

令和6年度 価格転嫁・パートナーシップ構築宣言に係る実態調査アンケート

静岡県経済産業部商工業局商工振興課

令和7年1月

目次

項目	内容	頁
I 調査の概要	調査目的、調査対象の範囲、調査時期、調査方法	2
II 回答企業の概要	業種別内訳、地域別内訳、規模別内訳	2
III 調査結果	1 価格高騰等の影響の状況	4
	(1) エネルギー価格高騰の影響	4
	(2) 原材料の価格高騰の影響	4
	(3) 人件費の高騰の影響	4
	(4) 価格交渉の実施状況	4
	(5) 価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等	5
	(6) 特に相談はしていない場合の理由	5
	(7) コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合	6
	(8) 価格転嫁が十分にできない理由	6
	(9) コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策	7
	(10) 価格転嫁により実現した（予定を含む）成果	7
	2 パートナーシップ構築宣言の登録状況	8
	(1) パートナーシップ構築宣言の登録状況	8
	(2) パートナーシップ構築宣言登録の影響	8
	(3) パートナーシップ構築宣言登録のプラスの影響の内容	8
	(4) 補助金の加点措置の認知状況	9
	(5) パートナーシップ構築宣言登録の取引先への周知方法	9
	(6) パートナーシップ構築宣言登録の社内への周知	9
	3 発注者側の立場	10
	(1) 下請取引に関するルール・関係法令等に関する社内教育	10
	(2) 取引先との価格協議の頻度	10
	(3) サプライチェーン全体の共存共栄に向けた取組	10
	4 行政に期待する役割	11
	(1) パートナーシップ構築宣言の普及に向けた行政の取組	11
	(2) 適正な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援	11
IV 調査項目		12

## I 調査の概要

### 1 調査目的

物価高騰が長期化する中、適切な価格転嫁への取組は、事業環境の改善の第一歩と言える。本県では、令和5年6月7日に産官労の3者で「パートナーシップ構築宣言の普及・促進と実効性向上に向けた共同宣言」を行い、適切な価格転嫁の気運醸成に連携して取り組んでいるところである。この取組の一環として、昨年に引き続き、アンケート調査を実施し、県内企業の皆様の現状をあらためて把握することとした。調査結果は、今後の取組を一層進める上の参考とする。

### 2 調査対象の範囲

本所所在地を静岡県内に持つ企業 4,000 社

有効回答企業：406 社（回答率 10.15%）

※質問によって回答企業数が異なるため、n=回答企業数とする。

※単位未満四捨五入のため、合計は必ずしも一致しない。

### 3 調査時期

令和6年11月1日～11月30日

### 4 調査方法

調査協力を依頼する案内文を郵送し、電子申請サービスにより無記名回答を求めた。

## II 回答企業の概要

### 1 業種別内訳

区 分	回答企業数(社)	構成比 (%)
①製造業	87	21.4
②非製造業	319	78.6
農林水産業	5	1.2
建設業	65	16.0
情報通信業	7	1.7
運輸業	14	3.4
卸売業、小売業	98	24.1
宿泊業、飲食サービス業	31	7.6
その他（上記分類にないもの）	99	24.6
合 計	406	100.0

### 2 地区別内訳

地区	伊豆	東部	中部	西部
	24 社	104 社	134 社	144 社

### 3 規模別内訳

#### (1) 資本金等別内訳

資本金等	1千万円以下	1千万円超～ 5千万円以下	5千万円超～ 1億円以下	1億円超～ 3億円以下	3億円超
	221社	130社	34社	8社	13社

#### (2) 従業員数別内訳

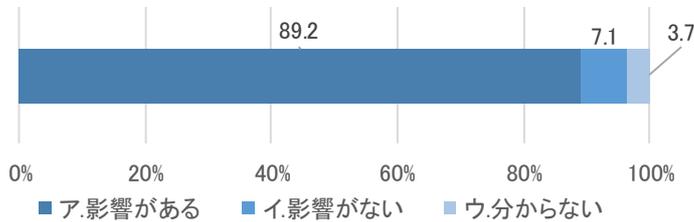
従業員数	5人以下	6人以上～ 20人以下	21人以上～ 50人以上	51人以上～ 100人以下	101人以上～ 300人以下	301人以上
	133社	87社	78社	37社	42社	29社

### Ⅲ 調査結果

#### 1 価格高騰等の影響の状況

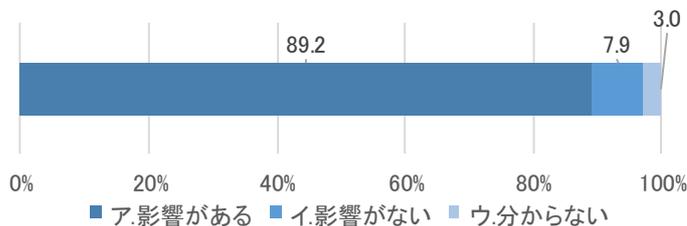
(1) エネルギー価格高騰の影響 (n=406)

・「影響がある」は89.2%、「影響がない」は7.1%となっている。



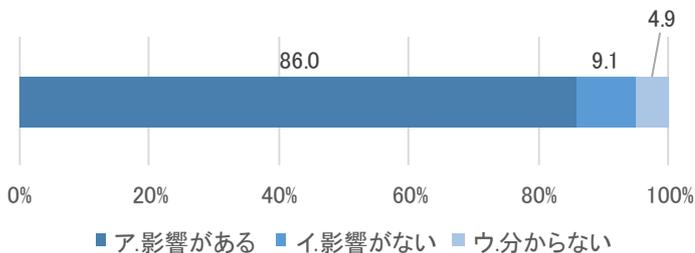
(2) 原材料の価格高騰の影響 (n=406)

・「影響がある」は89.2%、「影響がない」は7.9%となっている。



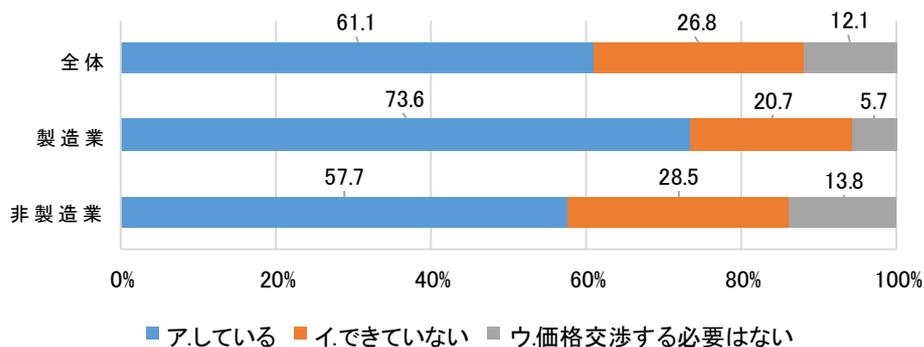
(3) 人件費の高騰の影響 (n=406)

