

パートナーシップ構築宣言に係る取組状況 及び今後の方向性について

令和7年2月21日

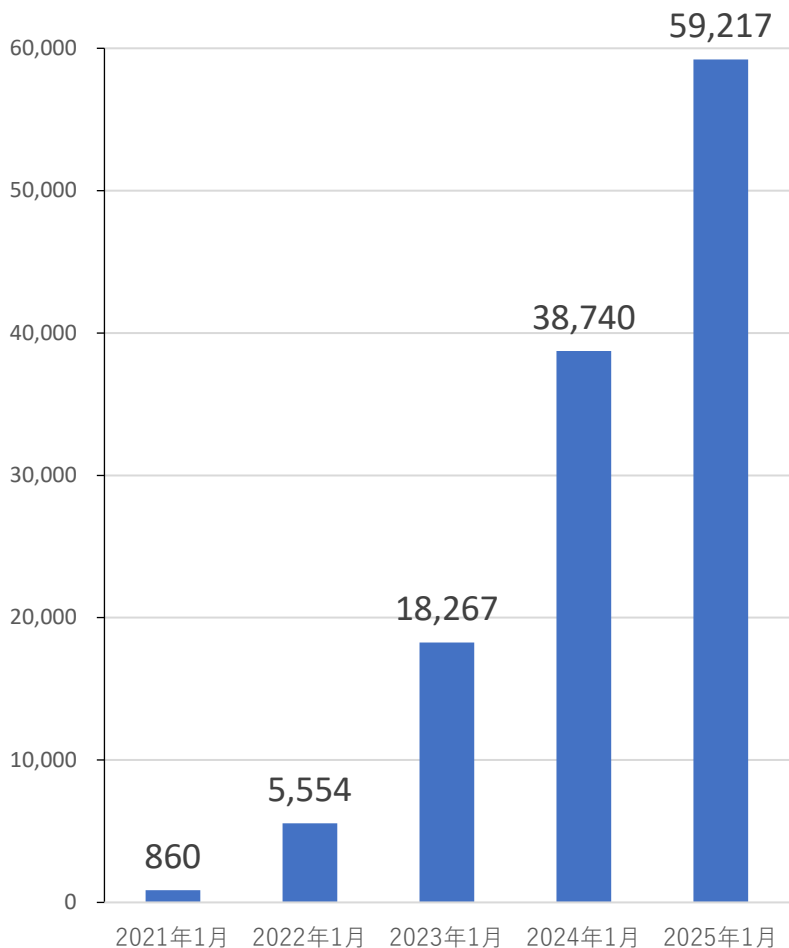
内閣府

中小企業庁

1. パートナーシップ構築宣言企業数の推移及び価格交渉・転嫁への対応状況

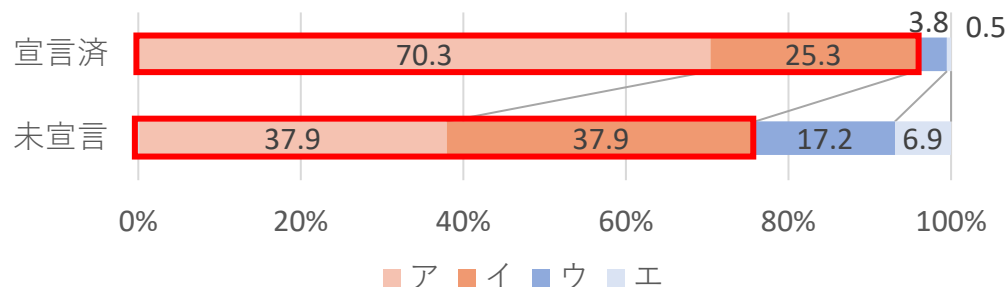
- パートナーシップ構築宣言企業数は、2023年1月末時点:1.8万社、2024年1月末時点:3.9万社、2025年1月末時点:5.9万社。直近の1年間では、2万社程度増加。
- パートナーシップ構築宣言企業は、未宣言企業と比較して、**価格交渉及び価格転嫁への対応が良好**。価格転嫁を更に進める観点から、今後とも、**宣言拡大に向けた取組を継続**していくことが重要。

