

# 施策(アイデア)名: 賃上げパッケージ

## ① 施策(アイデア)の概要

### 1. 「賃上げNISA」の導入

- ・ 中小企業の価格転嫁を受け入れた大企業を認定し、認定企業が発行する株式や債券を対象としたNISA制度(賃上げNISA)を設ける。新たな認定制度を設ける以外にも「パートナーシップ構築宣言」を行った企業を対象とすることも一案。
- ・ 具体的には、個人投資家が賃上げNISA口座を開設し、認定企業関連銘柄を同口座で運用する場合、通常NISAとは別の非課税枠を利用できる。

### 2. 「賃上げ製品マーク」の導入

- ・ 「賃上げ製品マーク」を導入、賃上げた企業による製品であることを消費者が容易に識別できるようにすることで、社会的な賃上げ機運を醸成する。
- ・ また、同マークの入った認定製品の購入サイトで利用できるプレミアム商品券を発行することで、同製品の需要を喚起する。
- ・ なお、最終製品の製造工程で使用された部品等が、賃上げた下請け企業製である場合には、「最終製品の製造企業が賃上げ+部品製造下請け企業等が賃上げ」していることを複数のマークにより明示することも可能とする。

### 3. 「選べる! 賃上げクーポン」の導入

- ・ 中小企業を対象として、一定の賃上げ(例: 物価上昇率を上回る賃上率等)を行った企業に特定の無料「選べる! 賃上げクーポン」を配付する。
- ・ 企業の生産性向上や人手不足解消等に資するクーポンを複数用意し(例: 商品開発やHP作成の専門家派遣、補助金申請補助者派遣、各種機器・システム提供(高コストかつ業界共通で利用可能なシステムは国が構築)等々)、該当企業は自社が抱える課題等に応じて選択できるようにする。

### 4. 「家電エコポイント復活」による賃上げ促進

- ・ 現金給付とは異なり貯蓄に回ることのない家電エコポイントを活用することにより、消費需要を喚起する。
- ・ これにより商品流通の活性化を促し、製造業等の収益向上、最終的にはこれら企業の従業員の賃上げにつなげていく。

### 5. 「Okinawa賃上げコンテスト」の実施

- ・ 「沖縄県所得向上応援企業認証制度」の認証を目指す企業を対象とし、各社の賃上げの取組に関するプレゼン動画(数分程度)を就活サイトや転職サイトに掲載、同サイトの利用者による投票を行う。
- ・ これら投票結果上位の企業は、対面での就活等イベントの機会に参加者に対してプレゼン、参加者による投票を行う。
- ・ その結果、優勝もしくは高順位の企業に対しては、認証制度の審査において加点する等、有利な条件を付与する。
- ・ まずは沖縄独自の取組としてスタートし、全国展開を目指す。

### 6. 「条件付き賃上げ」の推奨

- ・ 賃金水準は個企業の労働契約に基づくものではあるが、賃上げのハードルを下げるべく、「条件付き賃上げ」を推奨する。
- ・ 例えば、「5年間の時限賃上げとし、売上総利益ベースで現在の〇〇円を5年後も維持できていれば、その賃上げを恒久的なものとする」など。
- ・ 導入促進のため、税制優遇措置を設けることも一案。

# 施策(アイデア)名: 賃上げパッケージ

## ② 上記の発想に至った背景、問題意識など

### 1. 「賃上げNISA」の導入

賃上げ環境整備のために必要な価格転嫁について、独禁法や下請け法などの規制、受け入れない企業名の公表などの措置はあるが、受け入れた企業が得をするような制度は少ない。サステナブル投資のような市場の目線導入により、取引先中小企業の賃上げにつながる価格転嫁の意識醸成を期待。中小企業は価格転嫁が可能となり、大企業は資金調達幅が広がり、個人投資家は非課税措置を受けられるという三方良しの方策。

