

価格転嫁・取引適正化に係る取組について

令和5年2月6日
中国経済産業局
取引適正化推進室

経済産業省の下請取引適正化に向けた取り組み

「未来志向型の取引慣行に向けて」（世耕プラン：2016年9月）

3つの基本方針

- (1) 親事業者による不適正な行為に対して厳正に対処し、**公正な取引環境を実現**する。
- (2) **親事業者・下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」**につながる望ましい取引慣行等を普及・定着させる。
- (3) **サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善や賃上げできる環境の整備**に向けた取組を図る。

重点5課題

本来は親事業者が負担すべき費用等を下請事業者に押しつけることがないよう、徹底する。

価格決定方法の適正化

一律〇%減の原価低減を要請される、
労務費上昇分が考慮されない、等

コスト負担の適正化

量産終了後に長期間に渡って無償で
金型の保管を押しつけられる、等

支払条件の改善

手形等で支払いを受ける比率が高い、
割引コストを負担せざるを得ない、等

働き方改革のしわ寄せ防止

短納期発注・急な仕様変更にもかかわらず
適正なコストが負担されない、等

知的財産・ノウハウの保護

親事業者が自社のノウハウを無断で使って
内製化してしまった、等

業種横断的なルール of 明確化・厳格な運用（横軸）

ルール	内容
下請代金支払遅延等防止法	➤ 取引内容と資本金規模によって親事業者と下請事業者を定義づけ、親事業者の義務と禁止行為を規定。
下請中小企業振興法 「振興基準」	➤ 下請中小企業の振興のため、「 振興基準 」で親事業者と下請事業者の望ましい取引慣行等を具体的に提示。

業種別の自主行動計画の策定等（縦軸）

- (1) 産業界に対し「**自主行動計画**」の策定と着実な実行を要請するとともに、毎年、策定団体自らフォローアップ調査を行う。
(現在19業種52団体策定)
- (2) 国が定める業種別**下請ガイドライン**の策定・改訂。(現在19業種策定)

取引適正化に向けた施策ツール

- サプライチェーンが形成される中、**中小企業と大企業は、同じ目標に向かって取り組む「イコールパートナー」**。得られた利益は適正に分かち合い、共存共栄を図るべき。
- 他方、下請中小企業は、大企業などの親事業者との関係で非常に弱い立場にあり、**一方的な価格の押しつけや買ったたきなどのしわ寄せに直面**。
- **企業間のしわ寄せ防止や適正な価格転嫁の実現**のため、**下請代金法等の執行や相談体制の構築、業界への働きかけ**で、取引の適正化を進める。

1) 法律の厳正な執行

- ① **下請代金法**(規制法。買ったたき、減額等を禁止。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**。)

2) 実態把握・相談対応

- ① **下請Gメン（R3:120名→R4:248名）**によるヒアリング（年間約4千件→年間約1万件）
- ② **知財Gメン**によるヒアリング
- ③ 全国47都道府県の下請かけこみ寺による**相談対応**（年間約10,000件）

3) 業界への働きかけ

- ① **業種別ガイドライン**（19業種） **自主行動計画**（19業種・52団体）
- ② **価格交渉促進月間**(9月、3月。実施後にフォローアップ調査と、その結果に基づく指導・助言)
- ③ 取引先との共存共栄を発注側企業の経営者が宣言する**パートナーシップ構築宣言**(1万社超)

価格交渉促進月間（2022年3月）フォローアップ調査の実施

- 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、3月と9月を「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、事後的に受注側中小企業への（１）アンケート調査、（２）下請Gメンによるヒアリング調査を実施。

（１）アンケート調査

○発送企業数：15万社 ○調査期間：5月11日～6月17日

調査票項目例【2022年3月フォローアップ】

1. 貴社が取引している発注側企業のうち、代表的な3社を記載してください。

2. 直近6ヶ月間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、御回答ください。

- ①協議を申し込み応じてもらった。②発注側から協議を申し込まれた。③コスト上昇がないため協議を申し込まなかった。
④コスト上昇があったが協議を申し込まなかった。⑤取引停止を恐れ申し込まなかった。⑥申し込んだが、応じてもらえなかった。
⑦取引価格を減額するために協議を申し込まれた（一方的な通知を含む）

