

日販協網領

- 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. 新聞の持つ公益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
 npk-kinki 2 @vivid.ocn.ne.jp
 発行責任者 水谷 和郎
 広報委員長 岩田 達孝

日販協近畿の未来を切り開く年に

直近の課題は「休刊日」「最低賃金」「折込手数料」



理事36人が出席した2025年初の理事会（1月8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」水谷和郎理事長、毎日・浅香駅前）は2025年1月8日、2024年度第7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。

理事会の冒頭、病気のため欠席した水谷理事長に代わり、小西康弘副理事長（龍光・柏原）が挨拶に立った。「昨年は大地震と豪雨が能登半島を襲い、甚大な被害があった。全国各地で自然災害に見舞われた年だったと振り返り、急激な温度変化が原因で風呂場などで起こる「ヒートショック」にふれ「死者数は交通事故より多いと言われている。高齢者の多い新聞購読者の相対数がヒートショックで命を落としているとみられる。予防法や予防グッズなどの情報提供も日販協近畿で取り組みたい」と考えを述べた。

また、小西副理事長は、日販協近畿における直近の課題として①「休刊日増設」②「上昇する最低賃金への対応」③「折込手数料の引き上げ」の3点を挙げ、「2025年の干支は『乙巳（きのとみ）』。努力を重ね、物事を安定させていくという意味を持つ年だ。皆さまと共に知恵を出し合い、日販協の未来を切り開く年にしたい」と抱負を述べた。

議長に岩田達孝専務理事（朝日・千里山）を選出。各委員会、各支部から活動報告があった。

小西副理事長は、12月11日に（公社）日販協全国本部の常務理事会（地区本部長会）に水谷理事長の代理として出席したことを報告。常務理事会は年4回開催し、実質的運営について協議していく。「新聞販売店従業員の熱中症アンケート」を日本新聞協会を通じて全販売店で実施する見通し。

事業委員会からは、広報担当の岩田専務理事が会員名簿作成について「7割以上回収できた」とし、広報活動の意義について説明し

た（詳細4面）。同じく事業委員会、組織向上担当の辻昭彦専務理事（京都・羽拍子）は「会員減は想定以上だ。支部役員の系統間ローテーションに支障が出る支部が増えている」と指摘し、ローテーションの維持が難しい場合、声を上げるよう求めた。

業務委員会からは折込担当の大塚玲専務理事（日経・九条）が「手数料増額の要望に対する折込会社側の返答を急がせ」と述べたほか、折込事故が起きる一因として「折込会社の伝票の取り扱いに問題がある」と指摘した。同じく業務委員会、労働環境担当の小西副理事長は「12月24日に大阪市此花区で、自転車で配達中のアルバイト女性がトラックにはねられて亡くなった」と報告し、自転車乗車時のヘルメット着用徹底を求めた。また、山形新聞と沖繩地元紙が休刊日を増やしたこと踏まえ、五日大会（大阪販売局長会）に対し、休刊日増設の要望を提出するとした。法規公正担当の保田満専務理事（産経・大正南）は「2024年1月から10月までの消費生活センターへ寄せられた累計苦情件数は前年比で140件減った」と述べ、一方で、「苦情ゼロ」をさらに推進するため、年度内に店従業員向け啓発ポスターを製作するとした。

日販協近畿事務局から最賃対応について報告があった。小寺陽平弁護士から「2023年12月、内閣官房事務局から全業種所管庁庁に対し、所管業種のすべての業界団体（873団体）に対して周知・フォローアップを行うよう要請があった。（公社）日本新聞販売協会も要請されていた。しかし、その後、同協会から日販協近畿その他の会員に対してどのような情報提供が行われたのか」との指摘を受けた（詳細3面）。事務局は「最賃対応で出遅れがあった」とし、今年3月の「価格交渉月間」を原準にした行動が求められるとの見解を示した。

