

Ⅱ 価格転嫁の気運醸成キャンペーン

価格転嫁の気運醸成キャンペーン

資料 5

目的

- 9月、3月の「価格交渉促進月間」に合わせ、**適正な価格転嫁の気運を高めるキャンペーン**を実施
- 価格転嫁の円滑化に関する**協定を締結**し、連携して取り組むとともに、それぞれの役割に応じて社会実装を図る
- 価格転嫁の円滑化を図ることで、**サプライチェーン全体での共存共栄**や**中小企業の稼げる力の向上**、更には成長と分配の好循環を生み出すべく、**中小企業における賃上げ**を目指す

(協定の目的)

第1条 本協定は、成長と分配の好循環を生み出すべく、中小企業における賃上げを実現するため、(略)相互に連携及び協力を行い、労務費、原材料費、エネルギーコスト等の上昇分を適切に価格転嫁することについての気運を醸成することにより、サプライチェーン全体での共存共栄、付加価値の向上を図り、もって県内中小企業、小規模事業者の稼げる力を高めることを目的とする。

協定のメンバー

埼玉県、国（関東財務局、関東経済産業局、埼玉労働局）

経済6団体（商工会議所連合会、商工会連合会、中小企業団体中央会、経営者協会、中小企業家同友会、経済同友会）

金（埼玉県銀行協会）、労（日本労働組合総連合会埼玉県連合会）

価格転嫁の円滑化について、産、官、金、労で協定を締結するのは全国初の取組！

協定に基づく具体的な取組

I パートナーシップ構築宣言を後押しする取組

- ① 県 : 県は宣言企業に対し、県制度融資の適用拡大などのインセンティブを付与
今後、県の補助金審査への加点措置や入札制度での優遇措置等、更なるインセンティブの拡充を検討
- ② 国 : 国補助金への加点措置にかかる検討状況を共有

II 指導・取締りの強化と相談体制の拡充

- ① 県 ② 国 : 価格転嫁の課題を調査し、ボトルネックへのアプローチを強化
例えば、大企業の調達部門等に働き掛けるなど、パートナーシップ構築宣言の実効性を強化
- ③ 全員 : 下請Gメンの制度周知等により、事業者が相談しやすい体制を拡充

III 情報収集と支援情報の周知徹底

- ① 県 ② 国 : 企業へのヒアリング等を実施し、参考になる好事例や現場における課題などの情報を収集
主要な原材料価格の推移など、中小企業が価格交渉をする際に役立つ資料を作成
こうした中小企業にとって参考になる情報を国と県が連携して整理・パッケージ化
分かりやすいチラシ等を作成し、メルマガやSNSなどで企業にプッシュ型で周知
- ③ 全員 : 企業訪問や相談を通じた企業への情報提供とパートナーシップ構築宣言の働き掛け

Step1

Step2

Step3