### 2. 「賃上げ製品マーク」の導入

企業が製品の価格引上げを行わない理由の一つとして、競争企業への顧客流出を恐れ、賃上げのために必要な販売価格転嫁が進んでいないことが考えられる。一方、消費者は、どの企業が賃上げを行っているか意識することもなく、また賃上げした企業の製品であることを認識することも困難。本マークの導入により、賃上げ企業による製品の差別化を容易にするとともに、専用のプレミアム商品券を発行することにより、同製品の需要喚起、同企業の売上増を促し、賃上げ機運を一層醸成する。

### 3. 「選べる！賃上げクーポン」の導入

中小企業経営者の賃上げマインドを一層上向かせるためには、長期的に収益上昇が見通せる環境が必要。かつ物価上昇局面においても従業員が賃上げを実感できる水準が望まれる。その一助として、生産性向上や人手不足等、個々の企業の課題に応じ、長期的な収益向上に資するためのツール提供といったインセンティブを設けるもの。申請は簡易な手続きとする。

### 4. 「家電エコポイント復活」による賃上げ促進

前回地デジ放送切替えのタイミングに合わせて家電エコポイントを導入することで、各家庭の地デジ対応テレビの買替えの一助となった。それから10年以上経過し、新たな買替え需要が想定される現在、再度エコポイントの導入を思いついた。

### 5. 「Okinawa賃上げコンテスト」の実施

同制度の認証を目指す企業にとっても、就活の場で参加者に投票してもらうことは、自社のPRになるとともに、人材確保にも有効と考える。なお、本コンテストは、有識者等が審査員となるのではなく、国民参加型の投票とする。

「沖縄県所得向上応援企業認証制度」は沖縄県独自の取組(他県で同様の取組があるか未確認)ではあるが、まずは沖縄から始め、沖縄の成功事例として全国展開を目指す。

### 6. 「条件付き賃上げ」の推奨

経営者が賃上げをためらう理由として「基本給は一度上げたら、その後業績が伸び悩んでも簡単には下げられないから」というものがよく聞かれる。そうであれば、その後の業績如何で賃上げを終了することができる仕組みを導入することで、逆に賃上げのハードルを下げることはできないか。これにより、従業員も賃金水準を維持しようと頑張るので、業績アップも期待できる(緩いストックオプションのようなイメージ)。

# 施策(アイデア)名: SMEP(中小企業プラットフォーム)の形成、SMEPO(ポイント)の活用

## ① 施策(アイデア)の概要

### ◆ プラットフォーム:SMEP(中小企業版Facebook)の構築

- 調査事業としてアプリ(のプロトタイプ)を開発。各企業のニーズにあった情報の提供や補助制度の利用促進、企業間の交流を促すことにより、販路開拓や人材育成・流動を促進
- 企業の情報(売り上げ、従業員数、設備投資、取引価格・価格転嫁状況、賃金等)の取得を高精度化・高頻度化するため、デジタル技術の実装(必要に応じて端末の貸与)と必要なアプリ等の開発を同時実施
- 報酬をポイント(詳細は次頁)として付与することで、調査事業に協力的な企業に対する補助を間接的かつ効果的に実施。さらに、ポイントの動きから企業活動等の分析。プラットフォームが自走できる目途がつけば、民間に事業を譲渡。

## ② 事業の実施意義

- 企業の情報(売り上げ、従業員数、設備投資、賃金、取引価格・価格転嫁状況等)をリアルタイムで取得可能
- 生産性への影響などのエビデンス測定も同時に設計し、EBPMに活用可能



SMEPによる販路開拓、  
人材育成・流動の促進



協力企業へのポイント付与



データ活用

## 施策(アイデア)名: SMEP(中小企業プラットフォーム)の形成、SMEPO(ポイント)の活用

### ③ 参加者(中小企業側)の参加インセンティブ

- ・スマホやタブレット等のデバイス貸与(調査後にはあげてもよい)、アプリ内外での広告(Youtube等の広告枠を事業として確保した上で加盟企業がそこを使えるようにする等)、アプリ内での補助事業(設備投資、人材育成)のプッシュ型の宣伝や、AI・デジタル技術の活用や人材育成用アプリとの連携、アプリの利用でポイント(SMEPO、後述)の付与、加盟企業の補助事業や委託事業に関する優遇(補助率嵩上げ)などを行う。

