

価格転嫁対策にかかる取組について

CONTENTS

1. 価格転嫁対策
2. パートナーシップ構築宣言について
3. その他の取組について

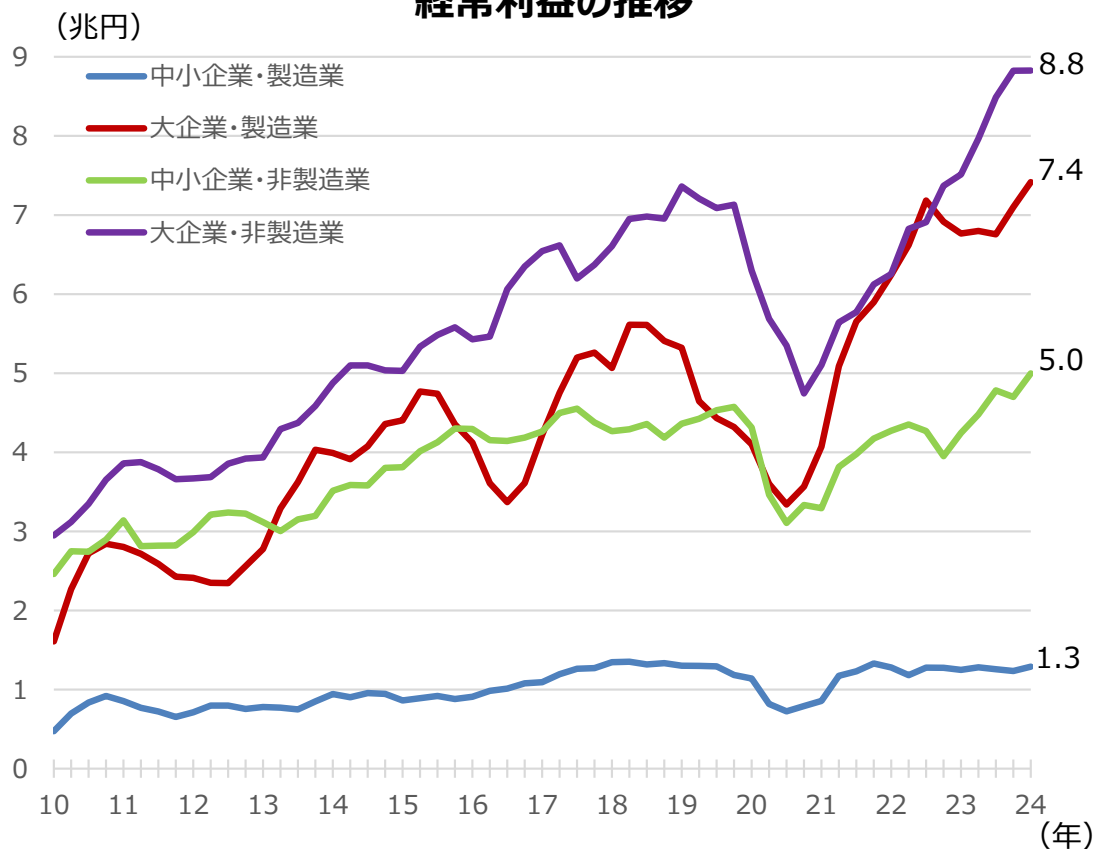
令和6年11月
近畿経済産業局

1. 価格転嫁対策

中小企業の賃上げの現状

- 「成長と分配の好循環」を目指す上で、大企業の業績を中小企業の賃上げまでつなげていくことが大きな課題。
中小企業の業績は、大企業と比較して低い傾向が継続しており、価格転嫁を進めることが重要。
- 2024年の従業員300人未満の企業における「春闘賃上げ率」は、物価高騰や人手不足等を背景に**4.45%の伸びを記録**。
- サプライチェーン全体で一層の価格転嫁が進み、中小企業の賃上げが継続的に行われるように、価格転嫁・取引適正化と生産性向上支援を推進することが重要。

経常利益の推移



資料：財務省「法人企業統計調査季報」

(注) 資本金10億円以上の企業を大企業、資本金1000万円以上1億円未満の企業を中小企業とする。
後方四半期移動平均で算出。

春闘賃上げ率の推移 (従業員300人未満)



(出所) 日本労働組合総連合会資料から作成。

経済産業省・中小企業庁の価格転嫁対策

- 原材料価格、エネルギー価格、労務費の高騰が続く中、地域経済を担う中小企業が付加価値を高めるためには、コスト上昇分の適切な価格転嫁が必要不可欠。
- このような状況を踏まえ、発注側である親事業者と受注側である下請事業者の双方にアプローチすることで、取引の適正化、適切な価格転嫁を促していく。
- 適切な価格転嫁が実現することで、成長の果実を企業が従業員にしっかりと分配して、未来への投資である賃上げを原動力に、更なる成長に繋げ、成長と分配の好循環を実現する。

親企業（発注者側企業）への働きかけ

■ 法律の厳正な執行

- ① 下請代金法
規制法。買ったたき等を禁止。立入検査、改善指導、公取への措置請求等を実施。
- ② 下請振興法
望ましい取引のあり方（振興基準）を策定・公表し、親事業者等に指導・助言を実施。
- ③ フリーランス法
フリーランスの取引環境、就業環境の整備。2024年秋 施行。

■ 業界への働きかけ

- ③ 価格交渉促進月間
毎年9月と3月が促進月間、発注側企業と受注側企業の価格交渉・価格転嫁を促進。2021年9月開始、今年9月で7回目
- ④ パートナーシップ構築宣言の普及
サプライチェーン全体での付加価値向上や取引関係の適正化に向けて、自治体、商工団体と連携し宣言の普及拡大を推進。

受注側企業への支援

■ 受注側企業の実態把握

- ① 下請Gメンによるヒアリング
現在330名体制、全国各地の下請等中小企業を訪問し親事業者等との取引実態についてヒアリングを実施。
目標件数：約1万件／年
- ② 下請Gメンによるフォローアップ調査
「価格交渉促進月間」における取組の一環としてフォローアップ調査の電話等のヒアリング調査を下請けGメンが実施。

■ 相談窓口・価格転嫁サポート体制の強化

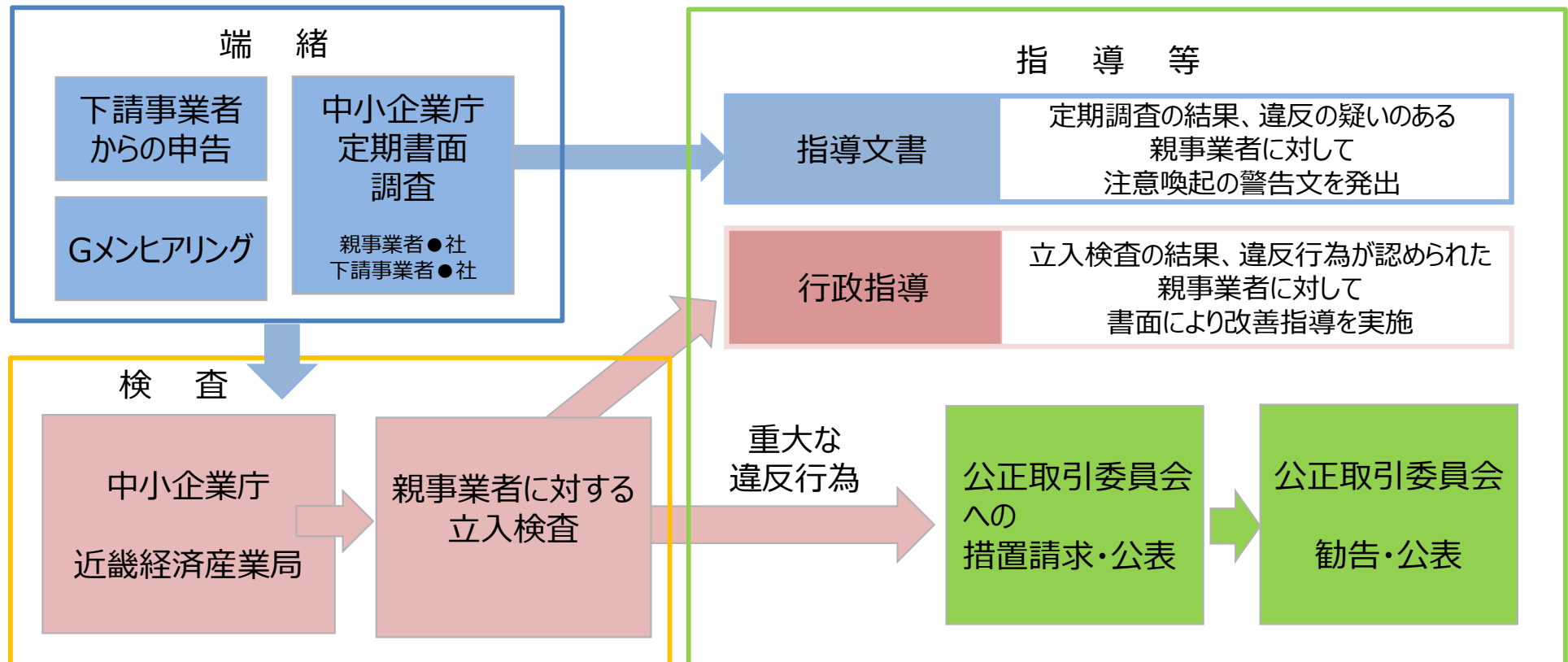
- ③ 下請かけこみ寺による相談対応
- ④ 価格転嫁サポート窓口の活用
令和5年7月より、全国のよろず支援拠点に「価格転嫁サポート窓口」を設置

価格転嫁への機運醸成 から 賃上げ環境の整備
成長と分配の好循環の実現

下請代金支払遅延等防止法関係（下請代金法）

- 「下請代金を支払ってもらえない」、「契約後に一方的に下請代金を減額された」などの不公正な取引は、下請代法違反のおそれがある。
- 下請代金法に基づき、調査、立入検査、改善指導、公正取引委員会への措置請求などを実施し、取引の適正化に取り組む。

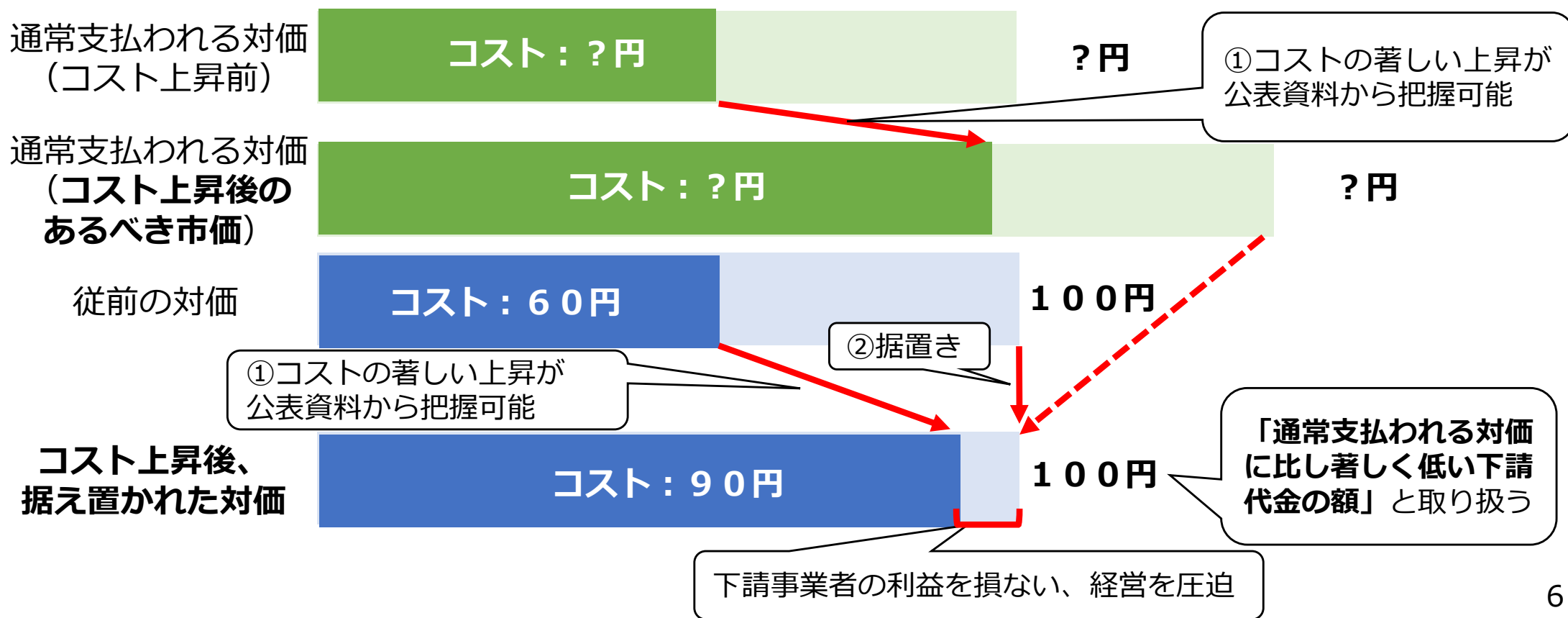
検査・行政指導の流れ



価格据え置きへの対応について（下請法運用基準）

- ①コストの著しい上昇分が公表資料から把握可能である場合において、②据え置かれている対価は、下請事業者の利益を損ない、経営を圧迫することになる。
- 今般、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」を踏まえ、上記①及び②に該当する下請代金の額を「通常支払われる対価に比し著しく低い下請代金の額」と取り扱うことを明確化する。
- ただし、買ったときに該当するためには、別途「不当に定める」の要件も満たすことが必要。

【コスト上昇局面における取引価格の据置き】（例）



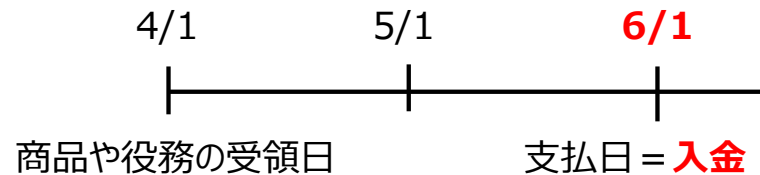
手形等のサイト短縮について（下請法指導基準）

親企業への働きかけ

- 手形等（手形・電子債券、一括決済方式（ファクタリング等））のサイトについて、業種を問わず60日以内とする。
令和6年11月1日から運用開始。

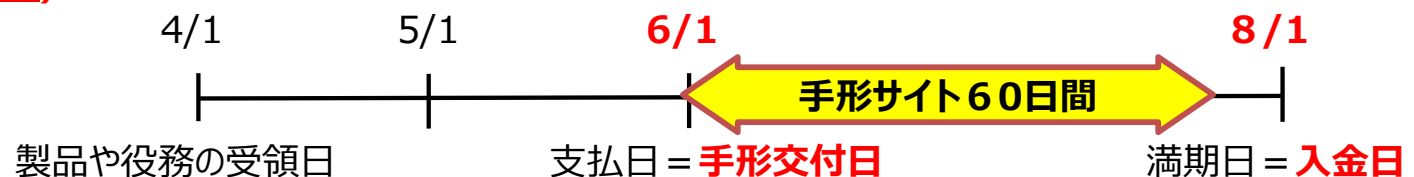
（従前） 繊維業は90日・その他業種は120日 → （変更後） 業種を問わず60日

