

- 日
販
協
近
畿
報
1. 世界に誇る戸別配達制度を堅持しわが国の政治・経済・文化の発展と民主主義の擁護に貢献する
 2. 新聞の持つ公器性に基づき公正な販売を期する
 3. 新聞販売店共通の目的である経営の健全化を追求する

日販協近畿報

https://nippankyo-kinki.com

一般社団法人日本新聞販売協会近畿
 大阪市北区天満4丁目14-19
 天満パークビル4階
 電話06(6450)5671/FAX06(6450)5672
 nph-kinki.2@vivid.ocn.ne.jp
 発行責任者 水谷 和郎
 広報委員長 岩田 達幸

賃上げに必要なコストは販売手数料に転嫁を 10月理事会に公明・石川参院議員が出席



理事38人が石川議員(中央奥)の話に耳を傾けた(10月7日、大阪市北区・ガーデンシティクラブ大阪)

一般社団法人日本新聞販売協会近畿(略称「日販協近畿」)水谷和郎副理事長(11月・浅香駅前)は10月7日、2024年第4回理事会を大阪市北区のガーデンシティクラブ大阪で開いた。公明党大阪本部代表を務める石川博崇参院議員が出席し、今月から引き上げられた最低賃金について、今後の見通しや中小零細企業の対応方法を説明した。

理事会の冒頭、水谷理事長は「石破政権が発足し、賃上げに強く踏み込む姿勢を示している。2020年代に最低賃金を1500円に引き上げると、達成時期を大幅に前倒ししてきた。単純計算で年平均7・3%の引き上げ。私たちにどうして死活問題であり、対応が急がれる。この最低賃金に対して私たちが中小零細企業がとるべき道筋を石川議員に教えていただきたい」と述べた。

石川議員は「日本政府はデフレ経済からの脱却をめざしている」とし、「デフレ脱却とは物価が上がることだ。物価が上がった以上に賃金を上げ、上がった賃金で消費を喚起して企業の収益を上げ、収益が上がった企業が成長分野に投資していく。こうした経済の好循環を築いていかなければならない」と、最低賃金の引き上げが続く背景を語った。また、中小零細企業に賃上げの資金力がないことから、公明党は政府に対し「受注者(新聞販売店)がコストの上昇あるいは従業員の賃上げを行うために必要な価格交渉

に、発注者(新聞社)がしっかり応じること。価格交渉の結果、上げなければならぬ賃金分、上げなければならぬコスト分に見合った発注額にするということ」を強く求めたという。その結果、昨年11月に内閣官房と公正取引委員会で「労務費の適正な転嫁のための価格交渉に関する指針」を発表した。石川議員は「賃金を上げなければいけない中で必要なコストについては販売手数料にちゃんと乗せてもらう交渉をしていくことが適切な手立てである」と強調した。

石川議員の話を受け、水谷理事長は「私たちが日販協近畿が取るべき対応は発行本社に対して『しっかり賃金が払えるような販売手数料にしてほしい』と要望することだ」と述べた。

各委員会からの活動報告(2、3面掲載)のあと、梁瀬秀則事務局長から今後の具体的な活動内容について説明があった。日販協近畿は発行本社に対し①販売手数料の増額、②販売手数料の増額交渉、③業界全体の協力を求めていくとし、特に②については内閣官房および公正取引委員会が昨年11月に示した「労務費の適正な転嫁のための価格交渉に関する指針」に則って交渉していく。

高橋宗浩常任顧問(前理事長)は「今回、販売手数料の増額が要請できるようになったのは喜ばしいこと。少しでも結果を出してほしい」と激励した。

※石川議員の挨拶は4面に掲載

手数料増額を求める要望案まとめる



賃上げ対策 近畿独自に行動

日販協近畿 水谷和郎理事長

10月理事会

今月から引き上げられた最低賃金の対応方法について、公明党・石川参院議員が対応方法を説明した。これを受け、日販協近畿の水谷理事長は今後の対応策について語った。今後は販売手数料と折込配布手数料の増額を求める要望書を作成し、関係各所に日販協近畿の考えを示していく。

8月末に予定されていた折込広告協議会および系統会代表との懇談会は台風10号の影響で延期となった。これらの懇談会

では、最低賃金の引き上げに対応するために、日販協近畿として販売手数料と折込配布手数料の増額を求めていくことを示す予定だった。9月24日に開催された地区協会で、販売手数料と折込配布手数料の増額を求める要望書の作成を急いでいる旨を地区協会の発行本社委員と販売店委員に伝えた。いままで以上、2倍以上のスピードで値上げと

