

日本製紙連合会における 自主行動計画フォローアップ調査について

2026年2月

 日本製紙連合会

1. 2025年度フォローアップ調査結果（概要）

- ・ 調査期間：2025年10月10日～11月17日
- ・ 調査企業：日本製紙連合会（以下、「製紙連」と表記）の会員企業 30社を対象
※うち1社は子会社分（3社）も一括して調査しているため、調査票発送は27社
- ・ 回答企業：21社（上記の子会社3社分も含め、実質24社）
（前年度は調査票発送28社中、回答企業21社）
- ・ 回答率：77.8% [21/27]（前年度75.0%）

1. 2025年度フォローアップ調査結果（概要）

概観

- ✓ 「価格の決定方法」に関し、コスト全般、原材料価格、エネルギー価格の変動については、「全て反映」と「概ね反映」の合計で全体の95%強、労務費についても同合計で90%以上を占めている。
- ✓ 「支払条件」について、回答21社中、16社が「全て現金払い」だが、手形等での支払いの比率が高い企業もある。また、手形等のサイトについては、複数の企業が60日超と回答している。
- ✓ 「減額要請」について、回答21社中20社は直近1年間で実施していない。
- ✓ 「知財取引」について、回答21社中13社は実施していない。取引がある8社について、適正な取引のための取組の実施状況は、「全ての企業に実施」と「多くの企業に実施」の合計で全体の半分以上を占めている。
- ✓ 「働き方改革」による影響は、「特に影響はない」との回答が多い。
- ✓ ほとんどの企業が、社内ないしサプライチェーン全体に適正取引を浸透させるため、普及啓発活動を実施している。

2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

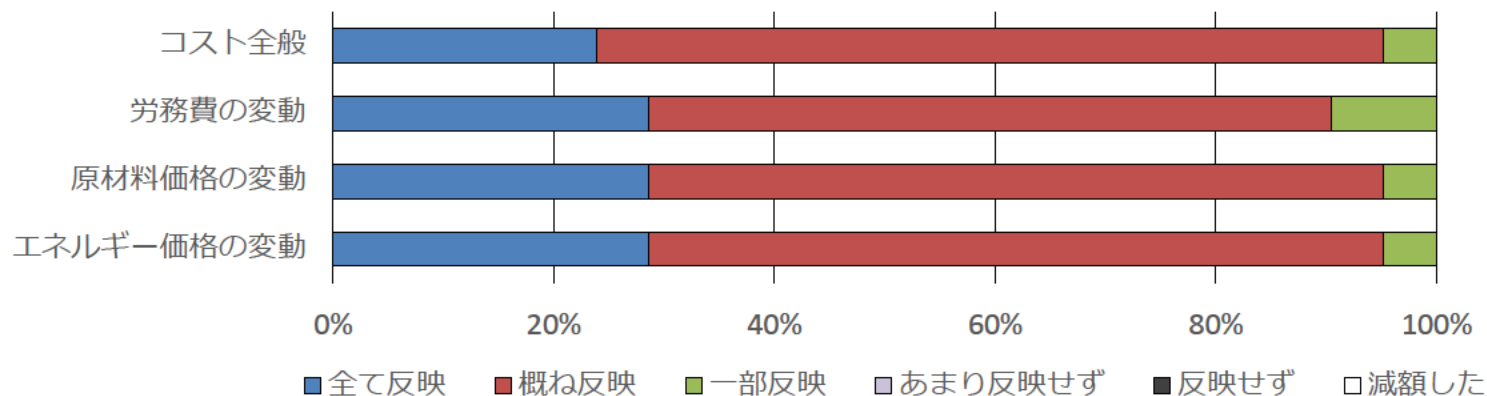
重点課題に対する取組 ①価格の決定方法

【コスト全般、労務費、原材料価格、エネルギー価格の反映】

- ・発注先のコスト増加分の反映状況について、「全て反映」と「概ね反映」という回答の合計は、コスト全般、原材料価格、エネルギー価格の変動に関しては全体の95%強、労務費についても90%以上となっている。

【設問と回答】

設問7
直近1年間で取引金額が最も大きい仕入先（発注先）との取引において、2025年度に適用する単価の決定・改定についての 仕入先（発注先）のコスト増加分の反映状況



2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ①価格の決定方法

【価格決定時の協議】

- ・ 2025年度に適用する単価の決定・改定の際の仕入先（発注先）との協議の実施状況（設問4）については、「全ての仕入先」ないし「多くの仕入先」と協議を実施したとの回答が全体の7割強となっている。