■ 現金払いの場合（例）



※支払日までの期間（60日） = 現金受領までの期間【60日】

■ 手形払い(手形サイト60日)の場合（例）



※支払日までの期間（60日） + 手形サイト（60日） = 現金受領までの期間【120日】

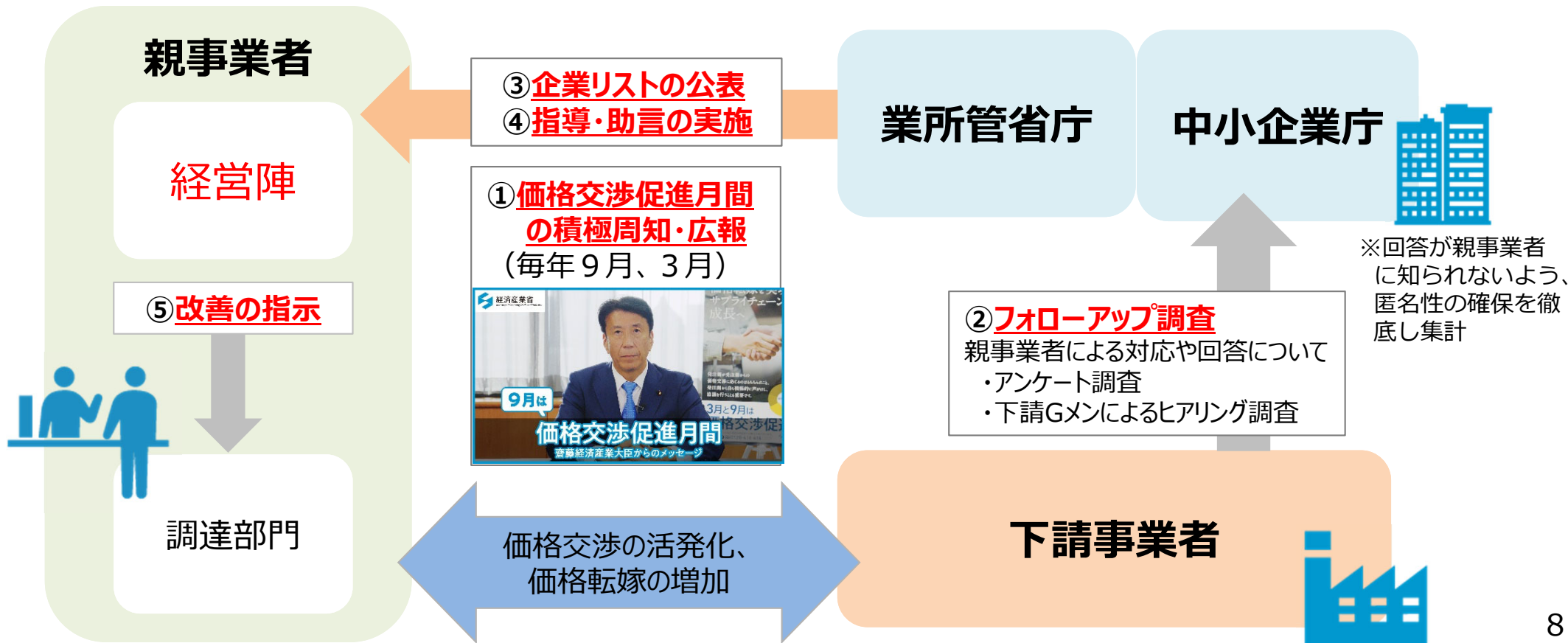
<手形の廃止について>

○成長戦略実行計画（2021年6月 閣議決定）

「本年夏を目途に、産業界及び金融界による自主行動計画の策定を求めることで、**5年後の約束**
手形の利用の廃止に向けた取組を促進する。」

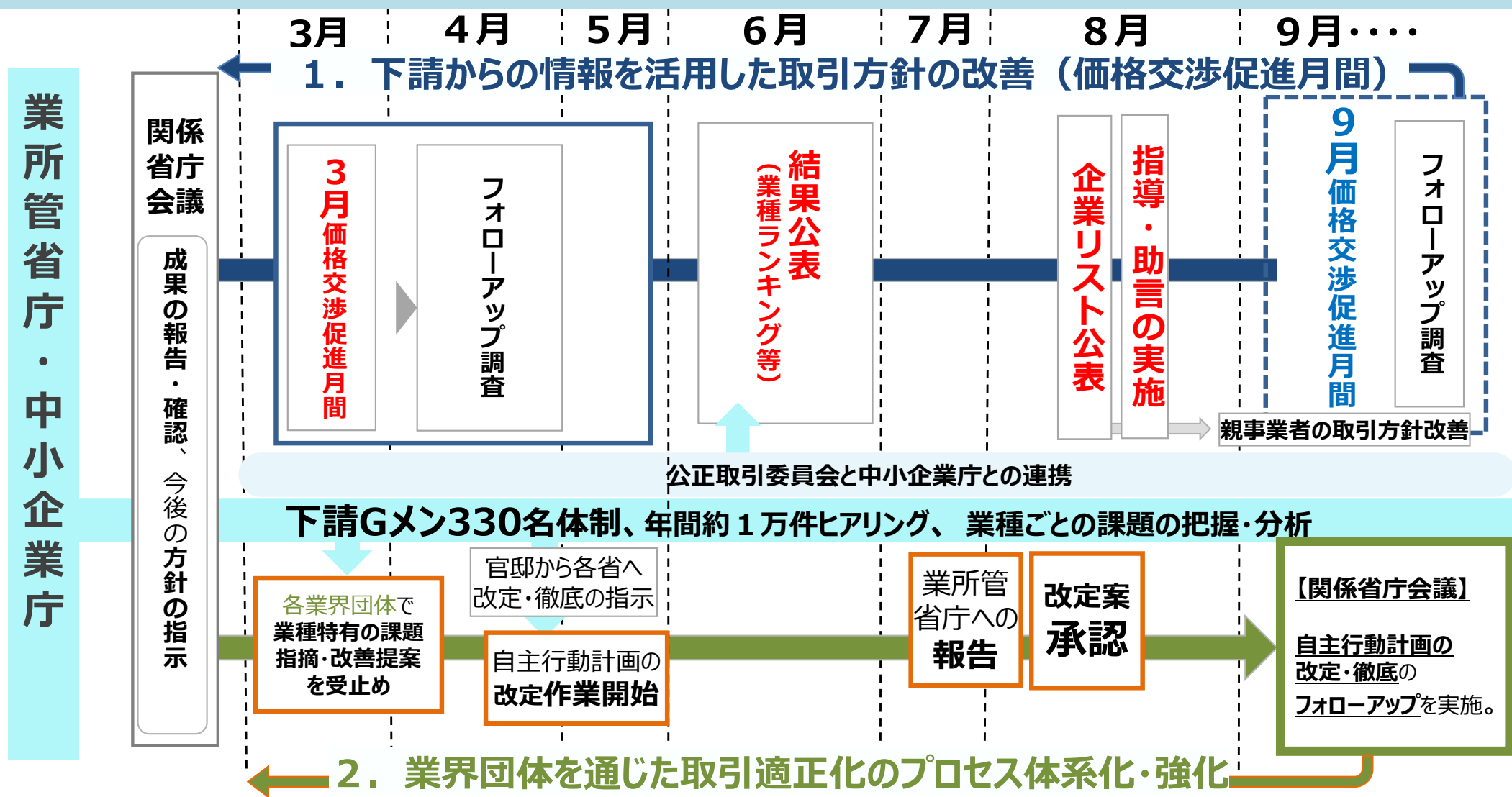
「価格交渉促進月間」における取組

- 中小企業の賃上げ実現の鍵となる価格交渉、価格転嫁を経済界全体で促すため、毎年3月と9月を「価格交渉促進月間」と設定し、経済界に周知・依頼（①）。
- ⇒ 成果を確認するため、各「月間」の終了後、**価格交渉、価格転嫁**それぞれの実施状況について、中小企業に対して「**①アンケート調査（30万社）**、**②下請Gメンによるヒアリング**」を実施し、結果を取りまとめ。
- ⇒ 業界ごとの取組状況や、社名公表等により経営陣にも関与させ、取引方針の改善に繋げて来た。
- 2021年9月に開始。 **今年9月は、7回目の「価格交渉促進月間」。**



- 原材料費やエネルギー費、労務費等が高騰する中、コスト上昇分をサプライチェーン全体で適切に分担し、中小企業の賃上げ原資を確保するためにも、以下の2つの適正化プロセスを確立し、価格転嫁はじめ取引適正化を継続的に推進。

1. 価格交渉促進月間の推進により、個別企業の取引方針の改善
2. 業界団体を通じ、業界全体での取引適正化



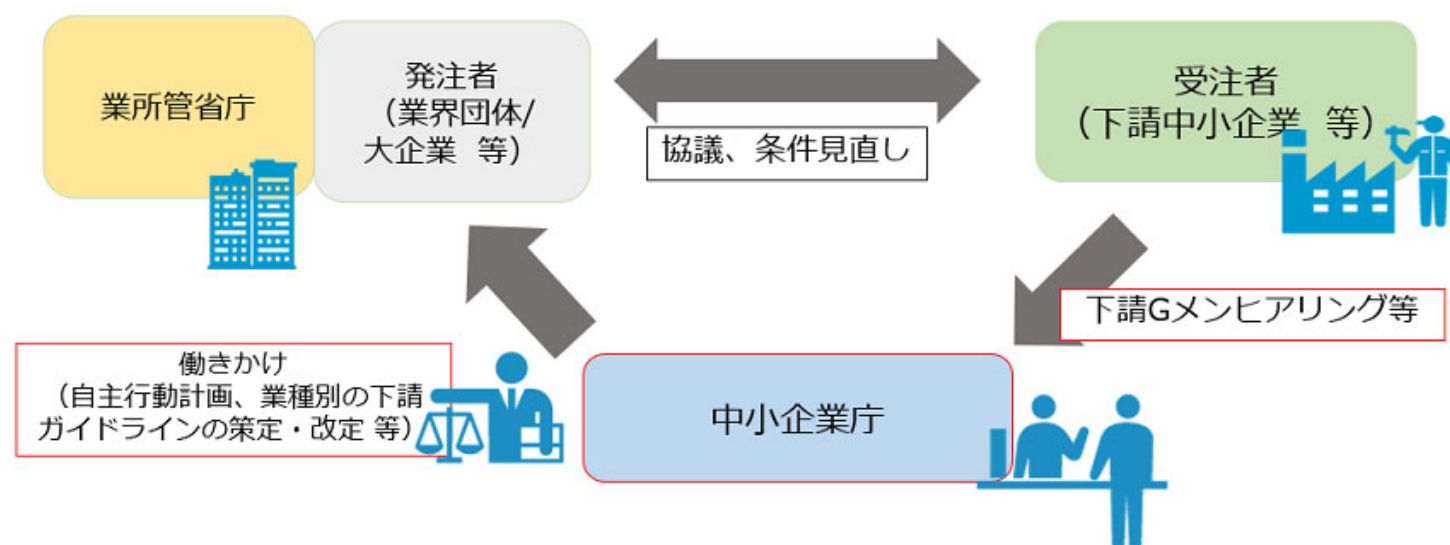
〈取引適正化に向けた自主行動計画 策定団体 29業種79団体 (令和6年10月時点)〉

業種	団体名
自動車	一般社団法人日本自動車工業会/一般社団法人日本自動車部品工業会
素材(11団体連名で策定)	一般社団法人日本金型工業会/一般社団法人日本金属熱処理工業会/一般社団法人日本金属プレス工業協会/一般社団法人日本工業月協会/一般社団法人日本ダイカスト協会/一般社団法人日本鍛造機械工業会/一般社団法人日本鍛造協会/一般社団法人日本鋳造協会/一般社団法人日本鋳造協会/一般社団法人日本Vレブ工業会/日本粉末冶金工業会
機械製造業	一般社団法人日本重機工業会/一般社団法人日本産業機械工業会/一般社団法人日本工作機械工業会/一般社団法人日本半導体製造装置協会/一般社団法人日本ロボット工業会/一般社団法人日本計量機器工業連合会/一般社団法人日本分析機器工業会/一般社団法人日本鉄道車輛工業会/一般社団法人日本ガス石油機器工業会
航空宇宙工業	一般社団法人日本航空宇宙工業会
繊維(2団体連名で策定)	日本繊維産業連盟/繊維産業充てん構造改革推進協議会
電機・情報通信機器	一般社団法人電子情報技術産業協会/一般社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会/一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会/一般社団法人日本電機工業会/一般社団法人カメラ映像機器工業会
情報サービス・ソフトウェア	一般社団法人情報サービス産業協会
流通業(スーパー、コンビニ、ドラッグストア等小売業)	一般社団法人日本スーパーマーケット協会/一般社団法人全日本スーパーマーケット協会/一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会/一般社団法人日本ボランティアチェーン協会/一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会/一般社団法人日本DIY・ホームセンター協会
家具・建材・住宅設備業	一般社団法人日本建材・住宅設備産業協会/一般社団法人アジア家具フォーラム/一般社団法人日本オフィス家具協会/一般社団法人日本家具産業振興会/全日本ベッド工業会
紙・紙加工業	日本製紙連合会/全国段ボール工業組合連合会

業種	団体名
金属産業	一般社団法人日本電線工業会/一般社団法人日本鉄鋼連盟/一般社団法人日本アルミニウム協会/一般社団法人日本伸銅協会
化学産業(6団体連名で策定)	一般社団法人日本化学工業協会/塩ビ工業・環境協会/化成工業協会/石油化学工業協会/一般社団法人日本ゴム工業会/日本プラスチック工業連盟
トラック運送業※国土交通省より要請	公益社団法人全日本トラック協会
建設業※国土交通省より要請	一般社団法人日本建設業連合会
警備業※警察庁より要請	一般社団法人全国警備業協会
通信業※総務省より要請	一般社団法人電気通信事業者協会
放送コンテンツ業※総務省より要請	放送コンテンツ適正取引推進協議会
商社	一般社団法人日本貿易会
金融業※約束手形の利用の廃止関係	一般社団法人全国銀行協会
印刷業	一般社団法人日本印刷産業連合会
造船業※国土交通省より要請	一般社団法人日本造船工業会/一般社団法人日本中小型造船工業会
住宅業※国土交通省より要請	一般社団法人住宅生産団体連合会
広告業	一般社団法人日本広告業協会
電力業	送配電協議会
食品製造業※農林水産省・国税庁より要請	一般社団法人食品産業センター/酒類業中央団体連絡協議会
食品卸売業※農林水産省より要請	一般社団法人日本加工食品卸売協会/一般社団法人日本外食流通協会/一般社団法人日本給食食品連合会/全国給食事業協同組合連合会/一般社団法人全国青果卸売市場協会/全国鮮卸売市場連合会
飲食業※農林水産省より要請	一般社団法人日本フードサービス協会
不動産管理業	公益社団法人日本賃貸住宅管理協会/一般社団法人マンション管理業協会
その他のサービス業	公益社団法人全国ビルメンテナンス協会

下請Gメンによる訪問調査

- 平成29年1月より、中小企業庁では、取引調査員（下請Gメン）を配置して下請等中小企業者を訪問。令和5年9月から12月までに1万件を超えるヒアリングを実施。
- 現在330名体制で、全国各地の下請等中小企業を訪問し親事業者等との取引実態についてのヒアリングを実施、国や業界が定めるルールづくりに反映、下請代金法に基づく取締りの端緒情報に活用するなど、適正取引に向けた取組を強く促進。



これまでに、以下のような声を政府の基準改正に反映してきました。

- (1)「発注予定額の〇〇%」など合理性のない引き下げを要請される。
- (2)光熱費、原材料費などの値上げを申請すると、「他社はどこも言ってきてない」「貴社だけですよ」などと言われる。
- (3)金型の返却や保管料負担の話をするが、何も対応してもらえない。
- (4)手形では下請代金の受け取りまでに数ヶ月かかり、資金繰りが厳しくなる。

① 下請かけこみ寺（中小企業庁の委託事業）： 年間相談実績 1 万件以上、秘密厳守、相談無料 47都道府県に設置フリーダイヤル：0 1 2 0 - 4 1 8 - 6 1 8

中小企業 **個人事業主** **フリーランス**

の皆さん

知財の侵害・保護

代金の未払い

買いたたき

不当なやり直し

受取拒否

返品

値引き

抱えていませんか？

取引上の悩み

下請かけこみ寺
にご相談ください！

「下請かけこみ寺」では、中小企業・個人事業主・フリーランスの皆さんが抱える取引上の悩み相談をお受けします。問題解決に向けて、専門の相談員や弁護士がアドバイスを行います。

悩んだらここに相談を！

下請かけこみ寺

<https://www.zenkyo.or.jp/kakekomi/index.htm>

相談無料 全国46か所 中小企業・個人事業主・フリーランスの皆さんの取引上の悩み相談をお受けします。

秘密厳守 匿名相談可能 0120-418-618

【受付時間】 平日9:00～12:00 / 13:00～17:00 (土日・祝日・年末年始を除く) 携帯電話からもご利用になれます。お近くの「下請かけこみ寺」につながります。

無料相談(相談員・弁護士)

例えば…

- ① 支払期日を過ぎても代金を払ってくれない。
- ② お客さんからキャンセルされたので、部品が必要なくなったといって返品された。
- ③ 長年取引をしていた発注元から突然取引を停止された。

電話相談

電話で相談員がお答えします


オンライン相談

オンライン上の対面で相談員がお答えします

対面相談

対面で相談員がお答えします

相談事例



下請かけこみ寺 0120-418-618

【受付時間】 平日9:00～12:00 / 13:00～17:00 (土日・祝日・年末年始を除く)
お近くの「下請かけこみ寺」に直接つながります。

調停による紛争解決手続き(ADR)

- 紛争当事者間の和解の調停を行います。
- 裁判と異なり非公開で行われるため、当事者以外には秘密が守られます。
- 当事者が合意すれば、自由に調停場所・時間等を決めることができます。

消費税の転嫁等に係る取引上の相談に応じています。

消費税転嫁等に関するご相談はこちら

0120-300-217

【受付時間】 平日9:00～12:00 / 13:00～17:00 (土日・祝日・年末年始を除く)

全都道府県に下請かけこみ寺を設置しています。

② 不当なしわ寄せに関する下請相談窓口（公正取引委員会）

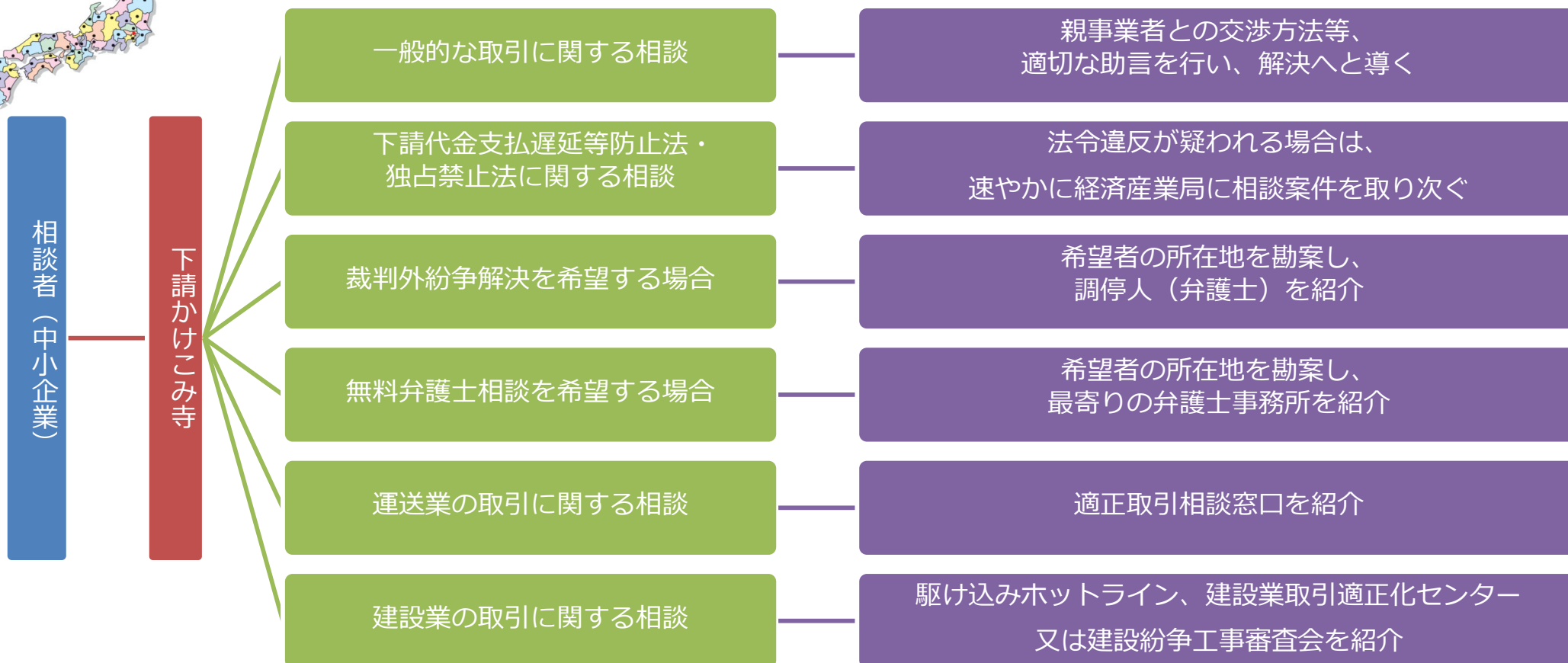
「ゼロゼロ110番」 0 1 2 0 - 0 6 0 - 1 1 0

取引先から不当なしわ寄せを受けるおそれのある中小事業者等の皆様から、下請法に関する相談を受け付けています。受付時間10:00～17:00(土日祝日・年末年始を除く)

