



# 2019年度下請中小企業ヒアリング調査結果

令和元年12月  
中小企業庁

# 1. 下請中小企業ヒアリング調査結果概要

- 2017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。
- 今年度は4月から10月まで、2,960件のヒアリングを実施。**
- 2017年1月から2019年10月までの**累計では10,562件。**
- 今年度より、自主行動計画策定業種の拡大に伴い、半導体製造装置産業や航空宇宙工業、関係省庁と連携して放送コンテンツ業、トラック運送業等へのヒアリングを実施中。

## 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	562件	19.0%	産業機械等	413件	14.0%
電機・情報 通信機器	281件	9.5%	流通	129件	4.4%
半導体製造 装置	78件	2.6%	工作機械	77件	2.6%
情報サービス・ ソフトウェア	68件	2.3%	建設機械	66件	2.2%
繊維	59件	2.0%	素形材	30件	1.0%
航空宇宙	17件	0.6%	その他の製造業	658件	22.2%
その他の 非製造業	427件	14.4%	不明等	95件	3.2%

## 取引の階層別

ティア	件数	割合
一次下請	1,641件	55.4%
二次下請	1,014件	34.3%
三次下請	193件	6.5%
四次下請以下	136件	1.2%
不明	76件	2.6%

## 資本金別

資本金	件数	割合
1億円超	49件	1.7%
5000万円超～1億円以下	358件	12.1%
1000万円超～5000万円以下	1,178件	39.8%
1000万円以下	1,375件	46.5%

## 2. 下請ヒアリングで把握した具体的事例（2019年4～10月）

### 自動車

【凡例】○：よい事例、▲：問題のある事例

#### 価格決定

- 今年の始めから人件費を含めた妥当な価格になるよう考慮してくれている。また、支払条件も今年の始めに手形から全額現金に変更された。
- 単価の引き上げを要請したところ、今年4月の受注分から値上げが認められ、毎月数十万円程の売り上げ上昇に繋がった。
- ▲当社はティア2だが、ティア0からの要請とのことで、インド企業の価格を引き合いに出し半額近い値下げを口頭で要求された。さすがに無理だが、ゼロ回答もしにくい。
- ▲毎年、原価低減要請の一覧表が送られてくる。新単価が決定すると、その月の初めからの取引分に遡って適用される。赤字になる部品もあり値上げを要請しても容易には受け入れてもらえない。今年の値下げ要請が今までで一番辛い。強引な原価低減要請が続いており、その企業と取引している各社は困っている。
- ▲数年前に当社への発注が激減し、これまでの単価では取引を続けることが困難なため、値上げできなければ取引をやめたいが、ティア1企業を通して交渉しようとしてもティア0企業は対応してくれず交渉にもならない。
- ▲自動車業界のティア2～3クラスで、下請法違反ではないかと言っても、今でも懲りずに原価低減要請が文書で送られてくる。

#### 支払条件

- 月末締翌月末に90日サイトの手形での支払いだったが、令和元年7月から全額現金払いに変更となった。
- ▲下請法対象外だが、締切から125日後の現金払いという取引先がある。

## コスト負担（型等）

- 木型を月30万円で借りている倉庫で保管しているが、今年4月から保管料と廃棄に必要なコストを負担してくれることになった。
- 今年から、12年間使用した治具についてはその後3年間使用がなければ廃棄できるようになった。
- 今年3月に金型管理の問題に取り組む説明があり、5月頃に不要型廃棄の連絡も来た。今後の進展に期待。
- これまでは金型保管のルールは無かったが、今年に入り親事業者が積極的に取り組み始め、書面で保管ルールが取り決められた。
- 金型代金は24回払いであったが、今年3月から一括払いになった。分割払い中の残額も今年3月に支払われた。
- ▲ 1年間未稼働の金型について引取りの要請を行ったが引き取ってもらえず、100型程度を無償保管中である。
- ▲ 金型の保守や修整費用を親事業者に要請すると、その分生産性が高まることを指摘され値下げ要請に繋がるため、むしろ逆効果である。

## 働き方改革・その他

- 親事業者と良好な関係を築けているため、今年に入り、「残業しなくともこなせるように発注量を調整しましょう。」と気を遣ってくれる提案があった。
- ▲ 発注量が従来の1.5倍に増えており、一部の社員が土曜出勤して仕事をこなしているが、通常の加工賃しか支払われない上に、日曜日も出勤して仕事を完成させろと言われている。
- ▲ 短納期発注が多くなったが、割増料金がもらえない。
- ▲ 通常は親事業者が作成している部品の図面を、作業が遅れているからと無償で作成するように要請があった。このような作業は時間を要するため、無償で押しつけられるのは困る。

