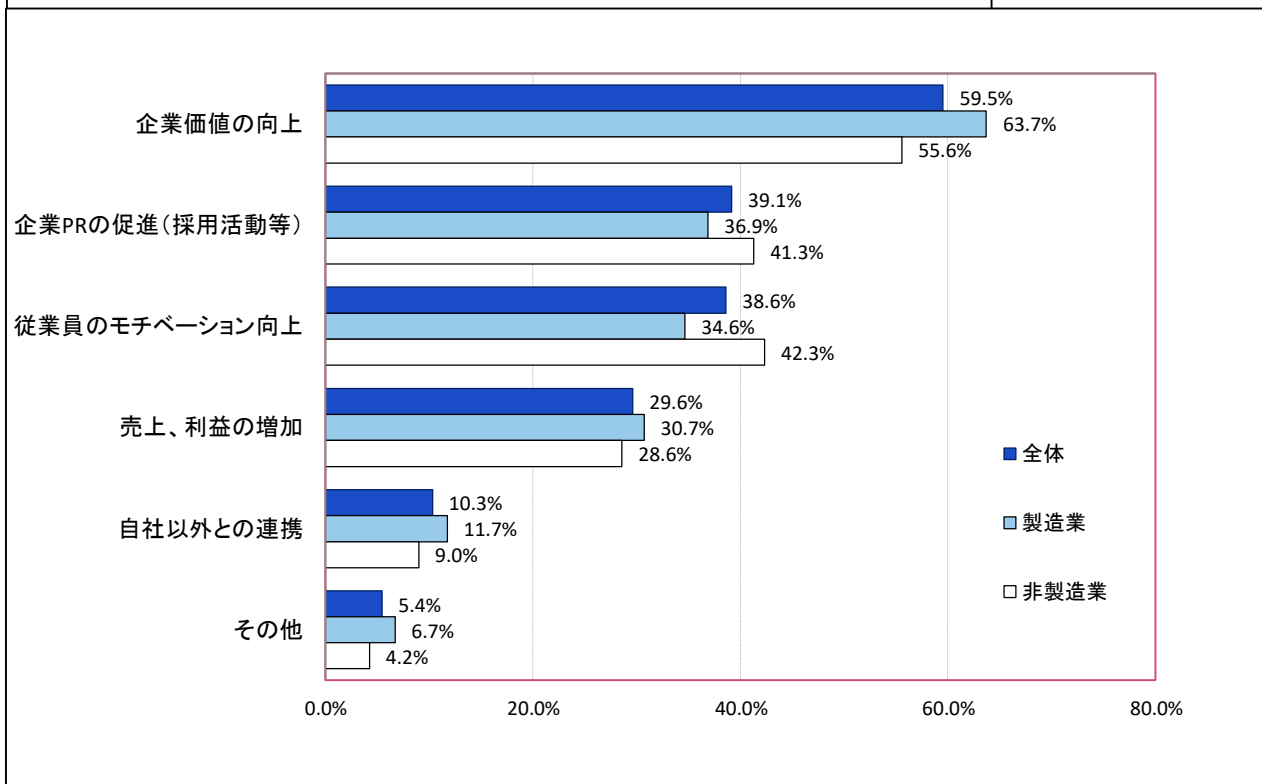
(電気機械器具) ・ 消耗品をプラスチックから紙製へ
(輸送用機械器具) ・ 電気使用量削減

【既の実施している取組】

(建設業) ・ EV車導入
(金属製品) ・ 太陽光発電設備増設
(小売業(飲食品)) ・ こども食堂への無償提供
(運輸業) ・ 輸送の効率化によるCO₂削減
(その他の生活関連サービス) ・ 廃棄物の削減、ペーパーレス化、節電