### ④ SMEPO(中小企業ポイント、スメポ)について

- ・事業への参加、データ入力、イベント協力等で得られるポイント(各社に数万～数十万円分程度)。(データ入力の項目数に応じてポイントを加算等)
- ・SMEPOは、他の加入企業との取引(商品購入)、税として納付、補助事業の自己負担分として利用、従業員の給与(最終的にマイナポイント、Paypayなどに換金可)に利用でき、調査期間中は非課税とする。

#### 事業への協力



補助金・助成金



デバイス



動画広告



ポイント付与



SMEPOの活用例

## 施策(アイデア)名: SMEP(中小企業プラットフォーム)の形成、SMEPO(ポイント)の活用

### ⑤ 事業形態・事業規模

- 事業形態
  - 中小企業庁、アプリ開発・データ分析企業、日商、商工会議所、商工会、自治体が共同で実施。いくつかの中小企業を対象(全体で数万社程度)に実施。対象外でも希望があれば参加を認める。
- 事業規模
  - (全市区町村:約1700自治体)×(50社程度/自治体)×(10万円程度/社)+運営費+アプリ開発費:200億円弱(法人税収(2024年度17兆円)が0.2%増加(+340億円)でペイする規模)

## 政策アイデアコンテスト応募案

### 自社サプライチェーン傘下企業明示（パートナーシップ宣言強化）

#### ● 概要

- ✓ 「パートナーシップ構築宣言」では「サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組む」と規定されているが、自社のサプライチェーンにおいて、どこまでのTierを含むか、定義されていない（「Tier N」から「Tier N+1」へ」とあるのみ）。

※「パートナーシップ構築宣言」とは、企業規模の大小に関わらず、企業が「発注者」の立場で自社の取引方針を宣言する取組。企業は代表者の名前で、「サプライチェーン全体の共存共栄と新たな連携（企業間連携、IT実装支援、専門人材マッチング、グリーン調達等）」「振興基準の遵守」に重点的に取り組むことを宣言する。同宣言においては、以下記述があるが、サプライチェーンにおいてどこまでのTierを含むか、明示されていない。

「パートナーシップ構築宣言」から抜粋

#### 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

直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける（「Tier N」から「Tier N+1」へ）ことにより、サプライチェーン全体で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連携により、取引先との共存共栄の構築を目指します。その際、災害時等の事業継続や働き方改革の観点から、取引先のテレワーク導入やBCP（事業継続計画）策定の助言等の支援も進めます。

- ✓ また、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」（2023年11月公正取引委員会）では、「サプライチェーン全体での適切な価格設定を行う」とあるが、発注側たる大企業等において、Tierのどの層までを自社サプライチェーンとするかは明示されておらず、「適切な価格設定」について、サプライチェーンにおける責任範囲が明らかでない。

「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針について」（2023年11月15日公正取引委員会）から抜粋

○労務費をはじめとする価格転嫁に係る交渉においては、サプライチェーン全体での適切な価格転嫁による適正な価格設定を行うため、直接の取引先である受注者とその先の取引先との取引価格を適正化すべき立場にいることを常に意識して、そのことを受注者からの要請額の妥当性の判断に反映させること。

- ✓ そこで、各社の「パートナーシップ構築宣言」の項目に「自社サプライチェーン傘下企業一覧」（仮）を追加し、親企業である大企業等が、価格転嫁方針など、自社サプライチェーンにおける責任範囲を自主的に宣言、対外的に明確化する（どこまでのTierを対象とするかは各社判断）。

「パートナーシップ構築宣言」における追記イメージ

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 2  
(略)
2. 「振興基準」の遵守  
(略)
3. その他 (任意記載)

当社サプライチェーン傘下企業

(一次)

(二次)

(三次)

...

...

