

／ご存じですか？／

「パートナーシップ構築宣言」

～取引先との共存共栄関係を構築し、共に成長し、持続可能な関係を築くために～

長引くコロナ禍や急速な円安進行、エネルギー価格や原材料価格の高騰、最低賃金の大幅な引上げ、人手不足による労務費の上昇など、中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境は、引き続き厳しい状況にあります。

商取引上で弱い立場にある中小企業・小規模事業者では、コスト上昇分を販売価格に転嫁できなければ収益が確保できず、事業継続が困難な事態へと陥りかねません。中小企業等が収益を確実に得て、事業継続、雇用維持、さらには賃上げといった分配の原資を確保するうえでも、「取引の適正化」は重要です。

今回の特集では、企業間の「適正な取引」を通じ円滑な価格転嫁に向けた取り組みの一環として官民を挙げて推進している「パートナーシップ構築宣言」についてご紹介します。

中小企業・小規模事業者を取り巻く現状

■中小企業等のコスト負担は増大

当所が実施した「取引適正化に関する実態調査」では、「コストが増加している」企業は、発注側・受注側ともに約9割に及びました。具体的なコスト増の要因としては、「原材料・仕入価格」や「労務費」、「エネルギーコスト」の変動が多く挙げられました(図1)。

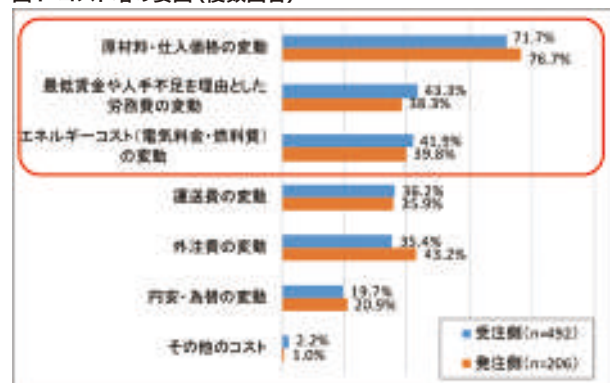
コスト上昇を受け、企業間での価格転嫁の動きが広がっています。今年7月の企業物価指数(速報値)は前年同月比+8.6%と高い水準が続いています。消費者物価指数(生鮮食品を除く)も前年同月比+2.4%と上昇していますが、企業物価指数の上昇率に比べると依然として低く、企業が負担するコスト増加分を消費者物価に転嫁できていない状況です(図2)。

■全く価格転嫁できていない企業は約15%、価格転嫁率は44.3%

帝国データバンク「企業の価格転嫁の動向アンケート」(令和4年6月8日)によると、仕入れコストの上昇分を販売価格やサービス料金に「多少なりとも転嫁できている」企業は73.3%。一方で、15.3%の企業が「全く価格転嫁できていない」状況です。また、「価格転嫁率」は44.3%。これは仕入れコストが100円上昇した場合に44.3円しか販売価格に反映できていないことを示しています(図3)。企業間の価格転嫁の動きは広がっていますが、適切な取引価格には至っていないのが現状です。

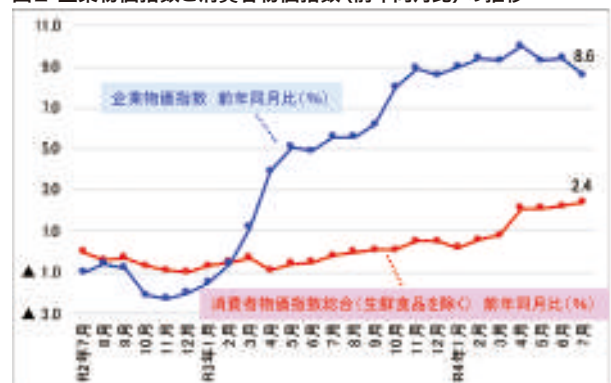
こうした現状を受け、政府は、中小企業等が賃金引上げの原資を確保できるよう、適切な価格転嫁に向けた環境整備を進めるため、様々な政策に取り組んでいます。その一つが今回ご紹介する『パートナーシップ構築宣言』です。

図1 コスト増の要因(複数回答)



