

取引慣行や価格転嫁をめぐる現状と課題

令和6年10月15日

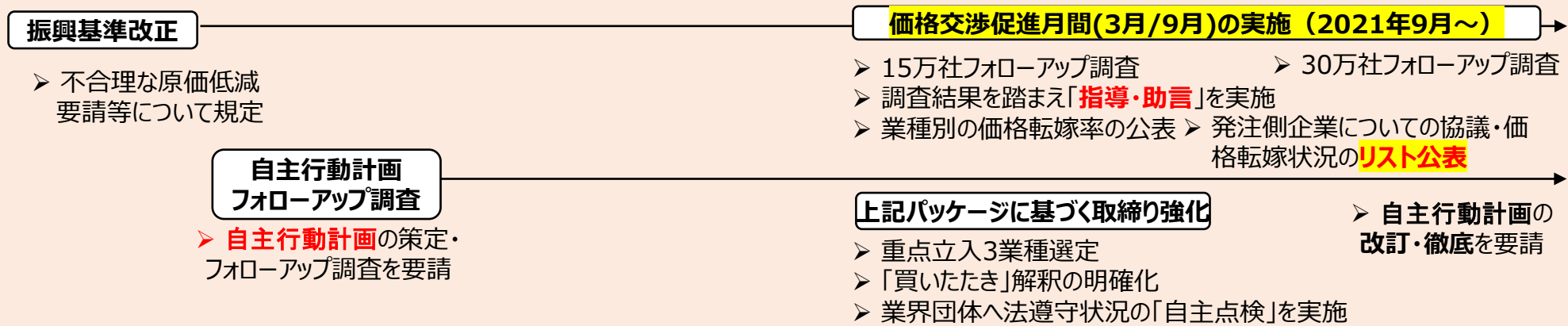
農林水産省大臣官房新事業・食品産業部 企画グループ

中小企業の取引適正化をめぐる重点5課題と今後の対応方針

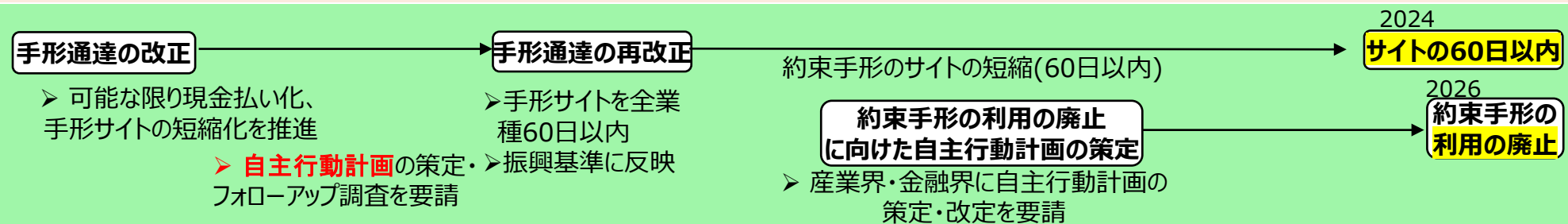
経済産業省（2024年9月4日取引適正化シンポジウム）

2016年度～2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度～	2024年度～
「未来志向型の取引慣行に向けて」公表（2016年9月） ※重点3課題	自主行動計画の策定（2017年3月以降）	改訂版「未来志向型の取引慣行に向けて」公表（2020年6月） ※重点2課題追加	「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」（2021年12月）	「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」（2023年11月）	

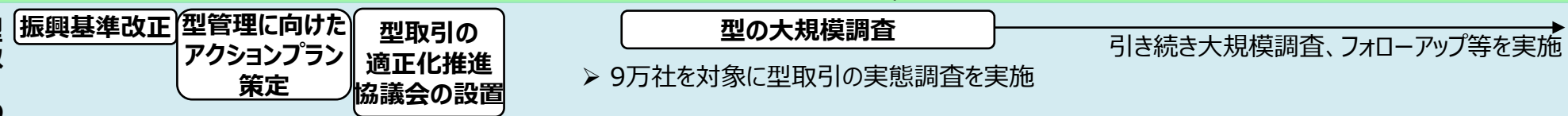
価格決定方法の適正化



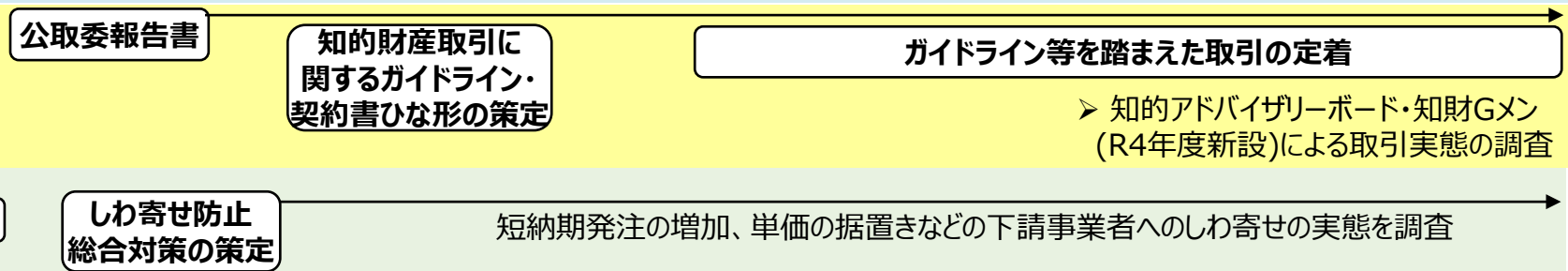
支払条件の改善



型取引の適正化



知的財産・ノウハウの保護
働き方改革に伴うしわ寄せ防止





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

- 食品製造業と小売業との適正取引等の推進を目指して、豆腐・油揚げ製造業（H29.3策定）と牛乳・乳製品製造業（H30.3策定）を対象としたガイドラインに加え、**食品製造業全体を対象とするガイドラインを令和3年12月27日策定・公表。**
- このガイドラインでは、独占禁止法や下請法で「問題となり得る事例」とともに、「望ましい取引実例」を13項目にわたりわかりやすく掲載。

<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>（概要）

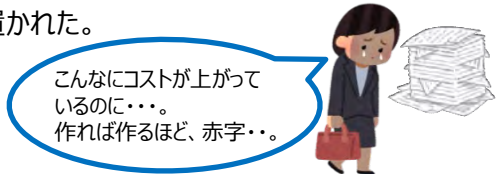
原材料価格等の上昇時の取引価格改定

<問題となり得る事例>

× 大幅な原材料価格高騰に当たり、資料を基に値上げ要請をしたが、販売価格を一方的に据え置かれた。

<望ましい取引実例>

○ 原材料価格の大幅な変動に当たり、製品の原材料比率などの根拠を示して交渉した結果、価格転嫁が認められた。
〔※ 加えて、あらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。〕



短納期での発注、発注キャンセル

<問題となり得る事例>

× P B※商品製造について、リードタイムが短く無理な注文に応えることが余儀なくされている。結果として見込生産による余剰が発生。

※ PB商品：プライベート・ブランド商品

<望ましい取引実例>

○ 小売業者と緊密に連絡を取り合い、リードタイムや予定数量などについて打ち合わせを行うことで生産量を調整し、廃棄処分が減少した。



合理的な根拠のない価格決定

<問題となり得る事例>

× 小売業者の特売期間に対応した通常より大幅に低い価格を、特売期間終了後も継続を求められ、一方的にその価格を押し付けられた。

<望ましい取引実例>

○ 原価、物流費等の内訳を基に価格決定し、合意内容をあらかじめ書面で取り交わした。



客寄せのための納品価格の不当な引下げ

<問題となり得る事例>

× 小売業者Aが、納品価格を下回る価格で商品を販売※。別の小売業者Bから、これを引き合いに、同種の商品の納品価格を引き下げよう一方的に要求され、断ることができない。

※納価割れ販売を継続的にし、他の事業者の活動を困難にするおそれがある場合は、独占禁止法上の「不当廉売」となります。

<望ましい取引実例>

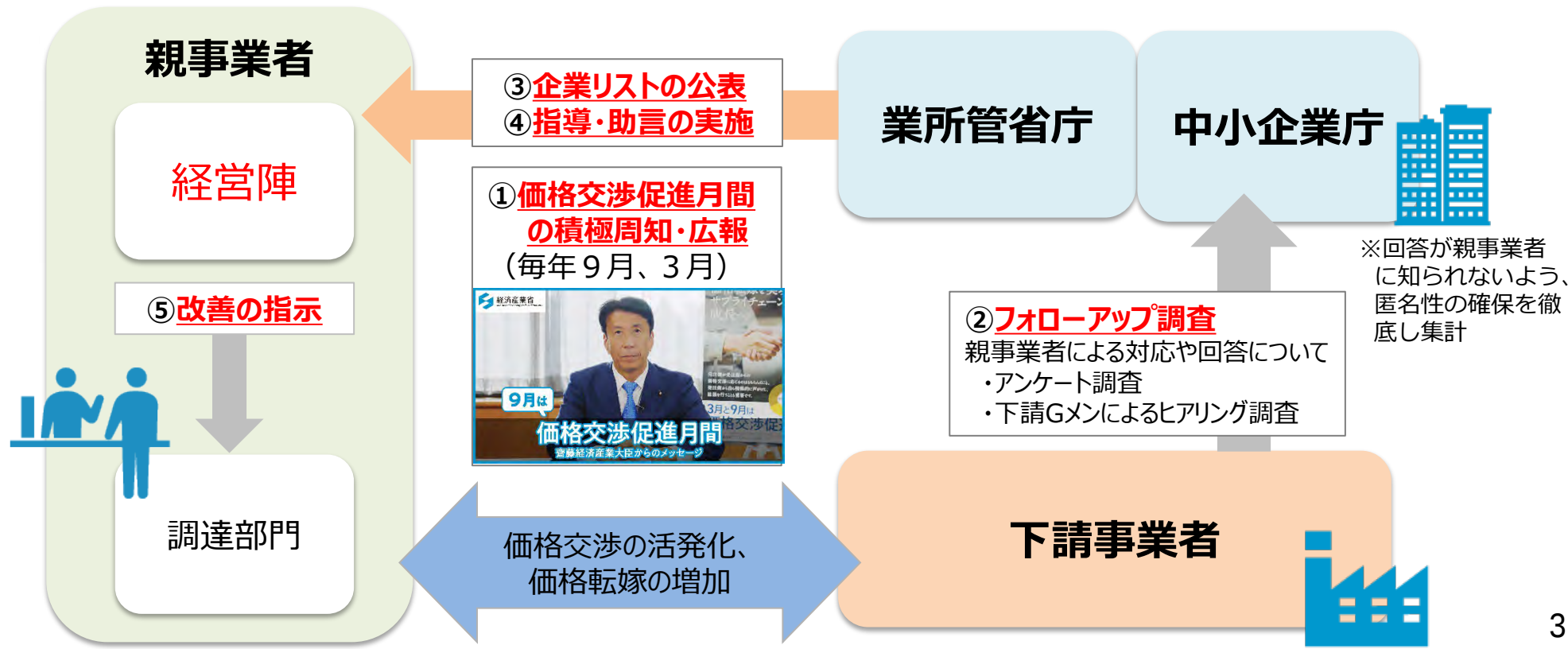
○ 小売業者Aに対して、恒常的な納価割れ販売は問題であることを説明し、改善された。