以上の企業に対しては、当社は、価格転嫁方針など、パートナーシップ構築宣言に則って、対応することを宣言します。

- ✓ 上記を宣言した企業には、「自社サプライチェーン宣言企業」(仮称)と名乗ることを許可するとともに、自社を含めたサプライチェーン傘下の企業の製品には同名称ラベル (Tier 1、Tier 2 など、どこまでの Tier を含むかによってラベルはさらに差別化する) 等の添付を許可し、非ラベル添付製品との差別化を図る (上記を行うにあたって、パートナーシップ構築宣言の根拠法たる下請振興法における改正が必要かは今後の検討事項。)
- ✓ 加えて、サプライチェーンの構築やそれに伴う価格転嫁等に対する大企業の社会的責任への国民的意識を醸成するため、同ラベルを広報するイベントや広報を実施するとともに、「サプライチェーンの日」を定め、国民の間でサプライチェーン構築の重要性の認識を喚起する。

● 対象：自社サプライチェーンを構築している大企業や中堅企業

● 効果：価格転嫁構造の大企業等の責任明確化及び価格転嫁容認等に対する社会的責任の国民的意識の醸成

※米国 Apple 社は、サステナビリティの透明性の観点から自社 HP において、サプライチェーン傘下企業を以下のように掲載しており、本提案における企業の自社サプライチェーン傘下企業についても、同様のイメージで掲載を促してはどうか。

<https://www.apple.com/newsroom/2022/10/apple-calls-on-global-supply-chain-to-decarbonize-by-2030/>

## Supply Chain Transparency

Supply chain transparency is an important tool to help us address risks in our supply chain and identify opportunities for collaboration on systemic supply chain issues.

Our supplier list and interactive supply chain map provide details on suppliers of Amazon-branded apparel, consumer electronics, food and beverage, and home goods products. We update our supply chain map at least annually to provide customers and external stakeholders visibility into where we source. We also contribute our supplier list to the [Open Supply Hub](#) to foster brand collaboration and action in the industry.

The map shows facilities producing Amazon-branded products. This list was last comprehensively updated in July 2023 and is subject to change, with partial updates provided on a periodic basis, and may not capture suppliers of all products currently being sold.

# 施策(アイデア)名:「令和版株仲間」と「価格転嫁交渉人」を活用した転嫁交渉の促進

## ① 施策(アイデア)の概要

○下請け事業者の業界ごとに「株仲間(ギルド)」を結成。価格転嫁に向けた情報収集・分析、相互助言により価格交渉力を向上させるとともに、各事業者が自主的に定める価格に「賃上げ分を上乗せする「賃上げ価格転嫁カルテル」を株仲間参加事業者に対し容認する(賃上げ版転嫁カルテル容認)」。価格転嫁交渉をきっかけに「不利益取扱いを行った発注者には指導・勧告の措置」を講ずる。

○「価格交渉スキルを有する弁護士等の「価格転嫁交渉人」が実際の価格転嫁交渉まで担い、交渉リソース不足に悩む事業者を強力にサポート(価格転嫁版導入支援事業者制度)。

### ●株仲間と価格転嫁交渉人のミクロ的対応

1 下請け事業者の業種・業界ごとに、価格転嫁や賃上げを促進することを目的とする同業者組合(株仲間・ギルド)(注1)を結成。物価上昇率を踏まえた適切な価格転嫁のための情報収集・分析・共有や、価格交渉力を向上させるための競争力強化に向けた、「テクノロジーの使用や労働体系の整備、人材育成(注2)などについての助言等の取組み」を、株仲間参加事業者相互に行う。

2 さらに、賃上げ分を各企業が自主的に定める価格上乗せする、「賃上げ価格転嫁カルテル」を「株仲間」参加事業者に容認して独占禁止法の特例として適用除外とすることで、価格転嫁による競合他社への契約切替えや、競合他社の「抜け駆け」を懸念する下請け事業者の懸念を払拭する。

※現在も、中小事業者により構成される事業協同組合などは、販売価格を含んだ取引条件の交渉を行うための「団体協約」を結ぶことが認められているが、事業協同組合は、組合員の福利厚生や共同購入を目的として形成されることが多く、価格転嫁交渉に向けて形成するにはハードルが高いことなどから、利用が進んでいない。そこで、組合に比べ比較的緩やかな形としての「株仲間」を価格転嫁に特化した形で認める。

