

第18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

中小企業に係る取引適正化について

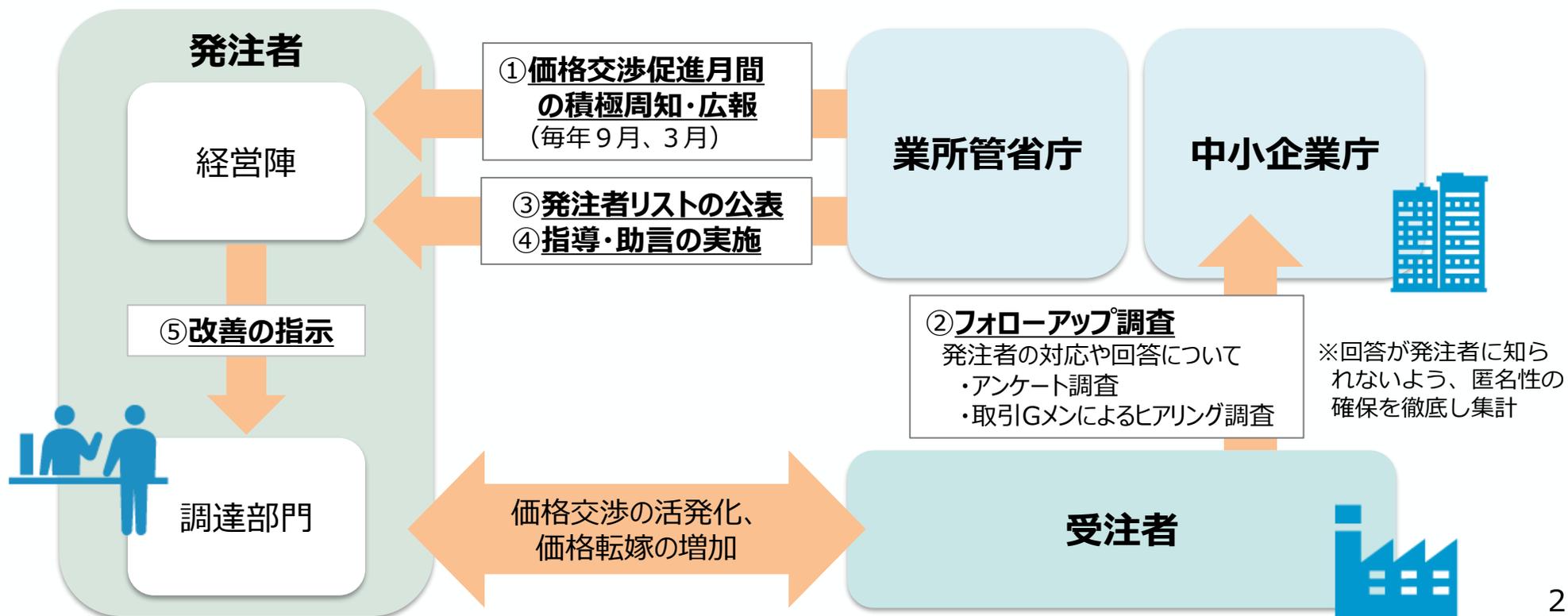
令和7年9月18日
経済産業省
中小企業庁

1 価格交渉促進月間フォローアップ調査

2 受託中小企業振興法の施行

「価格交渉促進月間」における取組

- 中小企業の賃上げ実現の鍵となる**価格転嫁・取引適正化**を経済界全体で促すため、**毎年3月と9月**を「価格交渉促進月間」と設定。
- **30万社へのアンケート調査**や、**発注者ごとの評価の公表**等により、委託事業者の自発的な取引方針の改善に繋げる。
- **今月（9月）は、9回目の「価格交渉促進月間」**を迎える。2025年度下期（10月～）の価格改定を控え、価格交渉時期となる企業が多いことを踏まえ、**情報発信を強化**。



2025年3月 価格交渉促進月間フォローアップ調査の概要

- 原材料費やエネルギー費、労務費等が上昇する中、多くの中小企業が価格交渉・価格転嫁できる環境整備のため、2021年9月より毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」と設定。2025年3月で8回目。
- 成果を確認するため、各「月間」の終了後、価格交渉、価格転嫁の実施状況について、中小企業に対して「① アンケート調査、② 下請Gメンによるヒアリング」を実施。必要に応じて大臣名での指導・助言等に繋げていく。

①アンケート調査

○調査の内容

中小企業等に、2024年10月～2025年3月末までの期間における、発注企業（最大3社分）との間の価格交渉・転嫁の状況を問うアンケート票を送付。調査票の配布先の業種は、経済センサスの産業別法人企業数の割合（BtoC取引が中心の業種を除く）を参考にして抽出。

○配布先の企業数 30万社

○調査期間 **2025年4月21日～5月30日**

○回答企業数 **65,725社**（回答から抽出される**発注企業数**は延べ76,894社）

※回答企業のうち、取引先がグループ企業のみなどの理由により、回答対象外の企業は14,778社

※参考：2024年9月調査：**51,282社**（延べ54,430社）

2024年3月調査：**46,461社**（延べ67,390社）

○回収率 **21.9%**（※回答企業数／配布先の企業数）

※参考：2024年9月調査：**17.1%**、2024年3月調査：**15.5%**

②下請Gメンによるヒアリング調査

○調査の内容

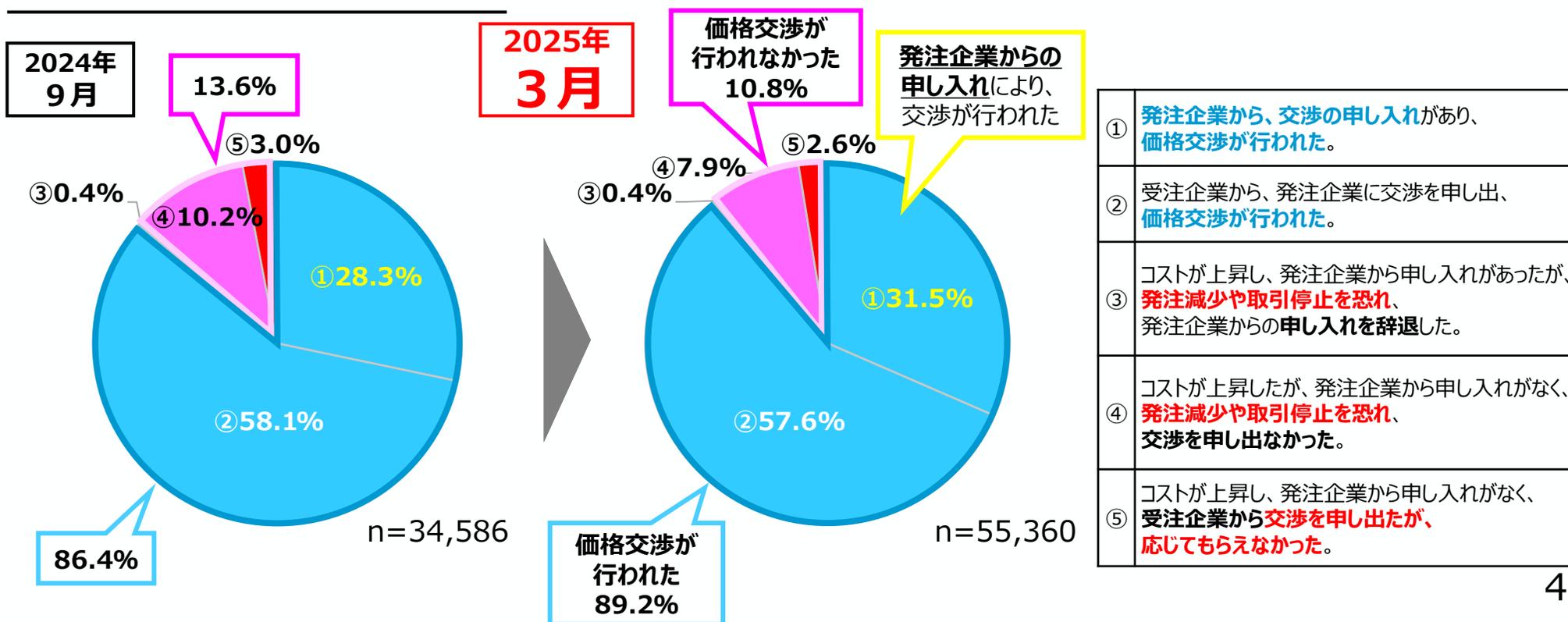
発注企業との間における価格交渉の内容や転嫁状況等について、全国の中小企業から広くヒアリングを実施。

