

# 県内企業における 価格転嫁及び賃上げに関する調査結果

令和5年10月

「価格転嫁の円滑化に関する協定」締結団体

(全13団体、構成団体は次頁に掲載)

# 目次

調査の概要	1
調査結果のポイント	2
1. 価格転嫁の状況	3
(1) エネルギー・原材料価格高騰の影響	3
(2) コスト高騰に対する価格転嫁率	4
(3) 価格転嫁の現状認識	5
(4) 十分な価格転嫁が困難な理由	6
(5) 価格転嫁を進めるために期待する支援	7
(6) 価格交渉の実施状況	8
(7) 価格交渉を行う際の相談先	9
(8) 価格交渉支援ツールの活用	10
(9) パートナーシップ構築宣言の登録状況	11
(10) パートナーシップ構築宣言の登録の影響	12
(11) パートナーシップ構築宣言の普及に効果的な支援	13
2. 賃上げの状況	14
(1) 令和5年の賃上げ	14
(2) 賃上げ率の前年比較	15
(3) 令和5年の賃上げ理由	16
(4) 賃上げ原資を確保するための取組	17
(5) 持続的な賃上げに向けて求める支援	18
3. 価格転嫁・賃上げの好事例	19

# 「価格転嫁の円滑化に関する協定」締結団体

福岡県  
経済産業省 九州経済産業局  
国土交通省 九州運輸局  
厚生労働省 福岡労働局  
福岡県商工会議所連合会  
福岡県商工会連合会  
福岡県中小企業団体中央会  
福岡県経営者協会  
福岡経済同友会  
一般社団法人福岡県中小企業経営者協会連合会  
一般社団法人福岡県中小企業家同友会  
公益社団法人福岡県トラック協会  
日本労働組合総連合会福岡県連合



「価格転嫁の円滑化に関する協定」締結式  
(令和5年2月27日)

# 調査の概要

福岡県では、官民労一体となって、取引の適正化を円滑に進め、中小企業・小規模事業者の稼げる力を高めることを目指し、令和5年2月、県の呼びかけにより、国の地方支分部局、県内経済団体、労働団体の13団体で「価格転嫁の円滑化に関する協定」を締結し、「パートナーシップ構築宣言」の推進、「取引適正化推進フォーラム福岡大会」の開催などに取り組んできた。

今回、県内企業の価格転嫁及び賃上げに係る現状・課題、好事例を収集し、今後の施策展開等に活用するため、アンケート調査を実施した。



▲「パートナーシップ構築宣言」ロゴマーク



▲取引適正化推進フォーラム福岡大会（令和5年5月16日）

- 調査対象 協定締結団体会員企業を中心とした県内企業
- 調査期間 令和5年7月4日～8月21日
- 回答企業数 376社
- 回答企業内訳

対象	回答数	回答構成比
中小企業	301	80.1%
中小企業以外	75	19.9%

業種	回答数	回答構成比
建設業	63	16.8%
製造業	71	18.9%
運輸業	69	18.3%
卸売業・小売業	49	13.0%
サービス業	83	22.1%
その他	41	10.9%

# 調査結果のポイント

## 価格転嫁について

### 【現状】

- ・エネルギー・原材料価格高騰は、90%以上の企業に影響
- ・同業他社が値上げに慎重なことや消費者の買い控えのおそれ等、価格転嫁への不安を感じている企業が多く、半数以上が価格転嫁の現状に満足していない
- ・約40%の企業が十分な価格交渉ができていない
- ・半数近くの企業がパートナーシップ構築宣言の制度内容を理解していない

### 【期待する支援】

- ・消費者に価格転嫁の理解を求める啓発活動
- ・業種別組合による業界ごとの機運醸成やメディアを活用した大規模なキャンペーンによる、社会全体・業界全体の価格転嫁の機運醸成
- ・パートナーシップ構築宣言を登録するメリットの情報提供

## 賃上げについて

### 【現状】

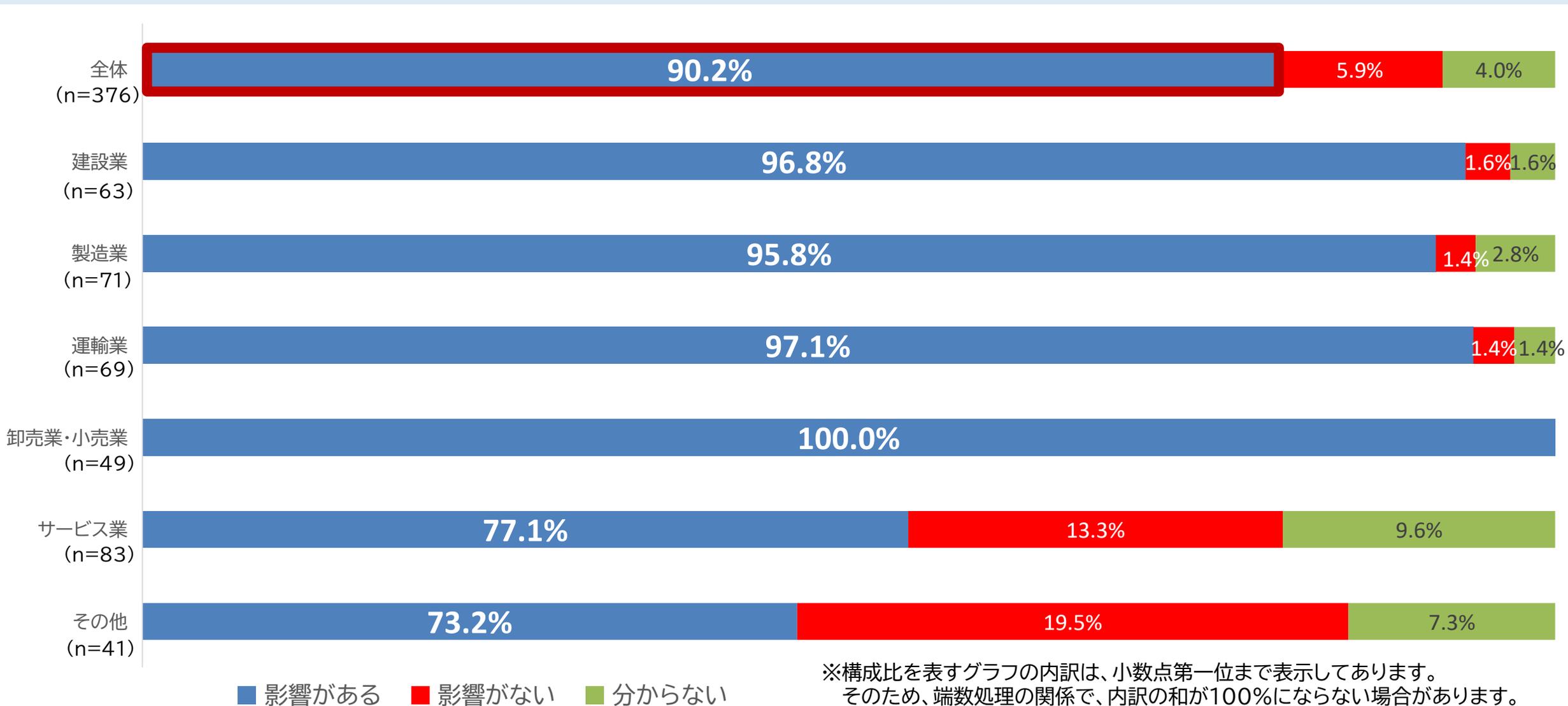
- ・令和5年は、60%を超える企業が賃上げを実施
- ・賃上げ実施企業は、賃上げ率も前年比で増加しているが、そのうち60%以上は、業績改善が伴っていない
- ・賃上げ理由は、「従業員のモチベーション向上」が最も多く、次いで「人材の確保・採用」、「物価上昇への対応」の順に多い
- ・賃上げ原資確保の取組として、「既存の商品・サービスの値上げ」、「販路拡大」、「従業員のスキルアップ」を挙げる企業が多い