・「影響がある」は86.0%、「影響がない」は9.1%となっている。



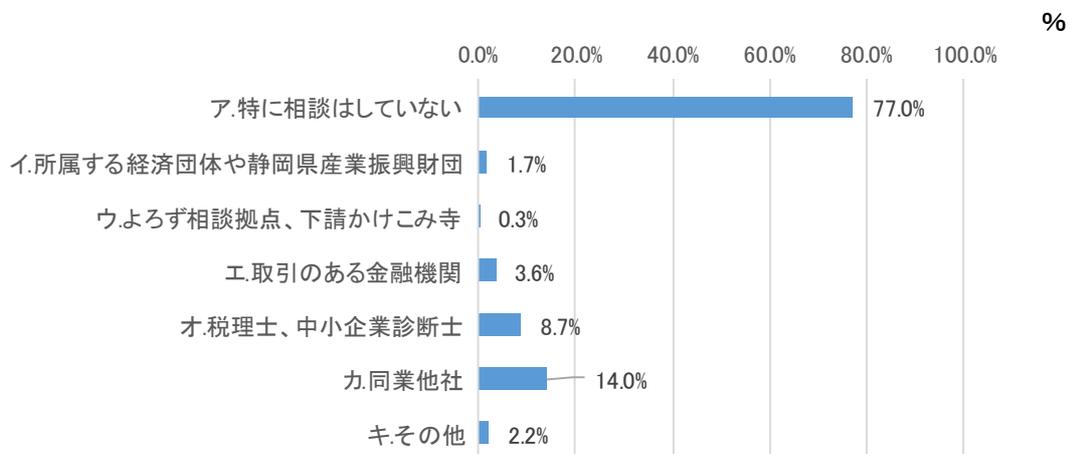
(4) 価格交渉の実施状況 (n=406)

・全体では、「している」が61.1%である一方、「できていない」は26.8%となっている。業種別では、製造業は「している」が73.6%、「できていない」が20.7%であるものの、非製造業は「している」が57.7%、「できていない」が28.5%となっている。



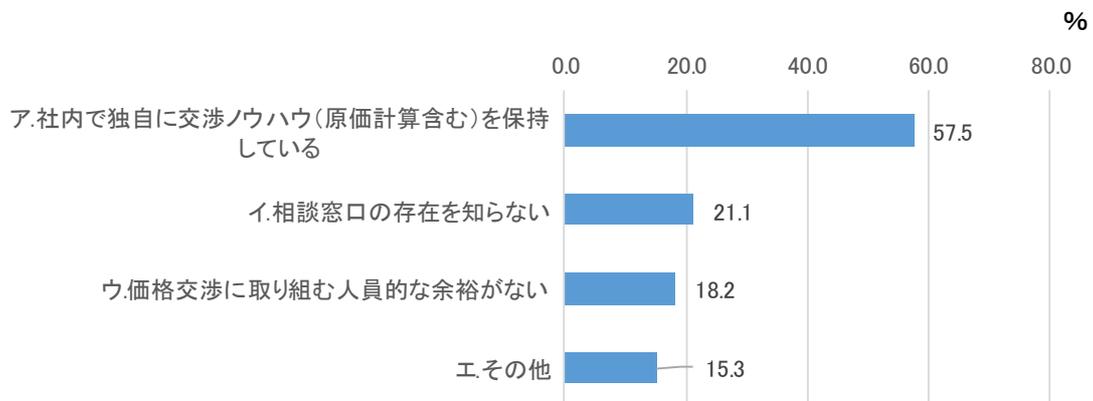
(5) 価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等(n=357)

- ・「特に相談はしていない」が77.0%と最も多くなっている。次いで「同業他社」が14.0%、「税理士、中小企業診断士」が8.7%となっている。なお、「弁護士」はなかった。



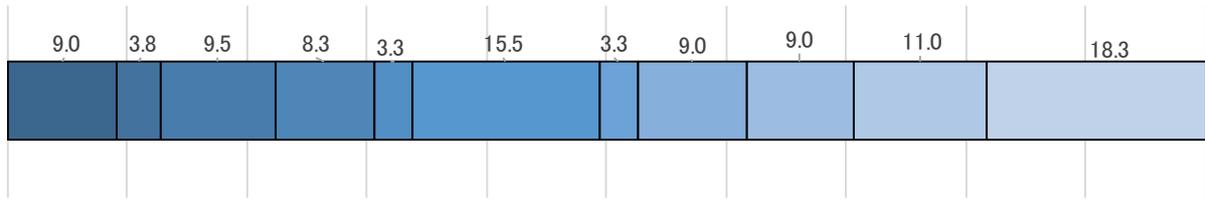
(6) 特に相談はしていない場合の理由(n=275)

- ・「社内で独自に交渉ノウハウを保持している」が57.5%と最も多くなっている。次いで「相談窓口の存在を知らない」が21.1%、「価格交渉に取り組む人力的余裕がない」が18.2%となっている。



