

下請等中小企業の取引条件改善に関する今後の対応（案）

平成27年12月21日

下請等中小企業の取引条件改善に関する
関係府省等連絡会議

中小・小規模事業者が賃金の引上げをしやすい環境を作るため、昨年12月26日の政労使合意等を踏まえ、必要なコストの価格転嫁、取引先企業の収益の中小企業への還元など、取引条件の改善を図っていく。

このため、同政労使合意において明記された「取引企業の仕入れ価格上昇等を踏まえた価格転嫁や支援・協力についての総合的取組み」及び本年4月2日の政労使決定の浸透の状況や課題等を調査するとともに、取組の浸透を図るため、広報及び相談の体制を整備する。

I. 調査の実施

1. 調査の概要

- (1) 親事業者など大企業等に対する調査
取引条件の改善のための取組状況、今後の方針等
- (2) 下請事業者など中小企業に対する調査
取引条件の改善が必要な課題や問題となる事例
- (3) 検討の対象とする取引
事業者間取引（いわゆる BtoB 取引）であって、狭義の下請取引に限らず、優越的地位の濫用が懸念される取引をはじめ、中小企業の取引条件の改善が必要な取引 資料6参照
- (4) 調査結果の取扱い
 - ① 平成28年3月を目処に、調査結果を業種毎にとりまとめ、本連絡会議に報告後、公表
 - ② 経済界に対しても調査結果を提供
- (5) 当該結果を踏まえて、本連絡会議において、必要な対策をとりまとめる。

2. 大企業向け調査

< 2-1. > 業種横断的な調査

- (1) 調査実施体制
 - ① 中小企業庁：調査票の郵送及び回収
 - ② 関係府省等：所管団体等への調査協力の呼びかけ

- (2) 調査対象事業者
資本金 3 億円超の事業者 約 1 万 5 千者以上
* 特に必要と認められる業種については、関係府省等から名簿の提出を受けて、対象に追加

- (3) 調査項目（概要）
 - (ア) 政労使合意を踏まえた取組の浸透の状況
 - a. 原材料、電気料金など、仕入れ価格の上昇等を踏まえた取引価格の転嫁の状況
 - b. その他の取組の状況（効率化のノウハウについての支援、資金面、調達面での支援、等）
 - (イ) 取引単価の決め方等について
 - a. 円高や景気低迷時の単価引き下げ協力要請の有無、円安や景気回復時の単価引き上げ等の実績の有無
 - b. 主要な取引単価の変化（指数、11 年と 15 年）
 - c. 消費税の取引単価への転嫁
 - d. 労務費の上昇を理由とした取引単価の引上げ要請への対応
 - e. その他調達方針・方式に関すること
 - (ロ) 自社の取引先（一次取引先及びその先）の取引適正化
 - a. 把握の状況
 - b. サプライチェーン全体の取引適正化に向けた取組状況
 - (ハ) 取引単価に関する今後の方針
 - a. 取引先への（定期的な）原価低減要請の方針
 - b. 労務費、原材料・エネルギーコスト、為替影響等を理由とした、取引先からの値上げ要請に対する方針
 - (ニ) 業種固有の取引に関する状況（該当する場合のみ回答）
例. 補給品、赤伝処理、手待ち時間、フランチャイズ、等

- (4) スケジュール
 - 1 月 調査内容の事前の公表、各業種における協力要請
 - 1~3 月 調査、回収、分析
 - 3 月 調査結果のとりまとめ、公表

＜2－2.＞業種特性を踏まえた調査

関係府省等は、2－1. 業種横断的な調査を踏まえて、所管行政について行う今後の定期調査等において、同趣旨の調査事項を追加することを検討する。

3. 中小企業向け調査

＜3－1.＞業種横断的な調査

(1) 調査実施体制

中小企業庁：調査票の郵送及び回収

(2) 調査対象事業者

中小企業約1万社（回収率3割程度を想定）

(3) 調査項目

(ア) 主な取引先の業種

(イ) 原材料・エネルギーコストの転嫁状況

(ウ) 取引単価の決め方等について

a. 取引単価の改訂状況、取引単価の納得度

b. 円高や景気低迷時の単価引き下げ協力要請の有無、円安や景気回復時の単価引き上げ等実績の有無

c. 取引単価据え置き等による経営への影響、収益改善時の資金用途、等

(エ) 個別事例（親事業者からの不合理な原価低減要請の有無など困った事案等）

(4) スケジュール

12月～ 調査、回収、分析

3月 大企業向け調査と同時期に公表

3-2. 取引上の立場が弱い恐れのある事業者に対する調査

(1) 調査実施体制

関係府省等：所管業種の中小企業・小規模事業者をヒアリング

(2) 調査対象事業者

- ① 取引上の立場が特に弱い恐れのある事業者（三次、四次下請等の事業者、企業規模の格差の大きな企業間取引、等）
- ② 対象は各府省において選定
- ③ 下請形態のある中小企業の地理的な分布状況も考慮

(3) 調査項目

取引条件の改善の観点から、問題となる事例、事案
（例. 製造業における補給品、等）

(4) 調査事例の活用

- ① 調査対象事業者の不利益とならないよう最大限留意しつつ、事業者名を特定できないように一般化
- ② 問題事案として公表可能な形式に編集し、周知や指導に活用

(5) スケジュール

1月～ ヒアリングの実施

3月 大企業向け調査と同時期に公表

4. 政労使合意のフォローアップ

- (1) 日本経済団体連合会に対しては、会員企業における取組状況と課題の整理をしていただくよう要請
- (2) 日本商工会議所、全国中小企業団体中央会に対しては、下請等中小企業の具体的な困難事例の把握について要請

Ⅱ. 広報の実施等

- (1) 本調査の実施について、中小企業庁及び内閣府を主として、関係団体等の協力を得て、広報活動を行う。
- (2) 関係府省等は、所管業種における調査の実施及び協力に関する要請等を業界団体等に対して行う（会合での発言、文書連絡の際の明記、等）。
- (3) 調査結果を踏まえて対策がとりまとめられた段階で、効果的な広報の体制を検討する。

Ⅲ. 相談体制の整備

- (1) 中小企業庁は、下請かけこみ寺における価格転嫁等の相談体制の充実に努めるとともに、日本商工会議所、全国中小企業団体中央会等と連携を図る。
- (2) 関係府省等は、地方自治体等の協力も得て、所管業種における価格転嫁等の取引条件の改善に関する相談体制の充実に努める。

以上