



# 近畿経済産業局の取組について

令和6年3月  
近畿経済産業局

# **1. 価格転嫁対策**

**～フォローアップ調査の概要と対策～**

# 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

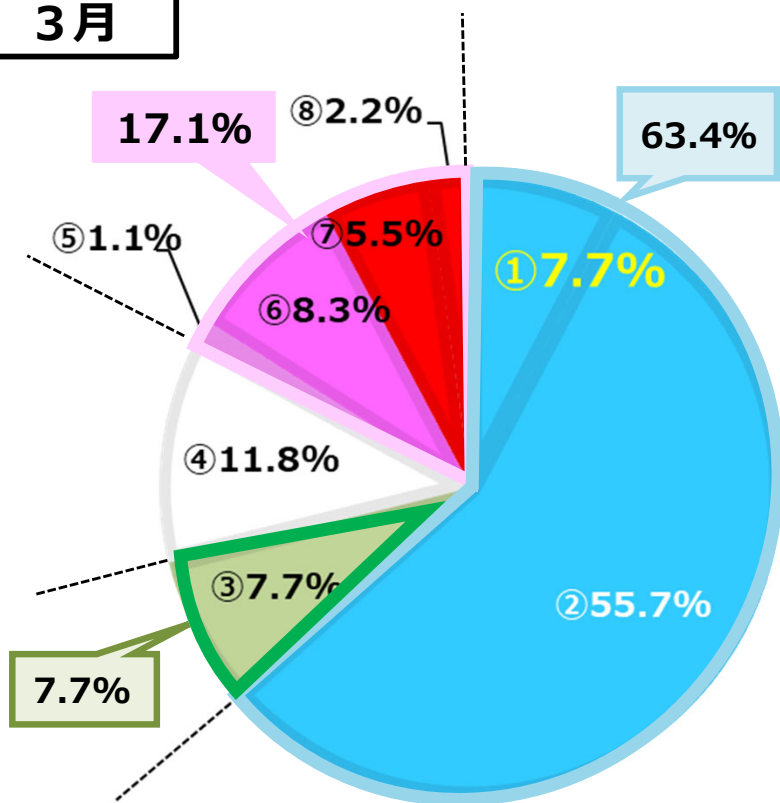
○ヒアリング件数 約2,000社

# 価格交渉の状況

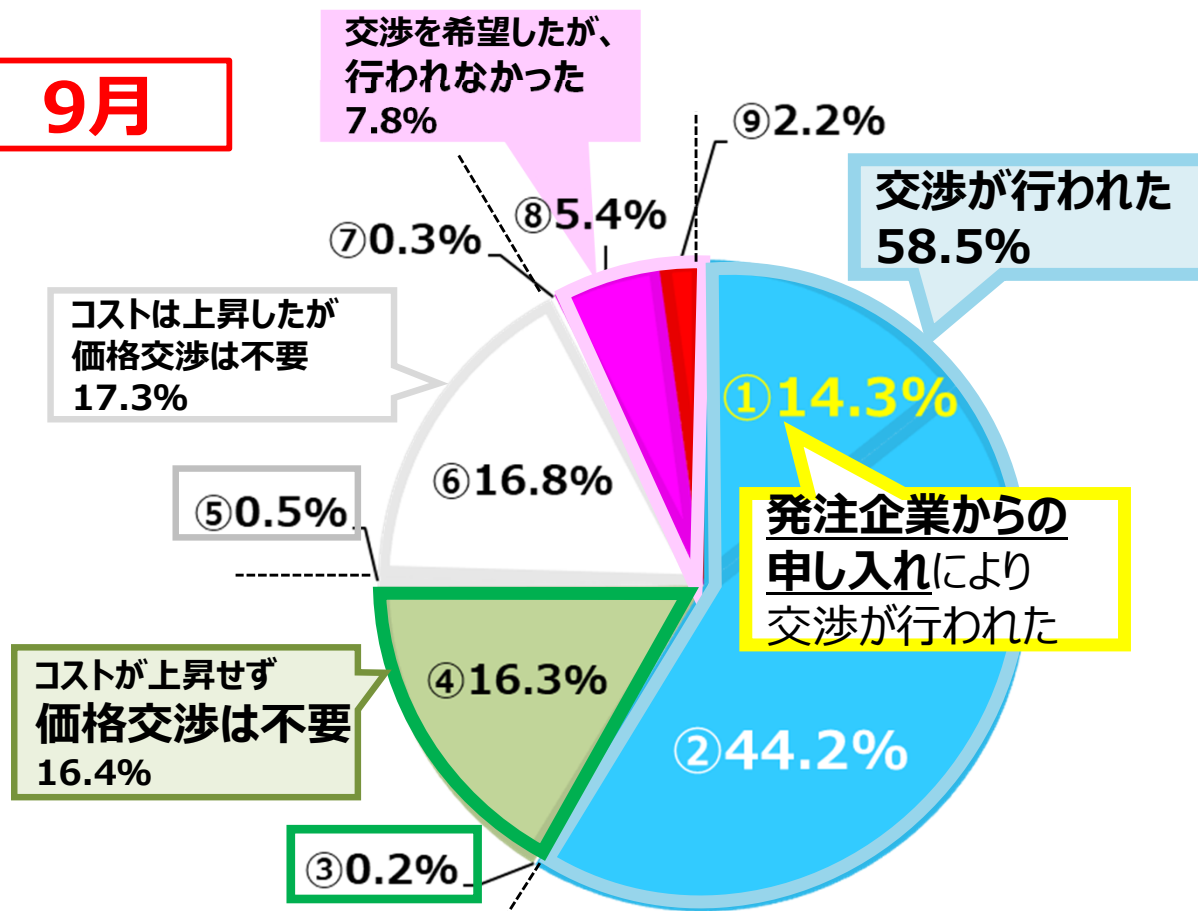
- 「発注側企業から交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた」割合は、3月時点から概ね倍増（下図の黄色①：7.7%→14.3%）。
- また、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」割合は10ポイント程度、減少（ピンク色：17.1%→7.8%）。
- 「コストが上昇せず、価格交渉は不要」と回答した受注企業の割合（下図の緑色）が16.4%。3月時点より約9ポイント増加（7.7%→16.4%）。コスト上昇が一服、あるいは既に価格転嫁（値上げ）出来たため、価格交渉を不要と考える企業が増加。  
⇒ 価格交渉できる雰囲気は醸成されつつある。
- 【残る課題】「コスト上昇したが、下請の方から『価格交渉は不要』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	製薬	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	製薬↓↓↓
—	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。