なる。年間当たり100円以上の値上げとなる。これを現実させるといふなら、それに見合う政策支援が必要なのは当然だ。必然的に日販協政治連盟の力が問われることになる。

私たち日販協近畿がとるべき対応は国に対して「最低賃金を上げないで」と求めるのではない。しっかりと賃金が払えるような販売手数料に

してほしい」と発行本社に要望することだ。内閣府と公正取引委員会が昨年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」(4面掲載)に沿って要望書左の囲みは要望のボ

イントを検討している。休刊日増設や熱中症警戒アラート時の配達に関するガイドライン作成については、9月12日に公社(日販協全国本部)常務理事会に議案として提出した。例年ならば9月に

新聞戸別配達制度維持のための販売手数料増額のお願い

1. 販売手数料の増額

最低賃金の引き上げに対応できるよう、販売手数料の増額を強く要請する。これにより、販売店が健全な経営を維持し、従業員の賃金を適正に支払うことが可能になり、「世界に誇る戸別配達制度」が守られる。

2. 販売手数料の増額交渉

内閣官房と公正取引委員会が作成した「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」(令和5年11月29日)に則った交渉をお願いする。

3. 業界全体の協力

新聞社と販売店が一体となって、「世界に誇る戸別配達制度」を維持するための協力体制を強化することを提案する。



**献血で新たな取り組みを
事業委員会・社会貢献献煙専務理事**

献血活動が本格化してきた。9月17日には大阪府南部、10月6日には京都府北部、10月2日に大阪府と和歌山県の赤十字血液センターの視察血液に輸血すべき

第1回の理事会が開かれるが、本年は11月22日開催なので、全国本部の判断はそれまで待つことになる。(最賃引き上げが10月から行われるため)日販協近畿で独自に判断すべきと考えている。

るので、検査する時間がない緊急の場合はO型の血液を輸血する。各病院にO型の血液のストックがあることが理想だといふ。

献血のイベントではニッパン君(日販協近畿のオリジナルゆるキャラ、善くする)を活用することができている。担当も地元についているのであるが、京都北地区は豪華、ポックスティッシュが二つ、日販協オリジナルの入浴剤だった。

大阪南部は献血イベントでアンケートおよびティッシュ写真IIで試験を促すという新たな試みに取り組んでいる。

地区によって運営方法が違うので、情報を集約して一覽できるようにしたい。

府・県の血液センターに行ったときにチラシの重要性を説明した。チラシがない日赤の支部があるので、日赤側で用意してほしいとお願いしている。

経営難で辞めることのない業界に

HPで発信強化を図る 事業委員会・広畑 宥田(専務理事)



いま二課題を抱えている。一つ目は日販協近畿のホームページのアクセス数を一気に増やすこと。年内をあとにかたむけたいと考えている。

二つ目の課題は、HPで発信強化を図る。00人の会員のメールアドレスをいまだにアップして、名簿を作り、今後メールで直接発信したいと考えている。

これからは、メールアドレスの名簿は年内に完成させたいと考えている。それを実現するために、プロジェクトチームを立ち上げ、すでに2回会合を開いている。

ホームページのアクセスを増やすために、

組織の運営方法を検討 事業委員会・組織力向上(専務理事)



新聞販売店を円滑に営むために日販協のデジタルメリットを生かすことが一番の目的だ。役割分担があり、理事会、専務理事が集まる執行部会、支部会、それぞれ役割を果たしていただくことで、スケールメリットが最大限に生かしていただける。円滑に進めるために各役割がどうあるべきか、またそれを進め

ていくうえで、問題点はないか、困っていることはないか。その辺を解決していきたい。

現況、毎年、年明けに支部の会員名簿を出していただいているが、それを元に会費を徴収させていただき、活動資金にあてている。新聞販売店の経営環境は悪化しているが、会員に対して負担がかかっている。必要なので、組織力を高めるうえで連携を高めたい。この間の事業委員会がデジタルLINEを作った。その中で情報共有や意見を募って行きたい。

折込手数料の引き上げを 事業委員会・折込担当(大塚専務理事)



折込事故が奈良で2件あった。8月15日分の8件分を間違えて16日に入れた。また、16日の4件分を15日に入れた。もう一件は、9月17日入りの8件分を16日に入れた。16日入りの折込はお詫び文と

セットでビニールにラッピングして全読者にポストインした。9月20日に折込委員会を開いた。議題は年末年始の1日割倒しできないかという意見交換。二つ目は値上げ。この10年で最賃は35%アップした。B4サイズは4円に、1円アップが妥当な線だと考える。

折込専属のパートさんも雇っている店もある。11月末にも折込組合長と会議で意見交換する。

アンケートを実施予定 事業委員会・労務環境(小西副理事長)



