

価格転嫁に関するアンケート調査結果（中間報告）〈R6.10実施〉

1 調査の目的

県内における価格転嫁の実態等を調査・把握し、適切な価格転嫁の推進に向けた事業を効果的に講じるための基礎資料とするもの

2 調査対象

富山県内に事業所を有する事業者

3 調査方法

経済団体等を通じて事業者へ依頼文を発送し、依頼文に記載のURLから県電子申請システムにより回答

4 調査期間

令和6年9月2日(月)～令和6年10月16日(水)

5 有効回答数

有効回答件数：399社

6 回答者の所属する企業の資本金規模

～1,000万円	152社(38.1%)
1,000万円超～5,000万円	146社(36.6%)
5,000万円超～1億円	48社(12.0%)
1億円超～3億円	9社(2.3%)
3億円超～	22社(5.5%)
その他（個人事業主等）	22社(5.5%)

7 回答者が所属する企業の従業員規模

～5人	86社(21.6%)
6人～20人	108社(27.1%)
21人～100人	130社(32.6%)
101人～300人	49社(12.3%)
301人～	26社(6.5%)

1. 回答企業及び取引先企業の業種

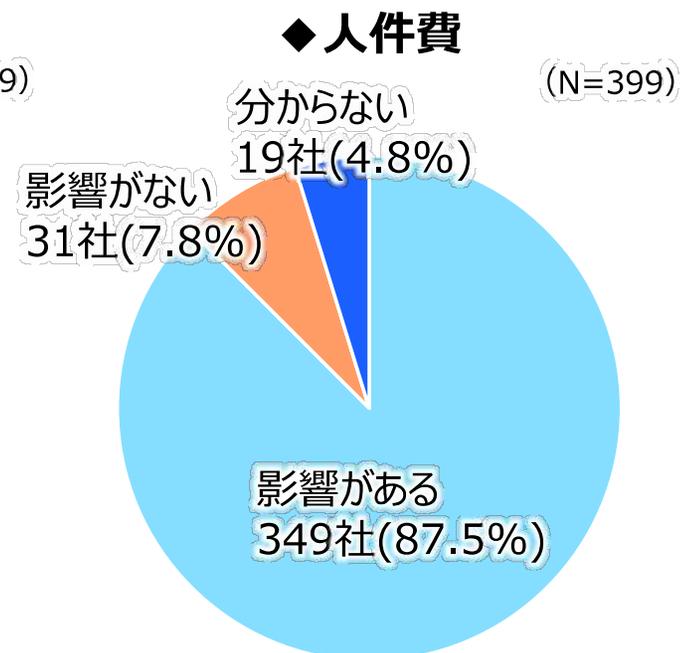
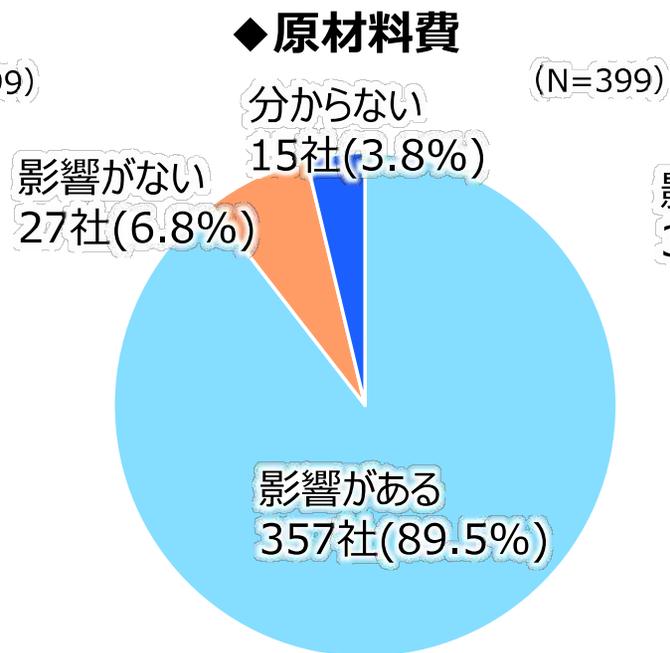
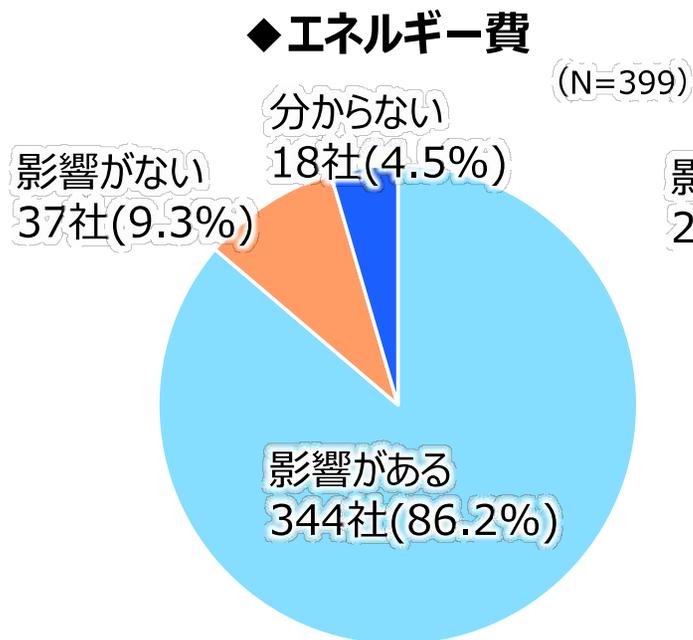
◆ 回答企業の業種