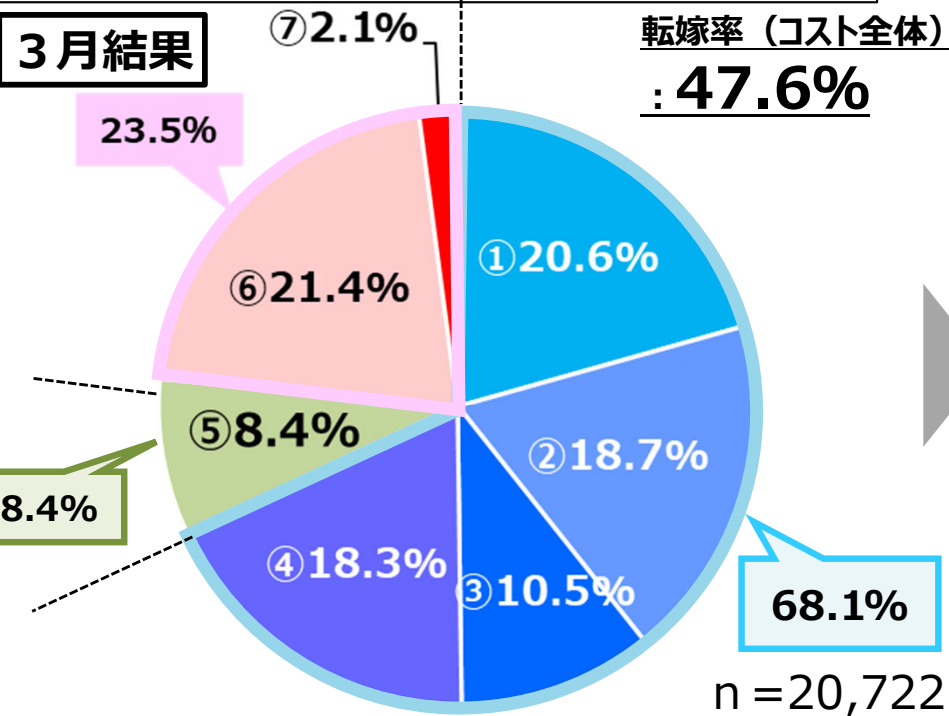
質問① 交渉が 行われたか	質問② 発注企業から交渉申 し入れがあったか	質問③ 交渉が実現しなかった理由	点数
行われた	申し入れがあった		10点
	申し入れが なかった		8点
行われな かった	申し入れが あった	コストが <b>上昇せず、交渉は不要と判断し、辞退</b> したため	10点
		コストが <b>上昇したが、交渉は不要と判断し、辞退</b> したため	10点
		コストが <b>上昇したが、発注量減少や取引停止を恐れ、申し入れを辞退</b> したため	5点
	申し入れが なかった	コストが <b>上昇せず、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出</b> なかったため	0点
コストが <b>上昇したが、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出</b> なかったため		0点	
コストが <b>上昇したが、発注量減少や取引停止を恐れ、交渉を申し出</b> なかったため。		-5点	
		コストが <b>上昇し、交渉を申し出たが、応じてもらえ</b> なかったため。	-10点

# 価格転嫁の状況① 【コスト全般】

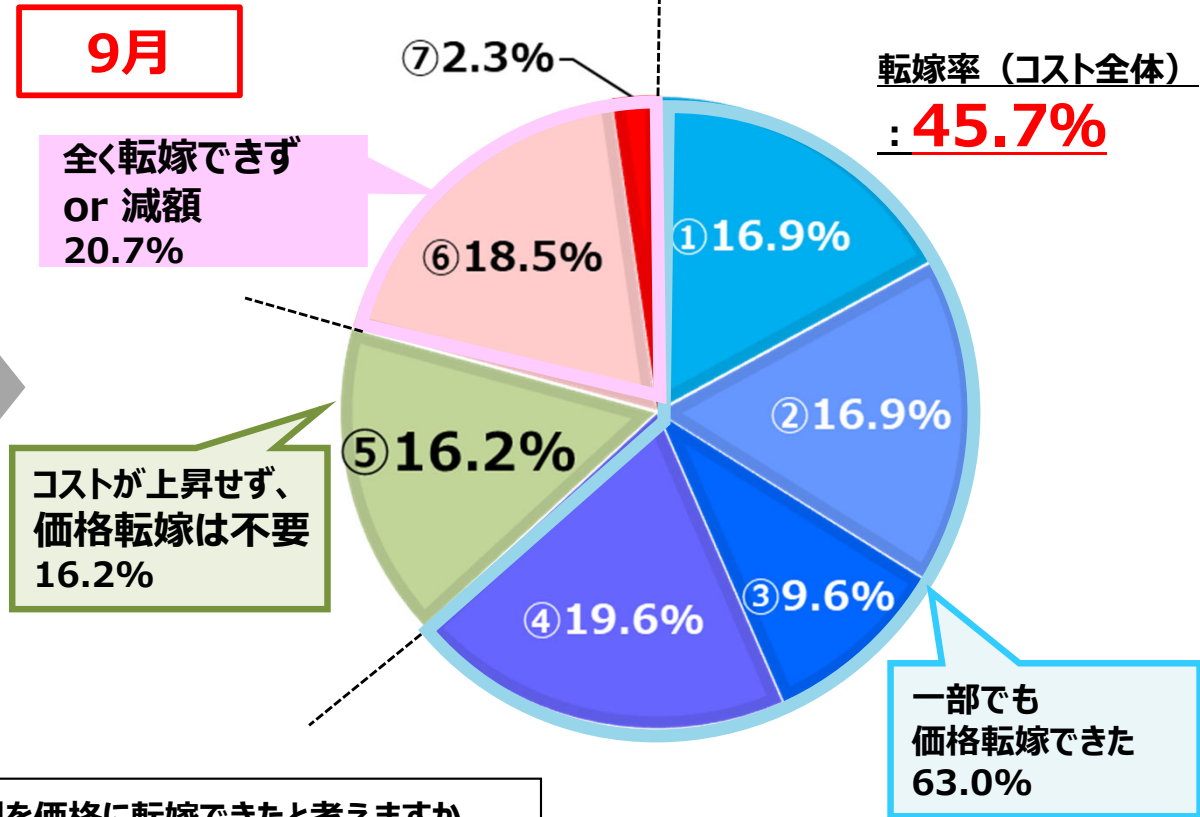
- コスト全体の転嫁率は、3月時点より微減（47.6%→45.7%）。⇒ 交渉だけでなく、より高い比率での転嫁が課題。
- 一方で、「コストが上昇せず、価格転嫁が不要」の割合（下図緑色⑤）が約2倍に増加（8.4%→16.2%）。  
⇒ コスト上昇が一服し、あるいは既に価格転嫁（値上げ）出来たため、価格転嫁を不要と考える企業が増加傾向。
- また、「全く転嫁できなかった」、「コストが増加したのに減額された」割合の合計は減少（下図ピンク：23.5%→20.7%）。  
⇒ 価格転嫁の裾野は広がりつつある。今後は、この裾野の拡大に加えて転嫁率の上昇を図っていくことが重要。

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



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 |                   |        |

# 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%		
②業種別	13位	金属	50.2%	52.4%	38.0%	36.3%	②業種別	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

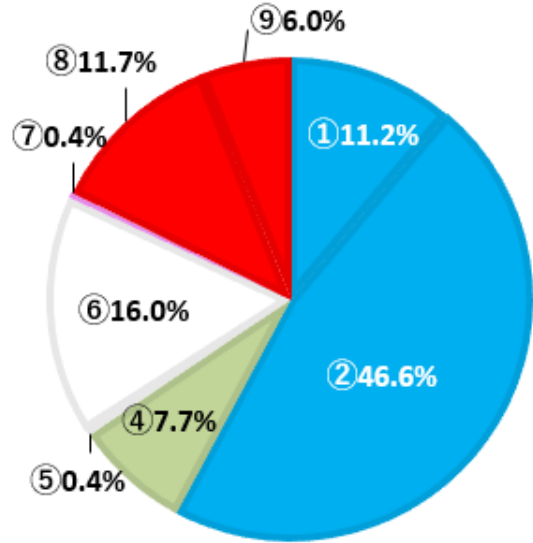
(例) ↑：1～4ポイントの上昇、↑↑：5～9ポイント上昇、↑↑↑：10ポイント以上上昇