## 価格決定

- 今年から、協力金という名目での値引きが無くなり元の価格に戻り、原材料価格の上昇分の値上げも認められた。
- ▲ロット数が増えたという理由で、勝手にロット単価を安くして発注してくることがある。
- ▲見積書の金額から出精値引きとして勝手に○%を減額して発注される。
- ▲ファクタリングは全て自動的に割引かれて現金で振り込まれる。また割引料以外にも、振込手数料、支払手数料（何かは不明）なども引かれ、負担が大きい。支払条件は取引先が決定するため変更できない。

## 支払条件

- サイト120日の手形での支払いが8月から全額現金払いに変更になった。
- ▲親事業者は日本産業機械工業会の会員であるにも関わらず全額現金払いが進んでいない。
- ▲この2年ほどで支払い条件が改善された取引先は無い。手形からファクタリングに変更されただけ。

## コスト負担（型等）

- 以前は金型の製作費を製品上乘せで回収していたが、今年4月から現金一括回収できるようになった。自主行動計画の取組の影響と思われる。
- 最近、梱包資材の値上げ分を価格に反映できた。また、金型の保管費用が毎月支払われるようになった。
- ▲数百面の金型を保管している。生産終了後5年で申し入れ廃棄することとなっているが、口頭での話であり、そうならないケースも多々ある。
- ▲完成品の修理保証期間が長期であることから、補給品の製造依頼が定期的であり、事実上の永久保管に等しく、型のメンテナンス費用や保管場所の確保に非常に苦慮している。

## 働き方改革・その他

- ▲親事業者の働き方改革の影響で短納期の受注が増加している。
- ▲休日前に一方向的に短納期で注文を入れてくる為、当社では休日変更し対応せざるを得ないケースが出ている。
- ▲最近ではメーカーが在庫を持たないため、常に短納期となっている。今年から働き方改革に取り組んではいるが、大量受注時、繁忙期に時間外規制をクリアできるかを懸念している。

## 価格決定

- 米や野菜などの高騰が考慮され、単価上昇などの改善があった。下請の声を聞き、協力関係を築く様な姿勢に変わってきた。
- ▲今でも歩引きを継続している取引先がある。
- ▲原材料価格上昇による値上げは、食品メーカーに交渉しても上位にいるコンビニやスーパーが転嫁を認めないためほとんど認めてもらえない。
- ▲リピート品の単価は、数量が増えたときは値下げ要請が来るが、数量が減少しても値上げはない。原材料コスト上昇分の値上げは認めてくれず厳しい。エネルギー費・労務費上昇分の考慮は絶対はない。
- ▲小売の現場では、チラシ協賛金、センターフィー、競合店対策費等々を卸売業の親事業者に請求しており、それが親事業者からそのまま当社に請求されている。当社への入金はその経費を差し引いての入金となるため、入金明細を確認して協賛金等が差し引かれているのが判明する。

## 支払条件

- 今年5月に、手形での支払いが100%現金払いに改善された。
- ▲手形サイトが180日であり、改善の動きはない。

## コスト負担

- ▲親事業者自身では在庫を持たず、必要な時に必要な分だけを下請から都度納品させようとするため、配送に関わるコストが負担になる。在庫を親事業者に持ってほしいが、エンドユーザー（流通事業者）の意向もあり難しい。

## 働き方改革・その他

- ▲親事業者の職場で共同で仕事を行うことがあるが、働き方改革により親事業者社員の残業が規制されたことで、当社社員だけが残業をすることや、逆に夜中に呼び出されることもあり、親事業者からのしわ寄せが発生している。
- ▲親事業者へ梱包材を納品した際には検収がなく、不良品が発覚するのは商品包装や充填後であり、不良品が出た場合には、中身の分も含めた代金を賠償させられるという商慣習がある。



## 価格決定

- 15年間単価が変わらなかったが、今年5月に一律の引き上げが了承された。
- 孫請けのため交渉してもなかなか値上げできなかったが、今年7月に交渉を行い、派遣費用をアップしてもらった。
- ▲合意したはずの見積もり価格について、親事業者の別の部署から値引き要請があり、受けざるを得ない。見積書や注文書は痕跡が残らないよう作り替えさせられている。同業他社からも不満の声が出ている。
- ▲量産ロットの見積もり価格が小ロットの注文にも適用され、再見積もりを提出しても認めてもらえない。ティア1企業からは「ティア0から言われているのでどうにもできない」と言われている。利益が出ないので困っている。

