

円滑な価格転嫁のための 取引環境の整備について

令 和 6 年 7 月 2 2 日 公正取引委員会 中 小 企 業 庁

本日のテーマ

<企業取引研究会の開催趣旨>

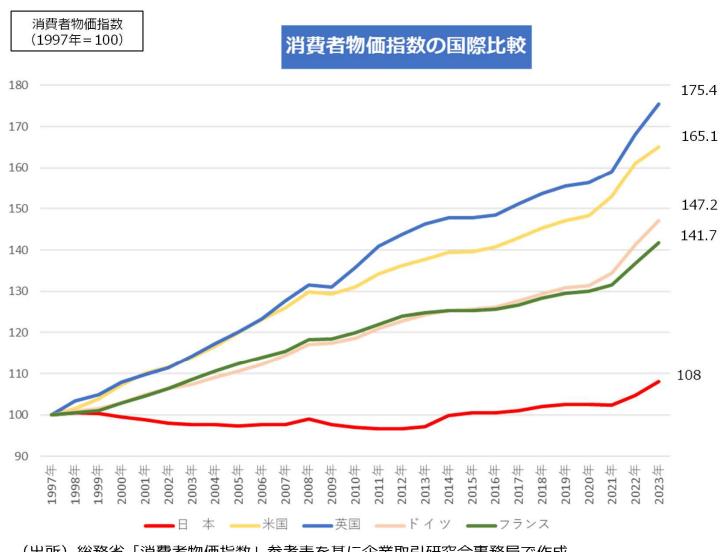
- <u>適切な価格転嫁を我が国の新たな商慣習としてサプライチェーン全体で</u> <u>定着させていくための取引環境を整備する観点</u>から、優越的地位の濫用規制の在り方について、下請法を中心に検討することを目的として、関係有識者からなる「企業取引研究会」を開催。
- 下請法の主要な改正が行われてから約20年が経過しており、現在の経済 実態への対応や、今後想定される「物価や賃金が構造的に上がっていく経 済社会」における取引環境の整備という観点からも検討する必要。

<本日、御議論いただきたいテーマ>

- 物価や賃金の動向、価格転嫁の現状についてどのように考えるか。
- 諸外国と比べて我が国の物価や企業の付加価値が低迷している原因はどこにあるか。
 - その一つの要因として、これまでの企業間取引(とりわけ優越的地位に ある取引)の商慣習の課題があるのではないか。
- 物価と賃金の好循環を実現していくために、見直すべき商慣習の課題としてどのようなものがあるか。また、見直しの方向性はなにか。

物価の上昇率の推移(国際比較)

我が国の物価の上昇率は、過去20年間以上の長期にわたり、主要国に比べ低い水準にとどまる。 ※我が国の企業物価指数も同様に低い水準にとどまる。



(出所) 総務省「消費者物価指数」参考表を基に企業取引研究会事務局で作成。

(参考) 原材料価格の動向



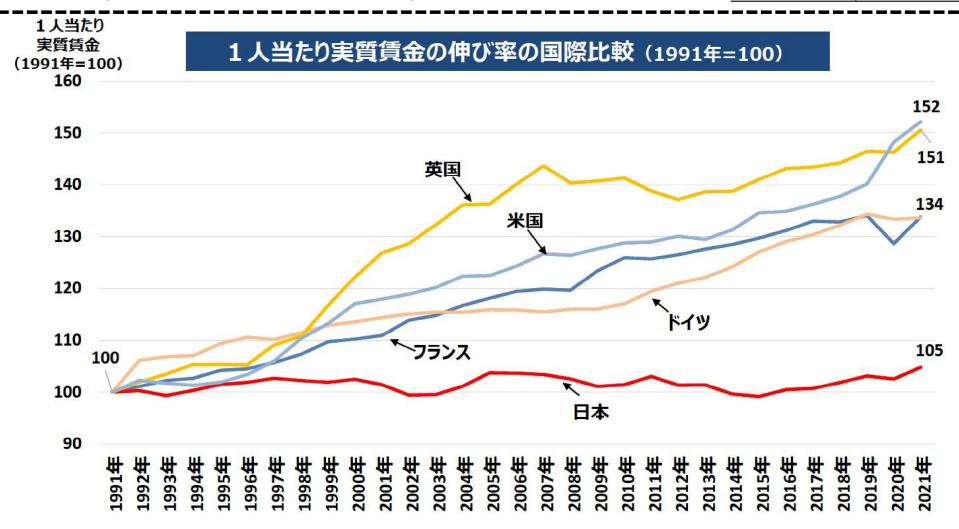
(出所) OPEC Basket Price を基に企業取引 研究会事務局で作成。



(出所)企業物価指数を基に企業取引研究会 事務局で作成。

一人当たり実質賃金の国際比較

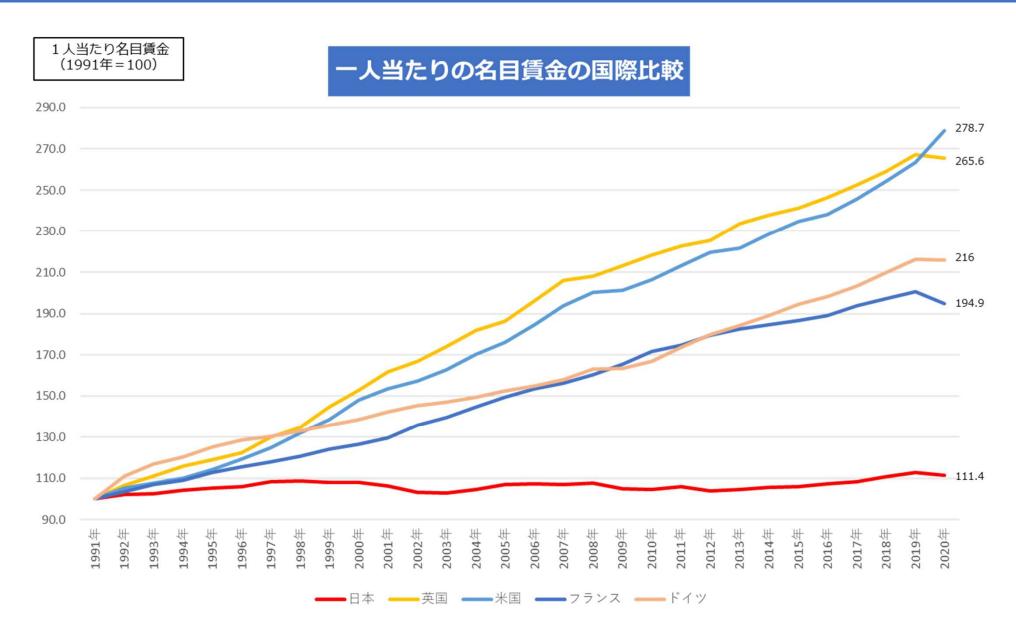
先進国の1人あたり実質賃金の推移を見ると、1991年から2021年にかけて、米国は1.52倍、英国は1.51倍、フランスとドイツは1.34倍に上昇しているのに対して、<u>日本は1.05倍にとどまる</u>。



⁽注) 2021年の米国ドル(購買力平価ベース)により実質化した値。国民経済計算における「賃金・俸給」を雇用者数で割った上で、雇用者の平均週労働時間 に対するフルタイム雇用者の平均週労働時間の割合を乗じて計算された数値。 (出所) OECD.Statを基に作成。

