

取引条件改善状況調査の結果概要 (取引条件改善関係)

1-(1). 世耕プラン重点3課題（直近1年以内の改善率）

- 全般的に、「自主行動計画」策定業種における直近1年以内の改善率が高い傾向。
- 特に、「自動車」の改善率が顕著。

＜直近1年以内の改善率＞

	合理的な説明のない 原価低減の改善(※1)	型の返却・廃棄の 適正化(※2)	下請代金の支払 条件改善(※3)
全体平均	38%	11%	11%
食料品	43%	14%	3%
繊維	27%	13%	5%
紙・加工品	50%	5%	11%
印刷	54%	8%	8%
石油・化学	38%	15%	13%
素形材	40%	10%	12%
産業機械	43%	13%	12%
電気・情報通信	34%	7%	14%
自動車	22%	16%	21%
鉄鋼	33%	8%	12%
その他製造業	39%	9%	9%
放送・コンテンツ	—	—	9%
情報・サービス	—	—	10%
運送・倉庫	—	—	11%
広告	—	—	11%
その他サービス	—	—	8%
建設	—	—	16%
卸売	—	—	0%
小売	—	—	3%


〔改善率の算出方法〕


※1 合理的な説明のない原価低減要請の改善
直近5年以内に合理的な説明のない原価低減要請を受けた受注側事業者のうち、直近1年以内に改善された者の割合。


※2 型の返却・廃棄の適正化
型を保管している受注側事業者のうち、保管期間終了後の型の廃棄・返却について、直近1年以内に適正に実施できたと回答した者の割合。

※3 下請代金の支払条件改善
下請代金を手形等で受け取っている受注側事業者のうち、直近1年以内に下請代金の支払条件改善提案のあった者の割合。

 自主行動計画を策定した業種

 上位1位

 上位2位

 上位3位

1-(2). 取引上の課題

- 取引上の課題として、全般的に製造業は「コストが取引価格に転嫁できない」ことが課題であると考えており、サービス業では「業界独自の商慣行」に課題があると考えている傾向にある。

<取引上の課題（受注側事業者）>

	回答数	業界独自の 商慣行	合理的な理由のない価格引き下げ	コストが取引価格に転嫁できない	量産時と補給品の単価が同じ	図面などの技術情報を無償で提供させられる	価格交渉に応じてくれない	その他	
全体	1,674	42.0	28.6	56.3	16.5	11.9	26.7	9.8	
製造業	食料品	46	50.0	17.4	76.1	6.5	6.5	17.4	6.5
	繊維	71	64.8	25.4	63.4	23.9	5.6	32.4	12.7
	紙・加工品	28	32.1	25.0	60.7	17.9	7.1	28.6	10.7
	印刷	50	36.0	20.0	66.0	6.0	6.0	20.0	14.0
	石油・化学	73	34.2	26.0	64.4	39.7	12.3	21.9	9.6
	素形材	172	25.6	33.1	61.0	44.2	11.6	25.6	9.3
	産業機械	192	33.3	32.3	51.6	20.3	21.9	19.3	8.9
	電気・情報通信	77	27.3	32.5	57.1	19.5	9.1	27.3	22.1
	自動車	68	35.3	35.3	61.8	55.9	2.9	36.8	14.7
	鉄鋼業	18	22.2	55.6	66.7	27.8	11.1	38.9	11.1
その他製造業	106	49.1	34.0	52.8	19.8	16.0	26.4	8.5	
サービス業等	放送・コンテンツ	41	61.0	36.6	43.9	4.9	4.9	26.8	7.3
	情報・サービス	88	48.9	30.7	36.4	2.3	15.9	22.7	15.9
	運送・倉庫	233	51.1	20.6	69.1	4.3	0.4	30.9	3.4
	広告業	20	50.0	35.0	50.0	5.0	25.0	35.0	10.0
	その他サービス	315	41.9	26.7	46.7	2.5	17.8	29.5	9.8
	建設	27	59.3	33.3	48.1	0.0	33.3	33.3	7.4
	卸売	32	59.4	31.3	56.3	6.3	3.1	18.8	9.4
	小売	17	52.9	17.6	52.9	0.0	0.0	11.8	5.9

1 - (2). 製品等の価格への転嫁

- 製品等の価格への転嫁について、受注側事業者に尋ねたところ、**労務費は52%、原材料価格は65%、エネルギー価格は55%が、「概ね」または「一部」転嫁できたと回答。**
- 労務費・エネルギー価格**については、全般的にサービス業等の方が概ね又は一部転嫁できている傾向にある。

＜製品等の価格への転嫁の状況＞

業種	労務費		原材料価格		エネルギー価格	
	概ね又は一部 転嫁できた	転嫁 できなかった	概ね又は一部 転嫁できた	転嫁 できなかった	概ね又は一部 転嫁できた	転嫁 できなかった
全体	52%	48%	65%	35%	55%	45%
繊維	51%	49%	59%	41%	46%	54%
印刷	31%	69%	53%	47%	42%	58%
石油・化学	39%	61%	69%	31%	48%	52%
素形材	48%	52%	69%	31%	51%	49%
産業機械	52%	48%	72%	28%	57%	43%
電気・情報通信	54%	46%	71%	29%	58%	42%
自動車	41%	59%	71%	29%	45%	55%
その他製造業	50%	50%	67%	33%	55%	45%
放送・コンテンツ	47%	53%	60%	40%	50%	50%
情報・サービス	68%	32%	70%	30%	63%	38%
運送・倉庫	47%	53%	47%	53%	51%	49%
その他サービス	58%	42%	63%	37%	60%	40%
建設	61%	39%	74%	26%	72%	28%
卸・小売	52%	48%	69%	31%	58%	42%