3. 直近6ヶ月間の（全般的なコスト、労務費、原材料費、エネルギーコスト）上昇分のうち、何割を価格に転嫁できたと考えますか。

- ①10割 ②9～7割 ③6～4割 ④3～1割 ⑤0割 ⑥マイナス（減額された） ⑦コストが上昇していないため価格改定の必要なし。

4. 価格交渉・転嫁において、発注側企業の取組の中で、特筆すべき事例（良い事例・悪い事例）があれば御回答ください。

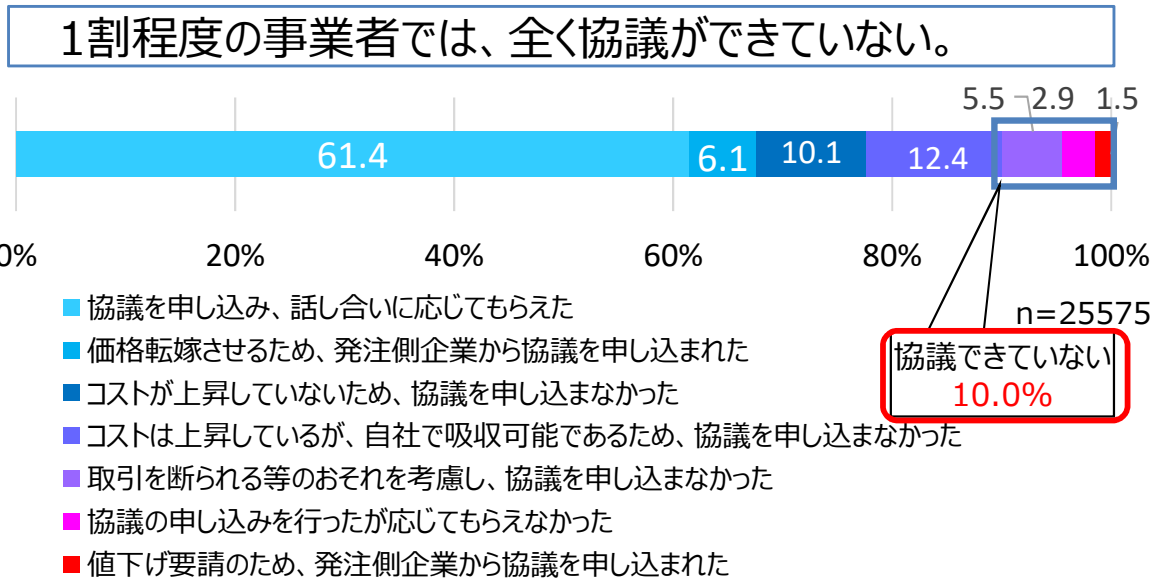
（２）下請Gメンによるヒアリング調査

○ヒアリング件数：約1,560社 ○調査期間：4月18日～4月28日

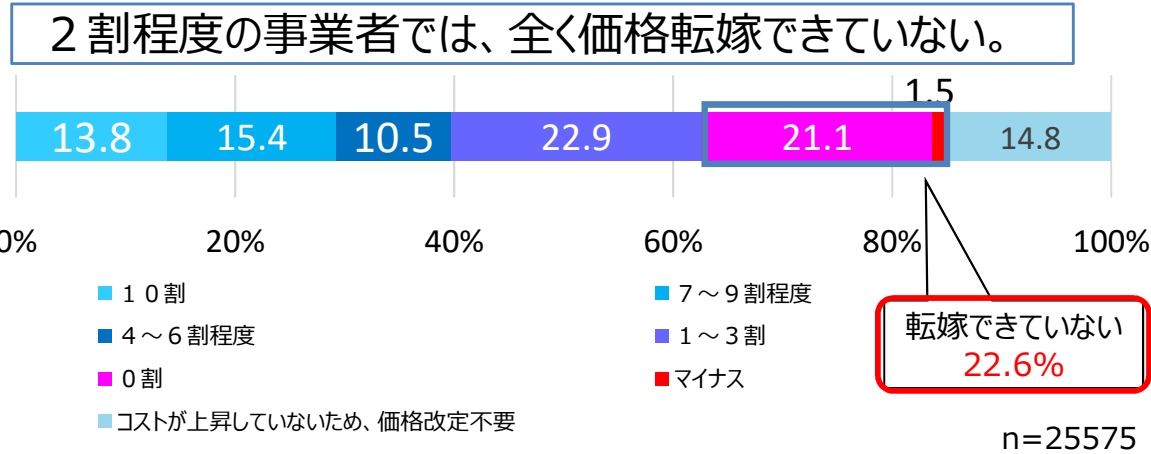
価格交渉促進月間（2022年3月）フォローアップ調査の実施結果

- 下請へのしわ寄せを解消し、賃上げ原資を確保するためにも、取引先への価格転嫁は切実な課題。
- 経産省の調査では、1割が全く価格交渉できておらず、2割が全く価格転嫁できていない。

