

中小企業政策審議会 中小企業経営支援分科会

取引問題小委員会 資料

日本自動車部品工業会における 自主行動計画フォローアップ調査

令和7年1月22日

一般社団法人 日本自動車部品工業会

- 1. 取引適正化の取組み**
- 2. フォローアップ調査結果概要**
- 3. フォローアップ調査結果と分析**
- 4. 取引適正化に向けた今後の取組み**
- 5. パートナーシップ構築宣言**

1.取引適正化の取組み

1) 今年度の活動内容

活動内容	活動項目	活動内容 (2024年12月時点)	
自工会や経産省等との連携活動	自工会・経産省との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・自工会・経産省との月例意見交換会を開催し、改善策の共同協議を継続 ・自工会と連携し、自主行動計画/徹底プランを改訂 (6月) ・自工会・経産省と両会の会員向けに適正取引推進セミナーを共催 (8月) 	
	自動車業界における適正取引の推進説明会の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・OEMや部工会会員企業、地方経産局等と連携して開催 (10月愛知・名古屋、11月岡山・倉敷、12月八王子・日野) ・政府、企業、業界団体の取組みを、ティア2以下の企業も含め広く紹介・周知する事により、サプライチェーン全体への浸透を狙い。 	
	外部団体との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・素形材団体との懇談会開催により、活動の伝播を図ると共に、生声や要望も聞き込み、更なる連携強化策を協議。(11月) ・自動車総連・JAMとの意見交換を通じ双方の取組や認識を共有化 (8月、25年2月) 	
発注者として襟を正す活動	価格転嫁促進支援ツールの提供	価格転嫁事例集に労務費を追加すると共に、「適正取引活動の社内外への浸透事例」(8月)も追加し、HPで一般に広く公開すると共に、各地域での適正取引推進説明会にて、積極的な活用を呼びかけ	
	パートナーシップ構築宣言の社数拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・下記施策により、22/9 87社→24/11 177社まで拡大 (約2倍強) 【主な施策】各会議体での説明と依頼、パ宣言企業名のHPでの公開、未宣言会員へのヒアリング・アンケートを通じて困り事を把握のうえ、適切な対策を展開。 	
	「適正な商慣習」の浸透		<ul style="list-style-type: none"> ・下請法振興基準等の法改正・変更、下請法違反勧告、独禁法優越的地位濫用関連社名公表などの政府動向に関わる情報、それらを踏まえた会員企業が留意すべき事項や、遵法性の判断に迷う想定取引事例に対する留意点の弁護士解説を当会ホームページに掲載。(7月)
			<ul style="list-style-type: none"> ・手形等の支払サイト60日以内化サポート情報を作成、HPに掲載 (8月) ・「手形等の支払サイト60日以内化サポート情報説明会」を開催 (10月)
		<ul style="list-style-type: none"> ・『型保管費の適正負担取組手順』を作成、HPに掲載。(8月) ・「型保管費の適正負担に向けた取組手順説明会」を開催 (11月) 	

2. フォローアップ調査結果概要

1) 基礎情報

- 調査期間：2024年10月21日～11月19日
- 調査企業：日本自動車部品工業会・正会員415社

	昨年	今回
調査企業数	411	415
回答企業数	238	285
回答率	58%	69%



企業規模別回答率	
中小企業	62%
中堅企業	79%
大企業	72%

中小：資本金3億円以下、従業員300人以下
中堅：資本金3億円超かつ
従業員300人超～1,000人以下
大：上記以外

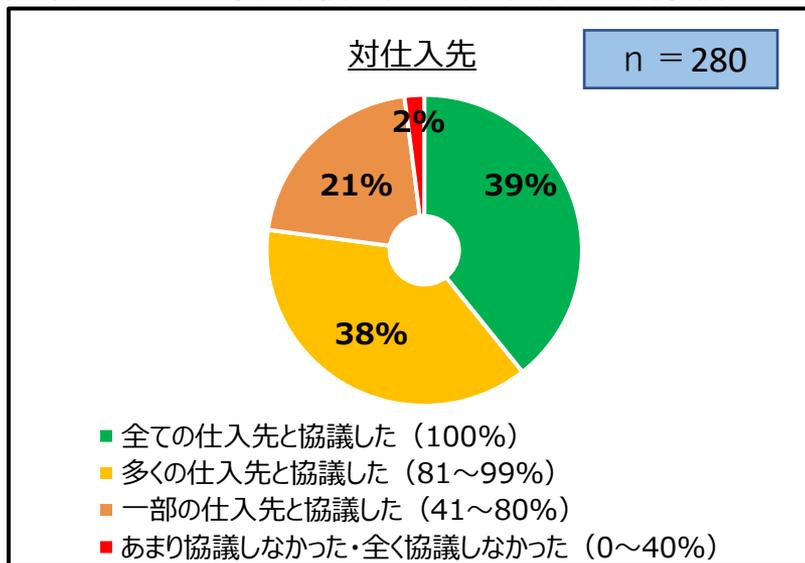
2. フォローアップ調査結果概要

項目	まとめ
<p>価格決定方法 (協議・転嫁)</p>	<p>【価格協議状況】 全ての仕入先との協議は昨年の3割から4割へと増加する等、発注側の取組みは改善傾向。 また、受注側としても、9割以上が顧客と協議できている状況。 労務費に関しては、発注側・受注側共に浸透しつつあるが、協議記録の保管や顧客側の取組み等、道半ばの側面もある。</p> <p>【価格転嫁状況】 発注側：9割弱が「全てまたは概ね反映」。一方、労務費の反映は相対的に低い。 受注側：「全てまたは概ね反映」が6割弱であり、顧客への転嫁が遅れていると推察。 また、発注側と同様、労務費の反映が相対的に低い。</p>
<p>原価低減要請 利益提供要請</p>	<p>【原価低減要請】 発注側：約6割が要請しているが、要請を行う場合は「仕入先と十分な協議を行った」と回答。</p> <p>【利益提供要請】 発注側：利益提供の要請はしていない。 ※受注側：「原価低減要請または利益提供要請」は、42%が顧客から受けているが、競争論理上の正当性を踏まえて対応している。</p>
<p>支払い条件</p>	<p>発注側：全額現金支払は56%。昨年より上昇しているが、一層の改善余地あり。 支払いサイトは、昨年度から大きく良化しているが、60日超も44%を占めている。</p> <p>受注側：全額現金及び手形50%未満の受け取りは、約9割弱で昨年とほぼ横ばい。 支払いサイトは、60日以内が39%に留まっており、昨年より若干悪化。</p>
<p>型取引の適正化</p>	<p>発注側：取引条件の明確化や早期支払いは、未実施が1割代に減少しており、昨年より改善。 一方、保管費用・廃棄費用は、3割弱が負担しておらず、相対的に取組みが遅れている。</p> <p>受注側：傾向は発注者側と同じだが、全ての項目において、未対応の割合が相対的に大きい。</p>
<p>知的財産への対応</p>	<p>発注側：全て適正に実施している割合は54%に留まっており、更なる周知が必要。</p> <p>受注側：顧客に対しては、86%が機密保持契約による営業秘密化等の管理保護ができている。</p>
<p>働き方改革への対応</p>	<p>発注側：概ね適切に対応できているが、短納期発注が昨年より増加。</p> <p>受注側：概ね適切な対応を受けているが、一部、急な仕様変更、短納期発注の影響がある。</p>