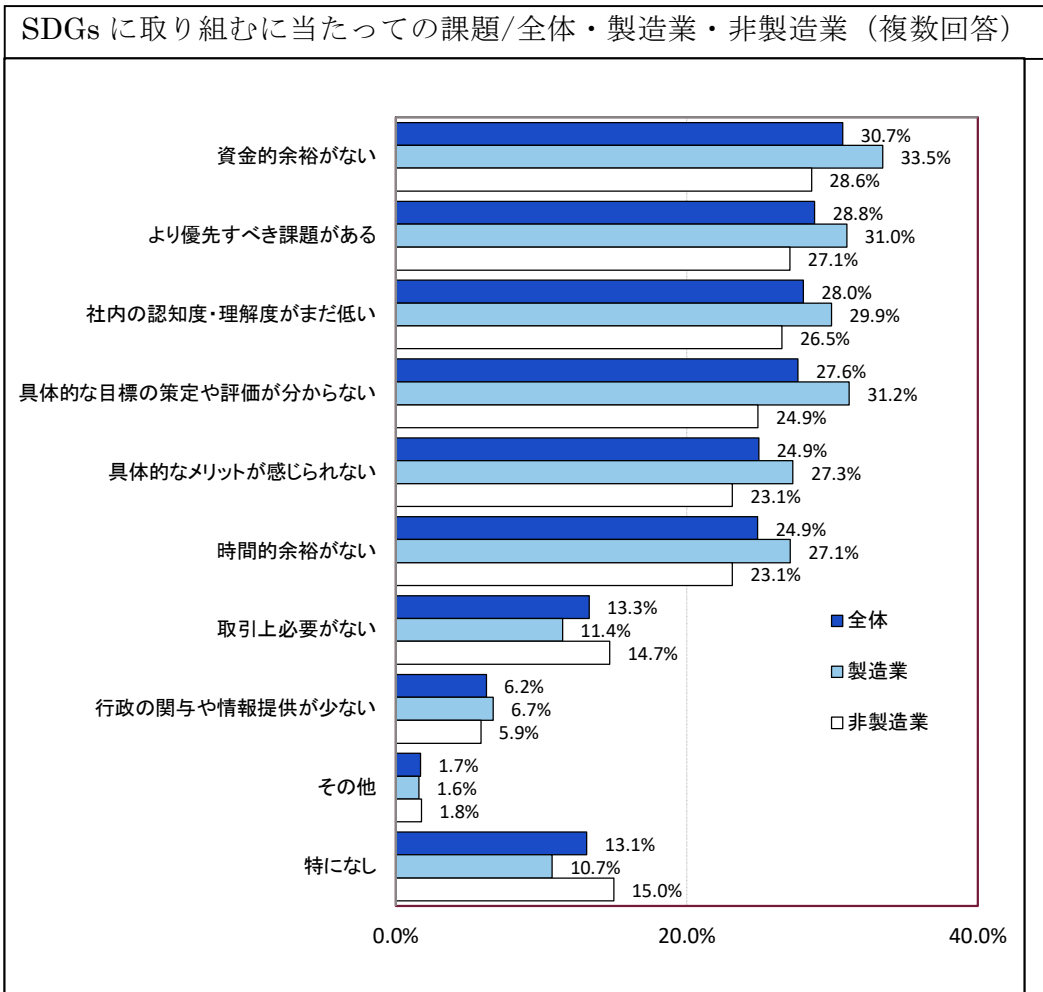
○ (1)で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した企業に、取組に期待する効果を聞いたところ、全体では「企業価値の向上」(59.5%)が最も多く、次いで「企業PRの促進(採用活動等)」(39.1%)、「従業員のモチベーション向上」(38.6%)の順となった。

SDGs への取組に期待する効果/全体・製造業・非製造業 (複数回答)