価格転嫁交渉をきっかけとして契約の打ち切り等を行った発注者に対しては、「指導・勧告等の措置を講ずることで、不利益取扱いの発生を抑止」する。

3 加えて、価格転嫁交渉へのリソース不足に悩む事業者に代わり、弁護士会や法テラス、税理士会、コンサルタント企業といった「価格交渉スキルを有する「価格転嫁交渉人」が、適正な価格設定の下での利潤が下請け企業の賃金に適正に配分されるよう、株仲間単位、あるいは事業者単位で、発注者との価格交渉段階までを担う。価格転嫁交渉人に対しては、政府が財政支援を行う。

※株仲間の運営にかかる予算は、株仲間構成事業者からの、価格転嫁率の改善度合いに応じて算出される納付金によるものとし、収支がゼロを上回った場合は、構成企業に返還することとする。収支がマイナスとなった場合ないし当該業界の価格転嫁率の改善度合いに応じて、政府は財政支援を行うものとする。

※価格転嫁等を集中的に推進するため、上記を「独占禁止法の特例としての特例・時限措置」として設け、株仲間の設置期限は2020年末を期限とする。設置期限やどの程度の規模の中小企業・小規模事業者を株仲間設置の対象とするかは省令等で定めることとする(要検討事項)。

同時に、「マクロ的対応として、良好なマクロ経済環境を確保するとともに、賃上げや価格転嫁に向けた国民の機運(ノルム)を高める運動を行う。

●対象:業種・業界ごとの中小企業・小規模事業者

●効果:円滑な価格転嫁交渉を通じた賃上げの促進

(注1) 株仲間:江戸時代に商工業者が幕府や藩から許可を得て結成した同業組合。江戸時代中期の老中田沼意次(1719~1788年)は、株仲間には仕入れや独占権を与える代わりに、買加金を徴収した。

(注2) 都内中心に22店舗展開しているチョップサラダ専門店「クリプサラダワークス」運営の(株)CRISP代表取締役・宮野浩史氏へのヒアリング結果より。価格転嫁をし、賃上げにつなげる工夫として①テクノロジーの使用・②労働体系の自由度・③人材育成が挙げられた。クリプサラダワークスでは、毎年4~7%の価格転嫁を実現している。  
(代表的価格例:シーザーサラダ1394円、アルバイト平均時給1404円)

## 施策(アイデア)名:「令和版株仲間」と「価格転嫁交渉人」を活用した転嫁交渉の促進

### ② 上記の発想に至った背景、問題意識など

飲食サービス業社長、メーカー等13社の社員(自動車、ゼネコン、印刷、大衆消費財、食品、デベロッパ、機械等)にヒアリングした結果、価格転嫁が容易でない理由として、

#### ① 競合との価格競争

⇒強力な競合会社がある場合、価格転嫁しようものなら切られ、より安価な他社の製品・サービスに取り変わられてしまう可能性があり、(特に汎用品の場合には)強気に価格交渉できない。価格転嫁の末、他に代わられるリスクよりも長期的な関係性を優先せざるを得ない。

#### ② 交渉リソースの不足

⇒発注者と受注者とで、価格交渉に費やすことのできる時間や体制、クオリティといった交渉にかけることができるリソースに大きな差があり、対等に交渉できない(最大手企業ですら弁護士に価格交渉を依頼することも)。

