

令和3年度下請中小企業ヒアリング調査結果概要

令和4年3月
中小企業庁

目次

1. 下請中小企業ヒアリング調査結果概要_____p 2
2. 業種別集計分析からみた各業種の問題と課題_____p 3～28
3. 知的財産の取引を巡る問題と課題_____p 29～30

1. 下請中小企業ヒアリング調査結果概要

- 平成29年から**下請Gメン（取引調査員）**を配置し、現在120名体制で、全国各地で年間4,000件超の下請等中小企業を訪問して親事業者等との取引実態についてのヒアリングを実施
- 令和3年度は**令和3年4月から令和3年12月まで、4,528件**のヒアリングを実施。
- 平成29年1月から令和3年12月までの**累計では27,143件**。

業種別 最終取引上位業種により分類、下請事業者の判断による

業種	件数	割合	業種	件数	割合
自動車・自動車部品	5,826件	21.5%	産業機械	4,295件	15.8%
電機・情報通信機器	2,978件	11.0%	流通	1,025件	3.8%
建設機械	773件	2.8%	繊維	739件	2.7%
情報サービス・ソフトウェア	775件	2.9%	工作機械	678件	2.5%
素形材	262件	1.0%	半導体製造装置	572件	2.1%
航空宇宙	155件	0.6%	その他の製造業	4,975件	18.3%
その他の非製造業	3,167件	11.7%	不明等	923件	3.4%

調査方法

令和2年度より電話ヒアリング開始、
令和3年度よりオンラインヒアリング開始

訪問・オンライン	電話
16,539件	10,604件

資本金別

資本金	件数	割合
1億円超	993件	3.7%
5000万円超～1億円以下	3,840件	14.1%
1000万円超～5000万円以下	10,459件	38.5%
1000万円以下	11,851件	43.7%

地域別

地域	件数	割合	地域	件数	割合
北海道	1,553件	5.7%	中国	1,483件	5.5%
東北	1,846件	6.8%	四国	788件	2.9%
関東	11,944件	44.0%	九州	1,402件	5.2%
中部	2,961件	10.9%	沖縄	374件	1.4%
近畿	2,948件	10.9%			

2. 業種別集計分析からみた各業種の問題と課題

- 下請Gメンのヒアリング情報をもとに、自主行動計画策定業種を中心に、各業種で特徴的に見られる取引上の問題と課題を集計分析した。

※なお、紙幅の都合上、問題の指摘は各業種数点にとどめているが、これは、それぞれの業種において、ほかに問題が見られないということの意味するものではない。

2-1	自動車・自動車部品産業	p 4
2-2	素形材産業	p 9
2-3	機械製造業（1）建設機械産業	p 10
2-3	（2）産業機械・工作機械・ロボット産業	p 11
2-3	（3）半導体製造装置産業	p 13
2-3	（4）計量機器・分析機器産業	p 14
2-4	航空宇宙産業	p 15
2-5	繊維産業	p 16
2-6	電機・電子・情報通信機器産業	p 17
2-7	情報サービス・ソフトウェア産業	p 20
2-8	流通業	p 19
2-9	建材・住宅設備産業	p 22
2-10	紙・紙加工業	p 23
2-11	金属産業	p 24
2-12	化学産業	p 25
2-13	印刷業（参考）	p 26
2-14	広告業（参考）	p 28

2-1. 自動車・自動車部品産業①

取引対価

・ティア1は、完成車メーカーからの指示で厳しい交渉を迫られているが、ティア2以降になると、価格交渉できる雰囲気ではない、予算単価を指示される、という指摘のように、価格決定が一方的になり、より厳しい状況下にある構造が見てとれる。

<ティア1>（完成車メーカーに対する声）

- ▲ 複数の自動車メーカーは、見積価格に対し、厳しい価格の「ターゲット価格」を示してくる。ターゲット価格に近づくように、仕様や部品を替えるように毎回指示される。
- ▲ A社の見積もりフォーマットは他社と比べてもかなり詳細になっている。新製品でも当社マージン等を明確にされ、下請けが利益を出しにくい仕組みになっている。
- ▲ 原材料価格よりも元々の（製品）単価が厳しい。競合他社の価格が示されるが、それは原価低減が底をついているときの価格である。このレベルの要請価格になると当社が生産設備を新規で必要とした場合の費用を価格に転嫁することができないので太刀打ちできない。

<ティア2以降>（自動車部品メーカーに対する声）

- ▲ 価格交渉ができる雰囲気ではない。取引価格についてもう少し弾力的に対応して欲しい。
- ▲ 予算単価が指示されるようになったのは数年ほど前からで、予算単価で相見積になってから価格競争が激しくなってきた。予算単価を言うてくるのは部品メーカーであるが、部品メーカーも自動車メーカーから価格を下げるように言われて、金型の価格も抑えるように言われているようである。

価格転嫁

・モデルチェンジが行われるまでの間、価格見直しが行われないうえに、ティア1が原材料価格、労務費等の上昇を価格転嫁することができず、それゆえに、ティア2以降も、ティア1に対して価格転嫁を要請できない構造となっている。

<ティア1>（完成車メーカーに対する声）

- ▲ 価格見直しは次のモデルチェンジが行われる4年から5年の間はできない。
- ▲ 継続受注における原材料や労務費の上昇分を交渉したいが、海外や同業他社へ発注される可能性があるため、利益幅を減少させてでも価格改定要請は出来ない。
- ▲ 1社購買から2社購買に変わり、為替や部品の値上りなどを競合が要求してこないことを理由に価格交渉に応じてくれない。要求すると転注される可能性もある。
- ▲ 原材料の価格が上がれば値上げ交渉をすることはあるが、当社のみが交渉しても受け入れられない。そのためほぼ転嫁できていない。
- ▲ 原材料価格の上昇は転嫁できるが、それ以外の労務費や輸送費に関しては難しく、値上げ交渉もしていない。

<ティア2以降>（自動車部品メーカーに対する声）

- ▲ 親事業者は「自身の取引先である自動車メーカーが価格改定を認めてくれないから」という事を理由として要請に応じないことが多い。
- ▲ 自動車用の産業資材は、売上は安定しているが利益が少ない。2社購買で価格を上げると他社に流れてしまう。もっと利益を確保したい。
- ▲ 原価低減要請はないものの、単価改定に向けた協議もなく一度決まった価格が変わることはない。労務費上昇分を価格に反映したいが、転注失注が恐ろしいため言い出せないでいる。
- ▲ 自社からの交渉で一旦は価格改定されるが、その後値下げ要請があり、結局は据え置きに近い状態が続いている。
- ▲ 金型材料の値上げを要請したが、「そういう要請をしてくるのは御社だけだ。」と言われ、拒否されている。

2-1. 自動車・自動車部品産業②

補給品

・補給品に切り替わった時点での価格改定は、ティア1の一部、ティア2以降の一部で実現しているが、業界全体に広がっていない。
 適正な取引対価が設定されることが課題。

<ティア1> (完成車メーカーに対する声)

- ▲ 対象自動車モデルの販売終了後 ● 年間は下請け事業者からの製品売価は量産納入時の価格と同一との取決めがある。このため訪問先では量産時から数量が大幅に減少した補給品に関しては作りだめを行うことなどで対処しているが、最終的に余剰となった在庫は自己負担で処分することになる。
- 3~4年前に補給品など量産時から数量が減少した製品は、自動的に納入価格を ● 倍に変更してくれるようになり、さらに数量が著しく少ない場合は下請事業者側で作りだめしたものを買い取るか、保管費用を支払ってくれるようになった。
- 現在は、補給品への切替時に再見積を出したうえで再契約。

<ティア2以降> (自動車部品メーカーに対する声)

- ▲ 従来から補給品及び生産数量減少で価格見直しの要請をしているが、値上げが認められることはほとんどない。
- ▲ 量産終了後 ● 年の部品供給責任があり、補給品の価格に関しては価格交渉するが、値上げは一部しか認められない。
- ▲ 量産品から補給品の変更に際し、自社から積極的に申し入れをしているが、わずかの改善にとどまっておらず不満である。
- 補給パーツの単価を量産単価から少量単価に価格を上げてくれた。

内示と発注数量の差

・内示と発注の乖離について、マイナス分の保証ルールが実際には適用されていない、との指摘がある。(ティア1)
 ・余剰在庫の買取りと組み合わせて、発注の平準化を図ることが課題。

<ティア1> (完成車メーカーに対する声)

- ▲ A社の内示が高く出る傾向が毎月続いている。1ヵ月前から2週間前で確定内示となり、● 日前に確定オーダーとなるが、1ヵ月前の内示から数千万円落ちることがある。明記はされていないが、「プラスマイナス●%はサプライヤーでカバーする」という暗黙のルールがあり、数千万円落ちても範囲内なので、A社からは何の対応もない。
- ▲ B社には、内示と確定が●%以上異なった場合にはマイナス分を保証するルールがあるが、実際には保証はしてくれない。

<ティア2以降> (自動車部品メーカーに対する声)

- ▲ 新車の発売が決定すると部品使用の内示がある。内示の予定数量と実数量の乖離が数割程度と大きくなることもある。親事業者は「内示」としているので違法とはならずどうすることもできない。
- 数年前より当社の経営改革の一環として内示より発注量が少ない場合、その後すぐに発注される場合は在庫として保有するが、そうではない場合は買取補償を告知するようにした。断ってくる会社とは取引をやめるようにしており、現在継続している取引先とは個別契約書に買取補償の条項をいれている。

2-1. 自動車・自動車部品産業③

短納期発注

- ・ティア1では短納期発注の問題を指摘する声は、ほとんど見られない。
- ・ティア2以降では、残業代を転嫁できた事例、できなかった事例の双方が見られる。納期の適正化が図られる必要がある。

<ティア1> (完成車メーカーに対する声)

- ▲ 働き方改革の施行に伴い、特にA社から急な短納期要請が増え、対応に苦慮している。自社社員の残業および休日出勤の追加費用はまったく支払われない。

<ティア2以降> (自動車部品メーカーに対する声)

- ▲ 急な設計変更が多いが、残業、休出対応の価格転嫁はできない。
- ▲ 納期には必ず間に合わせなければならないので、その分の労務費等コストを認めてほしい。
- B社から短納期の仕事が来たが、残業代は支払ってくれた。

原価低減要請

- ・ティア2に対する原価低減要請の方がより厳しくなっていることが覗かれる事例が見られる。発注段階のより下位の企業にコスト削減を押しつけるのではなく、共存共栄の方途を探ることが課題。
- ・資本金区分から下請法の対象取引に該当しない取引に関して、転注を示唆するなど、その態様に問題がある事例も見られる。振興基準の遵守を含め、要請の態様の改善が必要。

<ティア1> (完成車メーカーに対する声)

- ▲ 親事業者は担当の部長や担当者が替わる度に、合理的な理由も無くまた協議の場すら与えられないままに5%~10%の値下げ要請を口頭でしてくる。要請を受けずに転注されるリスクを考えると、やむをえず受けざるをえない。実際に転注を理由に要請を受けさせられたこともあった。
- ▲ 新規受注品については、1年目●%、2年目●%、3年目●%コストダウンすることを契約書に記載している。断れば受注できない。毎年の原価低減要請は厳しい。
- ▲ 全ての自動車メーカーから年1度の原価低減要請されるのが実情。業界としてうまく利益が配分出来ているのか、下請事業者の利益が吸い上げられているのではないか。
- ▲ 乾いたぞうきんを絞るように価格の引き下げ要求が厳しい。
- ▲ 一社だけは、VAでの改善分の50%ずつ折半することで合意しているが、他のメーカーは全額を親事業者が持って行く。
- かつては、価格低減要請があったが、数年前より価格低減要請は無くなった。

