

取引適正化の取組について

令和6年2月

北海道経済産業局 産業部

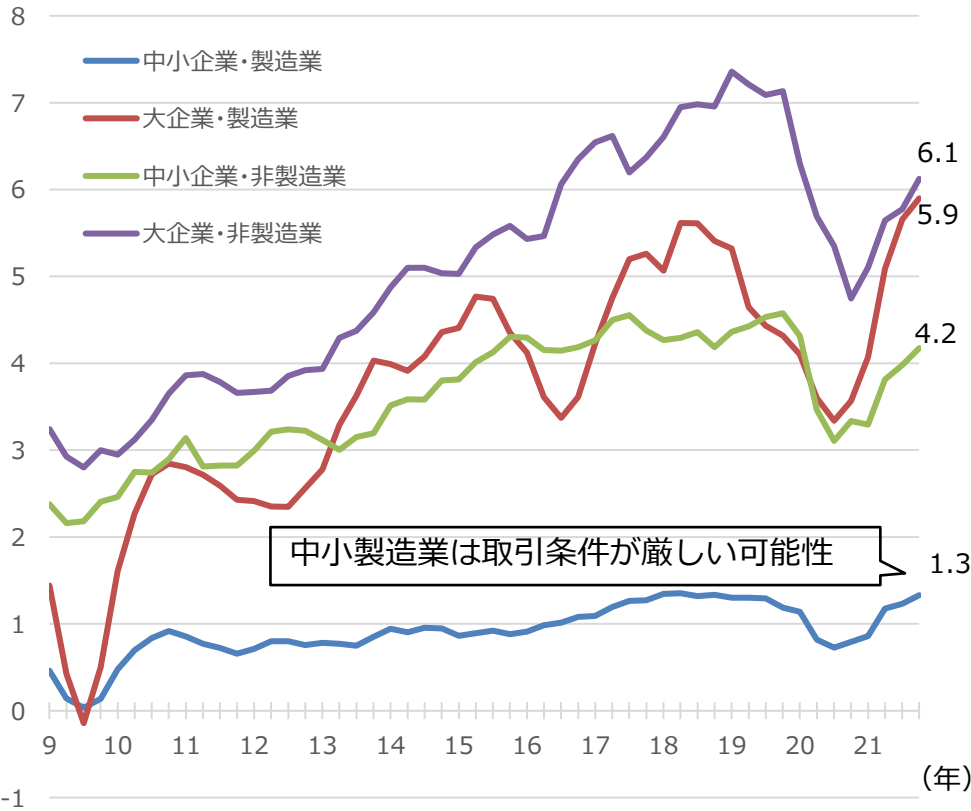
中小企業課 取引適正化推進室

I 取引適正化を巡る背景・政府の動き

「経済の好循環」を実現するためには中小企業との取引条件の改善が必要

- リーマン・ショック以降、中小企業、なかでも中小製造業は低迷している。
- 全産業の原材料・商品仕入単価DIは74.8とプラス幅が拡大している状況。

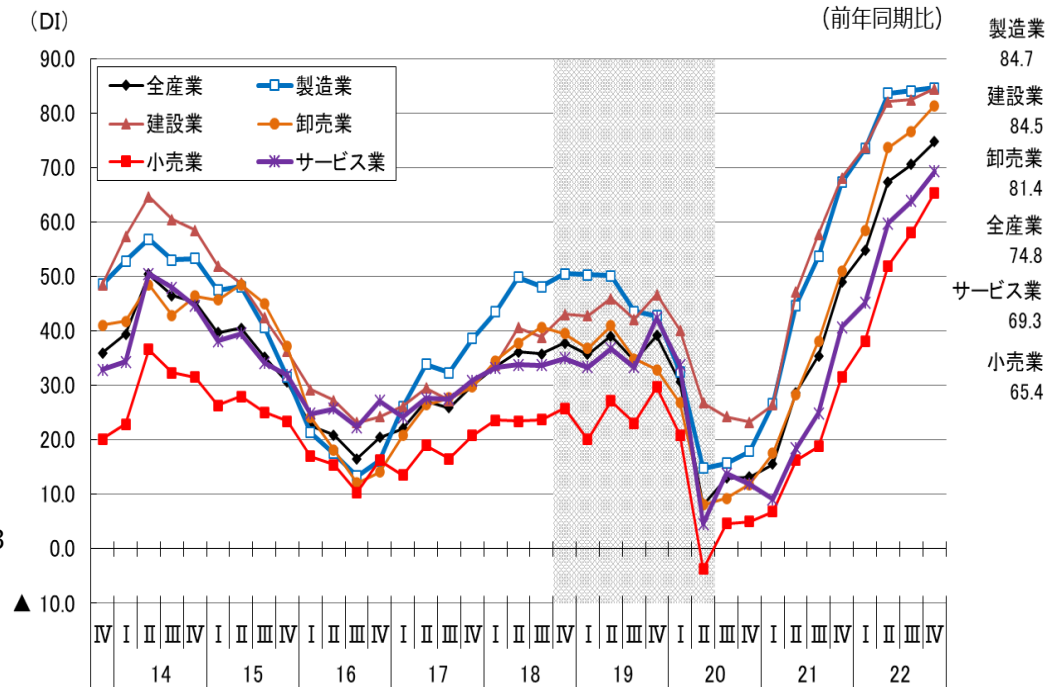
(兆円) **経常利益の推移**



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。

産業別原材料・商品仕入れ単価DIの推移



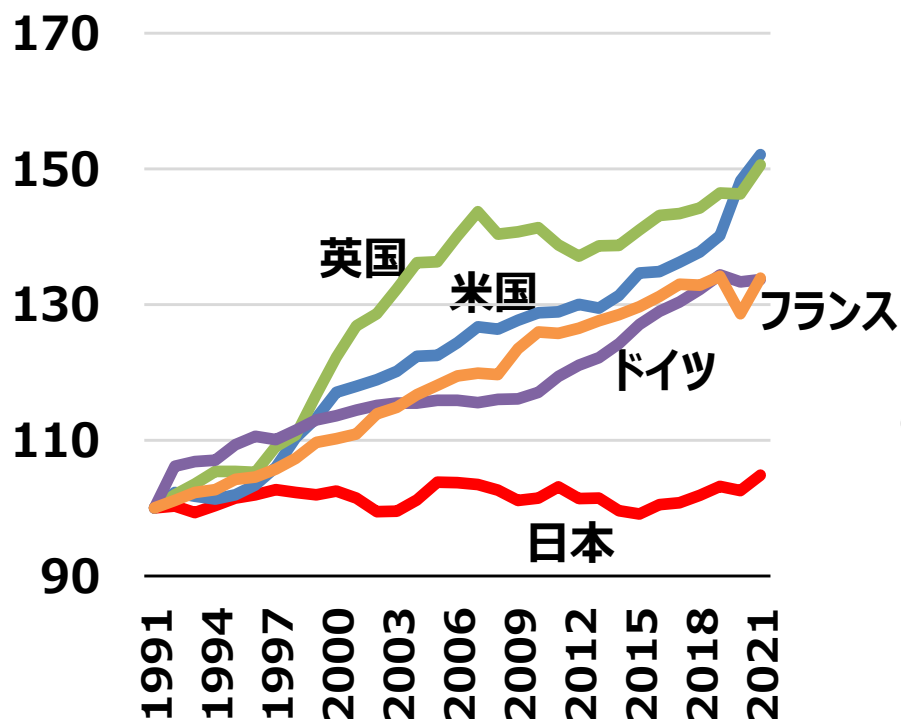
資料：中小企業庁・(独)中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

(注)原材料・商品仕入単価DIとは、「上昇」と答えた割合から「低下」と答えた割合を引いたもの。

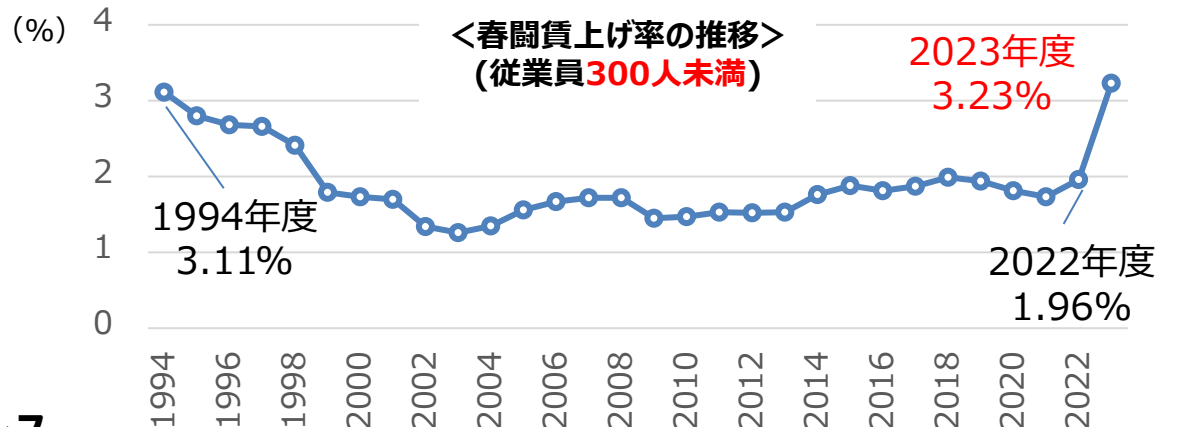
中小企業の賃上げの現状

- 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**。しかし、1人当たりの実質賃金の伸びは、過去30年近く他の先進国に比して低水準で推移。
- 2023年度は、物価高騰や人手不足等を背景に、従業員300人未満の企業における春闘賃上げ率が、**1994年度以来の伸びとなる3.23%**を記録（大企業含めた全体は3.58%）。
- 今後も物価高、人手不足が見込まれる中、「**物価高に負けない賃上げ**」を**継続的に実現**することが不可欠。安定的に賃上げ原資が確保できるよう、**生産性向上と、価格転嫁・取引適正化の推進**が肝要。

＜1人当たり実質賃金の推移＞
(1991年=100)



(出所) 日本労働組合総連合会「春季生活闘争回答結果」を基に経済産業省作成。



(出所) 日本労働組合総連合会「2023春季生活闘争まとめ」を基に経済産業省作成。

＜消費者物価指数（コア指数）の推移＞
(前年同月比)



(資料) 総務省「消費者物価指数」を基に経済産業省作成

賃上げの理由、賃上げの原資

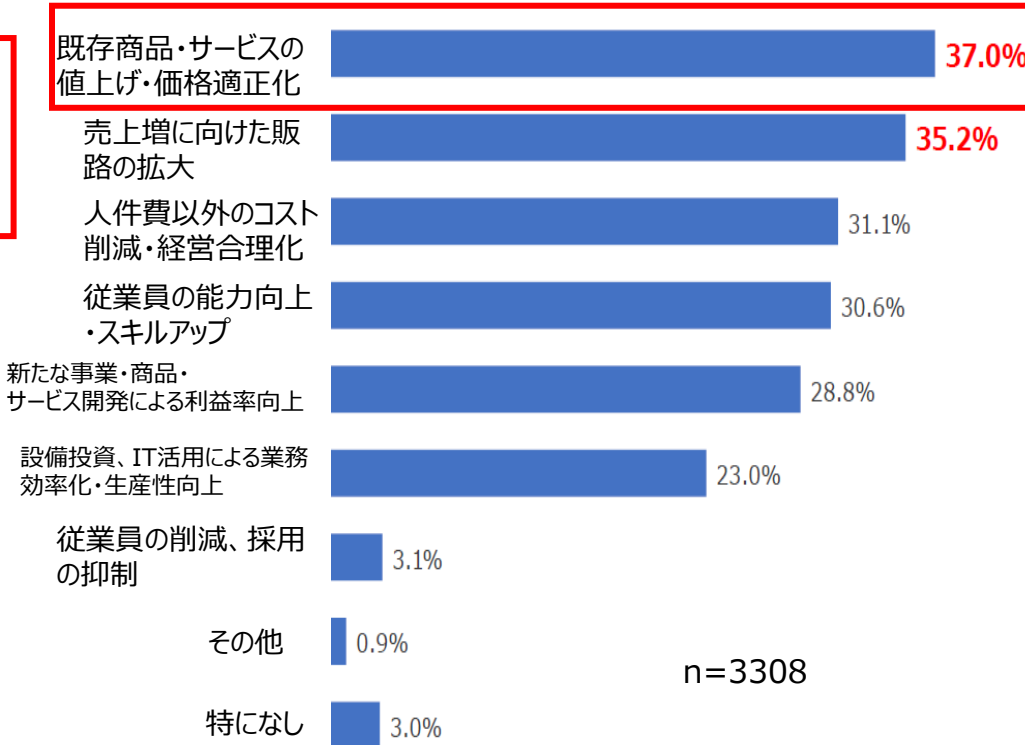
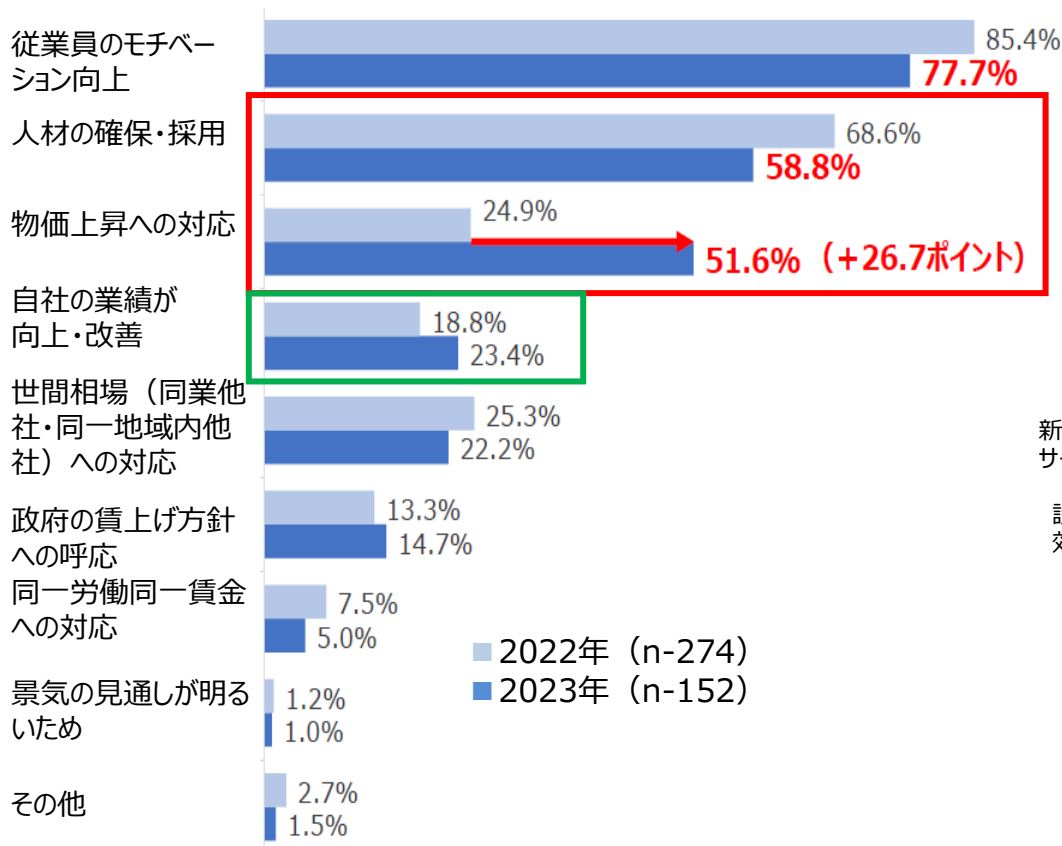
- 中小企業は、2023年度に約3%もの賃上げを実施。その理由として、「従業員のモチベーション向上」のほか、「人材の確保・採用」、「物価上昇への対応」を挙げている企業の割合が5割以上を占める一方、「自社の業績が好調・改善」を挙げる企業の割合は2割程度。

