

取引適正化に向けた取組について

- ・ 取引適正化に向けた施策ツール
- ・ 価格交渉促進月間フォローアップ調査の結果について
- ・ 「パートナーシップ構築宣言」の概要

九州経済産業局

取引適正化に向けた施策ツール

- サプライチェーンが形成される中、**中小企業と大企業は、同じ目標に向かって取り組む「イコールパートナー」**。得られた利益は適正に分かち合い、共存共栄を図るべき。
- 他方、下請中小企業は、大企業などの親事業者との関係で非常に弱い立場にあり、**一方的な価格の押しつけや買ったたきなどのしわ寄せに直面**。
- **企業間のしわ寄せ防止や適正な価格転嫁の実現**のため、**下請代金法等の執行や相談体制の構築、業界への働きかけ**で、取引の適正化を進める。

1) 法律の厳正な執行

- ① **下請代金法**(規制法。買ったたき、減額等を禁止。立入検査、改善指導、公取への措置請求等を実施。)
- ② **下請振興法**(望ましい取引のあり方（振興基準）を策定・公表し、**親事業者等に指導・助言を実施**。)

2) 実態把握・相談対応

- ① **下請Gメン（R3:120名→R4:248名）**によるヒアリング（年間約4千件→年間約1万件）
- ② **知財Gメン**によるヒアリング
- ③ 全国47都道府県の下請かけこみ寺による**相談対応**（年間約10,000件）

3) 業界への働きかけ

- ① **業種別ガイドライン**（19業種） **自主行動計画**（19業種・52団体）
- ② **価格交渉促進月間**(9月、3月。実施後にフォローアップ調査と、その結果に基づく指導・助言)
- ③ 取引先との共存共栄を発注側企業の経営者が宣言する**パートナーシップ構築宣言**(1万社超)

価格交渉促進月間（2022年9月） フォローアップ調査の結果について

**令和4年12月23日
中小企業庁**

フォローアップ調査の概要

- エネルギー価格や原材料費などが上昇する中、中小企業が適切に価格転嫁をしやすい環境を作るため、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。この「月間」において、価格交渉・価格転嫁を呼びかけるため、広報や講習会、業界団体を通じた価格転嫁の要請等を実施。
- 上記取組の成果を確認するため、各「月間」の終了後、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、これらの成果を取りまとめ。

①アンケート調査

○調査対象

中小企業等に、親事業者（最大3社分）との価格交渉や価格転嫁に関するアンケートの回答を依頼。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 15万社
- 調査期間 2022年9月26日～11月9日
- 回答企業数 15,195社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ17,848社）
- 回収率 10.13%（※回答企業数/配布先の企業数）（参考：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 2022年10月17日～10月21日
- 調査方法 電話調査
- ヒアリング件数 約1777社

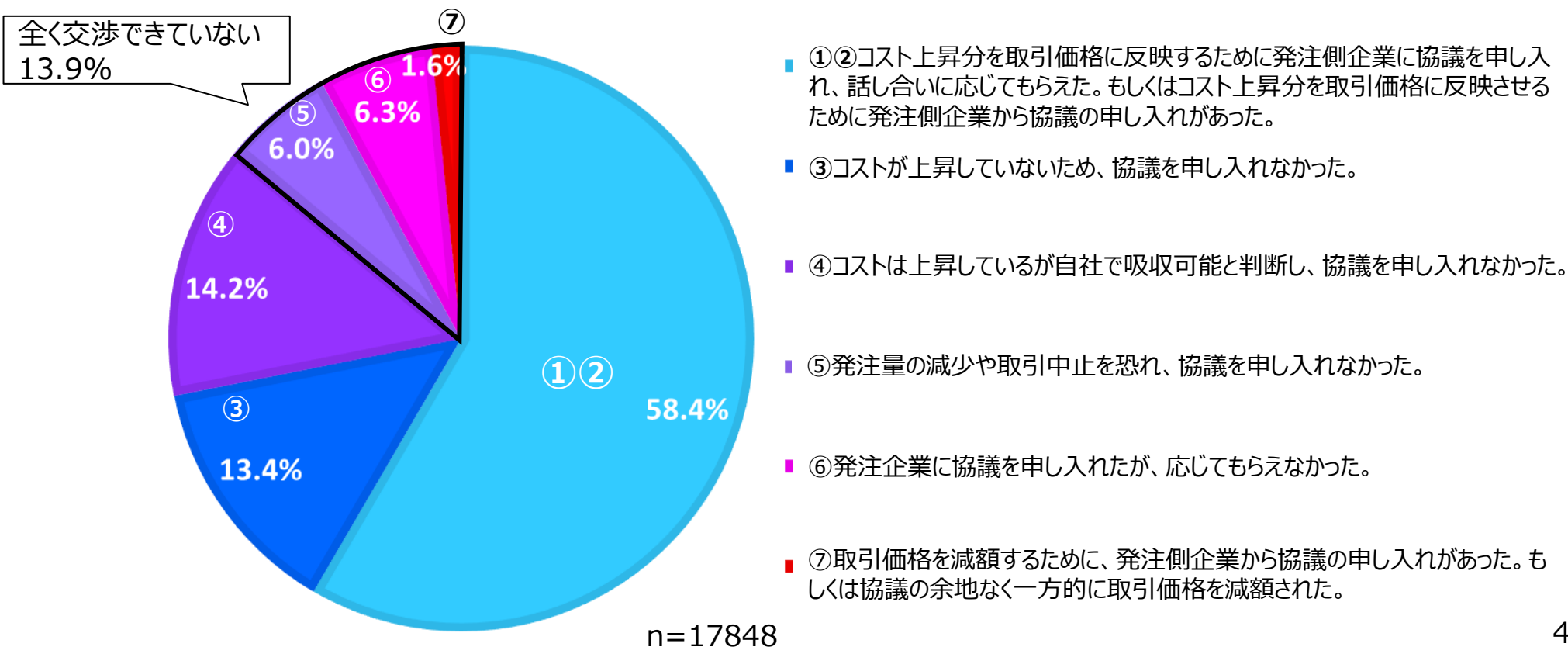
1 . 価格交渉、価格転嫁についての 全体の状況（業種横断）

直近6ヶ月間の価格交渉の状況

- 「話し合いに応じてもらえた」と回答した割合は、約 6 割と最も高い。
- 一方、「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」、「協議を申し入れたが、応じてもらえなかった」、「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」等の「全く交渉できていない」とする回答も、合計で約1割存在。