# (参考) 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

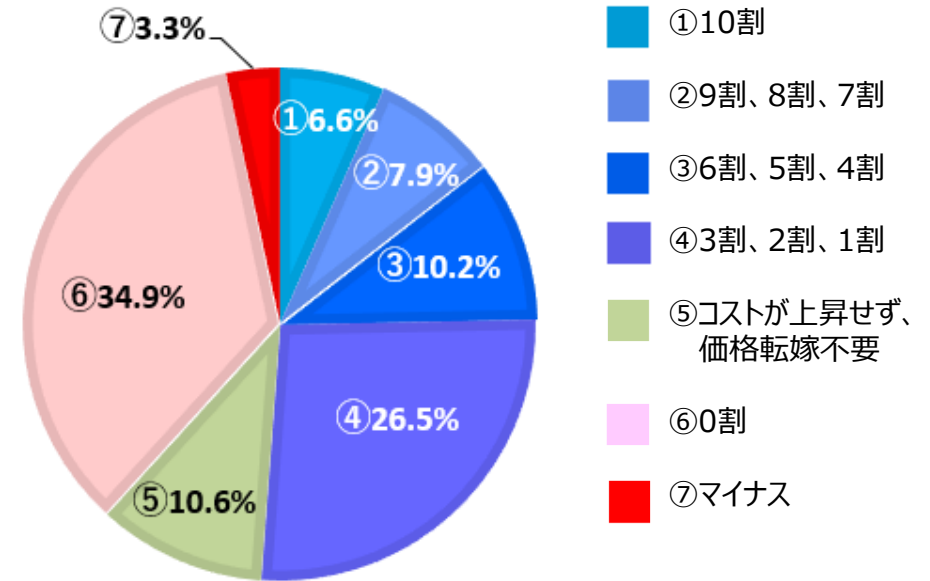
【凡例】 ○：よい事例、▲：問題のある事例

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。

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

下請Gメンヒアリング等による生声

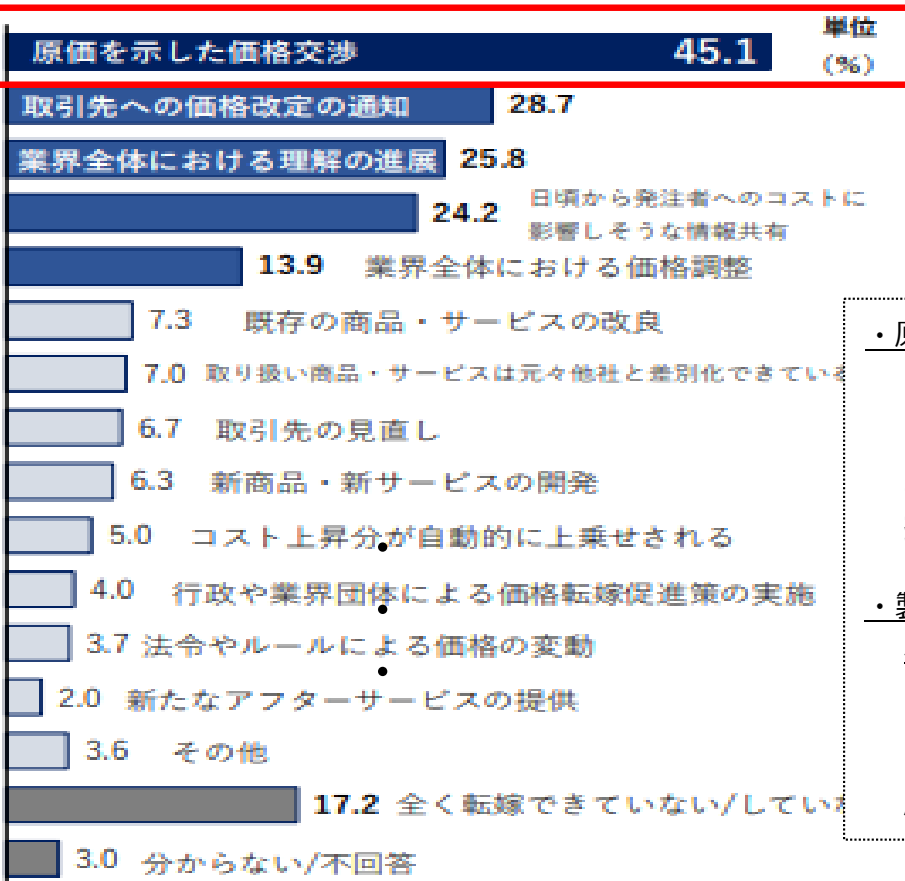
- 発注企業との価格交渉は、都度必要なタイミングで実施できている。直近では、発注企業側から値上げ交渉の申し入れがあり、コスト上昇分に対して価格転嫁を実現できた。
- ▲ 値上げを希望して発注企業に価格交渉申し込んだが、相場価格が上昇していないという理由で価格を据え置かれた。結局、取引停止を恐れて、やむなく受け容れた。
- ▲ 価格交渉自体は年に1回行われているが、コロナ禍前に労務費がわずかに値上げされて以降、その後は据え置かれている。今年9月に価格交渉を申し入れたが、応じてもらえなかった。
- ▲ 発注企業に労務費の値上げ要求をしても、「要求をしてくるのはあなただけだ」と返答があり、全く転嫁で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