○ 小売業者Bに対して、小売業者Aによる納価割れ販売の実態を説明することで、取引価格を維持することで合意した。



「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」。**



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）

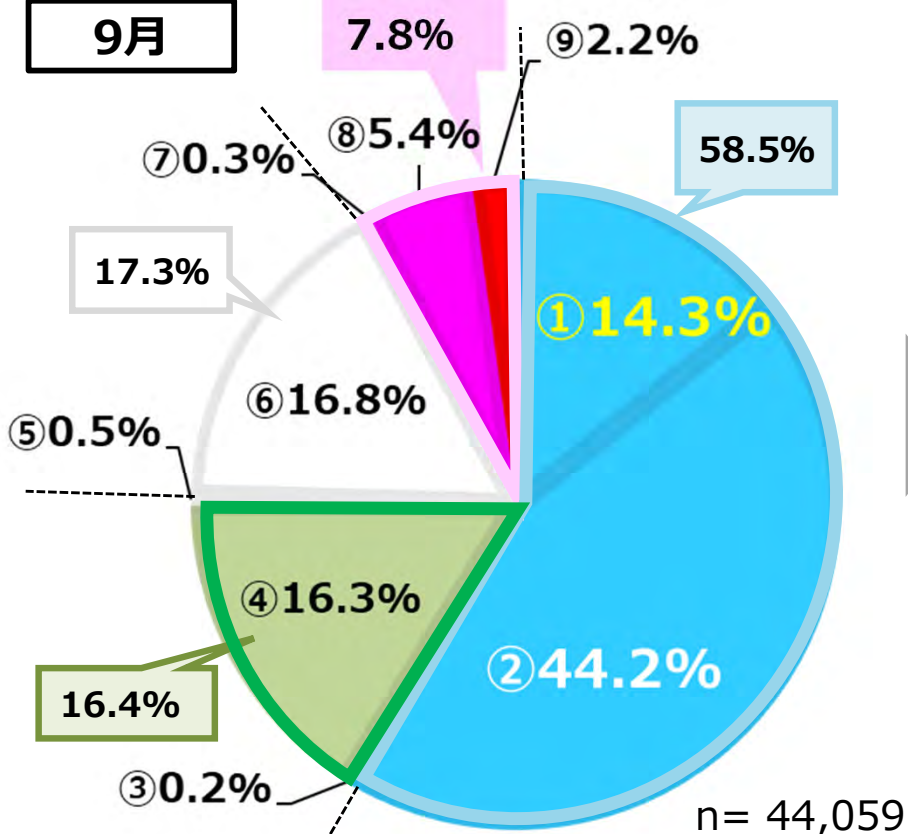
○ヒアリング件数 約2,000社（予定）

価格交渉の状況

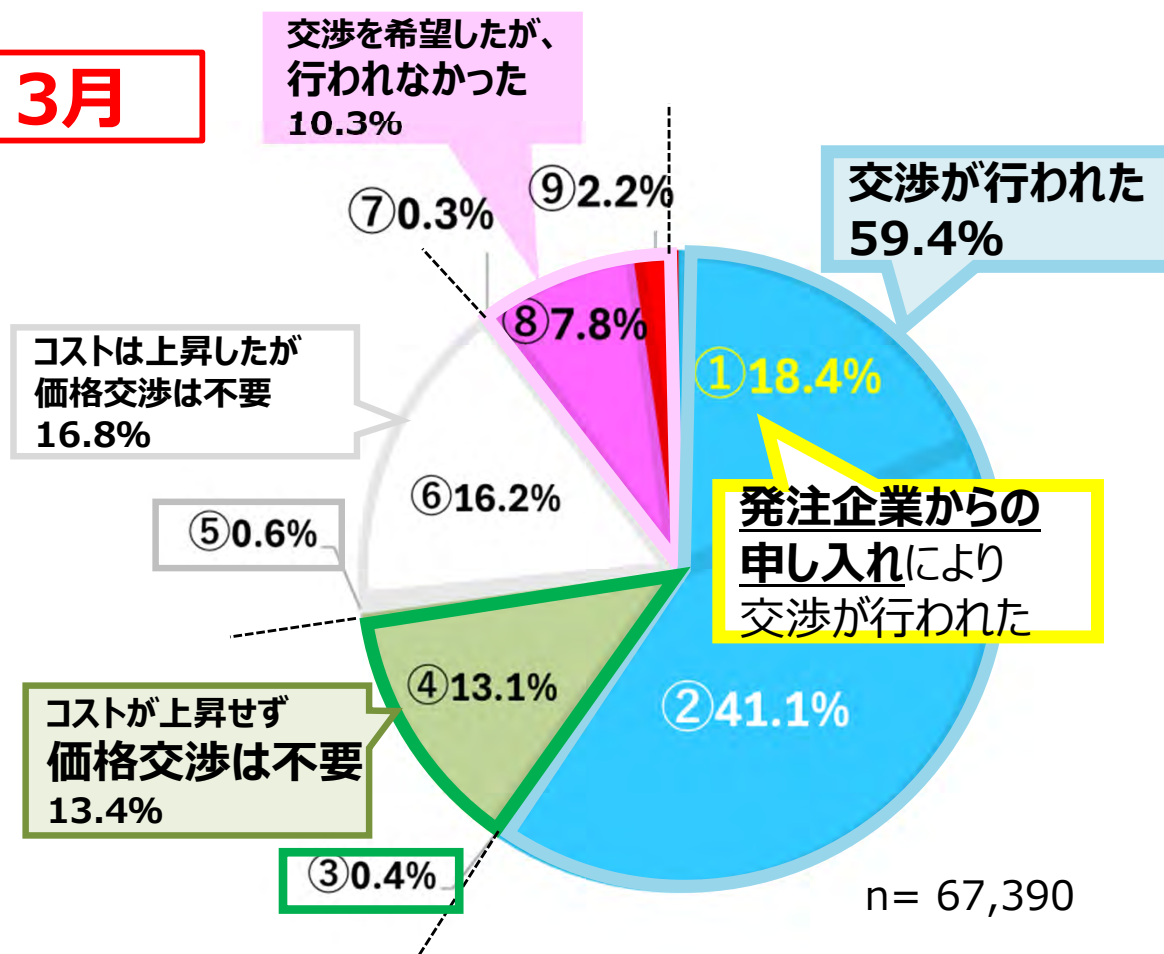
- 「発注企業から交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた」割合は、昨年9月から更に増加（14.3%→18.4%）。（昨年3月 7.7%）
- 発注企業との価格交渉が行われた割合も、微増（58.5%→59.4%）。
- ⇒ 発注企業の方からの交渉申し入れも浸透し始め、価格交渉できる雰囲気更に醸成されつつある。
- 一方で、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」割合が増加（7.8%→10.3%）。
- ⇒ 引き続き、労務費指針の徹底等による価格交渉の機運醸成が必要。

直近6ヶ月間における価格交渉の状況

9月



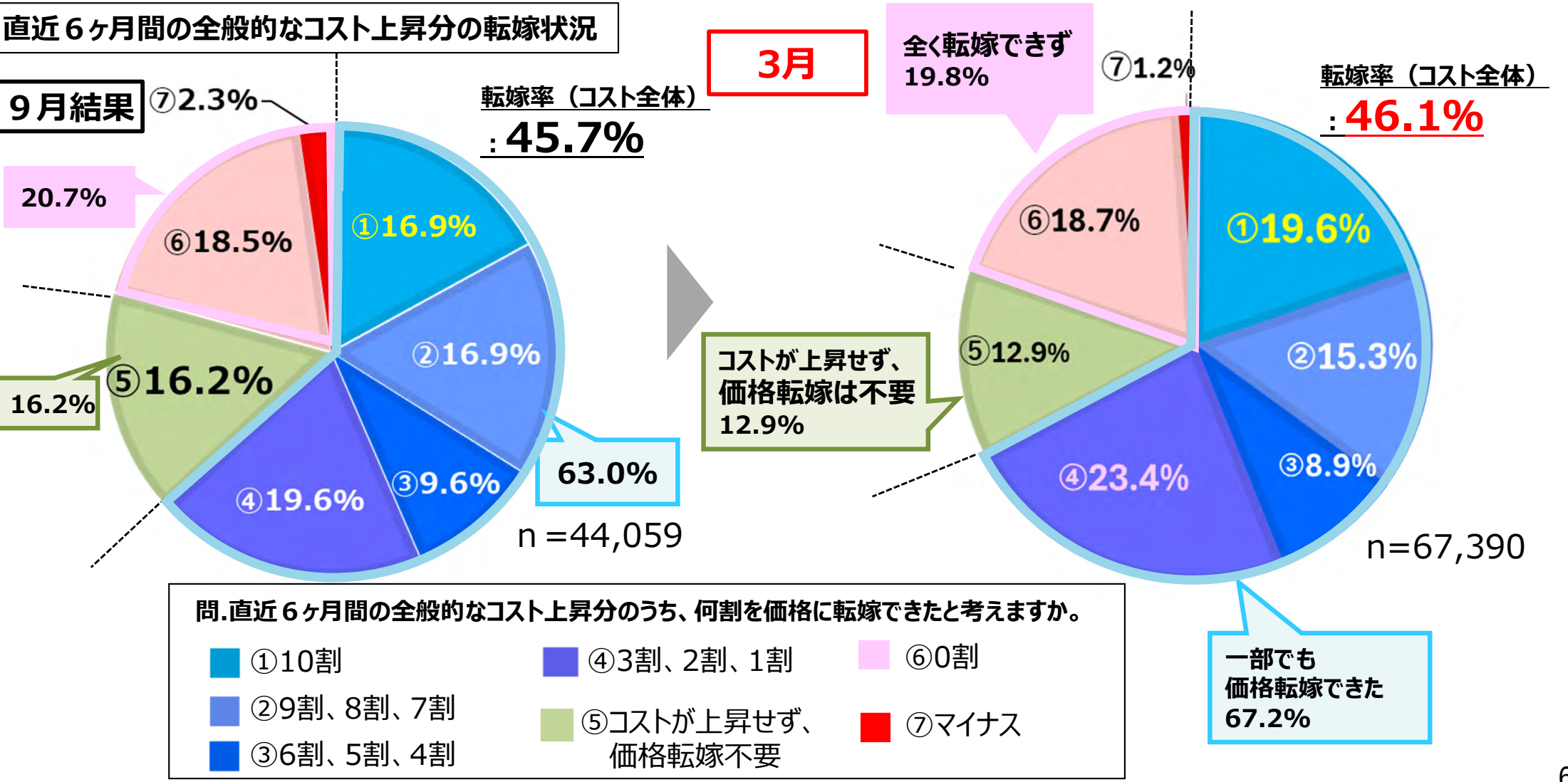
3月



※①～⑨の凡例（中小企業への質問項目）は次ページ参照

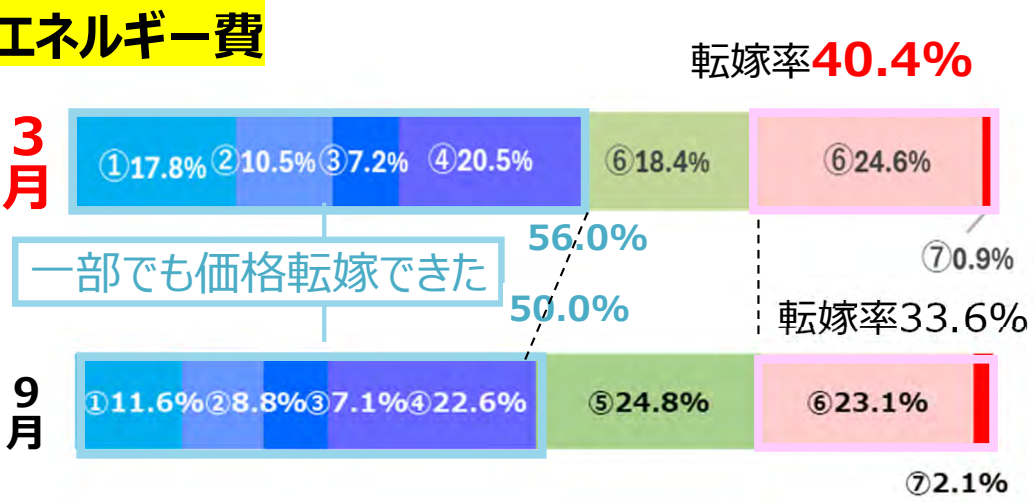
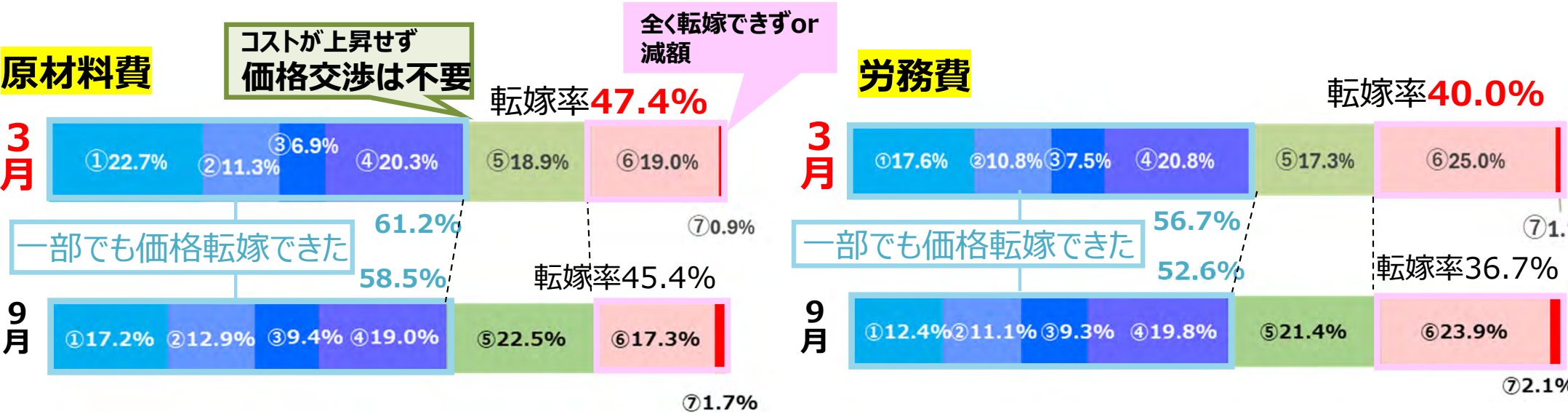
価格転嫁の状況①【コスト全般】