下請かけこみ寺（事業内容）

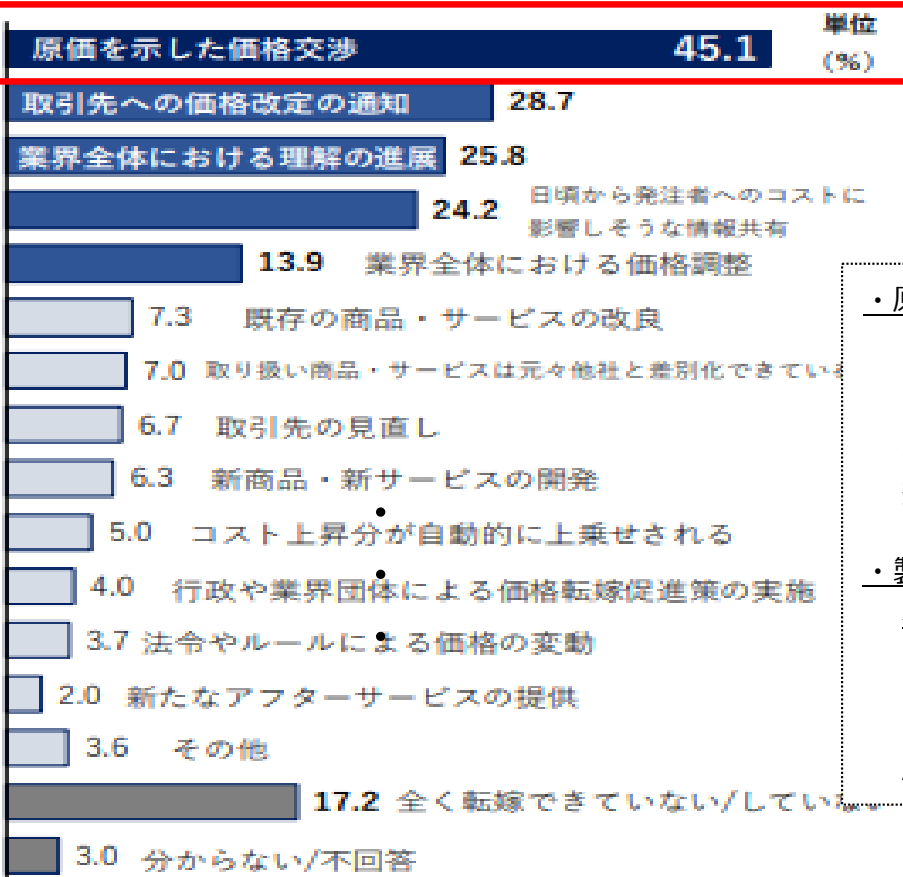
- 下請代金の減額など企業間取引に係る各種相談への対応や裁判外紛争解決手続を行うため、各都道府県の下請企業振興協会の協力を得て、本部（東京）及び全国47都道府県に「下請かけこみ寺」を設置。

企業間取引に関する様々な相談に相談員等が応じます。
裁判外紛争解決（ADR）手続により簡易・迅速な紛争解決を行います。
相談費用や調停費用は無料です。



- 7月より、全国のよろず支援拠点に「価格転嫁サポート窓口」を設置し、中小企業等に対する価格交渉に関する基礎的な知識の習得支援や、原価計算の手法の習得支援を実施。
- 商工会議所・商工会等へ価格交渉ハンドブックを配布、支援機関においても価格転嫁に関する基本的な知識の習得支援等を行い、中小企業の価格転嫁を支援する全国的なサポート体制を整備。

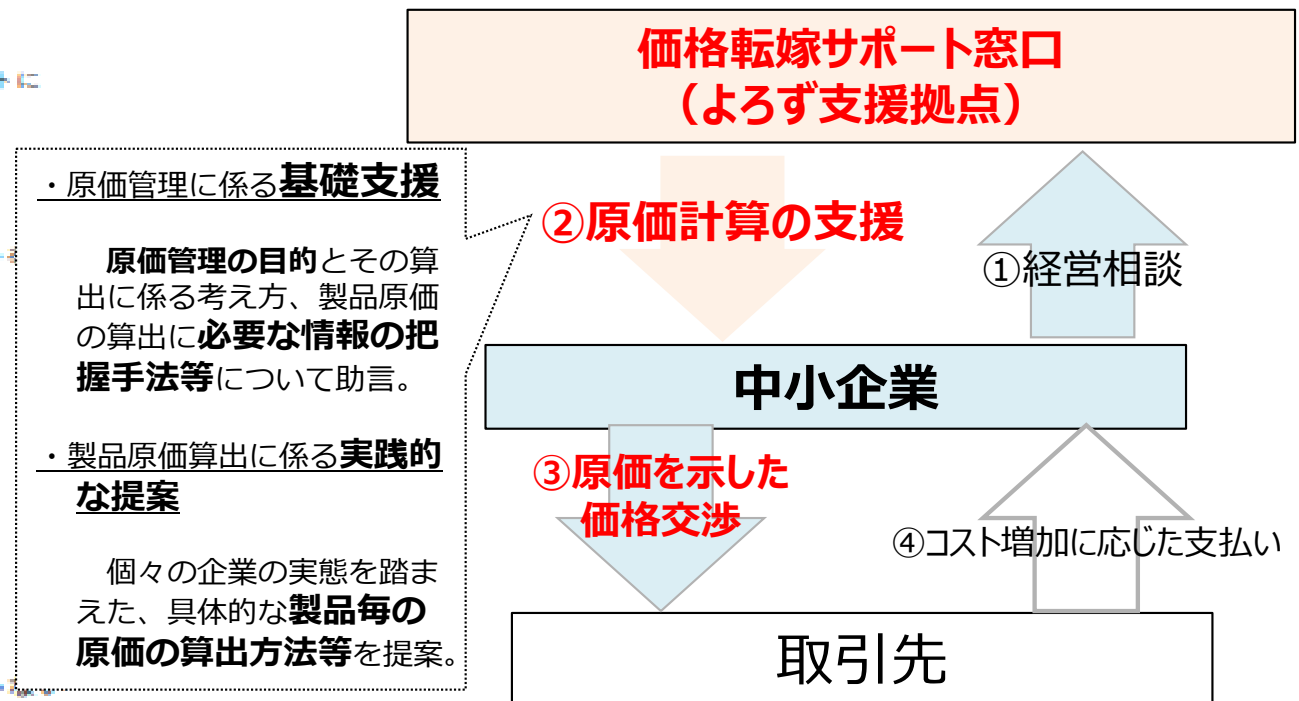
価格転嫁ができた理由（複数回答）



注：母数は、有効回答企業1,335社

(出典) 株式会社帝国データバンク資料
 (2023/2/9 特別企画：
 価格転嫁の成功理由に関する企業アンケート)

<価格転嫁サポート窓口の支援イメージ>



2024年3月 価格交渉促進月間フォローアップ調査の概要

- 原材料費やエネルギー費、労務費等が上昇する中、**多くの中小企業が価格交渉・価格転嫁できる環境整備のため**、2021年9月より**毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」と設定**。2024年3月で**6回目**。
- 成果を確認するため、各「月間」の終了後、**価格交渉・価格転嫁**それぞれの実施状況について、中小企業に対して「**①アンケート調査、②下請Gメンによるヒアリング**」を実施。必要に応じて大臣名での指導・助言等に繋げていく。

①アンケート調査

○調査の内容

中小企業等に、**2023年10月～2024年3月末までの期間**における、**発注企業（最大3社分）との間の価格交渉・転嫁の状況**を問うアンケート票を送付。

調査票の配布先の業種は、経済センサスの産業別法人企業数の割合（BtoC取引が中心の業種を除く）を参考にして抽出。

○配布先の企業数 30万社

○調査期間 **2024年4月18日～5月31日**

○回答企業数 **46,461社**（※回答から抽出される**発注企業数**は延べ67,390社）

（参考：2023年9月調査：**36,102社**（延べ44,059社）

2023年3月調査：**17,292社**（延べ20,722社）

○回収率 **15.5%**（※回答企業数/配布先の企業数）

（参考：2023年9月調査：**12.0%**、2023年3月調査：**5.8%**）

②下請Gメンによるヒアリング調査

○調査の内容

発注企業との間における価格交渉の内容や転嫁状況等について、全国の中小企業から広くヒアリングを実施。

○調査期間 2024年5月15日～6月28日（予定）

○ヒアリング件数 約2,000社（予定）

(参考) 価格交渉【アンケート質問票と回答分布】

直近6ヶ月間における価格交渉の状況

9月

3月

①	発注企業から、交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた。	14.3%	18.4%
②	受注企業から、発注企業に交渉を申し出、価格交渉が行われた。	44.2%	41.1%
③	コストが上昇せず、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。	0.2%	0.4%
④	コストが上昇せず、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、受注企業から交渉を申し出なかった。	16.3%	13.1%
⑤	コストが上昇したが、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。	0.5%	0.6%
⑥	コストが上昇し、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、受注企業から交渉を申し出なかった。	16.8%	16.2%
⑦	コストが上昇し、発注企業から申し入れがあったが、発注減少や取引停止を恐れ、発注企業からの申し入れを辞退した。	0.3%	0.3%
⑧	コストが上昇したが、発注企業から申し入れがなく、発注減少や取引停止を恐れ、受注企業から交渉を申し出なかった。	5.4%	7.8%
⑨	コストが上昇し、発注企業から申し入れがなく、受注企業から交渉を申し出たが、応じてもらえなかった。	2.2%	2.2%

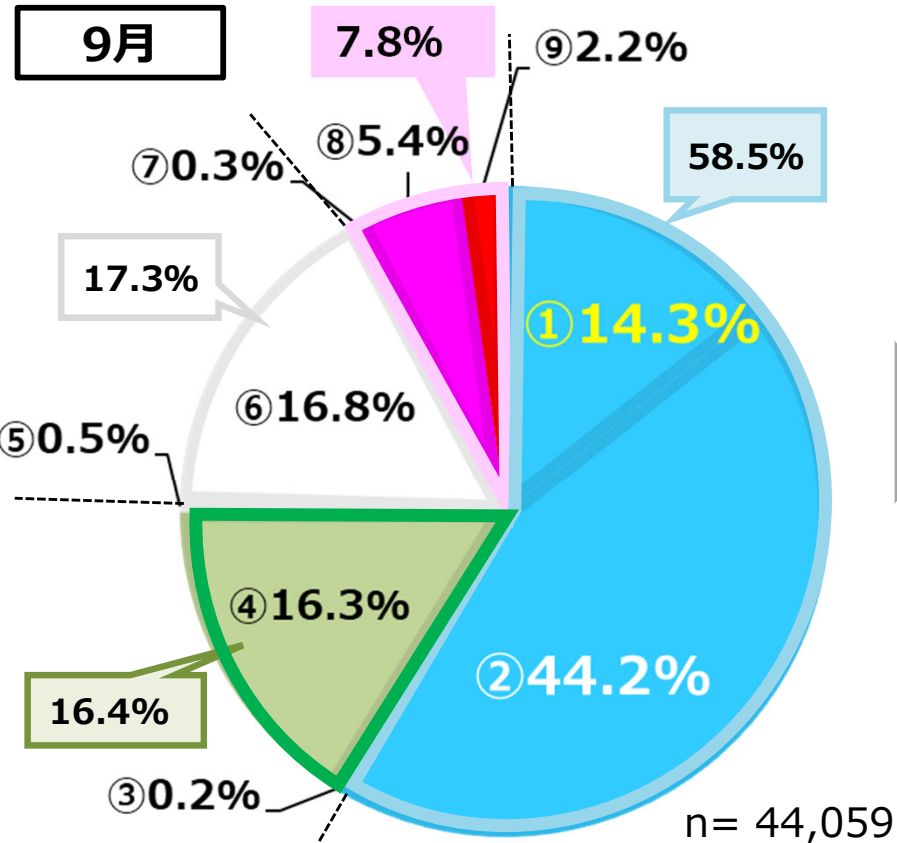
n=44,059

n=67,390

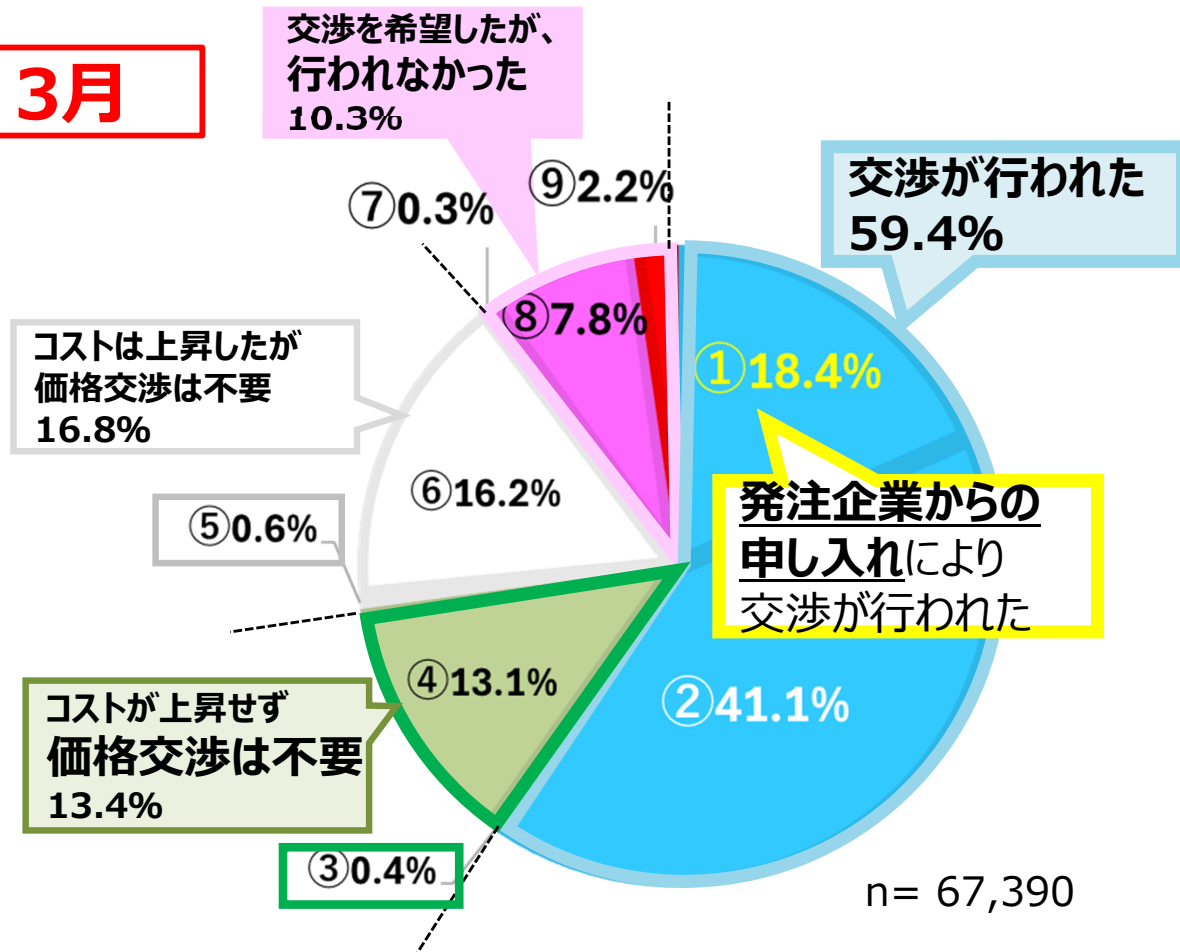
価格交渉の状況

- 「発注企業から交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた」割合は、昨年9月から更に増加（14.3%→18.4%）。（昨年3月 7.7%）
- 発注企業との価格交渉が行われた割合も、微増（58.5%→59.4%）。
- ⇒ 発注企業の方からの交渉申し入れも浸透し始め、価格交渉できる雰囲気は更に醸成されつつある。
- 一方で、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」割合が増加（7.8%→10.3%）。
- ⇒ 引き続き、労務費指針の徹底等による価格交渉の機運醸成が必要。

直近6ヶ月間における価格交渉の状況



3月



※①～⑨の凡例（中小企業への質問項目）は次ページ参照

価格交渉の実施状況の業種別ランキング（発注企業の業種毎に集計）

- 今回から、「交渉して貰えたか否か」の回答（点数化）の業界平均点を公表。
- 価格交渉に応じられていない業種は、交渉の結果である価格転嫁率においても、比較的低い順位にあり。

順位	2024年3月	2023年9月平均点	2024年3月平均点
—	全体	6.80	6.54
1位	化学 ↑	7.47	7.54
2位	鉱業・採石・砂利採取 ↑	7.38	7.39
3位	製薬 ↑	6.03	7.38
4位	電気・ガス・熱供給・水道 ↑	7.05	7.18
5位	廃棄物処理 ↑	6.45	7.01
6位	飲食サービス ↑	6.97	6.98
7位	繊維 ↑	6.82	6.94
8位	卸売 ↓	7.32	6.89
9位	情報サービス・ソフトウェア ↑	6.75	6.88
10位	小売 ↓	6.99	6.70
10位	広告 ↓	7.43	6.70
12位	食品製造 ↓	6.90	6.63
13位	建設 ↓	6.91	6.61
14位	印刷 ↑	6.45	6.54
15位	電機・情報通信機器 ↓	7.15	6.51
16位	造船 ↓	6.79	6.46
17位	機械製造 ↓	7.04	6.44
18位	紙・紙加工 ↓	7.06	6.42
19位	放送コンテンツ ↑	5.81	6.38
20位	自動車・自動車部品 ↓	6.61	6.33
21位	通信 ↑	5.33	6.15
21位	不動産業・物品賃貸 ↑	6.11	6.15
23位	金属 ↓	6.85	6.12
24位	建材・住宅設備 ↓	6.38	6.10
25位	トラック運送 ↑	4.87	5.62
26位	石油製品・石炭製品製造 ↓	6.45	5.23
27位	金融・保険 ↓	6.72	5.21
—	その他	—	—

※ 表中、↑ ↓ →は前回調査と比較した結果の上がり下がりを示す。
 ※ 価格交渉が行われたか、下記の評価方法で回答を点数化し、発注企業の業種別に集計。（例）家電メーカー（発注者）が、トラック運送業者（受注者）に運送を委託するケースは、「電機・情報通信機器」に集計。
 ※今回調査より評価点を一部変更。比較表の点数は共通の条件にて算出。