この夏、配産中に熱中症により従業員の方

が2名の方が亡くなられたと聞いている。夕刊配達時の時間帯は大変厳しい状況ではある。先ほど理事長から話があったように熱中症警戒アラート発表時の業務に関するガイドラインを日本新聞販売協会に要請した。そして休刊日の増設については、具体的に何を要請するために、選択を検討するために、選択を実施したい。次回の理事会でアンケート用紙をお渡しできるかと思うので、協力をお願いする。

啓発ポスター制作中 事業委員会・法規公正(保田専務理事)



前回、消費生活センターへの苦情件数を情報共有したい(各府県の1月〜7月および7月の件数を発表)。現在、消費生活セン

ターに寄せられる訪問販売の苦情をゼロをめざすポスター制作している。各支部において現地の会の開催、現地会員のレベルアップを図ってほしい。

手数料増額の要望について 日販協近畿・梁瀬事務局長



「新聞戸別配達制度維持のための販売手数料のお願い」の件について、要望は三つある。①販売手数料の増額、②販売手数料の増額交渉、③業界全体の協力。特に②の交渉は重要で内閣官房と公正取引委員会が示した「労務費の適切な取組のための価格交渉に関する指針」(以下、指針)に則った交渉を行う。流れとしては①9月の地区協で水谷理事長が最低賃金の取り組みについて報告した。②販売手数料増額の要請文作成(大阪商工会議所、公明党、顧問弁護士、顧問税理士に相談)、③理事会

内閣官房は今後、労務費の上昇理由とした価格転嫁が進んでいない業種や労務費の上昇理由を踏まえている傾向にある。また、公正取引委員会は「指針」に記載の12の採るべき行動を求められる。指針に沿ったような行動を促すことにより、公正競争を阻害するおそれがある場合には独禁法に基づき厳正に対処していく。受注者が匿名で労務費という理由で価格転嫁の協議のテーブルにつかない事業者等に関する情報を提供できるフォアマンを設置し、第三者に情報提供が特定されない形で、公正取引委員会が行う各種調査において活用していただきたい。

日経社は「取引適正化」をテーマに2024年10月、専務理事会が決定。関係各所に要請文を提出している。

内閣官房は今後、労務費の上昇理由とした価格転嫁が進んでいない業種や労務費の上昇理由を踏まえている傾向にある。また、公正取引委員会は「指針」に記載の12の採るべき行動を求められる。指針に沿ったような行動を促すことにより、公正競争を阻害するおそれがある。指針に沿ったような行動を促すことにより、公正競争を阻害するおそれがある。指針に沿ったような行動を促すことにより、公正競争を阻害するおそれがある。

新聞の重要性伝えたい 立松英樹常任理事の代表意見



先般、日本新聞販売協会賞を受賞した。表彰状の文に「文化圏に占める新聞産業の重要性をより認識し」とあった。労務費、折込減、経営難という課題はあるが、私たちの使命は、お客様に対して毎日正確に新聞をお届けすること。新聞をお届けるという、必要性をお客様にも認識していただきたい。

最低賃金引き上げの問題も含め、我々新聞販売店は課題をたくさん抱えている。改めて勉強していく必要性を感じている。

賃上げのために新聞社と交渉を

賃上げの背景を語る石川議員



石川博崇参院議員(公明党大阪府本部代表)

コストに見合った手数料に

デフレ脱却のために最賃引き上げ

10月7日に大阪市北区のガーデンシテイククラブ大阪が開かれた2024年第4回理事会、公明党大阪本部代表を務める石川博崇参院議員が出席した。今月から引き上げられた最低賃金について、今後の見通しや新聞販売店がすべき対応方法を説明した。

最低賃金アップは経済好循環のため

日販協の皆さまにおかれましては、日頃より世界に誇る新聞戸別配達制度の維持・発展のためにご尽力いただいている。心から敬意と感謝を申し上げます。戸別配達制度は日本の社会にとってなくてはならない、国民の知的財産の基盤とも言える貴重な存在だ。

日販協近畿の皆さまから現場の課題など様々な声をいただいている。毎年、公明党大阪府本部で政策要望懇談会を行っているが、先日も水谷理事

長はじめ役員の皆さまにお越しいただき、「最低賃金にいかに対応していくのか」ということについてのご要望をいただいた。公明党大阪府本部の国会議員を含め、様々な意見交換をさせていただいた。いま国は「デフレ経済からの脱却」をめざしている。30年近く日本の経済は低成長・低賃金

が続き、これを脱却し、経済の好循環を確立していかねばならない。大事な過渡期に入っている。デフレ脱却とは物価が上がるということ。物価が上がった以上に賃金を消費を喚起して企業の収益を上げ、収益が上がった企業が成長分野に投資していく。こうした経済の好循環を築いていかなければならない。賃金を上げなければならぬ。賃上げに合わせたコスト削減も必要だ。中小零細企業、業の皆さまの責務だ。日販協所属の会員の皆さまも本心に「苦勞を

