

価格交渉促進月間フォローアップ調査 の結果について

令和 4 年 2 月 2 2 日
中小企業庁

調査実施概要

- 最低賃金の改定を含む労務費や原材料費等の上昇などが取引価格に適切に反映されることを促すため、9月「価格交渉促進月間」とし、広報や講習会、業界への働きかけ等を通じて、発注側企業に対して価格交渉に応じることを促進。
- 上記取組の成果を確認するため、事後的にアンケート及び下請Gメンによるフォローアップ調査を実施。

①アンケート調査

○調査対象

自主行動計画策定団体の会員企業やパートナーシップ構築宣言企業の一次取引先企業から、それぞれ最大親事業者3社との価格交渉に関する情報を聴取。調査対象の業種は、経済センサスの産業別法人企業数の割合と整合（B2C取引が中心の業種を除く）。

- 発送企業数 4万社
- 調査期間 10月15日～11月12日
- 回収件数 6,380件（+フリーランス97件）
- 発注側企業情報数 17,324件
- 回収率 15.9%

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、過去ヒアリングを実施した事業者等から対象先を選定。

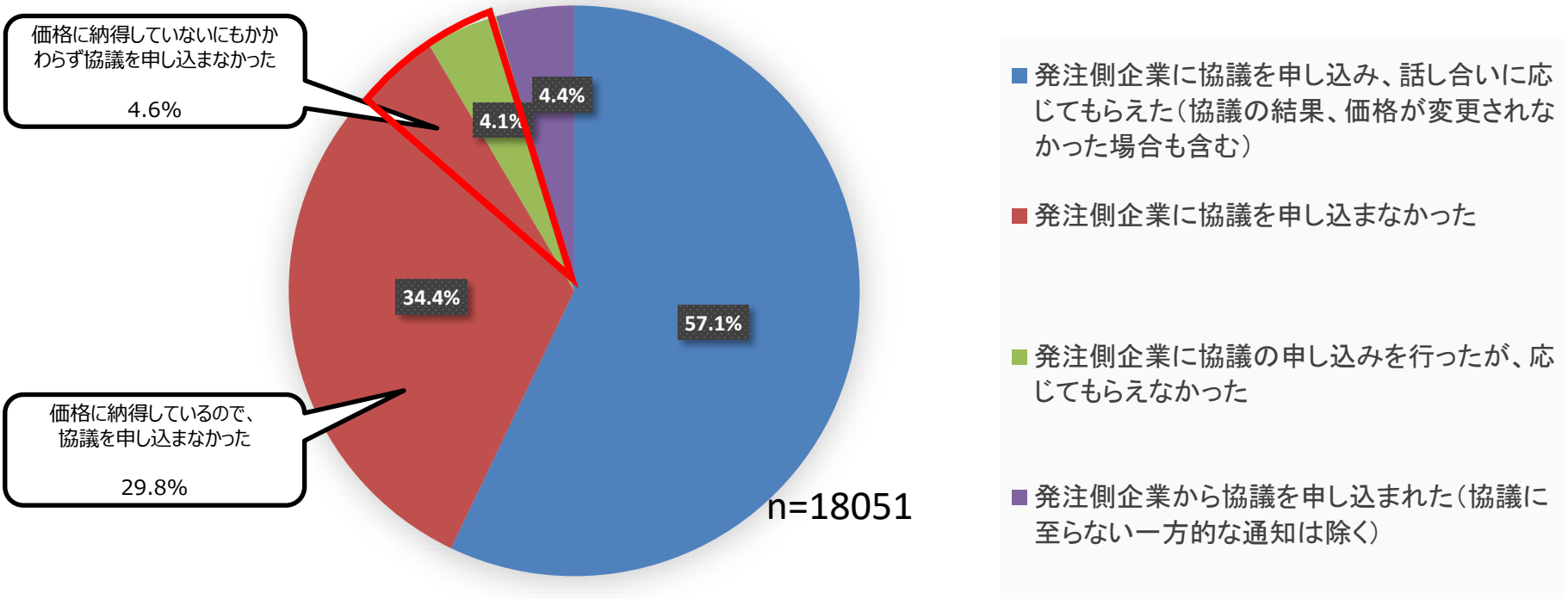
過去のヒアリングにおいて、慣習等によりコストが取引価格に反映できていない状況や発注企業との間で十分な価格交渉が行われていない状況等がみられた事業者を優先して選定。

- 調査期間 令和3年10月1日～10月29日
- 調査方法 電話調査
- ヒアリング件数 約2064社

直近 1 年間の価格交渉の協議

「協議に応じてもらえた」と回答するは最も高いが、「協議に応じてもらえなかった」や「価格に納得していないが協議を申し込まなかった」との回答も一定割合存在。親企業が価格交渉に応じるような環境整備が課題。

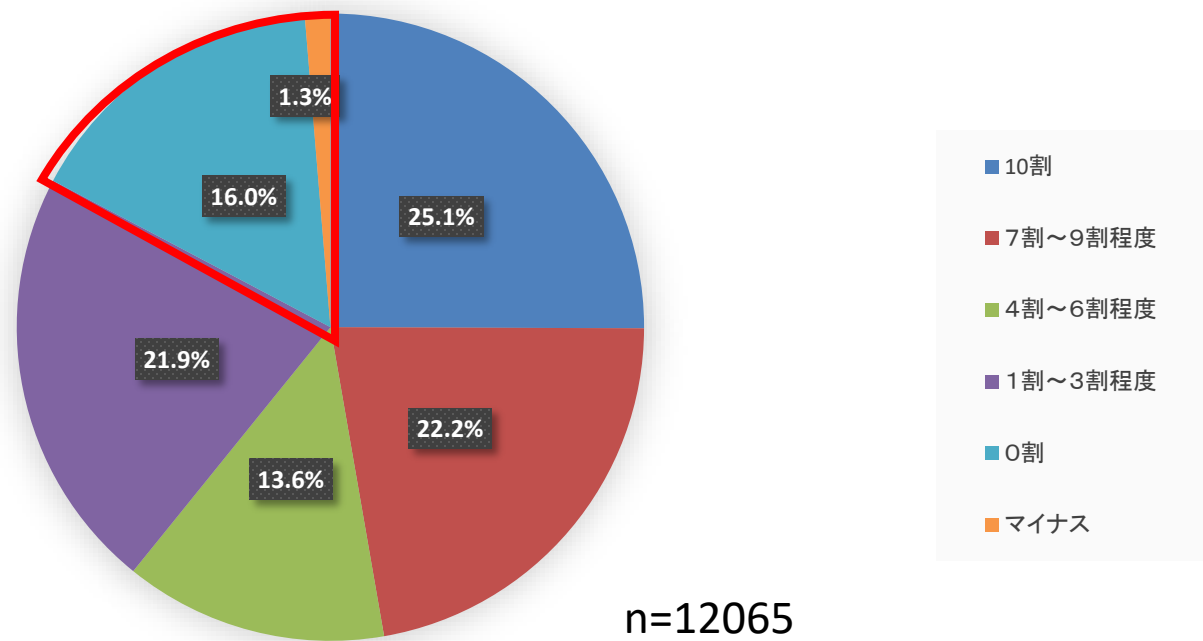
問.直近 1 年における貴社と発注側企業との価格交渉の協議について、ご回答ください。



直近 1 年間のコスト上昇分のうち価格に転嫁できた割合

7割～10割の価格転嫁を実現したとの回答が最も多いが、転嫁できなかった事業者が 2 割程度存在。 価格転嫁を実現する環境整備も課題。

問.直近 1 年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。

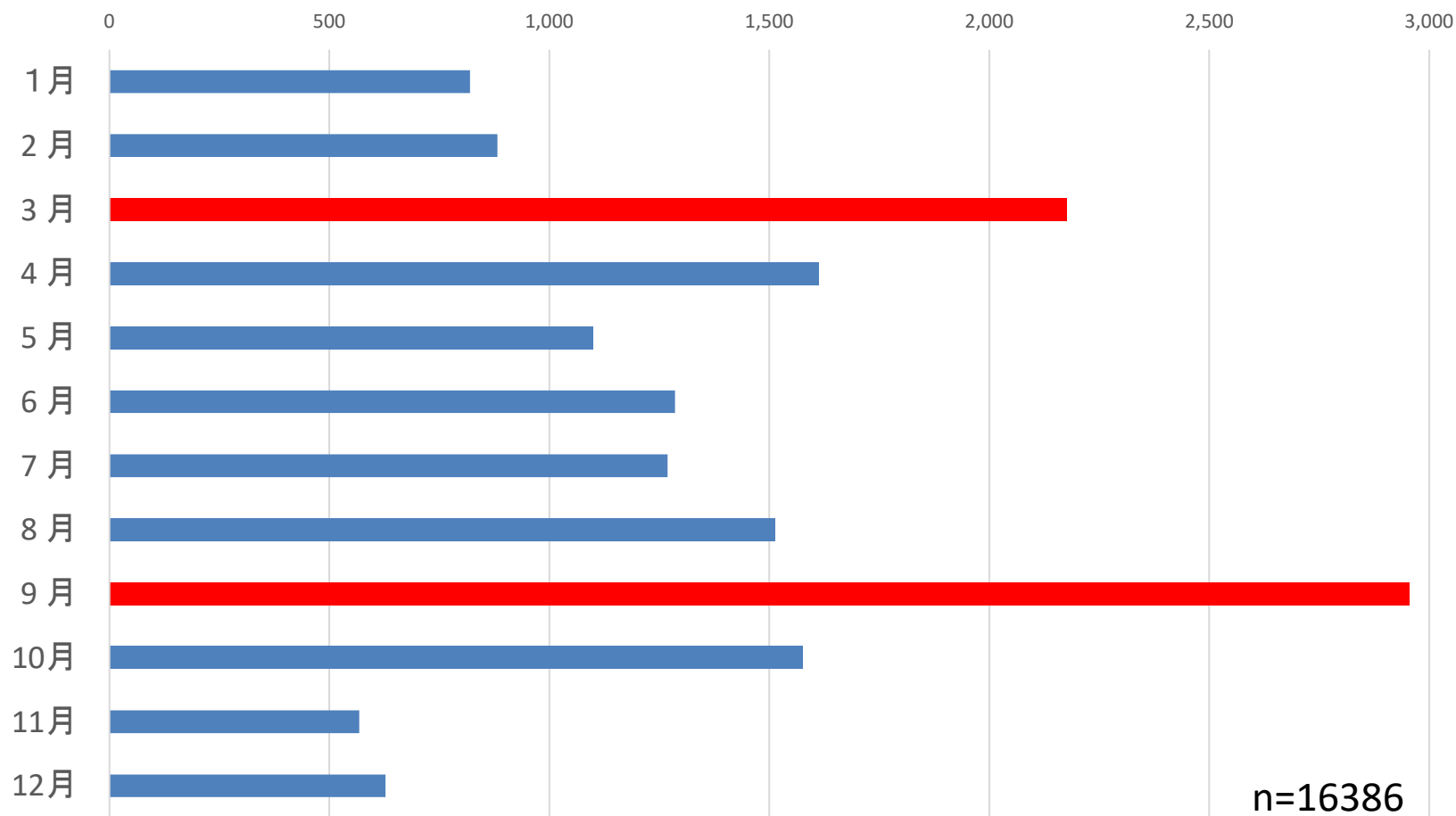


※価格に納得していないにもかかわらず協議を申し込まなかった場合は便宜上0割とカウント。
※コストが上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合は、マイナスとカウント。

