

価格転嫁の円滑化に向けた取組

令和7年度の取組

- 構成員間の情報交換などの機会が必要【情報共有】
⇒ 連絡協議会の継続開催
- 価格転嫁の実態把握が必要【現状把握】
⇒ 企業アンケートの共同実施
- 支援情報の周知が不十分【情報発信】
⇒ ・支援情報の一元化のためのポータルサイトを開設（作業中）
・価格転嫁に向けた意識啓発・理解促進のための新聞広告を掲載（9月7日秋田魁新報）
- 構成機関・団体の垣根を越えた取組が必要【連携強化】
⇒ ・各機関・団体による相談支援の実施
・セミナー等について連携し、情報発信

今後の取組

- 連絡協議会の継続開催
・令和8年5月に開催（予定）

- 企業アンケートの共同実施の継続
・令和8年8月実施（予定）

<事業者向け>

- 取引適正化に向けた支援の実施
・BtoCの要素が強い業種の事業者等を対象にしたセミナーの開催（価格転嫁のポイント、交渉方法等）
・研修等を実施する団体への経済的支援
・各機関・団体による相談支援機能の充実
・上記の情報についてポータルサイトによる一元的な情報発信

<消費者・事業者向け>

- 価格転嫁の理解促進
・価格転嫁の気運を醸成するための広報活動（各種広報媒体の活用、イベント等）
- <事業者向け>
- 「パートナーシップ構築宣言」の取組促進
・県補助事業等での加点措置拡大など

価格転嫁に関する現状・課題
【価格転嫁の実施状況に関するアンケート調査結果（R7年8月実施）】

「価格転嫁を進めるためには、消費者を含む、サプライチェーン全体の気運醸成に加え、価格交渉の促進やそのスキルアップのためのセミナーの開催や情報発信等が必要」

各経費の平均価格転嫁率

原材料費	30.7%
エネルギー費	21.7%
労務費	20.8%

○ 業種間で価格転嫁の進展に差が生じている

- ・BtoCの要素が強い業種（飲食業、宿泊業、サービス業）を中心に価格転嫁率が低い。
- ・価格交渉を行っていない企業や交渉を行っても根拠の提示が困難等の課題を抱えている企業が一定数存在している。

○ 価格転嫁を進めるためには消費者を含む、サプライチェーン全体の気運醸成が必要

- ・受注、販売量減少の懸念とこれまでの商慣習などから価格交渉が進んでいない
- ・消費者を含め、円滑な価格転嫁に向けた気運を醸成していく必要がある