価格交渉の状況

※ 「価格交渉は不要」との回答を除いた場合の回答分布

- 「**発注側企業から申し入れがあり、価格交渉が行われた**」割合（①）は、前回から約**3ポイント増の31.5%**。
 - 「**価格交渉が行われた**」割合（①②）も前回から約**3ポイント増の89.2%**。
 - 「**価格交渉が行われなかった**」割合（③④⑤）は**減少**（前回13.6%→10.8%）。
- **発注企業からの申し入れは、さらに浸透しつつあるものの、引き続き、受注企業の意に反して交渉が行われなかった者が約1割。**引き続き、**協議に応じない一方的な価格決定の禁止**を盛り込んだ「**中小受託取引適正化法**」の周知を含め、価格交渉・転嫁への更なる**機運醸成が重要**。

直近6か月間における価格交渉の状況



価格交渉の実施状況の業種別ランキング **【発注企業の業種毎に集計】**

※ 価格交渉の実施状況に係る回答を点数化し、発注企業の業種毎に平均点を集計。

- **価格交渉に応じられていない業種は、交渉の結果である価格転嫁率においても、比較的低い順位にある。**

順位	業種	前回	今回平均点
—	全体	6.75	7.18 ↑
1位	製薬	7.13	8.40 ↑↑↑
2位	電気・ガス・熱供給・水道	7.22	7.67 ↑
2位	飲食サービス	6.45	7.67 ↑↑↑
4位	建設	7.15	7.65 ↑↑
5位	運輸・郵便（トラック運送除く）	6.75	7.54 ↑↑
6位	化学	7.41	7.52 ↑
7位	造船	7.51	7.46 ↓
8位	情報サービス・ソフトウェア	6.94	7.40 ↑
9位	鉱業・採石・砂利採取	6.70	7.39 ↑↑
10位	電機・情報通信機器	6.63	7.38 ↑↑
11位	卸売	7.17	7.36 ↑
12位	小売	6.38	7.27 ↑↑
13位	食品製造	6.72	7.19 ↑
14位	広告	7.50	7.13 ↓
15位	自動車・自動車部品	6.60	7.05 ↑
16位	農業・林業	6.41	7.01 ↑↑
17位	紙・紙加工	6.70	6.97 ↑
18位	金融・保険	7.30	6.86 ↓
18位	機械製造	6.67	6.86 ↑
20位	放送コンテンツ	5.32	6.84 ↑↑↑
21位	不動産・物品賃貸	6.56	6.60 ↑
22位	生活関連サービス	6.07	6.54 ↑
23位	金属	6.27	6.44 ↑
24位	通信	6.20	6.36 ↑
25位	建材・住宅設備	6.68	6.31 ↓
26位	印刷	5.90	6.30 ↑
27位	トラック運送	5.28	6.21 ↑↑
28位	繊維	6.89	6.19 ↓↓
29位	廃棄物処理	6.74	6.15 ↓↓
30位	石油製品・石炭製品製造	5.77	6.02 ↑
—	その他	—	—

※2024年9月時点との変化幅と矢印の数の関係

↑ : 0.1~0.4ポイント 上昇、↑↑ : 0.5~0.9ポイント 上昇、↑↑↑ : 1.0ポイント以上 上昇

※価格交渉が行われたか、下記の評価方法で回答を点数化し、発注企業の業種別に集計。

(例) 家電メーカー（発注者）が、トラック運送業者（受注者）に運送委託するケースは、「電機・情報通信機器」に集計。

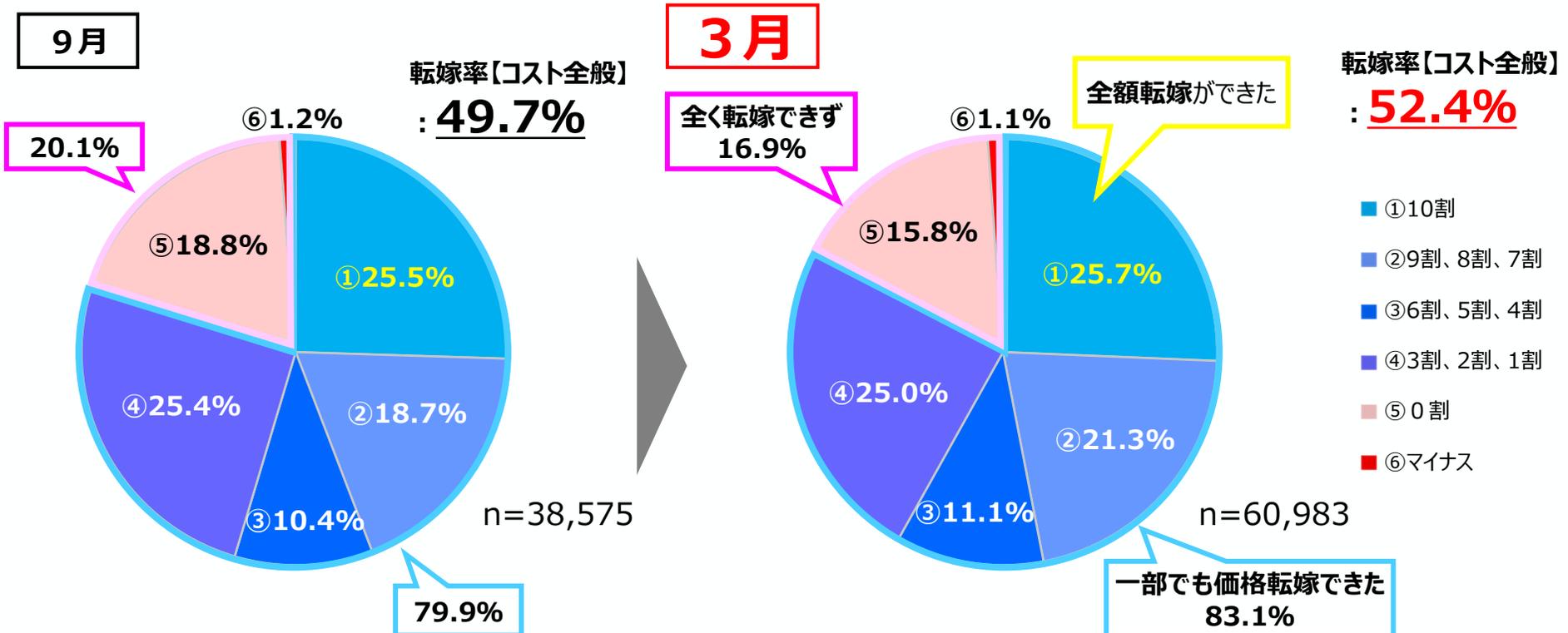
質問① 交渉有無	質問② 交渉申し入れ 有無	質問③ 交渉が実現しなかった理由	点数
行われた	申し入れが あった	—	10点
	申し入れが なかった	—	8点
行われ なかった	申し入れが あった	コストが上昇せず、交渉は不要と判断し、辞退したため	10点
		コストが上昇したが、交渉は不要と判断し、辞退したため	10点
		支払代金が市場価格に連動するため、交渉は不要と判断し、辞退したため	対象外
	申し入れが なかった	コストが上昇したが、 発注量減少や取引停止を恐れ、辞退したため	5点
		コストが上昇せず、 交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかったため	対象外
		コストが上昇したが、 交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかったため	対象外
申し入れが なかった	支払代金が市場価格に連動するため、 交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかったため	対象外	
	コストが上昇したが、 発注量減少や取引停止を恐れ、交渉を申し出なかったため	-5点	
申し入れが なかった	コストが上昇し、交渉を申し出たが、 応じてもらえなかったため	-10点	