### 【期待する支援】

- ・取引価格の適正化・円滑な価格転嫁の推進
- ・IT化や設備投資による業務効率化、省力化
- ・従業員の能力開発
- ・補助金の上限額や補助率の引き上げ

# 1. 価格転嫁の状況 (1) エネルギー・原材料価格高騰の影響

○卸売業・小売業(100%)、運輸業(97.1%)をはじめ、**90%以上の企業が「影響がある」と回答**

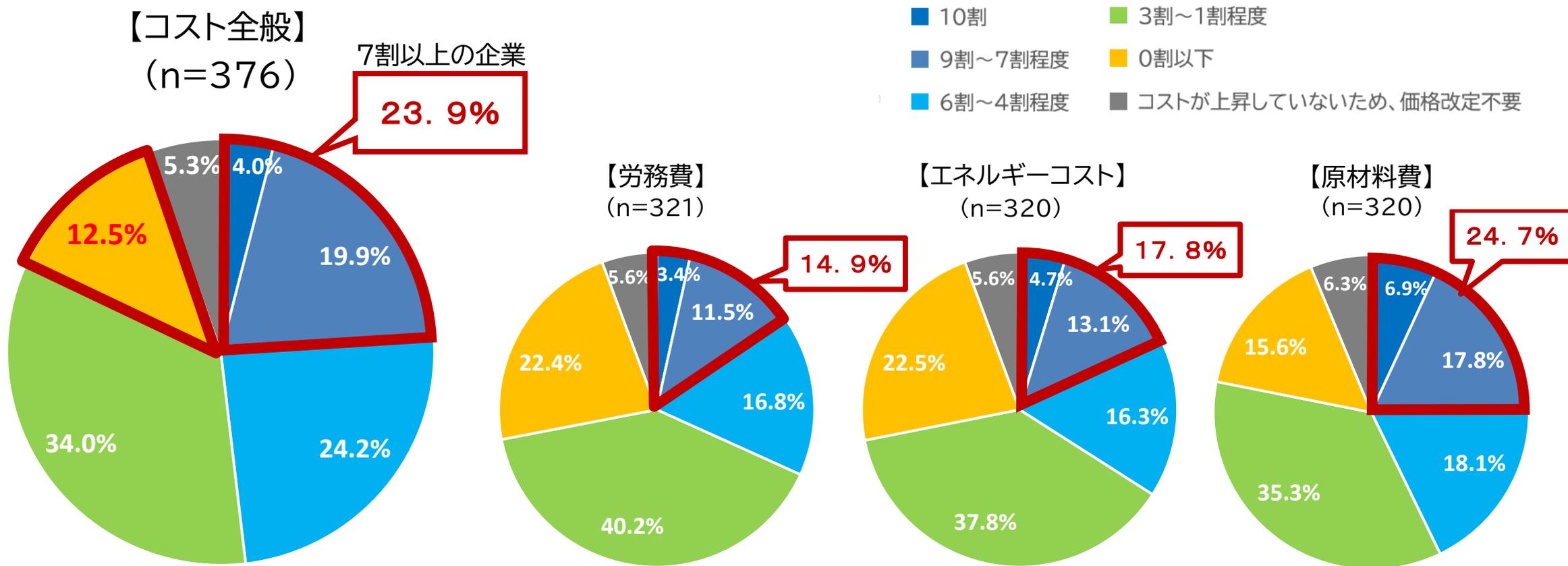


※構成比を表すグラフの内訳は、小数点第一位まで表示してあります。  
そのため、端数処理の関係で、内訳の和が100%にならない場合があります。  
以下の項目についても同様です。

# 1. 価格転嫁の状況 (2)コスト高騰に対する価格転嫁率

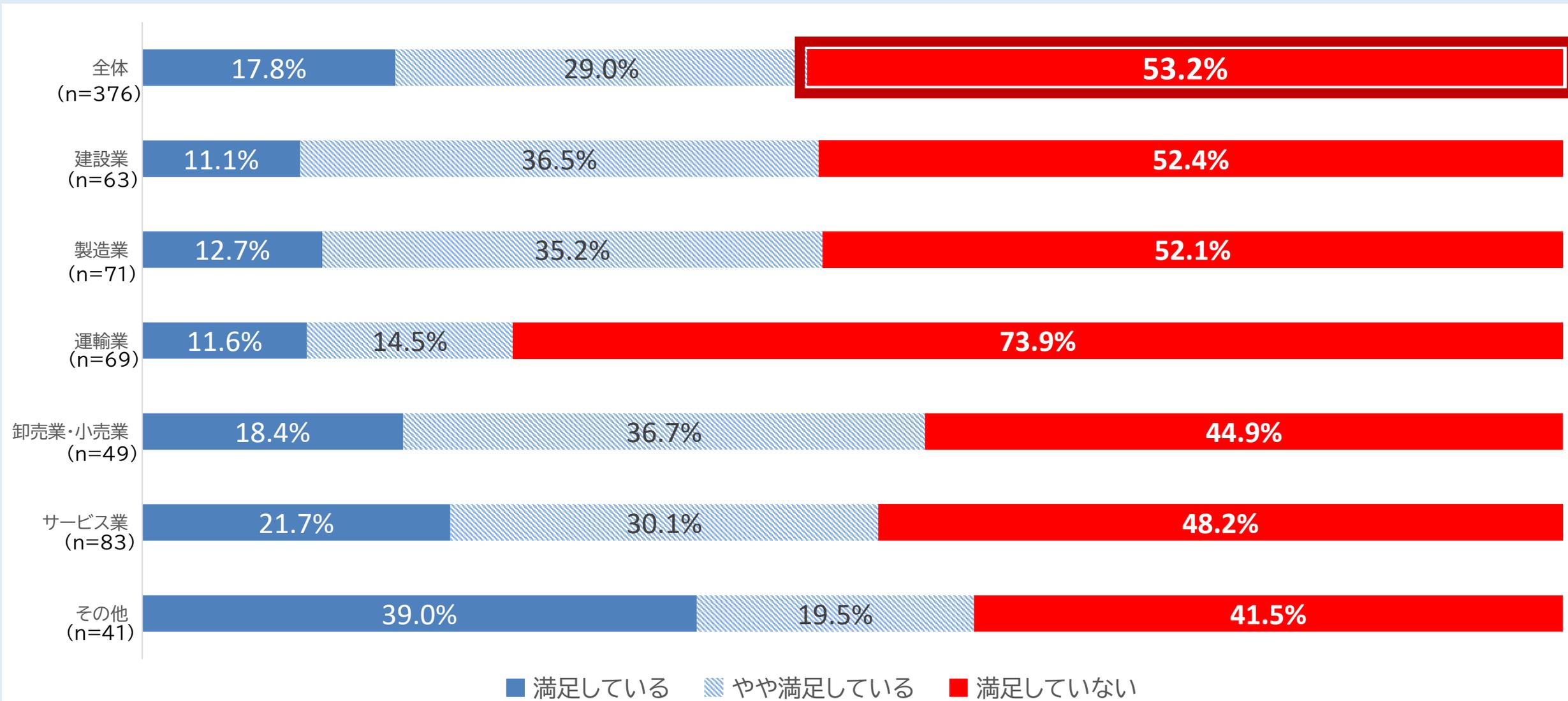
○価格転嫁が一定程度(7割以上)進んでいる企業は、23.9%に留まる  
また、全く価格転嫁できていない企業も12.5%存在

○価格転嫁率をコスト種別で見ると、**労務費が最も低く**、7割以上の企業は、14.9%  
次いで、エネルギーコスト(17.8%)、原材料費(24.7%)の順となっている



