

# 適切な価格転嫁に向けた政府の取組 (食肉加工4団体役員会 情勢報告会)



令和5年3月29日

農林水産省  
新事業・食品産業部企画グループ

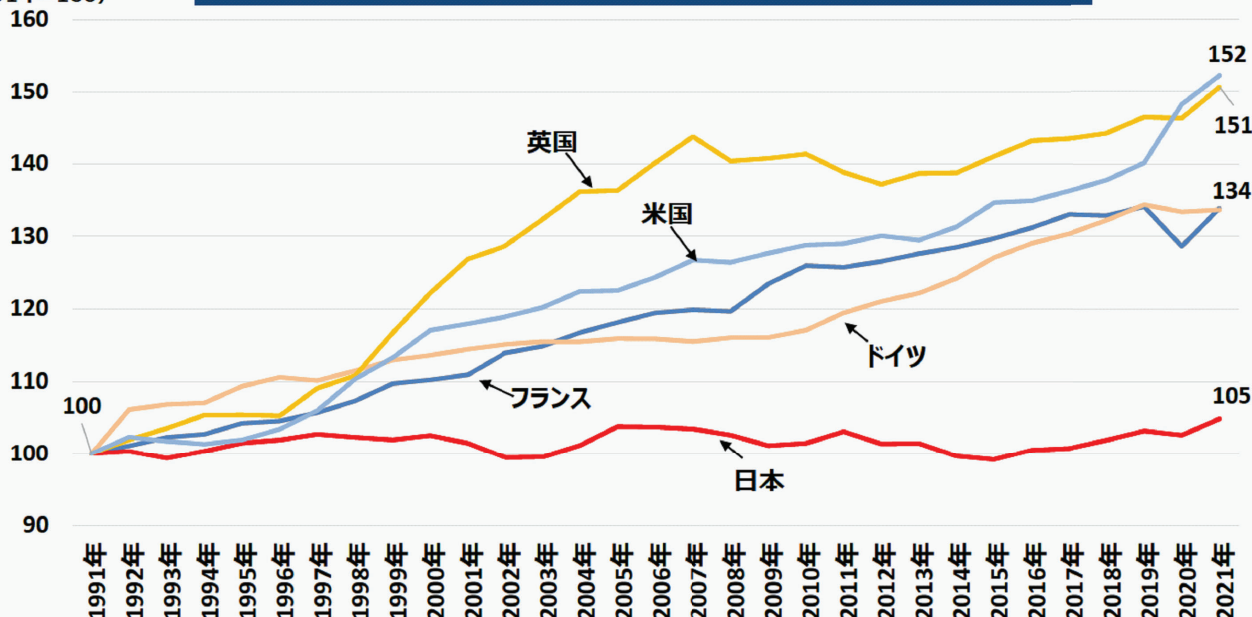
内外賃金格差

# 1人あたり実質賃金の伸び率の低さ

○ 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、日本は1.05倍にとどまる。

1人あたり  
実質賃金  
(1991年=100)

1人あたり実質賃金の伸び率の国際比較 (1991年=100)

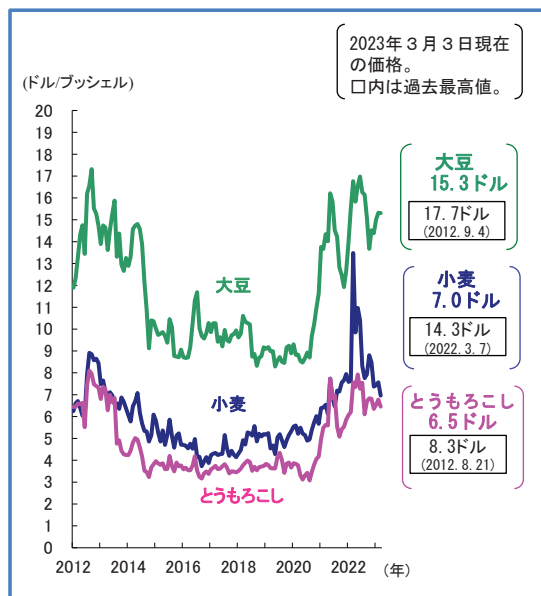
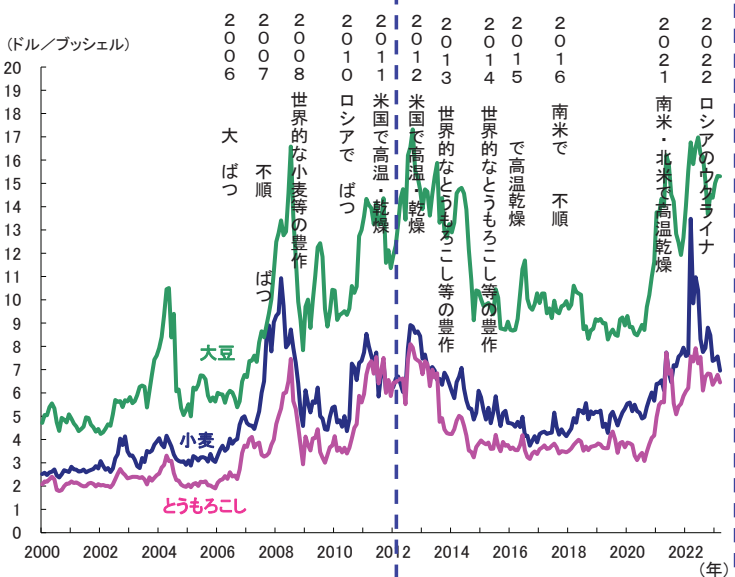


(注) 2021年の米国ドル(購買力平価ベース)により実質化した値。国民経済計算における「賃金・俸給」を雇用者数で割った上で、雇用者の平均週労働時間に対するフルタイム雇用者の平均週労働時間の割合を乗じて計算された数値。  
(出所) OECD.Statを基に作成。

## 穀物等の国際価格の動向 (ドル/ブッシェル)

- とうもろこし、大豆が史上最高値を記録した2012年以降、世界的な豊作等から穀物等価格は低下。2017年以降ほぼ横ばいで推移も、2020年後半から南米の乾燥、中国の輸入需要の増加、2021年の北米の北部の高温乾燥等により上昇。2022年に入り、ウクライナ情勢が緊迫化する中、小麦は史上最高値を更新。
- 穀物等価格は、新興国の畜産物消費の増加を背景とした堅調な需要やエネルギー向け需要に加え、ウクライナ情勢により、2008年以前を上回る水準で推移。

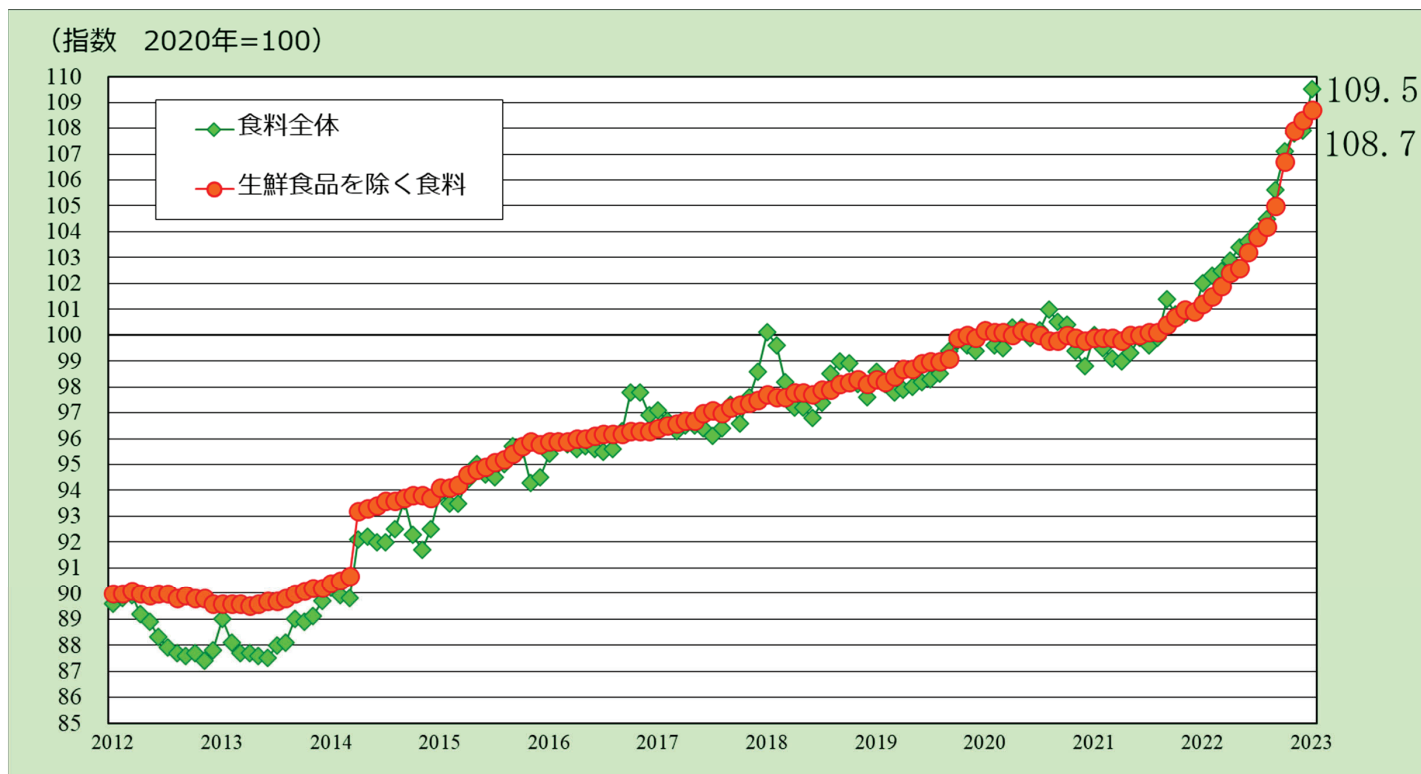
### □ 穀物等の国際価格の動向



注1: シカゴ商品取引所の各月第1金曜日の期近終値の価格である。  
注2: 過去最高価格については、シカゴ商品取引所の全ての取引日における期近終値の最高価格。

# 我が国における食料の消費者物価指数の推移

【食料の消費者物価指数の推移（全国：2012年1月～2023年1月）】



(出典) 総務省「消費者物価指数」

注1：生鮮食品は、生鮮魚介、生鮮野菜、生鮮果物。

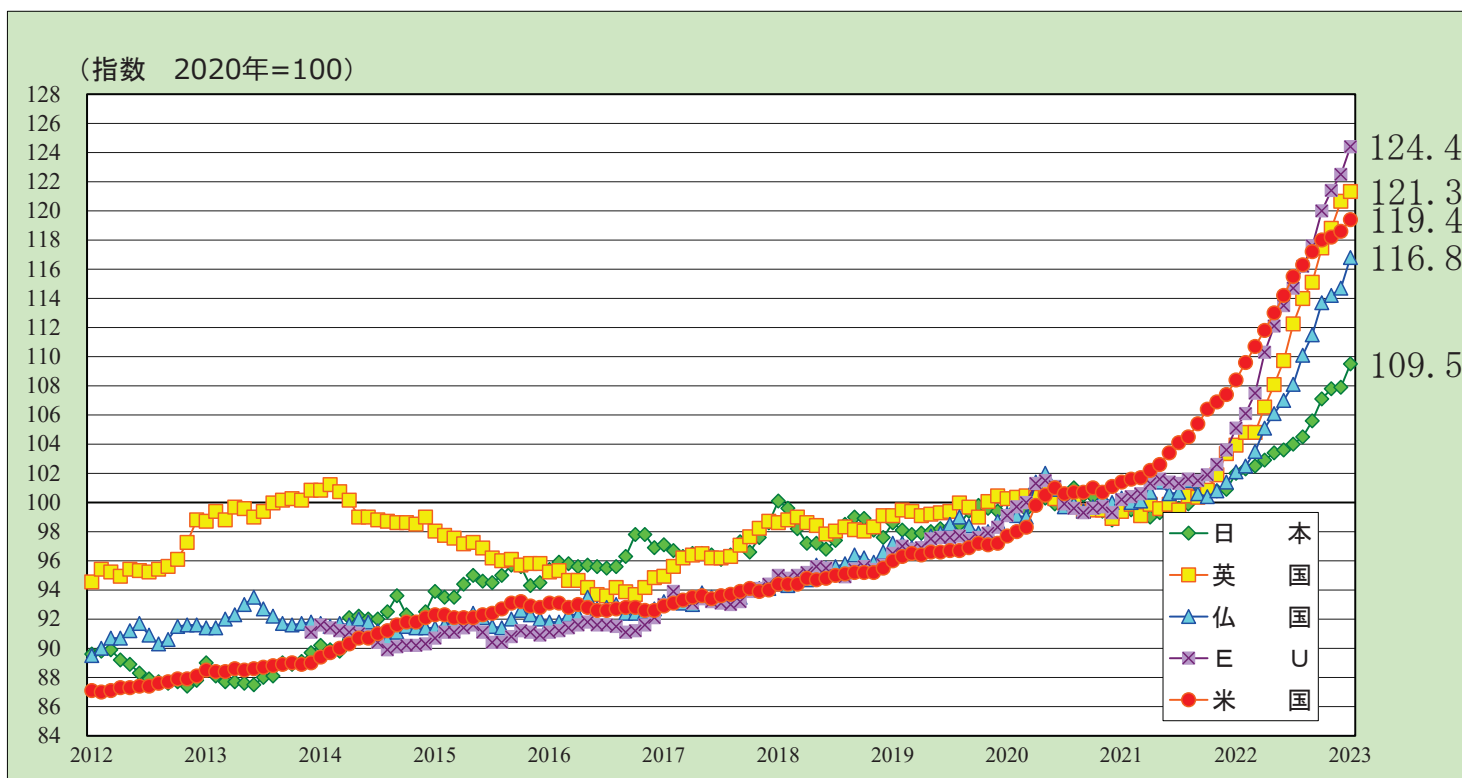
注2：2014年4月及び2019年10月の上昇は主に消費税率引上げによるもの。

注3：2021年8月に基準年を2015年から2020年に変更。

3

# 主要国における食料の消費者物価指数の推移

【主要国の食料の消費者物価指数の推移（2012年1月～2023年1月）】



(出典) 日本：総務省「消費者物価指数」、英国：英国国家統計局「Office for National Statistics」、EU・仏国：「EUROSTAT」、米国：米国労働省「LABSTAT」

注1：EUは2013年のクロアチア加入による第6次拡大後のデータを使用し、2020年2月以降は英国脱退後のデータを使用。

注2：日本の2014年4月及び2019年10月の上昇は主に消費税率引上げによるもの。

注3：日本は2021年8月に基準年を2015年から2020年に変更。

各国の出典の基準年は英国、仏国、EUが2015年、米国が1982-84年であり、本資料の数値は農林水産省にて2020年を基準年として換算したものの。

4

## 転嫁対策の具体的取組

中小企業等が労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分を適切に転嫁できるようにし、賃金引上げの環境を整備するため、「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月公表)に基づき、公正取引委員会は、**①独占禁止法上の優越的地位の濫用に関する緊急調査**、**②下請法上の重点的な立入調査**、**③法遵守状況の自主点検の要請**などの具体的取組を着実に実施。

### ①緊急調査

- 令和4年3月、対象となる**22業種**を選定。**受注者向けに8万社**、**発注者向けに3万社**の書面調査を実施し、**随時立入調査**を実施。
- 令和4年12月、調査結果を公表し、発注者**4,030社に注意喚起文書を送付**。また、多数の受注者に対する独占禁止法Q&A該当行為が確認された**13社の事業者名を公表**。

### ②重点的な立入調査

- 令和4年5月、対象となる**4業種を選定**し、**重点的な立入調査**を実施。  
(4業種)
  - ・道路貨物運送業
  - ・金属製品製造業
  - ・生産用機械器具製造業
  - ・輸送用機械器具製造業
- 緊急調査等の立入調査とあわせて**667件の立入調査**を実施。このうち122件が重点的な立入調査の対象案件。  
(令和4年12月末時点)