3. フォローアップ調査結果と分析

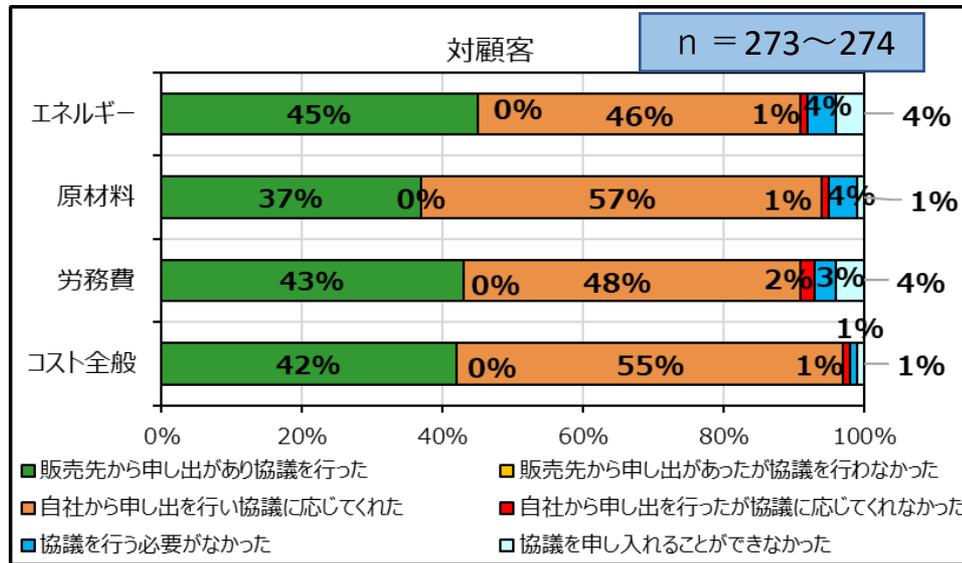
II. 価格決定方法【価格協議】

発注側5：2024年度単価の決定時の協議の実施状況



対象： BtoB 取引の有る中小企業仕入先との取引

受注側6：顧客とのコスト変動についての協議



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

発注側：回答企業の計77%（全ての仕入先と協議した39% + 多くの仕入先と協議した38%）が仕入先の8割を超える企業と協議を実施しており、協議の実施が標準業務となりつつあると推察。

受注側：顧客（販売先）との協議について概ね実施されている。また、顧客（販売先）からの申し入れについては、各項目とも昨年度よりも増加している傾向で、労務費は難しい状況ではあるが増加。

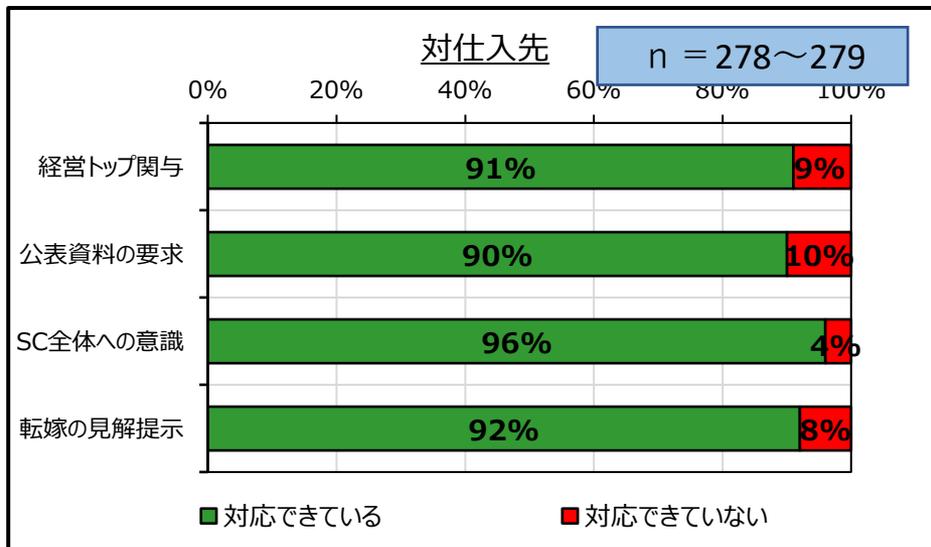
■ 今後の取り組み

過去からの商慣習という面で、「全ての仕入先と実施したの回答率が40%」であることは、各種指針とそれに伴う自主行動計画の主旨が浸透しきれていない状態であり、協議の実施を定着すべく、会員企業に繰り返しの呼び掛け等を実施していく。

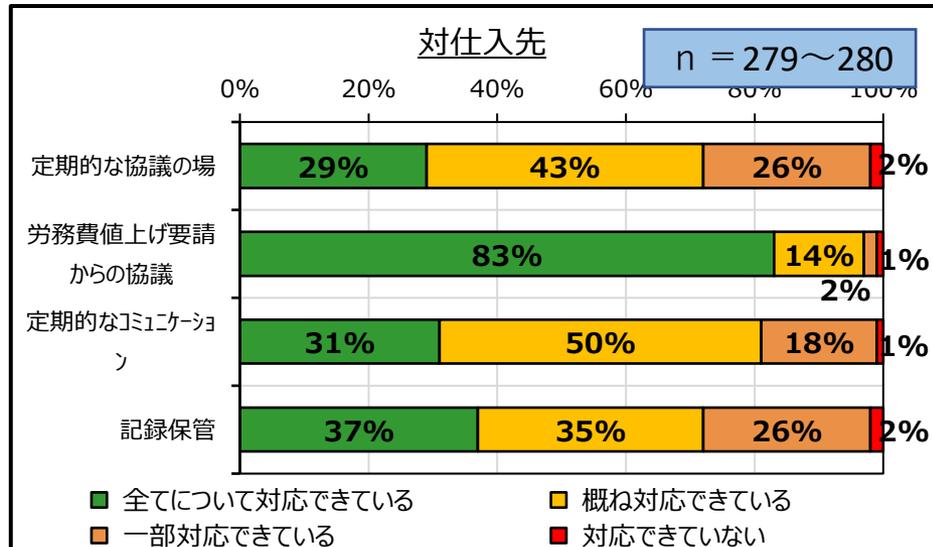
3. フォローアップ調査結果と分析

II. 価格決定方法【価格転嫁】

発注側9：直近1年間の「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」に記載される各項目の遵守状況【各項目単一回答】



対象： BtoB 取引の有る中小企業仕入先との取引



対象： BtoB 取引の有る中小企業仕入先との取引

■ 現状認識

- ・政府の『労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針』等が発行され、労務費の転嫁のための価格交渉がされやすい環境が整ってきている。
- ・労務費転嫁指針に記載されている「発注者として採るべき行動／求められる行動」のうち、「定期的な協議の場の設置」、「定期的なコミュニケーション」、「双方の記録保管」の対応はやや不十分だが、その他の行動は概ね良好。