# 1. 価格転嫁の状況 (3) 価格転嫁の現状認識

○全体で半数以上(53.2%)の企業が、十分な価格転嫁ができていない

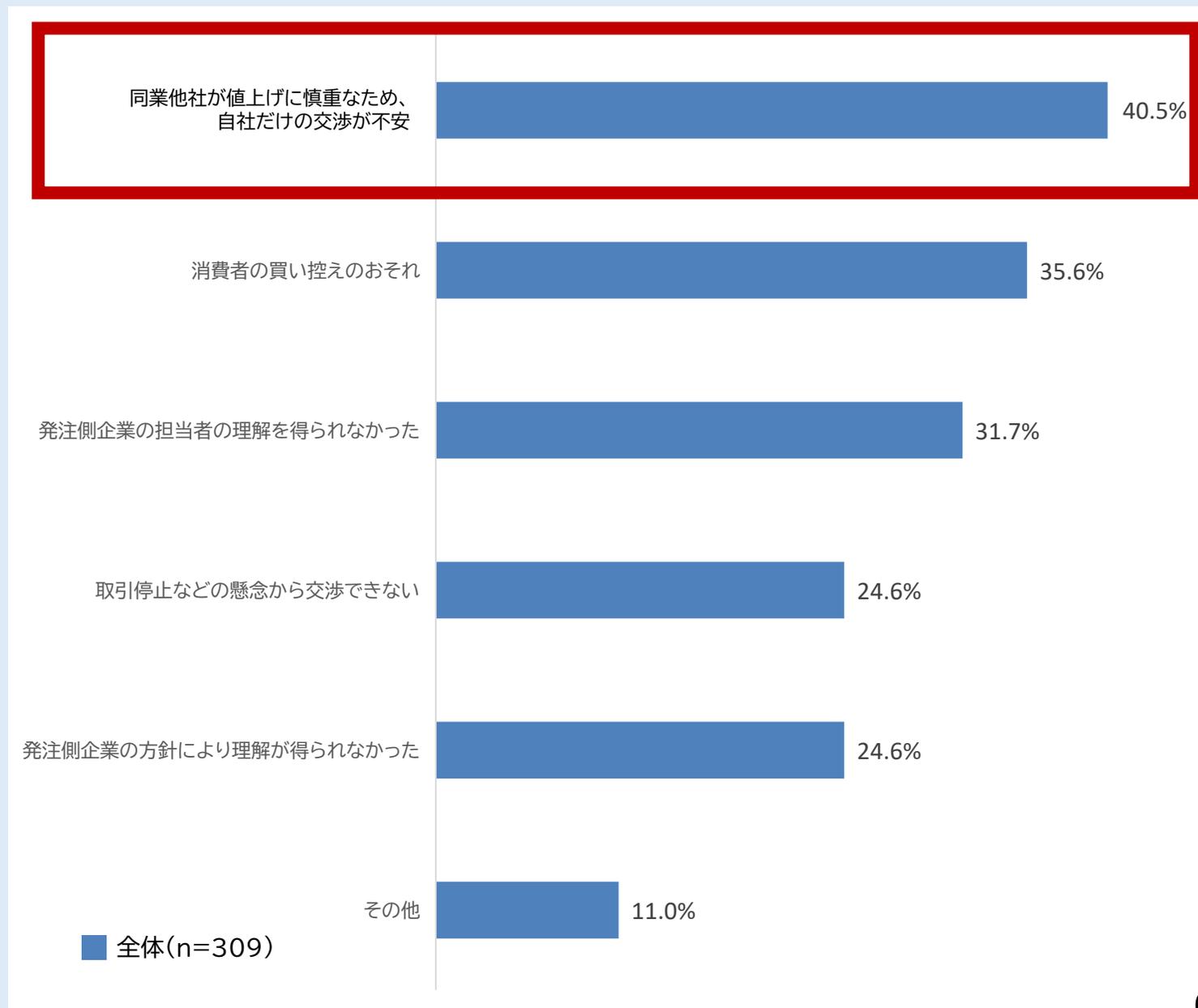


# 1. 価格転嫁の状況 (4)十分な価格転嫁が困難な理由

○「同業他社が値上げに慎重なため、自社だけの交渉が不安」(40.5%)と回答した企業が最も多い

○また、「消費者の買い控えのおそれ」(35.6%)  
「取引停止などの懸念から交渉できない」(24.6%)  
など価格転嫁への不安を感じている企業が多い

○「発注側企業の担当者の理解が得られなかった」(31.7%)  
「発注側企業の方針により理解が得られなかった」(24.6%)  
などの理由も挙げられている

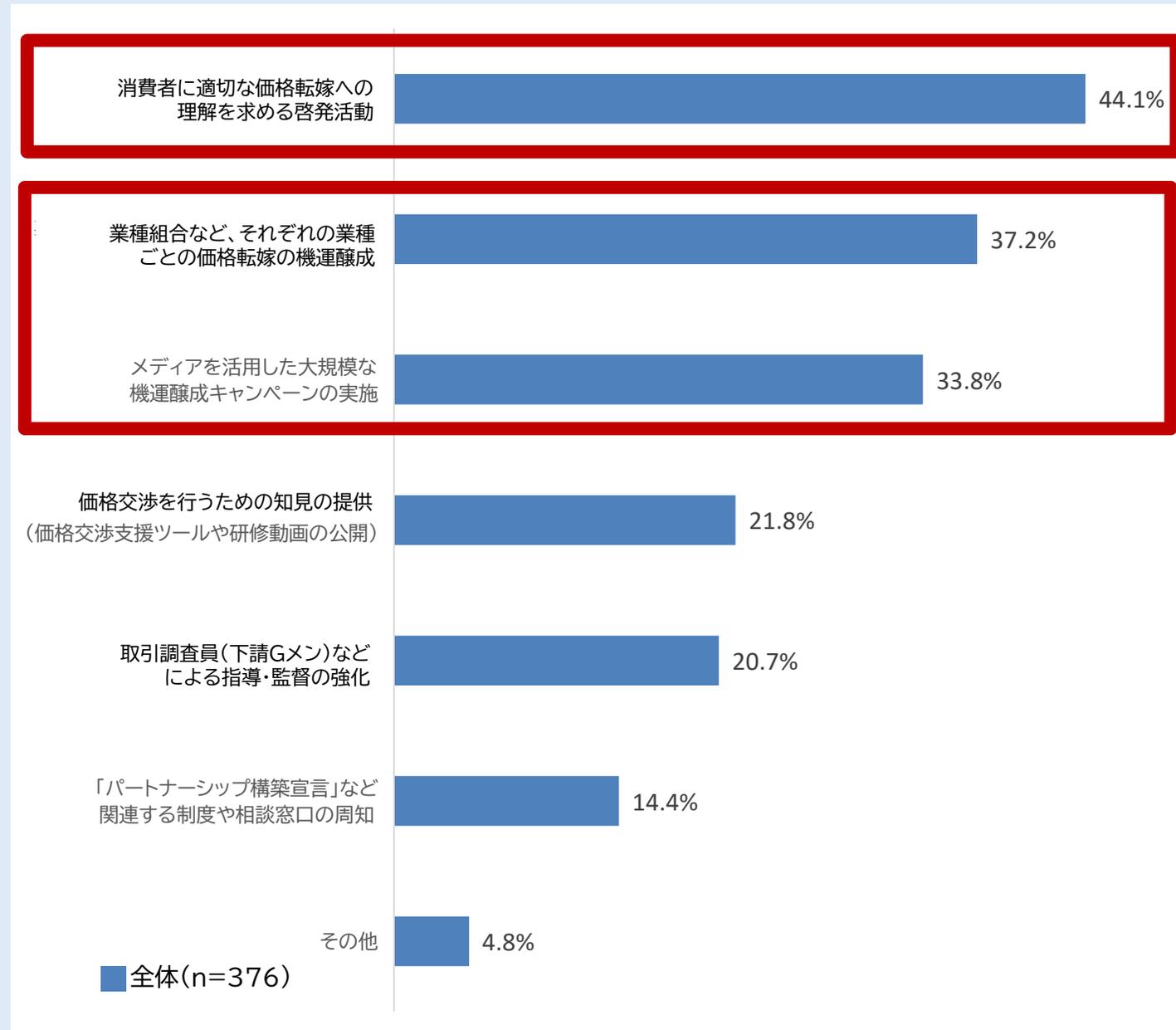


# 1. 価格転嫁の状況 (5) 価格転嫁を進めるために期待する支援

○「消費者に適切な価格転嫁への理解を求める啓発活動」(44.1%)と回答した企業が最も多い

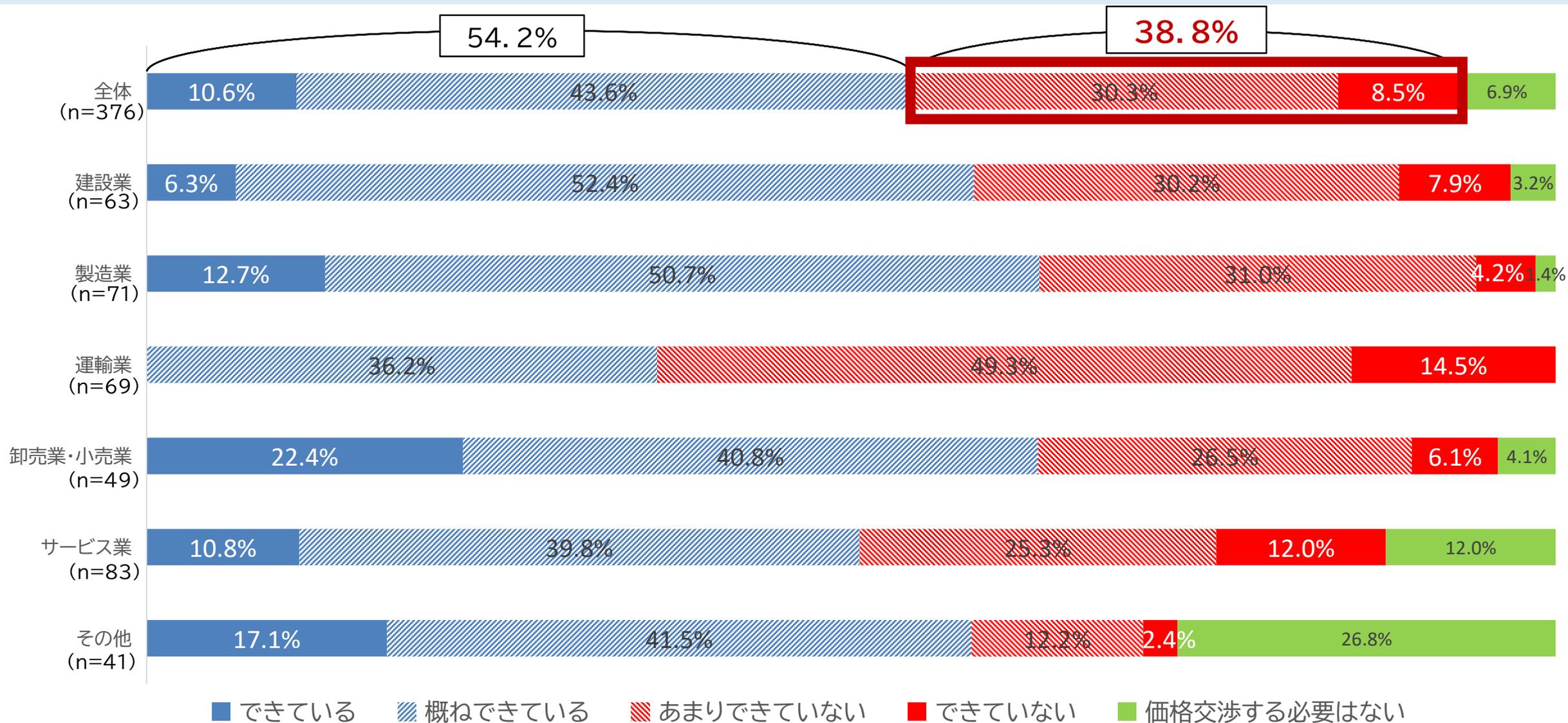
○また、「業種別組合など、それぞれの業界ごとの価格転嫁の機運醸成」(37.2%)と「メディアを活用した大規模な機運醸成キャンペーンの実施」(33.8%)を回答した企業も多く、社会全体や業界全体の価格転嫁の機運醸成を進める取組が期待されている