価格交渉の時期

価格交渉の時期は、9月と3月が多い。

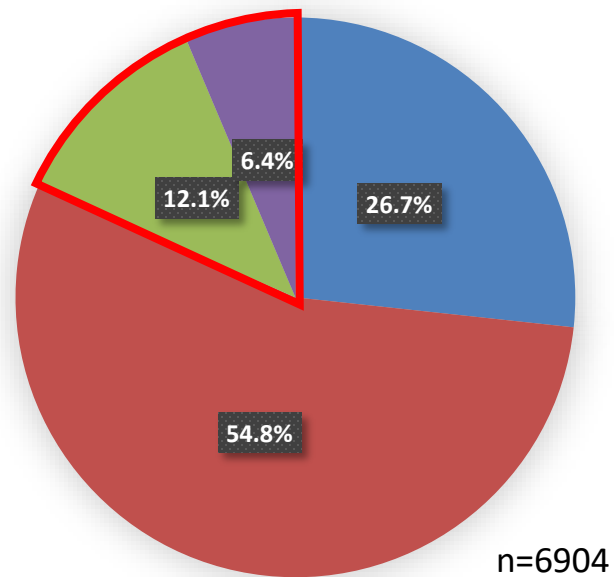
問.直近 1 年間でいつ価格交渉の協議を申込みましたか/行いましたか



転嫁できなかった部分に関する説明の有無

「納得できる説明があった」との回答が8割以上に上る一方で、納得できる説明を受けていない事業者が2割程度存在。

問.コスト上昇分のうち転嫁できなかった部分があることについて、発注側企業から理由の説明がありましたか。

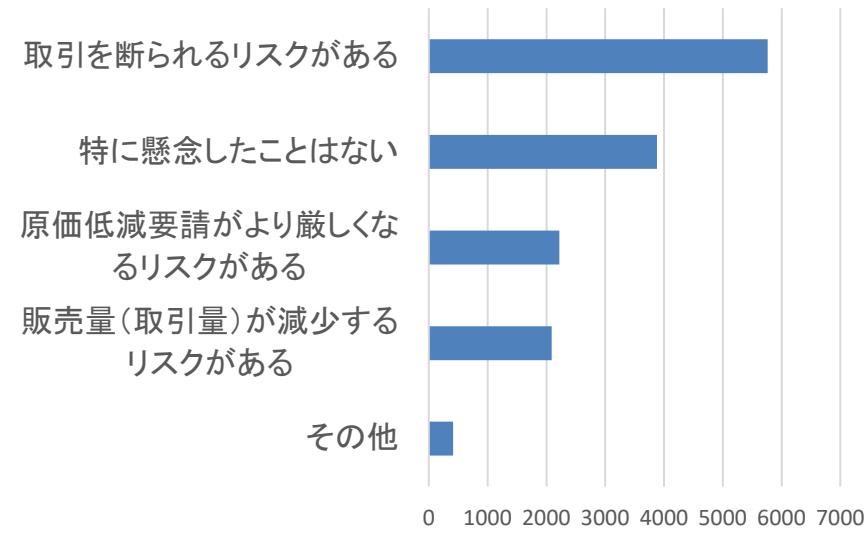


- 十分納得できる説明があった
- ある程度納得できる説明があった
- 納得できないが説明はあった
- 説明はなかった

価格交渉において懸念したこと

「取引が断られるリスク」が価格交渉における懸念材料。

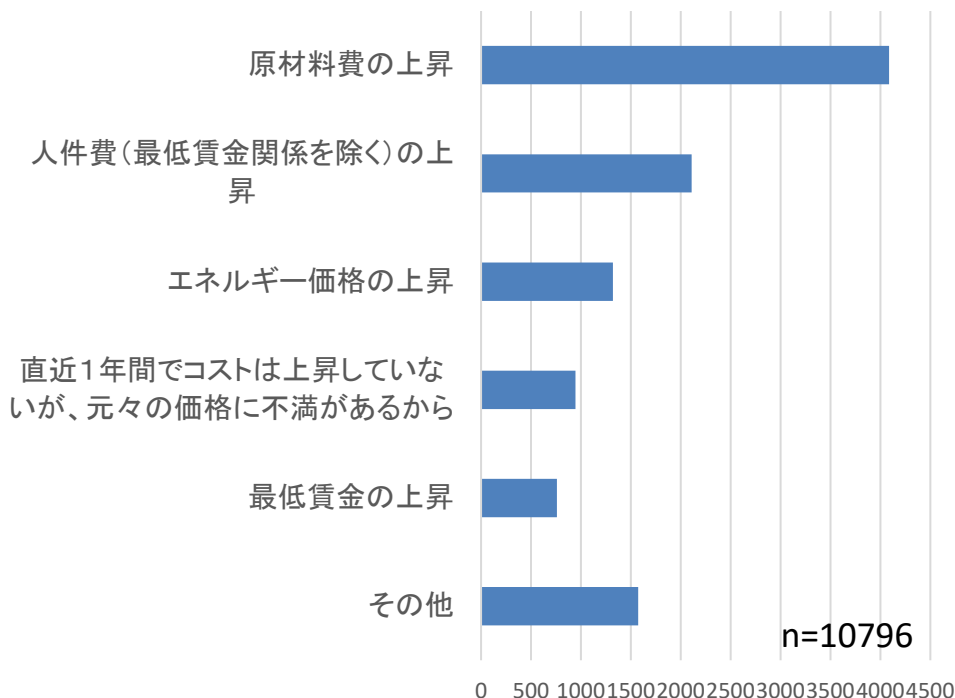
問.価格交渉において、懸念したことは何ですか（協議を申し込まなかった場合、）申し込まなかった理由は何ですか。



コスト増加要因

最大のコスト増加の要因は、原材料費の上昇。

問.この時期に価格交渉を申し入れた理由は何ですか。/
(現在の価格に納得していないにもかかわらず価格交渉を申し入れていない事業者については、) 現在の価格に納得していない理由は何ですか。

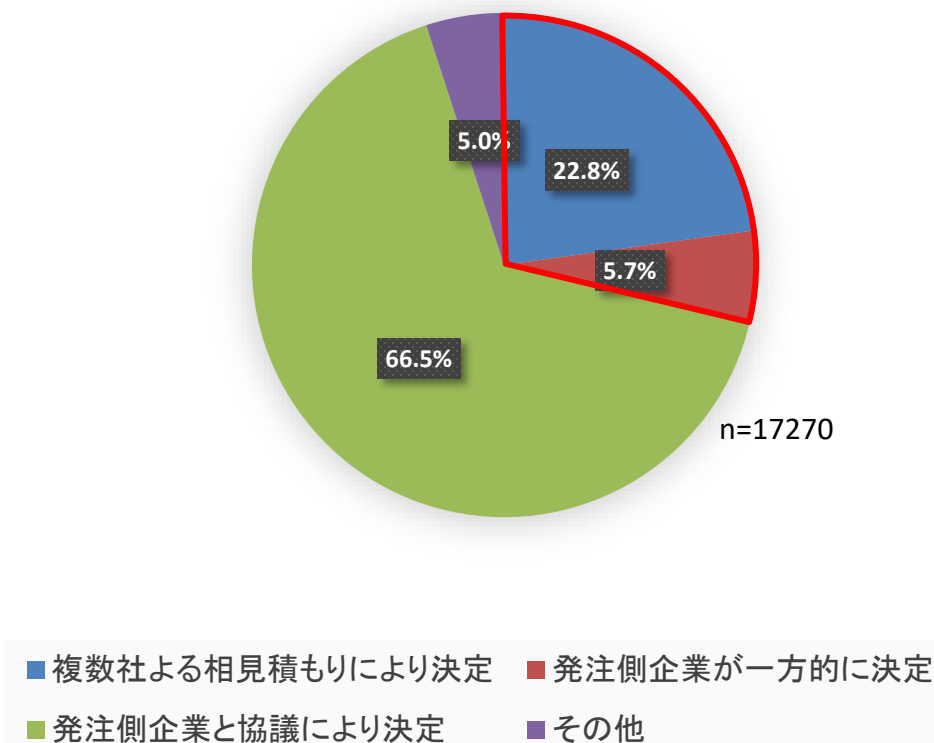


※発注側事業者から価格協議を申し込まれた場合は含んでいない。

価格決定方法

「発注側企業と協議」により価格決定する企業が多いが、一部「複数社の相見積もり」や「発注側の一方的決定」といった交渉余地なしのものもある。

問.貴社と発注側企業との通常の価格決定方法について、ご回答ください。



業種別のランキング（価格転嫁の達成状況）

親事業者情報のうち、自主行動計画/業種別ガイドラインの策定業種16業種(※)について集計した結果は下記の通り。

価格転嫁の状況が相対的に良い業種は、金属、放送コンテンツ、化学、素形材、紙・紙加工など。

価格転嫁の状況が相対的に良くない業種は、トラック運送、印刷、自動車・自動車部品、建設、機械製造など。

【評価方法】

順位	業種
1位	金属
2位	放送コンテンツ
3位	化学
4位	素形材
5位	紙・紙加工
6位	食品製造
7位	情報サービス・ソフトウェア
8位	繊維
9位	電気・情報通信機器
10位	建材・住宅設備
11位	流通・小売
12位	機械製造
13位	建設
14位	自動車・自動車部品
15位	印刷
16位	トラック運送

n=12801

評価概要	・受注側企業からの回答に基づき、“発注側企業としての価格交渉への対応状況”の回答を 業種毎 に名寄せし、以下の方法で順位付け。											
	・価格転嫁の達成状況、価格交渉の協議状況の2問に対する回答を それぞれでスコアリング （10点満点で評価）											
	・当該回答のあった企業の属する業種毎の平均点（回答ベース）を算出し、 業種別に ランキング付け											
採点基準	問.直近1年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。											
	<table><tr><td>10点</td><td>10割</td></tr><tr><td>8点</td><td>9～7割</td></tr><tr><td>5点</td><td>6～4割</td></tr><tr><td>2点</td><td>3～1割</td></tr><tr><td>0点</td><td>0割</td></tr><tr><td>-3点</td><td>マイナス (減価低減要請を受けた)</td></tr></table>	10点	10割	8点	9～7割	5点	6～4割	2点	3～1割	0点	0割	-3点
10点	10割											
8点	9～7割											
5点	6～4割											
2点	3～1割											
0点	0割											
-3点	マイナス (減価低減要請を受けた)											

※①令和3年9月時点でガイドラインが策定されていなかった「水産物・水産加工品」、「養殖」、②約束手形についてのみ自主行動計画が策定されている「金融業」、「商社」は除く。なお、「アニメーション制作」は「放送コンテンツ」に含む。またサンプル数が50以下の業種（航空宇宙、警備、広告）は除く。

*点数は各業界において複数のTierの数値を平均したものであり、その業種における代表的企業の評価を表すものではない

業種別のランキング（価格交渉の協議状況）

親事業者情報のうち、自主行動計画/業種別ガイドラインの策定業種16業種(※)について集計した結果は下記の通り。
価格協議の状況が相対的に良い業種は、電気・情報通信機器、食品製造、建設、金属、情報サービス・ソフトウェアなど。
価格協議の状況が相対的に良くない業種は、トラック運送、印刷、放送コンテンツ、自動車・自動車部品、素形材など。

【評価方法】

順位	業種
1位	電気・情報通信機器
2位	食品製造
3位	建設
4位	金属
5位	情報サービス・ソフトウェア
6位	建材・住宅設備
7位	流通・小売
8位	化学
9位	紙・紙加工
10位	機械製造
11位	繊維
12位	素形材
13位	自動車・自動車部品
14位	放送コンテンツ
15位	印刷
16位	トラック運送

評価概要	・受注側企業からの回答に基づき、“発注側企業としての価格交渉への対応状況”の回答を 業種毎 に名寄せし、以下の方法で順位付け。	
	・価格転嫁の達成状況、価格交渉の協議状況の2問に対する回答を それぞれでスコアリング （10点満点で評価）	
	・当該回答のあった企業の属する業種毎の平均点（回答ベース）を算出し、 業種別に ランキング付け	
採点基準	問.直近1年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、ご回答ください。	
	10点	協議を申し込み、話し合いに応じてもらった
	10点	協議を申し込まれ、全部あるいは一部価格転嫁できた
	5点	現在の価格に納得しており、協議を申し込まなかった
	0点	協議を申し込まなかったが、現在の価格に納得していない
	-5点	協議の申し込みを行ったが応じてもらえなかった
	-10点	協議を申し込まれ、減額された。

n=18051

※①令和3年9月時点でガイドラインが策定されていなかった「水産物・水産加工品」、「養殖」、②約束手形についてのみ自主行動計画が策定されている「金融業」、「商社」は除く。なお、「アニメーション制作」は「放送コンテンツ」に含む。またサンプル数が50以下の業種（航空宇宙、警備、広告）は除く。

*点数は各業界において複数のTierの数値を平均したものであり、その業種における代表的企業の評価を表すものではない

8

価格交渉月間フォローアップ調査で優良な結果だった宣言企業

- 今回の調査で評価対象となった企業（下請中小5社以上の回答があった企業）は257社。うちパートナーシップ構築宣言企業は70社。パートナーシップ構築宣言企業の上位企業（9.00点以上）は以下の通り。

価格転嫁の達成状況

パートナーシップ構築宣言企業の上位企業(9.00点以上)

順位	企業名	点数
1	信越化学工業	9.71
2	東洋紡	9.43
3	住友化学	9.11
4	東日本電信電話	9.00

(cf.全社平均 6.86)

価格交渉の協議状況

パートナーシップ構築宣言企業の上位企業(9.00点以上)

順位	企業名	点数
1	東日本電信電話	10.00
1	日立システムズ	10.00
1	富士電機	10.00
4	NTTドコモ	9.62
5	岩田地崎建設	9.29
5	東急建設	9.17
7	北海道電力	9.17
7	イトーヨーカ堂	9.00
7	五洋建設	9.00
7	住友電気工業	9.00
7	飛島建設	9.00
7	安川電機	9.00

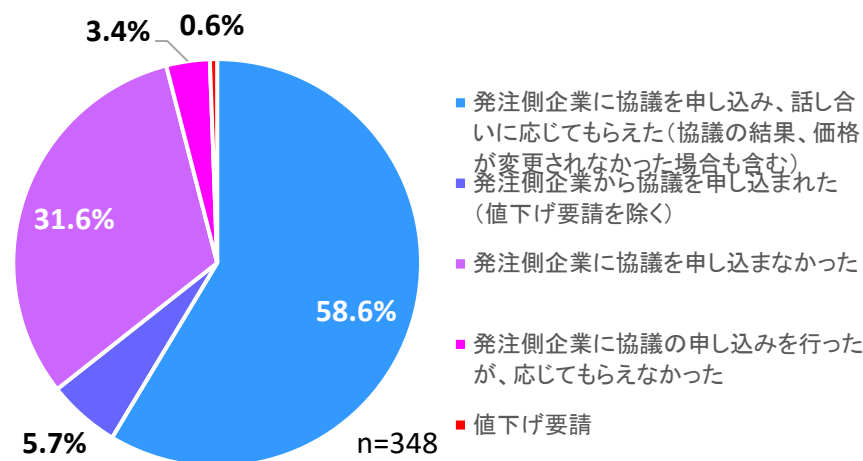
(cf.全社平均 7.59)

