

価格交渉・価格転嫁の 実施状況に関する アンケート調査 結果

令和6年3月25日

福島県、福島県商工会議所連合会、
福島県商工会連合会、福島県中小企業団体中央会

目次

• 目次	1
• 調査の概要	2
• アンケート調査票	3
• 調査の結果(概要)	4
• 1. 物価・燃料価格高騰による事業活動への影響	5
• 2-1. 価格交渉の実施状況(全体)	6
• 2-2. 価格交渉の実施状況(従業員数別)	7
• 2-3. 価格交渉の実施状況(主たる業種別)	8
• 2-4. 価格交渉の実施状況(課題)	9
• 3-1. 価格転嫁の状況(全体・従業員数別)	10
• 3-2. 価格転嫁の状況(主たる業種別)	11
• 3-3. 価格転嫁の状況(成功要因)	12
• 3-4. 価格転嫁の状況(課題)	13
• 3-5. 価格転嫁の状況(全国との比較)	14

調査の概要

1. 調査目的

福島県内の企業における業種ごとの直近6ヶ月の価格交渉・価格転嫁の実態等を把握するとともに、価格交渉や価格転嫁の成功事例や課題を収集するため。

2. 実施体制

福島県、福島県商工会議所連合会（県内各商工会議所）、
福島県商工会連合会（県内各商工会）、福島県中小企業団体中央会

3. 調査対象 県内商工団体会員企業等

4. 実施期間 令和5年12月14日～令和6年2月6日（紙調査票とオンラインの併用）

5. 回答企業 779社

【地域別回答数】				
中通り	浜通り	会津	不明	合計
486	165	126	2	779
62.4%	21.2%	16.2%	0.3%	100.0%

【従業員数】			
1～5人	6人以上	未回答	合計
344	433	2	779
44.2%	55.6%	0.3%	100.0%

【主たる業種】									
① 飲食業	② 宿泊業	③ サービス業	④ 小売業	⑤ 卸売業	⑥ 製造業	⑦ 建設業	⑧ 運輸業	⑨ その他	合計
63	17	129	120	51	158	139	25	77	779
8.1%	2.2%	16.6%	15.4%	6.5%	20.3%	17.8%	3.2%	9.9%	100.0%

アンケート調査票

【福島県】価格交渉・価格転嫁の実施状況に関するアンケート調査

アンケートの回答期限：令和6年1月19日（金曜日）
アンケートの提出先：**（適宜入力してください）**



価格交渉・価格転嫁の実施状況に関するアンケート調査 御協力をお願い

令和5年12月
福島県商工総務課

県内企業の皆様の物価・燃料価格高騰の影響や価格転嫁の実態、価格交渉の成功事例や課題等をお伺いするため、アンケート調査を実施することとしましたので、御協力をお願いします。

御多忙と存じますが、オンライン又は調査票により御回答くださるようお願いいたします。

＜オンラインで回答する場合は以下より入力をお願いします＞

■ パソコンの場合は、以下のURLから

<https://s.gd/ko65n>

■ スマートフォンの場合は、以下のQRコードから



【本アンケートについての問合せ先】

福島県商工労働部商工総務課 主査 坂本
・電話：024-521-7270 ・FAX：024-521-7930
・E-mail：sakamoto_hisashi_02@pref.fukushima.lg.jp

＜調査票で回答する場合は、以下に記入の上、提出をお願いします＞

価格交渉・価格転嫁の実施状況に関するアンケート調査

記入日：令和____年____月____日

記入者名：_____

（基本情報）

1. 企業名：_____ 2. 従業員数：_____人

3. 法人格の有無：（1つ選択の上、○をつけてください）

① あり（法人） ② なし（個人事業主）

4. 企業が所在する市町村名：_____（複数ある場合は本社が所在する市町村）

5. 主たる業種：（1つ選択の上、○をつけてください）

① 飲食業 ② 宿泊業 ③ サービス業 ④ 小売業 ⑤ 卸売業
⑥ 製造業 ⑦ 建設業 ⑧ 運輸業 ⑨ その他（_____）

6. 取引先：（1つ選択の上、○をつけてください）

① 取引先は個人（一般消費者）が多い ② 取引先は企業が多い ③ 取引先は自治体が多い

（物価・燃料価格の高騰の影響について）（1つ選択の上、○をつけてください）

問1. 物価・燃料価格高騰により貴社の事業活動に影響が生じたかどうか御回答ください。

① 事業活動に影響が出た ② 事業活動に影響は出ていない ③ わからない

問1-2. 「①影響が出た」と回答した場合は、どのような影響が出たのか記載してください

（例）燃料代が上昇した。電気代が上昇した。資材単価が上昇した。労務費が上昇した など

・取引先が個人（一般消費者）のみの場合は、ここでアンケート終了となります。
・企業間取引を行っている場合は、次のページにお進みください。

【福島県】価格交渉・価格転嫁の実施状況に関するアンケート調査

（企業間取引における価格交渉について）（1つ以上選択の上、○をつけてください（複数回答可））

問2. 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。

※ 受注側企業のお立場で回答ください。

- ① 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。
- ② 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。
- ⑧ 協議の余地なく一方的に発注側企業から取引価格を減額された。

（企業間取引における価格転嫁について）（1つ選択の上、○をつけてください）

問3. 直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分のうち、どれくらい価格に転嫁できたと考えますか。