価格転嫁の状況①【コスト全般】

※「価格転嫁は不要」との回答を除いた場合の回答分布

- コスト全体の価格転嫁率は52.4%。昨年9月より約3ポイント増加（前回49.7%→52.4%）。
- 「一部でも転嫁できた」割合（①②③④）は、前回から約3ポイント増の83.1%。
- 「転嫁できなかった」「マイナスとなった」割合（⑤⑥）は減少（前回20.1%→16.9%）。
 - 価格転嫁の状況は改善してはいるが、引き続き、転嫁できない企業と二極分離の状態。転嫁が困難な企業への対策が重要。

直近6か月間における価格転嫁の状況

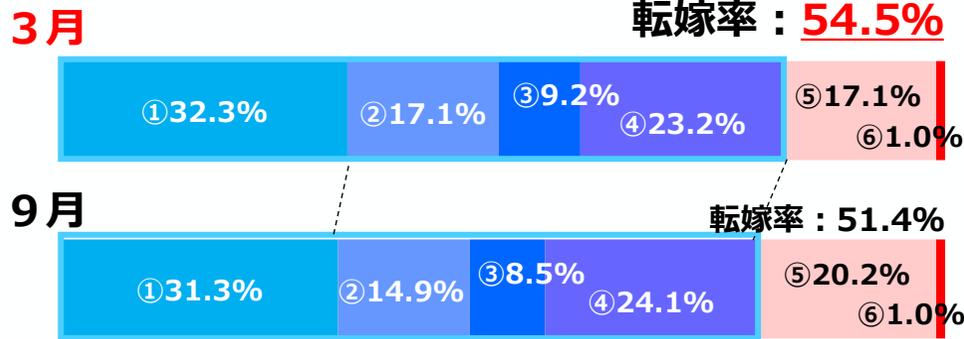


価格転嫁の状況②【コスト要素別】

※ 「価格転嫁は不要」との回答を除いた場合の回答分布

- 労務費の転嫁率は、前回から約4%ポイント上昇したものの、原材料費と比較して約6ポイント低い水準。
- エネルギー費の転嫁率も、前回から約3%ポイント上昇したものの、コスト全般の転嫁率より低い水準。
- 労務費指針や、原材料費・エネルギー費の全額転嫁を目指す旨の振興基準等を引き続き周知していく。