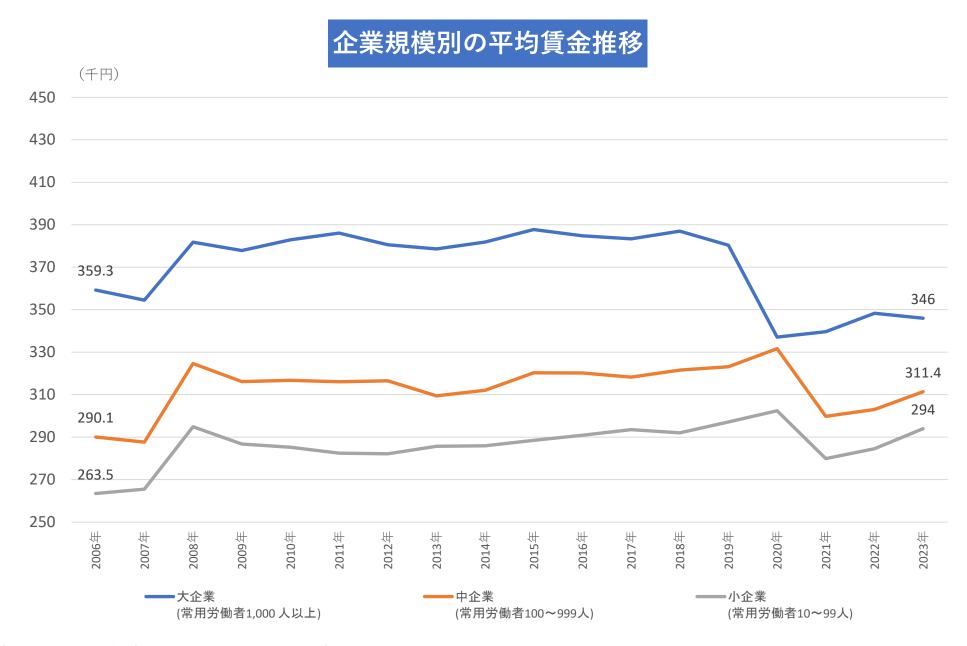
(出所) 内閣官房 新しい資本主義実現本部事務局 基礎資料(令和5年2月15日)

一人当たり名目賃金の国際比較



(出所) 厚生労働省「令和4年版 労働経済の分析 - 労働者の主体的なキャリア形成への支援を通じた労働移動の促進に向けた課題 - 」第 I 部第3章第3節コラム1-3-①図のバックデータ(OECD.Stat)を基に企業取引研究会事務局で作成。

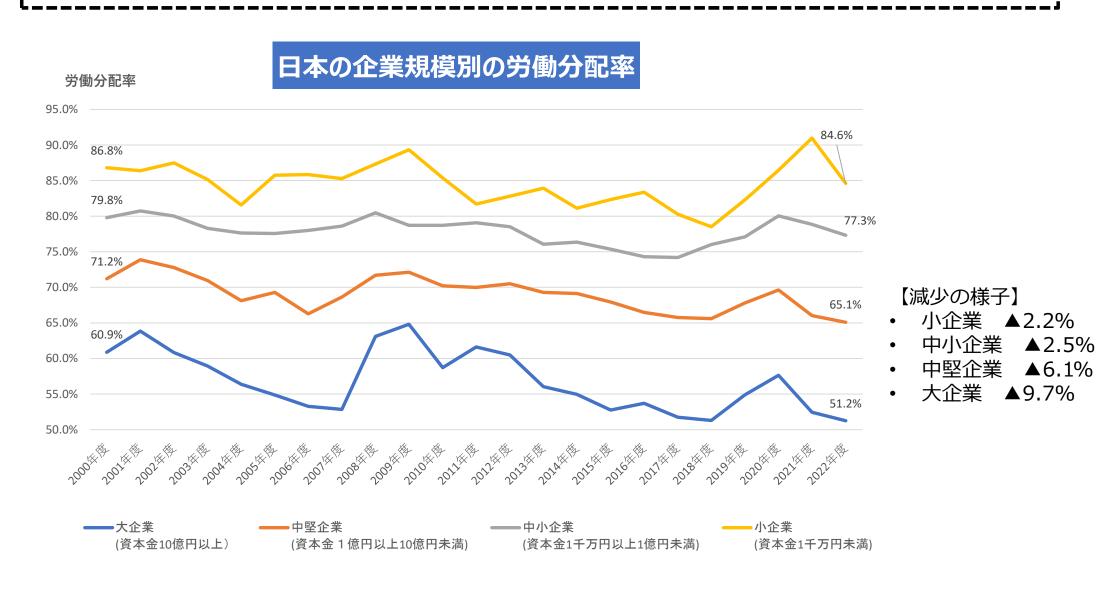
企業規模別の賃金推移



(出所) 厚生労働省「賃金構造基本統計調査」を基に企業取引研究会事務局で作成。

日本の企業規模別の労働分配率

労働分配率を企業規模別に見ると、小企業及び中小企業における数値が高い。

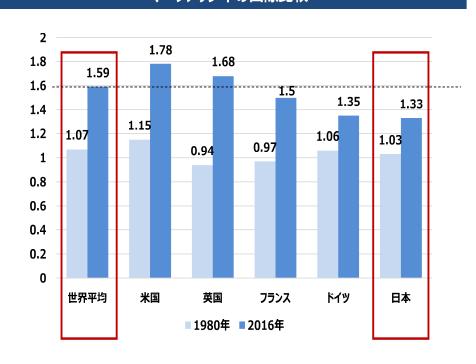


(注) 労働分配率:付加価値額に占める人件費(従業員給与+従業員賞与+役員給与+役員賞与+福利厚生費)の割合。 (出所) 財務省「年次別法人企業統計調査」を基に企業取引研究会事務局で作成。

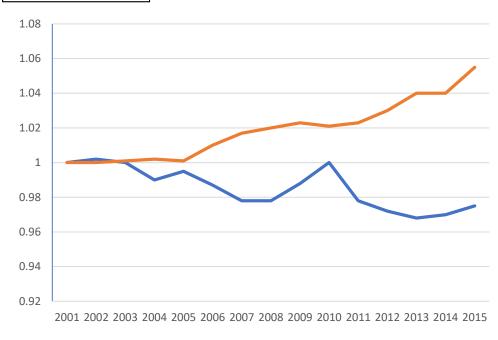
企業のマークアップ率の推移(国際比較)

マークアップ率は、分母をコスト、分子を販売価格とする分数であり、製造コストの何倍の価格で販売できているかを見るものであるが、1980年時点から各国のマークアップ率が上昇する中で、日本の上昇率が低く、近年では国際的に低い水準となっている。

マークアップ率の国際比較







(出所) Jan De Loecker and Jan Eeckhout (2018): "GLOBAL MARKET POWER" NBER Working Paper Series 内閣官房 新しい資本主義実現本部事務局 基礎資料 (令和6年2月27日)

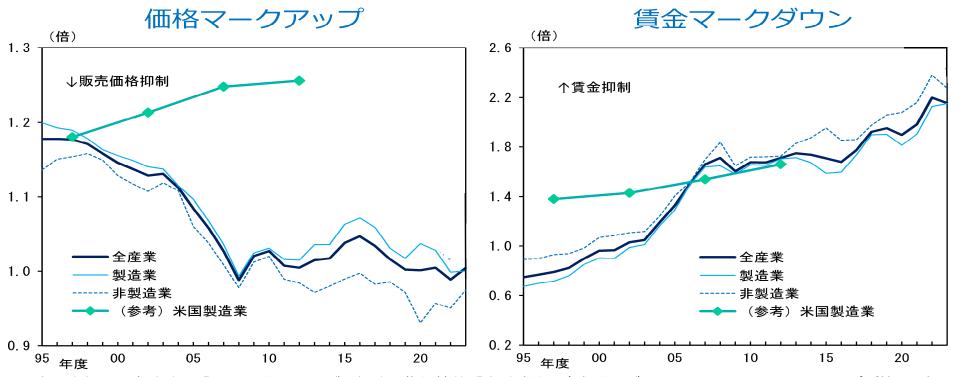
(出所) Nakamura and Ohashi(2019) 及び IMF (2019)