○「価格交渉を行うための知見の提供」(21.8%)「取引調査員などによる指導監督の強化」(20.7%)「パートナーシップ構築宣言」など関連する制度や相談窓口の周知」(14.4%)を求める回答もあがっている



# 1. 価格転嫁の状況 (6) 価格交渉の実施状況

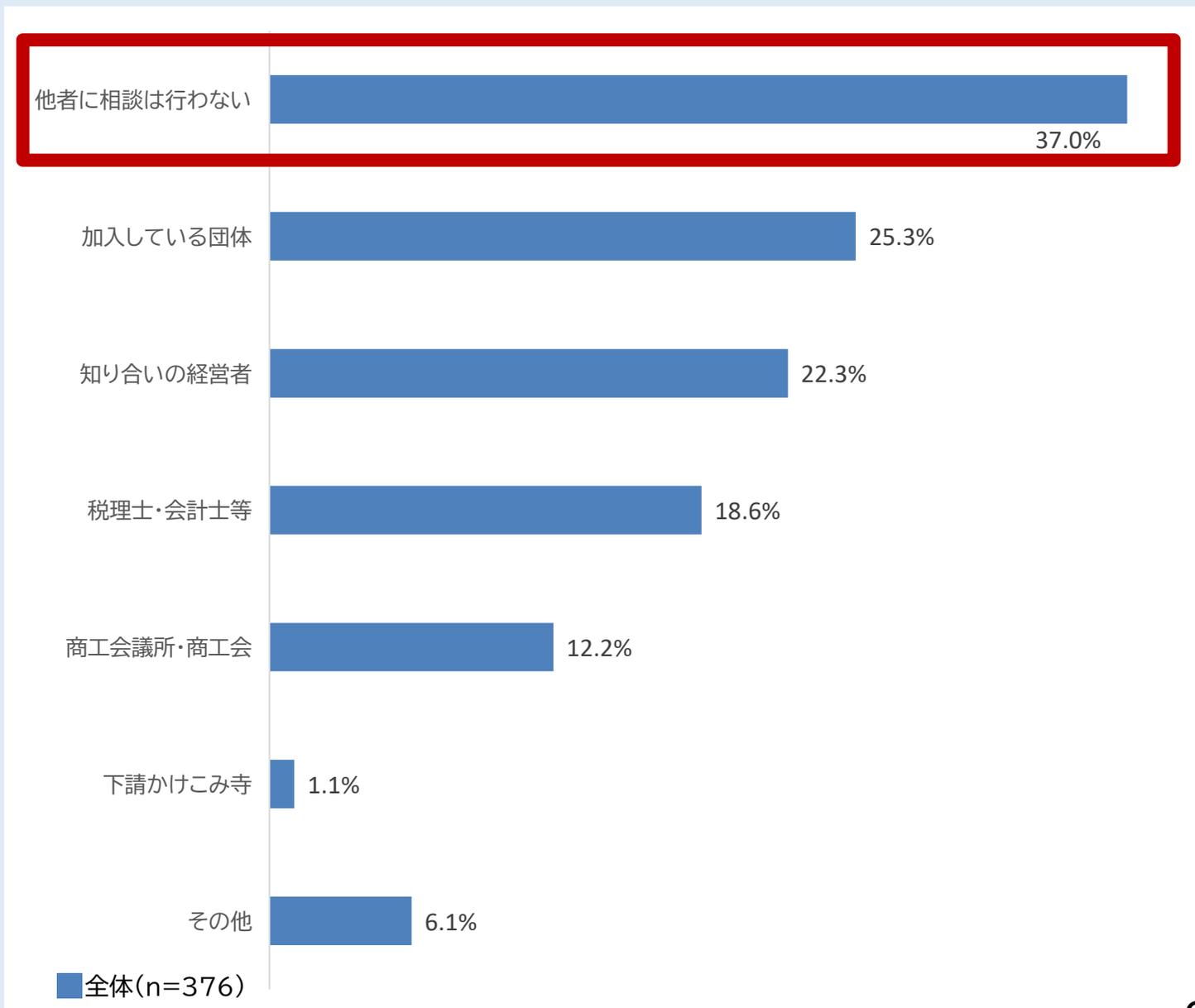
○ 全体で約4割(38.8%)の企業が十分な価格交渉ができていない



# 1. 価格転嫁の状況 (7) 価格交渉を行う際の相談先

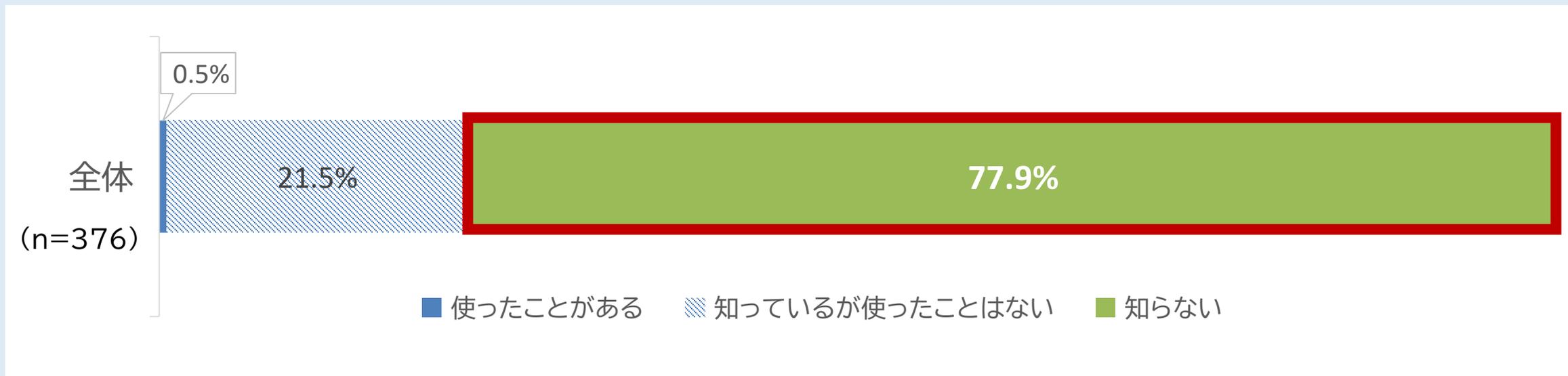
○「他者に相談は行わない」(37.0%)  
という回答が最も多く、  
自社内で検討を行う企業が多い結果となった

○相談先としては、  
「加入している団体」が最も多く(25.3%)、  
次いで  
「知り合いの経営者」(22.3%)  
「税理士・会計士等」(18.6%)となった



