# 書面調査の回答者数及び注意喚起文書送付件数

		通常調査		フォローア	ップ調査(注2)
W.T.C. (1)		労務費転嫁交渉	独占禁止法 Q&A	Í	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
業種名(注1)	回答者数	指針に係る注意 喚起件数	に係る注意喚起 件数	回答者数	注意喚起件数
総合工事業(注3)	1, 572	434	179	256	81
家具・装備品製造業(注3)	299	75	26	23	8
印刷・同関連業(注3)	676	153	85	100	38
金属製品製造業(注3)	1, 143	414	161	245	84
はん用機械器具製造業(注3)	776	295	88	125	46
生産用機械器具製造業(注3)	1, 103	372	159	223	96
業務用機械器具製造業(注3)	453	165	75	85	30
輸送用機械器具製造業(注3)	853	379	118	189	66
情報サービス業(注3)	2, 056	728	399	578	221
インターネット附随サービス業(注3)	170	55	35	2	0
映像・音声・文字情報制作業(注3)	563	158	80	156	62
道路貨物運送業(注3)	1, 271	346	132	385	126
倉庫業(注3)	289	113	55	18	5
運輸に附帯するサービス業(注3)	571	175	89	24	4
不動産取引業(注3)(注4)	696	114	33	57	19
不動産賃貸業・管理業(注3)(注5)	829	152	90	205	76
広告業(注3)	404	128	49	117	39
技術サービス業(注3)	1, 224	344	92	134	36
自動車整備業(注3)	495	78	25	29	17
ビルメンテナンス業・警備業(その他の					
事業サービス業)(注3)(注6)	711	231	72	153	65
酪農業・養鶏業(農業)(注7)	150	21	9	29	14
食料品製造業	1, 072	286	156	189	80
パルプ・紙・紙加工品製造業	435	155	60	97	30
化学工業	809	317	157	222	82
石油製品・石炭製品製造業	207	75	21	40	10
窯業・土石製品製造業	824	235	137	123	38
鉄鋼業	375	155	65	74	27
非鉄金属製造業	310	121	44	73	24
電子部品・デバイス・電子回路製造業	466	165	82	101	35
電気機械器具製造業	917	335	150	152	54
情報通信機械器具製造業	221	97	39	44	18
通信業	150	41	30	1	0
放送業	312	159	62	127	43
各種商品卸売業	383	99	38	28	12
飲食料品卸売業	1, 005	248	135	172	78
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	1, 365	390	176	242	98
機械器具卸売業	1, 208	420	177	304	111
医薬品卸売業・医療用品卸売業(その他の卸売業)(注8)	212	59	32	66	27
各種商品小売業	478	103	35	112	20
飲食料品小売業	765	122	62	123	45
機械器具小売業	578	136	71	154	65
協同組合	2, 119	482	310	483	188
その他の業種	666	258	63	395	139
合計	31, 181	9, 388	4, 153	6, 455	2, 357
HRI	01, 101	0, 000	7, 100	0, 400	۷, 001

- 注1 業種名は、原則として日本標準産業分類(令和5年7月告示 総務省)上の中分類による。
- 注2 「フォローアップ調査」は、注意喚起対象 8,175 名に対するフォローアップ調査のことである。
- 注3 灰色網掛けの業種は労務費重点21業種である(ビルメンテナンス業・警備業は2業種としてカウント)。
- 注4 「不動産取引業」のうち、小分類の「不動産代理業・仲介業」を除外している。
- 注5 「不動産賃貸業・管理業」のうち、小分類の「貸家業、貸間業」及び「駐車場業」を除外している。
- 注6 「その他の事業サービス業」のうち、細分類の「ビルメンテナンス業」及び「警備業」を対象としている。
- 注7 「農業」のうち、細分類の「酪農業」及び「養鶏業」を対象としている。
- 注8 「その他の卸売業」のうち、細分類の「医薬品卸売業」及び「医療用品卸売業」を対象としている。

# 労務費の適切な転嫁に向けた取組事例

# 1 発注者として採るべき行動/求められる行動

# (1)経営トップの関与【行動①】

業種名	内容
はん用機械器具製造業	労務費転嫁交渉指針を踏まえた内容にパートナーシップ構築宣言を改定す
ほか多数	るとともに、その内容を全受注者に一斉に通知した。
生産用機械器具製造業	取引説明会において、当社社長から、同説明会に参加している受注者のトッ
	プに対し、労務費転嫁の方針を具体的に説明した。
	価格転嫁については、社長の強いトップダウンにより行ってきた。特にこれ
輸送用機械器具製造業	からは労務費の転嫁に応じていく旨を社内外に発信しており、取引の適正
	化に取り組んでいる。

# (2)発注者側からの定期的な協議の実施【行動②】

業種名	内容
情報サービス業	毎年1月頃に、受注者に対して価格協議を行う旨の声掛けを行っており、日 程調整を行った上で直接訪問するほか、特に遠隔地の受注者についてはウ ェブ会議で協議を行っている。
電気機械器具製造業	当社では、8月と2月の年2回、受注者に対し、価格転嫁確認レターを発信し、購入部品の労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコスト上昇分について、値上げが必要な場合は申し出るように連絡している。価格転嫁確認レターを発信する時期も工夫しており、受注者が通常価格交渉を申し出やすい決算期前に発信するようにしている。
設備工事業	受注者に対し、取引価格引上げ要望の有無を確認したところ、公的指標を超える引上げ率を提示された。精査の結果、公的指標を超える分については過去の市況との乖離分であり妥当と判断し引き上げることとしたが、一度に受け入れると経営上の負担が大きくなることから、受注者と協議の上、まず6割を今年度に反映し、残りの4割を次年度に反映する方法で、2年間かけて市況との乖離を解消することとした。

# (3)説明・資料を求める場合は公表資料とすること【行動③】

業種名	内容
電子部品・デバイス・電 子回路製造業ほか多数	受注者から提出された根拠資料は、最低賃金、春季労使交渉妥結額の上昇率 や建設物価等の指数等の公表資料であり、公表資料のみで値上げの妥当性 等を判断している。
パルプ・紙・紙加工品製 造業	取引価格引上げ要請の根拠資料について、受注者に対する価格協議を積極的に行う旨の周知文書の中で、具体的な公的指標を例示し、公表資料を用いるよう周知している。
生産用機械器具製造業	転嫁を要請された労務費の上昇分について、公的指標に照らして要請額が 低いと思われる事業者については、公的指標に基づく労務費上昇分まで転 嫁を受け入れている。

# (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【行動④】

業種名	内容
総合工事業ほか多数	受注者との共存共栄を図るべく、二次受注者やその先の受注者の存在を意

業種名	内容
	識した価格交渉を行っており、一次受注者に対して二次受注者やその先の
	受注者のコスト上昇分も含めた転嫁要請をするよう声掛けしている。
運輸に附帯するサービ	サプライチェーン全体の価格転嫁については、特に関連業界における人材
ス業	不足による価格上昇を強く意識して受け入れるようにしている。