- ① 7割以上
- ② 3割～6割程度
- ③ 1割～3割程度
- ④ 0割
- ⑤ コストが上昇していないため転嫁していない

問3-2. 「①転嫁できている」と回答した場合は、価格転嫁に成功した要因があれば記載してください。

（例）原価を示して価格交渉を実施した。発注者側が「パートナーシップ構築宣言」の宣言企業である。など

（自由記載）

問4. 価格転嫁するにあたって困ったことなど自由に記載してください

（例）発注者と昔から商慣習があり価格転嫁しにくい。相談窓口が分からない。
価格交渉したいが、どのように交渉してよいか分からない。相談窓口が分からない。など

ご協力ありがとうございました。この調査に係る個人情報については、本調査以外の目的には使用いたしません。

調査の結果(概要)

1. 物価・燃料価格高騰による事業活動への影響

- **ほとんどの事業者が影響を受けている。**(全体:84%、飲食業:93.7%、製造業:92.4%、卸売業:92.2%)
- 主な影響は「燃料・電気代の上昇(455件)」「原材料・資材価格の上昇(415件)」「労務費の上昇(112件)」。

2. 価格交渉の実施状況

- **価格交渉を実施できたケースがある事業者は全体の約6割、実施できなかった事業者も2割程度存在。**
- 従業員数で比較すると、従業員数が少ない事業者について、価格交渉の協議ができていない傾向。

【価格交渉の課題】

商慣習や取引相手との関係性、他社との競合や価格競争、交渉方法や相談窓口がわからない 等

3. 価格転嫁の状況

- **7割以上転嫁できた事業者は全体の18%、全く転嫁できていない事業者も18.9%存在。**
- 従業員数で比較すると、従業員数が少ない事業者について、転嫁率が小さい傾向。
- 業種別では、「卸売業」「小売業」「製造業」では転嫁率が大きく、「サービス業」「運輸業」などでは、転嫁率が小さい傾向。

【価格転嫁の成功要因】

原価やエビデンスを示した交渉、発注側企業の理解(価格転嫁への理解の高まり・信頼関係)、自社の優位性を説明(付加価値や専門性等)、「パートナーシップ構築宣言」宣言企業 等

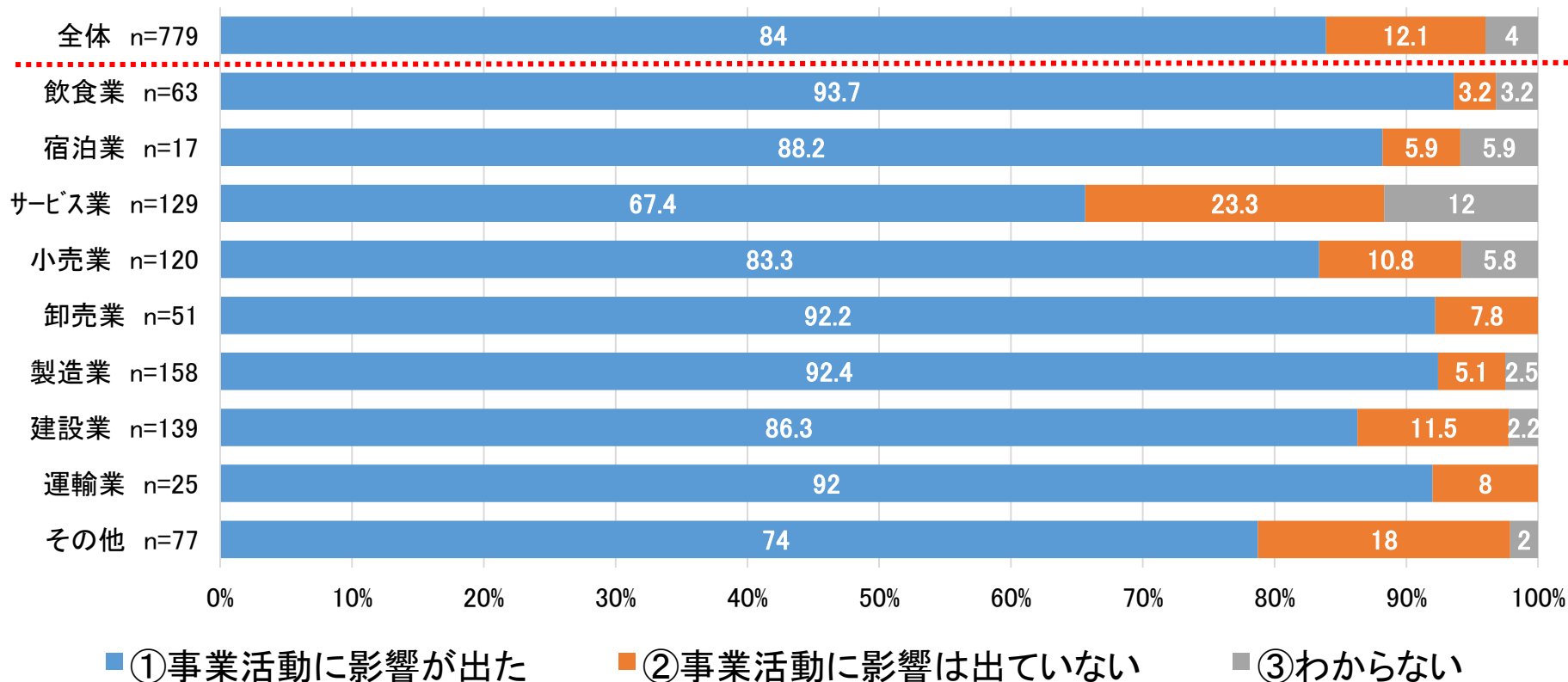
【価格転嫁における課題】

価格転嫁することで受注が減少する、コスト上昇分の一部しか転嫁できない、価格転嫁が物価上昇に追いつかない、原価計算やエビデンスの提示が難しい、事務手続きやコストがかかる 等