<ティア2以降> (自動車部品メーカーに対する声)

- ▲ 自社はティア2で、取引先(ティア1)のC社やD社からは、半期で●%目標のコストダウン要請が半年に1度ある。0.5%~0.6%ダウンの回答をすると、ティア0のE社から受ける原価低減要請よりも強い調子で、他社は満額応じているなどの話しや他社に転注される可能性も示唆される。
- ▲ 2021年も●%要請があり困っている。交渉の余地はなく受けざるをえない。支払いは一時金として、減額幅を縮小し支払っている。
- ▲ F社から全品目について数量の多寡にかかわらず●%/年の原価低減を要請を受けている。要請方法はかつては文書によるものであったが、現在は口頭のみ。
- ▲ 2018年頃から5カ年計画で、年に1回 取引金額の●%の値引き要請がある。(資本金区分から下請法対象外)

2-1. 自動車・自動車部品産業④

環境対応コスト

・ティア2以降で見られるが、環境対応コストが負担となっている、という指摘がある。

<ティア2以降>（自動車部品メーカーに対する声）

- ▲ 環境対応が大変である。親事業者から、事前や事後に環境関連の証明書の提出を求められる。年々その条件が増えてきている。証明書等の作成の為に専門機関にテストを依頼するが、テスト費用が1回あたり数万円～数十万円かかる。年間では百万円近くなる。材料メーカーに問い合わせることもあるが、企業秘密で出せないと断られることもある。
- ▲ 環境関係の調査依頼が増えている。取引先から丸投げされているのが実態で、1週間に5、6社から依頼されることもある。営業上断る訳にもいかないので受けているが、人件費等のコストが発生し負担となっている。

支払条件

・支払方法については、自動車の完成車メーカーのうち、一部を除き、支払方法が100%現金となった模様。一方、ティア1は、半数近くが、手形等での支払となっている。

・支払期間については、自動車の完成車メーカーのうち、一部の事業者で、下請法対象取引、下請法対象外取引の双方で、長期の支払となっているとの指摘がある。また、ティア1若しくはティア2以降では、現金比率が下がった事例、手形のサイト条件をそのままに期日指定現金に変更する事例、下請法対象外の取引で、長期の支払期間となっている事例が見られる。支払条件の更なる改善が課題。

<ティア1>（完成車メーカーに対する声）

- ▲ A社の支払条件は月末締め、翌々月末、期日指定現金払いである。（下請法対象取引）
- ▲ B社の社内で使用する専用設備に関しては、支払条件が月末締め翌月20日支払いの電子債権サイト180日。交渉はしていないが、長すぎるので改善してほしい。（自家使用のため下請法対象外）

<ティア2以降>（自動車部品メーカーに対する声）

- ▲ 月末〆翌月末払い現金10%、手形（サイト120日）90%から、月末〆翌月末100%ファクタリング（サイト120日）に変更された。
- ▲ 手形払いを手形のサイトの条件をそのままに期日指定現金に切り替える取引先が増えている。期日指定現金などは資金繰りに悪影響が出るのでやめてもらいたい。
- ▲ 支払条件は毎月末日締め・締め後期日指定現金150日超となっている。（資本金関係から下請法対象外）
- ▲ サイト150日の手形となっている。（自家使用のため下請法対象外）

2-1. 自動車・自動車部品産業⑤

利益提供

- ・一部の完成車メーカーから、合理的根拠のない利益提供を求められている、との指摘がある。
不当な利益提供要請、代金の減額となっていないか点検し、是正される必要がある。

<ティア1>（完成車メーカーに対する声）

- ▲ A社からは、新規品を発注した場合に発注予定金額の何%かをリポートとして支払うように言われる。また予定台数が発注されなくとも支払った金額は返してもらえない。
- ▲ B社からは、毎年、割戻金を求められ支払っている。合理的な理由も計算根拠も示されない。

知財保護

- ・ティア1からも、ティア2以降からも、設計図面、データを提供することを要求された、などの事例が多く見られる。
知財保護の観点から、取引先において、秘密保持、正当な対価の支払いがされることが必要。

<ティア1>（完成車メーカーに対する声）

- ▲ C社より契約書案を渡されたが、契約条項に当社ノウハウの無償譲渡が記載されており断った。金型の図面等を入手して他社に転注する可能性がある。また、過去には開発部品に関して、海外に図面を渡して製作させるので提出するように言われたが断ったこともある。
- ▲ 当社との契約内容は金型納入時、金型図面（組図、部品図など）の提出が義務づけられている。図面の対価も見積りに含まれており、別途徴収できることはない当社の金型の設計、製作のノウハウが全て海外の親事業者の工場に流出している。

<ティア2以降>（自動車部品メーカーに対する声）

- ▲ 十年ほど前から、金型製作を見積り依頼された際に、必ずといっていいほど設計図面を一緒に提出してほしいと言われる。提出しないと現物の受注ができない。
- ▲ 当社のノウハウがある加工面データを無償で提供することを要求されている。
- ▲ 相見積りの際に他社が作成した図面が回ってくることもある。自社が設計開発した図面を親事業者が競合他社に見積りさせることがあった。
- ▲ ノウハウを探る目的で工場見学を希望する取引先があり断っている。
- 金型はノウハウなので親事業者には返したくない。金型の技術を渡したくないので自社で処分している。

金型の取引

- ・ティア1からも、ティア2以降からも、金型の製造の委託取引については、類型A(※)で24回払いとなっている、との指摘がある。
・また、保管費用、廃棄費用が支払われている事例は、少ない模様。更なる型取引の適正化が課題。

<ティア1、ティア2以降共通>

- ▲ 金型代は製品の量産開始月からの24回均等払い。
- ▲ 型保管のために外部倉庫を借りており、月額倉庫代は十万円を超える。全て当社負担である。廃棄申請をしても回答が得られず、長期間保管をせざるを得ない。

2-2. 素形材産業

取引対価

- ・金型が韓国、台湾と比較して安い実態があることや、製作に関する手間や難易度が加工賃に考慮されず、安い、との指摘がある。
- ・他方、価格改定に関し、原材料のほか、労務費も積極的に価格交渉を行うようになったとの事例が見られる。

- ▲ 金型製造の加工賃は、まだまだ安い。
- ▲ 磁性粉末冶金金型は価格決定協議ができるが、プラスチック射出成形金型は、ほとんどの場合、指値で押し切られ、協議はできていない。採算が取れない場合は断っている。
- ▲ 当社は、海外企業との付き合いが深いですが、最近の韓国や台湾の金型より、ものによっては、日本の金型の方が安くなっている実態がある。これは、大企業が最終製品の価格引き上げを行い、国内の金型製造業の価格転嫁を受け入れる流れが作れていないせいだと思っている。
- ▲ 鋳物業界の慣習として、品物の値段を「キロ単価」で決めている。作っている中身に伴っていない。製作に関する手間や難易度などは考慮されていないので、「一個単価」だというように認識を変えて欲しい。
- 値上げ要請をすることで失注の懸念があったり、依存度が高い親事業者へは値上げ交渉を躊躇するようなこともあったが、十年程前から労務費も時間単価に基づいた業務換算をしてコストの「見える化」をおこない、積極的に価格交渉を行うようになった。

支払条件

- ・支払方法については、現金化されたという事例が比較的多い模様。

- 数年前頃から代金支払方法が手形から現金払になり、資金繰りが改善された。

返品、修理、損害賠償

- ・金型の特性を考慮した修理、廃棄の基準の策定が必要、との指摘がある。

- ▲ A社はプラスチック射出成形金型の修理の基準がないことを良いことに、必要以上の過度な無償修理要請をしてくる。
- ▲ 親事業者に納入し、抜き取り検品で合格した製品が、同社から販売先に納品され、さらに別のメーカーに納品された後、1年経ってロット不良として自社に返品された。
- ▲ 最後の受注から3年経過した型は返却・廃棄の対象にして欲しい。長くても5年で基準を作って欲しい。

知財保護

- ・下請事業者側で防衛策を講じている事例が見られる。そもそも、知財が保護されるべきものであるとの意識喚起が業界全体で必要。

- ▲ 一部の取引先で商談時に同業他社の金型図面をあたりまえに示してくることがある。当社作成の金型図面が同様に扱われているかと思うと不安はある。
- 図面の要請がある場合は、核心部は開示していない。
- CAD,CAMの加工データは当社保持であり、親事業者からの提出要求はない。当社も持ち出し禁止としている。

2-3. 機械製造業（1）建設機械産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

価格転嫁

- ・変動制を採用している原材料の高騰については、価格転嫁が比較的行われている模様。ただし、受け付けてもらえない事例もある。
- ・一方、労務費は、過去の実績からは全く値上げできないわけではないようであるが、交渉すらできない、転注を示唆される、との指摘も多い。 価格転嫁しやすい環境づくりが課題。

- A社との継続部品の価格交渉においては、金属価格や輸送費、為替レートなどの市場価格が明確なものについては、3ヵ月毎の平均価格（レート）に連動して変更される仕組みが導入され、現在も続いている。
- ▲ 価格改定要請に対し、主要取引先は転注を匂わせてくるので値上げの交渉をしづらい。パートナーシップ構築宣言をしているが、実際にはその通り実施されていない事が多いと思う。例えば、原料価格高騰による価格転嫁を申し入れても、親事業者が受け付けてくれない。
- ▲ 労務費上昇分の価格への転嫁を要請しても、本来、受注側の社内努力で吸収すべきものとされ、交渉のテーブルにもついてももらえない。数年前に1度だけ認められたが、それ以降は、値上げはおろか交渉すらできない状況が続いている。

補給品

- ・補給品に移行した場合の価格見直しが行われる事例が多く見られる。

- ▲ B社は、製品が廃型になっても当社へタイムリーに情報を出してくれない。これに依り補給品に転じコスト高になった製品を当社は赤字で取引をしている。
- 量産から補給への移行時は取引先から連絡があり、生産量の減少に伴う価格見直しをおこなっている。

内示と発注数量の差

- ・建設機械関係では、内示と発注数量の差が大きい、との指摘がある。
- ・余剰在庫の買取りと組み合わせ、発注の平準化を図ることが課題。

- ▲ 建設機械関係では、発注書が出される3か月前に内示があり、原材料を調達し生産準備をしている。内示が荒っぽく、内示数量と発注書の数量との乖離幅が大きい。発注前の内示であるため、発注数量と乖離していても自己責任となり、乖離している数量分の材料費用は親事業者は負担しない。
- ▲ C社の生産計画に基づき生産に着手するが、発注書が出るまでの間に仕様や発注数量に変更が度々出る。注文書では数パーセントに減少したことがある。その際に余分に生産してしまった製品の引き取り交渉を行うが捨ててくださいと言われ、買取りが認められず、困っている。

支払条件

- ・支払方法の現金化の事例が見られるものの、全体としては、現金払いよりも手形等による支払いの方がまだ上回っている模様。
- ・支払期間は、下請法対象取引でも支払遅延の事例が見られるほか、下請法の対象外取引（資本金区分）で支払期間が長期となっている。 支払条件の更なる改善が課題。

- ▲ D社の支払い条件の変更（手形→現金100%）にあたり、条件として利息以上の値下げ要請があった。利息以上の値下げは非常に不本意であったが、支払い方法が現金に変更になることを重視し、要請を受け入れざるをえなかった。（資本金区分から下請法対象外）
- ▲ 建設機械の部品製造を請け負っている。支払条件は、20%現金、80%手形・サイト120日超。（資本金区分から下請取引の対象外）