原材料費



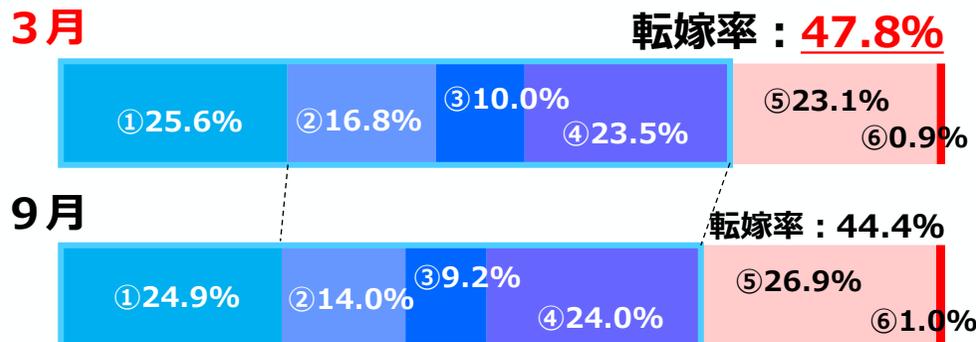
一部でも
価格転嫁できた

全く転嫁できず
or 減額

労務費



エネルギー費



① 10割 ② 9割、8割、7割 ③ 6割、5割、4割
④ 3割、2割、1割 ⑤ 0割 ⑥ マイナス

価格転嫁の実施状況の業種別ランキング 【発注企業の業種毎に集計】

- 製造業系が上位にあり、トラック運送、広告等が下位にあるなどの全体的な傾向は従前通りだが、**トラック運送は約6ポイント、広告は約7ポイント上昇。**

2025年3月		コスト増に対する転嫁率	各要素別の転嫁率		
			原材料費	エネルギー費	労務費
①全体		↑ 52.4% (49.7%)	↑ 54.5% (51.4%)	↑ 47.8% (44.4%)	↑ 48.6% (44.7%)
②業種別	1位 化学	↑ 64.8% (61.9%)	↑ 69.3% (65.0%)	↑ 62.4% (57.9%)	↑↑ 61.3% (54.6%)
	2位 製薬	↑↑↑ 64.1% (53.6%)	↑↑ 68.7% (60.4%)	↑ 56.6% (54.2%)	↑↑↑ 61.7% (46.5%)
	3位 食品製造	↑↑ 60.3% (55.3%)	↑ 62.7% (58.3%)	↑ 52.2% (47.6%)	↑ 51.7% (47.2%)
	4位 電機・情報通信機器	↑ 58.4% (54.8%)	↑ 62.8% (58.9%)	↑ 52.7% (49.6%)	↑ 53.3% (48.7%)
	5位 造船	↑ 57.6% (57.0%)	↓ 60.2% (62.1%)	↑ 57.9% (56.5%)	↓ 51.0% (53.2%)
	6位 飲食サービス	↓ 57.3% (59.0%)	↓ 58.4% (61.2%)	↓ 48.2% (49.0%)	↓ 46.1% (49.4%)
	7位 自動車・自動車部品	↑ 56.6% (51.9%)	↑ 63.7% (59.8%)	↑ 55.0% (51.8%)	↑ 53.4% (48.9%)
	8位 機械製造	↑ 56.2% (54.3%)	↑ 63.3% (60.7%)	↑ 52.2% (49.1%)	↑ 50.6% (47.4%)
	9位 卸売	↑ 54.4% (51.2%)	↑ 56.5% (51.7%)	↑ 48.1% (43.9%)	↑ 47.4% (42.9%)
	10位 情報サービス・ソフトウェア	↑↑ 54.3% (47.1%)	↑↑↑ 50.5% (38.0%)	↑↑↑ 46.0% (34.0%)	↑↑ 53.6% (46.3%)
	11位 電気・ガス・熱供給・水道	↑↑ 53.6% (48.0%)	↑↑ 55.2% (49.0%)	↑↑ 50.1% (43.5%)	↑↑ 51.8% (43.9%)
	12位 建設	↑ 52.6% (50.3%)	↑ 53.7% (51.6%)	↑ 48.2% (46.0%)	↑ 50.4% (47.4%)
	13位 小売	↑ 52.5% (48.8%)	↑ 53.4% (49.2%)	↑↑ 46.8% (41.7%)	↑↑ 46.3% (40.5%)
	14位 鉱業・採石・砂利採取	↑ 52.2% (49.8%)	↑↑ 53.5% (47.4%)	↑↑ 51.0% (43.6%)	↑↑ 49.5% (43.4%)
	15位 運輸・郵便（トラック運送除く）	↑↑ 51.5% (45.5%)	↑↑ 50.6% (44.3%)	↑↑ 48.1% (41.6%)	↑↑ 49.3% (42.8%)
	16位 紙・紙加工	↑ 51.4% (50.2%)	↑ 52.5% (49.9%)	↑ 46.8% (43.0%)	↑ 46.7% (42.7%)
	17位 金融・保険	↑↑↑ 51.1% (40.9%)	↑↑↑ 50.5% (36.3%)	↑↑↑ 45.6% (31.7%)	↑↑↑ 47.7% (37.4%)
	18位 金属	↑ 50.9% (50.3%)	↑ 56.4% (55.4%)	↑ 47.5% (44.5%)	↑ 46.3% (42.6%)
	19位 生活関連サービス	↑ 50.2% (48.4%)	↑ 48.9% (48.2%)	↑ 44.5% (41.2%)	↑ 43.4% (42.7%)
	20位 不動産・物品賃貸	↑ 48.5% (48.1%)	↑ 49.0% (46.5%)	↑↑ 46.0% (41.0%)	↑ 47.0% (45.4%)
	21位 印刷	↓ 47.7% (48.5%)	↓ 48.9% (49.0%)	↑ 41.3% (41.1%)	↓ 39.6% (40.6%)
	22位 繊維	↓ 47.5% (49.0%)	↑ 49.1% (48.8%)	↓ 41.6% (45.3%)	↓↓ 41.7% (46.8%)
	23位 建材・住宅設備	↓↓ 46.6% (51.6%)	↓ 48.3% (51.6%)	↓ 41.3% (44.9%)	↓ 39.5% (42.8%)
	24位 石油製品・石炭製品製造	↓ 46.0% (47.6%)	↑ 55.6% (55.5%)	↓ 42.4% (42.9%)	↑ 41.2% (41.0%)
	25位 農業・林業	↑ 45.0% (41.2%)	↑ 44.6% (39.9%)	↑ 41.3% (37.3%)	↑ 38.9% (36.1%)
	26位 放送コンテンツ	↑ 43.2% (39.8%)	↑ 44.6% (40.4%)	↓ 36.0% (36.2%)	↑ 41.7% (36.8%)
	27位 廃棄物処理	↓↓↓ 39.3% (50.7%)	↓↓ 37.2% (43.1%)	↓↓↓ 34.4% (47.0%)	↓↓↓ 35.3% (48.7%)
	28位 広告	↑↑ 38.7% (31.4%)	↑↑↑ 48.4% (32.3%)	↑↑↑ 37.8% (26.4%)	↑ 36.3% (32.1%)
	29位 通信	↓↓ 37.7% (47.0%)	↓↓ 37.2% (44.7%)	↓↓ 34.1% (40.5%)	↓↓ 37.3% (45.7%)
	30位 トラック運送	↑↑ 36.1% (29.5%)	↑↑ 32.1% (25.7%)	↑↑ 33.1% (27.2%)	↑↑ 32.8% (26.9%)
-	その他	-	-	-	-

※2024年9月時点との変化幅と矢印の数の関係 ↑：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

※（）内は前回の転嫁率を示す。

支払条件の状況の業種別ランキング 【発注企業の業種毎に集計】

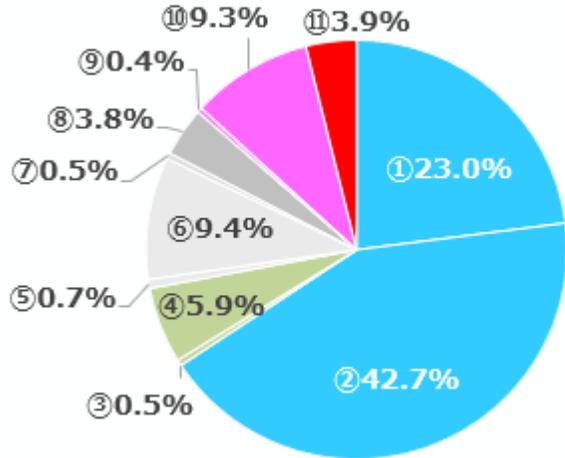
- 支払条件について、現金化割合が低い業種ほど、支払条件の評価は下がる傾向。

2025年3月		支払条件	現金化比率	
①全体		7.59	81.8%	
業種別	1位	金融・保険	9.77	97.3%
	2位	情報サービス・ソフトウェア	9.70	96.8%
	3位	放送コンテンツ	9.57	96.8%
	4位	通信	9.49	95.2%
	5位	生活関連サービス	9.35	93.5%
	6位	廃棄物処理	9.30	94.5%
	7位	運輸、郵便（トラック運送業除く）	9.28	93.1%
	8位	飲食サービス	9.16	91.3%
	9位	農業・林業	9.16	92.5%
	10位	製薬	9.02	94.1%
	11位	広告	9.02	92.4%
	12位	トラック運送	8.96	91.5%
	13位	不動産業・物品賃貸	8.90	91.6%
	14位	電気・ガス・熱供給・水道	8.61	88.9%
	15位	食品製造業	8.34	86.6%
	16位	小売	8.33	87.4%
	17位	鉱業・採石・砂利採取	7.60	81.7%
	18位	自動車・自動車部品	7.21	78.2%
	19位	繊維	7.17	79.2%
	20位	卸売	7.05	78.6%
	21位	電機・情報通信機器	7.01	76.9%
	22位	建設	6.98	77.8%
	23位	化学	6.90	77.7%
	24位	造船	6.53	72.6%
	25位	紙・紙加工	5.81	68.9%
	26位	建材・住宅設備	5.77	70.0%
	27位	金属	5.52	67.3%
	28位	機械製造業	5.37	64.7%
	29位	石油製品・石炭製品製造	5.23	64.9%
	30位	印刷	4.96	63.7%
-	その他	-	-	

①	全額現金で支払われている。	10点
②	一部又は全部で手形又は電子記録債権・ファクタリングによる支払いがあり、 交付から支払いまでの期間は60日以内、割引料は全額発注者負担となっている。	5点
③	一部又は全部で手形又は電子記録債権・ファクタリングによる支払いがあり、 交付から支払いまでの期間は60日以内、割引料は受注者負担となっている。	-5点
④	一部又は全部で手形又は電子記録債権・ファクタリングによる支払いがあり、 交付から支払いまでの期間は60日超、割引料は全額発注者負担となっている。	0点
⑤	一部又は全部で手形又は電子記録債権・ファクタリングによる支払いがあり、 交付から支払いまでの期間は60日超、割引料は受注者負担となっている。	-10点