※前回（2022年3月の価格交渉促進月間）のフォローアップ調査とは回答項目が同一でないため、一概に比較することはできないが、「話し合いに応じてもらえた」とする割合は微減し、「全く交渉できていない」とする割合が微増。

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。



直近6ヶ月間の価格転嫁の状況【コスト全般】

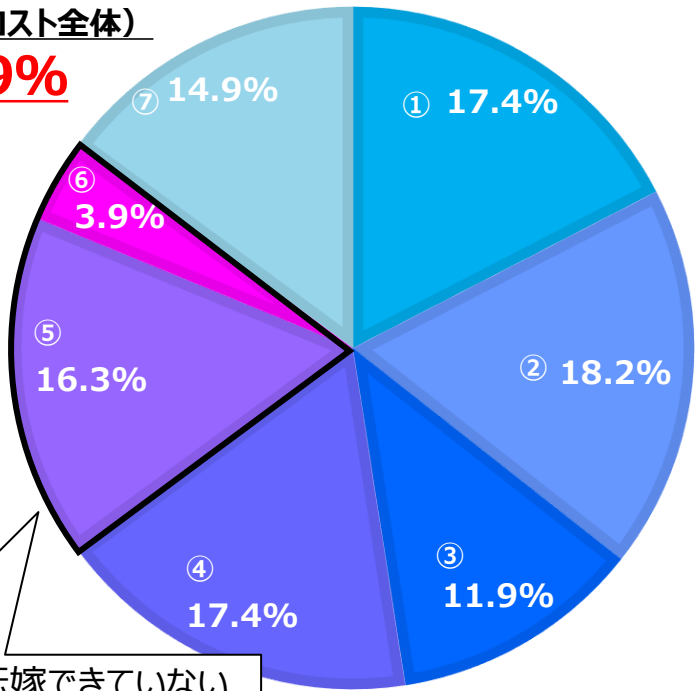
- 「9割、8割、7割」とする回答が最も多く、次いで「3割、2割、1割」とする回答が多い。
- 受注側中小企業のコスト全体の上昇分に対して、発注側企業がどれだけ価格転嫁に応じたかの割合を「価格転嫁率」として算出すると、**46.9%**。
- 一方で、「全く価格転嫁できていない」とする回答は、引き続き、**約 2 割存在**。

※前回（2022年3月の価格交渉促進月間）のフォローアップ調査とは回答項目が同一でないため、一概に比較することはできないが、「全く価格転嫁できていない」とする割合は減少。

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。

転嫁率（コスト全体）

： **46.9%**



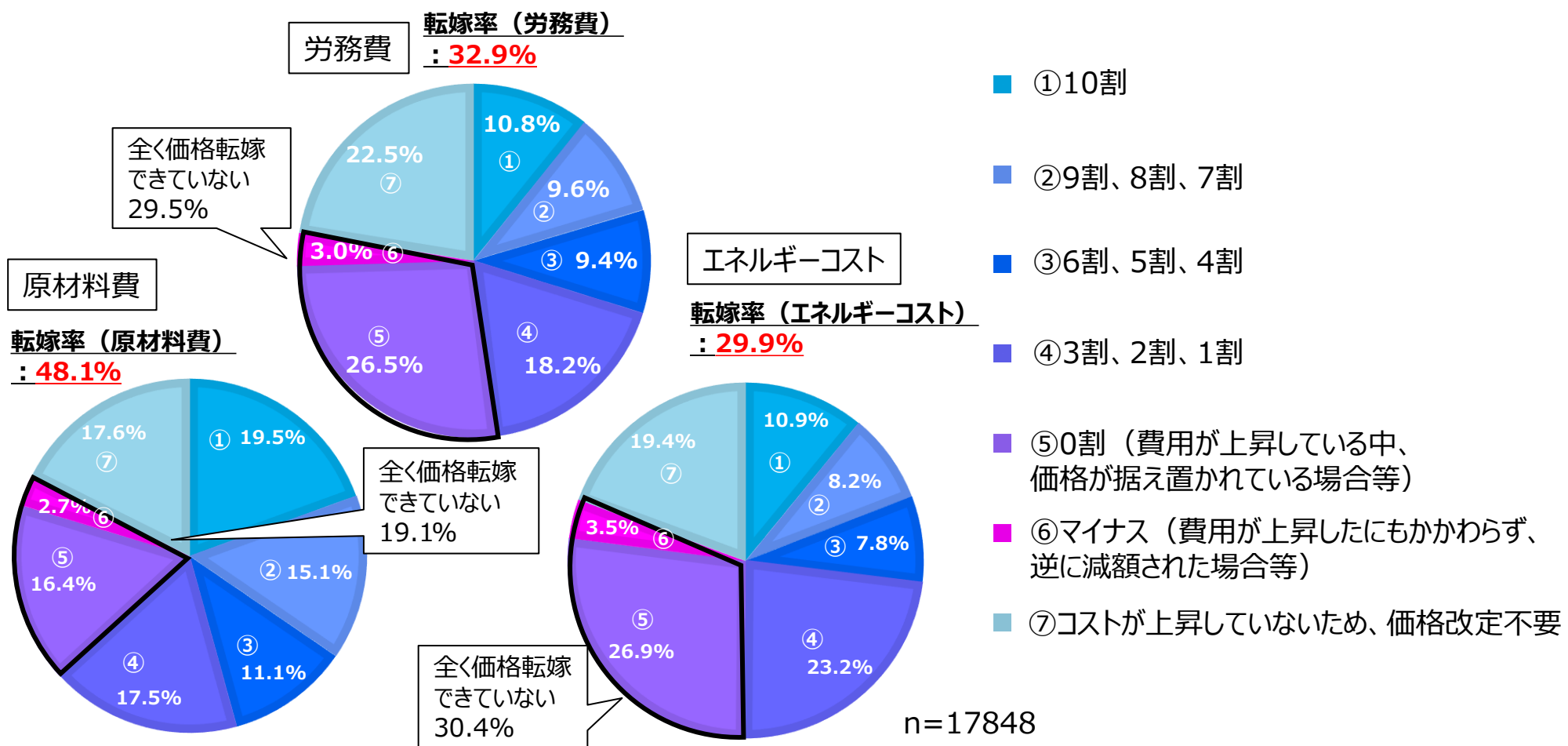
- ①10割
- ②9割、8割、7割
- ③6割、5割、4割
- ④3割、2割、1割
- ⑤0割（費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等）
- ⑥マイナス（費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合等）
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