### ③自主点検の要請

- 令和4年9月、下請法違反が多く認められる**19業種**を選定。
- 中小企業庁や事業所管省庁と連名で、**関係事業者団体に対し、傘下企業による法遵守状況の自主点検を要請**。
- 令和4年12月、**自主点検結果を公表**。

# 「優越的地位の濫用」に関する緊急調査（令和4年12月公表）

- ▶ 公正取引委員会は、「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」を踏まえ、下請法運用基準を改正し（令和4年1月26日）、また、独占禁止法Q&Aを改正した（令和4年2月16日）。令和4年6月、独占禁止法Q&Aに該当する行為が疑われる事案に関する実態を把握するため、緊急調査を実施。

## 独占禁止法Q&A

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。

- 「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」（令和4年10月28日閣議決定）抄
- ▶ 中小企業等が賃上げの原資を確保できるよう、労務費、原材料費、エネルギーコスト等のコスト上昇分の適切な価格転嫁に向けた環境整備を進める。
  - ▶ 具体的には、公正取引委員会等の執行体制を強化するとともに、転嫁拒否行為を行っている事業者に関して、独占禁止法に基づき企業名を公表する。また、独占禁止法や下請代金法上問題となる事案については、命令・警告・勧告など、これまで以上に厳正な執行を行う。

7

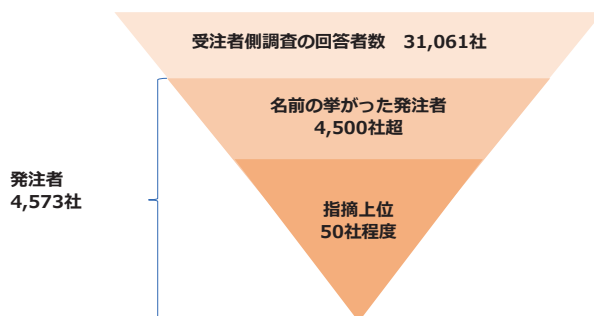
## 調査手法

- 令和4年6月、受注者80,000社に対して書面調査を実施し、取引価格引上げの要請の有無にかかわらず、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とする発注者名について回答を求めた。この結果、1社でも受注者から名前の挙がった発注者は4,573社存在した。
- 令和4年8月、上記発注者4,573社、さらに、受注者の回答結果や関係省庁・団体からの情報提供が多かった業種の発注者約25,000社を加え、発注者合計30,000社に対して書面調査を実施し、コストの転嫁状況等について回答を求めた。
- 令和4年7月から12月にかけて、受注者側書面調査、発注者側書面調査等を踏まえ、立入調査（注）を306件実施（注：任意の立入調査であり、事件審査で通常行っている独占禁止法第47条に基づく立入検査とは異なる。）。
- 令和4年9月以降、上記の発注者4,573社の中で、受注者から名前の挙がった数が多い発注者上位50社程度を抽出し、①名前を挙げた受注者の数、②過去の下請法違反歴の有無、③受注者からの具体的な行為の指摘の有無等を踏まえ、立入調査、報告命令等も含めたより詳細な個別調査を実施（※対象：令和3年9月～令和4年8月に行われた取引）。

### 調査対象業種：22業種

総合工事業	電気機械器具製造業
食品製造業	輸送用機械器具製造業
家具・装備品製造業	放送業
パルプ・紙・紙加工品製造業	映像・音声・文字情報制作業
印刷・同関連業	道路貨物運送業
窯業・土石製品製造業	各種商品卸売業
非鉄金属製造業	飲食料品卸売業
金属製品製造業	各種商品小売業
はん用機械器具製造業	飲食料品小売業
生産用機械器具製造業	広告業
業務用機械器具製造業	その他の事業サービス業

※日本標準産業分類の中分類ベースで選定



8

## 緊急調査を踏まえた対応

- 独占禁止法Q & Aの①又は②に該当する行為が認められた**発注者4, 030社**に対し、**注意喚起文書を送付**（※業種ごとの送付件数は下表のとおり。）。
- また、個別調査の結果、多数の取引先について独占禁止法Q&Aの①に該当する行為が確認された**13の事業者**について、**独占禁止法第43条の規定に基づき、その事業者名を公表**（※この公表は、情報提供であり、独占禁止法・下請法違反やそのおそれを認定するものではない。）。

対象者の業種	注意喚起件数	対象者の業種	注意喚起件数	対象者の業種	注意喚起件数
道路貨物運送業	278	不動産取引業	120	廃棄物処理業	71
不動産賃貸業・管理業	225	金属製品製造業	114	電気機械器具製造業	68
機械器具卸売業	210	広告業	112	飲食店	57
機械器具小売業	193	飲食料品小売業	112	はん用機械器具製造業	53
協同組合	192	生産用機械器具製造業	107	窯業・土石製品製造業	46
総合工事業	149	食料品製造業	105	運輸に附帯するサービス業	45
映像・音声・文字情報制作業	148	設備工事業	103	印刷・同関連業	44
輸送用機械器具製造業	133	その他の事業サービス業	100	電気業	38
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	131	化学工業	96	医療業	37
飲食料品卸売業	129	物品賃貸業	95	電子部品・デバイス・電子回路製造業	37
放送業	121	宿泊業	88	農業	37
				その他の業種	436

注 太字は調査対象業種22業種に含まれる業種。

※赤字・下線は企画グループで加工した箇所。

9

(R4.12.27 緊急調査結果資料より)

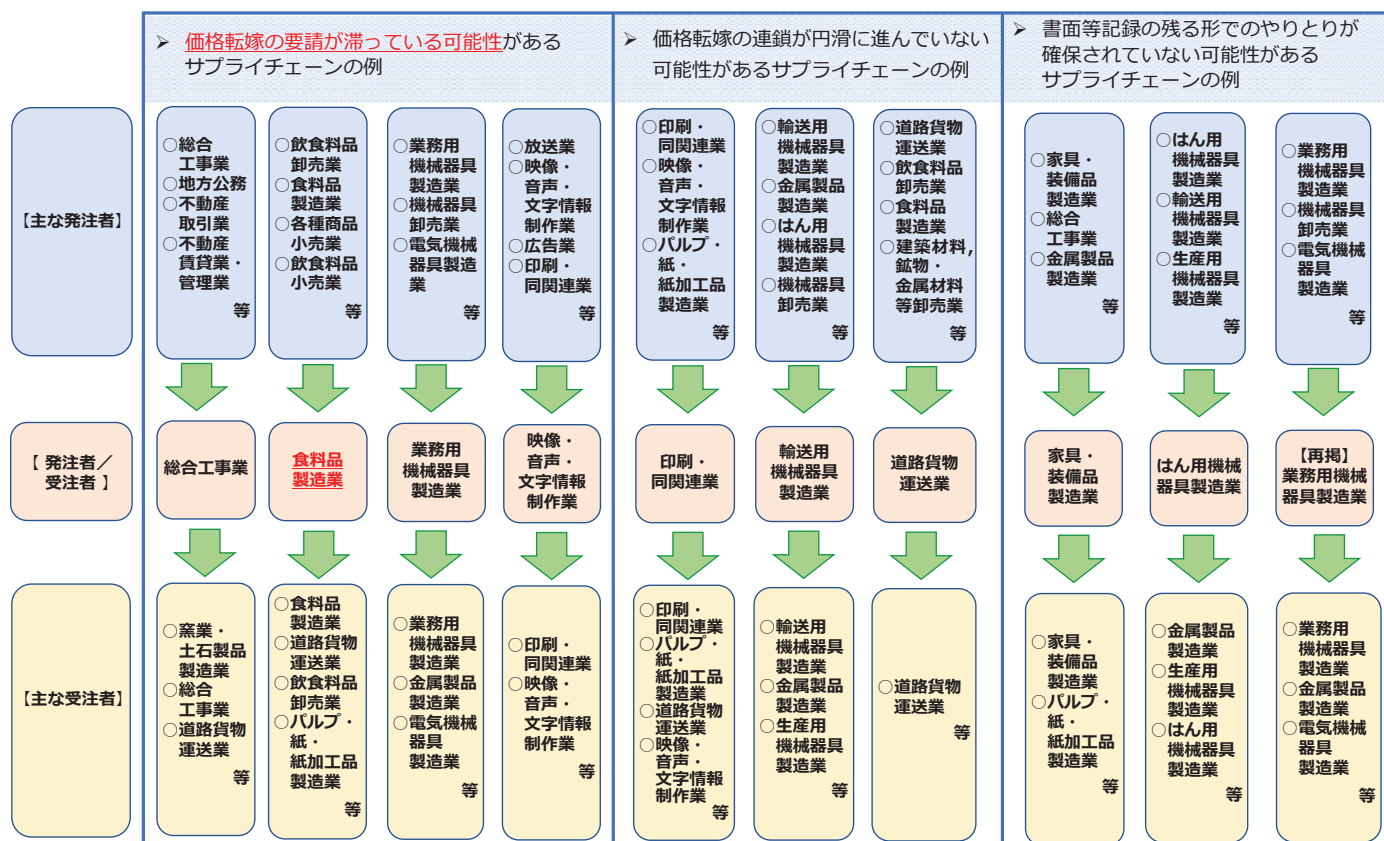
### ○立入調査の実施③



業種（発注者／受注者）	問題につながるおそれのある事例
<b>【発注者】</b> 各種商品小売業 <b>【受注者】</b> 食料品製造業	各種商品小売業者H社は、自社が運営する小売店で販売するプライベートブランドの食品の製造を食料品製造業者に委託しているところ、遅くとも令和3年9月以降、取引価格引上げの要請がない食料品製造業者との取引において、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等の上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において協議することなく、取引価格を据え置いていた。
<b>【発注者】</b> 飲食料品小売業 <b>【受注者】</b> 食料品製造業	飲食料品小売業者I社は、自社が運営する小売店で販売する生鮮食品を、地場の中小食料品製造業者から仕入れているところ、遅くとも令和3年9月以降、取引価格引上げの要請がなかったことから、当該中小食料品製造業者との取引において、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等の上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において協議することなく、取引価格を据え置いていた。
<b>【発注者】</b> 飲食料品小売業 <b>【受注者】</b> 道路貨物運送業	飲食料品小売業者J社は、自社の物流センターから各店舗への生鮮食品の運送を運送業者に委託しているところ、取引価格引上げの要請がなかったことから、遅くとも令和3年9月以降、当該運送業者との取引において、労務費、エネルギーコスト等の上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において協議することなく、取引価格を据え置いていた。
<b>【発注者】</b> 不動産取引業 <b>【受注者】</b> 総合工事業 職別工事業 設備工事業	不動産取引業者K社は、建売住宅の販売及び注文住宅の建築工事の一部を、総合工事業者、職別工事業者及び設備工事業者に委託しているところ、取引価格引上げの要請がなかった工事業者との取引において、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等の上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において協議することなく、取引価格を据え置いていた。

10

# サプライチェーンにおける価格転嫁の状況



注 受注者側調査において、「[発注者/受注者]」欄記載の業種の事業者が転嫁ができていないと指摘した発注者の主な業種を「[主な発注者]」欄に記載し、「[発注者/受注者]」欄記載の業種の事業者に対して転嫁ができていないと指摘した受注者の主な業種を「[主な受注者]」欄に記載。

※赤字・下線は企画グループで加工した箇所。 11

(R4.12.27 緊急調査結果資料より)

## ○ サプライチェーンにおける価格転嫁の状況 取引価格引上げの要請の有無①



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（受注者側：要請したか/発注者側：要請されたか）

- 20業種（注1）のうち、受注者が取引価格引上げを要請した割合が低い業種は、総合工事業、放送業、映像・音声・文字情報制作業、道路貨物運送業、広告業及びその他の事業サービス業【■色箇所参照】。
- 22業種（注2）のうち、発注者が取引価格引上げを要請された割合が低い業種は、放送業、映像・音声・文字情報制作業、道路貨物運送業、広告業及びその他の事業サービス業【■色箇所参照】。
- 20業種（注1）について、受注者として取引価格引上げを「要請した」と回答した割合が、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く、その差が大きい業種は、総合工事業、食料品製造業、業務用機械器具製造業、放送業及び映像・音声・文字情報制作業であった【■色箇所参照】。これらの業種は、立入調査等で得られた情報も踏まえると、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業種であるとみることができ、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「要請された(発注者側)」の差
	要請した	要請していない	要請された	要請されていない	
総合工事業	53.5%	46.5%	87.1%	12.9%	33.7
<span style="background-color: yellow;">食料品製造業</span>	70.7%	29.3%	95.7%	4.3%	<span style="background-color: yellow;">25.1</span>
家具・装備品製造業	82.4%	17.6%	96.9%	3.1%	14.5
ハルブ・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%	<span style="background-color: yellow;">27.9</span>
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%	<span style="background-color: yellow;">40.3%</span>	59.7%	<span style="background-color: yellow;">30.6</span>
映像・音声・文字情報制作業	28.5%	71.5%	<span style="background-color: yellow;">55.4%</span>	44.6%	<span style="background-color: yellow;">26.9</span>
道路貨物運送業	59.6%	40.4%	<span style="background-color: yellow;">68.7%</span>	31.3%	9.1
各種商品卸売業	70.5%	29.5%	92.9%	7.1%	22.4
<span style="background-color: yellow;">飲食品卸売業</span>	70.8%	29.2%	94.0%	6.0%	23.2
広告業	36.2%	63.8%	<span style="background-color: yellow;">51.3%</span>	48.7%	15.0
その他の事業サービス業	56.1%	43.9%	<span style="background-color: yellow;">71.9%</span>	28.1%	15.9
各種商品小売業	-	-	93.1%	6.9%	-
<span style="background-color: yellow;">飲食品小売業</span>	-	-	88.8%	11.2%	-
上記業種合計	68.9%	31.1%	86.6%	13.4%	17.8

注1 22業種のうち、受注者/発注者の両方の立場になり得る20業種。  
注2 緊急調査の中心となる対象業種として選定した22業種について取りまとめた。

※赤字・下線は企画グループで加工した箇所。 12

# 今後の取組

## (1) 優越的地位の濫用行為等に対する厳正な法執行

積極的に端緒情報の収集を行うとともに、違反被疑事件の審査を行い、独占禁止法や下請法上問題となる事案については、対象となる事業者に対し、事業者名の公表を伴う命令、警告、勧告など、これまで以上に厳正な執行を行っていく。

## (2) 独占禁止法Q & A及び下請法運用基準に関する普及・啓発

独占禁止法Q & A (特に①に該当する行為) について、今般のコストの急激な上昇を踏まえ、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であるという観点から、下請法運用基準とともに、改めて周知を行っていく。

## (3) 転嫁円滑化に向けた調査等の継続実施

今回の緊急調査の結果及び法遵守状況の自主点検結果(注)等から判明した実態や課題を踏まえ、労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分の取引価格への適正な転嫁に向けて更なる調査を実施するなど、引き続き、関係省庁と連携して、中小企業等が賃上げの原資を確保できるよう、コスト上昇分を適正に転嫁できる環境の整備に取り組む。

(注) 「転嫁円滑化施策パッケージに基づく法遵守状況の自主点検の結果について」(令和4年12月14日公表)

### 「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」の概要



- 公正取引委員会は、令和4年3月30日、転嫁円滑化施策パッケージ(令和3年12月27日)の内容も踏まえ、「令和4年中小事業者等取引公正化推進アクションプラン」を策定し、適正な価格転嫁の実現に向けて、独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査の実施や事業者団体への自主点検の要請など、従来にない規模の取組を進めてきた。
- 公正取引委員会は、令和5年3月1日、令和4年に実施した緊急調査や自主点検の結果等を踏まえ、新たに「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」を策定し、適正な価格転嫁の実現に向けて、取引の公正化の更なる推進を図っていくこととした。
- 公正取引委員会は、引き続き、価格転嫁円滑化スキームに基づき、関係省庁と緊密に連携を図り、中小事業者等から寄せられる情報も活用しつつ、執行強化の取組を進め、独占禁止法又は下請法に違反する事案については、より積極的かつ厳正に対処していく。