【今後のアクション】

- ・ 価格決定の合理化を更に促進するため、更なる改善のため、労務費指針や価格交渉促進月間等について、会員企業に対し周知を徹底し、活用を促す。

2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

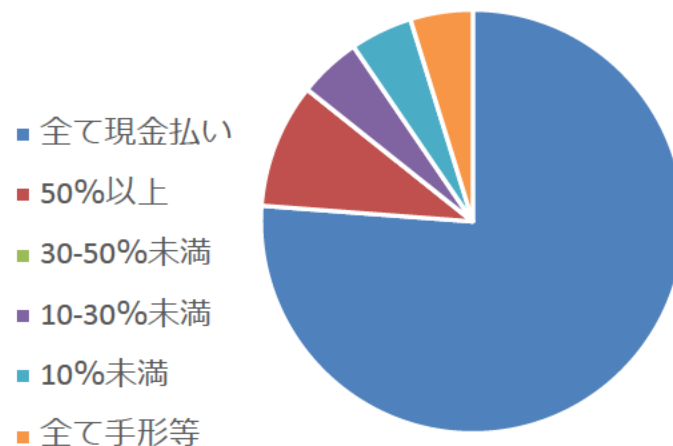
重点課題に対する取組 ②支払条件

【現金払いの割合】

- ・ 回答企業21社中、16社が「全て現金払い」、2社が「現金が50%以上」と回答している。一方、「10-30%未満」、「10%未満」、「全て手形等の支払い」が各1社ある。
- ・ 現金以外で最も多い支払い手段（設問11）は、「電子債権」が4社、「一括決済方式（ファクタリング）」が1社となっており、「約束手形」と回答した企業はない。

【設問と回答】

設問10 直近1年間で取引金額が最大の仕入先について、現金払い（製品等の受領日から60日以内）の割合



2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ②支払条件

【手形サイト】

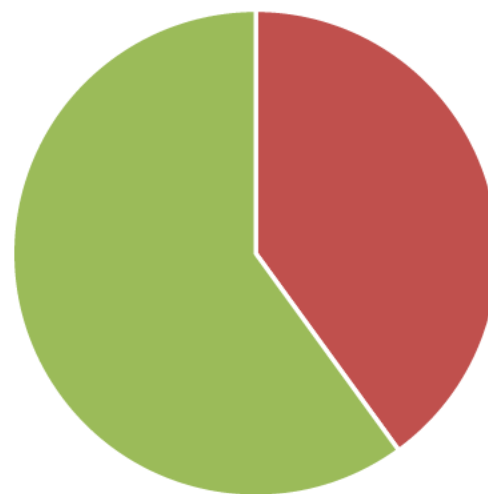
- ・手形等での支払いがある5社のサイトは、「60日以内」が2社、「60日超」が3社となっている。
- ・前年度調査（5社中、「60日以内」は2社）と同様の結果。

【設問と回答】

設問12

取引代金を手形等（約束手形・電子債権・一括決済方式（ファクタリング）のいずれか）で支払っている場合、手形等のサイトはどれくらいか

- 30日以内
- 60日以内
- 60日超



2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ②支払条件

【約束手形の利用廃止】

- ・手形等での支払いがあると回答した5社について、全社が2026年1月1日以降の約束手形の利用廃止について「知っている」と回答（設問13）。

【結果分析及び今後のアクション】

- ・業界全体では現金払いの比率は高いが、手形等での支払いの比率が高い企業もある。また、手形等のサイトについては60日超との回答がある。引き続き現金払い化や、一括決済方式や電子記録債権により支払う場合のサイト短縮が課題。
- ・2025年12月22日の製紙連理事会において「自主行動計画」を改定したが、その際に手形の利用廃止等について、会員企業に対し改めて周知したところ。今後、本フォローアップの理事会報告等の機会をとらえ、現金払い化やサイト短縮について会員企業の取組促進を図っていく。