# 1. 価格転嫁の状況 (8) 価格交渉支援ツールの活用

○価格交渉支援ツールについては、「知らない」という回答が最も多く(77.9%)、また、知っている企業の中でも、「使ったことがある」企業は少ない



## ○価格交渉支援ツールの活用事例

〔中小企業庁「適正取引講習会eラーニング」〕（製造業）

価格交渉の担当者の研修資料としてツールを活用

基礎知識を押さえたうえで価格交渉を行い、徐々にコスト増を反映した価格転嫁が進んでいる

〔九州運輸局、内閣府沖縄総合事務局、九州トラック協会「荷主交渉パンフレット」〕（運送業）

取引先の荷主と価格交渉に活用

トラック運送の現状を踏まえた運賃を提示することで、効果的な価格交渉が行えている

価格交渉支援ツールなど、価格交渉のお役立ち情報については、福岡県ホームページをご覧ください

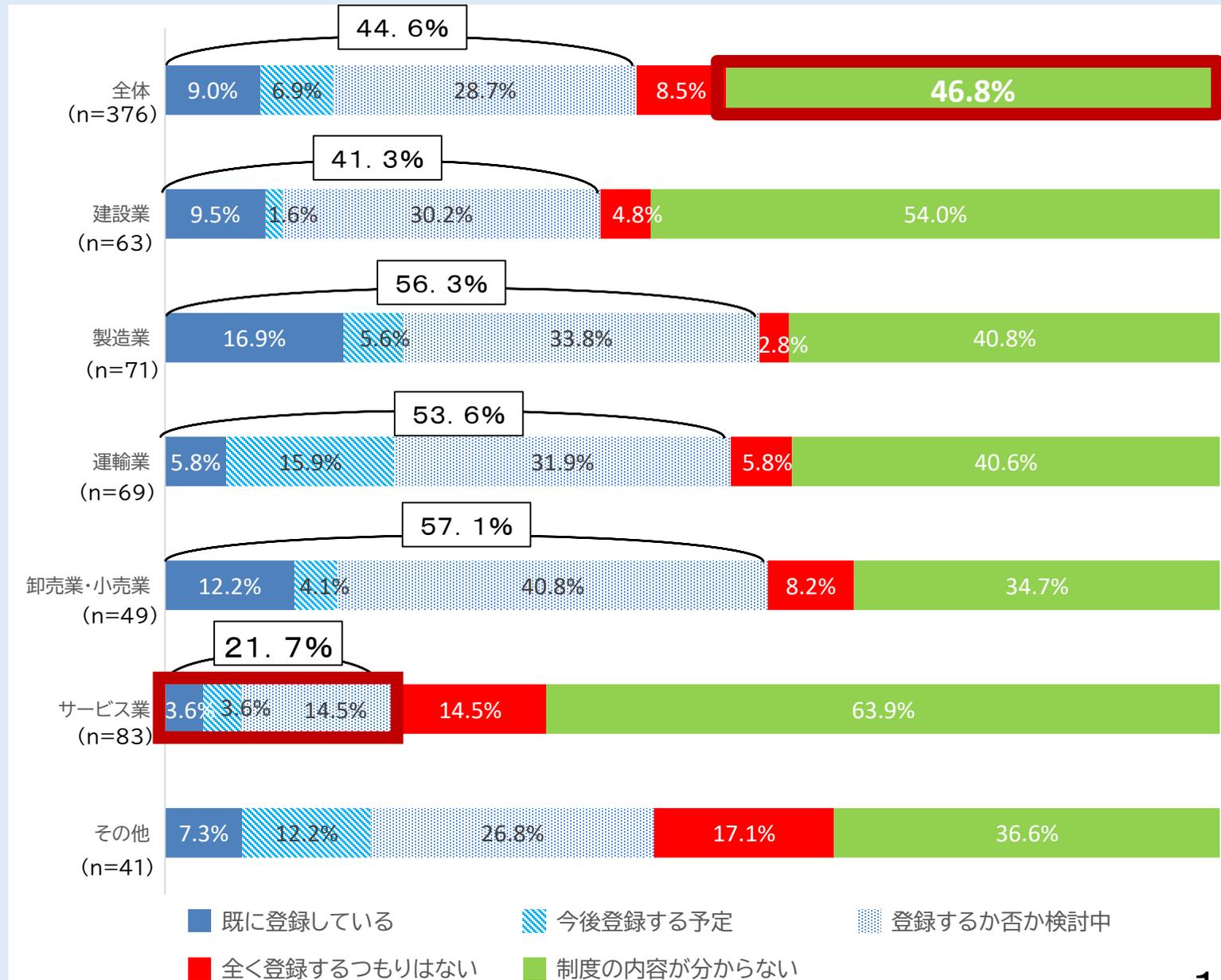


# 1. 価格転嫁の状況 (9) パートナーシップ構築宣言の登録状況

○全体としては  
 「既に登録している」(9.0%)  
 「今後登録する予定」(6.9%)  
 「登録するか否か検討中」(28.7%)  
 と44.6%の企業が登録に前向き

○業種ごとにみると、  
 製造業(56.3%)や運輸業(53.6%)、  
 卸売業・小売業(57.1%)は、  
 半数を超える企業が登録に前向き  
 一方、サービス業は、登録に前向きな  
 回答が、2割程度(21.7%)に留まる

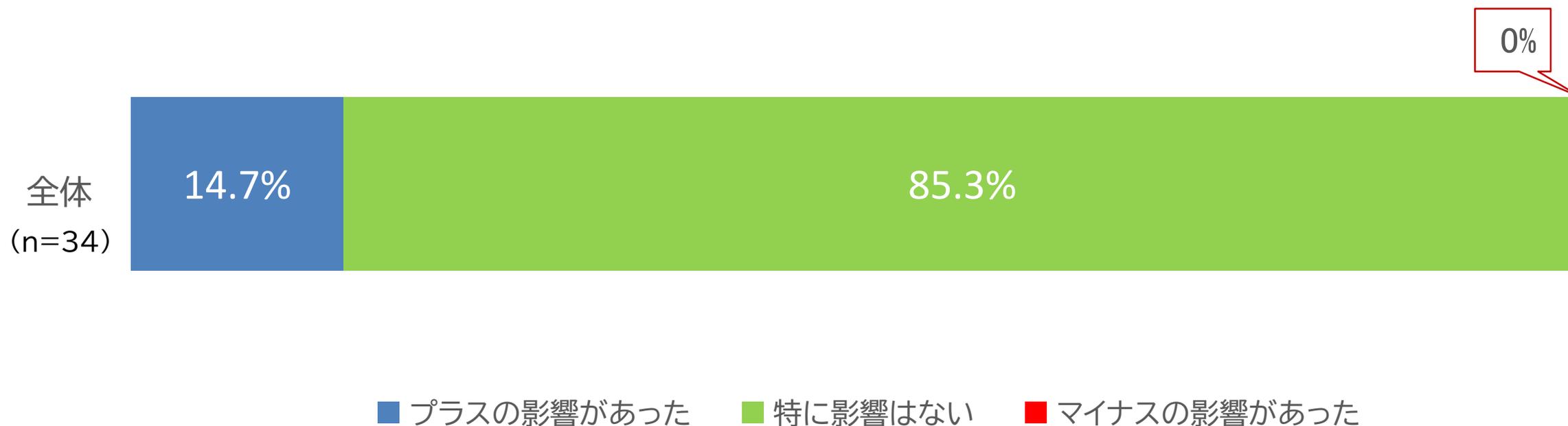
○また、全体として  
 「制度の内容がわからない」(46.8%)  
 と回答した企業が多く、制度内容の周知  
 が課題



# 1. 価格転嫁の状況 (10) パートナーシップ構築宣言の登録の影響

○「特に影響はない」という回答が85.3%

○「プラスの影響があった」という回答は、14.7%あり、  
具体的には、「取引先との信頼関係が強化されたことで、円滑な協業につながった」や  
「自社の企業価値が向上し、ビジネスや人材確保で成果が得られた」等の回答があった

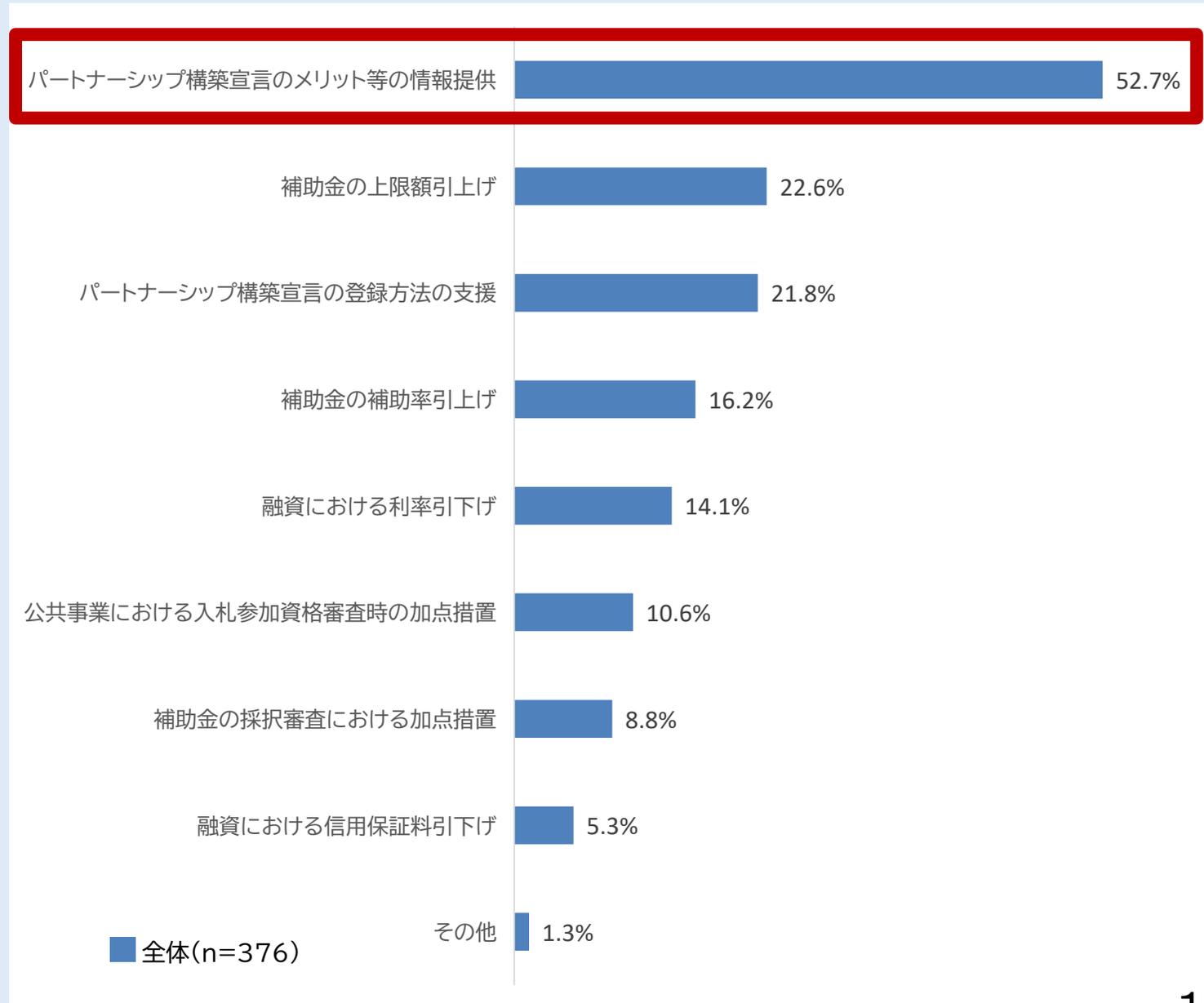


# 1. 価格転嫁の状況 (11) パートナーシップ構築宣言の普及に効果的な支援

○「**パートナーシップ構築宣言のメリット等の情報提供**」の回答が最も多い(52.7%)