## 支払条件

- 月末締め翌月末90日サイトの手形払いだったが、今年1月から月末締め翌月末全額現金払いに変更になった。
- 親事業者からファクタリングのサイト短縮の連絡があり、サイト短縮の代わりにコストダウン要請があるのではないかと危惧していたが、無かった。下請Gメンの訪問で行政と業界団体の取組を知り、その効果だと思った。
- ▲支払条件がサイト124日のファクタリング。
- ▲以前は手形での支払いだったが、今年より月末締め180日後の現金払いに変わった。
- ▲支払条件が検収された月の月末起算で185日後の現金払いである。

## コスト負担（型等）

- 10年以上前から保管している金型について、今年4月に突然1年分の保管費用が支払われた。
- 今年になってから、保管料・使用期間・廃棄等についてのルールを協議しており、決まれば書面を取り交わす予定。
- これまでは保管している金型の返却に応じてくれなかったが、今年2月にティア0とティア1の担当者が来社し、使用していない金型を回収していった。
- ▲現在使用していない金型について、親事業者から「(当社が作成したかのような様式で)保管費用は要求しない」という内容の書類に押印を求められている。

## 働き方改革・その他

- ▲金曜日に仕事を発注し、「土・日曜日にやれ」と言われた。土・日出勤分単価の上乗せは認められなかった。

## 価格決定

- 政府が取引改善の取り組みを行っているお陰だと思うが、この1年で、一律の原価低減要請が無くなったり、原材料価格高騰による値上げが認めてもらい易くなり、とても助かっている。
- ▲一方的な金額で発注しようとしてくることがあるが、金額が安いために断ると、「協力しないのか？」と言われ仕方なく受けざるを得ないことがある。
- ▲値上げ交渉をすると黙って他社に転注されるうえ、その他の部品まで取引中止になる。提出した原材料価格の上昇等の書類もほとんど見てもらえない。取引をやめる覚悟で交渉せざるを得ない。
- ▲最近、原価低減要請がまた来るようになった。口頭が多い。

## 支払条件

- サイト90日の電子記録債権での支払いだったが、今年4月から全額現金支払いに変わった。
- ▲現在もサイト150日の電子記録債権での支払いが続いている。
- ▲今年4月に手形から現金に支払条件変更を申し入れたが拒否された。

## コスト負担（型等）

- 現在、稼働していない金型について親事業者2社に賃借中の倉庫賃借料見積を提出しており、保管料が支払われる見通しである。
- ▲親事業者が木型の保管料や廃棄の相談をまったく受け付けてくれない。相談への回答も一切ない。

## 価格決定

- 今年、人件費の増加分を価格に反映させてもらった。
- これまでは生産者説明会で「コスト3%ダウン」といった数値目標を堂々と発表していたが、今年春頃からそのような価格に関する発言が出てこなくなった。下請Gメンの訪問で説明を受け、自主行動計画の影響ではないかと感じた。
- ▲毎年一律数%の原価低減要請が来る。親事業者による原価計算により「この金額であるべき」と言われる場合もあり、当社のノウハウが反映されておらず残念である。

## 支払条件

- ▲サイト120日のファクタリングによる支払いで、改善は無い。

## コスト負担（型等）

- 長年保管していた金型について、これまでは保管料の負担の話をしてもらえなかったが、今年8月に金型保管料の取り決めの話があった。改善されるのは業界団体による自主行動計画の浸透の効果がでてきているのかもしれない。
- 今年7月に金型と治具保管の契約を締結した。保管料が支払われる予定である。

## 価格決定

- 親事業者はティア1であり、ティア0になかなか価格転嫁できないために当社の値上げ要求を認めてくれないことが多かったが、先日、労務費上昇分の値上げを認めてくれた。
- ▲最近では、外注先の加工賃・原材料・エネルギー費全てが値上がりしているが、製品価格に反映してもらえない。

## 支払条件

- ▲歩引きは現在も続いており、年間6～7百万円になる。繊維業界全体の慣習で、当社も親事業者として下請に対し歩引きを行っている。
- ▲サイト150日の手形払いがある。サイトを短縮してもらいたいが、当社からは言えない。
- ▲締切から90日後の現金払いであり、割引できずに90日待つしかないため非常に困っている。2年前に口頭で資本金を増資するよう言われ、下請法対象外にしたうえで、この支払条件に変更された。