# (5) 要請があれば協議のテーブルにつくこと【行動⑤】

業種名	内容
広告業ほか多数	契約更新時期であるか否かに関係なく、受注者からの要請があれば、必ず協議の席につくようにしている。

# (6)必要に応じて考え方を提案すること【行動⑥】

業種名	内容
情報サービス業	労務費転嫁の要請方法が分からないとする受注者に対しては、他の受注者
	との協議事例などを用いて価格協議の相場観を伝えている。
輸送用機械器具製造業	受注者から、どうすれば労務費の転嫁を認めてもらえるのか、どのように調
	達部門と交渉すればよいかとの相談が寄せられることがある。このような
	場合には、当社が判断材料として用いている最低賃金の上昇率等の公表資
	料を用いて交渉してみてはどうかと助言している。
ビルメンテナンス業	労務費の上昇を含め、受注者が価格協議しやすいように協議用のフォーマ
	ットを作成し、必要に応じて受注者に利用してもらっている。これにより、
	当社としても事務処理効率が高まった。

# 2 受注者として採るべき行動/求められる行動

# (1)相談窓口の活用【行動①】

業種名	内容
道路貨物運送業	当社が加盟する団体では、国、県などの行政機関、商工会議所・商工会との連携を図り、価格転嫁に関する講習会を開催していることから、これに積極的に参加し、価格交渉の参考とした。講習会での説明を踏まえ、最低賃金等の公的指標を根拠として発注者に値上げを打診し、価格改定の必要性を繰り返し説明した結果、価格改定が実現した。
ビルメンテナンス業	労働者派遣に係る賃金の相場と最低賃金との間に乖離があることから、都 道府県労働局に赴き、発注者との価格交渉の際に活用できる数値・資料等に ついて相談の上、価格改定の依頼文書に最低賃金の引上げ状況を盛り込み、 価格引上げの根拠とした。その結果、要請した額の8割程度は引き上げても らえた。

# (2)根拠とする資料【行動②】

業種名	内容
生産用機械器具製造業	一定期間における最低賃金の推移と当社の労務費の実態とを対比させ、労
ほか多数	務費転嫁の要請額を算定している。
	価格交渉の場において、新聞記事を用いて労務費、原材料価格、エネルギー
輸送用機械器具製造業	コスト等が上昇している状況の説明を行うなど、発注者の担当者が理解し
	やすく、また、社内での展開がしやすいように工夫している。

# (3) 値上げ要請のタイミング【行動③】

業種名	内容
雨气地世界日制火光	受注品が多品種に及ぶことから、商品群単位で準備ができたものから順次、
電気機械器具製造業	値上げ交渉の申入れをしている。
	少し前から頻繁に「価格転嫁」というワードを報道等で耳にするようにな
映像・音声・文字情報制作業	り、物価上昇を受けた賃金の上昇機運の高まりを感じていたところ、労務費
	転嫁交渉指針が公表されたことも後押しとなり、思い切って翌年度の契約
	更新時に労務費の価格転嫁を要請したところ、20 数年ぶりに単価改定を実
	現することができた。

# (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【行動④】

業種名	内容
技術サービス業	労務費について、以前は作業時間のみを見積り計上していたが、移動時間に
	ついても発注者に価格転嫁を要請したところ、受け入れてもらえた。
輸送用機械器具製造業	従来当社負担が通例となっていた費用について、労務費転嫁交渉指針を示
	して発注者に負担してもらえないか交渉したところ、発注者も労務費転嫁
	交渉指針の内容を知っていたことから受け入れられた。

## 3 発注者・受注者の双方が採るべき行動/求められる行動

# (1) 定期的なコミュニケーション【行動①】

** ほ々	巾索				
業種名	内容				
設備工事業 【発注者】	受注者とは年1回会議を開催し、適正な価格転嫁、後継者問題、従業員の採用状況など幅広く情報交換を行っている。また、アンケートによる意見収集も実施し、各種問題点等を把握し、受注者との良好な関係構築のために活用している。				
電気機械器具製造業 【発注者】	年に1回、受注者に対して、当社の対応に関するアンケートを実施し、当社の対応への不満や意見を聴取する機会としている。特に、当社への売上依存度が高い受注者については、提示された意見等に対するフィードバックのため、直接訪問している。				
電気機械器具製造業ほ か多数 【受注者】	当社営業担当者が、用務の有無にかかわらず、発注者の本社を足しげく訪問して情報収集を行うなど、コミュニケーション確保に努めている。				

# (2) 交渉記録の作成、発注者と受注者の双方での保管【行動②】

業種名	内容
	受注者との価格協議のツールとして、ウェブ版の資材調達システムを活用
電子部品・デバイス・電	している。まず受注者が値上げ希望額を当該システムに入力し、次にこれに
子回路製造業	対する回答額を当社が入力し、これを繰り返しつつ双方で協議を重ね、新し
【発注者】	い取引価格を決定する。このシステムでは双方のコメントも記録・保管さ
	れ、協議内容や依頼事項などを確認することができる。
情報サービス業ほか多	労務費転嫁の交渉については、受注者から口頭による要請が行われた場合
数	であっても、当社からは必ずメールで回答し、双方に記録が残るようにして
【発注者】	いる。
技術サービス業	基本的に当社が価格交渉の議事録を作成して発注者に送付し、双方で保管
【受注者】	するとともに、当社関係部署にも共有している。

# 労務費転嫁交渉指針の都道府県別認知度 (注)

(n = 27, 714)

都道府県名	認知度	都道府県名	認知度
北海道	43. 7%	滋賀県	48.5%
青森県	35. 6%	京都府	46. 5%
岩手県	37. 3%	大阪府	46. 7%
宮城県	48. 0%	兵庫県	46.8%
秋田県	45. 2%	奈良県	43.9%
山形県	47. 3%	和歌山県	38.3%
福島県	43. 4%	鳥取県	49. 4%
茨城県	46. 2%	島根県	47. 2%
栃木県	50. 9%	岡山県	49.6%
群馬県	45. 0%	広島県	48.8%
埼玉県	43. 0%	山口県	48. 1%
千葉県	45. 5%	徳島県	40.8%
東京都	57. 3%	香川県	45.8%
神奈川県	52. 4%	愛媛県	48.3%
新潟県	45. 0%	高知県	45. 4%
富山県	48. 0%	福岡県	47. 4%
石川県	49. 8%	佐賀県	46. 7%
福井県	41.4%	長崎県	41.8%
山梨県	45. 8%	熊本県	42.8%
長野県	49. 3%	大分県	50. 7%
岐阜県	45. 2%	宮崎県	49.0%
静岡県	45.0%	鹿児島県	45. 5%
愛知県	51.9%	沖縄県	38. 7%
三重県	44. 4%		

注 発注者・受注者の立場を問わず、労務費転嫁交渉指針について「知っていた」か否かの割合である。

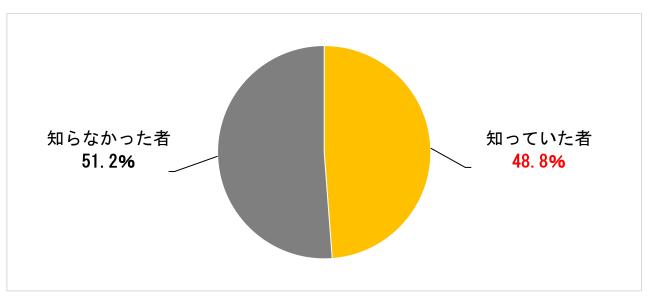
# 労務費転嫁交渉指針の業種別認知度(注1)

