

家具業界における 自主行動計画フォローアップ調査について

令和6年12月21日



一般社団法人アジア家具フォーラム

1. 令和6年度フォローアップ調査結果（概要）

- ・ 調査期間：令和6年10月22日～11月18日
（回答少数により期間を延長）
- ・ 調査企業：アジア家具フォーラムの会員企業 66社を対象
（個人会員・海外企業は除く）
- ・ 回答企業：11社
- ・ 回答率：16.7%

1. 令和6年度フォローアップ調査結果（概要）

- ✓ 今回のフォローアップ調査の回答数について、回答率が16.7%と少なかった。今後は会員企業に対して、適正取引推進のための自主行動計画をより深く周知し、自分事として捉えてもらえるような施策を実施していく必要がある。
- ✓ 「価格決定方法の適正化」については、受注側からの強い要望に応じる形で適正化は進んでいるが、今後は発注者側からも取引の適正化に向けた取組が積極的に行われるように意識改革をしていくことが重要。
- ✓ 「原価低減要請の改善」について、家具業界内の価格競争の激化などの背景により、不合理な原価低減要請や不当な利益提供要請が一部見られる。家具業界としてサプライチェーン全体の競争力強化に努めるため、こうした要請の際には協議の場を設けて、要請への対応によって取引量の増減がないように双方の合意を得られるようにする必要がある。
- ✓ 「支払い条件」については、一部に支払いサイトが60日を超えるものがあったが、ほとんどの会員企業が2026年の約束手形等の廃止に向けて準備を進めている。
- ✓ 「知的財産に関する適正な取引」「働き方改革」については、知的財産等を含む取引の割合はあまり大きくないが、双務的な秘密保持契約の締結や特許の出願・登録などの適切な対応が進められている。発注先企業の働き方改革の影響として、「短納期の発注の増加」などが見られたため、発注側と受注側の双方で協議の場を設ける必要性がある。

2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

基礎情報

【分析結果・今後の課題】

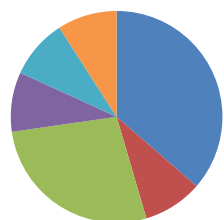
＜業種＞は当会が家具に関連する様々な業種を会員企業としているため、回答企業の業種も家具メーカー、家具商社を中心としつつも多岐に分散した。回答数の絶対値が少ないものの、業界内の様々な立場から適正取引に対する考え方や実情を知れた点はよかった。

＜法令と取組の認知度＞労務費の適切な価格転嫁のための自主行動計画策定に当会が取り組んできたため、「団体の自主行動計画」「労務費指針」については他よりも有意に認知が高かった点はよかった。しかし、メールマガジンやメール（書面）にて「促進月間」や「パートナーシップ構築宣言」についても告知・通達を行ったが、あまり認知されていない点は残念だった。

→メールマガジン・メール等の書面での通知では一方通行の連絡となりがちで限界がある。毎年開催しているセミナーや展示会などで適正取引をテーマとして取り上げるなどの施策も必要。

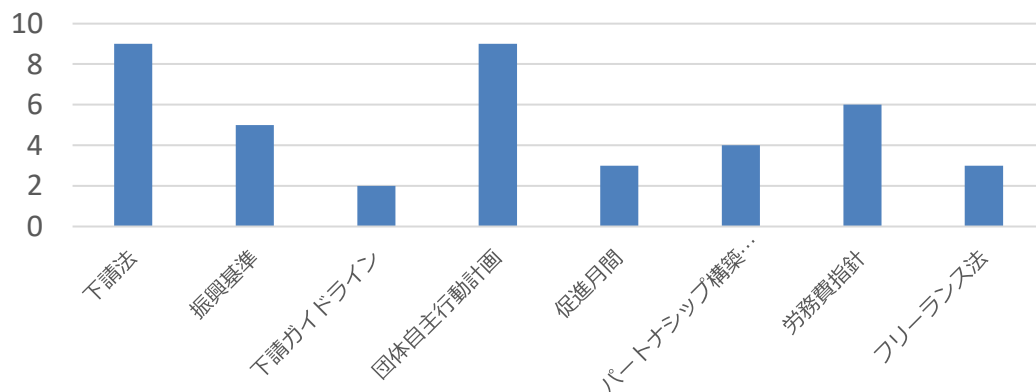
【設問と回答】

設問. 貴社の業種をお答えください。



- その他製造業
- 情報サービス・ソフトウェア業
- 卸売業
- 小売業
- 生活関連サービス業
- その他

設問. 貴社は、下請取引適正化に関する以下の法令や取り組み等について御存じですか。



2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

価格決定方法（発注側）

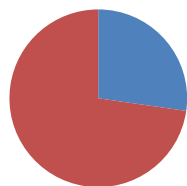
【分析結果・今後の課題】

価格決定（価格改定）については、発注側と仕入先とのコミュニケーションは良好で、仕入先（発注先）からの度重なる要請には協議の場を設け、おおむね価格転嫁を実施している様子がうかがえる。