知財保護

- ・品質管理の名目で、仕入先、QC工程表など、ノウハウの提供を強制されている、との指摘がある。
- ・知財保護の観点から、取引先において、秘密保持、正当な対価の支払いがされることが必要。

- ▲ E社からは、定期的に、品質認証の更新審査を目的に、当社の仕入先リスト、取引数量、QC工程表等の機密書類の提出を何十年も前から求められている。無いと言って断ると是正勧告書が届き、次回の要求時までには揃えるよう勧告され、提出しない場合は取引停止となる。

2-3. 機械製造業（2）産業機械・工作機械・ロボット産業①

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

- ・定期的に価格見直しをする場を取引先と持つことができている、とする事例がある。（グッド・プラクティス）
- ・その一方で、競合他社との相見積もりで、利益が上がらない、などの指摘が多く見られる。

- ▲ 見積書を提出し協議を経て合意という形は取っているが、A社から提示されたコスト構成・金額をベースとしており、実質的には指し値に近い状態となっている。直接的な材料費と加工費のみを中心とした見積もりであり、当社でかかる間接費用類は含めることが出来ない。
- ▲ 競合他社を意識するため価格重視になり、実質適正価格からの値引いた見積価格になる。下請け事業者としては、利益の上がない構図となっている。
- ▲ 相見積もりの場合、下請各社の最安値の部分だけを発注するケースが増えている。トータルで利益を確保する見積りとしているため、部分だけ抜き取られると非常に厳しい。
- B社とは毎月、受注量や原材料価格を基に価格見直しをおこなっている。

価格転嫁

- ・原材料、労務費の価格転嫁ができているとする事例は多い。
- ・一方、取引の最上位企業間での価格が上がらないと価格転嫁ができない、との指摘も見られる。価格転嫁しやすい環境づくりが課題。

- 親事業者に対して、原材料、労務費等のコスト高騰時には価格改定の要請をしてくれている。ケースバイケースではあるが、合意の上で価格転嫁に応じてもらっている。
- ▲ 2020年に価格改定を要請したところ、取引先の本社購買担当から、値上げするのであれば海外に転注すると言われ、下期以降の受注計画がなくなった。
- ▲ コスト増に伴い値上げを打診したところ、逆に一律5%値引き要請が届いた。
- ▲ 十年以上、単価は基本的に変わらない。原材料価格の高騰を理由に価格改定要請をしても、管理費等の部分で調整して欲しい、と言われ、結局トータルの単価は変わらない。上代価格が上がらないと、下請価格も上がらないと思う。
- ▲ 最上位企業間で価格が先に決まっているため、一度決まった継続品の価格に原材料費や労務費の上昇分を転嫁することはできない。

原価低減要請

- ・原価低減要請は、無くなった、減ってきた、可能な範囲で応じている、とする事例がこの業種の半分程度を占める。
- ・ただし、原価低減要請が悪しき習慣となっている、との指摘や、資本金区分から下請法の対象取引に該当しない取引に関して、転注を示唆するなど、その態様に問題がある事例も見られる。振興基準の遵守を含め、要請の態様の改善が必要。

- ▲ 業界の悪しき慣習であると考え、新年度に大手企業の担当事業部長が変わると価格低減要請を行ってくる。担当者にトップダウンで利益改善等指示されるようで必ず価格低減要請がある。
- ▲ C社は、年に2回まったく何の根拠も説明されないまま5%の原価低減要請が定例行事のようにある。その要請は技術担当者からあるが、担当者のコスト意識が異常なほど高く、値上げ交渉を言い出せるような雰囲気ではない。
- ▲ 半年毎に必ず一方的に値下げの要請がくる。要請内容は取引価格の3～5%の減額。断れば他社に見積もり依頼を出すと言われるので断ったことはない。大体1～2%の値下げで決着している。（資本金区分から下請法対象外）
- ▲ 共同V Aの提案を持ちかけられ、ありがたいと思うこともあるが、結果的には原価低減の要請だけをさせられてしまうことがある。

2-3. 機械製造業（2）産業機械・工作機械・ロボット産業②

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

短納期発注、 内示と発注数量の差

- ・短納期発注に伴うコスト増を価格に転嫁できないとする事例が見られる。
- ・余剰在庫の買取りと組み合わせて、発注の平準化を図ることが課題。

- ▲ 2020年頃から親事業者の残業規制や出勤日数の減少により、短納期発注が増えた。当社の人手不足は改善されておらず、当社の残業を増やして対応するしかない状況であり、価格転嫁できないのが現状である。
- ▲ A社から毎月1ヶ月分の在庫を確保するよう指示されている。当社のリードタイムは20日程度であるが、納期の直前にフォーキャストと大きく異なる正式発注がきて、確保してある1ヶ月分の在庫を使用しても対応できない場合がある。緊急対応で費用が増加しても特別料金等は一切支払われず、当社の持ち出しとなる。
- ▲ 特急の受注があるが、割り増し価格の相談をしにくい雰囲気があり、割り増しの支払いが受けられない。
- かつて、取引先のフォーキャストが正確でないため、数十万円程度の余剰在庫があった。しかし、その後、しっかりフォーキャストの管理をするようになり、余剰在庫も購入してくれるようになった。

支払条件

- ・支払方法は、この数年で現金化が行われているが、全体としては現金払いよりも手形等による支払いの方がまだ上回っている模様。
- ・支払期日は、下請法対象取引でも支払遅延の事例が見られるほか、下請法の対象外取引（標準品、自家使用のほか、資本区分により対象外となる事例が極めて多い。）で支払期間が長期となっている。支払条件の更なる改善が課題。

- ▲ 数年前、支払が手形100%（サイト90日）から現金100%に変更された。現金化はありがたいと受け止めているが、1%の歩引きをされている。
- ▲ 部品・パーツの製造委託。支払い方法は、サイト150日手形支払。（下請法対象取引）
- ▲ 自社はプラント設備機械を受託製造している。代金の支払いは150日を超える期日指定現金払いである。（自家使用のため下請法対象外）
- ▲ 歯車の製造を受託。月末メ、翌月末支払いのサイト150日の手形支払い。（資本金区分から下請法対象外）

知財保護

- ・秘密保持契約を締結している、知財の開示要請に対し断っている、ノウハウの提供は有償で行っているという事例がかなり見られ、知財を防衛する意識が高まりつつある模様。
- ・しかし、依然として、取引先に対して断り切れず、金型などを提供したという事例や、知財を無断で使用されて転注された、という事例が多く見られる。知財保護の観点から、取引先において、秘密保持、正当な対価の支払いがされることが必要。

- 設計図面は、親事業者に提出し双方で確認しているため、事前に秘密保持契約書を締結している。全取引先と締結している。
- ▲ 製品を内製化するということで、自社所有（下請事業者）の金型を要求され主要な顧客であるため拒否出来ずに渡した。
- ▲ 部品開発を共同で行っていた際に生産ノウハウを説明したところ、その製品の後継品の受注が、知らないうちに競合他社に移ってしまっていた。

2-3. 機械製造業（3）半導体製造装置産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例
(下請事業者業種)

取引対価、 知財保護

- ・協議により取引対価を決定できている事例が多い。
- ・他方、一部の親事業者について、無断で下請事業者の作成した図面を公開して相見積もりを取り、価格の引下げを図っている、との指摘がある。知財の保護に対する理解向上、厳重な知財情報管理の徹底が求められる。

○ 相見積もりはあまりない。他社ではできない製品が多いため。指値発注はない。(電気機械器具製造業)

▲ A社は、当社及び同業他社の製品図面を関係下請け業者に公開し、相見積もりをとり、価格の安い下請け業者から仕入れる方式を開始した。A社からは「他社担当の製品の受注が取れるチャンスです。」と言われているが、当社を含めた下請け関係者は、自社の担当製品を引き続き受注するために従来価格より安く見積もり提示をせざるを得ない。当社でも、何品かは事前の連絡が無く転注されてしまった。(生産用機械器具製造業)

▲ B社との取引。価格見直しには相見積りがあり、転注の可能性もあるので十分にコストを反映した価格設定はできない。(金属製品製造業)

環境対応コスト

- ・環境調査（RoHS指令等）などで対応が必要なコストが増加しているにもかかわらず、価格転嫁に応じてもらえない、との指摘がある。

▲ 数社の親事業者から、BCPや有害物質調査、環境調査など数々の書類作成を要求される。社員に余計な労力がかかるが、それが価格に転嫁されるわけではない。その上、書類作成のため、一部の検査を外部委託（有料）で作成している。検査費等は当社が支払う。コスト、労力、非常に大きな負担。(電気機械器具製造業)

▲ RoHS指令関連資料は、親事業者の調査フォームは各社違うが、各社のフォームへの落とし込み依頼がくるため手間がかかる。提出フォームは統一したものにしたい。(電子部品・デバイス・電子回路製造業)

短納期発注

- ・短納期発注、納期前倒し要求が常態化しており、在庫負担が利益を圧迫している、との指摘がある。
- ・リードタイムを考慮し、安定した発注とすることにより、共存共栄を図る必要がある。

▲ 全般的な傾向として、発注から納品まで通常2~3カ月要するところを、1週間~1ヶ月での納品要請が度々ある。フォーキャストは示されず、急な納品要請が多いため、自社では余分に部品を仕入れておく必要がある。保管スペースの拡張が必要になるだけでなく、出荷されない在庫増が利益を圧迫している。各社にはフォーキャストの提示を依頼しているが、なかなか応じてくれない。

▲ EDIで受注が入るが、事前に打診もなく、所定の製造リードタイムよりも短納期（1週間のところ3日間など）での発注が常態化している。当社ではそれに備えて原材料在庫を増やしたり、当初の生産計画を変更して対応している。コスト増加分は交渉したことはあるが、転注される可能性もあり、請求できない状況。負担になっている。

▲ 半導体製造装置の部品に関する内示は、発注段階で大きくプラスに変わってくる。そのため、材料の在庫増となっており、2021年決算時には在庫が前期比で倍増となった。受注増は嬉しい事だが、在庫リスクを懸念している。

支払条件

- ・この数年で手形、ファクタリングから現金化されたという事例が多い。ただし、下請法対象取引での支払遅延の事例が見られる。
- ・下請法対象外（自家使用、資本金区分）でも、長期の期日指定現金払いや手形払いの事例が多く見られる。支払条件の更なる改善が課題。

▲ 半導体分析装置に使用される金属部品を仕様にもとづき製造し納品している。月末締め翌月末払いで電債サイト150日の支払。(下請法対象取引)

▲ 半導体製造装置向けの部品を納品している。手形のサイトが150日となっている。(資本金区分から、下請法対象外)

2-3. 機械製造業（4）計量機器・分析機器産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

・一部で、転注を示唆して価格交渉を行っている事例が見られ、態様の改善が求められる。

- 見積を提示、商談の上価格を決定する。訪問先と競合する同業者が存在するが、価格面で比較されることはない。比較されるのは製造管理面の巧拙である。
- 新規発注はほとんど指名。見積時点の材料費、労務費等を基に積算して提出する。当然、取引先との価格交渉はあるが、ほぼ当社の希望価格が認められる。
- ▲ 継続製品の価格は据置。新規製品は相見積りとなり、他社の低い価格を提示され、「その価格にならない場合は、転注もあり得る」と釘を刺された上での交渉となる。

短納期発注、 内示と発注数量の差

・下請事業者が部品を在庫させることが業界の慣行となっている、との指摘が見られる。
・内示に比べ発注数量が少なくなった場合の買取り、転注せず発注を長期化している事例は、共存共栄を図る上でのグッド・プラクティスを提供している。