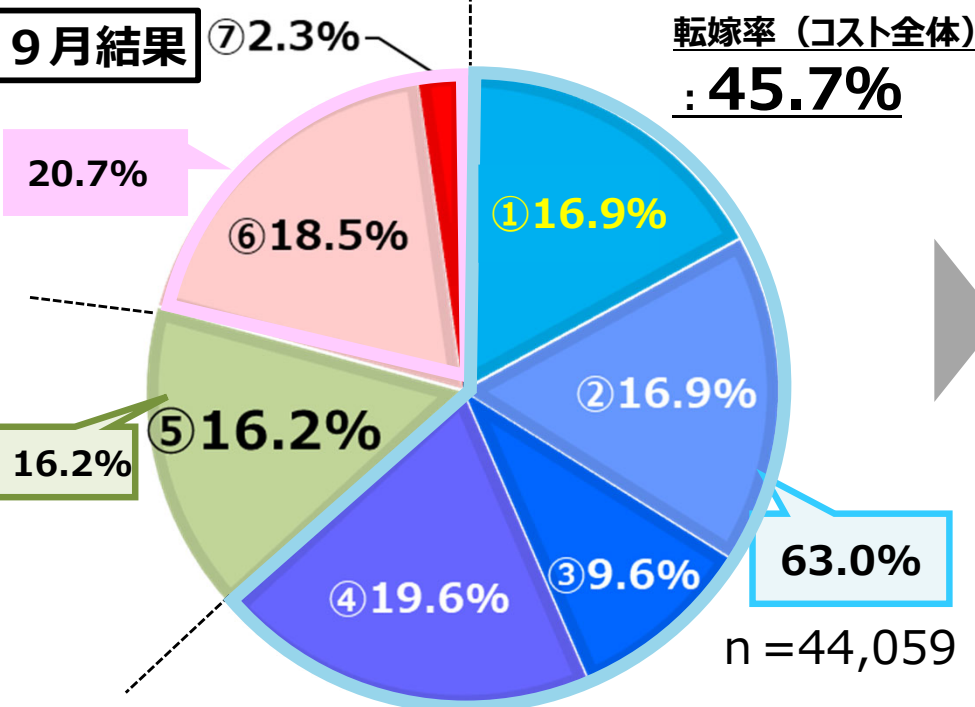
質問① 交渉が 行われたか	質問② 発注企業から交渉申 入れがあったか	質問③ 交渉が実現しなかった理由	点数
行われた	申し入れがあった		10点
	申し入れが なかった		8点
行われな かった	申し入れが あった	コストが 上昇せず、交渉は不要と判断し、辞退したため	10点
		コストが 上昇したが、交渉は不要と判断し、辞退したため	10点
		コストが 上昇したが、発注量減少や取引停止を恐れ、申し入れを辞退したため	5点
	申し入れが なかった	コストが 上昇せず、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかったため	対象外
		コストが 上昇したが、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかったため	対象外
		コストが 上昇したが、発注量減少や取引停止を恐れ、交渉を申し出なかったため	-5点
		コストが 上昇し、交渉を申し出たが、応じてもらえなかったため	-10点

価格転嫁の状況①【コスト全般】

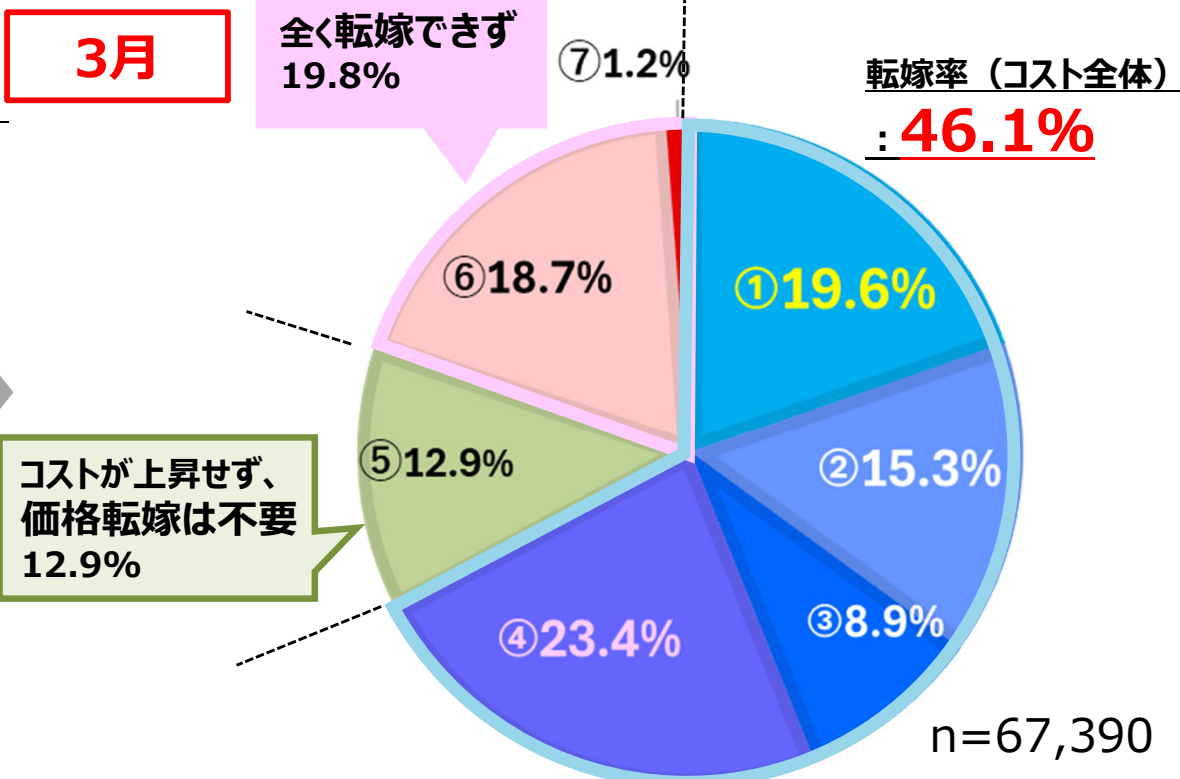
- コスト全体の価格転嫁率は**46.1%**、昨年9月より微増（45.7%→46.1%）。
 - 受注企業のうち、コスト増加分を**全額（10割）** 価格転嫁できた割合（①）は約**3ポイント増加**（16.9%→19.6%）。**一部でも**価格転嫁できた割合は、約**4ポイント増加**（63.0%→67.2%）。
 - 一方、**1～3割しか**価格転嫁できなかった割合（④）は約**4ポイント増加**（19.6%→23.4%）。全く転嫁できず/減額された企業も約2割。
- ⇒ 価格転嫁の裾野は更に広がりつつある一方、「転嫁できた企業」と「出来ない企業」で2極化の兆しもあり、転嫁対策の徹底が重要。

直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分の転嫁状況

9月結果



3月



問.直近6ヶ月間の全般的な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。

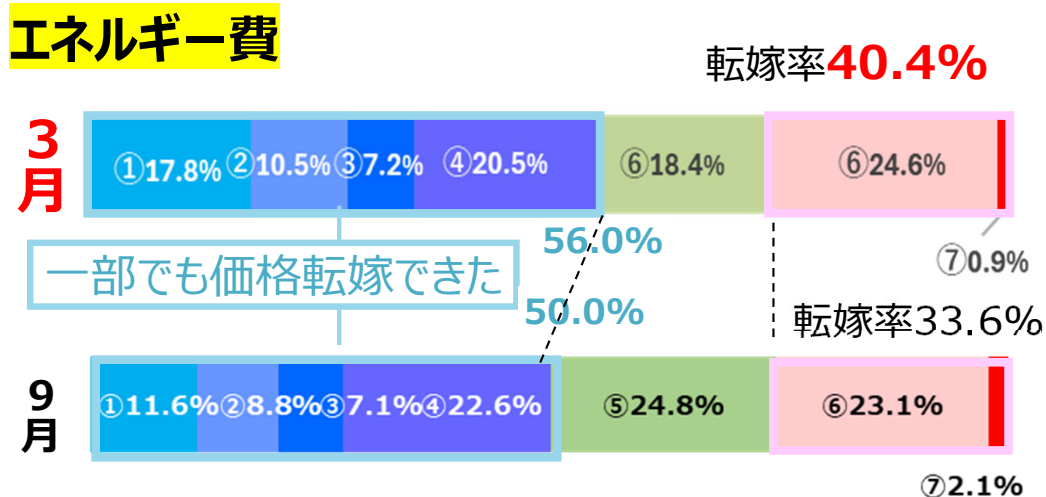
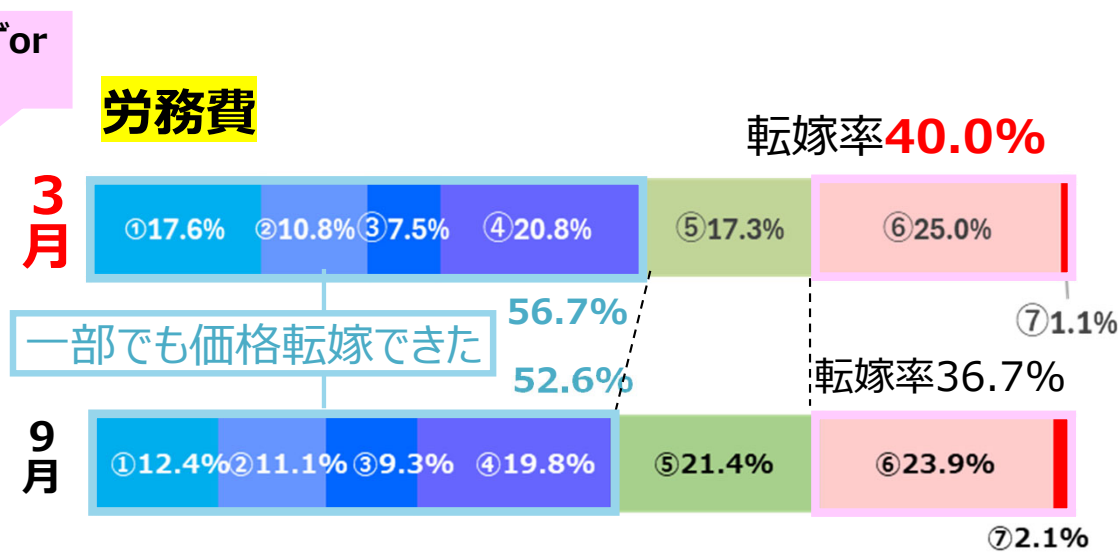
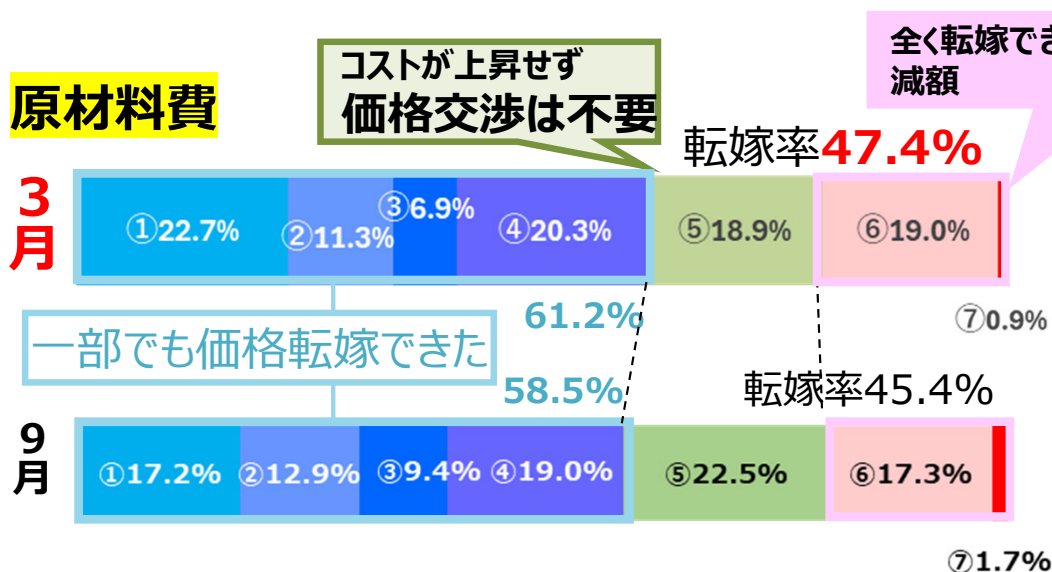
① 10割	④ 3割、2割、1割	⑥ 0割
② 9割、8割、7割	⑤ コストが上昇せず、価格転嫁不要	⑦ マイナス
③ 6割、5割、4割		

一部でも価格転嫁できた67.2%

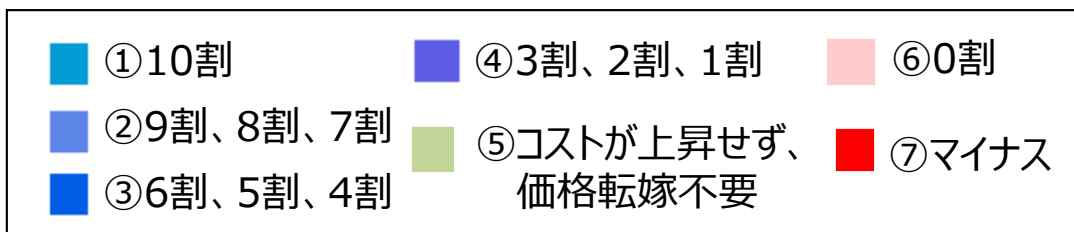
価格転嫁の状況② 【コスト要素別】

- 労務費、エネルギー費の転嫁率は、原材料費と比較して約7ポイント低い水準だが、前回（昨年9月）よりも差は縮小（▲10ポイント→▲7ポイント）。

⇒ 労務費の指針や、エネルギー費の全額転嫁を目指す旨の振興基準（本年3月改正）等の影響が、徐々に浸透しつつある。



問. 直近6ヶ月間の各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。



価格転嫁の実施状況の業種別ランキング（発注企業の業種毎に集計）

- 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低いといった全体的な傾向は従前通りだが、**トラック運送は約4ポイント、放送コンテンツは約7ポイント上昇。**

2023年9月		コスト増に対する転嫁率	各要素別の転嫁率			2024年3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	労務費				原材料費	エネルギー	労務費		
①全体		45.7%	45.4%	33.6%	36.7%	①全体		↑46.1%	↑47.4%	↑↑40.4%	↑40.0%		
1位	化学	59.7%	57.9%	45.7%	47.1%	1位	化学	↑61.0%	↑↑63.2%	↑↑54.1%	↑51.1%		
2位	食品製造	53.7%	52.5%	37.6%	39.9%	2位	製薬	↑53.5%	↑↑56.5%	↑↑↑49.7%	↑↑↑44.1%		
3位	電機・情報通信機器	53.4%	55.2%	37.8%	39.9%	3位	機械製造	↓51.9%	↑57.0%	↑↑45.3%	↑43.3%		
4位	機械製造	53.3%	55.5%	38.9%	39.8%	4位	飲食サービス	↓51.5%	↑↑53.0%	↑38.3%	↑37.8%		
5位	飲食サービス	52.1%	47.6%	34.0%	35.7%	5位	電機・情報通信機器	↓51.2%	↑55.9%	↑↑43.8%	↑42.9%		
6位	製薬	50.7%	49.3%	29.4%	27.8%	6位	食品製造	↓50.0%	↓51.6%	↑↑42.7%	↑41.2%		
7位	卸売	50.5%	50.5%	35.1%	35.6%	7位	繊維	↑49.9%	↑↑51.4%	↑↑↑43.2%	↑↑41.3%		
8位	造船	50.2%	53.6%	40.1%	38.3%	8位	造船	↓49.1%	↑53.8%	↑↑45.2%	↑42.5%		
9位	紙・紙加工	49.2%	48.7%	33.7%	34.2%	9位	鉱業・採石・砂利採取	↑↑48.6%	↑↑47.8%	↑↑43.3%	↑↑↑42.0%		
10位	金属	48.8%	50.6%	35.2%	34.4%	10位	電気・ガス・熱供給・水道	↑↑48.3%	↑↑49.4%	↑↑↑44.9%	↑↑45.1%		
11位	小売	48.7%	47.3%	33.2%	35.0%	11位	情報サービス・ソフトウェア	↑↑47.1%	↑↑↑39.7%	↑↑↑35.1%	↓46.2%		
12位	印刷	48.2%	49.3%	29.7%	33.1%	11位	小売	↓47.1%	↑47.8%	↑↑40.5%	↑38.6%		
②業種別	13位	繊維	47.0%	43.4%	32.0%	33.1%	②業種別	11位	自動車・自動車部品	↑47.1%	↑54.8%	↑↑47.2%	↑↑37.2%
	14位	広告	45.9%	40.8%	30.9%	41.0%	14位	卸売	↓47.0%	↓47.5%	↑39.6%	↑38.3%	
	15位	建材・住宅設備	45.3%	47.5%	30.6%	33.5%	15位	広告	↑46.9%	↑↑49.1%	↑↑40.2%	↑42.3%	
	16位	建設	45.1%	44.5%	35.1%	41.2%	15位	建設	↑46.9%	↑47.3%	↑↑42.0%	↑43.8%	
	17位	自動車・自動車部品	44.6%	51.3%	37.8%	28.8%	17位	金属	↓46.2%	↓49.8%	↑↑41.5%	↑37.9%	
	18位	金融・保険	42.4%	40.1%	29.0%	39.1%	18位	紙・紙加工	↓↓45.1%	↓45.9%	↑37.5%	↑37.4%	
	19位	石油製品・石炭製品製造	42.0%	46.0%	32.1%	29.9%	19位	建材・住宅設備	↓44.4%	↓47.0%	↑↑39.5%	↑↑39.4%	
	20位	電気・ガス・熱供給・水道	41.1%	41.4%	32.3%	37.2%	20位	石油製品・石炭製品製造	↑43.9%	↑↑51.8%	↑↑38.8%	↑↑37.4%	
	21位	鉱業・採石・砂利採取	40.6%	38.0%	34.6%	31.1%	21位	印刷	↓↓43.5%	↓46.6%	↑↑37.2%	↑34.7%	
	22位	不動産業・物品賃貸	39.7%	36.5%	29.5%	35.2%	22位	不動産業・物品賃貸	↑42.1%	↑↑41.8%	↑↑38.7%	↑38.9%	
	23位	情報サービス・ソフトウェア	39.6%	21.9%	18.5%	46.5%	23位	通信	↑↑40.8%	↑38.9%	↑↑↑35.0%	↑↑38.3%	
	24位	廃棄物処理	34.0%	28.0%	27.1%	27.8%	24位	廃棄物処理	↑↑39.1%	↑↑35.0%	↑↑34.8%	↑↑34.6%	
	25位	通信	32.6%	35.2%	22.8%	31.0%	25位	金融・保険	↓↓35.3%	↓↓34.1%	↓28.8%	↓32.3%	
	26位	放送コンテンツ	26.9%	28.6%	21.1%	32.0%	26位	放送コンテンツ	↑↑33.7%	↑↑33.8%	↑↑27.8%	↓31.7%	
	27位	トラック運送	24.2%	17.3%	20.7%	19.1%	27位	トラック運送	↑28.1%	↑↑24.6%	↑↑25.9%	↑24.0%	
	-	その他	41.9%	40.3%	30.9%	36.4%	-	その他	↑44.3%	↑44.2%	↑↑38.4%	↑39.8%	