→但し、「労務費の価格転嫁に公表資料を用いるように依頼する」に対応できていない企業（73%）、「必要に応じて仕入先に労務費上昇分の価格転嫁に関する考え方を提示する」に対応できていない企業（55%）が多く、能動的に発注側から労務費の価格転嫁について、仕入先に働きかける動きは少ないと言える。業界団体として、サプライチェーン全体の競争力強化の観点から、発注側からの労務費の価格転嫁を促す行動も必要であることを周知し、理解を得られるように努める。

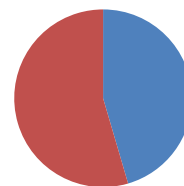
【設問と回答】

設問. 仕入先（発注先）に労務費の価格転嫁に関する資料や説明を求める場合は、公表資料を用いるように依頼する。



■ 対応できている ■ 対応できていない

設問. 必要に応じて仕入先（発注先）に労務費上昇分の価格転嫁に関する考え方を提示する。



■ 対応できている ■ 対応できていない

2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

価格決定方法（受注側）

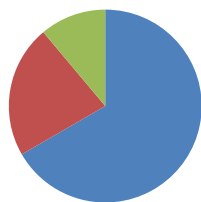
【分析結果・今後の課題】

コスト全般の価格変動について、発注先とコミュニケーションを取りながら、発注先に協議の申し入れを行い、概ね価格への反映ができていると答える企業が多かった。但し、家具製造企業のコスト配分では原材料費の占める割合が高く（60%～70%）、原材料費の高騰を背景とした協議申し入れは積極的に実施されているが、労務費の変動を理由として協議申し入れは必要ないと感じている企業が多かった。

→人手不足による人材確保難に対応するためにも、業界内での労務費（賃金アップ）のコスト反映が不可欠であることを周知していく。

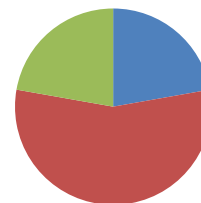
【設問と回答】

設問. 原材料価格の変動について



- 自社から申し出を行い協議に応じてくれた
- 協議を行う必要がなかった
- 協議を申し入れることができなかった

設問. 労務費の変動（最低賃金の引上げ、人手不足への対処による労務費の上昇）について



- 自社から申し出を行い協議に応じてくれた
- 協議を行う必要がなかった
- 協議を申し入れることができなかった

2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

原価低減要請、協賛金等（発注側）

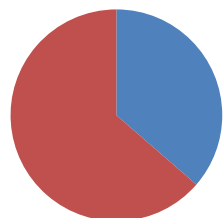
【分析結果・今後の課題】

仕入先への原価低減要請を行った企業が多く（64%）、原価低減要請に対する考え方として、仕入先が対応できなくとも取引を継続はするが、「競争環境上できるだけ行うこととしている」「自社の数値目標を達成するために行っている」と回答した企業が多かった。但し、一方的に原価低減要請を押し付けるというわけではなく、「仕入先と十分な協議を行った」「発注量を増加する等、別の形で適正なコストを負担した」などの配慮も見られた。家具業界内で価格競争が激化しているなかで、各社が競争力保持のために苦心している様子がうかがえる。