⇒ 収益が十分に確保されないまま、環境の変化に対応することを目的に「防衛的賃上げ」。

- また、賃上げ原資の確保に向けた取組としては、「既存の商品・サービスの値上げ、価格適正化」が最多。

<2023年に賃上げを予定している理由>
(2023年2月時点)

<賃上げ原資を確保するために降り組んでいる内容>
(2023年2月時点)



(出所) 2023年3月 日本商工会議所・東京商工会議所「最低賃金及び中小企業の賃金・雇用に関する調査」を基に経済産業省作成。

「未来志向型の取引慣行に向けて」について

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。
(2024年1月1日現在26業種63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。(2023年2月末現在20業種策定)

Ⅱ 取引適正化に向けた具体的な取組

取引適正化に向けた取組課題・ツール

- 原材料価格やエネルギーコスト、労務費等のコストが上昇する中、**コスト増を下請中小企業だけでなくサプライチェーン全体で負担し、中小企業においても賃上げできる環境を整備するためにも、適切な価格転嫁をはじめ取引適正化の実現が不可欠。**
- このため、中小企業庁として、厳正な法執行や実態把握、業界への働きかけなど施策ツールの拡充を図りつつ、公正取引委員会を始めとする関係省庁と連携の上、取引適正化を強力に進めていく。

1. 法律の厳正な執行

- 1) **下請代金法**(規制法。下請代金の減額、支払遅延等を禁止。立入検査、改善指導、公取委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・助言等を実施。)

(参考：経済産業省(中小企業庁)以外が執行する法律)

- ・独占禁止法「特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法」(物流特殊指定) ※公正取引委員会
- ・貨物自動車運送事業法に基づく「働きかけ」「要請」等 ※国土交通省

2. 実態把握・相談対応

- 1) **下請Gメン(全国で300名)**によるヒアリング(年間約1万2千件)
- 2) 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) 価格転嫁サポート体制の強化(**「価格転嫁サポート窓口」の設置(よろず支援拠点)**、**価格交渉ハンドブック**)

3. 業界への働きかけ

- 1) **業種別ガイドライン**(20業種) **自主行動計画**(23業種・57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**(33,000社超)

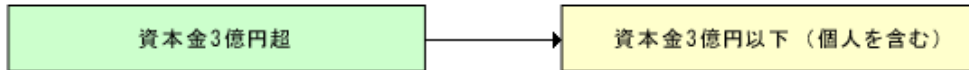
1. 法律の厳正な執行

1) 下請代金支払遅延等防止法

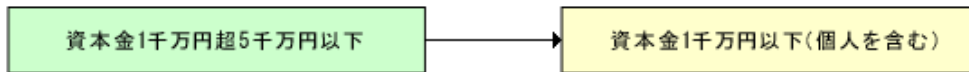
- 下請法は、①下請取引の内容（製造委託、修理委託、情報成果物作成委託及び役務提供委託）と②資本金又は出資総額の規模によって、「親事業者」と「下請事業者」を定義づけ、親事業者の義務と禁止行為を規定。

定義（※）

(1) 物品の製造・修理委託及び一部の情報成果物作成・役務提供委託を行う場合
親事業者



(2) 情報成果物作成・役務提供委託を行う場合((1)の場合を除く。)



親事業者の義務

- (1) 注文書の交付義務（法第3条）
- (2) 書類作成・保存義務（法第5条）
- (3) 下請代金の支払期日を定める義務（法第2条の2）
- (4) 遅延利息支払義務（法第4条の2）

法第3条(上記(1))及び第5条(同(2))に違反がある場合は50万円以下の罰金（法第10条）

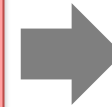
親事業者の禁止行為（法第4第1項及び第2項の各号）

- (1) 受領拒否の禁止
- (2) 下請代金の支払遅延の禁止
- (3) 下請代金の減額の禁止
- (4) 返品 of 禁止
- (5) 買ったたきの禁止
- (6) 購入強制・利用強制の禁止
- (7) 報復措置の禁止
- (8) 有償支給原材料等の対価の早期決済の禁止
- (9) 割引困難な手形の交付の禁止
- (10) 不当な経済上の利益の提供要請の禁止
- (11) 不当な給付内容の変更・やり直し等の禁止

調査・検査（法第6条・9条）

中小企業庁長官

禁止行為に違反がある場合は
公正取引委員会へ措置請求
（法第6条）



公正取引委員会

違反行為を是正するよう勧告
（法第7条）

※一部の情報成果物作成委託：プログラム

※一部の役務提供委託：運送、物品の倉庫における保管、情報処理

(参考)

物流特殊指定の概要

- 物流特殊指定（特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法）は、荷主と物流事業者の取引における優越的地位の濫用を効果的に規制するために指定された独占禁止法上の告示。
- 公正取引委員会は、物流特殊指定の遵守状況及び荷主と物流事業者との取引状況を把握するため、荷主と物流事業者を対象とする書面調査を実施している。



| 荷主（特定荷主） | 物流事業者（特定物流事業者） |
|---------------------|--------------------------|
| 資本金 3 億円超 | 資本金 3 億円以下（個人事業者を含む。） |
| 資本金 1000 万円超 3 億円以下 | 資本金 1000 万円以下（個人事業者を含む。） |
| 取引上の地位が優越している荷主 | 取引上の地位が劣っている物流事業者 |

物流特殊指定における禁止行為

- | | | |
|-----------|------------------|--------------------|
| ① 代金の支払遅延 | ④ 物の購入強制・役務の利用強制 | ⑦ 不当な給付内容の変更及びやり直し |
| ② 代金の減額 | ⑤ 割引困難な手形の交付 | ⑧ 要求拒否に対する報復措置 |
| ③ 買ったたき | ⑥ 不当な経済上の利益の提供要請 | ⑨ 情報提供に対する報復措置 |

2) 下請中小企業振興法の概要

法律の概要

目的

- 下請関係を改善することで下請中小企業の振興を図る

位置づけ

- 下請中小企業の経営基盤強化を促進するために制定（振興法）

主な内容

- 望ましい取引を示した「**振興基準**」の策定
- 「振興基準」に定める事項に関する、親事業者及び下請事業者に対する**指導及び助言**の実施
- 「振興事業計画」、「特定下請連携事業計画」という計画類型を設け、金融支援等を措置

対象者

親事業者

- 資本金又は出資金（個人の場合は従業員数）が自己より小さい中小企業者に対し、物品の製造等の行為を継続して委託する者

下請事業者

- 資本金等が自己より大きいものから継続して委託を受けて、物品の製造等の行為を行う中小企業者

振興基準の概要

※代表的な項目を記載

第1. 下請事業者の生産性向上及び製品等の品質の改善

第2. 発注分野の明確化及び発注方法の改善

第3. 2. 情報化への積極的対応

第4. 1. 対価の決定方法の改善

第4. 4. 下請代金の支払方法改善

第4. 5. 型又は治具に係る取引条件改善

第4. 6. 「働き方改革」への対応

第7. 2. 取引適正化のための社内体制整備

第8. 5. 知的財産保護及び取引適正化

第8. 6. フリーランスとの取引

第8. 7. 業種別ガイドライン、自主行動計画の策定・遵守

第8. 8. パートナーシップ構築宣言の実施

(参考) 下請中小企業振興法「振興基準」の概要

※赤字は、令和4年7月29日付け改正の主な新規事項（抜粋）

- 下請中小企業振興法「振興基準」とは、下請中小企業振興法第3条により経済産業大臣が定める「下請事業者及び親事業者のよるべき一般的な基準」であり、親事業者と下請事業者の望ましい取引関係等を具体的に提示したものの。

第1. 下請事業者の生産性向上及び製品等の品質の改善

- 親事業者は、生産性向上等の努力を行う下請事業者に、必要な協力（下請事業者との面談、工場訪問、サプライチェーン全体での連携等）をするよう努める。

第2. 発注分野の明確化及び発注方法の改善

- 下請事業者に対して、設計図や仕様書等の内容を明確にした上で発注を行う。
- 発注内容が曖昧な契約とならないよう、契約条件について書面等による明示、交付を徹底する。

第3 2. 情報化への積極的対応

- 下請事業者は、情報化に係る責任者の配備及び企業内システムの改善、中小企業共通EDIなどによる電子受発注、電子的な決済等を行うよう努める。

第4 1. 対価の決定方法の改善

- 取引対価は、合理的な算定方法に基づき、下請事業者の適正な利益を含み、**下請事業者の賃上げ**等、労働条件の改善が進むよう**十分協議して決定する**。
- 価格交渉促進月間等の機会を捉え、**年1回以上の協議を行う**。コストが上昇した場合等において、**下請事業者から申出があったときは遅滞なく協議に応じる**。
- 長期にわたる取引では、前払い比率及び期中払い比率を高めるよう努める。

第4 4. 下請代金の支払方法改善

- 下請代金の支払いは、可能な限り現金で行う。
- 現金化にかかる割引料等のコストを下請事業者に負担させることがないよう、下請代金の額を十分に協議して決定する。
- 手形等のサイトは60日以内とするよう努める。

第4 5. 型又は治具に係る取引条件改善

- 型製作相当費の一括払いや前払いに努める。
- 不要な型を廃棄し、廃番となったものは、下請事業者に廃棄指示を行う。

第4 6. 「働き方改革」への対応

- 親事業者は、下請事業者の不利益となるような取引や要請を行わないこと。
- やむを得ず短納期発注又は急な仕様変更などを行う場合には、親事業者が適正なコストを負担する。

第7 3. 威圧的交渉の禁止

- 親事業者は、下請事業者に対し、取引価格に関する協議等を行うに当たって、**下請事業者に精神的又は身体的な威圧を加える等、不当な取扱いをしない**。

第8 5. 知的財産の取扱い

- 下請事業者は、自らが権利を有する知的財産について、知的財産権の取得、秘密保持契約による営業秘密化等により、管理保護に努める。
- 親事業者は、下請事業者に損失を与えることのないよう十分に配慮して、契約上知り得た下請事業者の知的財産権等を取り扱う。

第8 6. フリーランスとの取引

- 親事業者は、フリーランスとの取引においても、発注時の取引条件を明確にする書面等の交付を行うなど、「フリーランスとして安心して働ける環境を整備するためのガイドライン(令和3年3月26日)」を踏まえた適切な取引を行う。

第8 7. 業種別ガイドライン、自主行動計画の策定・遵守

- 親事業者及び下請事業者は、事業所管省庁が策定した業種別ガイドラインを遵守するよう努める。
- 事業者団体等は、「自主行動計画」を策定し、フォローアップの結果を踏まえて定期的に改定するよう努める。

第8 8. パートナースhip構築宣言の実施

- 親事業者は、パートナースhip構築宣言を行い、定期的に宣言内容の見直しを行うよう努める。

(参考) 「しわ寄せ」防止総合対策

「しわ寄せ」防止総合対策の概要

- 「働き方改革」と「取引適正化」は車の両輪であり、大企業・親事業者(以下「大企業等」という。)の働き方改革による下請等中小事業者への「しわ寄せ」の防止は、大企業等と下請等中小事業者の双方が成長と分配の好循環を実現する上で共通の課題
- このため、厚生労働省・中小企業庁・公正取引委員会が緊密な連携を図り、**「大企業・親事業者の働き方改革に伴う下請等中小事業者への「しわ寄せ」防止のための総合対策」**を策定(令和元年6月26日)

総合対策の4つの柱

① 関係法令等の周知徹底

- ・労働施策総合推進法第10条の3に基づく協議会等(地方版政労使会議を含む。)における課題の共有と地域での取組の推進
- ・都道府県労働局(以下「労働局」という。)**・労働基準監督署(以下「労基署」という。)**・働き方改革推進支援センターが、あらゆる機会を通じて、労働時間等設定改善法に加え、下請中小企業振興法に基づく「振興基準」等についてもリーフレット等を活用して周知
- ・「しわ寄せ」防止キャンペーン月間の設定による経営トップセミナーの開催等の集中的・効果的な取組

② 労働局・労基署等の窓口等における「しわ寄せ」情報の提供

- ・下請等中小事業者から、大企業等の働き方改革による「しわ寄せ」に関する相談が寄せられた場合等には、相談情報を地方経済産業局に情報提供

③ 労働局での「しわ寄せ」防止に向けた要請等の実施と労基署での通報制度的確な運用

- ・労働局において、管内の大企業等に対し、「しわ寄せ」防止に向けた要請等を実施
- ・下請事業者に対する監督指導において、労働基準関係法令違反が認められ、背景に親事業者による下請法等違反行為の存在が疑われる場合には、公正取引委員会・中小企業庁に通報する制度を厳格に運用

④ 公正取引委員会・中小企業庁による指導等及び不当な行為事例の周知・広報

- ・大企業等の働き方改革に伴う下請等中小事業者へのコスト負担を伴わない短納期発注等の下請法等違反の「しわ寄せ」については、公正取引委員会・中小企業庁が、下請法等に基づき、厳正に対応
- ・実際に指導等を行った事例や不当な行為の事例(いわゆる「べからず集」)の周知・広報の徹底



その無理な発注の「しわ寄せ」であなたの取引先が途方に暮れていませんか？

11月は「しわ寄せ」防止キャンペーン月間です。

よろしく頼むよ!

STOP! しわ寄せ

…わかりました。(もう無理だよ。)

大企業・親事業者による長時間労働の削減等の取組が、下請等中小事業者に対する適正なコスト負担を伴わない短納期発注、急な仕様変更などの「しわ寄せ」を生じさせている場合があります。

大企業等と下請等中小事業者は共存共栄!
適正なコスト負担を伴わない短納期発注や急な仕様変更などはやめましょう!