1. 発注側企業との価格交渉の実施状況



2. 価格転嫁を実現できた割合



3. 業種別の実施状況（スコアリングの結果）

順位	価格交渉の協議状況	価格転嫁の達成状況
1位	繊維	化学
2位	鉱業・採石・砂利採取	機械製造
3位	機械製造	金属
4位	化学	食品製造
5位	建材・住宅設備	電機・情報通信機器
6位	電気・情報通信機器	建材・住宅設備
7位	卸売	紙・紙加工
8位	金属	卸売
9位	食品製造	石油製品・石炭製品製造
10位	紙・紙加工	造船
11位	印刷	飲食サービス
12位	建設	建設
13位	製薬	繊維
14位	情報サービス・ソフトウェア	印刷
15位	飲食サービス	小売
16位	石油製品・石炭製品製造	広告
17位	自動車・自動車部品	自動車・自動車部品
18位	造船	製薬
19位	小売	情報サービス・ソフトウェア
20位	電気・ガス・熱供給・水道	鉱業・採石・砂利採取
21位	通信	電気・ガス・熱供給・水道
22位	不動産・物品賃貸	不動産・物品賃貸
23位	広告	金融・保険
24位	放送コンテンツ	放送コンテンツ
25位	廃棄物処理	廃棄物処理
26位	トラック運送	通信
27位	金融・保険	トラック運送

※サンプル数が50以下の自主行動計画策定業種（航空宇宙、警備）は除く。
※業界毎の順位や点数は、各業界に属する発注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。
※自主行動計画あるいは業種別ガイドライン策定業種については着色（約束手形についてのみ自主行動計画を策定している「金融」、「卸売」は、未策定業種として扱う）。

価格交渉促進月間（2022年9月）フォローアップ調査の実施結果

価格転嫁率（※）が3月の約4割（41.7%）から5割弱（46.9%）へ増加し、全く転嫁できていない企業の割合が減少するなど（3月22.6%⇒9月20.2%）、**全体として価格転嫁の状況は好転。**

（※）転嫁率：受注側中小企業のコスト上昇分に対して、発注側企業がどれだけ価格上昇（転嫁）に応じたかの割合

9月結果

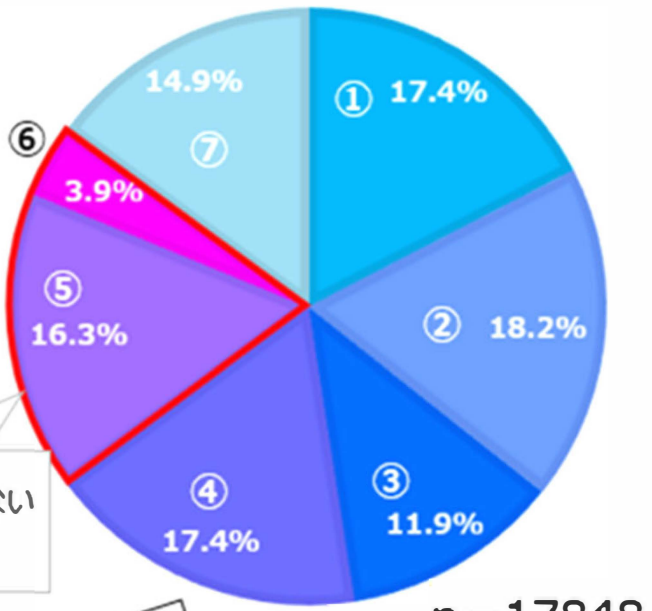
転嫁率（コスト全体）
: **46.9%**

全く価格転嫁できていない
20.2% (▲2.4%)