→サプライチェーン全体の競争力強化の視点を持った経営を各社に周知・提案する。

【設問と回答】

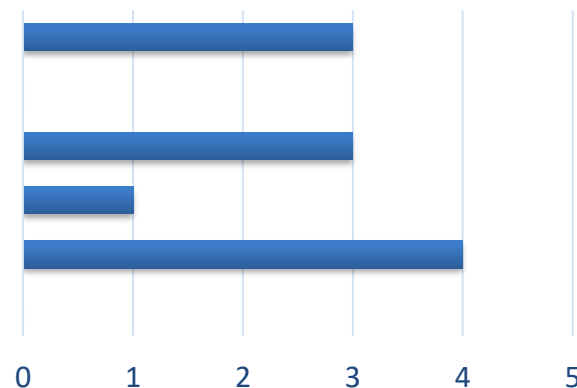
設問. 直近1年間で、仕入先（発注先）に対して原価低減要請を行いましたか。



■ 原価低減要請を行った
■ 原価低減要請を行っていない

設問. 原価低減要請を行う場合の、貴社の考え方（姿勢）をお答えください。

競争環境上できるだけ行う
コロナが終わった事から再開
対応に関わらず取引は継続する
取引継続を検討する上で最重視
自社の数値目標を達成するため
その他



2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

原価低減要請、協賛金等（受注側）

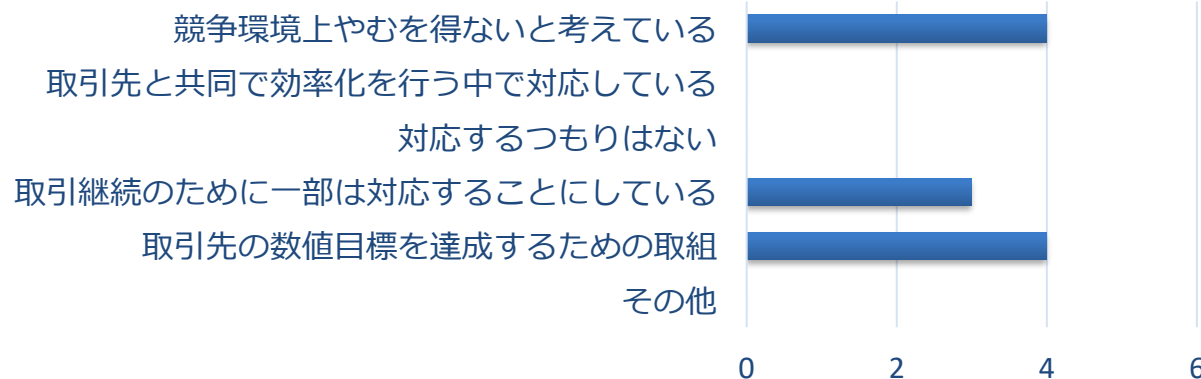
【分析結果・今後の課題】

不合理な原価低減要請では「セール値引き」「価格改定時期を変更させられた」「転注を示唆した強引な値引き」があったとする声があり、不当な金銭、役務等の利益提供要請では「人員販売」「応援販売」を上げる声があった。しかし、これらについては家具業界の「競争環境上やむを得ないと考えている」企業も多く、セールなどの特販、催事販売などによって自社の多くの売上や利益を確保していることもあり、各社個別の案件ごとに対応するかどうかを判断しているようだ。

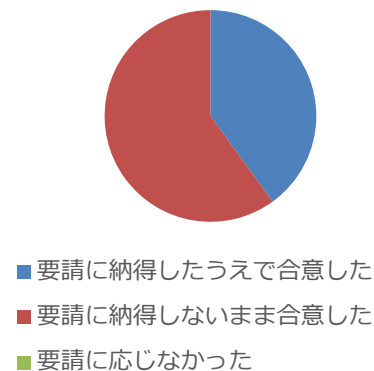
→会員企業各社への自主行動計画の啓発を図り、発注側と受注側の双方が納得できる取り組み方を模索していくように促す。