トラック運送

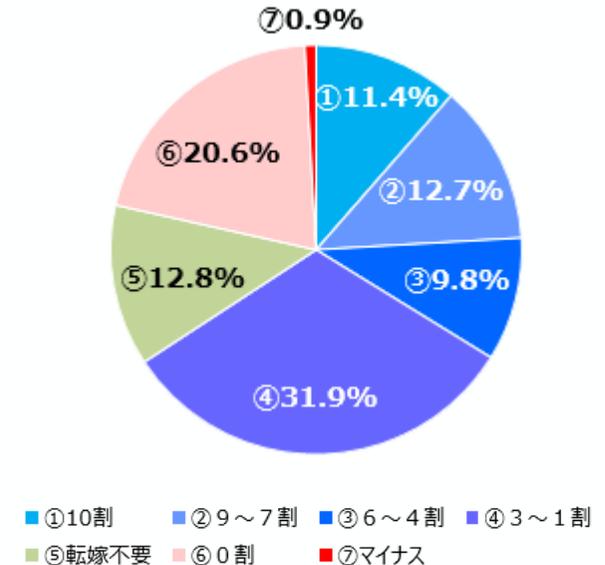
直近6か月間における価格交渉の状況



①	発注企業から、交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた。
②	受注企業から、発注企業に交渉を申し出、価格交渉が行われた。
③	コストが上昇せず、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。
④	コストが上昇せず、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかった。
⑤	コストが上昇したが、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。
⑥	コストが上昇し、発注企業から申し入れはなかったが、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかった。
⑦	支払代金が市場価格に連動して自動的に設定されるため、価格交渉は不要と判断し、発注企業からの申し入れを辞退した。
⑧	支払代金が市場価格に連動して自動的に設定されるため、価格交渉は不要と判断し、交渉を申し出なかった。
⑨	コストが上昇し、発注企業から申し入れがあったが、発注減少や取引停止を恐れ、発注企業からの申し入れを辞退した。
⑩	コストが上昇したが、発注企業から申し入れがなく、発注減少や取引停止を恐れ、交渉を申し出なかった。
⑪	コストが上昇し、発注企業から申し入れがなく、受注企業から交渉を申し出たが、応じてもらえなかった。

直近6か月間における価格転嫁の状況(コスト全般)

n = 2,164



転嫁率：36.1%

アンケート回答企業からの具体的な声

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

- 発注企業が事業コストの増加分を荷主に交渉し、価格転嫁分を支払運賃に反映してくれている。
- 昨今の燃料費や人件費等のコスト上昇分について、価格交渉・転嫁してもらい、良好な関係を築いている。
- ▲人件費高騰を踏まえて、根拠となる文書および資料を作成し、値上げのための価格交渉を数回に渡り依頼したが、返答がない。
- ▲長年の付き合いにも関わらず、初めての価格交渉の後に、契約解除になり、仕事が打ち切られた。

1 価格交渉促進月間フォローアップ調査

2 受託中小企業振興法の施行

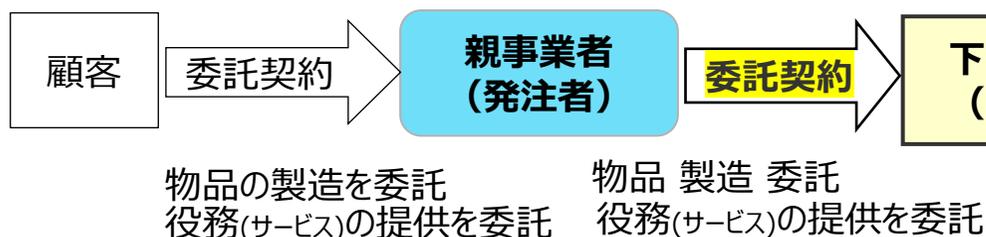
1. 趣旨・目的

- 下請関係を改善し、下請中小企業の振興を図るための法律。

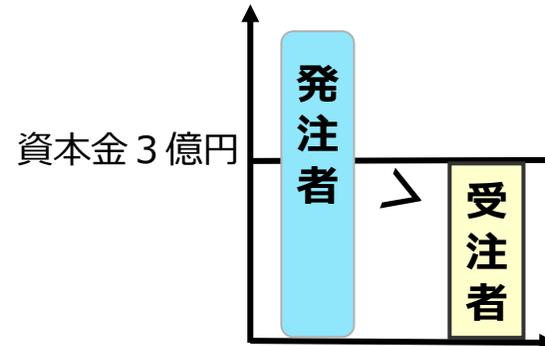
2. 適用対象

- (1) + (2) を満たす親事業者・下請事業者が適用対象。

(1) 委託契約類型 (下請法と同様)



(2) 資本金 (下請法より広い)



3. 具体的な措置

- ① **経済産業大臣が「振興基準」※を定める。**

※下請事業者と親事業者のよるべき基準。振興基準に基づき、業界団体は自主行動計画を策定 (31業種・84団体)
(例: 『労務費の指針』に沿って十分に協議を行う)、「原材料費・エネルギー費の全額転嫁を目指す」等)

- ② 上記の「振興基準」に関し、事業所管大臣から事業者への**指導・助言**。
- ③ **調査、公表** (例: 価格交渉・転嫁等の状況の「**発注者リスト**」(延べ**1431**者)を、社名入りで公表)
- ④ 下請企業と親企業が協力して作成する「**振興事業計画**」について、金融支援。

振興法に基づく「振興基準」について

○「振興基準」は、振興法に基づき経済産業大臣が定める、委託事業者及び中小受託事業者が「よるべき一般的な基準」

○ 振興基準は、

①振興法に基づく大臣名での「指導・助言」の基準、

②各業界団体（約80団体）が作成する自主行動計画で、振興基準の遵守が謳われ、

③パートナーシップ構築宣言した企業は、「振興基準を遵守する」旨を宣言・公表する

ことから、発注者の取引方針の適正化に活用しうるもの

受託中小企業振興法（令和8年1月1日施行）

（振興基準）

第3条 経済産業大臣は、受託中小企業の振興を図るため**中小受託事業者及び委託事業者のよるべき一般的な基準**(以下「振興基準」という。)を定めなければならない。

（指導等）

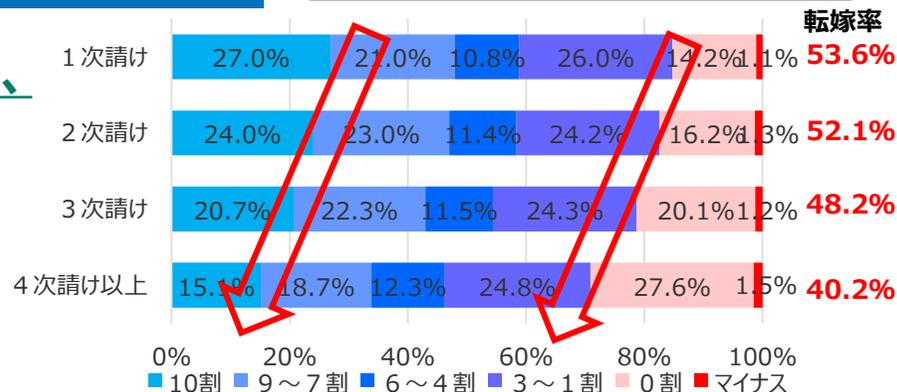
第4条 **主務大臣は**、受託中小企業の振興を図るため必要があると認めるときは、中小受託事業者又は委託事業者に対し、**振興基準に定める事項について、指導又は助言**を行うとともに、適切な具体的措置をとるべきことを**勧奨**するものとする。