#### ① 独占禁止法の執行強化

##### 1 転嫁円滑化に向けた更なる調査

・ 緊急調査(22業種11万名)を上回る規模の業種及び発送数の書面調査の実施(コスト構造において労務費の占める割合が高い業種向けの対応強化)。調査対象期間:令和4年6月1日~令和5年5月31日

【令和5年6月1日】

・ 緊急調査において、①注意喚起文書を送付した発注者や②多数の取引先に対して協議を経ない取引価格の据え置き等が認められた発注者については、その後の価格転嫁の取組状況確認(フォローアップ)。

・ 立入調査の実施、注意喚起文書の送付など必要な対応

・ 調査結果の取りまとめ【令和5年内目途】

##### 2 荷主と物流事業者との取引に関する調査

・ 書面調査の実施、前回調査を大幅に上回る規模の立入調査の実施、注意喚起文書の送付

・ 調査結果の取りまとめ【令和5年5月1日】

#### ② 下請法の執行強化等

##### 1 重点的な立入調査

・ 下請法違反被疑事件の処理状況等を踏まえ、令和5年度の重点立入業種を選定【令和5年5月1日】

・ 重点的な立入調査の実施【継続実施】

##### 2 下請法違反行為の再発防止が不十分な事業者に対する取組

・ 再発防止が不十分な事業者に対する取締役会決議を経た上での改善報告書の提出要請【継続実施】

##### 3 法違反等が多く認められる業種における取引適正化に向けた取組強化の把握

・ 関係省庁とも連携し、事業者団体等が実施した取引適正化に向けた取組強化内容について必要なフォローアップ【令和5年内目途】

#### ③ 独占禁止法及び下請法の考え方の周知徹底

##### 1 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の周知

・ 円滑な価格転嫁に向けた要請【継続実施】

・ 経済団体等への働きかけ【継続実施】

・ ウェブサイト等を通じた周知【継続実施】

##### 2 相談対応及び情報収集の実施

・ 「不当なし寄せに関する下請相談窓口」の運用等【継続実施】

(不当な下請取引)ゼロゼロ 110番

電話番号 0120-060-110

【受付時間】10:00-17:00(土日祝日・年末年始を除く。)

・ 中小事業者等が匿名で情報提供できる「違反行為情報提供フォーム」の運用【継続実施】

※協議を経ない取引価格の据え置き等(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



公 取 企 第 3 4 号  
令和5年3月15日

関係事業者団体代表者 殿

公正取引委員会委員長  
(公印省略)

円滑な価格転嫁の実現に向けて（要請）

政府として、中小企業等が労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇を適切に転嫁できるようにし、賃金引上げの環境を整備するため、令和3年12月27日の閣議了解に掲げられた「パートナージ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」や、令和4年10月28日に閣議決定された「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」を推進してきている中、公正取引委員会は、下請代金支払遅延等防止法（下請法）上の「買いたたき」や、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）上の「優越的地位の濫用」に関する執行強化など、中小事業者等の適正な価格転嫁に向けた取組を進めているところです。

さらに、公正取引委員会として、価格交渉促進期間が始まった令和5年3月1日、適正な価格転嫁の実現に向けた更なる取組方針を取りまとめ、別函のとおり、新たに「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」（以下「令和5年アクションプラン」といいます。）として公表しました。

貴団体におかれましては、下記の要請事項について会員事業者への周知をお願いいたします。

- 1 公正取引委員会は、現下のような労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの急激な上昇という経済環境においては、
  - ・ 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
  - ・ 受注者からの取引価格引上げの要請を受け入れない場合であっても、価格転嫁をしない理由を書面、電子メール等の形に残る方法で行うことが発注者に求められている旨を明確化してきたところであり、令和5年アクションプランにおいて改めて記載しました。
- 2 公正取引委員会は、令和5年アクションプランにおいて、今後、令和4年6月1日から令和5年5月31日までを調査対象期間とし、転嫁円滑化に向けた更なる調査を実施することとしました。

貴団体におかれましては、転嫁円滑化に向けた更なる調査の実施について、会員事業者への周知をお願いいたします。

また、団体から周知を受けた関係事業者におかれましては、調査への積極的な御協力をお願いいたします。

- 3 公正取引委員会は、令和5年アクションプランにおいて、今後、関係省庁とも連携し、法違反等が多く認められる業種における取引適正化に向けた取組強化の把握を行うこととしました（フォロワーアープ予定業種については、後記の「参考」を参照ください）。

フォロワーアープの対象となる関係事業者団体におかれましては、取引適正化に向けた必要な取組の強化及び令和5年秋を目的に開始を予定しているフォロワーアープへの積極的な御協力をお願いいたします。

「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」の策定について

令和5年3月1日  
公正取引委員会

令和3年12月27日、中小企業等が労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇を適切に転嫁できるようし、賃金引上げの環境を整備するため、「パートナージングによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」(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。以下「転嫁円滑化施策パッケージ」という。)が取りまとめられた。

令和4年3月30日、公正取引委員会は、転嫁円滑化施策パッケージの内容も踏まえ、「令和4年中小事業者等取引公正化推進アクションプラン」を策定し、適正な価格転嫁の実現に向けて、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。)の実施や事業者団体への自主点検の要請など、従来にない規模の取組を進めてきた。

今般、公正取引委員会は、このような緊急調査や自主点検の結果等を踏まえ、以下のとおり、新たに「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」を策定し、適正な価格転嫁の実現に向けて、取引の公正化の更なる推進を図っていくこととした。

公正取引委員会としては、今後、発注者からの積極的な価格転嫁に向けた協議が重要であることなどを改めて周知徹底するとともに、緊急調査のフォローアップを含む転嫁円滑化に向けた更なる調査を実施するほか、引き続き、価格転嫁円滑化スキームに基づき、関係省庁と緊密に連携を図り、中小事業者等から寄せられる情報も活用しつつ、執行強化の取組を進め、独占禁止法又は下請法に違反する事案については、より積極的かつ厳正に対処していく。

問い合わせ先 公正取引委員会事務局 経済取引局 取引部  
企業取引課 電話03-35581-3373 (直通) (下記以外)  
下請取引調査室 電話03-35581-3374 (直通) (第2の2関係)  
ホームページ <https://www.jftc.go.jp/>

第1 独占禁止法の執行強化

1 転嫁円滑化に向けた更なる調査の実施

公正取引委員会は、令和4年3月30日、緊急調査の中心となる対象業種として2業種を選定し、同年6月3日には受注者8万名に対し、同年8月30日には発注者3万名に対し、それぞれ書面調査を開始し、同年12月27日、緊急調査の結果を取りまとめ、公表した。

今後、令和4年6月1日から令和5年5月31日までを調査対象期間とし、**令和5年6月を目的に、緊急調査(2業種11万名)を上回る規模の業種及び発送数の書面調査を開始する。**この際、コスト構造において労務費の占める割合が高い業種に対し重点的に調査票を送付するなど労務費に関する対応を強化する。あわせて、緊急調査において注意喚起文書を送付した4,030名及び多数の取引先に対して協議を経ない取引価格の据え置き等が認められたため事業者名を公表した13名について、**その後の価格転嫁の取組状況の確認(フォローアップ)を行う。**

書面調査等の結果を踏まえ、協議を経ない取引価格の据え置き等が疑われる事案について、**立入調査等を行い、令和5年内を目的に調査結果を取りまとめ、公表する。**また、問題につながるおそれのある行為が認められた事案については、**具体的な懸念事項を明示した注意喚起文書を送付するなど必要な対応を採るとともに、独占禁止法上問題が認められた事案については、より積極的かつ厳正に対処していく。**

2 荷主と物流事業者との取引に関する調査の実施

公正取引委員会は、荷主による物流事業者に対する優越的地位の濫用を効果的に規制する観点から、平成16年に「特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定的不公正な取引方法」(物流特殊指定)を指定(注)し、荷主と物流事業者の取引公正化に向けた調査を継続的に行っている。令和4年度においても、令和4年9月30日に荷主3万名に対し、令和5年1月13日に物流事業者4万名に対し、それぞれ書面調査を開始した。

今後、**書面調査等の結果を踏まえ、協議を経ない取引価格の据え置き等が疑われる事案について、前回調査を大幅に上回る規模の立入調査を行い、令和5年5月を目的に調査結果を取りまとめ、公表する。**また、問題につながるおそれのある行為が認められた事案については、具体的な懸念事項を明示した注意喚起文書を送付するとともに、独占禁止法上問題が認められた事案については、より積極的かつ厳正に対処していく。

(注) 独占禁止法は、禁止行為の一つである「不正な取引方法」の規制に際し、その具体的な内容は公正取引委員会が告示で指定するという法形式を採用しており、物流特殊指定においては、荷主及び物流事業者の資本金等が一定の関係にあるときには、それぞれ特

定荷主及び特定物流事業者として、物流特殊指定の適用対象となり、物流特殊指定の規定する禁止行為に該当する場合には、独占禁止法上問題となるものである。

## 第2 下請法の執行強化等

### 1 重点的な立入調査の実施

公正取引委員会及び中小企業庁は、令和4年5月31日、令和3年度における下請法違反被疑事件の処理状況を踏まえ、下請法上の重点立入業種として、道路貨物運送業、金属製品製造業、生産用機械器具製造業及び輸送用機械器具製造業の4業種を選定した。公正取引委員会は、令和5年2月末までに、168件の重点的な立入調査を実施した。

今後、公正取引委員会は、**令和4年度における下請法違反被疑事件の処理状況等を踏まえ、令和5年5月を目的に令和5年度の下請法上の重点立入業種を選定し、重点的な立入調査を実施する。重点的な立入調査を通じて、協議を経ない取引価格の据え置き等が認められた事案については、下請法上の勧告又は指導を迅速かつ積極的に実施する。**

### 2 下請法違反行為の再発防止が不十分な事業者に対する取組の実施

公正取引委員会及び中小企業庁は、令和4年5月20日、下請法違反行為の再発防止が不十分と認められる事業者に対し指導を行う際に、取締役会決議を経た上での改善報告書の提出を求めていくこととした。公正取引委員会は、令和5年2月末までに、7件の改善報告書の提出を求めた。

引き続き、公正取引委員会は、上記の取組を着実に実施していく。

### 3 法違反等が多く認められる業種における取引適正化に向けた取組強化の把握

公正取引委員会及び中小企業庁は、令和4年9月14日、下請法違反行為が多く認められる19業種（このうち5業種は荷主による独占禁止法違反につながるおそれのある行為が多く認められる業種にも該当する。）について、事業所管省庁と連名により、関係事業者団体に対して、傘下企業による法遵守状況の自主点検を要請し、同年12月14日、法遵守状況の自主点検の結果を取りまとめ、公表した。

法遵守状況の自主点検の結果においては、関係事業者団体及び事業所管省庁における今後の取引適正化に向けた取組の強化の内容についても記載したところ、今後、公正取引委員会は、関係省庁とも連携し、関係事業者団体等が実施した取引適正化に向けた取組の強化の内容について、緊急調査において、**注意喚起文書の送付件数又は割合が多かった業種も対象に加えつつ、令和5年内を目的に必要なフォローアップを行う。**

## 第3 独占禁止法及び下請法の考え方の周知徹底

## 1 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の周知

公正取引委員会は、令和4年1月26日、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」(平成15年公正取引委員会事務総長通達第18号。以下「下請法運用基準」という。)を改正するとともに、同年2月16日、公正取引委員会ウェブサイトに掲載している「よくある質問コーナー(独占禁止法)」のQ&A(以下「独占禁止法Q&A」という。)を追加し、労務費、原材料費、エネルギーコスト等のコストの上昇分を取引価格に反映せず、従来どおりに取引価格を据え置くことは、下請法上の買いたたき又は独占禁止法上の優越的地位の濫用の要件の1つに該当するおそれがあり、下記の①及び②の2つの行為がこれに該当することを明確化した。

- 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

※下請法運用基準は、上記の「取引の相手方」を「下請事業者」としている。

上記の下請法運用基準の改正等において、

- ・ ①に該当する行為については、多くの場合、発注者のほうが取引上の立場が強く、受注者からはコスト上昇が生じても価格転嫁を言い出しにくい状況にあることを踏まえ、積極的に発注者からそのような協議の場を設けることが円滑な価格転嫁を進める観点から有効かつ適切であることから、明示的に協議を行わないことを、
  - ・ ②に該当する行為については、受注者からコスト上昇を踏まえ取引価格引上げの要請があつたにもかかわらず、受け入れない場合には、その理由については書面等の形に残る方法で伝えることが円滑な価格転嫁を進める上では有効かつ適切であることから、書面等による回答を行わないことを、
- それぞれ下請法上の買いたたき又は独占禁止法上の優越的地位の濫用の要件の1つに該当するおそれがある行為として挙げている。

**下請法運用基準及び独占禁止法Q&Aに掲載した事例は、**現下のような労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの急激な上昇という経済環境においては、

- ・ **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**
- ・ **受注者からの取引価格引上げの要請を受け入れない場合であっても、価格転嫁をしない理由を書面、電子メール等の形に残る方法で行うこと**

が発注者に求められていることを明確化したものである。

公正取引委員会は、上記の下請法運用基準及び独占禁止法Q&Aについて、今後、関係省庁とも連携しつつ、下記のとおり、改めて事業者、事業者団体等向けの周知徹底を図る。

#### ア 円滑な価格転嫁に向けた要請

円滑な価格転嫁に向けて、上記の考え方を周知し、積極的な協議を後押しする観点から、関係事業者団体に対し、文書で要請を行う。

#### イ 経済団体等への働きかけ

発注側の大企業、受注側の中小事業者等を含め、取引の当事者となる事業者への周知徹底を図るため、経済団体等との意見交換の場を設けて、傘下の団体、事業者等への周知について働きかけを行う。

#### ウ ウェブサイト等を通じた周知

令和5年1月31日、政府インターネットテレビに、下請法を解説する新たな動画「下請事業者を守る下請法」を掲載し、その中に、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である旨を盛り込んだところ、当該動画の周知を図っていく。

## 2 相談対応及び情報収集の実施

### ア 中小事業者等からの相談対応

公正取引委員会は、中小事業者等からの相談を受け付ける「不当なしわ寄せに関する下請相談窓口」を設置し、フリーダイヤル経由の電話相談を受け付けているほか、中小事業者等からの要望に応じ、オンライン相談会を実施しているところ、引き続き、相談窓口の周知徹底を図っていく。

### 「不当なしわ寄せに関する下請相談窓口」

(不当な下請取引) -ゼロゼロ-110番

電話番号 0120-060-110

※固定電話のほか、携帯電話からも御利用いただけます。

※公正取引委員会の本局又は地方事務所等の相談窓口につながります。

【受付時間】 10:00~17:00  
(土日祝日・年末年始を除く。)

### イ 中小事業者等からの情報収集

公正取引委員会及び中小企業庁は、中小事業者等が匿名で情報提供できる「違反行為情報提供フォーム」を設置し、買いたたきなどの違反行為が疑われ

る親事業者に関する情報を受け付けている。公正取引委員会に対しては、令和5年2月末までに、613件の情報が寄せられた。

引き続き、「違反行為情報提供フォーム」の周知徹底を図るとともに、同フォームに寄せられた情報を活用しつつ、各種調査を実施していく。

### 「違反行為情報提供フォーム」

(買いたたきなどの違反行為が疑われる親事業者に関する情報提供フォーム)

<https://www.jftc.go.jp/cgi-bin/formmail/formmail.cgi?id=joho>

以上

(参考) 法違反等が多く認められる業種における取引適正化に向けた取組強化の把握  
に関する**フォローアップ予定業種**

総合工事業  
化学工業  
鉄鋼業  
非鉄金属製造業  
金属製品製造業  
はん用機械器具製造業  
生産用機械器具製造業  
業務用機械器具製造業  
電子部品・デバイス・電子回路製造業  
電気機械器具製造業  
情報通信機械器具製造業  
輸送用機械器具製造業  
放送業  
情報サービス業  
映像・音声・文字情報制作業  
道路貨物運送業  
各種商品卸売業  
**飲食料品卸売業**  
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業  
機械器具卸売業  
**飲食料品小売業**  
機械器具小売業  
不動産取引業  
不動産賃貸業・管理業  
広告業  
技術サービス業  
協同組合

# 価格交渉促進月間について

- サプライチェーン全体で適切に利益を共有し、雇用の約7割を支える中小企業の賃上げを実現するためにも、下請中小企業が負担するコストの適切な価格転嫁が必要不可欠。
- 労務費や原材料費等の上昇の、適切な価格転嫁を促すため、毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」として設定。2021年9月、2022年3月、同年9月と3回実施。
- 価格交渉促進月間(9月)の開始にあたり、岸田総理・西村経産大臣より価格転嫁・価格交渉を動画で呼びかけ。また、約1600の業界団体へ経産大臣名の周知文書を送付。

## <岸田総理による呼びかけ動画>



[https://www.kantei.go.jp/jp/101\\_kishida/discourse/20220829message.html](https://www.kantei.go.jp/jp/101_kishida/discourse/20220829message.html)

## <西村経産大臣による呼びかけ動画>



<相談窓口>  
 下請かけこみ寺  
 0120-418-618

## <3月の価格交渉促進月間ポスター>

取引先と価格協議を行い、適切な価格転嫁を実現しましょう!

