

令和7年度 價格転嫁・パートナーシップ構築宣言に係る実態調査アンケート

静岡県経済産業部商工業局商工振興課

令和8年1月

項目	内容	頁
I 調査の概要	調査目的、調査対象の範囲、調査時期、調査方法	2
II 回答企業の概要	業種別内訳、地域別内訳、規模別内訳	3
III 調査結果	1 価格転嫁について (1) エネルギー・原材料の価格高騰の影響 (2) 人件費の高騰の影響 (3) 米国関税の影響 (4) 価格交渉の実施状況 (5) 価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等 (6) 特に相談はしていない場合の理由 (7) 価格交渉していない理由 (8) コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合 (9) 価格転嫁が十分にできない理由 (10) コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策 (11) 価格転嫁により実現した（予定を含む）成果 (12) 取引先との価格交渉の頻度 (13) 取引先からの価格転嫁の要請状況 (14) 価格転嫁に応じる判断基準 2 パートナーシップ構築宣言について (1) パートナーシップ構築宣言の登録状況 (2) パートナーシップ構築宣言登録の影響 (3) パートナーシップ構築宣言登録のプラスの影響の内容 (4) パートナーシップ構築宣言登録のマイナスの影響の内容 (5) 補助金の加点措置の認知状況 (6) パートナーシップ構築宣言登録の取引先への周知方法 (7) パートナーシップ構築宣言登録の社内への周知方法 (8) パートナーシップ構築宣言の宣言内容の見直し 3 取引適正化について (1) 「下請法」改正の認知状況 (2) 下請取引に関するルール・関係法令等の社内教育 (3) 「労務費指針」の認知状況 (4) 労務費指針の取組状況 (5) 「振興基準」の認知状況 (6) 振興基準の取組状況 4 行政に期待する取組や支援 (1) パートナーシップ構築宣言の普及に向けた行政の取組 (2) 適切な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援	4 4 4 4 4 4 4 5 5 5 5 6 7 7 8 8 8 9 10 10 10 11 11 11 11 11 11 12 12 13 13 13 13 14 14 14 14 15 15 15
IV 調査項目		16

I 調査の概要

1 調査目的

物価高騰の長期化や賃上げへの対応が求められている中、適切な価格転嫁を行うことは、より一層重要になってきている。本県では、令和7年9月に「パートナーシップ構築宣言の普及・促進と実効性向上に向けた共同宣言」を拡充し、産官労金15団体が連携して、機運醸成や取引適正化などに取り組んでいるところである。

今般、実態調査アンケートを実施し、県内企業の皆様の現状を改めて把握することとした。調査結果は、今後の取組を一層進めるための参考とする。

2 調査対象の範囲

本所所在地を静岡県内に持つ企業 4,000 社

有効回答企業：468 社（回答率 11.7%）

※質問によって回答企業数が異なるため、n =回答企業数とする。

※単位未満四捨五入のため、合計は必ずしも一致しない。

3 調査時期

令和7年11月1日（土）～11月30日（日）

4 調査方法

調査協力を依頼する案内文を郵送し、電子申請サービスにより無記名回答を求めた。

II 回答企業の概要

1 業種別内訳

区分	回答企業数(社)	構成比 (%)
①製造業	98	20.9
②非製造業	370	79.1
農林水産業	6	1.3
建設業	69	14.7
情報通信業	5	1.1
運輸業	13	2.8
卸売業、小売業	125	26.7
宿泊業、飲食サービス業	45	9.6
その他（上記分類にないもの）	107	22.9
合計	468	100.0

2 地域別内訳

地域	伊豆	東部	中部	西部
	35 社 (7.5%)	118 社 (25.2%)	162 社 (34.6%)	153 社 (32.7%)

3 規模別内訳

(1) 資本金等別内訳

資本金等	1千万円以下	1千万円超～ 5千万円以下	5千万円超～ 1億円以下	1億円超～ 3億円以下	3億円超
	243 社 (51.9%)	154 社 (32.9%)	44 社 (9.4%)	11 社 (2.4%)	16 社 (3.4%)

(2) 従業員数別内訳

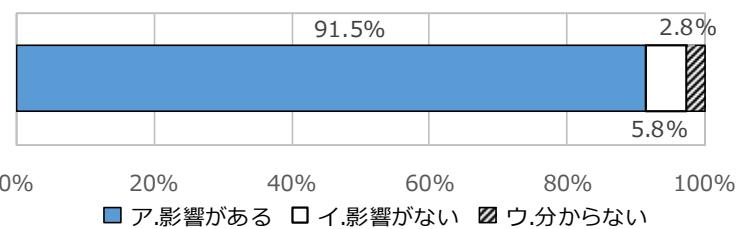
従業員数	5人以下	6人以上～ 20人以下	21人以上～ 50人以下	51人以上～ 100人以下	101人以上～ 300人以下	301人以上～ 2,000人以下	2,001人以上
	146 社 (31.2%)	97 社 (20.7%)	89 社 (19.0%)	49 社 (10.5%)	54 社 (11.5%)	28 社 (6.0%)	5 社 (1.1%)

III 調査結果

1 価格転嫁について

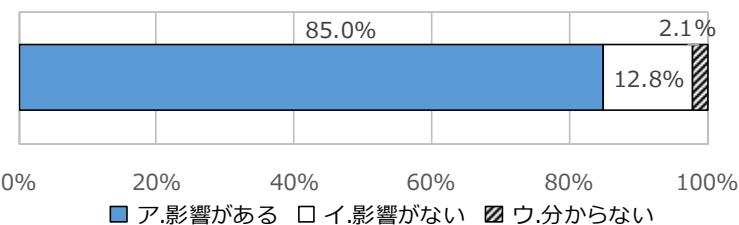
(1) エネルギー・原材料の価格高騰の影響 (n = 468)

- 「影響がある」は 91.5%、「影響がない」は 5.8%となっている。



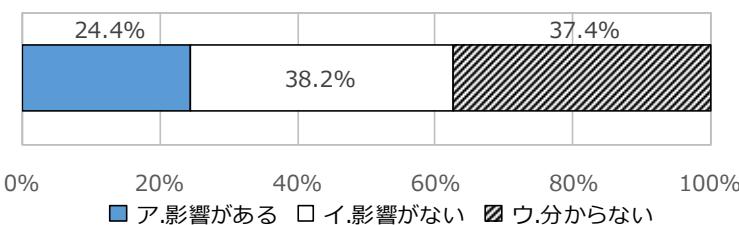
(2) 人件費の高騰の影響 (n = 468)

- 「影響がある」は 85.0%、「影響がない」は 12.8%となっている。



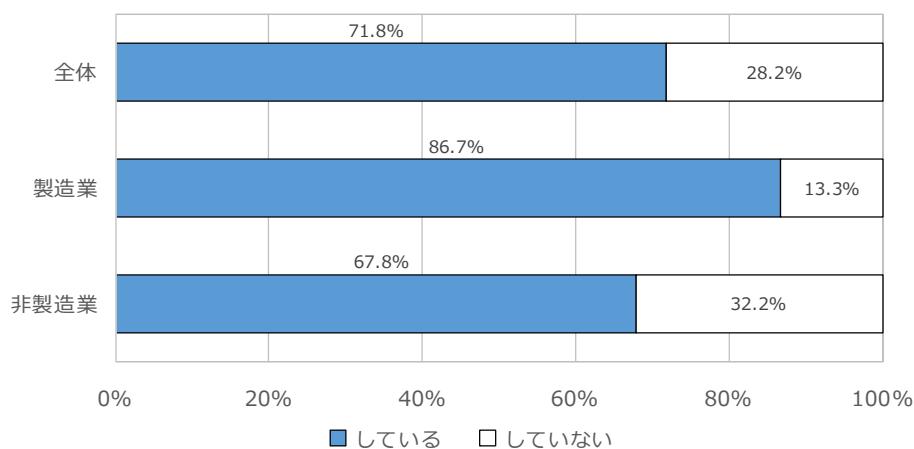
(3) 米国関税の影響 (n = 468)

- 「影響がある」は 24.4%、「影響がない」は 38.2%となっている。



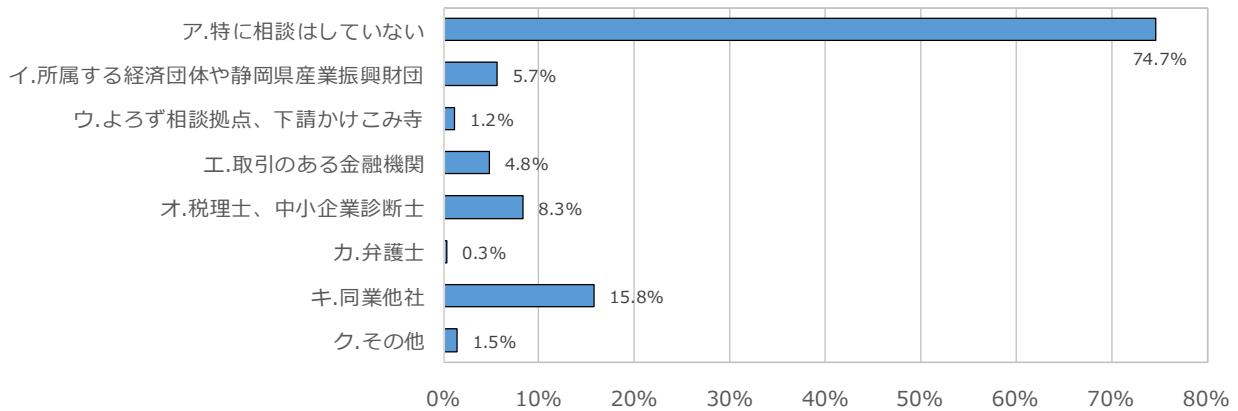
(4) 価格交渉の実施状況 (n = 468)