製造業	136社 (34.1%)
金属	22社 (5.5%)
機械製造	22社 (5.5%)
食品製造	19社 (4.8%)
自動車・自動車部品	14社 (3.5%)
電機・情報通信機器	13社 (3.3%)
繊維	10社 (2.5%)
化学	9社 (2.3%)
製薬	7社 (1.8%)
建材・住宅設備	7社 (1.8%)
紙・紙加工	6社 (1.5%)
石油製品・石炭製品製造	5社 (1.3%)
印刷	2社 (0.5%)
造船	0社 (0.0%)
建設	78社 (19.5%)
小売	39社 (9.8%)
卸売	32社 (8.0%)
トラック運送	14社 (3.5%)
飲食サービス	11社 (2.8%)
電気・ガス・熱供給・水道	8社 (2.0%)
情報サービス・ソフトウェア	6社 (1.5%)
不動産業・物品賃貸	5社 (1.3%)
金融・保険	3社 (0.8%)
広告	2社 (0.5%)
廃棄物処理	2社 (0.5%)
鉱業、採石業、砂利採取	1社 (0.3%)
通信	1社 (0.3%)
放送コンテンツ	1社 (0.3%)
その他	60社 (15.0%)
計	399社

◆ 取引先企業の業種

製造業	138社 (34.6%)
機械製造	31社 (7.8%)
自動車・自動車部品	21社 (5.3%)
建材・住宅設備	18社 (4.5%)
電機・情報通信機器	16社 (4.0%)
金属	12社 (3.0%)
食品製造	11社 (2.8%)
繊維	7社 (1.8%)
化学	7社 (1.8%)
製薬	6社 (1.5%)
石油製品・石炭製品製造	4社 (1.0%)
紙・紙加工	3社 (0.8%)
印刷	1社 (0.3%)
造船	1社 (0.3%)
建設	78社 (19.5%)
小売	35社 (8.8%)
卸売	26社 (6.5%)
飲食サービス	9社 (2.3%)
電気・ガス・熱供給・水道	7社 (1.8%)
トラック運送	6社 (1.5%)
情報サービス・ソフトウェア	4社 (1.0%)
不動産業・物品賃貸	3社 (0.8%)
鉱業、採石業、砂利採取	2社 (0.5%)
放送コンテンツ	1社 (0.3%)
金融・保険	1社 (0.3%)
廃棄物処理	1社 (0.3%)
通信	0社 (0.0%)
広告	0社 (0.0%)
消費者に直接製品やサービスを提供しているため発注側企業がない	54社 (13.5%)
その他	34社 (8.5%)
計	399社