1. 物価・燃料価格高騰による事業活動への影響

問1. 物価・燃料価格高騰により事業活動に影響が生じたか御回答ください。

- 飲食業(93.7%)、製造業(92.4%)、卸売業(92.2%)を始め、**84%**の事業者が、「**①事業活動に影響が出た**」と回答。



- 主な影響(自由意見646件より)

「燃料・電気代の上昇(455件)」、「原材料・資材価格の上昇(415件)」

「労務費の上昇(112件)」、「運送費の上昇(30件)」、「諸経費の上昇(26件)」

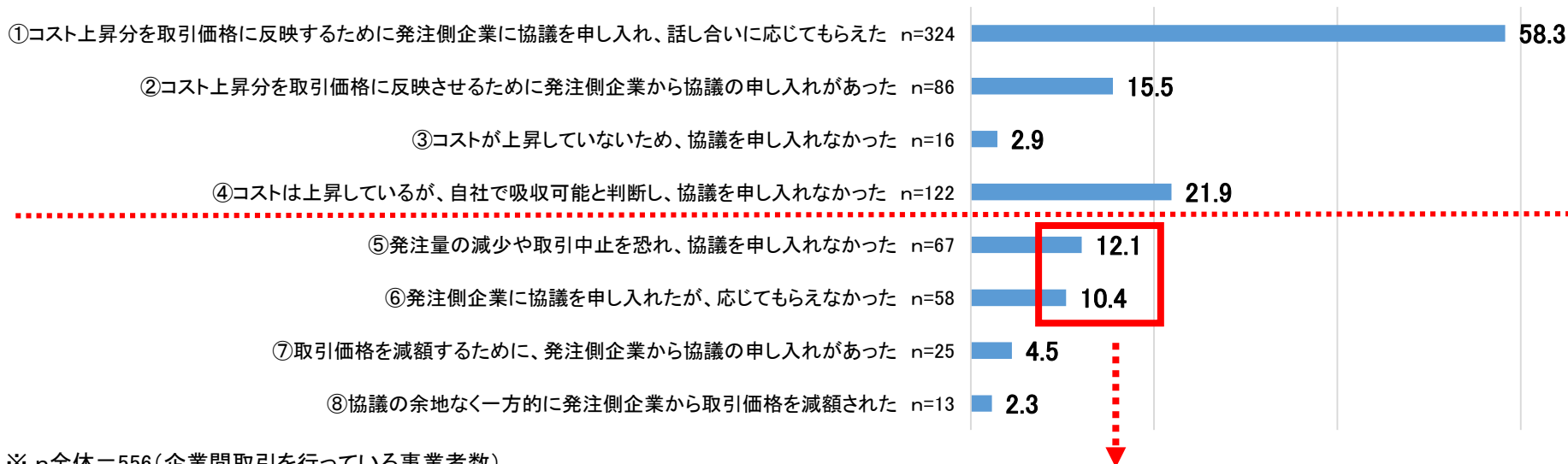
※「その他」の主な業種は、不動産業(13)、医療・介護(5)、ビルメンテナンス業(4)、情報通信業(4)、発電事業(4)、保険業(4)、放送事業(2)、広告業(2)、警備(2)等⁵

2-1. 価格交渉の実施状況(全体)

問2. 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。

- 全体で**58.3%**の事業者が、「**①協議を申し入れ、話し合いに応じてもらえた**」ケースがあると回答。
- 一方で、**22.5%**の事業者が、「**⑤取引中止等を恐れて協議を申し入れなかった(12.1%)**」又は「**⑥協議を申し入れたが、応じてもらえなかった(10.4%)**」ケースがあると回答。
- さらに、**6.8%**の事業者が、「**⑦減額のために発注側企業から協議の申し入れがあった(4.5%)**」又は「**⑧一方的に取引価格を減額された(2.3%)**」ケースがあると回答。

(%)



※ n全体=556(企業間取引を行っている事業者数)