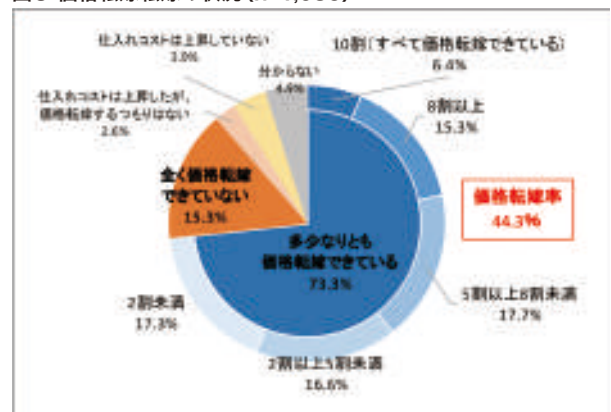
※出典：福岡商工会議所「取引適正化に関する実態調査」(R4年7月調査)

図2 企業物価指数と消費者物価指数(前年同月比)の推移



※出典：日本銀行「企業物価指数」、総務省統計局「消費者物価指数」を基に事務局作成

図3 価格転嫁の状況(n=1,635)



※出典：帝国データバンク「企業の価格転嫁の動向アンケート」(令和4年6月8日)

※小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない。

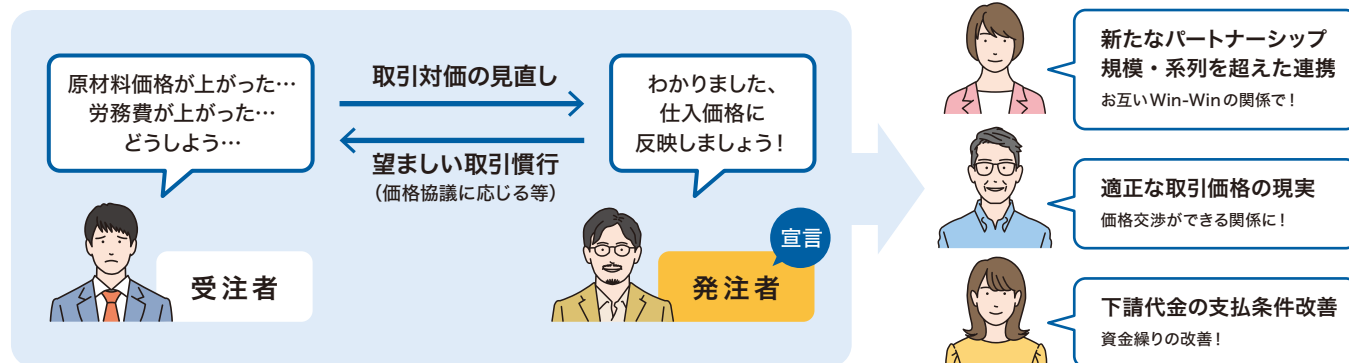
「パートナーシップ構築宣言」とは

「パートナーシップ構築宣言」とは、取引先との共存共栄、つまりWin-Winな関係を構築して、共に成長し、持続可能な関係を築くための取り組みについて、企業の代表者名で宣言するものです。



宣言登録企業 **13,103 社**
(内、福岡県 466 社)
※R4.8.26 現在

＜宣言のイメージ・取引先との共存共栄関係とは？＞



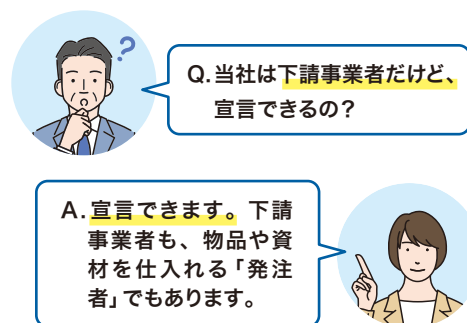
ちなみに ▶ パートナーシップ構築宣言は、どのようにできたの？

過去リーマンショック時には、中小企業への「取引条件のしわ寄せ」が強まった経緯がありました。今般のコロナ禍でもその再発が懸念されています。こうした課題に対応するため、令和2年5月18日、日本商工会議所会頭をはじめ経済界や労働界の代表及び関係大臣をメンバーとする「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」が開催され、本宣言の仕組みが創設されました。

■ 宣言企業の対象は？

本宣言は、企業規模の大小に関わらず、「発注者」の立場で自社の取引方針を宣言するものです。宣言の趣旨に賛同すれば、あらゆる規模・業種の企業・個人事業主の方が宣言することができます。