業種別の結果□

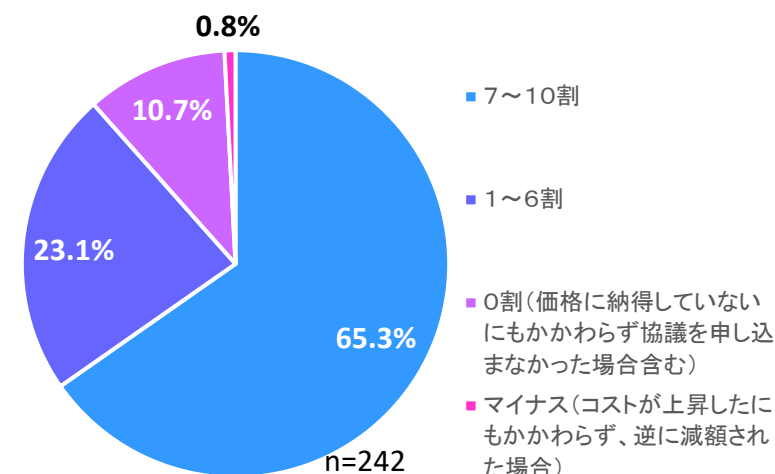
(価格交渉月間アンケート調査及び下請 G メンヒアリング) □



直近1年間の価格交渉の協議



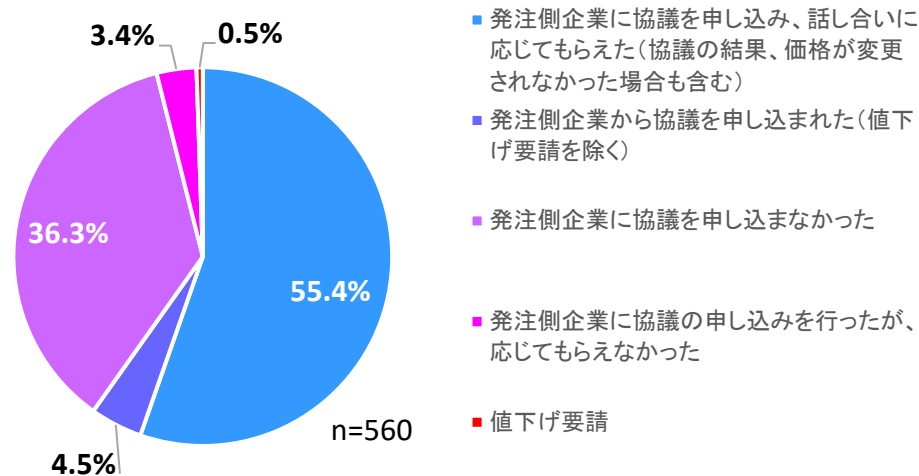
価格に転嫁できた割合



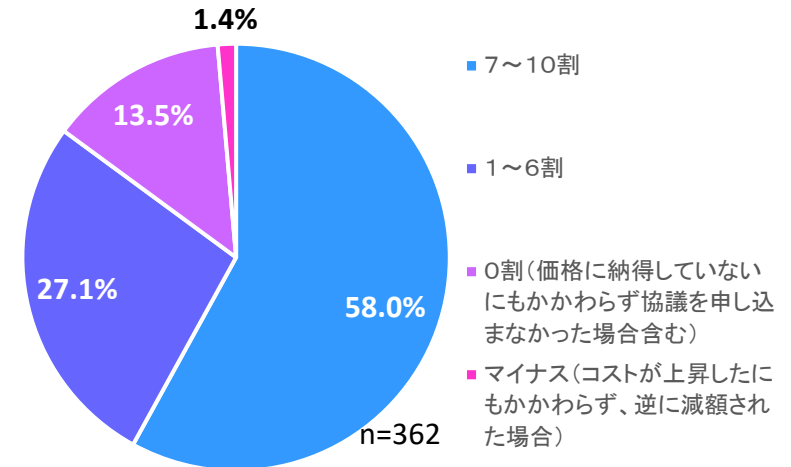
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 有償支給の材料費高騰時は価格改定する契約としておりコスト増が転嫁できている。労務費上昇分については親事業者からの要請で都度協議のうえ価格改定を行っている。
- メンテナンスや保守点検の役務の継続契約は、製鉄会社の業績が厳しい時に下げられた単価が、業績が戻っても上げてもらえずにいた。協力会社が丸丸となって交渉にあたり、2021年は単価を上げてもらった。
- 原材料費の高騰があり、年度契約の改定は困難であったが、下期からの新規契約・都度契約については、見積書を提出して考慮してもらえた。親事業者がパートナーシップ構築宣言企業であることから、適正な価格交渉の必要性を理解しており、確実に転嫁できている。
- ▲原材料価格やエネルギーコストの上昇を踏まえ、度々、下請代金の値上げを要請しているが受け入れられていない。当社における当該事業者の売上シェアが高いが故に、転注、失注を恐れるがあまり、強い価格交渉が出来ない面もある。
- ▲加工賃取引であるが、2次的費用（労務費・エネルギー費）の価格改定要請は拒否されることが多い。当初決定した見積りはなかなか変更するのは難しい。
- ▲親事業者が集中購買方式に切替わったため、集中購買単価以上の価格では受注できなくなった。集中購買単価が価格交渉の基本となるため、コスト増が反映できない。
- ▲取引当初から契約書が無く、口頭で慣例による取引が継続されている。毎年作業単価については指値でFAXで書面が送られてくる。
- ▲親事業者の購買担当者から、鋼材の仕入れを取引先の商流を通すよう強要されたため、2021年1月から取引中止とした。

直近1年間の価格交渉の協議



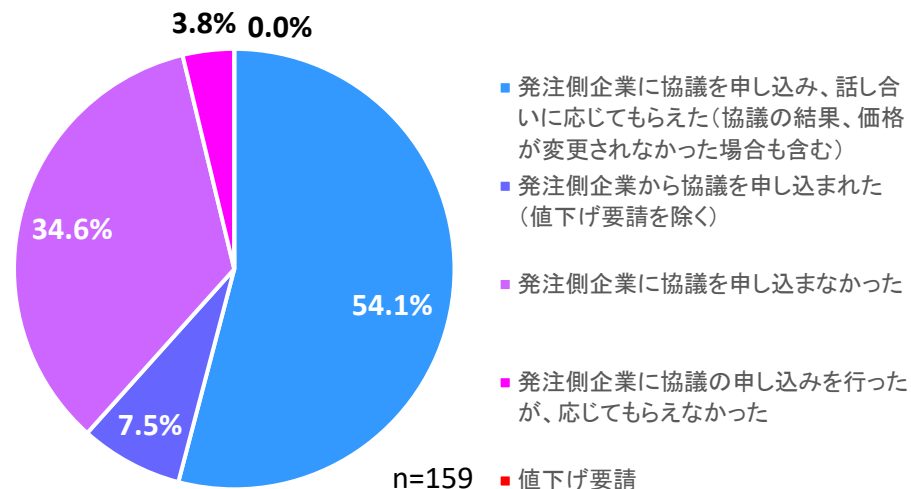
価格に転嫁できた割合



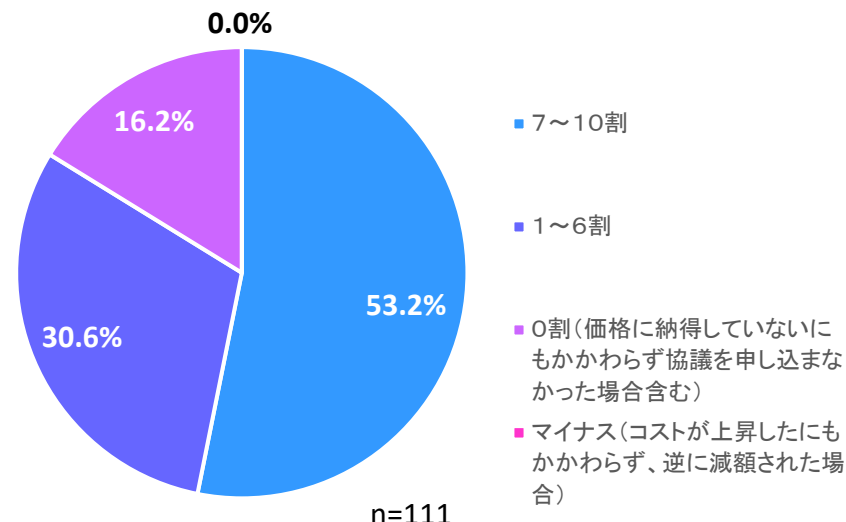
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 継続品も1年に1回は全てのコストを織り込んで再見積りするので、コストが変わっていれば交渉し、転嫁できている。
- 原材料価格や労務費の高騰分を反映した単価表を基に、見積りを提示し価格交渉を行っている。他社にない技術を持っており価格交渉に強みがあり、高騰分は製品価格に反映できる。
- 主な原材料である金属素材の価格高騰の問題は業界全体で共有されており、継続受注においても下請代金への反映は認められている。原材料費、人件費などの個別の交渉ではなく、加工費としての時間単価で全コストを見積りしているので、転嫁は出来ている。
- ▲数回の申入れでやっと価格交渉の協議ができたとしても、値上げは殆ど認めてくれない。原材料費以外のコスト（労務費、エネルギー費）上昇についても要請できていない。
- ▲原材料の紙価格が大幅上昇したことにより、継続品の値上げ要請をしたが、競合は要請してこないという理由で断られた。
- ▲海外価格との競合になっており、常に転注リスクがあるので、値上げ交渉は過去10年以上していない。業界でも聞いた事がない。
- ▲親事業者との取引においては、常用単価というものが設定されており、その単価が適用され、当社からの申し出は受け入れられることはない。コストの価格転嫁は十分ではないと思っている。
- ▲原材料は100%自社調達で、継続品受注時に価格変動分を考慮した見積価格を基に交渉しているが、認められることは少ない。海外及び同業者との競争が厳しく、自社独自の技術もないので、値上げすると受注できない。

直近1年間の価格交渉の協議



価格に転嫁できた割合

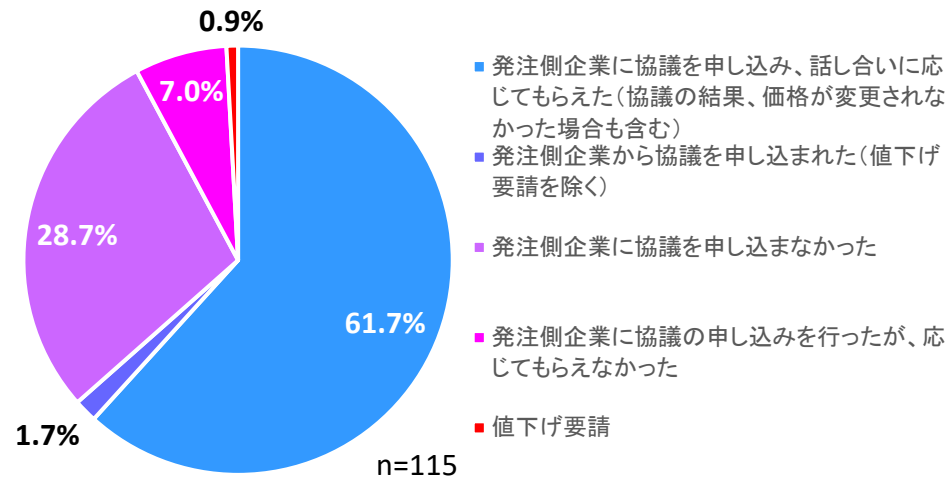


＜下請Gメンヒアリングによる生声＞

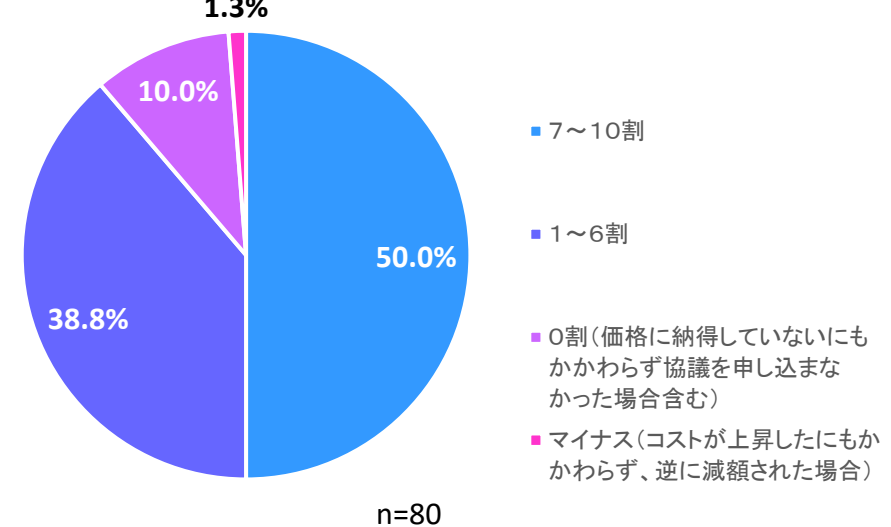
- 指名受注で見積依頼を受け、エネルギー価格・労務費等を勘案した見積書を提出し、協議のうえ価格決定している。労務費上昇分を値上げ要請し受け入れられることもある。
- 特殊な加工や付帯作業にかかる労務費に関しては価格交渉を実施している。通常は半年～1年後に回答があるが、今回は6月に行った交渉の回答が9月にあり、要請どおり認められた。
- 提出した見積が100%認められる事は無いがお互い歩み寄りによって着地点を探り、納得のいく価格交渉が出来ている。
- 原材料価格に変動があれば価格見直しの申し入れを行っている。不定期に値下げを要請される事も有るが拒否している。当社が特許を保有している事や当社保有の金型を使用できる事、発注に対応出来る事業者が少ないからだと思う。
- ▲仕入先(紙メーカー)のほうが圧倒的な大企業であり、仕入値のアップはほぼ一方的。売価(シール単価)の金額が小さいことから、アップ額が大きく感じ、交渉が難しい。
- ▲材料費、労務費の価格への反映は全く出来ていない。定番品は、一旦決定した価格に変更されない。価格交渉と言えば、新製品の商談時にかろうじて話し合うが、相手の指値に落ち着くのが常態化。余りにも発注側の力が強すぎ、コストアップを交渉出来るような商環境にない。
- ▲原材料の上昇分ですら価格交渉が難しい状況で、労務費(最低賃金)やその他のコスト上昇分について交渉することはできない。業界的に横並びの意識が強く、自社だけ交渉を行うと転注されたり納入比率を下げられたりすることを懸念している。