- 全体では、「している」が 71.8%である一方、「していない」は 28.2%となっている。
- 業種別では、製造業は「している」が 86.7%、「していない」が 13.3%、非製造業は「している」が 67.8%、「していない」が 32.2%となっている。



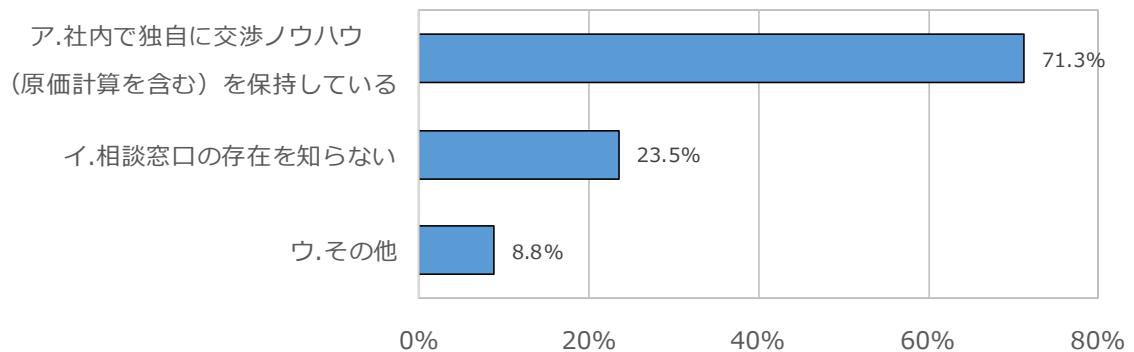
(5) 價格交渉をするにあたり相談した社外の機関等 (n = 336) 【複数回答】

- ・「特に相談はしていない」が 74.7%と最も多くなっている。次いで「同業他社」が 15.8%、「税理士、中小企業診断士」が 8.3%となっている。



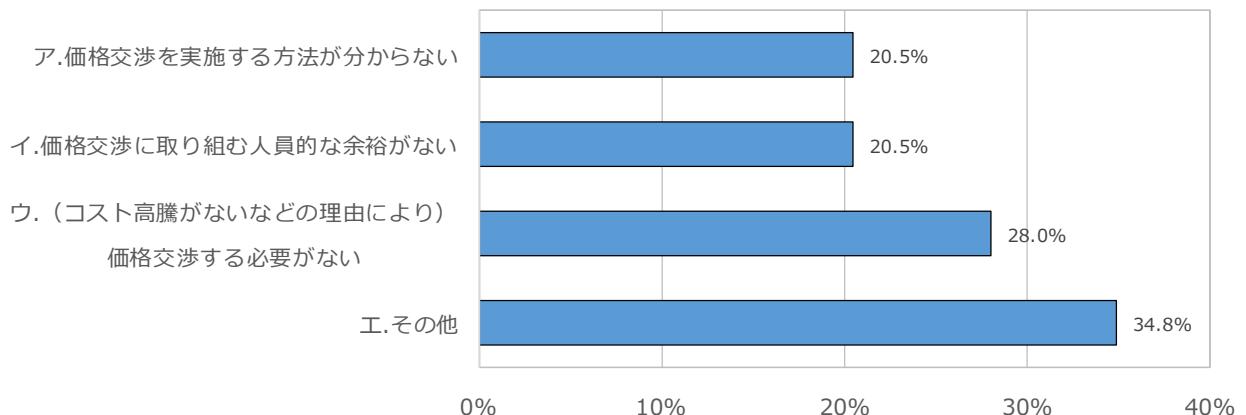
(6) 特に相談はしていない場合の理由 (n = 251) 【複数回答】

- ・「社内で独自に交渉ノウハウを保持している」が 71.3%と最も多くなっている。次いで「相談窓口の存在を知らない」が 23.5%となっている。



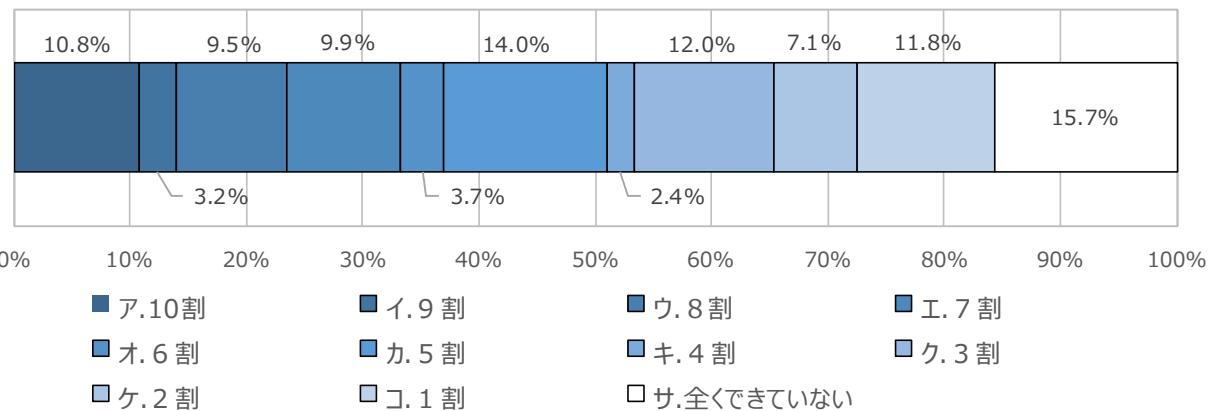
(7) 價格交渉していない理由 (n = 132) 【複数回答】

- ・「(コスト高騰がないなどの理由により) 價格交渉する必要がない」が 28.0%、「価格交渉を実施する方法が分からない」「価格交渉に取り組む人員的な余裕がない」がいずれも 20.5%となっている。「その他」は 34.8%と最も多く、「都度相見積のため、価格交渉の必要がない」など個別の事情によるもの。

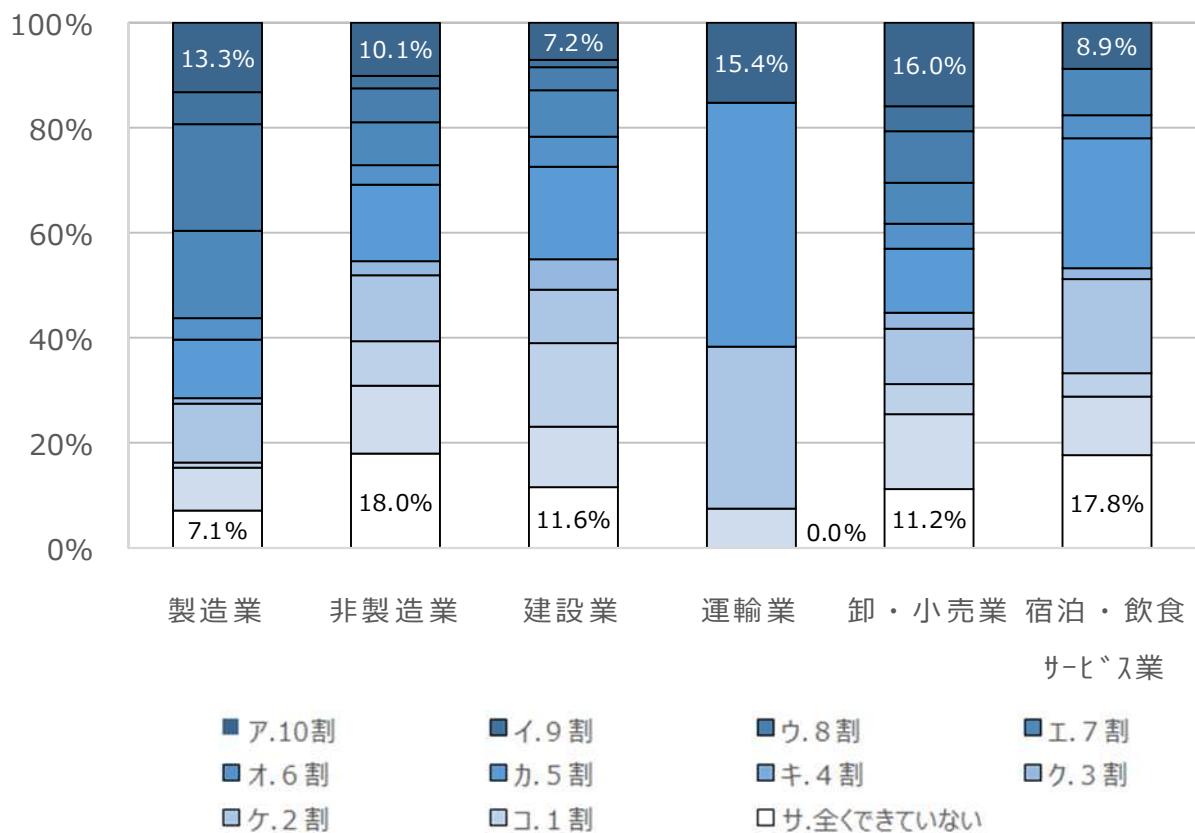


(8) コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合 (n=465) (医療・福祉を除く)