より多くの企業が宣言することで、大企業も中小企業も付加価値に基づく適正な取引を尊重する機運が醸成されます。すると、取引先と一緒に生産性向上に取り組む、コスト負担を適正にシェアする、良いものは価値を適正に反映した価格で取引するなど、サプライチェーン全体で「取引の適正化」が進み、自社の業績も向上することが期待できます。



■ 宣言するメリットは？

1. 企業のPRになる

「宣言」は、公式ポータルサイトや中小企業庁のニュースリリースに掲載されます。また、「ロゴマーク」を使用でき、「ホワイト企業」であることをアピールできます。

2. 一部の補助金で加点措置が受けられる

「ものづくり補助金」や「事業再構築補助金」等で加点措置が受けられます。

※補助金の加点措置については公式ポータルサイトをご確認ください。(随時更新)

3. SDGs も同時達成

「宣言」の取組内容を実践することで、SDGsの5つの目標を同時に達成することになります。



「パートナーシップ構築宣言」に挑戦しよう！

■どのように宣言するの？

次の5つのステップを経て宣言します。
申請した宣言内容に修正等がない場合は、申請日の3～4日後に宣言文がポータルサイトに公表されます。なお、補助金等に関連して登録申請が集中する時期には、更に日数を要する場合があります。

- Step 1 ポータルサイトからひな形をダウンロード
- Step 2 自社の取組み内容に合わせて宣言文に加筆・修正
- Step 3 会社名と代表者名を明記（代表者のコミット）
- Step 4 PDF形式に変換してアップロード
- Step 5 内容に問題なければ登録・公表されます

宣言のひな型は
こちら



■具体的には何を宣言するの？

パートナーシップ構築宣言では、企業の代表者名で主に以下2項目について宣言します。

1. サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携

ここでは、直接の取引先や、その先の取引先などサプライチェーン全体で生産性向上やオープンイノベーション等の付加価値向上に取り組むとともに、既存の取引関係や企業規模等を超えた共存共栄の構築を目指すことを宣言します。また、個別項目a～eの中から積極的に取り組む項目について具体的に記載します。

（個別項目）

- a. 企業間の連携（オープンイノベーション、事業承継支援 等）
- b. IT実装支援（データの相互利用、IT人材の育成支援 等）
- c. 専門人材マッチング
- d. グリーン化の取り組み（脱・低炭素化技術の共同開発 等）
- e. 健康経営に関する取り組み（健康経営に係るノウハウの提供 等）

2. 親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行（下請中小企業振興法に基づく「振興基準」）の遵守

ここでは、親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行（下請中小企業振興法に基づく「振興基準」）を遵守し、価格決定方法の適正化や支払条件の改善等、取引の適正化に積極的に取り組むことを宣言します。また、下請中小企業振興法に基づく「振興基準」の趣旨を踏まえ、右記①～⑤の取組内容について具体的に記載します。

- ① 価格決定方法
- ② 型管理などのコスト負担
- ③ 手形などの支払条件
- ④ 知的財産・ノウハウ
- ⑤ 働き方改革等に伴うしわ寄せ

※項目②は、型を活用した取引がない場合は削除。

以上の2項目に加え、その他、個社で取り組む独自の取り組みについて記載します。（例：取引先満足度調査の実施、「ホホワイト物流」に関する「自主行動宣言」を表明済み 等）

宣言のひな形や記載見本は、「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイトからダウンロードすることができます。

（参考）宣言した企業の声 ※日本商工会議所「パートナーシップ構築宣言」専用サイトより一部抜粋。

宣言後、購買担当者の意識が変化。取引先への「適正利益の配分」や「コミュニケーション強化」に繋がった。



取引先から「手形サイトの短縮化によってキャッシュが早く入るようになり、資金繰りを改善できた。」と感謝の声が届いた。



名刺にロゴマークを入れたところ、取引先等から「ホホワイト企業」と認識されるようになった。



「パートナーシップ構築宣言」を通じて新たな共存共栄関係の構築を

民間企業間の取引は、自主的な取り組みに任せられており、法律違反でない限り、政府が「規制」をかけることはできません。このため、多くの企業の経営者の行動によって、取引先との共存共栄を実践し、地域経済の発展に繋げることが必要です。日本商工会議所をはじめ、全国の商工会議所ではこの取り組みを推進しています。会員企業の皆様におかれましては、ぜひこの機会にご検討いただき、宣言のご登録をお願いいたします。