（以下省略）

「賃上げ促進税制」で店を守ろう

賃上げは業界発展への投資

しんわ税理士法人 代表社員税理士 田中明子

2024年10月から引き上げられた最低賃金の対応方法について、田中明子税理士(しんわ税理士法人代表社員)に解説してもらった。日販協近畿の顧問税理士でもある田中さんは、賃金を引き上げた企業の税負担を軽減する「賃上げ促進税制」を活用すべきだと説明。新聞社は販売店が持続可能な賃上げを促進する役割が求められると指摘しながら、賃上げは「従業員モチベーション向上や人材確保に不可欠、業界全体の発展につながる投資」と強調した。

最賃上昇で経営圧迫

2024年10月、最低賃金は全国平均で前年比引上りし、中小企業者の経営環境は新たな局面を迎えています。一方で、賃金上昇の負担を方

バーしながら持続可能な経営を維持するのは容易ではありません。中小企業者のデータによると、消費者物価指数が賃金指数を上回り、実質賃金が減少している現状では、消費者態度指数(今後半年間)が「人材確保・採用

年間の消費の見直し)も横ばいか、やや減少傾向にあります。こうした厳しい状況下で、6割を超える中小企業が賃金引き上げを計画していますが、その多くが「人材確保・採用

を主な理由に挙げています。しかし、業績改善が伴わない賃上げを行う企業も多く、これが収益を圧迫している現実があります。そうした中、政府が推進する「賃上げ促進税制」は、中小企業者の負担軽減を目指す支援策として注目されています。

税制のポイント

賃上げ促進税制は、賃金を引き上げた企業の税金負担を軽減するもので、

①対象外の給与
役員給与や役員の特殊関係者の給与は対象外です。国内雇用者の給与のみが対象となります。

②税額控除額の上限
税額控除額は法人税額の20%以内です。控除額は法人税額の20%以内です。

③明細書の提出
未控除額を翌年度以降に繰り越す場合は、該当年度の申告時に明細書を提出する必要があります。

④制度活用の留意点
賃上げ促進税制を活用するには、次の点に注意する必要があります。

要件による控除率の上乗せがあります。令和6(2024)年度税制改正で導入された「5年間の繰越税額控除制度」は、中小企業にとって非常に有益です。控除しきれなかった未控除額を5年間繰り越せるため、赤字の年度でも将来的に黒字化した際に税の優遇を受けられることが可能になります。

税理士・田中明子さんはこんな人
「お客様の夢をかたちに、真心こめて」
総勢130人超「日本酒を守りたい」隊長
大阪生まれ、神戸大学経営学部卒。1999年に税理士登録＆開業。2015年にお客様企業の永続発展を応援すべく、「田中明子税理士事務所」を法人化し、「しんわ税理士法人」を設立した。

家族は夫と娘2人、孫2人。好きなものは「八八」飲「一重」。それぞれに深い愛情を注ぐ。
2008年に「日本酒を守りたい」を立ち上げた。日本酒文化をより愛する隊員総勢100人余りを率いる隊長として、四季折々の蔵元&地場の産物、日本酒の輪を広げべく活動中。

賃上げを有利に

令和6年度税制改正で拡充された賃上げ促進税制は、中小企業や個人事業主にとって大きなチャンスです。特に3月決算法人は令和7年3月期決算、個人事業主は令和7年分からの適用開始を前に、早めの準備が求められます。事前の決算対策や繰越控除額の管理など、専門家を密に相談しながら制度を最大限に活用しましょう。

最後に

令和7年度与税制改正大綱は「豊かさを実感できる、質の高い国民生活の表現を掲げられています。しかしこの目標は雇用の7割を担う中小企業者の収益力向上なしには達成できません。この課題は新聞販売業にも直結しています。