マークアップ率の縮小及び賃金マークダウンの拡大

2020 年度までのデータを用いた分析結果をまとめると、第一に、わが国企業の<u>価格マークアップが縮小傾向</u>にあり、とりわけ非製造業の小企業で競争環境が厳しくなってきたことが確認された。こうした<u>価格マークアップの縮小はインフレ率を継続的に下押しする方向に作用</u>してきたとみられる。第二に、こうした厳しい競争環境のもとで、<u>わが国の企業は、賃金抑制傾向を強めることで、収益を確保してきたことが示唆</u>された。特に、非製造業の小企業では、賃金マークグウン※が大きかった。また、価格マークアップの縮小は米欧ではみられないわが国の特徴であることも示唆された。

(出所)日本銀行ワーキングペーパーシリーズNo.23-J-4「わが国の価格マークアップと賃金設定行動(2023年3月 青木、高富、法眼)」抜粋。下線 及び注は企業取引研究会事務局によるもの

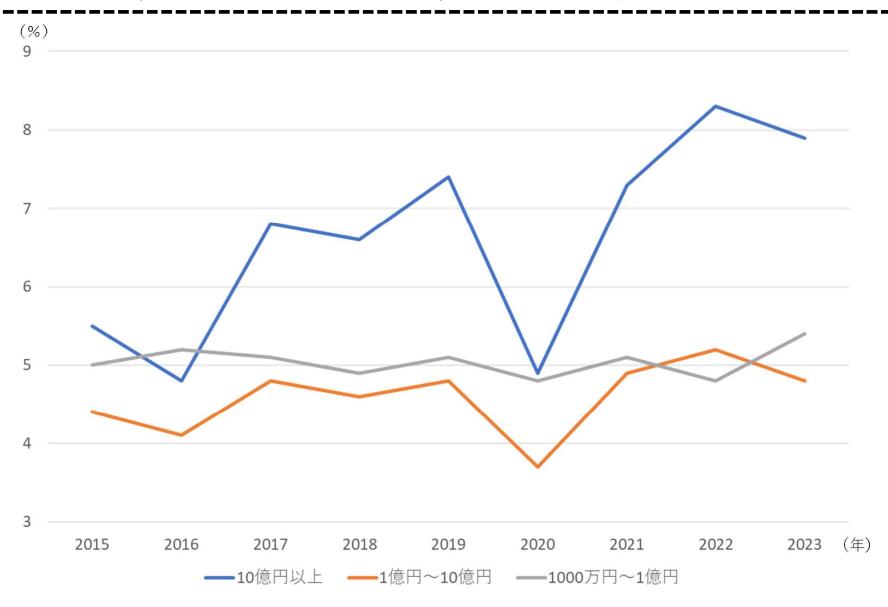
※賃金マークダウンとは労働の限界生産物収入(売上が労働投入量の変化でどれだけ変化するか)の賃金に対する比率



(出所)日本銀行調査統計局「過去25年間のわが国経済・物価情勢「金融政策の多角的レビュー」に関するワークショップ(第2回)— 第 1 セッション経済・物価情勢—」資料

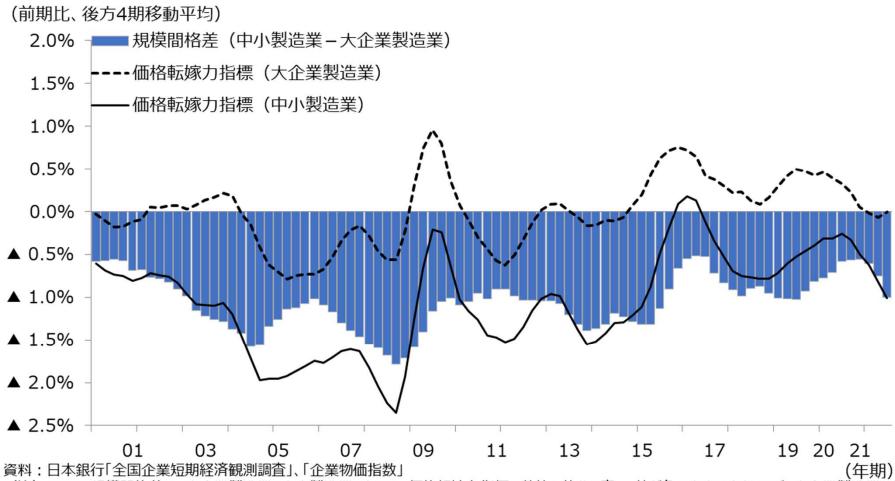
資本金別の売上高経常利益率の推移

資本金が大きい企業に比べて資本金が小さい企業の方が、売上高経常利益率は低い水準にある。



企業規模別価格転嫁力の推移(製造業)

大企業(大企業製造業)と中小企業(中小製造業)の価格転嫁力を比較して見ると、感染症流行前に一定水準上昇した大企業・中小企業の価格転嫁力が、感染症流行後、再び減少した。さらに、 大企業と中小企業間で、価格転嫁力の規模間格差が開きつつある。

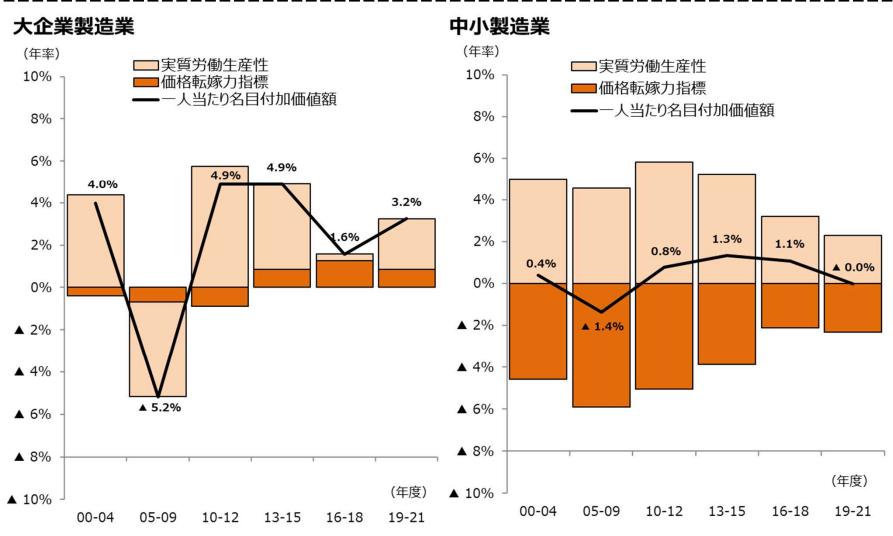


(注) ここでの規模間格差は、大企業製造業と中小製造業における、価格転嫁力指標の数値の差分を表し、値が負の方向に向かうほど、大企業製造業に対して、中小製造業における価格転嫁力が差をつけられていることを示す。

(注) 価格転嫁力指標:販売価格の変化率と仕入価格の変化率の違いから、仕入れ価格の変化分をどの程度、販売価格に転嫁できているかを数値化 (出所) 中小企業編「中小企業白書 小規模企業白書 2023年版」第3章第1節 第1-3-2図

従業員一人当たり名目付加価値額(労働生産性)上昇率とその変動要因

中小製造業においては、<u>労働生産性の面では大企業製造業に比しても遜色ないが、価格転嫁力の</u> <u>面で数ポイント低い</u>状況。その結果、1人当たりの付加価値額においても大企業より数ポイント 低い状況が、ここ10年来、続いているところ。



(出所) 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「企業物価指数」、財務省「法人企業統計年報」を基に企業取引研究会事務局で作成。 中小企業庁編「中小企業白書 小規模企業白書 2023年版」第3章第1節 第1-3-3図 (注) 資本金1千万円以上1億円未満を中小製造業、資本金10億円以上を大企業製造業とした。