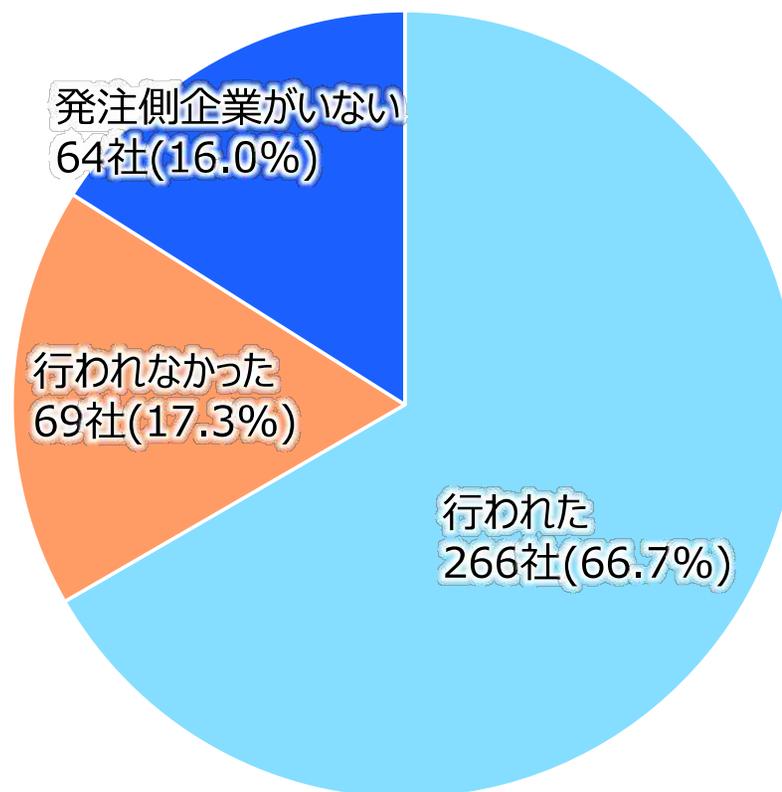
2. 価格高騰の影響について



3-1. 価格交渉の状況について

◆価格交渉の実施状況

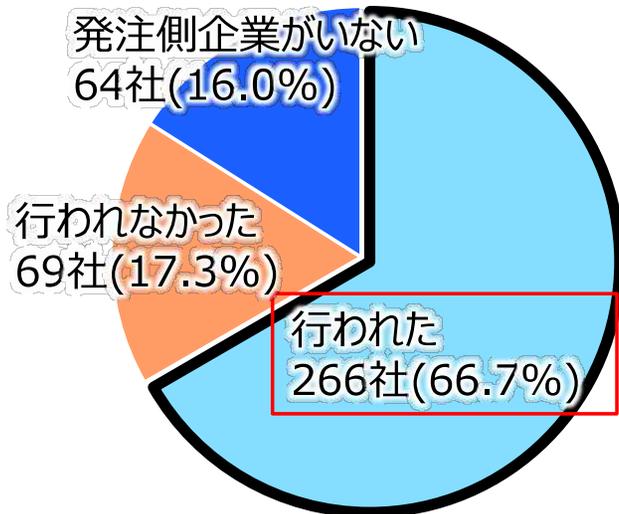
(N=399)



3-2. 価格交渉の状況について

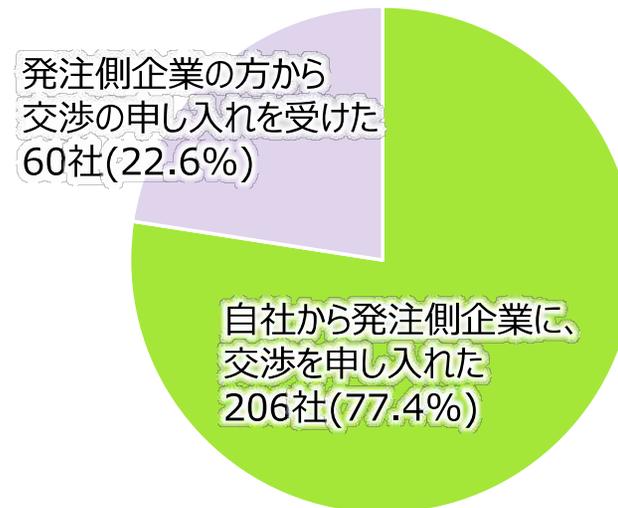
◆価格交渉の実施状況

(N=399)



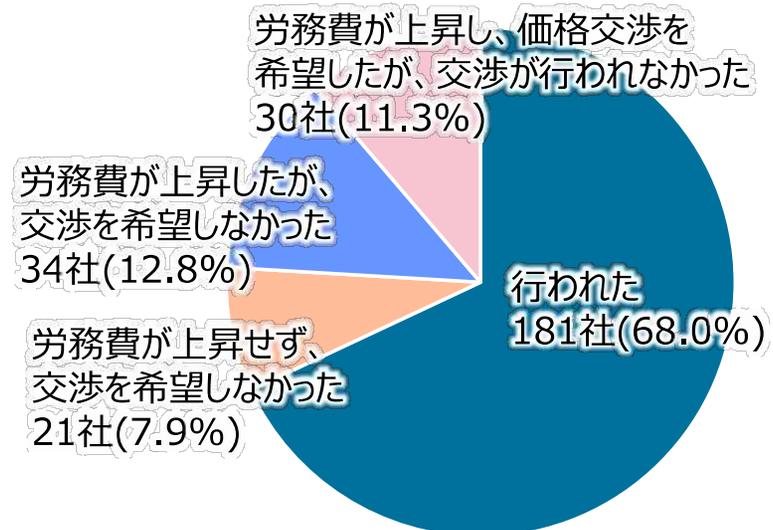
◆価格交渉が行われた企業の交渉の申し入れ

(N=266)