厚生労働省 | 都道府県労働局 | 労働基準監督署
中小企業庁 | 公正取引委員会

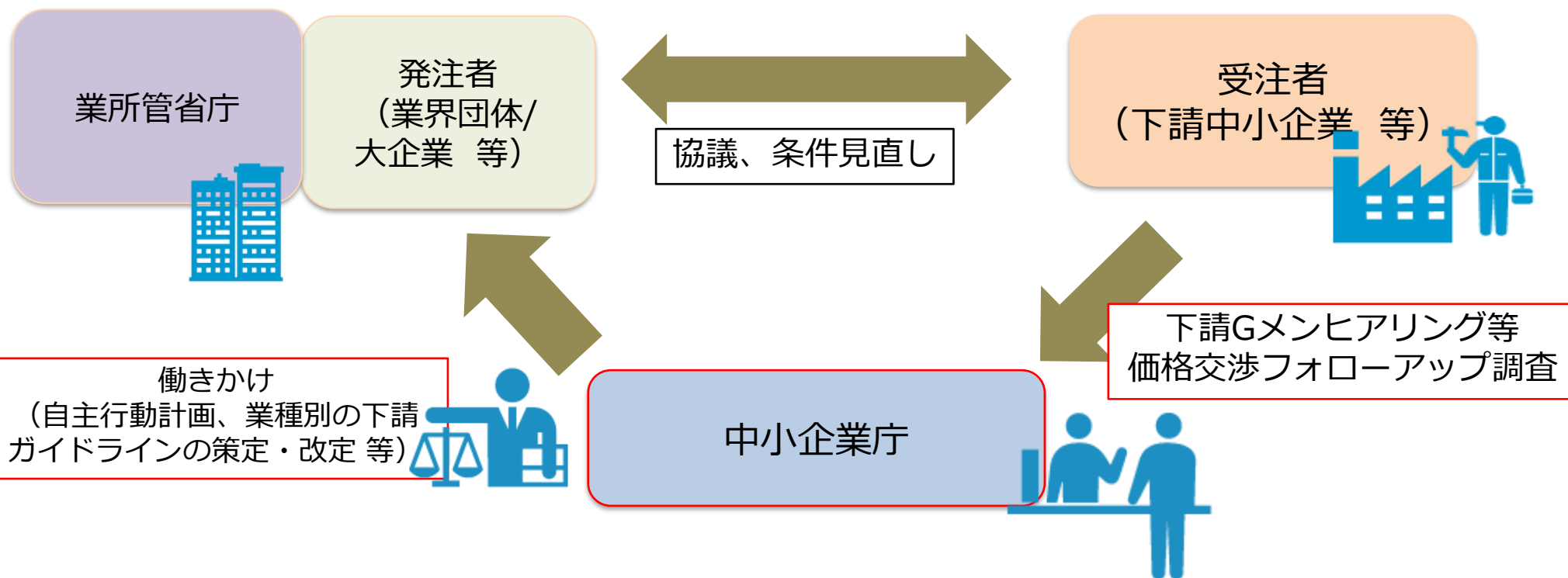
<https://www.holiday.jp/01/shiwayose/>

しわ寄せ防止リーフレット

2. 実態把握・相談対応

1) 下請Gメン（取引調査員）による実態調査

- 下請Gメン（全国：300人、うち北海道局：8名）の中小企業への実態調査により、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・転嫁の実態を把握し、国や業界が定めるルールづくりや発注者への取締りを強化。
- 2023年度は、国土交通省（北海道運輸局）のトラックGメンとの合同ヒアリングも実施。



(参考) トラック運送業に関する下請Gメンヒアリング結果

- 荷主自ら運賃を上げてくれた、また、元請が理解を示して値上げすることができた。
- 荷役作業の付帯業務費用や待機料について運賃とは別途支払われる。
- ▲指値となっている事例、「替わる下請はいくらでもいる」と言われ、**10年近く価格が据え置かれている。**
- ▲荷主が運賃の値上げに同意しないため、価格改定に応じてもらえない。取引先（元請）と荷主との間の値上げ交渉が難しいため、自社と取引先との間での値上げが難しい。
- ▲元請側の都合により急なキャンセルが発生するが、それに対する補償はない。
- ▲荷役作業の付帯業務や待機料について無償で強制されている。

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

(出所)2023年3月 中小企業政策審議会 取引小委員会

資料(<https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/torihikimondai/017.html>)

2) 下請かけこみ寺による相談対応

- 下請代金の減額や消費税の転嫁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、本部及び全国47都道府県に「下請かけこみ寺」を設置しています。

相談用フリーダイヤル

0120-418-618

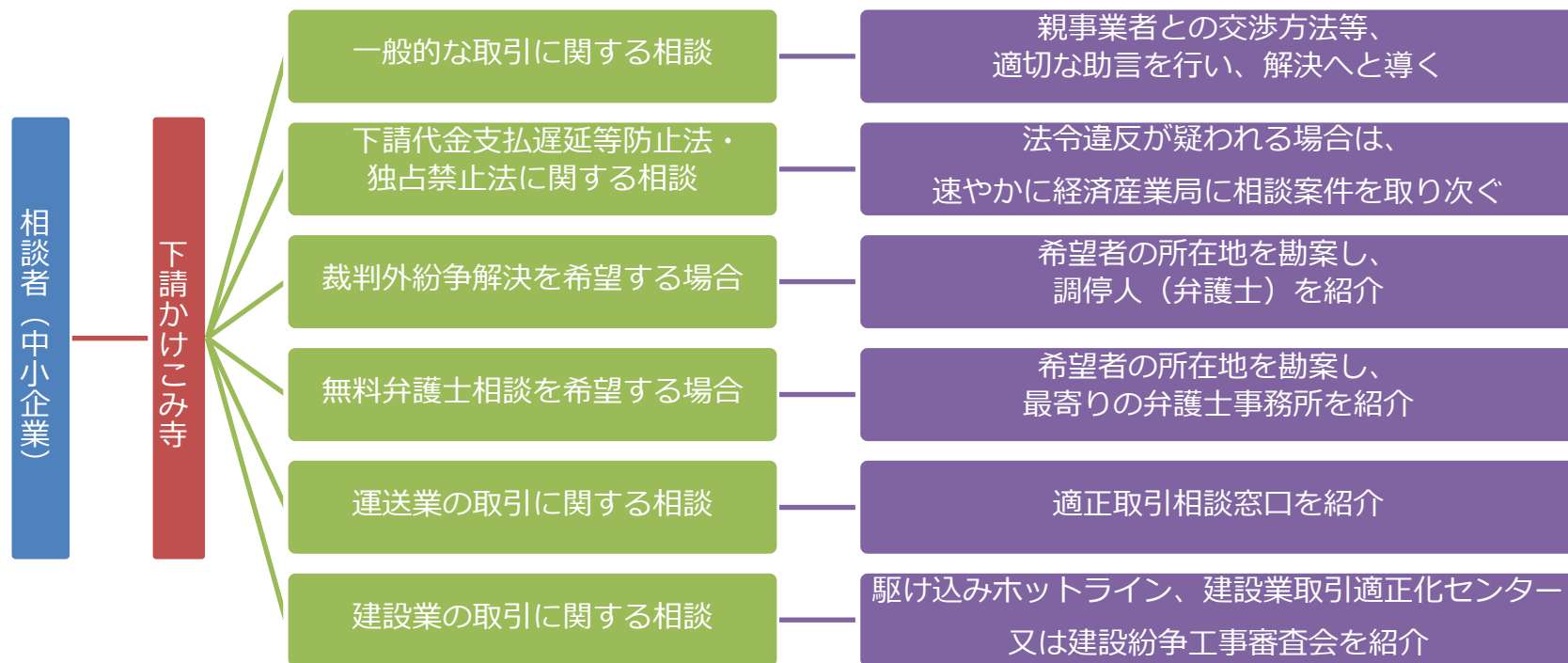
(平日 9:00-12:00/13:00-17:00)

※お近くの下請かけこみ寺に直接つながります。

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。



【北海道】

(公財) 北海道中小企業総合支援センター 下請かけこみ寺相談窓口

札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル 9階

3) よろず支援拠点における価格転嫁サポート体制

- 価格転嫁ができた企業のうち、多くが「原価を示した価格交渉」が有効との回答※。効果的な価格交渉のためには、コスト増加分を定量的に把握し、原価を割り出して提示することが有益。
- このため、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。
- また、商工会議所・商工会等の地域支援機関に対して、価格交渉ハンドブックを配布するとともに、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うことで、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。

※(株)帝国データバンク資料(2023.2.9 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>

価格転嫁サポート窓口
(北海道よろず支援拠点 011-232-2407)

(公財)北海道中小企業総合支援センター内
札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル 9階

<原価計算能力向上に係る主な支援内容>

・原価管理に係る基礎支援
原価管理の目的とその算出に係る考え方、製品原価の算出に必要な情報の把握手法等について助言。

・製品原価算出に係る実践的な提案
個々の企業の実態を踏まえた、具体的な製品毎の原価の算出方法を提案。

②原価計算の支援

①経営相談

コスト増加!

・原材料費
・電気代、ガス代
・人件費
・加工費...

中小企業

③原価を示した価格交渉

④コスト増加に応じた支払い

取引先

適切な価格転嫁の実現

3. 業界への働きかけ

1) 業界の特性を踏まえたガイドライン・自主行動計画の策定

- 下請適正取引等の推進のためのガイドラインは、下請事業者の皆様方と親事業者との間で、適正な下請取引が行われるよう、国が策定。望ましい取引事例や、下請代金法等で問題となり得る取引事例等を具体的に記載。
- 自主行動計画は、サプライチェーン全体での「取引適正化」と「付加価値向上」に向けて業界団体が策定するもの。

国による「ガイドライン」

- 「トラック運送業における下請・荷主適正取引推進ガイドライン」(H20.3.14、国土交通省)
- 「運送業における燃料サーチャージ緊急ガイドライン」(H20.3.14、国土交通省)
- 「トラック運送業における書面化推進ガイドライン」(H26.1.22、国土交通省)

全日本トラック協会による「自主行動計画」

「トラック運送業の適正取引推進、生産性向上及び長時間労働抑制に向けた自主行動計画」(H29.3.9、公益社団法人全日本トラック協会)

⇒本計画を実施する事業者として大手運送事業者19者が名を連ねる。

⇒概要は以下のとおり。

○適正取引推進に向けた重点課題に対する取組事項

【1.コスト負担の適正化】

- ①作業内容や時間単価を明らかにし実費を別建てで支払うなど、附帯作業料、荷待ち料金、高速道路料金等のコスト負担に関するルールの明確化及び燃料・人件費等の上昇分を考慮した負担ルール設定
- ②運送、取引条件については、十分な協議を実施 等

【2.運賃・料金の決定方法の適正化】

下請事業者の原価を考慮した運賃・料金の設定 等

【3.契約書の書面化推進】

下請事業者とは基本契約を締結するなど、原則100%の書面化を実施。等

【4.支払条件の適正化】

運賃・料金の支払いについては、可能な限り現金払。また、手形サイトは将来的に60日を目標として改善に努める 等

○荷主と下請事業者の協働による課題解決に向けた取組事項

【1.多層化取引に係る取引適正化】

- ①適正取引や安全義務の観点から、全ての取引について、原則、2次下請までに制限
- ②改善基準告示違反の可能性があることを理由に、自社運行せずの下請事業者に対して運送依頼をすることを禁止
- ③高速道路料金等の実費について、下請事業者から実運送事業者に対し支払いが確実になされているか確認 等

【2.改善基準告示の遵守及び長時間労働抑制】

- ①荷主からの運送依頼を受ける時点で、改善基準告示を遵守できるかどうか確認
- ②改善基準告示を遵守できない事例が確認された場合、発着荷主と十分に協議し、改善基準告示の遵守、長時間労働改善に向けた取組を実施 等

【3.生産性向上(付加価値向上)】

発着荷主及び下請事業者と連携し、附帯作業時間、荷待ち時間等の課題を整理し、業務改善を実施 等

<参考>下請ガイドライン策定業種、自主行動計画策定団体（令和5年3月時点）

<下請ガイドライン策定業種（20業種）>

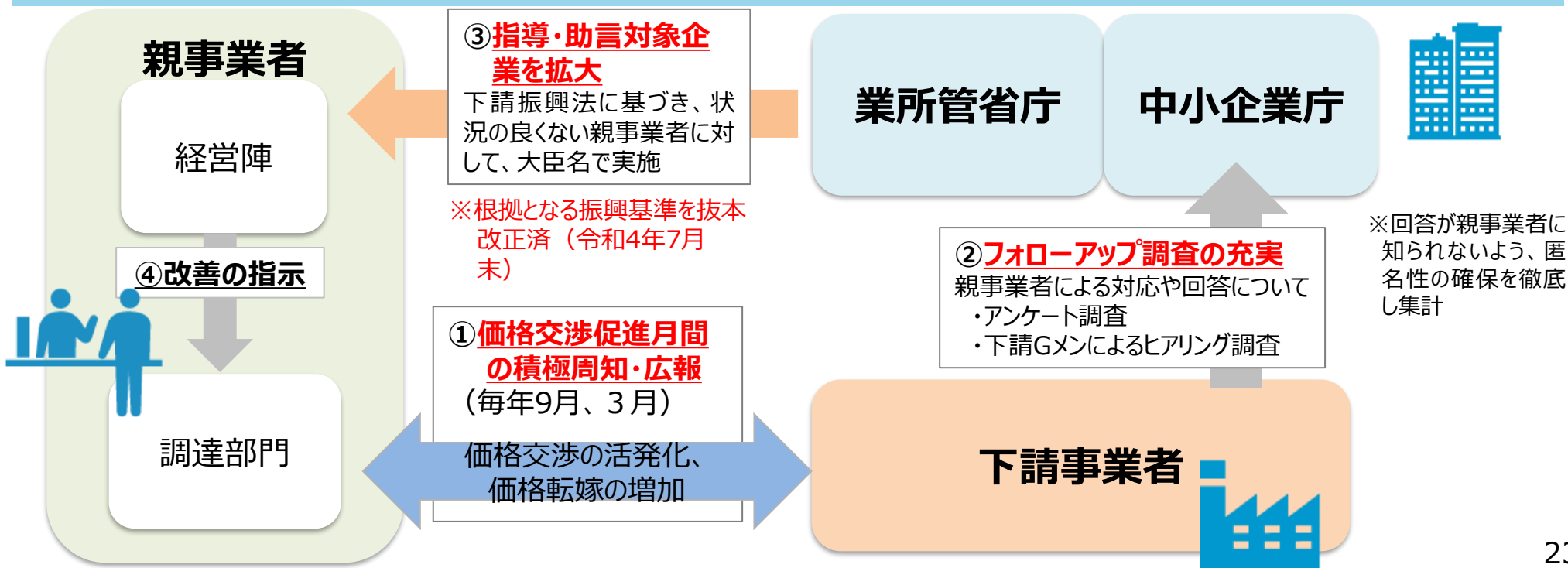
<自主行動計画策定団体（23業種57団体）>

| 業種 | ガイドライン名称 |
|---------------|--|
| 自動車 | 自動車産業適正取引ガイドライン |
| 素形材 | 素形材産業取引ガイドライン |
| 産業機械・航空機等 | 産業機械・航空機等における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| 繊維 | 繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| 電気・情報通信機器 | 情報通信機器産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| 情報サービス・ソフトウェア | 情報サービス・ソフトウェア産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| 広告業 | 広告業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| 建設業 | 建設業法令遵守ガイドライン |
| 建材・住宅設備産業 | 建材・住宅設備産業取引ガイドライン |
| トラック運送業 | トラック運送業における下請・荷主適正取引推進ガイドライン トラック運送業における燃料サーチャージ緊急ガイドライン |
| 放送コンテンツ | 放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン |
| 金属産業（旧鉄鋼） | 金属産業取引適正化ガイドライン |
| 化学産業 | 化学産業適正取引ガイドライン |
| 紙・紙加工業 | 紙・紙加工産業取引ガイドライン |
| 印刷業 | 印刷業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| アニメーション製作業 | アニメーション制作業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン |
| 食品製造業 | 食品製造業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～豆腐・油揚製造業～ 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～牛乳・乳製品～ |
| 水産物・水産加工品 | 水産物・水産加工品の適正取引推進ガイドライン |
| 養殖業 | 養殖業に係る適正取引推進ガイドライン |
| 造船業 | 船舶産業取引適正化ガイドライン |

| 業種 | 団体名 |
|------------------|--|
| 自動車 | 日本自動車工業会 日本自動車部品工業会 |
| 素形材（8団体連名） | 日本金型工業会／日本金属熱処理工業会／日本金属プレス工業協会／日本ダイカスト協会／日本鍛造協会／日本鑄造協会／日本鑄鍛鋼会／日本粉末冶金工業会 |
| 機械製造業 | 日本建設機械工業会 日本産業機械工業会 日本工作機械工業会 日本半導体製造装置協会 日本ロボット工業会 日本分析機器工業会 日本計量機器工業連合会 |
| 航空宇宙工業 | 日本航空宇宙工業会 |
| 繊維（2団体連名） | 日本繊維産業連盟／繊維産業流通構造改革推進協議会 |
| 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 |
| 電機・情報通信機器 | 電子情報技術産業協会 日本電機工業会 カメラ映像機器工業会 ビジネス機械・情報システム産業協会 情報通信ネットワーク産業協会 |
| 情報サービス・ソフトウェア | 情報サービス産業協会 |
| 流通業 | スーパー、コンビニ、ドラッグストア等の小売業 日本スーパーマーケット協会 全国スーパーマーケット協会 日本フランチャイズチェーン協会 日本チェーンドラッグストア協会 日本ボランティアチェーン協会 日本DIY・ホームセンター協会 |
| 建材・住宅設備 | 日本建材・住宅設備産業協会 |
| 金属産業 | 日本電線工業会 日本鉄鋼連盟 日本アルミニウム協会 日本伸銅協会 |
| 化学産業（6団体連名） | 日本化学工業協会／塩ビ工業・環境協会／化成品工業協会／石油化学工業協会 ／日本ゴム工業会／日本プラスチック工業連盟 |
| 警備業※警察庁より要請 | 全国警備業協会 |
| 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 |
| トラック運送業※国交省より要請 | 全日本トラック協会 |
| 建設業※国交省より要請 | 日本建設業連合会 |
| 金融業 | 全国銀行協会 |
| 商社 | 日本貿易会 |
| 印刷業 | 日本印刷産業連合会 |
| 造船業※国交省より要請 | 日本造船工業会 日本中小型造船工業会 |
| 住宅産業※国交省より要請 | 住宅生産団体連合会 |
| 広告業 | 日本広告業協会 |
| 電力業 | 送配電網協議会 |