下請振興法の改正事項の概要①（多段階の事業者が連携した取組への支援）

課題①（サプライチェーンの深層における取引適正化対策）

- サプライチェーンの取引段階が深くなるにつれて、**価格転嫁割合が低い**。（価格交渉促進月間（2025年3月）結果）
- **直接の取引先を越えて、1つ先、「数次先の取引先まで含めて、価格交渉」しない** 商習慣。

※受注側企業の取引段階と価格転嫁率

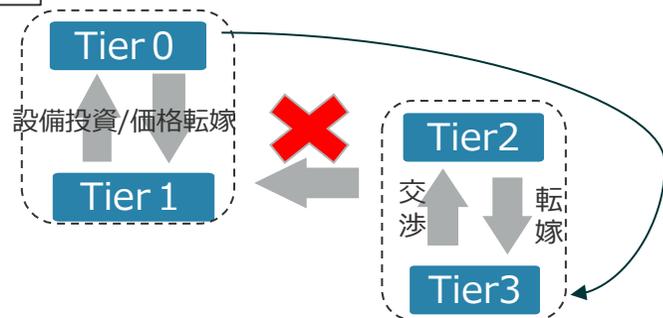


改正内容①（多段階の事業者が連携した取組への支援）

【第5条関係】

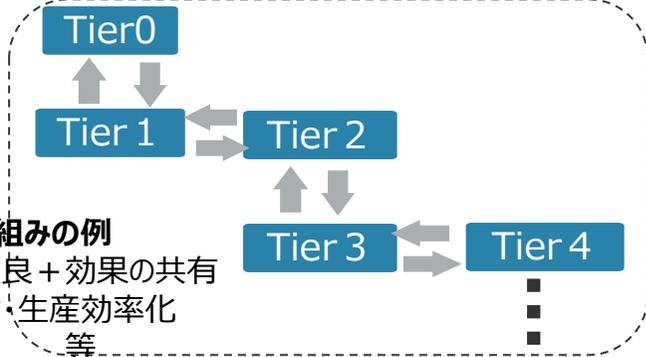
現行法

支援対象の事業計画は、**直接の取引関係のみ**



法改正

直接の取引関係に限らず支援可能に



※事業計画・取組みの例
自動車部品の改良+効果の共有
製造時間の短縮、生産効率化
保管金型の廃棄 等

- ◆ 多段階の取引からなるサプライチェーンにおいて、**2以上の取引段階にある事業者による振興事業計画に対し、承認・支援**できる旨を追加。

⇒ **直接の取引先との関係のみならず、サプライチェーン全体の取引適正化等の取組を促すメッセージ**

課題② (地方公共団体における取引適正化対策)

➤ 地方における価格転嫁の推進には、**都道府県毎の取引適正化に向けた取組が重要。**

<取組例>

- ① **パートナーシップ構築宣言** (発注者の立場でサプライチェーン全体の付加価値向上・取引慣行の遵守を宣言。約7.7万社 (令和7年8月時点)) の普及のために **経済団体との協定締結**
- ② **宣言企業への補助金加点等のインセンティブ**
- ③ **価格交渉セミナー** の実施

※ **パートナーシップ構築宣言普及に向けた各都道府県の取組**
「第6回未来を拓くパートナーシップ構築推進会議 (令和7年2月)」 経産省資料



改正内容② (国・地方公共団体の責務規定新設)

【新第23条関係】

- ◆ **地方公共団体は受託中小企業の振興に必要な取組の推進等に努める、国・地方公共団体等が密接な連携の確保に努める** 旨を規定。

⇒ **全国津々浦々の価格転嫁を推進**

新たな取組：全国47都道府県に設置されている下請かけこみ寺に寄せられる**中小企業からの声の一層の活用のための連携強化**

課題③（主務大臣による指導助言を受けても改善しない例）

- **下請Gメンのヒアリング結果、価格交渉促進月間における調査結果**を受けて、価格交渉・価格転嫁等の状況が芳しくない事業者に対し、**主務大臣による指導・助言**を実施。
⇒ **取引方針が改善される等、一定の効果**あり。
- 他方、**何度か指導・助言を受けても、取引方針が改善されない事業者**も存在。
⇒ そうした事業者は、改善の意思はあるものの、**どのような取組を講じるべきか、具体的な検討が不十分**な者あり。

改正内容③（主務大臣の権限強化「勸奨」）

【第4条関係】

- ◆ 主務大臣が指導・助言したものの、状況が改善されない事業者に対して、**より具体的措置を示して、その実施を促す（「勸奨」する）**ことができる旨を規定。
⇒ **価格転嫁・取引適正化の実効性を高める。**
※下請法違反事業者に対しては下請法に基づき対応。

下請振興法の改正事項の概要④（適用対象の追加）

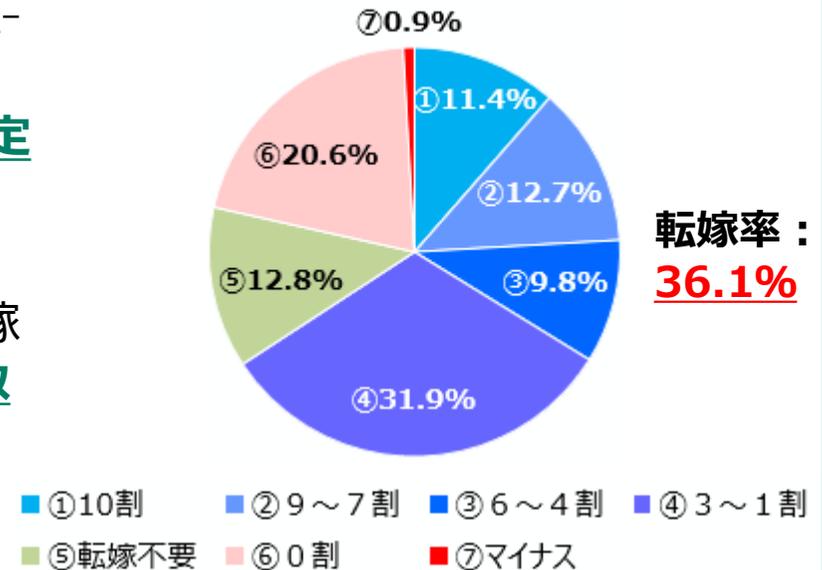
課題④（i 発荷主-元請運送事業者の取引、ii 資本金基準で捉えられない取引の価格転嫁）