繊維

直近1年間の価格交渉の協議



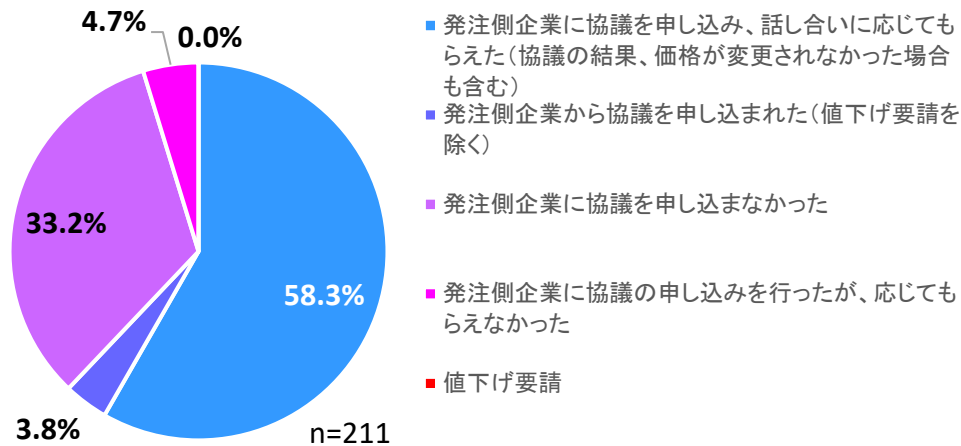
価格に転嫁できた割合



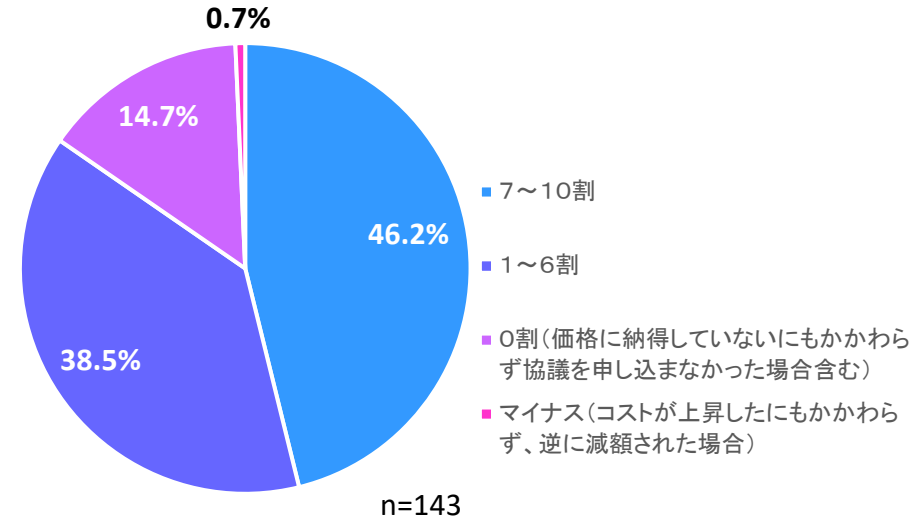
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- シーズン毎の注文契約の為、労務費や原材料の価格転嫁は出来ている。
- コストアップの価格反映は原材料費・労務費ともできる環境。生地については生地メーカーからの情報、労務費は上昇が見込まれた段階で親事業者に事前情報として提供している。
- 原材料費は値上げを要請し承認された。労務費上昇分に関しては価格交渉時に算入して承認された。
- 原材料は取引先から無償支給される。加工方法や工程を取引先に提案し、加工賃を決める。労務費はほぼ反映されている。
- 中国メーカーに比べ、経験を活かし先回りした品質配慮で競争力を確保している。それが親事業者の要求にマッチしている事が、価格転嫁出来ている要因だと思う。
- ▲繊維業界は過去の製品価格を踏襲するという暗黙の相場観が根強く、適正利益を上乗せした見積もり価格は通らないことが多い。
- ▲コロナ禍の影響もあり、繊維業界は大きな落ち込みとなり親事業者からの価格要請が厳しくなっている。今後は赤字覚悟での仕事を受注しなければならない状況となっている。
- ▲新規案件の大半が指値の指名発注で、過去の類似品の取引がベースとなり価格交渉の余地はない。コストは十分に反映できず薄利の取引。継続品は原材料費上昇時に価格改定交渉するが、受け入れられるのは5年に1回程度。
- ▲加工賃は、数十年前に決められ変更されていない。決定当時と比較して、労務費や副資材が高騰している。質要求アップで製造時間もかかるようになっている。
- ▲繊維業界・ファッション業界は、値上げをすると売れなくなる恐れがあり、最終価格が上がっていない。

直近1年間の価格交渉の協議



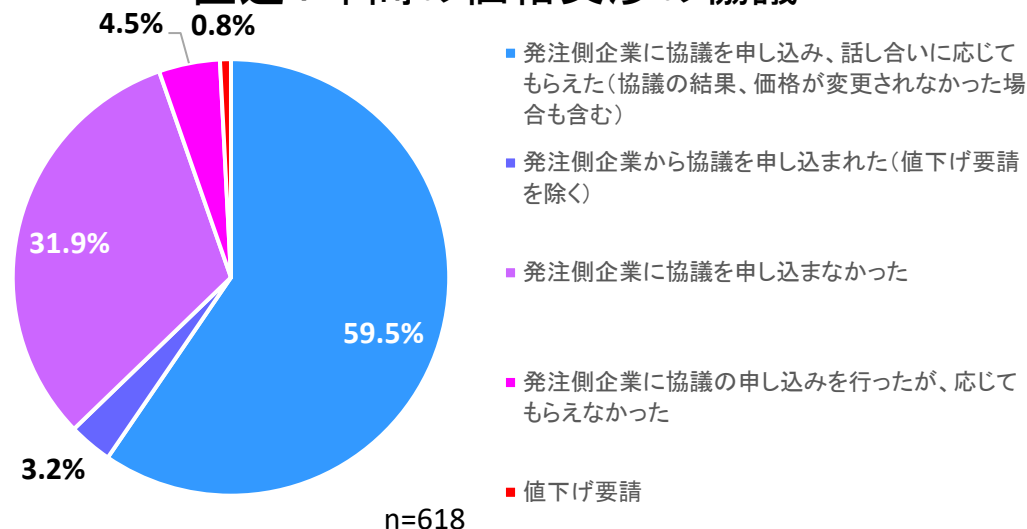
価格に転嫁できた割合



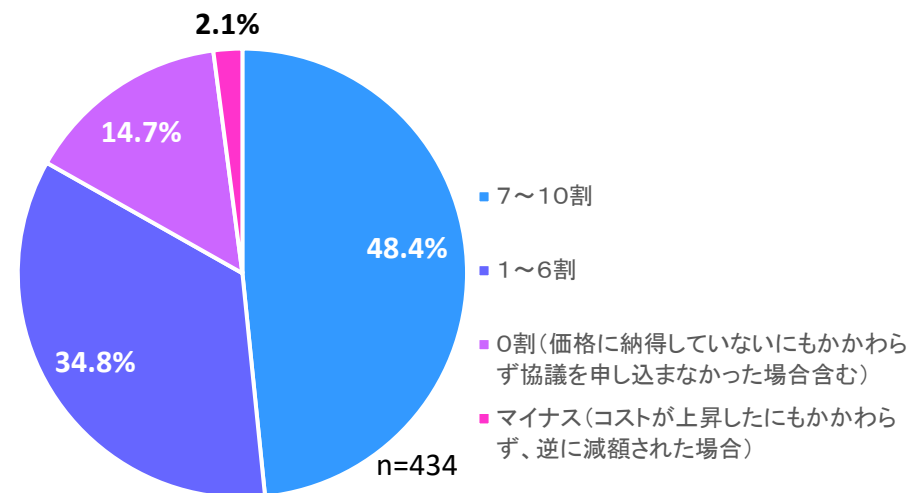
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 部材が値上がりしたので部材の値上がり分だけでなく加工費・管理費も含めて価格の10%の値上げ要請した。ほぼ満額認めてくれて驚いた。
- 原材料価格の上昇があれば、エビデンスを用意してかなり頻繁に値上げ申請を行い価格転嫁を実現している。原材料は外部からの購入品で、データ等のエビデンスもあり取引先とは値上げを交渉しやすい。
- 単品毎に根拠となる計算式を入れて作成した改定要請に基づき、価格改定の交渉をし、8月から適用となった。
- 鋼材の値上がりによりほぼ毎月価格見直しを行っている。業界としては鋼材メーカーの価格情報を共有しており、都度転嫁できる状況。
- 親事業者と取引のある取引業者数社が合同で価格交渉を行い、取引価格が数パーセント上がった。
- ▲原材料等が高騰しても、採算割れの限界までは社内の努力で耐えている。転注が恐いので、なかなか価格交渉が出来ない。
- ▲原油価格の上昇に関して価格転嫁を申し出てはいるが、細かい資料の提出を求められる。購買部門として価格は上げたくないとの強い意向が感じられる。
- ▲原材料費の上昇分は、当社要請の半分しか値上げを認めない。交渉においても、取引停止をちらつかせるなど高圧的な姿勢。
- ▲原材料（木材価格）の上昇を理由に価格改定の交渉を行ったが3割程度の成果。大手住宅メーカーの下請事業者は、価格でしか差別化はできないため、コスト上昇分の価格転嫁は困難。
- ▲各製品毎に価格の目安を提示され、これに合わせるよう要求される。できなければ転注されると言われるため、応じざるを得ない。

直近1年間の価格交渉の協議



価格に転嫁できた割合

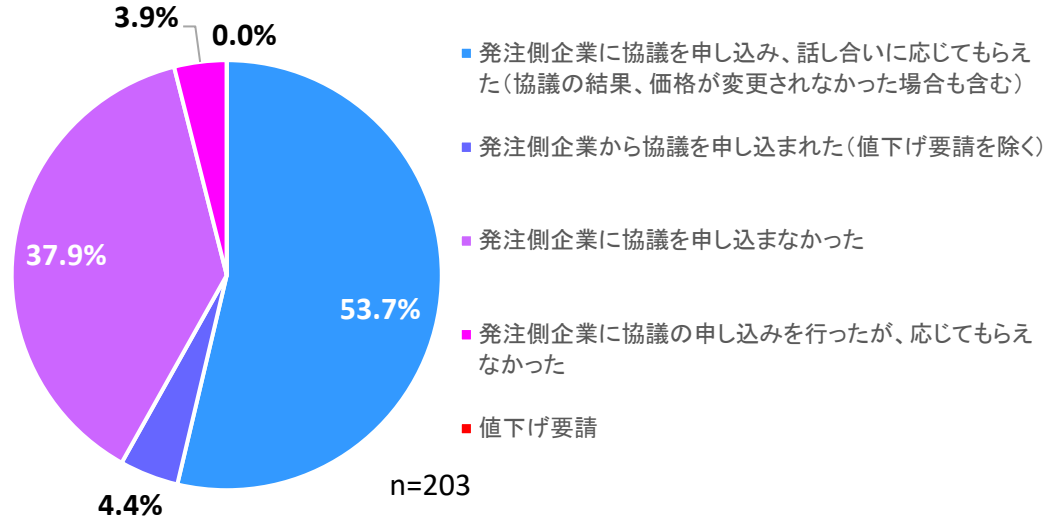


<下請Gメンヒアリングによる生声>

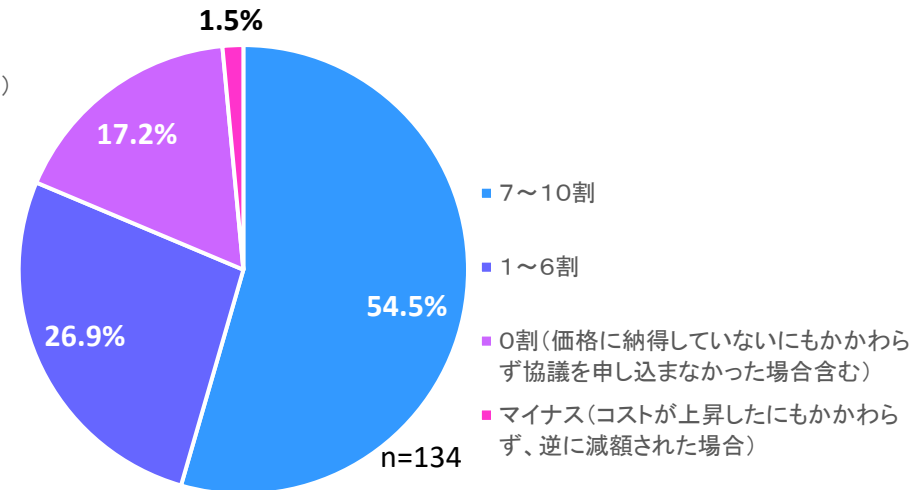
- 今年夏から低減要請的な口調が一切なくなり、現在の原材料高騰分の転嫁再見積もりが、何も言われずにすんなりと通るようになった。
- 9月に連絡があり、納期や支払、価格等に関して「きちんとした取引をするように会社で言われたので、何か問題がないか」確認してきた。受注額に対して輸送費の自己負担が厳しい話をするとうちに輸送費を負担してもらえることになった。
- 9月中旬に親事業者から取引価格の見直しの話が出てきた。今まで一切そのようなアクションは無かったので、驚いた。現在、当社価格情報（原材料費）をまとめているところであり、11月初旬には提出する予定。
- 8月以降アルミ・銅が急騰し、9月に原材料協定価格の見直しを初めて要請した。その結果、10月以降の納品分の受注済製品価格の見直しが認められた。また、今後の発注に対しても原材料協定価格ベースではなく、その都度協議にて対応してもらえることになった。
- 数年前から親事業者には必要なコストは全て請求するように言われている。交渉時に下請法の名前が出てくるので、下請取引改善の取り組みの成果ではないかと思っている。
- ▲当社から値上げの相談をしても、基本的には返信すらなく交渉に応じてもらえない（価格交渉に限ったことではない）。
- ▲10～15年の継続品が、そのままの単価なので交渉を重ねたが、全く折り合わず、2020年度で取引停止とした。
- ▲原材料費が上がった際に値上げ交渉しているが認めてもらえず、20～30年同じ価格で取引しており、ほぼ利益が出ていないものもある。
- ▲値上り要請する場合、膨大な量のエビデンスが必要であり、また当社の情報がさらされることになる。莫大な労力を使用して2%～3%の値上げでは割が合わない。また、値上げを了承したということでそれ以上の値上げはほとんど不可能になる危険性がある。