2) 価格転嫁調査の実施と改善サイクルの実現 (価格交渉促進月間)

- 毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」と設定。下請事業者へ価格交渉の実態に関する「フォローアップ調査」を実施。
- その結果、評価が芳しくない親事業者には、業所管の大臣名で下請振興法に基づく「指導・助言」を実施。
- 調査の実施と改善サイクルの強化により価格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。



(参考) 価格交渉促進月間について

- サプライチェーン全体で適切に利益を共有し、雇用の約7割を支える中小企業の賃上げを実現するためにも、下請中小企業が負担するコストの適切な価格転嫁が必要不可欠。
- 労務費や原材料費等の上昇の、適切な価格転嫁を促すため、毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」として設定。2021年9月、2022年3月、同年9月、2023年3月、同年9月と、計5回実施。
- 価格交渉促進月間(9月)の開始にあたり、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1700の業界団体へ経産大臣名の周知文書を送付。

<岸田総理による呼びかけ動画> ※22年9月



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

【相談窓口】
下請かけこみ寺
0120-418-618

<9月の価格交渉促進月間ポスター>



(参考) 2023年9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、中小企業が適切に価格交渉・転嫁できる環境を整備するため、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。2023年9月で5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」を実施し、結果を取りまとめ。

①アンケート調査

○調査の中身、業種

中小企業等に、発注側の事業者（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 2023年10月10日～12月6日

※当初の〆切は11月10日であったが、期間終了後も回答があったため、それらも含めて再集計。

○回答企業数 36,102社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ44,059社）

（参考：2023年3月調査：17,292社、2022年9月調査：15,195社）

○回収率 12.0%（※回答企業数/配布先の企業数）

②下請Gメンによるヒアリング調査

○調査対象

地域特性や業種バランスに配慮した上で、商慣習等によりコストが取引価格に反映できていない状況や、発注側企業との間で、十分な価格交渉が行われていない状況が見られた事業者等も含め、対象先を選定。

○調査期間 2023年10月23日～12月15日

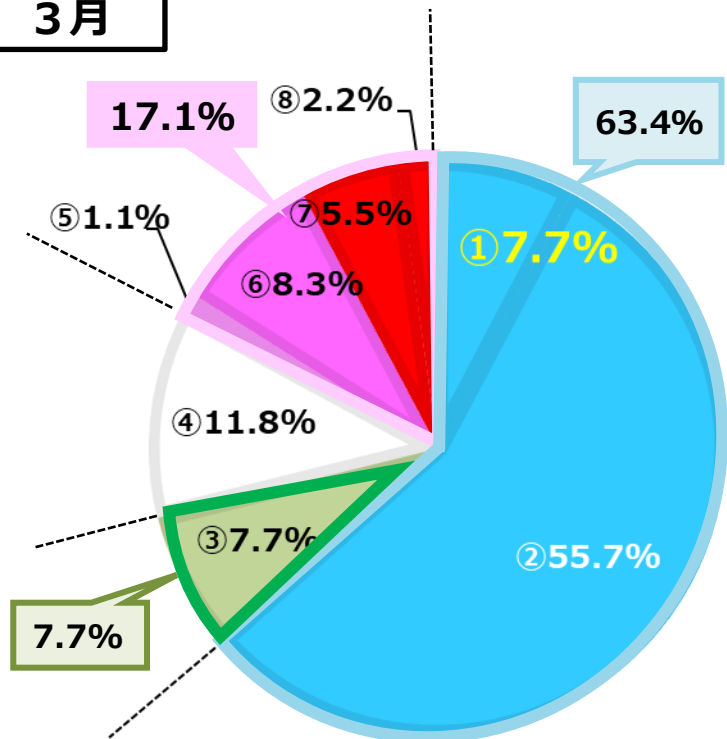
○ヒアリング件数 約2,000社

価格交渉の状況

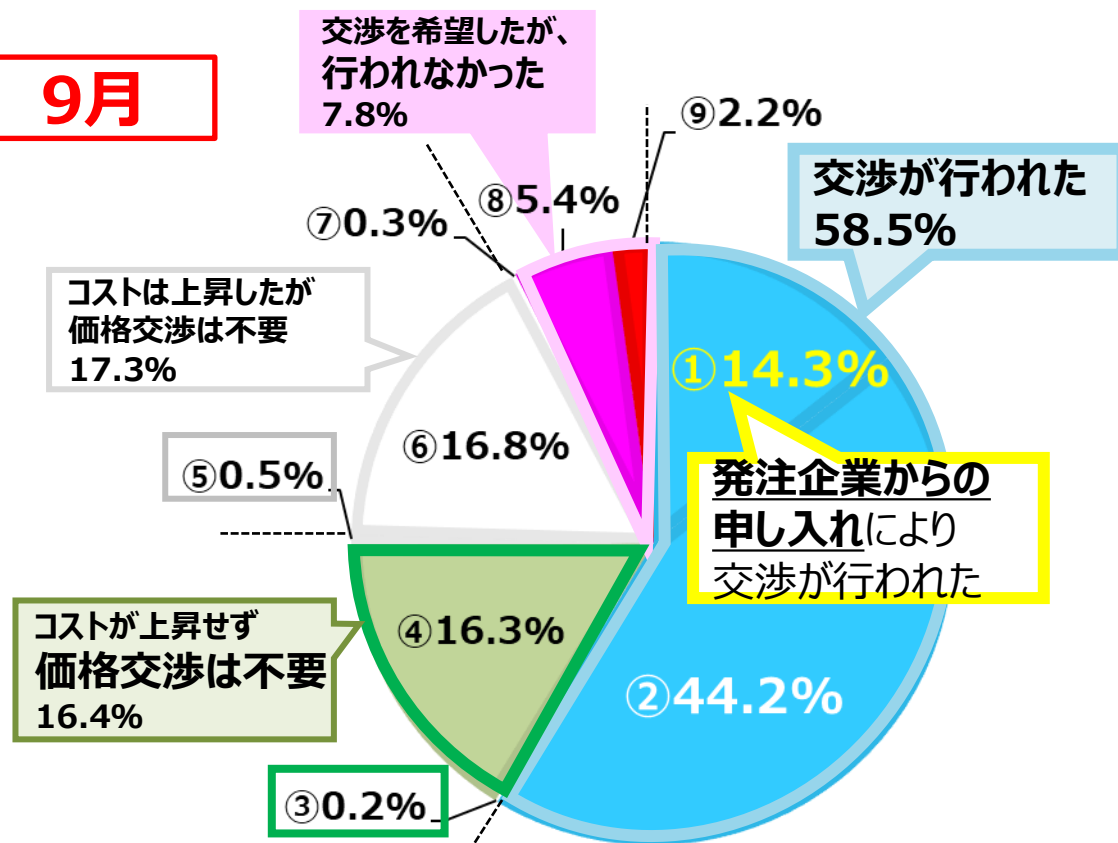
- 「発注側企業から交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた」割合は、3月時点から概ね倍増（下図の黄色①：7.7%→14.3%）。
- また、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」割合は10ポイント程度、減少（ピンク色：17.1%→7.8%）。
- 「コストが上昇せず、価格交渉は不要」と回答した受注企業の割合（下図の緑色）が16.4%。3月時点より約9ポイント増加（7.7%→16.4%）。コスト上昇が一服、あるいは既に価格転嫁（値上げ）出来たため、価格交渉を不要と考える企業が増加。
⇒ 価格交渉できる雰囲気は醸成されつつある。
- 【残る課題】「コスト上昇したが、下請の方から『価格交渉は不要』と判断し、交渉しなかった」割合が17.3%存在。⇒ この中には、「交渉資料を準備できない」、「価格改定の時期が数年に1度」等の理由で、機動的な価格交渉が出来ていない者も残る。

直近6ヶ月間における価格交渉の状況

3月



9月



価格交渉状況の業種別ランキング（価格交渉に応じた業種）

- 機械製造（2位）、化学（3位）、自動車・自動車部品（6位）、印刷（9位）、広告（17位）は、3月調査よりも5段階以上、順位が上昇。

| 順位 | 2023年3月 | 順位 | 2023年9月 |
|-----|---------------|-----|----------------|
| 1位 | 造船 | 1位 | 造船→ |
| 2位 | 繊維 | 2位 | 機械製造↑↑ |
| 3位 | 食品製造 | 3位 | 化学↑↑ |
| 4位 | 飲食サービス | 4位 | 食品製造↓ |
| 5位 | 建材・住宅設備 | 5位 | 電機・情報通信機器↑ |
| 6位 | 卸売 | 6位 | 自動車・自動車部品↑↑↑ |
| 7位 | 金属 | 7位 | 金属→ |
| 8位 | 電機・情報通信機器 | 8位 | 繊維↓↓↓ |
| 9位 | 機械製造 | 9位 | 印刷↑↑↑ |
| 10位 | 紙・紙加工 | 10位 | 卸売↓ |
| 11位 | 製菓 | 11位 | 鉱業・採石・砂利採取↑↑ |
| 12位 | 化学 | 12位 | 紙・紙加工↓ |
| 13位 | 石油製品・石炭製品製造 | 13位 | 石油製品・石炭製品製造→ |
| 14位 | 小売 | 14位 | 建設↑↑ |
| 15位 | 廃棄物処理 | 15位 | 電気・ガス・熱供給・水道↑ |
| 16位 | 鉱業・採石・砂利採取 | 16位 | 小売↓ |
| 17位 | 情報サービス・ソフトウェア | 17位 | 広告↑↑ |
| 18位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | 18位 | 建材・住宅設備↓↓↓ |
| 19位 | 建設 | 19位 | 飲食サービス↓↓↓ |
| 20位 | 自動車・自動車部品 | 20位 | 金融・保険↑ |
| 21位 | 印刷 | 21位 | 情報サービス・ソフトウェア↓ |
| 22位 | 不動産・物品賃貸 | 22位 | トラック運送↑ |
| 23位 | 金融・保険 | 23位 | 廃棄物処理↓↓ |
| 24位 | 広告 | 24位 | 放送コンテンツ↑ |
| 25位 | 放送コンテンツ | 25位 | 通信↑ |
| 26位 | トラック運送 | 26位 | 不動産業・物品賃貸↓ |
| 27位 | 通信 | 27位 | 製菓↓↓↓ |
| — | その他 | — | その他 |

※ 表中、↑ ↓ →は前回3月調査と比較した結果の上がり下がりを示す。
矢印の数は、3月時点と比較した場合の順位変動幅の大きさを示す。
 (例) ↑ : 1~4段階の上昇、↑↑ : 5~9段階 上昇、
 ↑↑↑ : 10段階以上 上昇

※ 2 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。

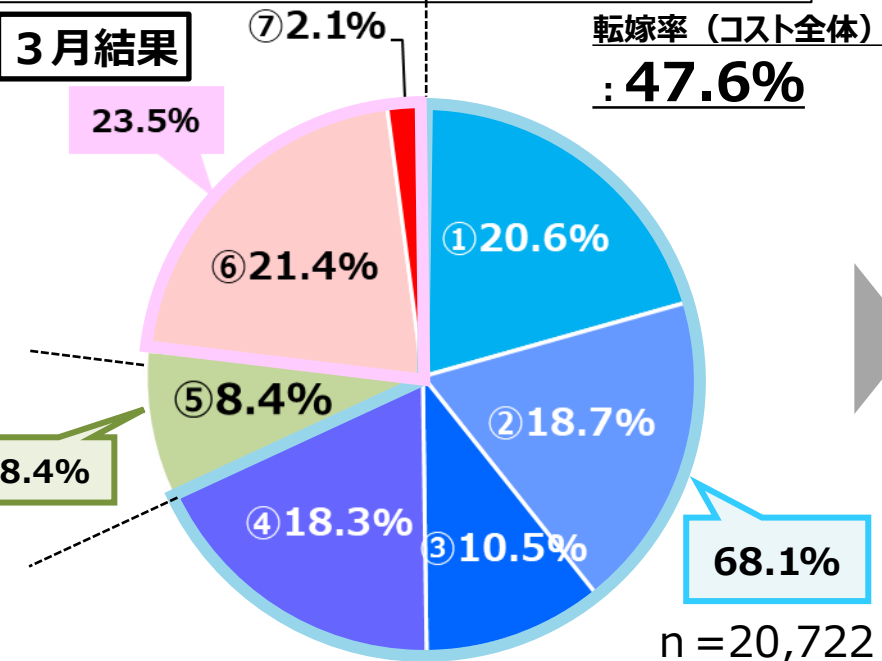
| 質問① 交渉が 行われたか | 質問② 発注企業から交渉申 し入れがあったか | 質問③ 交渉が実現しなかった理由 | 点数 |
|---------------------|------------------------------|---|------|
| 行われた | 申し入れがあった | | 10点 |
| | 申し入れがなかった | | 8点 |
| 行われなかった | 申し入れがあった | コストが 上昇せず、交渉は不要と判断し、辞退 したため | 10点 |
| | | コストが 上昇したが、交渉は不要と判断し、辞退 したため | 10点 |
| | | コストが上昇したが、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 | 0点 |
| | | 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 | 0点 |
| | | 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】

