

アンケートから読み取れた主要なメッセージ

- ・ 材料価格等の値上げが経営に影響を及ぼすことがわかり、尚且つ、しばらくこの傾向が続きそうだと読み取れる。値上げは主要材料のみならず、副資材にも及ぶが、主要材料以外の諸資材の価格交渉はさらに難航している。長引く交渉のうちに次の材料値上げや2024年問題に絡めた更なる値上げがくる心配をしている。
- ・ 昨年度(2022/4/1～2023/3/末日)は「経営への影響がある材料値上げ」を経験した企業は**92%**。そのほとんどが製品価格の値上げ交渉をおこなっているが、その結果には満足していない。「一部の値上げを認めてもらったが、不十分」と感じている企業は**49%**。集中購買体制が進む自動車においても似た傾向にある。また、それ以外に「その後発注量の減少」「無回答」「値上できない」などの理由で**12%**に及ぶ企業が不満を感じている。
- ・ 本年度(2023/4/1～2023/9/末日)については「経営への影響がある材料値上げ」を経験した企業は**40%**と半減。対して、「経営への影響は軽微だった」とした企業は**32%**に上昇し、値上げ幅も縮小傾向であった。
- ・ 具体的な交渉には、「経営努力で吸収を」また、発注転換などをチラつかせる交渉など、買い手優位の論理が感じとれる。最終ユーザーが最終製品製品価格への転嫁には消極的であるとの意見があった。
- ・ 集中購買と自己調達材の価格差は認めない・長引く交渉が決着しても遡及改訂をしない/あるいは交渉の引き延ばしなど当面の問題を先送りされているという意見があった。交渉する側も、商流の階層構造が深く、最終ユーザーと直接交渉ができない立場にある企業が多いことがわかる。

アンケート回収状況

- ・実施期間 2023年10月11日～31日
- ・実施期間発送先 日本ねじ工業協会 正会員 14C
- ・回答回収結果 71社（回収率 50%）

取引先業種の現状

問1（複数選択）

	①自動車	②電気	③機械	④建築	⑤土木	⑥その他	⑦店売り	合計
○	13	22	20	20	10	9	9	103
◎	43	2	5	13	1	5	4	73
合計	56	24	25	33	11	14	13	176
	31.8%	13.6%	14.2%	18.8%	6.3%	8.0%	7.4%	100.0%

主要ユーザ（◎）で分類=会社でユニーク

問1 主要ユーザ（◎で分類）=会社でユニーク		
自動車	43	61%
電気	2	3%
機械	4	6%
建築	11	15%
土木	0	0%
その他	5	7%
店売り	3	4%
複数	3	4%
合計	71	100%

問2（複数選択）					
	① 1次請け直納	② 2次、3次直納	③ 商社経由	④ その他	合計
○	29	37	33	2	101
◎	15	6	28	0	49
合計	44	43	61	2	150
	29.3%	28.7%	40.7%	1.3%	100.0%

取引の階層が深い（2次、3次、商社経由）

商社経由比率は**40%**以上と高い。

自動車においても同様の傾向が見られる。

主要取引先と商流のクロス集計

問1 主要ユーザ（◎で分類） =会社でユニーク		問2（複数選択）					
		① 1次請け直納	② 2次、3次直納	③ 商社経由	④ その他	合計	
自動車	43	61%	29	30	36	1	96
電気	2	3%	2	0	1	0	3
機械	4	6%	1	2	4	0	7
建築	11	15%	5	4	10	1	20
土木	0	0%	0	0	0	0	0
その他	5	7%	4	3	4	0	11
店売り	3	4%	2	2	3	0	7
複数	3	4%	1	2	3	0	6
合計	71	100%	44	43	61	2	150

問2（複数選択）構成比率				
① 1次請け直納	② 2次、3次直納	③ 商社経由	④ その他	合計
30%	31%	38%	1%	100%
67%	0%	33%	0%	100%
14%	29%	57%	0%	100%
25%	20%	50%	5%	100%
0%	0%	0%	0%	0%
36%	27%	36%	0%	100%
29%	29%	43%	0%	100%
17%	33%	50%	0%	100%
29%	29%	41%	1%	100%

昨年度(2022/4/1～2023/3/末日)材料値上げの経営への影響

問3 クロス				
主要ユーザ (◎で分類) = 会社でユニーク	① 経験した。且つ、経営への影響が大きいものだった	② 経験したが経営への影響は軽微だった	③ その他	合計
	○	○	○	
自動車	38	5	0	43
電気	2	0	0	2
機械	4	0	0	4
建築	11	0	0	11
土木	0	0	0	0
その他	4	1	0	5
店売り	3	0	0	3
複数	3	0	0	3
合計	65	6	0	71