(参考) 令和5年度 年次経済財政報告(経済財政政策担当大臣報告) ―動き始めた物価と賃金―

●長期間続いたデフレの下で醸成された人々や企業の意識・慣行による 影響

「このように、<u>欧米企業と異なり、我が国企業全体としてのマークアップ率は、分析の対象とした過去20年間にわたって大きな変化はみられず</u>、また、相対的にマークアップ率が高い企業と低い企業との間の格差も拡大していない。こうしたマークアップ率の動向は、物価の動向にも含意があるものと考えられる。すなわち、<u>長期間続いたデフレと低成長の下で、企業はコスト上昇局面においても販売価格を引き上げることができず、そうした企業の価格設定行動が物価上昇を長らく低く抑えることにつながってきた可能性</u>がある。」

(出所) 令和5年度 年次経済財政報告(経済財政政策担当大臣報告) ―動き始めた物 価と賃金―から企業取引研究会事務局が抜粋(※ 下線部は企業取引研究会事 務局によるもの)

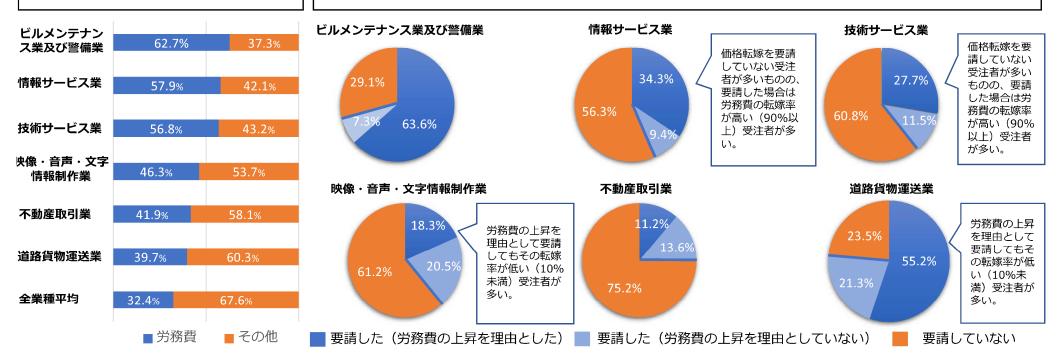
価格転嫁の状況①

- 公正取引委員会は、コスト構造において労務費の占める割合が高い業種を重点的な調査対象と し、「令和5年度独占禁止法上の「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。)」 を実施した。
- 特別調査の結果、コスト別の転嫁率を中央値でみると、原材料価格(80.0%)やエネルギー コスト(50.0%)に比べ、労務費(30.0%)は低く、労務費の転嫁は進んでいない、という結 果であった。平均値でみても、原材料価格(67.9%)やエネルギーコスト(52.1%)と比べ、 労務費(45.1%)は低く、同様の結果であった。

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試験が認められている。



(出所) 内閣官房・公正取引委員会「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)

価格転嫁の状況②【取引価格引上げの要請の有無】

- 労務費、原材料費、エネルギーコスト等の上昇を理由とした取引価格引上げについて、受注者として取引価格引上げを「要請した」と回答した割合は、発注者として取引価格引上げを「要請された」と回答した割合より低い。
- 発注者の立場で受注者(供給元)から要請されるほどには、受注者の立場で発注者(供給先)に要請できていないとみることができ、価格転嫁の要請が滞っている可能性がある。

| 調査対象業種 | 受注者側調査 | (n=24,796) | 発注者側調査 | (n=17,998) | 「要請した(受注者側)」と「要請 | | |
|---------------|--------|------------|--------|------------|------------------|--|--|
| <u> </u> | 要請した | 要請していない | 要請された | 要請されていない | された(発注者側)」の差 | | |
| 総合工事業 | 53.5% | 46.5% | 87.1% | 12.9% | 33.7 | | |
| 食料品製造業 | 70.7% | 29.3% | 95.7% | 4.3% | 25.1 | | |
| 家具・装備品製造業 | 82.4% | 17.6% | 96.9% | 3.1% | 14.5 | | |
| パルプ・紙・紙加工品製造業 | 89.7% | 10.3% | 95.2% | 4.8% | 5.6 | | |
| 印刷・同関連業 | 76.5% | 23.5% | 85.4% | 14.6% | 9.0 | | |
| 窯業・土石製品製造業 | 80.3% | 19.7% | 91.1% | 8.9% | 10.8 | | |
| 非鉄金属製造業 | 86.1% | 13.9% | 94.5% | 5.5% | 8.4 | | |
| 金属製品製造業 | 80.7% | 19.3% | 92.0% | 8.0% | 11.3 | | |
| はん用機械器具製造業 | 77.4% | 22.6% | 94.0% | 6.0% | 16.6 | | |
| 生産用機械器具製造業 | 73.0% | 27.0% | 94.8% | 5.2% | 21.8 | | |
| 業務用機械器具製造業 | 67.3% | 32.7% | 95.2% | 4.8% | 27.9 | | |
| 電気機械器具製造業 | 75.4% | 24.6% | 93.8% | 6.2% | 18.3 | | |
| 輸送用機械器具製造業 | 66.2% | 33.8% | 88.7% | 11.3% | 22.5 | | |
| 放送業 | 9.6% | 90.4% | 40.3% | 59.7% | 30.6 | | |
| 映像・音声・文字情報制作業 | 28.5% | 71.5% | 55.4% | 44.6% | 26.9 | | |
| 道路貨物運送業 | 59.6% | 40.4% | 68.7% | 31.3% | 9.1 | | |
| 各種商品卸売業 | 70.5% | 29.5% | 92.9% | 7.1% | 22.4 | | |
| 飲食料品卸売業 | 70.8% | 29.2% | 94.0% | 6.0% | 23.2 | | |
| 広告業 | 36.2% | 63.8% | 51.3% | 48.7% | 15.0 | | |
| その他の事業サービス業 | 56.1% | 43.9% | 71.9% | 28.1% | 15.9 | | |
| 各種商品小売業 | _ | | 93.1% | 6.9% | _ | | |
| 飲食料品小売業 | _ | _ | 88.8% | 11.2% | _ | | |
| 上記業種合計 | 68.9% | 31.1% | 86.6% | 13.4% | 17.8 | | |

価格転嫁の状況③【取引価格引上げの要請があった場合の取引価格引上げの割合】

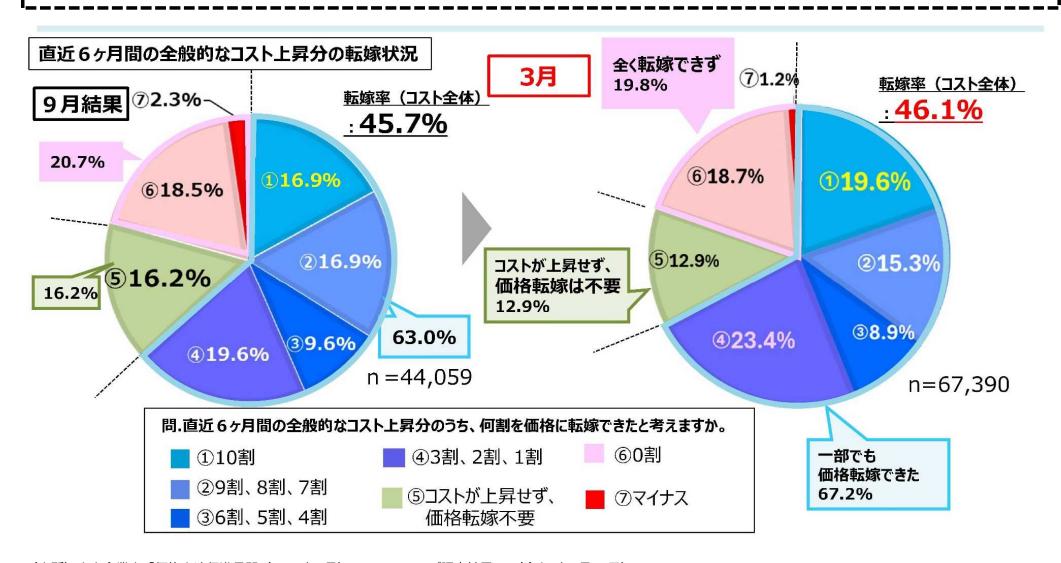
- 労務費、原材料費、エネルギーコスト等の上昇を理由として取引価格引上げの要請があった商品・サービスについて、受注者として取引価格が「7割以上引き上げられた」と回答した割合は、発注者として取引価格を「7割以上引き上げた」と回答した割合より低い。
- 発注者の立場で受注者(供給元)との関係で価格転嫁を受け入れるほどには、受注者の立場では発注者(供給先)との関係で価格転嫁できていないとみることができ、価格転嫁の連鎖が円滑に進んでいない可能性がある。

