

価格交渉促進月間（2024年9月） フォローアップ調査結果について（概要）

令和6年12月23日

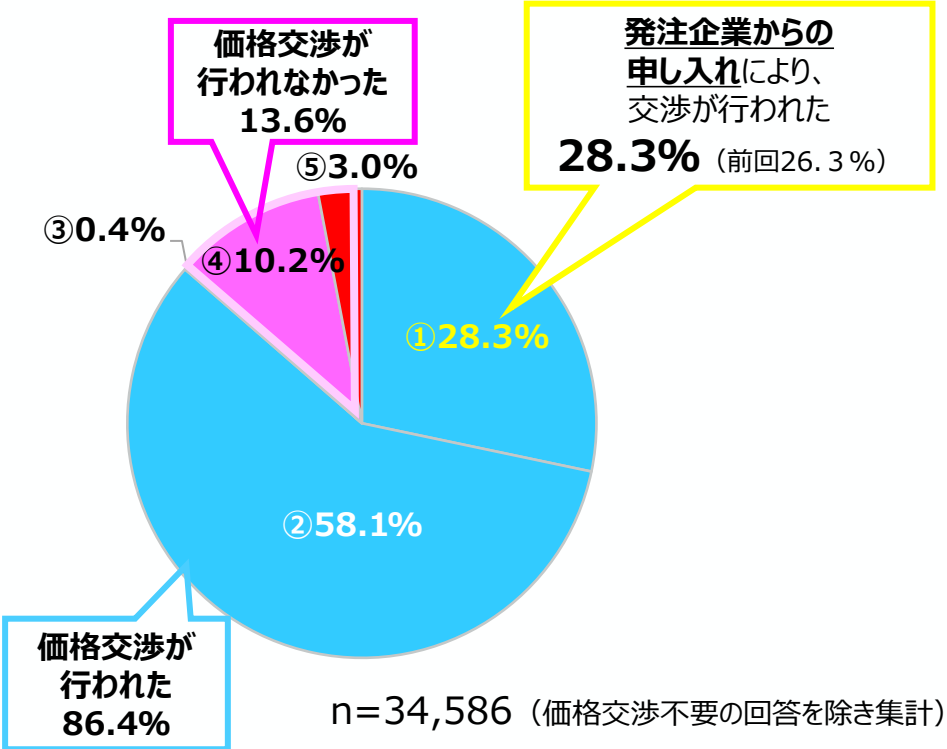
中小企業庁

価格交渉促進月間（2024年9月）フォローアップ調査の結果（11月29日公表）

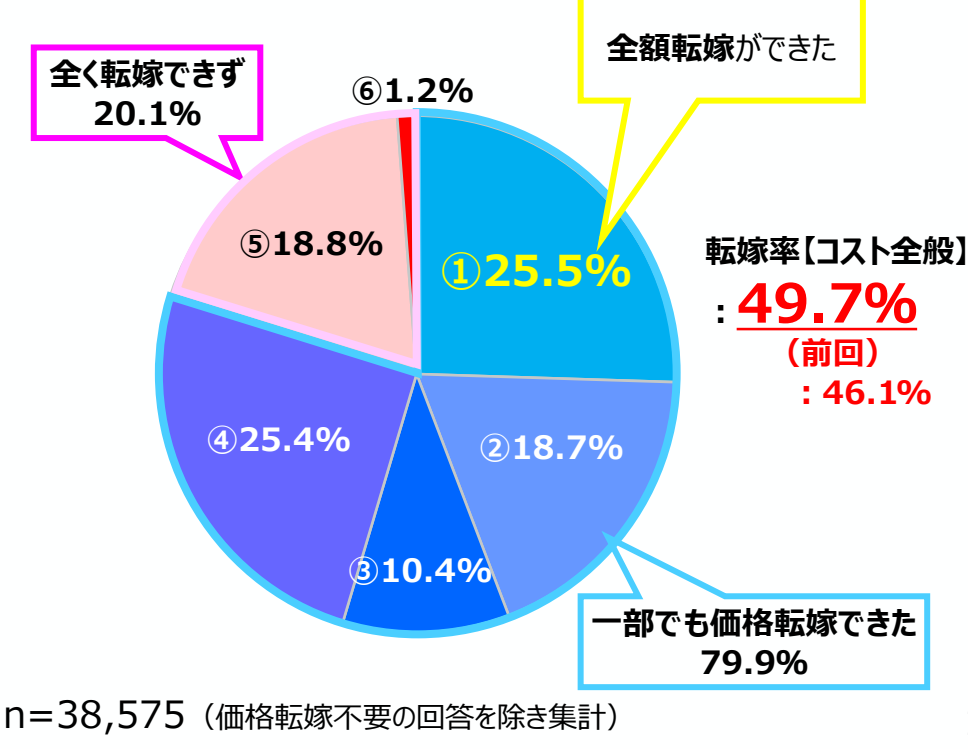
価格交渉・価格転嫁の状況

- 「発注側企業から申し入れがあり、価格交渉が行われた」割合（①）は、前回から約2ポイント増の**28.3%**となり、交渉しやすい雰囲気醸成されつつある。価格交渉できた企業の7割では労務費についても価格交渉できたとの結果。
- 価格転嫁率は49.7%で、前回調査から約3ポイント増加。労務費の転嫁率も44.7%と前回調査から4.7ポイント増加。他方、「全く転嫁できなかった」企業も約2割残っており、2極化が明らかになった。
- 今後1月を目途に、発注企業ごとの交渉・転嫁の状況を公表するとともに、状況の芳しくない発注企業の経営トップへ事業所管大臣名で指導・助言を行う予定。

＜価格交渉＞



＜価格転嫁＞



価格交渉促進月間（2024年9月）フォローアップ調査の結果（11月29日公表）

価格転嫁の状況の業種別ランキング（発注企業の業種別に集計）

製造業系が上位にあり、トラック運送、放送コンテンツ等が厳しい等の全体的な傾向は従前通りだが、トラック運送は約 1 ポイント、放送コンテンツは約 6 ポイント上昇し、全体的には改善傾向にある。