2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ③減額要請

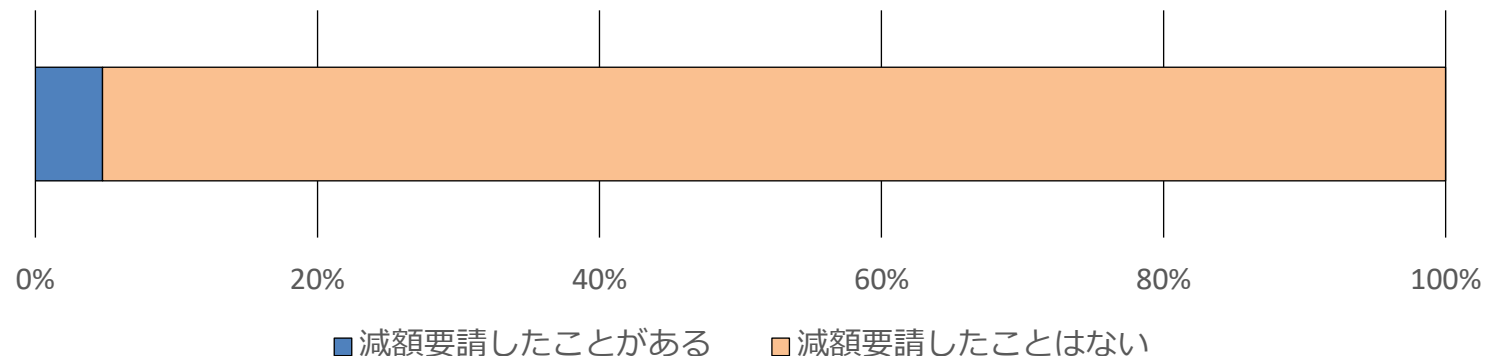
【結果分析及び今後のアクション】

- ・ 回答21社中、直近1年で減額要請を行ったのは1社のみ。
- ・ 減額要請を行わないことについて、会員企業に対し、引き続き重点課題として周知する。要請する際はあらかじめ、取引先と十分に協議し、書面等による合理的な説明を実施するよう徹底する。

【設問と回答】

設問8

直近1年間で、仕入先（発注先）との取引について、歩引きやリベート等により、発注時に定めた代金から差し引かれた若しくは支払代金の割り戻しを要請した（減額要請した）ことはあるか



2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ④知財取引

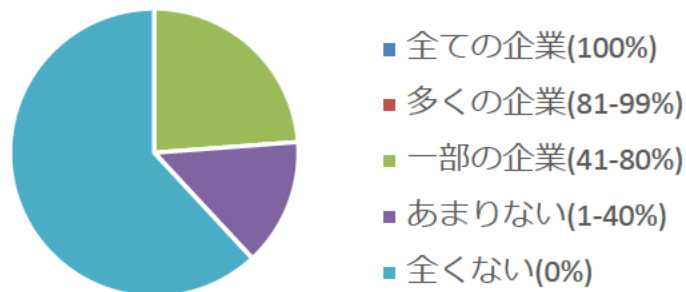
【結果分析及び今後のアクション】

- ・ 回答21社中、13社は知的財産等を扱う取引を実施していない。
- ・ 知的財産等を扱う取引がある8社について、適正な取引のための取組の実施状況は、「全ての企業に実施」が4社、「多くの企業に実施」が1社となっているが、「あまり実施しなかった」と回答した企業もある。
- ・ 適正な取引の実現に向けた取組を促進するため、引き続き会員企業への周知や注意喚起に努めていく。

【設問と回答】

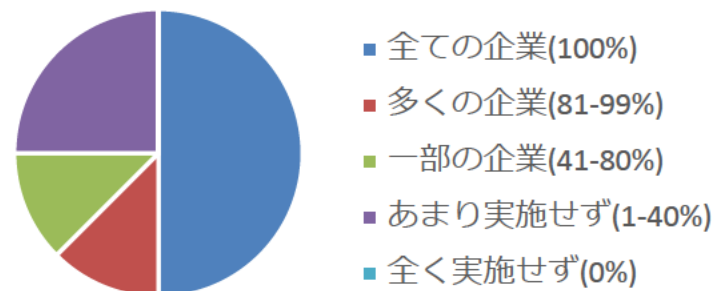
設問16

取引先企業のうち、何割程度の企業と知的財産等を扱う取引があるか



設問17

直近1年間で、知的財産等を含む取引において適正な取引を実現するための取組を実施した取引先企業の割合



2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ⑤働き方改革

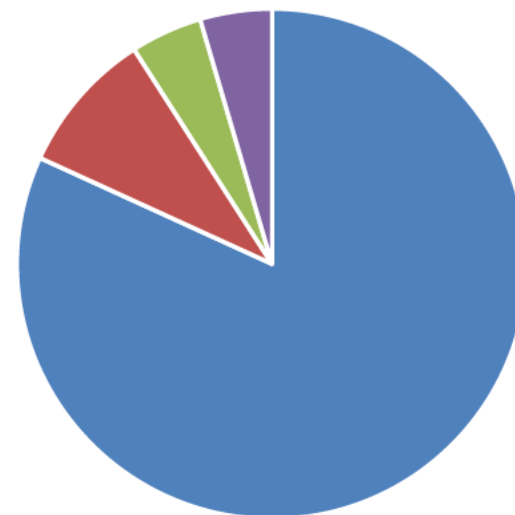
【分析結果及び今後のアクション】

- ・働き方改革の影響については、「特に影響はない」との回答が多い。
- ・自主行動計画の規定の通り、取引先の「働き方改革」推進を阻害するような要請を行わないよう十分に配慮し、やむを得ず短納期又は追加の発注、急な仕様変更等を行う場合は、適正なコストを負担するよう、会員企業に求めている。