※9月時点との変化幅と矢印の数の関係（例） ↑：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

(参考) 業種別 価格交渉と価格転嫁との比較

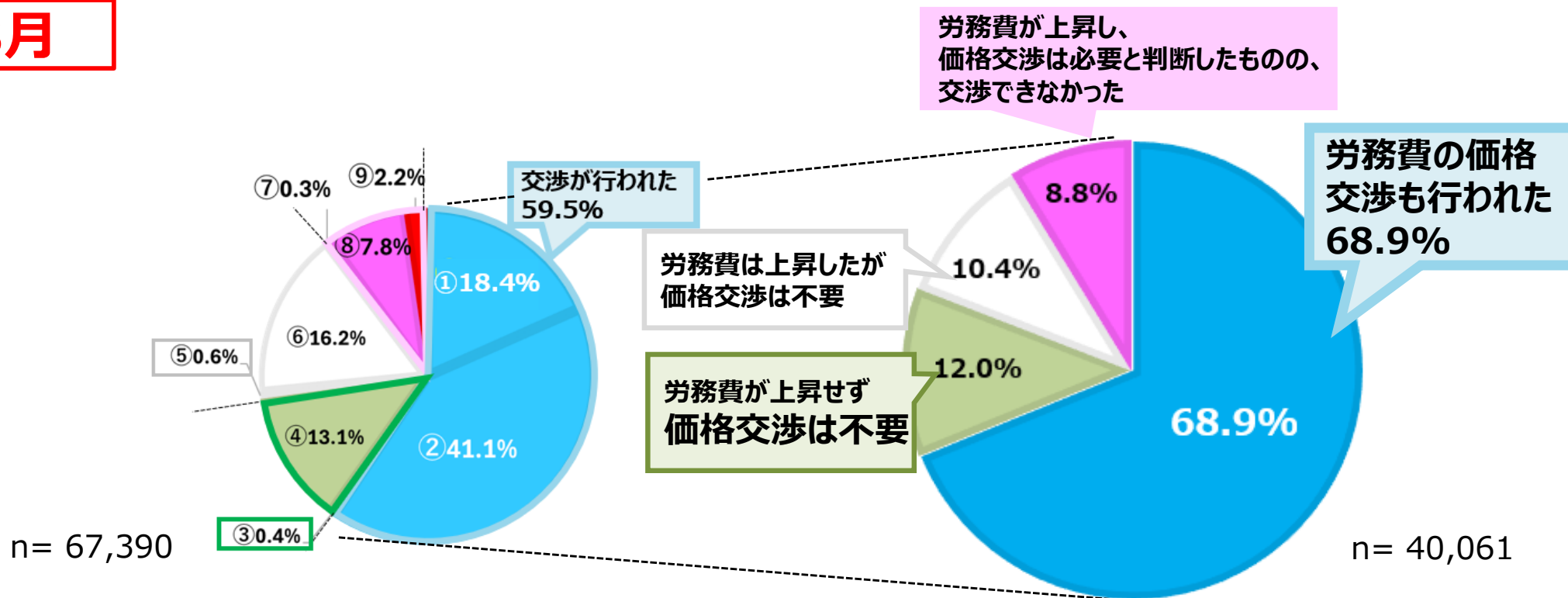
- 価格交渉が比較的行われている業種は、価格転嫁（値上げ）にも応じている傾向（例：化学、製薬）。
- 他方、価格交渉には応じているが、結果としての転嫁（値上げ）を認める割合は低い業界もある（例：廃棄物処理、印刷）。

価格交渉		平均点数	価格転嫁		価格転嫁率
全体		6.54	全体		46.1%
1位	化学	7.54	1位	化学	61.0%
2位	鉱業・採石・砂利採取	7.39	2位	製薬	53.5%
3位	製薬	7.38	3位	機械製造	51.9%
4位	電気・ガス・熱供給・水道	7.18	4位	飲食サービス	51.5%
5位	廃棄物処理	7.01	5位	電機・情報通信機器	51.2%
6位	飲食サービス	6.98	6位	食品製造	50.0%
7位	繊維	6.94	7位	繊維	49.9%
8位	卸売	6.89	8位	造船	49.1%
9位	情報サービス・ソフトウェア	6.88	9位	鉱業・採石・砂利採取	48.6%
10位	小売	6.70	10位	電気・ガス・熱供給・水道	48.3%
10位	広告	6.70	11位	情報サービス・ソフトウェア	47.1%
12位	食品製造	6.63	11位	小売	47.1%
13位	建設	6.61	11位	自動車・自動車部品	47.1%
14位	印刷	6.54	14位	卸売	47.0%
15位	電機・情報通信機器	6.51	15位	広告	46.9%
16位	造船	6.46	15位	建設	46.9%
17位	機械製造	6.44	17位	金属	46.2%
18位	紙・紙加工	6.42	18位	紙・紙加工	45.1%
19位	放送コンテンツ	6.38	19位	建材・住宅設備	44.4%
20位	自動車・自動車部品	6.33	20位	石油製品・石炭製品製造	43.9%
21位	通信	6.15	21位	印刷	43.5%
21位	不動産業・物品賃貸	6.15	22位	不動産業・物品賃貸	42.1%
23位	金属	6.12	23位	通信	40.8%
24位	建材・住宅設備	6.10	24位	廃棄物処理	39.1%
25位	トラック運送	5.62	25位	金融・保険	35.3%
26位	石油製品・石炭製品製造	5.23	26位	放送コンテンツ	33.7%
27位	金融・保険	5.21	27位	トラック運送	28.1%
-	その他	-	-	その他	44.3%

(今回初の調査) 労務費についての価格交渉の状況

- 今回調査では、昨年11月に「労務費の指針」が策定・公表されたことを踏まえ、「労務費について、価格交渉できたか」調査。
 - 価格交渉が行われた企業（59.5%）のうち、その約7割において、労務費についても価格交渉が実施された。
 - 一方で、約1割（8.8%）の企業が、「労務費が上昇し、価格交渉を必要と考えたが出来なかった」と回答。そうした企業からの具体的な声は、以下の通り。（例：労務費アップは自助努力で対応すべき）
- ⇒ 引き続き、公正取引委員会等と連携し、「労務費の指針」を周知・徹底していく。

3月



アンケート回答企業からの具体的な声

- ▲ 労務費については、「自助努力で解決すべきとして、交渉自体を拒否」された。
- ▲ 労務費上昇分について要求されるエビデンスを示す事が出来ず、諦めざるを得なかった。
- ▲ 価格交渉しようとしたが、「労務費が上昇しているのは御社だけではありません。」と言われ、交渉に応じてもらえなかった。
- ▲ 10年以上同様の業務（工事）を請け負っている為、価格を毎年同じにしている。

「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」のポイント

- 価格転嫁の難しい**労務費**に関する「発注者、受注者それぞれが採るべき行動」の指針を、**内閣官房・公正取引委員会**が昨年**11月29日**に**策定・公表**。
- **受注者が価格交渉し易い**よう、**労務費、原材料費、エネルギーコスト**を分けて交渉するための**価格交渉の様式例**を添付。

〈価格交渉 様式例〉

【発注者が採るべき行動】(ポイント)

- ① 転嫁を受け入れる取引方針を、**経営トップまで上げて決定**。その方針を社内外に示す。
 - ② 受注者から求めがなくとも、**定期的な協議の場を設ける**。受注者から協議の求めがあればこれに応じる。
 - ③ **公表資料**（最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率など）**に基づく根拠資料を、合理的なものとして尊重**。
- 等 6 指針

【受注者が採るべき行動】(ポイント)

- ① **価格転嫁サポート窓口**や**下請かけこみ寺**、**商工会・商工会議所**等の窓口**に相談**するなど、**積極的に情報収集して交渉**する。その際に、**添付の「価格交渉 様式例」も活用**する。
 - ② 根拠資料として、**最低賃金上昇率などの公表資料**を用いる。
- 等 4 指針

・労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（令和5年11月29日内閣官房・公正取引委員会）別添

価格交渉の申込み様式（例）

御見積書

〇年〇月〇日

（発注者） 御中

（受注者）

下記のとおり、御見積もり申し上げます。

見積日 年 月 日

有効期限 年 月 日

商品名（例：業務名、品番、件名）

合計金額 円

内訳

1 原材料価格（素材費、部品購入費等）

材料・品番	単価	数量	金額	(備考) 旧単価(円) / 単価上昇率(%)
.....				
小計	円			

2 エネルギーコスト（電気代、ガス代、ガソリン代等）

	単価	総使用量	貴社向け売上比率	金額	(備考) 単価 上昇率(%)
電気代					
.....					
小計	円				

3 労務費（定期昇給、ベースアップ、法定福利費等）

改定前の 労務費総額	労務費の上昇額 ※改定前の支払い実績（定期昇給、ベースアップ、法定福利費等）に最低賃金・春季労使交渉妥結額等の上昇率を乗じて算出	貴社向け売上比率	金額
円	円	%	円

現在の労務費単価	人数	労務費の上昇率 ※最低賃金・春季労使交渉妥結額等の上昇率	金額
円/人・日	人・日	%	円
小計	円		

4 その他

(例) 設備償却費、保管料、輸送費等
小計 円

原材料価格、エネルギーコスト、労務費など、各コスト要素に分けて、それぞれ単価、小計等を作成

(参考) 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針①

本指針の性格

- ✓ 労務費の転嫁に関する事業者の**発注者・受注者の双方の立場からの行動指針**。
- ✓ 労務費の適切な転嫁のため、発注者及び受注者がこの行動指針に沿った行為を行うことが必要。
- ✓ 本指針に記載の12の行動指針に沿わないような行為をすることにより、**公正な競争を阻害するおそれがある場合には、公正取引委員会において独占禁止法及び下請代金法に基づき厳正に対処**することを明記。
- ✓ 他方で、**記載された発注者としての行動を全て適切に行っている場合、通常は独占禁止法及び下請代金法上の問題が生じない旨**を明記。

発注者として採るべき行動／求められる行動

★行動①：本社（経営トップ）の関与

①労務費の上昇分について取引価格への転嫁を受け入れる**取組方針を具体的に経営トップまで上げて決定**すること、②経営トップが同方針又はその要旨などを書面等の形に残る方法で**社内外に示す**こと、③その後の**取組状況を定期的に経営トップに報告**し、必要に応じ、経営トップが更なる対応方針を示すこと。

★行動②：発注者側からの定期的な協議の実施

受注者から労務費の上昇分に係る取引価格の引上げを求められていなくても、業界の慣行に応じて1年に1回や半年に1回など**定期的に労務費の転嫁について発注者から協議の場を設ける**こと。特に**長年価格が据え置かれてきた取引や、スポット取引と称して長年同じ価格で更新されているような取引**においては協議が必要であることに**留意が必要**である。

協議することなく長年価格を据え置くことや、スポット取引とはいえないにもかかわらずスポット取引であることを理由に協議することなく価格を据え置くことは、優越的地位の濫用又は下請代金法上の買ったたきとして問題となるおそれがある。

★行動③：説明・資料を求める場合は公表資料とすること

労務費上昇の理由の説明や根拠資料の提出を受注者に求める場合は、**公表資料（最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率など）に基づくものとし、受注者が公表資料を用いて提示して希望する価格については、これを合理的な根拠のあるものとして尊重**すること。

★行動④：サプライチェーン全体での適切な価格転嫁を行うこと

労務費をはじめとする価格転嫁に係る交渉においては、**サプライチェーン全体での適切な価格転嫁による適正な価格設定を行うため、直接の取引先である受注者がその先の取引先との取引価格を適正化すべき立場にいることを常に意識**して、そのことを受注者からの**要請額の妥当性の判断に反映させる**こと。

★行動⑤：要請あらば協議のテーブルにつくこと

受注者から労務費の上昇を理由に**取引価格の引上げを求められた場合には、協議のテーブルにつくこと**。労務費の転嫁を求められたことを理由として、**取引を停止するなど不利益な取扱いをしない**こと。

★行動⑥：必要に応じ考え方を提案すること

受注者からの申入れの巧拙にかかわらず受注者と協議を行い、**必要に応じ労務費上昇分の価格転嫁に係る考え方を提案**すること。

(参考) 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針②

受注者として採るべき行動／求められる行動

★行動①：相談窓口の活用

労務費上昇分の価格転嫁の交渉の仕方について、国・地方公共団体の相談窓口、中小企業の支援機関（全国の商工会議所・商工会等）の相談窓口など相談するなどして積極的に情報を収集して交渉に臨むこと。

発注者に対して労務費の転嫁の交渉を申し込む際、一例として、次頁の様式を活用することも考えられる。

★行動②：根拠とする資料

発注者との価格交渉において使用する根拠資料としては、最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率などの公表資料を用いること。

★行動③：値上げ要請のタイミング

労務費上昇分の価格転嫁の交渉は、業界の慣行に応じて1年に1回や半年に1回などの定期的に行われる発注者との価格交渉のタイミング、業界の定期的な価格交渉の時期など受注者が価格交渉を申し出やすいタイミング、発注者の業務の繁忙期など受注者の交渉力が比較的優位なタイミングなどの機会を活用して行うこと。

★行動④：公表資料を活用して自ら希望する額を提示

発注者から価格を提示されるのを待たずに受注者側からも希望する価格を発注者に提示すること。発注者に提示する価格の設定においては、自社の労務費だけでなく、自社の発注先やその先の取引先における労務費も考慮すること。

発注者・受注者の双方が採るべき行動／求められる行動

★行動①：定期的なコミュニケーション

定期的にコミュニケーションをとること。

★行動②：交渉記録の作成、発注者と受注者の双方での保管

価格交渉の記録を作成し、発注者と受注者と双方で保管すること。

今後の対応

- 内閣官房は、各府省庁・産業界・労働界等の協力を得て、今後、労務費の上昇を理由とした価格転嫁が進んでいない業種や労務費の上昇を理由とした価格転嫁の申出を諦めている傾向にある業種を中心に、**本指針の周知活動**を実施する。
- 公正取引委員会は、発注者が本指針に記載の12の採るべき行動／求められる行動に沿わないような行為をすることにより、**公正な競争を阻害するおそれがある場合には、独占禁止法及び下請代金法に基づき厳正に対処**していく。

また、受注者が匿名で労務費という理由で価格転嫁の協議のテーブルにつかない事業者等に関する**情報を提供できるフォーム**を設置し、第三者に情報提供者が特定されない形で、**各種調査において活用**していく。

労務費の指針の周知の取組

- 中小企業庁のHPに価格交渉フォーマットや、価格交渉の根拠資料になるデータ（最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率等）など、価格交渉・転嫁に役立つ情報を集約して掲載。指針の普及に向けて、全国で説明会も実施。

The screenshot shows the homepage of the Small Business Administration (SME Agency) with a navigation menu and a search bar. Below the navigation, there is a breadcrumb trail: トップページ > 経営サポート > 取引・官公需支援 > 労務費、原材料費、エネルギーコスト上昇の根拠となる公表資料 (例). A blue banner highlights the section: 労務費、原材料費、エネルギーコスト上昇の根拠となる公表資料 (例). Below this is a table with two columns: データ (Data) and 資料名・掲載URL (Document Name / Publication URL).

データ	資料名・掲載URL
労務費	都道府県別の最低賃金やその上昇率 ● 厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」 ● 厚生労働省「平成14年度から令和5年度までの地域別最低賃金改定状況」
	春季労使交渉の妥結額やその上昇率 ● 厚生労働省「令和5年 民間主要企業春季賃上げ要求・妥結状況」 ● 連合「2023 春季生活闘争 第7回（最終）回答集計結果」 ● 日本経済団体連合会「2023年春季労使交渉・大手企業業種別妥結結果（最終集計）」
公共工事設計労務単価	● 国土交通省「令和5年3月から適用する公共工事設計労務単価」
一般貨物自動車運送業に係る標準的な運賃	● 国土交通省・全日本トラック協会「一般貨物自動車運送業に係る標準的な運賃」
賃金指数	● 厚生労働省「毎月勤労統計調査（全国調査・地方調査）：結果の概要」
消費者物価指数	● 総務省「消費者物価指数（CPI）」

下請中小企業振興法 「振興基準」の改正

価格転嫁を促進するため、下請中小企業振興法に基づく「**振興基準**」を**改定**し、以下を追記。

- ①適切な取引対価の決定にあたって「**労務費の指針**」に沿った行動を適切に取る
- ②**原材料費**や**エネルギーコスト**の高騰があった場合には、**適切なコスト増加分の全額転嫁を目指す**ものとする

⇒1月26日から2月26日までの意見公募手続きを経て、**3月25日より施行**。

「**振興基準**」は、

- ①下請振興法に基づく大臣名での「**指導・助言**」の基準、
- ②各業界団体（約70団体）が作成する**自主行動計画**でも、**振興基準の遵守**が謳われ、
- ③**パートナーシップ構築宣言した企業**は、「**振興基準を遵守する**」旨を宣言・公表する

ことから、**関連する企業（特に発注者）へ、価格転嫁の実効性向上**に繋げるもの

【自民党・中小調査会提言（2023年6月20日） 抜粋】

(1)物価高・賃上げ対策 ●構造的・継続な賃上げに向けた 価格転嫁対策の徹底

(前略)「**原材料費・エネルギーコストについては適切なコスト増加分の全額の転嫁を目指す、労務費も適切な転嫁が必要**」という考え方を 経済界・社会全体 に提示し、……

【経済財政運営と改革の基本方針2023 について(2023年6月16日閣議決定) 抜粋】

(中堅・中小企業の活力向上)

(前略)原材料費やエネルギーコストの**適切なコスト増加分の全額転嫁**を目指し、取引適正化を推進する。

(新) 振興基準

第4 対価の決定の方法、納品の検査の方法その他取引条件の改善に関する事項

1 対価の決定の方法の改善

(3) 親事業者及び下請事業者は、「**労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針**」(令和5年11月29日 内閣官房新しい資本主義実現本部事務局・公正取引委員会。以下「労務費の指針」という。)に掲げられている、「**事業者が採るべき行動/求められる行動**」を適切にとった上で、**取引対価を決定する**。その際、「**労務費の指針**」別添「**価格交渉の申込み様式**」の活用も併せ、労務費の上昇分を適切に転嫁できるよう協議するものとする。特に、最低賃金(家内労働法(昭和45年法律第60号)に規定する最低工賃を含む。)の引上げ、人手不足への対処等、外的要因により下請事業者の労務費の上昇があった場合には、その影響を十分に踏まえるものとする。

(4) 労務費、原材料費、エネルギー価格等のコストが増加した場合には、親事業者は、予め定めた価格改定タイミングはもちろんのこと、その期中においても、価格変更を柔軟に行うものとする。**特に原材料費やエネルギーコストの高騰があった場合には、適切なコスト増加分の全額転嫁を目指すものとする。**