- ・「1割」以上の価格転嫁ができた企業の割合が 84.3%である一方、「全くできていない」企業は 15.7%となっている。7割以上の価格転嫁ができた企業の割合は 33.4%となっている。
(加重平均による価格転嫁率は 45.8%)

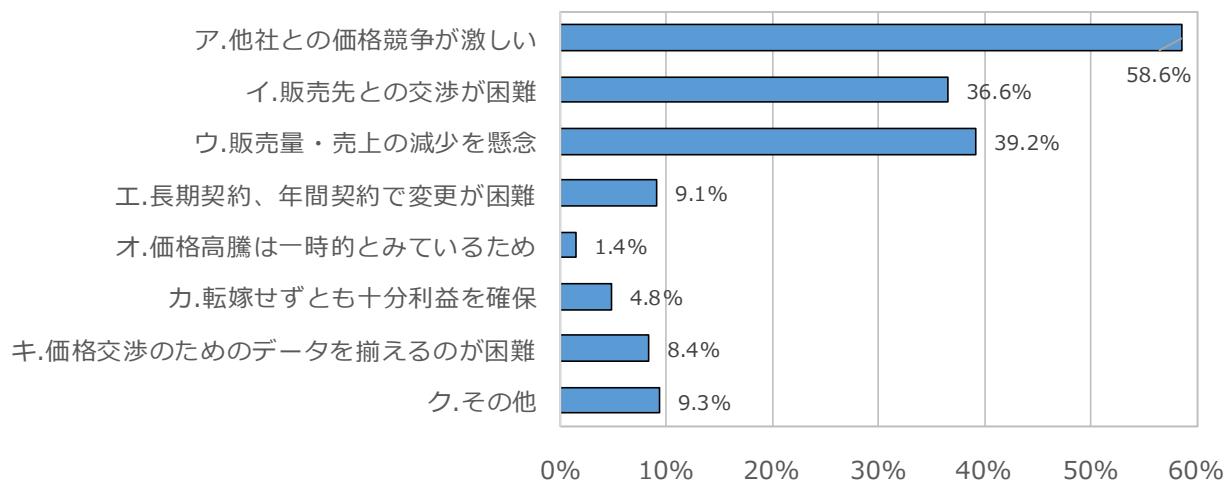


- ・業種別では、製造業は 92.9%が一部価格転嫁できているものの、7.1%は全くできていない。
(加重平均による価格転嫁率は 59.4%)
- 非製造業は 82.0%が一部価格転嫁できているものの、18.0%は全くできていない。(加重平均による価格転嫁率は 40.5%)



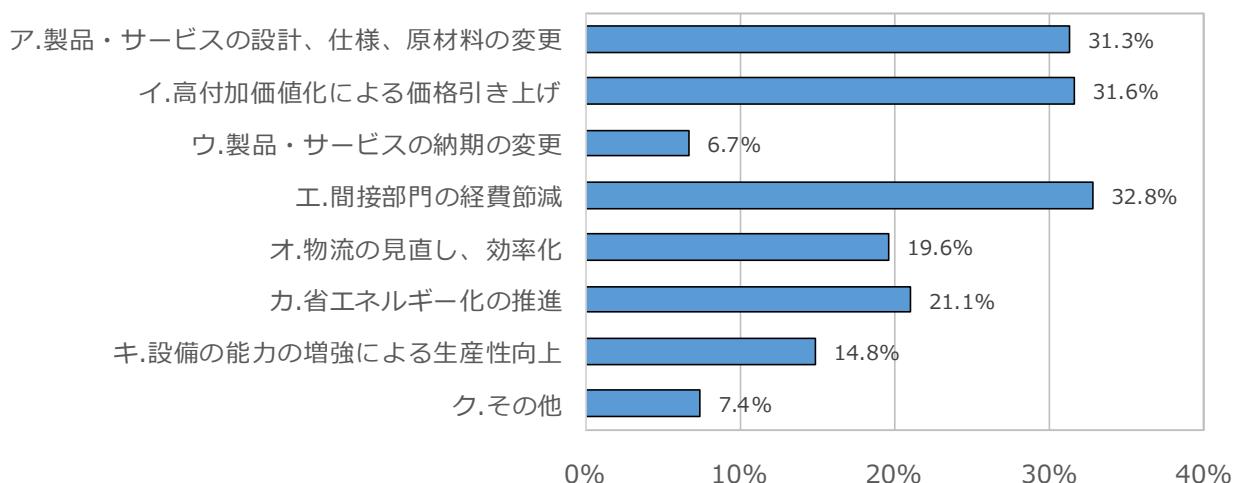
(9) 價格転嫁が十分にできない理由 (n = 418) 【複数回答】

- ・「他社との価格競争が激しい」が 58.6%で最も多くなっている。次いで「販売量・売上の減少を懸念」が 39.2%、「販売先との交渉が困難」が 36.6%と多くなっている。



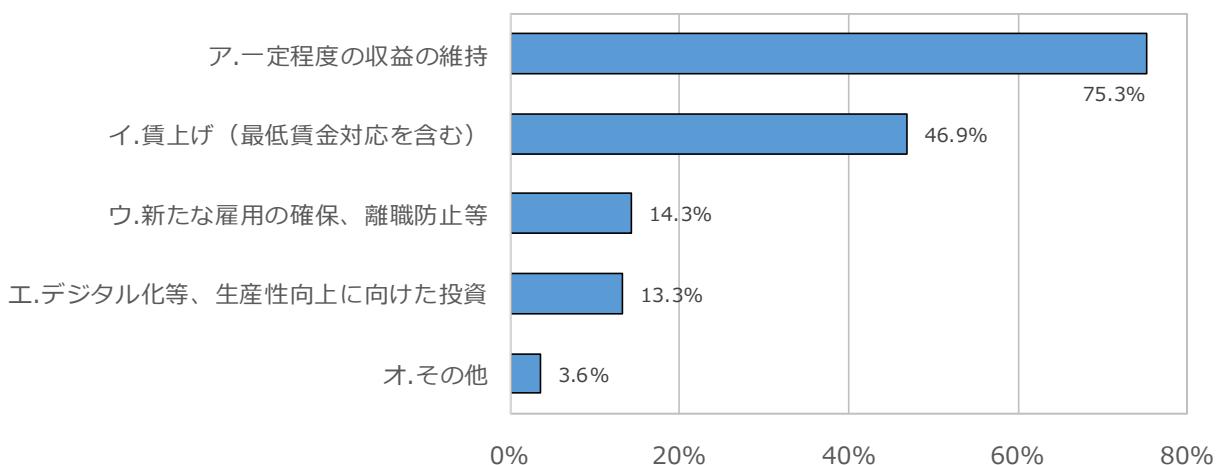
(10) コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策 (n = 418) 【複数回答】

- ・「間接部門の経費節減」が 32.8%と最も多く、次いで「高付加価値化による価格引き上げ」が 31.6%、「製品・サービスの設計、仕様、原材料の変更」が 31.3%となっている。