【設問と回答】

設問. 原価低減要請や利益提供要請の捉え方についてお答えください。



設問. 原価低減要請や利益提供要請に際し、販売先と十分に協議し、納得のうえ書面により合意しましたか。



2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

原価低減要請、協賛金等（受注側）

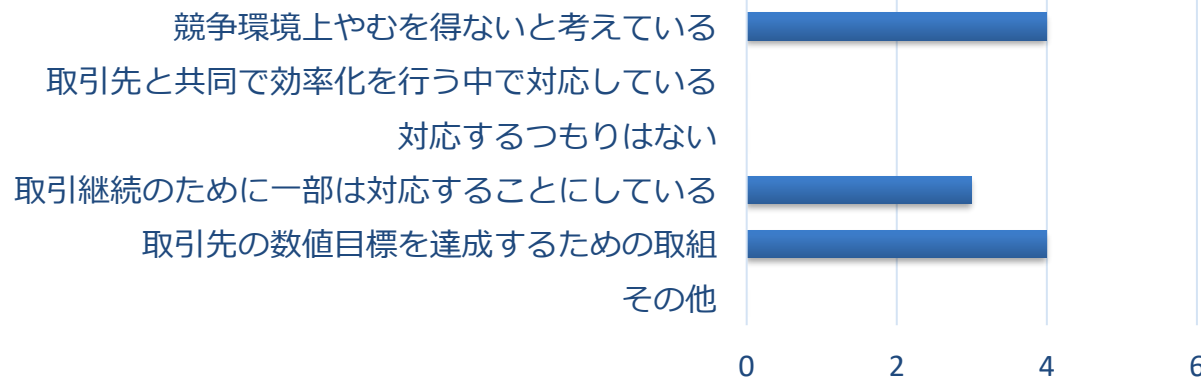
【分析結果・今後の課題】

不合理な原価低減要請では「セール値引き」「価格改定時期を変更させられた」「転注を示唆した強引な値引き」があったとする声があり、不当な金銭、役務等の利益提供要請では「人員販売」「応援販売」を上げる声があった。しかし、これらについては家具業界の「競争環境上やむを得ないと考えている」企業も多く、セールなどの特販、催事販売などによって自社の多くの売上や利益を確保していることもあり、各社個別の案件ごとに対応するかどうかを判断しているようだ。

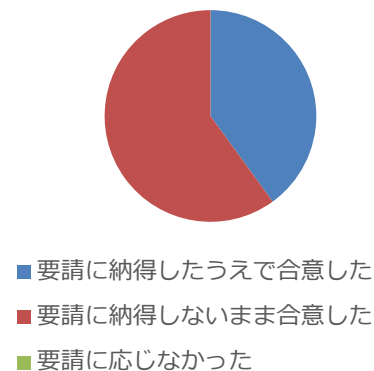
→会員企業各社への自主行動計画の啓発を図り、発注側と受注側の双方が納得できる取り組み方を模索していくように促す。

【設問と回答】

設問. 原価低減要請や利益提供要請の捉え方についてお答えください。



設問. 原価低減要請や利益提供要請に際し、販売先と十分に協議し、納得のうえ書面により合意しましたか。



2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

支払い条件

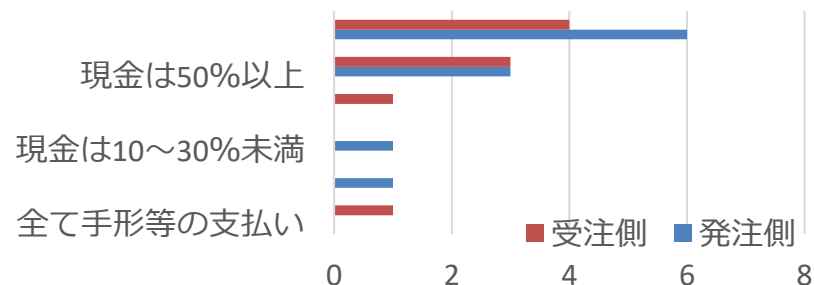
【分析結果・今後の課題】

発注側・受注側ともに、「全て現金払い」「現金は50%以上」が大半を占めたが、一部に「全て手形等の支払い」「現金は10%未満」という回答もあった。手形等の支払いサイトについては、1社が「120日以内」と答えたが、それ以外はすべて「30日以内」「60日以内」であった。2026年に約束手形の利用廃止に向けた取り組みを促進する閣議決定については、発注側・受注側ともに「知っている」が全回答であった。

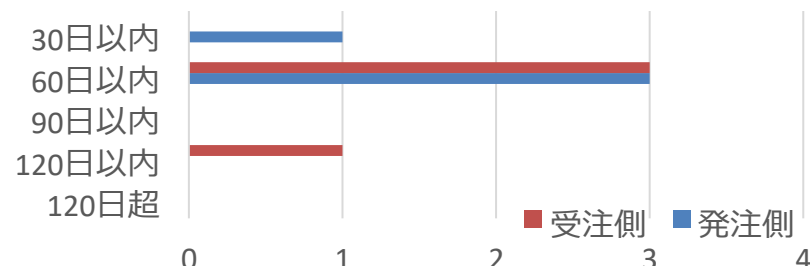
→業界内での現金払いと手形利用のサイト短縮は一部例外はあるものの進んでおり、2026年に向けた手形廃止についても準備が進んでいる。関係省庁からの今後の動向や通達事項を会員に伝え、手形支払いの廃止が円滑に進むように努める。また現時点でサイトが60日を超える手形についてはサイト短縮の是正を行うように求めていく。