- ▲ ジャスト・イン・タイム生産方式が採用され、親事業者が発注から1週間後に納品を要求するため、欠品とならないように、部品の在庫をしている。また、内示には買取り補償はしないと記載されており、実際に内示での予定数量より発注数が少ない場合には在庫コストが増えることとなる（親事業者の一部では、内示には買取り補償の記載がある）。下請事業者が部品を在庫させることが業界の慣行となっており、在庫コスト増加や納品調整等の業務量増加が下請事業者にとっては大きな負担となっている。
- ▲ 短納期発注に伴い、正式発注前に原材料を見込みで発注し、在庫化する事が常態化している。また、事前の説明もなく急な製造中止や数量減少が発生する事もあり、状況によっては、買い取りを要請する事もある（但し、全額補償されるケースは希である）。
- A社とは特に良好な関係を構築できており、競合他社への突然の転注はしないことを確認しているため、ジャストインタイムに対応するための製品在庫を安心して持つことができている。短期間の保管であり、安定した取引の継続のために必要な対応だと考えており、問題視していない。
- 新型コロナの影響で、取引先からの受注が大きく減少したことを考慮して、自社が調達する部品価格の上昇分について都度申請することにより、値上げが認められるようになった。この対応は現在も継続している。

支払条件

・支払方法としては、現金化が進みつつあるが、事例としては半数程度にとどまる。
・下請法対象取引で、一部、電債払い(サイト120日超)の事例が見られる。また、下請法対象外取引（資本金区分）で、手形（サイト120日）という事例などが見られる。支払条件の更なる改善が課題。

- ▲ 数年前に手形から電債に変更となったが、サイトが120日を超えるものとなっている。（下請法対象取引）
- ▲ 月末締め、翌々月10日支払い、全額手形 サイト120日となっている。（資本金区分から、下請法対象外）

知財保護

・下請事業者側で防衛策を講じている事例が見られる。そもそも、知財が保護されるべきものであるとの意識喚起が業界全体で必要。

- 当社は分析機器の製造加工を受注している。注文が激減した部品があったが、知らない間に内製化されていた。このため、自社加工プログラムの社外持ち出し禁止、取引先情報（新製品、開発案件など）の管理徹底、退職時の守秘義務誓約等の対策を講じている。
- 部品製造の業界内では他社製品の模倣が日常的に行われているが、目に見えない部分で工夫をして、製品本来の機能が模倣できないように対策している。

2-4. 航空宇宙産業

取引対価

- ・航空機に用いられる部品の取引は、仕様が一品一様で、技術重視のため、ほとんどの事例で、見積り協議ができています。
- ・ただし、新型コロナウイルス感染症の流行による航空機業界の景気悪化を受け、価格を下げて仕事を取りに行く事例や、値上げが困難となっている事例が現れていることには、注目する必要があります。

- ▲ 当社は独自の技術があり、価格競争に陥る事はあまりないが、新型コロナウイルス発生以後は航空機不況で価格を下げて仕事を取らなければならない。
- ▲ コロナ影響で航空機的大幅減少で生産効率が大きく悪化した。十年程、単価が継続していたので、2020年に値上げ要請をしたところ、今は業界全体が厳しいので値上げ承認は難しいとの回答であった。相手の言い分は解るものの不満が残る。

原価低減要請

- ・他の業種と比較して、原価低減要請は厳しくない業種であるが、一部で、その態様に問題のある事例が見られる。

- 数年前まで年1度の原価低減要請があったが、現在は新規受注時に継続期間を勘案した十分な協議を行っており、合意価格の値下げ要請は無くなった。
- ▲ A社は、協力会メンバーを集め、年に1回、説明会を開く。十年程前から継続品に対し不合理な値引き(一律5%)を言われる。書面はなく口頭の説明のみ。転注のおそれもあり要請を吞まざるをえない。現在まで続いている。

支払条件

- ・支払方法としては、現金化が進んでいる模様。
- ・下請法対象取引で、支払遅延となっている事例が見られる。
- ・下請法対象外取引（汎用品、自家使用、資本金区分）では、支払期間が長い事例が見られ、支払条件の更なる改善が課題。

- ▲ エンジン用部品の製造加工を受注。半手半金であったものが、数年前から全て当月20日〆翌月末日現金振込に変更となったが、支払期間が60日を超えている。
- ▲ 航空機用部品として、他社に転用できない専用仕様にして納品している。支払条件が月末締/翌月末払、50万円以上電債（サイト150日超）となっている。
- ▲ B社（資本金3億円以下）は、自社の販売代理店（商社）。カタログ品の電気通信機器用部品を納入している。支払条件が月末締/5ヶ月後 現金となっている。当社は独自の技術があり価格競争に陥る事はあまりないが、新型コロナウイルス発生以後は航空機不況で価格を下げて仕事を取らなければならない。

知財保護

- ・見積書も保護される営業秘密を構成する。提供の強制、無断使用が行われないう、知財保護に対する理解向上が必要。
- ・「共同開発契約書（ひな形）」を活用するなど、契約締結の申し入れをする努力も必要。

- ▲ 見積書には修理にかかる工数の詳細（分解や組み立てに何時間かかるか等）を提出させられる。特定の取引先のみでなく、どの取引先も提出を要求され出さないと受注できない。詳細を出すことによって、他社と比較され値下げ交渉の材料になってしまう。
- ▲ C社と共同で研究しながら現在の標準製品の作り方を確立した。ところが、C社が単独でこの製法を系列最上位企業から承認を取り、内製化したため、当社への発注が止まった。

2-5. 繊維産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

・最終販売価格が先に決まっているために、各段階で価格が引き上げられず、利益が上がらない構造となっている、との指摘がある。
・しかし、ユーザー企業との直接取引が増え、指値発注や歩引きといった悪い商慣習が徐々に改善してきている、との指摘も見られる。

- ▲ アパレル業界では、最終販売価格が先に決まっており、その価格に合わせる為に、各段階の業者が、過剰な価格協力を求められる事が当たり前で、利益が薄い。
- ▲ 新規品は最終価格が決まっている製品が多く、当社の加工賃の価格も自ずとターゲットプライスを提示される。
- ▲ 指値もたまにあり、なかには断り切れない場合もある。
- 十年近く前までは「問屋」経由の取引が中心で、指値発注や歩引きといった悪い商慣習が続いていたが、近年はユーザー企業と直接取引をするようになり、価格決定面では徐々に改善してきている。

支払条件

・支払方法の現金化が見られる事例もあるが、依然として60日を超える期日指定現金など、長期の支払期間の事例が見られる。
・下請法対象外取引（資本金区分、自社製品）では、支払期間が長い取引が極めて多く、支払条件の更なる改善が課題。

- 交渉した結果、すぐに手形(サイト90日)から、100%現金に変更された。
- ▲ 新規取引先には現金払いをお願いしており、現金払いは増加しているが、従来からの取引先の支払い条件には変化はない。
- ▲ ユニフォームを納品しているが、支払条件が月末締め、90日後払いの期日指定現金となっている。（下請法対象取引）
- ▲ 電子記録債権 サイト：生地120～150日（資本金区分から下請法対象外）

減額（歩引き）

・歩引きの慣習が依然として残っているとの指摘がある。自主行動計画では歩引き取引の廃止が謳われているところであり、その徹底が必要。

- ▲ 歩引きが下請法の対象外の中小事業者間で商慣習として残っている。
- ▲ 一部では歩引きの慣習も残っている。大手企業はブランドイメージを大事にしているため、エビデンスとなるようなものは残さない。

在庫保管

・自主行動計画では、引取期日を過ぎた在庫保管等に対するコスト負担につき、事業者間で協議を行った上で取り決める、と定めており、その取り組みが進んできていることを示す事例が現れている。ただし、売れ残りの在庫負担の指摘があり、自主行動計画では不十分。

- ▲ 取引先の売れ残りは完成品在庫として保管している。保管料は貰っていない。製品の現金化が1年後になる場合もあり、繊維では当たり前の悪しき商慣習である。
- 1990年頃から完成品預かりが常態化し負荷となっていたが、親事業者全般と交渉し、保管料のルール設定ができた。

知財保護

・設計図、デザイン、営業秘密などの知財に対し、保護されるべきものであるとの意識喚起が業界全体で必要。

- 以前は見積もり時に提出したデザインが、受注できなかった際に当社に無断で他社に使用されたこともあったが、2018年頃から繊維産業流通構造改革推進協議会（SCM推進協議会）、大阪府被服工業組合で問題提起され、現在はなくなりつつある。
- ▲ ユニフォームの機能性、デザインに関しても商標を登録しているわけではないので、他社が同様なデザインを使用しても当社では問題にすることはない。業界全体でも類似商品が出て問題にせず、あきらめているようである。
- ▲ 親事業者指定のフォームでの見積もりの詳細内訳提出要請があるが、当社の製造原価等の秘密事項を開示することにも繋がるので提出したくない。

2-6. 電機・電子・情報通信機器産業①

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

・下請事業者間の競争が激しく、利益が圧迫されている模様。見積りの詳細を要求し、厳しい交渉が行われるため、大手取引先がものづくりを重要視していない、との声さえ現れている。共存共栄での取引対価の決定方法の改善が課題。

- ▲ 下請会社間の過当競争が激しく、価格が下限に張り付いている。
- ▲ 相見積が辛い。労務費などのコストが上昇しても単価を下げなければならない場合がある。
- ▲ 継続受注における原材料や労務費の上昇分を交渉したいが、海外や同業他社へ発注される可能性があるため、利益幅を減少させてでも価格改定要請は出来ない。
- ▲ 体質改善の一環として価格改定交渉を続けている。改定の根拠を文書化しているが、「他取引先からは要請がない」「他社へ転注する」との返事が多く、苦戦をしている。
- ▲ 親事業者はコストの内容を把握するために見積りの詳細データを要求される。当社利益については現状維持が前提とされているようで、交渉が非常に難しい。
- ▲ 今の取引先には、精密な金属加工の難易度やその要する時間など工程を理解できる人がほとんどいなくなった。数字ばかり管理して交渉するのでやりにくい。一般的に大手の取引先がものづくりに対する取り組みを重要視していない。

環境対応コスト

・環境調査（RoHS指令等）、紛争鉱物調査などで対応が必要なコストが増加しているにもかかわらず、価格転嫁に応じてもらえない、との指摘がある。

- ▲ 当社から納品する部品について、欧州で禁止されている化学物質の未使用証明を要求され、毎回確認・報告をしている。品質管理上の必要事項であることは認識しているが、契約書や発注書等に記載の無い役務を無償で行い、単価も据え置きであるため、単価の値上げ若しくは役務の対価を要請しているが、親事業者は、当然の義務として交渉にも応じてくれない状態が続いている。
- 環境対策費用としてゴム材料の試験・検査費用が生じることがあるが、当該費用の扱いは協議し決定する。

短納期発注、 MOQ

・短納期発注、納期前倒し要求が常態化しているとの指摘がある。
・また、発注が原材料の最小購入単位（MOQ）より少ない場合に生ずる在庫負担の転嫁が困難という事例が見られる。残材の処理方法について協議することを自主行動計画に取り込むことが必要。

- ▲ 継続的量产品の発注が、短納期化、単発化している。特にA社は、見積書には3ヶ月後の納期を記載したが、現状では3週間前が常態化し、発注頻度も1週間に数回や数個単位の発注もある。
- ▲ 納期の前倒し要求が常態化している。EDIによる納期が1ヶ月半の発注確定後、2～4週間後に納期変更のメールが届き、まもなくEDI発注書が再交付され変更を確認、前倒し納期を指示される。製品を先行製造し、在庫を持って対応せざるを得ない。残った在庫分の親事業者によるコスト負担はなく、数百万円相当を破棄した。
- ▲ 電子部品業界は、在庫量がよく乱高下する。そのため、繁忙期と閑散期の仕事量の差が激しい。
- ▲ 原材料の最小購入単位よりも少ない発注の場合は、当社で在庫をかかえなければならず、それを価格に転嫁することは難しい。
- ▲ MOQ（Minimum Order Quantity = 発注できる最低数量）により生じる問題があり、困っている。生産終了時に事前告知がないと原材料の電子部品が大量に残ってしまい、1,000個単位だと積み上げで何百万円になることもある。余った原材料については、買い取ってくれる親事業者と買い取ってくれない親事業者がある。