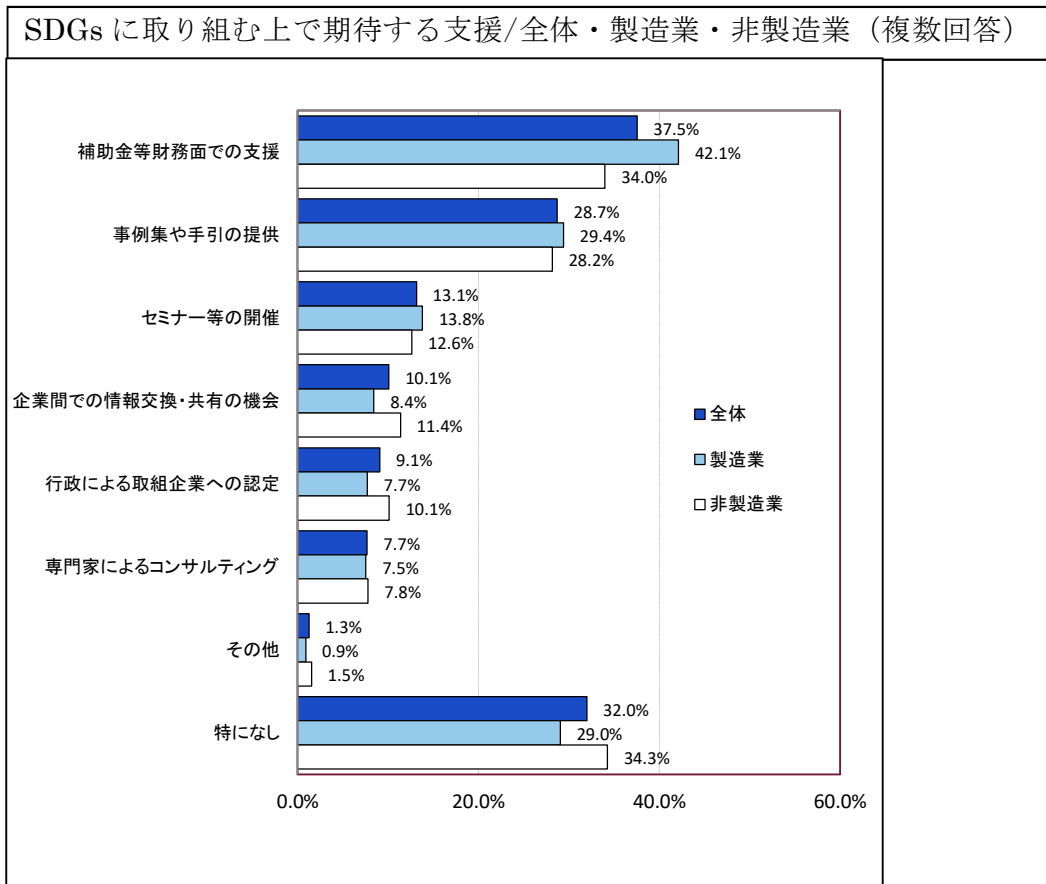
(3) SDGsに取り組むに当たっての課題（回答数：1, 303社・複数回答）

- 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「資金的余裕がない」（30.7%）が最も多く、次いで「より優先すべき課題がある」（28.8%）、「社内の認知度・理解度がまだ低い」（28.0%）の順となった。



(4) SDGsに取り組む上で期待する支援（回答数：1, 279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」（37.5%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（28.7%）、「セミナー等の開催」（13.1%）の順となった。



【特別調査 結果一覧】

1 価格転嫁について

(1) 価格交渉（相談）の実施状況	
1 できている 44.8%	2 できていない 41.0%
3 価格交渉をする必要はない 14.2%	
(2) 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ	
1 改善した 10.3%	2 変わらない 62.9%
3 難しくなった 17.1%	
4 価格交渉をする必要はない 9.6%	
(3) 価格交渉（相談）がしやすくなった理由(複数回答)	
※(2)で1を選んだ企業	
1 取引先が変わった 7.9%	
2 既存の取引先が理解を示すようになった(「パートナーシップ構築宣言」の登録など) 56.8%	
3 行政の相談窓口や専門家派遣を活用し、価格交渉のノウハウを得た 2.9%	
4 不適切な対応を行った事業者名の公表などにより、交渉に応じる社会的圧力が強まった 12.2%	
5 業界全体で適切な価格転嫁の気運が醸成された 54.0%	
6 その他 4.3%	
(4) 価格交渉（相談）が難しくなった理由(複数回答)	
※(2)で3を選んだ理由	
1 取引先が変わった 3.2%	
2 既存の取引先が価格交渉に後ろ向きになった 26.1%	
3 物価上昇のスピードが速く、交渉価格との乖離があった 60.1%	
4 業界全体が価格交渉しづらい雰囲気になっている 52.8%	
5 その他 2.8%	
(5) 価格転嫁の実施状況	
1 100% 13.2%	2 80~99% 15.5%
3 60~79% 16.4%	4 40~59% 14.6%
5 20~39% 8.4%	6 1~19% 14.6%
7 全くできていない 17.4%	
(6) 価格転嫁が十分にできていない理由(複数回答)	
※(5)で2~7のいずれかを選んだ企業	
1 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 16.5%	
2 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 17.8%	
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 22.2%	
4 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 39.9%	
5 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 26.4%	
6 その他 13.1%	
(7) 行政に期待する支援(複数回答)	
1 好事例など支援情報の発信 15.8%	2 業界全体としての機運醸成 39.6%
3 取引上の悩みに関する相談体制の強化 5.2%	4 価格交渉に応じない企業への指導 24.2%
5 「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) 11.2%	
6 新たな販路開拓支援 15.4%	7 消費者に対する理解促進 31.4%
8 その他 9.5%	
(8) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況	
1 既に登録している 6.1%	2 今後登録する予定 4.9%
3 登録しようか検討している 23.3%	4 登録するつもりはない 25.0%
5 「パートナーシップ構築宣言」を知らない 40.6%	