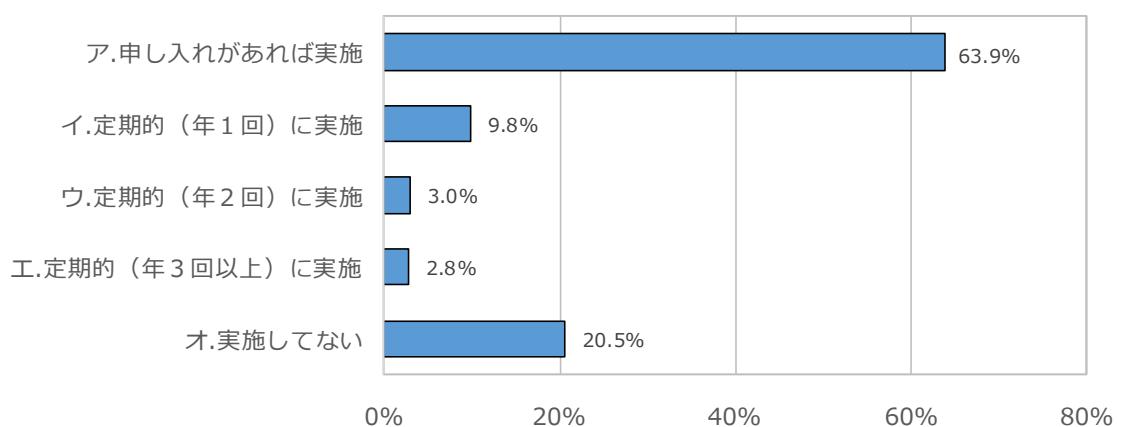
(11) 價格転嫁により実現した（予定を含む）成果（n=392）【複数回答】

- 「一定程度の収益の維持」が75.3%と最も多く、次いで「賃上げ（最低賃金対応を含む）」が46.9%となっている。



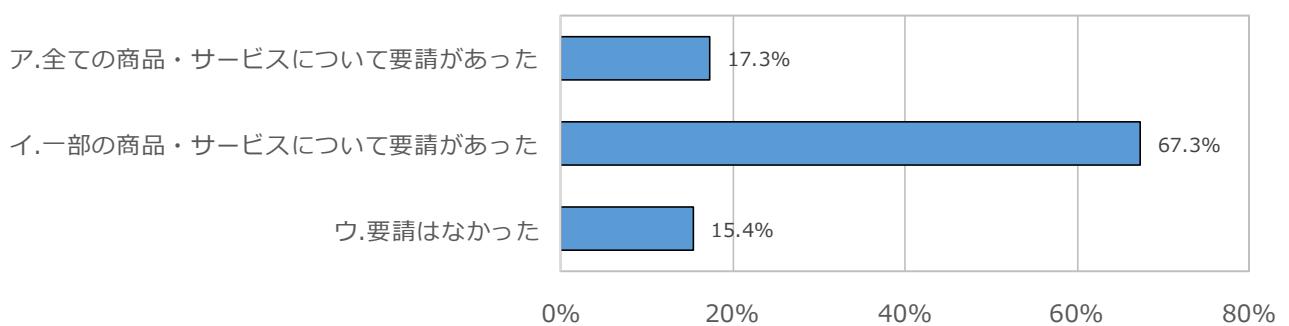
(12) 取引先との価格交渉の頻度（n=468）

- 「申し入れがあれば実施」が63.9%と最も多くなっている。定期的に価格協議の機会を設けている企業は15.6%となっている。



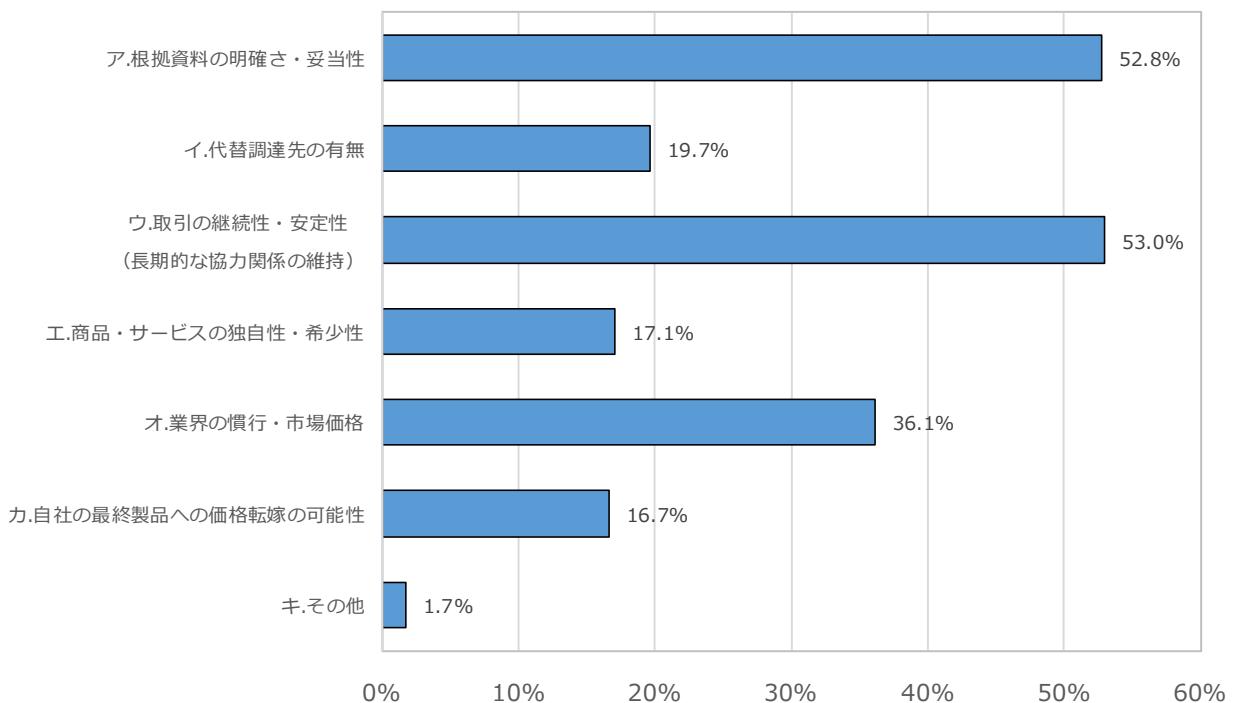
(13) 取引先からの価格転嫁の要請状況（n=468）

- 全て又は一部の商品・サービスについて要請があったのは84.6%を占め、「要請はなかった」が15.4%となっている。



(14) 価格転嫁に応じる判断基準（n = 468）【複数回答】

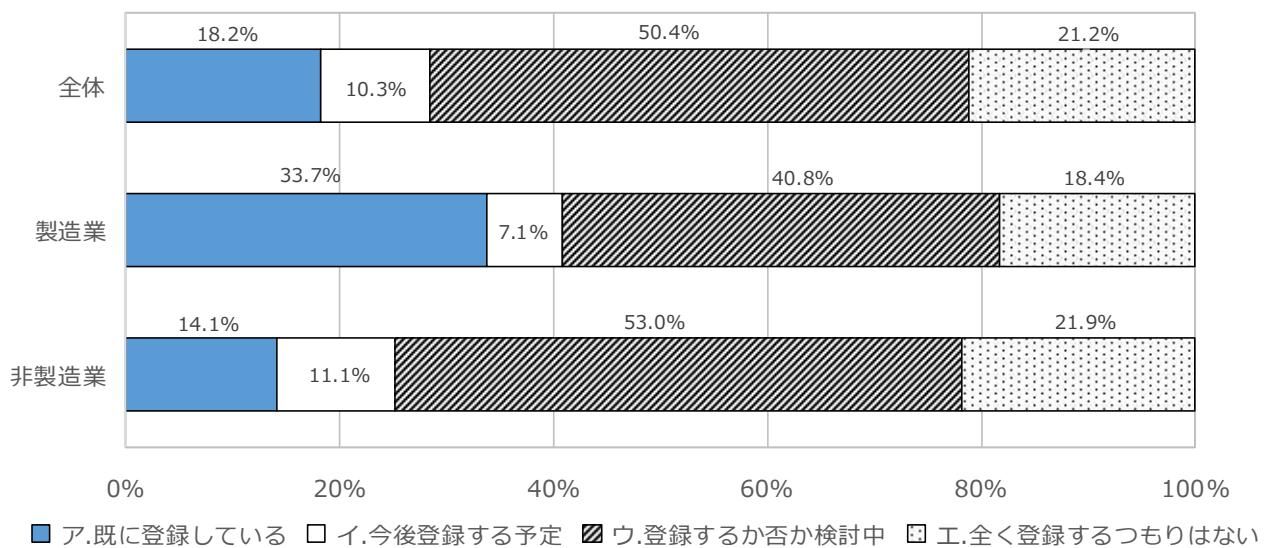
- ・「取引の継続性・安定性（長期的な協力関係の維持）」の 53.0%と「根拠資料の明確さ・妥当性」の 52.8%が多く、次いで「業界の慣行・市場価格」の 36.1%、「代替調達先の有無」の 19.7%となっている。



2 パートナーシップ構築宣言について

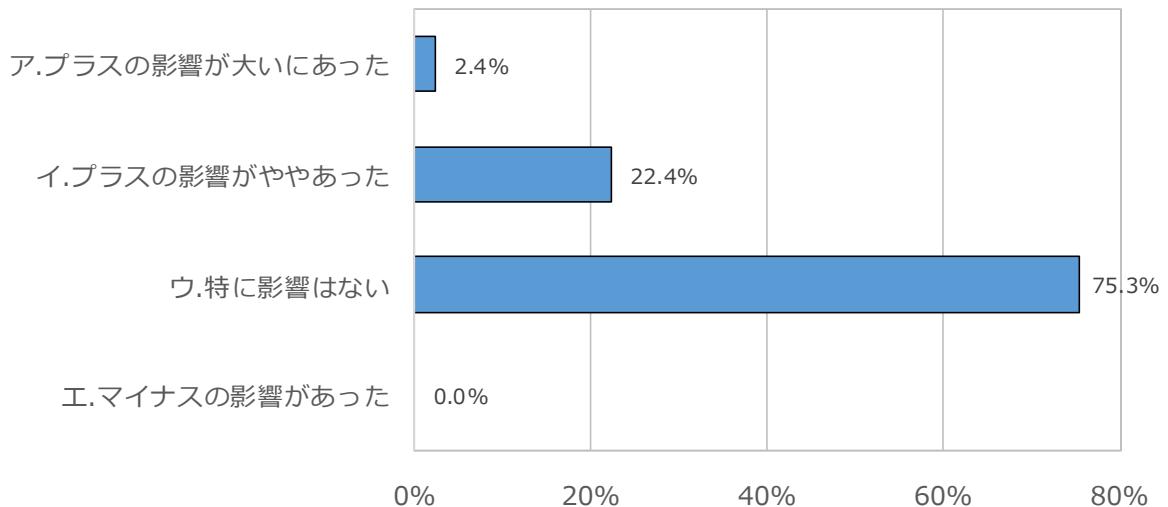
(1) パートナーシップ構築宣言の登録状況 (n = 468)