(n = 27, 756)

業種名(注2)	認知度
総合工事業(注3)	46.3%
家具・装備品製造業(注3)	36.1%
印刷・同関連業(注3)	35. 2%
金属製品製造業(注3)	51.0%
はん用機械器具製造業(注3)	52. 2%
生産用機械器具製造業(注3)	48. 9%
業務用機械器具製造業(注3)	50. 2%
輸送用機械器具製造業(注3)	67. 0%
情報サービス業(注3)	55. 4%
インターネット附随サービス業(注3)	45. 6%
映像・音声・文字情報制作業(注3)	44. 0%
道路貨物運送業(注3)	52. 7%
倉庫業(注3)	56. 5%
運輸に附帯するサービス業 (注3)	49. 9%
不動産取引業(注3)(注4)	36. 2%
不動産賃貸業・管理業(注3)(注5)	38. 2%
広告業(注3)	43. 6%
技術サービス業(注3)	50. 4%
自動車整備業(注3)	29. 4%
ビルメンテナンス業・警備業(その他の事業サービス業)(注3)(注6)	58. 5%
酪農業・養鶏業(農業)(注7)	27. 5%
食料品製造業	40. 5%
パルプ・紙・紙加工品製造業	49. 6%
化学工業	52. 6%
石油製品・石炭製品製造業	60. 5%
窯業・土石製品製造業	46. 6%
	59. 9%
非鉄金属製造業	58. 4%
電子部品・デバイス・電子回路製造業	53. 0%
電気機械器具製造業	54. 3%
情報通信機械器具製造業	59. 6%
通信業	48. 2%
放送業	74. 1%
各種商品卸売業	41.3%
飲食料品卸売業	38.8%
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	45. 0%
機械器具卸売業	50. 6%
医薬品卸売業・医療用品卸売業(その他の卸売業)(注8)	45. 8%
各種商品小売業	46. 3%
飲食料品小売業	30. 2%
機械器具小売業	42. 7%
協同組合	47. 4%
回答者全体の認知度(注9)	48. 8%

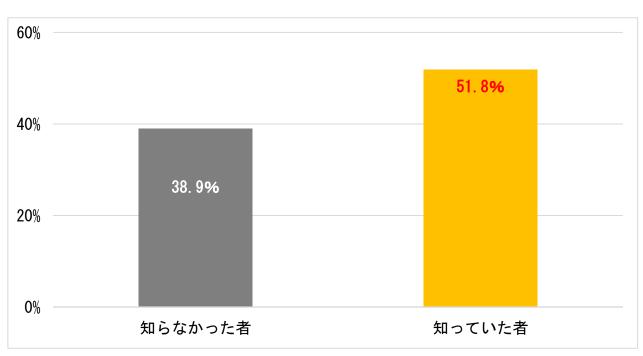
- 注1 発注者・受注者の立場を問わず、労務費転嫁交渉指針について「知っていた」か否かの割合である。
- 注2 業種名は、原則として日本標準産業分類上の中分類による。
- 注3 灰色網掛けの業種は労務費重点21業種である(ビルメンテナンス業・警備業は2業種としてカウント)。
- 注4 「不動産取引業」のうち、小分類の「不動産代理業・仲介業」を除外している。
- 注5 「不動産賃貸業・管理業」のうち、小分類の「貸家業、貸間業」及び「駐車場業」を除外している。
- 注6 「その他の事業サービス業」のうち、細分類の「ビルメンテナンス業」及び「警備業」を対象としている。
- 注7 「農業」のうち、細分類の「酪農業」及び「養鶏業」を対象としている。
- 注8 「その他の卸売業」のうち、細分類の「医薬品卸売業」及び「医療用品卸売業」を対象としている。
- 注9 この表に記載した調査対象 43 業種以外の業種の回答者を含んでいる。

# 労務費転嫁交渉指針の認知度 (注1)



注 1 発注者・受注者の立場を問わず、労務費転嫁交渉指針について「知っていた」か否かの割合である。

# 労務費の上昇を理由として取引価格の引上げが行われた割合 (注2)



注2 受注者の立場で、「労務費の上昇分として要請した額について、取引価格が引き上げられた」と 回答した者の割合を、労務費転嫁交渉指針について「知っていた者」及び「知らなかった者」別に 算出したものである。

# 労務費重点 21 業種における、労務費の上昇を理由として取引価格の引上げが 行われた割合(注1)

業種名(注2)	知っていた者	知らなかった者	
	(n = 5, 231)	(n = 4, 614)	
総合工事業	61.1%	51.5%	
家具・装備品製造業	50.0%	40. 2%	
印刷・同関連業	38. 5%	26.6%	
金属製品製造業	53. 2%	42.0%	
はん用機械器具製造業	59. 5%	44. 6%	
生産用機械器具製造業	52. 3%	36.1%	
業務用機械器具製造業	41.9%	35.0%	
輸送用機械器具製造業	66.3%	47. 9%	
情報サービス業	54. 6%	45.0%	
インターネット附随サービス業	18. 2%	34. 2%	
映像・音声・文字情報制作業	30. 3%	30. 2%	
道路貨物運送業	65. 4%	46. 2%	
倉庫業	65. 5%	44. 4%	
運輸に附帯するサービス業	66. 7%	49. 7%	
不動産取引業(注3)	38.0%	17.5%	
不動産賃貸業・管理業 (注4)	49. 4%	26. 7%	
広告業	47. 7%	27. 3%	
技術サービス業	67. 3%	53.8%	
自動車整備業	54. 9%	33.6%	
ビルメンテナンス業・警備業(その他の事業サービス業)(注5)	80. 5%	63. 6%	
回答者全体(注6)	51.8%	38.9%	

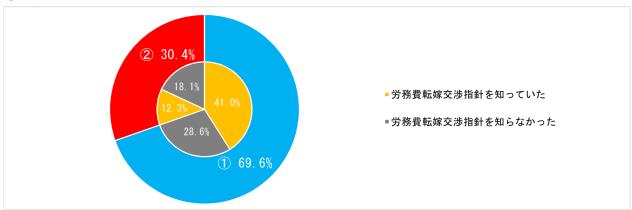
- 注1 受注者の立場で、「労務費の上昇分として要請した額について、取引価格が引き上げられた」と回答した者の割合を、労務費転嫁交渉指針について「知っていた者」及び「知らなかった者」別に算出したものである。
- 注2 業種名は、原則として日本標準産業分類上の中分類による。
- 注3 「不動産取引業」のうち、小分類の「不動産代理業・仲介業」を除外している。
- 注4 「不動産賃貸業・管理業」のうち、小分類の「貸家業、貸間業」及び「駐車場業」を除外している。
- 注5 「その他の事業サービス業」のうち、細分類の「ビルメンテナンス業」及び「警備業」を対象としており、これらは2業種としてカウントしている。
- 注6 この表に記載した労務費重点21業種以外の業種の回答者を含んでいる。