の2点が目立った。

つまり、賃上げに向け価格転嫁をしたいものの、競合への乗り換えを懸念する受注者が、安心して価格転嫁を実現するためには、

#### ① 価格転嫁交渉を理由として不利益を受けないことの保障

#### ② 十分な価格転嫁交渉リソースの確保

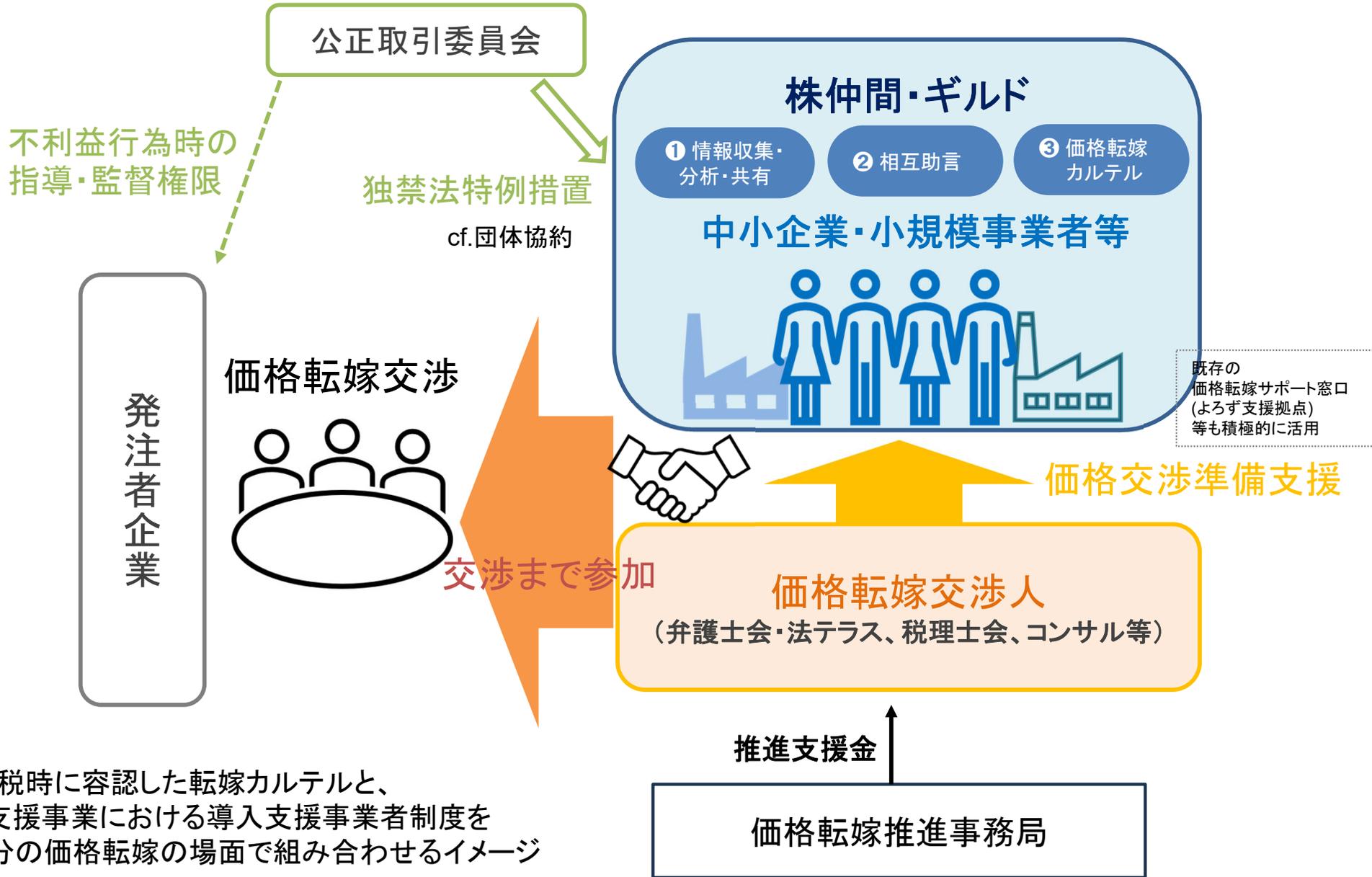
が最重要。そこで、

#### ① 「賃上げ価格転嫁カルテル」の独占禁止法適用除外と、不利益取扱いを行った事業者に対する勧告・指導

#### ② 十分な交渉能力を備えた「価格転嫁交渉人」による交渉までの伴走・支援と交渉参加

により、円滑な価格転嫁交渉を通じた賃上げにつなげる。

# 施策(アイデア)名: 「令和版株仲間」と「価格転嫁交渉人」を活用した転嫁交渉の促進



※ 消費増税時に容認した転嫁カルテルと、IT導入支援事業における導入支援事業者制度を賃上げ分の価格転嫁の場面で組み合わせるイメージ

# 施策(アイデア)名:物価上昇と連動した最低賃金改定システムの導入

## ① 施策(アイデア)の概要

最低賃金改定時に、「消費者物価指数(帰属家賃除く総合)の前回改定時からの上昇率」を下回る引上げ率で改定してはならないこととする

### ●具体的な対応:赤字部分を改正

最低賃金法第9条

- 賃金の低廉な労働者について、賃金の最低額を保障するため、地域別最低賃金(一定の地域ごとの最低賃金をいう。以下同じ。)は、あまねく全国各地域について決定されなければならない。
- 地域別最低賃金は、地域における労働者の生計費及び賃金並びに通常の事業の賃金支払い能力を考慮して定められなければならない。また、地域別最低賃金を改定する際は、同地域における消費者物価指数(帰属家賃除く総合)の前回改定時からの上昇率を下回る引上げ率で改定してはならない。
- 前項の労働者の生計費を考慮するに当たっては、労働者が健康で文化的な最低限度の生活を営むことができるよう、生活保護に係る施策との整合性に配慮するものとする。

### ●対象:全労働者

### ●効果:物価上昇を上回る最低賃金の改定を保障することによる「物価上昇を上回る賃上げ」の機運醸成

## ② 上記の発想に至った背景、問題意識など

### ①最低賃金は政府が決定プロセスに関与できる唯一の賃金であること

⇒賃金は労使間の交渉により決定されるものであり、政府が直接関与する余地はない。他方、政労使3者の合議体により審議・決定される最低賃金は、政府も一定の関与が可能。政府が関与できる「賃上げ」で「物価上昇を上回る賃上げ」が確実に実現することを保障し、労使の取組を後押しすることが必要なのではないか。

### ②同様の制度を採用している先進国が多数存在すること

⇒OECDの調査レポート等で調べたところ、OECD加盟国で、物価上昇と最低賃金の改定率を連動させている国がみられる(参考)。フランスをはじめ、こうした制度を導入している国では、力強い賃金上昇が実現している。