3月結果

転嫁率（コスト全体）
: **41.7%**

全く価格転嫁できていない
22.6%



- ①10割
- ②9割、8割、7割
- ③6割、5割、4割
- ④3割、2割、1割
- ⑤0割
- ⑥マイナス
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

		コスト増に 対する転嫁率	各要素別の転嫁率		
			労務費	原材料費	エネルギー
①全体		46.9%	32.9%	48.1%	29.9%
②業種別	1 石油製品・石炭製品製造	56.2%	40.1%	52.7%	41.5%
	2 機械製造	55.5%	34.9%	57.6%	33.3%
	3 製薬	55.3%	36.7%	55.2%	40.0%
	4 造船	54.4%	37.8%	53.4%	39.3%
	5 卸売	54.2%	35.0%	53.8%	35.6%
	6 電機・情報通信機器	53.2%	35.6%	56.3%	30.1%
	7 化学	53.1%	32.3%	57.1%	31.1%
	8 建材・住宅設備	52.7%	33.4%	53.4%	32.5%
	9 鉱業・採石・砂利採取	52.0%	31.4%	44.5%	37.3%
	10 食品製造	51.2%	35.2%	54.2%	35.2%
	11 金属	49.1%	31.3%	54.5%	30.2%
	12 繊維	48.7%	34.2%	47.2%	35.0%
	13 紙・紙加工	48.5%	28.7%	48.6%	30.7%
	14 電気・ガス・熱供給・水道	47.8%	34.1%	48.9%	31.0%
	15 飲食サービス	46.9%	22.3%	50.1%	21.2%
	16 小売	46.6%	29.5%	48.0%	28.3%
	17 建設	44.8%	38.2%	45.2%	31.5%
	18 不動産・物品賃貸	44.8%	36.7%	46.9%	34.6%
	19 印刷	44.7%	22.6%	46.6%	21.6%
	20 自動車・自動車部品	43.0%	22.4%	49.8%	23.9%
	21 広告	38.9%	30.5%	46.3%	27.7%
	22 金融・保険	38.4%	28.6%	43.2%	21.7%
	23 情報サービス・ソフトウェア	37.1%	46.3%	21.1%	17.5%
	24 廃棄物処理	32.1%	30.0%	31.4%	33.0%
	25 放送コンテンツ	26.5%	39.1%	22.6%	18.1%
	26 通信	21.3%	27.2%	26.3%	17.9%
	27 トラック運送	20.6%	15.5%	17.8%	19.2%
	- その他	43.1%	31.4%	42.6%	27.3%

※サンプル数が50以下の業種はその他として記載。
※業界毎の順位や点数は、各業界に属する発注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。

価格交渉促進月間（2022年9月）の周知・広報

- 価格交渉促進月間(9月)の開始にあたり、岸田総理・西村経産大臣より価格転嫁・価格交渉を動画で呼びかけ。また、約1600の業界団体へ経産大臣名の周知文書を送付。
- 取引実態把握のためのアンケート（15万社）や下請Gメンによるヒアリングを強化。

<岸田総理による呼びかけ動画>



https://www.kantei.go.jp/jp/101_kishida/discourse/20220829message.html

<西村経産大臣による呼びかけ動画>



<相談窓口>
下請かけこみ寺
0120-418-618

https://twitter.com/meti_NIPPON/status/1564215686477787140?cxt=HHwWiMDRiaP4mrUrAAAA

<9月の価格交渉促進月間ポスター>

価格転嫁を實現し、未来へ続く関係を。

取引先と価格協議を行い、適切な価格転嫁を實現しましょう！

近年のエネルギーコスト、原材料、労務費の上昇や、ロシア・ウクライナ情勢、急激な円安進行により、製造業を中心とした、企業における価格転嫁の重要性がますます高まっています。月間終了後に中小企業に対して実施した調査では、価格転嫁ができた割合として、「3割～1割以下」との回答が多く「全く価格転嫁できていない」とする回答が約2割存在しており、価格転嫁が難しい状況にあることがわかりました。

中小企業庁では、この状況を解決するため、サブライチェーン全体でコストアップを分担し、買上げにも結びつくよう、政府をあげて価格交渉・価格転嫁をサポートしていきます。今回の月間終了後にも、中小企業に対して、価格転嫁に関する調査を実施する予定ですので、調査結果のあった中小企業におかれは、積極的に調査への回答をお願いします。