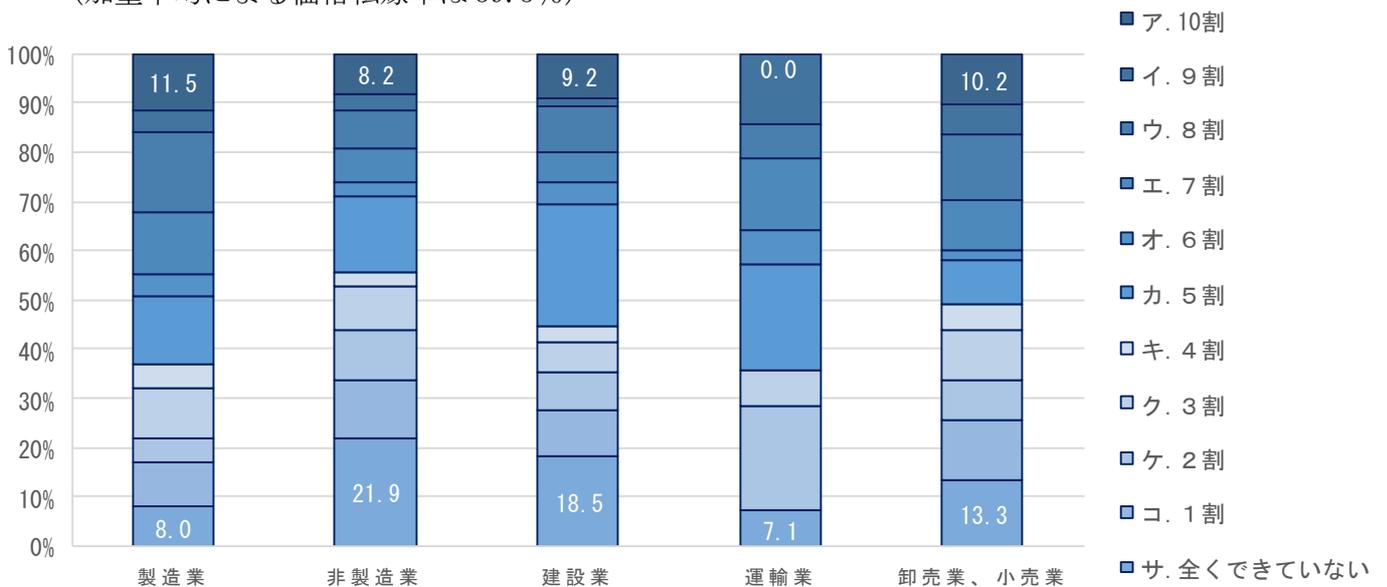
(7) コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合 (n=399) (医療・福祉を除く)

- ・「1割」以上の価格転嫁ができた企業の割合が81.7%である一方、「全くできていない」企業は、18.3%となっている。7割以上の価格転嫁ができた企業の割合は30.6%となっている。(加重平均による価格転嫁率は44.0%)



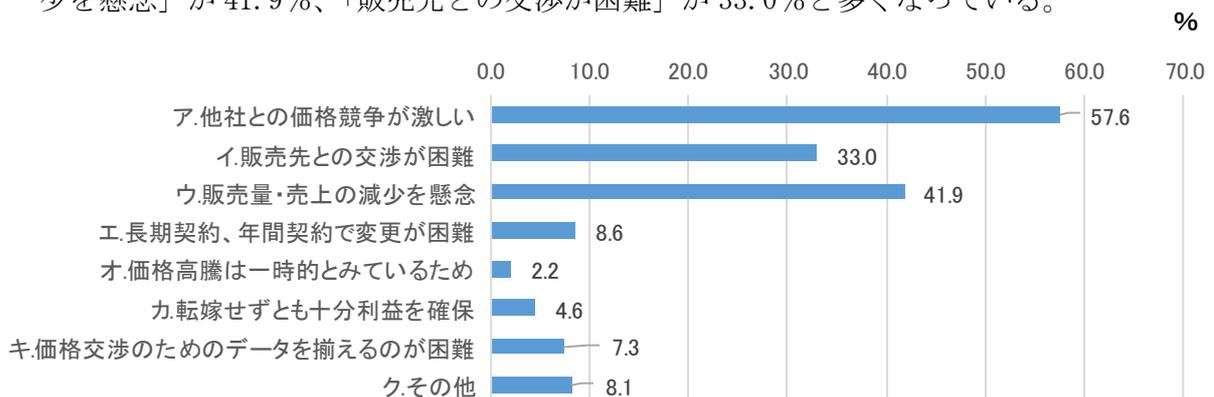
■ア.10割 ■イ.9割 ■ウ.8割 ■エ.7割 ■オ.6割 ■カ.5割 ■キ.4割 ■ク.3割 ■ケ.2割 ■コ.1割 ■サ.全くできていない

- ・業種別では、製造業は92.0%が一部価格転嫁できているものの、8.0%は全くできていない。(加重平均による価格転嫁率は53.8%)
- ・非製造業では、78.1%が一部価格転嫁できているものの、21.9%は全くできていない。(加重平均による価格転嫁率は39.3%)



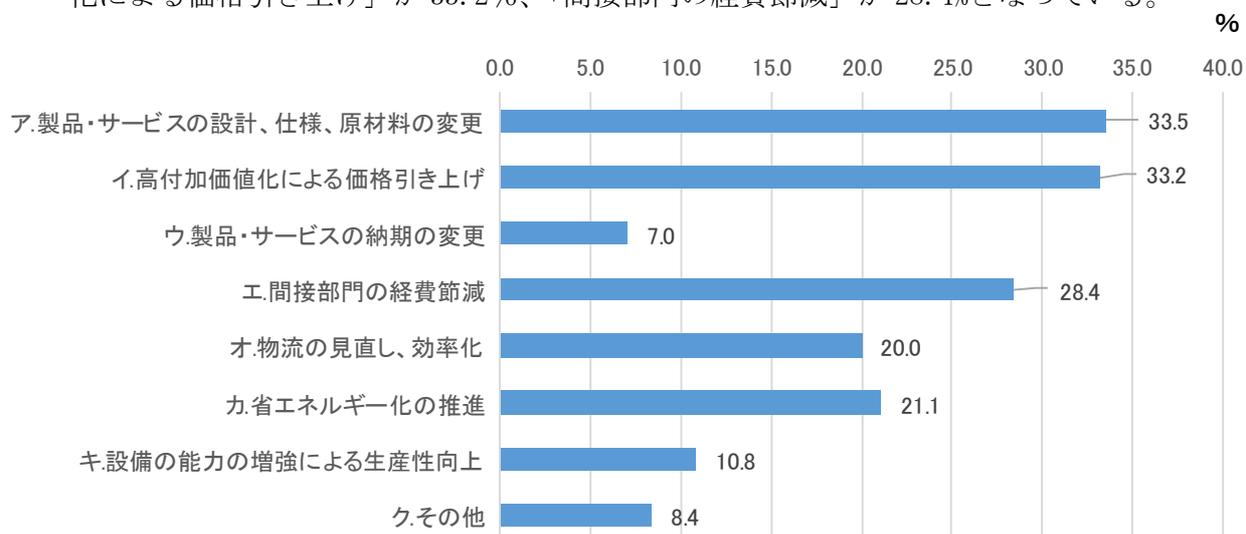
(8) 価格転嫁が十分にできない理由 (n=370)

- ・「他社との価格競争が激しい」が57.6%で最も多くなっている。次いで「販売量・売上の減少を懸念」が41.9%、「販売先との交渉が困難」が33.0%と多くなっている。