「パートナーシップ構築宣言」
ポータルサイト

申請・詳細は
こちら



日本商工会議所
「パートナーシップ構築宣言」
専用サイト

詳細は
こちら



9月は「価格交渉促進月間」です

「パートナーシップ構築宣言」の普及とあわせて、政府では、価格交渉が頻繁に行われている時期である9月と3月を「価格交渉促進月間」と定め、発注側企業と受注側企業との価格交渉を促進する取り組みを実施しています。

9月中旬以降、受注側中小企業に対してアンケート調査や下請Gメンによるヒアリングが実施されますので、対象となった企業におかれましては、調査へのご協力をお願いいたします。また、発注側企業におかれましては、7月に改正した下請中小企業振興法「振興基準」に則り、受注側中小企業との間での価格交渉や価格転嫁に積極的に対応をお願いいたします。

「価格交渉促進月間」について
(経済産業省ホームページ)

詳細は
こちら



■ 価格交渉を行う際のポイント

中小企業庁「中小企業・小規模事業者のための価格交渉ノウハウ・ハンドブック」には、法令違反となる取引行為や価格交渉に必要なノウハウが詳しく掲載されています。取引条件の改善に向けた交渉の事前準備の一環としてご活用ください。今回はその一部をご紹介します。

Point.1 ▶ 価格根拠を上手に伝えましょう

原材料価格、エネルギーコスト、労務費等の上昇分の価格転嫁や発注者からの価格低減要請に対する適正価格の設定に向けた交渉をする際には、**コストに関する客観的なデータを提示することが重要です。**

Point.2 ▶ 取引条件に関するルールを決めましょう

不利な条件下で取引が行われないよう、**取引条件に関するルールを策定し、価格設定方法などについて発注者側と合意をとっておくことが重要です。**

Point.3 ▶ 取り決めたルールや

交渉経緯を書面に残しましょう

取引条件の改善に向けて取り決めたルールを着実に実行するために、「日時」「場所」「担当者」「決定内容」「交渉の経緯」等を書面（議事録など）で記録しておきましょう。

Check! 交渉の前に準備しておくこと

- ☒ 価格根拠の客観的な資料を作成しましょう（コスト上昇の推移）
- ☒ 対象となる製品の情報を整理しましょう（販売量と価格の推移）
- ☒ 相手にとって、自社がどのくらい重要な取引先なのか把握しましょう
- ☒ 価格変更に伴う相手のメリット・デメリットは何か考えましょう
- ☒ 相手との取引関係を確認しましょう（取引期間、依存度等）
- ☒ 「提示価格」「保留価格」を考慮した「目標価格」を設定しましょう

Check! 適正取引のための先手必勝5か条

- 一、価格に影響する外部環境について**普段から**共有しておく
- 二、取引条件は、**先に**提案する
- 三、決まっていること 決まっていないことは**都度**明文化して相互確認
- 四、お金の話は、**見積時点**でうやむやにしない
- 五、後から問題になりそうなことは**あらかじめ**決めておく

価格交渉促進月間において、下請法についての正しい知識や価格交渉、価格転嫁のノウハウや方法が基礎から学べる講習会の開催が予定されています。また、全国48か所の「下請かけこみ寺」では、中小企業の取引上の悩みに対し、相談員や弁護士が無料で相談に応じています。大きな悩みになる前に、まずはご活用ください。

適正取引講習会

受講無料・動画学習・ライブ配信

詳細は
こちら



下請かけこみ寺

秘密厳守・相談無料

詳細は
こちら



※本記事は、「パートナーシップ構築宣言」公式ポータルサイト (<https://www.biz-partnership.jp/>)、日本商工会議所「パートナーシップ構築宣言」専用サイト (<https://www.jcci.or.jp/partnership/>)、経済産業省「9月は価格交渉促進月間です」 (<https://www.meti.go.jp/press/2022/08/20220824002/20220824002.html>)、中小企業庁「中小企業・小規模事業者のための価格交渉ノウハウ・ハンドブック」 (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2020/200305support.pdf>) を参考に作成しています。

本記事に関するお問い合わせ / 総合企画部 企画広報グループ TEL : 092-441-1112