宣言企業数の推移

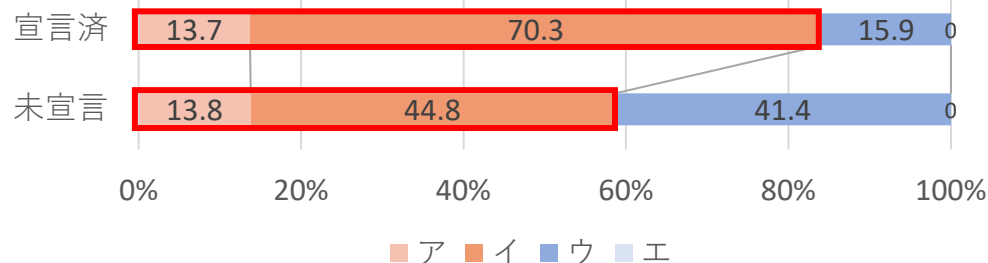


宣言企業及び未宣言企業における価格交渉・転嫁への対応状況

取引の相手方から見た価格交渉の状況



取引の相手方から見た価格転嫁の状況



※価格交渉促進月間（2024年9月）のフォローアップ調査において公表された「企業リスト」の211社について、PS宣言実施企業と未宣言企業に分けて、価格交渉及び価格転嫁への対応状況を比較したもの。「ア」～「エ」の評語は、当該調査において、受注側中小企業からの回答を10点満点で点数化し、発注側企業ごとに算出した平均値に応じて次のとおり4区分に分類・整理したもの。

ア：7点以上、イ：4点以上7点未満、ウ：0点以上4点未満、エ：0点未満

2. 昨年の取組とその実績を踏まえた今後の更なる取組

ねらい

前回会議以降の取組とその実績

今後の更なる取組

①

幅広い業種における宣言の拡大

業界団体の自主行動計画に宣言記載を働きかけ

57/67団体(2024年1月末)→77/79団体※(2025年1月末)

※ 未記載の2団体について、全国ビルメンテナンス協会は本年3月改定予定、日本貿易会は本年5月の総会において、積極的に宣言するよう働きかけを行う予定。

- 新たに自主行動計画を策定する団体に対し、宣言に関する記載を行うよう働きかけ
- 宣言に関し記載済の業界団体について、当該業界団体役員企業に対し、宣言を働きかけ

②

地域の中核的な企業による宣言の拡大

商工会議所の会頭・副会頭企業に対する宣言の働きかけ

会頭企業

20.4%(22年12月)→33.9%(23年12月)→42.1%(25年1月)

副会頭企業

14.8%(22年12月)→26.5%(23年12月)→32.8%(25年1月)

※商工会議所会頭・副会頭企業の約9割は中小企業
商工会議所地区の6割強が人口10万人以下の地方都市

- 未宣言の会頭・副会頭企業等に対し、日商会議等における協力要請に加え、各地の商工会議所と連携して個別に宣言への理解と協力を呼びかけるなど、一層の働きかけを推進
- サプライチェーンにおいて、発注者の立場にも立つ中堅・中小企業に対し、商工会議所の経営支援等を通じ、宣言の意義の周知と宣言への協力を働きかけ

③

制度の認知の向上及び宣言企業を含めた制度の周知

全国的な広報の実施

新聞広告掲載(24年3月初頭, 5月末)※1

政府広報ラジオCM放送(24年6月中下旬)※2

2024年の前月比宣言企業増加数は平均1.8千社。広報を実施した前後約1か月の増加数は、平均値より多い。

3月：3.4千社 6月：2.2千社 7月：3.4千社

- 引き続き、広報を実施(2025年3月以降、政府広報を活用し実施予定)
- より効果的な広報の方法を検討するため、宣言登録時に、宣言の契機について、アンケート調査を通じて把握する仕組みを整備(ポータルサイトのシステム改修が完了次第実施)