2. 経営上の課題と行政に望む支援策

(1) 経営上の課題(複数回答)	
1 売上の停滞・減少 45.1%	2 同業者間の競争激化 17.5%
3 原材料・燃料価格の高騰 57.2%	4 財務状況の悪化 14.1%
5 人材の不足 45.9%	6 後継者の不在 16.0%
7 コスト上昇分の価格転嫁 30.2%	8 DX推進、AI・IoT等の新技術導入 7.0%
9 事業設備の更新 15.1%	10 脱炭素化への対応 3.3%
11 特になし 7.1%	12 その他 2.3%
(2) 行政に望む支援策(複数回答)	
1 販路開拓、受注機会の確保支援(ビジネスマッチング) 20.7%	
2 新製品開発や品質向上等に必要な技術支援(技術指導・専門家派遣など) 6.6%	
3 事業計画の策定支援 6.3%	
4 業態転換・事業再構築に向けた情報提供、資金支援 16.5%	
5 グリーン、デジタル等成長分野への参入に向けた情報提供、資金支援 6.9%	
6 産学連携、共同研究の支援(ネットワークづくり、場の提供) 4.2%	
7 事業展開や資金繰りに必要な金融支援 28.0%	
8 人材確保、従業員の能力開発支援 39.8%	
9 事業承継支援 13.7%	
10 コスト上昇分の価格転嫁への支援(相談窓口等) 19.0%	
11 DX推進、AI・IoT等の新技術導入に向けた情報提供、資金支援 9.1%	
12 脱炭素化の取組(省エネ、再生可能エネルギーへの転換等)に向けた情報提供、資金支援 7.1%	
13 その他 9.1%	

3. SDGsの認知・取組状況について

(1) SDGsの認知度	
1 今回の調査で初めて認識した 7.3%	2 SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない 14.3%
3 SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない 48.7%	4 SDGsへの取組を検討している 9.9%
5 SDGsについて既に取り組んでいる 19.8%	
(2) SDGsへの取組に期待する効果(複数回答)	
※(1)で4又は5のいずれかを選択した企業	
1 企業PRの促進(採用活動等) 39.1%	2 売上、利益の増加 29.6%
3 従業員のモチベーション向上 38.6%	4 自社以外との連携 10.3%
5 企業価値の向上 59.5%	6 その他 5.4%
(3) SDGsに取り組むに当たっての課題(複数回答)	
1 社内の認知度・理解度がまだ低い 28.0%	2 具体的な目標の策定や評価が分からない 27.6%
3 資金的余裕がない 30.7%	4 時間的余裕がない 24.9%
5 より優先すべき課題がある 28.8%	6 取引上必要がない 13.3%
7 具体的なメリットが感じられない 24.9%	8 行政の関与や情報提供が少ない 6.2%
9 その他 1.7%	10 特になし 13.1%
(4) SDGsに取り組む上で期待する支援(複数回答)	
1 セミナー等の開催 13.1%	2 専門家によるコンサルティング 7.7%
3 事例集や手引の提供 28.7%	4 補助金等財務面での支援 37.5%
5 企業間での情報交換・共有の機会 10.1%	6 行政による取組企業への認定 9.1%
7 その他 1.3%	8 特になし 32.0%