- ・全体では「既に登録している」、「今後登録する予定」が 28.5%である一方、「登録するか否か検討中」は 50.4%となっている。また、「全く登録するつもりはない」も 21.2%ある。
- ・業種別では、製造業は「既に登録している」、「今後登録する予定」が 40.8%、「登録するか否か検討中」も 40.8%となっている。非製造業は「既に登録している」、「今後登録する予定」が 25.2%、「登録するか否か検討中」が 53.0%となっている。



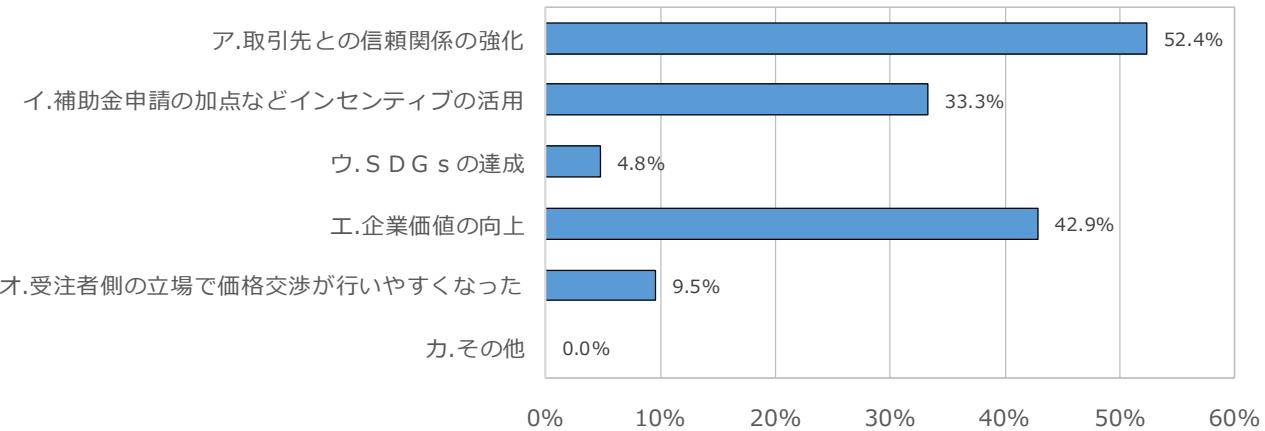
(2) パートナーシップ構築宣言登録の影響 (n = 85)

- ・「特に影響はない」が 75.3%と最も多い。「マイナスの影響があった」はなく、「プラスの影響が大きいにあった」「プラスの影響がややあった」の合計は 24.8%となっている。



(3) パートナーシップ構築宣言登録のプラスの影響の内容 (n = 21) 【複数回答】

- ・「取引先との信頼関係の強化」が 52.4%と最も多く、次いで、「企業価値の向上」が 42.9%、「補助金申請の加点などインセンティブの活用」が 33.3%となっている。

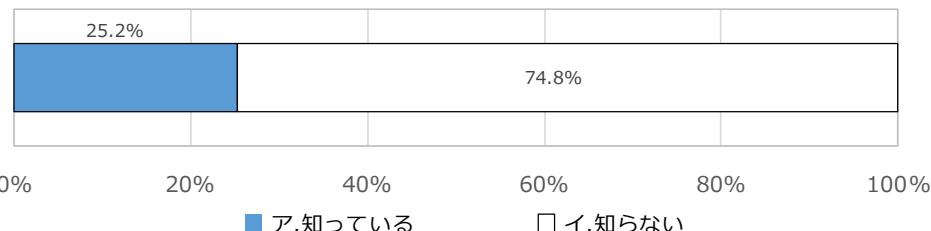


(4) パートナーシップ構築宣言登録のマイナスの影響の内容 (n=0) 【複数回答】

～なし～

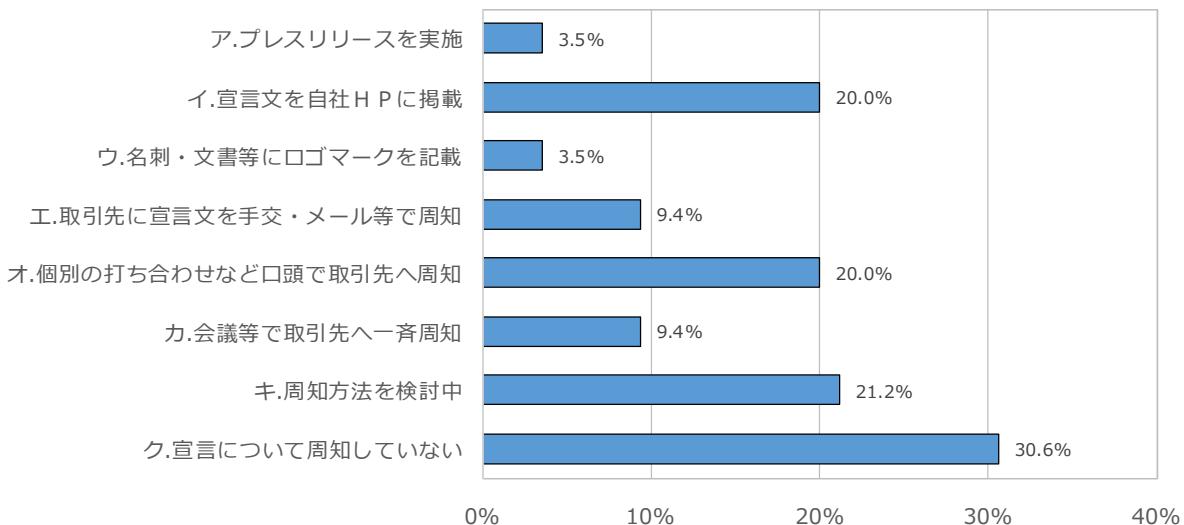
(5) 補助金の加点措置の認知状況 (n = 468)

- ・「知っている」が 25.2%で、「知らない」が 74.8%となっている。



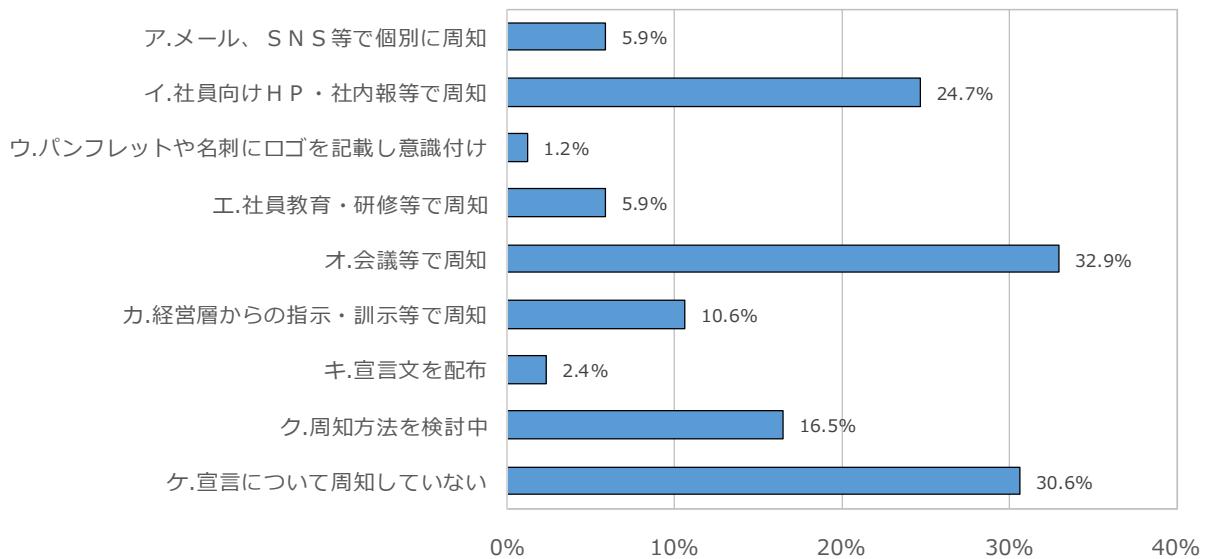
(6) パートナーシップ構築宣言登録の取引先への周知方法 (n = 85) 【複数回答】

- ・「宣言文を自社HPに掲載」及び「個別の打ち合わせなど口頭で取引先へ周知」がそれぞれ 20.0%あるものの、「宣言について周知していない」が 30.6%、「周知方法を検討中」が 21.2%となっている。