※ 複数回答可能であるため、nの合計とn全体は一致しない

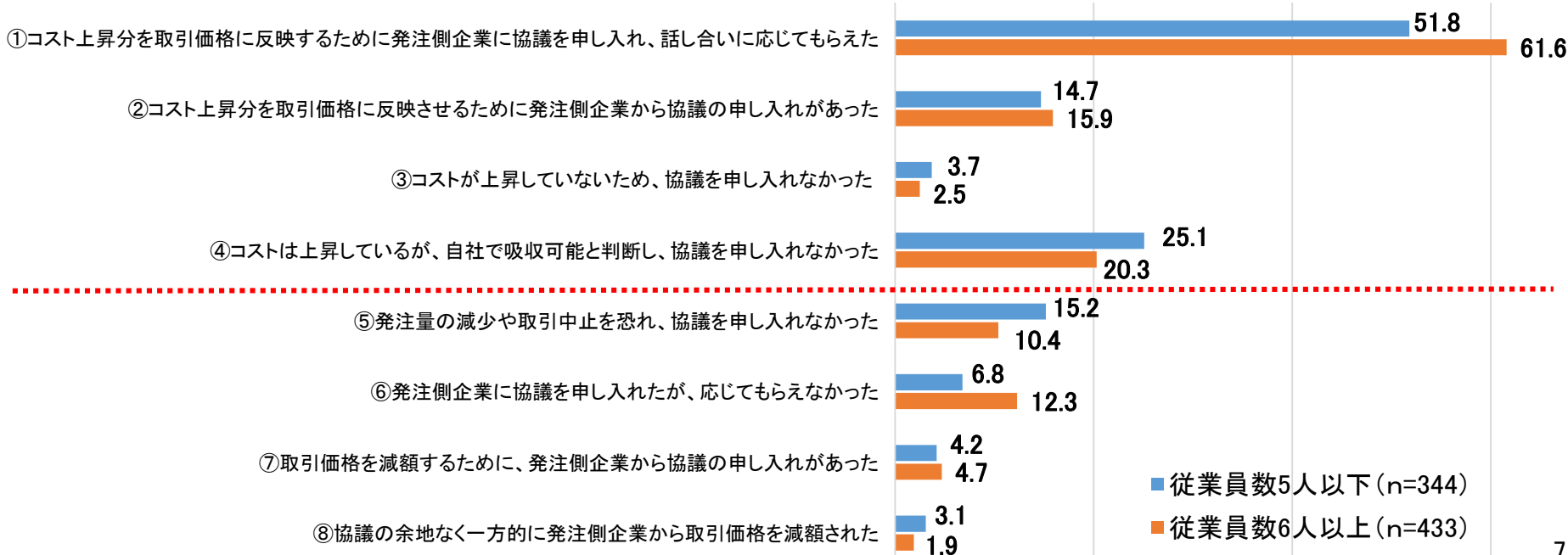
<事業者の声>

- 価格交渉をしたいが、二次請けの仕事が多くをしめているので、価格交渉が難しい。
- 交渉失敗すると、多くの仕事を失うこととなるので、価格交渉を躊躇する。
- 燃油高騰による価格交渉をした結果、仕事の発注がなくなりました。

2-2. 価格交渉の実施状況(従業員数別)

従業員数(5人以下、6人以上)別に集計

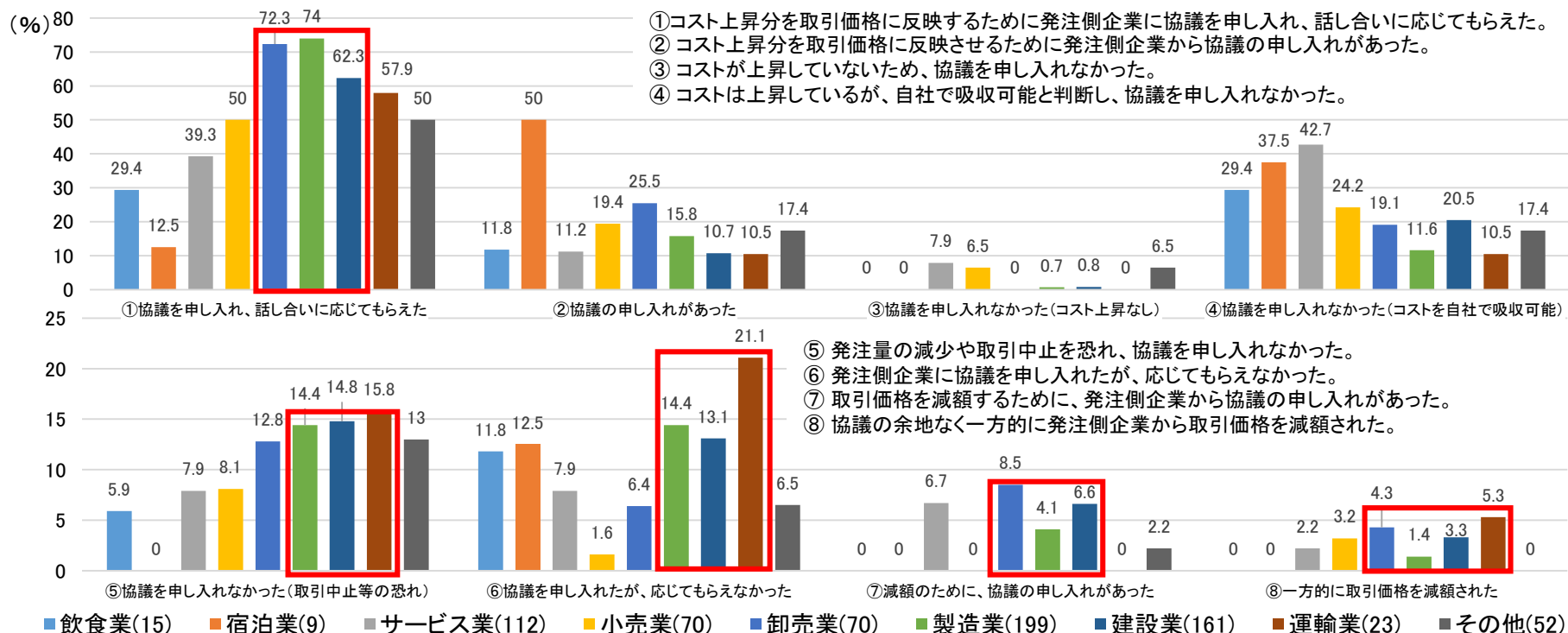
- 従業員数で比較すると、「①協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった」と回答した割合は、「従業員数6人以上」の事業者が61.6%、「従業員数5人以下」の事業者が51.8%。
- また、「③コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった」「④コストは上昇しているが、自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった」「⑤発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった」と回答した割合は、いずれも「従業員5人以下」の事業者の方が「従業員6名以上」の事業所より大きい。
- 一方で、「⑥発注側企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった」と回答した割合は、「従業員6名以上」の事業者の方が「従業員5名以下」の事業所より大きい。