## コスト負担（型等）

- ▲一方的に納期を先延ばしにされ、2～3カ月の間自社の倉庫に無償で保管させられるうえ、代金も倉庫から出荷して初めて支払われるため資金繰りに困っている。

## 働き方改革・その他

- ▲今年になってから、親事業者が本来自ら行うべき業務（社内で使う資料作成）を下請業者に振ってくるようになった。一部は断っているが、受けざるを得ない。

### 価格決定

- ▲親事業者の営業利益率を上げるためにコストダウンの協力要請があった。強制ではないが、協力する会社は表彰するなどプレッシャーをかけてくる。
- ▲リピート品全品に対して、年1回、10%や20%の一律の原価減要請が文書で届く。値下げをしない製品も作るなどして2~3%で納めているが、限界だと伝えると、他の会社に転注される。

### 支払条件

- サイト120日のファクタリングでの支払いだったが、親事業者から通知があり、今年中に現金払いになる予定である。
- ▲支払条件は納入月から半年後に現金振り込み。
- ▲サイト120日のファクタリングでの支払いが未だに続いている。

## 航空宇宙

### 価格決定

- ▲毎年1回価格見直しの要請がある。40%ダウンの要請が来ており対応に苦慮している。

### 支払条件

- 手形サイト120日での支払いが、今年7月から月末締め翌月末現金払いに変更となった。

## 価格決定

- 今年の4月から、SEの月額単価について3～5%のアップが認められた。
- ▲案件によっては予算の関係から指値発注の場合があり、価格交渉してもなかなか認めてもらえない。

## 支払条件

- 長期にわたる仕事の場合は3ヶ月ごとに代金が支払われることが多い中で、親事業者は毎月支払いをしてくれており、非常にありがたい。
- ▲下請法対象外の取引ではあるが、締切から120日後の現金払いであり、困っている。

## 働き方改革・その他

- 親事業者より、あまり残業をしないようにと言われており、納期の延期や支援等で対応もしてくれる。
- ▲ソフトウェア開発人材が絶対的に不足している中、様々な業種でシステム開発に関する発注が増加しているため、今後、一人当たりの残業は確実に増えていくだろう。
- ◇プロジェクト単位で受託しているため、期間中は休暇は取りづらくなる。大きなプロジェクトが重ならない時期に休暇日を事前登録させて強制的にでも休暇を取らせる必要がある。

## 価格決定

- 今年から、報告書を提出することで残業等に対する追加費用を支払われることになった。
- ▲最低賃金の上昇分を値上げ交渉しても「それは貴方の事情でしょう」と言われ、応じてもらえない。
- ▲親事業者は自主行動計画取組事業者のうちの一社だが、付帯業務料や待機時間料等が基本契約書に明記されていない。
- ▲規則の改正等があると、例えば「待機時間や仕分け作業の代金も発注単価に含まれる」といった内容に一方的に書き換えられる。
- ▲毎月のように価格交渉しても応じてもらえない上に、一方的に値下げされる。値下げした新単価が通告されると、それ以前の仕事にまで遡って適用される。

## 支払条件

- ▲サイト120日のファクタリングによる支払いであり、サイト短縮を要望しているが回答がない。
- ▲サイト180日の手形払い。

## 働き方改革・その他

- ▲荷主の梱包に時間がかかり、倉庫での荷待ち時間が2時間以上かかる時がある。倉庫に来る時間の指示もないため、残業時間が増える要因となっている。
- ▲当社はコンプライアンスの遵守に努めているが、その結果残業が少なくなり稼げないという理由でドライバーが他社に移ってしまう。残業規制と人手不足の狭間で悩んでいる。



## 価格決定

- ▲ 1品あたりの販売量が少ない商品は価格交渉しても利益の増加はわずか。商品によっては価格交渉するためのコストが見合わず、結局は交渉しておらず10年も同じ値段のものがある。
- ▲ 競合他社が多く、価格を上げれば失注になるだけ。原材料価格・労務費などの上昇分や、時間外勤務や休日出勤に要した費用の転嫁もできない。
- ▲ 原材料価格上昇による値上げは、食品メーカーに交渉しても上位にいるコンビニやスーパーが転嫁を認めないためほとんど認めてもらえない。(印刷業)
- ▲ リピート品の単価は、数量が増えたときは値下げ要請が来るが、数量が減少しても値上げはない。原材料コスト上昇分の値上げは認めてくれず厳しい。エネルギー費・労務費上昇分の考慮は絶対がない。
- ▲ 物流子会社を持っている飲料メーカーは業界や行政の動きを理解しており、人件費高騰による値上げ交渉については話が早い。一方でこの動きを知らないメーカーには当社から説明したうえで交渉している。(運送業)

## その他

- ▲ 親事業者へ梱包材を納品した際には検収がなく、不良品が発覚するのは商品包装や充填後であり、不良品が出た場合には、中身の分も含めた代金を賠償させられるという商慣習がある。(印刷業)
- ▲ 中身に問題が無くても、梱包資材のへこみがあれば卸値ではなく定価で弁償させられる。(運送業)