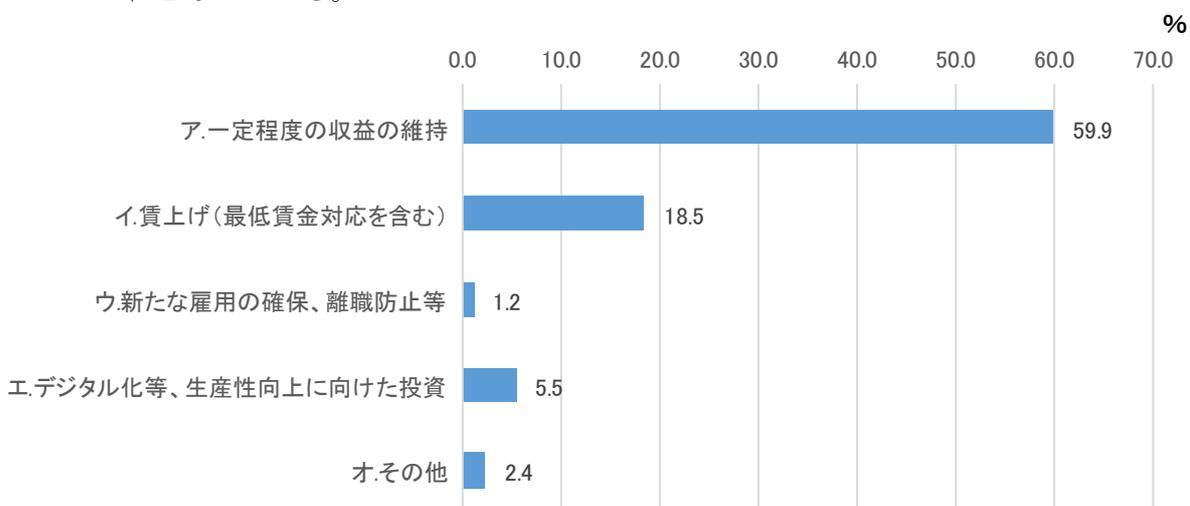
(9) コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策 (n=370)

- ・「製品・サービスの設計、仕様、原材料の変更」が 33.5%と最も多く、次いで「高付加価値化による価格引き上げ」が 33.2%、「間接部門の経費節減」が 28.4%となっている。



(10) 価格転嫁により実現した（予定を含む）成果 (n=329)

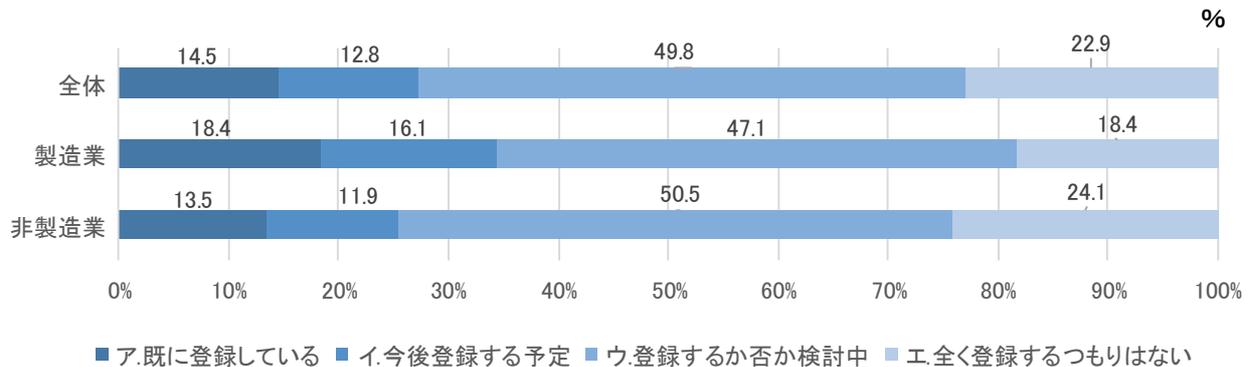
- ・「一定程度の収益の維持」が 59.9%と最も多く、次いで「賃上げ（最低賃金対応を含む）」が 18.5%となっている。



## 2 パートナーシップ構築宣言の登録状況

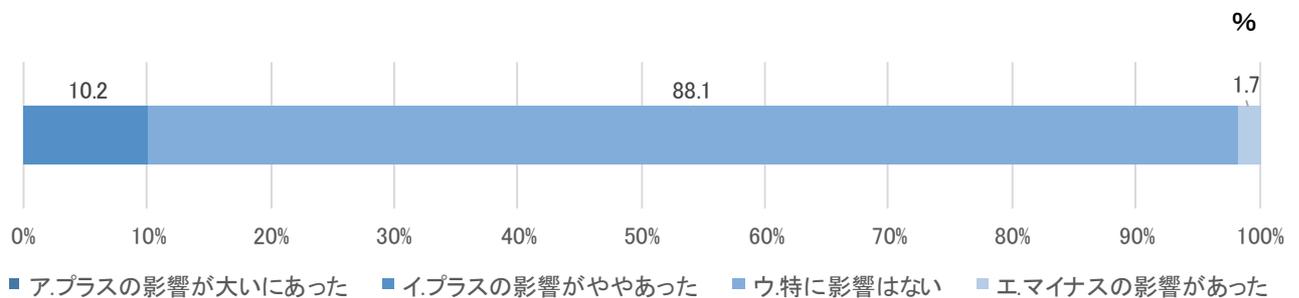
### (1) パートナーシップ構築宣言の登録状況 (n=406)

- ・全体では「既に登録している」、「今後登録する予定」が 27.3%である一方、「登録するか否か検討中」は 49.8%となっている。また、「全く登録するつもりはない」も 22.9%ある。業種別では、製造業は「既に登録している」、「今後登録する予定」が 34.5%、「登録するか否か検討中」が 47.1%となっている。非製造業は「既に登録している」、「今後登録する予定」が 25.4%、「登録するか否か検討中」が 50.5%となっている。



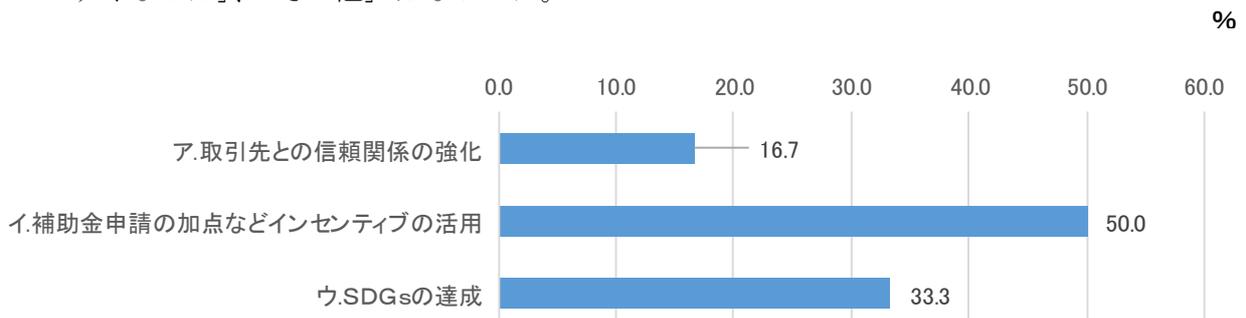
### (2) パートナーシップ構築宣言登録の影響 (n=59)