n=17848

直近6ヶ月間の価格転嫁の状況【コスト要素別】

コスト要素別にみると、原材料費は比較的価格転嫁が進んでいる一方、労務費とエネルギーコストは価格転嫁が厳しい状況。

問.直近6ヶ月間の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。



2. 業種別の分析 (発注側企業の業種別)

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）

価格交渉の状況について、発注側企業の業種別に集計し、順位付けした結果は下記の表のとおり。

- **価格交渉に相対的に応じている業種**は、**石油製品・石炭製品製造、鉱業・採石業・砂利採取業、卸売**など。
- **価格交渉に相対的に応じていない業種**は、**トラック運送、放送コンテンツ、廃棄物処理**など。

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

【評価方法】

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4月～2022年9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。

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。	10点
コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった	5点
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	0点
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	－3点
発注企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった	－7点
取引価格を減額するために、発注側企業から協議を申し入れがあった。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	－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。

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、順位付けした結果は下記の表のとおり。

- 価格転嫁に相対的に応じている業種は、石油製品・石炭製品製造、機械製造、製薬など。
- 価格転嫁に相対的に応じていない業種は、トラック運送、通信、放送コンテンツなど。

		コスト増に 対する転嫁率	各要素別の転嫁率		
			労務費	原材料費	エネルギー
②業種別	①全体	46.9%	32.9%	48.1%	29.9%
	1位 石油製品・石炭製品製造	56.2%	40.1%	52.7%	41.5%
	2位 機械製造	55.5%	34.9%	57.6%	33.3%
	3位 製薬	55.3%	36.7%	55.2%	40.0%
	4位 造船	54.4%	37.8%	53.4%	39.3%
	5位 卸売	54.2%	35.0%	53.8%	35.6%
	6位 電機・情報通信機器	53.2%	35.6%	56.3%	30.1%
	7位 化学	53.1%	32.3%	57.1%	31.1%
	8位 建材・住宅設備	52.7%	33.4%	53.4%	32.5%
	9位 鉱業・採石・砂利採取	52.0%	31.4%	44.5%	37.3%
	10位 食品製造	51.2%	35.2%	54.2%	35.2%
	11位 金属	49.1%	31.3%	54.5%	30.2%
	12位 繊維	48.7%	34.2%	47.2%	35.0%
	13位 紙・紙加工	48.5%	28.7%	48.6%	30.7%
	14位 電気・ガス・熱供給・水道	47.8%	34.1%	48.9%	31.0%
	15位 飲食サービス	46.9%	22.3%	50.1%	21.2%
	16位 小売	46.6%	29.5%	48.0%	28.3%
	17位 建設	44.8%	38.2%	45.2%	31.5%
	18位 不動産・物品賃貸	44.8%	36.7%	46.9%	34.6%
	19位 印刷	44.7%	22.6%	46.6%	21.6%
	20位 自動車・自動車部品	43.0%	22.4%	49.8%	23.9%
	21位 広告	38.9%	30.5%	46.3%	27.7%
	22位 金融・保険	38.4%	28.6%	43.2%	21.7%
	23位 情報サービス・ソフトウェア	37.1%	46.3%	21.1%	17.5%
	24位 廃棄物処理	32.1%	30.0%	31.4%	33.0%
	25位 放送コンテンツ	26.5%	39.1%	22.6%	18.1%
	26位 通信	21.3%	27.2%	26.3%	17.9%
	27位 トラック運送	20.6%	15.5%	17.8%	19.2%
	- その他	43.1%	31.4%	42.6%	27.3%

【評価方法】

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4月～2022年9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
9割	90%
8割	80%
7割	70%
6割	60%
5割	50%
4割	40%
3割	30%
2割	20%
1割	10%
0割	0%
マイナス	-30%