- 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。



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。

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		

(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）。

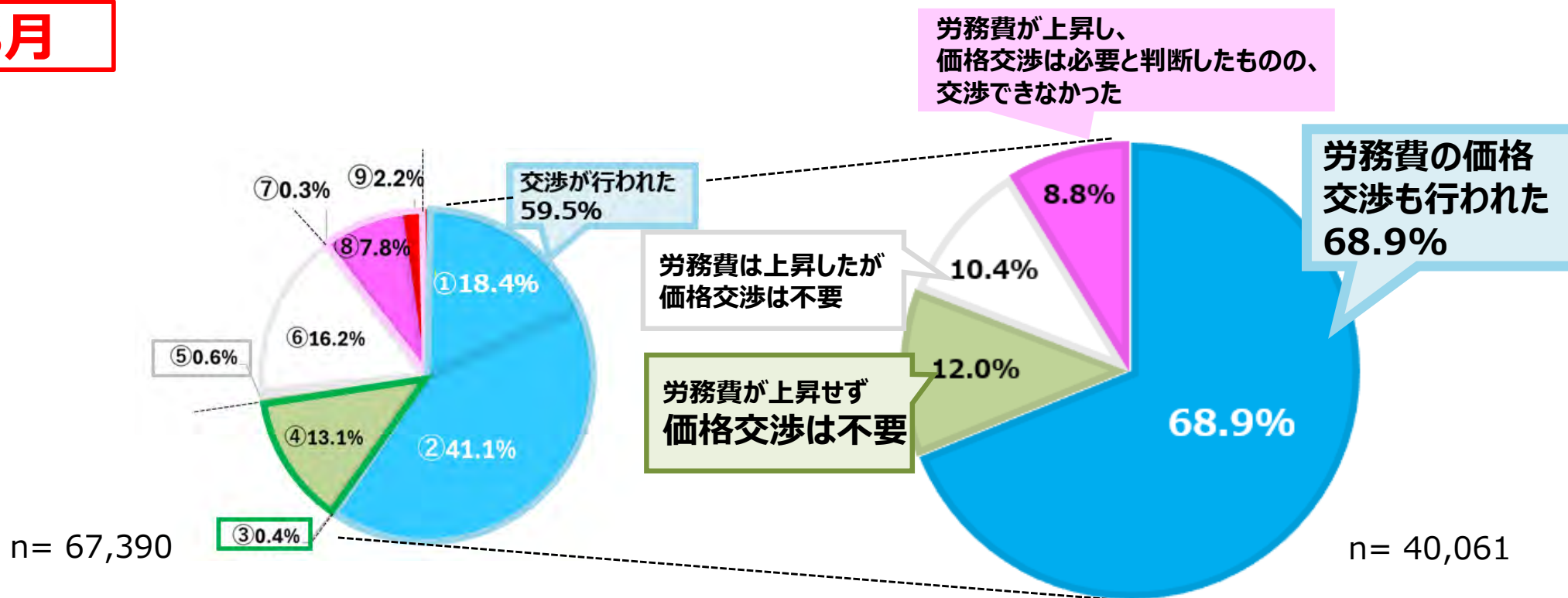
価格交渉			平均点数	価格転嫁			価格転嫁率
全体			6.52	全体			46.1%
業種別	1位	化学	7.54	業種別	1位	化学	61.0%
	2位	鉱業・採石・砂利採取	7.39		2位	製薬	53.5%
	3位	製薬	7.38		3位	機械製造	51.9%
	4位	電気・ガス・熱供給・水道	7.18		4位	飲食サービス	51.5%
	5位	廃棄物処理	7.01		5位	電機・情報通信機器	51.2%
	6位	飲食サービス	6.98		6位	食品製造	50.0%
	7位	繊維	6.94		7位	繊維	49.9%
	8位	卸売	6.89		8位	造船	49.1%
	9位	情報サービス・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①) 労務費についての価格交渉の状況

2024年6月21日経済産業省

- 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



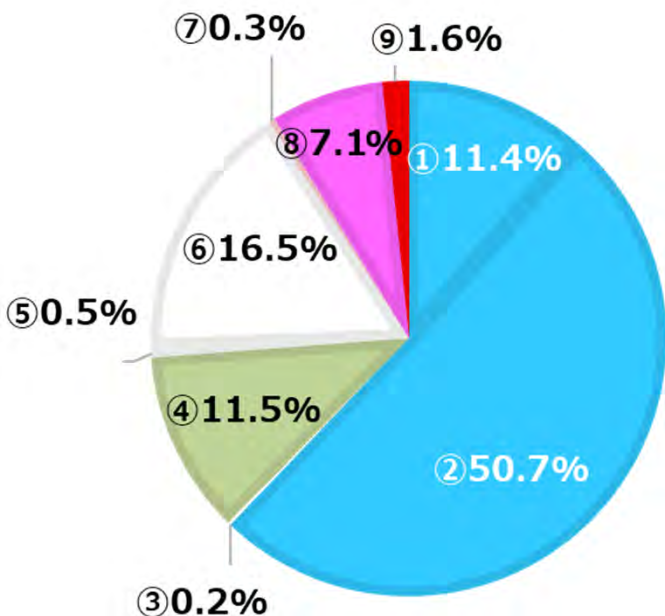
アンケート回答企業からの具体的な声

- ▲ 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。

(参考) 個別の業界ごとの交渉・転嫁状況

食品製造

直近6ヶ月間の価格交渉の状況



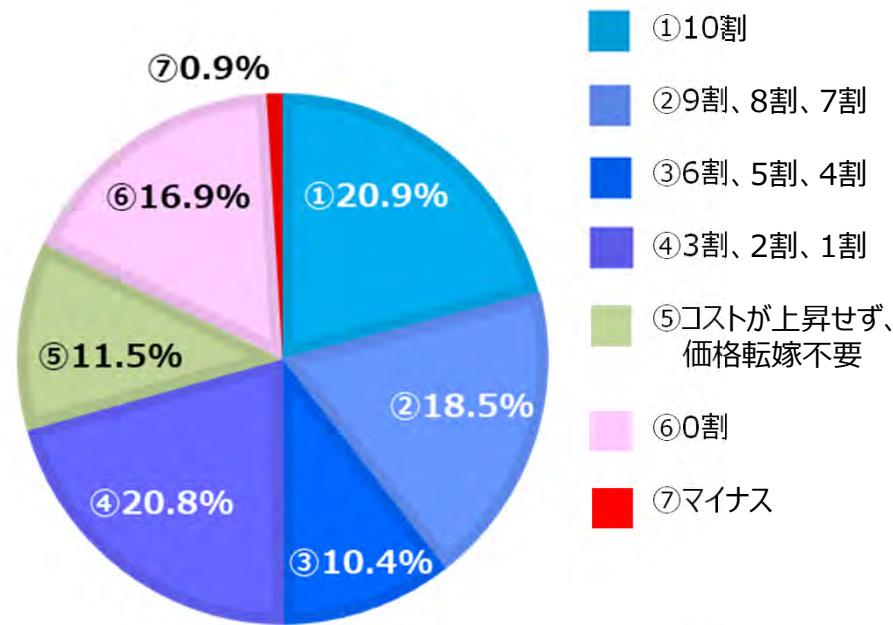
①	発注企業から、交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた。
②	受注企業から、発注企業に交渉を申し出、価格交渉が行われた。
③	コストが上昇せず、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。
④	コストが上昇せず、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、受注企業から交渉を申し出なかった。
⑤	コストが上昇したが、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。
⑥	コストが上昇し、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、受注企業から交渉を申し出なかった。
⑦	コストが上昇し、発注企業から申し入れがあったが、発注減少や取引停止を恐れ、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。

アンケート回答企業からの具体的な声等

- 円安が進み過ぎ、輸入材料の価格が毎月上昇するため、過去に無い頻度で大幅な値上げが必要となった。発注企業は、供給が途絶える事の方が問題が大きいと理解し、前向きに価格交渉に応じてくれた。
- 価格交渉ができる時期を事前通達してくれて、準備期間および交渉期間が十分に取れた。
- ▲ 同業他社の相見積の値段を伝えられ、それ以下にするように求められ、それを相見積書を作成した会社に見せて同様に値引きさせ、更にそれをもって値下げ交渉をされた。
- ▲ プライベートブランドや留型などは、発注企業も受けた条件が厳しいようで、価格交渉の対象からは除外された。

【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】



n=1,542

転嫁率：50.0%

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**社名リストの公表**

② **8月中**：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 パートナシップ構築宣言の更なる拡大・実効性の向上

「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」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

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

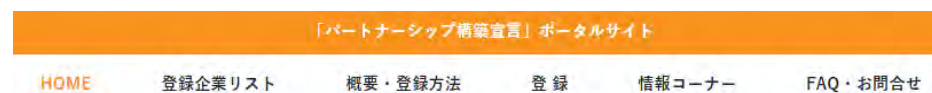
- ✓ 【共同議長】経産大臣、内閣府特命担当大臣（経済財政政策）
【構成員】厚労大臣、農水大臣、国交大臣、内閣官房副長官（政務）、経団連、日商、連合
- ✓ 第1回は2020年5月、第2回は2020年11月、第3回は2022年2月、第4回は2022年10月11日に開催
第5回は2023年12月21日に開催。

「パートナーシップ構築宣言」を公表する意義①

経済産業省作成資料

- 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



「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



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

下請中小企業振興法 「振興基準」の改正

下請中小企業振興法に基づき、経済産業大臣が定める「**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。

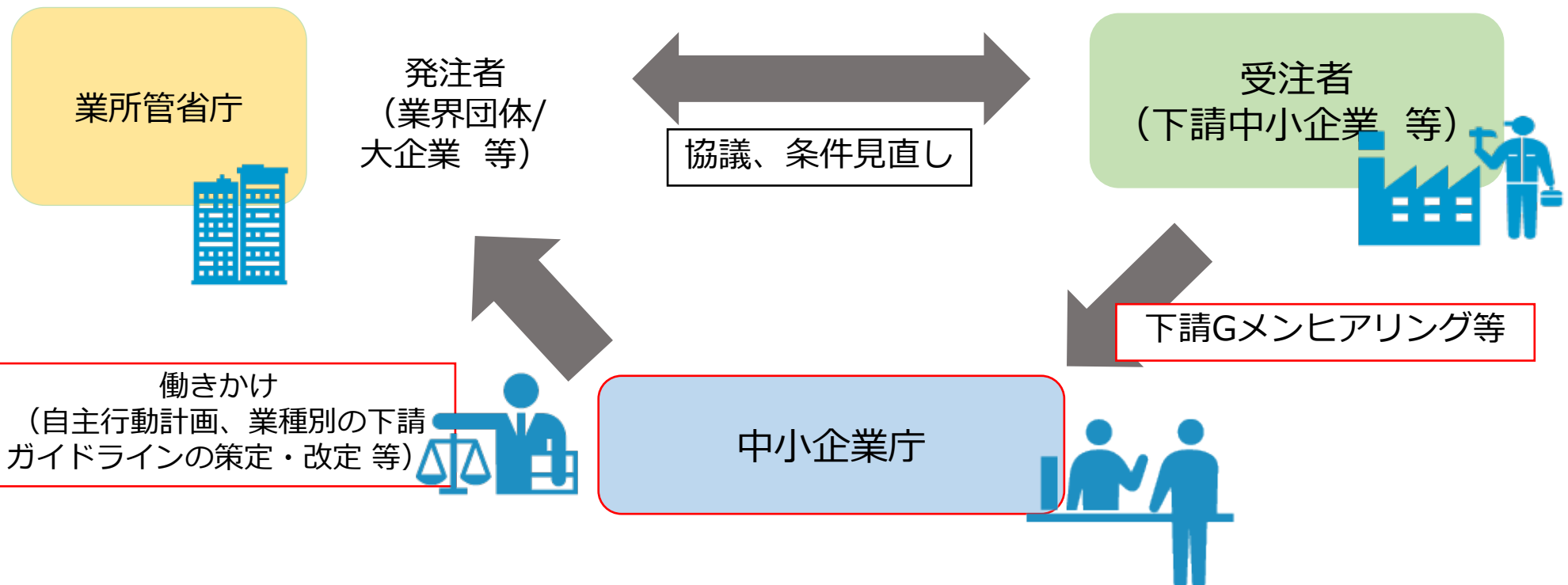
(指導及び助言)

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。

下請Gメンの活動

- 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。

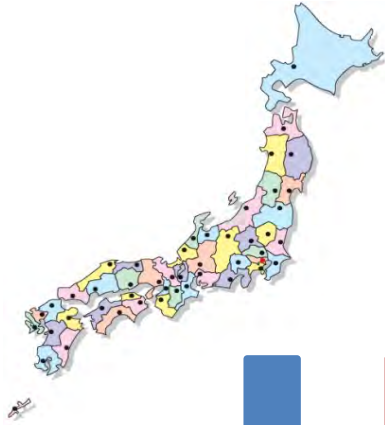
- ①業所管省庁による業種別の下請ガイドラインや、業界団体による自主行動計画の策定・改訂に向けた働きかけ
- ②価格交渉等の取引実態を踏まえた施策の立案や業界団体等への改善に向けた働きかけ
- ③下請代金法に基づく取締りの端緒情報等に活用 等