下請中小企業振興法

(振興基準)

第3条 経済産業大臣は、下請中小企業の振興を図るため**下請事業者及び親事業者のよるべき一般的な基準(以下「振興基準」という。)**を定めなければならない。

(指導及び助言)

第4条 **主務大臣は**、下請中小企業の振興を図るため必要があると認めるときは、下請事業者又は親事業者に対し、**振興基準に定める事項について指導及び助言を行なうものとする。**

発注企業側の好事例

- 受注側のアンケート回答企業からの具体的な声や、発注企業へのヒアリングにより、**発注企業側の好事例**も情報収集。
- **取引方針の改善の参考として、周知していく。**

1. 以前は、発注企業の**特定の部門（製造部品）**だけで定期的に価格交渉していたが、昨年度より、**その他の部門（運輸部門）**においても、価格交渉の窓口を設置され、実際に交渉が始まった。ドライバー不足問題から、特に**労務費**においては、**要望額以上の値上げ回答額が提示された。**
2. 発注企業から**価格交渉を申出てほしい旨の連絡**があり、**記入例やフォーマットも送付**して貰えた。また、「**他の受注企業からは価格値上げの交渉が入っているが、御社からは未だ来てないが、大丈夫か？**」と、フォローも受けた。
3. 労務費に関する価格協議は、まずは受注企業の**希望する取引価格を提示**して貰い、その**根拠資料の提示が難しい場合**に、受注企業も**答えやすい「シンプルな試算式」**を送付した。
4. 発注企業から、全ての取引先を対象に**レターを送付**。送付後、その**到着状況を確認し、電話やメール、会議、商談等の場で「対話」**を続け、状況をモニタリング。**価格交渉に積極的に応じる姿勢**を伝えている。

ご参考：取引適正化に向けた発注企業の取り組み例（令和6年3月11日：中小企業庁）

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/download/tenka_torihiki_tekiseika/ordering_company.pdf

今後の価格転嫁・取引適正化対策

- 価格交渉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。
- 今後の最低賃金の改定時期、取引価格の改定時期を見据え、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して行く。

① 8月2日：発注企業の社名リスト290社の公表

② 社名リストの公表後：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 9月：「9月の価格交渉促進月間」に向けて、価格交渉・転嫁を呼び掛け

④ パートナーシップ構築宣言の更なる拡大・実効性の向上

2. パートナーシップ構築宣言について

「パートナーシップ構築宣言」について

- パートナーシップ構築宣言は、「発注者」の立場から、「代表者の名前」で、サプライチェーン全体の付加価値向上や望ましい取引慣行の遵守等について自主的に宣言・公表することで、取引適正化に関する社内への意識徹底、取引先からの取組の見える化等を図り、サプライチェーン全体の共存共栄を図る取組。
※日本商工会議所・三村元会頭のイニシアティブの下、「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（PS会議）」（2020年5月）において、導入を決定。
※宣言の公表は賃上げ促進税制（大企業向け）の要件であり、国・地方の補助金の加点要素にもなっている。
- PS会議では、関係省庁・経済界が一堂に会し、経産省からパートナーシップ宣言企業の取引先（下請企業）に対する調査結果を報告し、今後の課題や対応の方向性を示すとともに、宣言の拡大や取引適正化に向けた経済界や各省庁の姿勢を確認。



1. 宣言の骨子

- (1) サプライチェーン全体の共存共栄と新たな連携（オープンイノベーション、IT実装、グリーン化等）
- (2) 下請企業との望ましい取引慣行（「振興基準」）の遵守、特に、取引適正化の重点5課題（※）への取組
※①価格決定方法の適正化、②型取引の適正化、③支払条件の改善、④知的財産・ノウハウの保護、⑤働き方改革に伴うしわ寄せ防止

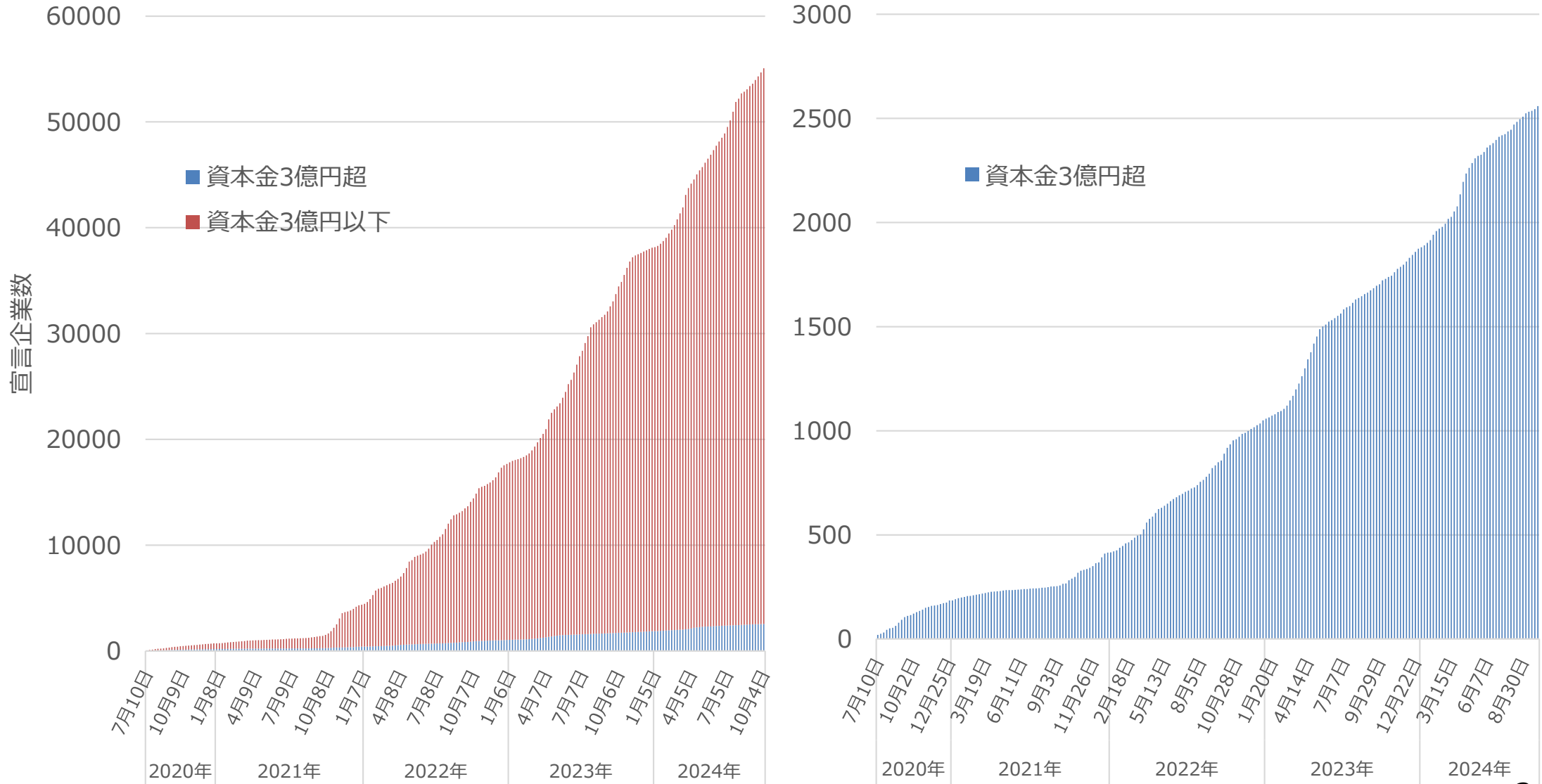
2. 未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（PS会議）

- ✓ **【共同議長】経済産業大臣**、内閣府特命担当大臣（経済財政政策）
【構成員】厚労大臣、農水大臣、国交大臣、内閣官房副長官（政務）、経団連会長、日商会頭、連合会長
※本年は、**臨時議員として全国知事会・村井会長（宮城県知事）及び矢田補佐官**が出席。
- ✓ 第1回は2020年5月、第2回は2020年11月、第3回は2022年2月、第4回は2022年10月11日、第5回は2023年12月21日に開催。

パートナーシップ構築宣言の宣言数

● 2024年10月4日時点で**55,065社**が宣言（うち、資本金3億円超の大企業は**2,559社**）

■ 宣言数の推移



近畿局管内各府県におけるパートナーシップ構築宣言の状況

- 近畿経済産業局管内の宣言企業数：9,233社(令和6年10月17日現在)

※全国に占める近畿局管内の宣言企業の割合：約17% (全国 55,462社)

福井県：1,611社、滋賀県：409社、京都府：955社、大阪府：3,691社、兵庫県：1,553社、奈良県：453社、和歌山県：561社

【各府県の取組の実例】

①補助金への加点措置、要件化、補助率のかさ上げ

府県の単独事業において、補助金等を申請する企業が「パートナーシップ構築宣言」の宣言企業である場合、加点措置や応募の要件とする。または、宣言企業の場合、補助率の嵩上げ措置がある。

②経済団体が行う広報活動への補助事業の実施

商工会議所や商工会などの経済団体が実施する「パートナーシップ構築宣言」の広報活動に対する補助事業を実施

③府県内への周知

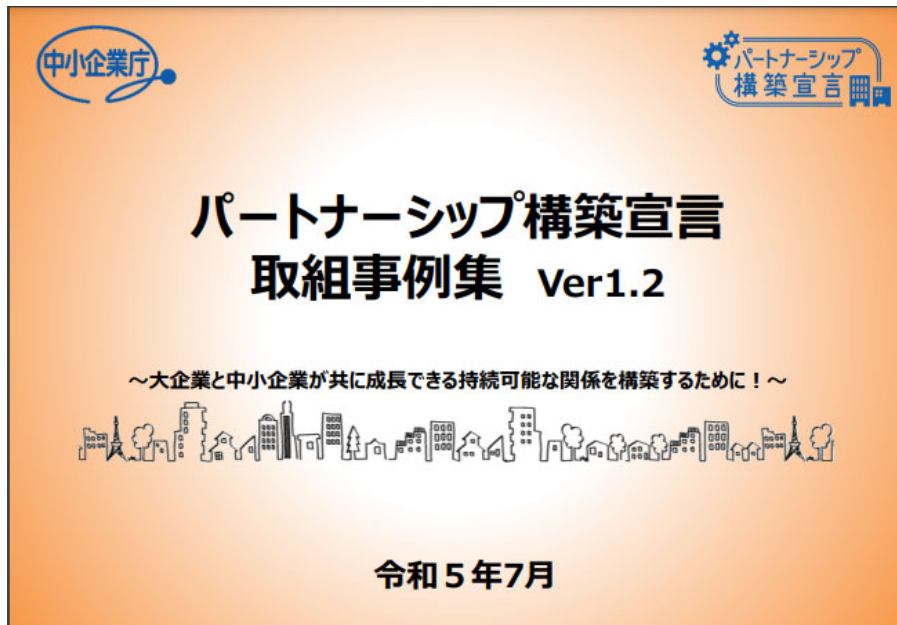
知事名等で、府県内の発注側事業者に対して、「パートナーシップ構築宣言」を積極的に宣言するよう要請等を行っている。

④共同宣言の実施

府県や経済団体等が「パートナーシップ構築宣言」の普及等の内容を含む共同宣言を実施する。

パートナーシップ構築宣言企業の取組事例集

- パートナーシップ構築宣言の趣旨を踏まえて、グリーン化や人材マッチングなど**新たな連携に積極的に取り組む事例**や、**宣言したことを契機に**、下請事業者との適正な取引を含めて、**経営者や調達担当者の意識が高まった事例**など、他の宣言企業やこれから宣言を行う企業にとって**参考になると考えられる事例**について、取組の概要や背景などの**ポイントをまとめて事例集として公表**する。
- 今後、**宣言している全ての企業に届けるとともに**、他省庁所管も含めて**業界団体を経由した周知**などを進めることで、**取組事例集の普及に努める**。また、事例集の**継続的なアップデート**を行っていく。



パートナーシップ構築宣言を行う中堅・中小企業 へのヒアリング調査結果等について

■背景と目的

政府が目指す「成長と分配の好循環」において、賃上げは重要な政策の柱です。安定的な賃上げには、生産性向上による原資の確保と共に、発注事業者と受注企業との間における、取引適正化、適切な価格転嫁が重要となります。

本取組は、適切な価格転嫁に向けた、重要な取組のひとつである『パートナーシップ構築宣言』を公表している中堅・中小企業に対して宣言の効果等を取りまとめることで、更なる宣言企業数の拡大と実効性向上を行い、適切な価格転嫁の実現を推進していくことを目的としています。

■概要

・近畿経済産業局独自の調査として、『パートナーシップ構築宣言』の効果の検証として、宣言を公表している中堅・中小企業132社へのヒアリング調査と、中小企業6社の取組事例集を取りまとめました。また、中小企業の相談窓口での取組状況やその活用メリットと、相談事例を併せて整理・紹介しています。

・令和6年5月16日 当局プレス発表

https://www.kansai.meti.go.jp/2chuusyou/shitauke/240516_newsrelease/240516_houdouha_ppyo.pdf

2. 「パートナーシップ構築宣言」企業のヒアリング調査結果について

● 調査の目的

「パートナーシップ構築宣言」は、官民連携で2020年5月に創設したサプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築することを、**「発注者」側の立場から企業の代表者の名前で宣言するもの。**

今般、近畿管内で宣言を公表している中堅・中小企業の中で、親事業者もしくは下請け事業者とサプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携や適正な取引価格の（価格交渉ができる関係）取組状況を、**従来から下請Gメンが実施している重点5課題のヒアリングに加えて、近畿局独自の質問項目を設定し**に管内132社へのヒアリング調査を実施した。

具体的には、中小企業自らのパートナーシップ構築宣言を積極的に取り組む項目、宣言することによる効果や補助金への申請状況に関するヒアリング調査を実施するとともに、親企業との価格交渉・価格転嫁の現状のヒアリング調査も合わせて行った。

● 調査の概要

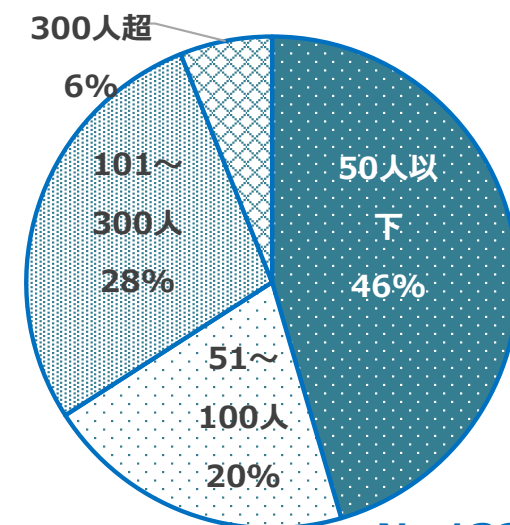
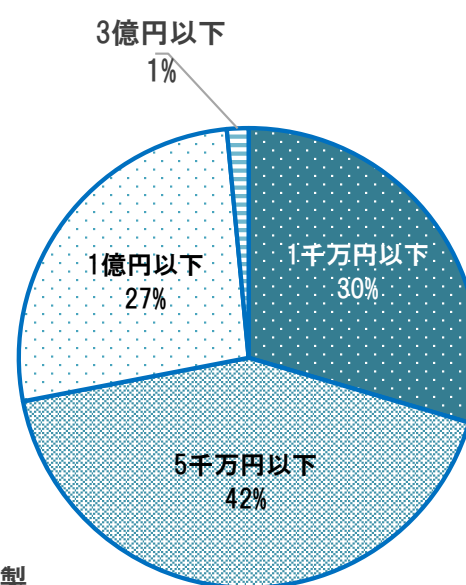
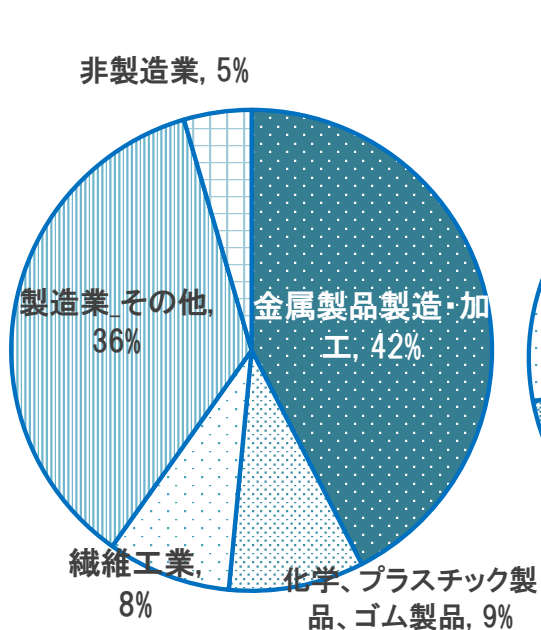
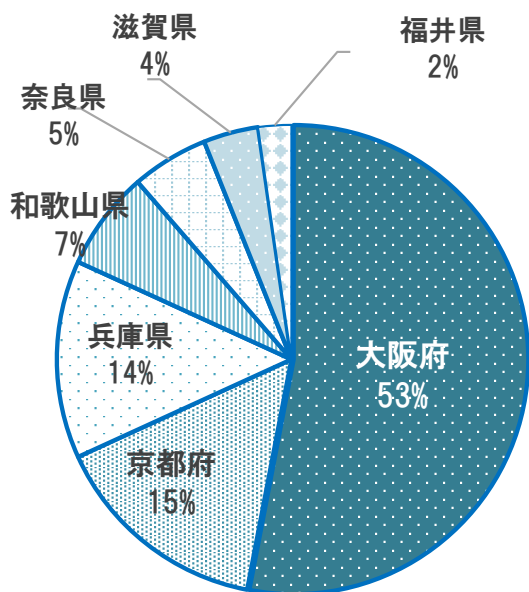
- ・ 調査期間：40日間（2024年2月8日～3月19日）
- ・ 調査した中小企業：132社
近畿管内でパートナーシップ構築宣言を公表している中堅・中小企業であり、親企業とのサプライチェーンを構築していると予想される企業を有意に抽出
- ・ 調査・集計方法：訪問 90社、オンライン 42社（全て対面によるヒアリング）

2.-① 調査結果：ヒアリング調査企業の概要（業種別、府県別、資本規模別、従業員別）

● ヒアリング調査企業132社の概要について

- 1) グラフ①「府県別」②「業種別」から、ヒアリング訪問企業は企業数が多い京阪神地区が82%を占め、業種としては、近畿地区の特徴である金属製品製造・加工業、化学、プラスチック製品、ゴム製品製造業、繊維工業の企業が結果的に多くなった。
- 2) グラフ③「資本金別」④「従業員規模」から、ヒアリング企業の資本金は99%が1億円以下であり、従業員規模も300名以下の企業が94%となった。