※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。

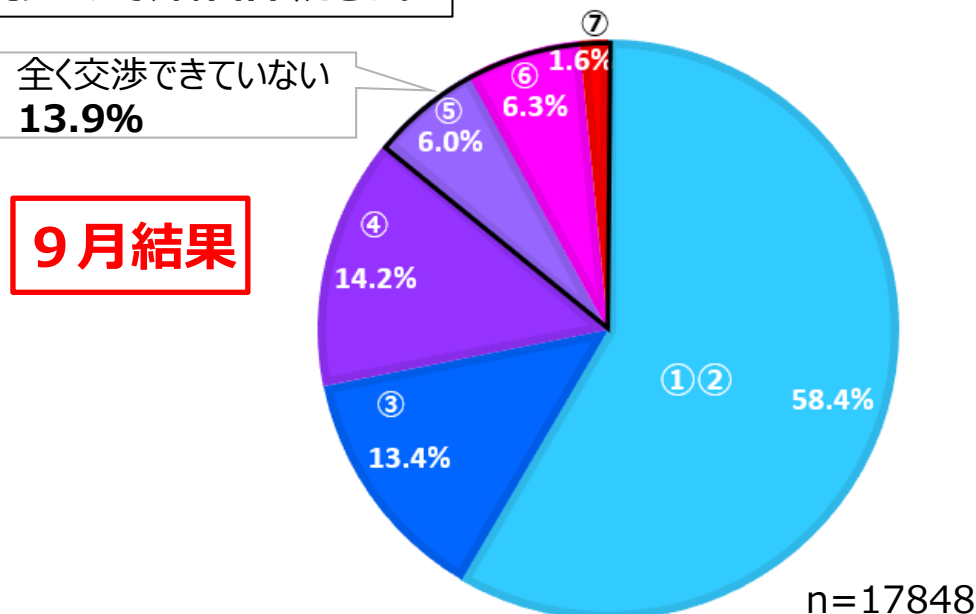
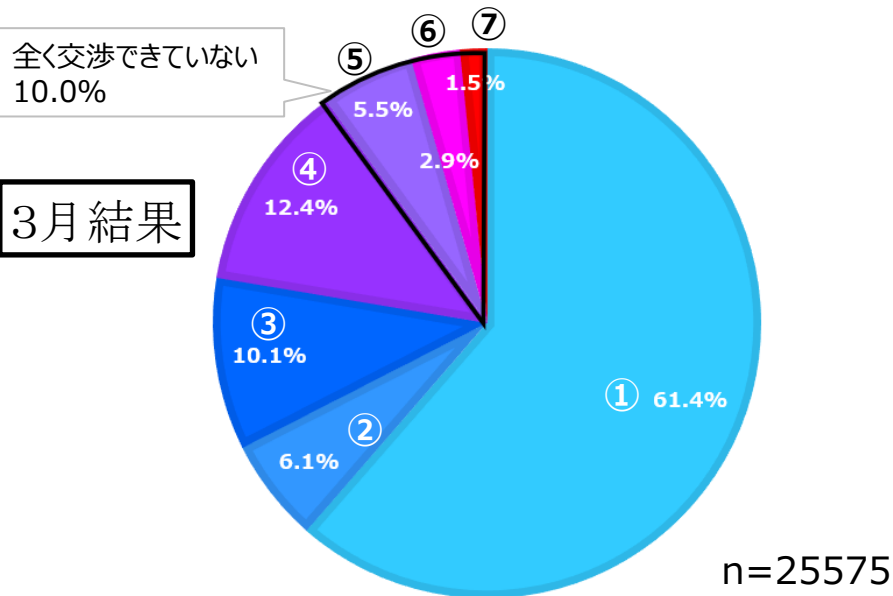
n=17848

3. 前回（2022年3月）の 価格交渉促進月間の結果との比較

価格交渉の状況

- 全く交渉出来ていない企業の割合は、いずれも約 1 割。（本年 3 月時点10.0%⇒ 9 月時点 13.9%）

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状況について、御回答ください。



- ①発注側企業に協議を申し込み、話し合いに応じてもらった。（協議の結果、価格が変更されなかった場合も含む）
- ②コスト上昇分を取引価格に反映させるため、発注側企業から協議を申し込まれた。
- ③コストが上昇していないため、発注側企業に協議を申し込まなかった。
- ④コストは上昇しているものの、自社で吸収可能と判断したため、発注側企業に協議を申し込まなかった。
- ⑤発注量の減少や取引を断られるおそれがあること等を考慮し、発注側企業に協議を申し込まなかった。
- ⑥発注側企業に協議の申し込みを行ったが、応じてもらえなかった。
- ⑦取引価格を減額するために、発注側企業から協議を申し込まれた。（協議に至らない一方的な通知を含む）

- ①②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。
- 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。
- ⑤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。
- ⑥発注企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった。
- ⑦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。

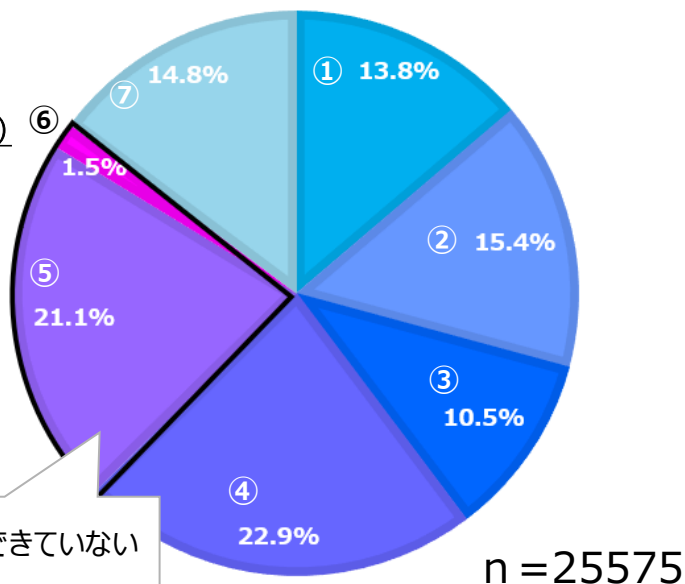
価格転嫁の状況【コスト全般】

- 価格転嫁率が、前回（3月）の約4割（41.7%）から5割弱（46.9%）へ増加し、全く転嫁できていない企業の割合が減少するなど、全体として価格転嫁の状況は好転。

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。

3月結果

転嫁率（コスト全体）
:41.7%

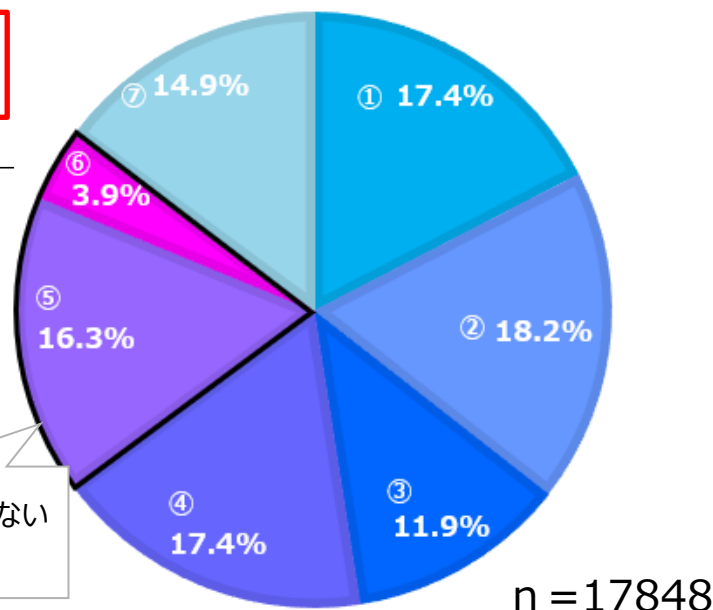


全く価格転嫁できていない
22.6%

- ①10割
- ②9割～7割程度
- ③6割～4割程度
- ④3割～1割程度
- 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、逆に減額された場合等）
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