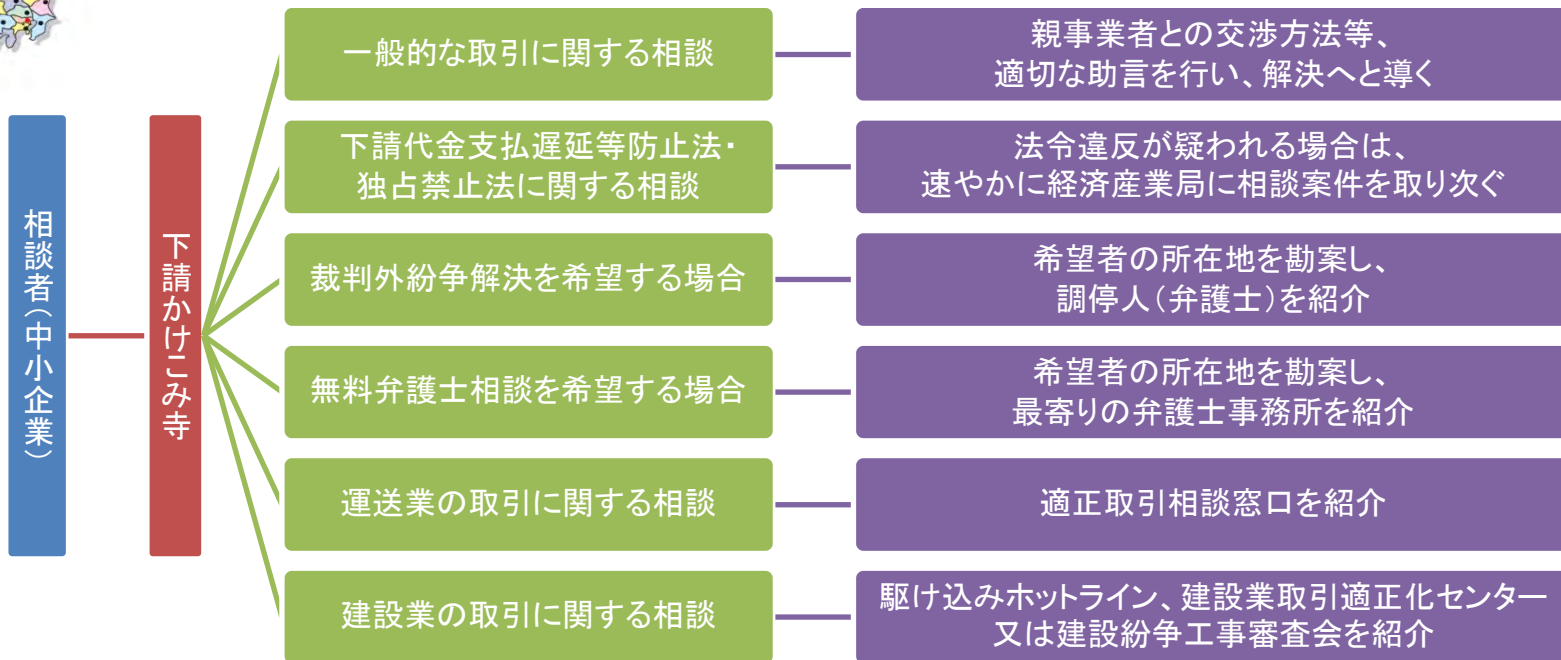
〈取引適正化に向けた自主行動計画 策定団体 28業種75団体（令和6年8月時点）〉

自動車（日本自動車工業会／日本自動車部品工業会）、**素形材**（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／日本鍛圧機械工業会／日本工業炉協会／日本バルブ工業会）、**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、日本鉄道車輛工業会）、**航空宇宙**（日本航空宇宙工業会）、**繊維**（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**（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／情報通信ネットワーク産業協会／ビジネス機械・情報システム産業協会）、**情報サービス・ソフトウェア**（情報サービス産業協会）、**流通**（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／日本ボランタリーチェーン協会／日本DIY・ホームセンター協会）、**家具・建材・住宅設備**（日本建材・住宅設備産業協会、アジア家具フォーラム、日本オフィス家具協会、日本家具産業振興会）、**金属**（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**（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**（全国警備業協会）、**通信**（電気通信事業者協会）、**放送コンテンツ**（放送コンテンツ適正取引推進協議会）、**トラック運送**（全日本トラック協会）、**建設**（日本建設業連合会）、**金融**（全国銀行協会）、**商社**（日本貿易会）、**印刷**（日本印刷産業連合会）、**造船**（日本造船工業会／日本中小型造船工業会）、**住宅**（住宅生産団体連合会）、**広告**（日本広告業協会）、**電力**（送配電網協議会）、**食品製造業**（食品産業センター）、**食品卸売業**（日本加工食品卸売協会／日本外食品流通協会／日本給食品連合会／全国給食事業協同組合連合会／全国青果卸売市場協会／全国魚卸売市場連合会）、**飲食業**（日本フードサービス協会）、**不動産管理業**（マンション管理業協会、日本賃貸住宅管理協会）

- 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。



下請かけこみ寺（相談業務）

●相談員等による相談対応件数

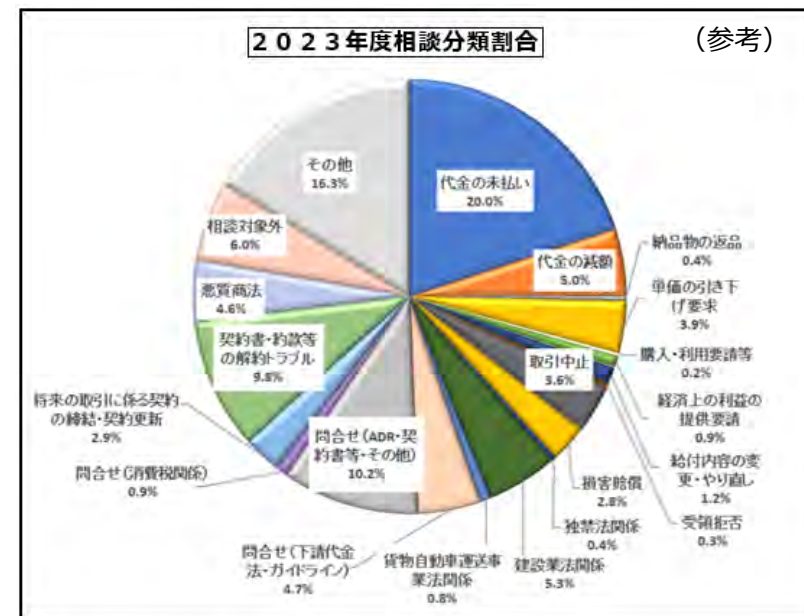
※「その他」には、下請代金支払遅延等防止法が適用されない中小企業同士のトラブルの他、法令等に関する一般的な質問等も含まれる。

	下請代金法関係	建設業関係	運送業関係 (代金法除く)	その他	消費税関係	合計
平成28年度	812	1,395	204	4,130	42	6,583
平成29年度	997	1,560	211	4,055	15	6,838
平成30年度	1,151	1,814	365	5,018	33	8,381
令和元年度	1,058	1,891	482	5,945	74	9,450
令和2年度	1,107	933	281	7,329	77	9,727
令和3年度	1,021	1,039	257	8,423	38	10,778
令和4年度	1,065	1,093	222	9,205	29	11,614
令和5年度	1,027	1,182	280	9,847	10	12,346

●弁護士無料相談件数

相談者の所在地に最も近い弁護士（全国に500名超の弁護士を登録）を紹介、弁護士が踏み込んだ相談対応を実施。

平成25年度相談件数：711件 令和元年度相談件数：474件
 平成26年度相談件数：681件 令和2年度相談件数：407件
 平成27年度相談件数：743件 令和3年度相談件数：328件
 平成28年度相談件数：627件 令和4年度相談件数：403件
 平成29年度相談件数：601件 令和5年度相談件数：388件
 平成30年度相談件数：513件



価格転嫁サポート体制の強化

- 2023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」を設置し、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。

＜価格転嫁サポート窓口の支援イメージ＞

価格転嫁ができた理由（複数回答）



・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。

・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等を提案。

価格転嫁サポート窓口 （よろず支援拠点）

②原価計算の支援

①経営相談

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

（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！



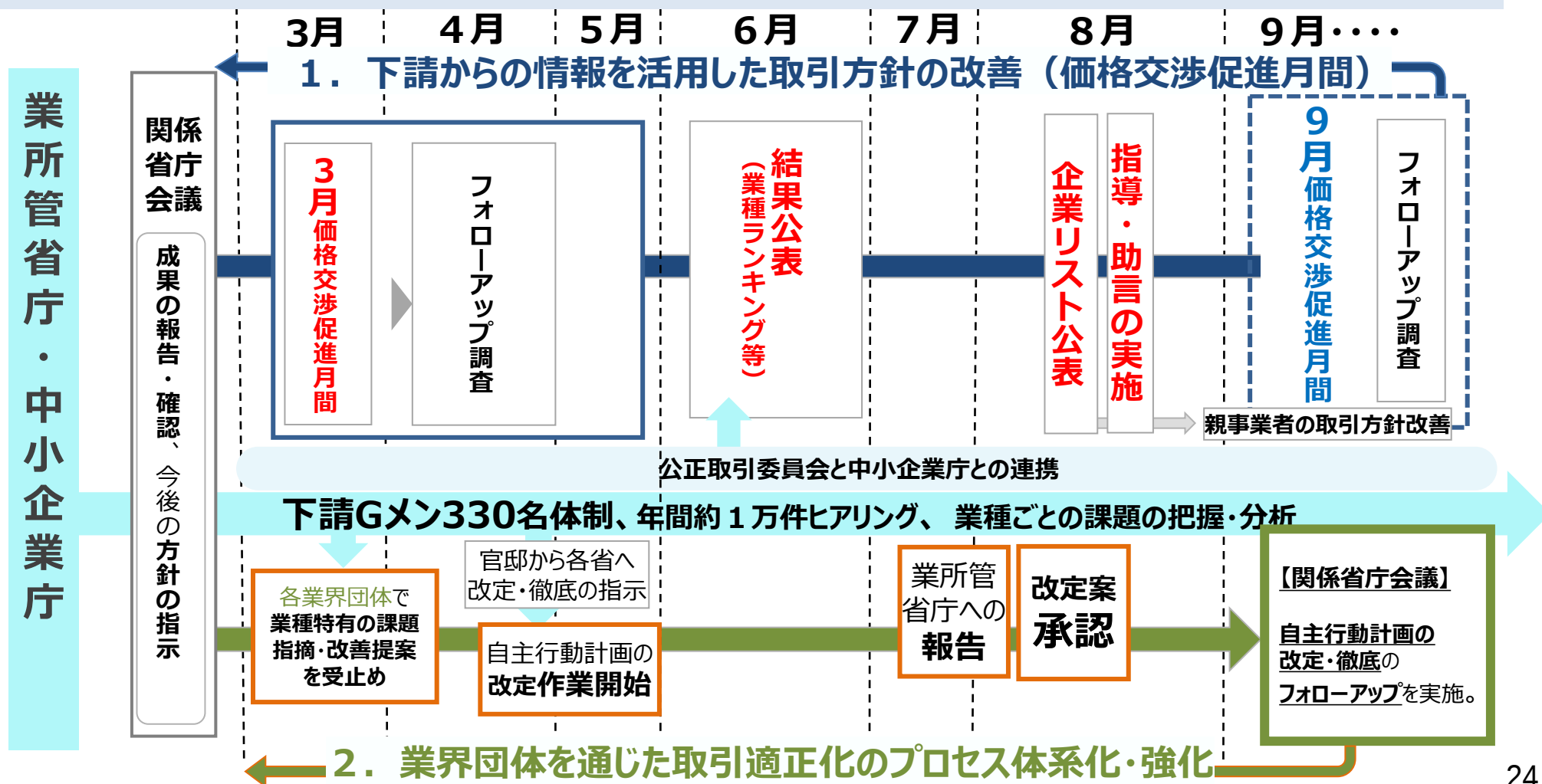
お手持ちのPC・スマホからe-learning受講・講習会申込可能。
「適正取引支援サイト」で検索！ <https://tekitorisupport.go.jp/>



適正取引支援サイト

取引方針の改善サイクル（個別企業および各業界全体）

- 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**



価格転嫁円滑化に関する調査の結果を踏まえた 事業者名の公表に係る方針について



公正取引委員会では、取引の公正化をより一層推進する観点から、適正な価格転嫁が可能となる取引環境を整備するため、令和4年の「独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査」（以下「緊急調査」という。）に続き、令和5年5月から「独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に係るコスト上昇分の価格転嫁円滑化の取組に関する特別調査」（以下「特別調査」という。）を実施しており、令和5年内を目途に調査結果を取りまとめ、公表する予定である。

また、価格転嫁円滑化に関する調査（特別調査及び令和6年以降に実施する調査を含む。以下同じ。）の結果を踏まえた事業者名の公表については、デュープロセスに配慮する観点から、以下の方針の下進めていくことを明らかにすることとした。

今後、当該方針も踏まえ、適正な価格転嫁の実現に向けた取組を進めていく。また、引き続き、独占禁止法や下請法に違反する事案については、厳正に対処していく。

事業者名の公表に係る方針

価格転嫁円滑化に関する調査において、取引価格が据え置かれており事業活動への影響が大きい取引先として**受注者から多く名前が挙がった発注者**については、**その旨を説明し、事業者名の公表があり得る旨を予告した上で個別調査（注1・2）を実施し、当該個別調査の結果、相当数の取引先について協議を経ない取引価格の据置き等（注3）が確認された場合には、価格転嫁の円滑な推進を強く後押しする観点から、発注者に価格転嫁に向けた積極的な協議を促し、また、受注者にとっての協議を求める機会の拡大につながる有益な情報であること等を踏まえ、独占禁止法第43条の規定に基づき、その事業者名を公表することとする。**

なお、当該事業者名の公表は、独占禁止法に違反すること又はそのおそれを認定するものではない。

（注1）個別調査は、以下のいずれかに該当する者を重点的に対象とする。

① **価格転嫁円滑化に関する調査（令和5年の特別調査においては、令和4年の緊急調査を指す。）において、取引価格が据え置かれており事業活動への影響が大きい取引先として受注者から多く名前が挙がった発注者又は注意喚起文書の送付を受けた発注者であって、かつ、今年の価格転嫁円滑化に関する調査の結果、受注者から多く名前が挙がった者**

② **今年の価格転嫁円滑化に関する調査の結果、取引価格が据え置かれており事業活動への影響が大きい取引先として受注者から特に多く名前が挙がった者**

（注2）個別調査においては、**独占禁止法第40条の規定に基づき、出頭を命じ、又は必要な報告、情報若しくは資料の提出を求めることがある。**また、同条の規定による処分に違反して出頭せず、報告、情報若しくは資料を提出せず、又は虚偽の報告、情報若しくは資料を提出したときは、同法第94条の2及び第95条第1項の規定により、刑に処されることがある。