素形材

直近1年間の価格交渉の協議



価格に転嫁できた割合

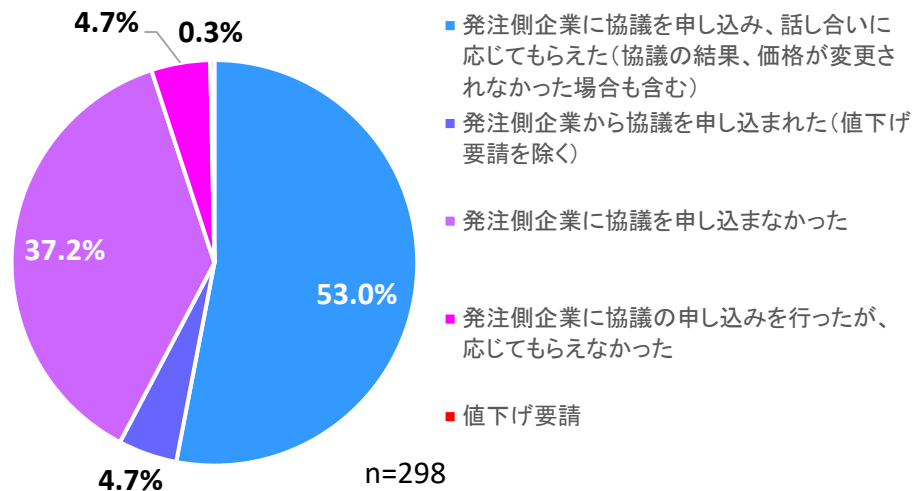


<下請Gメンヒアリングによる生声>

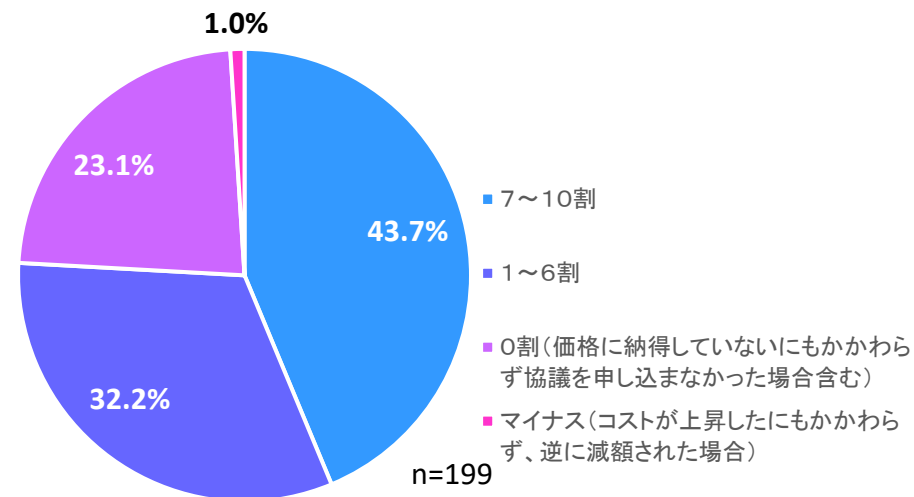
- 原材料上昇時は親事業者より価格改定連絡があり転嫁できている。
- 本年は材料費高騰が激しく、9月に初めて材料費上昇分の転嫁を要請した。見積等書類は提出し、アイテムごとにチェックされたが主要な製品の値上げはすぐに了承された。
- 原材料費は日々変動する市況価格で契約するシステムになっており100%反映している。労務費は新規は反映しており、継続も昔の価格を引き上げ交渉しておりほぼ反映している。
- 親事業者とは関係も良好で継続品についても「今年の価格は問題ないか？」と逆に聞いてもらえる。原材料以外の労務費上昇分も価格転嫁要請はおこなっている。親事業者は社内教育がしっかりしているようで、下請法などにも配慮されている。行政の取引適正化に向けた活動以前から現在の対応が続いている。
- ▲見積書提出時に毎回「前回と同じ価格で」と指値され、原材料価格が上昇してもなかなか価格転嫁出来ない。
- ▲原材料が大幅に上がっている製品については、価格改定の要望を認めてもらったものの、親事業者の方から転注をほのめかされた。
- ▲親事業者の発注担当者は予算を死守し、実績価格から価格変更を認めないことから、コスト等を下請代金に転嫁出来ない。また、案件が少なくなっており、競合との価格競争が激しくなっていることも価格変更できない要因の一つである。
- ▲取引先から、材料価格のアップ分の製品売価への反映を認められたが、同時に2021年度上期分の価格低減の要請があった。

自動車・自動車部品

直近1年間の価格交渉の協議



価格に転嫁できた割合

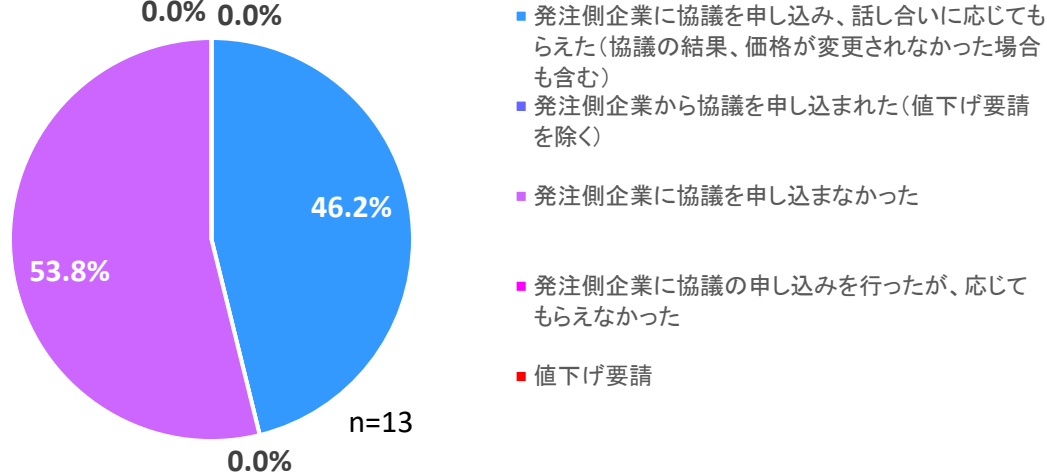


<下請Gメンヒアリングによる生声>

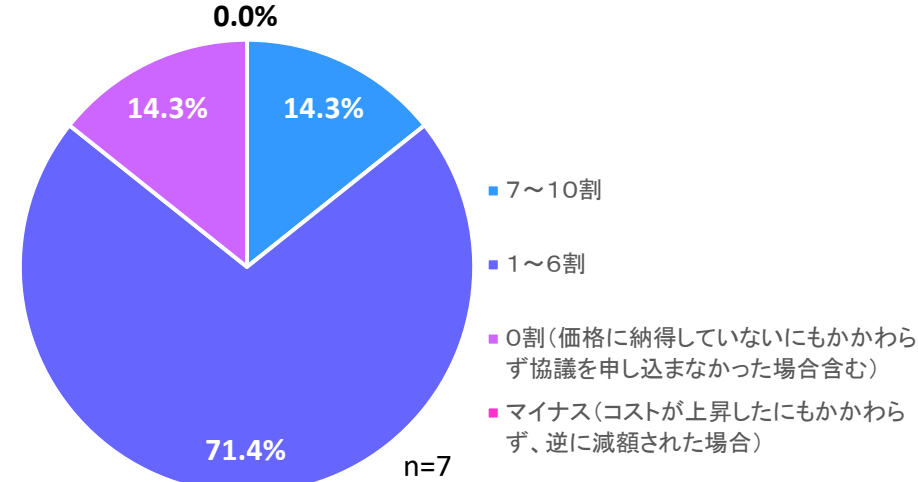
- 9月に初めて材料費上昇分の転嫁を要請した。拍子抜けするほど簡単にすぐ満額認めてくれた。様子を見て人件費上昇に伴う労務費の値上げも一度要請してみようかと感じている。
- 今まで値上交渉もできていなかったが、今後は定期的な価格交渉を実施しコストの価格転嫁を必ず認めてもらう了承が得られた。現在は、価格及び今後の交渉時期等を協議中。
- 9月上旬に半年間遡って単価アップする旨の連絡があった。
- 「企業努力で対応」と言われ、「原材料」のみしか要請出来なかったが、数ヶ月前から、労務費上昇分も要請できるようになってきた。
- ▲新規受注時に一方的に毎年数%程度のコストダウンをコミットさせられ、毎年自主的にコストダウンするかのような書面を提出させられる。以前、原材料費の価格交渉を申し出たところ、「転注する」とおどされた。部品のなかには原材料費は上昇しているのに、数十年以上も価格が変わってないものもある。
- ▲金型材料の鉄材は2020年比で20%値上がりしている。値上げを要請したが、「そういう要請をしてくるのは御社だけだ。」と拒否されている。鉄鋼材の値上げのエビデンスを見せても、「値上げしないのは法律違反になるのか。違反となる判例を持ってこい」と言われている。
- ▲業界団体や経営陣には取引適正化という取組は認識しているかもしれないが、親事業者の調達担当者は自社の利益を優先した旧態依然で交渉にあたっており、下請事業者の言葉に耳を貸さない。また、こちら(下請事業者)からも転注が怖くて言い出せない。
- ▲過去に何度か価格改定の要請を試みるも、認めてもらえない。現行単価ではほとんど利益もない上に、数量も減っているため、当社としては、むしろ取引が無くなった方が有り難い。

航空宇宙

直近1年間の価格交渉の協議



価格に転嫁できた割合

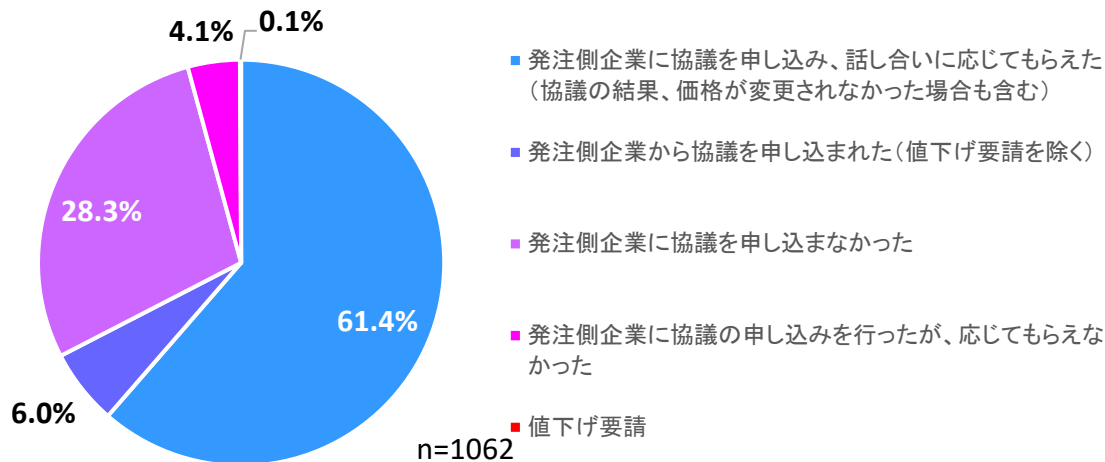


<下請Gメンヒアリングによる生声>

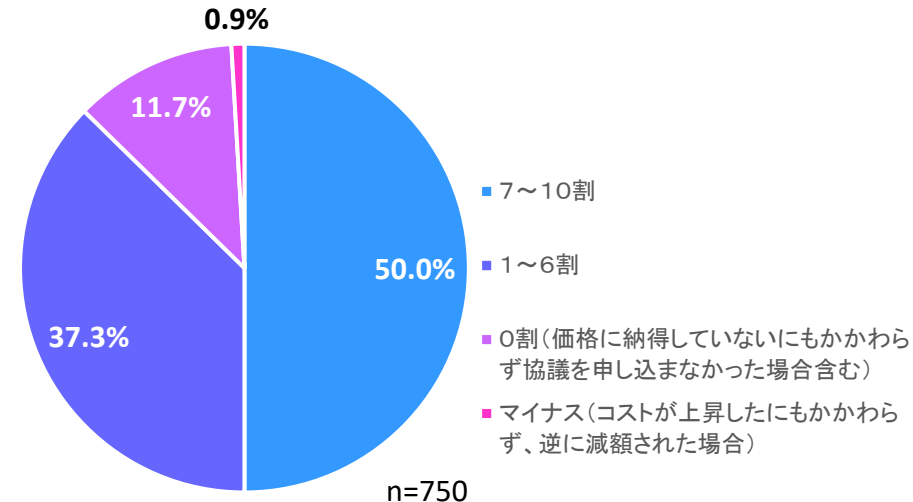
- 原材料の特殊樹脂材料は価格及び為替変動の影響を受けるが、変動時に全て価格転嫁できる。労務費は年1回の加工レート交渉時に価格転嫁している。
- ほぼ全てが指名受注で、労務費・原材料費などの原価・利益を勘案した見積書の価格で決定することが多く、2021年8月に原材料費上昇分の値上げ要請を行い応じてもらった。
- 10回のうち9回は値上げを認めてくれる。内訳は労務費上昇のケースが半分以上あり、原材料上昇のケースが残り。これまでも価格交渉はスマートに実施されており、今後もこのスタイルが継続されるのではないかと。
- 原価・利益等を勘案して見積書を作成し、協議のうえ提示価格通りで受注できる。継続品の原材料費は変動単価で、毎月差額調整を行い、次月の代金に反映できる。
- 当社は生産設備の製造から据付までの一貫受注できる強みがあるので各工程を通じて価格交渉力があり、交渉できている。
- ▲コロナ禍の影響で航空機業界全体で航空機の生産数量が減少しており、親事業者の生産計画が低調で厳しい状況下であり、工賃単価の大幅な改善は困難と考えている。
- ▲リピート品を数量に関係なく段階的に引き下げる契約は、航空機部品業界特有の慣習。交渉もなく他社との相見積もりで決定される。
- ▲定期的取引状況の確認があり協議しているが、工数変化発生時に価格改定交渉をしており、以前は工数増及び労務費アップ分も考慮してもらっていたが、2020年頃から大幅な工数増以外は受け入れてはもらえない。
- ▲コスト等が転嫁できない要因として、取引先からの高い品質要求や環境に配慮した材料の選定等に見合った設定がされていない事が挙げられる。コストの上昇分を上乗せした見積りを提出し、交渉するが認めてもらえない。