9月結果

転嫁率（コスト全体）
:46.9%



全く価格転嫁できていない
20.2%

- 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、逆に減額された場合等）
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

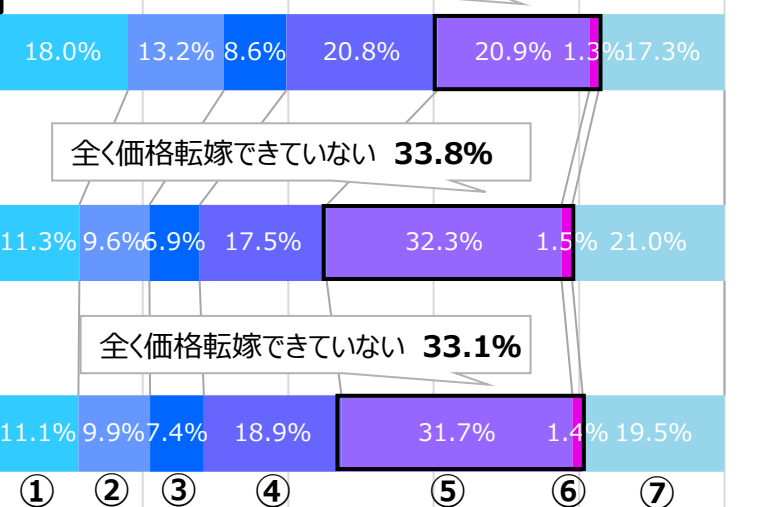
価格転嫁の状況【コスト要素別】

- **原材料費**の価格転嫁の状況は好転。（本年3月44.2%⇒9月48.1%）
- 他方で、**労務費、エネルギーコスト**は、3月時点に引き続き、転嫁が比較的進んでいない状況。

3月結果

全く価格転嫁できていない 22.2% n=25575

原材料費



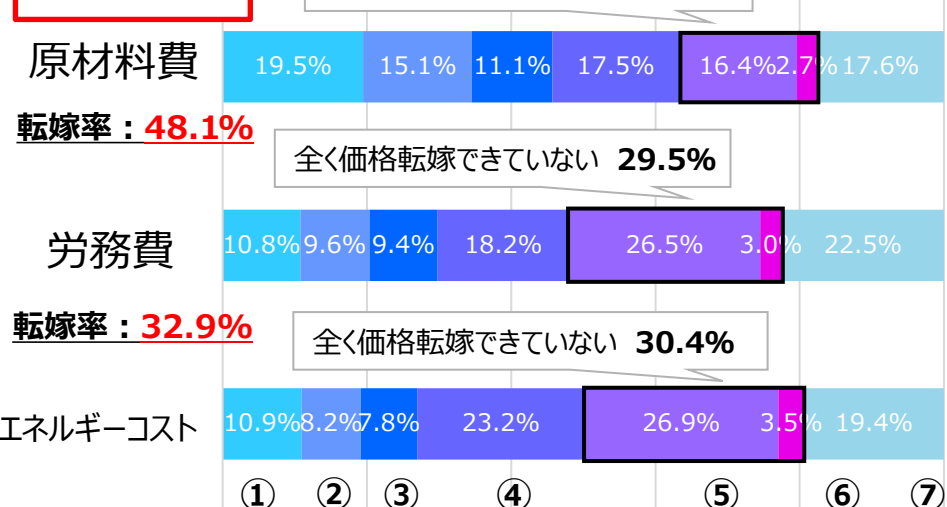
全く価格転嫁できていない 33.8%

全く価格転嫁できていない 33.1%

9月結果

全く価格転嫁できていない 19.1% n=17848

原材料費



全く価格転嫁できていない 29.5%

全く価格転嫁できていない 30.4%

- ①10割
- ②9割～7割程度
- ③6割～4割程度
- ④3割～1割程度
- 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、逆に減額された場合等）
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

- 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、逆に減額された場合等）
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

(参考) 前回 (2022年3月) の価格転嫁状況の業種別状況 (価格転嫁に応じた業種)

- 前回 (2022年 3 月) の価格交渉促進月間における価格転嫁率は、全体の平均で約 4 割。
- 業種別には、相対的に転嫁に応じている業種は、化学、機械製造、金属。相対的に転嫁に応じていない業種は、トラック運送、通信、廃棄物処理。

		コスト増に 対する転嫁 率	各要素別の転嫁率		
			労務費	原材料費	エネルギー
①全体		41.7%	32.3%	44.2%	32.4%
②業 種 別	1位 化学	50.1%	37.6%	55.9%	38.7%
	2位 機械製造	47.7%	32.7%	53.2%	32.9%
	3位 金属	46.2%	33.7%	52.2%	35.2%
	4位 食品製造	45.3%	34.9%	47.0%	35.1%
	5位 電機・情報通信機器	45.1%	31.1%	50.0%	32.0%
	6位 建材・住宅設備	44.3%	33.6%	44.9%	33.3%
	7位 紙・紙加工	44.0%	32.2%	46.0%	32.1%
	8位 卸売	43.9%	32.2%	44.7%	34.2%
	9位 石油製品・石炭製品製造	42.6%	34.5%	46.1%	38.5%
	10位 造船	42.0%	28.7%	42.4%	31.2%
	11位 飲食サービス	41.7%	28.8%	43.4%	29.5%
	12位 建設	41.4%	37.5%	42.1%	35.4%
	13位 繊維	41.3%	29.9%	44.4%	31.8%
	14位 印刷	40.6%	29.8%	42.9%	30.0%
	15位 小売	39.7%	30.8%	40.2%	31.8%
	16位 広告	39.2%	32.4%	46.0%	34.0%
	17位 自動車・自動車部品	38.5%	21.5%	50.2%	23.6%
	18位 製薬	38.0%	28.3%	33.5%	31.5%
	19位 情報サービス・ソフトウェア	37.6%	35.5%	31.2%	28.8%
	20位 鉱業・採石・砂利採取	36.8%	30.6%	39.9%	33.0%
	21位 電気・ガス・熱供給・水道	36.6%	30.4%	37.6%	30.1%
	22位 不動産・物品賃貸	35.9%	29.8%	36.8%	30.3%
	23位 金融・保険	34.2%	26.9%	34.0%	27.1%
	24位 放送コンテンツ	32.7%	31.8%	24.2%	25.4%
	25位 廃棄物処理	29.9%	29.9%	29.6%	29.1%
	26位 通信	23.3%	19.4%	25.3%	17.7%
	27位 トラック運送	17.6%	14.7%	16.0%	17.3%
	- その他	36.9%	30.4%	37.7%	30.0%