# 価格転嫁サポート体制の強化（受注側企業への支援）

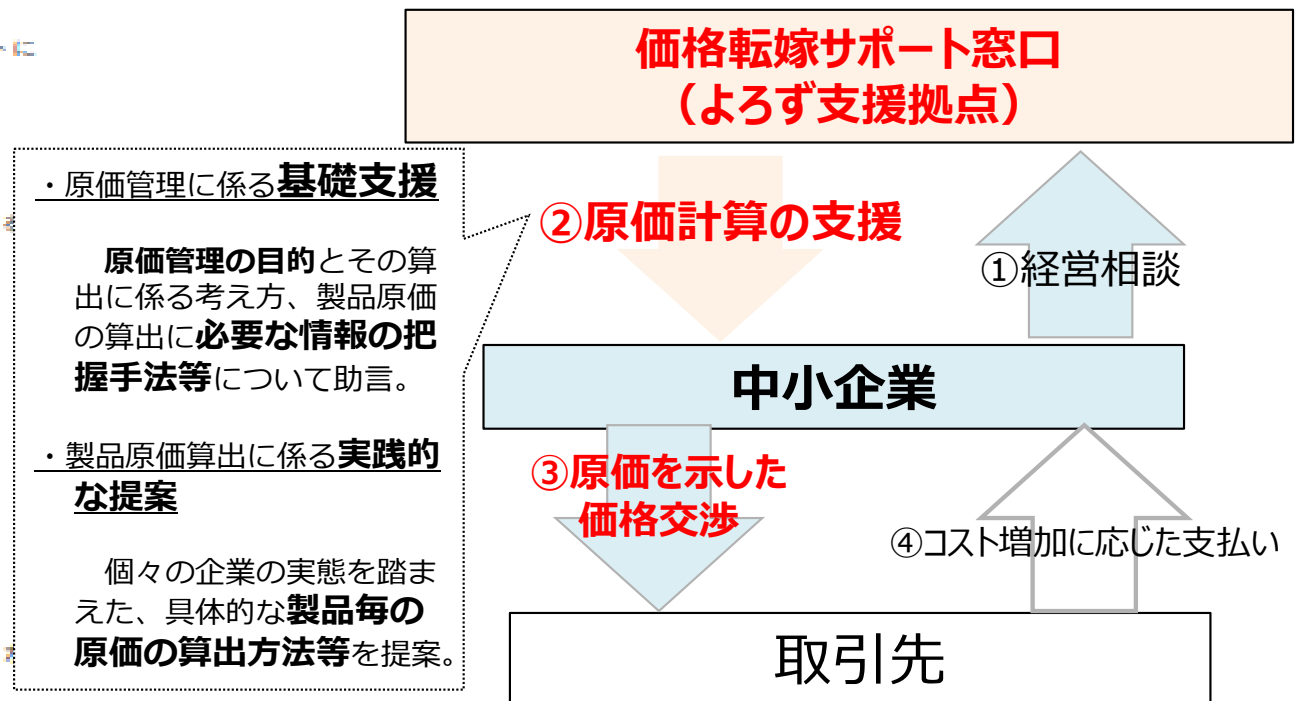
- 7月より、全国のよろず支援拠点に「価格転嫁サポート窓口」を設置し、中小企業等に対する価格交渉に関する基礎的な知識の習得支援や、原価計算の手法の習得支援を実施。
- 商工会議所・商工会等へ価格交渉ハンドブックを配布、支援機関においても価格転嫁に関する基本的な知識の習得支援等を行い、中小企業の価格転嫁を支援する全国的なサポート体制を整備。

## 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

## <価格転嫁サポート窓口の支援イメージ>




(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)

# 「価格交渉力」を強化するための講習会



## 適正取引支援サイト

 このサイトは日本政府公式Webサイトです ▼

講習会に関するお問い合わせ先 適正取引講習会事務局

電話 03-6820-0670 E-mail [tekitori.koushuukai@epigram.tokyo](mailto:tekitori.koushuukai@epigram.tokyo)

受付時間 平日 10:00-12:00・13:00-18:00（土日祝を除く）



### 適正取引講習会eラーニング

取引先との適切な取引関係の構築に向けて

下請法や価格交渉を基礎から学べるカリキュラム

いつでも学べる収録配信講習で基礎学習と、  
より実践的に学ぶライブ配信講習で実施。

[詳しくみる](#) 

eラーニング

 ログイン・無料登録

# 開催実績

## 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1回）
- 福井県の支援者向け研修会に講師を紹介し、価格転嫁の広報について協力を依頼。

## 近畿財務局・公取と連携した地域金融機関向け「価格転嫁サポート研修会」を開催

中小企業が価格交渉力を身につけ、適正な価格転嫁が実現できるように、関係機関と共催で、**他の地域に先駆けて**9月29日に研修会を開催。

### 【目的・狙い】

中小企業の取引に深く関わる金融機関に対して、業種別支援の着眼点、法律上問題となり得る取引価格の据え置きに関する考え方、価格交渉のノウハウなどを伝え、金融機関からこれらの価格転嫁に関する情報を支援先の中小企業に伝える。

価格転嫁の実現により、賃上げの原資を確保し、政府が掲げる成長と分配の好循環による新しい資本主義の実現に確実に繋げる。

共催 近畿財務局・近畿経済産業局・公正取引委員会事務局近畿中国四国事務所  
地域金融機関向け

### 価格転嫁サポート研修会

～関西企業の価格交渉力アップに向けて～

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です。

**Point**

- 取引企業の収益力向上等に向けて価格転嫁に関する基本的な知識やノウハウの習得支援
- 原価を示した価格交渉の重要性の「気づき」を共有

**2023 9/29 (金) 13:30-15:15**

**形式** 対面・オンライン併用 (会場又はCisco Webex Meetings)  
**会場** 近畿財務局 8階大会議室  
**定員** 50名(会場は定員に達し次第、締め切り)

**開会挨拶** <13:30-13:35>  
近畿財務局 理財部長 鈴木 康博

**プログラム**

- 業種別支援の着眼点～価格転嫁に対する金融機関への期待～  
講師:金融庁 監督局 銀行第二課 中田 公彦 室長補佐 渡辺 茂昭 <13:35-14:05>
- 法律上問題となり得る取引価格の据え置きに関する考え方  
講師:公正取引委員会事務局 近畿中国四国事務所 下藤 謙 課長補佐 中谷 浩志 <14:05-14:20>
- 経済産業省の価格転嫁にかかる取組について  
講師:近畿経済産業局 産業部 取引適正化推進室長 平田 晋司 <14:20-14:35>
- 価格交渉のノウハウについて <14:35-15:10>  
講師:株式会社ゼロプラス 代表取締役 大塚 正樹氏
- 閉会挨拶 <15:10-15:15>  
近畿経済産業局 産業部長 細川 洋一

**申込方法**

上記のコードよりお申し込みください。  
【お問い合わせ先】  
近畿財務局 総務課 地域連携推進係  
TEL: 06-6949-6390

2023年 9月25日(月) 締切



# 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に向けて、中小・小規模事業者の賃上げ原資を確保するためにも、公正取引委員会等とも連携し、粘り強く、以下の価格転嫁対策を進めていく。

## ① 労務費の指針の公表【内閣官房・公正取引委員会】（11月29日公表）

- 各地方において、発注企業・受注企業の経営者、調達担当者等を対象とした説明会（2023年12月下旬～2024年1月下旬、その後も要望あらば適宜開催）
- 「指針」が交渉・転嫁に現場で活用されるよう、経済団体等を通じた「指針」の周知