## I. 発注者としての行動指針の取組状況

(注) 数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、外側の円グラフと内側の円グラフとでは数値が一致しない場合がある。 以下Ⅱにおいて同じ。

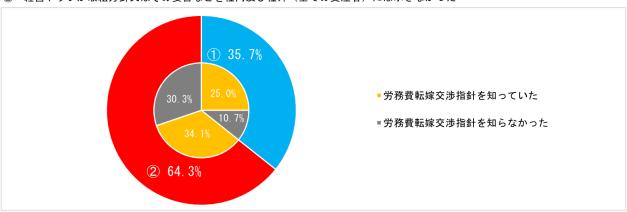
#### 発注者としての行動①-1:労務費の価格転嫁を受け入れる取組方針を経営トップまで上げて決定すること

- ① 経営トップまで上げて決定した、又は経営トップが過去に決定した取組方針がある
- ② 経営トップまでは上げずに決定した、又は経営トップが決定した既存の取組方針はなく特段の対応もしなかった



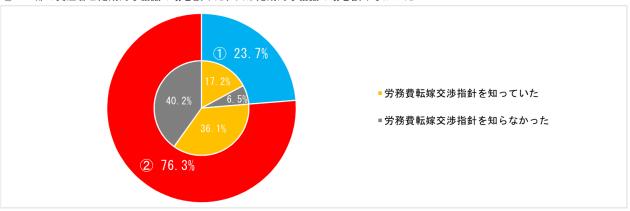
## 発注者としての行動①-2:経営トップが、労務費の価格転嫁を受け入れる取組方針等を形に残る方法で社内外に示すこと

- ① 経営トップが取組方針又はその要旨などを社内及び社外(全ての受注者)に示した
- ② 経営トップが取組方針又はその要旨などを社内及び社外(全ての受注者)には示さなかった



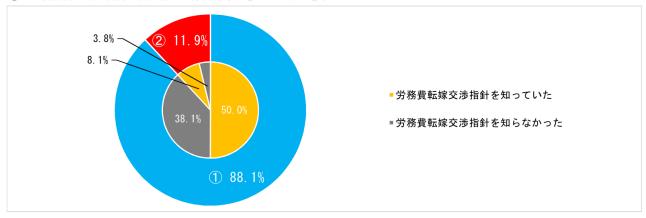
## 発注者としての行動②:発注者側からの定期的な協議の実施

- ① 全ての受注者と定期的な協議の場を設けた
- ② 一部の受注者と定期的な協議の場を設けた、又は定期的な協議の場を設けなかった



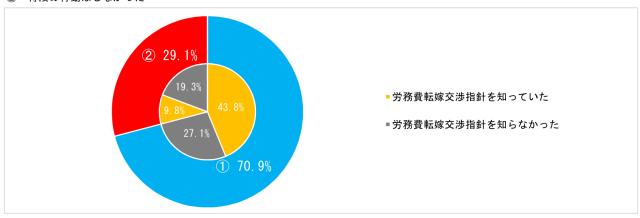
#### 発注者としての行動③:説明・資料を求める場合は公表資料とすること

- ① 最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率、その他の公表資料を用いたものを求めた、又は説明・資料を求めなかった
- ② 公表資料以外の資料 (受注者の内部資料等) を用いたものを求めた



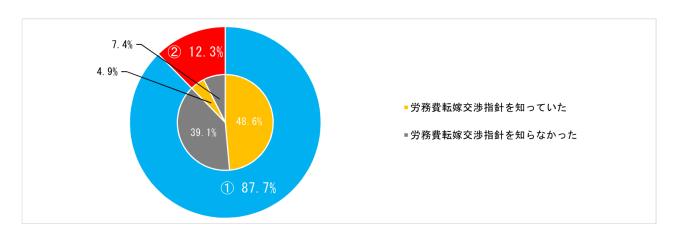
## 発注者としての行動④: サプライチェーン全体での適切な価格転嫁を行うこと

- ① 直接の取引先である受注者の立場を常に意識して、要請額の妥当性の判断に反映させた
- ② 特段の行動はしなかった



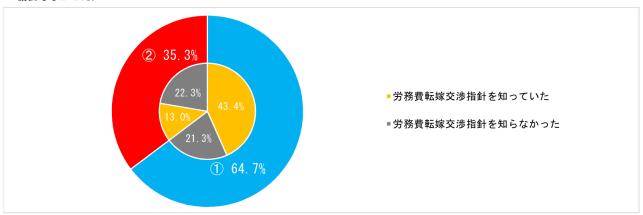
#### 発注者としての行動⑤:要請があれば協議のテーブルにつくこと

- ① 受注者から労務費上昇を理由に取引価格の引上げを求められた場合に、全て(必ず)協議を行った、又は引上げを求められなかった
- ② 受注者から労務費上昇を理由に取引価格の引上げを求められた場合に、一部については協議を行った、又は協議を行わなかった



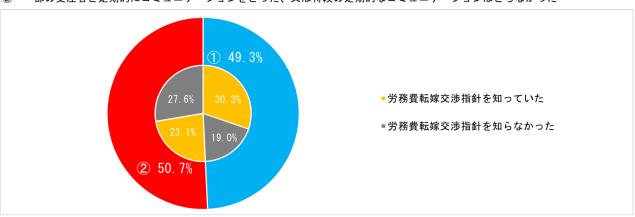
#### 発注者としての行動⑥:必要に応じて考え方を提案すること

- ① 受注者からの申出の有無にかかわらず考え方を提案した、又は説明等が十分なものであったため特段の提案をしなかった
- ② 受注者からの説明等が不十分なものであったが特段の提案をしなかった、又は受注者と協議する機会がなかった(提案する機会もなかった)



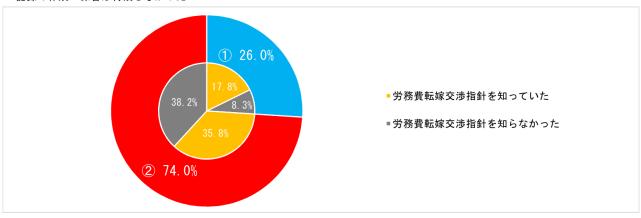
#### 発注者・受注者共通の行動①: 定期的なコミュニケーション

- ① 全ての受注者と定期的にコミュニケーションをとった
- ② 一部の受注者と定期的にコミュニケーションをとった、又は特段の定期的なコミュニケーションはとらなかった



#### 発注者・受注者共通の行動②:交渉記録の作成、受注者と双方での保管

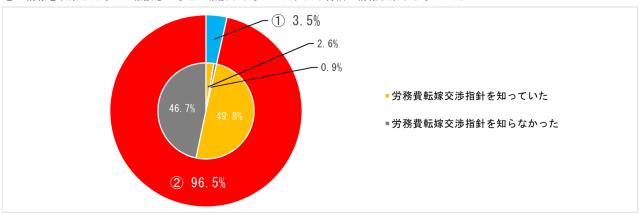
- ① 価格交渉の記録を作成し、全ての受注者と双方で保管した
- ② 価格交渉の記録を作成し一部の受注者と双方で保管した、手控えとして交渉記録は残したが受注者とは共有しなかった、又は記録の作成・保管は特段しなかった