価格交渉促進月間 (2022年3月) のフォローアップ調査概要

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（2021年10月～2022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
1 0 割	1 0 0 %転嫁できたと計算
9 割～7 割程度	8 0 %
6 割～4 割程度	5 0 %
3 割～1 割程度	2 0 %
0 割	0 %
マイナス	- 3 0 %

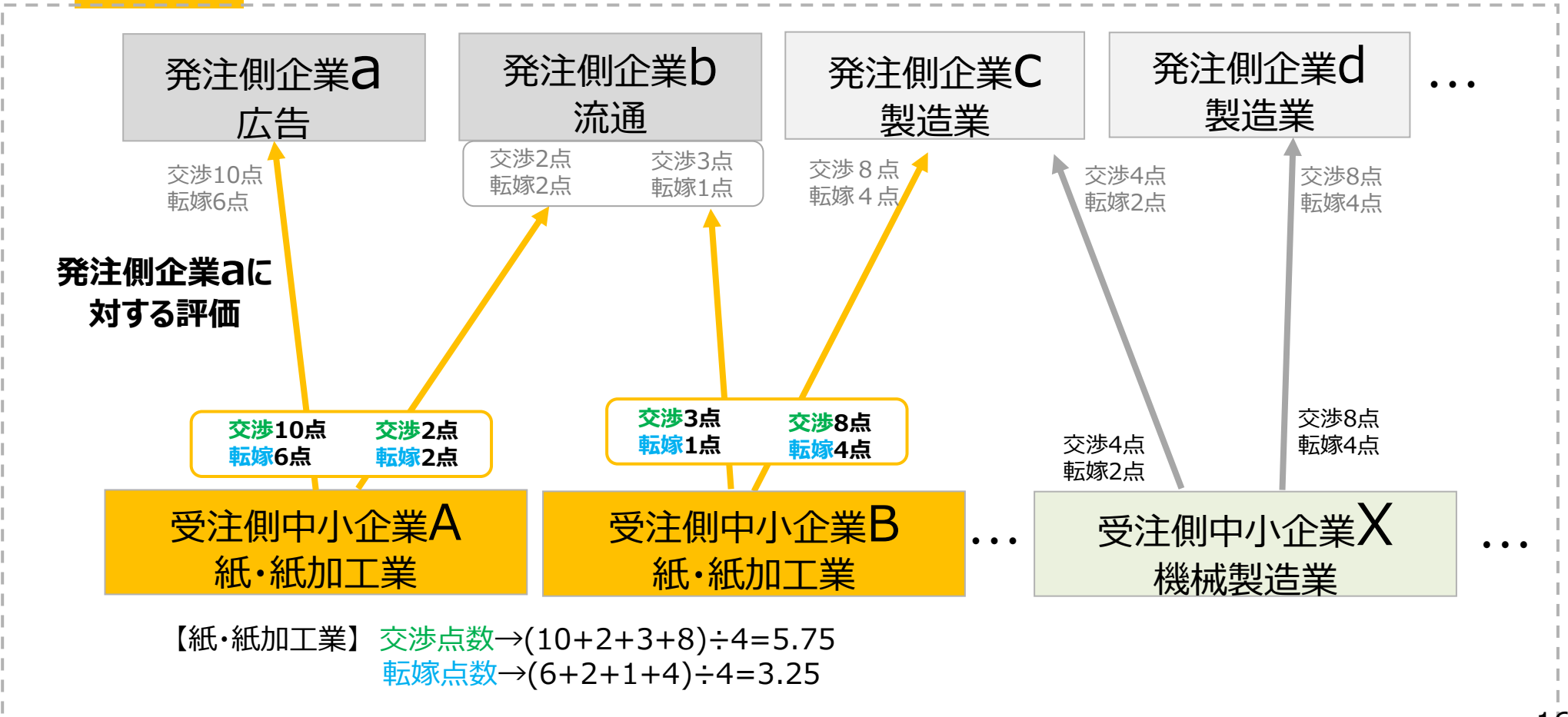
※サンプル数が50以下の自主行動計画策定業種（航空宇宙、警備）は除く。
※業界毎の順位や点数は、各業界に属する発注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。

4. 業種別の分析 (受注側中小企業の業種別)

受注側中小企業の視点での価格交渉、転嫁の状況

今回（2022年9月）の価格交渉月間からは、業種ごとに、**受注側中小企業が発注側企業**に対して**交渉、転嫁して貰えたか**についても調査・集計を実施。

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



業種別の価格交渉ランキング（価格交渉を要請して、応じてもらえた業種）

価格交渉の状況について、受注側企業の業種別に集計し、順位付けした結果は下記の表のとおり。

- **価格交渉が相対的にできている受注側企業の業種**は、紙・紙加工、卸売、機械製造など。
- **価格交渉が相対的にできていない受注側企業の業種**は、放送コンテンツ、廃棄物処理、通信など。

順位	業種
1 位	紙・紙加工
2 位	卸売
3 位	機械製造
4 位	繊維
5 位	化学
6 位	小売
7 位	建材・住宅設備
8 位	食品製造
9 位	金属
1 0 位	電機・情報通信機器
1 1 位	印刷
1 2 位	鉱業・採石・砂利採取
1 3 位	電気・ガス・熱供給・水道業
1 4 位	建設
1 5 位	広告
1 6 位	情報サービス・ソフトウェア
1 7 位	自動車・自動車部品
1 8 位	不動産・物品賃貸
1 9 位	トラック運送
2 0 位	通信
2 1 位	廃棄物処理
2 2 位	放送コンテンツ
—	その他

