

日本広告業協会／広告業界における 自主行動計画フォローアップ調査について

令和6年3月8日

一般社団法人 日本広告業協会

1. 令和5年度フォローアップ調査結果（概要）

- ・ 調査期間：令和5年11月13日～12月 4日
- ・ 調査企業：日本広告業協会の会員企業 152社を対象
- ・ 回答企業：23社
- ・ 回答率：15.1%)

2. 令和5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

【分析結果・今後の課題】

- ・取引を行う仕入先（発注先）から理解を得られるような協議の実施状況については、回答社のうち16社（70%）が、全ての仕入先または多くの仕入先（81%～）と回答した。
- ・理由は、「従来よりコミュニケーション・信頼関係が確立されているため」と、「協議の必要性が社会的にも要請されているため」という2つの回答が主であり、個社レベルでも適正な価格交渉に臨むべきという機運は醸成されていると考える。

2. 令和5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合理的な価格決定

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・既に構築された関係性のもとでも、適切かつ合理的な価格決定が行えるよう周知していく。
- ・価格交渉促進月間の取組を会員社に広く周知するとともに、積極的な価格交渉や価格転嫁がなされるよう、業界を横断したステークホルダー全体のテーマとしていく。

2. 令和5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原価低減要請、協賛等

【分析結果・今後の課題】

- ・発注者側として不合理な原価低減要請はあまり実施していない（40%～1%）が回答1社であった以外はすべて「不合理な原価低減要請は行なっていない」との回答があった。
(要請そのものがないため、書面による取り交わしもないと考えられる)

2. 令和5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原価低減要請、協賛等

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ ひきつづき、企業との意見交換会等で客観的な経済合理性や十分な協議手続きを欠く原価低減要請を行わないよう周知徹底していく。
- ・ また、要請する際はあらかじめ、負担額・算出根拠・用途・提供条件を明確にしたうえで、取引先と十分に協議し、書面による合意をすることを徹底する。

2. 令和5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支払条件

【分析結果・今後の課題】

- ・現金払化の割合は、65%（15社）。
- ・手形サイトが60日を超える割合は30%（7社）であり、改善の取組が必要。
- ・ただし上記1社を除くすべての回答社がサイトを60日以内に変更予定と回答。

2. 令和5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支払条件

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・代金の現金払化は進んでいる傾向にあり、サイトの短縮化も概ね自覚的に進められている。ひきつづき会員社への周知徹底を図る。
- ・手形等の支払いサイトで60日超のものがある場合は、サイト短縮に向けた取組を業界を挙げて取り組んでいる旨を共有の上、周知徹底を図る。

2. 令和5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型取引

【分析結果・今後の課題】

型取引を実施していない、実績なしの企業が多く、分析結果に一意のものはありません。

2. 令和5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型取引

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ 型取引については行なっていない企業が多く、回答が一定しないが、ひきつづき取引条件の明確化等、関連事項に関しては意識していく。

2. 令和5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知財、⑥働き方改革

【分析結果・今後の課題】

- ・ 知的財産権等を含む取引が存在しない会社以外は、概ねすべての企業に取組を実施している。
- ・ また、働き方改革による対応の結果については、ほとんどの企業が「特に影響なし」と回答。

3. 取引適正化に向けた今後の取組

【今後の取組】

- ・ 理事会ほか関係委員会等での課題共有を年2回程度（上期、下期）行う。
- ・ 回答率の向上のため、次年度内も自主行動計画による取組の趣旨等について周知する。
- ・ 上記取組を他の広告関連団体とも共有の上、間接的な周知依頼も行う。

(参考) パートナーシップ構築宣言への取組状況等

【取組状況】

- ・ 会員企業数：152社（うち、資本金3億円超の大企業19社）
- ・ 宣言企業数：5社（うち、資本金3億円超の大企業5社）
- ・ 会員企業に占める宣言企業の割合：3.3%
- ・ 資本金3億円超の大企業に占める宣言企業の割合：26.3%

【今後の取組】

- ・ パートナーシップ構築宣言の趣旨・狙いの理解促進を図るとともに、宣言することの個社のメリットもあわせ理解を深めていく。
- ・ 理事会ほか各関係委員会にて定期的にパートナーシップ構築宣言への賛同を要請する
- ・ メール等での一斉同報にて周知活動を行う