①調査企業の所在府県別の割合 ②調査企業の業種別の割合 ③調査企業の資本金規模の割合 ④調査企業の従業員規模の割合



N=132

2.-②調査結果：価格協議（交渉）の現状(パートナーシップ構築宣言を公表している親事業者の対応)

- パートナーシップ構築宣言を公表している中小企業132社に価格協議について自社の親事業者の対応状況をヒアリングし、193事案（複数社回答を含む）の回答の結果から

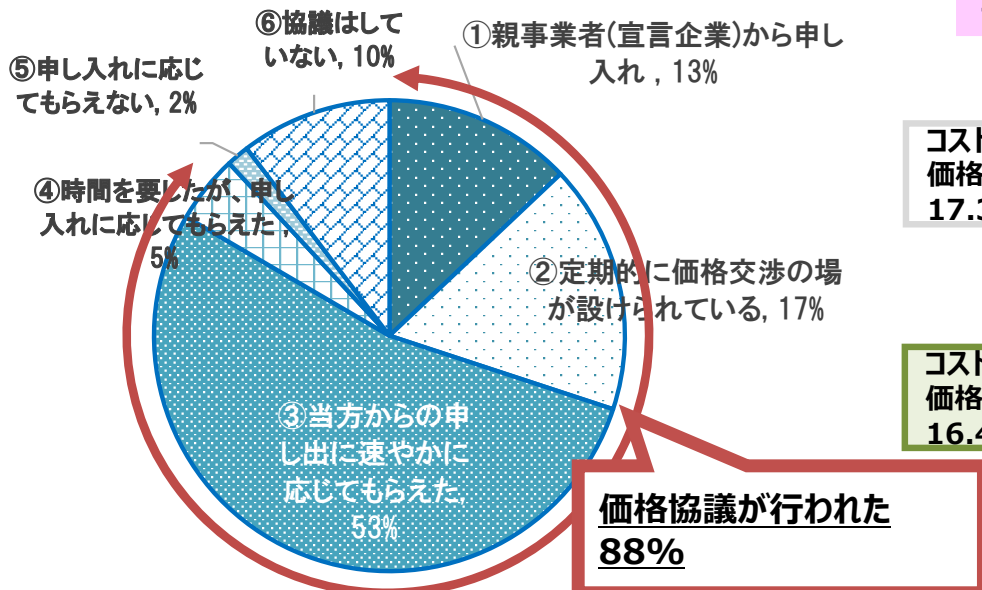
1) 価格協議の方法

- ・発注企業からの申し入れは13%
- ・価格協議（交渉）が行われた割合は、「時間を要した」事例も含めると88%に達する。

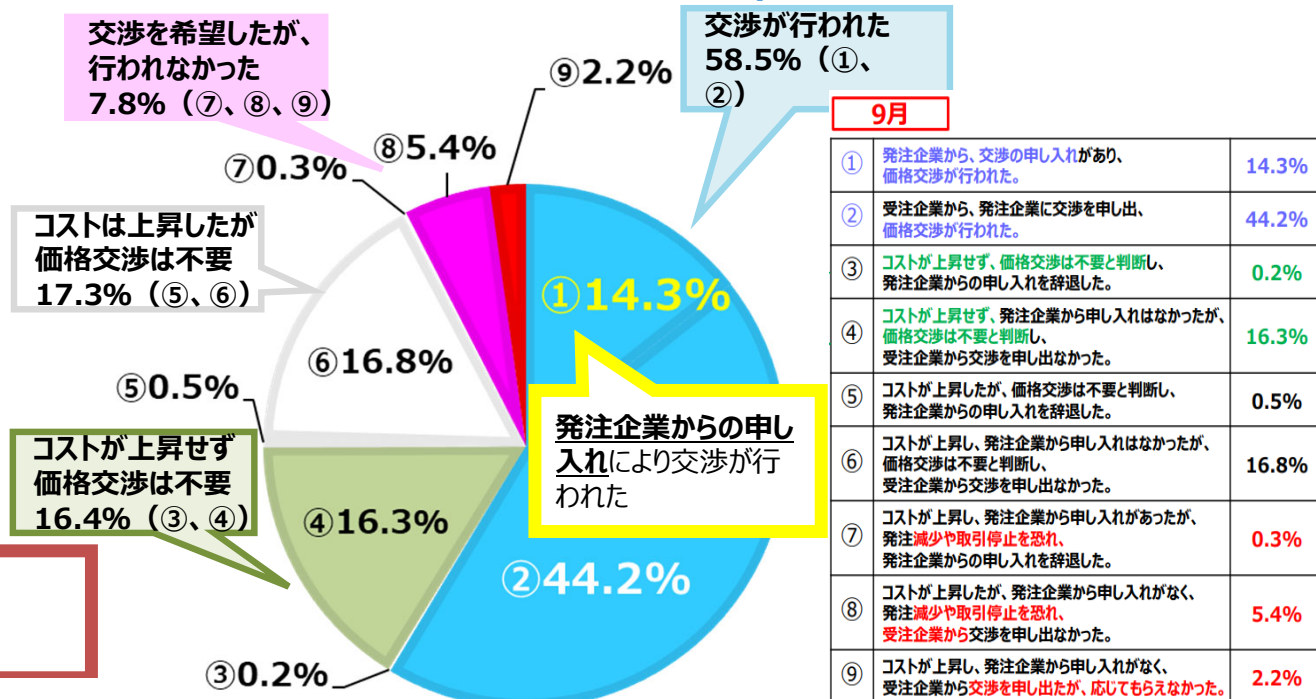
2) フォローアップ調査結果（2023年9月：中小企業庁実施）との比較

・質問項目が違うので完全な比較はできないが、本調査では親事業者からの申し入れ割合は、フォローアップ調査と比べ▲1.3ポイント低いものの、価格協議（交渉）が行われた割合は88%でフォローアップ調査の58.5%を大きく上回った。一方、対応してもらえなかった割合は、フォローアップ調査の7.8%と比べ▲5.0ポイント低い2%となり、パートナーシップ構築宣言実施の親事業者の価格協議に対するの意識の高さが伺える。

価格協議の現状



2023年9月のフォローアップ調査結果



2.-③調査結果：価格転嫁の現状(パートナーシップ構築宣言を公表している親事業者の対応)

- パートナーシップ構築宣言を公表している中小企業132社に価格転嫁について自社の親事業者の対応状況をヒアリングし、193事案（複数社回答を含む）の回答の結果から

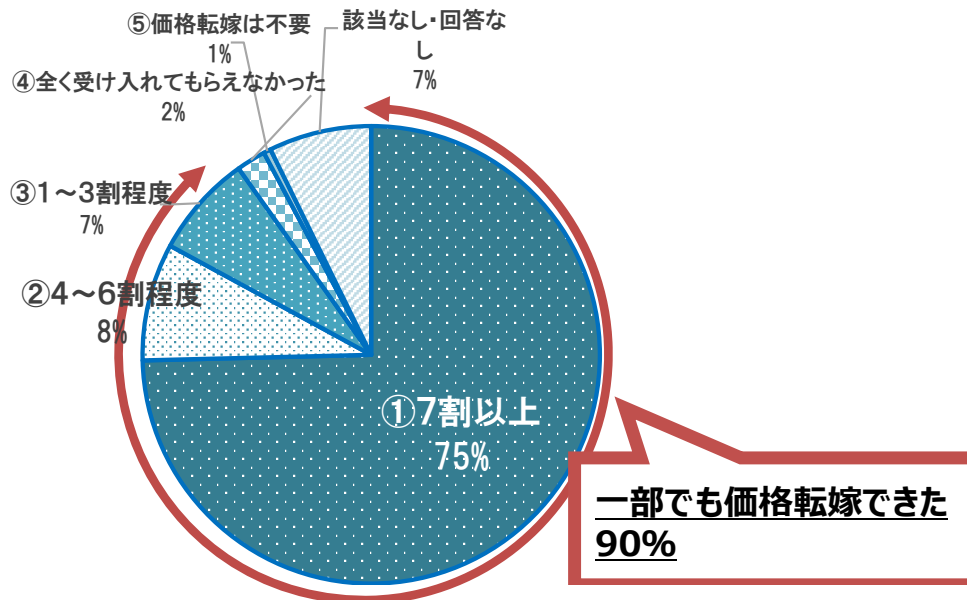
1) 価格転嫁の現状

- ・75%の企業から「7割以上」の価格転嫁ができたとの回答があった。
- ・価格転嫁を受け入れてもらえなかった割合は、2%とごく少数の企業であった。

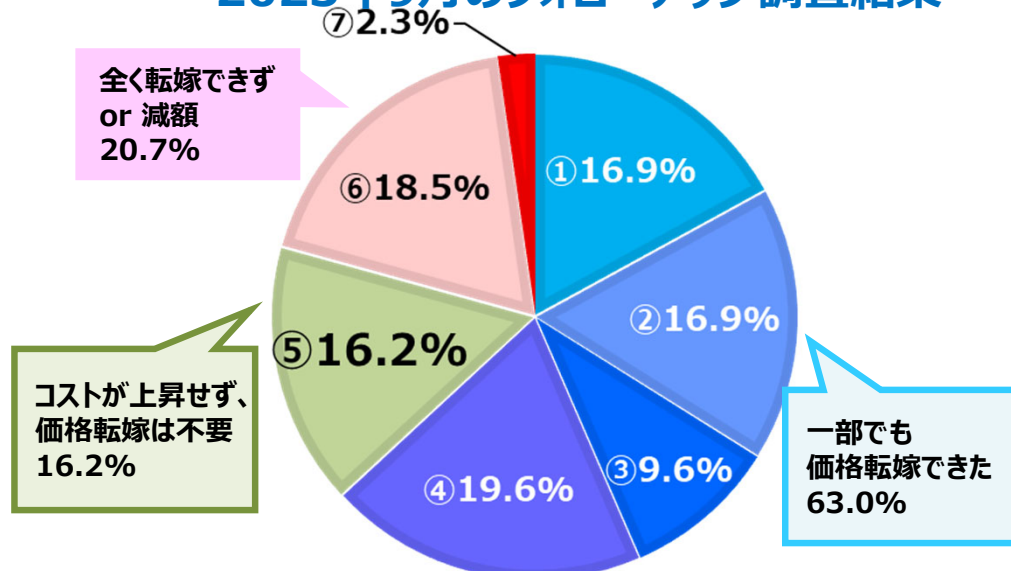
2) フォローアップ調査結果（2023年9月：中小企業庁実施）との比較

・質問項目が違うので完全な比較はできないが、「7割を超える価格転嫁」が、フォローアップ調査では33.8%に対し、今回の調査では75%にのぼった。一方、「全く価格転嫁ができなかった」との回答はフォローアップ調査に比べても極端に少なく（20.7%⇒2%）となり、今回のヒアリング企業では、親企業との価格転嫁が進んでいる結果となった。

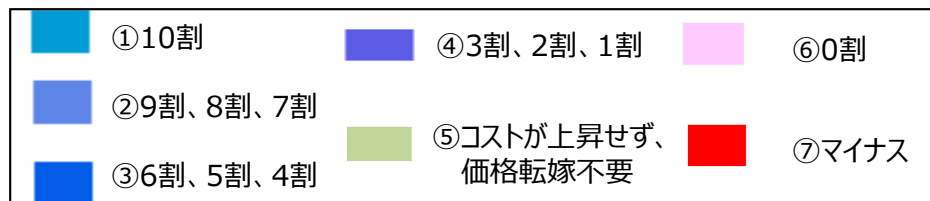
価格転嫁の現状



2023年9月のフォローアップ調査結果



問.直近6ヶ月間の全般的な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。



2.-④調査結果：価格協議と価格転嫁の現状から(パートナーシップ構築宣言を公表している親事業者の対応)

- 親事業者と受注事業者の双方ともにパートナーシップ構築宣言を公表している企業間の価格協議の方法と価格転嫁の状況について中堅・中小企業132社と宣言公表の親事業者との取引193事案(※)のヒアリング結果から、
 - ・価格協議の方法が、①「親事業者からの申し入れ」、③「受注者からの申し入れ」の事案は、価格転嫁が「③1～3割程度」にとどまったものが見受けられる。
 - ・一方で、②定期的に価格交渉の場が設けられている事案は、価格転嫁が、「③1～3割程度」、「④全く受け入れてもらえなかった」という事例は皆無で、**親事業者、受注者双方の定期的なコミュニケーションをとることで価格転嫁も進んでいることが伺える。**
 - ・価格協議はしていないが、価格転嫁を「7割以上できている」事業者が10事例あった。

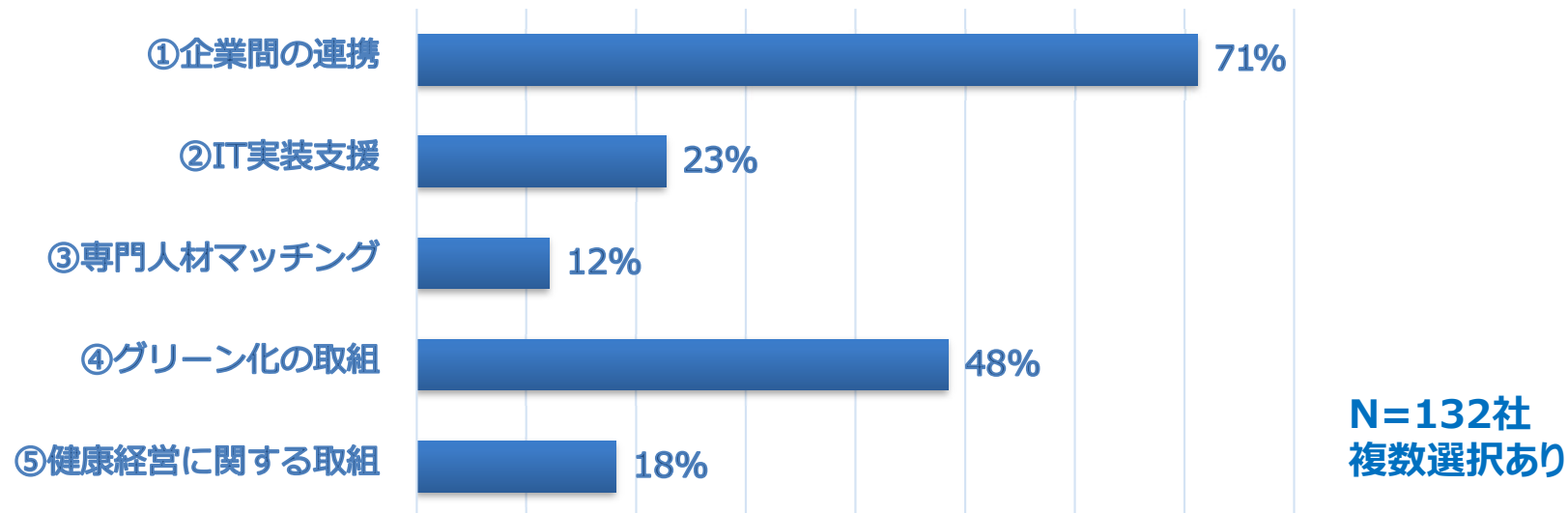
(※) 193事案については複数回答含む

(事案数)		価格転嫁の状況						総計
		① 7割以上	② 4～6割程度	③ 1～3割程度	④ 全く受け入れてもらえなかった	⑤ 価格転嫁は不要	該当なし・回答なし	
価格協議の方法	①親事業者(宣言企業)から申し入れ	18	2	3	1	0	1	25
	②定期的に価格交渉の場が設けられている	26	5	0	0	0	2	33
	③当方からの申し出に速やかに応じてもらった	85	9	6	0	0	3	103
	④時間を要したが、申し入れに応じてもらった	5	0	4	0	0	0	9
	⑤申し入れに応じてもらえない	0	0	1	2	0	0	3
	⑥協議はしていない	10	0	0	1	1	8	20
総計		144	16	14	4	1	14	193

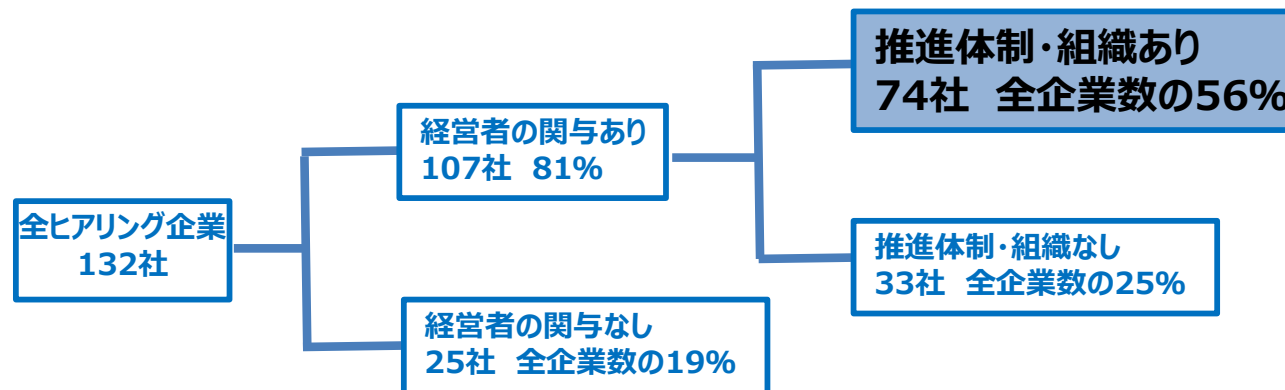
2.-⑤調査結果：積極的に取り組む項目、経営者の関与／推進体制・組織

- 積極的に取り組む項目は5つの項目から最低1項目選択することになっているが、複数選択も可能。宣言企業のうち、7割を超える企業が、「①企業間の連携」を選択、続いて「④グリーン化への取組」が半数近くの企業が選択。逆に「③専門人材マッチング」は12%に止まっている。
- 宣言者である経営者の積極的な関与かつ宣言に対する推進体制を構築している企業は56%にのぼった。