【評価方法】

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4月～2022年9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、受注側企業が属する業種毎に集計・単純平均し、ランキング化したもの。

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。	1 0 点
コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった	5 点
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	0 点
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	－ 3 点
発注企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった	－ 7 点
取引価格を減額するために、発注側企業から協議を申し入れがあった。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 0 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。

業種別の価格転嫁ランキング（価格転嫁を要請して、応じてもらえた業種）

価格転嫁の状況について、受注側企業の業種別に集計し、順位付けした結果は下記の表のとおり。

- 価格転嫁に相対的に応じてもらえている業種は、卸売、紙・紙加工、小売など。
- 価格転嫁に相対的に応じてもらえていない業種は、トラック運送、放送コンテンツ、廃棄物処理など。

			コスト増に 対する転嫁率	各要素別の転嫁率		
				労務費	原材料費	エネルギー
①全体			46.9%	32.9%	48.1%	29.9%
②業種別	1位	卸売	64.6%	37.3%	65.2%	38.7%
	2位	紙・紙加工	61.8%	33.9%	61.5%	34.3%
	3位	小売	57.4%	36.2%	57.7%	35.1%
	4位	機械製造業	55.7%	37.8%	58.2%	36.1%
	5位	建材・住宅設備	52.7%	32.8%	54.7%	30.4%
	6位	電機・情報通信機器	52.3%	34.5%	55.0%	27.4%
	7位	化学	51.4%	26.8%	59.8%	26.8%
	8位	金属	51.0%	28.5%	58.0%	28.3%
	9位	繊維	48.4%	31.8%	44.3%	33.2%
	10位	広告	45.2%	35.5%	49.6%	34.5%
	11位	食品製造	45.0%	32.5%	48.1%	32.9%
	12位	印刷	44.8%	24.4%	47.1%	23.2%
	13位	建設	44.6%	40.1%	45.1%	33.0%
	14位	鉱業・採石・砂利採取	39.0%	27.2%	33.5%	30.2%
	15位	電気・ガス・熱供給・水道	37.5%	27.7%	43.0%	21.3%
	16位	情報サービス・ソフトウェア	37.0%	45.3%	22.5%	17.6%
	17位	自動車・自動車部品	35.3%	14.1%	45.7%	17.9%
	18位	通信	30.7%	37.4%	33.8%	26.2%
	19位	不動産、物品賃貸	29.7%	29.7%	33.4%	19.0%
	20位	廃棄物処理	23.0%	20.9%	19.9%	20.8%
	21位	放送コンテンツ	19.1%	30.7%	19.7%	16.8%
	22位	トラック運送	18.6%	15.4%	13.1%	20.5%
-	その他	41.6%	33.5%	39.9%	27.8%	

【評価方法】

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4月～2022年9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、受注側企業が属する業種毎に集計・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
9割	90%
8割	80%
7割	70%
6割	60%
5割	50%
4割	40%
3割	30%
2割	20%
1割	10%
0割	0%
マイナス	-30%

※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。

受注側企業のコスト構造について

- 今回は、受注側中小企業に対して**コスト構造**（原材料費、労務費、エネルギーコスト、その他の費用の比率）も調査。
- 全体として、「**原材料費**」（卸/小売においては商品仕入れ費）、「**労務費**」の割合は、「**エネルギー**」、「**その他の費用**」に比して高く、業種ごとのばらつきも大きい。また、「**原材料費**」が高い業種ほど、価格転嫁率が高い傾向にある。

問.発注者に納める主な製品・サービスの原価・コストを以下の4つの費目に分けた場合（①労務費、②原材料価格、③エネルギーコスト、④その他の費用）、それぞれの費目は、コスト全体の約何割ずつになりますか。

業種	原材料費	労務費	エネルギーコスト	その他の費用
卸売	63.4%	20.5%	15.1%	14.6%
紙・紙加工	49.2%	27.7%	14.4%	14.2%
小売	55.8%	21.1%	16.7%	14.8%
機械製造業	40.6%	36.0%	14.9%	17.2%
建材・住宅設備	50.7%	29.7%	15.8%	13.4%
電機・情報通信機器	40.9%	37.9%	12.5%	14.5%
化学	43.3%	30.7%	17.2%	15.2%
金属	41.3%	32.8%	16.4%	17.3%
繊維	36.7%	32.0%	17.8%	15.0%
広告	42.3%	37.8%	11.5%	24.7%
食品製造	47.2%	26.8%	18.5%	16.6%
印刷	42.3%	31.4%	15.1%	14.5%
建設	33.7%	44.2%	15.2%	16.7%
鉱業・採石・砂利採取	35.8%	23.1%	26.6%	20.9%
電気・ガス・熱供給・水道	37.4%	41.9%	18.2%	16.9%
情報サービス・ソフトウェア	10.2%	74.9%	5.0%	12.7%
自動車・自動車部品	39.3%	34.0%	14.8%	16.3%
通信	22.1%	52.5%	10.0%	12.2%
不動産、物品賃貸	26.6%	31.2%	10.4%	26.9%
廃棄物処理	23.7%	34.0%	23.9%	19.8%
放送コンテンツ	12.8%	61.1%	11.5%	14.6%
トラック運送	19.0%	39.4%	27.4%	17.8%