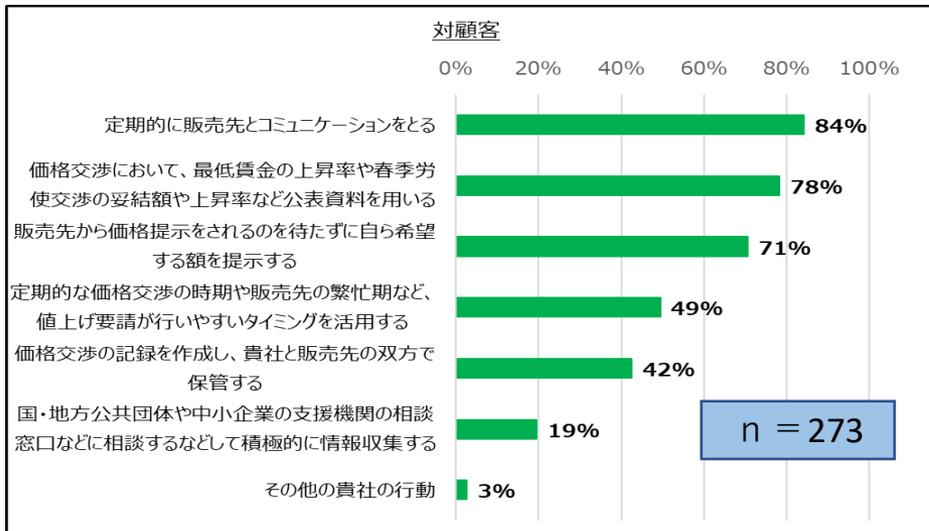
■ 今後の取り組み

- ・指針の主旨を体現しようと対仕入先との行動系の部分には成果が表れつつあるが、内部管理の部分が行き届いていない。後回しになっている実態もあると思われる。記録保管ツールのテンプレートの紹介等取り組み事例を収集し、それを共有、周知するための会員企業向けにセミナー等を今年度末までに実施し、適切な施策を講じていく。

3. フォローアップ調査結果と分析

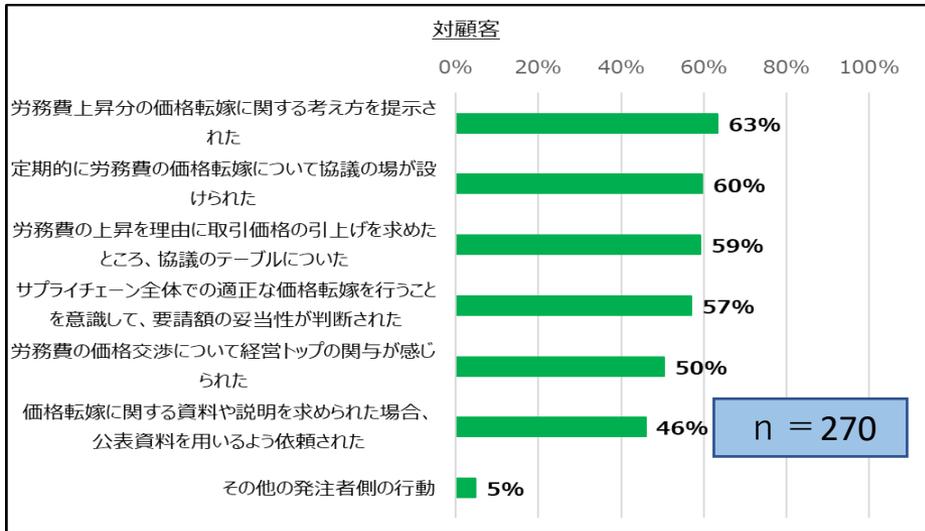
II. 価格決定方法【価格転嫁】

受注側10：「労務費の価格交渉の指針」のうち、①貴社が遵守出来た項目【複数回答可】



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

受注側10：「労務費の価格交渉の指針」のうち、②販売先が出来ていた項目【複数回答可】



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

- ・労務費指針において、受注者側として、顧客と、「定期的なコミュニケーション」、「価格交渉での公表資料の活用」、「販売先への積極的な希望額の提示」は取組みをされているが、その他の項目は、より積極的な取組みが必要。
- ・受注者側からみた顧客の労務費の価格交渉の取組みが一般的な業務として浸透するまでには至っておらず、受注者側に寄り添った対応が望まれる。

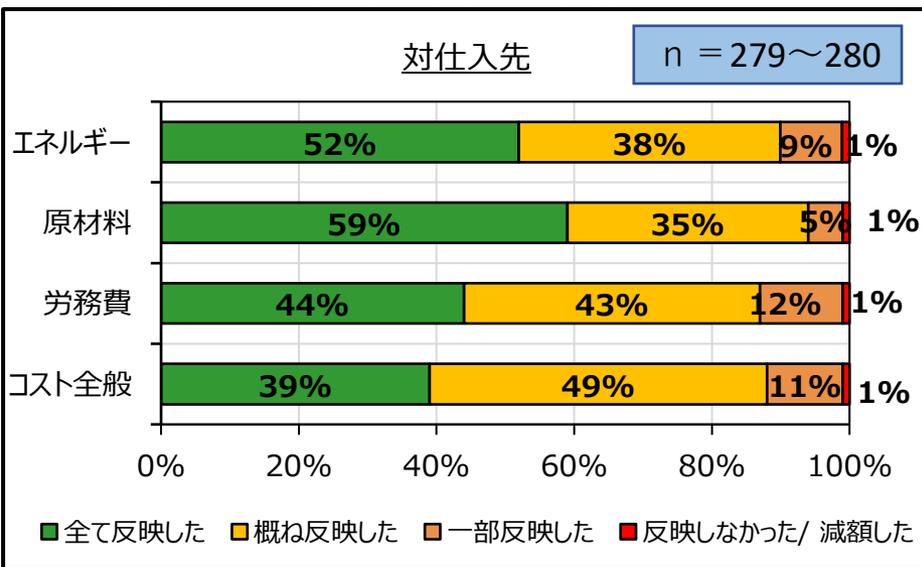
■ 今後の取組み

- ・会員企業が、労務費価格転嫁指針に基づいて発注者の立場で直下のTierの協議に加えて、それ以降のTierにも配慮した協議を行う等 サプライチェーン全体の適正化を推進し、受発注双方の立場で、採るべき行動、求められる行動の取組みを進めてもらえるように、会員企業向けセミナー等を実施し、周知する。

3. フォローアップ調査結果と分析

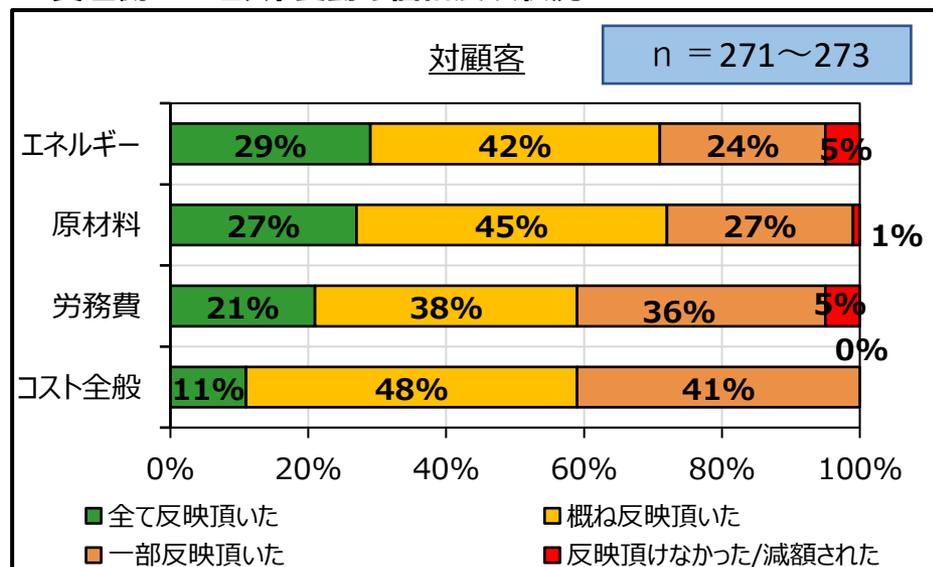
II. 価格決定方法【価格転嫁】

発注側10：コスト変動の価格反映状況



対象：BtoB取引の有る中小企業仕入先との取引

受注側11：コスト変動の価格反映状況



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

- 現状認識** 概ね反映した＋一部反映した＋反映しなかった/減額した に着目し、以下「反映せず」と標記
 発注側：各コストで「一部反映、反映しなかった/減額」が一定の割合であり、仕入れ先へのコスト転嫁に遅れがある。
 要素別では、エネルギー、原材料に比べて労務費の価格反映割合が低い。
 受注側：各コストで「一部反映、反映しなかった/減額」があり、顧客（販売先）へのコスト増加転嫁に遅れがある。
 要素別では、エネルギー、原材料と比較して、労務費の反映が難しい状況。