価格転嫁

過去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。

価格転嫁割合	割合
10割	13.8%
9-7割	15.4%
6-4割	10.5%
3-1割	22.9%
できていない	22.6%
費用上昇にも関わらず転嫁	21.1%
費用上昇にともなわず減額	14.8%
費用上昇にも関わらず減額	1.5%

仕入れ価格上昇推移

品目	10月	9月	8月	7月	6月	5月
石油・石炭製品	153%	116%	112%	119%	114%	114%
金属・鉄鋼製品						
農産物						
木材・木製品						
電子部品・デバイス						

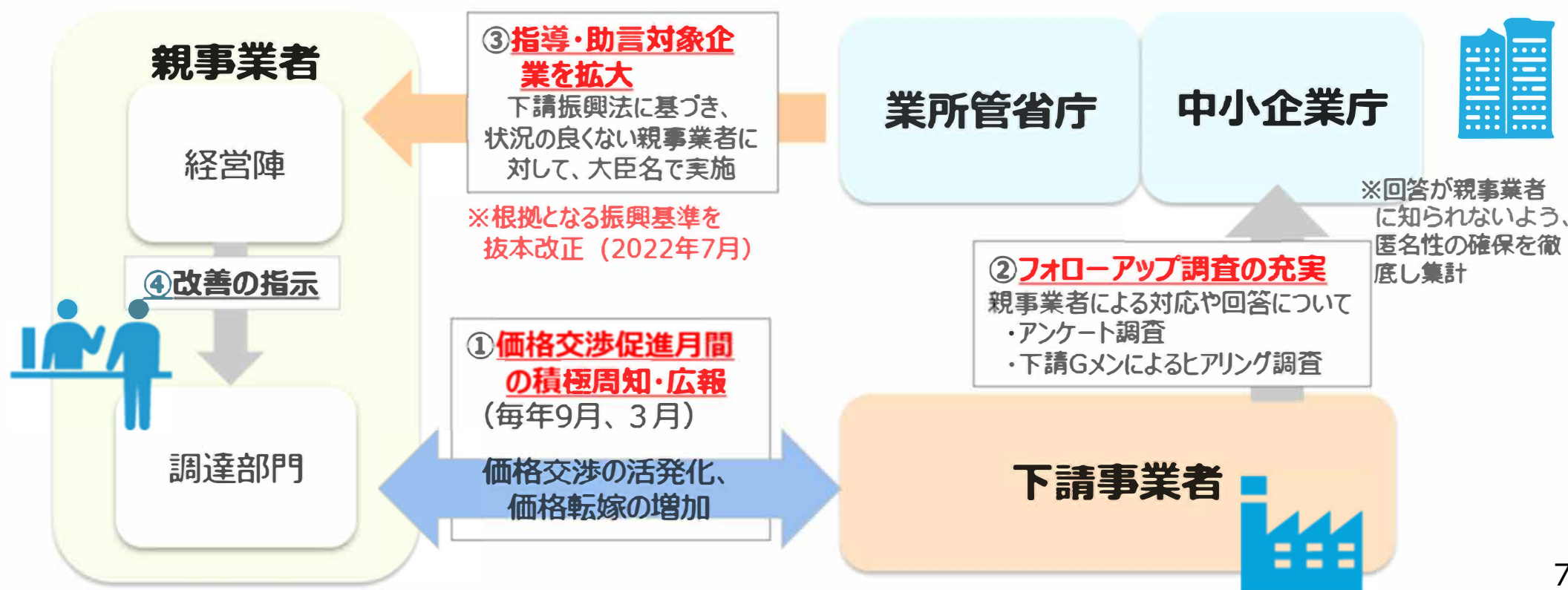
9月は価格交渉促進月間です。

政府では「価格交渉促進月間」を設定し、中小企業による取引先への価格転嫁をサポートしています。

経済産業省 中小企業庁 経産省 経産省 経産省

価格交渉促進月間の実施と改善のサイクル強化

- 毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」とし、実際に交渉や転嫁が出来たか、下請事業者からのフォローアップ調査を実施。
※大企業の取引先中心に年2回・計30万社へアンケート票を送付→ 数年で大企業取引先にリーチできる予定。
- フォローアップ調査の結果を踏まえ、評価が芳しくない親事業者に対し、2022年2月に初めて、業所管の大臣名で、指導・助言を実施。 指導・助言を受けた経営陣の認識が改まり、調達部門に改善指示する例も。
- 2022年9月は、積極広報・周知、フォローアップ調査の充実、同年7月抜本改正の下請振興基準の活用等により、指導・助言の対象企業を拡大。
- 実施と改善サイクルの強化で、交渉と転嫁が定期的になされる取引慣行の定着を目指す。