「賃上げ促進税制」を活用すべきだと説明する田中税理士



大阪府 最低賃金

令和6年 10月1日から 1,114円

50円UP

最低賃金とは、働くすべての人に賃金の最低線を保障する制度です。

2024年10月から大阪の最低賃金は1,114円。前年比で50円アップした

販売手数料の引き上げ求めよう

店従業員の賃上げは必須

小寺一矢法律事務所 弁護士 小寺陽平



小寺陽平弁護士

2023年11月に内閣官房および公正取引委員会が示した「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」について小寺陽平弁護士に説明してもらった。販売店側に求められる行動について小寺弁護士は「労務費適正転嫁指針に沿って相談窓口の活用、発行本社から価格上昇傾向を示す根拠資料、値上げ要請のタイミングの活用、発行本社から価格を提示されるのを待たずに自ら希望する額を提示する」とを挙げた。

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 内閣官房／公正取引委員会

★発注者（発行本社）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、経営トップが更なる対応方針を示すこと。

★発注者（発行本社）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（発行本社）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（発行本社）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るべき立場にあることを常に意識し、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（発行本社）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、自社の発行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。

価格転嫁の拒否は優越的地位の濫用

公正取引委員会は2022（令和4）年2月16日に、「労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において明示的に協議することなく、従来おりに取引価格を据え置くこと、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストを上昇したため、取引の相手方が取引価格の引き上げを求めたにもかかわらず、価格転嫁をしない理由を書面、電子メール等で取引の相手方に回答することなく、従来おりに取引価格を据え置くこと」が、独占禁止法上の優越的地位の濫用の要件の一つに該当するおそれがある行為であると明示しました（公

取）
公正取引委員会は、優越的地位の濫用に該当する行為が疑われる事業者や価格転嫁の状況等を把握するため、令和4年度に緊急調査を、令和5年度には特別調査を実施し、

応じない事業者名公取に公表される

公正取引委員会は、優越的地位の濫用に該当する行為が疑われる事業者や価格転嫁の状況等を把握するため、令和4年度に緊急調査を、令和5年度には特別調査を実施し、

「相当数の取引先に対する協議を経ない取引価格の据置き等が認められた事業者」について価格転嫁の円滑な推進を強く後押しする旨の事業者名を公表しました。令和4年度は13社、令和5年度は10社でした。

「転嫁交渉の指針」

新聞販売店は正に「労務費の占める割合が高い業種」であり、かつ全国に相当数の店舗があるにもかかわらず除外されていることに違和感を覚えているのですが、令和6年度通常調査の一環として、各種団体に労務費転嫁交渉指針の周知徹底、対応状況のフォローアップ実施が要請され、その中に公益社団法人日本新聞販売協会が含まれていました。その後、同協会から日販協近畿や他の日販協地区本部に対してどのような情報提供やフォローアップがなされたのか、

店側から本社に交渉を求めよう

世界に誇れる新聞の戸別配達制度の維持のため、日々、積極的に活動されている日販協近畿を中心に全国に活動が広がることを期待しています。

小寺 陽平（ひでひら）
（よへい）弁護士 1976年生まれ、京都府出身、関西大学。2000年弁護士登録（第1期）。小寺一矢法律事務所（大阪府北区西天満）。父・一矢氏は日販協近畿の顧問弁護士を長年務めた。安心して何でも話せる雰囲気作りを心がけている。

場において明示的に協議することなく、従来おりに取引価格を据え置くこと、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストを上昇したため、取引の相手方が取引価格の引き上げを求めたにもかかわらず、価格転嫁をしない理由を書面、電子メール等で取引の相手方に回答することなく、従来おりに取引価格を据え置くこと」が、独占禁止法上の優越的地位の濫用の要件の一つに該当するおそれがある行為であると明示しました（公

取）
公正取引委員会は、優越的地位の濫用に該当する行為が疑われる事業者や価格転嫁の状況等を把握するため、令和4年度に緊急調査を、令和5年度には特別調査を実施し、

「相当数の取引先に対する協議を経ない取引価格の据置き等が認められた事業者」について価格転嫁の円滑な推進を強く後押しする旨の事業者名を公表しました。令和4年度は13社、令和5年度は10社でした。