## ② 「企業リスト（発注企業ごとの、交渉・転嫁の状況の評価）」の公表（2024年1月）

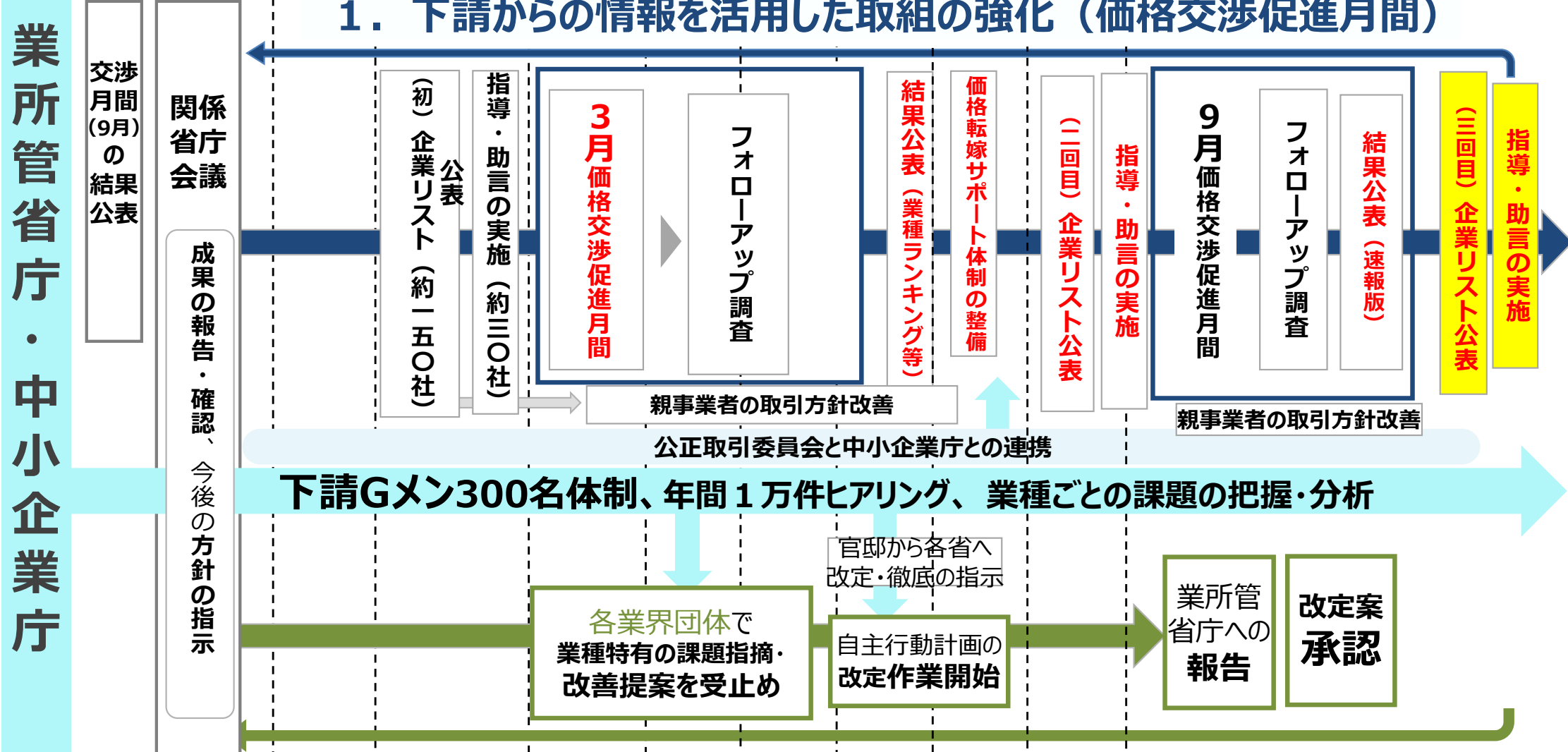
## ③ 評価が芳しくない発注企業の経営者トップへの事業所管大臣名での指導・助言

## 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

- 1. 価格交渉促進月間はじめ、下請からの情報を活用した取組の強化に加え、
- 2. 業界団体を通じた改善プロセスの体系化 を着実に実行・継続し、適正な取引慣行を定着させる。

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10~12月 1月以降

1. 下請からの情報を活用した取組の強化（価格交渉促進月間）



2. 業界団体を通じた取引適正化のプロセス体系化・強化

## 2. パートナーシップ構築宣言

- 「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」側の立場から、「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（①価格決定方法、②型管理の適正化、③現金払の原則の徹底、④知財・ノウハウの保護、⑤働き方改革に伴うしわ寄せ防止）
- 「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

宣言！

親会社・発注者

望ましい取引慣行

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。

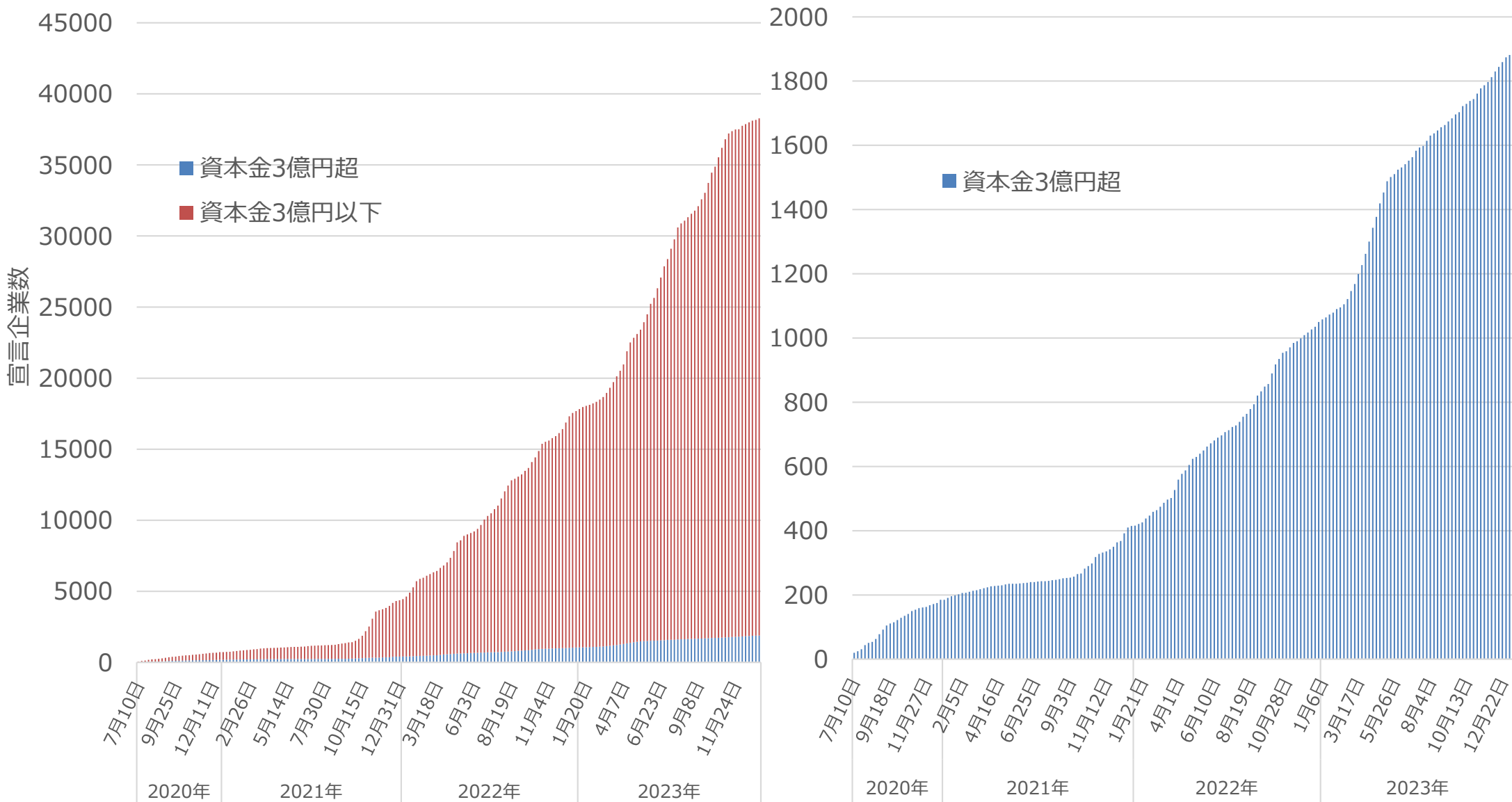
### 2. 未来を拓くパートナーシップ構築推進会議

- ✓ 【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、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1月12日時点で**38,276社**が宣言（うち、資本金3億円超の大企業は**1,890社**）