| | | 受注者侧 | 訓調査(n=17 | ,074) | | | 「7割以上引き上げら | | | | |
|---------------|-------|-------|------------------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|---------------------|
| 調査対象業種 | 全て | 7~9割 | 4~6割 | 1~3割 | 引上げなし | 全て | 7~9割 | 4~6割 | 1~3割 | 引き上げず | れた(引き上げた)」 の回答の差 |
| 総合工事業 | 62.9% | 14.7% | 9.2% | 8.7% | 4.5% | 74.4% | 19.0% | 3.8% | 2.3% | 0.4% | 15.8 |
| 食料品製造業 | 66.2% | 19.0% | 7.6% | 5.8% | 1.4% | 80.3% | 15.1% | 2.6% | 1.3% | 0.7% | 10.2 |
| 家具・装備品製造業 | 59.3% | 19.3% | 9.8% | 8.2% | 3.3% | 78.6% | 15.9% | 4.8% | 0.8% | 0.0% | 15.8 |
| パルプ・紙・紙加工品製造業 | 48.7% | 31.2% | 12.9% | 5.2% | 2.1% | 80.4% | 14.0% | 4.2% | 1.3% | 0.0% | 14.6 |
| 印刷・同関連業 | 49.1% | 23.5% | 11.7% | 12.6% | 3.1% | 79.5% | 14.7% | 1.8% | 3.0% | 0.9% | 21.6 |
| 窯業・土石製品製造業 | 64.5% | 16.3% | 8.7% | 7.5% | 3.0% | 83.4% | 12.1% | 2.4% | 0.7% | 1.4% | 14.7 |
| 非鉄金属製造業 | 53.1% | 26.7% | 9.2% | 7.5% | 3.4% | 87.5% | 10.0% | 1.6% | 0.7% | 0.2% | 17.8 |
| 金属製品製造業 | 56.5% | 22.0% | 11.0% | 8.2% | 2.4% | 85.1% | 12.2% | 1.2% | 1.0% | 0.5% | 18.9 |
| はん用機械器具製造業 | 59.7% | 18.2% | 9.4% | 9.0% | 3.6% | 83.8% | 13.5% | 1.3% | 1.4% | 0.0% | 19.4 |
| 生産用機械器具製造業 | 60.7% | 17.3% | 9.8% | 8.7% | 3.4% | 82.5% | 14.8% | 2.0% | 0.6% | 0.1% | 19.2 |
| 業務用機械器具製造業 | 67.2% | 13.8% | 7.4% | 8.0% | 3.5% | 85.6% | 12.8% | 1.0% | 0.4% | 0.2% | 17.4 |
| 電気機械器具製造業 | 64.1% | 17.7% | 7.6% | 8.4% | 2.3% | 78.8% | 16.8% | 3.3% | 0.7% | 0.3% | 13.9 |
| 輸送用機械器具製造業 | 51.3% | 18.3% | 9.3% | 12.8% | 8.2% | 70.6% | 21.2% | 4.9% | 2.3% | 0.9% | 22.2 |
| 放送業 | 81.8% | 0.0% | 0.0% | 9.1% | 9.1% | 83.4% | 9.7% | 2.8% | 2.8% | 1.4% | 11.3 |
| 映像・音声・文字情報制作業 | 62.5% | 7.8% | 8.6% | 13.3% | 7.8% | 85.1% | 7.7% | 2.3% | 3.0% | 1.9% | 22.5 |
| 道路貨物運送業 | 36.2% | 13.8% | 13.0% | 23.5% | 13.5% | 48.5% | 23.5% | 11.9% | 12.1% | 4.0% | 22.0 |
| 各種商品卸売業 | 68.0% | 18.6% | 5.8% | 6.4% | 1.2% | 81.7% | 12.5% | 3.1% | 2.2% | 0.4% | 7.6 |
| 飲食料品卸売業 | 68.4% | 17.8% | 6.3% | 6.1% | 1.4% | 81.4% | 13.3% | 2.0% | 2.3% | 1.0% | 8.4 |
| 広告業 | 69.8% | 12.4% | 5.8% | 7.9% | 4.1% | 80.6% | 12.7% | 3.9% | 2.1% | 0.7% | 11.1 |
| その他の事業サービス業 | 46.0% | 16.2% | 11.6% | 18.3% | 7.9% | 67.6% | 21.6% | 6.6% | 3.9% | 0.4% | 26.9 |
| 各種商品小売業 | - | _ | _ | _ | _ | 85.9% | 12.5% | 1.2% | 0.4% | 0.0% | _ |
| 飲食料品小売業 | _ | _ | _ | _ | _ | 85.0% | 10.6% | 2.7% | 0.6% | 1.2% | _ |
| 上記業種合計 | 57.2% | 18.4% | 9.6% | 10.4% | 4.4% | 79.9% | 14.6% | 2.9% | 1.8% | 0.7% | 18.9 |

(出所) 公正取引委員会「独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査の結果」(令和4年12月27日)

価格転嫁の状況④

価格転嫁の裾野は広がりつつある一方、「転嫁できた企業」と「できない企業」の 2 極化の兆し もある。



(出所)中小企業庁「価格交渉促進月間(2024年3月)フォローアップ調査結果」 (令和6年6月21日)