電機・情報通信機器

直近1年間の価格交渉の協議



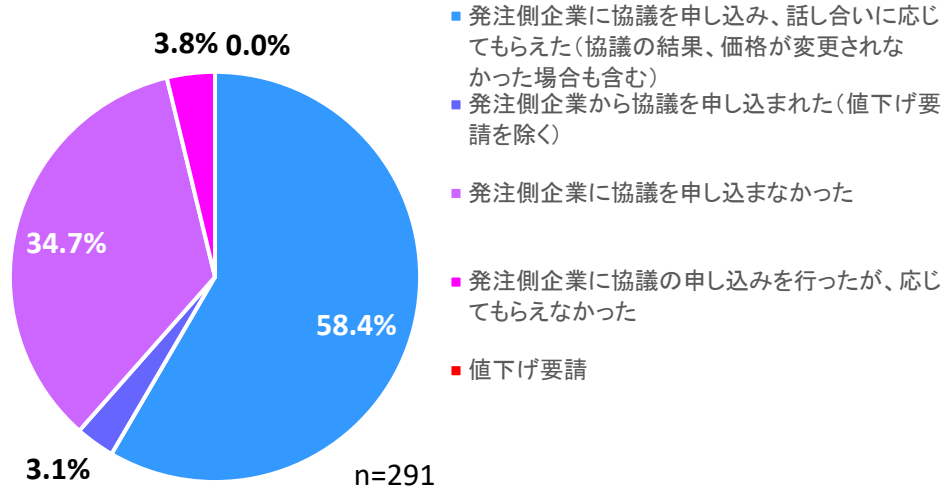
価格に転嫁できた割合



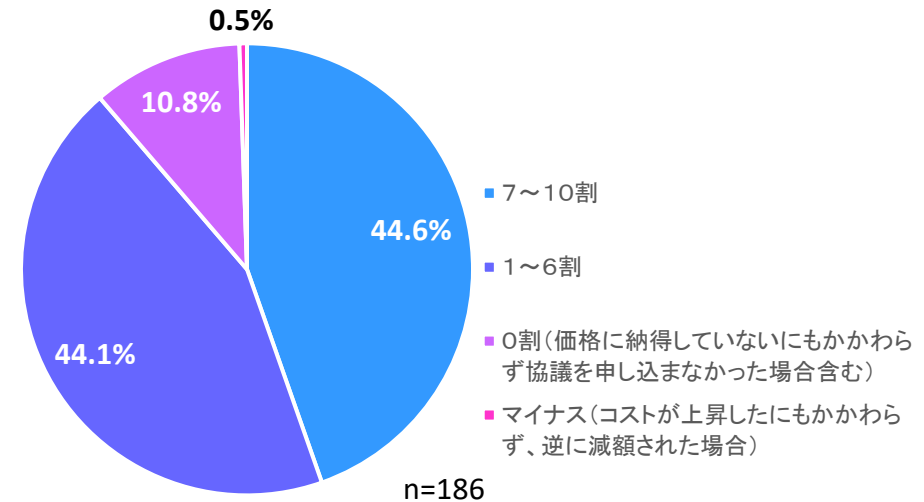
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 原材料は、6月以降の値上がり分を随時転嫁している。親事業者が価格高騰の動きを承知していて、「価格・モノ不足等の状況を何でも言ってくれ」と6月・9月に催促電話があり、見積もりして円滑に転嫁出来ている。調達部門が今迄とは違い、とても優しくなっている。
- 8月から9月に入り親事業者の方から原材料費の高騰具合の状況確認と、価格改定の提案をされ考慮された。
- 金型部品の見積依頼を受けた際、その時点のコストを価格に反映させてきた。10月1日から値上げの話をしている。親事業者からは、ガソリン価格の上昇に伴うコスト増も打診があった。
- 労務費上昇分に関して「企業努力で対応」と言われたことがあり、「原材料」のみしか要請出来なくなっていたが、2021年からの価格交渉では、労務費上昇分も要請でき、また、2021年上旬の原材料の鋼材上昇時に値上げを要請し、9月に入って承認された。
- ▲最近の価格高騰はさすがに看過できず、親事業者と交渉を始めている。原材料の購入価格が上昇したエビデンスを提出したが、更に新たなエビデンスを要求されている。労務費に関しては、依然として交渉出来る状況に無い。
- ▲電子部品の供給不足による価格高騰や、人件費上昇に伴う加工賃アップを理由に値上げ交渉はしているが、認めてもらえていない。状況は他社も同じで親事業者も把握しているはずだが、値上げには応じてくれない。
- ▲低価格の海外メーカーの参入が国内の価格競争を激化させている傾向で、すべてのコスト等が下請代金に転嫁できていない。
- ▲値下げ要請は2ヶ月連続で行われた。下請企業に対して、値下げできる要素についての値下げ要求されている。この場には他社も同席しているため、ある程度は要求を飲まざるを得ない。

直近1年間の価格交渉の協議



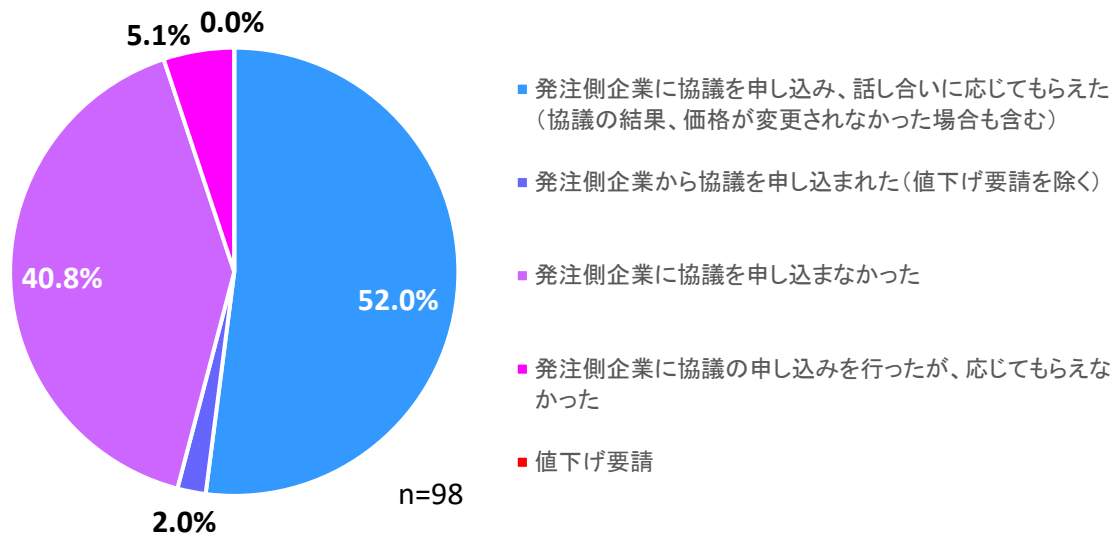
価格に転嫁できた割合



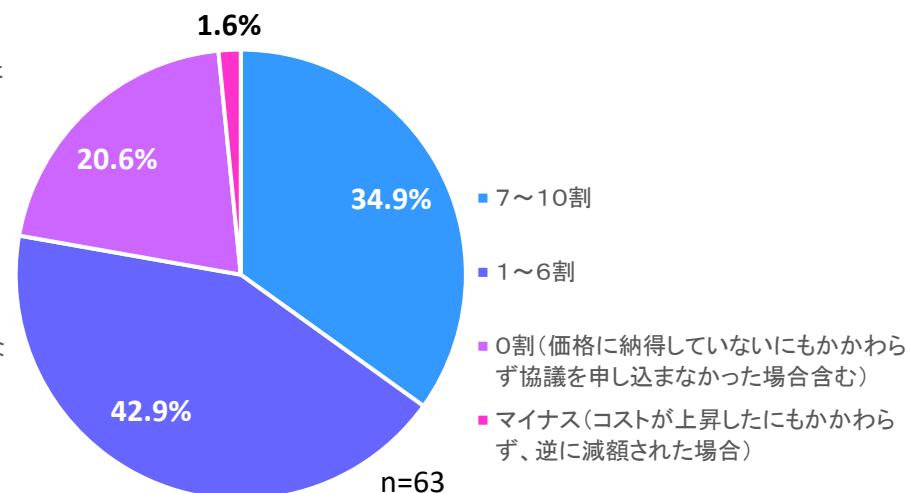
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 継続取引の多いシステム保守費用について、ここ数年の最低賃金アップを追い風に値上交渉を行い、受け入れてもらった。新規取引であるシステム開発では、見積りに労務費等上昇分、仕様変更想定分を反映しており、そのまま決定することが殆ど。
- 契約更新時に、その都度価格の交渉を行なっている。契約更新時に、エンジニアのスキル・世の中の景気状況などを加味して、人月単価は考慮してもらっている。
- 2021年度は個人のスキルや経験の向上に伴う価格の引上げを数年ぶりに了承して貰った。
- 仕様変更に伴う追加費用が発生した場合や担当技術者のレベルアップが必要となった場合、価格交渉を行い承認される。また、既存システムの保守作業の追加費用やバージョンアップ作業費用は、都度見積りを提示し価格交渉を行い承認される。
- 対等な立場での価格交渉でコスト転嫁はできており、問題はない。
- ▲業界全体が人手不足だが、価格に反映しにくい（単価が上がらない）業界の体質がある。
- ▲エンドユーザの業況が悪く、取引先の受注量が減っている。今は、単価についても予算が減らさせているので、単純なスキルアップによる値上げ交渉以外はできない状況にある。
- ▲各案件は相見積りで価格が決まっていて、各アイテムとも短い期間での生産で交渉の余地なし。急な経費上昇は内部で吸収するしかない。
- ▲1つの製品の生産期間が短く、1度決まった価格でできなければ、自社内で吸収し可能な範囲で賄うしかない。
- ▲通常、1年以上の作業期間が掛かる案件は、毎年4月からの年度契約時に月の人員単価をITSS（IT標準スキル）をもとに交渉し、新価格を決定している。この価格は予算化されるので、期中での作業単価変更は出来ない。

直近1年間の価格交渉の協議



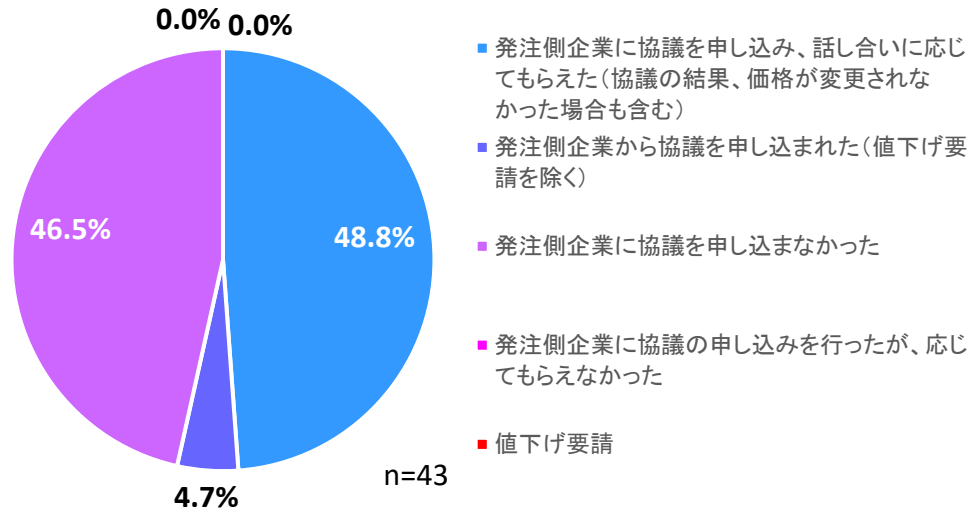
価格に転嫁できた割合



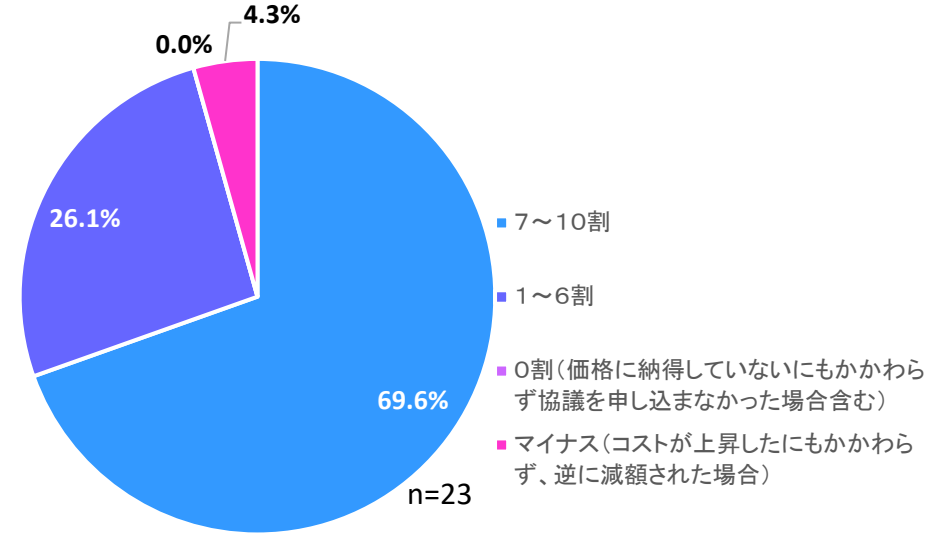
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- ▲ 価格交渉は無く、長らく価格改定がされていない。親事業者がエンドユーザーへ提示する価格が下請代金を考慮した価格になっておらず、見積りや価格交渉の場もない。
- ▲ 定期的な交渉機会がないので個別に機会を見て交渉するが、取引先の担当者からは「請けなければ他の事業者に頼むから」とにべもなく断られることがほとんどである。
- ▲ 「価格交渉しても断られる」という状況にすら無い。価格交渉すること自体が出来ない環境に無い、というのが実態。業界の慣習として、価格が決まればずっと同じ価格で発注されることになっており、継続品に対する価格交渉をする場が無い。
- ▲ 見積の都度、労務費の上昇分を価格に転嫁したい旨交渉するが、安い事業者があり転注を示唆してくるので強気で交渉できず受け入れて貰えない。購買担当者は、原価に対して理解がない。担当者の多くは作業品質について理解しておらず、単に価格のみを追っている。
- ▲ 単価の無い予告伝票のみで短納期発注が送られてくるため、作業開始後に後指値となることが常態化している。
- ▲ 材料等の値上がり分、コスト等を下請代金に転嫁できていない。価格交渉をして取引中止となった同業他社を今までに多く見ているため、各社とも交渉はしていない。