2024年9月			コスト増に対する転嫁率		各要素別の転嫁率		
					原材料費	エネルギー費	労務費
①全体			↑	49.7% (46.1%)	↑ 51.4% (47.4%)	↑ 44.4% (40.4%)	↑ 44.7% (40.0%)
②業種別	1位	化学	↑	61.9% (61.0%)	↑ 65.0% (63.2%)	↑ 57.9% (54.1%)	↑ 54.6% (51.1%)
	2位	飲食サービス	↑↑	59.0% (51.5%)	↑↑ 61.2% (53.0%)	↑↑↑ 49.0% (38.3%)	↑↑↑ 49.4% (37.8%)
	3位	造船	↑↑	57.0% (49.1%)	↑↑ 62.1% (53.8%)	↑↑↑ 56.5% (45.2%)	↑↑↑ 53.2% (42.5%)
	4位	食品製造	↑↑	55.3% (50.0%)	↑↑ 58.3% (51.6%)	↑ 47.6% (42.7%)	↑↑ 47.2% (41.2%)
	5位	電機・情報通信機器	↑	54.8% (51.2%)	↑ 58.9% (55.9%)	↑↑ 49.6% (43.8%)	↑↑ 48.7% (42.9%)
	6位	機械製造	↑	54.3% (51.9%)	↑ 60.7% (57.0%)	↑ 49.1% (45.3%)	↑ 47.4% (43.3%)
	7位	製薬	↑	53.6% (53.5%)	↑ 60.4% (56.5%)	↑ 54.2% (49.7%)	↑ 46.5% (44.1%)
	8位	自動車・自動車部品	↑	51.9% (47.1%)	↑ 59.8% (54.8%)	↑ 51.8% (47.2%)	↑↑↑ 48.9% (37.2%)
	9位	建材・住宅設備	↑↑	51.6% (44.4%)	↑ 51.6% (47.0%)	↑↑ 44.9% (39.5%)	↑ 42.8% (39.4%)
	10位	卸売	↑	51.2% (47.0%)	↑ 51.7% (47.5%)	↑ 43.9% (39.6%)	↑ 42.9% (38.3%)
	11位	廃棄物処理	↑↑↑	50.7% (39.1%)	↑↑ 43.1% (35.0%)	↑↑↑ 47.0% (34.8%)	↑↑↑ 48.7% (34.6%)
	12位	建設	↑	50.3% (46.9%)	↑ 51.6% (47.3%)	↑ 46.0% (42.0%)	↑ 47.4% (43.8%)
	12位	金属	↑	50.3% (46.2%)	↑↑ 55.4% (49.8%)	↑ 44.5% (41.5%)	↑ 42.6% (37.9%)
	14位	紙・紙加工	↑↑	50.2% (45.1%)	↑ 49.9% (45.9%)	↑↑ 43.0% (37.5%)	↑↑ 42.7% (37.4%)
	15位	鉱業・採石・砂利採取	↑	49.8% (48.6%)	↓ 47.4% (47.8%)	↑ 43.6% (43.3%)	↑ 43.4% (42.0%)
	16位	繊維	↓	49.0% (49.9%)	↓ 48.8% (51.4%)	↑ 45.3% (43.2%)	↑↑ 46.8% (41.3%)
	17位	小売	↑	48.8% (47.1%)	↑ 49.2% (47.8%)	↑ 41.7% (40.5%)	↑ 40.5% (38.6%)
	18位	印刷	↑	48.5% (43.5%)	↑ 49.0% (46.6%)	↑ 41.1% (37.2%)	↑↑ 40.6% (34.7%)
	19位	生活関連サービス	↑↑	48.4% (39.6%)	↑↑ 48.2% (40.5%)	↑↑ 41.2% (31.8%)	↑↑↑ 42.7% (31.2%)
	20位	不動産・物品賃貸	↑↑	48.1% (42.1%)	↑ 46.5% (41.8%)	↑ 41.0% (38.7%)	↑↑ 45.4% (38.9%)
	21位	電気・ガス・熱供給・水道	↓	48.0% (48.3%)	↓ 49.0% (49.4%)	↓ 43.5% (44.9%)	↓ 43.9% (45.1%)
	22位	石油製品・石炭製品製造	↑	47.6% (43.9%)	↑ 55.5% (51.8%)	↑ 42.9% (38.8%)	↑ 41.0% (37.4%)
	23位	情報サービス・ソフトウェア		47.1% (47.1%)	↓ 38.0% (39.7%)	↓ 34.0% (35.1%)	↑ 46.3% (46.2%)
	24位	通信	↑↑	47.0% (40.8%)	↑↑ 44.7% (38.9%)	↑↑ 40.5% (35.0%)	↑↑ 45.7% (38.3%)
	25位	運輸・郵便（トラック運送除く）	↑↑	45.5% (39.8%)	↑↑ 44.3% (37.2%)	↑↑ 41.6% (35.2%)	↑↑ 42.8% (35.8%)
	26位	農業・林業	↑	41.2% (38.8%)	↑ 39.9% (39.1%)	↑ 37.3% (33.8%)	↑ 36.1% (32.2%)
	27位	金融・保険	↑↑	40.9% (35.3%)	↑ 36.3% (34.1%)	↑ 31.7% (28.8%)	↑↑ 37.4% (32.3%)
	28位	放送コンテンツ	↑↑	39.8% (33.7%)	↑↑ 40.4% (33.8%)	↑↑ 36.2% (27.8%)	↑↑ 36.8% (31.7%)
	29位	広告	↓↓↓	31.4% (46.9%)	↓↓↓ 32.3% (49.1%)	↓↓↓ 26.4% (40.2%)	↓↓↓ 32.1% (42.3%)
	30位	トラック運送	↑	29.5% (28.1%)	↑ 25.7% (24.6%)	↑ 27.2% (25.9%)	↑ 26.9% (24.0%)
	-	その他	-	-	-	-	-