- コスト全体の転嫁率は、3月時点より微減（47.6%→45.7%）。⇒ 交渉だけでなく、より高い比率での転嫁が課題。
- 一方で、「コストが上昇せず、価格転嫁が不要」の割合（下図緑色⑤）が約2倍に増加（8.4%→16.2%）。
⇒ コスト上昇が一服し、あるいは既に価格転嫁（値上げ）出来たため、価格転嫁を不要と考える企業が増加傾向。
- また、「全く転嫁できなかった」、「コストが増加したのに減額された」割合の合計は減少（下図ピンク：23.5%→20.7%）。
⇒ 価格転嫁の裾野は広がりつつある。今後は、この裾野の拡大に加えて転嫁率の上昇を図っていくことが重要。

直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分の転嫁状況

3月結果



9月

全く転嫁できず
or 減額
20.7%

コストが上昇せず、
価格転嫁は不要
16.2%

一部でも
価格転嫁できた
63.0%

転嫁率（コスト全体）：**45.7%**

⑦ 2.3%
⑥ 18.5%
⑤ 16.2%
④ 19.6%
③ 9.6%
② 16.9%
① 16.9%

n = 44,059

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。

- | | | |
|-------------|------------------------|---------|
| ■ ①10割 | ■ ④3割、2割、1割 | ■ ⑥0割 |
| ■ ②9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 |
| ■ ③6割、5割、4割 | | |

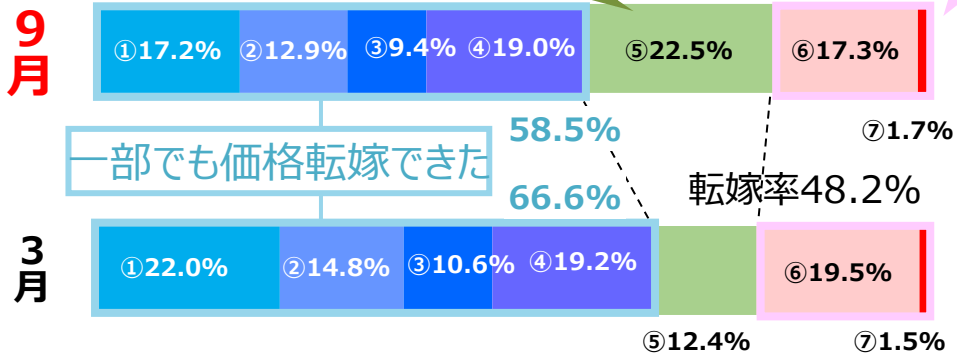
価格転嫁の状況② 【コスト要素別】

- コスト要素毎に見ても、原材料費、エネルギー費、労務費のいずれについても、「コストが上昇せず、価格転嫁が不要」(下記の緑色)が、約10ポイント増加。
- 3月時点と同様、労務費、エネルギー費は、原材料費と比較して約10ポイント低い水準。

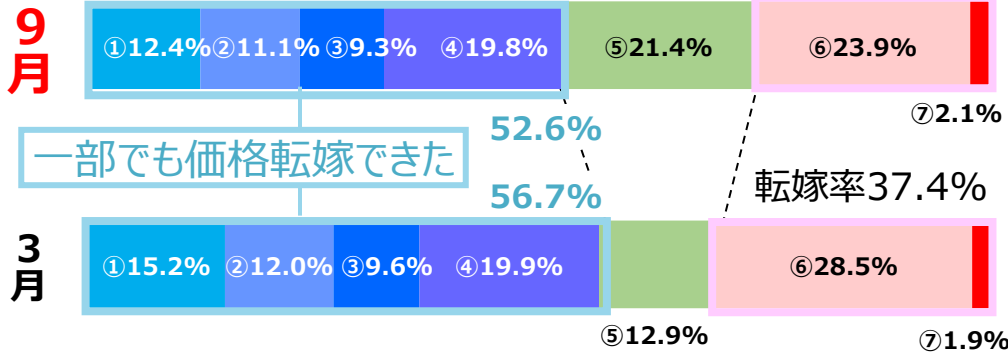
原材料費

コストが上昇せず
価格交渉は不要

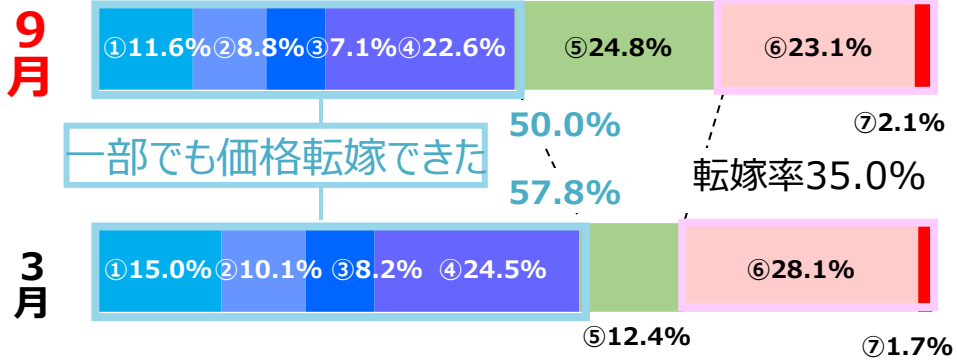
全く転嫁できずor
減額



労務費



エネルギー費



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。

| | | |
|------------|-----------------------|--------|
| 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 | | |

価格転嫁 業種別【前回（本年3月）調査との比較】

- 化学、自動車・自動車部品等の12業種において、3月時点と比較して転嫁率が上昇。
- 3月調査と同様に、トラック運送、放送コンテンツの転嫁率が低いが、いずれも、3月調査よりは約4ポイント上昇。

| 2023年3月 | | コスト増に 対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 | | | 2023年9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 | | 47.6% | 48.2% | 35.0% | 37.4% | ①全体 | | ↓45.7% | ↓45.4% | ↓33.6% | ↓36.7% |
| 1位 | 石油製品・石炭製品製造 | 57.0% | 50.4% | 45.8% | 45.8% | 1位 | 化学 | ↑↑59.7% | ↑57.9% | ↑45.7% | ↑47.1% |
| 2位 | 卸売 | 56.9% | 55.5% | 41.5% | 41.7% | 2位 | 食品製造 | ↓53.7% | ↓52.5% | ↓37.6% | ↑39.9% |
| 3位 | 造船 | 56.1% | 60.1% | 40.5% | 42.1% | 3位 | 電機・情報通信機器 | ↓53.4% | ↓55.2% | ↑37.8% | ↑39.9% |
| 4位 | 食品製造 | 55.8% | 55.2% | 39.9% | 39.3% | 3位 | 機械製造 | ↑53.3% | ↓55.5% | ↑38.9% | ↑39.8% |
| 5位 | 飲食サービス | 55.6% | 55.8% | 37.3% | 41.4% | 5位 | 飲食サービス | ↓52.1% | ↓47.6% | ↓34.0% | ↓35.7% |
| 6位 | 電機・情報通信機器 | 55.4% | 57.1% | 36.7% | 38.8% | 6位 | 製薬 | ↑50.7% | ↓49.3% | ↓29.4% | ↓27.8% |
| 7位 | 繊維 | 54.8% | 54.5% | 38.9% | 38.2% | 7位 | 卸売 | ↓↓50.5% | ↓50.5% | ↓35.1% | ↓35.6% |
| 8位 | 小売 | 53.7% | 53.3% | 38.3% | 39.1% | 8位 | 造船 | ↓↓50.2% | ↓53.6% | ↓40.1% | ↓38.3% |
| 9位 | 化学 | 53.3% | 56.8% | 39.6% | 39.9% | 9位 | 紙・紙加工 | ↓49.2% | ↓48.7% | ↓33.7% | ↓34.2% |
| 9位 | 建材・住宅設備 | 53.3% | 53.3% | 36.5% | 37.0% | 10位 | 金属 | ↓48.8% | ↓50.6% | ↓35.2% | ↓34.4% |
| 11位 | 機械製造 | 52.2% | 55.7% | 36.5% | 37.5% | 11位 | 小売 | ↓↓48.7% | ↓47.3% | ↓33.2% | ↓35.0% |
| 11位 | 紙・紙加工 | 52.2% | 52.3% | 35.9% | 35.0% | 12位 | 印刷 | ↑↑48.2% | ↑49.3% | ↑29.7% | ↑33.1% |
| 13位 | 金属 | 50.2% | 52.4% | 38.0% | 36.3% | 13位 | 繊維 | ↓↓47.0% | ↓43.4% | ↓32.0% | ↓33.1% |
| 14位 | 廃棄物処理 | 48.5% | 43.6% | 35.9% | 39.6% | 14位 | 広告 | ↑↑↑45.9% | ↑40.8% | ↓30.9% | ↑41.0% |
| 15位 | 製薬 | 48.4% | 52.4% | 40.0% | 38.4% | 15位 | 建材・住宅設備 | ↓↓45.3% | ↓47.5% | ↓30.6% | ↓33.5% |
| 16位 | 不動産・物品賃貸 | 46.5% | 45.0% | 36.6% | 41.7% | 16位 | 建設 | ↑45.1% | ↓44.5% | ↑35.1% | ↑41.2% |
| 17位 | 建設 | 44.3% | 45.4% | 35.1% | 40.6% | 17位 | 自動車・自動車部品 | ↑44.6% | ↑51.3% | ↑37.8% | ↑28.8% |
| 18位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | 43.0% | 40.1% | 31.5% | 37.7% | 18位 | 金融・保険 | ↑42.4% | ↓40.1% | ↓29.0% | ↑39.1% |
| 19位 | 印刷 | 42.3% | 41.6% | 26.8% | 31.3% | 19位 | 石油製品・石炭製品製造 | ↓↓↓42.0% | ↓46.0% | ↓32.1% | ↓29.9% |
| 20位 | 自動車・自動車部品 | 40.7% | 47.4% | 29.9% | 24.3% | 20位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | ↓41.1% | ↑41.4% | ↑32.3% | ↓37.2% |
| 21位 | 金融・保険 | 38.9% | 41.7% | 29.8% | 35.3% | 21位 | 鉱業・採石・砂利採取 | ↑40.6% | ↓38.0% | ↑34.6% | ↓31.1% |
| 22位 | 鉱業・採石・砂利採取 | 37.2% | 39.2% | 34.5% | 40.2% | 22位 | 不動産業・物品賃貸 | ↓↓39.7% | ↓36.5% | ↓29.5% | ↓35.2% |
| 23位 | 情報サービス・ソフトウェア | 36.7% | 21.0% | 18.0% | 45.7% | 22位 | 情報サービス・ソフトウェア | ↑39.6% | ↑21.9% | ↑18.5% | ↑46.5% |
| 24位 | 広告 | 34.0% | 36.4% | 27.8% | 30.8% | 24位 | 廃棄物処理 | ↓↓↓34.0% | ↓28.0% | ↓27.1% | ↓27.8% |
| 25位 | 通信 | 33.5% | 33.0% | 26.8% | 34.8% | 25位 | 通信 | ↓32.6% | ↑35.2% | ↓22.8% | ↓31.0% |
| 26位 | 放送コンテンツ | 22.7% | 24.0% | 19.5% | 21.8% | 26位 | 放送コンテンツ | ↑26.9% | ↑28.6% | ↑21.1% | ↑32.0% |
| 27位 | トラック運送 | 19.4% | 17.9% | 19.4% | 18.2% | 27位 | トラック運送 | ↑24.2% | ↓17.3% | ↑20.7% | ↑19.1% |
| - | その他 | 45.0% | 44.1% | 33.1% | 35.8% | - | その他 | ↓41.9% | ↓40.3% | ↓30.9% | ↑36.4% |

※3月時点との変化幅と矢印の数の関係

(例) ↑：1～4ポイントの上昇、↑↑：5～9ポイント 上昇、↑↑↑：10ポイント以上 上昇

(参考) 価格交渉と価格転嫁の関係

- 価格交渉が行われた企業のうち、「交渉自体には応じたものの、転嫁に全く応じなかった」企業の割合が高い業種は、トラック運送業、放送コンテンツ業、通信業など。
- これらの業種には、①コストに占める労務費の割合が高い、②多重下請構造や、多くの個人事業主が存在、等の傾向あり。

| 順位 | 業種名 | 価格交渉は行われたが、 全く転嫁できなかった企業の割合 | 転嫁率 | | コスト全体に占める 労務費の割合 |
|-----|---------------|--------------------------------|-------|-------|---------------------|
| | | | コスト全体 | 労務費 | |
| — | 全体 | 11.4% | 45.7% | 36.7% | 40.2% |
| 1位 | 食品製造業 | 7.0% | 53.7% | 39.9% | 27.8% |
| 2位 | 飲食サービス | 7.0% | 52.1% | 35.7% | 29.9% |
| 3位 | 印刷 | 7.6% | 48.2% | 33.1% | 35.7% |
| 4位 | 鉱業・採石・砂利採取 | 7.9% | 40.6% | 31.1% | 34.3% |
| 5位 | 卸売 | 7.9% | 50.5% | 35.6% | 26.6% |
| 6位 | 繊維 | 8.0% | 47.0% | 33.1% | 38.5% |
| 7位 | 建材・住宅設備 | 8.7% | 45.3% | 33.5% | 34.0% |
| 8位 | 電機・情報通信機器 | 8.7% | 53.4% | 39.9% | 38.3% |
| 9位 | 化学 | 8.7% | 59.7% | 47.1% | 33.9% |
| 10位 | 機械製造業 | 8.9% | 53.3% | 39.8% | 38.3% |
| 11位 | 金属 | 10.1% | 48.8% | 34.4% | 35.6% |
| 12位 | 小売 | 10.6% | 48.7% | 35.0% | 27.8% |
| 13位 | 広告 | 11.1% | 45.9% | 41.0% | 53.9% |
| 14位 | 建設 | 11.4% | 45.1% | 41.2% | 43.6% |
| 15位 | 造船 | 12.1% | 50.2% | 38.3% | 36.0% |
| 16位 | 紙・紙加工 | 12.1% | 49.2% | 34.2% | 34.6% |
| 16位 | 情報サービス・ソフトウェア | 12.8% | 39.6% | 46.5% | 79.4% |
| 18位 | 自動車・自動車部品 | 13.0% | 44.6% | 28.8% | 34.8% |
| 18位 | 製薬 | 13.0% | 50.7% | 27.8% | 33.4% |
| 20位 | 廃棄物処理 | 13.1% | 34.0% | 27.8% | 43.5% |
| 21位 | 石油製品・石炭製品製造 | 14.0% | 42.0% | 29.9% | 35.3% |
| 22位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | 15.0% | 41.1% | 37.2% | 43.3% |
| 23位 | 不動産業・物品賃貸 | 16.5% | 39.7% | 35.2% | 46.6% |
| 24位 | 金融・保険 | 16.7% | 42.4% | 39.1% | 52.9% |
| 25位 | 通信 | 23.9% | 32.6% | 31.0% | 56.8% |
| 26位 | 放送コンテンツ | 25.6% | 26.9% | 32.0% | 62.0% |
| 27位 | トラック運送 | 28.9% | 24.2% | 19.1% | 41.2% |

受注企業側から見た価格転嫁の業種別ランキング

- 受注側から見た、業種ごとの価格転嫁の状況は以下の表のとおり。
 - 相対的に価格転嫁率が高い業種は、紙・紙加工、卸売、機械製造。
 - 相対的に価格転嫁率が低い業種は、放送コンテンツ・通信・トラック運送。