◆労務費の価格交渉の実施状況

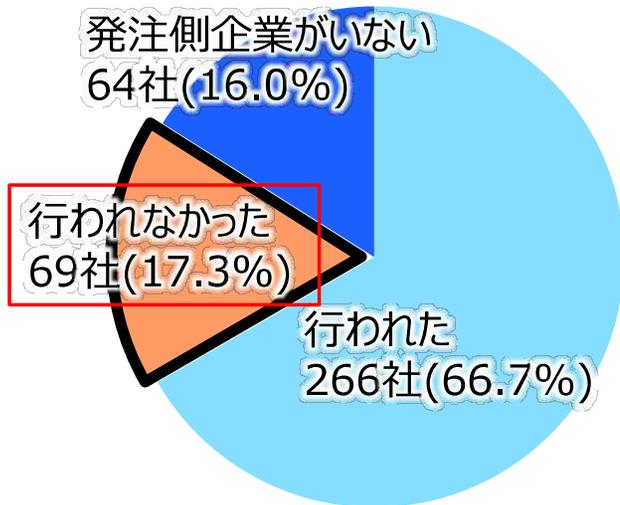
(N=266)



3-3. 価格交渉の状況について

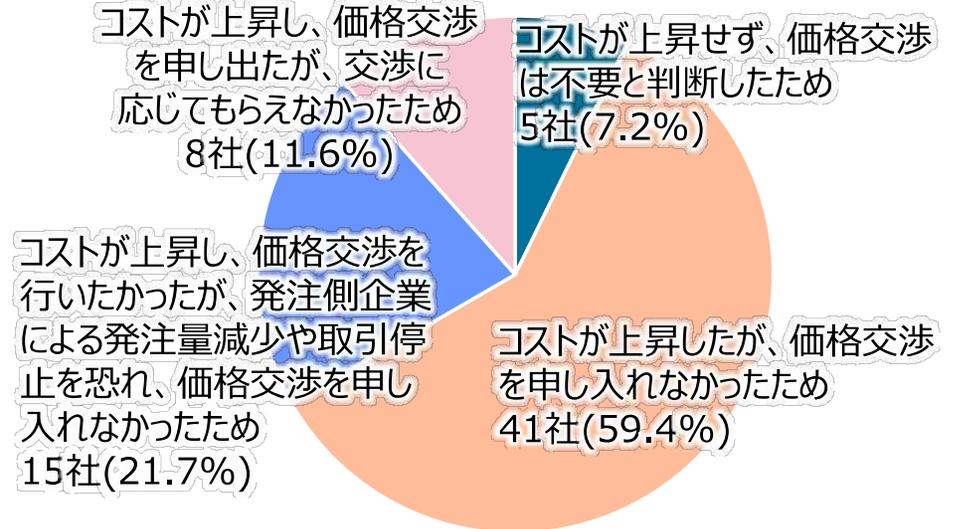
◆ 価格交渉の実施状況

(N=399)



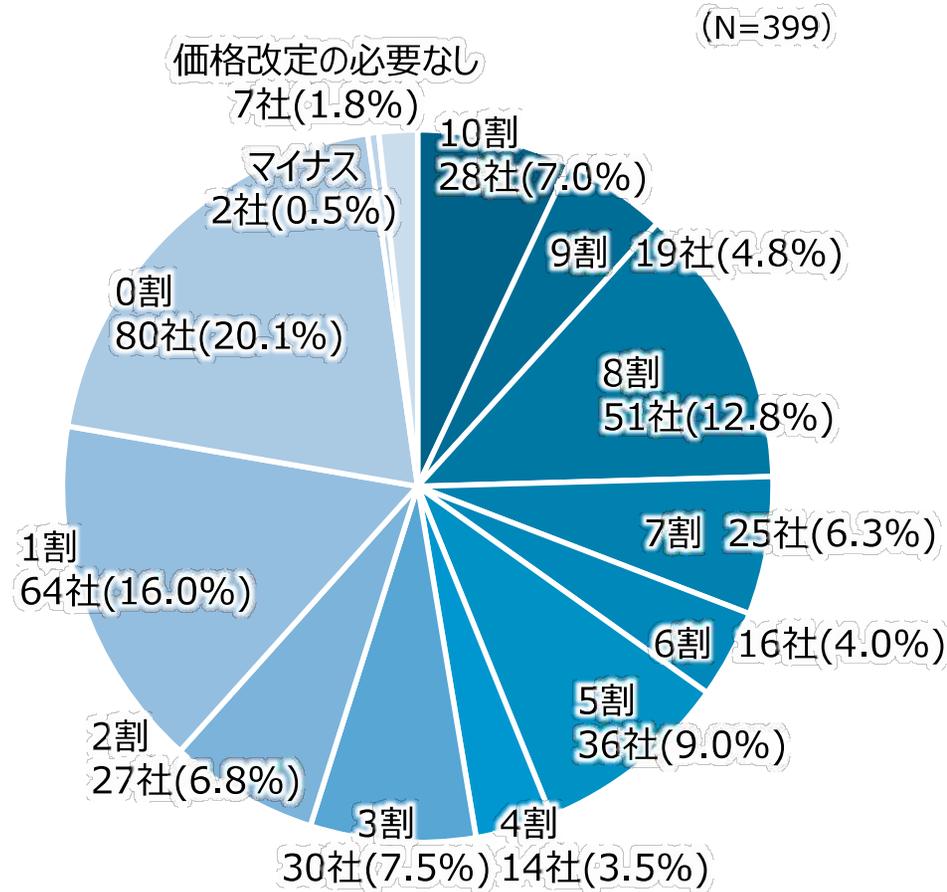
◆ 価格交渉が行われなかった理由

(N=69)