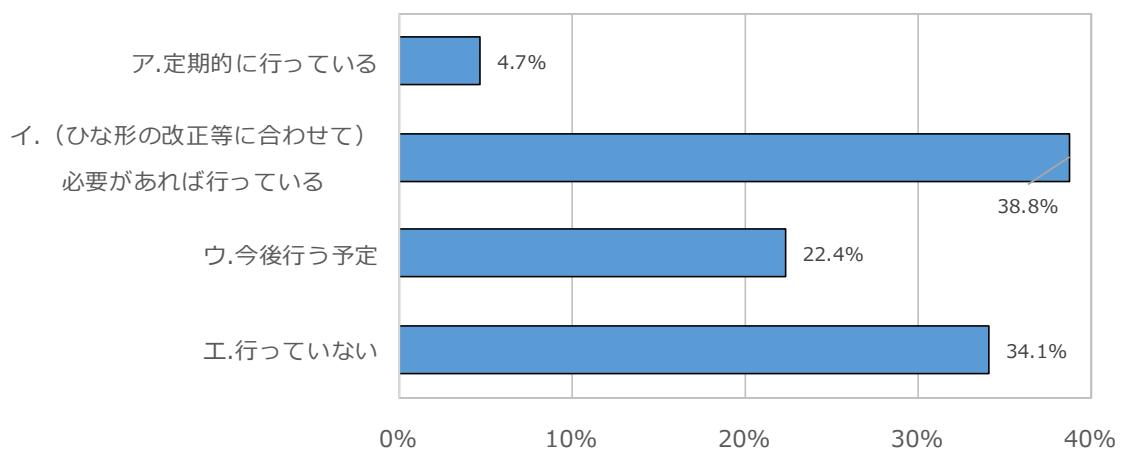
(7) パートナーシップ構築宣言登録の社内への周知方法 (n = 85) 【複数回答】

- ・「会議等で周知」が 32.9%、「社員向けHP・社内報等で周知」が 24.7%あるものの、「宣言について周知していない」が 30.6%、「周知方法を検討中」が 16.5%となっている。



(8) パートナーシップ構築宣言の宣言内容の見直し (n = 85)

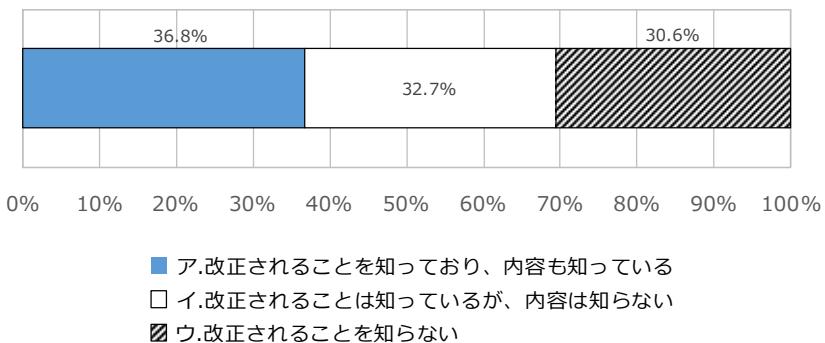
- ・「(ひな形の改正等に合わせて) 必要があれば行っている」が 38.8%である一方、「行っていない」が 34.1%、「今後行う予定」が 22.4%となっている。また、「定期的に行っている」は 4.7%となっている。



3 取引適正化について

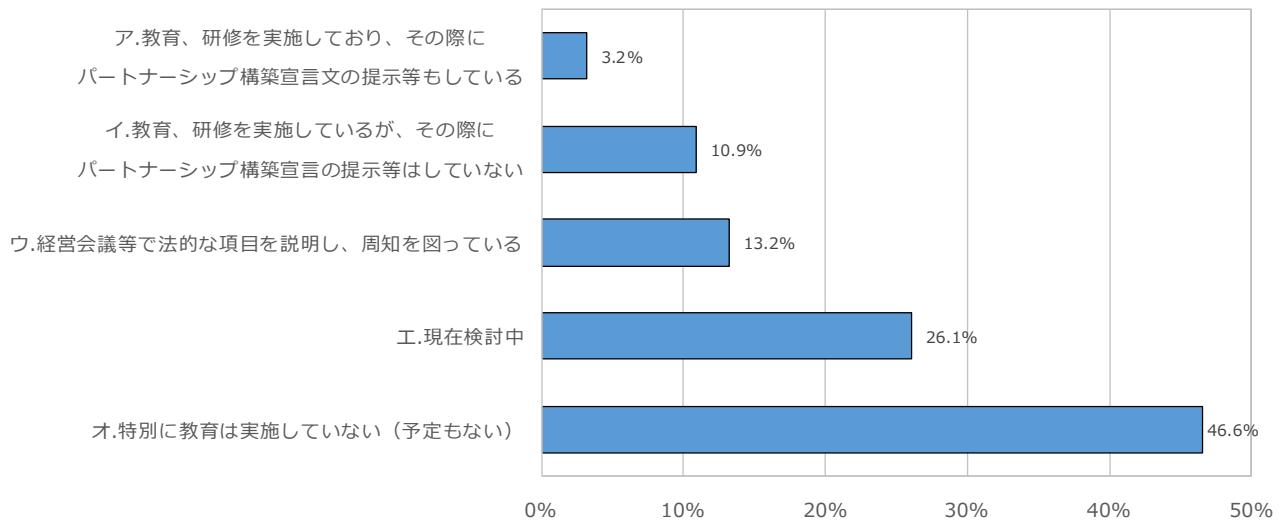
(1) 「下請法」改正の認知状況 (n = 468)

- ・「改正されることを知っており、内容も知っている」が 36.8%と最も多く、次いで「改正されることは知っているが、内容は知らない」が 32.7%となっている。一方、「改正されることを知らない」は 30.6%となっている。



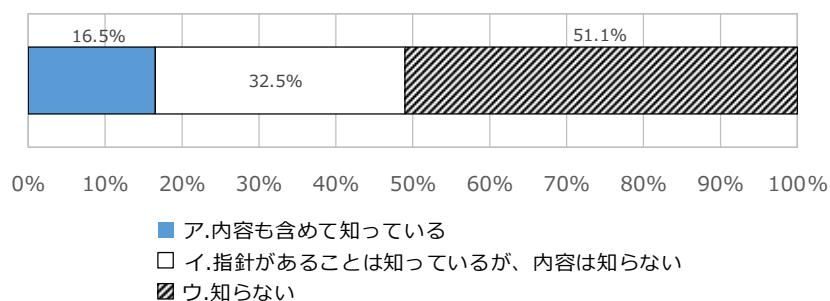
(2) 下請取引に関するルール・関係法令等の社内教育 (n = 468)

- ・「特別に教育は実施していない（予定もない）」が 46.6%と最も多く、次いで「現在検討中」が 26.1%となっている。一方、「教育、研修を実施しており、その際にパートナーシップ構築宣言文の提示等もしている」は 3.2%となっている。



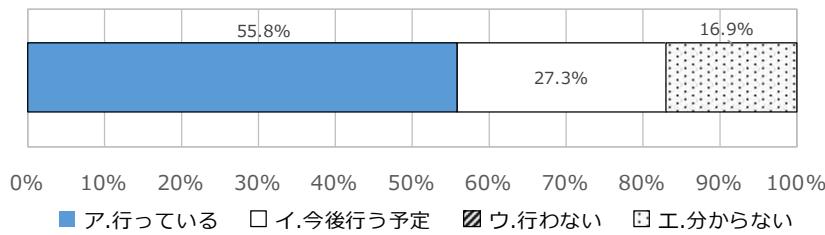
(3) 「労務費指針」の認知状況 (n = 468)

- ・「知らない」が 51.1%と最も多く、次いで「指針があることは知っているが、内容は知らない」が 32.5%、「内容も含めて知っている」は 16.5%となっている。



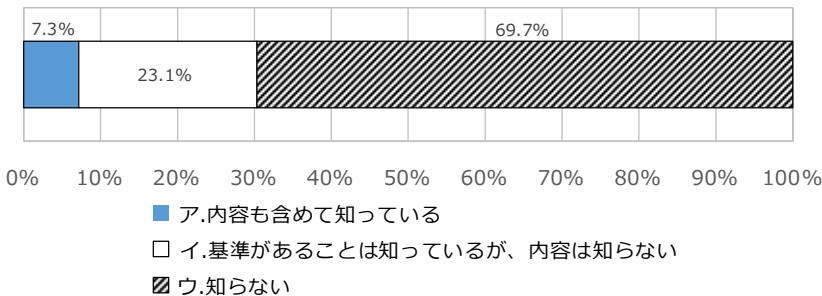
(4) 労務費指針の取組状況 (n = 77)