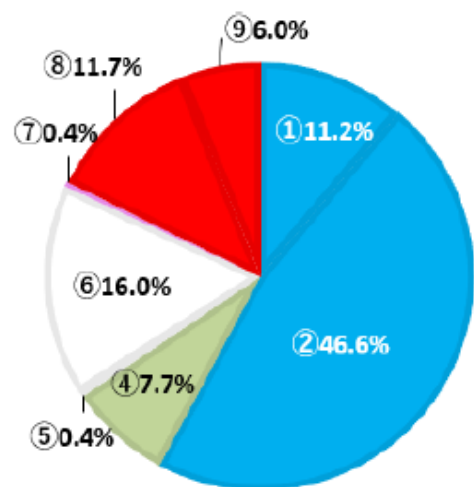
| 2023年3月 | | コスト増に対する転嫁率 | 各要素別の転嫁率 | | | 2023年9月 | | コスト増に対する転嫁率※ | 各要素別の転嫁率 | | |
|---------|---------------|-------------|----------|-------|-------|---------|---------------|--------------|----------|--------|--------|
| | | | 原材料費 | エネルギー | 労務費 | | | | 原材料費 | エネルギー | 労務費 |
| ①全体 | | 47.6% | 48.2% | 35.0% | 37.4% | ①全体 | | ↓45.7% | ↓45.4% | ↓33.6% | ↓36.7% |
| 1位 | 卸売 | 67.1% | 66.8% | 48.1% | 48.5% | 1位 | 紙・紙加工 | ↑61.7% | ↓59.6% | ↑41.8% | ↑42.9% |
| 2位 | 小売 | 60.7% | 57.7% | 39.4% | 40.9% | 2位 | 卸売 | ↓60.1% | ↓60.8% | ↓40.4% | ↓40.7% |
| 3位 | 紙・紙加工 | 58.6% | 60.2% | 39.2% | 38.6% | 3位 | 機械製造 | ↑55.2% | ↑56.3% | ↑41.0% | ↑41.8% |
| 4位 | 食品製造 | 58.2% | 56.6% | 42.0% | 41.6% | 3位 | 化学 | ↑54.4% | ↑57.0% | ↑39.2% | ↑35.4% |
| 5位 | 電機・情報通信機器 | 55.9% | 58.8% | 36.3% | 38.5% | 5位 | 食品製造 | ↓53.1% | ↓51.8% | ↓40.0% | ↓40.1% |
| 6位 | 機械製造業 | 53.4% | 56.1% | 38.5% | 38.6% | 6位 | 電機・情報通信機器 | ↓52.5% | ↓54.7% | ↑37.2% | ↑40.8% |
| 7位 | 建材・住宅設備 | 53.2% | 56.8% | 38.6% | 38.5% | 7位 | 鉱業・採石・砂利採取 | ↓50.8% | ↓42.5% | ↓42.3% | ↓35.4% |
| 8位 | 製菓 | 52.9% | 47.1% | 47.1% | 41.4% | 8位 | 小売 | ↓↓↓50.7% | ↓49.0% | ↓32.5% | ↓33.5% |
| 9位 | 繊維 | 52.3% | 53.9% | 39.3% | 39.3% | 9位 | 金属 | ↑49.5% | ↓53.7% | ↑36.7% | ↑34.3% |
| 10位 | 鉱業・採石・砂利採取 | 51.8% | 49.0% | 47.5% | 40.7% | 10位 | 製菓 | ↓48.9% | ↓37.8% | ↓30.0% | ↓25.7% |
| 11位 | 化学 | 51.3% | 56.2% | 33.2% | 33.5% | 11位 | 印刷 | ↑48.1% | ↑49.4% | ↑29.8% | ↑30.5% |
| 12位 | 金属 | 48.9% | 54.6% | 35.9% | 33.1% | 12位 | 建材・住宅設備 | ↓46.9% | ↓47.8% | ↓29.6% | ↓35.2% |
| 13位 | 印刷 | 46.3% | 46.4% | 28.6% | 30.2% | 13位 | 繊維 | ↓44.4% | ↓40.9% | ↓33.1% | ↓32.8% |
| 14位 | 不動産・物品賃貸 | 45.9% | 45.8% | 41.4% | 45.9% | 14位 | 建設 | ↑43.8% | ↓43.8% | ↑35.4% | ↑41.2% |
| 15位 | 造船 | 44.7% | 52.9% | 33.9% | 34.1% | 15位 | 石油製品・石炭製品製造 | ↓42.1% | ↑49.7% | ↑32.0% | ↓27.8% |
| 16位 | 建設 | 43.5% | 44.5% | 34.7% | 40.0% | 16位 | 金融・保険 | ↑↑↑40.0% | ↑48.0% | ↑28.3% | ↑50.0% |
| 17位 | 石油製品・石炭製品 | 43.3% | 44.8% | 30.7% | 31.7% | 17位 | 広告 | ↑39.2% | ↓35.2% | ↓22.1% | ↑33.2% |
| 18位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | 39.7% | 40.7% | 33.1% | 34.2% | 18位 | 自動車・自動車部品 | ↑39.1% | ↑49.3% | ↑37.1% | ↑22.9% |
| 19位 | 廃棄物処理 | 39.1% | 33.6% | 30.0% | 32.8% | 19位 | 情報サービス・ソフトウェア | ↑38.8% | ↓21.0% | ↓17.2% | ↑46.6% |
| 20位 | 広告 | 37.9% | 39.8% | 27.6% | 32.3% | 20位 | 造船 | ↓↓↓37.7% | ↓45.5% | ↑35.3% | ↑37.8% |
| 21位 | 情報サービス・ソフトウェア | 37.7% | 24.5% | 20.1% | 45.9% | 21位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | ↓35.5% | ↓38.1% | ↓28.1% | ↓32.5% |
| 22位 | 自動車・自動車部品 | 34.7% | 45.5% | 28.5% | 19.1% | 22位 | 飲食サービス | ↑33.5% | ↓34.2% | ↑19.6% | ↓19.7% |
| 23位 | 飲食サービス | 33.2% | 35.3% | 18.3% | 24.7% | 22位 | 廃棄物処理 | ↓↓↓29.0% | ↓24.8% | ↓24.4% | ↓26.7% |
| 24位 | 通信 | 31.2% | 27.3% | 23.7% | 32.5% | 24位 | 不動産・物品賃貸 | ↓↓↓27.8% | ↓23.3% | ↓20.9% | ↓25.6% |
| 25位 | 金融・保険 | 25.0% | 38.3% | 25.7% | 27.5% | 25位 | トラック運送 | ↑24.8% | ↓16.1% | ↑22.2% | ↑19.4% |
| 26位 | 放送コンテンツ | 24.5% | 27.3% | 24.0% | 28.3% | 26位 | 通信 | ↓24.4% | ↓25.6% | ↓17.6% | ↓21.0% |
| 27位 | トラック運送 | 21.1% | 17.1% | 21.0% | 18.6% | 27位 | 放送コンテンツ | ↓23.7% | ↓23.5% | ↓16.2% | ↓27.9% |
| - | その他 | 41.9% | 39.4% | 31.4% | 36.5% | - | その他 | ↓40.3% | ↓36.6% | ↓29.0% | ↑37.2% |

※3月時点との変化幅と矢印の数の関係 (例) ↑: 1~4ポイントの上昇、↑↑: 5~9ポイント上昇、↑↑↑: 10ポイント以上上昇

(参考) 個別の業界ごとの交渉・転嫁状況、下請Gメンが収集した事業者の声

トラック運送

直近6ヶ月間の価格交渉の状況



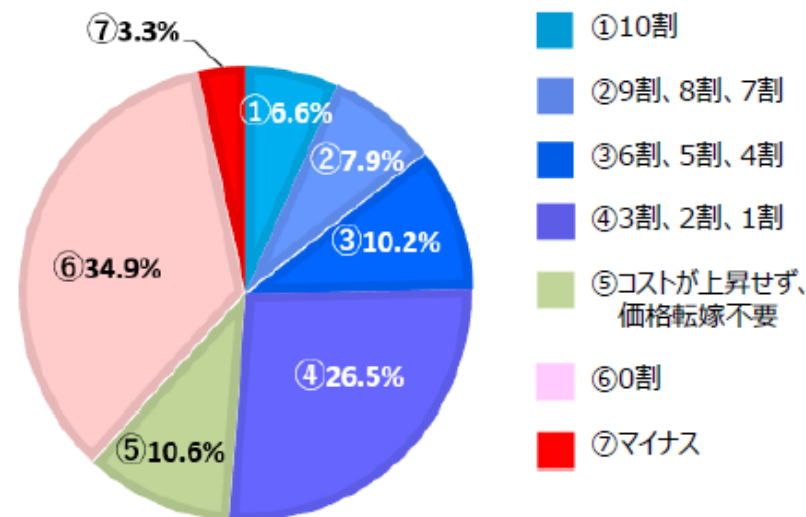
| | |
|---|---|
| ① | 発注企業から、交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた。 |
| ② | 受注企業から、発注企業に交渉を申し出、価格交渉が行われた。 |
| ③ | コストが上昇せず、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。 |
| ④ | コストが上昇せず、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、受注企業から交渉を申し出なかった。 |
| ⑤ | コストが上昇したが、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。 |
| ⑥ | コストが上昇し、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、受注企業から交渉を申し出なかった。 |
| 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。 |
| 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。 |
| 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。 |

下請Gメンヒアリング等による生声

- 発注企業との価格交渉は、都度必要なタイミングで実施できている。直近では、発注企業側から値上げ交渉の申し入れがあり、コスト上昇分に対して価格転嫁を実現できた。
- ▲ 値上げを希望して発注企業に価格交渉申し込んだが、相場価格が上昇していないという理由で価格を据え置かれた。結局、取引停止を恐れて、やむなく受け容れた。
- ▲ 価格交渉自体は年に1回行われているが、コロナ禍前に労務費がわずかに値上げされて以降、その後は据え置かれている。今年9月に価格交渉を申し入れたが、応じてもらえなかった。
- ▲ 発注企業に労務費の値上げ要求をしても、「要求をしてるのはあなただけだ」と返答があり、全く転嫁できていない。他社との競合があることにつけこみ、一方的に「この価格でいいなら発注する」と通告が来て価格が固定されてしまっている。

【凡例】 ○：よい事例、▲：問題のある事例

直近6ヶ月間の価格転嫁の状況【コスト全般】



転嫁率：24.2%

n=1,297

価格交渉・転嫁の回答状況のリスト（9月の価格交渉促進月間の結果）

- より一層の自発的な取引慣行の改善を促し、下請中小企業の振興を図るため、下請中小企業（※）10社以上から回答があった発注側企業（約220社）について、「企業名、下請中小企業からの交渉・転嫁の回答状況」を整理した企業リストを、下請振興法第26条に基づき公表。

（※）今回の調査からは、「委託契約か否か」も調査。⇒「委託契約でない」旨の回答を除き、精度を高めた。

～今回の企業リストのポイント～

・3回目となる今回の企業リストは、**220社**を掲載。うち初掲載は81社。

・過去リストに掲載された**139社**に関しては、**初掲載81社と比較し、価格転嫁率が高いなど**、リスト公表をきっかけに取引方針を改善している傾向がみられる。

・下請中小企業からの評価が芳しくない発注企業約20社の企業の経営トップに指導等を行う予定。

【参考：企業リストのイメージ】

| 法人番号 | 企業名 | ①回答企業数 | ②価格交渉の回答状況 | ③価格転嫁の回答状況 |
|---------------|---------------------|--------|------------|------------|
| 1010001000006 | 五洋建設(株) | 16 | イ | イ |
| 1010001000668 | JFEスチール(株) | 11 | イ | イ |
| 1010001002515 | NX商事(株) | 15 | ウ | イ |
| 1010001004730 | (株)内田洋行 | 13 | イ | イ |
| 1010001008181 | (株)セブンイレブン・ジャパン | 10 | イ | イ |
| 1010001009205 | ヤマト運輸(株) | 39 | ウ | ウ |
| 1010001008619 | 日鉄物流(株) | 11 | ウ | ウ |
| 101000112527 | 日本郵便(株) | 11 | イ | ウ |
| 1010001122055 | JCOM(株) | 10 | エ | ウ |
| 101001004837 | NOK(株) | 11 | ア | イ |
| 1010401009746 | (株)小糸製作所 | 13 | ア | ウ |
| 1010401010465 | (株)小松製作所 | 30 | ア | イ |
| 1010401012566 | 清水建設(株) | 74 | イ | イ |
| 1010601001748 | (株)荏原製作所 | 10 | ウ | イ |
| 1020001017481 | 富士通(株) | 45 | イ | ウ |
| 1020001020532 | パナソニックA P空調・冷設機器(株) | 10 | イ | ウ |
| 1120001026880 | レノコ(株) | 13 | ア | イ |
| 1120001027978 | (株)クボタ | 37 | イ | イ |
| 1120001043033 | (株)きんでん | 20 | イ | ウ |
| 1120001081381 | イオンデイライト(株) | 20 | ウ | ウ |
| 1120001014824 | オムロン(株) | 13 | ア | ウ |
| 1140001005719 | 川崎重工業(株) | 38 | イ | イ |
| 1180001054808 | 東建コーポレーション(株) | 14 | ウ | ウ |
| 1180001081319 | オークマ(株) | 16 | イ | イ |
| 1180201018771 | トヨタ自動車(株) | 22 | イ | イ |
| 1210001001082 | (株)熊谷組 | 17 | イ | ウ |
| 1290010026003 | TOT(株) | 22 | イ | イ |
| 2010001009850 | AGC(株) | 12 | イ | イ |
| 2010001009863 | 三機工業(株) | 12 | イ | イ |
| 2010001014851 | 日本工業(株) | 12 | ウ | イ |
| 2010001027031 | (株)日立ビルシステム | 16 | イ | イ |
| 2010001011322 | 住友化学(株) | 11 | イ | イ |
| 2010001131473 | 三井物産(株) | 13 | ウ | ウ |
| 2010001215114 | UJ住宅三菱セメント(株) | 13 | イ | ウ |
| 2010401004497 | (株)東芝 | 21 | イ | イ |
| 2010401005496 | (株)安器・間 | 19 | イ | ウ |
| 2010601029542 | BIPROGY(株) | 12 | ウ | ウ |
| 2010601040097 | マルハニチロ(株) | 11 | イ | イ |