【設問と回答】

発注側21

働き方改革に関する対応の結果、仕入先（発注先）に対し影響が生じる可能性がある項目



- 特に影響はない
- 急な仕様変更への対応の増加
- 短納期での発注の増加
- 分からない

2. 2025年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組 ⑥ 普及啓発活動

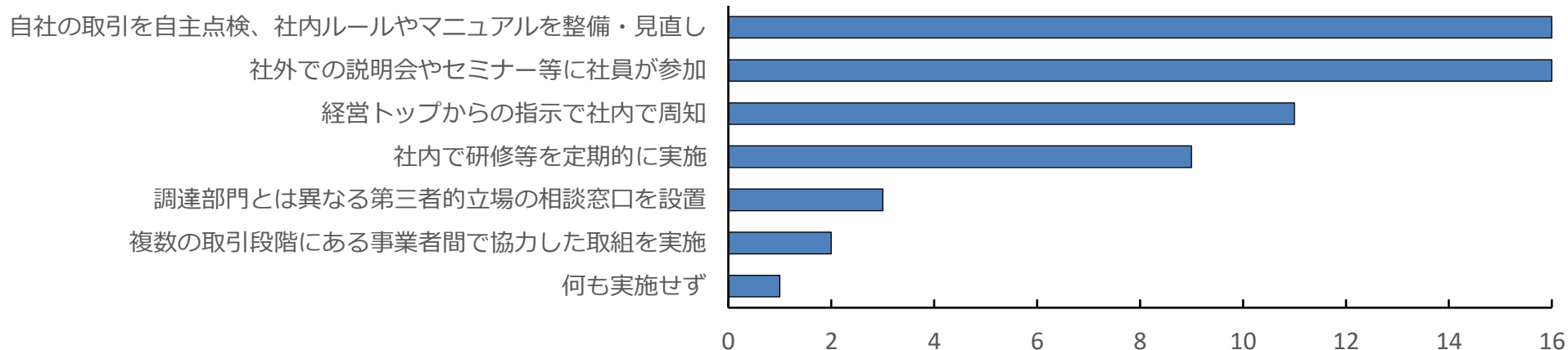
【分析結果及び今後のアクション】

- ・ほとんどの企業が普及啓発活動を実施している。
- ・会員企業に対し、「自主行動計画」の規定の通り、自社の取引の取適法違反や不適切な取引慣行の有無について定期的に自主点検を実施するよう促す。また、取適法や受託中小企業振興法に関する説明会の実施等により、会員企業の適正取引推進を図っていく。

【設問と回答】

設問28

社内及びサプライチェーン全体に適正取引が浸透するために実施している普及啓発活動等 [複数回答、社数]



3. 取引適正化に向けた今後の取組

【重点課題】

- ・合理的な価格決定に関し、会員企業の取組は概ね進んでいると考えられるが、単価決定の際、発注先のコスト変動分を全て反映していない場合もある。コスト変動分の反映を更に進めていくことが課題。
- ・支払条件について、業界全体では現金払いの比率は高いが、手形等での支払いの比率が高い企業もある。また、サイトについては、60日超という回答もあることから、現金払い化やサイトの短縮化（60日以内）に向け、更なる取組が必要。

【今後の取組】

- ・製紙連理事会での自主行動計画フォローアップ結果報告等の機会を捉え、上記重点課題を中心に、経営層への周知・徹底を図る。また、会員各社の担当部署に対しては、メール等での連絡により、情報共有に努める。
- ・自主行動計画や徹底プランについては、策定・改正時に製紙連ホームページに掲載するとともに、会員企業向けメールでも周知している。適正取引に関する政府等の動き（価格交渉促進月間等）についても、ホームページでの掲載や会員企業向けメール等で周知を進める。
- ・サプライチェーン全体での適正取引推進のため、関連団体（全国段ボール工業組合連合会、日本板紙代理店会連合会等）との協議の場等において、情報交換・共有等を進める。また、直接の取引相手のみならず、その先の仕入先等も含めた事業者間で協力した取組を実施するよう、理事会等の会合やメールでの連絡等の際に会員企業に促す。