下請中小企業振興法「振興基準」改定（2022年度）

- 「振興基準」は、下請振興法第3条に基づく大臣告示であり、同法第4条に基づく「指導・助言」の根拠となるとともに、業種別ガイドライン、自主行動計画、パートナーシップ構築宣言のひな形の策定に参照されるもの。
- 「取引適正化に向けた5つの取組」（令和4年2月10日公表）、「転嫁円滑化施策パッケージ」（令和3年12月27日閣議了解）等で決定した取引適正化に向けた取組方針を裏付け・下支えし、産業界に提示するため、7月末に改定。

【改定による主な新規追加事項】（親事業者が求められる取組の内容）

1）価格交渉・価格転嫁

- ①毎年9月及び3月の「価格交渉促進月間」の機会を捉え、少なくとも年に1回以上の価格協議を行うこと
- ②労務費、原材料費、エネルギー価格等が上昇した下請事業者からの申出があった場合、遅滞なく協議を行うこと
- ③下請事業者における賃金の引上げが可能となるよう、十分に協議して取引対価を決定すること

2）支払方法・約束手形

- ①下請代金は、物品等の受領日から起算して60日以内において定める支払期日までに支払うこと
- ②令和8(2026)年の約束手形の利用廃止に向け、できる限り、約束手形を利用せず、また現金払いを行うこと