2-3. 価格交渉の実施状況(主たる業種別)

主たる業種(飲食業・宿泊業・サービス業・小売業・卸売業・製造業・建設業・運輸業・その他)別に集計

- 業種別では、「①協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった」割合が大きい業種は、「**製造業(74.0%)**」、「**卸売業(72.3%)**」、「**建設業(62.3%)**」。
- 一方で、「⑤取引中止を恐れて協議を申し入れなかった」又は「⑥協議を申し入れたが、応じてもらえなかった」と回答した割合が大きい業種は、「**運輸業**」、「**製造業**」、「**建設業**」。
- さらに、「⑦取引額減額のために発注側企業から協議の申し入れがあった」又は「⑧一方的に取引価格を減額された」と回答した割合が大きい業種は、「**卸売業**」、「**運輸業**」、「**建設業**」。

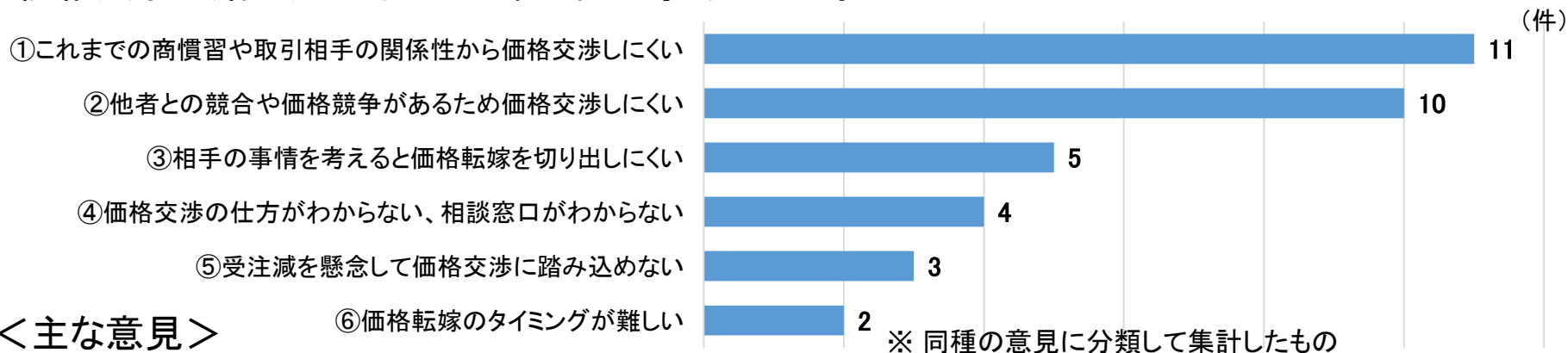


※「その他」の主な業種は、不動産業(13)、医療・介護(5)、ビルメンテナンス業(4)、情報通信業(4)、発電事業(4)、保険業(4)、放送事業(2)、広告業(2)、警備(2)等

2-4. 価格交渉の実施状況(課題)

価格交渉にあたっての課題(自由意見より)

- ・「①これまでの商慣習・取引相手との関係性」、「②他者との競合・価格競争」、「④価格交渉の仕方がわからない」、「⑤受注減を懸念」などが価格交渉に踏み込めないという理由に挙げられた。