政府では、中小企業賃上げできる環境を整備するため、毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」として設定し、労務費・原材料費・エネルギーコスト等の上昇分の適切な価格転嫁の実現に取り組んでいます。

1. 取引先への働きかけ  
 2022年9月の価格交渉促進月間(動画)を機に、交渉・協議の機会を多くし、価格交渉を促進します。

2. 他は健全な交渉・価格の決定リストの公表  
 2022年9月の価格交渉促進月間(動画)において、事業の健全な発展に資するよう、中小企業による健全な交渉・価格の決定リストを公表します。

最近の9月の全業種別コスト上昇率のうち、下請を相手と転嫁できたと考えます。

業種	コスト上昇率	転嫁率
製造業	14.5%	10%
卸売業	3.9%	17.4%
小売業	16.3%	9.7%
建設業	2.1%	18.2%
サービス業	6.4%	11.9%

3月は価格交渉促進月間です。  
 政府では「価格交渉促進月間」を設定し、中小企業による取引先への価格転嫁をサポートしています。

[https://twitter.com/meti\\_NIPPON/status/1564215686477787140?ctx=HHwWiMDRiaP4mrUrAAAA](https://twitter.com/meti_NIPPON/status/1564215686477787140?ctx=HHwWiMDRiaP4mrUrAAAA)

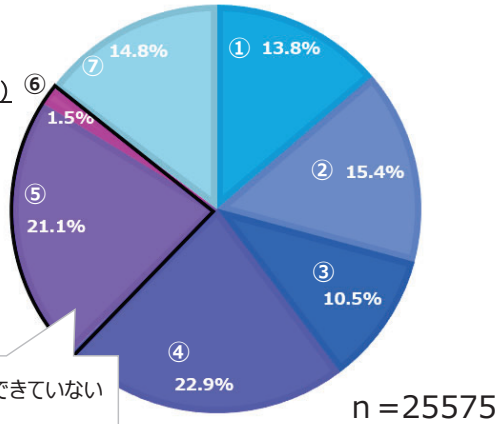
## 価格転嫁の状況【コスト全般】

- **価格転嫁率が、前回 (3月) の約4割 (41.7%) から5割弱 (46.9%) へ増加し、全く転嫁できていない企業の割合が減少するなど、全体として価格転嫁の状況は好転。**

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。

3月結果

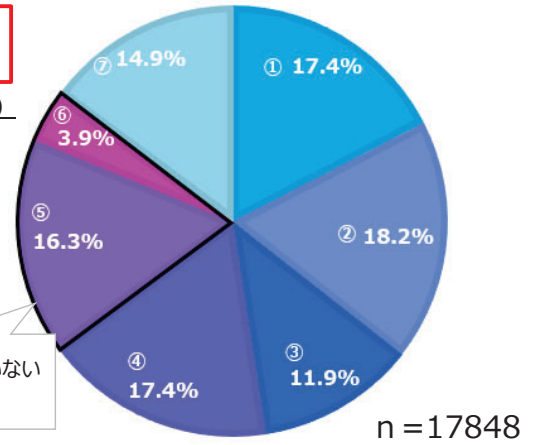
転嫁率(コスト全体)  
:41.7%



9月結果

転嫁率(コスト全体)  
:46.9%

全く価格転嫁できていない  
20.2%



- ①10割
- ②9割~7割程度
- ③6割~4割程度
- ④3割~1割程度
- ⑤0割 (費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等)
- ⑥マイナス (費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合等)
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

- ①10割
- ②9割、8割、7割
- ③6割、5割、4割
- ④3割、2割、1割
- ⑤0割 (費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等)
- ⑥マイナス (費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合等)
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

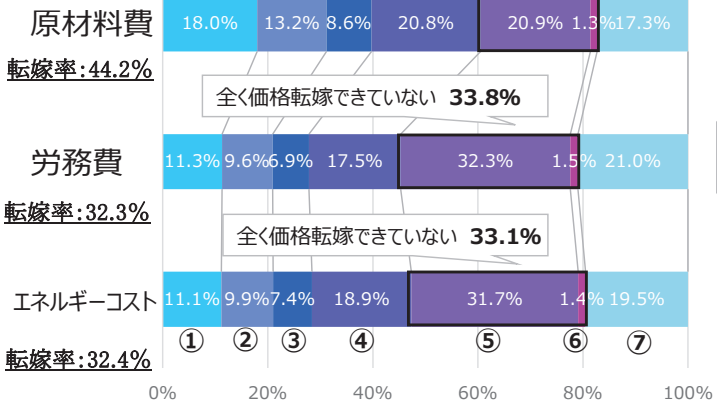
27

## 価格転嫁の状況【コスト要素別】

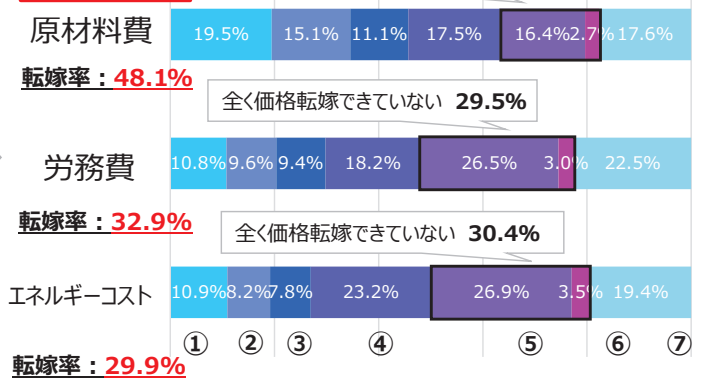
(中小企業庁 R4.12.23 価格交渉促進月間 (2022年9月) フォローアップ調査の結果より)

- **原材料費**の価格転嫁の状況は好転。(本年3月44.2%⇒9月48.1%)
- 他方で、**労務費、エネルギーコスト**は、3月時点に引き続き、転嫁が比較的進んでいない状況。

3月結果



9月結果



- ①10割
- ②9割~7割程度
- ③6割~4割程度
- ④3割~1割程度
- ⑤0割 (費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等)
- ⑥マイナス (費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合等)
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

- ①10割
- ②9割、8割、7割
- ③6割、5割、4割
- ④3割、2割、1割
- ⑤0割 (費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等)
- ⑥マイナス (費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合等)
- ⑦コストが上昇していないため、価格改定不要

28

### 業種別の価格交渉ランキング (価格交渉を要請して、応じてもらえた業種)

価格交渉の状況について、受注側企業の業種別に集計し、順位付けした結果は下記の表のとおり。

- **価格交渉が相対的にできている受注側企業の業種**は、紙・紙加工、卸売、機械製造など。
- **価格交渉が相対的にできていない受注側企業の業種**は、放送コンテンツ、廃棄物処理、通信など。

順位	業種
1位	紙・紙加工
2位	卸売
3位	機械製造
4位	繊維
5位	化学
6位	小売
7位	建材・住宅設備
8位	<b>食品製造</b>
9位	金属
10位	電機・情報通信機器
11位	印刷
12位	鉱業・採石・砂利採取
13位	電気・ガス・熱供給・水道業
14位	建設
15位	広告
16位	情報サービス・ソフトウェア
17位	自動車・自動車部品
18位	不動産・物品賃貸
19位	トラック運送
20位	通信
21位	廃棄物処理
22位	放送コンテンツ
-	その他

#### 【評価方法】

中小企業に、主要な発注側企業（最大3社）との間の、**直近6ヶ月（2022年4月～2022年9月）における価格交渉の状況**について回答を依頼。得られた回答を、受注側企業が属する業種毎に集計・単純平均し、ランキング化したもの。

コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、話し合いに応じてもらえた。もしくはコスト上昇分を取引価格に反映させるために発注側企業から協議の申し入れがあった。	10点
コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった	5点
コストは上昇しているが自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった	0点
発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった	-3点
発注企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった	-7点
取引価格を減額するために、発注側企業から協議を申し入れがあった。もしくは協議の余地なく一方的に取引価格を減額された	-10点

※赤字・下線は企画グループで加工した箇所。

n=17848

※サンプル数が50以下の業種はその他として記載。  
※業界毎の順位や点数は、各業界に属する受注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。

### 業種別の価格転嫁ランキング (価格転嫁を要請して、応じてもらえた業種)

価格転嫁の状況について、受注側企業の業種別に集計し、順位付けした結果は下記の表のとおり。

- **価格転嫁に相対的に応じてもらえている業種**は、卸売、紙・紙加工、小売など。
- **価格転嫁に相対的に応じてもらえていない業種**は、トラック運送、放送コンテンツ、廃棄物処理など。

		コスト増に対する転嫁率	各要素別の転嫁率			
			労務費	原材料費	エネルギー	
①全体		46.9%	32.9%	48.1%	29.9%	
1位	卸売	64.6%	37.3%	65.2%	38.7%	
2位	紙・紙加工	61.8%	33.9%	61.5%	34.3%	
3位	小売	57.4%	36.2%	57.7%	35.1%	
4位	機械製造業	55.7%	37.8%	58.2%	36.1%	
5位	建材・住宅設備	52.7%	32.8%	54.7%	30.4%	
6位	電機・情報通信機器	52.3%	34.5%	55.0%	27.4%	
7位	化学	51.4%	26.8%	59.8%	26.8%	
8位	金属	51.0%	28.5%	58.0%	28.3%	
9位	繊維	48.4%	31.8%	44.3%	33.2%	
10位	広告	45.2%	35.5%	49.6%	34.5%	
②業種別	11位	<b>食品製造</b>	45.0%	32.5%	48.1%	32.9%
	12位	印刷	44.8%	24.4%	47.1%	23.2%
	13位	建設	44.6%	40.1%	45.1%	33.0%
	14位	鉱業・採石・砂利採取	39.0%	27.2%	33.5%	30.2%
	15位	電気・ガス・熱供給・水道	37.5%	27.7%	43.0%	21.3%
	16位	情報サービス・ソフトウェア	37.0%	45.3%	22.5%	17.6%
	17位	自動車・自動車部品	35.3%	14.1%	45.7%	17.9%
	18位	通信	30.7%	37.4%	33.8%	26.2%
	19位	不動産・物品賃貸	29.7%	29.7%	33.4%	19.0%
	20位	廃棄物処理	23.0%	20.9%	19.9%	20.8%
	21位	放送コンテンツ	19.1%	30.7%	19.7%	16.8%
	22位	トラック運送	18.6%	15.4%	13.1%	20.5%
	-	その他	41.6%	33.5%	39.9%	27.8%

#### 【評価方法】

中小企業に、主要な発注側企業（最大3社）との間で、**直近6ヶ月（2022年4月～2022年9月）のコスト上昇分のうち、何割を価格転嫁できたか**、回答を依頼。得られた回答を、受注側企業が属する業種毎に集計・単純平均したものを「各業種の転嫁率」とし、ランキング化したもの。

※労務費や原材料費、エネルギーの各コストについても同様。

回答欄選択肢	転嫁率
10割	100%転嫁できたと計算
9割	90%
8割	80%
7割	70%
6割	60%
5割	50%
4割	40%
3割	30%
2割	20%
1割	10%
0割	0%
マイナス	-30%

※サンプル数が50以下の業種はその他として記載。  
※業界毎の順位や点数は、各業界に属する受注側企業についての回答の点数を平均し順位付けしたものであり、その業界における代表的企業の評価を表すものではない。

※赤字・下線は企画グループで加工した箇所。

n=17848



# 受注側企業のコスト構造について

(中小企業庁 R4.12.23 価格交渉促進月間 (2022年9月) フォローアップ調査の結果より)

今回は、受注側中小企業に対して**コスト構造** (原材料費、労務費、エネルギーコスト、その他の費用の比率) も調査。

- 全体として、「**原材料費**」(卸/小売においては商品仕入れ費)、「**労務費**」の割合は、「**エネルギー**」、「**その他の費用**」に比して高く、業種ごとのばらつきも大きい。また、「**原材料費**」が高い業種ほど、**価格転嫁率が高い傾向**にある。

問. 発注者に納める主な製品・サービスの原価・コストを以下の4つの費目に分けた場合 (①労務費、②原材料価格、③エネルギーコスト、④その他の費用)、それぞれの費目は、コスト全体の約何割ずつになりますか。

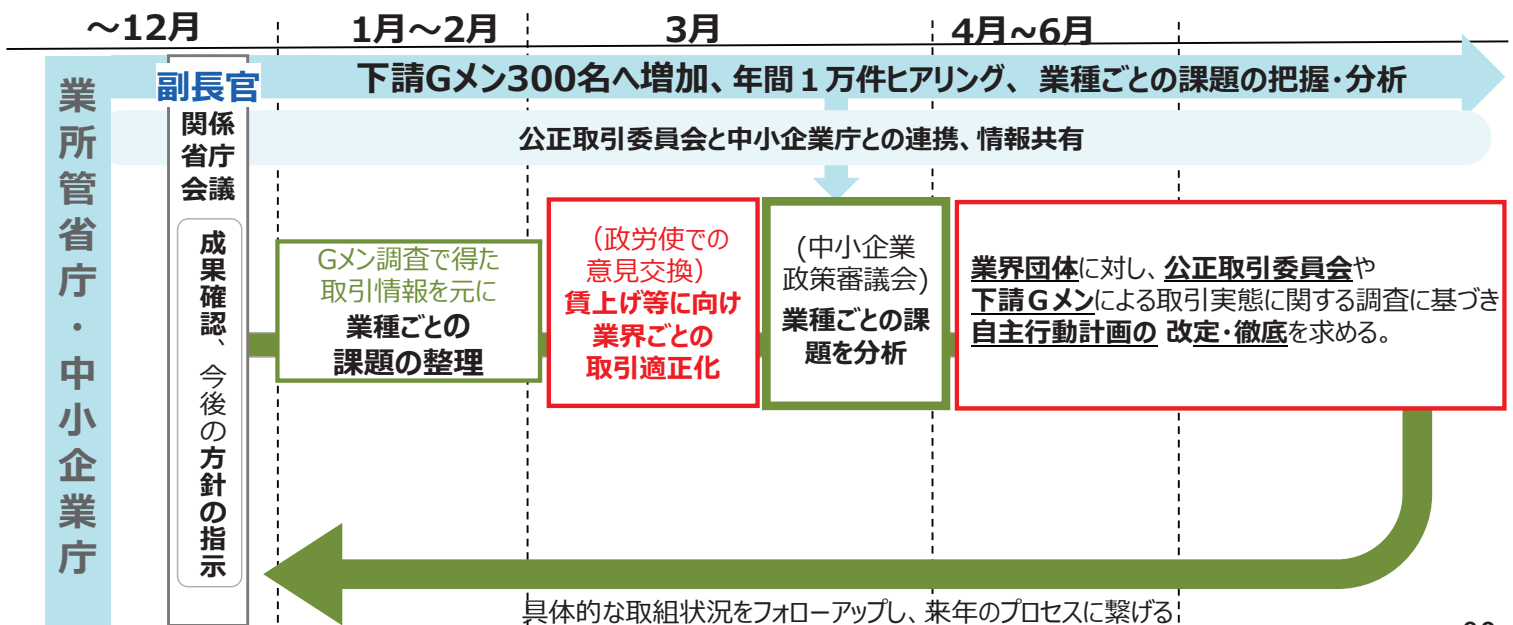
業種	原材料費	労務費	エネルギーコスト	その他の費用
卸売	63.4%	20.5%	15.1%	14.6%
紙・紙加工	49.2%	27.7%	14.4%	14.2%
小売	55.8%	21.1%	16.7%	14.8%
機械製造業	40.6%	36.0%	14.9%	17.2%
建材・住宅設備	50.7%	29.7%	15.8%	13.4%
電機・情報通信機器	40.9%	37.9%	12.5%	14.5%
化学	43.3%	30.7%	17.2%	15.2%
金属	41.3%	32.8%	16.4%	17.3%
繊維	36.7%	32.0%	17.8%	15.0%
広告	42.3%	37.8%	11.5%	24.7%
食品製造	47.2%	26.8%	18.5%	16.6%
印刷	42.3%	31.4%	15.1%	14.5%
建設	33.7%	44.2%	15.2%	16.7%
鉱業・採石・砂利採取	35.8%	23.1%	26.6%	20.9%
電気・ガス・熱供給・水道	37.4%	41.9%	18.2%	16.9%
情報サービス・ソフトウェア	10.2%	74.9%	5.0%	12.7%
自動車・自動車部品	39.3%	34.0%	14.8%	16.3%
通信	22.1%	52.5%	10.0%	12.2%
不動産、物品賃貸	26.6%	31.2%	10.4%	26.9%
廃棄物処理	23.7%	34.0%	23.9%	19.8%
放送コンテンツ	12.8%	61.1%	11.5%	14.6%
トラック運送	19.0%	39.4%	27.4%	17.8%