2-6. 電機・電子・情報通信機器産業②

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

原価低減要請

・原価低減要請はない、又は、あっても可能な範囲で対応すればよく、ゼロ回答もできる、とする事例も多く見られる。
他方で、転注を匂わせて要請される、自主的な値下げの形式を取られる、という指摘もあり、要請の態様の改善が必要。

- ▲ すべての品目の加工代を半年毎に書面で見直しを要求される。ゼロ回答すると再要請される。他社から見積もりを取ると転注を匂わせられるときもある。
- ▲ 取引先は、「値下げ要請」とは決して言わず、「合理化のための協力をお願い」という求め方をしてくる。価格改定の見積書には、「合理化実現の一部を還元する」という但し書で、自主的な値下げの形式を取られる。

支払条件

・支払方法について、この数年で現金化された事例が多いが、大手企業で現金化が進んでいない模様。
・支払期間について、手形払いを120日後の期日指定現金に変更した事例（下請法対象取引）、下請法対象外取引（規格品、自家使用、資本金区分）で長期の期日指定現金、ファクタリングが見られる。支払条件の更なる改善が課題。

- ▲ ここ数年の現金化は進んでいない。大手より中小の取引相手の方が現金払が多い。
- ▲ 手形払いを手形のサイトの条件をそのままに期日指定現金に切り替える取引先が増えている。
- ▲ カスタム品を納品している。支払条件が、月末締め/翌月末支払/ファクタリング180日になっている。

知財保護

・知財やノウハウを不開示のまま取引できているという事例、守秘義務契約を締結できているという事例もある。
・一方で、図面、工程表、仕入先といったノウハウ等の営業秘密の提供を求めている事例が見られる。知財保護の観点から、秘密保持、正当な対価の支払いがされることが必要。

- ▲ 技術内容の確認と称して図面の提供を求められる。また製造工程表もほとんどの取引先が提示を要求する。当社の技術・ノウハウが流出しないか不安である。
- ▲ 生産ラインに関して独自の工程表を持っており開示したくないが、親事業者の納入仕様書に品質監査のための工程表の開示が定められているので応じざる得ない状態。
- ▲ 取引先のA社から、「コストダウンをしたいので部品の購入先を教えてください。」と依頼され、ノウハウに関わるので断ると「教えてもらえないと取引を中止する。」と言われた。

働き方改革

・EDIの導入により、かえって下請事業者側の負担がかかっている、との事例が多く見られる。

- ▲ EDIになり、親会社はペーパーレス化が進んだが、自社では専用の紙に印刷するためコストがかかる。
- ▲ 親事業者が自社の業務効率化のためにEDIを導入しているが、それぞれが大企業であるため、仕様を業界で統一しようという考えがなく、各社独自のシステムとなり、自社には運用が負担になっている。
- ▲ EDI導入により、見積書の作成に追い立てられるようになった。取引先の見積依頼の業務負荷は減少しているが、短納期回答も含め、見積書作成側の負荷は上がっている。見積書作成件数のわりに、受注数は増えていない。

2-7. 情報サービス・ソフトウェア産業

取引対価

- ・情報サービス・ソフトウェア産業では、受注する業務にかかるコストの大半が労務費となっている特徴がある。
- ・他産業と比べて、交渉に応じないなど、悪質な態様を示す事例は見当たらないが、コストアップが困難という指摘が多い。

- サーバーの基盤の改修業務で継続受注となるが、3年に1回の割合で工賃の単価アップを要請しており、満額ではないがほぼ納得のいく値上げが認められている。
- ▲ 労務費がコストのほとんどであるが、コストアップを客観的に認めてもらうのが、困難である。
- ▲ 年に一度、全社と価格交渉をしているが、担当する社員のスキルアップを客観的にどうやって証明すれば良いのか、悩ましいところである。実際の改定幅は、自社希望額の半分程度である。場合によってはゼロ回答もある。

仕様変更に伴う 価格改定

- ・情報サービス・ソフトウェア産業の同業者同士では、比較的、価格や納期の見直しが受け入れられている模様。
- ・一方、エンドユーザーとの取引では、仕様変更に伴う価格改定が困難な事例が見られる。例えば、自主行動計画を共同策定するなど、エンドユーザーと連携して、取引適正化の取り組みを広げていくことが課題。

- IT業界は受託後の計画修正はよくあるため、親事業者には価格や納期の見直しを受け入れてもらっている。
- ▲ 仕様書に全ての可能性を想定して受注内容・仕様を明記することは不可能であり、開発途中での仕様変更・追加が発生する事も事実としてある。仕様変更・追加の交渉は簡単に決着しないことが多く最終的な価格変更を認めて貰えないこともある。
- ▲ 受注決定後の仕様変更や追加発注などの再見積もりは、正当な理由があれば認められるが、エンドユーザーに予算がない場合は無償の要望もでる。
- ▲ エンドユーザー企業との直接取引では、一定の発注額でたくさんの要素を追加してくるケースがある。仕様追加の見積もりを提出しているが、もめることもある。

支払条件

- ・開発が長期間、高額となる場合、資金繰り負担の軽減のため、フェーズごとに分割して支払われるグッド・プラクティスが見られる。自主行動計画で推奨されることが望ましい。

- 工程ごとに納品し支払われる契約であるが、工程期間が6か月以上となる場合は、2～3か月ごとに出来高相当の費用が支払われる契約を行っている。
- 開発期間が長く高額な案件については、契約書にてフェーズごとに分割して検収と請求を行い、支払ってもらう形式をとっている。
- ▲ システム開発は3ヶ月～半年の期間を要し、契約期間は納品終了までとなる。支払いは納品後となり、途中期間で工程を分割した受注・支払い契約は行っておらず、規模の大きい企業でないとこの契約形式は出来ない。

知財保護

- ・知的財産の帰属に関し、一方的に発注者側に有利な内容となっている契約の事例が見られる。発注者が情報サービス・ソフトウェア産業に属さない場合があるため、自主行動計画の遵守を働きかけることとするなど、取引適正化の取り組みを広げていくことが課題。

- ユーザーニーズによるカスタマイズしたものや動作の最適化プログラム作成等、自社で作成した成果物の著作権はこちらにあり、標準プログラム所有親企業とは使用承諾の契約をする。IT業界はこれら知財所有権に関しては、極めて意識の高い業界である。
- ▲ 大手自動車メーカーとの基本契約書の記載内容において、対象となる開発ソフトウェアの著作権が親事業者に属するのは納得するが、その開発したソフトウェアの中にヒアリング先がもともと保有している汎用的なルーチン部分が含まれている場合に、その部分の権利も親事業者に帰属するような条項が含まれることがあり、困っている。

2-8. 流通業①

取引対価

・小売業が卸売業、製造メーカーに対し優位な力関係にあり、適正な取引対価の決定がされていない事例が見られる。

- ▲ 大手ドラッグストアはメーカーと直に取引価格を商談して決めていて、自社に決定権はほぼ無い。自社が取引先と交渉できるようにして欲しい。（日用雑貨品の卸売）
- ▲ PB品は協議はするが、他メーカーの同様の商品（NB品）があるため、その商品の価格からいくら下げるかの協議になり、ある程度価格が決まってくる。（家具の卸売）
- 以前のようにPB商品の価格を流通側から押し付けられることはなくなり、当社主導で値決めをすることができるようになってきた。（牛乳、乳製品メーカー）

価格転嫁

・食品については、価格競争が激しく、PB商品、NB商品ともに値上げができないとする指摘が多い。
・また、プライスリーダーが値上げをしなければ中小の食品メーカー単独では値上げができない構造が見られる。

- ▲ スーパーへの納入価格は、激しい価格競争で、値上げが出来ない状況が続いている。特にPB品は、難しい。（小麦加工品メーカー）
- ▲ 自社ブランドでの販売分は価格競争が激しく、なかなか値上げできていない。（冷凍食品メーカー）
- ▲ A社が価格改定をすれば業界全体の価格改定が行われるので、当社も値上げができる。（醤油の製造メーカー）、同旨（麺類の製造メーカー）

支払条件

・支払方法としては、現金化が進んでいる模様。
・支払期間は、下請法対象外取引（NB商品、資本金区分）で、長期の支払期間となっている。また、NB商品とPB商品を双方取り扱う事業者との取引において、PB商品についても支払遅延となっている事例が見られる。支払条件の更なる改善が課題。

- ▲ 専売品として、大手ドラッグストア向け仕様の日用品雑貨の販売がある。月末締め、翌々月末払い。（卸売）

返品、減額、損害賠償

・大手ドラッグストア、大手コンビニにおいて、合理的な理由のない返品、下請事業者側が負うべきではない責任の追及、不良品が生じた場合の過剰な対応を求められている事例が多く見られる。不当な返品、代金の減額、利益提供要請となっていないか点検し、是正される必要がある。

- ▲ 大手ドラッグストア向けのNB商品で、年1~2回の棚替え時に、売れない、売れ残ったという不合理な理由での返品がある。契約書に返品についての項目はあるが、簡単なもので、返品理由は如何様にもできるため、曖昧になっている。（家庭用品の卸売）
- ▲ 大手コンビニ向けの食品で、物流センター内での破損や物流センターから店舗に配送される際の破損に関しても、明確に責任の所在が分からない限り、全て当社でその責任を被ることになる。店舗での判断が優先され、製造業者は泣き寝入りするしかない。（サンドイッチなどの製造メーカー）
- ▲ PB商品の取引において、納品先店舗で商品の不良品が発生した場合、店舗に当社社員が出向いて店頭価格での買取りをするよう要求される。売価で買取りをさせられた上に交通費等の余計なコストがかかっている。（弁当などの製造メーカー）

システム利用料

・複数の取引先がそれぞれ独自の電子受発注システムを利用しているため、システム利用料の負担が重い、とする事例が見られる。

- ▲ 取引先はそれぞれ独自の電子受発注システムを使用しており、その費用が高額で、負担が大きい。（家具の卸売）
- ▲ 主要取引先にはEDI発注システム使用料を支払っているが、コストとして転嫁できていない。（健康食品等の製造メーカー）
- ▲ システム管理費は売上高の2~5%。明確な説明もなく一括での請求のため、明細は不明で請求された金額を当社への入金額と相殺されている。（食材の加工）

2-8. 流通業②

センターフィー

・センターフィーには、メリットがあるという評価がある一方で、明確な説明がない、一方的に提示され協議できない、と指摘する事例も多い。センターフィーの使途、負担すべき金額についての合理的な説明と、双方の書面での合意が求められる。

- 自社が取引先の店頭まで配送するコストと比較した場合、センター利用にメリットがあると判断している。（食料の製造メーカー）
- ▲ 取引先に対し契約で定められて支払っているNB品の物流センターフィーの金額が大きい。主要取引先3社以外の取引先にも支払っており、年間で5千万円近くある。金額の合理性がわかるような業界としてのオープンな基準があれば良いと思う。（日用品の卸売）
- ▲ 当社はPBの弁当、おにぎり等を納入している。2021年から、協議もなく、書面にて一方的に、●%値上げする旨の連絡をしてきた。（食料の製造メーカー）
- ▲ A社向け商品のセンターフィーは取引開始時1%であったが、段階的に引き上げられ、ここ1～2年は7%と高い率で、自社負担が大きい交渉の余地はない。（食料の製造メーカー）