# Ⅱ. 受注者としての行動指針の取組状況

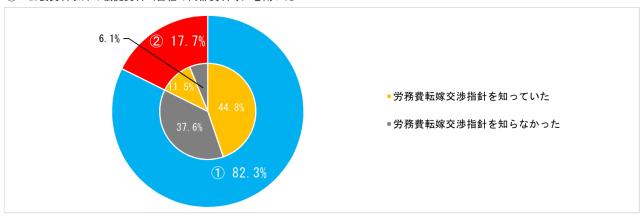
## 受注者としての行動①:相談窓口の活用

- ① 相談窓口などに相談するなどして情報を収集した
- ② 情報を収集したものの相談窓口などに相談はしなかった、又は特段の情報収集はしなかった



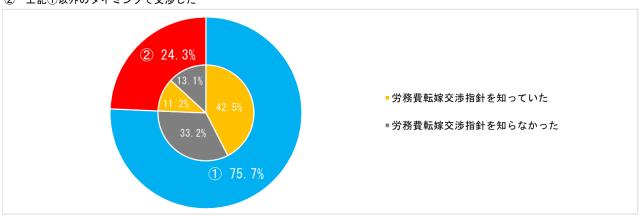
#### 受注者としての行動②:根拠とする資料

- ① 最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率、その他の公表資料を用いた、又は根拠資料は用いなかった
- ② 公表資料以外の根拠資料(自社の内部資料等)を用いた



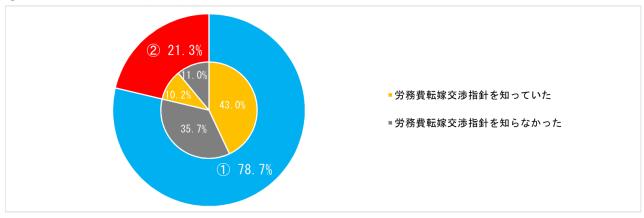
## 受注者としての行動③:値上げ要請のタイミング

- ① 定期的に行われる発注者との価格交渉のタイミング、自社が価格交渉を申し出しやすいタイミング、又は自社の比較的優位なタイミングで交渉した
- ② 上記①以外のタイミングで交渉した



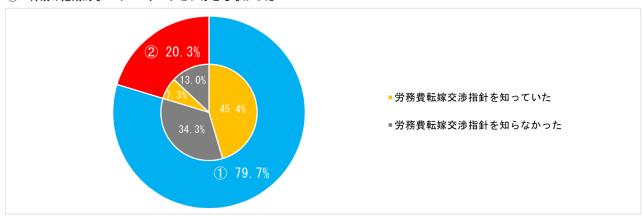
#### 受注者としての行動④:発注者から価格を提示されるのを待たずに自ら希望する額を提示

- ① 発注者から価格を提示されるのを待たずに希望する価格を提示した
- ② 発注者から価格の提示を受けて、それを基に交渉した



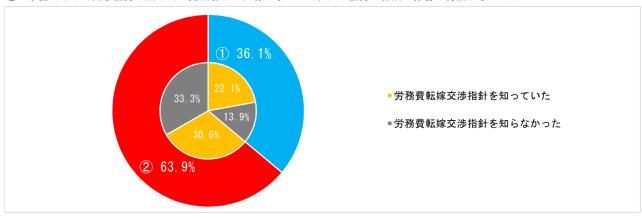
## 発注者・受注者共通の行動①: 定期的なコミュニケーション

- ① 発注者と定期的にコミュニケーションをとった
- ② 特段の定期的なコミュニケーションはとらなかった



## 発注者・受注者共通の行動②:交渉記録の作成、発注者と双方での保管

- ① 価格交渉の記録を作成し、発注者と双方で保管した
- ② 手控えとして交渉記録は残したが発注者とは共有しなかった、又は記録の作成・保管は特段しなかった



## 受注者が発注者に価格転嫁を要請した割合

(n = 21, 032)

業種名(注 1)	全ての商品・ サービスに ついて要請	多く(7~9 割)の商品・ サービスに ついて要請	半数程度 (4 ~6割) の商 品・サービス について要 請	一部(1~3 割)の商品・ サービスに ついて要請	要請せず・要請できず
総合工事業(注2)	30.0%	16.9%	9.1%	12.0%	32.0%
家具・装備品製造業(注2)	42.3%	19.9%	12. 2%	7. 7%	17.9%
印刷・同関連業(注2)	25. 5%	33. 2%	13. 7%	15. 6%	12.0%
金属製品製造業(注2)	30.0%	29. 1%	12. 2%	15. 3%	13.4%
はん用機械器具製造業(注2)	32.4%	30. 7%	12.6%	13. 5%	10.8%
生産用機械器具製造業(注2)	35. 2%	24. 8%	12. 2%	13. 6%	14. 3%
業務用機械器具製造業(注2)	24.5%	23. 7%	14.6%	17. 7%	19.5%
輸送用機械器具製造業(注2)	35.8%	32.0%	10. 2%	10.1%	11.9%
情報サービス業(注2)	20.1%	18.5%	12. 7%	15. 0%	33.7%
インターネット附随サービス業(注2)	5.5%	7.3%	5.5%	17. 4%	64. 2%
映像・音声・文字情報制作業(注2)	16.1%	11.6%	9.5%	20. 9%	41.8%
道路貨物運送業(注2)	33.0%	29. 3%	15. 3%	11.5%	10.8%
<u> </u>	31.5%	22. 1%	11.3%	14. 1%	21.1%
運輸に附帯するサービス業(注2)	25. 2%	18.8%	15. 2%	17. 1%	23. 7%
不動産取引業(注2)(注3)	9.3%	6.0%	4.9%	9.9%	69.8%
不動産賃貸業・管理業(注2)(注4)	13.3%	7. 7%	5.6%	21. 9%	51.5%
広告業(注2)	16.7%	11.6%	15. 4%	15. 4%	40.8%
技術サービス業(注2)	26.8%	13. 0%	7.9%	7. 7%	44. 5%
自動車整備業(注2)	30.3%	10. 2%	8.8%	20. 1%	30. 7%
ビルメンテナンス業・警備業(その他の	23. 2%	20.6%	18. 2%	22. 4%	15. 5%
事業サービス業)(注2)(注5) 酪農業・養鶏業(農業)(注6)	31.6%	11.8%	6.6%	11.8%	38.1%
食料品製造業	39.5%	25. 6%	9.8%	10.3%	14. 8%
パルプ・紙・紙加工品製造業	36.1%	23. 6%	7. 9%	10. 9%	21.5%
ハルク・枫・枫加工品表追来	31.9%	24. 8%	10.9%	13. 6%	18. 7%
- にチェネ - 石油製品・石炭製品製造業	48.8%	27. 9%	6.4%	4. 7%	12. 2%
	46. 9%	21.0%	7. 7%	8. 5%	16.0%
<u> </u>	40. 3%	25. 8%	7. 3%	7. 3%	12. 4%
	37.5%	29. 2%	11. 2%	8. 6%	13. 5%
<u>非政立偶</u> を追案   電子部品・デバイス・電子回路製造業	27.5%	25. 4%	13.0%	17. 6%	16.5%
电子印印・	34.9%	28. 6%	10.8%	17. 0%	13.3%
电对磁概备兵器追来   情報通信機械器具製造業	25.3%	27. 0%	14.6%	11. 8%	21.4%
	16.8%	15. 8%	6.3%	21.1%	40.0%
放送業	10.5%	13. 8%	2. 3%	27. 3%	58.1%
<u></u>	32. 2%	32.6%	9. 7%	8.9%	16. 7%
飲食料品卸売業	34.3%	29. 7%	14.6%	9. 1%	12.3%
	40. 2%	29. 7%	9.6%	10.9%	12.3%
建業材料、鉱物・立偶材料等即元素   機械器具卸売業	34. 5%	26. 1%	11.1%	10.9%	15. 4%
仮板 品 兵 印 元 末	19.5%	23. 4%	16.9%	19.5%	20.7%
の卸元来)(注 / )   各種商品小売業(注 8 )					_
飲食料品小売業(注8)					
協同組合	31.3%	12. 4%	5.9%	11. 2%	39. 2%
上記業種(小売業除く)全体でみた割合	30.8%	22. 8%	11.1%	13. 1%	22. 2%