※回答者にて必ずしも各費目の合計が100%となるよう回答していないため、業種ごとに各費目の合計を足し上げて100%にはならない。 n=17848 31

(R5.3.17 物価・賃金・生活総合対策本部 経済産業省提出資料より)

## 価格転嫁促進・取引適正化の取組強化

- **これまで累計で約70社の親事業者**に大臣名での**指導・助言**を実施。
- **より一層の自主的な取引条件の改善**を促す観点から、**発注側企業約150社の交渉と転嫁の状況リスト**を公表。
- **今月の「価格交渉促進月間」**からは、**これまでの倍の中小企業30万社**に調査票を送付。
- **業界団体**に対しては、**公正取引委員会**や**下請Gメン**による**取引実態に関する調査**に基づき、**自主行動計画の改定・徹底**を求める。



# 価格交渉・転嫁の回答状況のリスト

(R5.3.13 第16回トラック輸送における取引環境・労働時間改善中央協議会 中小企業庁提出資料より)

- 2022年9月の価格交渉促進月間のフォローアップ調査結果について、**より一層の自発的な取引慣行の改善を促し、下請中小企業の振興を図るため**、中小企業10社以上から回答があった**発注側企業**（約150社）について、各社ごとに、受注側中小企業からの**①回答企業数**（主な取引先として回答した受注側中小企業の数）、**②価格交渉の回答状況**、**③価格転嫁の回答状況**を整理したリストを作成し、**下請中小企業振興法 26条に基づき公表**。
- **②価格交渉**、**③価格転嫁**は、**受注側中小企業からの回答の平均値**（全回答を点数化し、その総和を回答企業数で除したもの）を**ア、イ、ウ、エの4区分で整理**。

## ○下請振興法 第26条

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

法人番号	発注企業名	回答企業数	価格交渉	価格転嫁
1000000000000	A社	19	ウ	ウ
1000000000001	B社	16	ア	イ
1000000000002	C社	10	イ	ウ
1000000000003	D社	13	イ	イ
1000000000004	E社	28	イ	ウ
1000000000005	F社	10	イ	イ
1000000000006	G社	10	ウ	エ
1000000000007	H社	20	ア	イ
1000000000008	I社	55	イ	ウ
1000000000009	J社	17	イ	イ
1000000000010	K社	29	イ	イ
1000000000011	L社	21	ア	イ
1000000000012	M社	29	イ	イ
1000000000013	N社	10	ア	イ

## (価格交渉/転嫁の回答状況)

ア：7点以上

イ：7点未満、4点以上

ウ：4点未満、0点以上

エ：0点未満

33

(R5.3.13 第16回トラック輸送における取引環境・労働時間改善中央協議会 中小企業庁提出資料より)

## (参考) 下請中小企業への質問項目と、採点基準

### 価格交渉の状況

【スコアと質問項目】

採点基準	スコア	質問項目
採点基準	10点	問. 直近6ヶ月間における価格交渉について。 コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった。もしくはコスト上昇分を取引価格に反映させるために発注側企業から協議の申し入れがあった。
	5点	コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった
	0点	コストは上昇しているが自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった
	-3点	発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった
	-7点	発注企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった
	-10点	取引価格を減額するために、発注側企業から協議を申し入れがあった。もしくは協議の余地なく一方的に取引価格を減額された

### 価格転嫁の状況

【スコアと質問項目】

採点基準	スコア	質問項目
採点基準	10点	10割
	9点	9割
	8点	8割
	7点	7割
	6点	6割
	5点	5割
	4点	4割
	3点	3割
	2点	2割
	1点	1割
0点	0割 (費用が上昇している中、価格据え置き)	
-3点	マイナス (費用が上昇している中、減額された)	
計算対象外	コストが上昇していないため、価格改定不要	

34

法人番号	発注制企業名	①回答企業数	②価格交渉の 回答状況	③価格転嫁の 回答状況
1010001000006	五洋建設株式会社	19	ウ	ウ
1010001008668	J F エスチーエール株式会社	16	ア	ア
1010001067912	株式会社NTTドコモ	10	ウ	ウ
1010001088181	株式会社セブーン・イレーン・ジャパン	13	ウ	ウ
1010001092605	ヤマト運輸株式会社	28	ウ	ウ
1010001098619	日鉄物流株式会社	10	ウ	ウ
1010001112577	日本郵便株式会社	10	ウ	ウ
1010401010455	株式会社小松製作所	20	ア	ウ
1010401013565	清水建設株式会社	55	ウ	ウ
1010701025541	株式会社日本アークス	17	ウ	ウ
1020001071491	富士通株式会社	29	ウ	ウ
1120001036880	レノゴ株式会社	21	ア	ウ
1120001037978	株式会社クボタ	29	ア	ウ
1120001049040	株式会社山善	10	ア	ウ
1120001063033	株式会社きんでん	20	ウ	ウ
1140001005719	川崎重工株式会社	22	ア	ウ
1180301018771	トヨタ自動車株式会社	19	ウ	ウ
1290801002603	TOTO株式会社	17	ウ	ウ
2010001008650	AGC株式会社	35	ウ	ウ
2010001008683	三機工業株式会社	14	ウ	ウ
2010001027031	株式会社日立ビルシステム	11	ウ	ウ
2010001071327	住友化学株式会社	14	ウ	ウ
2010001131477	三井住友建設株式会社	14	ウ	ウ
2010001183774	株式会社三井E&Sマテリアル	11	ウ	ウ
2010001217516	UBE三菱セメント株式会社	16	ウ	ウ
2010401044997	株式会社東芝	13	ウ	ウ
2010401051696	株式会社安藤・間	13	ウ	ウ
2010601040697	マルハニチロ株式会社	10	ウ	ウ
2010801012645	三愛食品株式会社	21	ウ	ウ
2011101014084	東芝インフラシステムズ株式会社	10	ウ	ウ
2020001098646	東芝ブラントシステム株式会社	10	ウ	ウ
2040001000456	イオンリテール株式会社	22	ウ	ウ
2080401016040	ヤマハ発動機株式会社	15	ウ	ウ
2120001059666	東洋紡株式会社	11	ウ	ウ
3010001008749	高砂学工業株式会社	11	ウ	ウ
3010001008757	デンカ株式会社	11	ウ	ウ
3010001008848	日本製鉄株式会社	24	ウ	ウ
3010001026998	日立建機株式会社	15	ウ	ウ
3010001034943	株式会社ブリヂストン	14	ウ	ウ
3010001097635	S.M.C.株式会社	18	ウ	ウ
3010001129215	パナソニックコネクティブ株式会社	10	ウ	ウ
3020001030157	株式会社オカムラ	13	ウ	ウ
3120001048981	N T N株式会社	14	ウ	ウ
3120001059632	関西電力株式会社	10	ウ	ウ
3120001077469	株式会社竹中工務店	24	ウ	ウ
3120001236504	パナソニック株式会社	29	ウ	ウ
3120101003399	株式会社シマノ	12	ウ	ウ
3180001010845	日本特殊陶業株式会社	10	ウ	ウ
3180301014273	株式会社豊田自動織機	20	ウ	ウ

法人番号	発注制企業名	①回答企業数	②価格交渉の 回答状況	③価格転嫁の 回答状況
4010001008772	三菱電機株式会社	54	ア	ア
4010001008789	前田建設工業株式会社	16	ア	ア
4010001034760	花王株式会社	15	ア	ア
4010001090011	住友林業株式会社	22	ア	ア
4010001133876	E N E O S 株式会社	25	ア	ア
4010401016607	大東建託株式会社	15	ウ	ウ
4010401020757	東京エレクトロン株式会社	10	ウ	ウ
4010401022860	日本通運株式会社	26	ウ	ウ
4010401082995	太平洋セメント株式会社	21	ウ	ウ
4010601022396	株式会社 条工務店	10	ウ	ウ
4010601031604	株式会社 J H I	13	ウ	ウ
4010701009640	株式会社明電舎	13	ウ	ウ
4010901008681	株式会社東急コミュニケーション	13	ウ	ウ
4011101011880	大成建設株式会社	53	ウ	ウ
4120001225720	ヤンマーグループホールディングス株式会社	11	ウ	ウ
4130001000049	京セラ株式会社	14	ウ	ウ
4130001030475	株式会社村田製作所	16	ウ	ウ
4230001002687	株式会社不二越	11	エ	ア
4290001007004	九州電力株式会社	15	ア	ア
4370001006286	株式会社ユアテック	19	ウ	ウ
4370001011311	東北電力株式会社	11	ア	ア
5010001006767	富士通 J a p a n 株式会社	10	ウ	ウ
5010001030412	三菱電機ビルソリューションズ株式会社	13	ウ	ウ
5010001034867	東レ株式会社	17	ア	ア
5010001146729	王子製紙株式会社	12	ア	ア
5010401143788	株式会社電通	10	ウ	ウ
5010601004914	株式会社 L I X I L	41	ウ	ウ
5010701000904	いすゞ自動車株式会社	21	ウ	ウ
5011101012069	大日本印刷株式会社	23	ウ	ウ
5011101019196	株式会社 S U B A R U	16	ウ	ウ
5120001015344	タカスタタタタ株式会社	12	ウ	ウ
5120001026309	株式会社浦池組	11	ウ	ウ
5120001050011	株式会社ダイフク	12	ウ	ウ
5120001059606	旭化成株式会社	14	ア	ア
5120001067360	帝人フロンティア株式会社	10	ア	ア
5120001077450	住友電気工業株式会社	12	ウ	ウ
5120001108073	トラスコ中山株式会社	12	ア	ア
5140001058614	グロリー株式会社	10	ア	ア
5180001081083	株式会社東海理化電機製作所	13	ウ	ウ
5290801010767	株式会社安川電機	15	ア	ア
6010001034874	戸田建設株式会社	14	ウ	ウ
6010001146760	三菱ケミカル株式会社	11	ア	ア
6010401027577	本田技研工業株式会社	23	ア	ア
6010501016240	日本電設工業株式会社	12	ウ	ウ
6010701009184	前田通路株式会社	17	ウ	ウ
6010701025710	株式会社日立システムズ	20	ウ	ウ
6010801003186	キヤノン株式会社	23	ア	ア
6120001045084	ダイデン株式会社	13	ウ	ウ
6120001059662	大和ハウス工業株式会社	45	ウ	ウ

法人番号	発注制企業名	①回答企業数	②価格交渉の 回答状況	③価格転嫁の 回答状況
6140001005714	株式会社神戸製鋼所	19	ア	イ
6140001008691	住友ゴム工業株式会社	10	イ	イ
6180301013611	株式会社アイン	21	イ	ウ
6290001001120	株式会社九電工	14	イ	イ
7010001008844	株式会社日立製作所	23	イ	イ
7010401022916	日本電気株式会社	21	イ	イ
7010401029044	三菱自動車工業株式会社	12	ア	イ
7010401045660	ソニー株式会社	10	ア	イ
7010401056220	オリックス自動車株式会社	10	ウ	ウ
7010401088742	株式会社大林組	49	イ	イ
7010501016231	凸版印刷株式会社	25	ウ	ウ
7010601022674	NECソリューションイノベータ株式会社	11	イ	ウ
7010701039115	DCM株式会社	13	ア	イ
7020001078696	三菱ふそうトラック・バス株式会社	19	イ	イ
7050001007842	日立Astemo株式会社	19	イ	ウ
7130001000054	村田機械株式会社	12	ア	イ
7430005003072	ホクレン農業協同組合連合会	13	イ	イ
8010001062980	日鉄テックスエスエス株式会社	12	イ	ウ
8010005002090	全国農業協同組合連合会	23	イ	イ
8010401006744	鹿島建設株式会社	47	イ	イ
8010401050387	三菱重工株式会社	43	イ	イ
8010401057011	日立グローバルソリューションズ株式会社	10	ウ	ウ
8010701007715	日本精工株式会社	13	イ	ウ
8011501009422	日本製紙株式会社	15	ア	イ
8013401000626	日野自動車株式会社	10	イ	イ
8020001076641	ジャパンマリンユナイテッド株式会社	10	イ	イ
8080101005362	日井国際産業株式会社	10	ア	イ
8080401002431	スズキ株式会社	15	ウ	イ
8120001059652	積水ハウス株式会社	23	イ	イ
8130001000053	佐川急便株式会社	18	ウ	ウ
8180001038758	株式会社トーエネック	10	ウ	イ
8240001012153	コベルコ建機株式会社	10	イ	イ
9010001011318	出光興産株式会社	13	ア	イ
9010001032685	YKKAP株式会社	19	イ	イ
9010001034987	株式会社NIPPO	21	イ	イ
9010001096367	アズビル株式会社	12	イ	イ
9010401006818	株式会社関電工	18	ウ	ウ
9010401014548	昭和電工株式会社	10	イ	ウ
9010401023409	日本道路株式会社	11	イ	ウ
9010401080499	日本郵便輸送株式会社	14	ウ	ウ
9010601021385	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ	18	イ	ウ
9010701005032	住友重機械工業株式会社	18	ア	イ
9020001031109	日産自動車株式会社	17	イ	ウ
9020001071492	富士電機株式会社	14	イ	イ
9110001002050	株式会社コメリ	14	ア	イ
9120001079055	株式会社ジェイテクト	24	イ	ウ
9180301014251	株式会社デンソー	29	イ	ウ
9240001006971	株式会社日電工	13	ウ	ウ
9290001017163	ヤマエ久野株式会社	10	ア	イ

法人番号	発注制企業名	①回答企業数	②価格交渉の 回答状況	③価格転嫁の 回答状況
9500001014345	大王製紙株式会社	11	イ	イ

- ・令和5年3月15日、岸田総理は、総理大臣官邸で政労使の意見交換に出席
- ・会議では、令和5年春季労使交渉の集中回答日に当たり、労使の方々との意見交換が行われた
- ・総理は、意見交換を踏まえ、次のように発言