直近1年間の価格交渉の協議



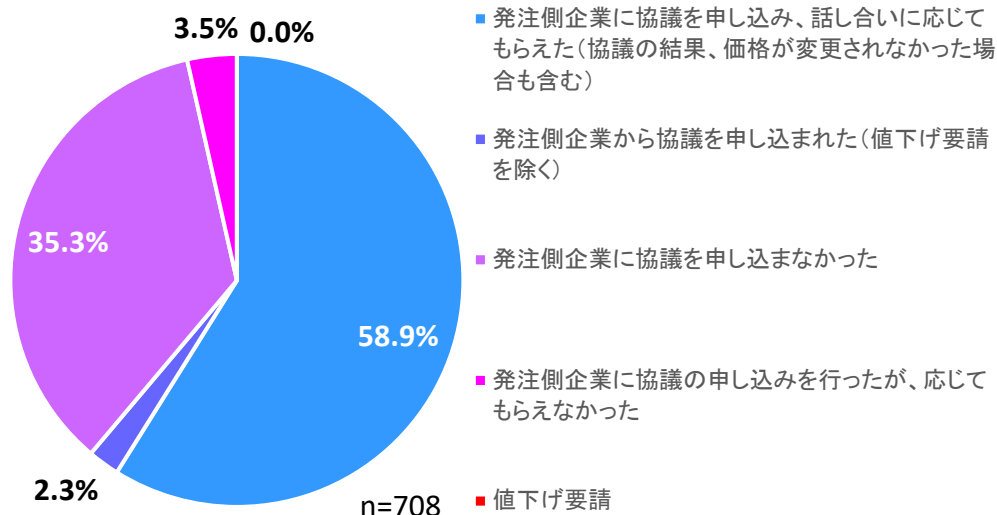
価格に転嫁できた割合



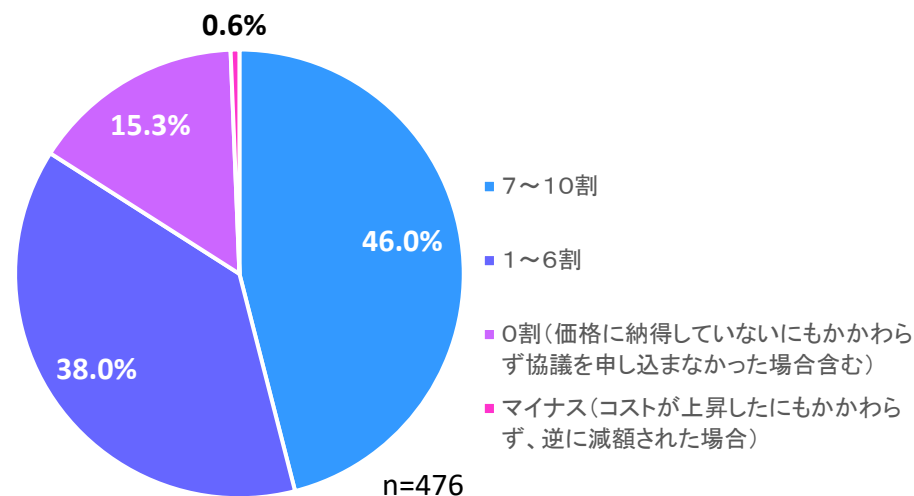
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 9月に突然、取引先からこれまでの下請代金で問題がないか確認があった。
- 指名受注が多く、提示された制作案に基づき労務費等を勘案した見積価格を提示し、協議のうえ決定するが、採算が厳しい場合は断っている。事前提示の制作仕様からの変更が発生したり、修正作業や緊急対応作業が多くなることもあり、その分の増加コストは価格に転嫁される。一部転嫁しにくいものについても、次の発注を約束され別の案件でカバーされるなど、最終的には下請代金に反映できている。
- ▲継続品の広告の場合は価格がほぼ決まっているため、仕様の変更や追加があっても追加費用はほとんど認めてもらえない。
- ▲クライアント側で予算が決まっており、広告代理店もそれに従うため、下請けにしわ寄せがくる構図
- ▲引合時に、親事業者から要求仕様と価格の提示があり、その価格でできる企画を提案するが、クライアントの要求するクオリティは高く、大抵の場合は満足してもらえず、やり直しとなる。また、企画が決まり、撮影の段階に入っても仕様の追加や変更が常にあるが、追加費用はほとんど支払われない。
- ▲作業の進捗とともに仕様変更や追加作業が増えていき、当初の価格では収まらなくなっても当初価格を盾に「追加費用は出せない」と拒否される場合が多い。
- ▲イベントの企画立案型で受注し、全て自社で行うことを強みとしているが、各工程の時間単価はここ5~6年変化がなく、競合他社も多い中、受注獲得のためには労務費上昇分の値上げはできない状況である。

直近1年間の価格交渉の協議



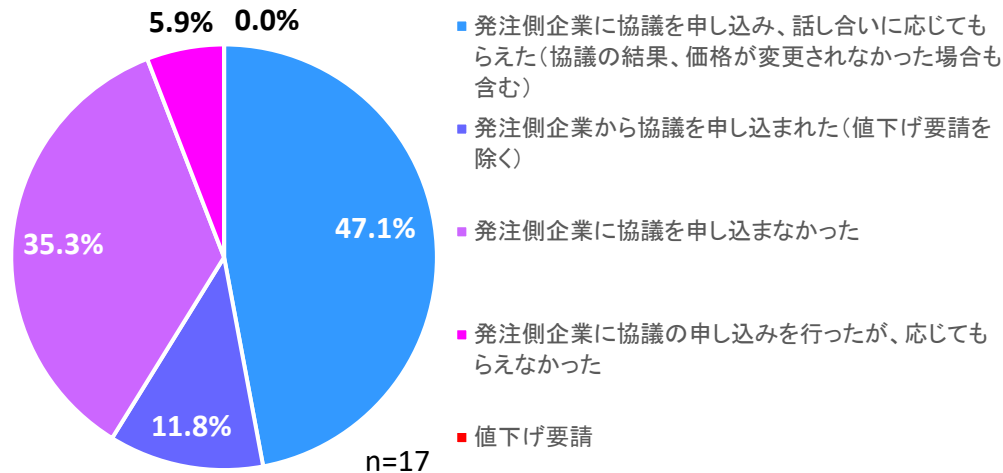
価格に転嫁できた割合



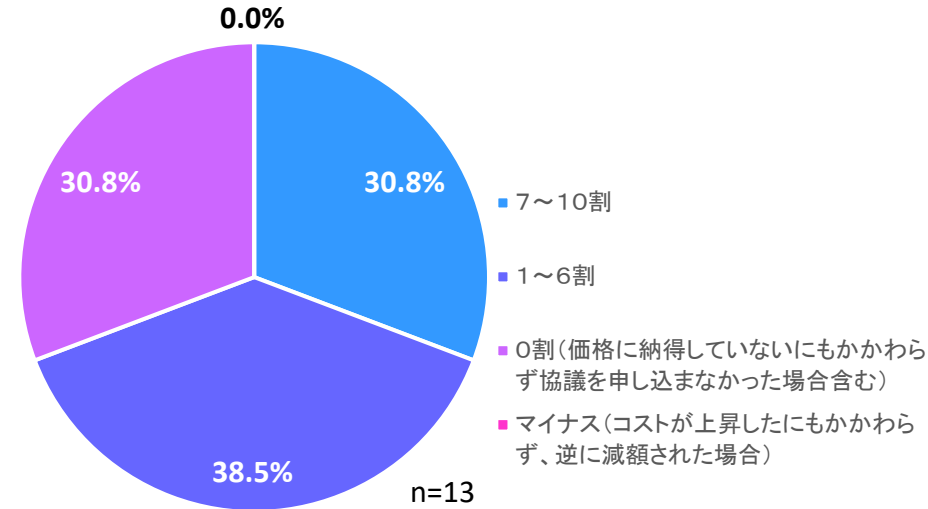
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 事由が説明できる価格変更はほぼ全て認めてもらえ転嫁できている。
- 年に1回価格改定の協議があり、1年間はその価格で取引を行っている。原材料の高騰により随時値上げの要請をすることがあるが、要請は受け入れてくれている。
- 最低賃金等上昇等に伴う、労務費上昇を理由とした値上げ要請を2年に1回行っており、今年も協議して値上げを認めて貰った。
- 親事業者は、自社努力で店頭価格を維持・値下げをしており、会社の姿勢として、下請の取引先には一切負担をかけていない。
- 近年は荷主側が運送業の重要性を理解し、運送業からの要請を認めてもらえる環境になってきている。
- ▲親事業者からの値下げ要請を拒否して以降、当社からの要請について聞く耳を持ってくれない。今年前半に書面で行った原材料価格上昇による値上げ要請は拒否された。直近でも7月に再度値上げを要請したが、話し合いは平行線のまま商談ストップとなっている。
- ▲「販売価格を上げると競合に負ける」や、「消費者が買わなくなる」と言われ、納品価格を変えることは出来ない。
- ▲野菜の仕入価格が高騰し、価格改定を要請しても回答まで2~3ヶ月待たされ、タイムリーに改定して貰えない。野菜の価格が下がった場合にはすぐに取引価格を戻される。スーパーの姿勢に全く変化はない。
- ▲2021年3月に、農産物価格の高騰を理由に納入価格の改定を要請したが、親事業者の「2021年の原材料の価格上昇に伴う売価への転嫁は拒否する」という方針のもと認められなかった。

直近1年間の価格交渉の協議



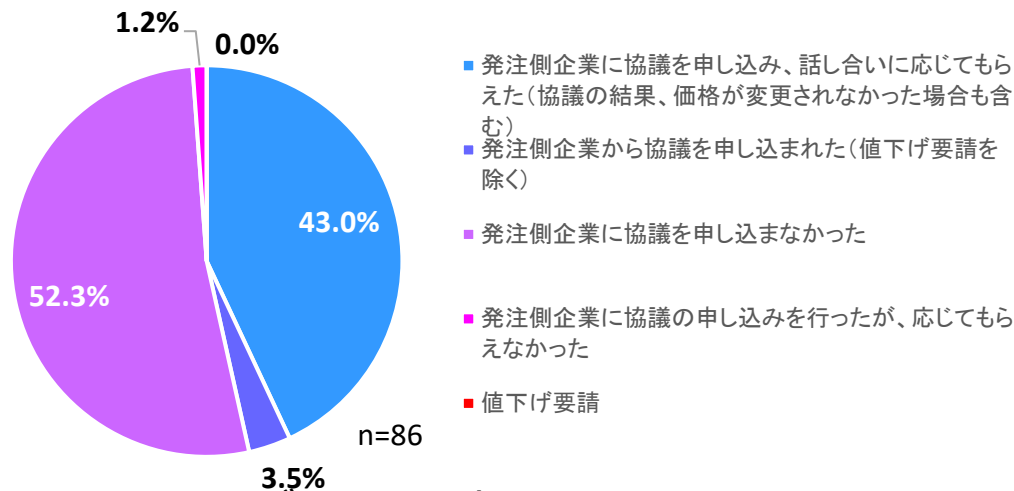
価格に転嫁できた割合



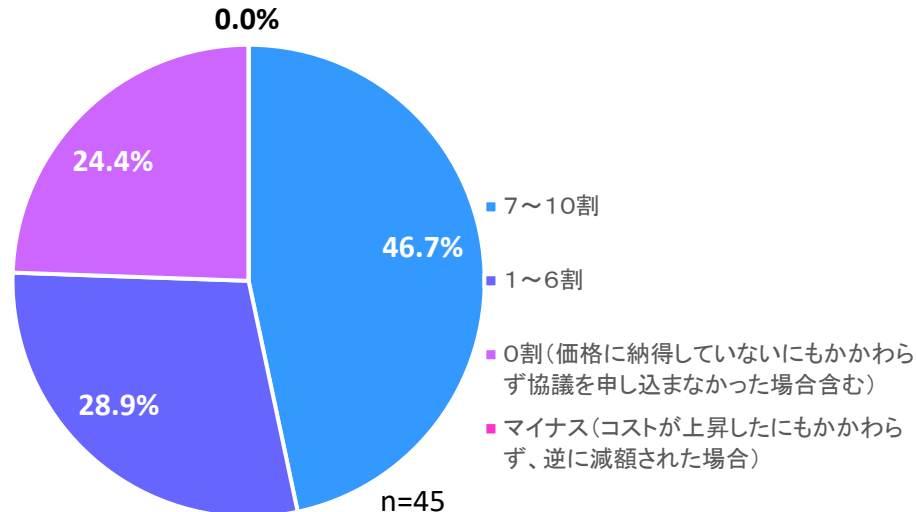
<下請Gメンヒアリングによる生声>

(今回の価格交渉促進月間フォローアップにおいては、警備業の企業に関する下請Gメンヒアリングの実施数が少なく、有効な生声(良い事例・悪い事例)は未収集。今後、警備業へのヒアリング数の増加を図る予定。)