- ・「特に影響はない」が 88.1%であるものの、「プラスの影響が大いにあった」はなく、「プラスの影響がややあった」は 10.2%となっている。なお、「マイナスの影響があった」は 1.7%で、インセンティブなどのメリットを感じにくいとの回答がみられた。



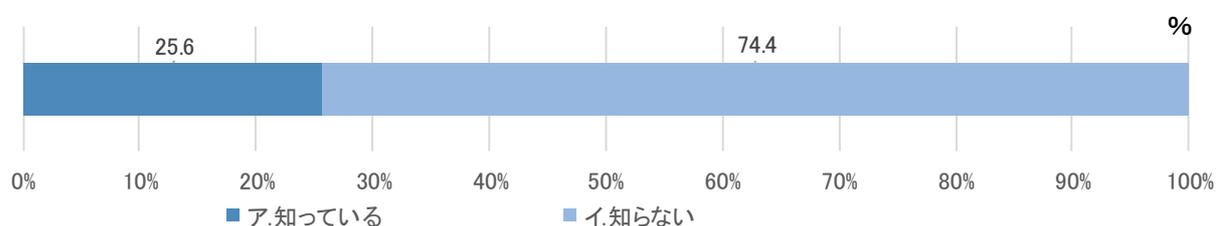
### (3) パートナーシップ構築宣言登録のプラスの影響の内容 (n=6)

- ・「補助金申請の加点などインセンティブの活用」、「SDGs の達成」、「取引先との信頼関係の強化」との回答がみられた。なお、「企業価値の向上」、「受注者側の立場で価格交渉が行いやすくなった」、「その他」はなかった。



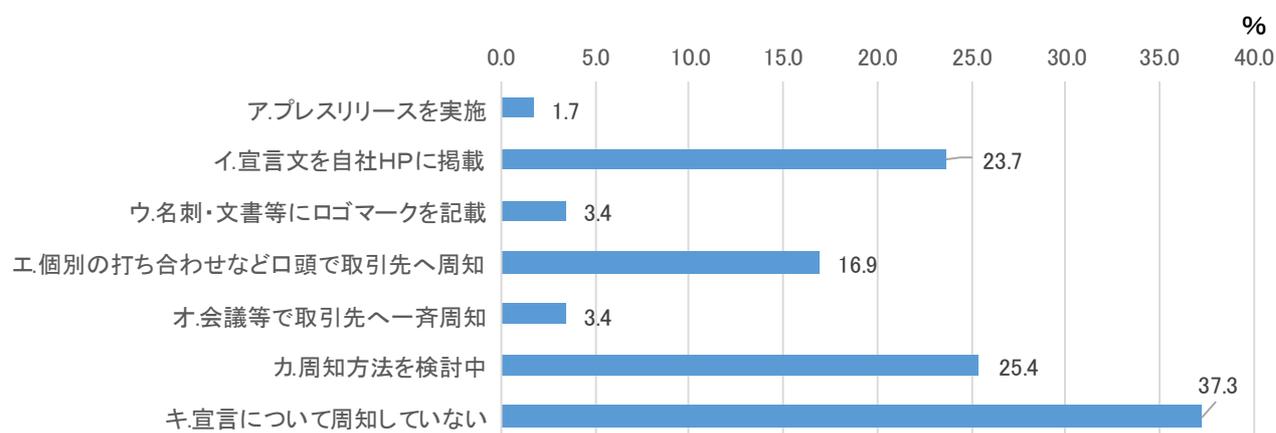
(4) 補助金の加算措置の認知状況 (n=406)

・「知っている」が25.6%で、「知らない」が74.4%となっている。



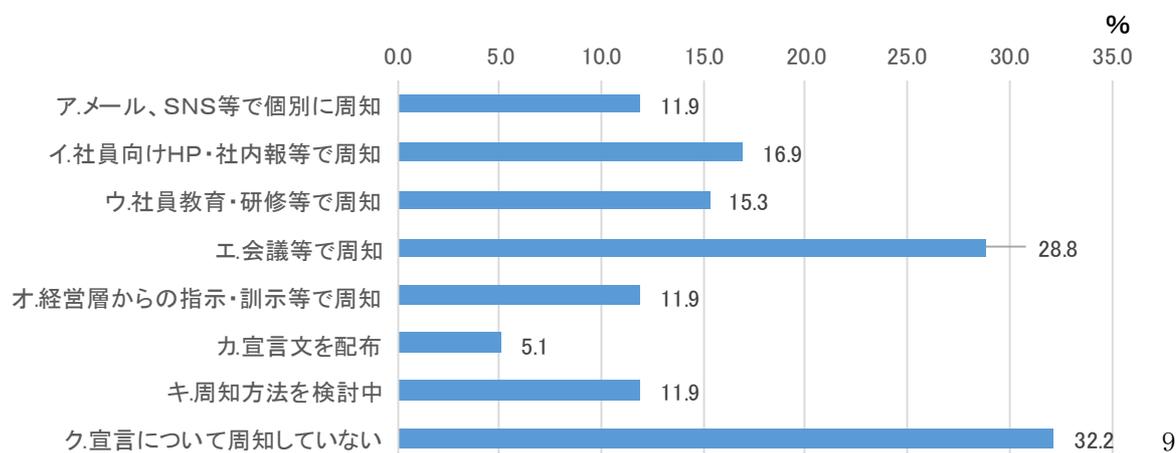
(5) パートナーシップ構築宣言登録の取引先への周知方法 (n=59)

・「宣言文を自社HPに掲載」が23.7%あるものの、「宣言について周知していない」が37.3%、「周知方法を検討中」が25.4%となっている。なお、「取引先に宣言文を手交・メール等で周知」はなかった。



(6) パートナーシップ構築宣言登録の社内への周知 (n=59)