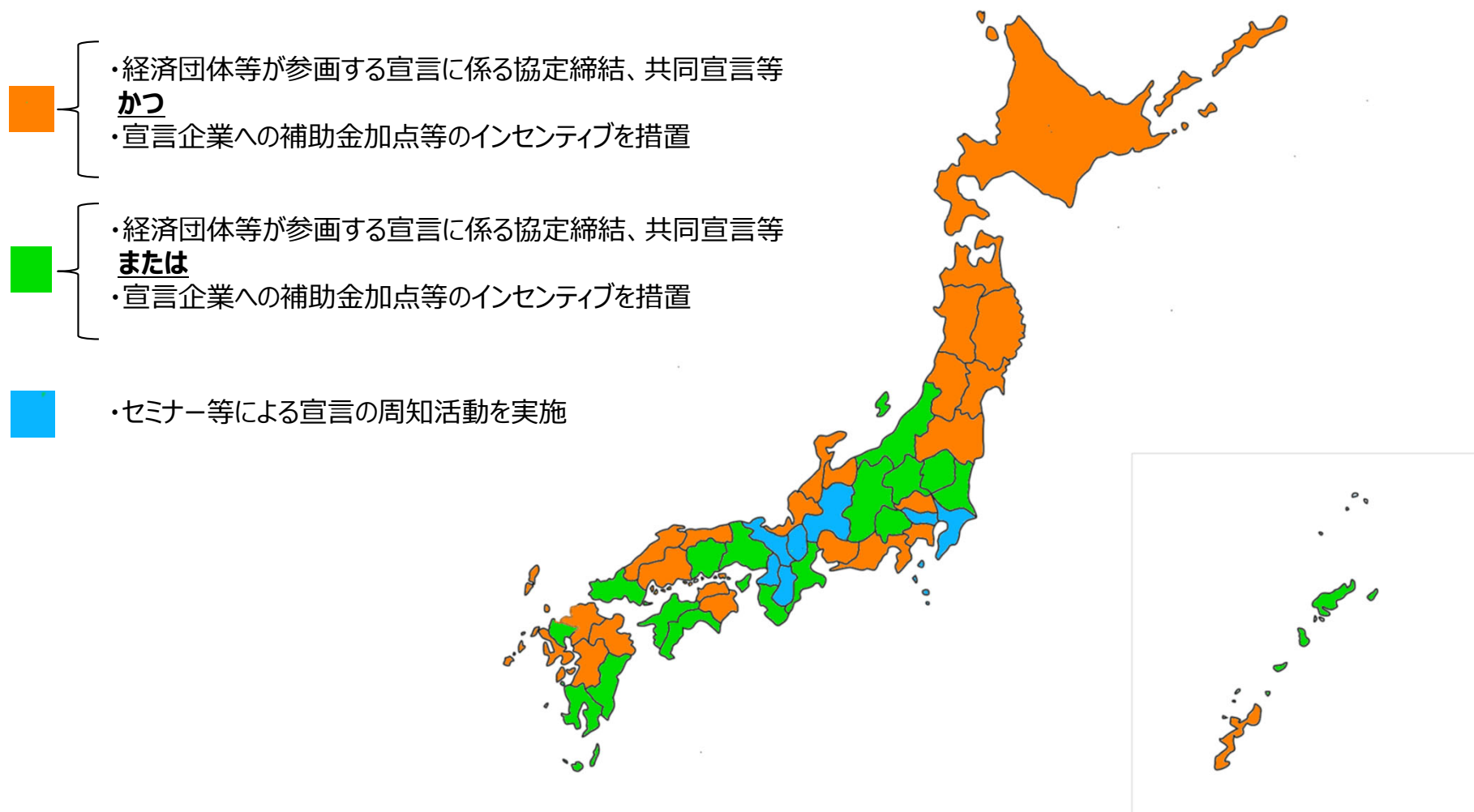
### ■ 宣言数の推移





- 宣言の更なる拡大に向けて、2月に、西村経産大臣から地方経産局長に、自治体や経済団体への働きかけを指示。
- 「自治体・経済団体等による協定締結や共同宣言」、「宣言企業への自治体補助金での加点措置」などの地域での取組が47都道府県まで拡大。

### 〈パートナーシップ構築宣言の拡大に向けた各地域の取組の現状（2024年1月5日時点）〉



## 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：7,085社(令和6年3月6日現在)

※全国に占める近畿局管内の宣言企業の割合：約17%

福井県：971社、滋賀県：330社、京都府：724社、大阪府：2,936社、  
兵庫県：1,247社、奈良県：380社、和歌山県：497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、加点措置を行う、もしくは宣言していることを補助金等を受ける際の要件とする、または、宣言していると、補助金の率が上がる

#### 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う

#### ④共同宣言の実施

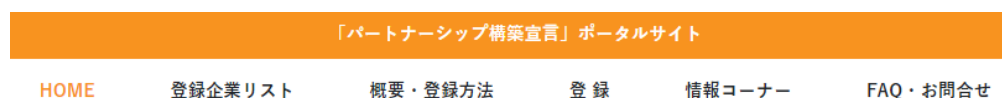
府県や経済団体等が「パートナーシップ構築宣言」の普及等の内容を含む共同宣言を実施する

# 「パートナーシップ構築宣言」を公表する意義

## パートナーシップ構築宣言

- 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。また、**SDGSの目標と紐付けた活動のPRも可能**です。

## ■「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

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

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



## ■ロゴマーク

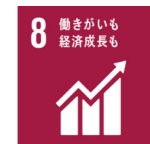
宣言を行った企業は、パートナーシップ構築宣言の「ロゴマーク」を使用することができます。