4-1. 価格転嫁の状況について

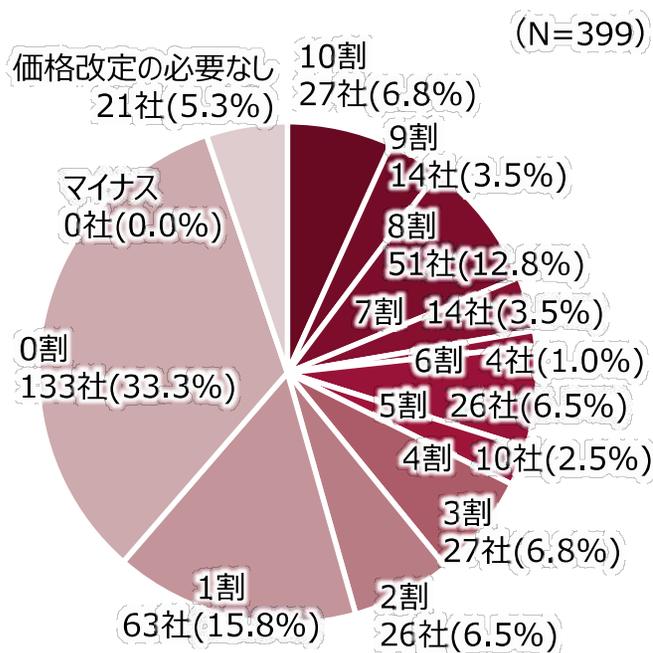
◆価格転嫁の状況（コスト全般）



平均：3.9割

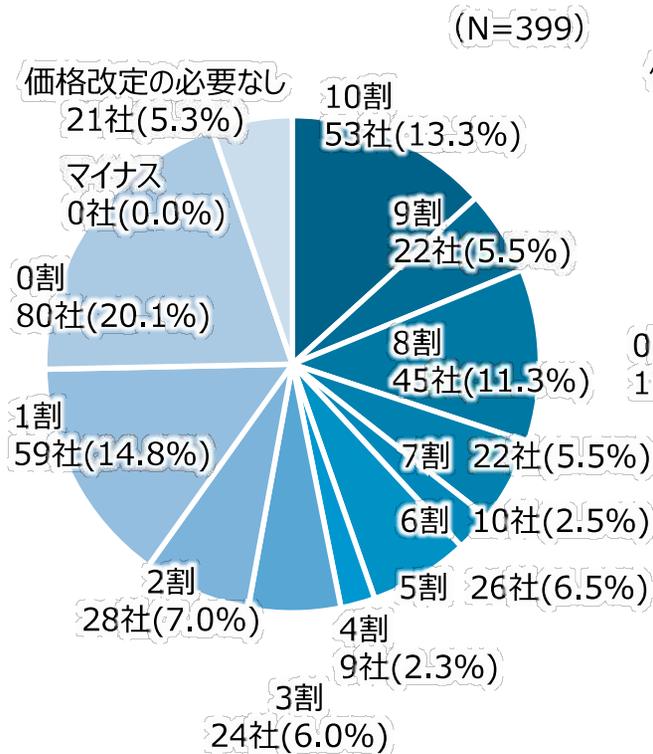
4-2. 価格転嫁の状況について

◆ 価格転嫁の状況（エネルギー費）



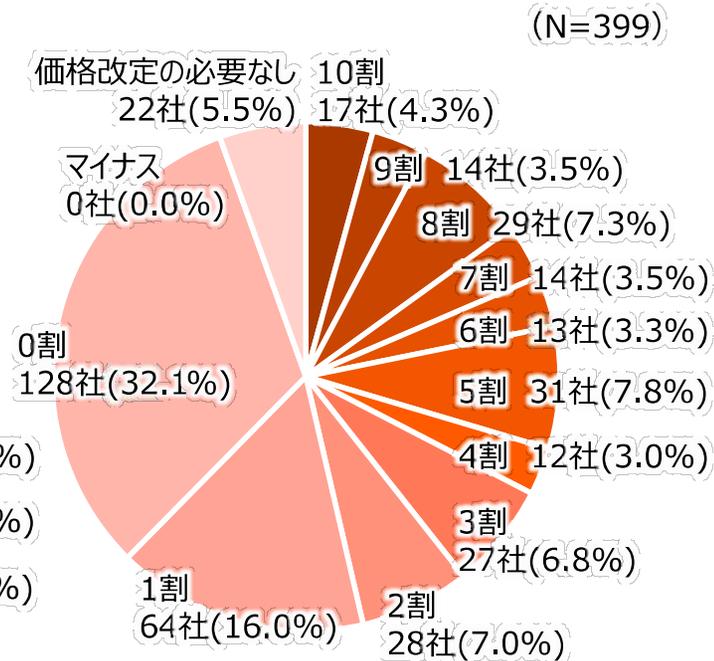
平均：2.9割

◆ 価格転嫁の状況（原材料費）



平均：4.1割

◆ 価格転嫁の状況（人件費）