価格転嫁の状況⑤【発注企業の業種別ランキング】

製造業系は転嫁率が高いが、トラック運送、放送コンテンツ等は転嫁率が低いといった傾向にある。

| | コスト増に | | | | , market | | コスト増に | 各要素別の転嫁率 | | |
|-------------------|------------|------------------------|-------|----------|----------|---------------|------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| 2023年9月 | 対する転嫁 率 | 原材料費 エネルギー 労務費 2024年3月 | | 対する。大学学》 | 原材料費 | エネルギー | 労務費 | | | |
| ①全体 | 45.7% | 45.4% | 33.6% | 36.7% | 71: | ① 全体 | ↑46.1% | 1 47.4% | ^ | ↑40.0% |
| 1位 化学 | 59.7% | 57.9% | 45.7% | 47.1% | 1位 | 化学 | ↑61.0% | ↑ ↑ 63.2% | ↑ ↑54.1% | ↑51.1% |
| 2位 食品製造 | 53.7% | 52.5% | 37.6% | 39.9% | 2位 | 製薬 | ↑53.5% | <u>↑</u> ↑56.5% | ↑↑↑ 49.7 % | ↑↑↑44.1% |
| 3位 電機·情報通信機器 | 53.4% | 55.2% | 37.8% | 39.9% | 3位 | 機械製造 | ↓51.9% | ↑57.0% | ↑ ↑45.3 % | 143.3% |
| 4位 機械製造 | 53.3% | 55.5% | 38.9% | 39.8% | 4位 | 飲食サービス | ↓51.5% | ↑ ↑ 53.0% | ↑38.3% | ↑37.8% |
| 5位 飲食サービス | 52.1% | 47.6% | 34.0% | 35.7% | 5位 | 電機·情報通信機器 | ↓51.2% | ↑ 55.9% | ^ ^ 43.8% | ^42.9% |
| 6位 製薬 | 50.7% | 49.3% | 29.4% | 27.8% | 6位 | 食品製造 | ↓50.0% | ↓51.6% | ↑ ↑42.7 % | ↑41.2% |
| 7位 卸売 | 50.5% | 50.5% | 35.1% | 35.6% | 7位 | 繊維 | 149.9% | ↑↑51.4% | ↑ ↑ ↑ 43.2% | ↑ ↑41.3 % |
| 8位 造船 | 50.2% | 53.6% | 40.1% | 38.3% | 8位 | 造船 | ↓49.1% | ↑53.8% | ^ ^ 45.2% | ^42.5% |
| 9位 紙・紙加工 | 49.2% | 48.7% | 33.7% | 34.2% | 9位 | 鉱業·採石·砂利採取 | ↑ ↑ 48.6% | ↑ ↑ 47.8% | ↑ ↑ 43.3% | ↑↑↑42.0% |
| 10位 金属 | 48.8% | 50.6% | 35.2% | 34.4% | 10位 | 電気・ガス・熱供給・水道 | ↑ ↑ 48.3% | <u>^ </u> 49.4% | ↑↑ ↑44.9% | ↑ ↑45.1% |
| 11位 小売 | 48.7% | 47.3% | 33.2% | 35.0% | 11位 | 情報サービス・ソフトウェア | ↑ ↑47.1 % | ↑ ↑ ↑ 39.7% | ↑↑↑35.1% | ↓46.2% |
| 12位 印刷 | 48.2% | 49.3% | 29.7% | 33.1% | 11位 | 小売 | ↓47.1% | 147.8% | <u>^</u> | ↑38.6% |
| ②13位 繊維 | 47.0% | 43.4% | 32.0% | 33.1% | 2 11位 | 自動車·自動車部品 | 147.1% | ↑54.8% | ↑ ↑47.2% | ↑ ↑ 37.2% |
| 業 14位 広告 | 45.9% | 40.8% | 30.9% | 41.0% | | 卸売 | ↓47.0% | ↓47.5% | ↑39.6% | ↑38.3 % |
| 種15位建材・住宅設備 | 45.3% | 47.5% | 30.6% | 33.5% | | 広告 | 1 46.9% | ↑ ↑ 49.1 % | ↑ ↑ 40.2 % | 142.3% |
| 別 16位 建設 | 45.1% | 44.5% | 35.1% | 41.2% | 15位 | 建設 | 146.9% | 147.3% | ↑ ↑42.0 % | 143.8% |
| 17位 自動車・自動車部品 | 44.6% | 51.3% | 37.8% | 28.8% | 17位 | 金属 | ↓46.2% | ↓49.8% | ↑ ↑41.5% | ↑37.9% |
| 18位 金融・保険 | 42.4% | 40.1% | 29.0% | 39.1% | 18位 | 紙・紙加工 | ↓↓45.1% | ↓45.9% | ↑37.5% | ↑37.4% |
| 19位 石油製品·石炭製品製造 | 42.0% | 46.0% | 32.1% | 29.9% | 19位 | 建材·住宅設備 | ↓44.4% | ↓47.0% | ↑ ↑39.5% | ↑ ↑39.4% |
| 20位電気・ガス・熱供給・水道 | 41.1% | 41.4% | 32.3% | 37.2% | 20位 | 石油製品·石炭製品製造 | 143.9% | ↑ ↑51.8% | ^ ^ 38.8% | ↑ ↑37.4% |
| 21位 鉱業·採石·砂利採取 | 40.6% | | 34.6% | 31.1% | 21位 | 印刷 | ↓ ↓ 43.5% | ↓46.6% | ↑ ↑ 37.2% | ↑34.7% |
| 22位 不動産業・物品賃貸 | 39.7% | 36.5% | 29.5% | 35.2% | 22位 | 不動産業·物品賃貸 | ↑42.1% | ↑ ↑41.8% | ↑ ↑ 38.7% | ↑38.9% |
| 23位 情報サービス・ソフトウェア | 39.6% | 21.9% | 18.5% | 46.5% | 23位 | 通信 | ↑ ↑ 40.8% | ↑38.9 % | ↑↑↑35.0% | ↑ ↑ 38.3% |
| 24位 廃棄物処理 | 34.0% | 28.0% | 27.1% | 27.8% | 24位 | 廃棄物処理 | ↑↑39.1% | ↑ ↑ 35.0% | ^ ^ 34.8% | ↑ ↑34.6% |
| 25位 通信 | 32.6% | 35.2% | 22.8% | 31.0% | 25位 | 金融·保険 | ↓ ↓ 35.3% | ↓ ↓ 34.1% | ↓ 28.8% | ↓↓32.3% |
| 26位 放送コンテンツ | 26.9% | 28.6% | 21.1% | 32.0% | 26位 | 放送コンテンツ | ↑↑33.7% | ↑↑33.8 % | ↑ ↑ 27.8% | ↓31.7% |
| 27位 トラック運送 | 24.2% | 17.3% | 20.7% | 19.1% | 27位 | トラック運送 | ↑28.1% | ↑ ↑ 24.6 % | ↑ ↑ 25.9% | ^24.0% |
| - その他 | 41.9% | 40.3% | 30.9% | 36.4% | - | その他 | 144.3% | 144.2% | ^ ^ 38.4% | ↑39.8% |

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

(出所)中小企業庁「価格交渉促進月間(2024年3月)フォローアップ調査結果」 (令和6年6月21日)