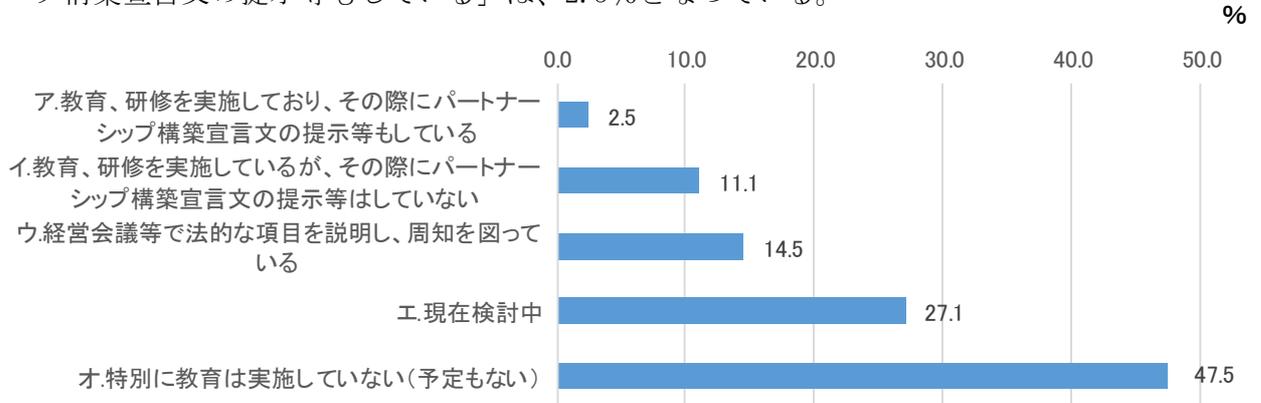
・「会議等で周知」が28.8%、「社員向けHP・社内報等で周知」が16.9%あるものの、「宣言について周知していない」は32.2%、「周知方法を検討中」は11.9%となっている。なお、「パンフレットや名刺にロゴを記載し意識付け」はなかった。



### 3 発注者側の立場

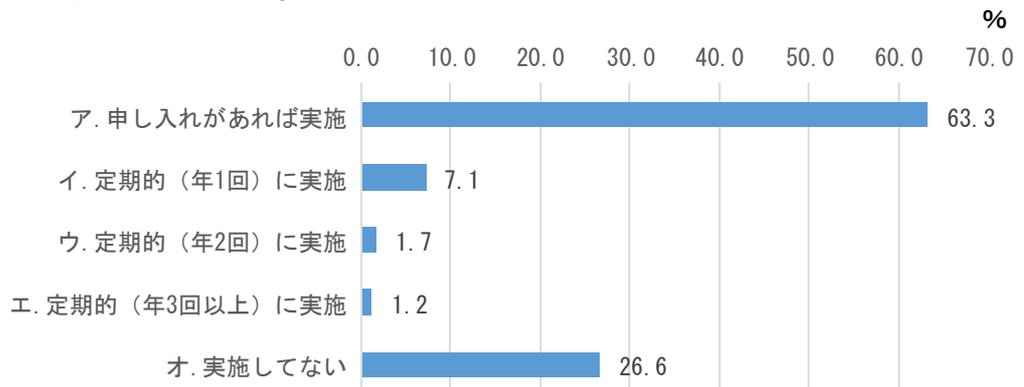
#### (1) 下請取引に関するルール・関係法令等に関する社内教育(n=406)

- ・「特別に教育は実施していない(予定もない)」が47.5%と最も多く、次いで「現在検討中」が27.1%となっている。一方、「教育、研修を実施しており、その際にパートナーシップ構築宣言文の提示等もしている」は、2.5%となっている。



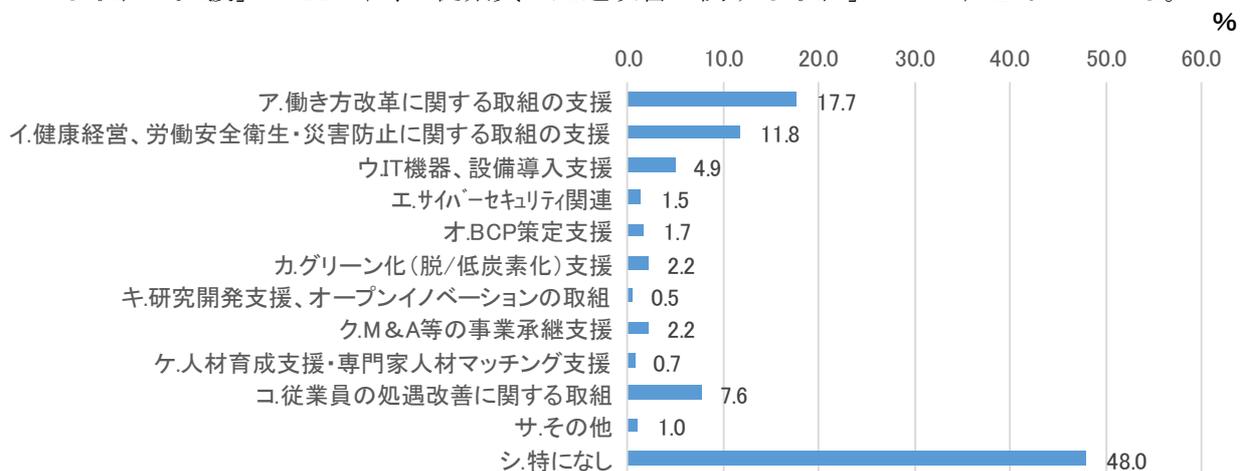
#### (2) 取引先との価格協議の頻度(n=406)

- ・「申し入れがあれば実施」が63.3%と最も多くなっている。定期的に価格協議の機会を設けている企業は10.0%となっている。



#### (3) サプライチェーン全体の共存共栄に向けた取組(n=406)

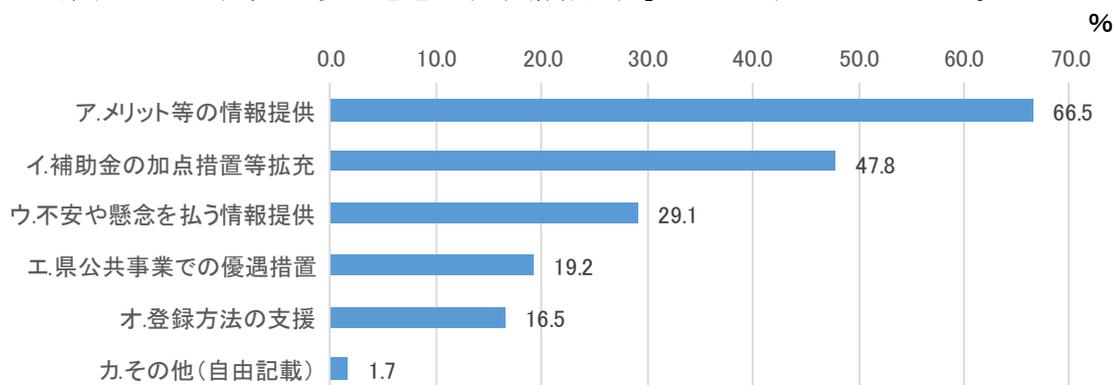
- ・「働き方改革に関する取組の支援」が17.7%、「健康経営、労働安全衛生・災害防止に関する取組の支援」が11.8%、「従業員の処遇改善に関する取組」が7.6%となっている。