| 法人番号 | 企業名 | ①回答企業数 | ②価格交渉の回答状況 | ③価格転嫁の回答状況 |
|---------------|-----------------------|--------|------------|------------|
| 2080001000454 | イオンリテール(株) | 10 | ウ | イ |
| 2080401010449 | ヤマハ発動機(株) | 35 | ア | イ |
| 2120001002188 | (株)橋本チエイン | 14 | イ | ウ |
| 2120001010078 | NX・N Pロジスティクス(株) | 15 | イ | ウ |
| 2140001013314 | 三菱重工機械システム(株) | 11 | ウ | イ |
| 2180001021323 | リンナイ(株) | 11 | ウ | ウ |
| 2180201014234 | トヨタ紡織(株) | 12 | イ | イ |
| 2180201014282 | (株)F U J I | 15 | イ | イ |
| 2200010002053 | (株)インテック | 16 | イ | ウ |
| 2200010010089 | 三協立山(株) | 18 | イ | イ |
| 3010001008749 | 高砂紡学工業(株) | 13 | ア | イ |
| 3010001008848 | 日本製鉄(株) | 23 | イ | イ |
| 3010001011818 | 金農物流(株) | 12 | ウ | ウ |
| 3010001024998 | 日立建機(株) | 12 | ア | ア |
| 3010001033378 | 日本総合住生活(株) | 11 | イ | ウ |
| 3010001034834 | 芝浦機械(株) | 15 | イ | イ |
| 3010001024842 | (株)ブリヂストン | 13 | ウ | イ |
| 3010010098883 | フォーエニエ(株) | 11 | ウ | ウ |
| 3010010097626 | S M C(株) | 30 | イ | ア |
| 3010001129218 | パナソニックコネクタ(株) | 22 | イ | イ |
| 3010001142383 | ナブテスコ(株) | 15 | イ | ウ |
| 3010001164927 | 東京電カパワーグリッド(株) | 17 | ア | イ |
| 3010401038783 | (株)プロテリアル | 14 | イ | イ |
| 3010701006176 | T H K(株) | 10 | ウ | ウ |
| 3010801000723 | アルプスアルパイン(株) | 11 | イ | イ |
| 3011001019553 | エクシオグループ(株) | 15 | ウ | ウ |
| 3011101018064 | (株)レフナック | 11 | イ | イ |
| 3020001001915 | (株)オカムラ | 28 | イ | イ |
| 3021001005892 | 三菱重工エエンジン&ターボチャージャ(株) | 11 | イ | イ |
| 3080401005584 | ヤマハ(株) | 11 | イ | イ |
| 3090001010053 | フナツク(株) | 11 | ア | イ |
| 3120001031541 | 日立造船(株) | 15 | イ | イ |
| 3120001048881 | N T N(株) | 32 | イ | イ |
| 3120001072469 | (株)竹中工務店 | 44 | イ | イ |
| 3120001083149 | ダイハツディーゼル(株) | 10 | ア | イ |
| 3120001236004 | パナソニック(株) | 35 | イ | イ |
| 3120100033990 | (株)シマダ | 16 | イ | イ |
| 3120001003262 | 三菱ロジスネクスト(株) | 17 | イ | イ |
| 3180001010848 | 日本特務陶業(株) | 10 | イ | イ |
| 3180201014273 | (株)豊田自動織機 | 16 | イ | イ |
| 3240001049223 | マツダ(株) | 16 | ア | イ |

参考1：下請振興法 第26条

国は、下請中小企業の振興を図るために必要があると認めるときは、振興基準に定める事項に関する調査を行い、その結果を公表するものとする。

参考2：企業リストの評価方法（交渉・転嫁）

下請中小企業からの価格交渉、価格転嫁についての回答の平均値（＝全回答を点数化し、その総和を回答企業数で割った値）をア、イ、ウ、エの4区分で整理。

ア：7点以上／イ：7点未満、4点以上／ウ：4点未満、0点以上／エ：0点未満

【参考】日本郵政グループ

<出典 : https://www.post.japanpost.jp/notification/pressrelease/2023/00_honsha/0616_02_01.pdf>



PRESS RELEASE

2023年6月16日
日本郵便株式会社

集配関係委託契約に関するコミュニケーション促進月間の協議結果について

日本郵便株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長 衣川 和秀／以下「日本郵便」）は、2023年2月13日および同年4月14日にお知らせした、郵便物や荷物の配達・集荷業務などの委託契約（以下「集配関係委託契約」）に関するコミュニケーション促進月間の協議結果をお知らせします。

1 コミュニケーション促進月間の協議結果

現在締結している全ての集配関係委託契約（約 5,500 件）について、協力会社の皆さまと真摯に協議を重ねてまいりましたが、2023年5月末までに全契約について協議が完了いたしました。

協議完了まで時間がかかってしまい、協力会社の皆さまにご迷惑をおかけいたしましたこと、お詫び申し上げます。

2 今後の対応について

協力会社の皆さまとの協議の進め方を含めて改善し、今後も集配関係委託契約に関して、下請取引の適正な運用を徹底するよう、次のとおり取り組みます。

- ・ 協力会社の皆さまと、契約内容に関する協議を定期的を実施します。
（2023年度のコミュニケーション促進月間に基づく協議は、2024年2月頃実施予定です。）
- ・ 協力会社の皆さまから、定期的集配関係委託契約の手續や業務内容、日頃のコミュニケーションなどを含めて幅広くご意見・ご要望をいただき改善などにつなげる仕組みを設け、より一層のパートナーシップの構築に努めてまいります。

3) パートナーシップ構築宣言の普及・促進

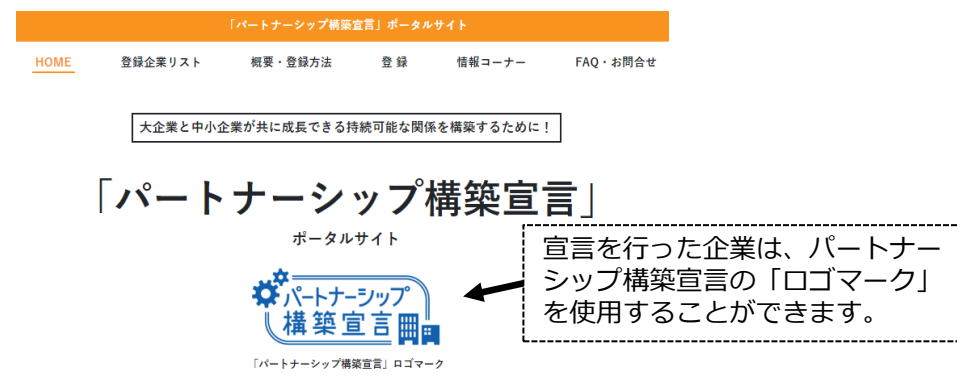
- 「パートナーシップ構築宣言」は、事業者が、大企業と中小企業の共存共栄を目指し、下請企業との望ましい取引慣行の遵守（例えば「価格決定方法の適正化」）などを宣言するもの。「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（関係省庁、経団連、日商、連合）」において導入を決定し、これまで全国3万8千社超（うち北海道は1,100社超）の企業が宣言済み（2023年12月末現在）。
- 賃上げ原資の確保のためにも今こそ社会全体で取引適正化の取組が必要です。大企業はもちろん中小企業も、是非、宣言をお願い致します。
- 宣言を行うことで、自社の取組をPRすることができるほか、税、補助金、官公需への入札等における優遇措置も受けられます。

宣言のイメージ



宣言企業は、(公財)全国中小企業振興機関協会が運営する「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイトに掲載・公表【URL】<https://www.biz-partnership.jp/>

■「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト



| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| 登録企業リスト 現在の登録数 11138 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 |
|-------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|

パートナーシップ構築宣言の優遇措置

- 賃上げ促進税制（資本金10億円以上・従業員数1,000人以上）の要件、補助金の加点措置、融資の要件など「パートナーシップ構築宣言」の施策への措置。
- 宣言企業に対して、**政府系金融機関**や**札幌市の融資**において、**新たな支援メニューとして追加**。

<国の優遇措置>

■ 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（最大30%）**を法人税額等から控除。
※適用期間：2022年4月～2024年3月に始まる事業年度
- 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（加点措置）

● ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金

● 事業再構築補助金 等々

※加点措置の補助金は「パートナーシップ構築宣言ポータルサイト」で随時更新。

※他省庁などの補助金等にも拡大。

<北海道の優遇措置>

● 中小企業競争力強化促進事業費補助金

● ステップアップ貸付「政策サポート」

● プロポーザル方式による契約における加点措置（経済部）

<新たに創設された優遇措置>

● 日本政策金融公庫「企業活力強化資金」

パートナーシップ構築宣言企業が、宣言内容に基づく取組を実施するために必要な設備資金や長期の運転資金について、**長期固定金利の資金融資を受けることが可能**。



<資金の概要>

- **ご利用いただける方**
パートナーシップ構築宣言を登録・公表している方
- **ご利用いただける資金**
直接貸付：7億2千万円
代理貸付：1億2千万円
- **融資利率**
基準金利
- **融資期間**
設備資金：20年以内（うち措置期間2年以内）
運転資金：7年以内（うち措置期間2年以内）

● 札幌市「札幌みらい資金」

融資対象として、「パートナーシップ構築宣言」に登録し、ポータルサイトにおいて、宣言を公表している者を追加。

<資金の概要>

- **融資限度額**
2億円
- **融資期間**
運転資金7年以内（うち据置2年以内）
設備資金15年以内（うち据置2年以内）

北海道の宣言企業

北海道の宣言企業は1,100社。

業種別には農業、林業の割合が多く、市町村別では札幌市に次いで帯広市が多い。

| 業種 | 北海道 | | 全国 | |
|----------------------|-------|-----|--------|-----|
| | 宣言数 | 割合 | 宣言数 | 割合 |
| 1 農業、林業 | 277 | 24% | 728 | 2% |
| 2 漁業 | 1 | 0% | 39 | 0% |
| 3 鉱業、採石業、砂利採取業 | 3 | 0% | 46 | 0% |
| 4 建設業 | 135 | 12% | 4,005 | 11% |
| 5 製造業 | 235 | 20% | 13,457 | 35% |
| 6 電気・ガス・熱供給・水道業 | 5 | 0% | 169 | 0% |
| 7 情報通信業 | 45 | 4% | 2,251 | 6% |
| 8 運輸業、郵便業 | 22 | 2% | 783 | 2% |
| 9 卸売業 | 53 | 5% | 1,823 | 5% |
| 10 小売業 | 60 | 5% | 2,148 | 6% |
| 11 金融業、保険業 | 6 | 1% | 309 | 1% |
| 12 不動産業、物品賃貸業 | 17 | 1% | 695 | 2% |
| 13 学術研究、専門・技術サービス業 | 58 | 5% | 2,244 | 6% |
| 14 宿泊業、飲食サービス業 | 36 | 3% | 1,679 | 4% |
| 15 生活関連サービス業、娯楽業 | 32 | 3% | 1,275 | 3% |
| 16 教育、学習支援業 | 6 | 1% | 331 | 1% |
| 17 医療、福祉 | 60 | 5% | 2,127 | 6% |
| 18 複合サービス事業 | 5 | 0% | 161 | 0% |
| 19 サービス業（他に分類されないもの） | 97 | 8% | 3,841 | 10% |
| 合計 | 1,153 | - | 38,111 | - |

| No. | 市町村名 | 宣言企業数 |
|-----|------|-------|
| 1 | 札幌市 | 366 |
| 2 | 帯広市 | 88 |
| 3 | 函館市 | 43 |
| 4 | 旭川市 | 42 |
| 5 | 小樽市 | 33 |
| 6 | 音更町 | 30 |
| 7 | 芽室町 | 30 |
| 8 | 幕別町 | 28 |
| 9 | 清水町 | 26 |
| 10 | 士幌町 | 22 |
| 11 | 釧路市 | 21 |
| 12 | 北見市 | 18 |
| 13 | 室蘭市 | 17 |
| 14 | 苫小牧市 | 15 |
| 15 | 豊頃町 | 15 |

(令和5年12月末現在)

北海道パートナーシップ構築宣言普及促進会議

- 北海道経済産業局及び北海道では、大企業と中小企業の共存共栄を目指し、サプライチェーン全体の付加価値増大や下請企業との望ましい取引慣行の遵守を宣言する「パートナーシップ構築宣言」の普及をより一層促進するため、「北海道パートナーシップ構築宣言普及促進会議」を2023年2月に立ち上げ。
- 会議では同宣言の「普及・促進に関する申し合わせ」を行い、今後、構成機関が総力を結集し、適正な商慣行の定着による中小企業の賃上げ原資の確保を推進。
- 第2回会議を2024年1月23日に開催し、価格転嫁の実効性確保に向けて、構成機関と連携した相談・支援体制の充実や機運醸成の取組を進めることを確認。

<第1回会議>

日時：2023年2月6日（月）14：00～14：40

場所：ホテル札幌ガーデンパレス

- 議題等：1. 開催趣旨説明及び協力要請<北海道経済産業局長>
2. 北海道における取組と協力要請<北海道知事>
3. 構成機関からのご発言
4. 北海道におけるパートナーシップ構築宣言の普及・促進に関する申し合わせ

構成機関：

<経済団体>

北海道経済連合会
北海道経済同友会
一般社団法人北海道商工会議所連合会
北海道商工会連合会
北海道中小企業団体中央会

<労働団体>

日本労働組合総連合会北海道連合会

<行政機関>

北海道労働局
北海道農政事務所
北海道経済産業局
北海道開発局
北海道運輸局
北海道



申し合わせ後の集合写真

北海道におけるパートナーシップ構築宣言の普及・促進に関する申し合わせ
令和5年2月6日
北海道パートナーシップ構築宣言普及促進会議構成成員
申し合わせ

政府関係大臣（内閣府、経済産業省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省）、日本商工会議所会頭、日本経済団体連合会会長及び日本労働組合総連合会会長を構成員とした「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」は、大企業と中小企業の共存共栄を目指し、サプライチェーン全体の付加価値増大や下請企業との望ましい取引慣行の遵守を宣言する「パートナーシップ構築宣言」の取組を普及・促進している。

本取組の拡大によってサプライチェーン全体で生産性を向上させ、その果実を働く人に賃金の形で分配することで、広く国民の所得水準を伸ばし、次の成長を実現していく「成長と分配の好循環」につなげていくことが極めて重要である。

北海道においては関係機関の総力を結集し、「パートナーシップ構築宣言」をより一層普及促進し、親事業者と下請事業者の適正な商慣行の定着や労務費や原材料・エネルギーコストの適切な価格転嫁を推進する。

- パートナーシップ構築宣言を道内企業へ広く浸透させるため、各機関の所掌の範囲の中で周知等を行い、宣言企業の拡大を目指す。
- パートナーシップ構築宣言の実効性を確保するため、支援制度(※)、講習会・セミナーなど支援施策等の情報を広く発信する。

(※) 各構成機関の支援制度は別紙参照

申し合わせ

Ⅲ 価格交渉のノウハウ・関連情報

経営力を高める！価格交渉サポートセミナー・アーカイブ

- 価格設定や価格交渉力の向上を目的に中小・小規模事業者や支援機関等で経営指導される方を対象としたセミナーを開催。
- HPにアーカイブ動画を掲載。

開催概要

- 【日時】 2023年11月22日（水）14:00～15:30
- 【場所】 経済産業省北海道経済産業局 第1会議室
（札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎6階北側）
- 【定員】 80名（参加無料）
- 【対象】 中小企業・小規模事業者、商工会議所・商工会相談員、地域支援機関、地域金融機関等
- 【主催】 経済産業省北海道経済産業局
- 【共催】 北海道よろず支援拠点

プログラム

- ◆ 経営に係る価格設定や交渉に必要なノウハウ等について（60分） [\[動画\]](#)
北海道よろず支援拠点 チーフコーディネーター 中野 貴英 氏
 - [下請中小企業の価格交渉・価格転嫁を後押しするため、全国のよろず支援拠点に相談窓口を設置するなど、サポート体制を整備します（経済産業省のウェブサイト）](#)
 - [価格交渉ハンドブック～価格転嫁の実現に向けた交渉準備～（初級編）（PDF形式）](#)
- ◆ 価格転嫁に係る相談事例やその他相談対応等（15分） [\[動画\]](#)
下請かけこみ寺 相談員 中村 純 氏
- ◆ 取引適正化の取組について（15分） [\[動画\]](#)
経済産業省北海道経済産業局 産業部 中小企業課 取引適正化推進室

The screenshot shows a web browser displaying the homepage of the Hokkaido Economic Industry Agency. The main heading reads '経営力を高める！価格交渉サポートセミナーを開催します' (We will hold a seminar to improve business management skills!). Below the heading, it states '～毎年11月は下請取引適正化推進月間です～' (Every November is the month for promoting fair trade practices). A red box with white text says '募集を締め切りました' (Recruitment is closed). The date '2023年10月13日' and '2024年1月19日更新' (Updated January 19, 2024) are visible. A text box at the bottom explains that the seminar aims to improve pricing and negotiation skills, and that a handbook is available. It also mentions that the seminar video is available on YouTube.