■ 今後の取り組み

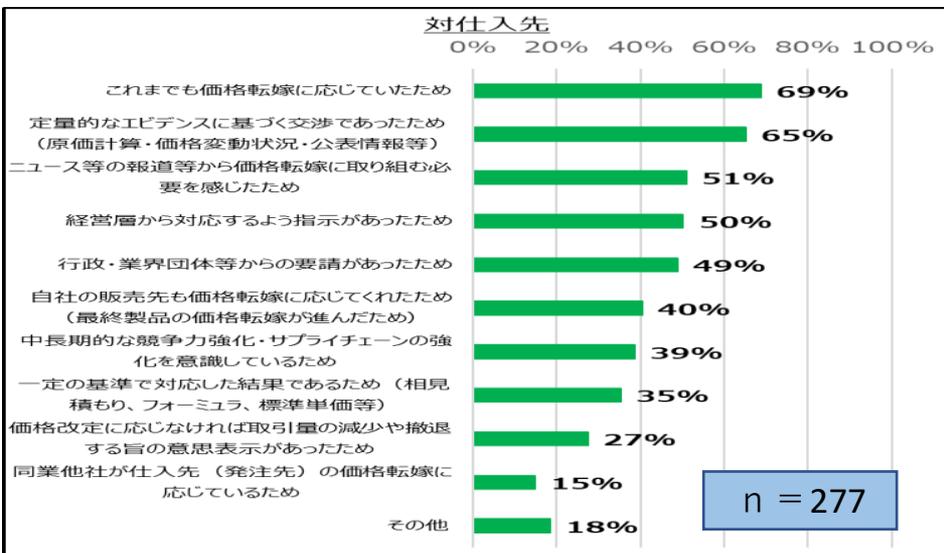
- ・政府、自工会と歩調を合わせ、サプライチェーン全体での価格転嫁、公平な負担の推進に取り組む。また、当会で作成し、ホームページに掲載している労務費の価格転嫁ツールや価格転嫁事例集の更なる活用に向けた周知・浸透活動を図り、実務的により有益で適切な対策を適宜講じていく。

3. フォローアップ調査結果と分析

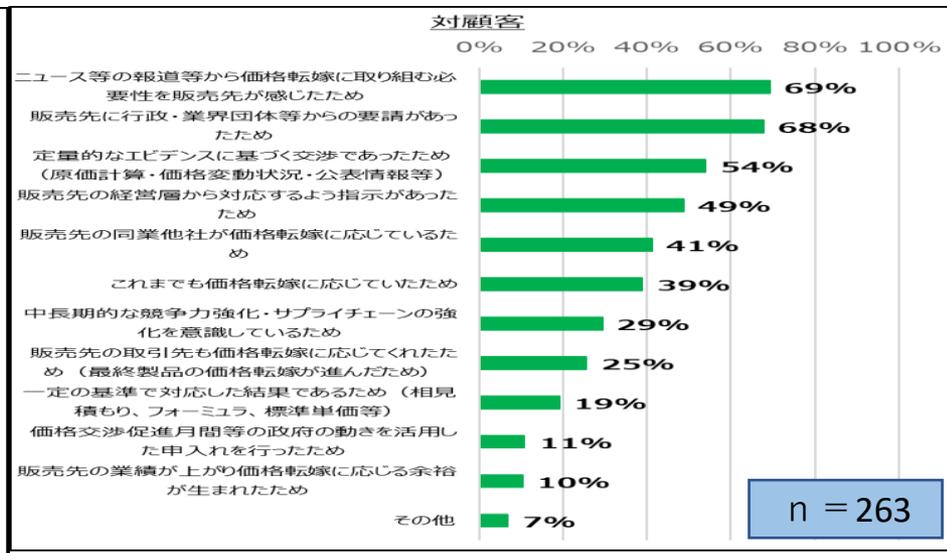
II. 価格決定方法【価格転嫁に至った理由】

発注側12：変動コストを2024年度の単価に反映するに至った理由
(複数選択可の設問)

受注側12：変動コストを2024年度の単価に反映できた理由
(複数選択可の設問)



対象：BtoB取引の有る中小企業仕入先との取引



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

法制度及び自主行動計画等の主旨の浸透が、発注側・受注側で転嫁が進むキーファクターであることが推察できる。
 発注側：価格転嫁の理由として、「これまでも応じている」「定期的なエビデンスにも基づく交渉」の回答が高く、仕入先との関係を重視していることが伺える。他方、半数近くは主に他要因によって購入価格の見直しが実施されている。
 受注側：価格転嫁の報道や行政・業界団体からの要請を踏まえて、顧客が価格転嫁に応じる動きがある。一方で、少なからず今までの商慣習通りで積極的には対応していない状況が伺える。」

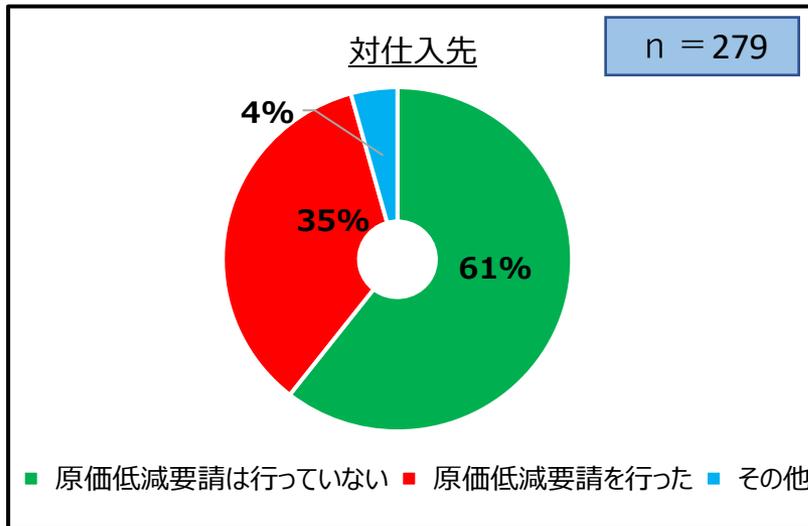
■ 今後の取り組み

- ・ 当会で作成し、ホームページに掲載している「価格転嫁ツール」や「価格転嫁事例集」の更なる活用に向けてトップ層に訴えかけるような周知・浸透活動を図り、受発注双方で納得感のある協議・転嫁を支援する。