直近1年間の価格交渉の協議



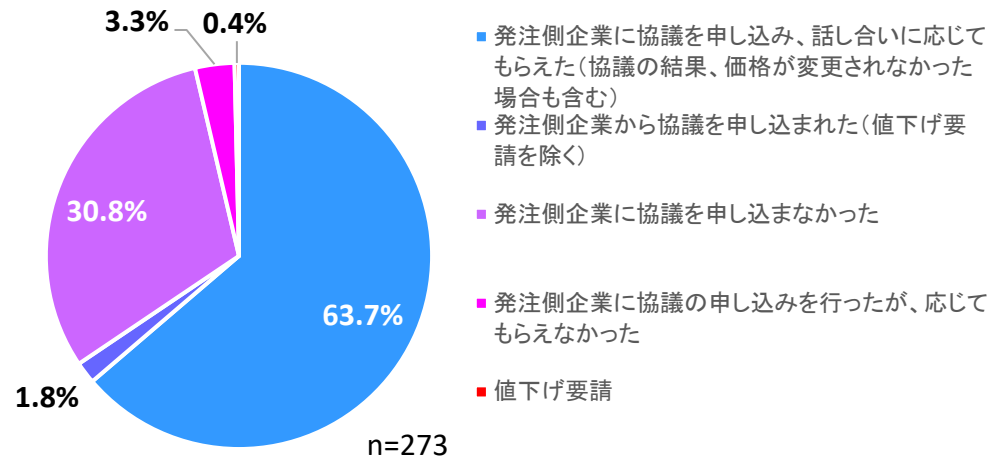
価格に転嫁できた割合



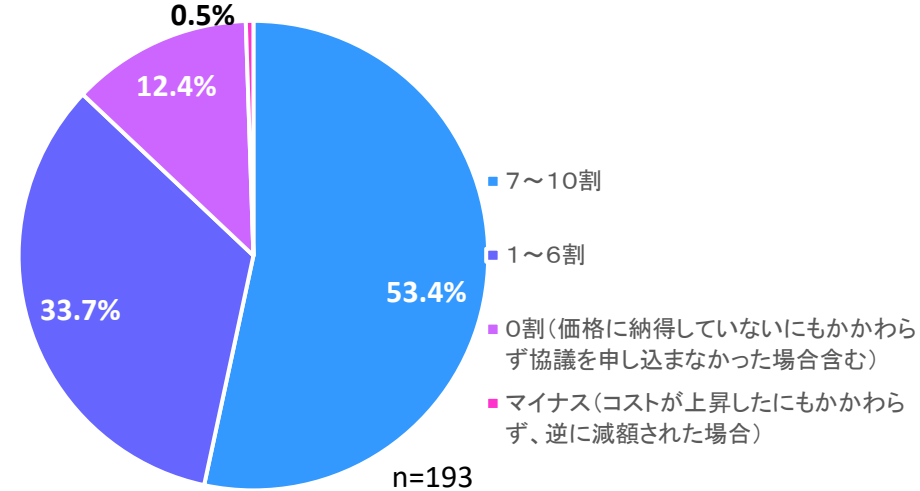
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- イベント担当部分・映像制作とも、コストは転嫁出来ている。予算金額は言われるが、納期優先で、予算金額見合いのコンテンツ回答で、合意が出来る。
- 受注内容毎に協議のうえ価格決定しており、制作方法・使用機材変更などに伴う工数増の場合は、年2回価格改定の申し入れをし、受け入れられている。制作物のやり直し・追加は上限回数を設定しており、上限を超える場合は別途請求できている。
- 企画、番組内容、番組構成を当社で行っているが、天候などの理由によりロケが1日増えるなど必要経費の追加を要望した時は、番組内の予算がない場合でも対応してくれることがある。
- 地場の放送事業者は、「共存共栄」をベースに番組制作事業者と取引をしており、良い取引環境。現在制作を委託されている番組も要望価格通りで、適正な収益は確保できている。
- ▲価格交渉は行える状況になく、下請代金へは反映できていない。1クルー、番組時間の単価が10年以上変わっていない。同業他社が相場価格を下回る価格を提示していることもあり、価格交渉を申し出た場合に、他社に転注され取引がなくなるおそれがある。
- ▲多くが相見積りなので他社の方が安価な場合、「貴社に出したいので、この価格より安くして」と頼まれることもある。別のタイミングで優遇してもらえる期待もあるので、主要取引先には赤字覚悟で受ける場合も多い。
- ▲コロナ禍によって取材の時間的・空間的余裕を作らざるを得ず、コストアップ（取材期間が延びる・ロケバスを増やすなど）しており、その分を反映した見積りで交渉するが、その番組の予算によって、満額回答から拒否される場合もあるなど、ケースバイケースである。
- ▲制作費（人件費、備品購入）を回収できるのか際どい状況。間接費分迄は回収出来ておらず今年は赤字。

直近1年間の価格交渉の協議



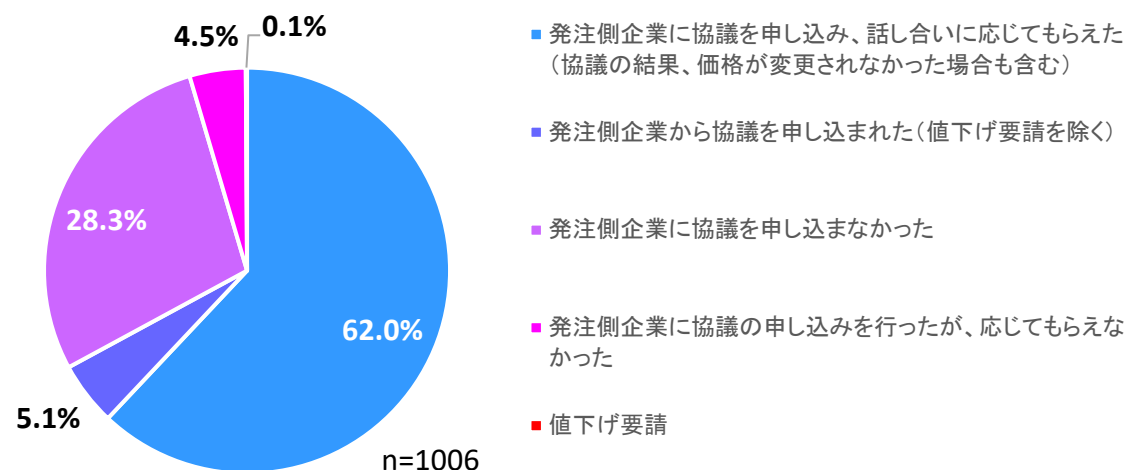
価格に転嫁できた割合



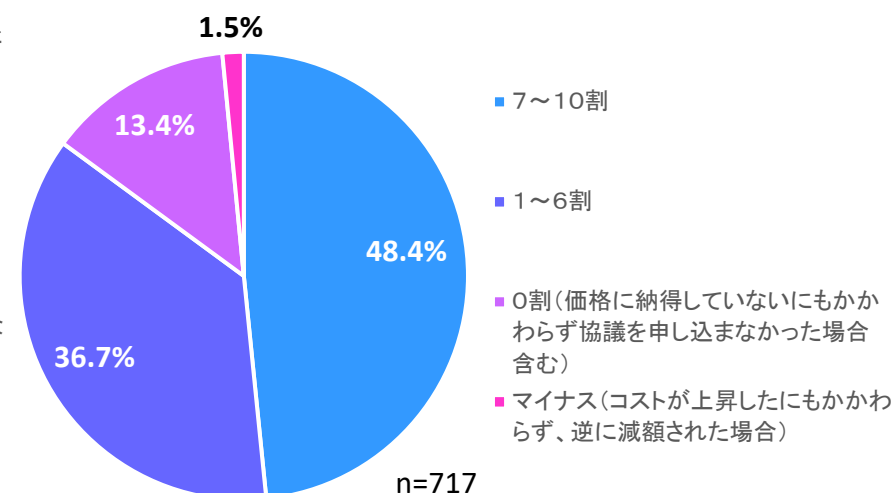
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 原材料費値上げに伴い、価格交渉を9月から行い満額回答をもらった。原材料価格については、原材料メーカーが半ば公に値上げをするため、当社としても交渉がし易い。
- 無理な価格低減要請もなく、原材料費や労務費のコストは転嫁できる。消耗品の材料費、メンテナンス（保守・修理）費の人件費の増加分は申請して認めてもらった。
- 不採算な取引だったため値上げの要請をしたところ、同社から安い原料を当社に供給するから現状の価格を維持してほしい旨の提案を受け、取引条件の改善となった。
- 業界全体が厳しい状況を親事業者も十分理解している。ステンレス・鉄・銅などの原材料費が急上昇の傾向だが、業界全体の動きでも有り、親事業者の理解により価格転嫁できている。
- ▲値上げ要請すれば同業他社にシェアを奪われてしまうことが、価格交渉を持ち掛けられない。零細メーカーは、親事業者の機嫌を損ねないようにやっていくしかない。
- ▲原料価格が下がった時に原価低減要請を受け値下げに応じたが、その後価格が上昇した際に値上げ要請しても交渉に応じてもらえなかった。生産コストを上乗せした価格交渉の要請も応じてくれる状況ではなく、逆により厳しい原価低減要請を突き付けられる。
- ▲全国の競合他社との相見積りの結果で決まるため、継続受注でも労務費や原材料価格上昇分での価格転嫁交渉は出来ず、前回価格より高く見積もりするのが難しい。
- ▲原材料価格は今年に入って3~4回の値上げがあり、材料の価格水準はここ数十年以内で最高レベルだが、価格に反映出来ていない。原材料価格だけでなく、少量納品などの労務費が「価格に込みだ」で押しつけられている。

直近1年間の価格交渉の協議



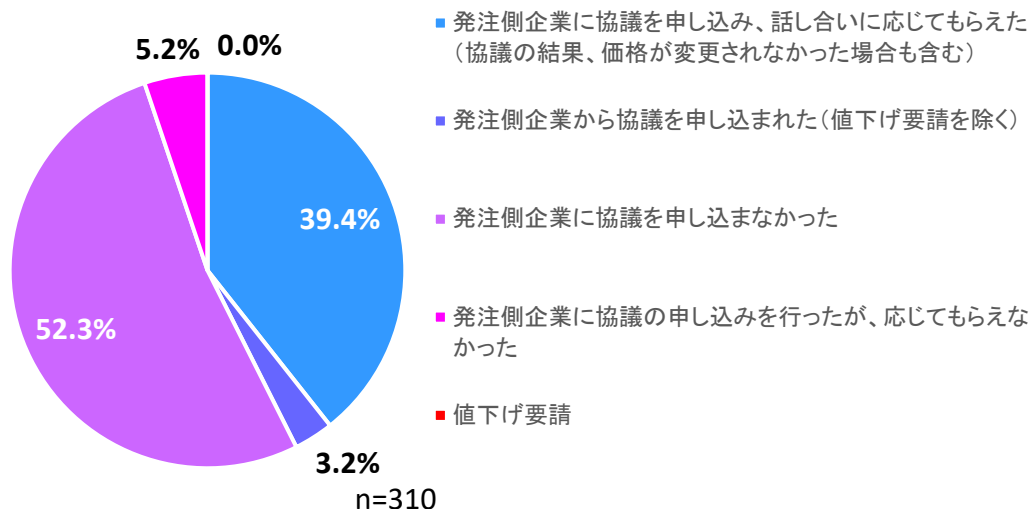
価格に転嫁できた割合



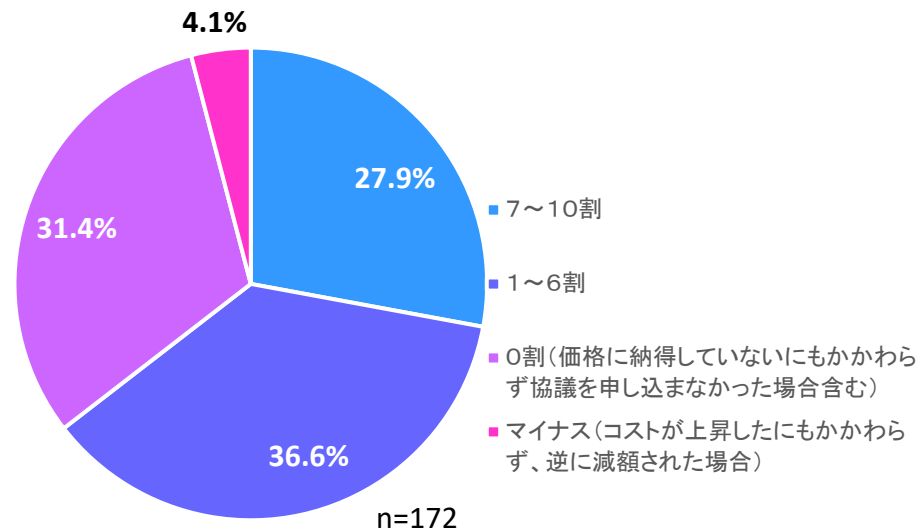
<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 原材料の大幅に値上げの際、業界全体が一斉値上げの動きになったため、当社は30～40%程度の値上げ要請（今後の更なる値上げや労務費等の上昇分を織り込み）を行い転嫁できた。
- ウッドショックの影響から加工プロセスが増えたが、随時、加工賃を転嫁出来ている。
- 労務費や原材料費が上昇している中で、親事業者は当社からの価格交渉の要請を概ね受け入れている。
- 毎年4月に基本契約（各種工事の単価など）を見直しており、資材や労務費の上昇分を交渉出来る。年度の途中で材料費や労務費の大幅アップがあった場合は、親事業者がエンドユーザーと交渉することが出来る。
- ▲建設業界の慣習として、価格決定後も再三の値下げ要請がある。
- ▲原材料価格の値上がりが続いており、値上げしたいが転注を懸念し、限界まで値上げ交渉を申し入れることができない。
- ▲2021年春に見積書提出し、数ヶ月後に受注確定となったあと、7月より鋼材価格が急騰し9月までで約1.5倍となった。見積り価格の見直しを要請したが、親事業者の社内稟議後であったため、材料価格アップは反映出来なかった。
- ▲設計～見積書の提出～納品まで期間が長いもので3年にもなり、その間に原材料価格が上昇しても再見積もりが認められず、実際の原材料価格が下請代金に反映できない場合が多い。原材料価格の上昇により再見積もりを求めた場合に転注される恐れがある。

直近1年間の価格交渉の協議



価格に転嫁できた割合



<下請Gメンヒアリングによる生声>

- 原材料価格の上昇については、ほぼ反映できる。直近では3年前に価格改定をしている。
- 新規受注は保管する商品の大きさ・重量や運搬エリアを基準にした単価表に基づき、見積りを提示し価格交渉を行っている。運搬費は燃料サーチャージ制度があり、変動分は見積りを提示し価格交渉を行い反映できる。保管料単価は、労務費や経費の高騰分が利益確保ができない場合、現行単価の値上げ要請を行い価格交渉のうえ認められる場合がある。
- 今までの取引から労務費、燃料費等の上昇により、価格改定が必要な場合は、どうにか下請代金に適正に転嫁できている。
- ▲親事業者の一般貨物運送は、距離・重量別運賃が決まっており、労務費及びガソリン代等コストの反映は十分ではなかった。価格表の改定には時間がかかり、市況にあわせた柔軟なコスト負担の対応が難しい。
- ▲料金設定が高い通販関係の貨物は、特定の元請けや一次の運送業者が仕切っている。このため、二次、三次の運送業者においては、その他の減少傾向にある貨物運送を取り合っている状況にあることから、安値合戦状態に近く、コスト転嫁の話は出来ていない。
- ▲2019年以降、現在まで価格は変わっていない。競合相手も多いため交渉できる環境ではなく、軽油の値上がりも転嫁できない。
- ▲運送業は、二次・三次の運送業者が請け負っている領域に大手が相場より値下げして参入してきている。二次・三次の運送業者は、その値下げした価格に合わせざるを得ず、コスト転嫁の話が出来る状況ではない。また、配送費において、上位の元請けや下請業者から下ろされる代金は、二次・三次の請負業者がコストの増加分を転嫁できる金額となっていない。