※回答者にて必ずしも各費目の合計が100%となるよう回答していないため、業種ごとに各費目の合計を足し上げても100%にはならない。 n=17848 19

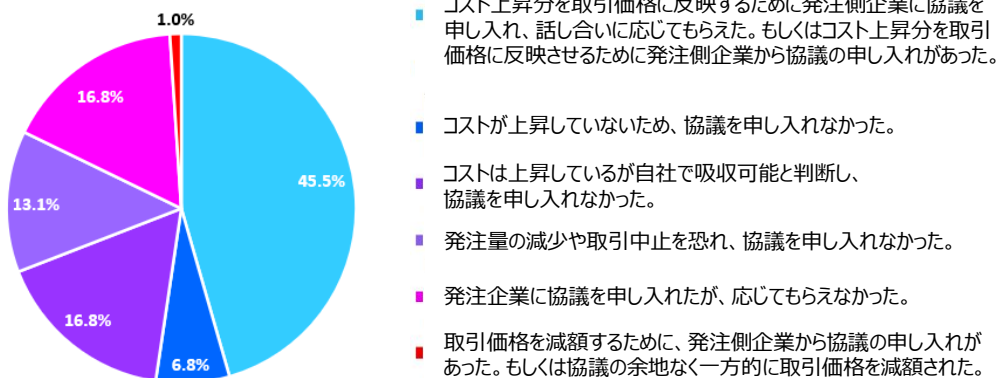
【参考】

業種別の結果

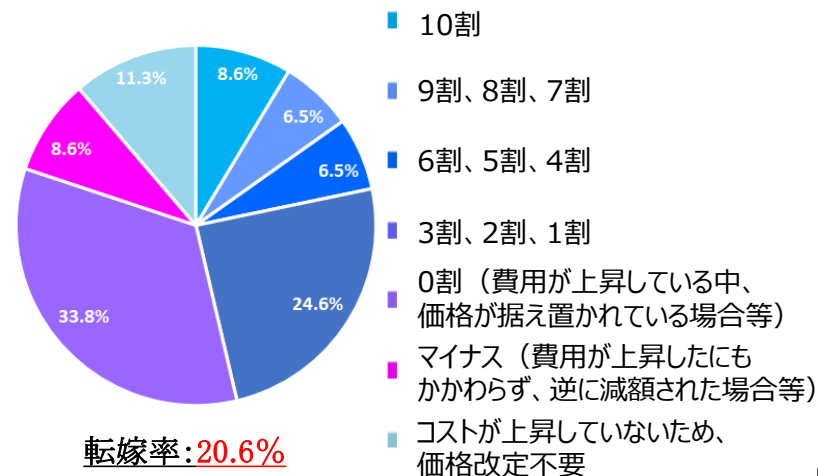
(価格交渉月間アンケート調査及び下請 G メンヒアリングの結果)

※資料上の業種は発注側事業者の業種

直近6ヶ月間の価格交渉の状況



直近6ヶ月間の価格転嫁の状況【コスト全般】



n=382

<下請Gメンヒアリング等による生声>

○2022年9月に価格改定要請をおこない、燃料費及び労務費ともに改定された。

○初夏に取引先よりガソリン代の値上がり分について認めるという申し出があった。また、残業代についても、口頭での申し入れにより10%程度の値上げを認めてくれた。

○2022年秋に、燃料費をはじめとしたコスト上昇分の値上げ要請を行い、現在は取引先からの回答を待っている。ある程度は認めてもらえる見通し。

▲3年前より運賃が上がっていないこともあり、夏にガソリン代、労務費の値上げを口頭により求めたが、一切相手にしてくれず、何%アップという話までいかない。取引先からの残業代は、時間単価で最低賃金を下回っており、不足分は自社が負担している。荷主からの運賃が厳しいため自社への付帯業務料や料金を削減しようとする。運賃を下げられることもある。

▲2022年春より運送価格が改定されたが、改定価格も10%程度上乗せ価格で、なぜその金額になのか全く理解できない金額である。ただ「価格の見直しをしました」だけの内容で、軽油価格の上昇分が全く転嫁出来ない。労務費等その他の経費の反映も出来ない。

▲燃料代高騰分を2022年春に交渉。回答がなかなか届かず、数回電話もしたが「上司と相談する」等で、結局回答はなかった。

▲2022年夏月頃に取引先から燃料サーチャージを導入すると連絡があった。実際に支払われる金額が、元々の取引金額に関係なく毎月増減して、説明を求めても「わからない」「教えられない」と繰り返すだけ。燃料サーチャージ料金の根拠も、いつまで支払ってもらえるかもわからず、委託先への配分もできず困っている。

「パートナーシップ構築宣言」の概要

- 「**パートナーシップ構築宣言**」は、事業者が、**取引先との共存共栄を目指し**、下記に取り組むことを「**代表権のある者の名前**」で宣言し、ポータルサイトで**公表**するもの。「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」（2020年5月）において、導入を決定。 <https://www.biz-partnership.jp/>
 - （1）**サプライチェーン全体の付加価値増大と、新たな連携**（IT実装、BCP策定、グリーン調達の支援等）
 - （2）**下請企業との望ましい取引慣行（「振興基準」）の遵守**、特に、**取引適正化の重点5分野**（①価格決定方法、②型管理の適正化、③現金払の原則の徹底、④知財・ノウハウの保護、⑤働き方改革に伴うしわ寄せ防止）
- 昨年度の成長戦略実行計画（閣議決定）において「**本年度中に2,000社の宣言**」を目標を掲げ、2021年10月に目標達成。2022年6月22日に全国1万社を超え、1月10日時点で、**全国18,034社が宣言**。うち、大企業（資本金3億円超）は、約1000社。**九州は1,644社**（福岡636 佐賀113 長崎150 熊本213 大分282 宮崎115 鹿児島135）。

1. 宣言のイメージ

労務費・原料価格の上昇等

下請け・受注者

価格転嫁の要望等

望ましい取引慣行

宣言！

親会社・発注者

2. 未来を拓くパートナーシップ構築推進会議

- ✓ 【共同議長】経産大臣、経済再生担当大臣
【構成員】厚労大臣、農水大臣、国交大臣、官房副長官（衆・参）、日商、経団連、連合
- ✓ 第1回は2020年5月、第2回は2020年11月に開催。
- ✓ 第3回は2022年2月に開催。
- ✓ 第4回は2022年10月12日に開催。
主要団体の正副会長企業の宣言状況など公表。

3. 宣言を行うメリット

1. ロゴマークを利用可能
2. 補助金の加点
（ものづくり補助金、事業再構築補助金、省エネ補助金等）



＜ロゴマーク＞