3. フォローアップ調査結果と分析

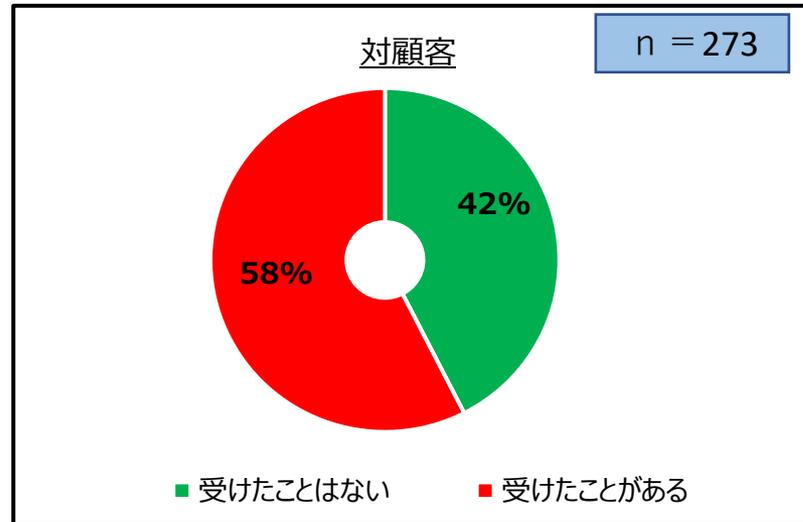
Ⅲ. 原価低減要請

発注側14：仕入先に対する原価低減要請の実施状況



対象：BtoB取引の有る中小企業仕入先との取引

受注側15：顧客から原価低減・利益提供要請を受けた経験



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

発注側：仕入れに対して、35%が要請を実施している。要請の際に「業務効率化に関する提案」や「仕入先と十分な協議」を行っている。また、要請は「競争環境上できるだけ行う」、「仕入れ先が出来なくても取引は継続する」という方針で行っている。

受注側：顧客（販売先）から58%が要請を受けている。要請を受けた場合の捉え方として、「競争理論上やむえない」、「取引継続には一部対応」の声が多い。

■ 今後の取り組み

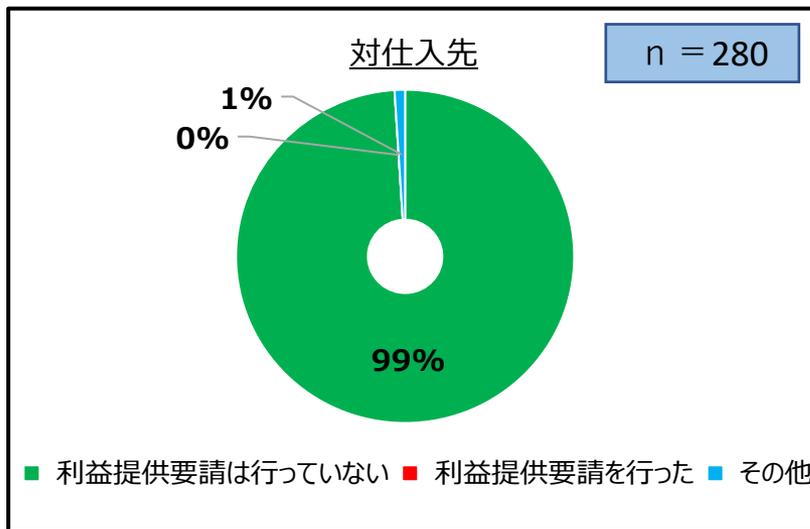
- ・原価低減の要請は、競争力の維持・向上の為、必要な施策であるが、会員企業に対して、振興基準等に記載された事項の理解に努め、「根拠を明確化にする」「発注継続の前提としない」「申入れ・協議の記録を残す」等の具体的な行動の周知・啓蒙を行う。また、原価低減、利益提供要請にに関して、会員企業へ自主行動計画・徹底プランの啓発を図ると共に、合理的な協議を働きかけていく。

3. フォローアップ調査結果と分析

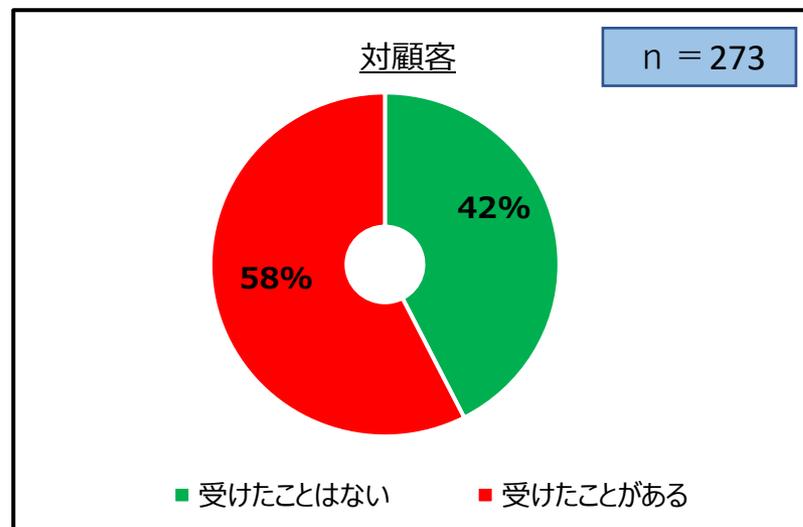
Ⅲ. 利益提供要請

発注側18：仕入先に対する金銭、役務等の利益提供要請の実施状況

受注側15：顧客から原価低減要請を受けた経験



対象：BtoB取引の有る中小企業仕入先との取引



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

発注側：利益提供要請はほぼ実施無し。

受注側：顧客（販売先）から58%が要請を受けている。要請を受けた場合の捉え方として、「競争理論上やむえない」、「取引継続には一部対応」の声が多い。

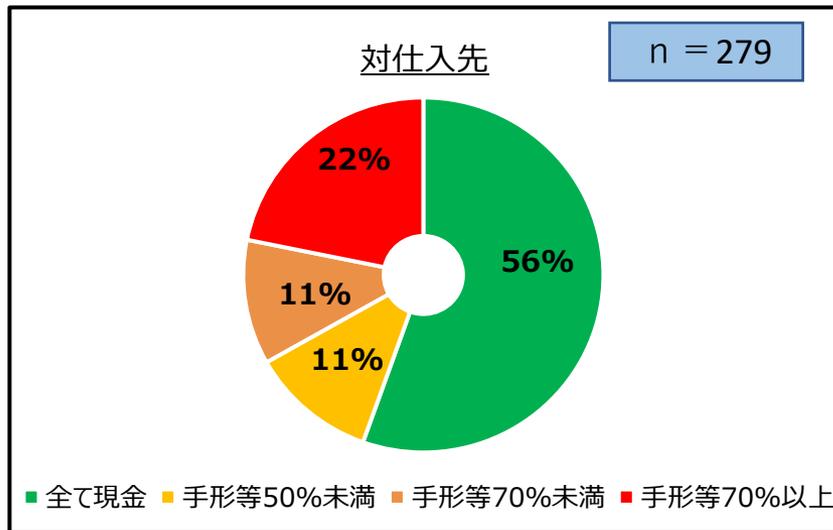
■ 今後の取り組み

- ・会員企業に対しては、自主行動計画に記載されている自動車ガイドラインの問題視されやすい行為について、自動車メーカー等顧客及び仕入先と十分に協議して適切に対応と、徹底プランに記載している「原価低減要請・利益提供要請」に関する「可能な限り実施する事項」についての取り組みを進めてもらえるように、会員企業向けセミナー等を実施し、周知する。また、顧客から原価低減要請を受けた実態を把握をしていく。