宣言企業が積極的に取り組む項目【複数選択可】



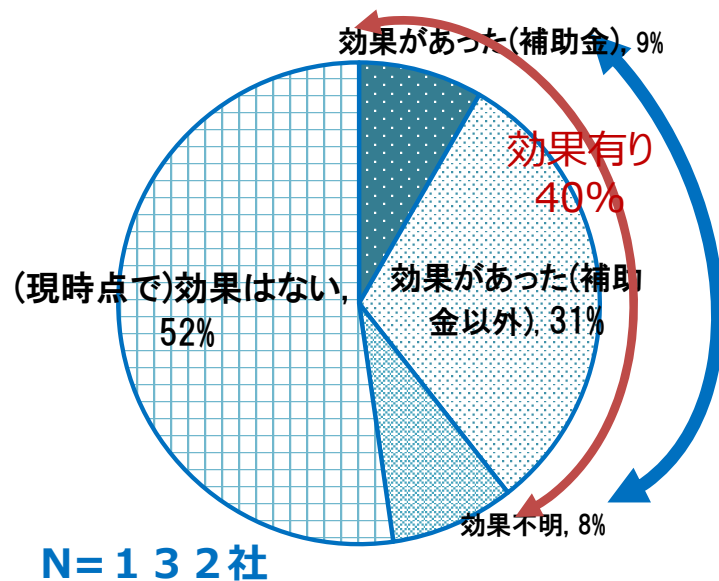
宣言にかかる経営者の積極的な関与/自社の推進体制



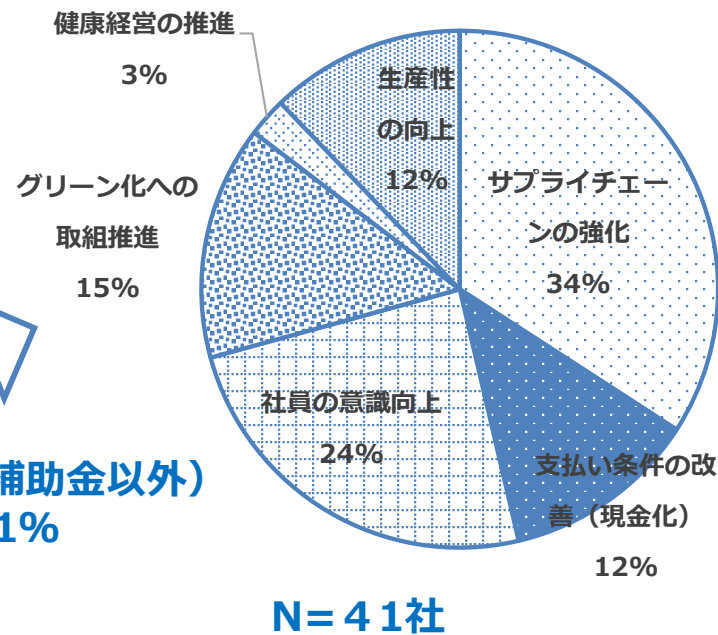
2.-⑥ 調査結果：パートナーシップ構築宣言の具体的な効果

- パートナーシップ構築宣言を公表したことで、「効果があった」と答えた企業は補助金の加点措置等の効果も含め、40%、52社に止まった。なお、補助金の加点措置等以外に効果があったと答えた企業は31%、41社となった。
- 補助金の加点措置等以外に効果があったと回答した企業41社のうち、34%の14社が「サプライチェーンの強化」につながったと答えており、次いで「社員の意識の向上」が24%、10社という結果となった。

パートナーシップ構築宣言の効果



補助金以外の効果

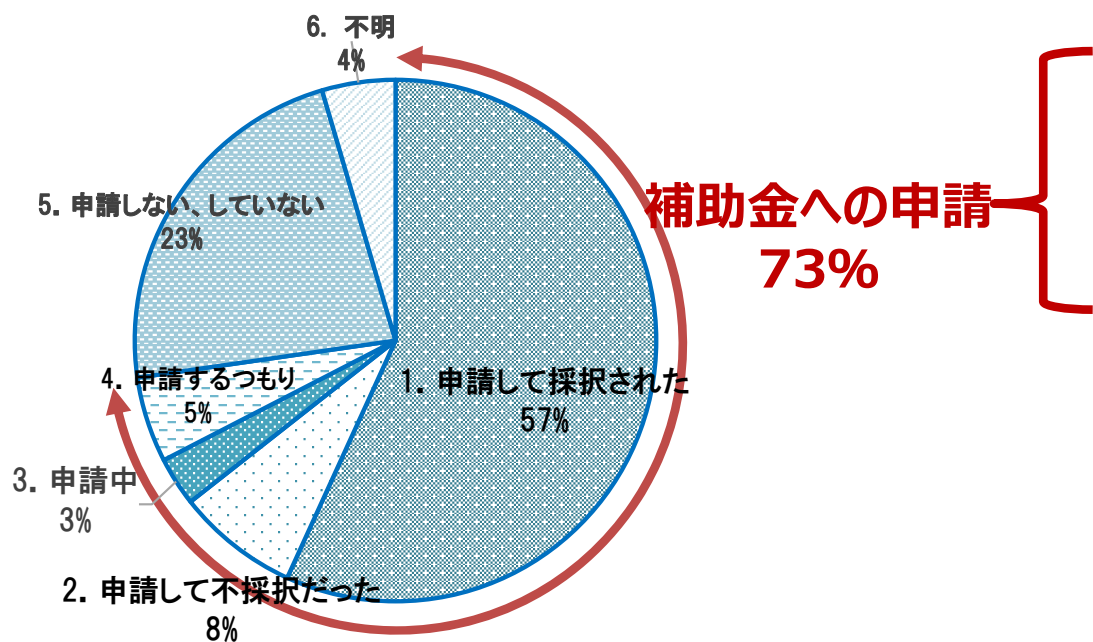


補助金以外の効果	企業数
サプライチェーンの強化	14
支払い条件の改善(現金化)	5
社員の意識向上	10
グリーン化への取組推進	6
健康経営の推進	1
生産性の向上	5
計	41

2.-⑦調査結果：補助金への申請

- 調査した中小企業の内132社の内、96社(73%)が補助金を意識し、宣言を公表。
- 残りの内30社(23%)は、補助金を目的に宣言をしていない。

補助金への申請



	企業数	割合
1. 申請して採択された	75	57%
2. 申請して不採択だった	10	8%
3. 申請中	4	3%
4. 申請するつもり	7	5%
5. 申請しない、していない	30	23%
6. 不明	6	5%
計	132	

3. ヒアリング調査結果から（まとめ）

- パートナーシップ構築宣言を公表している関西のものづくり企業の「金属製品製造・加工」、「化学（化学、プラスチック製品、ゴム製品）」を中心に132社にヒアリング調査を実施したところ、自社の親企業とは、88%の企業が価格協議ができており、「7割以上の価格転嫁」ができている企業も75%にのぼった。
※中小企業庁のフォローアップ調査結果では、価格交渉の状況で全27業種中、「化学」が3位、「金属」が6位、価格転嫁率では「化学」が1位、「金属」が9位となっている。
- 親企業と定期的に価格協議の場が設けられている場合は、価格転嫁も総じてうまくいっていることが伺えた。
- 宣言を公表している企業の中で、具体的な効果があったと答えた企業は40%、52社に止まったが、「補助金の加点措置等以外にも効果があった」と答えた企業（41社）は「補助金の加点措置等に効果があった」（11社）と回答した企業の3倍以上にもなった。一方で、補助金を意識して宣言した企業は73%に達した。
- 補助金の加点措置等以外での具体的効果としては、宣言をしたことで、「企業間のサプライチェーンの強化」、「社員のモチベーションアップ」、「グリーン化への取組推進」、「支払い条件の改善（現金化）」等に繋がったと回答があった。
- 宣言内容の推進については経営者の積極的な関与が81%の企業でみられ、かつ推進体制も56%の企業が整えていた。

3.その他の取り組み



例えば、小売業 × 清掃ロボット



例えば、宿泊業 × スチームコンベクションオーブン

中小企業の人手不足解消に効果のある「省力化製品」を導入するための補助金

中小企業 省力化投資補助金 補助率 1/2



例えば、飲食サービス業 × 券売機



例えば、製造業 × 無人搬送車

中小企業省力化投資補助金とは、

人手不足解消に効果があるロボットやIoTなどの製品を導入するための経費を国が補助することにより、簡易で即効性がある中小企業の省力化投資を促進し、売上拡大や生産性向上を図るとともに賃上げにつなげることを目的とした補助金です。

- 対象製品のリスト(カタログ)に登録された省力化製品から、自社の課題に合わせて製品を選択できます!
- 「販売事業者」が製品の導入を支援! 申請・手続もサポートします。
- 補助率は1/2! 補助上限額は従業員数ごとに異なります。



Be a Great Small
中小機構

● 補助対象となる事業

人手不足の中小企業などが、省力化製品を対象製品のリスト(カタログ)から選んで導入し、販売事業者と共同で「労働生産性 年平均成長率3%向上」を目指す事業計画^{※1}に取り組むものを対象とします。

申請時に全ての従業員の賃金が最低賃金を超えていること、補助金の重複に該当しないことなどの要件^{※2}を満たす必要があります。また、補助金の交付が決定された場合でも事業実績報告の審査によって補助額の減額となる場合があります。

※1. 公券要領「4-1. 補助対象事業の要件」を参照。
※2. 公券要領「4-2. 補助対象事業者の要件」を参照。

● 補助対象製品のカテゴリ

- とんとん拡大中!
- ▶ 清掃ロボット
 - ▶ 配膳ロボット
 - ▶ 自動倉庫
 - ▶ 検品・仕分システム
 - ▶ 無人搬送車(AGV・AMR)
 - ▶ スチームコンベクションオーブン
 - ▶ 券売機
 - ▶ 自動チェックイン機
 - ▶ 自動精算機
 - ▶ タブレット型給油許可システム
 - ▶ オートラベラー
 - ▶ 飲料補充ロボット
 - ▶ デジタル紙面色校正装置
 - ▶ 測量機
 - ▶ 丁合機
 - ▶ 印刷用紙高積装置
 - ▶ 印刷用インキ自動計量装置
 - ▶ 段ボール製箱機
 - ▶ 近赤外線センサ式プラスチック材質選別機
 - ▶ デジタル加飾機
 - ▶ 印刷紙面検査装置
 - ▶ 銷售用自動バリ取り装置
 - ▶ 自動調色システム
 - ▶ 蛍光X線膜厚測定器
 - ▶ 自動裁断機 など

※一部の省力化製品については、選んで導入であっても交付申請が可能です。

● 補助率と補助上限額

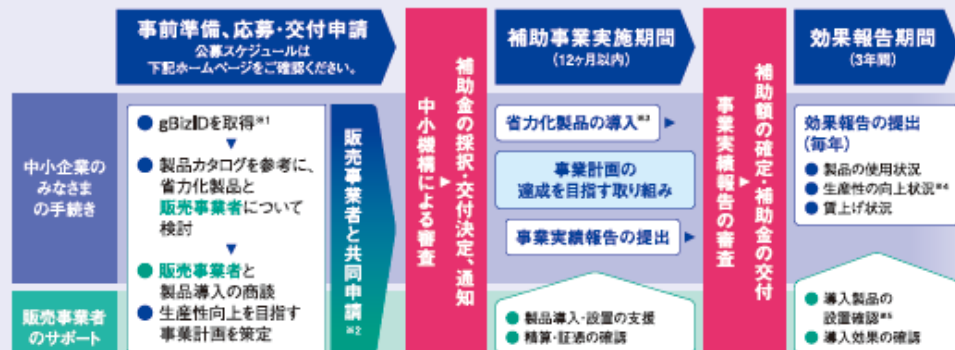
従業員数	補助率	補助上限額	補助事業実施期間に一定以上の賃上げを達成した場合
5名以下	1/2	200万円	300万円に引き上げ
6~20名		500万円	750万円に引き上げ
21名以上		1,000万円	1,500万円に引き上げ

補助上限額の引き上げを適用する場合、事業終了時に①給与支給総額+6%以上かつ、②事業場内最低賃金+45円以上とする計画を策定し申請する必要があります。

※各申請における補助額の合計が補助上限額に達するまでは、複数回の公券・交付申請が可能です。

※補助上限額を引き上げたが事業終了までに賃上げ未達の場合は、補助額の減額となります。

● 申請から事業完了までの流れ



※1. 申請にはeBizID(アカウント)の取得が必要で、意思には一定期間を要しますので、お早めにお手続ください。 ※2. 中小企業のみならず、販売事業者からメールにて「商標(インテリジェント)」についていたが、専用フォームからの申請が可能です。 ※3. 導入した製品の劣化や故障、破損などは修理費が掛るため、既存簿価相当額などを反映した上で必要となります。 ※4. 人員配置・稼働を行っている場合は、交付決定の事項となる場合があります。 ※5. 確認できない場合は、交付決定の取消となる場合があります。

本補助金の詳細や対象製品のリスト(カタログ)、公券要領などはこちらから

中小企業省力化投資補助事業ホームページ <https://shoryokuka.smrj.go.jp/>



お問い合わせは、本補助事業コールセンターまで

※お申し込み用紙の掲載資料や「よくあるご質問」をご確認の上、お問い合わせください。

ナビダイヤル **0570-099-660**

IP電話などからの問い合わせ **03-4335-7595**

● 受付時間：9:30~17:30/月曜~金曜(土・日・祝日除く) ※通話料がかかります。お申し込みが、繋がらない場合は、1155にまでおかけください。

省力化製品に関わる
工業会・製造事業者・販売事業者のみならず

カタログ登録
サポートセンター **03-6746-1530**
でご相談受付中!

全都道府県に、インフォメーション窓口を設けています。詳しくは上記ホームページをご確認ください。

中小企業省力化投資補助金



事務局HP

<https://shoryokuka.smrj.go.jp/>

中小企業省力化投資補助事業 コールセンター

ナビダイヤル 0570-099-660

IP電話等からのお問い合わせ先 03-4335-7595

お問合せ時間：9:30～17:30／月曜～金曜（土・日・祝日除く）

カタログ登録サポートセンター

03-6746-1530

お問合せ時間：9:30～17:30／月曜～金曜（土・日・祝日除く）

インフォメーション窓口

各都道府県に相談対応窓口が設置されています。事前予約制。

価格転嫁の機運の醸成に向けて近畿経済産業局独自事業の取組

令和6年度セミナー実施計画

★9月18日福井県

- 1) 基調講演
- 2) 施策説明
- 3) 地方公共団体や他省庁、事業者による事例発表

★11月7日京都府（京都市共催）

- 1) 基調講演
- 2) 施策説明
- 3) 地方公共団体や他省庁、事業者による事例発表
- 4) 個別相談会

★来年2月大阪府開催予定

以上3回のセミナーを開催することにしており、次回のセミナーは詳細が決まり次第、当局のHP等にてお知らせします。

【本日のセミナーのチラシ】

価格転嫁サポートセミナー 京都開催

価格転嫁の実践例・支援例から、取組のポイントを学ぶ

原材料やエネルギー費などが価格高騰し、深刻化する人手不足対策としての労務費も上昇する今日において、中小企業等が持続的成長を実現するためには、上昇するコストの適切な価格転嫁が喫緊の課題となっています。

今年度、近畿経済産業局では、中小企業をはじめとするすべての事業者向けに、価格転嫁の機運醸成及び適正な価格転嫁の円滑化をめざすことを目的とする価格転嫁サポートセミナーを開催いたします。

本セミナーでは、価格交渉・価格転嫁に関する国の施策説明や有識者による実践方法のわかりやすい解説に加え、地域の産業支援機関による支援活動や、価格交渉・価格転嫁の実践事例を通じて、価格転嫁の機運醸成を推進していきます。ご関心のある方はぜひご参加ください。

主催者挨拶 近畿経済産業局 産業部長 鈴木 貴晴
制度説明 「経済産業省の価格転嫁対策にかかる取組について」
 近畿経済産業局 産業部 中小企業課 取組推進課 佐藤 重義
基調講演 「コストアップを適切に価格転嫁するための価格交渉、付加価値向上の取組ポイントとは」
 原材料やエネルギー費、労務費など急激に高騰しているため、必要となる価格交渉や付加価値向上の取組ポイントについて、ご紹介します。
 さとう 隆寛 サポート 代表 佐藤 重義 氏
中小企業経営支援員による価格交渉の支援事例
 中小企業の価格転嫁に向けた支援内容や支援を通じて価格転嫁を実現できた企業事例についてお話しします。
 京都府商工会連合会 経営支援員 主任 牧野 太郎 氏
価格交渉・価格転嫁の実践事例の紹介
 中小企業の取組について、情報提供の在り方や価格交渉のプロセスなどの取組のポイントや工夫についてお話しします。
 株式会社建設工業 代表取締役会長 水野 透 氏
意見交換 「価格転嫁を実現するための価格交渉、付加価値向上のポイントとは」
 申込時の質問を参考にしながら、価格転嫁を実現するための価格交渉、付加価値向上のポイントについてディスカッションを行います。
 さとう 隆寛 サポート 代表 佐藤 重義 氏
 株式会社建設工業 代表取締役会長 水野 透 氏 ほか
個別相談会（セミナー終了後16:30～ 事前申込による先着3事業者まで）
 価格転嫁対策について検討中の事業者様向けに、個別相談会を開催します。
 京都府よろず支援拠点 価格転嫁サポート等 が対応します。

主催：近畿経済産業局 共催：京都市 問合せ先：セミナー事務局（幕丹計画研究室内） Tel. 06-6944-1170

昨年度価格転嫁対策セミナー等の実績

主催

・「価格転嫁サポート研修会」 財務局、公取と共催(9/29)、「価格転嫁サポートセミナー」 大商と共催(3/7)

連携・協力

- ・地元金融機関（大阪信金）と連携し、の価格転嫁セミナーに登壇（9/25、12/14）
- ・管内の自治体と連携し、価格転嫁セミナー等に登壇（奈良県の商工団体4回）（大阪府経営指導員向けに開催）
- ・所管の工業組合のセミナーにて価格転嫁について講演。

価格交渉サポート事業

- 製造業、卸売業、小売業、サービス業及び運輸業に属する下請取引のある親事業者の外注（購買）業務を担当・管理している方々を対象とした**下請法の解説**、併せて下請取引に係る社内整備体制の解説並びに下請中小事業者の**価格交渉力強化に向けた適正取引講習会（下請法、価格交渉）**をそれぞれ開催。

▶オンライン講習会（毎月4回程度開催）

- 下請法講習会（基礎編） 令和6年度受講者 **2,337名** ※10回実施時点 （令和5年度 3,501名※52回実施）
- 価格交渉講習会（基礎編） 令和6年度受講者 **327名** ※7回実施時点 （令和5年度 1,690名※68回実施）

▶e-learning（下請法・価格交渉実践編）

- 登録者数 **26,963人** ※8月19日時点

▶対面講習会（令和6年度は地域の新聞社や経済団体とも連携。47都道府県×4回開催）

地方新聞社が中心となって、中小企業等の支援機関の他、地域のステークホルダーを構成メンバーにコンソーシアムを構築した地元地域での講習会

- 令和7年3月までに、47都道府県×4回以上（各団体1回）の開催
- 講師は、当該エリアなどから選定された中小企業診断士など

適正取引支援サイトにて、
順次、参加申し込み受付開始！



お手持ちのPC・スマホからe-learning受講・講習会申込可能。

「適正取引支援サイト」で検索！ <https://tekitorisupport.go.jp/>



適正取引支援サイト