問3 クロス (構成比)			
① 経験した。且つ、経営への影響が大きいものだった	② 経験したが経営への影響は軽微だった	③ その他	合計
○	○	○	
88%	12%	0%	100%
100%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	100%
0%	0%	0%	0%
80%	20%	0%	100%
100%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	100%
92%	8%	0%	100%

問4 クロス			
主要ユーザ (◎で分類) = 会社 でユニーク	① 鉄	② 非鉄	③ その他
	○	○	○
自動車	42	21	3
電気	2	2	1
機械	3	2	1
建築	10	3	4
土木	0	0	0
その他	5	1	0
店売り	2	1	0
複数	3	0	0
合計	67	30	9

【昨年度(2022/4/1～2023/3/末日)】

92%の企業が「経営への影響が大きい値上げを経験した」と。

得意先業種の如何による差は読み取れない。

鉄・非鉄を中心に値上げ攻勢があった。

問4 ③その他の中では、副資材の値上げを経験するなど、資材全般に値上げ攻勢が及んでいる。

本年度(2023/4/1～2023/9/末日)材料値上げの経営への影響

問5 クロス				
主要ユーザ (◎で分類) = 会社でユニーク	① 経験した。且つ、経営への影響が大きいものだった	② 経験したが経営への影響は軽微だった	③ その他	合計
	○	○	○	
自動車	16	13	7	36
電気	2	0	0	2
機械	1	0	2	3
建築	6	2	3	11
土木	0	0	0	0
その他	0	3	2	5
店売り	0	1	2	3
複数	0	1	2	3
合計	25	20	18	63

問5 (構成比)			
① 経験した。且つ、経営への影響が大きいものだった	② 経験したが経営への影響は軽微だった	③ その他	合計
○	○	○	
44%	36%	19%	100%
100%	0%	0%	100%
33%	0%	67%	100%
55%	18%	27%	100%
0%	0%	0%	0%
0%	60%	40%	100%
0%	33%	67%	100%
0%	33%	67%	100%
40%	32%	29%	100%

問6 クロス			
主要ユーザ (◎で分類) = 会社でユニーク	① 鉄	② 非鉄	③ その他
	○	○	○
自動車	28	13	1
電気	2	1	1
機械	1	0	1
建築	7	3	4
土木	0	0	0
その他	3	0	0
店売り	1	0	1
複数	2	0	1
合計	44	17	9

【本年度(2023/4/1～2023/9/末日)】

40%の企業が「経営への影響が大きい値上げを経験した」と。

自動車と建築については、昨年度は経営への影響が大きかったが、本年度は影響が半減した。店売りや商社、建機、鉄道などが顧客の場合は経営への影響は少なかった。

問6 ③その他の中では表面処理など外注費の上昇の影響が、大きくなってきた。

材料調達の現状

主要ユーザ（◎で分類） = 会社でユニーク	問7クロス				合計
	① 自己調達	② 納入先による集中購買（支給材等）	③ ①と2の両方	④ いずれも該当しない	
自動車	27	1	12	0	40
電気	2	0	0	0	2
機械	1	0	3	0	4
建築	9	0	2	0	11
土木	0	0	0	0	0
その他	4	0	0	0	4
店売り	2	0	0	0	2
複数	2	0	0	0	2
合計	47	1	17	0	65

問7クロス（構成比）				
① 自己調達	② 納入先による集中購買（支給材等）	③ ①と2の両方	④ いずれも該当しない	合計
68%	3%	30%	0%	100%
100%	0%	0%	0%	100%
25%	0%	75%	0%	100%
82%	0%	18%	0%	100%
0%	0%	0%	0%	0%
100%	0%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	0%	100%
72%	2%	26%	0%	100%

自己調達比率は平均**72%**

自動車においては自己調達比率は平均を下回るものの集中購買オンリーはわずか**3%**で、自己調達と購買併用が**30%**。

集中購買価格（支給価格） = 査定価格以上の価格で購入している企業は差損が出る恐れがある。

経営に影響を与える製造コスト上昇要因

問 8 (複数選択)									
	材料値上	関連資器材の 仕入れコスト の上昇	電気・ガス 等エネル ギーコスト の上昇	物流コス トの上昇	人件費の 上昇	製造コスト上 昇要因が経営 に与える影響 は軽微	経営に影響 を与える製 造コスト要 因は無い	その他	合計
◎	27	8	13	0	5	0	0	0	53
○	30	46	53	47	44	0	0	1	221
合計	57	54	66	47	49	0	0	1	274