労務提供、協力金、協賛金、リベート等

・様々な名目で、金銭や労務の提供が求められている事例があり、中には、使途が明確ではない事例、負担すべき金額についての合理的な説明のない事例、取引の継続のため断り切れない事例が多く見られる。不当な利益提供要請、代金の減額となっていないか点検し、是正される必要がある。

- ▲ 新規出店時、店舗改装時、人の派遣要請をしてくる。他社の陳列も手伝わされたり、他のいろいろな仕事をやらされる。人件費の請求をすることはできない。断ることもできない。（食料の製造メーカー）
- ▲ スーパー関係では、以前より良くなかったが未だ決算期には協力金の要請はある。（食料の製造メーカー）
- ▲ コンビニに対する売上げの●%を、毎月積立てする仕組みが現在もある。協賛金的な内容で、セールなどの時に売価を下げた際に、コンビニ店舗に値下げ分を補填し、利益を確保するための費用である。（食料の製造メーカー）
- ▲ 創業祭などの節目で協賛金を要求してくる。断ると次の製品の引き合いに影響があるので断れない。（生活用品の製造メーカー）
- ▲ 取引契約上では年間販売目標を達成した際に支払うこととなっているNB品のリベートが、販売達成率に関係なく毎年要求され、拒否できない状況が続いている。（化粧品等の製造メーカー）

短納期発注

・大手コンビニでは、弁当などを発注する際、メーカーのリードタイムを見込んで発注をしていないため、メーカー側で見込み生産を行い、実際の発注数量と乖離が生じた場合のコストを負担させられている事例が多く見られる。業界全体での課題解決が必要。

- ▲ 当社は、弁当を納入している。短納期発注が常態化して、間に合わすため、正式注文が来る前に見込み数で材料を揃えて準備をしなければならない。見込不足の場合は特急で追加生産となりコスト増、見込過多の場合は材料商品廃棄となり、全て自社の負担となる。

知財保護

・大手コンビニでは、同じ商品を全国規模で販売するため、複数の食品メーカーに製造を委託している。商品開発の際、食品のレシピを食品メーカーに提供させているが、知財保護の観点から、秘密保持、正当な対価の支払いがされることが必要。

- ▲ 大手コンビニB社の開発会議にて決定した商品のレシピは、全国の商品製造の同業者に配布されて、各地で製造され、B社に納品される。商品レシピを全国同業者に開示する旨は契約書に記載はない。（冷凍食品メーカー）

2-9. 建材・住宅設備産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価・価格転嫁

- ・同業や海外品との価格競争が激しい、という指摘が多い。
- ・こうした中、建設工事会社との力関係などで、原材料価格の高騰を価格転嫁できない、との事例が見られる。また、値上げ交渉のコスト、時間が負担となっている模様。価格転嫁しやすい環境づくりが課題。

- ▲ 下請企業は価格をあげることにに対して消極的で採算を度外視して（赤字でも）注文を取ろうとする。十年程前から、中国を中心とした外国企業の参入も激しく現在も継続している。
- ▲ 建築工事の予算が先に決まっているなかで、見積り後の原材料費高騰などは加味してもらえず、下請企業が被るしかないのが実情である。
- ▲ 原材料が高騰しても、中小のキッチンメーカーは大手ハウスメーカー向けが多く、大手ハウスメーカーに価格転嫁出来ない為、当社も上げづらい。
- ▲ 多くの企業が「認めない」とは言わないが、根拠を書面・資料で説明するよう要請され、何度も繰り返すことになる。
- 原材料価格も値上がりしているため数年前から値上げ要請のために見積もりを出して協議した結果、2020年になって価格改定が認められた。

短納期発注

- ・週末を挟んだ短納期発注が増えているとの指摘がある。適正な対価の支払に加え、近接業界と連携した働き方改革が課題。

- ▲ 例えば金曜日に凶面が来て、月曜日朝に納品してくれというような依頼もある。当社で社員を出せない場合には協力会社に頼むことになる。但し、5割増し、10割増しというようにかかる経費は請求して支払ってもらっている。（建物の内装部門の金属装飾加工）
- ▲ 2年程前から週末の夕方発注、週明け納品で注文が来る短納期発注ばかりとなった。注文数が少ないので休日操業や残業で対応しているが、今のところ何とか対応できているため、特急料金や追加費用は請求していない。（配管などの溶接）

支払条件

- ・支払期間について、手形のサイトが短縮したとの事例が見られるが、依然として、長期サイトの手形払いやファクタリング、150日後の期日指定現金払いの事例が多く見られる。
- ・支払期間が長期の事例は、下請法対象取引、対象外取引（汎用品、資本金区分）を問わない。支払条件の更なる改善が課題。

○ 従来のサイト120日の手形であったものを、2021年からサイト90日に変更するとの申出が有り短縮となった。

- ▲ カスタム品を納品している。支払条件が期日指定現金で、月末締め/180日後になっている。
- ▲ オーダー品は現金。汎用品は120日後期日指定現金（十年以上前から）

代金の減額

- ・下請法対象取引、対象外取引を問わず、代金の減額がある。不当な利益提供要請となっていないか点検し、是正される必要がある。

- ▲ 協力費と称して売上代金から●%の歩引きがされた。また、見積額に対して一方的な10%値引き要請があり、値引き後価格での受注をやむなく受諾した。（下請法対象取引）
- ▲ 親事業者は建築金物専門商社で、自社は建築金物の自社製品を販売している。支払の都度、支払額から●%控除される。（下請法対象外）

2-10. 紙・紙加工業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

- ・段ボール業界で、歩引きは現在ではなくなった、とする指摘が見られる。
- ・競合が多く、低価格競争となっているとの指摘や、発注価格がより上位で決まっているとの指摘が見られる。

○ 2010年頃までは5%の歩引きがあったが、現在はない。（段ボール業界全体で改善）

- ▲ 競合社が多すぎ（ダンボール板製造メーカー、箱形製造メーカー、紙卸会社、紙器製造メーカーなど）、各々の業務領域に境界線が無くなっていることから、低価格競争に拍車がかかっている。
- ▲ 大手印刷会社と封筒メーカーで価格は決められている。大手印刷会社での受注競争の結果をもって、封筒メーカーから自社とのネゴが入ることがある。

価格転嫁

- ・大手製紙会社→段ボール製造→印刷用樹脂凸版製作といった構造の中で、原材料の上昇ができない事例が見られる。
- ・競合が価格面で牽制しあい、失注、転注のリスクから、加工費、労務費の上昇を転嫁しづらい模様。価格転嫁しやすい環境づくりが課題。

- ▲ 段ボール業界は大手の製紙会社が原材料上昇分の値上げをしないと、値上げが認められないことがあり、経営体力に乏しい中小企業は苦慮している。（段ボールの製造）
- ▲ 数年前、樹脂フィルム価格の高騰を理由に値上げを要請し、地元企業はある程度考慮してくれたが、大手段ボールメーカーは値上げを認めてくれなかった。（段ボール印刷用の樹脂凸版の製作）
- ▲ 価格決定において労務費等の価格転嫁交渉が出来ない。中小企業は親事業者から契約を切られることを恐れてなかなか交渉できない。

短納期発注

- ・短納期発注が起こりやすい業界である、という指摘がある。

- ▲ 短納期発注が起こる業界である。納期は余裕を持って設定するが、10日で納期を設定しても、短納期発注が起こり3日になることもある。対応として在庫を持つことになるが、自社の在庫は他社への転用が可能なのでリスクは低めである。
- ▲ 手作業を伴う段ボールパッケージは、大手段ボールメーカーでは費用対効果が乏しいことから自社に受注があるが、短納期は当たり前で、時間外労働分の価格転嫁など交渉の余地はない、エンドユーザーは段ボール箱は製品を保護するものとして考えず、単なる梱包材として軽視しているため、加工単価の引上げが実現しない。

支払条件

- ・支払方法は、この数年で、手形から現金払いに切り替わりつつある模様。
- ・ただし、下請法の対象取引であっても、依然として長期サイトの手形や、150日後の期日指定現金払いの事例が多く見られる。支払期間の更なる改善が必要。

- ▲ 紙業界の悪しき慣習かもしれないが、支払方法で手形決済が多い。手形サイト120日～150日と長期手形となっている。
- ▲ ダンボール製品の製函を請け負っているが、当初、支払いは手形（サイト150日）であったものの、十年前頃から期日指定（150日）現金払となった。

2-11. 金属産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

価格転嫁

- ・変動制を採用している原材料の高騰については、価格転嫁が比較的行われている模様。
- ・一方、人件費、運送費、エネルギー費は、考慮されない状況。価格転嫁しやすい環境づくりが課題。

- 原材料の高騰については親事業者も認識があり、価格に反映できている。また親事業者から社会保険費用や燃料費の上昇について情報共有があり、価格に反映してもらっている。
- 2021年の最低賃金改定を受け、親事業者に最低賃金上昇分プラスアルファ（昇給分及び利益）の価格アップを要請したところ、要請金額の半分程度を認めてくれた。
- ▲ 基本加工料が十年以上据え置かれている。中国から輸入される安価製品や国内同業他社との価格競争があり、労務費が上昇しても転嫁できない。
- ▲ 配送費の見直しを要請したところ、要請後、注文がなくなった。
- ▲ ニッケル、クロムは3ヶ月後との価格改定で考慮されるが、他の原材料費では考慮されない。エネルギー費、労務費等は考慮されることはない。

支払条件

- ・現金化、支払期間の短縮が見られる事例もあるが、依然として150日後の期日指定現金など、長期の支払期間の事例が多い。
- ・長期の支払条件は、下請法対象取引、対象外取引（自家使用、汎用品）を問わず、見られる。支払条件の更なる改善が課題。

- 2021年の支払から、月末締め検収後の4ヶ月後の現金払いから、月末締め翌月末現金払いに変わった。（下請法対象取引）
- ▲ 取引開始以降、月末締め検収の6ヶ月後の現金支払いが続いている。（下請法対象取引）
- ▲ 当月末日締・翌々々々月末（締月の4ヶ月後）に全額現金支払。同社との取引は生産設備に係る製造受託。（自家使用のため、下請法対象外）
- ▲ 汎用品卸取引。月末締め、翌月末支払い、手形（サイト150日超）（汎用品のため、下請法対象外）

仕入れ価格の転嫁

- ・一部で、鉄鋼メーカーと卸売との力関係で、卸売にしわよせが生じている事例が見られる。

- ▲ 自社はスラグを鉄鋼メーカーから仕入れて取引先に販売している。取引先の価格の見直しについては、スラグの仕入れ先と自社と取引先の3社で価格を決めていることが多いが、自社が立ち会わないのに2社で価格を決められ、後で仕入れ先から自社のマージンを決められてマージン率が下がってしまうことがある。力関係から従わざるを得ない。

2-12. 化学産業

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

- ・取引対価の決定方法は、おおむね、見積りに基づく価格協議ができてきている模様。
ただし、競合との価格競争が厳しい、採算ギリギリとなっている、といった事例も見られ、適正利益の確保が課題。
- ・一部で、系列上位企業（化学）の意向から、指し値となっている事例が見られる。