- 注1 業種名は、原則として日本標準産業分類上の中分類による。
- 注2 灰色網掛けの業種は労務費重点 21 業種である (ビルメンテナンス業・警備業は2業種としてカウント)。
- 注3 「不動産取引業」のうち、小分類の「不動産代理業・仲介業」を除外している。
- 注4 「不動産賃貸業・管理業」のうち、小分類の「貸家業、貸間業」及び「駐車場業」を除外している。
- 注5 「その他の事業サービス業」のうち、細分類の「ビルメンテナンス業」及び「警備業」を対象としている。
- 注6 「農業」のうち、細分類の「酪農業」及び「養鶏業」を対象としている。
- 注7 「その他の卸売業」のうち、細分類の「医薬品卸売業」及び「医療用品卸売業」を対象としている。
- 注8 小売業は、通常、事業者との関係では受注者とはならないことから、数値は空欄とした。
- 注9 青色網掛けは受注者の立場で「全て」又は「多く(7割~9割程度)」の商品・サービスについて価格転嫁を要請したと回答した割合が高い業種、黄色網掛けは割合が低い業種である。
- 注10 数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、業種ごとの合計値が100%にならない場合がある。

# 受注者が発注者に価格転嫁を要請した場合に取引価格が引き上げられた割合 (n = 16, 204)

	全ての商品・	多く (7~9	半数程度(4	一部(1~3	
業種名(注1)	サービスが	割)の商品・	~ 6割) の商	割)の商品・	全て据置き
	引上げ	サービスが	品・サービス	サービスが	
<b>() A - 古典 () A - A</b>	40.407	引上げ	が引上げ	引上げ	0.70
総合工事業(注2)	46.4%	25. 7%	14. 7%	10.5%	2.7%
家具・装備品製造業(注2)	54.0%	26.0%	12.0%	6.5%	1.5%
印刷・同関連業(注2)	47.4%	32. 3%	12.5%	6.5%	1.2%
金属製品製造業(注2)	50. 2%	27. 5%	14.0%	6.6%	1. 7%
はん用機械器具製造業(注2)	53.1%	28. 2%	9.9%	7. 1%	1. 7%
生産用機械器具製造業(注2)	58. 7%	25. 3%	8. 7%	5. 9%	1.4%
業務用機械器具製造業(注2)	68.4%	21. 4%	5.3%	4. 6%	0.4%
輸送用機械器具製造業(注2)	50.4%	24. 3%	14. 3%	7. 2%	3.9%
情報サービス業(注2)	46.8%	29. 8%	15.0%	7. 6%	0.9%
インターネット附随サービス業(注2)	60.5%	7. 9%	7.9%	21. 1%	2.6%
映像・音声・文字情報制作業(注2)	51.1%	19. 2%	9.6%	15. 1%	5.0%
道路貨物運送業 (注2)	37.9%	30.6%	17.1%	11.6%	2.8%
倉庫業(注2)	47. 9%	28. 7%	13. 2%	7. 8%	2. 4%
運輸に附帯するサービス業(注2)	47.8%	30.0%	15.0%	5. 3%	1.9%
不動産取引業(注2)(注3)	49.1%	20.8%	9.4%	15. 1%	5. 7%
不動産賃貸業・管理業(注2)(注4)	53.6%	20.9%	10.0%	10.0%	5.5%
広告業(注2)	48.9%	24. 2%	14.3%	7. 1%	5.5%
技術サービス業(注2)	60.7%	21.9%	8.5%	7. 0%	1.9%
自動車整備業(注2)	55.4%	15.8%	9. 2%	14. 7%	4.9%
ビルメンテナンス業・警備業(その他の	20, 60/	30, 6%	17 50/	11 00/	1 20/
事業サービス業)(注2)(注5)	39. 6%	30. 0%	17. 5%	11. 0%	1.3%
酪農業・養鶏業(農業)(注6)	56.5%	23. 9%	4. 3%	4. 3%	10.9%
食料品製造業	70.0%	22. 1%	3. 7%	3. 3%	0.9%
パルプ・紙・紙加工品製造業	51.7%	30.8%	10.8%	5. 2%	1.4%
化学工業	58.1%	29. 7%	7. 2%	3.8%	1.2%
石油製品・石炭製品製造業	62.9%	22. 5%	11.3%	2. 6%	0.7%
窯業・土石製品製造業	62. 2%	26. 4%	6.4%	4. 3%	0.8%
鉄鋼業	50.0%	31.5%	12. 2%	5. 9%	0.3%
非鉄金属製造業	57.1%	29. 4%	6.9%	4. 3%	2. 2%
電子部品・デバイス・電子回路製造業	56.0%	24. 5%	10.8%	6.5%	2. 2%
電気機械器具製造業	57.3%	27. 5%	7.9%	6. 1%	1. 2%
情報通信機械器具製造業	59.0%	28. 1%	8.6%	3.6%	0.7%
通信業	45.6%	19.3%	12.3%	12.3%	10.5%
放送業	34. 7%	22. 2%	9. 7%	29. 2%	4. 2%
各種商品卸売業	58.4%	29. 9%	7.0%	3. 3%	1.4%
飲食料品卸売業	62.7%	26. 2%	6.1%	3.8%	1.1%
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	57.4%	27. 5%	8.8%	4. 9%	1.4%
機械器具卸売業	58.1%	27. 4%	9.3%	4. 7%	0.5%
医薬品卸売業・医療用品卸売業(その他					
の卸売業)(注7)	53. 7%	25. 6%	12. 4%	7. 4%	0.8%
各種商品小売業(注8)	_	_	_	_	_
飲食料品小売業(注8)	_	_	_	_	_
機械器具小売業(注8)	_	_	_	_	_
協同組合	72.3%	14. 7%	6. 2%	5. 3%	1.5%
上記業種(小売業除く)全体でみた割合	54. 2%	26. 5%	10.7%	6.8%	1.8%
工記未悝(小冗未防く)王仲じのに制管	J4. Z%	20. ن%	10. 1%	0.0%	1.0%