1-(2). 労務費上昇に伴う取引価格の見直し（発注側事業者）

- 労務費上昇に伴う取引価格の見直しについて、発注事業者のほぼ全社が、受注側事業者から要請があった場合には協議に応じている。そのうちの98%の者が、「概ね」又は「一部」反映したと回答。

<労務費上昇に伴う取引価格の見直しに関する要請があった場合の発注側事業者の協議状況>

回答数	協議に応じている	協議に応じていない
505社	502社(99%)	3社(1%)

<協議に応じた発注側事業者における労務費上昇分の反映状況>

回答数	概ね又は一部反映した	反映しなかった
497社	487社(98%)	10社(2%)

1-(2). 労務費上昇分につき価格転嫁できなかった理由（受注側事業者）

- 労務費上昇分につき価格転嫁できなかったと回答した受注側事業者に対して、その理由を尋ねたところ、「発注側事業者に協議を申し入れることができなかった」との回答が多い（62%）。

＜労務費上昇分につき価格転嫁できなかった理由（複数回答）＞

	全体	製造業	サービス業等
	4,158社	2,404社	1,754社
発注事業者に協議を申し入れることができなかった。	2,571社(62%)	1,584社(66%)	987社(56%)
発注側事業者と協議したが、転嫁が認められなかった。	733社(18%)	358社(15%)	375社(21%)
発注側事業者に協議を申し入れたが、協議に応じてもらえなかった。	336社(8%)	163社(7%)	173社(10%)
その他。	636社(15%)	369社(15%)	267社(15%)

1-(3). 下請Gメンの認知度

- 下請Gメンの認知度について、**発注側事業者は39%が「知っている」と回答**。受注側事業者は、18%が「知っている」と回答。
- 自主行動計画を策定した業種において、下請Gメンの認知度が高い傾向。

<下請Gメンの認知度>

	回答数	知っている	知らない
発注側事業者	1,772社	685社 (39%)	1,087社 (61%)
受注側事業者	12,065社	2,198社 (18%)	9,867社 (82%)

<下請Gメンの認知度が高い業種（全19業種のうち上位9業種）>

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
業種	鉄鋼	紙・加工品	自動車	運送・倉庫	電機・情報通信	素形材	産業機械	情報・サービス	建設
認知度	28.6%	26.5%	26.0%	25.4%	25.0%	25.0%	23.4%	22.3%	21.3%

 自主行動計画を策定した業種

2-(1). 長時間労働につながる商慣行等（製造業）

- 長時間労働につながる商慣行について、製造業は「短納期」「ジャストインタイム」などが多い。

<長時間労働につながる商慣行等（自由記述）>

【製造業】

食料品	繁忙期の対応(18)、リードタイムの短さ(5)、3分の1ルール※(1)
繊維	繁忙期の対応特に制服(10)、機械化できない(2)、短納期(2)
紙・加工品	生産時期の集中(1)、短納期(1)
印刷	短納期(37)、年度末に集中(4)、季節性(1)
石油・化学	24時間体制(8)、短納期(7)、ジャストインタイム(3)、業界特有の発注処理(1)
素形材	短納期(29)、季節変動(12)、ジャストインタイム(6)、公共工事年度末集中(4)、残業代は生活給(2)、一律納期発注後〇日ルール(1)
産業機械	短納期(39)、季節変動(13)、残業代は生活給(3)、年度末集中(2)、取引先が24時間営業(2)、納入時間が休日や夜(2)
電気・情報通信	短納期(15)、繁閑(6)
自動車	短納期(5)、繁閑(10)、残業代は生活給(5)、24時間体制(2)、ジャストインタイム(1)
鉄鋼業	短納期(1)、季節商品(1)、残業代は生活給(1)
その他製造業	短納期(10)、季節需要(10)、繁閑(8)、年度末集中(5)、不安定な休暇(3)、低賃金(2)、荷下ろし待機時間(2)

※食品流通業界における商慣行。食品の製造日から賞味期限までを3分割し、「納入期限は、製造日から3分の1の時点まで」「販売期限は、賞味期限の3分の2の時点まで」を限度とするもの。

2-(2) . 長時間労働につながる商慣行等（サービス業等）

- 運送業の「待機時間」、理美容業の「美容院の技術訓練」、飲食小売業の「24時間等長時間営業」などが業界特有の課題として挙げられている。

<長時間労働につながる商慣行等（自由記述）>

【サービス業】

放送・コンテンツ	残業が当たり前の風習(6)
情報・サービス	仕様の変更(34)、短納期(27)、不具合や緊急対応(11)、残業が当たり前の風習(9)、年度末集中(3)
運送・倉庫	待機時間(184)、長時間労働が生活の維持(10)
広告	業界全体が長時間労働(10)、夜型の会社との付き合い(1)
その他サービス	公共事業の年度末集中(76)、警備や保全の休日深夜(8)、24時間等長時間営業(6)、季節・繁閑(10)、美容院の技術訓練(5)、短納期(4)

【建設業】

建設	残業代は生活給(3)、年度末の集中(2)、休日や夜間の業務(2)、残業代は生活給(3)、書類の多さ(2)
----	--

【卸・小売業】

卸売	リードタイムが短い(10)、営業時間が長い(8)、季節変動(5)、取引先毎の営業時間や休日の違い(5)
小売	24時間営業等長時間営業(6)、取引先毎の営業時間の違い(2)