<主な意見>

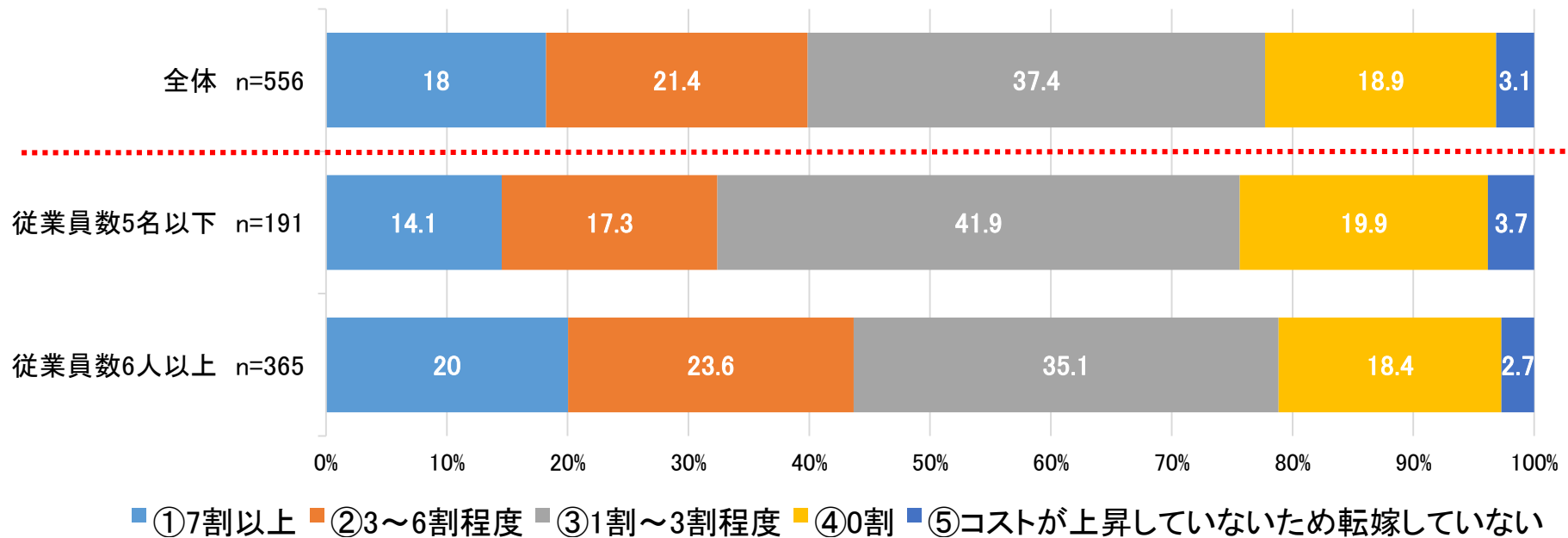
- ① 取引業者との**お付き合いが長い**ので、値上げの交渉は話しづらい。(サービス業)
- ② **競争が激しく**、下手に価格交渉の話をすると他に発注されてしまいかねない相手が多い。(製造業)
- ③ **相手の事業を考えると価格転嫁はなかなか難しい**。時期を見ていきたい。(サービス業)
- ④ どのように交渉してよいのか。どう切り出してよいのか。分からない上、**触れてはいけないブラックボックス**のようなイメージ。(製造業)
- ⑤ **値上げをすると売れなくなってしまう**のではないかという心配。(製造業)
- ⑥ 値上げの**タイミングがつかめない**。(製造業)

3-1. 価格転嫁の状況(全体・従業員数別(5人以下、6人以上))

問3. 直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分のうち、どれくらい価格に転嫁できたと考えますか。

- 全体では、転嫁できた割合が「①7割以上」が18%、「②3~6割程度」が21.4%、「③1~3割程度」が37.4%、「④0割」が18.9%。
- 従業員数で比較すると、転嫁できた割合が「①7割以上」と回答した割合は、「従業員数6人以上」の事業者が20%、「従業員数5人以下」の事業者が14.1%。
- 一方で、転嫁できた割合が「④0割」と回答した割合は、「従業員数5人以下」の事業者が19.8%、「従業員数6人以上」の事業者が18.4%。