- 注1 業種名は、原則として日本標準産業分類上の中分類による。
- 注2 灰色網掛けの業種は労務費重点 21 業種である (ビルメンテナンス業・警備業は2業種としてカウント)。
- 注3 「不動産取引業」のうち、小分類の「不動産代理業・仲介業」を除外している。
- 注4 「不動産賃貸業・管理業」のうち、小分類の「貸家業、貸間業」及び「駐車場業」を除外している。
- 注5 「その他の事業サービス業」のうち、細分類の「ビルメンテナンス業」及び「警備業」を対象としている。
- 注6 「農業」のうち、細分類の「酪農業」及び「養鶏業」を対象としている。
- 注7 「その他の卸売業」のうち、細分類の「医薬品卸売業」及び「医療用品卸売業」を対象としている。
- 注8 小売業は、通常、事業者との関係では受注者とはならないことから、数値は空欄とした。
- 注9 青色網掛けは受注者の立場で「全て」又は「多く(7割~9割程度)」の商品・サービスについて取引価格が引き上げられたと回答した割合が高い業種、黄色網掛けは割合が低い業種である。
- 注 10 数値は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、業種ごとの合計値が 100%にならない場合がある。

## 事業者名公表 10 名それぞれの具体的な取組内容

## 各事業者の取組内容

## 【イオンディライト株式会社】

- 既存の価格転嫁円滑化の取組方針を令和6年5月に改定。全従業員に周知するとともに、全役員・ 全従業員のパソコンのデスクトップ上に当該取組方針を表示し、目に触れる機会を増やすようにした。 また、受注者向けの研修会等において、価格転嫁円滑化の取組方針の内容を説明した。
- 〇 令和6年4月、一定の取引額以上の受注者に対して、本社から、価格協議の担当部門が価格協議の 呼び掛けをしたか否かなどを問うウェブアンケートを実施し、当該アンケートに回答しなかった受注 者に対して、同年8月、同内容のアンケートの案内を再送して回答を催促した。
- 〇 上記のアンケートと並行して、継続取引の受注者全てに対して、令和6年6月に価格協議を呼び掛ける文書を発送し、価格協議を希望した受注者と順次協議を実施中である。
- スポット取引の受注者に見積りを依頼する際は、必要に応じて原材料費・人件費等のコスト上昇分 を加味しても構わないことを口頭で伝えている。
- 価格転嫁円滑化の取組の進捗状況は、適宜経営トップに報告している。
- 価格協議の内容を統一フォーマットの記録簿に記録し、社内の関係者間で共有している。
- 法律事務所に委託してコンプライアンスに係る受注者からの苦情・相談の窓口を設置し、自社ウェブサイトや全役員・全従業員の名刺に当該窓口の連絡先を表記するなどして周知している。

## 【SBS フレック株式会社】

- 〇 令和6年4月、代表取締役社長名で価格転嫁円滑化の取組方針を社内に周知し、同年5月、継続取 引の受注者向けに同取組方針の説明会(経営トップが出席)を実施した。
- 分務費転嫁交渉指針を踏まえた内容のパートナーシップ構築宣言を公表した。
- 〇 経営トップが出席する会議において定期的に価格転嫁円滑化の取組の進捗状況を報告し、経営トップが適宜指示を行っている。
- 〇 継続取引の受注者全てに対し価格協議を呼び掛ける文書を上記説明会等において交付した上で、当該受注者全ての意向を確認した。協議を希望した受注者と順次協議を実施中である。
- 〇 スポット取引の受注者にも価格転嫁円滑化の取組方針を説明し、原則として受注者の提示額に基づいて取引価格を決定している。
- 本社が作成した統一フォーマットにより、受注者との価格協議の内容を記録・保管している。また、 本社から価格協議の担当部門に対し、受注者に価格協議の記録の内容の確認を求めた上で共有するよ う指示している。
- 本社において価格協議の進捗状況を集約し、社内の会議において随時確認している。

## 【京セラ株式会社】

- 〇 令和6年1月、経営トップの了承の下で価格転嫁円滑化の取組方針を策定し、経営トップが出席する会議や社内の説明会等において周知した。また、価格協議の実務用 Q&A 集を策定し、価格協議の担当部門に周知した。
- 〇 既に公表していたパートナーシップ構築宣言を、労務費転嫁交渉指針を踏まえた内容に改定した。
- 継続取引先の受注者へ文書等により価格協議の呼び掛けを実施した。また、呼び掛けに回答しない 受注者に対して回答を促すよう、本社から価格協議の担当部門に指示した。
- スポット取引の受注者には、見積価格に必要に応じてコスト上昇分を反映するよう伝え、発注の都 度、コスト上昇分が見積価格に反映されているかを確認している。
- 価格協議の呼び掛けに対して協議を希望した受注者のほとんどと価格協議を終えた。価格転嫁を要請した受注者の9割弱について、要請額を満額受け入れた。
- 本社から価格協議の担当部門に対し、価格協議の内容を記録し、メール等で受注者と共有するよう 指示した。
- 〇 自社ウェブサイトにコンプライアンスに係る窓口を設置し、外部から自社役員・従業員の法令違反 行為等を通報できるようにした。

## 各事業者の取組内容

#### 【西濃運輸株式会社】

- 令和6年5月、既に公表していたパートナーシップ構築宣言を、労務費転嫁交渉指針を踏まえた内容に改定して価格転嫁円滑化の取組方針とし、社内に周知するとともに、「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト及び自社ウェブサイトにおいて公表した。
- 継続取引の受注者のうち一部の運送事業者との間で、主に面談の方法により価格協議を実施して契約を再締結する取組を進めている。
- 電子決裁システムにより、価格協議の内容を記録・保管し、社内の関係者間で共有している。

## 【株式会社ソーシン】

- 〇 令和6年2月、代表取締役社長主導の下、一般社団法人日本自動車工業会の「自主行動計画」と「徹底プラン」を価格転嫁円滑化の取組方針として社内に周知するとともに、価格協議の担当部門向けのコスト種別ごとの実務マニュアルを策定し、受注者からの価格転嫁の要請に対して漏れなくかつ公平な対応ができるようにした。
- 〇 全ての取引先受注者に価格協議を呼び掛ける文書を交付し、全ての受注者の意向を確認した。価格 協議の呼び掛けは年2回実施する予定である。
- 〇 価格転嫁円滑化の取組の進捗状況一覧を作成して社内の関係者間で共有し、価格協議の進捗状況の 把握・管理ができるようにした。
- 受注者からの労務費の転嫁要請に応じるための費用を 2024 年度事業計画で予算化した。また、受注者からの価格転嫁に応じるため、主要な取引先発注者かつ親会社である日野自動車株式会社と協議し、 転嫁を合意した。
- 価格協議の呼び掛けに対して協議を要請した受注者のほとんど全てと協議を終えた。取引価格の据 置き又は引下げのケースはなく、要請額に対して適正な確認を行い、双方で協議し合意した結果、平 均で約8割の額の転嫁を受け入れた。
- 毎月開催する経営トップが出席する会議において、価格転嫁円滑化の取組の進捗状況を報告し、逐次経営トップからの指示を受けている。
- 面談や電話で価格協議をした場合は議事メモを作成して受注者へメールで送信し、メールで協議を した場合は双方でメールを保存することにより、協議の内容を記録し、受注者と共有している。