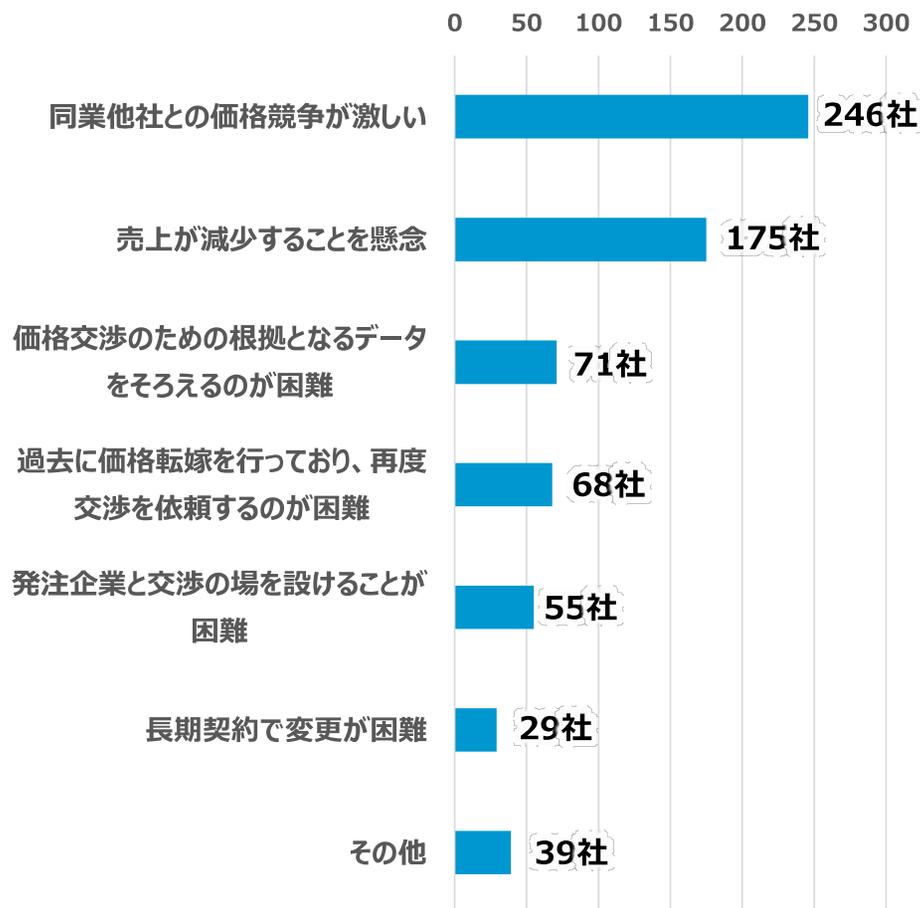


平均：2.8割

5. 価格転嫁の課題・価格転嫁以外の対応策について

◆ 価格転嫁が十分にできない理由

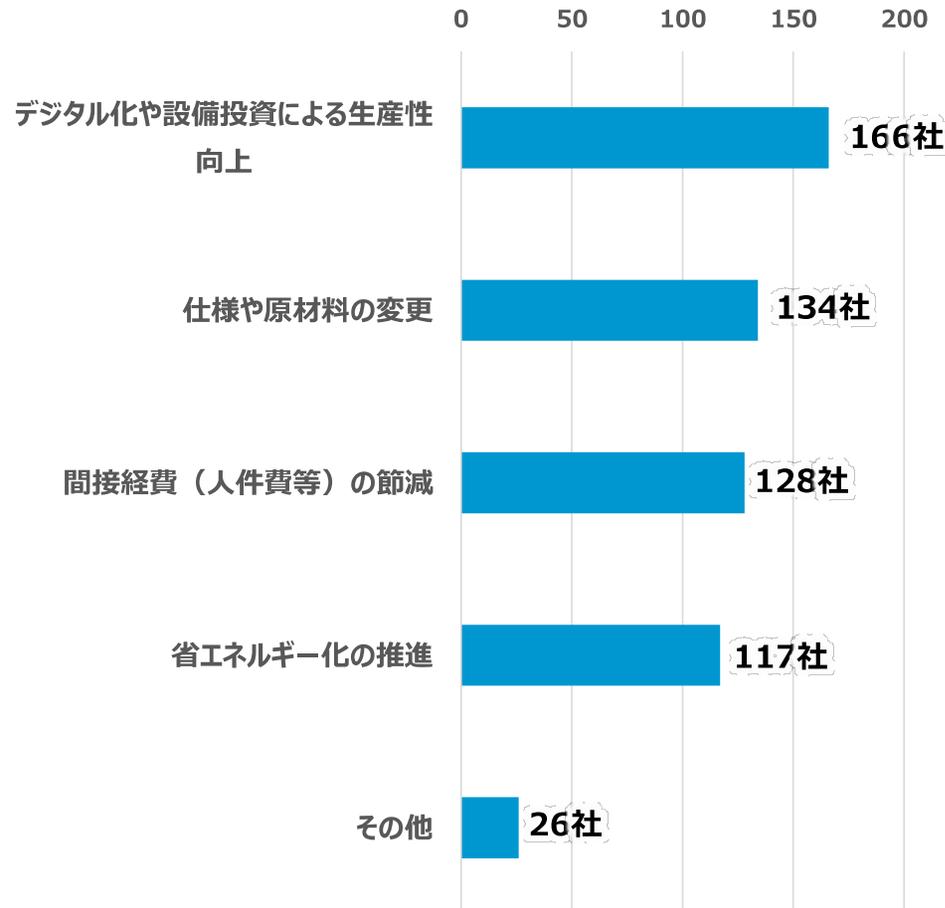
(N=374)



※複数回答可

◆ 価格高騰に対する価格転嫁以外の対応策

(N=361)



※複数回答可

6. 価格交渉・価格転嫁の良かった対応・適切でないと思われる対応

◆良かった対応

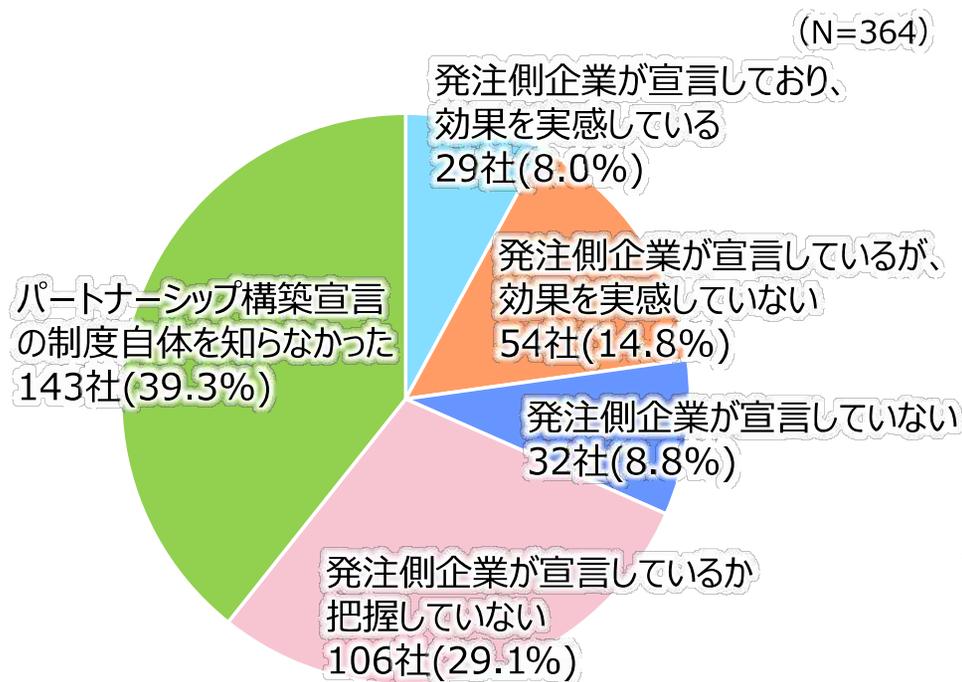
- ・エネルギー費の影響について使用電力量と使用電力金額のサーチャージ（加算）方式で算出している。（機械製造業）
- ・取引先から人件費の価格転嫁ロジックを提示して頂けた。（自動車・自動車部品製造業）
- ・発注側企業が価格交渉・価格転嫁の場を設けてくれて良かった。（建設業）
- ・物流2024年問題もあり、荷主と一緒に運転手の労働環境改善がかなり進んだ。特に時間短縮に対するコスト（具体的には高速道路料金や有料道路使用料等）を荷主にかなり負担してもらうこともできるようになった。（トラック運送業）