「転嫁交渉の指針」

新聞販売店は正に「労務費の占める割合が高い業種」であり、かつ全国に相当数の店舗があるにもかかわらず除外されていることに違和感を覚えているのですが、令和6年度通常調査の一環として、各種団体に労務費転嫁交渉指針の周知徹底、対応状況のフォローアップ実施が要請され、その中に公益社団法人日本新聞販売協会が含まれていました。その後、同協会から日販協近畿や他の日販協地区本部に対してどのような情報提供やフォローアップがなされたのか、

店側から本社に交渉を求めよう

世界に誇れる新聞の戸別配達制度の維持のため、日々、積極的に活動されている日販協近畿を中心に全国に活動が広がることを期待しています。

小寺 陽平（ひでひら）
（よへい）弁護士 1976年生まれ、京都府出身、関西大学。2000年弁護士登録（第1期）。小寺一矢法律事務所（大阪府北区西天満）。父・一矢氏は日販協近畿の顧問弁護士を長年務めた。安心して何でも話せる雰囲気作りを心がけている。

「相当数の取引先に対する協議を経ない取引価格の据置き等が認められた事業者」について価格転嫁の円滑な推進を強く後押しする旨の事業者名を公表しました。令和4年度は13社、令和5年度は10社でした。

「転嫁交渉の指針」

新聞販売店は正に「労務費の占める割合が高い業種」であり、かつ全国に相当数の店舗があるにもかかわらず除外されていることに違和感を覚えているのですが、令和6年度通常調査の一環として、各種団体に労務費転嫁交渉指針の周知徹底、対応状況のフォローアップ実施が要請され、その中に公益社団法人日本新聞販売協会が含まれていました。その後、同協会から日販協近畿や他の日販協地区本部に対してどのような情報提供やフォローアップがなされたのか、

店側から本社に交渉を求めよう

世界に誇れる新聞の戸別配達制度の維持のため、日々、積極的に活動されている日販協近畿を中心に全国に活動が広がることを期待しています。

小寺 陽平（ひでひら）
（よへい）弁護士 1976年生まれ、京都府出身、関西大学。2000年弁護士登録（第1期）。小寺一矢法律事務所（大阪府北区西天満）。父・一矢氏は日販協近畿の顧問弁護士を長年務めた。安心して何でも話せる雰囲気作りを心がけている。

店側から本社に交渉を求めよう

世界に誇れる新聞の戸別配達制度の維持のため、日々、積極的に活動されている日販協近畿を中心に全国に活動が広がることを期待しています。

小寺 陽平（ひでひら）
（よへい）弁護士 1976年生まれ、京都府出身、関西大学。2000年弁護士登録（第1期）。小寺一矢法律事務所（大阪府北区西天満）。父・一矢氏は日販協近畿の顧問弁護士を長年務めた。安心して何でも話せる雰囲気作りを心がけている。

I T活用 新聞販売業界を変える

今期の広報委員長として

デジタルで即時に情報発信

岩田達承専務理事(朝日・千里山)

2024年5月から広報委員長を務める岩田達承(いわた・たつゆ)専務理事(朝日・千里山)に、日販協近畿における広報の意義と今後の活動方針について語ってもらった。岩田委員長は「日販協近畿が真にITを活用できれば、新聞販売業界は変わる」と意気込みを決めた。(聞き手は近畿報編集部)

広報・宣伝は「はじめの一步」

—日販協近畿における広報の役割をどうお考えですか？

岩田専務理事・広報委員長(以下、岩田委員長)「日販協近畿は会員である新聞販売店のためにさまざまな活動を行っています。まず、活動を成功させるための「十分条件」があると思っています。それは①広報・宣伝活動、②会員集めと関係強化、③企業等との業務連携です。また、活動を成功させるための「十分条件」が「はじめの一步」です。とても大切な活動だと感じて

