

下請け製造業を例とした要改善事例

2015年12月

中小企業庁

1. 取引条件をめぐる課題（製造業を例に）

これまでの様々な調査やヒアリングからも、親事業者、下請事業者双方に構造的課題があり、とりわけ、二次下請以下の企業間取引（BtoB取引）が厳しいとの声

大企業等の親事業者の調達活動上の課題

- ①購買窓口の一本化(集中購買)
⇒ 合理性の乏しい原価低減要請
- ②系列解体、見積もり合わせ
⇒ 国内内外問わず下請間での競争激化
(価格決定方法:47.9%が見積もり合わせ)
- ③アジア価格との比較
⇒ 受注が国内回帰しても価格はアジア基準
- ④消費市場価格から逆算される下請代金
⇒ 納得度の低い原価低減要請、景気回復しても戻らない下請単価

下請事業者側の価格交渉力の課題

- ①原価低減手法を徹底している親事業者に対して価格交渉ノウハウの不足
⇒ 下請代金法やガイドラインの知識、個別製品の原価把握、取引メリットの把握
- ②取引依存度の高さ
⇒ 原価割れしなければ受注してしまうという悪循環
- ③技術力等の優位性の把握・武装
⇒ 積極的な提案受注など、親事業者に対して優位な企業は転嫁もしやすい

2. 取引条件の改善が必要な具体的な事例（参考）

- ① 一律〇%や総額いくら等といった合理的な理由の説明のないコストダウンを要請された。
- ② この数年で海外生産が国内生産に戻つつあるが、取引単価については海外価格が適用されるため、受注量は増えても利益に繋がらない。
- ③ 量産終了後の補給品についても、量産時と同じ単価となり、製造原価を下回る場合がある。
- ④ 人手不足から人件費が高騰し負担が大きいが、取引単価や納期面で厳しい状況。
- ⑤ 円安の進行により海外メーカーとの価格差は圧縮しているにもかかわらず、取引単価についての見直しがない。
- ⑥ 電力料金の高騰には逃げ道がない。
- ⑦ 親事業者の購買・調達担当者は、値下げをしないと社内で仕事をしていないと見られる。
- ⑧ 重層的な下請構造の中では、一次下請の取引価格が引上げられても、間でかなり取られてしまい、三次下請、四次下請では薄くなってしまっている。
- ⑨ 下請事業者の全社の収益状況の説明や経理書類の提出を、親事業者の調達担当者から求められる。
- ⑩ 消費税転嫁については、もともとの商品価格を3%ダウンしないと発注をしないと言われ、力関係もあり、仕方なく商品価格を3%ダウンした。

3. 取引条件の改善を図るための調査（案）

(1) 親事業者向けの調査

- 中小企業庁と公正取引委員会であわせて、下請代金法の適用対象となる約20万者の親事業者名簿を管理。
- このうち資本金 3 億円以上の者（約 1 万 5 千社）をベースとしつつ、下請代金法の範疇に収まらない類似の取引（建設、荷主と輸送事業者等）について、調査対象を拡充してはどうか。

	中企庁・公取 計	主な業種
親事業者	約20万者	製造業28.8%、建設1.8%、卸・小売32.3%、運輸・郵便8.8%、情報通信6.7%、専門技術サービス6.3%、等

(2) 下請事業者向けの調査

- ① 製造、トラック運送、建設、流通等 17 業種の中小企業約 1 万社（回収率 3 割程度を想定）に対して、取引価格に関する課題把握のためのweb調査を実施。（着手済）
- ② 三次下請、四次下請等の事業者（数十社）を対象に、問題となる個別事案がないか、ヒアリング調査を実施。

(参考) 業種別企業数

下請性	業種	中小企業	大企業
	小売	69万	2,409
	宿泊・飲食	54万	718
○	建設	47万	291
○	製造	43万	2,044
	生活関連サービス・娯楽	38万	512
	不動産・物品賃貸	32万	276
○	卸売	23万	1,508
	医療・福祉	20万	232
○	学術研究、専門・技術サービス	19万	550
○	運輸・郵便	7万	245
○	情報通信	4万	508
	その他	29万	1303
	合計	385万	10,596

出所：中小企業白書（総務省 平成24年経済センサス 活動調査）再編加工）の業種別企業数の資料を、中小企業数の順に並べ替えて作成