## ■SDGSアクションプラン2023

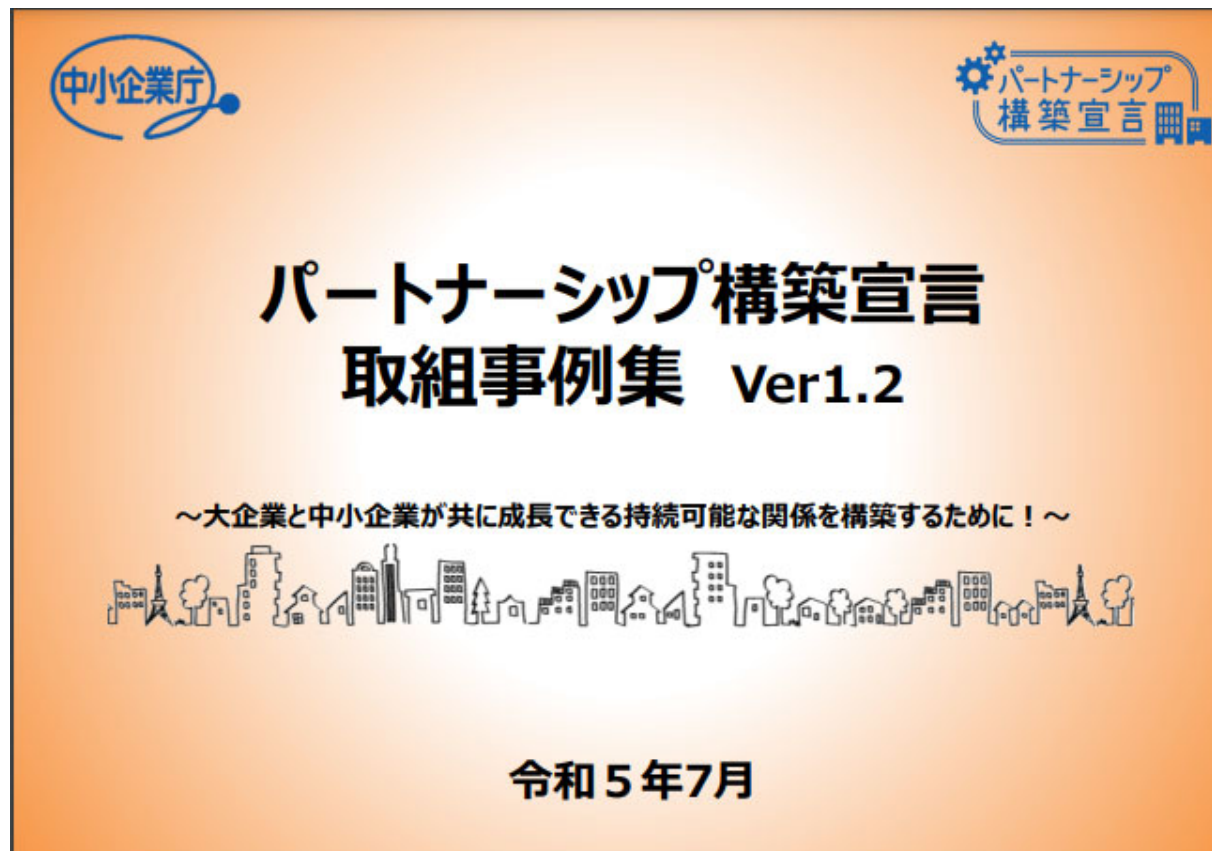
SDGsを推進するための具体的な施策を政府がとりまとめた「SDGSアクションプラン2023」において、パートナーシップ構築宣言の推進が、以下の6つの目標に関する施策として登録されています。宣言内容に応じて、これらの目標と紐付けて自社の活動のPRいただくことが可能です。

- 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
- 13.気候変動に具体的な対策を
- 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。



## **3.その他の関連する取り組み**

# 自主行動計画の策定状況（令和6年1月12日時点）

- 国土交通省・農林水産省・経済産業省等の各省庁からの呼びかけに応じ、荷主企業団体・物流事業者団体を含め、**100以上の団体・事業者で計画を策定。**

業種・分野	団体名	業種・分野	団体名
自動車	一般社団法人日本自動車部品工業会、一般社団法人日本自動車工業会	農業	全国農業協同組合連合会、ホクレン農業協同組合連合会、協同組合日本飼料工業会、菊池地域農業協同組合、あしきた農業協同組合、熊本果実農業協同組合連合会、一般社団法人中央酪農会議
自転車	一般社団法人自転車協会		
素形材	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・一般社団法人日本ダイカスト協会・一般社団法人日本鍛圧機械工業会・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鍛鋼会・一般社団法人日本バルブ工業会・日本粉末冶金工業会	食品製造業	一般社団法人日本即席食品工業協会、一般社団法人日本パン工業会、日本ハム・ソーセージ工業協同組合、一般社団法人全国包装米飯協会、食品物流未来推進会議（SBM）（味の素株式会社、カゴメ株式会社、キッコーマン食品株式会社、キュービー株式会社、日清オイリオグループ株式会社、株式会社日清製粉ウエルナ、ハウス食品株式会社、株式会社Mizkan）、日本ビート糖業協会、日本スターチ・糖化工業会、一般社団法人日本冷凍食品協会、三和酒類株式会社、宝酒造株式会社、霧島酒造株式会社、全日本菓子協会、全日本糖化工業会、精糖工業会、株式会社ロッテ、一般社団法人日本乳業協会、ヤマサ醤油株式会社、亀田製菓株式会社、一般社団法人日本植物油協会、日清オイリオグループ株式会社、株式会社J-オイルミルズ、株式会社ブルボン、アサヒ飲料株式会社、キリンビバレッジ株式会社、サントリーホールディングス株式会社・サントリー株式会社・サントリー食品インターナショナル株式会社、株式会社伊藤園、一般社団法人全国清涼飲料連合会、一般社団法人日本冷凍めん協会、ビール酒造組合、アサヒビール株式会社、オリオンビール株式会社、キリンビール株式会社、サッポロビール株式会社、森永製菓株式会社、丸大食品株式会社、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社
機械製造業	一般社団法人日本半導体製造装置協会、一般社団法人日本印刷産業機械工業会、一般社団法人日本時計協会、一般社団法人日本ロボット協会、全国醸造機器工業組合、一般社団法人日本ロボットシステムインテグレーション協会、一般社団法人日本建設機械工業会、一般財団法人家電製品協会		
窯業・土石製品産業	日本ガラスびん協会	食品卸売業	日本花き卸売市場協会、一般社団法人日本外食品流通協会、一般社団法人日本加工食品卸協会、全国中央市場青果卸売協会、株式会社神明、木徳神糧株式会社、一般社団法人日本給食品連合会、全国給食事業協同組合連合会
繊維	日本繊維産業連盟		
電機・情報通信機器	一般社団法人日本配電制御システム工業会、一般社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会、一般社団法人日本電機工業会、一般社団法人電池工業会	トラック運送業	公益社団法人全日本トラック協会
流通業（スーパー、コンビニ、ドラッグストア等小売業）	一般社団法人日本百貨店協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人大手家電流通協会、オール日本スーパーマーケット協会・一般社団法人全国スーパーマーケット協会・一般社団法人日本スーパーマーケット協会、日本チェーンストア協会	倉庫業	一般社団法人日本倉庫協会、一般社団法人日本冷蔵倉庫協会
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	トラックターミナル業	全国トラックターミナル協会
紙・紙加工業	全国段ボール工業組合連合会、日本製紙連合会、日本家庭紙工業会	鉄道業	日本貨物鉄道株式会社
金属産業	一般社団法人日本伸銅協会、一般社団法人日本鉄鋼連盟、JFEスチール株式会社、一般社団法人日本電線工業会	航空運送業	定期航空協会
化学産業	全国複合肥料工業会・日本肥料アンモニア協会、石油連盟、日用品物流標準化ワーキンググループ日用品メーカー、フィジカルインターネット実現会議化学WG	海運業	日本内航海運組合総連合会、一般社団法人日本旅客船協会
建設業	一般社団法人日本建設業連合会	利用運送業	一般社団法人国際フレイトフォワードーズ協会、公益社団法人全国通運連盟、一般社団法人航空貨物運送協会
商社	一般社団法人日本貿易会		