## 3-1. 業況等について (1)

- 売上量が減っている企業が増加した一方で、**売上単価が伸びている企業も増加傾向にある。**
- 人件費において、今年度は約9割の企業が「増加」と回答。**人件費が増加している企業の割合が年々大きくなっている。**

### <2019年4月～10月の下請企業ヒアリングにおいて把握できた直近の業況>

	売上量		売上単価		材料価格		エネルギー		人件費	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
増加	1,211件	41%	<b>914件</b>	<b>31%</b>	1,858件	74%	962件	36%	<b>2,580件</b>	<b>89%</b>
横這い	863件	29%	1,680件	58%	603件	24%	1,170件	44%	262件	9%
減少	<b>856件</b>	<b>29%</b>	311件	11%	65件	3%	557件	21%	44件	2%

### <2018年4月～2019年3月の下請企業ヒアリングにおいて把握できた直近の業況>

	売上量		売上単価		材料価格		エネルギー		人件費	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
増加	2,339件	54%	<b>1,134件</b>	<b>26%</b>	3,104件	82%	1,681件	43%	<b>3,763件</b>	<b>88%</b>
横這い	1,240件	28%	2,667件	62%	676件	18%	1,549件	40%	441件	10%
減少	<b>773件</b>	<b>18%</b>	483件	11%	23件	1%	653件	17%	68件	2%

### <2017年1月～2018年3月下請企業ヒアリングにおいて把握できた直近の業況>

	売上量		売上単価		材料価格		エネルギー		人件費	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
増加	1,388件	48%	<b>436件</b>	<b>16%</b>	1,643件	66%	1,147件	45%	<b>2,316件</b>	<b>82%</b>
横這い	902件	31%	1,723件	63%	797件	32%	1,035件	40%	445件	16%
減少	588件	20%	589件	21%	48件	2%	381件	15%	58件	2%

## 3-2. 業況等について (2)

- 材料価格等のコスト上昇分について、下請事業者の方から交渉を行って価格転嫁できた事例は少ない。
- 一方で、人件費上昇分の価格転嫁が必要であるが、交渉が難しいという声も多い。

※【】内は取引先企業の業種

- 原材料費、人件費の高騰を理由に値上げ交渉をしたところ、今年1月から値上げが認められた。人件費については、最低賃金の推移表を提出して説明した。【化学】
- どうしても採算が合わない製品が20件ほどあったが、今年4月に取引をやめることを覚悟しながら値上げの交渉を行ったところ、受け入れられた。【鉄鋼】
- 加工賃単価の引き上げを要請したところ、今年4月の受注分から値上げが認められ、毎月50万円程の売り上げ上昇に繋がった。【自動車】
- 原材料価格の上昇分は価格に転嫁できるが、労務費の上昇分は転嫁できない。親事業者からは「労務費は会社によって事情が異なるので社内努力で賄うように」と言われる。【自動車】
- この1～2年で原材料価格高騰による値上げは認められやすくなったが、人件費上昇分の値上げは難しい。【工作機械】
- このままでは来年の最低賃金上昇で利益が望めなくなることから価格交渉を申し出ているが、返答がないまま先送りにされている。【電機・情報通信機器】
- 有給休暇を年5日以上取得させるとなると残業でカバーせざるを得ず、人件費が増加するため、その分を価格転嫁できないとやっていけない。【印刷】

## 4. 取引条件改善に向けた取組の周知状況

- **自主行動計画の認知度は約3割であり、更なる周知徹底が必要。**
- 引き続き業界団体および政府による広報を行うとともに、親事業者自らが、取引先だけでなくサプライチェーンの下層にも取組が浸透するようアプローチする努力も必要。

### <自主行動計画または下請法運用基準改正いずれかの周知状況（2019年4月～10月）>

	全体	ティア1	ティア2	ティア3	ティア4以下
両方知っている	20%	21%	20%	21%	22%
自主行動計画のみ	8%	9%	8%	5%	7%
運用基準改正のみ	7%	7%	7%	6%	7%
知らない	65%	64%	66%	68%	63%

自主行動計画策定業種のみ対象。いずれの表も未回答分は含まず。

自主行動計画を知っている場合（全体28%中）の認知方法	割合
業界団体広報（業界紙、メルマガなど）	40%
政府広報など（新聞、中小企業支援機関、セミナーなど）	34%
親事業者（協力会）	10%
親事業者（相対）	7%
同業他社/組合（企業組合、協業組合など）	4%
その他（Web、弁護士、税理士、報道、取引先など）	6%