（注3）協議を経ない取引価格の据置き等（下記の独占禁止法Q & Aの1及び2に該当する行為）

◎公正取引委員会ウェブサイト 独占禁止法Q & A Q20（抜粋）

取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方に対し、一方的に、著しく低い対価での取引を要請する場合には、優越的地位の濫用として問題となるおそれがあり、具体的には、

- 1 労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格の交渉の場において明示的に協議することなく、従来どおりに取引価格を据え置くこと
 - 2 労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストが上昇したため、取引の相手方が取引価格の引上げを求めたにもかかわらず、価格転嫁をしない理由を書面、電子メール等で取引の相手方に回答することなく、従来どおりに取引価格を据え置くこと
- は、優越的地位の濫用として問題となるおそれがある。

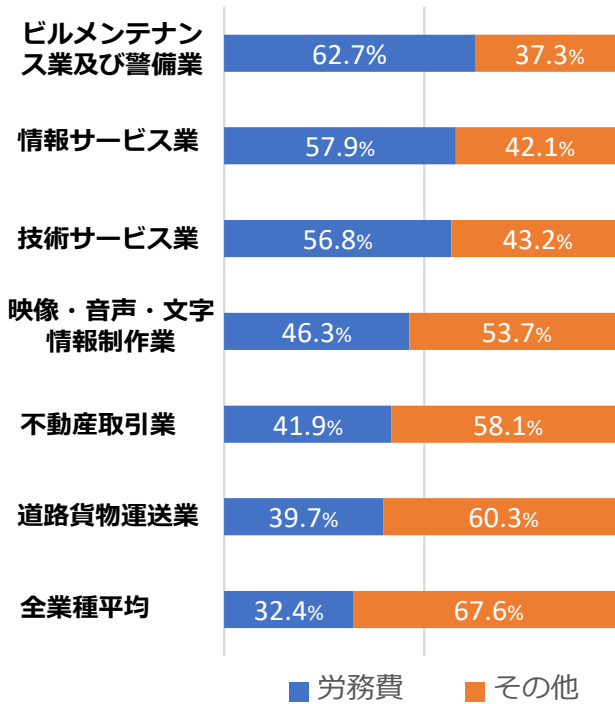
受注者からの要請の有無にかかわらず、発注者から積極的に価格転嫁に向けた協議の場を設けていくことが重要

※「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」においても、同様に、上記1及び2の行為が買いたたきに該当するおそれがあると記載している。

労務費の転嫁の現状

特別調査の結果、原材料価格やエネルギーコストに比べ、労務費の転嫁が進んでいない結果がみられた。
 （コスト別の転嫁率＜中央値＞：原材料価格（80.0%）、エネルギーコスト（50.0%）、労務費（30.0%））

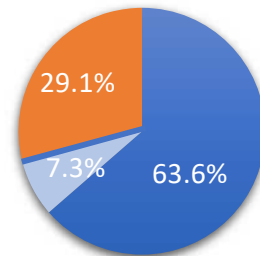
コストに占める労務費の割合の高い業種



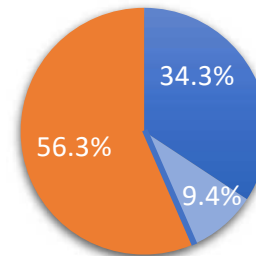
労務費の割合の高い業種の転嫁の状況

労務費の割合の高い業種の中には要請ができていない業種がみられるが、その業種の中でも要請している受注者は価格転嫁が認められている。

ビルメンテナンス業及び警備業

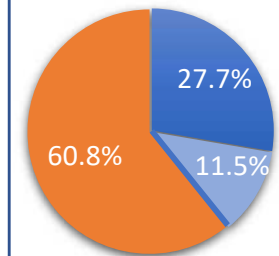


情報サービス業



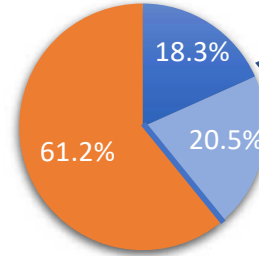
価格転嫁を要請していない受注者が多いものの、要請した場合は労務費の転嫁率が高い（90%以上）受注者が多い。

技術サービス業



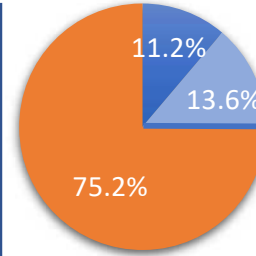
価格転嫁を要請していない受注者が多いものの、要請した場合は労務費の転嫁率が高い（90%以上）受注者が多い。

映像・音声・文字情報制作業

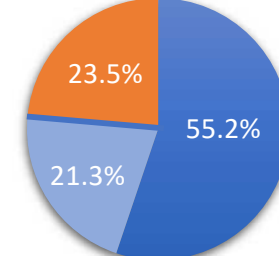


労務費の上昇を理由として要請してもその転嫁率が低い（10%未満）受注者が多い。

不動産取引業



道路貨物運送業



労務費の上昇を理由として要請してもその転嫁率が低い（10%未満）受注者が多い。

■ 労務費 ■ その他 ■ 要請した（労務費の上昇を理由とした） ■ 要請した（労務費の上昇を理由としていない） ■ 要請していない

特別調査の回答者からの声としては、労務費の転嫁の交渉実態として、価格転嫁を認めてもらえたとする声がある一方で、以下の声があった。

- 労務費の上昇分は受注者の生産性や効率性の向上を図ることで吸収すべき問題であるという意識が発注者に根強くある。
- 交渉の過程で発注者から労務費の上昇に関する詳細な説明・資料の提出が求められる。
- 発注者との今後の取引関係に悪影響（転注や失注など）が及ぶおそれがある。

特別調査における事業者からの指摘事項（項目別）

項目	事業者からの指摘事項	本指針の対応部分
本社（経営トップ）の関与	● <u>交渉現場の担当者からすれば労務費上昇分の価格転嫁を認めない行動を取ることが、発注者の短期的な利益（コスト増の回避）につながり、業績として評価されることになるので転嫁に応じてもらえない。</u>	発注者としての行動①
発注者側からの定期的な協議の実施	● <u>約30年前の取引開始以降、一度も価格改定がなされていない。</u> ● <u>実質的にはスポット取引とはいえない取引であるにもかかわらずスポット取引と認識している発注者から価格交渉の打診を受けたことがなく、取引開始以降、価格が据え置かれている。</u> ● <u>基本的にどの発注者からも長年据え置かれてきた。</u>	発注者としての行動②
説明・資料を求める場合は公表資料とすること	● <u>発注者から当社のコスト構造を明らかにする資料の提出を求められたが、明らかにしたくないため労務費の転嫁の要請を断念した。</u>	発注者としての行動③
要請があれば協議のテーブルにつくこと	● <u>取引上の立場が弱い受注者からは、労務費の転嫁の協議を求めると契約の打ち切りなど、不利益を受けるのではないかと心配から協議を持ちかけられない。</u> ● <u>燃料費の上昇分の価格転嫁は認められたが、それ以外の労務費などについては交渉のテーブルについてくれなかった。</u>	発注者としての行動⑤
必要に応じ考え方を提案すること	● <u>発注者が自ら用意した労務費の転嫁の交渉用のフォーマットによる価格転嫁の申出しを受け付けておらず、当該フォーマットで計算した結果、当社が本来求めたかった額より低い額となった。</u>	発注者としての行動⑥

労務費の適切な転嫁に向けた取組事例（項目別）

項目	事業者の取組事例	本指針の対応部分
本社（経営トップ）の関与	○受注者からの要請の有無にかかわらず1年に1回以上の価格交渉をすること等を内容とする <u>代表取締役からの指示を社内で周知</u> した。	発注者としての行動①
発注者側からの定期的な協議の実施	○受注者に対し、労務費を含めたコストアップによる価格転嫁の必要性についての <u>協議を呼びかける文書を定期的に送付</u> している。	発注者としての行動②
説明・資料を求める場合は公表資料とすること	○最低賃金なり厚生労働省の統計といった <u>公表資料から大まかな賃金の傾向が確認できれば、わざわざ受注者の労務費が実際に上がっているかといった個社の労務費の状況までは聞かずに受注者が求める額を受け入れること</u> としている。	発注者としての行動③
サプライチェーン全体での適切な価格転嫁を行うこと	○毎月実施している直接の取引先である受注者（一次取引先）との会合において、 <u>二次取引先以降の値上げも含めて当社に転嫁を求めてくるように声かけ</u> をしている。	発注者としての行動④
要請があれば協議のテーブルにつくこと	○受注者から従業員の賃金を引き上げるために翌期の契約金額の引き上げを求められたところ、 <u>翌期の作業内容に変更はなかったものの、双方合意の金額にて取引価格を引き上げた</u> 。	発注者としての行動⑤
必要に応じ考え方を提案すること	○労務費の転嫁のやり方が分からないと受注者から相談を受けた際、 <u>他の受注者による算定式として最低賃金の上昇率や物価上昇率を基に要請額を算定した例を紹介</u> している。	発注者としての行動⑥

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、独占禁止法上の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在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：要請が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）の相談窓口などに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、**6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：発注者から価格を提示されるのを待たずに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。

価格交渉の申込み様式（例）

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
（発注者） 御中
（受注者）
○年○月○日

下記のとおり、御見積もり申し上げます。

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）

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

（例）

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

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）

	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）

（例1）

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

（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

公正取引委員会
Japan Fair Trade Commission

ホーム 公正取引委員会について 報道発表・広報活動 独占禁止法 下請法 CPRC (競争政策研究センター) 相談・申告・情報・手続等

ホーム > 「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」に関する公正取引委員会の取組

「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」に関する公正取引委員会の取組

「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」(令和3年12月27日：内閣官房、消費者庁、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、公正取引委員会) 及び「令和5年中小事業者等取引公正化推進アクションプラン」(令和5年3月1日)に関する公正取引委員会の取組をまとめています。

労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針について

今般、内閣官房及び公正取引委員会の連名で、労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針を策定しました。

- ① (令和5年11月29日)「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の公表について
- ② (令和5年11月29日)労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針
- ③ 別添（価格交渉の申込み様式（例））



https://www.jftc.go.jp/partnership_package/index.html

公正取引委員会
Japan Fair Trade Commission

ホーム 公正取引委員会について 報道発表・広報活動 独占禁止法 下請法 CPRC (競争政策研究センター) 相談・申告・情報・手続等

ホーム > 独占禁止法 > 法曹・ロイ・オンライン等(独占禁止法) > 運用並準則等 > 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

PDF版はこちら (PDF: 878KB)
別添（価格交渉の申込み様式（例））はこちら

令和5年11月29日
内閣官房
公正取引委員会



<https://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/romuhitenka.html>

等

※食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成3年法律第59号）第27条第1項に基づく調査

令和5年度の調査について

- 調査の目的 ① 食品等流通における労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分の価格状況や課題の把握
② 各事業者の「物流の2024年問題」への取組状況や課題の把握

- 主な調査項目 ① 価格転嫁 ② 物流 ③ 商慣習 ④ 電子取引等

■ 調査の実施方法

① アンケート調査

卸売市場関係者	食品製造事業者	食品卸事業者	小売事業者	合計
445	292	59	57	853

② ヒアリング調査

農業者団体 農業法人	卸売市場関係者	食品製造事業者	食品卸事業者	小売事業者	合計
32	65	40	27	39	203

令和5年度の調査結果の概要

【①価格転嫁】

- 主として加工食品を取り扱う食品製造事業者・食品卸事業者においては、原材料費の高騰分を中心に昨年度と比べ価格転嫁が進展していたが、労務費やエネルギーコストの上昇分の価格転嫁は十分進んでいるとは言い難い。
- また、食品製造事業者・食品卸事業者からは、製造・卸段階での値上げが店頭価格に反映されるまでのタイムラグを指摘する声が多く、中には「小売事業者から旧価格との差額補填を要請された」という適切とは言い難い事例もあった。
- 主として生鮮食料品を取り扱う農業者団体等や卸売市場関係者からは、加工用や飲食店向け納品等について「価格転嫁できている」という声と、スーパーへの納品等について「価格転嫁できていない」という声の両方が聞かれた。

【②物流】

- トラック予約システム導入により荷待ち等の状況が大きく改善されたとの声が数多く聞かれた。
- パレット導入の進展や効果を評価する声が聞かれた一方で、コスト負担等の課題により進んでいないとの声も聞かれた。
- 物流効率化に向けた取組としては、共同配送等を通じた積載率向上への取組が数多く聞かれた。

【③商慣習】

- 店舗納品期限については、未だに1/3ルールが業界に根付いている様子がうかがわれたものの、小売事業者において、一部又は全ての商品について1/2ルールに緩和しているとの回答が5割を占める等、緩和に向けた動きも見られた。
- 納品リードタイムについては、未だ翌日納品が主流ではあるものの、品目によっては翌々日納品が5割近くを占める等、延長に向けた動きも見られた。他方、小売事業者の物流センターの使用料（センターフィー）については、卸売市場関係者・食品製造事業者・食品卸事業者の全てから設定根拠の不透明性等を指摘する声が数多く聞かれた。