適正取引講習会オンライン（下請法・価格交渉）

<https://tekitorisupport.go.jp/e-learning/>



適正取引講習会オンライン3つのメリット

- 1 下請法や価格交渉について**実践的に学べる!**
- 2 オンライン講習なので**どこでも受講可能!**
- 3 **講師に直接質問**できる!

【開催中の講座】

| | |
|-------|------------------|
| 基礎コース | 下請代金法(基礎編) |
| | 価格転嫁力強化セミナー(基礎編) |
| | 下請ガイドライン |

| | |
|-------|--------------------|
| 実践コース | 下請代金法(実践編) |
| | 価格転嫁力強化セミナー(交渉準備編) |
| | 価格転嫁力強化セミナー(交渉術編) |

【受講者の声】

- **下請法**をなんとなく理解したつもりであったものの**深く知ることができて**良かった。
- **自分のペースで視聴**できるので良い。確認テストも解説付きなので分かりやすい。
- 理解できなかったことを、**聞き直しや、一時停止**できるので良い。
- **従業員への教育**にも使用したいと考えている。
- 講習自体が分かり易く、質問に対する**回答事例が豊富**で理解が深まった。
- オンライン講習は**自分のペースで学べる**ため、とても良かった。
- 長時間の拘束がなく、**各項目ごとに短い時間で受講できる**のはよいと思う。
- **いつでもどこでも受講**でき、かつ**内容が整理されている**ため理解しやすかった。
- 中小企業にとってこのようなサイトや相談場所があることは助かる。

価格交渉に向けたノウハウ・ハンドブック①

中小企業庁「中小企業・小規模事業者のための価格交渉ノウハウ・ハンドブック」



①交渉の前に準備しておくこと

- 対象となる製品(部品)固有の情報を整理しましょう。
 - これまでの販売量と価格の推移、価格変更の理由
 - 原価構成(材料費、加工費、管理費、粗利など)
- 相手にとって、自社がどのくらい重要な取引先なのか把握しましょう。
 - 現在の競合はどれくらいの価格と品質で製品を提供しているか。
 - なぜ自社が受注できていたか。
- 値上げした場合の相手のメリット、または値上げしない場合、相手に生じるデメリットは何か、考えましょう。
 - 価格変更は安定供給や品質安定にどのような影響があるか。
 - 代案として相手に提案できる価格以外のメリットはあるか。
- 相手との取引関係を確認しましょう。
 - 下請法が適用される取引か。
 - どのくらい相手との付き合い(取引期間)があるか。
 - 決算書を相手に開示し、経営状況を把握されているか。
 - 相手への依存度はどのくらいか。
- 「提示価格」と「留保価格」を考慮した上で、目標価格を設定しましょう。
 - 交渉相手に提示する理想的な価格「提示価格」をどのくらいの金額にするか。
 - 自社が譲歩できる最低の価格「留保価格」はどのくらいか。

②いざ交渉を開始しましょう

- 交渉のテーブルを設定するよう要請しましょう。
 - 「価格改定検討のお願い」など、文書を発行し、相手に通知しましょう。
- 目標価格に近づけるよう交渉しましょう。
 - 事前に整理した情報を把握して交渉に臨み、合理的なデータを提示しましょう。
 - 値上げの必要性を説明したら、まずは「提示価格」を提案し、相手の反応を見ましょう。売上の交渉の場では相手に先に提案させる方が有利という見方がありますが、最初に提示された金額は交渉の範囲を限定する効果があると言われています。
- 必要に応じて、対案・代案を提示しましょう。
 - 段階的に値上げを進めることを提案しましょう。
 - 自社で受け入れが可能な取引条件を提示した上で、値上げを提案しましょう。
 - 取引価格が据え置かれる場合は、相手に引換条件の提案を求めましょう。(材料や製造工程などの条件変更、など)

価格交渉に向けたノウハウ・ハンドブック②

国土交通省「トラック運送事業者のための価格交渉ノウハウ・ハンドブック」



取引条件の改善に向けて法令違反となる取引行為や必要な価格交渉ノウハウを掲載

<https://www.mlit.go.jp/common/001170940.pdf>

3 有料道路の利用料金を負担させられていませんか？

●運送委託者が**有料道路の利用を前提とした運送を依頼しながら、有料道路利用料金の負担を拒むことは、下請法・独占禁止法に違反するおそれがあります。**

1 チェックポイント

有料道路の利用を前提とした運送依頼にもかかわらず、有料道路利用料金を自社で負担させられていませんか。

要注意!

荷物の引渡しが遅くなったけど、今からでも絶対に間に合わせてね!!

そう言ってもいつも高速代払ってくれないんだよな…

高速代を別の間に合わせてね!!

III章 受注者のための価格交渉ノウハウ

本章では、望ましい取引を行うための価格交渉ノウハウをご紹介します。適正取引の実現に向け、価格交渉における様々な場面で受注者側はどのような対応を講じるのがよいか、参考にしてください。

1 取引条件を明確にしましょう

荷主・元請運送事業者と運送事業者間のトラブルを回避するためには、その取引条件を明確にすることが重要です。まず、**取引条件に関するルールを定めた上で、価格設定方法等について両者間で合意をとることが望まれます。**

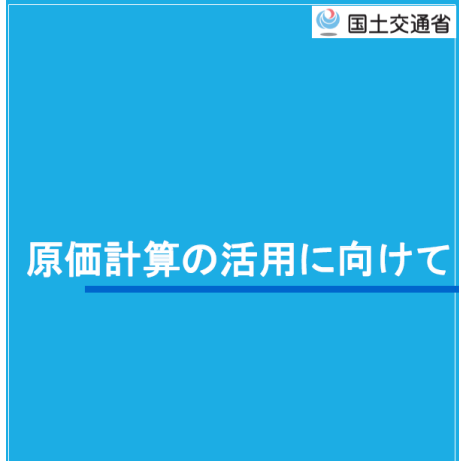
A | 業務内容について

業務内容・責任の範囲を明確にして、契約を結びましょう。

ポイント 1 運送業務と附帯業務の区別を明確にする。

運送業務 **区別** 附帯業務

国土交通省「原価計算の活用に向けて」



<https://www.mlit.go.jp/common/001185829.pdf>

<ケース1> 原価データの推移を示すことで運賃・料金の17%の引上げに成功

【背景】

- 1990年代以降に受注した運送業務について、燃料や車両価格の上昇などにより2015年7月時点で大幅な赤字であった。その都度、交渉はしたものの、運賃・料金の引上げには応じてもらえず、他の業務で赤字をカバーしている状況であった。
- しかし、深刻なドライバー不足に伴い、この運賃水準では継続的な事業が難しい状況であった。

【取組み内容】

- 原価計算は、運賃・料金単価、運送ルート別、時間単位、取引先別の原価計算をはじめ、運行ルートの採算、契約単位の採算、取引先単位の採算を把握し、配車の効率化、積合せなど、採算向上に向けた取組みを実施している。
- 運送原価に対して収受運賃が▲6%であるという原価データを提示して10%の値上げを要請し、結果として8%の値上げを受け入れてもらうことができた例がある。本来であれば5%値上げの要請を行う予定であったが、満額の回答を得ることは困難であると考え、予め上乗せすることで確実に利益が確保することができた。
- また、荷主に対して1990年から現在までの原価データを個別に示し、物流担当部長にコストアップの実態を理解してもらうことを促した。
- 結果的に17%の引き上げ要請に対して満額の引上げとなった。荷主からは「数字を出して交渉してきたところは初めてだ」というコメントをいただいた。

5. 原価計算の実施手順

決算書から“車両別原価”を算出し、そのデータを加工して“取引先別”や“運行ルート別”等の平均原価を算出します。

| | |
|--------|--|
| ステップ 1 | 運送事業に関する損益計算書を作成します。 (運送事業のみの場合は会社の決算書が該当) |
| ステップ 2 | 実運送の売上・費用と備車(利用運送)の売上・費用等を区分します。 備車については受注先、発注先別に原価を計算します。 |
| ステップ 3 | 車両に紐づく費用(車両費、保険、運行三費※、運転者人件費)を割付けます。紐付かない間接費は一定の基準により車両に配分します。 ※燃料油費、修繕費、タイヤ・チューブ費 ⇒5-1~5-7、参照 |
| ステップ 4 | 走行距離や運送時間を踏まえ、車両別に「1kmあたりの変動費」と「1時間あたりの固定費」を算出します。 ⇒5-8、参照 |
| ステップ 5 | 車両別の原価データを加工して、取引先別、運行ルート別の平均原価を算出します。必要に応じて契約別の計算も行います。 ⇒5-9、参照 |

労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（発注者）

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：要請あれ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。

労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（受注者・双方）

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**。

<様式例>

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）
（例）
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）
（例）
電気代 単価 総使用量 貴社向け売上比率 金額 (備考)単価 単価上昇率(%)
小計 円
3 労務費（定期昇給、ベースアップ、法定福利費等）
（例1）
改定前の労務費総額 労務費の上昇率 ※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
（例2）
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

価格転嫁の円滑化に向けた支援施策（リーフレット）

- 価格交渉・転嫁に関する支援メニューを取りまとめた「価格転嫁の円滑化に向けた支援施策（リーフレット）」を作成。

価格転嫁の円滑化に向けた支援施策

経営や価格転嫁の悩みを聞いてほしい

●北海道よろず支援拠点

価格転嫁サポート窓口を設置。中小企業・小規模事業者が抱える様々な経営課題に関する相談に応じています。

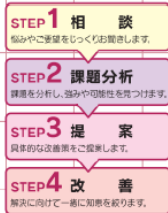
☎ 011-232-2407



●下請かけこみ寺

下請代金の減額など、企業間取引に係る様々な相談に、相談員等が対応しています。

☎ 0120-418-618 (通話料無料)



価格交渉のノウハウや関連情報を知りたい

●経営力を高める！価格交渉サポートセミナー

価格設定や価格交渉力の向上を目的に、中小・小規模事業者や支援機関等で経営指導される方を対象としたセミナーを開催しました。アーカイブ動画で受講することが可能です。ご覧ください。



●適正取引講習会（下請法・価格交渉）

e-learningや「弁護士」・「中小企業診断士」によるオンライン講習会を開催しています。

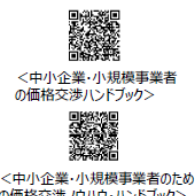
○下請法 基礎編（e-learning）
実践編（オンライン講習会【弁護士】）

○価格交渉 基礎編（e-learning）
準備編（オンライン講習会【講師：中小企業診断士】）
テクニック編（オンライン講習会【講師：中小企業診断士】）



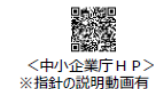
●価格交渉ハンドブック

中小企業・小規模事業者が取引先と価格交渉を行うために準備しておくよいツールや押さえておくよいポイントなどをハンドブックとしてまとめています。



●労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

交渉において、発注者及び受注者それぞれが採るべき行動／求められる行動を12の行動指針として取りまとめ、それぞれの行動指針に該当する労務費の適切な転嫁に向けた取組事例や、受注者が用いている根拠資料や取組内容を取り上げています。



●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）

価格交渉の際、コストの上昇を客観的なデータで示すことは有効です。公表資料をまとめています。

ex：最低賃金、労使交渉妥結額、統計など



パートナーシップ構築宣言をしよう

価格交渉を円滑に進めるため、「パートナーシップ構築宣言」の登録を推進しています。登録企業は専用のポータルサイトで公表され、企業イメージの向上を図れるほか、国、道などの補助金等で優遇措置や各種支援を受けることができます。

「パートナーシップ構築宣言」は、ポータルサイトにある「ひな形」を参考に作成いただけます。



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ます。



【お問い合わせ先】

経済産業省 北海道経済産業局 産業部 取引適正化推進室
TEL：011-709-2311 内線：2579
E-mail：bzl-hokkaido-tenka@meti.go.jp

2024年2月版

価格転嫁の円滑化に向けた支援施策

経営や価格転嫁の悩みを聞いてほしい

●北海道よろず支援拠点

価格転嫁サポート窓口を設置。中小企業・小規模事業者が抱える様々な経営課題に関する相談に応じています。

☎ 011-232-2407



<北海道よろず支援拠点HP>

●下請かけこみ寺

下請代金の減額など、企業間取引に係る様々な相談に、相談員等が対応しています。

☎ 0120-418-618 (通話料無料)



<下請かけこみ寺HP (北海道)>



価格交渉のノウハウや関連情報を知りたい

●経営力を高める！価格交渉サポートセミナー

価格設定や価格交渉力の向上を目的に、中小・小規模事業者や支援機関等で経営指導される方を対象としたセミナーを開催しました。アーカイブ動画で受講することが可能です。ご覧ください。



<北海道経済産業局HP>

●適正取引講習会（下請法・価格交渉）

e-learningや「弁護士」・「中小企業診断士」によるオンライン講習会を開催しています。

○下請法 基礎編 (e-learning)

実践編 (オンライン講習会【弁護士】)

○価格交渉 基礎編 (e-learning)

準備編 (オンライン講習会【講師：中小企業診断士】)

テクニック編 (オンライン講習会【講師：中小企業診断士】)



<適正取引支援サイト>

● 価格交渉ハンドブック

中小企業・小規模事業者が取引先と価格交渉を行うために準備しておくよいツールや押さえておくよいポイントなどをハンドブックとしてまとめています。



<中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック>



<中小企業・小規模事業者のための価格交渉ノウハウ・ハンドブック>

● 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

交渉において、発注者及び受注者それぞれが採るべき行動／求められる行動を12の行動指針として取りまとめ、それぞれの行動指針に該当する労務費の適切な転嫁に向けた取組事例や、受注者が用いている根拠資料や取組内容を取り上げています。



<中小企業庁HP>
※指針の説明動画有

● 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)

価格交渉の際、コストの上昇を客観的なデータで示すことは有効です。公表資料をまとめています。

ex : 最低賃金、労使交渉妥結額、統計など



<中小企業庁HP>

パートナーシップ構築宣言をしよう

価格交渉を円滑に進めるため、「パートナーシップ構築宣言」の登録を推進しています。登録企業は専用のポータルサイトで公表され、企業イメージの向上を図れるほか、国、道などの補助金等で優遇措置や各種支援を受けることができます。

「パートナーシップ構築宣言」は、ポータルサイトにある「ひな形」を参考に作成いただけます。



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ます。



<ポータルサイト>

【お問い合わせ先】

経済産業省 北海道経済産業局 産業部 取引適正化推進室

TEL : 011-709-2311 内線 : 2579

E-mail : bz-l-hokkaido-tenka@meti.go.jp