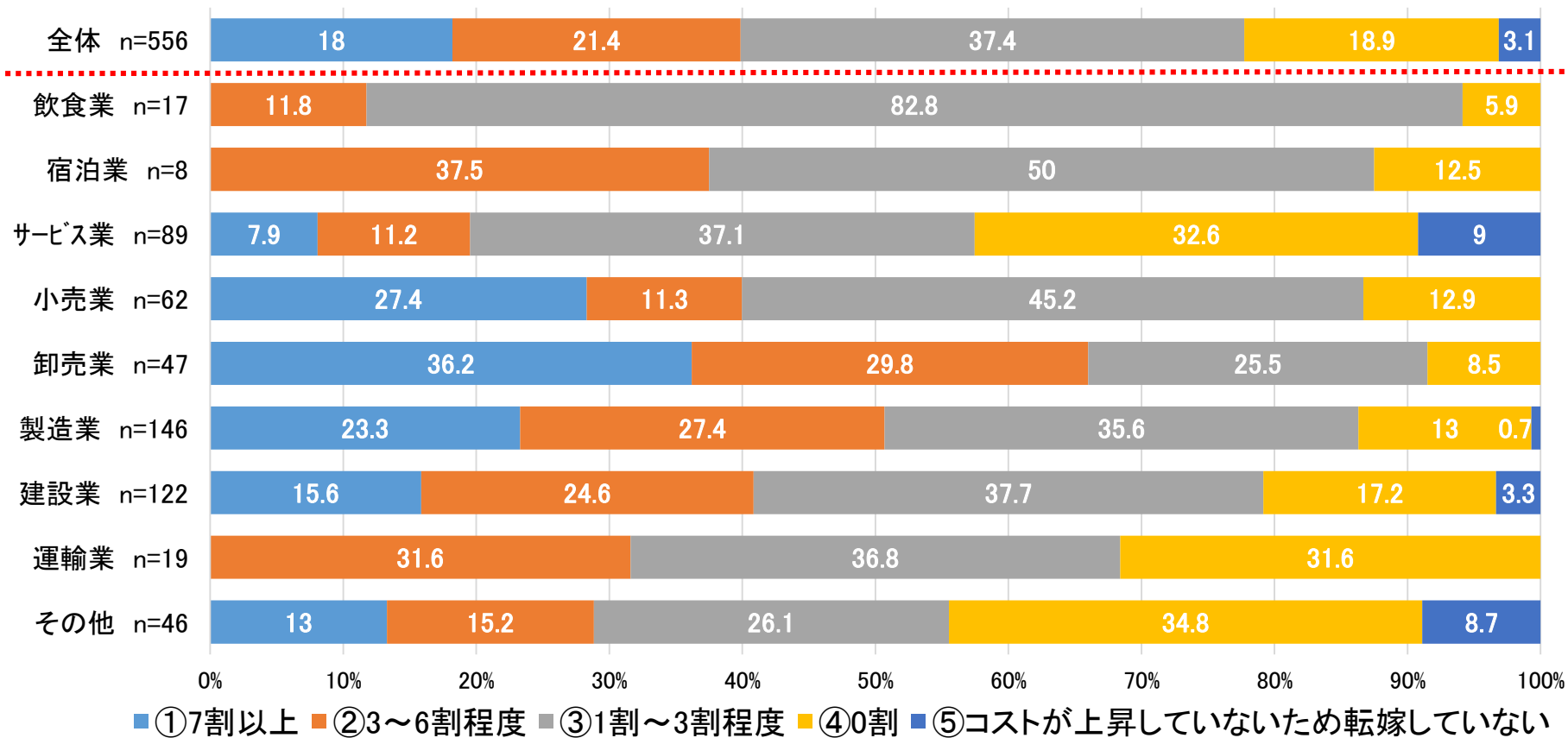
※ 未回答があるため、割合の合計は100%とならない。



3-2. 価格転嫁の状況(全体・主たる業種別)

主たる業種(飲食業・宿泊業・サービス業・小売業・卸売業・製造業・建設業・運輸業・その他)別に集計

- 業種別にみると、転嫁できた割合が「①7割以上」の割合が大きい業種は、「卸売業(36.2%)」、「小売業(27.4%)」、「製造業(23.3%)」。
- 転嫁できた割合が「④0割」の割合が大きい業種は、「その他の業種(34.8%)」、「サービス業(32.6%)」、「運輸業(31.6%)」。

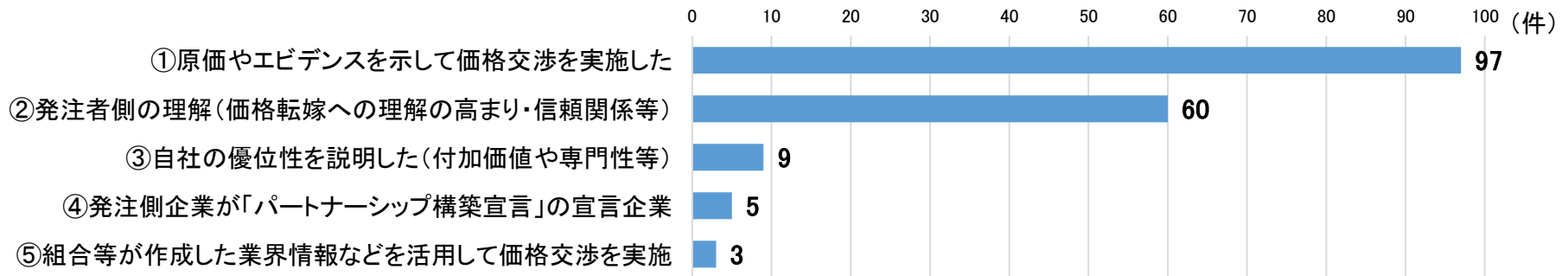


※「その他」の主な業種は、不動産業(13)、医療・介護(5)、ビルメンテナンス業(4)、情報通信業(4)、発電事業(4)、保険業(4)、放送事業(2)、広告業(2)、警備(2)等11

3-3. 価格転嫁の状況(成功要因)

問3-2. 価格転嫁に成功した要因があれば記載してください。

- 価格転嫁に成功した要因について、「①原価やエビデンスを示して価格交渉を実施した」、「②価格転嫁に対する発注側企業の許容度が高まった」と回答した事業者が多い。
- その他の要因としては、「③自社の優位性を説明」、「④パートナーシップ構築宣言」、「⑤組合等が作成した業界情報などを活用して価格交渉を実施」が挙げられる。