【④電子取引等】

- 小売事業者の発注業務はオンライン化が進んでいるが、食品製造事業者・食品卸事業者においては、オンライン受注が進んでいる者とFAXによる受注が大半を占める者にと二分される傾向にあることが、ヒアリング調査により明らかになった。
- 小売事業者においては自動発注システムの導入が進んでおり、AI需要予測システムの活用も増加傾向にあるが、ロス率低下や発注作業の負担軽減効果を評価する声がある一方で、まだ精度が十分に確立していないとの声が聞かれた。

＜今後の課題＞

- ① 労務費やエネルギーコストの価格転嫁を更に進めることが必要。
- ② 小売事業者における価格転嫁の店頭価格への速やかな反映等、取引の適正化に取り組んでいくことが必要。
- ③ トラック予約システム導入後の運用改善や、複数システム間の相互連携に関する検討等が必要。
- ④ パレット導入について、関係者間で効果とコストについて認識を共有しながら、更に進めていくことが必要。
- ⑤ 納品期限について、1/2ルールに統一しやすい商品カテゴリーから取り組む等、関係者間で協議しながら進める必要。
- ⑥ 物流センターのセンターフィーについて、小売事業者において設定根拠の提示等、透明性確保に努めることが必要。
- ⑦ 電子取引等について、取引関係者間で協力・連携し、一層の導入や活用に取り組むことが必要。

合理的な費用を考慮した価格形成について



食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律の概要（令和6年6月5日公布・施行）



背景

- 近年における世界の食料需給の変動、地球温暖化の進行、我が国における人口の減少等の変化に対応し、食料安全保障の確保、環境と調和のとれた食料システムの確立、農業の持続的な発展のための生産性の向上、農村における地域社会の維持等を図るため、基本理念を見直すとともに、関連する基本的施策を定める。

法律の概要

食料安全保障の確保

- (1) 基本理念について、
 - ① 「食料安全保障の確保」を「良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態」と定義。
 - ② 国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要であることに鑑み、国内への食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない旨を規定。
 - ③ 食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者によりその持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようにしなければならない旨を規定。
- (2) 基本的施策として、次の事項を規定。
 - ① 食料の円滑な入手（食品アクセス）の確保（輸送手段の確保等）、農産物・農業資材の安定的な輸入の確保（輸入相手国の多様化、投資の促進等）
 - ② 収益性の向上に資する農産物の輸出の促進（輸出産地の育成、生産から販売までの関係者が組織する団体（品目団体）の取組促進、輸出の相手国における需要の開拓の支援等）
 - ③ 価格形成における費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進等

環境と調和のとれた食料システムの確立

- (1) 新たな基本理念として、食料システムについては、環境への負荷の低減が図られることにより、環境との調和が図られなければならない旨を規定。
- (2) 基本的施策として、農業生産活動、食品産業の事業活動における環境への負荷の低減の促進等を規定。

農業の持続的な発展

- (1) 基本理念において、生産性の向上・付加価値の向上により農業の持続的な発展が図られなければならない旨を追記。
- (2) 基本的施策として、多様な農業者による農地の確保、農業法人の経営基盤の強化、農地の集団化・適正利用、農業生産の基盤の保全、先端的な技術（スマート技術）等を活用した生産性の向上、農産物の付加価値の向上（知財保護・活用等）、サービス事業体の活動促進、家畜の伝染性疾病・有害動植物の発生予防、農業資材の価格変動への影響緩和等を規定。

農村の振興

- (1) 基本理念において、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られなければならない旨を追記。
- (2) 基本的施策として、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動（農泊）の促進、障害者等の農業活動（農福連携）の環境整備、鳥獣害対策等を規定。

食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律（抜粋）①



改正前	改正後
（食料の安定供給の確保） 第二条 食料は、人間の生命の維持に欠くことができないものであり、かつ、健康で充実した生活の基礎として重要なものであることに<u>かんがみ</u>、将来にわたって、良質な食料が合理的な価格で安定的に<u>供給されなければならない</u>。 2 （略） 3 食料の供給は、農業の生産性の向上を促進しつつ、農業と食品産業の健全な発展を総合的に図ることを通じ、高度化し、かつ、多様化する国民の需要に即して行われなければならない。 （新設） （新設） 4 （略）	（食料安全保障の確保） 第二条 食料については、人間の生命の維持に欠くことができないものであり、かつ、健康で充実した生活の基礎として重要なものであることに<u>鑑み</u>、将来にわたって、食料安全保障（良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれ入手できる状態をいう。以下同じ。）の確保が図られなければならない。 2 （略） 3 （略） 4 国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤、食品産業の事業基盤等の食料の供給能力が確保されていることが重要であることに鑑み、国内の人口の減少に伴う国内の食料の需要の減少が見込まれる中においては、国内への食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない。 5 食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品産業の事業者、消費者その他の食料システム（食料の生産から消費に至る各段階の関係者が有機的に連携することにより、全体として機能を発揮する一連の活動の総体をいう。以下同じ。）の関係者によりその持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようにしなければならない。 6 （略）

食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律（抜粋）②

改正前	改正後
(新設) (食品産業の健全な発展) <u>第十七条</u> 国は、食品産業が食料の供給において果たす役割の重要性に<u>かんがみ</u>、その健全な発展を図るため、<u>事業活動に伴う環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保に配慮しつつ</u>、事業基盤の強化、農業との連携の推進、流通の合理化その他必要な施策を講ずるものとする。 (新設) (農産物の価格の形成と経営の安定) <u>第三十条</u> 国は、消費者の需要に即した農業生産を推進するため、<u>農産物の価格が需給事情及び品質評価を適切に反映して形成されるよう</u>、必要な施策を講ずるものとする。	(食料の円滑な入手の確保) <u>第十九条</u> 国は、地方公共団体、食品産業の事業者その他の関係者と連携し、<u>地理的な制約、経済的な状況その他の要因にかかわらず食料の円滑な入手が可能となるよう</u>、<u>食料の輸送手段の確保の促進</u>、<u>食料の寄附が円滑に行われるための環境整備</u>その他必要な施策を講ずるものとする。 (食品産業の健全な発展) <u>第二十条</u> 国は、<u>食品産業が食料の供給において果たす役割の重要性に鑑み</u>、その健全な発展を図るため、環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保その他の食料の<u>持続的な供給に資する事業活動の促進</u>、<u>事業基盤の強化</u>、<u>円滑な事業承継の促進</u>、<u>農業との連携の推進</u>、<u>流通の合理化</u>、<u>先端的な技術を活用した食品産業及びその関連産業に関する新たな事業の創出の促進</u>、<u>海外における事業の展開の促進</u>その他必要な施策を講ずるものとする。 (食料の持続的な供給に要する費用の考慮) <u>第二十三条</u> 国は、食料の価格の形成に当たり食料システムの関係者により食料の持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるよう、<u>食料システムの関係者による食料の持続的な供給の必要性に対する理解の増進</u>及びこれらの<u>合理的な費用の明確化の促進</u>その他必要な施策を講ずるものとする。 (農産物の価格の形成と経営の安定) <u>第三十九条</u> 国は、農産物の価格の形成について、<u>第二十三条に規定する施策を講ずるほか</u>、消費者の<u>需要に即した農業生産を推進するため</u>、<u>需給事情及び品質評価が適切に反映されるよう</u>、必要な施策を講ずるものとする。

食料・農業・農村基本法改正を受けた政策の進め方（食料安定供給・農林水産業基盤強化本部 令和6年6月12日）



- 食料・農業・農村基本法の改正案の国会成立を受けて、**基本計画の改定**を行う。
- また、**基本計画の改定を待たずに打つべき施策は打つ**など、食料安全保障の強化に向けて**施策を集中実施**。
- **合理的な価格の形成**、人口減少下における**土地改良の在り方**などの**関連法案**については、**令和7年中の国会提出を視野に法制化を検討**。

食料システムの持続性の確保に向けた合理的な価格の形成等（法制化）

- ・関係者の協議による**コスト指標づくり**を推進しつつ、持続的な食料供給に必要な**合理的なコストを考慮する仕組みを新たに法制化**
- ・食料システムの持続性の確保に向けた**食品事業者の取組促進**（環境・人権・農業者との連携等）等

令和7年中の
法案国会提出

人口減少下における農業用インフラの保管理（土地改良法制の見直し）

- ・人口減少に対応し、基幹的な用排水施設について、**申請がなくても更新等を行えるよう手続の簡素化**
- ・末端インフラの適切な保全のため、**土地改良区と地域の関係者による議論・体制づくりを推進**
- ・災害リスクの増大に対応するため、**緊急的な防災事業について、事業目的に地震・豪雨対策に加え老朽化対策を追加**等

令和7年中の
法案国会提出

環境負荷低減の取組推進

- ・農水省関係の補助金受給に際し、適正な化学農薬・肥料の使用など、**環境負荷低減に取り組むこと等を要件とするクロスコンプライアンスの実施**（令和6年度から試行実施中）
- ・更に**先進的な環境負荷低減の取組を行う場合に交付金を交付する仕組みの創設**（令和9年度以降を想定）
- ・消費者理解醸成に向けた**環境負荷低減の取組の見える化、J-クレジットによる民間資金の活用**等

・令和6年～
クロスコンプライアンス実施
・令和9年目途
環境関係の交付金の在り方見直し

食料供給困難事態への対応

- ・民間在庫を含めた**国の潜在的な食料供給確保量の把握**
- ・上記を踏まえて民間在庫も組み合わせた**総合的な備蓄方針の明確化**
- ・具体的な局面を想定した**食料供給困難事態の対処方針の明確化**等

令和7年中
国の基本方針策定

人・農地の確保

- ・令和7年3月末までの各地における**地域計画の策定**
- ・地域計画を踏まえた**担い手の育成・確保と農地の集積・集約化、ほ場整備**
- ・令和7年中に、**食料安全保障の強化に必要な農地面積の明確化**等

・令和7年3月末まで
地域計画の策定
・令和7年中
国の基本方針策定

スマート農業技術の開発促進と生産・流通等の方式の変革

- ・令和6年中に、**スマート農業技術の重点開発目標の設定**（基本方針の策定）
- ・農研機構の施設供用等を通じた**スタートアップ支援**
- ・リース方式、サービス事業体等を通じた**スマート農業機械の普及と、生産現場での栽培方式等の変革促進**等

令和6年中
国の基本方針策定

法案の成立状況を踏まえて対応

食料・農業・農村基本計画の改定

食料安全保障の強化に向けた施策の集中実施



令和6年6月21日 閣議決定

経済財政運営と改革の基本方針2024（骨太方針2024） 新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2024年改訂版

経済財政運営と改革の基本方針2024（骨太の方針2024）＜抜粋＞

第2章 社会課題への対応を通じた持続的な経済成長の実現
～賃上げの定着と戦略的な投資による所得と生産性の向上～

1. 豊かさを実感できる「所得増加」及び「賃上げ定着」

（1）賃上げの促進

（中略）農林水産業や食品産業における就業者の所得向上に向けた環境整備を進める。原材料費、労務費等を考慮した合理的な価格形成がなされるよう、官民協議の下、コスト指標を早期に示すほか、新たな法制度について、2025年の通常国会への提出を目指す。

5. 地方創生及び地域における社会課題への対応

（4）農林水産業の持続可能な成長及び食料安全保障

（中略）食料供給困難事態に備えた基本方針策定等のほか、コスト指標作成等に係る協議を進め、食料の合理的な価格の形成の制度化等食料システムの持続性確保のための法制度について次期通常国会への提出を目指す。

新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2024年改訂版 ＜抜粋＞

VI. G X ・エネルギー・食料安全保障

2. 食料安全保障

（1）食料安全保障の強化

③ 合理的な価格の形成に向けた持続可能な食料システムの構築

生産から加工・流通・販売・消費までの各段階の関係者からなる協議会におけるコスト指標の作成等の議論も踏まえつつ、食料システムの持続性確保のため、食料の持続的な供給に要する合理的な費用が考慮された価格形成のための法制度の検討を行う。