3. フォローアップ調査結果と分析

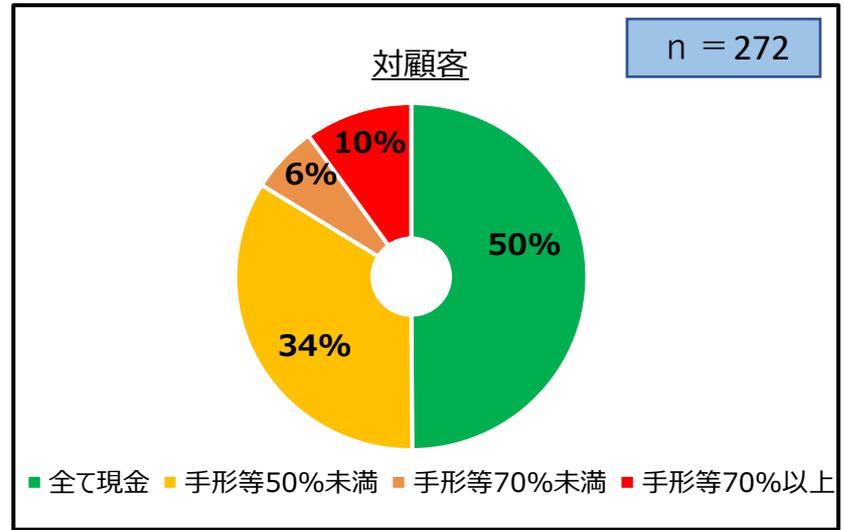
IV. 支払い条件【現金/手形等の割合】

発注側22：下請代金を手形等で支払っている場合の割合



対象：BtoB取引の有る中小企業仕入先との取引

受注側20：代金を手形等で受け取っている場合の割合



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

発注側：全額現金支払いは56%で昨年調査時の43%より向上はみられるが振興基準は「下請代金はできる限り現金によるものとする」としており、改善余地が大きい。更に現金払いを増やすためには、手元資金の増加が必要であり、サプライチェーンで連携した現金払い比率の向上の取り組みが重要。

受注側：全額現金及び手形50%未満の受け取りは計84%で昨年調査時(計85%)と横ばい。

■ 今後の取り組み

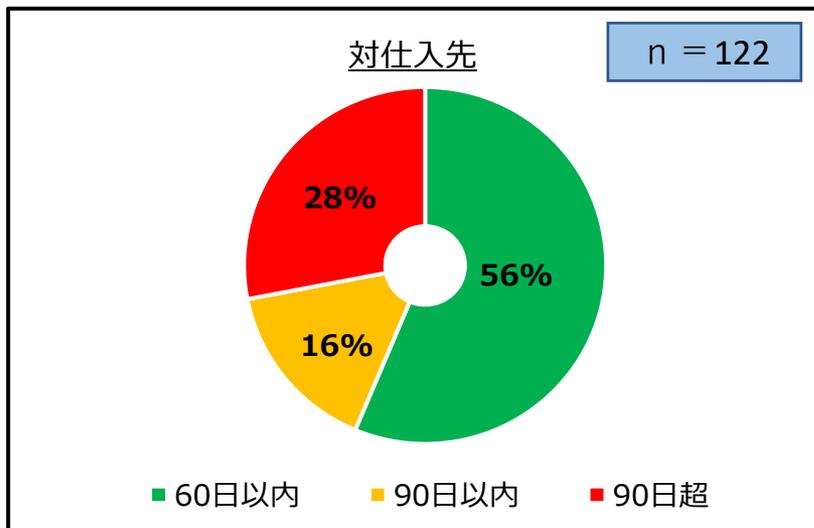
会員に対して自主行動計画や自動車産業適正取引ガイドラインに沿った行動を働きかけると共に、業界全体での現金化比率を高める取り組みや、公的な支援の可能性も含め、手元資金の増加につながる施策を検討する。今後「支払い現金化に対するサポート情報」を取りまとめ、会員に展開する予定。

3. フォローアップ調査結果と分析

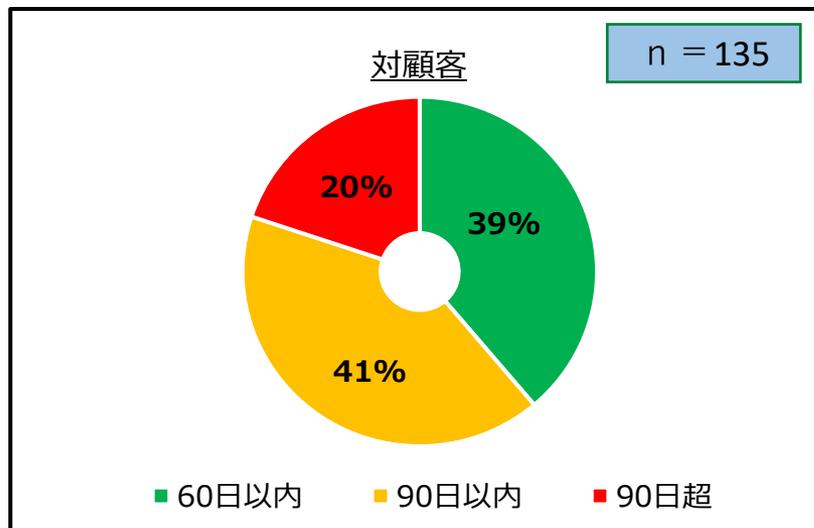
IV. 支払い条件【手形等のサイトの長さ】

発注側24：下請代金を手形等で支払っている場合の手形等のサイト

受注側22：代金を手形等で受け取っている場合の手形等のサイト



対象：BtoB取引の有る中小企業仕入先との取引



対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

発注側：支払いサイトは、60日以内が56%となり、昨年度の調査(26%)から大きく向上。しかしながら90日超も38%あり改善余地が大きい。尚、本年11月1日より公正取引委員会の指導基準が60日以内となっており、その後の推移を見守る必要あり。