➤ トラック運送の価格転嫁率は全業種で最下位であり（価格交渉促進月間（2025年3月））、商流の源（発荷主-元請運送）から価格転嫁を推進する必要。

⇒ 運賃を交渉で決めるという商習慣を業界で定着させる必要。

➤ サプライチェーン全体で円滑かつ迅速な価格転嫁を定着させるには、資本金の大小関係がない取引でも価格転嫁を推進する必要。

※トラック運送業の価格転嫁の状況〔コスト全般〕



改正内容④（適用対象の追加）

【新第2条第1項第6号、第4項、第5項関係】

◆ ①発荷主-運送の取引（下請法と同様）②従業員の大小関係がある委託事業者（下請法より広い）を追加。

⇒ 中小企業同士等、**下請法の対象外の取引も含めて、支援または指導・助言・勧奨の対象とし、価格転嫁・取引適正化を浸透させる**

改正内容⑤（「下請」という用語の改正）

【題名、第1条、第2条等関係】

◆ 「下請」等が含まれる用語を、振興法においても改正する。

「下請中小企業」 ⇒ 「受託中小企業」

「親事業者」 ⇒ 「委託事業者」

「下請中小企業振興法」 ⇒ 「受託中小企業振興法」

法改正をふまえた「振興基準」の改正

1. 振興基準の趣旨・理念の明記

前文で、委託事業者・中小受託事業者**双方が適正な利益**を得て、直接の取引先から**更に先の取引先も含めた事業者間の協力**や、サプライチェーンの**深い層を含む、サプライチェーン全体で付加価値向上**を目指す旨を明確化。

2. 中小受託事業者の利益保護に繋がるよう、「中小受託取引適正化法」の改正の反映や、取引における留意事項の追記

取適法運用基準（通達）に記載の**不適切な取引事例は行わないこと**や、**手形払いの禁止**、**サプライチェーン全体での支払手段の適正化**に努める旨を追記。

また、「**契約後に不当なやり直し・受領拒否が生じないよう発注内容を明確化**」「**発注量が予定より合理的理由なく大きな乖離が生じる場合の、発注者からの自主的協議**」を促す旨を規定。

3. 振興事業計画の活用促進

複数の取引段階（事業者1→2→3）の事業者による振興事業計画が、支援対象に追加されたことを踏まえ、本計画の活用を促す旨を新たに規定。

4. 振興基準を活用しやすく整理（例：「交渉」に関する規定の集約など）

価格交渉、転嫁を求める立場の**中小受託事業者が活用しやすいよう**、交渉、転嫁に関するルールを集約するなど**構成を整理**。中小企業が、本基準を**交渉等で活用すべき旨**も明記。

5. 「下請」等用語の改正

「親事業者」→ 「委託事業者」、 「下請事業者」→ 「中小受託事業者」 等

改正下請法（取適法）・振興法等に関する説明会

■ 地域における改正法説明会（47都道府県で開催）

- 概要：各都道府県で1回以上実施する事業者説明会
- 参加者：**発注側** **受注側** **自治体**
- 参加規模：累計約10,000人
- 形式：対面、一部オンライン併用
- スケジュール：8月～12月

東京開催の様子



申込はこちら

→https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/kaiseihou_setsumeikai.html

■ 業界向け改正法説明会

- 概要：事業所管省庁を通じて周知・開催する事業者説明会
- 参加者：**発注側** **受注側**
- 参加規模：累計約11,000人超
- 形式：調整中 ・スケジュール：9月～12月
- 対応省庁：経産省、厚労省、環境省、総務省、農水省、国交省、金融庁、国税庁

■ 支援機関・団体を通じた改正法説明会

- 概要：支援機関を通じて周知・開催する事業者説明会
- 参加者：**発注側** **受注側**
- 形式：調整中 ・スケジュール：9月～12月

<説明会開催予定>

- ◆ 商工会議所：地域ブロック別で開催（10回）
- ◆ 商工会：全国オンライン開催（3回）
- ◆ 中央会：全国オンライン開催（2回）
- ◆ 下請かけこみ寺：研修員向けに説明会開催（2回）

<団体等への周知協力>

- ◆ 全振連
- ◆ よろず支援拠点

■ 個別団体への改正法説明会

- 概要：個別の依頼に応じて開催する事業者説明会
- 参加者：**発注側** **受注側**
- 形式：対面／オンライン
- スケジュール：依頼に応じ適宜

【実績】

経団連、自動車総連、横浜商工会議所、経営法友会、JISA、あいち銀行、日本繊維産業連盟、連合石川、公正取引協会 等

■ 適正取引講習会（下請法講習会/e-ラーニング）

- 概要：下請法の基礎知識や改正法に関する講習会
- 参加者：**発注側** **受注側**
- 参加規模：累計約60,000人
- e-ラーニング登録者数：累計約50,000人
- 形式：オンライン
- スケジュール：週1・2回開催

申込はこちら

→<https://tekitorisupport.go.jp/shitauke/>



■ 価格交渉講習会（47都道府県で開催）

- 概要：価格交渉・価格転嫁に関する基礎的な説明会
- 参加者：**発注側** **受注側**
- 参加規模：累計約5000人
- 形式：対面／オンライン（10月～）
- スケジュール：6月下旬～1月中

申込はこちら

→<https://tekitorisupport.go.jp/kakakukoushou/>



各業界団体による自主行動計画の策定

取引適正化に向けた自主行動計画 策定団体 31業種84団体（令和7年8月時点）

自動車（日本自動車工業会／日本自動車部品工業会）、
素形材（日本金型工業会／日本金属熱処理工業会／日本金属プレス工業協会／日本ダイカスト協会／日本鍛造協会／日本鋳造協会／日本鋳鍛鋼会／日本粉末冶金工業会／日本鍛圧機械工業会／日本工業炉協会／日本バルブ工業会）、
機械製造業（日本建設機械工業会／日本産業機械工業会／日本工作機械工業会／日本半導体製造装置協会／日本ロボット工業会／日本分析機器工業会／日本計量機器工業連合会／日本鉄道車輛工業会）、
航空宇宙（日本航空宇宙工業会）、
繊維（日本繊維産業連盟）、
紙・紙加工（日本製紙連合会／全国段ボール工業組合連合会）、
電機・情報通信機器（電子情報技術産業協会／日本電機工業会／カメラ映像機器工業会／情報通信ネットワーク産業協会／ビジネス機械・情報システム産業協会）、
情報サービス・ソフトウェア（情報サービス産業協会）、
流通（日本スーパーマーケット協会／全国スーパーマーケット協会／日本フランチャイズチェーン協会／日本チェーンドラッグストア協会／日本ボランティアチェーン協会／日本DIY・ホームセンター協会）、
家具・建材・住宅設備（日本建材・住宅設備産業協会／アジア家具フォーラム／日本オフィス家具協会／日本家具産業振興会／全日本ベッド工業会／日本ガス石油機器工業会）、
金属（日本電線工業会／日本鉄鋼連盟／日本アルミニウム協会／日本伸銅協会）、
防衛（日本防衛装備工業会）、
警備（全国警備業協会）、

化学（日本化学工業協会／塩ビ工業・環境協会／化成品工業協会／石油化学工業協会／日本ゴム工業会／日本プラスチック工業連盟）、
通信（電気通信事業者協会）、
放送コンテンツ（放送コンテンツ適正取引推進協議会）、
トラック運送（全日本トラック協会）、
建設（日本建設業連合会）、
金融（全国銀行協会）、
商社（日本貿易会）、
印刷（日本印刷産業連合会）、
造船（日本造船工業会／日本中小型造船工業会）、
住宅（住宅生産団体連合会）、
広告（日本広告業協会）、
電力（送配電網協議会）、
食品製造業（食品産業センター／酒類業中央団体連絡協議会）、
食品卸売業（日本加工食品卸売協会／日本外食品流通協会／日本給食品連合会／全国給食事業協同組合連合会／全国青果卸売市場協会／全国魚卸売市場連合会）、
飲食業（日本フードサービス協会）、
不動産管理業（マンション管理業協会／日本賃貸住宅管理協会）、
映画・アニメーション制作業（日本動画協会／日本映画製作者連盟／協同組合日本映画製作者協会／日本映像職能連合／日本映画制作適正化機構）、
その他のサービス業（全国ビルメンテナンス協会）