- 「行っている」が 55.8%で最も多く、次いで「今後行う予定」が 27.3%、「分からぬ」が 16.9%となっている。なお、「行わない」はなかった。



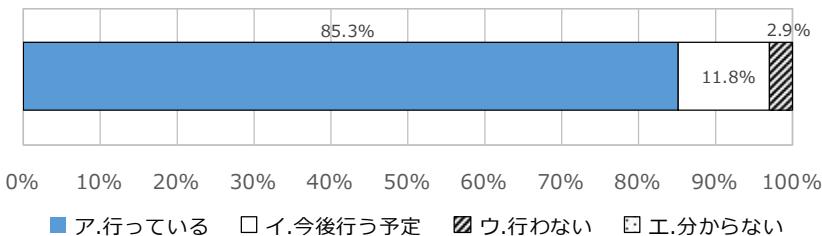
(5) 「振興基準」の認知状況 (n = 468)

- 「知らない」が 69.7%で最も多く、次いで「基準があることは知っているが、内容は知らない」が 23.1%、「内容も含めて知っている」が 7.3%となっている。



(6) 振興基準の取組状況 (n = 34)

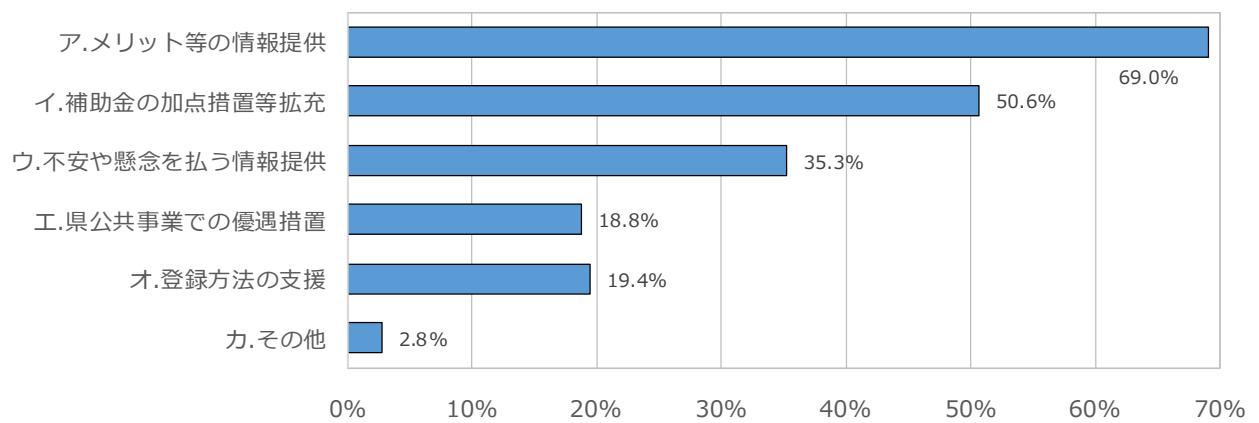
- 「行っている」が 85.3%で最も多く、次いで「今後行う予定」が 11.8%、「行わない」が 2.9%となっている。なお、「分からぬ」はなかった。



4 行政に期待する役割

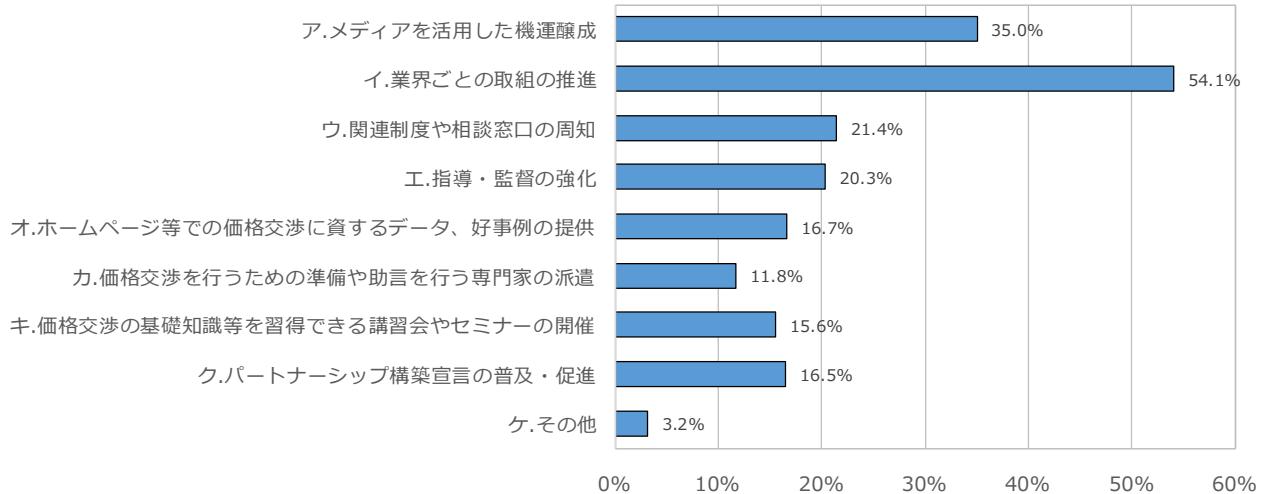
(1) パートナーシップ構築宣言の普及に向けた行政の取組 (n = 468) 【複数回答】

- 効果的と考える行政の取組について、「メリット等の情報提供」が 69.0%と最も多く、次いで「補助金の加点措置等拡充」が 50.6%、「不安や懸念を払う情報提供」が 35.3%となっている。



(2) 適正な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援 (n = 468) 【複数回答】

- 「業界ごとの取組の推進」を 54.1%が期待しており、次いで「メディアを活用した機運醸成」が 35.0%と多くなっている。また、「関連制度や相談窓口の周知」、「指導・監督の強化」への期待もそれぞれ 21.4%、20.3%ある。



IV 調査項目

業種 貴社の業種について、最も近いものを選択してください。 農業、林業、漁業、建設業、製造業、情報通信業、運輸業、卸売業・小売業、学術研究・専門・技術サービス業、宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉、その他（上記分類にないもの）
所在地域 貴社の所在する地域について、一番近いものを選択してください。 (複数事業所がある場合は、本社の所在する地域を選択してください。) 東部地域（沼津市、三島市、富士市、富士宮市、御殿場市、裾野市、清水町、長泉町、小山町）、 中部地域（静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、吉田町、川根本町）、 西部地域（浜松市、磐田市、掛川市、袋井市、湖西市、御前崎市、菊川市、森町）、 伊豆地域（熱海市、伊豆の国市、伊豆市、伊東市、東伊豆町、西伊豆町、河津町、松崎町、下田市、南伊豆町、函南町）
資本金等 貴社の資本金又は出資の総額について、選択してください。 1千万円以下、1千万円超～5千万円以下、5千万円超～1億円以下、1億円超～3億円以下、3億円超
従業員数 貴社の常時使用する従業員の数について、選択してください。 5人以下、6人以上～20人以下、21人以上～50人以下、51人以上～100人以下、 101人以上～300人以下、301人以上～2,000人以下、2,001人以上
メールアドレス（任意） Q 1：エネルギー・原材料の価格高騰の影響 エネルギー（電気、ガスなど）・原材料の価格高騰について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。 ア. 影響がある、イ. 影響がない、ウ. 分からない
Q 1－2：人件費の高騰の影響 人件費の高騰について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。 ア. 影響がある、イ. 影響がない、ウ. 分からない
Q 1－3：米国関税の影響 米国関税について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。 ア. 影響がある、イ. 影響がない、ウ. 分からない
Q 2：価格交渉の実施状況 貴社の価格交渉の実施状況について、選択してください。 ア. している、イ. していない

Q 3：価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等

【Q 2で「ア」を選択した方のみ回答】

価格交渉をするにあたり相談した社外の機関等について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 特に相談はしていない、イ. 所属する商工団体、経済団体や静岡県産業振興財団、
- ウ. よろず支援拠点、下請かけこみ寺、エ. 取引のある金融機関、オ. 税理士、中小企業診断士、
- カ. 弁護士、キ. 同業他社、ク. その他（自由記載）

Q 3－3：ア. 特に相談はしていない場合の理由

Q 3で「ア」を選択した方は、相談していない理由についてあてはまるものを全て選択してください。

- ア. 社内で独自に交渉ノウハウ（原価計算を含む）を保持している、イ. 相談窓口の存在を知らない、
- ウ. その他（自由記載）

Q 4：価格交渉していない理由

【Q 2で「イ」を選択した方のみ回答】

価格交渉していない理由について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 価格交渉を実施する方法が分からぬ、イ. 価格交渉に取り組む人員的な余裕がない、
- ウ. （コスト高騰がないなどの理由により）価格交渉する必要がない、エ. その他（自由記載）

Q 5：コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合

コスト高騰に対し、価格転嫁できた割合について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。

- ア. 10割、イ. 9割、ウ. 8割、エ. 7割、オ. 6割、カ. 5割、キ. 4割、ク. 3割、ケ. 2割、コ. 1割、
- サ. 全くできていない

Q 6：価格転嫁が十分にできない理由

【Q 5で「ア」以外を選択した方のみ回答】

価格転嫁が十分にできない理由について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 他社との価格競争が激しい、イ. 販売先との交渉が困難、ウ. 販売量・売上の減少を懸念、
- エ. 長期契約、年間契約で変更が困難、オ. 価格高騰は一時的とみているため、
- カ. 転嫁せずとも十分利益を確保、キ. 価格交渉のためのデータを揃えるのが困難、
- ク. その他（自由記載）