います。あり、活動がさらに進化する。④活動資金調達、⑤人材確保と管理、⑥業務進捗管理、⑦抜本的な業務改革が加わってきます。会員の皆さんとコミュニケーションを取る「広報」は①にあたり、活動を成功させるための「はじめの一步」です。とても大切な活動だと感じて



岩田専務理事・広報委員長(写真は2023年11月の日販協近畿創立記念講演会で)

います。

近畿報デジタル化コスト削減も実現

—高橋体制の2023年に任意団体の「日販協近畿地区本部」から「一般社団法人日販協近畿」になり、広報態勢は紙からデジタルにシフトしました。

岩田委員長「日販協近畿地区本部時代は情報発信で伸び悩んでいました。紙ベースの「近畿報」の発行が主な情報発信であり、ITを活用しない理由というより「使いたくない言い訳」が列挙されてきました。「ITを活用するお金がない」「忙しくて情報発信する時間がない」「どんな情報を発信して良いかわからない」「今のままで大丈夫をこたせるから不要だ」「もっと他にやるべきことがある」として「Webサイトを作ったから十分だ」。十数年、日販協近畿地区本部のWebサイトは一度の更新もされることなく放置されていました。

しかし「紙の近畿報」では取材・制作のほかに印刷・配送という作業も発生します。手間も費用もずいぶんかかっています。一般社団法人になった2023年は日販協近畿設立70周年にあたり、

プラットフォーム構築でどんな広報活動になるか

メルマガ・ブログ・SNSを活用

- 目的**
- ☆即時情報発信
 - ☆会員同士のコミュニケーション強化
 - ☆献血、「すべ教」、地域の見守りなど日販協活動を業界の内外にアピール
- 方法**
- ☆Webサイト更新時などに会員が登録したメールアドレスへ通知する
 - ☆会員からの意見を元に議題を設定、ブログなどを意見交換の場に
 - ☆活動内容をSNSで発信し、広く周知を図る

年でしたが、周年事業としてWebサイトのリニューアルに取り組みました。

事業委員会の中に設けた広報委員会がサイトのリニューアルを進めました。団体の所在地、電話番号、メールアドレスなど連絡先を記載したほか、定款を掲載することで日販協近畿の運営理念と目指すべきゴール、活動内容を明確にし、活動してきた実績も明記しました。理事会の議事録、献血などの活動もアップしています。

プラットフォーム構築し発信力強化

—課題はありますか？

岩田委員長「もちろん

ん、まだまだWebサイトの刷新は不十分です。代表者と役員のプロフィールは明記されていませんし、自治体、公的団体、企業パートナーとの関係も明らかにしていません。今後、IT化による業務フローや連絡体制の見直しも課題で、会員の情報共有とその簡素化は必須となります。

何より、メルマガジン、ブログ、SNS等に誘導するところが、それが作られていません。日々の活動報告やイベントの告知などは、すぐに発信できるメルマガジン、ブログ、ソーシャルメディアが向いています。そこへの登録数、読者数を増やすことが何より大切なのですが、今は

プラットフォーム構築し発信力強化

—課題はありますか？

岩田委員長「もちろん

それがいいのですから、急ぎプラットフォームを作らなければなりません。会員の皆さんからメールアドレスをいただきたいのですが、発信するためには必要な作業ですので、ご理解いただきたいです。

私たちが日販協近畿は、新しい「タネ(情報)」を蒔き、新しい「モノ(商品・サービス)」を作り、新しい「カネ(資金)」の流れを作り、優秀なヒト(人材)を集めて活用することが必要です。広報力の強化は欠かせません。

新聞販売店の力で社会課題を解決へ

—今後どのようなことを発信していきたいと考えていますか？

岩田委員長「日販協近

「日販協近畿が真にITを活用できれば、新聞販売業界は変わる。そのくらいに気概をもって広報委員会は進んでいきたいと思っています。」