食料システムを通じた食料の持続的な供給①

【直面する課題】

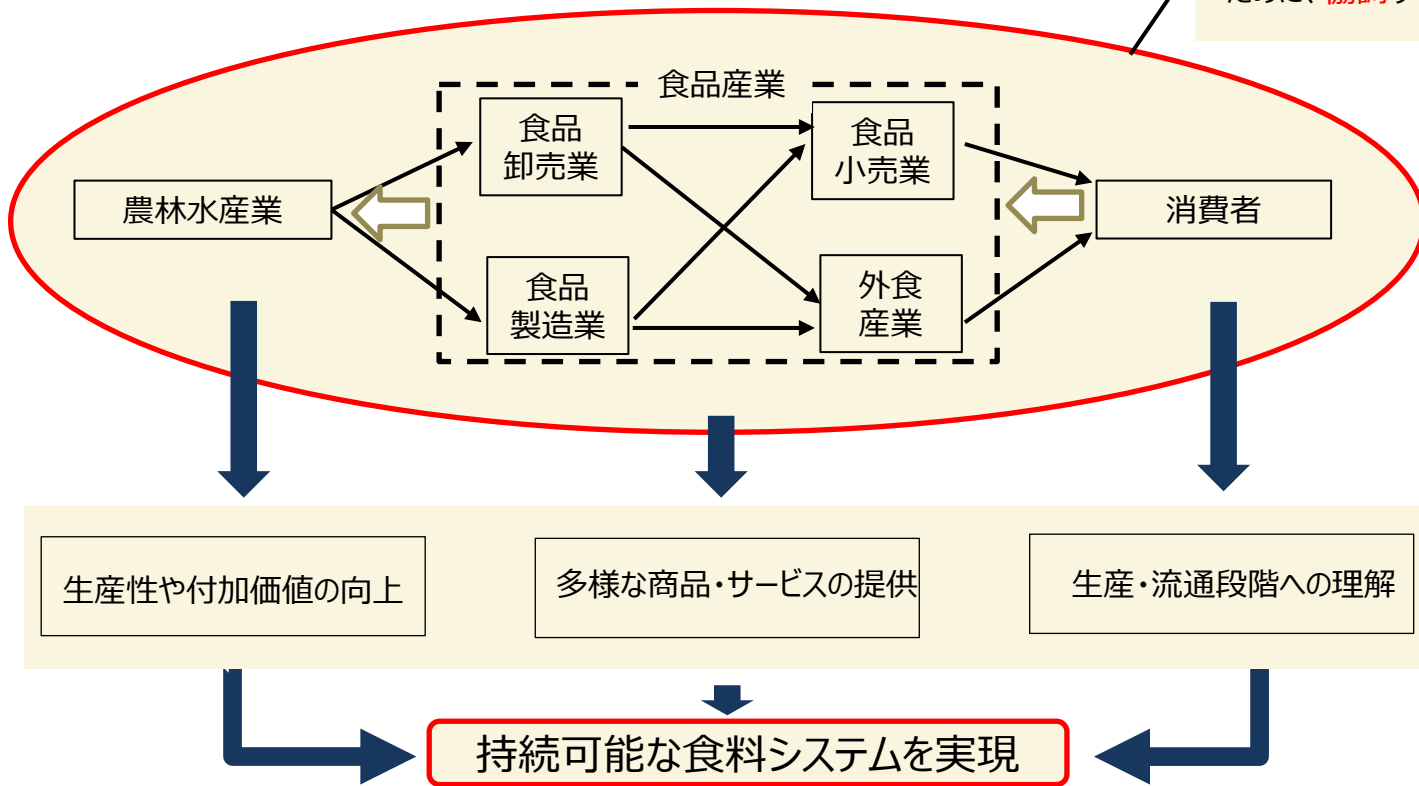
原材料価格の高騰や急速な円安の進行など、農業・食品産業の事業環境が急激に変化。

【考え方】

生産から消費までの各段階の関係者を通じて、持続的に供給できるよう協調。

【目指すべき食料システムの姿】

消費者の理解の下、
食料システムの持続性を確保する
ために、協調することが必要。



○ 合理的な費用を考慮した価格形成のためには、

①コストの把握・見える化、②コストを考慮した取引の実施、③消費者の購買力の確保が必須。

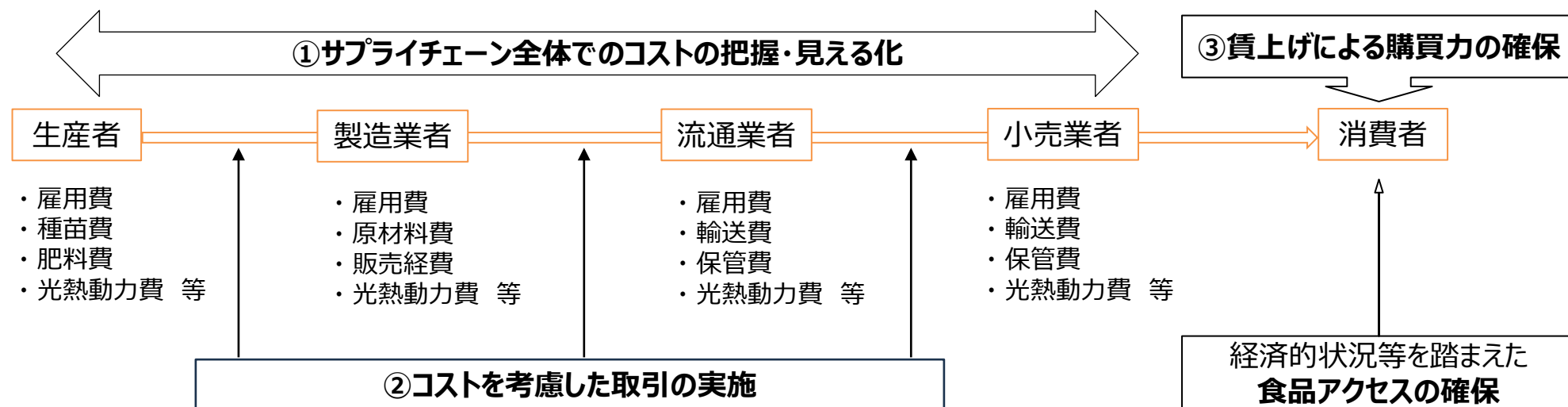
「適正な価格形成に関する協議会」における御意見

○ 生産者・製造業者

- ・ 個社のコストデータは**企業秘密**。収集・提供方法について検討が必要。
- ・ 品目によっては、**売り手側**の取引上の**立場が弱い**

○ 流通・小売・消費者

- ・ 資材費上昇等の事情は理解。**コストを指標化・見える化**することが必要。
- ・ コストの指標化・見える化は、**危機的状況の消費者理解につながる可能性**。
- ・ **所得が増加**しないと、消費行動の変容は困難。

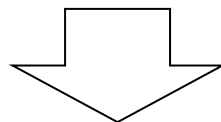


コストの把握・見える化（考え方）

- 個人・個者のコストは秘匿性が高いため、同質性のある**産地・品目ごと**にまとめてコストを**把握・見える化**。
- **第三者の関係団体**によるコストの把握・見える化を促進。

1 「適正な価格形成に関する協議会」における御意見

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ 生産者・製造業者 <ul style="list-style-type: none"> ・ 個人・個社のコスト内容は企業秘密。 ・ 第三者の関係団体が取りまとめることが現実的。 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 流通業者・小売業者 <ul style="list-style-type: none"> ・ 品目ごとのコスト管理は行っておらず、光熱費、人件費等の費目ごとの管理が実情。 |
|---|--|



2 コストの把握・見える化の考え方

- 個人・個社のコストは秘匿性が高いため、**同質性のある産地・品目ごと**にまとめて把握・見える化。
- 生産・製造・流通・小売といった**段階ごとのコストの把握**は、**関係団体**が実施。
 - ・ 関係団体は、**公的統計**のほか、**民間データ等**を活用して調整した上で、コストを**見える化**。
 - ・ 関係団体は、**一定のまとまりのある産地等**における**同一品目**のコストについて把握・見える化。
 - 例）全国的に様々な産地がある品目の場合、全国一本で把握するのではなく、**産地単位**で同一品目ごとに見える化。



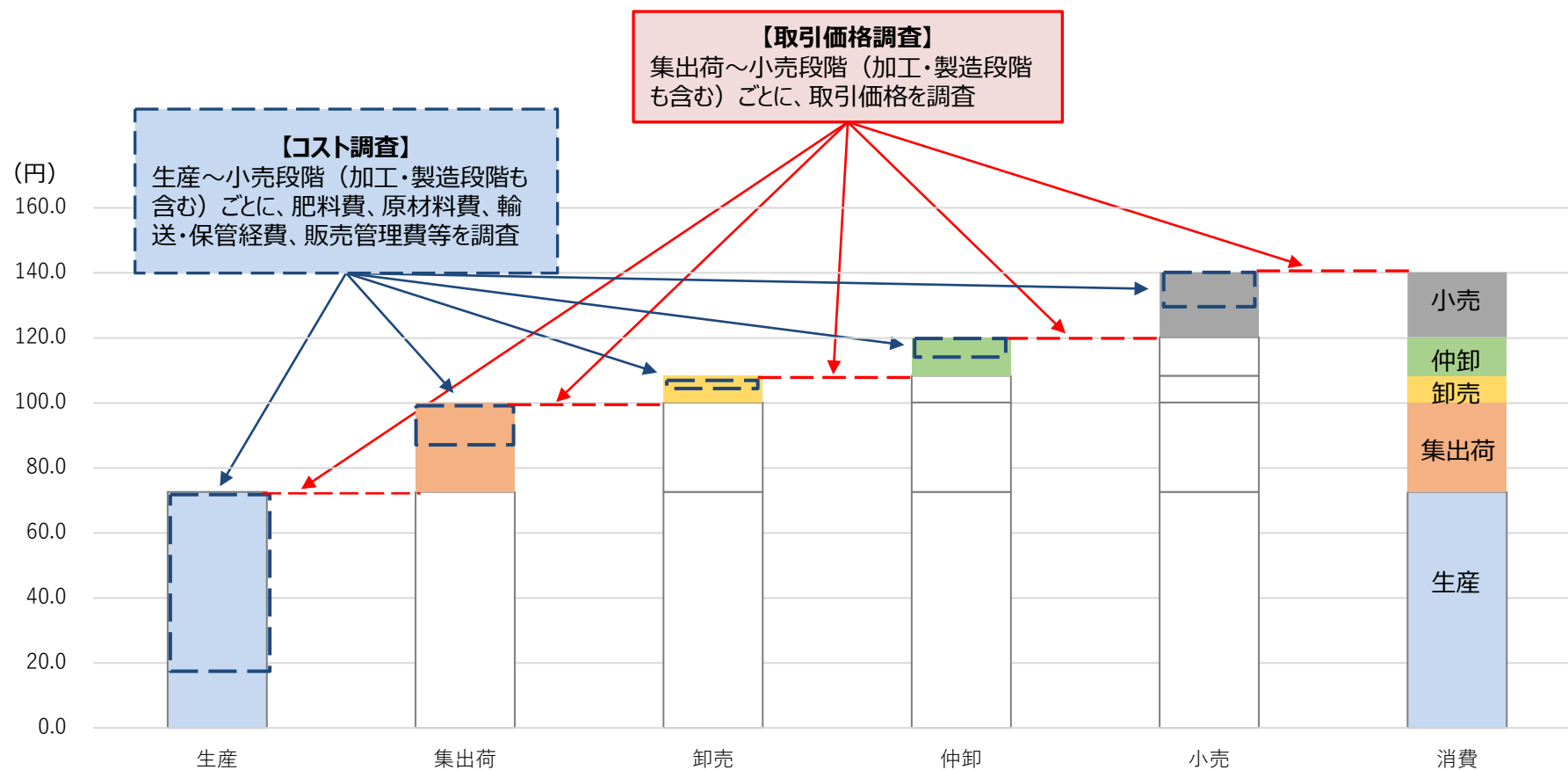
調査目的	○ 食料システムの各段階での取引価格、生産・製造・流通等に要する費用等を調査。品目ごとのコスト構造等の実態を明確化。（令和6年3月から開始） ○ 対象は、生産者、集出荷団体、製造業者、仲卸業者、小売業者等。			
対象品目	○ 米、大豆、小麦 ○ 果実（みかん、りんご等） ○ 飲用牛乳、鶏卵、食肉（牛肉、豚肉、鶏肉） ○野菜（ピーマン、大玉トマト、キャベツ、たまねぎ等） ○茶 ○加工食品（豆腐・納豆、こんにゃく等）			

主な対象品目	生産段階	製造段階	流通段階注	小売段階
米 ・主産地7道県の主要品種	－ 〔 生産費統計を活用 〕	－	集出荷団体や米卸を主に調査	首都圏の食品スーパーを主に調査 〔 飲用牛乳、豆腐・納豆はドラッグストアも調査 〕 ・対象品目の販売コストを調査
野菜 ・ピーマン、大玉トマト、キャベツ、たまねぎ等	主産地の農協等へのヒアリング・アンケートにより調査	製造業者へのヒアリング・アンケートにより調査 〔 キャベツ・たまねぎ 〕	集出荷団体や卸売・仲卸業者を主に調査	
果実 ・みかん、りんご、ぶどう 等	主産地の農協等へのヒアリング・アンケートにより調査	製造業者へのヒアリング・アンケートにより調査	集出荷団体や卸売・仲卸業者を主に調査	
飲用牛乳 ・NB/PB、大手/中小に応じて選定	－ 〔 生産費統計を活用 〕	乳業者へのヒアリング・アンケートにより調査	指定生乳生産者団体や食品卸を主に調査	
鶏卵 ・会社規模に応じて選定	主産地の養鶏農家等へのヒアリング・アンケートにより調査	－	荷受業者を主に調査	
牛肉 ・肉用牛の種類に応じて選定	－ 〔 生産費統計を活用 〕	食肉センター等へのヒアリング・アンケートにより調査	食肉卸を主に調査	
豆腐・納豆 ・大豆の国産/輸入、価格帯等に応じて選定	－	製造業者へのヒアリング・アンケートにより調査	食品卸を主に調査	