# 【ダイハツ工業株式会社】

- 〇 令和6年3月、既存の価格転嫁円滑化の取組方針を改定して全役員・従業員に周知し、価格転嫁円 滑化に関する研修会・勉強会も適宜実施している。
- 受注者からの価格転嫁の要請に対して画一かつ迅速に対応できるように、コスト種別ごとのマニュ アルやガイドライン等を作成し、当該ガイドラインを受注者と共有している。
- 価格転嫁円滑化の取組の進捗状況は、適宜経営トップに報告している。
- 〇 令和6年4月、スポット取引の受注者を含めた全ての受注者に価格協議を呼び掛ける文書を発出し、 価格協議の呼び掛けに回答しない受注者に個別に連絡して意向を確認するなどして、価格協議を希望 した全ての受注者と順次協議を実施中である。
- スポット取引の受注者に対しては、見積りを依頼する都度、コスト上昇分を反映した価格とするように伝えている。
- 受注者との価格協議の内容を記録し、その記録を電子メールで自動的に送信するシステムを構築し、 価格協議の記録を受注者と共有している。
- 〇 本社では価格協議の進捗状況を随時確認するなどして、一元的な管理をしている。

## 【東邦薬品株式会社】

〇 令和6年3月、価格転嫁円滑化の取組方針を設定し、当該取組方針を全役員・全従業員を対象に、 研修会等を通じて繰り返し周知している。同年4月、購買担当者を対象に、当該取組方針に基づいた 実務担当者向け説明会を実施した。同年6月から7月にかけて、全ての購買担当部門に対して、当該 取組方針の再徹底を周知した。

## 各事業者の取組内容

- 親会社である東邦ホールディングス株式会社と共に、労務費転嫁交渉指針の内容を踏まえたパート ナーシップ構築宣言を公表した。また、イントラネット上に同宣言を掲示し、その旨を全役員・全従 業員に対して周知した。
- 〇 令和6年5月から8月にかけて、弁護士を講師とした価格転嫁円滑化の取組方針に係る研修用動画 を本社から配信、全役員・全従業員が視聴した。
- 定期的に価格転嫁円滑化の取組状況を経営トップに報告し、経営トップが適宜指示を行っている。
- 〇 令和6年4月及び9月に、スポット取引、継続取引の隔てなく全受注者の約半数に対して、ウェブアンケートによる価格協議の呼び掛けを実施し、協議を希望した受注者との間で順次協議を実施中である。
- 価格協議の議事録作成には、統一フォーマットである協議記録票を必ず使用することとし、協議記録票は必ず受注者と共有するよう、本社から購買担当部門に指示している。
- 〇 令和6年6月、価格転嫁円滑化の取組全般を統括する専門部門を新設した。当該専門部門から購買 担当部門に対して、協議記録票への協議内容の記載と保管、当該専門部門との共有を指示し、当該専 門部門は、協議内容を確認・分析した上で、購買担当部門に対して適正な価格決定に向けての具体的 な指示やフォロー、経営トップへの報告等を行っている。

## 【日本梱包運輸倉庫株式会社】

- 〇 令和6年3月、経営トップの了承の下、価格転嫁円滑化の取組方針を策定して社内に周知するとと もに、同年5月、労務費転嫁交渉指針を踏まえた内容のパートナーシップ構築宣言を公表した。
- 価格転嫁円滑化の取組に関する従業員向けの研修会を実施した。
- 定期的に開催する経営トップが出席する会議において、価格転嫁円滑化の取組の進捗状況を報告し、 逐次経営トップからの指示を受けている。
- 継続取引の受注者への価格協議の呼び掛けがほぼ完了し、価格協議を希望した受注者のほとんどと 協議を終えた。
- 本社から価格協議の担当部門に対し、価格協議の内容を記録し、受注者と共有するよう指示した。
- 〇 価格転嫁円滑化の取組の進捗状況一覧を作成して社内の関係者間で共有し、価格協議の進捗状況の 把握・管理ができるようにした。

## 【株式会社 PALTAC】

- 〇 令和6年3月、経営トップの了承の下、価格転嫁円滑化の取組方針を策定し、同年4月、社内の各拠点の責任者に周知した。同年6月、全役員・全従業員がいつでも見られるように社内のポータル上に当該取組方針を掲示した上で保管し、同年7月、全役員・全従業員に対してその内容を説明した。
- 令和6年2月、労務費転嫁交渉指針を踏まえた内容のパートナーシップ構築宣言を公表した。
- 〇 令和6年5月、取締役をトップとした、価格転嫁円滑化の取組のための委員会を新設し、適宜価格 協議の進捗状況を確認している。
- 〇 令和6年4月及び10月、継続取引の受注者全てに対して、価格協議を呼び掛ける文書を発出し、各 拠点の担当部門から内容確認するよう呼び掛けた。
- 価格協議の呼び掛けに対して価格転嫁を要請してきた受注者のほとんど全てと価格協議を終えた。 取引価格の据置き又は引下げのケースはなく、要請額を基に協議を行い、平均で約9割の額の価格転 嫁を受け入れた。
- 価格転嫁円滑化の取組の進捗状況を都度経営トップに報告し、適宜経営トップから指示を受けている。
- 〇 各拠点の担当部門は、価格協議の内容を全社統一フォーマットの商談確認書に記録し、受注者と共有している。

## 【三菱ふそうトラック・バス株式会社】

○ 令和6年6月、受注者との契約に携わる部門を対象とした研修において、同年5月に経営トップが 承認した価格転嫁円滑化の取組方針を説明するとともに、同研修の動画を全従業員が視聴可能な状態 にした。

## 各事業者の取組内容

- 既に公表していたパートナーシップ構築宣言を、一般社団法人日本自動車工業会が改定したパートナーシップ構築宣言を踏まえて改定した。
- 〇 令和5年の同様の取組を継続し、令和6年2月から4月にかけて、直接材、間接資材、国内販売で 契約をしている受注者のうち、継続取引の受注者全てに対して価格協議を呼び掛ける文書を送付し、 協議の必要性の有無を確認・協議した。また、スポット取引の受注者の一部に対しても呼び掛けを行った。
- 〇 価格協議の呼び掛けに対して協議を希望した受注者と順次協議を実施し、大部分の継続取引受注者 との間で合意した価格転嫁の内容を契約単価に反映した。
- 定期的に価格転嫁円滑化の取組の状況を経営トップに報告し、適宜経営トップから指示を受けている。
- 価格協議の議事録を作成・保管し、受注者との間で共有している。
- 本社において、価格協議の担当部門における価格協議の進捗状況を管理している。
- 価格交渉における注意点をまとめたガイドラインを法務部にて作成し、受注者との契約に携わる部門に展開している。