針を発表した。左側は、この中で発注者側から求められる行動、受注者側から求められる行動、そして両者から求められる行動が詳しく書かれている。例えば発注者側には(受注者の)労務費上昇に対応する取引価格への転嫁を受け入れる取り組み方針を決定すること。受注者側には(発注者の)労務費上昇の理由の説明や根拠となる資料の提出を受けること。これは労務費上昇の理由を合理的な根拠があるものとして尊重すること。こうしたことを発注者側から求められる行動、受注者側から求められる行動、そして両者から求められる行動が詳しく書かれている。

不適正な交渉結果 社名を世間に公表

昨秋(こう)した状況を「公明党」として政府に強く求めたい。それは受注者(新聞販売店)がコストの上昇あるいは従業員賃上げを行わなければならない。これは必要のない転嫁に発注者側(発行者)がしっかりと対応すること。価格交渉の結果、上げなければならない賃金分、上げなければならないコスト分に見合った手数料にすることを政府に強く求める。それを受けて昨年11月29日、内閣府労務費の適正な転嫁のための価格交渉に関する指

国に新聞販売店へ調査するよう求める

日販協の会員の皆さまは販売手数料で経営されている状況かと思うが、

いま賃金を上げなければいけない中で必要なコストについては販売手数料にちゃんと乗せてもらう交渉をしていくことが適切な手立てであり、必要なことだ。先ほど聞いたところ、国が30万社に対して行っている(価格交渉の実態調査)については「日販協会員に調査が入った」という声があった。という声があった。という声があった。という声があった。

今後とも日販協の皆さまとともに、世界に誇る新聞戸別配達制度を維持・発展していただくよう全力を尽くして参りたい。

労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

令和5年11月29日 内閣府/公正取引委員会

★発注者(発行者)としての行動①
①労務費の上昇分について取引価格への転嫁を受け入れる取り組み方針を具体的に経営トップまで上げて決定すること、②経営トップが同方針またはその要旨などを書面等の形に残る方法で社内外に示すこと、③その後の取り組み状況を定期的に経営トップに報告し、必要に応じ、経営トップが更新する対応方針を示すこと。

★発注者(発行者)としての行動②
受注者から労務費の上昇分に係る取引価格の引き上げを求められていなくても、業界の慣行に応じて1年に1回や半年に1回など定期的に労務費の転嫁について発注者から協議の場を設けること。特に長年価格が据え置かれてきた取引や、スポット取引と称して長年同じ価格で更新されているような取引においては転嫁について協議が必要であることに留意が必要である。

★発注者(発行者)としての行動③
労務費上昇の理由の説明や根拠資料の提出を受注者に求める場合は、公表資料(最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率など)に基づくものとし、受注者が公表資料を用いて提示して希望する価格については、これを合理的な根拠があるものとして尊重すること。

★発注者(発行者)としての行動④
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がその先の取引先との取引価格を適正化すべき立場に立って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。

★発注者(発行者)としての行動⑤
受注者から労務費の上昇を理由に取引価格の引き上げを求められた場合には、協議のテーブルにつくこと。労務費の転嫁を求められたことを理由として、取引を停止するなど不利益な取扱いをしないこと。

★受注者(新聞販売店)としての行動①
労務費上昇分の価格転嫁の交渉の仕方について、国・地方公共団体の相談窓口、中小企業の支援機関(全国の商工会議所・商工会等)の相談窓口などに相談するなどして積極的に情報を収集して交渉に臨むこと。

★受注者(新聞販売店)としての行動②
発注者との価格交渉において使用する労務費の上昇傾向を示す根拠資料としては、最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率などの公表資料を用いること。

★受注者(新聞販売店)としての行動③
労務費上昇分の価格転嫁の交渉は、業界の慣行に応じて1年に1回や半年に1回などの定期的に行われる発注者との価格交渉のタイミング、業界の定期的な価格交渉の時期など受注者が価格交渉を申し出やすいタイミング、発注者の業務の繁忙期など受注者の交渉力が比較的優位なタイミングなどの機会を活用して行うこと。

★受注者(新聞販売店)としての行動④
発注者から価格を提示されるのを待たずに受注者側からも希望する価格を発注者に提示すること。発注者に提示する価格の設定においては、自社の労務費だけでなく、自社の発注先やその先の取引先における労務費も考慮すること。

◎発注者・受注者の双方が採るべき行動
定期的にコミュニケーションをとること。価格交渉の記録を作成し、発注者と受注者と双方で保管すること。