【設問と回答】

設問. 直近1年間で取引金額が最も大きい仕入先との取引について現金の割合をお答えください（発注側）
下請代金の現金払いの割合はどれくらいですか（受注側）



設問. 直近1年間で取引金額が最も大きい仕入先との取引について、下請代金を手形等で支払っている場合、手形等のサイトはどれくらいですか（発注側）
下請代金を手形等で受け取っている場合、手形等のサイトはどのくらいですか（受注側）



2. 令和6年度フォローアップ調査結果と分析

知的財産等への対応・働き方改革への対応

【分析結果・今後の課題】

知的財産等を扱う取引について、発注側では割合は大きくないが、一部で存在する。知的財産等の適切な取引のための取組として、発注者側は「双務的な秘密保持契約を締結」「適切な対価の支払い」を行い、受注者側は知的財産等の保護のため「特許等の出願・登録」「ノウハウの営業秘密としての管理」を上げた。発注先企業の働き方改革に対する対応の結果については、「特に影響はない」と答えた企業がもっとも多かったが、一部に「急な仕様変更への対応の増加」「短納期での発注の増加」「従業員派遣を要請」「発注業務の拡大・営業時間の延長」などの影響があったとしている。

→策定した自主行動計画の周知と実行促進を行い、知的財産等を扱う取引の適正化、働き方改革による影響について協議の場を設けるように働きかける。

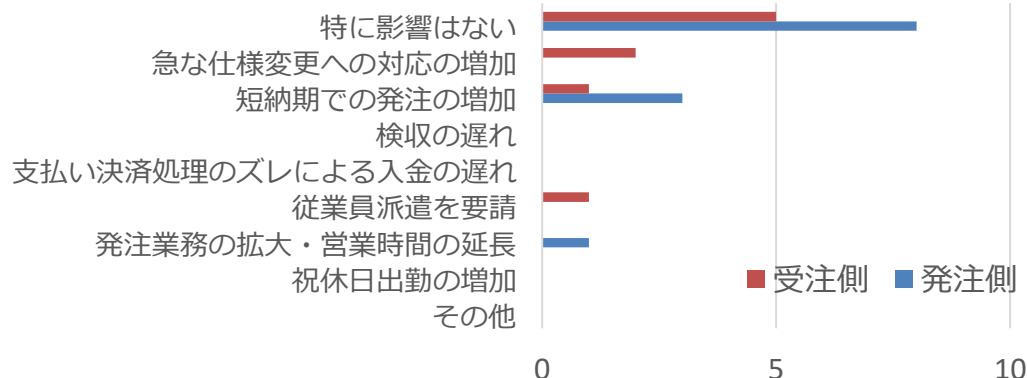
【設問と回答】

設問. 貴社の取引先企業のうち、何割程度の企業と知的財産等を扱う取引があるかお答えください。（発注側）



- 全ての企業と知的財産等を扱う取引がある (100%)
- 多くの企業と知的財産等を扱う取引がある (99~81%)
- 一部の企業と知的財産等を扱う取引がある (80~41%)
- あまり知的財産等を扱う取引はない (40~1%)
- 知的財産等を扱う取引はない (0%)

設問. 直近1年間で、貴社（発注側）、販売先（受注側）が実施した働き方改革に関する対応の結果、受けた影響についてあてはまるものを選んでください。（複数回答可）



3. 取引適正化に向けた今後の取組

【今後の取組】

- ・本会が策定した自主行動計画について、会員企業に対して3月と9月の価格交渉促進月間の期間を中心にメールマガジンによる周知を実施していく。
- ・メールマガジン配信による周知のみでは一方通行となり、限界があるため、毎年会員向けに実施している「夏季セミナー」や「勉強会」で取引適正化に向けた取り組みを1つのテーマとして取り上げること検討する。
- ・毎年秋に主催している家具インテリア国際見本市「アジア・ファニッシング・フェア」では、家具インテリアに関連する幅広いサプライチェーン企業が出展者・来場者として多く参加するため、取引適正化に向けた自主行動計画を周知する場を設けることも検討していく。