「本日は、春季労使交渉の集中回答日であり、今後の中小企業や小規模事業者の賃金交渉に向けて、労使の代表の皆さんと意見交換の場を持ちました。

賃上げは、新しい資本主義の最重要課題です。

本日も、経団連会長から、多くの大手企業が高い支給水準の回答を出すなど積極的な対応が表明されたとの御報告がありました。

また、日本商工会議所会頭から、大企業における賃上げの動きが中小企業、小規模事業者に広がっていくために、取引適正化などが不可欠であるとの御発言がありました。

政府としても、政策を総動員して、環境整備に取り組みます。

中小・小規模企業の賃上げ実現には、労務費の適切な転嫁を通じた取引適正化が不可欠である点について、基本的に合意がありました。政府としても、公正取引委員会の協力の下、労務費の転嫁状況について業界ごとに実態調査を行った上で、これを踏まえて、労務費の転嫁の在り方について指針をまとめてまいります。また、業界団体にも、これまで政府で実施した各般の価格転嫁に関する調査の結果を踏まえ、自主行動計画の改定・徹底を求めます。

また、男女間賃金格差の是正や、非正規労働者の方々の賃金引上げは極めて重要です。

最低賃金について、昨年は過去最高の引上げ額となりましたが、今年は、全国加重平均1,000円を達成することを含めて、公労使三者構成の最低賃金審議会で、しっかりと議論いただきたいと思っております。

また、地域間格差の是正を図るため、地域別最低賃金の最高額に対する最低額の比率を引き上げることも必要です。

この夏以降は、1,000円達成後の最低賃金引上げの方針についても議論を行っていきたいと思っております。

さらに、同一労働同一賃金の施行の徹底について、今月から本格的に取り組む、全国321か所の労働基準監督署による調査を踏まえ、年内に格差の状況をフォローアップし、その後の進め方を検討していきます。

成長と分配の好循環の実現のための転換点がこの春の賃金交渉であり、本日お集まりの皆様のご協力をお願いいたします。

また、リスクリングによる能力向上、職務に応じた適正なスキルの評価、自らの選択による労働移動の円滑化、この三位一体の労働市場改革を実施することにより、さらにその先に、構造的な賃金引上げを目指してまいります。」

# 下請適正取引等の推進のためのガイドライン（適正取引推進ガイドライン）

## ▶ 策定目的

「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」は、下請中小企業振興法に基づく振興基準に規定され、業種に応じた公正な取引条件、取引慣行を確立することを目的とし、国が策定するもの。

## ▶ 内容

- 下請法等で問題となりうる行為を例示
- 各業界の特性に応じたベストプラクティス事例（理想的な良い取引関係）を例示

## ▶ 策定業種（計19業種）

### 経済産業省所管業種（13業種）

素形材、自動車、産業機械・航空機等、情報通信機器、繊維、情報サービス・ソフトウェア、広告、建材・住宅設備産業、鉄鋼、化学、紙・紙加工品、印刷、アニメーション制作業

### 国土交通省所管業種（2業種）

建設業、トラック運送業

### 総務省所管業種（1業種）

放送コンテンツ

### 農林水産省所管業種（3業種）

食品製造業・小売業（食品製造全体、豆腐・油揚製造業、牛乳・乳製品製造業）、水産物・水産加工品、養殖業

41

# 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作成の経緯

## 策定に係る経緯

### 【平成28年】

9月：豆腐製造業界より、ガイドライン策定の要望

〔いわゆる日配品で日持ちがせず、また、特売の対象にもなりやすいことから、苦しい取引の状況が説明された〕

10月～3月：豆腐製造業者に対するヒアリング、アンケート調査の実施

### 【平成29年】

3月：食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～豆腐・油揚製造業～を策定・公表

4月：「農業競争力強化プログラム」で「不公正取引について徹底した監視を行う」こととされた牛乳・乳製品に関する実態調査を開始。小売業者と取引のある全乳業メーカーを対象に、ヒアリング、アンケート調査を実施

### 【平成30年】

3月：食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～牛乳・乳製品製造業～を策定・公表

3月：スーパーマーケット・ドラッグストアを含む小売業界で、業界内への適正取引の浸透等を目的とした「自主行動計画」を策定

### 【令和2年以降】

他の食品製造の業界（パン製造業、菓子製造業、めん類製造業）からも策定要望や多品目に拡大すべきとの意見を受け、関係業界へのヒアリングとともに、あらゆる食品製造業者を対象にアンケート調査を実施。

その結果、豆腐・油揚製造業、牛乳・乳製品製造業と同様の取引慣行の実態の例も存在することが分かったため、「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」を令和3年12月に策定。

42

# 適正取引推進ガイドラインの目的

## 策定の目的

- ① **食品製造業者と小売業者との「取引」におけるコンプライアンス強化**  
食品製造業者、小売業者双方に、特徴的な問題事例や望ましい取引実例を提示し、できるだけわかりやすい形で下請法、独占禁止法の考え方を示すことにより、取引上の法令違反を未然に防止。
- ② **食品製造業者と小売業者の経営努力が報われる健全な取引環境の整備**  
食品製造業者の品質向上の努力が値決めに反映されないなど、事業者の意欲を削ぐような取引慣行が存在するため、そうした取引慣行を是正し、生産性の向上、品質の一層の向上につなげること。  
食品製造業者間の競争を制限していたずらに保護するのではなく、顧客ニーズに沿った商品を提供する小売業者の経営努力の意欲を削ぐことがないよう、双方が公正な競争環境において、円滑な取引が行われること。



**取引事業者全体での付加価値向上に取り組み、  
取引先とのパートナーシップ構築を目指す。**

43

# 適正取引推進ガイドラインの構成

第1章 ガイドライン策定の背景、目的及び本ガイドラインの内容

第2章 アンケート調査又はヒアリング調査に基づいて把握した事例のうち、独占禁止法又は下請法において問題となり得る事例、望ましい取引実例を提示

3 合理的な根拠のない価格決定	4 原材料価格等の上昇時の取引価格改定
<p>&lt;問題となり得る事例&gt;</p> <p>× 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。</p> <p>&lt;望ましい取引実例&gt;</p> <p>○ 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。</p>	<p>&lt;問題となり得る事例&gt;</p> <p>× 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。</p> <p>&lt;望ましい取引実例&gt;</p> <p>○ 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。</p> <p>※ 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。</p>

- ・ 優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方
  - ・ 「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」の運用基準
  - ・ 下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準
- 等に鑑みて、独占禁止法及び下請法において留意すべき点を整理

第3章 適正取引の推進に向けた本ガイドラインの活用等

なお、本ガイドラインで取り上げる問題となり得る事例、望ましい取引実例は例示であり、取引には様々な背景により問題事象が生じている。よって、違法性があるか否かについては、実際の個別の取引実態に即した十分な情報を踏まえ、法的に判断する必要がある。

44

## <参考> 適用法令 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律 (独占禁止法)

### 法律

〔不公正な取引方法の禁止〕

第十九条 事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。

※ 不公正な取引方法の種類

優越的地位の乱用、不当廉売、共同の取引拒絶、差別対価、再販売価格の拘束 他

### 大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法 (公正取引委員会告示)

- 1 不当な返品
- 2 不当な値引き
- 3 不当な委託販売取引
- 4 特売商品等の買ったたき
- 5 特別注文品の受領拒否
- 6 押し付け販売等
- 7 納入業者の従業員等の不当使用等
- 8 不当な経済上の利益の收受等
- 9 要求拒否の場合の不利益な取扱い
- 10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い

#### 大規模小売業者の定義

一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者で、次のア又はイのいずれかに該当するもの

ア 前事業年度の売上高が100億円以上の者

イ 次のいずれかの店舗を有する者

- ・ 東京都特別区及び政令指定都市においては店舗面積が3,000㎡以上の店舗

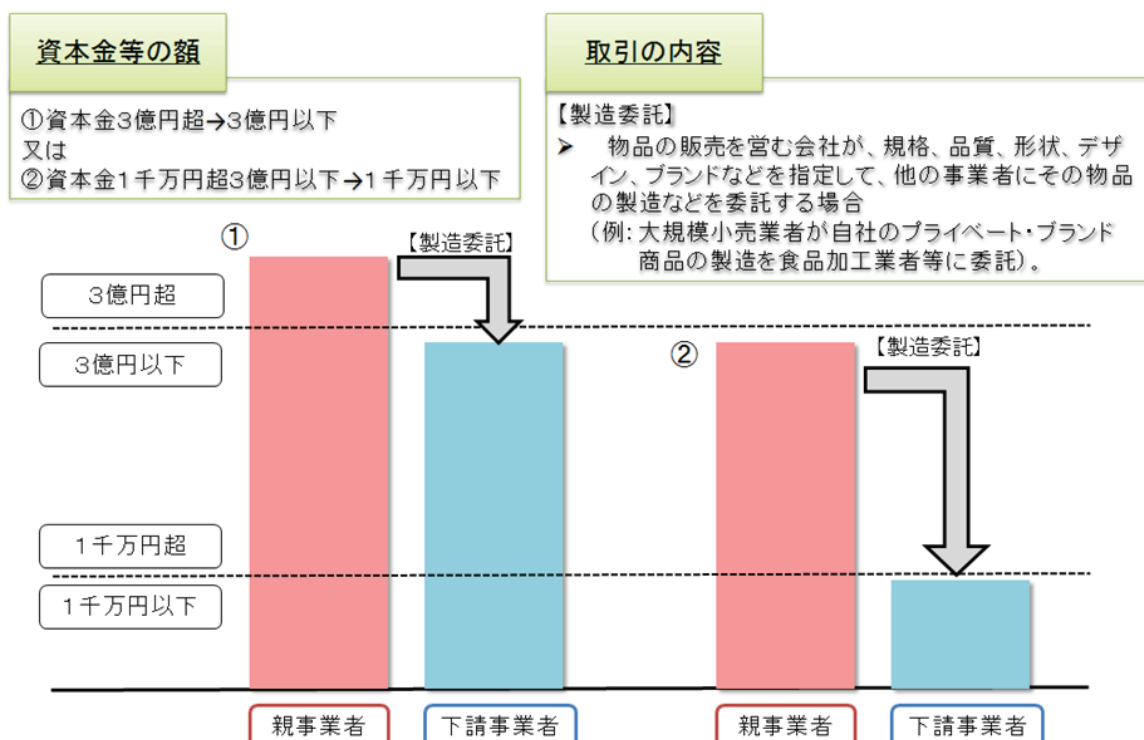
- ・ その他の市町村においては店舗面積が1,500㎡以上の店舗

◇コンビニエンスストア等の特定連鎖化事業を営む本部を含む。

45

## <参考> 適用法令 下請代金支払遅延等防止法 (下請法)

### 食品製造業・小売業の取引における下請法の規制対象取引



46



## <参考> 適用法令 下請代金支払遅延等防止法（下請法）

### 親事業者の義務

- 1 書面の交付義務（第3条）
- 2 支払期日を定める義務（第2条の2）
- 3 書類の作成・保存義務（第5条）
- 4 遅延利息の支払義務（第4条の2）

### 親事業者の禁止行為（第4条）

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

47

## 食品製造業の適正取引推進ガイドラインの内容

### <主に豆腐・油揚製造業及び牛乳・乳製品のガイドラインと異なる点 その1>

- ヒアリング、アンケート調査の結果、豆腐・油揚製造業や牛乳・乳製品製造業で取り上げた問題項目から新たに問題となる項目がなかったため、既存のガイドラインを参考に作成
- 牛乳・乳製品ガイドラインの新たな事例のうち、「過度な鮮度要求、欠品回避のための短納期発注」、「物流費等のコスト増加を反映しない価格決定」については、他の項目へ集約

	豆腐・油揚製造業	牛乳・乳製品製造業	食品製造業全般
項目	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 前提が異なっても同じ単価で発注</li> <li>2. 包材（フィルム等）の費用負担</li> <li>3. 合理的な根拠のない価格決定</li> <li>4. 原材料価格等の上昇時の取引価格改定</li> <li>5. 物流センター使用料等の負担</li> <li>6. 協賛金（リベート）の負担</li> <li>7. 店舗到着後の不良品の返品</li> <li>8. 短納期での発注、発注キャンセル</li> <li>9. 受発注システム使用料等の徴収</li> <li>10. 物の購入強制</li> <li>11. 従業員の派遣、役務の提供</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 前提が異なっても同じ単価で発注</li> <li>2. 包材（パック、フィルム等）の費用負担</li> <li>3. 合理的な根拠のない価格決定</li> <li>4. 原材料価格等の上昇時の取引価格改定</li> <li>5. 物流センター使用料等の負担</li> <li>6. 協賛金（リベート）の負担</li> <li>7. 店舗到着後の不良品の返品</li> <li>8. 短納期での発注、発注キャンセル</li> <li>9. 受発注システム使用料等の徴収</li> <li>10. 物の購入強制</li> <li>11. 従業員の派遣、役務の提供</li> </ol> <p>新たなる論点</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 過度な鮮度要求、欠品回避のための短納期発注</li> <li>2. 客寄せのための納品価格の不当な引き下げ</li> <li>3. 物流費等のコスト増加を反映しない価格決定</li> <li>4. PB商品をめぐる不利な取引条件の設定</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 前提が異なっても同じ単価で発注</li> <li>2. 包材（フィルム等）の費用負担</li> <li>3. 合理的な根拠のない価格決定</li> <li>4. 原材料価格等の上昇時の取引価格改定</li> <li>5. 物流センター使用料等の負担</li> <li>6. 協賛金（リベート）の負担</li> <li>7. 店舗到着後の不良品の返品</li> <li>8. 短納期での発注、発注キャンセル</li> <li>9. 受発注システム使用料等の徴収</li> <li>10. 物の購入強制</li> <li>11. 従業員の派遣、役務の提供</li> <li>12. 客寄せのための納品価格の不当な引き下げ</li> <li>13. PB商品をめぐる不利な取引条件の設定</li> </ol>

48

# 適正取引推進ガイドラインの内容 ①

## <問題となり得る事例と望ましい取引事例>

### 1 前提が異なっても同じ単価で発注

<問題となり得る事例>

- × 大量発注を前提とした割安な単価の見積もりを、その後の大幅に少ない発注数量の取引単価として一方的に決めた。

<望ましい取引事例>

- 価格設定の段階で、出荷数量の単位別の単価をあらかじめ取り決め。

### 2 包材(フィルム等)の費用負担

<問題となり得る事例>

- × 小売業者から製造委託を受けて包材を調達したにもかかわらず、販売不振により使わなくなった包材の代金を小売業者に負担してもらえなかった。

<望ましい取引事例>

- 残った包材は小売業者に買い取ってもらうよう、あらかじめ契約で取り決めている。

### 3 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。

<望ましい取引事例>

- 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。

### 4 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。

<望ましい取引事例>

- 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。〕

49

# 適正取引推進ガイドラインの内容 ②

## <問題となり得る事例と望ましい取引事例>

### 5 物流センター使用料等の負担

<問題となり得る事例>

- × 合理的な根拠が示されることなく、著しく高額な物流センター使用料(センターフィー)やコンテナリース料を徴収された。

<望ましい取引事例>

- 一連の物流費を総合的に勘案した上で、採算に合わない場合は小売業者にセンターフィーの改定を申し入れ。

〔※ 加えて、あらかじめ合理的な算定の手法、積算根拠等を明確にしておくことが望ましい。〕

### 6 協賛金(リベート)の負担

<問題となり得る事例>

- × 販売目標の達成に見合って負担する協賛金を目標達成とは無関係に別名目で徴収された。

<望ましい取引事例>

- 事前に小売業者と十分協議の上、協賛金を支払うことについて合意し、小売業者が販売促進費として活用するものとして、協賛金の料率を契約で決定している。

### 7 店舗到着後の不良品の返品

<問題となり得る事例>

- × 物流センターで検品が行われなため、どの時点で破損したか特定できず、小売業者から言われるままに返品や交換に応じざるを得ない。

<望ましい取引事例>

- 物流センター納品後に不良品が生じた場合は、不良品発生原因を協議し、その後の処理を決定している。

### 8 短納期での発注、発注キャンセル

<問題となり得る事例>

- × PB※商品製造について、リードタイムが短く無理な注文に伝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

<望ましい取引事例>

- 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。

50


## 適正取引推進ガイドラインの内容 ③

### <問題となり得る事例と望ましい取引事例>

#### 9 受発注システム使用料等の徴収

**<問題となり得る事例>**

- × システム利用料に関する明確な説明がなく、受発注データ1行につき1~2円で徴収される。商品の種類の数に応じて負担が大きくなり、単価も利益率も低く、多品目かつ少ない個数での受注が多い製造業者の場合は大きな負担となっている。