また、「パートナーシップ構築宣言の登録方法の支援」の回答が、21.8%となっており制度に関する一層の周知が求められている

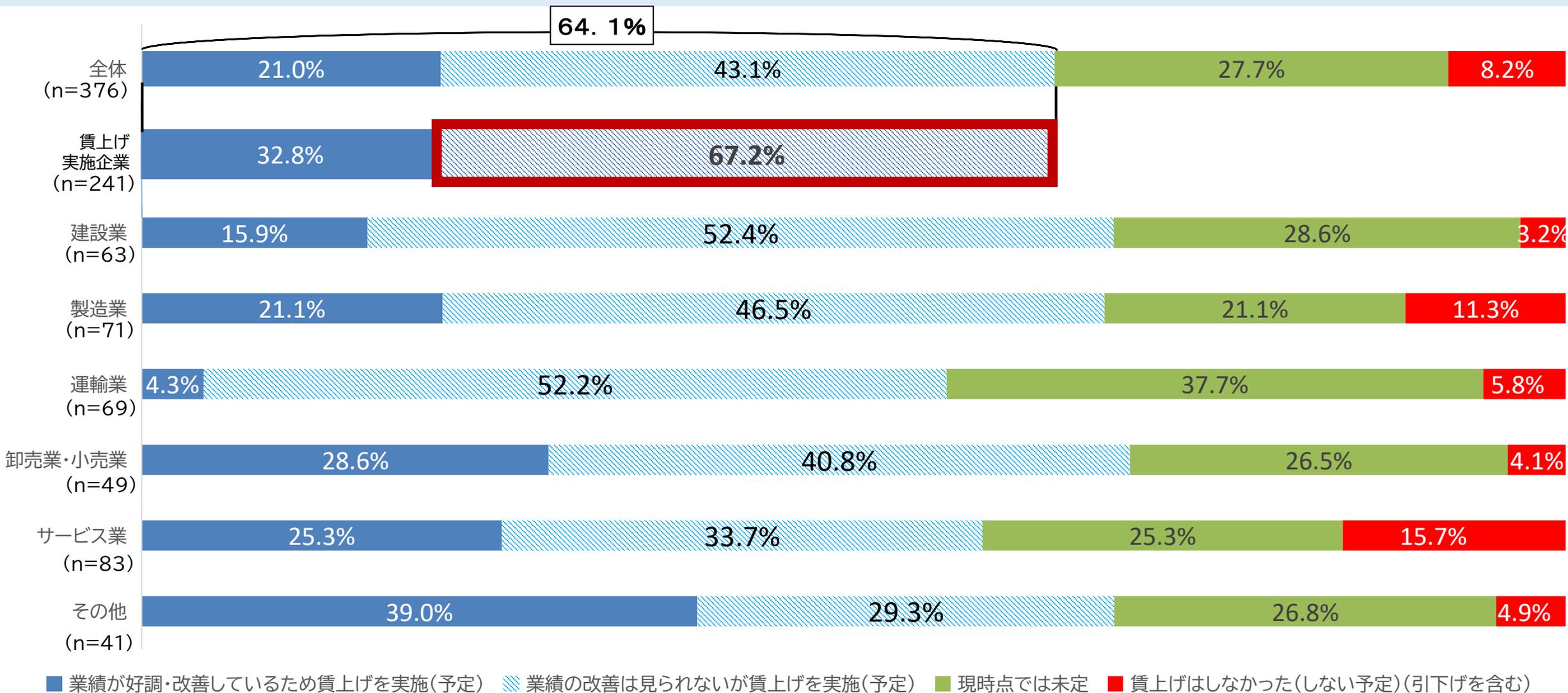
○「補助金の上限額引上げ」(22.6%)  
「補助金の補助率引上げ」(16.2%)  
「補助金の採択審査における加点措置」(8.8%)  
と補助金によるインセンティブを求める回答も多かった



## 2. 賃上げの状況 (1)令和5年の賃上げ

○全体として、6割を超える企業(64.1%)で賃上げを実施

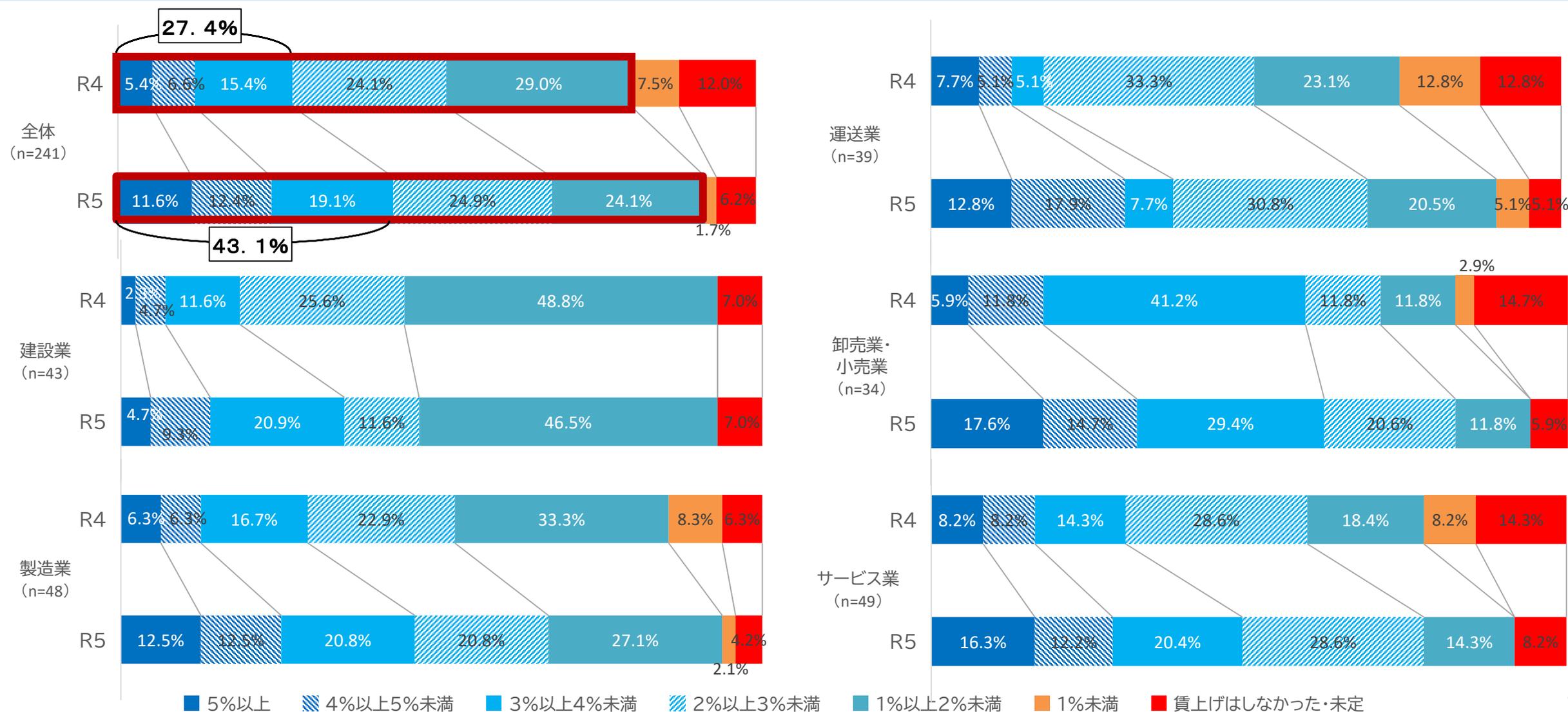
○賃上げ実施企業のうち、67.2%の企業が業績の改善が伴わない賃上げ



## 2. 賃上げの状況 (2)賃上げ率の前年比較

○令和5年に賃上げ実施企業の賃上げ率は、前年比で増加

○賃上げ率が3%以上の企業は43.1%と、前年の27.4%から大きく増加



## 2. 賃上げの状況 (3)令和5年の賃上げ理由

○「従業員のモチベーション向上」の回答が最も多く(83.4%)