# 施策(アイデア)名:物価上昇と連動した最低賃金改定システムの導入

(参考)物価上昇率と最低賃金の改定を連動させている主要国

<p>フランス</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○政府が決定(その際以下3点を考慮)</li> <li>・消費者物価上昇率(たばこを除く)</li> <li>・ブルーカラーの実質賃金上昇率の1/2以上とする</li> <li>・政府裁量による上乘せ</li> </ul> <p>○消費者物価指数が前回改定時より2%以上上昇した場合、2%を超えた部分を自動的に上乘せ</p>	
<p>ルクセンブルク</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○毎年1月1日に定期改定</li> <li>○前回改定から消費者物価指数が2.5%以上上昇した時は、最低賃金を改定しなければならない</li> <li>○消費者物価指数の上昇分は全て最低賃金改定にスライド</li> </ul>	<p>法律に準拠</p>
<p>ポーランド</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○その年の1-3月期において、最低賃金額が平均賃金の半分を下回った場合、予想物価上昇率と、予想GDP成長率の2/3が最低賃金改定にスライド</li> <li>○次回改定時にインフレ予測と実際の物価上昇率の乖離分を修正</li> </ul>	
<p>オーストラリア</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○全国均一の最低賃金を毎年改定し、7月1日より施行</li> <li>○公正労働委員会が毎年、生産性・企業の競争力・雇用の伸び・物価動向などの国内経済の状況を踏まえて金額を見直す</li> </ul>	
<p>アメリカ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○連邦政府とは別に、州やその中の州・郡などが独自に最低賃金を設定</li> <li>○具体的な改定方法は各地で異なるが、計画的に引き上げる方式・連邦政府の改定時に必要に応じて見直す方式・消費者物価指数の上昇率を最低賃金にスライドさせる方式(代表的な州にニューヨーク州・カリフォルニア州など13州)等をとる</li> </ul>	<p>州法・州憲法に準拠</p>
<p>ベルギー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○最低賃金の決定の際には、健康指数(消費者物価指数の総合からたばこやアルコールを除いた物)のスライドが義務づけられている</li> </ul>	<p>労使交渉の取り決め に準拠</p>