問 8 (複数選択) 構成比									
	材料値上	関連資器材の 仕入れコスト の上昇	電気・ガス 等エネル ギーコスト の上昇	物流コス トの上昇	人件費の 上昇	製造コスト上 昇要因が経営 に与える影響 は軽微	経営に影響 を与える製 造コスト要 因は無い	その他	合計
◎	51%	15%	25%	0%	9%	0%	0%	0%	100%
○	14%	21%	24%	21%	20%	0%	0%	0.5%	100%
回答比率	80%	76%	93%	66%	69%	0%	0%	1%	

経営に影響を与える最大の要因として51%の企業が 材料コストの上昇と回答。

電気・ガス等エネルギーコストの上昇が経営に影響を与えると回答した企業が93%と最も多かった。

全体では、最近の材料、エネルギー、物流、人件費などのコスト上昇が経営に影響を与えていることが明確になった。

製品価格値上げ交渉の現状

主要ユーザ（◎で分類）＝会社でユニーク	問9 クロス						合計
	① 製品値上げを提案し交渉した	② 検討したが具体的に提案するまでに至っていない	③ 提案できない	④集中購買材の値上げ分を製品価格に転嫁してもらおうので問題ない	⑤経営努力で対応するので問題ない	⑥その他	
	○	○	○	○	○	○	
自動車	38	3	0	2	0	0	43
電気	2	0	0	0	0	0	2
機械	3	1	0	0	0	0	4
建築	11	0	0	0	0	0	11
土木	0	0	0	0	0	0	0
その他	4	0	1	0	0	0	5
店売り	2	1	0	0	0	0	3
複数	2	0	0	0	0	1	3
合計	62	5	1	2	0	1	71

問9 クロス（構成比）						
① 製品値上げを提案し交渉した	② 検討したが具体的に提案するまでに至っていない	③ 提案できない	④集中購買材の値上げ分を製品価格に転嫁してもらおうので問題ない	⑤経営努力で対応するので問題ない	⑥その他	合計
○	○	○	○	○	○	
88%	7%	0%	5%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
75%	25%	0%	0%	0%	0%	100%
100%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
80%	0%	20%	0%	0%	0%	100%
67%	33%	0%	0%	0%	0%	100%
67%	0%	0%	0%	0%	33%	100%
87%	7%	1%	3%	0%	1%	100%
90%						

値上げの提案まで至っていない企業は7%

集中購買に連動した値上げができるので問題ないと回答した企業は3%で、自動車に集中。

値上げ交渉を必要とする企業の90%が値上げ交渉をした。

製品価格値上げ交渉の結果

問11 (複数回答) クロス							
主要ユーザ (◎で分類) = 会社でユニーク	① 交渉して値上げを認めてもらった	② 一部の値上げを認めてもらったが不十分である	③ 値上げを認めてもらったが、その後発注量が減るなどの影響が出た	④ 全く回答をもらっていない	⑤ 値上げできない旨の回答があった	⑥ その他	合計
	○	○	○	○	○	○	
自動車	17	30	1	2	2	0	52
電気	2	0	0	0	0	0	2
機械	3	3	0	1	1	0	8
建築	6	6	1	0	0	0	13
土木	0	0	0	0	0	0	0
その他	4	2	0	0	0	0	6
店売り	1	1	0	0	0	0	2
複数	1	0	1	1	0	0	3
合計	34	42	3	4	3	0	86
			10				

問11 (複数回答) クロス (構成比)							
① 交渉して値上げを認めてもらった	② 一部の値上げを認めてもらったが不十分である	③ 値上げを認めてもらったが、その後発注量が減るなどの影響が出た	④ 全く回答をもらっていない	⑤ 値上げできない旨の回答があった	⑥ その他	合計	
○	○	○	○	○	○		
33%	58%	2%	4%	4%	0%	100%	
100%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	
38%	38%	0%	13%	13%	0%	100%	
46%	46%	8%	0%	0%	0%	100%	
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
67%	33%	0%	0%	0%	0%	100%	
50%	50%	0%	0%	0%	0%	100%	
33%	0%	33%	33%	0%	0%	100%	
40%	49%	3%	5%	3%	0%	100%	
			12%				

交渉をして「値上げを認めてもらった」企業は40%。

一部の値上げを認めてもらったが不十分と感じている企業は平均49%。自動車においても58%と高い(平均を上回る)。

それ以外にも「その後発注量の減少」「無回答」「値上げできない」などの理由で12%に及ぶ企業が不満を感じている。

	問12 コメント	問13 コメント
件数	37	45
構成比	52%	63%

問12は交渉が上手く行かない相手業種,理由,相手の論理。問13は「現在困っていること」いずれもコメント記載比率は52%、63%と極めて高い。サプライヤーとして困っている現状とその理由が読み取れる。

問14 連絡の可否	
可	否
48	23
68%	32%

追加質問への協力意向は68%と極めて協力的。