- 一部の発注元からは、当社が提示した価格からの値引きを要求してくる場合があるが、こちらの主張を通せる取引環境になっている。4～5年前に親事業者から申し入れがあり、期日指定現金（90日）から翌月20日現金払いになった。
- ▲ 過去多少の値上げを認めてもらったが、現状は採算ぎりぎりの価格となっている。
- ▲ 自社製品、汎用品は、同業者同士の価格競争が厳しく価格帯はほぼ底根に近い。各社とも値下げはできないが、値上げすると競争に負けるという状況で採算は厳しい。
- ▲ 価格は最上位企業（化学）の意向が強く、指値発注であり、条件が厳しい場合でも交渉の余地はなく、値上げ要請をしても協議の場はなく、正当な取引ができない。

支払条件

- ・支払方法は、この数年で、サイトの短縮、現金化が進んでいる模様。ただし、現金化に伴う歩引きの事例が見られる。
- ・支払期間は、下請法対象取引、対象外取引（資本金区分、カタログ品、自家使用）を問わず、かなり多くの事例で長期の事例が見られる。支払条件の更なる改善が課題。

- ここ数年で大手企業は現金支払いに変更となってきている。小規模会社では手形も若干残っている。
- ▲ 取引先の仕様書に基づき、材料の合成を受託し納品している。月末締め、締め日起算で90日後の期日指定現金払い。（下請法対象取引）
- ▲ 支払日が、検収後5ヶ月後の期日指定現金のため、売掛金の入金納品日から最長8ヶ月後が常態化している。支払期日短縮の要請をしても取り合ってくれない。（自家使用のため、下請法対象外）

仕様変更・数量変更に伴う価格改定

- ・仕様変更や数量変更の場合に、再見積りができてきている模様。
- ・他方、受注量の減少、仕様変更により値上げをしようとしても、価格改定に時間がかかる、製薬会社の力が強く自社1社だけでは交渉を持ち出せない、とする事例も見られる。

- 注文後の仕様変更や数量変更に伴い発生した費用は、親事業者から請求するようになるようになった。
- ▲ 2年前に受注量が大幅に減少し、値上げ要請をした。要請を拒否されなかったが、毎年段階的に値上げで合意せざるを得なかった。この案件はまだ赤字になっている。他の親事業者も同様。
- ▲ 受注後に工数が増えた分の請求が出来るようにすべきと考えているが、製薬会社側の力が強く、当社1社では交渉を持ち出せない。

仕入れ価格の転嫁

- ・一部で、化学製品の製造メーカーと卸売との力関係で、卸売にしわよせが生じている事例が見られる。

- ▲ 仕入先の方が大手で力があり、供給を武器に無理を強いられ、大変困っている。材料の値上げ時は三者（材料メーカー、当社、取引先）で交渉をするが、材料メーカーは勝手に取引先価格を決めて、平気で当社に負担を求めてくる。自社は、卸売。

2-13. 印刷業①（参考）

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価

- ・印刷単価を大手印刷会社が決め、その後価格が変更されない慣習があるため、価格交渉ができない、との指摘がある。
- ・断裁、製本では、後指し値となっている背景として、印刷会社が各工程に金額を配分する慣習がある、との指摘がある。
- ・個別の親事業者と下請事業者間の価格交渉では打破できない問題であり、業界を挙げて取引適正化に取り組むことが必要。

- ▲ 印刷業界大手は、ずっと前から全く価格に関して交渉が効かない。単価が配布されており、そこから逸脱しない。（印刷）
- ▲ 業界の慣習として、価格が決まればずっとその価格で発注されることになっており、継続品に対する取引対価の決定をする場が無い。（印刷）
- ▲ 指値にて提示されるものが多く交渉の余地はない。（断裁加工）
- ▲ A社からは、仕様の入った単価の無い予告伝票のみで、作業物が送られてくる。後指値の発注書が作業開始後に来ることが常態化している。（製本）
- ▲ 製本業の仕事は、後指値が多く、親事業者側に価格決定権がある。製本業では業界全体で仕事量が減っているため、供給過多で価格競争が激しく、安くても仕事を請けざるを得ない状況になっている。製本の委託価格は、エンドユーザー(出版社等)から親事業者である印刷会社が委託を受けた際の価格に左右されるため、親事業者が一定金額の取り分を除いた額が各工程の事業者に配分されるのが慣習となっている。（製本）
- ▲ 基本、価格は変わらない。値上げ交渉がしづらい雰囲気がある。「請けたくなければ他の事業者に頼むから」的な一方的な空気を感ずる。よって、原材料費やエネルギー費、労務費のコスト上昇分を、都度単価へ転嫁するのは難しい。（製本）

仕様変更、キャンセル

- ・業界全体に発生している問題として、最終ユーザーの意向により、変更、中断、停止等が頻繁にある、また、確定受注後にキャンセルがあってもキャンセル料が取れない、という指摘がある。
- ・これも、業界を挙げて取引適正化に取り組むことが必要な課題。

- ▲ 取引先の最終ユーザーの意向により、変更・中断・停止等頻繁であり、最終納期が伸ばしてもらえない話もないので、短納期や時間外労働等のしわ寄せは頻繁に受ける。どの取引先も同じである。（製本）
- ▲ 確定受注後のキャンセルがあってもキャンセル料はとれない。受注後、人員の手配、他の仕事とのスケジュール調整を行い仕事に取り掛かる2日前、酷いときには前日にキャンセルが入ったこともある。印刷会社どこでもあること。業界全体での問題である。（製本）

支払条件

- ・下請法の対象取引であるが、90日の期日指定現金、サイト150日の手形払いなどの事例が見られる。

- ▲ 当社は書籍のカラー部分の印刷等を受託。月末日締め、翌々月末日支払いの期日指定現金(90日)となっている。（印刷）
- ▲ 箱・パッケージ仕器の製造をB社から受託している。20日締め翌月15日払いの手形払いであるが、サイトが150日となっている。（紙器）

2-13. 印刷業② (参考)

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

品質基準

- ・品質基準を明確に定めることができない一方で、親事業者の担当者の感覚・感性で判断されるため、返品となる、との指摘が多い。
- ・デジタルでの対応、中間検査など、業界全体での問題解決に向けた取り組みが必要。

- ▲ 広告等の商業印刷の取引において、納入した製品の不良品が毎日のように発生している。親事業者と当社間で品質基準についての取り決めがなく、検収時に親事業者担当者の感覚的判断基準で不合格になる場合が多い。(印刷)
- ▲ 検査機械では良品と判断しても、相手先の検査員の目による判定により、色味や擦れ、汚れ、ズレ、くすみ、点などが指摘され、やり直しとなるケースがある。これは、日本の印刷業界特有の業界慣習であり、日本の印刷業の生産性を低くしている大きな要因となっている。(印刷)
- ▲ 品質基準の取り決めはないが、納めた製品の品質事故は年に数回発生している。特に色味は印刷枚数が多いと最初と最後では色味が変わってくることや、数値化されて無い基準は見る人によって個人差があるので難しい。(印刷)
- デジタル化により作業前に確認する事ができるようになったため、色問題は殆ど無くなった。(印刷)

やり直し

- ・親事業者が検収、合格とした商品について、客先からのクレームにより、やり直しを無償でさせられている事例が多く見られる。
- ・品質基準の三者間での共有、客先の親事業者検収への立ち会いなど、客先の業界と連携し、問題解決に向けた取り組みが必要。

- ▲ 親事業者の販売先で不合格となった場合でも、検収をした親事業者の責任とはならず、当社が無償でやり直しをすることとなる。(印刷)
- ▲ 取引先に納品できた製品に対してもエンドユーザーからクレームがついた場合は、不具合による返品・やり直しの対象となる場合が多い。最近では、品質に対する要求が厳しくなっており、その結果、不具合件数が増えている。日本の印刷業界には「品質は絶対」や「品質はタダ(当然)」という迷信めいた慣習があり、それが下請いじめの温床になっていると感じる。(印刷)

損害賠償請求

- ・親事業者検収後に客先からクレームがあった場合に、受注金額を超える損害賠償を負担させられている事例が多く見られる。
- ・下請事業者が負うべき責任の範囲はどこまでか、客先の業界とも連携し、問題解決に向けた取り組みが必要。

- 親事業者で発覚した不良品のやり直し費用は、基本的に当社負担。エンドユーザで発覚した不良品のやり直し費用は、基本的には親事業者の全額負担となる。問題の内容によっては親事業者と費用折半する。(印刷・製本)
- ▲ 親事業者に納品した際に検収し何も言われなかった書籍の表紙について、その先の出版社から色が違うとクレームが入り、自社は作り直し費用数十万円を支払わされた。もともとの親事業者の自社への発注金額は数万円。(印刷・製本)
- ▲ 折加工の数mmズレで品質不良となった。数万円の受注金額のところ、クレーム費用として刷り直し代を数十万円を請求され、交渉の余地なく支払った。(折加工)
- ▲ カレンダーの受託加工において、年に1回程度、ズレや折れ等の不良が見つかりと事前の協議も無く親事業者の外注先で全品検査となるが、検査に要した費用は当社が負担させられている。(断裁)
- ▲ 大手コンビニ向けの容器の製造の取引において、親事業者(製造メーカー)が容器に内容物を詰め、大手コンビニに納品した後に不良が発覚し、クレームとなった。当社より納品した全品分の親事業者の製造費、配送費、検品費用、数百万円を損害賠償として親事業者を支払った。(印刷)

2-14. 広告業（参考）

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

取引対価、 仕様変更に伴う価格改定

・親事業者の予算単価で請けざるを得ない、といった事例が極めて多い。これは、制作の途中で仕様変更、追加がある場合であっても、追加予算が拒否されることが多い、との指摘にも繋がっている。

・仕様変更を前提に「どんぶり勘定」とするのではなく、発注時に仕様と価格を書面で明らかにし、PPMを活用するなどして、仕様変更の都度、価格改定を行うことにより、適正な水準で価格決定されることが課題。

- ▲ オファー後、時間をかけて複数の見積りを作成するが、親事業者は見積りとは関係なく「この内容をこの価格で」と最初から予算ありきで言うことが多い。「この予算ではできない」と言っても「何とかしてほしい」と押し切られてしまう。拒否することはできるが、次の仕事のことなどを考えると、結局請けざるを得ない。
- ▲ 見積システムを構築し単価表も作成したが、大手の広告代理店がそれを認めないため、実際には稼働まで至っていない。
- ▲ テレビCM制作の受注時に発注書や個別契約書が来る場合もあるが、ほとんどの場合はメールで発注指示（内示）が来て、仕事を始める。納品後に価格の入った発注書と、価格が空欄の請求書と一緒に来ることが多く、常態化している。
- ▲ 作業の進捗とともに仕様変更や追加作業が増えていき、当初の予算価格では収まらなくなっても当初予算を盾に「追加予算は出せない」と拒否される場合が多い。
- ▲ 最終顧客の要求を断れず、無償で修正を要求されることがある。業界として改善すべき課題だと思う。

支払条件

・コンペ出品のための費用が支払われないことが多い、との指摘が見られる。本来、親事業者が負担すべき経費。

・また、作業期間が長期となる場合に、前払い金、中間払いなどの仕組みがなく、資金繰りが困難とする事例が見られる。

- ▲ 親事業者がコンペに出品するためのサンプルCMの制作を親事業者から委託されるが、その費用が支払われない場合が多く、支払われても実費分も出ない場合がほとんどである。親事業者がコンペに勝てば当社に仕事が回ってくるので費用回収できるが、負けた場合は泣き寝入りするしかない。
- ▲ 大きな案件で作業期間が長期（半年とか一年）となる場合に、前金や中間金など分割で代金を支払ってもらえる仕組みが無い場合、従業員への賃金や外注先への支払いに充てるために銀行から融資を受けている状況。