#### 4 行政に期待する役割

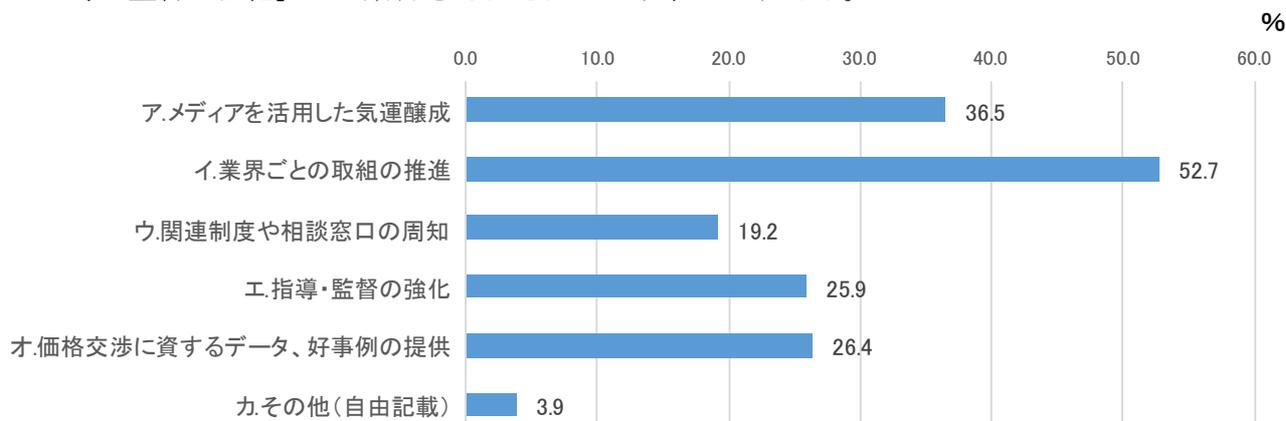
(1) パートナーシップ構築宣言の普及に向けた行政の取組 (n=406)

- ・「メリット等の情報提供」が66.5%と半数を超えており、次いで「補助金の加点措置等拡充」への期待が47.8%、「不安や懸念を払う情報提供」が29.1%となっている。



(2) 適正な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援 (n=406)

- ・「業界ごとの取組の推進」を52.7%が期待しており、次いで「メディアを活用した気運醸成」が36.5%と多くなっている。また、「価格交渉に資するデータ、好事例の提供」、「指導・監督の強化」への期待もそれぞれ26.4%、25.9%ある。



#### IV 調査項目

業種
<p>貴社の業種について一番近いものを選択してください。</p> <p>農業、林業、漁業、建設業、製造業、情報通信業、運輸業、卸売業・小売業、学術研究・専門・技術サービス業、宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉、その他（上記分類にないもの）</p>
所在地域
<p>貴社の所在する地域について一番近いものを選択してください。</p> <p>（複数事業所がある場合は、本社の所在する地域を選択してください）</p> <p>東部地区、中部地区、西部地区、伊豆地区</p>
資本金等
<p>貴社の資本金又は出資の総額について選択してください。</p> <p>1千万円以下、1千万円超～5千万円以下、5千万円超～1億円以下、1億円超～3億円以下、3億円超</p>
従業員数
<p>貴社の常時使用する従業員の数について選択してください。</p> <p>5人以下、6人以上～20人以下、21人以上～50人以下、51人以上～100人以下、101人以上～300人以下、301人以上</p>
メールアドレス（任意）
Q1-1：エネルギー価格高騰の影響
<p>エネルギー（電気、ガスなど）の価格高騰について貴社の状況に最も近いものを選択してください。</p> <p>ア. 影響がある、イ. 影響がない、ウ. 分からない</p>
Q1-2：原材料の価格高騰の影響
<p>原材料の価格高騰について貴社の状況に最も近いものを選択してください。</p> <p>ア. 影響がある、イ. 影響がない、ウ. 分からない</p>
Q1-3：人件費の高騰の影響
<p>人件費の高騰について貴社の状況に最も近いものを選択してください。</p> <p>ア. 影響がある、イ. 影響がない、ウ. 分からない</p>
Q2：価格交渉の実施状況
<p>貴社の価格交渉の実施状況について選択してください。</p> <p>ア. している、イ. できていない、ウ. 価格交渉する必要はない</p>
Q3：価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等
<p><b>【Q2で「ア」及び「イ」を選択した方のみ回答】</b></p> <p>価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等についてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア. 特に相談はしていない、イ. 所属する経済団体や静岡県産業振興財団、 ウ. よろず相談拠点、下請かけこみ寺、エ. 取引のある金融機関、オ. 税理士、中小企業診断士、 カ. 弁護士、キ. 同業他社、ク. その他（自由記載）</p>