**<望ましい取引事例>**

- システム使用料に関しては、取引開始の段階で双方合意した内容のみ対応している。

#### 10 物の購入強制

**<問題となり得る事例>**

- × 小売業者の営業担当者から、前年実績を引き合いに出しつつ、季節商品の購入数量の報告を求められ、断れない。



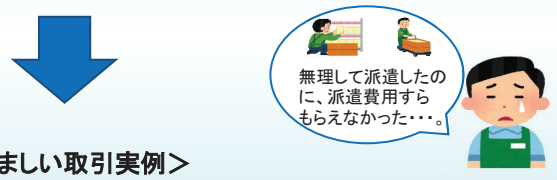
**<望ましい取引事例>**

- 小売業者からの一方的な斡旋をなくした

#### 11 従業員の派遣、役務の提供

**<問題となり得る事例>**

- × 小売業者の要請で、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、派遣費用の支払いがなかった。



**<望ましい取引事例>**


- 小売業者は、派遣費用の支払いはもとより、曜日を含め製造業者が要請を受けられるか十分協議の上で決定。

#### 12 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る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行い、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「不当販売」となります。



**<望ましい取引事例>**

- 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。

51

## 適正取引推進ガイドラインの内容 ④


### <問題となり得る事例と望ましい取引事例>

#### 13 PB商品をめぐる不利な取引条件の設定

**<問題となり得る事例>**

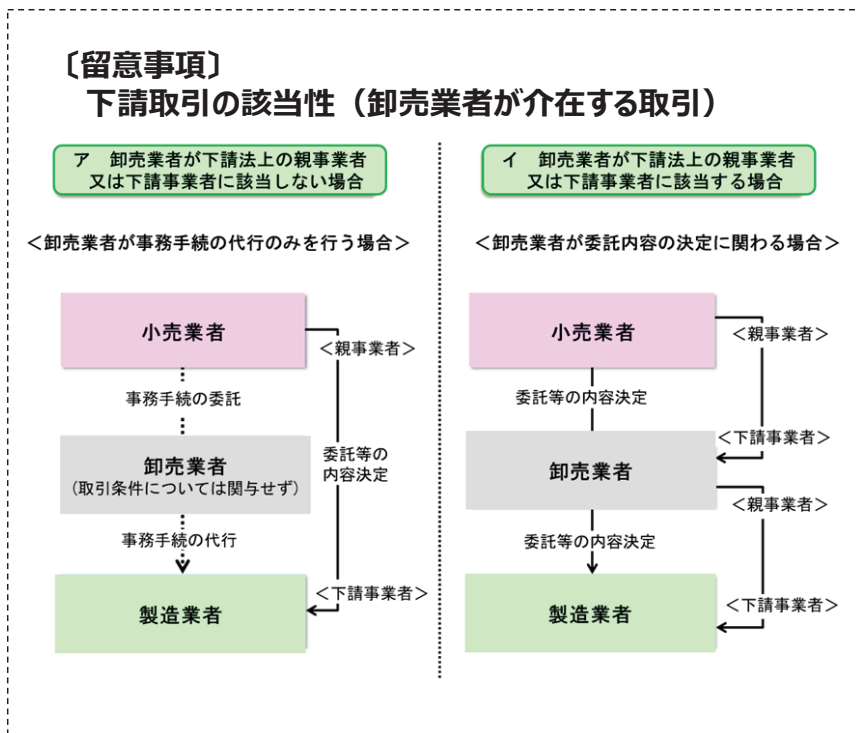
- × PB商品※1の製造にあたり、NB商品※2と同水準の原材料の使用を求められるにもかかわらず、小売業者からNB商品より著しく低い価格を一方的に設定された。

※1 PB商品:プライベート・ブランド商品  
※2 NB商品:ナショナル・ブランド商品



**<望ましい取引事例>**

- 小売業者とPB商品の価格交渉を行い、納得できる価格で合意した。
- 諸費用、価格など小売業者と合意できる条件であればPB商品の製造委託に応じている。



52



### 【小売業者の方へ】

- 取引においては買い手の立場が強いのが一般的です。小売業者自ら取引条件の改善に積極的に取り組むようお願いいたします。
- 担当者が代わると対応も変わることがあり得ますので、常に自社の取引の点検をお願いいたします。

### 【製造業者の方へ】

- 自らも取引のルールを十分に理解し、取引先に改善を求めていくことも大事です。
- 取引先が十分な協議に応じてくれないなど、問題が解決されない場合には「下請かけこみ寺」を活用してください。

53

## 小売業界における自主行動計画等について



- スーパーマーケット・ドラッグストアを含む小売業界では、業界内への適正取引の浸透等を目的とした「自主行動計画」平成30年3月に策定

#### 【自主行動計画策定団体】

(一社) 日本スーパーマーケット協会、(一社) 全国スーパーマーケット協会、  
日本チェーンドラッグストア協会、(一社) 日本ボランタリーチェーン協会、  
(一社) 日本フランチャイズチェーン協会

- 本ガイドラインに加えて、自主行動計画等に基づき、小売業者が主体的に法令を遵守し、適正取引を行っていくことで、食品製造業と小売業の取引環境が改善していくことが期待

#### 自主行動計画の主な内容

1. 重点課題に対する取り組み  
(1) 仕入価格の決定、(2) コスト負担の適正化、(3) 支払条件の改善
2. 国の定める告示、ガイドラインの遵守  
(1) 大規模小売業による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法  
(2) **食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン**
3. 取引先との協調・連携
4. 教育・人材育成の推進
5. 普及啓発活動
6. 定期的なフォローアップの実施
7. 望ましい取引事例の収集・周知

※下請振興法に基づく下請振興基準では、業界団体等は「自主行動計画」の策定に努め、関係事業者の取引適正化を促すよう求めている。

54

## (参考) 相談窓口 リーフレット

### ○下請かけこみ寺

**中小企業の皆さん**  
**取引上の悩み**  
**を抱えていませんか?**

**下請かけこみ寺**  
**にご相談ください!**

「下請かけこみ寺」では、中小企業の皆さんが抱える取引上の悩み相談を受け付けております。問題解決に向けて、専門の相談員や弁護士がアドバイスを行います。

**悩んだらここに相談を!**

**下請かけこみ寺** 相談無料 全国48か所 中小企業の取引上の悩み相談をお受けします。  
秘密厳守 匿名相談可能 ☎0120-418-618

(受付時間) 平日9:00～12:00 / 13:00～17:00 (土・日・祝日・年末年始を除く) 携帯電話・FAXからご利用いただけます。お急ぎの件は「下請かけこみ寺」におかけください。  
(2017年10月現在) 下請かけこみ寺 平日10:00～12:00 / 13:00～17:00 (同上)

中小企業庁 中小企業庁委託事業 (公財) 全国中小企業振興機関協会

### ○公正取引委員会

**不当なしわ寄せに関する下請相談窓口**

公正取引委員会では、不当なしわ寄せを受けるおそれのある中小事業者の皆様から、下請法に関する相談を受け付けております。

**フリーダイヤル**  
(不当な下請取引) ゼロゼロ 110番  
**0120-060-110**

【受付時間】 10:00～17:00  
(土日祝日・年末年始を除く。)  
※固定電話のほか、携帯電話からもご利用いただけます。  
※公正取引委員会の本局又は地方事務所等の相談窓口につながります。

公正取引委員会  
JAPAN FAIR TRADE COMMISSION  
<https://www.jftc.go.jp/>

55

## 問い合わせ先等

### 〈詳しいガイドライン〉

- 農林水産省HPで、ご覧になれます。

食品 適正取引 検索 🔍



### 〈お問合せ先〉

農林水産省 大臣官房新事業・食品産業部企画グループ  
TEL (直通) **03-6744-2065**

¥ 適正価格

### 〈取引上の悩みについての相談先〉

- 下請かけこみ寺は、全国の都道府県に設置しており、企業間取引に関するさまざまな相談などに対して、相談員が無料で親身になって対応します。
- 必要に応じて弁護士の無料相談を行うとともに、紛争の早期解決に向けて裁判外紛争処理手続 (ADR) も無料で実施しています。

**下請かけこみ寺 0120-418-618 (中小企業庁委託事業)**

取引が改善されない場合は、  
匿名でも相談できます。

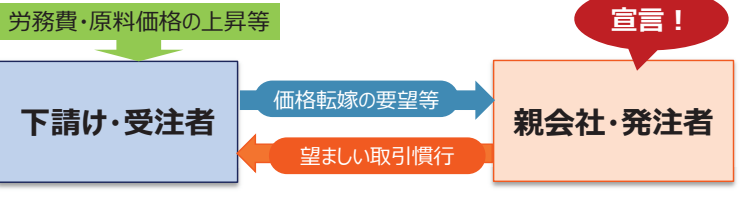
### 〈優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方及び下請法に関するお問合せ先〉

公正取引委員会事務総局 取引部 企業取引課  
TEL (直通) **03-3581-3375**

56

- 「**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付加価値増大と、**新たな連携**（IT実装、BCP策定、グリーン調達への支援等）
  - (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分野**（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



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。

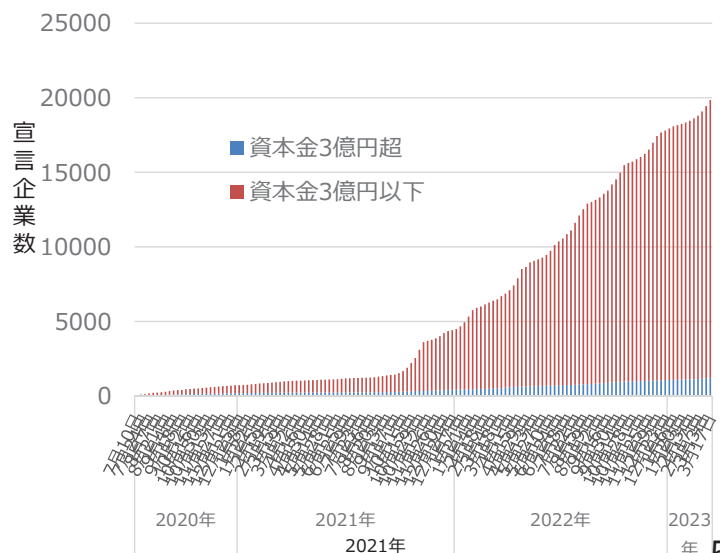
## 地域におけるパートナーシップ構築宣言の拡大に向けて

- 取引先との共存共栄を目指す「**パートナーシップ構築宣言**」は、3月17日時点で**約19,850社が宣言済み**。**うち大企業（資本金3億円超）は、約1,200社**。また、**経団連会員企業の宣言は約3分の1**。**更なる宣言拡大に取り組む**。
- **宣言の更なる拡大**に向けて、先月、**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の補助金での加点措置**」など**地域での取組が拡大しており、全国大に広がっていく**。

### 「パートナーシップ構築宣言」の概要

- 「**パートナーシップ構築宣言**」は、事業者が、**取引先との共存共栄を目指し**、下記に取り組むことを「**代表権のある者の名前**」で宣言し、ポータルサイトで**公表**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分野**（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**。

### 宣言企業数の推移



## 「パートナーシップ構築宣言」を公表する意義①

(R5.1.30 中小企業庁作成資料より)

- 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。

### ■「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト

### ■ロゴマーク



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

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。



(参考)「SDGs」の目標

- 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



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



59

## 「パートナーシップ構築宣言」を公表する意義②

(R5.1.30 中小企業庁作成資料より)

- 資本金10億円以上・従業員数1,000人以上の企業は、**賃上げ促進税制**を活用することができます。
- いくつかの**補助金で加点**を受けることができます。

### ■賃上げ促進税制

### ■補助金における加点措置

継続雇用者の賃金を引き上げた場合、増加分の**15%**以上を法人税額等から控除。

#### ①先進的省エネルギー投資促進支援事業費補助金

➔省エネルギー設備に入れ替える企業（大企業を含む）を支援

(適用期間：2022年4月～2024年3月)

#### ②モーダルシフト等推進事業費補助金

➔物流の総合効率化計画の策定のための調査事業やモーダルシフト等の初年度の経費などを支援。

#### 【適用要件】

- 通常要件：継続雇用者給与等支給額が、前事業年度より**3%以上**増えていること

※ 資本金10億円以上かつ従業員数1,000人以上の企業については、上記の要件に加え、マルチステークホルダー方針を公表していることが必要

#### 【税額控除】

控除対象雇用者給与等支給増加額の**15%**を法人税額又は所得税額から控除

- 上乗せ要件①：継続雇用者給与等支給額が、前事業年度より**4%以上**増えていること

税額控除率を**10%上乗せ**

- 上乗せ要件②：教育訓練費の額が、前事業年度より**20%以上**増えていること

税額控除率を**5%上乗せ**

マルチステークホルダー方針の中で、**パートナーシップ構築宣言を公表していることが必要**

#### ③輸入小麦等食品原材料価格高騰緊急対策事業

➔価格が高騰している輸入食品原材料の切替をした**新商品等の生産・販売や、新たな生産方法の導入等の取組**を支援。

#### ④事業再構築補助金

➔新分野展開、業態転換、事業・業種転換、事業再編又はこれらの取組を通じた規模の拡大等、思い切った**事業再構築に意欲を有する中堅・中小企業等**を支援。

#### ⑤ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金

➔革新的なサービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善に必要な**設備投資等**を支援。

#### ⑥コンテンツ海外展開促進・基盤強化支援事業

➔収益チャネルの多様化や顧客体験価値の向上を行うコンテンツに関するイベントの実施に関する費用等を支援。

60

- **コーポレートガバナンス・コード**では、サステナビリティを巡る課題として、「**取引先との公正・適正な取引**」が新たに位置づけられた。
- **また、コーポレート・ガバナンス・システムに関する実務指針**においては、**取締役会の役割**として、「**パートナーシップ構築宣言**」の**宣言状況・実行状況を監督**することが新たに位置づけられた。

## ■コーポレートガバナンス・コード

(東京証券取引所 令和3年6月改訂) 抜粋

【原則2-3. 社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題】上場会社は、社会・環境問題をはじめとする**サステナビリティを巡る課題**について、適切な対応を行うべきである。

補充原則2-3① 取締役会は、気候変動などの地球環境問題への配慮、人権の尊重、従業員の健康・労働環境への配慮や公正・適切な処遇、**取引先との公正・適正な取引**、自然災害等への危機管理など、**サステナビリティを巡る課題への対応は**、リスクの減少のみならず収益機会にもつながる重要な経営課題であると認識し、中長期的な企業価値の向上の観点から、**これらの課題に積極的・能動的に取り組むよう検討を深めるべき**である。

## ■コーポレート・ガバナンス・システムに関する実務指針 (CGSガイドライン)

(平成29年3月策定・平成30年9月、R4年7月改訂)

※2022年7月19日改訂CGSガイドライン抜粋

取引先との公正・適正な取引については、監督の具体的な方法の一つとして、「**パートナーシップ構築宣言**」を**行っているかどうか**についての状況や、宣言している場合にはその**実行状況**について**取締役会が監督**することが有益である。



## 食品の生産コスト上昇に関する動画等の配信について

### 1. 事業目的

原材料価格や原油・燃料費等の上昇等による食品の生産コストの上昇等について、円滑な価格転嫁に向けて、消費者等に対する様々な媒体を用いた周知広報を展開し、価格転嫁を進めている食品事業者を後押しする。

### 2. 事業実施内容（制作動画、30秒CM、ポスター・バナー広告）

- 制作動画 : 牛乳、お茶、豆腐、パン、施設野菜について、生産コスト上昇の背景を消費者に伝える約10分程度の動画等を作成し、公開中。



<農林水産省HPの関連サイトからアクセスください

→ <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/211227.html>>

【サイト二次元コード】→



- 30秒CM動画 : 上記動画を更に普及させるため、30秒動画を作成。生産コストが上昇している状況においても、日々誇りを持って食品を届けてくれる人がいる。私たち消費者ができることは、「（現状を理解し）買って食べて、応援すること」であることを訴える。食事、料理、食品安全、健康等に関連するキーワードを検索した者に対して発信。