※ 3月時点との変化幅と矢印の数の関係 ↑：1～4ポイント 上昇、 ↑↑：5～9ポイント 上昇、 ↑↑↑：10ポイント以上 上昇 ※（）内は前回の転嫁率を示す。

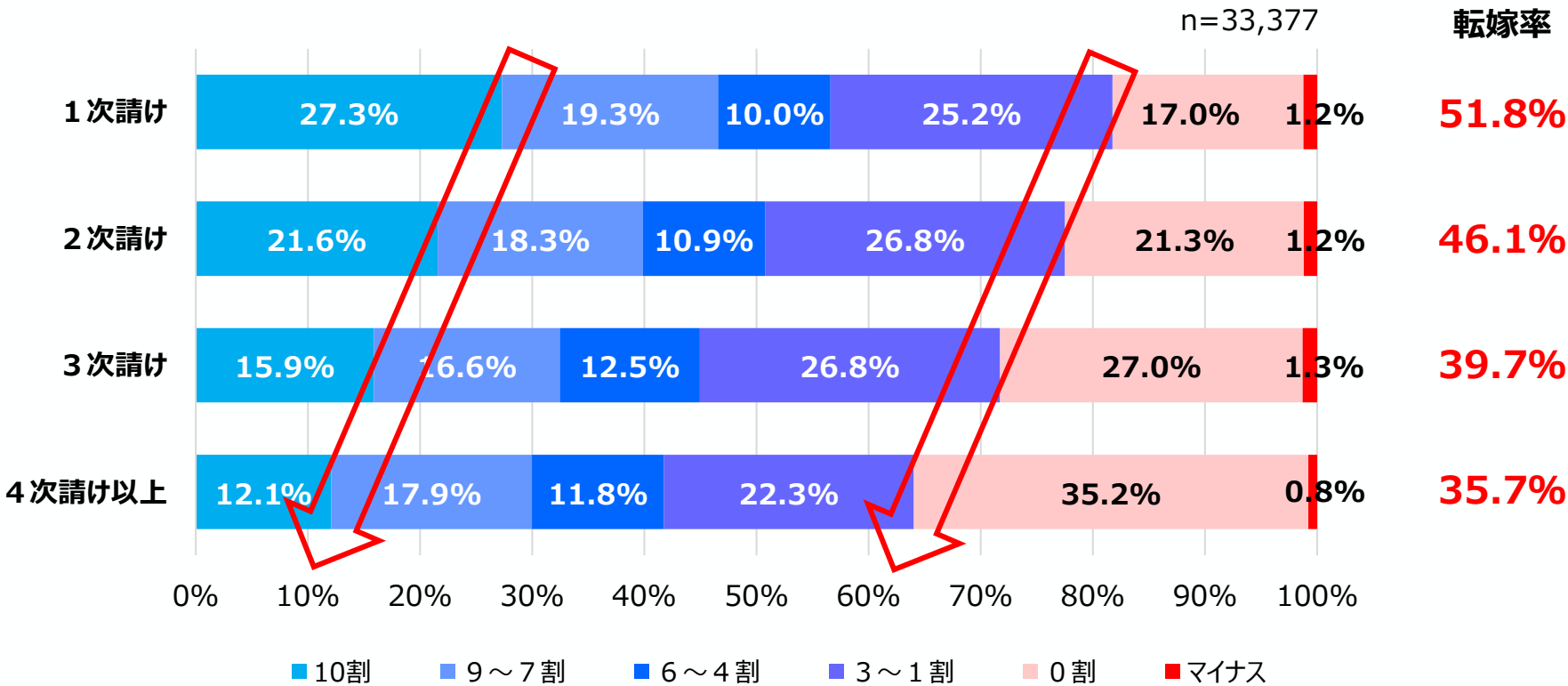
価格交渉促進月間（2024年9月）フォローアップ調査の結果（11月29日公表）

サプライチェーンの各段階（※）における価格転嫁の状況

※各取引段階：受注側中小企業に対する、「自社が、最終製品・サービスを提供する企業から数え、どの取引段階に位置しているか」との質問への回答を集計したもの。

- 価格転嫁率は、1次請けの企業は5割超（51.8%）に対し、4次請け以上の企業は35%程度
- 特に、4次請け以上の階層においては、全額転嫁できた企業の割合は1割程度にとどまり、全く転嫁できなかった又は減額された企業は、4割近く（36.0%）に上る。
- 受注側企業の取引段階が深くなるにつれて、価格転嫁割合が低くなる傾向。
⇒ より深い段階への価格転嫁の浸透が課題。

受注側企業の取引段階と価格転嫁率



今後の価格転嫁・取引適正化対策

- 価格交渉ができる雰囲気は醸成されつつあるが、価格転嫁率のさらなる向上が必要。
- 中小・小規模事業者の賃上げ原資確保のためにも、粘り強く、以下の価格転嫁対策を継続する。

① 2025年2月上旬（目途）：発注企業の**社名リストの公表**

② 社名リスト公表後：評価が芳しくない発注企業の経営者トップへの
事業所管大臣名での指導・助言

③ 3月：**3月の価格交渉促進月間**において、価格交渉・価格転嫁を呼びかけ

④ 「**労務費指針**」の周知・徹底

⑤ **パートナーシップ構築宣言**の更なる拡大・実効性の向上