※1 日経新聞を始め、ブロック紙、地方紙において実施

※2 TOKYO FMをキー局として全38局ネットで放送

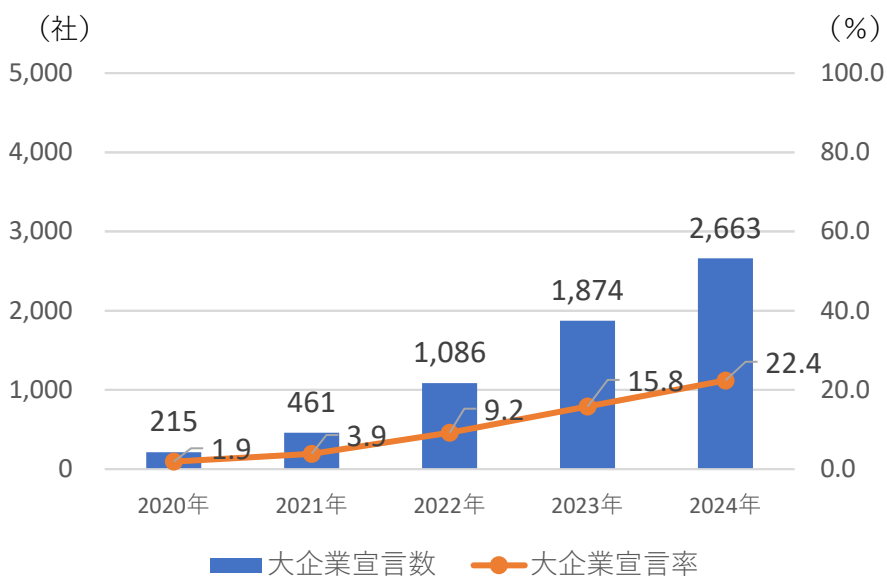
3. 現状における課題を踏まえた今後の新たな取組

①大企業の宣言拡大に向けた取組の強化

【現状・課題】多くの取引先を抱える大企業の宣言は、過去5年間で増加してきているものの、その比率は大企業全体の22%程度にとどまっており、**更なる宣言を促していく**必要。

【参考】

大企業における宣言数と宣言率の推移



※ 大企業の宣言率は、「令和3年経済センサス-活動調査」(5年ごとに実施)を参考に、資本金3億円超の企業数である11,893社を分母に使用。

【今後の取組】

(宣言の働きかけ)

- 自主行動計画制定・改訂済の業界団体について、当該団体の役員企業に対する宣言の働きかけ(2024年度中に実施・来年度フォローアップ)

(補助金等のインセンティブ拡充)

- 関係省庁に対し、宣言企業を優遇する補助金・税制措置の拡充を働きかけ(2024年度中に取りまとめ・公表。随時拡充に向けた検討を継続)
- 宣言のポータルサイト((公財)全国中小企業振興機関協会が運営)上において、優遇措置を分かりやすく周知(2025年6月を目途。その後、拡充する優遇措置については随時更新)

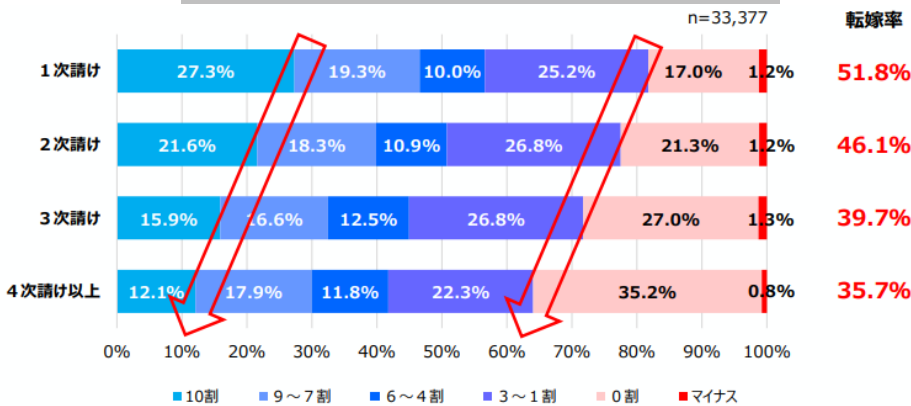
3. 現状における課題を踏まえた今の取組方針②

②重層的なサプライチェーンにおける深い取引階層への取組の強化

【現状・課題】 取引階層が深くなるにつれて、価格転嫁率が低下する傾向。**2次以降の下請も視野に入れた対応**が必要。

【参考】

受注側企業の取引段階と価格転嫁率



(出典) 価格交渉促進月間 (2024年9月) フォローアップ調査結果 (2024年11月29日、中小企業庁)

【今後の取組】

- 以下の要素を宣言するよう、宣言のひな形を改正 (2025年6月頃を目途)
 - 発注者たる宣言企業が、受注者等に対し、宣言の普及を行うこととし、その旨を表明すること
 - サプライチェーンの頂点企業が、直接の取引先の更に先に存在する取引先までの価格転嫁を見据えた価格決定を行うこととし、その旨を表明すること

③宣言の実効性の確保・向上

【現状・課題】 **一部の宣言企業は、下請法への抵触による勧告**を受けている。
他方、一部の宣言企業においては、人材育成・マッチング、GXの支援等の優良事例がみられる。

【参考】

下請法違反により宣言取りやめを行った企業例 (2024年)

コストコホールセールジャパン (株)	日産自動車 (株)
(株) KADOKAWA	電気興業 (株)

【今後の取組】

- 宣言公表要領において、宣言公表の取りやめ要件を明確化 (本会議において改正し、2025年2月28日施行。資料2-2)
- 宣言取組状況調査 (2025年秋頃) 及び企業へのフィードバック (2025年末~2026年初)
- 宣言企業の優良な取組事例に対する表彰 (2025年末~2026年初)