次いで、

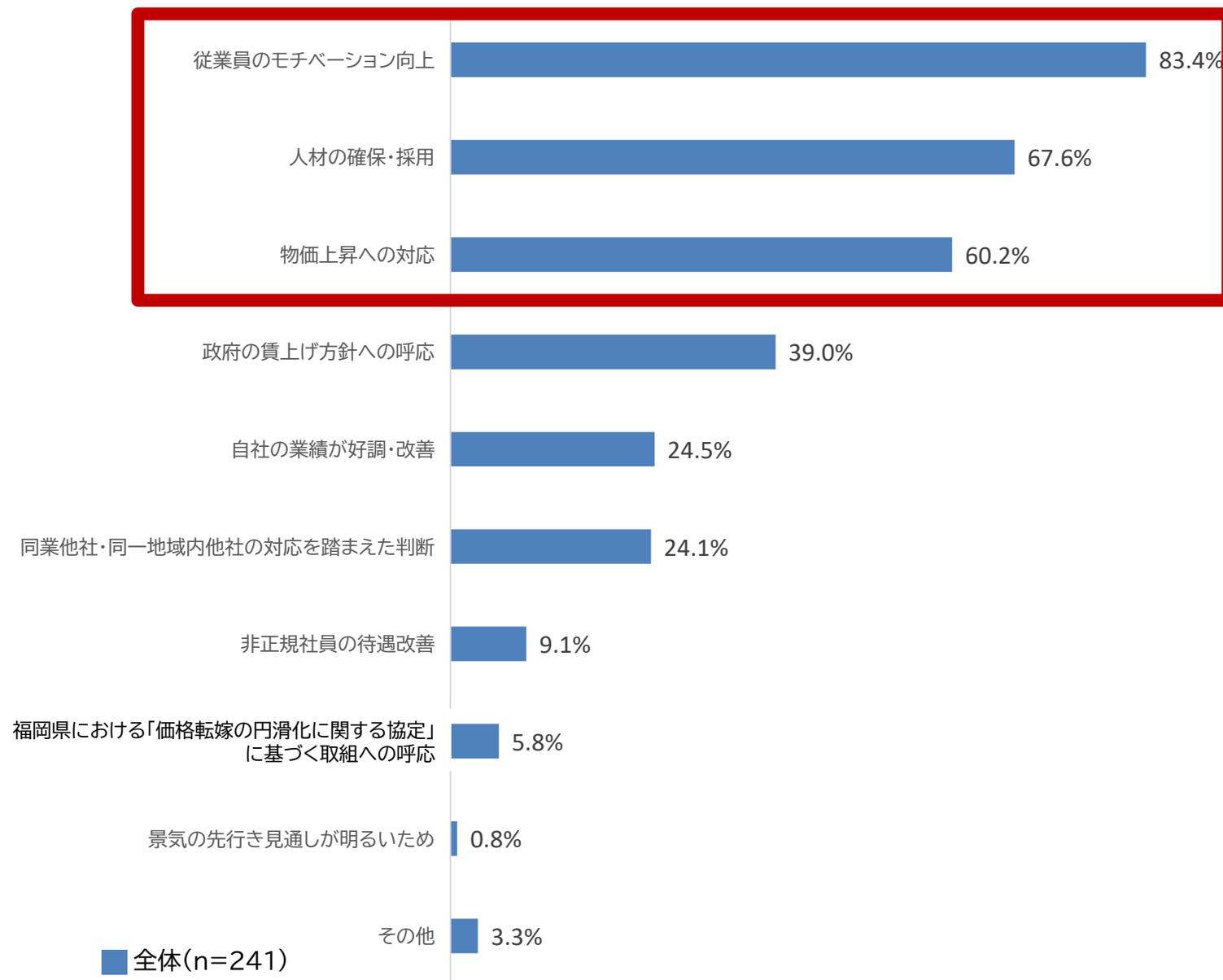
「人材の確保・採用」(67.6%)

「物価上昇への対応」(60.2%)の

回答が多く、全体の60%以上

○「政府の賃上げ方針への呼応」(39.0%)の回答も多い

○一方で、「自社の業績が好調・改善」(24.5%)や「景気の先行き見通しが明るいため」(0.8%)の回答は少ない

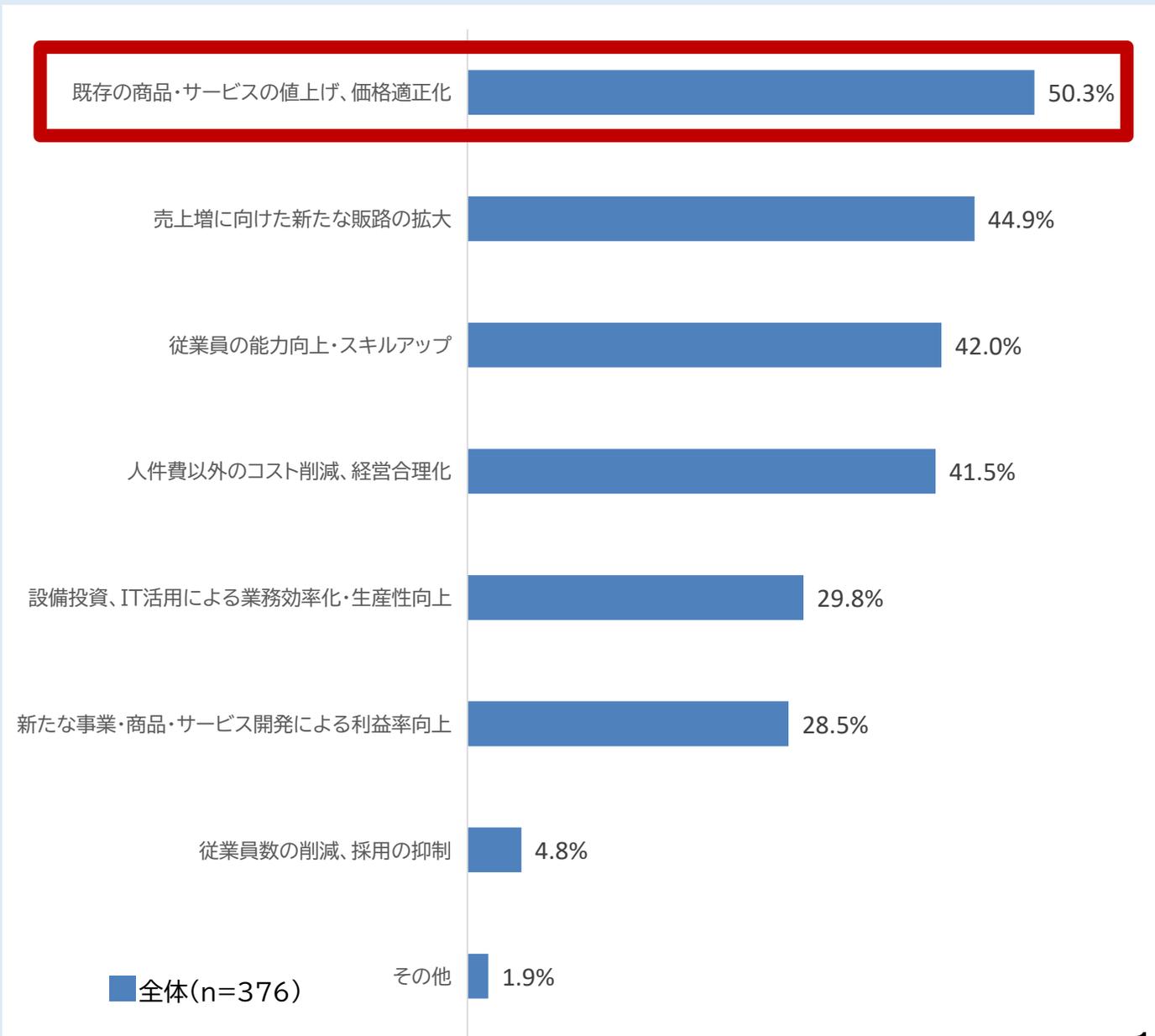


## 2. 賃上げの状況 (4)賃上げ原資を確保するための取組

○「既存の商品・サービスの値上げ、価格適正化」の回答が最も多く(50.3%)全体の半数以上を占めた

○次いで、「売上増に向けた新たな販路の拡大」(44.9%)  
「従業員の能力向上・スキルアップ」(42.0%)  
「人件費以外のコスト削減、経営合理化」(41.5%)  
の回答が多い

○また、「設備投資、IT活用による業務効率化・生産性向上」(29.8%)  
「新たな事業・商品・サービス開発による利益率向上」(28.5%)  
の回答もみられた