Q 7：コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策

【Q 5で「ア」以外を選択した方のみ回答】

コスト高騰に対する価格転嫁以外の対応策について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 製品・サービスの設計、仕様、原材料の変更、イ. 高付加価値化による価格引き上げ、
- ウ. 製品・サービスの納期の変更、エ. 間接部門の経費節減、オ. 物流の見直し、効率化、
- カ. 省エネルギー化の推進、キ. 設備の能力の増強による生産性向上、ク. その他（自由記載）

Q 8：価格転嫁により実現した（予定を含む）成果

【Q 5で「サ」以外を選択した方のみ回答】

価格転嫁により実現した（予定を含む）成果について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 一定程度の収益の維持、イ. 賃上げ（最低賃金対応を含む）、ウ. 新たな雇用の確保、離職防止等、
- エ. デジタル化等、生産性向上に向けた投資、オ. その他（自由記載）

Q9：取引先との価格交渉の頻度

取引先との価格交渉をどのくらいの頻度で実施しているか、貴社の状況に最も近いものを選択してください。

- ア. 申し入れがあれば実施、イ. 定期的（年1回）に実施、ウ. 定期的（年2回）に実施、
- エ. 定期的（年3回以上）に実施、オ. 実施していない

Q10：取引先からの価格転嫁の要請状況

過去1年間（2024年11月～2025年10月）において、取引先から原材料費や人件費などのコスト上昇を理由とした価格転嫁の要請がありましたか。

- ア. 全ての商品・サービスについて要請があった、イ. 一部の商品・サービスについて要請があった、
- ウ. 要請はなかった

Q11：価格転嫁に応じる判断基準

取引先からの価格転嫁の要請に対し、貴社がその価格を受け入れるか否かを判断する際、最も重視する要素について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 根拠資料の明確さ・妥当性、イ. 代替調達先の有無、
- ウ. 取引の継続性・安定性（長期的な協力関係の維持）、エ. 商品・サービスの独自性・希少性、
- オ. 業界の慣行・市場価格、カ. 自社の最終製品への価格転嫁の可能性、キ. その他（自由記載）

Q12：パートナーシップ構築宣言の登録状況

パートナーシップ構築宣言の登録状況について、選択してください。

- ア. 既に登録している、イ. 今後登録する予定、ウ. 登録するか否か検討中、
- エ. 全く登録するつもりはない

Q12-2：パートナーシップ構築宣言登録の影響**【Q12で「ア」を選択した方のみ回答】**

パートナーシップ構築宣言の影響について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。

- ア. プラスの影響が大いにあった、イ. プラスの影響がややあった、ウ. 特に影響はない、
- エ.マイナスの影響があった

Q12-3：パートナーシップ構築宣言登録のプラスの影響の内容**【Q12-2で「ア」又は「イ」を選択した方のみ回答】**

パートナーシップ構築宣言登録のプラスの影響の内容について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. 取引先との信頼関係の強化、イ. 補助金の加点措置などインセンティブの活用、
- ウ. S D G s の達成、エ. 企業価値の向上、オ. 受注者側の立場で価格交渉が行いやすくなった、
- カ. その他（自由記載）

Q12-5：パートナーシップ構築宣言登録のマイナスの影響の内容**【Q12-2で「エ」を選択した方のみ回答】**

パートナーシップ構築宣言登録のマイナスの影響の内容について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. インセンティブなどのメリットを感じにくい、イ. 社内関係者から理解が得られず苦労した、
- ウ. 取引先（受注者）から無理な価格交渉を強いられた、
- エ. 取引条件を見直したことで影響が生じた、オ. その他（自由記載）

Q12－7：補助金の加点措置の認知状況

静岡県の補助金において、パートナーシップ構築宣言企業に対して加点措置していることをご存じですか。

- ア. 知っている、イ. 知らない

Q13：パートナーシップ構築宣言登録の取引先への周知方法

【Q12で「ア」を選択した方のみ回答】

パートナーシップ構築宣言を取引先への周知方法について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. プレスリリースを実施、イ. 宣言文を自社HPに掲載、ウ. 名刺・文書等にロゴマークを記載、エ. 取引先に宣言文を手交・メール等で周知、オ. 個別の打ち合わせなど口頭で取引先へ周知、カ. 会議等で取引先へ一斉周知、キ. 周知方法を検討中、ク. 宣言について周知していない

Q14：パートナーシップ構築宣言登録の社内への周知方法

【Q12で「ア」を選択した方のみ回答】

パートナーシップ構築宣言を社内全体への周知方法について、あてはまるものを全て選択してください。

- ア. メール、SNS等で個別に周知、イ. 社員向けHP・社内報等で周知、ウ. パンフレットや名刺にロゴを記載し意識付け、エ. 社員教育・研修等で周知、オ. 会議等で周知、カ. 経営層からの指示・訓示等で周知、キ. 宣言文を配布、ク. 周知方法を検討中、ケ. 宣言について周知していない

Q15：パートナーシップ構築宣言の宣言内容の見直し

【Q12で「ア」を選択した方のみ回答】

中小企業庁では、宣言を公表する際の参考となる「ひな形」を定期的に改正していますが、パートナーシップ構築宣言の宣言後、宣言内容の見直しを行っていますか。

- ア. 定期的に行っている、イ. (ひな形の改正等に合わせて) 必要があれば行っている、ウ. 今後行う予定、エ. 行っていない

Q16：「下請法」改正の認知状況

下請取引の公正化と下請事業者の利益保護を目的とした「下請代金支払遅延等防止法」(通称「下請法」)が改正され、2026年1月から、協議を適切に行わない代金額の決定や手形払等の禁止などを追加した「製造委託等に係る中小受託事業者に対する代金の支払の遅延等の防止に関する法律」(通称「取適法(とりてきほう)」)が施行されますが、このことをご存じですか。

- ア. 改正されることを知っており、内容も知っている、イ. 改正されることは知っているが、内容は知らない、ウ. 改正されることを知らない

Q17：下請取引に関するルール・関係法令等の社内教育

自社の調達・購入担当者に対して実施している、下請取引に関する関係法令・ルール等の社内での教育内容について、貴社の状況に最も近いものを選択してください。

- ア. 教育、研修を実施しており、その際にパートナーシップ構築宣言文の提示等もしている、イ. 教育、研修を実施しているが、その際にパートナーシップ構築宣言文の提示等はしていない、ウ. 経営会議等で法的な項目を説明し、周知を図っている、エ. 現在検討中、オ. 特別に教育は実施していない(予定もない)

Q18：「労務費指針」の認知状況

労務費の適切な転嫁を実現するため、公正取引委員会と内閣官房が2023年11月に策定した「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（労務費指針）」をご存じですか。

ア. 内容も含めて知っている、イ. 指針があることは知っているが、内容は知らない、ウ. 知らない

Q18-2：労務費指針の取組状況

【Q18で「ア」を選択した方のみ回答】

労務費指針では、発注者と受注者双方が採るべき行動や求められる行動として、経営トップの関与や定期的な協議の実施、相談窓口の活用など、12の行動指針が挙げられていますが、この指針に沿った取組を行っていますか。

ア. 行っている、イ. 今後行う予定、ウ. 行わない、エ. 分からない

Q19：「振興基準」の認知状況

受託事業者及び委託事業者によるべき一般的な基準として、受託中小企業振興法の規定に基づき定められた「振興基準」をご存じですか。

ア. 内容も含めて知っている、イ. 基準があることは知っているが、内容は知らない、ウ. 知らない

Q19-2：振興基準の取組状況

【Q19で「ア」を選択した方のみ回答】

振興基準では、例えば委託事業者に対し、一方的な原価低減要請を行わないことや、代金は可能な限り現金で支払うことなどが求められていますが、この基準に沿った取組を行っていますか。

ア. 行っている、イ. 今後行う予定、ウ. 行わない、エ. 分からない

Q20：パートナーシップ構築宣言の普及に向けた行政の取組

パートナーシップ構築宣言の更なる普及に向けて効果的と考える行政の取組について、あてはまるものを全て選択してください。

ア. メリット等の情報提供、イ. 補助金の加点措置等の拡充、ウ. 不安や懸念を払う情報提供、

エ. 県公共事業での優遇措置、オ. 登録方法の支援、カ. その他（自由記載）

Q21：適切な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援

適切な価格転嫁を進めるために、行政に期待する支援について、あてはまるものを全て選択してください。

ア. メディアを活用した機運醸成、イ. 業界ごとの取組の推進、ウ. 関連制度や相談窓口の周知、

エ. 指導・監督の強化、オ. ホームページ等での価格交渉に資するデータ、好事例の提供、

カ. 価格交渉を行うための準備や助言を行う専門家の派遣、

キ. 価格交渉の基礎知識等を習得できる講習会やセミナーの開催、

ク. パートナーシップ構築宣言の普及・促進、ケ. その他（自由記載）