注）産地等から首都圏へ流通するルートを特定。当該流通に係るコストを調査。

コスト構造の実態調査②

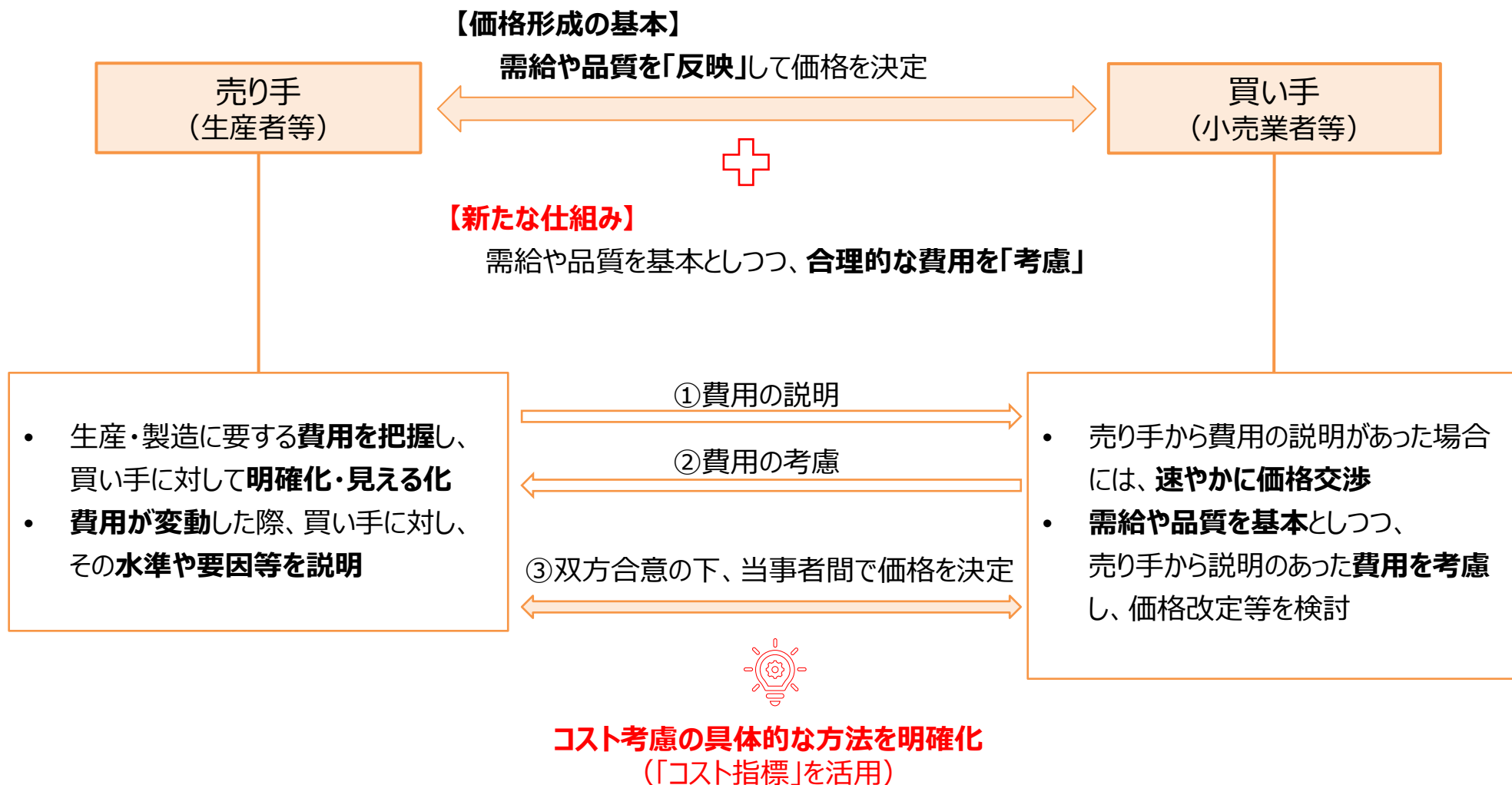
- 生産から小売の各段階ごとのコストを調査。
- さらに、各段階ごとの取引価格を調査し、最終的な小売価格に占める各段階の比重も把握。



※平成29年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）を基にキャベツ1玉当たり（1kgと仮定）のコスト構造を事例にグラフを作成

コストを考慮した取引の実施（考え方）

- 売り手は**コストを把握**し、買い手に**説明**。買い手は説明を受けた**コストを考慮**。その上で、最終的な**取引価格**は**当事者間で決定**。
- コストに関する説明が十分理解されるよう、**コスト考慮の具体的な方法**（コスト指標の活用方法等）を**明確化**。



コスト指標の作成



コストをめぐる事情

- 個人・個社のコスト内容は**企業秘密**。また、各当事者が**詳細にコスト内容を開示**するのは**大きな負担**。
 - ⇒ データの秘匿性に配慮し、例えば**産地単位**でまとめて**把握・収集**。
 - ⇒ 「**コスト指標**」をもって、**多くの当事者が活用**。
- 特に流通段階では**品目ごとのコスト管理は行っていないのが実情**。
 - ⇒ 全体のコストから**品目ごとのコストを推計**。
- **公的データ**には、公表までの時間差が大きい等の**制約**。
 - ⇒ **公的データ、民間データ等を組み合わせ**て活用。

コスト指標

1 作成目的

- 価格形成において**考慮されるべき費用**として、「**コスト指標**」を作成。
- 「コスト指標」の**変動に応じて**、関係者間での**価格交渉等**を促進。

2 作成方法

- 公的統計、コスト調査の結果等の**公的データ**、**業界の独自調査等**を活用して調整の上で作成。
- **関係者の合意**の下、関係団体が作成。

※ コスト構造の実態調査等を踏まえ、今後、一層具体化。

賃上げ等による消費者の購買力の確保

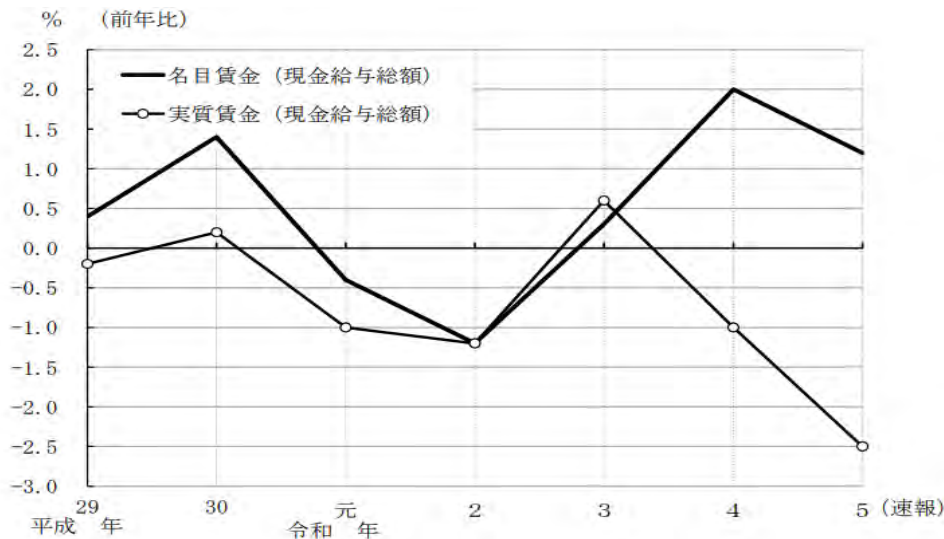
- 政府では、**政労使による意見交換**等を通じて賃上げの取組を推進。
- 大手企業では昨年を上回る賃上げが実現。引き続き、**中小企業**での取組が課題。

○2024年 1月22日「政労使の意見交換」での総理発言（抜粋）

第1に、本日御参加の経済界の皆さんには、今年の春季労使交渉について、物価動向を重視し、**昨年を上回る水準の賃上げ**をお願いいたします。

第2に、中小企業・小規模企業における賃上げです。我が国全体で賃金を引き上げていくためには、全従業員数の7割が働く**中小企業・小規模企業における賃金引上げ**が不可欠です。そのためには、労務費の価格転嫁を通じて、賃上げの原資を確保することが鍵になります。

○実質賃金の動向（労働者全体）



（出典）厚生労働省 毎月勤労統計調査 令和5年分結果速報

○中小企業と大企業の賃上げ率



（出典）令和6年第3回経済財政諮問会議（令和6年4月2日）資料

経済的に困窮している者等の食品アクセスの確保



食品アクセスの確保に関する取組

- 経済的理由・物理的理由により十分な食料を入手できない者が増加している中で、平時から国民一人一人が**食料にアクセス**でき、**健康な食生活を享受**できる環境を整備することが重要。
- このため、農水省、消費者庁、こども家庭庁、厚労省等、**関係省庁が協力**し、地方自治体を始めとする**地域の関係者が連携**して円滑な食料提供に取り組む体制の構築に向けた支援やフードバンク、こども食堂等の活動への支援等を実施。

経済的アクセス	物理的アクセス
○ 食料提供に資する体制づくり ・ 地域の関係者が連携して円滑な食料提供に取り組む体制づくり ・ 孤独・孤立の状態にある者等への食料支援等を通じたつながりづくり ・ フードバンク等への食品の寄附等の促進に向けた仕組みづくり 等 ○ フードバンク、こども食堂等による食料提供活動への支援 ・ 自立相談支援機関によるフードバンク等と連携した食料提供支援 ・ フードバンク、こども食堂等の新設・取組拡大支援 ・ 未利用食品の提供を行うフードバンクの活動支援 ・ こども宅食等による食事提供支援 等 ○ フードバンク、こども食堂等への食料提供 ・ 政府備蓄米のこども食堂やこども宅食への無償交付 ・ 国の災害用備蓄食品のフードバンク等への提供	○ 移動販売等の拠点施設の整備 ・ 地方公共団体が行う拠点施設の整備支援 ○ 店舗への交通手段の確保 ・ 持続可能な地域公共交通の実現に向けた多様な関係者の連携・協働支援 ・ 農林水産業を軸とした交通、福祉等の集落機能等の維持支援 等 ○ 移動販売等の実施 ・ 移動販売車の実証支援 ・ 買物困難地域、過疎地域等での移動販売等の取組支援 等 ○ 配送の効率化 ・ ラストワンマイル配送の効率化支援 ・ 地方公共団体が行うドローン配送のサービス実装支援 ・ 自動配送ロボットによるサービスモデル支援 等 ○ 食品アクセスの対策事例等 ・ 食品アクセスポータルサイト等での情報提供 ・ 「デジ活」中山間地域への支援やドローン物流の社会実装の推進

- **生産者の所得確保**に関して、合理的な費用を考慮した価格形成にのみ依存せず、**関連施策を併せて検討**。
- **農業と食品産業との連携強化**、地域の食品産業を中核とした「**地域食料システム**」の再構築等を通じて、生産者の所得確保と食料システムの持続性の向上を図る計画的な取組への支援を検討。

国内外の経済社会情勢の変化

1 食料の輸入リスクの顕在化

- 輸入依存度の高い穀物等の価格の上昇
- 世界の食料輸入における我が国のシェア低下
- 輸入原材料等に大きく依存した原材料調達体制

2 環境問題等への関心の高まり

- 環境負荷軽減に向けた取組・情報開示の要請
- 各国における人権等に関する規制の強化

3 世界的な技術革新の進展

- 新技術への世界的な投資の増加
- 日本企業の海外展開の遅れ

4 脆弱な業界構造の見直し機運の高まり

- 小規模な中小企業が大宗を占める業界構造
- 他産業と比べても低い労働生産性

施策の展開方向

1 農業と食品産業の連携強化

- **農業との連携強化**を促し、地域を先導する意欲のある食品事業者（**地域先導食品事業者**）の取組を促進
- 地域の農業者、食品事業者等の関係者が幅広く参加する**プラットフォーム等を構築**

2 環境負荷低減等の促進

- **環境負荷低減や人権への配慮等**に取り組む食品事業者の取組を促進

3 技術の開発・利用の推進

- 先端技術の開発研究とその成果を利用した**新たな事業の創出**に取り組む食品事業者等の取組を促進

4 地域の食品産業の中堅企業化の推進

- 事業承継、M & A等による地域の食品事業者の**事業基盤の充実**を促進

フェアプライスプロジェクト（適正な価格形成に向けた消費者理解醸成）

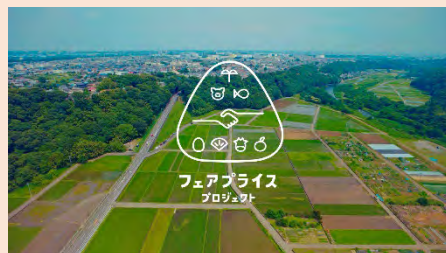
- 消費者をはじめとするフードチェーンの各段階の関係者に対して、インターネットや店頭サイネージなどを活用し、食品の生産・流通に関わる実態並びに生産資材、原材料等のコスト高騰の状況及び背景についてわかりやすく伝える広報を行い、各段階での適正な価格形成に向けた環境を整備。
- コンセプト「**売る人にも、買う人にも、育てる人にも。フェアでいい値を考える。**」

○特設サイト

制作した各種コンテンツ（動画）を農林水産省のHPに掲載。



キービジュアル



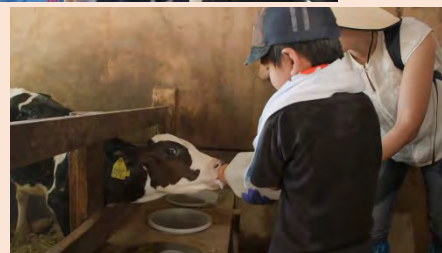
コンセプト動画

○体験学習の様子（動画）

親子を対象に、酪農体験を通じて、食品の値段について考えて頂くイベントを開催。また、その様子をYouTubeでも配信中。



餌代等の説明



子牛への哺乳体験

○生産者インタビュー動画

生産者等のインタビューを通じて、コストが上昇している生産現場の窮状に加え、こうした状況に対応策を講じる頑張りなども発信。



畜産農家



豆腐製造者

○アニメ作品とのコラボレーション

『あはれ！名作くん』（Eテレ（2016～2022））と親子や若者向けに食品の値上げ等の背景について、端的に分かりやすく伝える動画を制作し、YouTubeで配信中。

各団体のHPに当プロジェクトのリンク掲載を積極的にお願いたします。
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fair-price-project/index.html>