知財保護

・著作権の譲渡に対する対価が支払われていない事例が見られる。

・著作者人格権の譲渡を持ちかけられることが多くなった、との指摘がある。著作者人格権の趣旨に対する理解向上が必要。

- ▲ デザインに関する著作権は譲渡してほしいと言われている。それに対する対価はもらっていない。
- ▲ ポスター等の製造を請け負っている。これらの著作権は、納品し代金を支払われた時点で、発注者に移る。著作者人格権は残るが、昨今はそれも買取りたいという話が多い。日本グラフィックデザイナー協会では、著作権に関する啓発と権利保護の活動をしており、著作者人格権については安易に手放さないように指導されている。著作者人格権を失うと、自社のHPや自身のポートフォリオ（作品集）に記載するにあたって、発注者の許可を得なくてはならない。このため、当社は著作者人格権の権利放棄はしないようにしている。

3. 知的財産の取引を巡る問題と課題①

【凡例】 ○：よい事例、▲：問題のある事例
(下請事業者業種/系列最上位業種)

知財の提供の強制

- ・提供を求められる知財は、図面や3Dデータなどの技術情報のみならず、顧客情報や仕入れ先情報などの営業情報まで多岐に亘る。
- ・発注者側により無断使用された結果、内製化、同業他社への転注に繋がりがねない。
- ・発注者側には、知財の保護に対する理解向上、秘密管理の徹底が求められる。また、受注者側では、秘密保持契約の締結、不必要な情報は開示しないなどの対応を取ることが必要。

- ▲ 品質審査を目的に仕入先リスト、QC工程表等を求められ、断ると是正勧告書が届き、提出しない場合は取引停止となる。(自動車部品製造業/自動車産業)
- ▲ 使用先を告げないと見積も貰えず、製品も買うことが出来ない。その使用先顧客を大手が奪おうとすることもある。(情報サービス業/電機・電子・情報通信機器産業)
- ▲ 工場見学の際、ビデオ撮影されたこともある。申し入れを断ると取引停止を匂わされる。(プラスチック製品製造業/電機・電子・情報通信機器産業)
- ▲ 金型製作の見積依頼の際、設計図面を一緒に提出してほしいと言われる。提出しないと現物の受注ができない。(金属製品製造業/自動車産業)
- ▲ 親事業者からCADデザインデータ数十点の無償提供の要請を受け、当社からやむを得ず提出した。(生産用機械器具製造業/紙・紙加工品産業)
- 工程管理や図面データを要求されたときは、重要な箇所を曖昧にして提出している。(自動車部品製造業/自動車産業)

知財の無断使用

- ・自社の知財が無断で使用され、親事業者により内製化された、という事例が多く見られる。
- ・また、同業他社への転注に繋がることとなった、という事例が多く見られる。
- ・発注者側には、知財の保護に対する理解向上、厳重な知財情報管理の徹底が求められる。

- ▲ 品質監査で工場見学や生産データ等の提供に応じたが、これら製造技術が無断で使用し内製化された。(プラスチック製品製造業/建材・住宅設備産業)
- ▲ 親事業者は、当社の製品図面を無断で他社に公開し相見積りをとり、価格の安い下請業者に発注する方式を開始した。(生産用機械器具製造業/半導体製造装置産業)
- ▲ 内部決裁に必要と言われ、改良図面と金型試作品を提出した。その後、競合他社に安い価格で製造を打診していることがわかり、受注もなくなった。(金属製品製業/素形材産業)
- ▲ 当社の梱包箱の図面が流用され、親事業者工場の近郊の同業他社に発注された。(パルプ・紙・紙加工品製造業/電機・電子・情報通信機器産業)
- ▲ 見積書を提出したが受注に至らなかった。その際に要求され無償で提供した設計図が当社の名前を消して他社に渡されていた。(金属製品製造業/建設業)
- ▲ クライアントに譲渡した当社のデザインが改変され二次使用されるケースもたまにあるが、やむなしと思っている。(情報サービス業/その他)
- 当社が意匠登録していたオリジナル商品の模倣品を販売したため、大手衣料品店に対して訴訟を起し賠償金で和解した。(繊維産業/流通業)

取引先による自社知財の流出

- ・発注者側を経由して他社に知財が流出した、という事例が多く見られる。
- ・発注者側には、秘密管理の徹底、社員の知財教育が求められる。また、受注者側では、秘密保持契約の締結、不必要な情報は開示しないなどの対応を取ることが必要。

- ▲ 金型図面提供の要請があり、見せるだけの約束だったが、親事業者の不手際により他社に渡ってしまった。(業務用機械器具製造業/不明)
- ▲ 図面などの技術情報が協力会社を経由して、外部に漏れた。それ以降、契約書等による秘密管理を強化した。(電機・電子・情報通信機器産業/不明)

3. 知的財産の取引を巡る問題と課題②

【凡例】 ○：よい事例、▲：問題のある事例
(下請事業者業種/系列最上位業種)

知財の対価の否定

- ・十分な協議がないまま、知財の無償提供に応じている事例が多く見られる。
- ・発注者側には、知財の保護に対する理解向上、知財価値に対する認識の徹底が求められる。
- ・受注者側には、知財の保護が図られない限り知財は提供しないように、知財管理の徹底が求められる。

- ▲ 当社が納品した部品を組み込んだ製品に不具合が起きたなどと理由をつけて、原材料の情報や技術情報を無償で開示させられる。見積時ではなく不具合が発生した後に情報開示を要求されるため、価格交渉はできない。(電機・電子・情報通信機器産業/自動車産業)
- ▲ 新製品が採用されれば、親事業者に供給する全国の事業者に当社のレシピが無償で展開される構造となっている。(食料品製造業/流通業)
- ▲ 納期、価格で折り合いがつかず転注される事があるが、CADデータを無償で提出するように言われる。(金属製品製造業/建設機械産業)
- ▲ 番組再放送の際、著作権料を支払わずに勝手に放送されたこともあった。(映像・音声・文字情報制作業/放送コンテンツ産業)
- 見積価格の中に著作権見合いを上乗せするようにしている。当然、著作者人格権は制作者に残る。(映像・音声・文字情報制作業/その他)

一方的に発注者に有利な内容の契約

- ・一方的に発注者に有利な内容となっている契約を締結させられている事例、契約条項の変更要請に応じない発注者の事例が多く見られる。
- ・発注側には、「知的財産取引に関するガイドライン」の遵守が求められる。
- ・受注者側には、INPIT等の相談窓口を活用することが推奨される。

- ▲ 新たなプロジェクトに開発段階から参画したが、自社が持ち込んだノウハウやアイデアは開発設計費に含まれるという一方的な契約で縛られ、対価を支払ってもらえず、納得がいかなかった。(金属製品製造業/電機・電子・情報通信機器産業)
- ▲ 親事業者からの秘密保持契約書がほとんど相手仕様の内容になっており、当社に合わない内容であったため変更を要請したが、それら要請が聞き入れられるまでに1年間を要した。(化学産業/化学産業)
- ▲ 秘密保持契約を締結しているが、親事業者の権利のみ守られているものがある。数年前に、顧問弁護士と相談し修正依頼をしたが、会社統一の契約書であるとして断られている。(プラスチック製品製造業/電機・電子・情報通信機器産業)
- ▲ 取引基本契約書を締結しており秘密保持契約条項の記載がある。但し、親事業者には開示についての制限がなく当社のみが開示制限があるという、相手に有利な一方的条項であった。(電機・電子・情報通信機器産業/電機・電子・情報通信機器産業)
- ▲ 取引先から提示される守秘義務契約書の条件が厳しい。特に、期間の定めがない守秘義務契約に困っている。(金属製品製造業/不明)
- ▲ 著作権は、売買成立時点で親事業者に譲渡される契約になっているが、著作者人格権も同時に譲渡される(行使しない)内容の契約がここ十年ほどは増えている。(映像・音声・文字情報制作業/不明)
- 今後の案件については、案件毎に内容に即した双方向の秘密保持契約書を締結する旨の申し出が、2020年に親事業者からあった。(電機・電子・情報通信機器産業/自動車産業)
- 基本契約書、個別契約書、秘密保持契約書は、取引優先のためにできるだけ早く締結するが、別途、知財・ノウハウに関するリスク回避のため、当社主導の協議等を定めた覚書を用意し、契約書同様に取り交わしている。(電機・電子・情報通信機器産業/半導体製造装置産業)

3. 知的財産の取引を巡る問題と課題③

【凡例】 ○：よい事例、▲：問題のある事例
(下請事業者業種/系列最上位業種)

不当な知財の帰属

- ・知財の帰属を巡り、協議がなく、無断で発注者側に知財を帰属させている事例が多く見られる。
- ・発注者側には、知財の保護に対する理解向上、十分な協議に応じることが求められる。
- ・受注者側には、「共同開発契約書」(ひな形)、「知的財産権等の取扱いに関する契約書」(ひな形)を活用し、契約締結の申し入れをする努力が必要。

- ▲ 親事業者との装置の共同開発において、仕様設計のために提出していた当社の図面を使って親事業者が特許を取得した。少なくとも共同出願にすべき案件だと思うが、一方的に親事業者に有利な契約になっており、契約書の変更を申し出ても「会社のひな型なので変えられない」と言われた。(生産用機械器具製造業/建設業)
- ▲ 取引先と新製品の共同開発を行っていたが、取引先が当社に無断で共同開発の内容を特許申請し特許が認められた。当社は、特許の使用権を認めるよう申し出を行い、現在も係争中。(繊維産業/繊維産業)
- ▲ 開発したソフトウェアの中に当社が元々保有している汎用的なルーチンが含まれている場合、その部分の権利も親事業者に帰属するような条項が含まれることがあり、困っている。(情報サービス業/自動車産業)
- ▲ 実際には完全製作委託型番組で当社に著作権があるはずが、契約上は局製作番組の演出委託、つまり役務委託の取引になってしまっており、局の著作権になっている。(映像・音声・文字情報制作業/放送コンテンツ産業)
- ▲ 当社のオリジナル配合の香料を含む化粧品について、当社の承諾なしに取引先の化粧品メーカーが特許を申請した。そのため当社のオリジナル香料がその化粧品メーカー以外に出荷出来なくなってしまった。(化学産業/化学産業)
- 親事業者の製品の梱包材を受託製造しているが、同梱包材を競合他社に模倣されたくないとの親事業者の意向で特許の共同出願を行っている。その費用は、全額親事業者の負担である。(パルプ・紙・紙加工品製造業/その他の製造業)
- 刷版は中間生成物であり、刷版代を頂いても所有権は当社に残り、利用権のみが親事業者にあることが認められている。(印刷・同関連業/印刷業)

知財の流出

- ・営業情報、技術情報などの知財が流出している事例が多く見られる。
- ・流出経路と防衛策について、INPIT等の相談窓口を活用するなどして、理解向上と防衛策の実施に努めることが重要。

- ▲ 従業員が競合他社よりヘッドハンティングされ会社を辞めた。顧客情報や価格情報等の営業情報の流出被害を受け、少なからず経営に影響した。(生産用機械器具製造業)
- ▲ 当社を退社した元従業員が当社の顧客情報を勝手に持ち出し、再就職先でそのリストを基に営業を行い問題となった事がある。(その他の製造業)
- ▲ 新規取引先開発のため、技術見本市に積極的に参加しサンプルを出しているが、サンプルを他社に真似されて受注に至らなかった。(業務用機械器具製造業)
- ▲ 販売促進で取引先限定の金型のガイドブックを展示会で配布したところ、あっという間に多くの中国の業者が受け取り、中国の企業に無断で流用されていた。(金属製品製造業)
- 入社時・退職時に社員から誓約書をもらっている。(情報サービス業)
- 退職した社員に顧客情報等を持ち出されたことがあった。その後全社員と誓約書を交わして同業他社へ転職ができない期間を定めている。(各種商品小売・卸売業)