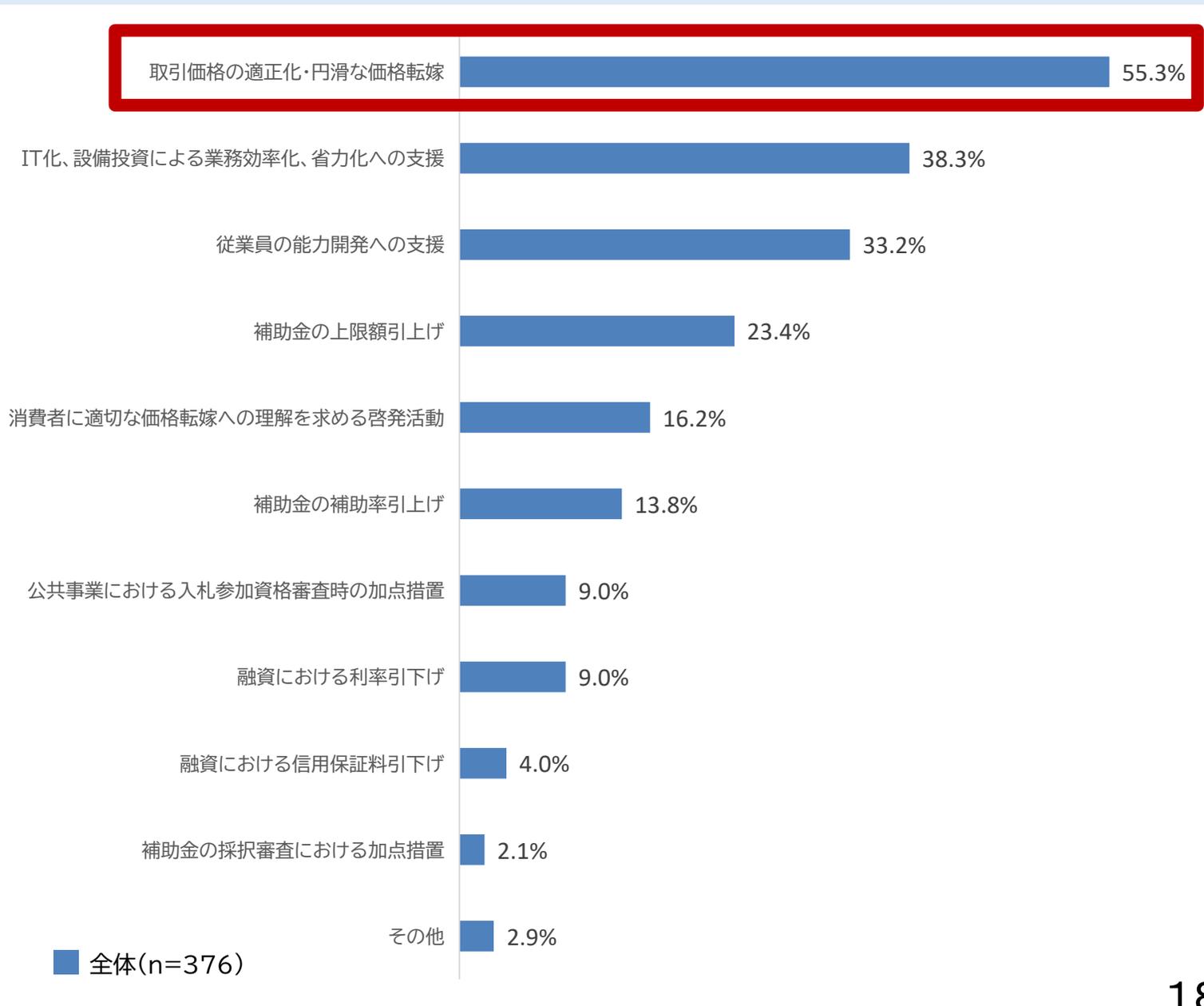


## 2. 賃上げの状況 (5)持続的な賃上げに向けて求める支援

○「取引価格の適正化・円滑な価格転嫁」の回答が最も多く(55.3%)全体の半数以上を占めた

○次いで、「IT化、設備投資による業務効率化、省力化への支援」(38.3%)「従業員の能力開発への支援」(33.2%)の回答が多い

○また、「補助金の上限引き上げ」(23.4%)「補助金の補助率引き上げ」(13.8%)と補助金によるインセンティブを求める回答もみられた



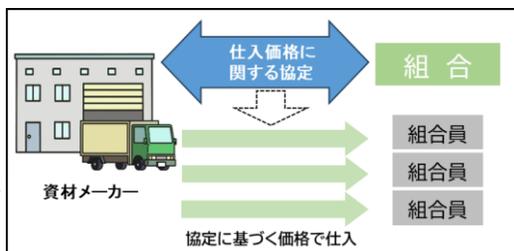
# 3. 価格転嫁の好事例

## 団体協約締結による仕入価格の平準化

製造業

九州浴槽設備販売協同組合

- 昭和52年に創立し、住宅や市営住宅等の浴槽風呂釜の設置・取替工事の共同受注事業を行っている事業協同組合。(組合員数:5社)
- 組合が代表して資材メーカーとの価格交渉を行うことで、組合員が納得できる仕入価格を引き出すことが可能となる。また、団体協約を締結することで、年度内の価格の変動を最小限に抑え、仕入価格の標準化を図っている。
- これにより、資材価格高騰のあおりを受ける恐れが低減し、組合員の経済的地位の向上改善に繋がっている。



仕入価格の  
団体協約

## 業界団体作成の価格交渉ツールの活用

運輸業

A社

- 燃料費の高騰やドライバー不足の影響により、エネルギーコストや労務費等が増加している。
- コスト増を運賃に反映させるため、取引先の荷主との価格交渉にあたり、トラック協会が作成している「荷主交渉パンフレット」を活用。
- トラック運送の現状を各種データを用いて説明し、それを踏まえた運賃を提示することで、効果的な価格交渉が行えている。



荷主交渉パンフレット

## コスト増を踏まえた価格交渉の実施

卸売業

B社

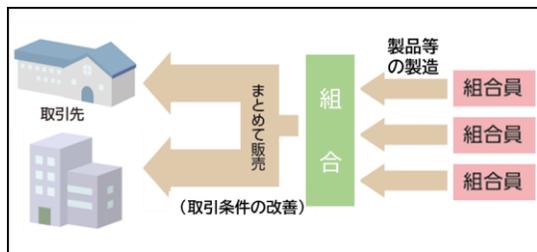
- メーカーや各種メディアから、市況、価格動向などのトレンドを入手し、エネルギーコストや、輸入品に関しては貿易統計やフレート等の状況も踏まえた価格設定について取引先に説明を行ったうえで、価格交渉を実施。
- 取引先からは一定の理解を得られており、コスト増に対応した価格転嫁が行えている。

## 共同販売事業による販売窓口の一本化

製造業

福岡地区生コンクリート協同組合

- 昭和49年に創立し、生コンクリートの共同販売等を行っている事業協同組合。(組合員数:29社、43工場)
- 組合員が製造する生コンクリートを組合が一括して仕入れ、組合が一括して登録販売店(43社)に販売することで、販売価格等の取引条件が有利となる。
- ここ4~5年で約1.5倍の価格転嫁が実現している。
- また、各組合員が交渉する手間も省け、組合員の利益維持に寄与している。



共同販売事業

## 人件費増を反映した価格転嫁

建設業

C社

- 建設会社や工務店を顧客としており、工事毎の見積の段階で、材料費上昇分に加え、人件費の上昇分を見積積算の単価に反映させた契約を行うことで、価格転嫁が行えている。

# 3. 賃上げの好事例

## 黒板製造業の技術を活かした事業拡大

製造業

中原工業株式会社

- 昭和11年に創業し、黒板・白板・掲示板製造を中心として、事業を展開。
- 近年では、黒板事業により培った技術を活用し事業を拡大し、受注も好調に推移している。建築金物工場を自社にて設置し、多様な製品を迅速に設計・製造できる環境を整え、家具工事・間仕切り工事・トイレブース工事・床工事・サイン工事・体育施設工事などの内装業全般を取り扱う。
- 福岡市を中心に九州全域・西日本・沖縄まで、販売エリアを拡大。
- 毎年賃上げを行うなど、従業員の待遇改善に注力している。



◀ 黒板製造業を中心に多様な内装工事に対応

## 地域広報活動やECサイト活用による販路拡大

製造業

株式会社tracks

- 平成24年に活動を開始し、令和2年に法人化。狩猟鳥獣を受け入れ、ジビエ肉として、事業者を中心に販売を行う。
- 最近では、消費者についても、ジビエ肉の認知度向上を図り、新規顧客獲得のため、地域のイベントでの広報活動を実施。また、店舗・処理場に冷凍保存設備を新設し、店頭販売やECサイトによる販路拡大を図った。
- ECサイトでの販売を中心に売上が増加。在庫回転率の向上とともに加工品製造マニュアルの見直しによる従業員のスキルアップにより生産性も改善。この結果、従業員の賃金上昇と2名の新規雇用を生み出すことができた。



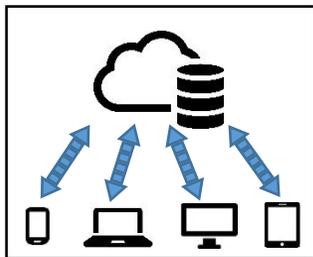
◀ 冷凍保存設備

## クラウド型データベース管理による業務効率化

小売業

株式会社みどりや仏壇店

- 明治6年に長崎にて仏像を彫る仏師として創業。昭和29年に博多へ移転、仏壇・仏具の販売店として福岡市の本店と宗像店の2店舗で営業。
- 手書きのアナログ管理をしていた顧客名簿や商品・売上台帳などのデータベースをクラウド型に移行し、従業員全体でデータ共有を行うことで、業務の効率化を図っている。
- 業務効率化に加え、顧客データを用いた適切なタイミングでの営業を行うことで、販売実績にも効果が出ており、賃上げ原資の確保に繋がっている。業務改善のアイデアが従業員からあげられるなど、従業員のモチベーションも向上している。



◀ データベースをクラウド上で共有

## テイクアウト・通信販売による販路拡大

サービス業

株式会社やま中(もつ鍋やま中)

- 昭和58年創業のもつ鍋料理店。福岡市で本店を含む3店舗を営業。今年の11月には東京銀座に支店を開店予定。
- 店舗内でのサービス提供が中心であったが、テイクアウトに力を入れるとともに、お取り寄せ商品として食材の品質を損なわない急速冷凍方式を取り入れた通販商品開発により、遠方の新規顧客の獲得に取り組んでいる。
- 専用保冷バックの作成や注文予約システムの導入、SNSを活用した広報活動等を行うことで、テイクアウト・通信販売の売上げは好調に推移しており、従業員の賃上げに繋がっている。



◀ もつ鍋お取り寄せ商品