価格転嫁の状況⑥【受注企業の業種別ランキング】

受注者として、価格転嫁してもらえている業種(上位にある業種)は、発注者としても価格転嫁に応じている傾向にある。

| 4) | | コスト増に | 各要 | 素別の転ぬ | 別の転嫁率 | | | コスト増に 対する ※ | 各要素別の転嫁率 | | |
|----|-------------------|------------|-------|-------|-------|---------|--|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| = | 2023年9月 | 対する転嫁 率 | 原材料費 | エネルギー | 労務費 | 2024年3月 | 原材料費 | | エネルギー | 労務費 | |
| | ①全体 | 45.7% | 45.4% | 33.6% | 36.7% | | ①全体 | ↑46.1% | 147.4% | ^ ^40.4% | 140.0% |
| | 1位 紙・紙加工 | 61.7% | 59.6% | 41.8% | 42.9% | 1位 | 製薬 | ↑↑↑60.0% | ↑ ↑ ↑ 73.8 % | ↑ ↑ ↑ 67.5% | ↑↑↑60.0% |
| | 2位 卸売 | 60.1% | 60.8% | 40.4% | 40.7% | 2位 | 化学 | ↑58.6% | ↑↑62.4 % | ↑↑↑50.1% | ↑ ↑45.2 % |
| | 3位機械製造 | 55.2% | 56.3% | 41.0% | 41.8% | 3位 | 卸売 | ↓↓55.9% | ↓57.3 % | ↑ ↑ 46.2 % | 144.3% |
| | 4位 化学 | 54.4% | 57.0% | 39.2% | 35.4% | 4位 | 機械製造 | ↓54.2% | ↑58.8% | ↑ ↑ 48.6% | ↑ ↑ 46.9% |
| | 5位 食品製造 | 53.1% | 51.8% | 40.0% | 40.1% | 5位 | 電機·情報通信機器 | ↓51.0% | ↑56.0% | ↑ ↑ 44.2 % | 143.2% |
| | 6位 電機・情報通信機器 | 52.5% | 54.7% | 37.2% | 40.8% | 6位 | 小売 | ↓49.7% | ↑50.8% | ↑ ↑ 40.7% | ↑ ↑ 39.7% |
| | 7位 鉱業·採石·砂利採取 | 50.8% | 42.5% | 42.3% | 35.4% | 7位 | 繊維 | ↑ 1 49.5% | ↑↑50. 4% | ↑ ↑ ↑ 44.5% | ↑↑↑43.0% |
| | 8位 小売 | 50.7% | 49.0% | 32.5% | 33.5% | 8位 | 食品製造 | ↓49.3% | ↓50.3% | 143.1% | ^40.8% |
| | 9位 金属 | 49.5% | 53.7% | 36.7% | 34.3% | 9位 | 紙・紙加工 | ↓↓↓47.7% | ↓↓ 50.4% | ↓38.2% | ↓ ↓ 37.5% |
| | 10位 製薬 | 48.9% | 37.8% | 30.0% | 25.7% | 10位 | The second secon | ↓47.4% | 149.8% | ↑↑↑40.8% | ↑ ↑ 38.3% |
| | 11位 印刷 | 48.1% | 49.4% | 29.8% | 30.5% | | 建材·住宅設備 | 1 47.0% | ↓47.6% | ↑↑↑39.6% | 140.1% |
| | 12位建材・住宅設備 | 46.9% | 47.8% | 29.6% | 35.2% | 12位 | | ↓46.4% | ↓52.4% | 141.6% | ↑37.3% |
| (2 | | 44.4% | 40.9% | 33.1% | 32.8% | | 情報サービス・ソフトウェア | ↑ ↑ 46.3% | ↑↑↑40.7% | ↑↑↑35.5% | ↓45.8% |
| 美 | | 43.8% | 43.8% | 35.4% | 41.2% | | - C C C C C C C C | ↑46.2% | 146.7% | ↑↑41.9% | ↑43.6% |
| 相 | 15位 石油製品・石炭製品製造 | 42.1% | 49.7% | 32.0% | 27.8% | | | <u>↑</u> 145.8% | ↑ ↑ 44.1 % | ↑↑↑40.6% | ↑ ↑43.1% |
| 力 | 16位 金融・保険 | 40.0% | 48.0% | 28.3% | 50.0% | | 電気・ガス・熱供給・水道 | ↑↑44.7% | <u>^ </u> | ↑↑↑41.1% | ↑ ↑39.8% |
| | 17位 広告 | 39.2% | 35.2% | 22.1% | 33.2% | 17位 | in the second second | ↑ ↑ 43.7% | ↑50.4% | ↑ ↑ ↑ 45.5% | ^41.1% |
| | 18位 自動車・自動車部品 | 39.1% | 49.3% | 37.1% | 22.9% | | 自動車·自動車部品 | 143.2% | ↑↑54.8% | ↑↑45.8% | <u>↑</u> ↑ ↑ 33.1% |
| | 19位 情報サービス・ソフトウェア | 38.8% | 21.0% | 17.2% | 46.6% | 19位 | | ↓↓41.2% | ↓39.0% | ↓↓37.1% | ↓32.8% |
| | 20位造船 | 37.7% | 45.5% | 35.3% | 37.8% | | 石油製品·石炭製品製造 | ↓40.9% | ↑51.0% | ↑35.6% | ↑31.0% |
| | 21位 電気・ガス・熱供給・水道 | 35.5% | 38.1% | 28.1% | 32.5% | 21位 | | <u>↑</u> ↑ ↑ 38.5% | ↑↑↑38.6% | ↑↑↑36.0% | ↑↑↑37.8% |
| | 22位 飲食サービス | 33.5% | 34.2% | 19.6% | 19.7% | - | 金融·保険 | ↓37.1% | ↓↓↓30.3% | ↑32.1% | ↓ ↓ ↓ 33.8% |
| 2 | 23位 廃棄物処理 | 29.0% | 24.8% | 24.4% | 26.7% | 23位 | | ↑ ↑36.5% | ↑↑↑35.5% | ↑↑↑36.4% | ↑ ↑33.8% |
| | 24位 不動産・物品賃貸 | 27.8% | 23.3% | 20.9% | 25.6% | | 放送コンテンツ | ↑↑↑35.3% | <u>↑</u> ↑ ↑ 36.6% | <u>↑</u> ↑ ↑ 32.4% | ↑↑35.3% |
| | 25位 トラック運送 | 24.8% | 16.1% | 22.2% | 19.4% | | 廃棄物処理 | ↑32.8% | 129.2% | ↑29.2% | ↑27.3% |
| | 26位 通信 | 24.4% | 25.6% | 17.6% | 21.0% | | トラック運送 | ↑ ↑32.2% | <u>^ ^ ^ 28.0%</u> | ↑↑30.1% | ↑↑28.7% |
| | 27位 放送コンテンツ | 23.7% | 23.5% | 16.2% | 27.9% | 27位 | 飲食サービス | ↓ ↓ 25.9% | ↓32.0% | 120.2% | 120.8% |
| | - その他 | 40.3% | 36.6% | 29.0% | 37.2% | - | その他 | ↑42.7% | ↑41.5% | ↑ ↑37.2 % | ^ 39.4% |

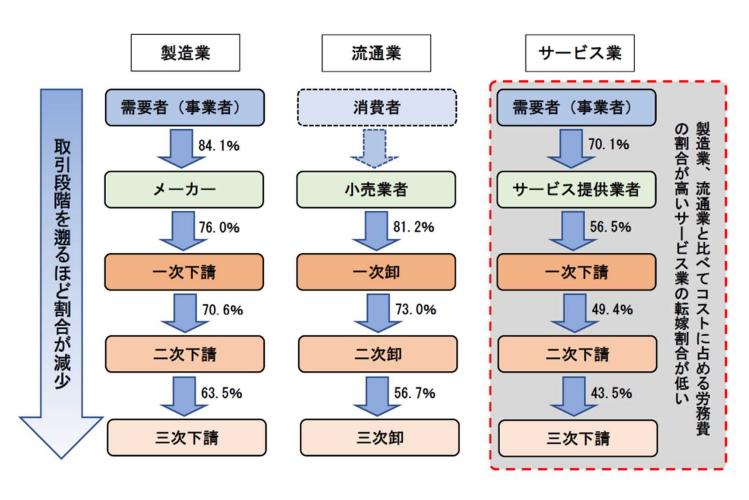
※9月時点との変化幅と矢印の数の関係 (例) ↑: 1~4ポイント 上昇、 ↑↑:5~9ポイント 上昇、↑↑↑:10ポイント以上 上昇

(出所)中小企業庁「価格交渉促進月間(2024年3月)フォローアップ調査結果」 (令和6年6月21日)

サプライチェーンの各段階における価格転嫁の状況

取引段階を遡るにつれて価格転嫁が滞っており、製造業や流通業と比べてコスト構造に占める労務費の割合が高いと考えられるサービス業においては、 特に価格転嫁が円滑に進んでいないと考えられる。

<価格転嫁を要請した商品・サービスの数の7割以上について価格転嫁が認められた割合>



今後、主に御議論いただきたい事項

次回以降、「円滑な価格転嫁のための取引環境の整備」に係る、個別の課題と解決の方向性についての御議論をお願いしたい。例えば以下のような論点が考えられるのではないか。

○ 適切な価格転嫁の環境整備に関する課題(買いたたき規制の在り方)