# 流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律及び貨物自動車運送事業法の一部を改正する法律案

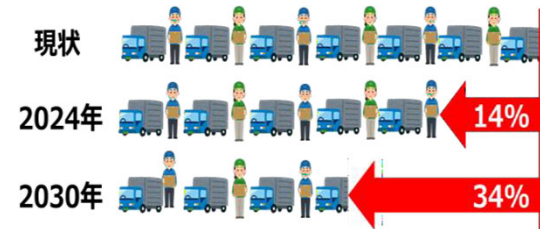
## 背景・必要性

○物流は国民生活・経済を支える社会インフラ。物流産業を魅力ある職場とするため、働き方改革に関する法律が本年4月から適用される一方、物流の停滞が懸念される「**2024年問題**」に直面。

- 何も対策を講じなければ輸送力不足の可能性（右図）。
- 荷主企業、物流事業者（運送・倉庫等）、一般消費者が協力して我が国の物流を支えるための環境整備に向けて、商慣行の見直し、物流の効率化、荷主・消費者の行動変容について、抜本的・総合的な対策が必要。

○軽トラック運送業において、死亡・重傷事故件数は最近6年で倍増。

→以下の施策を講じることにより、**物流の持続的成長**を図ることが必要。



## 法案の概要

### 1. 荷主・物流事業者に対する規制的措置

#### 【流通業務総合効率化法】

○①**荷主**\*1（発荷主・着荷主）、②**物流事業者**（トラック、鉄道、港湾運送、航空運送、倉庫）に対し、物流効率化のために**取り組むべき措置**について努力義務を課し、当該措置について国が**判断基準**を策定。  
\*1元請トラック事業者、利用運送事業者には荷主に協力する努力義務を課す。また、フランチャイズチェーンの本部にも荷主に準ずる義務を課す。

【荷主等が取り組むべき措置の例】<パレットの導入>

○上記①②の者の取組状況について、国が当該判断基準に基づき**指導・助言、調査・公表**を実施。

○一定規模以上の事業者を特定事業者として指定し、**中長期計画の作成**や**定期報告**等を義務付け、中長期計画に基づく取組の実施状況が不十分な場合、**勧告・命令**を実施。

○特定事業者のうち荷主には**物流統括管理者の選任**を義務付け。

※法律の名称を変更。

※鉄道建設・運輸機構の業務に、認定「物流総合効率化事業」の実施に必要な資金の出資を追加。〈予算〉



### 2. トラック事業者の取引に対する規制的措置

#### 【貨物自動車運送事業法】

○**元請事業者**に対し、実運送事業者の名称等を記載した**実運送体制管理簿の作成**を義務付け。

○**運送契約の締結**等に際して、提供する役務の内容やその対価（附帯業務料、燃料サーチャージ等を含む。）等について記載した**書面による交付**等を義務付け\*2。

○他の事業者の**運送の利用（＝下請けに出す行為）の適正化**について努力義務\*3を課すとともに、一定規模以上の事業者に対し、当該適正化に関する**管理規程の作成、責任者の選任**を義務付け。\*2・3 下請関係に入る利用運送事業者にも適用。

### 3. 軽トラック事業者に対する規制的措置

#### 【貨物自動車運送事業法】

○軽トラック事業者に対し、①必要な法令等の知識を担保するための**管理者選任と講習受講**、②国交大臣への**事故報告**を義務付け。

○国交省HPIにおける公表対象に、軽トラック事業者に係る**事故報告・安全確保命令**に関する情報等を追加。

【目標・効果】物流の持続的成長

【KPI】施行後3年で（2019年度比）

○荷待ち・荷役時間の削減

年間125時間/人削減

○積載率向上による輸送能力の増加

16パーセント増加

# 物流効率化に向けた先進的な実証事業

商務・サービスグループ

消費・流通政策課

／物流企画室

## 令和5年度補正予算額 55億円

### 事業の内容

#### 事業目的

我が国の国民生活・経済を支える社会インフラである物流には、「物流の2024年問題」のみならず、構造的な需給ひっ迫による輸送力不足の危機が迫る。

物流の2024年問題を乗り越え、社会インフラである物流を維持するためには、荷主企業の行動変容が重要。

『即効性のある設備投資の促進』を加速化させるために先進的な実証事業を行うことで、物流の投資効果を明らかにし、荷主企業の投資意欲を喚起するとともに、本実証の成果の積極的な横展開を行う。また、ラストワンマイル配送の省力化に向けた先進的な実証も行う。

#### 事業概要

(1) 荷主企業における物流効率化に向けた先進的な実証事業

荷主企業の物流施設の自動化・機械化に資する機器・システムの導入等に係る費用を補助することを通じて、荷主企業の省力化や物流効率化の投資効果を明らかにする実証を行う。

(2) 自動配送ロボット導入促進実証事業

公道を走行する自動配送ロボットの採算性を確保したサービスモデルを創出し、市場の確立を図るため、複数拠点・多数台運行による大規模なサービス実証を行う。

### 事業スキーム（対象者、対象行為、補助率等）



(1) 補助率：中堅企業1/2、中小企業2/3

(2) 補助率：大企業・中堅企業1/3、中小企業2/3

### 成果目標

本実証事業を通じ、『即効性のある設備投資の促進』を加速化させ、「物流の2024年問題」及び構造的な需給ひっ迫による輸送力不足の解消に寄与する。



# 中小企業省力化投資補助事業 (中小企業等事業再構築促進事業を再編)

## 令和5年度補正予算額 1,000億円

### 事業の内容

#### 事業目的

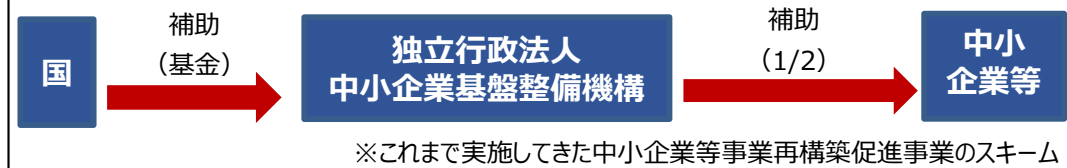
中小企業等の売上拡大や生産性向上を後押しするために、人手不足に悩む中小企業等に対して、省力化投資を支援する。これにより、中小企業等の付加価値額や生産性向上を図り、賃上げにつなげることを目的とする。

#### 事業概要

I o T、ロボット等の人手不足解消に効果がある汎用製品を「カタログ」に掲載し、中小企業等が選択して導入できるようにすることで、簡易で即効性がある省力化投資を促進する。

※なお、中小企業等事業再構築促進基金を用いて、これまで実施してきた、ポストコロナ・ウイズコロナ時代の経済社会の変化に対応するための新市場進出、事業・業種転換、事業再編、国内回帰又はこれらの取組を通じた規模の拡大等、企業の思い切った事業再構築の支援については、必要な見直しを行う。

### 事業スキーム (対象者、対象行為、補助率等)



枠	補助上限額	補助率
省力化投資枠 (カタログ型)	従業員数5名以下 200万円(300万円) 従業員数6~20名 500万円(750万円) 従業員数21名以上 1000万円(1500万円) ※賃上げ要件を達成した場合、 ( ) 内の値に補助上限額を 引き上げ	1/2

### 成果目標

付加価値額の増加、従業員一人当たり付加価値額の増加等を目指す。