受注側：60日以内の比率は39%で昨年調査(45%)より若干悪化。悪化原因について更なる調査が必要。

■ 今後の取り組み

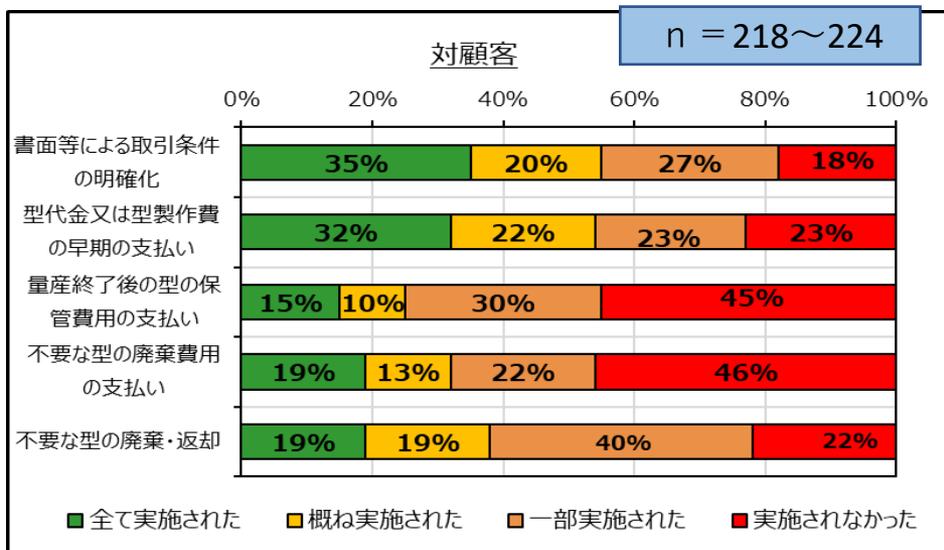
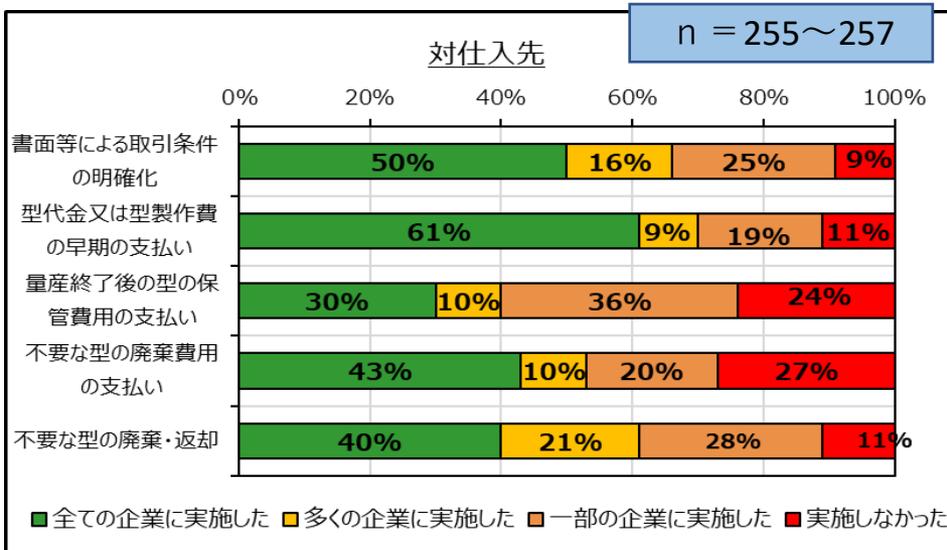
- ・会員企業に対して振興基準、自主行動計画、徹底プランに沿った行動を働きかけると共に、業界全体で連携して60日以内を目指す取り組みや、公的な支援の可能性も含め、手元資金の増加につながる施策を検討する。
- ・公正取引委員会の指導基準変更後の推移を見守る必要あり。

3. フォローアップ調査結果と分析

Ⅶ. 型取引の適正化

発注側39：型管理における適正化や改善への取組

受注側38：型管理における適正化や改善への取組



対象：BtoB取引の有る中小仕入先との取引

対象：取引金額の最も大きい販売先との取引

■ 現状認識

発注側：書面化・早期対応・型廃棄・返却は未実施が1割で、昨年度に対し減少し取組みの効果が
出ているが、保管費用・廃棄費用の負担については、未実施が2割台と相対的に取組みが進
んでいない。

受注側：傾向は発注者側と同じだが、未実施の割合が発注側と比べ大きい。

■ 今後の取り組み

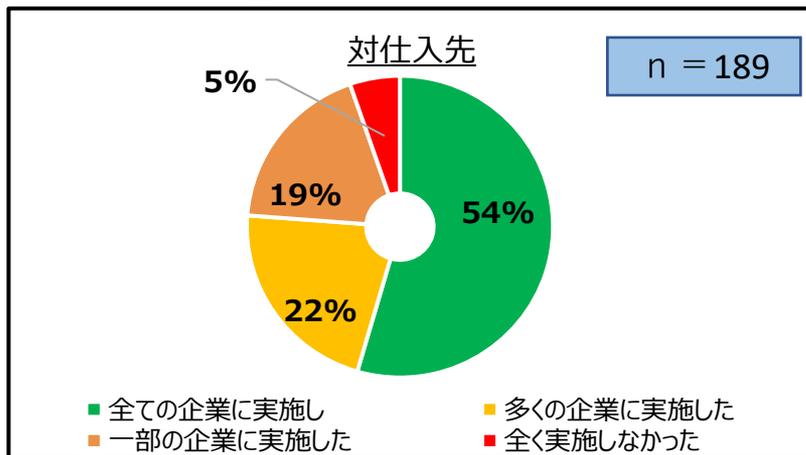
発注側・受注側共に、特に費用面での適正化を一層図る必要がある。

→会員に自主行動計画、徹底プランの浸透をはかると共に、サプライチェーン全体での共通課題として、
政府・自工会・部工会での議論を深める。

3. フォローアップ調査結果と分析

V. 知的財産等への対応

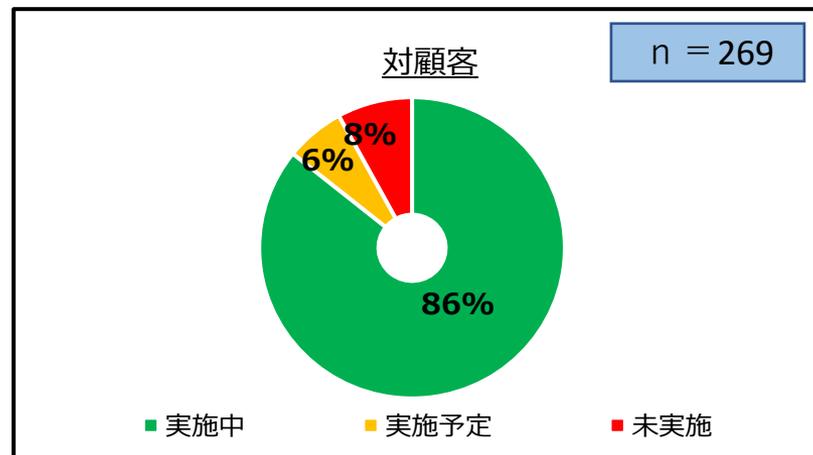
発注側31：仕入先の知的財産権等を含む取引における適正な取引の実施状況



対象：BtoB取引の有る中小仕入先との取引

※選択肢「あまり実施しなかった」は、少数なので「一部の企業に実施した」に纏めた

受注側29：顧客に対して、自社の知的財産権について、秘密保持契約による営業秘密化等の管理保護の状況



対象：顧客全般

※選択肢「知的財産権等を有しているか分からない」を除く

■ 現状認識

発注側：知的財産権等を含む取引で全て適正に実施している企業が54%であり、適正な取引が実施されているとは言えない状況。

受注側：86%の企業は機密保持契約による営業秘密化等の管理保護を実施しているが、いまだ実施していない企業が14%存在している。

■ 今後の取り組み

- ・会員企業には、知財を含む取引の適正な対応を徹底する為、自主行動計画に記載されている知的財産の取り扱いの実施促進を進めように、会員企業向けにセミナー等を実施し、周知をする