近年のようなコスト上昇局面において、価格への反映の必要性を明示的に協議せずに価格を据え置くなど、一方的に受注者(下請事業者)の経営を圧迫するような価格を設定する行為について、より適切な価格転嫁に関する環境整備の観点から、どのように考えるべきか。【関係条項:下請法第4条第1項第5号(買いたたきの禁止)、優越GL第4の3(5)ア(取引の対価の一方的決定)】

○ 支払条件に関する課題(約束手形、ファクタリング等)

支払手段として約束手形等を用いることにより、発注者(親事業者)が受注者(下請事業者)に資金繰りに係る負担を求める商慣習について、どのように考えるべきか。

このほか、ファクタリングの利用や民法上は発注者負担が原則とされている振込手数料を受注者に負担させる商慣習など、支払条件に関する商慣習について、どのように考えるか。【関係条項:下請法第2条の2(下請代金の支払期日)、第4条第1項第2号(支払遅延の禁止)、第4条第2項第2号(割引困難な手形の交付の禁止)、民法第485条(弁済の費用)】

○ 物流に係る優越的地位の濫用規制の在り方

平成15年に行われた下請法改正(平成16年施行)により、運送事業者間の運送業務の委託については下請法の対象とされ、一方、荷主から運送事業者に対する運送業務の委託については、 下請法の対象ではなく、「物流特殊指定」(平成16年施行)により対応することとされた。

他方、近年、物流に関しては、物流の「2024年問題」に端を発し、多重下請構造に起因する問題や荷主により長時間の荷待ちや無償での荷役を求められることが社会問題化し、今般、一定の法整備(改正物流総合効率化法、改正貨物自動車運送事業法)も行われたところ。こうした状況を踏まえ、現行の優越的地位の濫用規制の在り方についてどのように考えるべきか。【関係条項:下請法第2条第4項(役務提供委託)、物流特殊指定】

今後、主に御議論いただきたい事項

執行に係る省庁間の連携体制の在り方

国土交通省におけるトラックGメンの創設など、事業所管省庁においても取引適正化の取組が進められている。サプライチェーン全体の取引環境の整備や取引の公正化を図る上では、下請法の執行においても、各事業所管省庁と連携し、面的な執行を図っていくべきではないか。そのためにどのような対応が考えられるか。【関係条項:下請法第9条第3項】

○ 「下請」という用語の見直し

下請法における「下請」という用語は、発注者(親事業者)と受注者(下請事業者)が対等な関係ではないという語感を与えるとの指摘がある。また、発注者である大企業の側でも「下請」という用語は使われなくなっているといった時代の変化を踏まえ、適切な用語を検討すべきではないか。【関係条項:下請法】

○その他

- * 下請法は資本金という外形的な基準により対象となる事業者を規定しているところ、適用を逃れるために親事業者が減資をする、下請事業者に増資を求めるなどの事例が指摘されている。このような指摘を踏まえ、下請法の適用基準についてどのように考えるか。【関係条項:下請法第2条第7項(定義)、第7条(勧告)】
- * 型の無償保管や知的財産の無償提供を求める行為について、下請法や優越的地位の濫用に係る考え方を整理する必要があるのではないか。【関係条項:下請法第4条第1項第5項(買いたたきの禁止)、第4条第2項第3号(不当な経済上の利益の提供要請の禁止)、優越GL第4の2(3)(その他経済上の利益の提供の要請)】
- * 命令や罰則の導入等、下請法の実効性確保が必要との指摘についてどのように考えるか。 【関係条項:下請法第10条(罰則)】

【参考】事業者(下請Gメン、トラックGメン、下請取引等改善協力委員)から寄せられた声

- 1. 買いたたき規制について(価格据え置き取引への対応など)
- (1) 15年前頃の取引開始から一度も値上げなく、値下げを強いられている。単価数百円の製品の 材料費が、この1年で5%程度値上りしたが、転注を恐れ値上げを交渉できない。
- (2) 電気料金、副資材、運送費など全てが値上がりしているが、10年前の価格設定でなければ最上位企業の了解が得られないことを理由に、価格改定を認めてもらえていない。
- (3) 取引先が作り、下請企業にも見せている価格表(スタジオ代、カメラマン代等)は、10年以上前から一切、変わってない。見積り時にそれを超える価格で提示をしても通らない事が分かっているので、その範囲内に納めるようにしている。
- 2. 約束手形による支払について
- (1) 2023年○月に、それまで手形払いだったものが、月末締め・翌月末の現金100%支払いに変わった。現金化により資金繰りが一層楽になった。
- (2) 20年以上前から、支払条件、支払手段として「手形が普通」と考えていた。国の方針変更 (サイト短縮60日へ)があった今が、サイトの短縮交渉をする時期的には良いチャンスと思う ので、近いうちに交渉を開始したい。
- (3) 10年以上前に、取引先に手形取引から現金取引への変更を申し入れたところ、現金取引にする代わりに、下請代金の額を5%値引きしてくれないかと言われ、断った。
- (4)紙の手形の利用廃止の動きはありがたいが、電子記録債権への移行はメリットがない。支払いはすべて現金にしてほしい。最上位企業から現金支払いに移行してほしい。
- (5) 手形で代金を受け取る取引が、下請法の対象とならない中小企業は、下請法対象の取引だけをサイト短縮すると、資金繰りで窮地に陥ることを危惧。下請法の対象外の取引も含めて、資金的にも余裕がある大手企業から中小企業への支払いが全て60日以内になるように強く指導していただきたい。手形決済資金の融資制度を設けて頂きたい。

【参考】事業者(下請Gメン、トラックGメン、下請取引等改善協力委員)から寄せられた声

- (6) 2021年頃、手形からファクタリングに変更となった。ファクタリングは手数料が割高で、手形の方が割引率が低率。手形に戻して頂きたい程である。
- 3. 物流の「2024年問題」への対応
- (1) 2019年以来、価格交渉はしていない。価格交渉をしても取引先は上げる気がないと考えられる節があるからだ。取引先(元請運送事業者)は、荷主に価格アップを強く言えないので、自分たちにも反映されない。
- (2) 発荷主に対して、人件費を含む諸物価高騰のため、運賃値上げの交渉をしたが、拒否された ため、下請けからの運賃値上げの要請にも応じられていない状況。
- (3) 現在、荷主から支払われている運賃が「標準的な運賃」からかけ離れた額であるため、何度 も交渉を重ね、わずかな額を値上げしてもらったが、新たな人材や協力会社も確保できない水 準である。
- (4) 発荷主に対して、荷待ち時間の待機料金を請求しようと交渉したところ、「1時間ぐらいで 言わないで、2時間くらい待つのは普通でしょ。」と言われ、契約を切られる可能性があった ため、それ以上の交渉はできなかった。
- 4. 「下請」という用語について世間では今は「下請」という言葉は使っていないのではないか。
- 5. その他(「下請法逃れ」への対策、知的財産の無償提供への対応等)
- (1)取引先から、「支払サイトを延長」するような、支払条件を変更・改悪するとの連絡が入った。「受け入れられない」と回答したが、取引先は資本金を1億円に減資しており、「今回の要請は下請法に抵触しない」と口頭で説明された。

【参考】事業者(下請Gメン、トラックGメン、下請取引等改善協力委員)から寄せられた声

- (2) 自社の資本金が1,000万円だと下請取引に該当するため増資してほしいとの要望を受け1,200 万円とした経緯がある。
- (3) 取引先と打合せ、製品の図面まで作成したが、実際に製造する直前で転注されてしまった。 図面は承諾なしに他社に渡され、利用料は払われない。知財の契約は交わして無かった。
- (4) 資本金1,000万円超3億円以下の企業同士の取引では、下請事業者にとって「それは下請法に抵触するのではないか」という交渉時の武器が使えないため、取引先に押し切られるケースがある。
- (5) 自社が減資した事により、自社が下請法の対象企業となった事で、発注企業の対応が大きく変化し取引条件が大きく改善された。