※ 同種の意見に分類して集計したもの

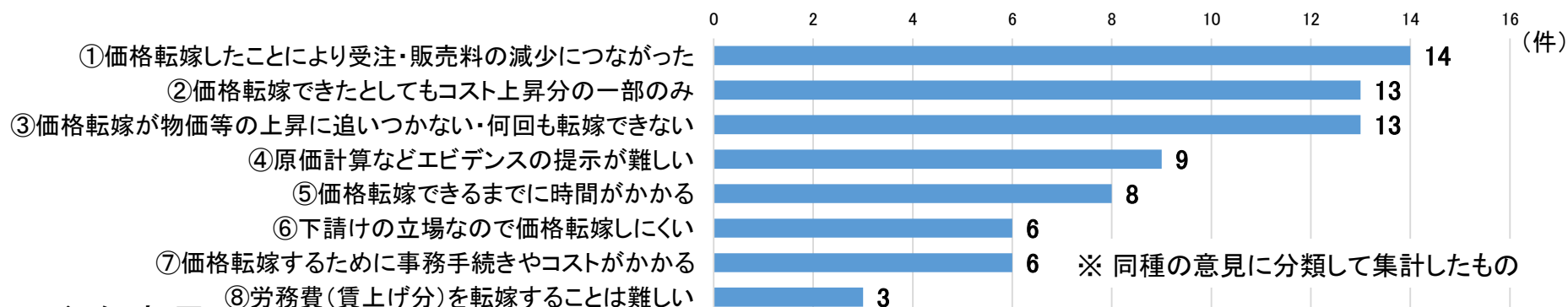
<主な意見>

- ① 電気代、原材料、包装資材の仕入価格の上昇分を示し価格転嫁を実現した。(製造業)
- ① 薬剤メーカーからの通知を添付し、エビデンス資料を作成し提示した。(製造業)
- ② 発注者側でもコスト上昇を実感しているため、交渉はしてもらっている。(その他)
- ② 日頃からの信頼関係により協議がスムーズなものになった。(建設業)
- ③ オンリーワン商材であるため、価格交渉力が強かった。(製造業)
- ④ 発注者側が「パートナーシップ構築宣言」の宣言をしている企業が多い。(その他)
- ⑤ 印刷工業組合が作成したお願い文書を添付し、スムーズな価格転嫁が実施できた。(製造業)₁₂

3-4. 価格転嫁の状況(課題)

価格交渉にあたっての課題(自由意見より)

- ・価格転嫁できた場合も、「①価格転嫁したことにより受注減につながった」、
- 「②価格転嫁できたとしてもコスト上昇分の一部のみ」、
- 「③価格転嫁が物価の上昇に追いつかない・何回も転嫁できない」等の課題が挙げられた。



<主な意見>

- ① 価格転嫁して理解を得られたが、**受注数が大幅に減少**した。(製造業)
- ② 本来は2割程度転嫁したいが、折り合いがつかず**1割程度で妥協**している。(サービス業)
- ③ 昨年に商品を値上げしたので、**頻繁には値上げしづらい**。(製造業)
- ④ 資材価格等の明示ができる製品以外の移動燃料費等の価格転嫁が難しい。(建設業)
- ⑤ 発注者の方も発注企業へ価格交渉するなどの必要があり、**時間を要した**。(製造業)
- ⑦ 小規模事業者のため、正確な**原価計算まで手が回らない**。(製造業)
- ⑧ 仕入商品の値上げはできるが、諸経費の特に**労務費等の転嫁ができない**。(卸売業)

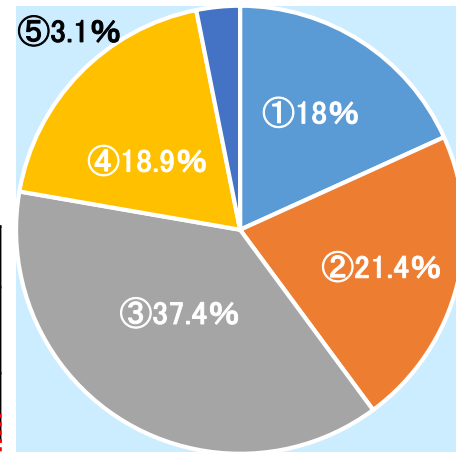
3-5. 価格転嫁の状況(全国との比較)

価格交渉促進月間フォローアップ調査(中小企業庁調査)

直近6ヶ月における全般的なコスト上昇分の転嫁状況

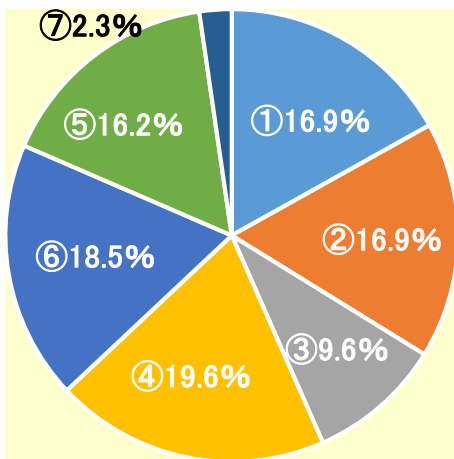
◆ 福島県調査結果 (調査期間: 2023年12月14日～2024年2月6日)

①7割以上	②3～6割程度	③1～3割程度	④0割	⑤コストが上昇せず転嫁不要
18%	21.4%	37.4%	18.9%	3.1%



● 価格交渉月間フォローアップ調査結果 (調査期間: 2023年10月10日～2023年12月6日)

①10割	②9割、8割、7割	③6割、5割、4割	④3割、2割、1割	⑥0割	⑤コストが上昇せず転嫁不要	⑦マイナス
16.9%	16.9%	9.6%	19.6%	18.5%	16.2%	2.3%



【調査方法】

全国の中小企業等に、発注側の事業者(最大3社分)との間の価格交渉・転嫁の状況を問うアンケート票を送付

【出典】「価格交渉促進月間(2023年9月)フォローアップ調査の結果について(確報版)

(令和6年1月12日 中小企業庁)

<事業者の声(福島県調査結果より)>

- 競合他社との競合があり受注量確保のため、値上げできない。
- 設計時の2年前に予算が決められて、交渉の余地がないといわれている。
- 昨年、値上げしたので、頻繁には値上げしづらい。