下請適正取引等推進のためのガイドライン

- 令和7年8月時点で、21業種が下請取引適正化等のためのガイドラインを策定済み。

業種	ガイドライン
素形材	素形材産業取引ガイドライン（素形材産業における適正取引等の推進のためのガイドライン）（令和6年6月改定）
自動車	自動車産業適正取引ガイドライン（令和6年5月改訂）
産業機械・航空機	産業機械・航空機等における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（令和6年3月改訂）
情報サービス・ソフトウェア	情報サービス・ソフトウェア産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（平成31年3月28日改訂）
繊維	繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（平成31年3月29日改訂）
電機・情報通信機器	情報通信機器産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（令和3年12月改訂）
広告業	広告業界における下請適正取引等推進のためのガイドライン（令和7年3月改定）
建設業	建設業法令遵守ガイドライン（第11版）-元請負人と下請負人の関係に係る留意点-（令和6年12月改訂）
建材・住宅設備	建材・住宅設備産業取引ガイドライン（建材・住宅設備産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン）（平成31年3月28日改訂）
トラック運送業	トラック運送業における下請・荷主適正取引推進ガイドライン（令和4年12月26日改訂） トラック運送業における燃料サーチャージ緊急ガイドライン（平成24年5月16日改訂）

業種	ガイドライン
放送コンテンツ	放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン（令和6年10月18日改訂）
金属産業	金属産業取引適正化ガイドライン（令和6年5月改定）
化学産業	化学産業適正取引ガイドライン（令和3年12月改訂）
紙・紙加工業	紙・紙加工産業取引ガイドライン（令和6年8月改訂）
印刷業	印刷業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（令和5年3月改訂）
アニメーション制作業	アニメーション制作業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（令和元年8月9日改訂）
食品製造業	食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～豆腐・油揚げ製造業～（令和4年3月改訂） 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～（令和4年3月改訂） 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（令和3年12月策定）
水産物・水産加工品	水産物・水産加工品の適正取引推進ガイドライン（令和3年11月24日）
養殖業	養殖業に係る適正取引推進ガイドライン（令和3年11月24日）
造船業	造船産業取引適正化ガイドライン（令和4年12月）
防衛産業	防衛産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（令和7年3月24日策定）

下請Gメンによるヒアリング等調査結果（2024年9月月間）

運送関係（好事例）

取引先からは、毎月価格協議に関する文書を受け取っており、交渉はいつでも可能な状況。取引先との交渉は取引先指定のテンプレートの各費用項目に金額を入力し、それを基に行う。自社側で各項目に入力する金額の精査に時間がかかり、具体的な交渉は年明けスタートとなった。最終的な交渉結果も大変満足のいく内容。【道路貨物運送－道路貨物運送】

毎年二回、定期的に価格交渉を行っており、取引先には好意的に値上げ交渉の話を受けてもらっている。2024年〇月、取引先から労務費指針に関する通知書が届き、価格交渉では労務費も含めた交渉を実施した。自社からエネルギー費、労務費、その他運送費等の状況を踏まえ、取引先へ〇%アップの値上げを提示し、両社友好的な対応で価格交渉した。今年度の2回目の交渉でもさらに〇%アップの値上げを提示し、取引先からは紳士的に検討され、両社協議を行った。【道路貨物運送－道路貨物運送】

受注の都度に見積書を作成し価格協議している。自社で資料提供した「距離制運賃表」を参考に、当該運賃表の〇割程度の価格を基準とすることで決定しており、当該金額は自社のコスト上昇分を十分満たす価格となった。都度の価格協議では、自社と取引先との成約希望価格に折り合いがつかない際には、取引先において最上位取引先と再協議が行われており、大半は自社の成約希望価格まで引き上げられて発注されている。【道路貨物運送－道路貨物運送】

半年に一回、取引先からコスト状況の聴取がある。次の半年間の運賃をどうしたいか聞かれるわけではない。取引先は各社が報告した内容を集約して半年ごとに運賃を連絡してくる。この制度は3年くらい前から始まった。これまで取引先から連絡してきた価格は、自社のコストアップ分を賄える内容になっている。【道路貨物運送－道路貨物運送】

基本的には自社からの申入れであるが、取引先担当者から「運賃が厳しい際には調整するのでいつでも言ってください。」との声掛けもあり助かっている。取引先担当者の決裁権がある為、早くて翌日から、遅くても1か月かからない内に価格反映される事も非常に助かっている。自社倉庫の立地条件が良く、取引先内の自社請負い比率が高い事もあり、自社優位に価格転嫁を進めることが出来ている。【道路貨物運送－道路貨物運送】

下請Gメンによるヒアリング等調査結果（2024年9月月間）

運送関係（注意を要する事例）

取引先とは約10年になる。大手小売業者の配送業務に関し取引先との間には「運賃表」がある。当該運賃の料率設定には大手小売業者が介入しているが、運賃交渉には不関与を決め込んでいる。労務費の上昇等を反映できない「料率」が根源であり、自社にとって当業務は赤字となっている。2024年〇月、取引先に対して、配送業務について平均〇%の値上げを申し入れたが、交渉は決裂した。【道路貨物運送－道路貨物運送】

2024年〇月に自社から交渉を申し入れ、取引先の支店長と自社の幹部が協議を行った。交渉では発注元が上げないので、まだ上げられないとの回答であり、10年以上据え置かれたままである。【道路貨物運送－道路貨物運送】

2024年〇月に取引先各社宛て、文書で具体的数字は入れずに価格改訂する旨の通知が出された。取引先にアップで見積書を提示したところ「少し待ってくれ」との返事があり2024年〇月に回答があった。回答は売上高構成の低いトラックを使用した運送便のみを価格改訂した契約書が送付されてきただけで、ゼロ回答のようなものであった。取引先は価格転嫁ができてるのに、下請には回ってこないとも噂されている。同業者の中には価格交渉に強気で臨んだところ「運送屋は他にもあるんだぞ」と威圧されたケースもあったとのことである。【道路貨物運送－道路貨物運送】

取引先から書面で価格改定を希望するか通知が来るようになった。直近では2024年〇月頃に自社から価格交渉を申し入れた。社内で分析した結果、国交省の「標準的な運賃」も踏まえて要請したところ「予算がないから」と値切られた。特に採算の低い配送先について交渉したところ「できないなら全部辞めていいよ」と言われた。価格転嫁が難しいのであれば、作業効率をあげる申し入れをしたが聞き入れてもらえず、交渉は威圧的であった。【道路貨物運送－道路貨物運送】

2024年〇月先方から値上げ通知を受けた。取引先の2024年問題に対する「やってる感」の姿勢と認識している。取引先への価格交渉は行えていない、転注を感じさせる反応が常態化しているからである。取引先担当は常日頃から値上げ話は聞いてくれるが、交渉をした場合は最終的にダンピングする競合他社との価格競争になるため、値上げが困難な状態が続いている。【道路貨物運送－道路貨物運送】