◆適切でないと思われる対応

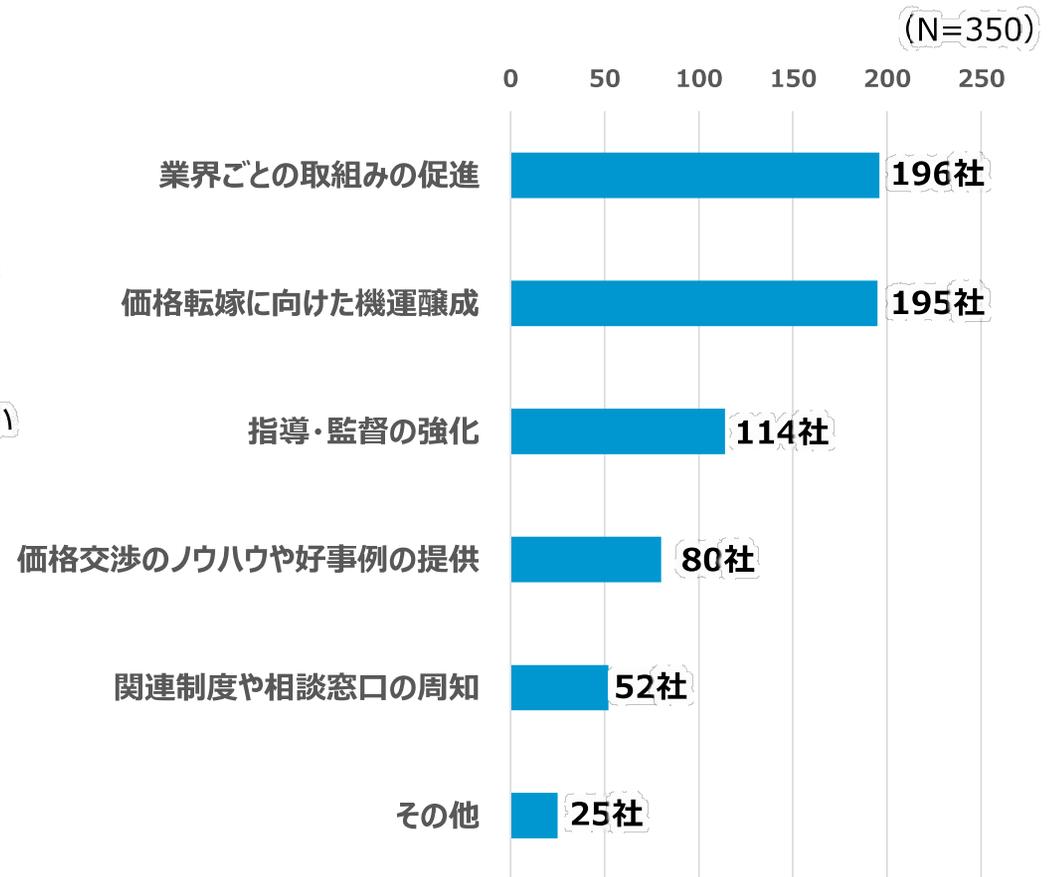
- ・指値から見積制への変更を求めたが不可であった。（金属加工業）
- ・価格改定を申し込んだが、直前になって「時期をずらさせてほしい」と一方的な通告があって、のんでもらえなかった。（食品製造業）
- ・原材料費が高騰し人件費も賃上げ傾向にある中、元請からの発注額が全く変わらない。工事金額が上がると顧客からの受注が出来ないと言われた。（建設業）
- ・競合相手がいる商材については他社の動向を見ながらの価格交渉となるため、値上げ出来ない場合も多い。（卸売業）

7. パートナーシップ構築宣言の効果・行政に期待する取組み

◆ 下請企業としてパートナーシップ構築宣言の効果を実感しているか



◆ 適切な価格転嫁の実現に向けて行政に期待する取組み



※複数回答可

8. 価格転嫁に関するご意見

- 取引先の業種によって、価格の開きが大きく、低いところは今後も交渉を続けていかないといけない。
（倉庫・運送業）
- 零細企業は何か言うと仕事を減らされ、価格転嫁もままならない。弱いものはさらに弱くなっていると実感している。（建材・住宅設備製造業）
- 価格転嫁に応じない企業（特に大企業や中堅企業）に対して啓蒙をお願いしたい。（人材派遣業）
- 飲食店は価格を上げたらお客様が来なくなるため上げられない。（飲食サービス業）
- 運賃について地元地域で値上げを達成しても隣の地区から安価でやってくるため、価格転嫁ができていない。（トラック運送業）
- 世間では、価格交渉術などいろいろ言われているが、現場に入ると、そう簡単にはいかない。アナログな方法だが、ポスターやテレビ広告などで価格転嫁に対する理解が進むよう、ジャブを打ち続けていただきたい。
（食品製造業）
- 下請企業は賞与支給も厳しい状況であり、請負単価の上昇や年間を通しての受注が無いと、賃金の引上げまで行うことができない。（建設業）