3）パートナーシップ構築宣言

- ①パートナーシップ構築宣言を行い、定期的に見直すこと。また、社内担当者・取引先に宣言を浸透させること

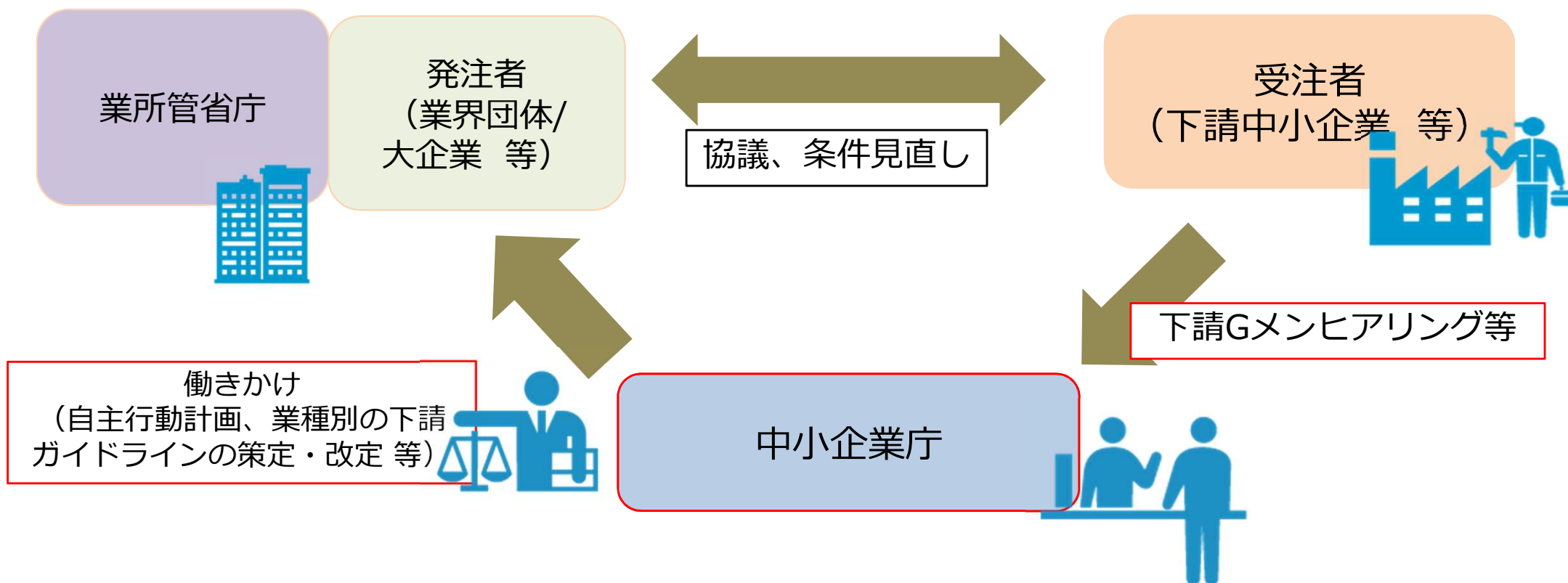
4）知財取引・その他

- ①下請事業者の秘密情報（ノウハウ含む）の提供や開示を強要しないこと
- ②下請事業者の直接的な利益に十分に配慮した協議や書面等での合意を行わずに、協賛金、協力金等を要請しないこと
- ③取引上の交渉の際に、威圧的な言動による交渉を行わないこと

➡ 改定した「振興基準」は、業界団体の「自主行動計画」の改定や、個社への「指導・助言」に活用（7月29日施行）

(参考) 下請Gメンのヒアリングについて

- 平成29年から取引調査員（下請Gメン）を配置（**令和4年度からは120名から248名に倍増**）。全国の下請中小企業を訪問してヒアリングを実施。
- 下請Gメンによる中小企業へのヒアリングを通じ、**問題のある商慣習や業界・個社の優良事例や問題事例、価格交渉の実態等について生声を収集**し、下記の働きかけ等に活用。
 - ①業所管省庁による業種別の下請ガイドラインや、業界団体による自主行動計画の策定・改訂に向けた働きかけ
 - ②価格交渉等の取引実態を踏まえた施策の立案や業界団体等への改善に向けた働きかけ
 - ③下請代金法に基づく取締りの端緒情報等に活用 等



「パートナーシップ構築宣言」とは

- 「パートナーシップ構築宣言」は、事業者が、サプライチェーン全体の付加価値向上、大企業と中小企業の共存共栄を目指し、「発注者」の立場から、「代表権のある者の名前」で宣言するもの。
 - (1) サプライチェーン全体の付加価値増大と、新たな連携（IT実装、BCP策定、グリーン調達の支援等）
 - (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分野（①価格決定方法、②型取引の適正化、③現金払の原則の徹底、④知財・ノウハウの保護、働き方改革に伴うわ寄せ防止）
- 「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」（2020年5月）において、導入を決定。

1. 宣言のイメージ

労務費・原料価格の上昇等

下請け・受注者

価格転嫁の要望等

望ましい取引慣行

宣言！

親会社・発注者

製造業だけでなく、**多様な業種**に宣言いただけるものです。
部品製造委託等に限らず、社内の**ITシステム運用や清掃・メンテナンス業務委託、備品調達等も含めた**、幅広い委託・調達の場面が想定されます。

2. 未来を拓くパートナーシップ構築推進会議

- ✓ 【共同議長】経産大臣、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、日商、連合
- ✓ 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日に開催。

「パートナーシップ構築宣言」 公表する意義

- 宣言は、(公財)全国中小企業振興機関協会が運営するポータルサイトに掲載・公表されます。
- 宣言を行った企業は、パートナーシップ構築宣言の「ロゴマーク」を使用することができ、名刺などに記載することで取組をPRできます。

■「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト

大企業と中小企業が共に成長できる持続可能な関係を構築するために！

「パートナーシップ構築宣言」

ポータルサイト



「パートナーシップ構築宣言」ロゴマーク



登録企業リスト

現在の登録数

16086 社

「パートナーシップ構築宣言」の

概要

登録方法

「パートナーシップ構築宣言」の

登録

【URL】 <https://www.biz-partnership.jp>



■宣言企業に対する支援

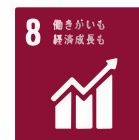
ロゴマークの使用

宣言を行った企業は、パートナーシップ構築宣言の「ロゴマーク」を使用することができます。



※「宣言」の取組を実践することで、**「SDGs」に掲げる5つの目標**に取り組んでいることになります。

- 3.すべての人に健康と福祉を
- 8.働きがいも経済成長も
- 9.産業と技術革新の基盤をつくろう
- 10.人や国の不平等をなくそう
- 17.パートナーシップで目標を達成しよう