Q 3-2 : ア特に相談はしていない場合の理由
Q 3で「ア」を選択した方は相談していない理由をあてはまるもの全て選択してください。 ア. 社内で独自に交渉ノウハウ（原価計算含む）を保持している、イ. 相談窓口の存在を知らない ウ. 価格交渉に取り組む人員的な余裕がない、エ. その他（自由記載）
Q 4 : コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合
コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。 ア. 10割、イ. 9割、ウ. 8割、エ. 7割、オ. 6割、カ. 5割、キ. 4割、ク. 3割、ケ. 2割、コ. 1割、 サ. 全くできていない
Q 5 : 価格転嫁が十分にできない理由【必須】
【Q 4で「ア」以外を選択した方のみ回答】 価格転嫁が十分にできない理由について当てはまるものを全て選択してください。 ア. 他社との価格競争が激しい、イ. 販売先との交渉が困難、ウ. 販売量・売上の減少を懸念、 エ. 長期契約、年間契約で変更が困難、オ. 価格高騰は一時的とみているため、 カ. 転嫁せずとも十分利益を確保、キ. 価格交渉のためのデータを揃えるのが困難、ク. その他（自由記載）
Q 6 : コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策
【Q 4で「ア」以外を選択した方のみ回答】 コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策について当てはまるものを全て選択してください ア. 製品・サービスの設計、仕様、原材料の変更、イ. 高付加価値化による価格引き上げ ウ. 製品・サービスの納期の変更、エ. 間接部門の経費節減、オ. 物流の見直し、効率化 カ. 省エネルギー化の推進、キ. 設備の能力の増強による生産性向上、ク. その他（自由記載）
Q 7 : 価格転嫁により実現した（予定を含む）成果
【Q 4で「サ」以外を選択した方のみ回答】 価格転嫁により実現した（予定含む）成果について当てはまるものを全て選択してください。 ア. 一定程度の収益の維持、イ. 賃上げ（最低賃金対応を含む）、ウ. 新たな雇用の確保、離職防止等 エ. デジタル化等、生産性向上に向けた投資、オ. その他（自由記載）
Q 8 パートナースhip構築宣言の登録状況
パートナーシップ構築宣言の登録状況について選択してください。 ア. 既に登録している、イ. 今後登録する予定、ウ. 登録するか否か検討中、 エ. 全く登録するつもりはない
Q 8-1 パートナースhip構築宣言登録の影響
【Q 8で「ア」を選択した方のみ回答】 パートナーシップ構築宣言の影響について貴社の状況に最も近いものを選択してください。 ア. プラスの影響が大いにあった、イ. プラスの影響がややあった、ウ. 特に影響はない エ. マイナスの影響があった

<p>Q 8-2 パートナースィップ構築宣言登録のプラスの影響の内容</p>
<p>【Q 8-1で「ア」「イ」を選択した方のみ回答】</p> <p>パートナースィップ構築宣言登録のプラスの影響の内容ついてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア.取引先との信頼関係の強化、イ.補助金申請の加点などインセンティブの活用、 ウ.SDG sの達成、エ.企業価値の向上、オ.受注者側の立場で価格交渉が行いやすくなった カ.その他（自由記載）</p>
<p>Q 8-3 パートナースィップ構築宣言登録のマイナスの影響の内容</p>
<p>【Q 8-1で「エ」を選択した方のみ回答】</p> <p>パートナースィップ構築宣言登録のマイナスの影響の内容ついてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア.インセンティブなどのメリットを感じにくい、イ.社内関係者から理解が得られず苦労した ウ.取引先（受注者）から無理な価格交渉を強いられた、エ.取引条件を見直したことで影響が生じた オ.その他（自由記載）</p>
<p>Q 8-4 補助金の加点措置の認知状況</p>
<p>静岡県の補助金においてパートナースィップ構築宣言企業に対して加点措置していることをご存じですか。</p> <p>ア.知っている、イ.知らない</p>
<p>Q 9 パートナースィップ構築宣言登録の取引先への周知方法</p>
<p>【Q 8で「ア」を選択した方のみ回答】</p> <p>パートナースィップ構築宣言を取引先への周知方法についてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア.プレスリリースを実施、イ.宣言文を自社HPに掲載、ウ.名刺・文書等にロゴマークを記載 エ.取引先に宣言文を手交・メール等で周知、オ.個別の打ち合わせなど口頭で取引先へ周知 カ.会議等で取引先へ一斉周知、キ.周知方法を検討中、ク.宣言について周知していない</p>
<p>Q10 パートナースィップ構築宣言登録の社内への周知</p>
<p>【Q 8で「ア」を選択した方のみ回答】</p> <p>パートナースィップ構築宣言を社内全体への周知方法についてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア.メール、SNS等で個別に周知、イ.社員向けHP・社内報等で周知 ウ.パンフレットや名刺にロゴを記載し意識付け、エ.社員教育・研修等で周知、オ.会議等で周知 カ.経営層からの指示・訓示等で周知、キ.宣言文を配布、ク.周知方法を検討中 ケ.宣言について周知していない</p>
<p>Q11 下請取引に関するルール・関係法令等に関する社内教育（発注者側の立場）</p>
<p>発注者側の立場として、下請取引に関する関係法令・ルール等について自社の調達・購入担当者に対して実施している教育内容について貴社の状況に近いものを選択してください。</p> <p>ア.教育、研修を実施しており、その際にパートナースィップ構築宣言文の提示等もしている イ.教育、研修を実施しているが、その際にパートナースィップ構築宣言の提示等はしていない ウ.経営会議等で法的な項目を説明し、周知を図っている エ.現在検討中、オ.特別に教育は実施していない（予定もない）</p>

<p>Q12 取引先との価格協議の頻度（発注者側の立場）</p>
<p>発注者側の立場として、取引先との価格協議をどのくらいの頻度で実施しているか貴社の状況に最も近いものを選択してください。</p> <p>ア. 申し入れがあれば実施、イ. 定期的（年1回）に実施、ウ. 定期的（年2回）に実施 エ. 定期的（年3回以上）に実施、オ. 実施していない</p>
<p>Q13 サプライチェーン全体の共存共栄に向けた取組（発注者側の立場）</p>
<p>サプライチェーンの課題への対応や共存共栄に向けた取引先との取組についてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア. 働き方改革に関する取組の支援、イ. 健康経営、労働安全衛生・災害防止に関する取組の支援 ウ. IT機器、設備導入支援、エ. サイバーセキュリティ関連、オ. BCP策定支援、 カ. グリーン化（脱/低炭素化）支援、キ. 研究開発支援、オープンイノベーションの取組 ク. M&amp;A等の事業承継支援、ケ. 人材育成支援・専門家人材マッチング支援 コ. 強制労働（人権）問題（海外含む）関連、サ. 従業員の処遇改善に関する取組 シ. その他（自由記載）、ス. 特になし</p>
<p>Q14 パートナーシップ構築宣言の普及に向けた行政の取組</p>
<p>パートナーシップ構築宣言の更なる普及に向けて効果的と考える行政の取組についてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア. メリット等の情報提供、イ. 補助金の加点措置等拡充、ウ. 不安や懸念を払う情報提供 エ. 県公共事業での優遇措置、オ. 登録方法の支援、カ. その他（自由記載）</p>
<p>Q15 適正な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援</p>
<p>適正な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援についてあてはまるものを全て選択してください。</p> <p>ア. メディアを活用した気運醸成、イ. 業界ごとの取組の推進、ウ. 関連制度や相談窓口の周知 エ. 指導・監督の強化、オ. 価格交渉に資するデータ、好事例の提供、カ. その他（自由記載）</p>