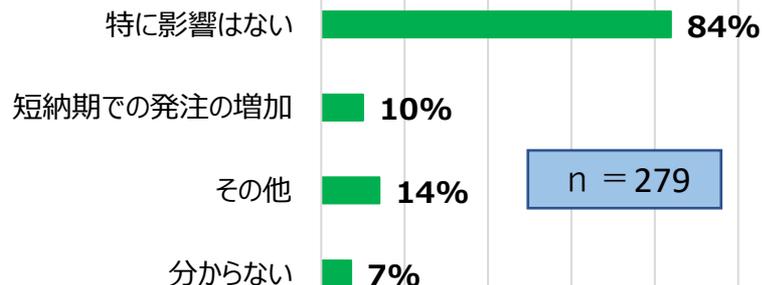
3. フォローアップ調査結果と分析

VI. 働き方改革への対応

発注側35：自社の働き方改革の結果、仕入先に対して及ぼした影響（複数選択可の設問）

受注側35：顧客が実施した働き方改革に関された対応の結果、受けた影響（複数選択可の設問）

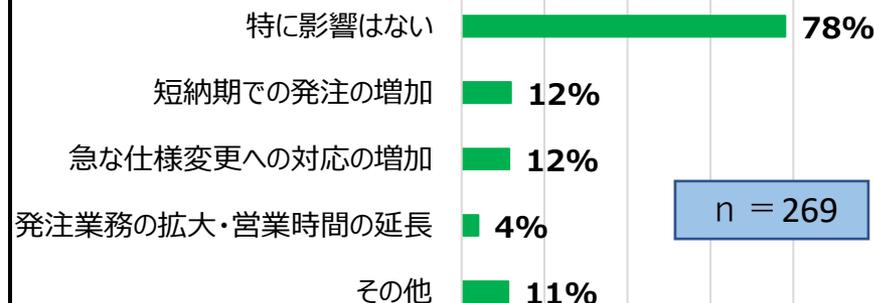
対仕入先
0% 20% 40% 60% 80% 100%



対象： BtoB 取引の有る中小企業仕入先との取引

※選択肢の一部をまとめて表示

対顧客
0% 20% 40% 60% 80% 100%



対象：顧客全般

※選択肢の一部をまとめて表示

■ 現状認識

発注側：仕入先に対して、概ね適切な対応を実施しているが、短納期発注が昨年より増加している。

(昨年度2%→今年度10%)

受注側：顧客（販売先）から概ね適切な対応を受けているが、一部、急な仕様変更、短納期発注の影響がある。

■ 今後の取り組み

- ・会員企業が、自主行動計画に記載している通り、仕入先の働き方改革や労働時間短縮の妨げとなる取引や要請を行わないように十分配慮するとともに、必要な場合は積極的な協議をすることで、サプライチェーン一体で働き方改革が進むように努めることを、セミナー等で周知する。

4. 取引適正化に向けた今後の取組み

【考え方】

部工会は自動車産業のサプライチェーン(SC)の「結節点」の役割であることを強く認識し、政府、自工会、素形材団体等とも連携し、取引適正化の更なる推進を図り、自動車産業の競争力強化を目指す。

【取組み】

① サプライチェーンのより深くまで浸透させる活動

- ・ティア2以降を含めたSC全体に対し、適正かつ迅速な価格転嫁の取組みの浸透に向けた機運を醸成する。その為に「自動車業界における適正取引の推進説明会」を政府、企業、業界団体が共同で開催する等、各社の取組みを後押しする活動を、地道かつ継続的に展開していく。

② 労務費の価格転嫁の一層の促進

- ・会員企業に自主行動計画、徹底プランの一層の浸透をはかり、定期的な協議の定着を継続して働きかける。
- ・「労務費の価格転嫁指針」について、自工会とも連携し、SC全体への一層の浸透に努める。
- ・価格転嫁促進ツール（コスト指標、価格転嫁事例集等）の更なる活用促進を図り、個社の活動を継続して支援する。

③ 型取引や生産変動対応等の商慣習課題への活動領域の拡大

- ・業界特有の商慣習(量変動、型取引、支払条件等)について、課題を深堀し、政府、自工会等と共に具体策を明確にしたうえで、個社の取組みを後押しできるような実践的な施策を展開する。
- ・特に、型取引の更なる適正化を重視し、会員企業に「自主行動計画」、「徹底プラン」の浸透を図ると共に、SC全体での共通課題として、政府、自工会、部工会での連携を深める。

④ パ宣言社数の一層の拡大

- ・会員企業へ継続的に呼びかけると共に、丁寧に困り事に寄り添いながら、適切な対策を講じていく。

5. パートナーシップ構築宣言への取り組み

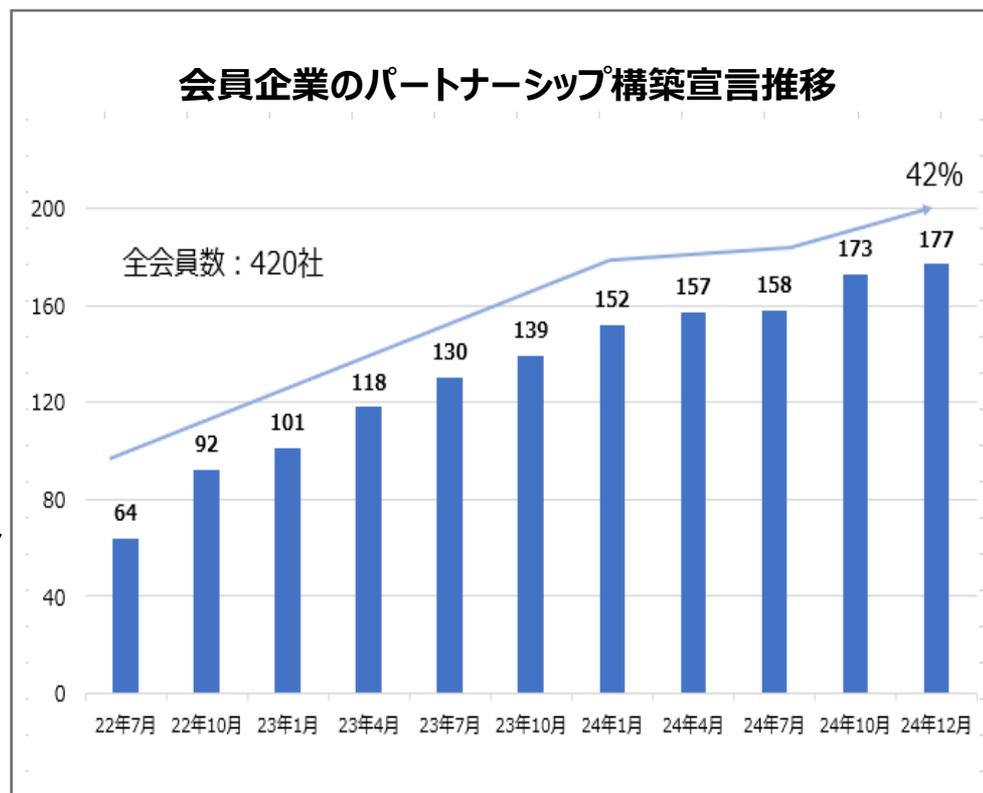
【宣言状況】

(2024年11月30日時点、正会員)

- ・ 会員企業数：420社
- ・ 公表企業数：177社 **(42%)**

【概況】

- ・ 2024年に入り宣言数の増加が頭打ち傾向のため、アンケート・ヒアリングによる現状把握、手紙による宣言依頼等の拡大策を展開。



【今後の取り組み】

- ・ 個別企業の訪問により、宣言を依頼すると共に、困り事に寄り添った対策を展開
- ・ OEMやティア1各社の協力会を通じた宣言の依頼など、自工会とも連携した活動を展開

以上