「パートナーシップ構築宣言」 公表する意義

- 資本金 10 億円以上・従業員数 1,000 人以上の企業は、**賃上げ促進税制**を活用することができます。
- いくつかの**補助金で加点**を受けることができます。

■ 賃上げ促進税制

継続雇用者の**賃金**を引き上げた場合、増加分の**15%**以上を法人税額等から控除。

(適用期間：2022年 4月～2024年3月)

【適用要件】

- 通常要件：継続雇用者給与等支給額が、前事業年度より3%以上増えていること

※ 資本金10億円以上かつ従業員数1,000人以上の企業については、上記の要件に加え、マルチステークホルダー方針を公表していることが必要

- 上乗せ要件①：継続雇用者給与等支給額が、前事業年度より4%以上増えていること
- 上乗せ要件②：教育訓練費の額が、前事業年度より20%以上増えていること

【税額控除】

控除対象雇用者給与等支給増加額の15%を法人税額又は所得税額から控除

税額控除率を10%上乗せ

税額控除率を5%上乗せ

マルチステークホルダー方針の中で、**パートナーシップ構築宣言を公表していることが必要**

■ 補助金における加点措置

① モーダルシフト等推進事業費補助金

【9月2日～9月30日】

➡ **モーダルシフト等の物流効率化**を図る取組において、「協議会の開催等、物流総合効率化法に基づく**総合効率化計画の策定のための調査事業に要する経費**」や「認定を受けた総合効率化計画に基づき実施する**モーダルシフト及び幹線輸送の集約化の初年度の運行経費**」を支援*。

※ただし、パートナーシップ構築宣言においてグリーン化の取組を宣言していること

● 事業再構築補助金の一部【第7次 7月1日～9月30日】

➡ 新分野展開、業態転換、事業・業種転換、事業再編又はこれらの取組を通じた規模の拡大等、思い切った**事業再構築に意欲を有する中堅・中小企業等**を支援。

③ コンテンツ海外展開促進・基盤強化支援事業 (withコロナ時代におけるエンタメビジネスを行う事業)

➡ **収益チャネルの多様化や顧客体験価値の向上を行うコンテンツに関するイベントの実施に関する費用等**を支援。

「パートナーシップ構築宣言」 公表する意義

- コーポレートガバナンス・コードでは、サステナビリティを巡る課題として、「取引先との公正・適正な取引」が新たに位置づけられた。
- また、コーポレート・ガバナンス・システムに関する実務指針においては、取締役会の役割として、「パートナーシップ構築宣言」の宣言状況・実行状況を監督することが新たに位置づけられた。

■コーポレートガバナンス・コード

(東京証券取引所 令和3年6月改訂) 抜粋

【原則2－3. 社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題】上場会社は、社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題について、適切な対応を行うべきである。

補充原則2－3① 取締役会は、気候変動などの地球環境問題への配慮、人権の尊重、従業員の健康・労働環境への配慮や公正・適切な処遇、取引先との公正・適正な取引、自然災害等への危機管理など、サステナビリティを巡る課題への対応は、リスクの減少のみならず収益機会にもつながる重要な経営課題であると認識し、中長期的な企業価値の向上の観点から、これらの課題に積極的・能動的に取り組むよう検討を深めるべきである。

■コーポレート・ガバナンス・システムに関する実務指針（CGSガイドライン）

(平成29年3月策定・平成30年9月、R4年7月改訂)

※2022年7月19日改訂CGSガイドライン抜粋

取引先との公正・適正な取引については、監督の具体的な方法の一つとして、「パートナーシップ構築宣言」を行っているかどうかについての状況や、宣言している場合にはその実行状況について取締役会が監督することが有益である。

パートナーシップ構築宣言に関するHP・お問合せ先

■「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト

<https://www.biz-partnership.jp>

■日本商工会議所HP：「パートナーシップ構築宣言」に関する案内ページ（概要説明）

➡プロモーションビデオや「月間石垣」別冊（パートナーシップ構築宣言の特集記事）も掲載しています。

<https://www.jcci.or.jp/partnership/>



※「パートナーシップ構築宣言」についてのお問合せ先

中小企業庁 事業環境部 企画課

【TEL】03-3501-1765

【MAIL】s-chuki-kikaku@meti.go.jp

(参考) パートナシップ構築宣言 宣言数の推移