YouTube 及びTverにおいて動画広告を発信。

(YouTube及びTver: 3月7日(火)～3月16日(木) 配信済)

特設サイトには、3月6日(月)から掲載し、広告配信終了後も継続して掲載。



- ポスター、バナー広告 : 店舗等で活用できるポスターの作成及び検索サイトの Yahoo 及び Google の広告提携ネットワークを通じてバナー広告を発信済。



(2月27日(月)～3月16日(木))

63

## 令和4年度補正予算

## 円滑な価格転嫁に向けた消費者理解醸成対策委託事業

### 1. 事業目的

消費者及び食品産業事業者に対して、インターネットなど各種媒体を活用し、食品の生産・流通の実態とコスト高騰に関する実態に関する広報を行い、農林水産業・食品産業の事業者が価格転嫁を進めやすい環境の整備を図る。

### 2. 事業内容（広報テーマ）

- (1) 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（気候変動による主産地の不作等）についてわかりやすく伝える。その際、原材料等のコスト高騰だけではなく、温室効果ガス排出量の把握・削減、環境・人権等のESG課題への対応、国産原料への切替、物流課題への対応など、様々な社会課題への対応に必要となるコストについても取り上げる予定。
- (2) 消費者が食品を購入する際に、価格の安さだけではなく、食の本来の価値や魅力、さらに持続可能な社会に向けた課題などに関心（上記①で取り上げる生産・流通に関する実態等）を持ってもらい消費行動を見直し、変革してもらうための情報発信を行う。（例：エシカル（倫理的）消費、環境に配慮された商品の優先的な購入等）

### 3. 情報発信方法等

特設ウェブサイトによる情報発信、TV・インターネット広告配信、シンポジウムの開催など

64

時期	事項
令和4年9月29日	食料・農業・農村政策審議会に諮問 基本法検証部会を設置
10月～	基本法検証部会を開催し、有識者ヒアリング、施策の検証、意見交換等を実施。 <ul style="list-style-type: none"> <li>第1回 食料の輸入リスク</li> <li>第2回 国内市場の将来展望と輸出の役割</li> <li>第3回 国際的な食料安全保障に関する考え方</li> <li>第4回 人口減少下における担い手の確保</li> <li>第5回 需要に応じた生産</li> <li>第6回 食料安定供給のための生産性向上・技術開発</li> <li>第7回 持続可能な農業の確立</li> <li>第8回 農村の振興</li> <li>第9回 備蓄、食品安全・食品表示、知的財産</li> </ul>
令和5年2～4月	これまでのヒアリングや意見交換等を踏まえ、以下のテーマについて議論 <ul style="list-style-type: none"> <li>・2月24日 基本理念</li> <li>・3月14日 施策の方向（食料）</li> <li>・3月27日 施策の方向（農業）</li> <li>・4月14日 施策の方向（農村・環境）</li> <li>・4月28日 基本計画</li> </ul>
↓	
5月～	5月19日 とりまとめに向けた議論を開始
6月	中間とりまとめ

(R5.3.14 基本法検証部会資料（今度の施策の方向（食料））より抜粋）

資料2

今後の施策の方向（食料）

○ 現行基本法制定後20年間の情勢変化と、今後20年を見据えた、今後の食料施策の方向を整理。

情勢の変化、課題、展開方向（イメージ）	部会での議論など
<p>1 現行基本法の食料政策の基本的考え方 旧農業基本法が、農業の発展と農業従事者の地位の向上を図ることを目的とするものであったのに対し、現行基本法は、国民全体の視点から政策を遂行することを重視し、食料の安定供給を確保するために、農業・農村政策が必要であるとの説明に転換。食料の安定供給に関する施策についても、当時の経済社会情勢を踏まえたものであるが、今日との情勢の変化の視点から、以下の点に留意する必要。</p> <p>(1) 国民・消費者視点での政策への転換 国民視点での政策への転換の観点から、国民の生命の維持に不可欠な、食料についてその安定供給を政策の第一の理念に位置付け。 また、食料消費に関して、健康で豊かな食生活を実現するという視点の下、量だけでなく、安全かつ高品質な食料供給の確保を図り、消費者の合理的な選択に資する施策や、食料消費の改善のための施策を講じることを規定。 更に、食品は食品産業による加工・流通を経て消費者に届くことから、農業だけでなく食品産業の発展のための施策を追加。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今後、世界規模で人口・食料・環境・エネルギー問題が更に顕在化すると見込まれる中で、<u>食料の安定的な供給を確保することは、今まで以上に重要な課題となり、これに対する国民の要請はさらに強まるものと見込まれる。</u>こうしたことから、<u>国民の必要とする食料について、安価で良質なものを安定的に確保し、生産から流通、消費に至る過程全般を通じて効率的に供給することが求められる。</u></li> <li>・ 今後、健康志向・安全志向の高まりを背景として、国民が今まで以上に生活の質の充実を求めるようになってくると、<u>食料についても、数量や価格といった側面に加えて、安全性の確保、品質の向上、品質の多種多様な質に対する要求が更に強まるとともに、的確で豊富な情報提供が今まで以上に求められる。</u></li> <li>・ <u>食品製造業・食品流通業・外食産業から成る食品産業は、食材及び食に関するサービスの両面で、個人のライフ・スタイルや嗜好に応じて、品目の多様性や選択の自由を確保し、利便性や情報提供を促進するなど、食生活の高度化・多様化の要請に対し、更に適切な役割を果たすことが求められる。</u></li> </ul>

(2) 適正な価格形成のための施策

食料安全保障のためには、需要に応じて生産された農産物等の適正な価格形成が必要であり、その実現に向けて、フードチェーンの各段階でのコストを把握し、それを共有し、生産から消費に至るフードシステム全体で適正取引が推進される仕組みの構築を検討する。

また、適正価格について、消費者や事業者も含めた関係者の理解醸成に向けた施策も必要。

- これまで国は、価格は市場で、所得は政策で、との方針ではなかったか。国が価格に介入すると市場機能が失われる可能性もあり、農家を守るという意味で所得補償での対応とすべきではないか。国が適切な価格形成と言うと消費者は必ず反発する。(第10回合瀬委員)
- 価格はある意味正直に消費者が何を望んでいるかを示す手段であり、価格に国が介入することの懸念には賛同。不公正な慣行やルール、規制があれば正し、それでも再生産ができないならば、所得や生活を補償する必要性を検討するという順番ではないか。(第10回二村委員)
- エガリム法は、価格を市場から切り離すものではない。価格のパラメータは重要と思うが、自由にしていることが極端な安売りの原因。中間の事業者も身を削っている。価格をすべて市場に任せるといった極端な話は難しいのではないか。(第10回清原委員)
- 生産コストを適切に表示して消費者に理解してもらおう方向がよい。その場合、イコールフットイングの観点から、生産者サイドで、例えばコメの生産調整のような、生産カルテルで価格を上げていくという政策は廃止すべき。(第10回真砂委員)
- 価格形成について、農業生産現場としては、再生産可能な適正な価格形成ということ。これが市場で適正に生み出されないなら、直接所得補償のような枠組みの議論とも連動してくるのでは。(第10回柚木委員)
- 適正な価格形成は、今回の見直しの中で非常に重要。今後数十年を見据えた新たな農業生産の目玉。実現に向けた課題は山積していると思うが、前向きに検討していく必要。実効性あるものとするため、農業者や農業団体に限らず、事業者や消費者も積極的に議論に参加していただきながら検討してほしい。(第10回中家委員)
- フードシステム全体をとらえて議論する必要。消費者がその実状を知ることが大切。価格については、様々な側面から議論していくべき。(第1回清原委員)
- 公正な価格形成が重要であり、Egalim 法を参考に、食品を適正に取引できる環境を整えるべき。(第2回清原委員)
- Egalim 法についてはそのまま日本には持ってこられないと思う。日本

の競争政策を勉強しつつ、どのように日本に適用できるのかをしっかりと考えていきたい。(第2回大橋委員)

- 適正な価格設定については、消費者の購買力や、賃上げを含む日本経済全体の問題にも関わるものであるため、農業分野だけでどこまでできるか難しいが、努力は重要。その際、独禁法との関係整理は重要な課題。(第2回真砂委員)
- 流通側は、集客して売るのが基本であり、市場経済の中で価格をコントロールするのは難しい。まずは国民にコスト構造について理解してもらうことが重要。そのためには、どういった形で価格が構成されているのか十分に理解してもらう必要。(第3回寺川委員)
- 生産コストが高騰している一方で、農畜産物価格が伸びず、非常に厳しい農業経営を強いられている。再生産可能な価格での安定供給を目指すべき。フランスのEgalim法など、海外の様々な事例も参考に、消費者や流通業者、農業者を含めた国民的議論が必要。(第2回中家委員)
- 現行法では、価格を市場に任せてきたということだが、それが本当に再生産可能な適正な価格だったのか、持続可能性と両立していたかということも、改めて検証する必要がある。(第5回中家委員)
- とりまとめに向けた今後の検討では、企業にとって目配りを求められる社会課題の領域が広がる中それらに対応し、また、過度な安値重視から脱却してより良い商品を提供し再生産していくという、フードシステムを持続可能にするという視点を重視すること、の3点を重視いただきたい。(第9回堀切委員)
- 市場が価格を決めるメリットもあるが、生産者が自ら価格を決められる仕組みと、商品開発によって生産者の安定収入の仕組みを作ることも、農業事業への参入を増やすことになるのでは。市場による需給調整に頼らない仕組み作りということが必要ではないか。(第2回國分氏)

## フランスのEgalim (エガリム) 法及びEgalim 2法の制定経緯

- 2017年、マクロン大統領は、農業者の所得向上等を図るため、「食料全体会議」(Egalim)を開催し、2018年に「Egalim法」が公布された。
- 2021年3月に、セルジュ・パン氏(仏食品小売大手の前CEO)がEgalim法の評価について報告書をとりまとめ、デフレ基調にある中、農業者の適正な収入が確保されているとは言えないとし、特に物価が上がっていない点が強調され、改善提案がなされた。
- 同報告書の改善提案を踏まえ、2021年10月に「Egalim2法」が公布された。

### 【Egalim法】

#### ○背景・経緯

- ・ フランスでは、大手スーパーマーケットが食品小売の90%以上のシェアを占める寡占市場となっており、付加価値が農業者に適正に還元されていないとの認識から、流通業者間の価格競争を規制するべきという議論が高まった。
- ・ 2017年に、農業・食品関係者が参加した「食料全体会議」(États généraux de l'alimentation:Egalim)が開催された(14のテーマ、地方会議74回、全体会議14回)。
- ・ 2018年11月に、「農業及び食料分野における商業関係の均衡並びに健康で持続可能で誰もがアクセスできる食料のための法律」(「Egalim法」)が公布された。

#### ○主な内容

- ① 農業者と取引相手との適正な取引関係
- ② 食品の品質・地産地消の強化
- ③ 健康に寄与し、信頼性及び持続可能性の高い製品の促進
- ④ 食料分野におけるプラスチック使用の減少

### 【Egalim 2法】

#### ○背景・経緯

- ・ 2021年3月に、セルジュ・パン氏(仏食品小売System Uの前CEO)が、「Egalim法の評価と農業バリューチェーンへのより良い報酬の必要性に関する調停・和解ミッションの報告書」をとりまとめた。
- ・ 同報告書では、Egalim法では、デフレ基調にある中、農業者の適正な収入が確保されているとは言えないとし、特に物価が上がっていない点が強調され、改善提案がなされた。
- ・ 報告書の改善提案を踏まえ、2021年10月に「Egalim2法」が公布された。

#### ○主な内容

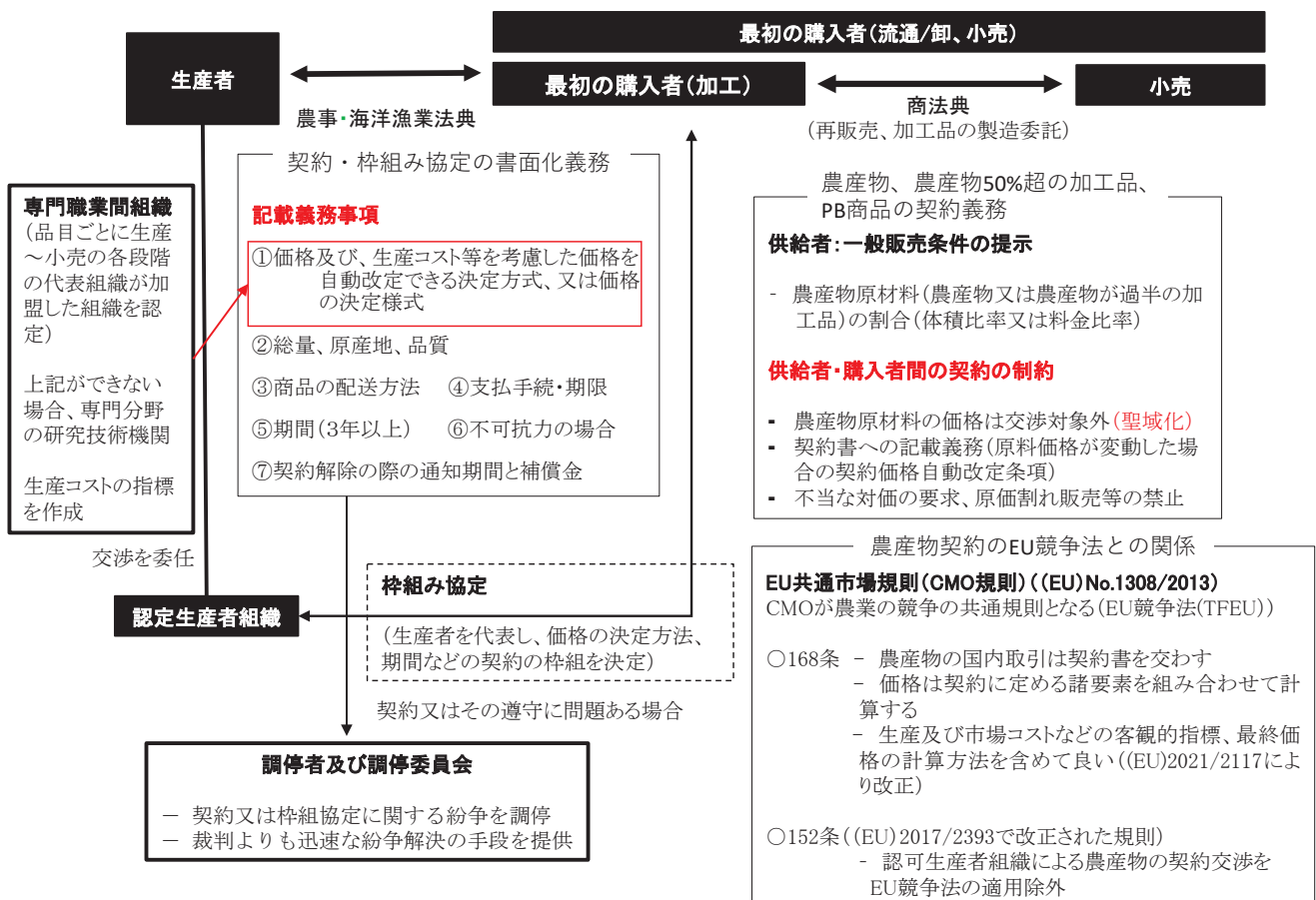
Egalim法の「①農業者と取引相手との適正な取引関係」を強化(書面での契約締結の義務化、生産費に関する指標の作成の加速化等)

### 【現行制度のポイント】

- ① 農業者と最初の購入者との間の書面での契約締結の義務化
- ② 契約には価格決定の計算式、契約期間などの事項の記載義務
- ③ 認定された生産者組織は、農業者の委任を受けて契約交渉を代行し、契約の枠組を決定できる
- ④ 専門職業間組織(品目ごとに生産～小売の各段階の代表組織が加盟した組織を認定)は生産費に関する指標を公表
- ⑤ 最初の購入者以降の流通において原価割れでの販売を禁止

69

## フランスのEgalim (エガリム) 法及びEgalim 2法の概要



70