

小規模企業景気動向調査【付帯調査】

『下請小規模企業における最近の取引状況について』

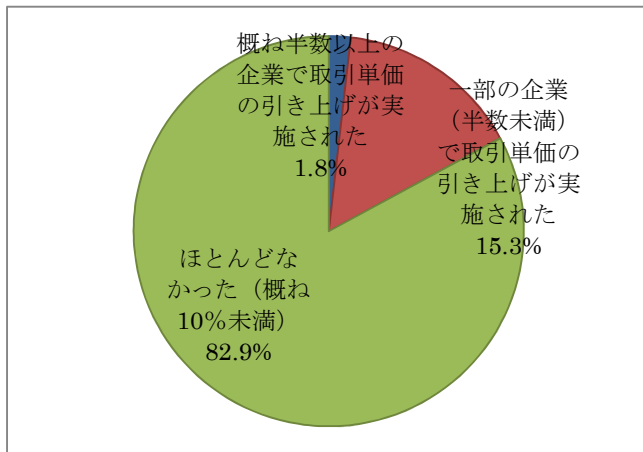
2016年2月23日
全国商工会連合会

<調査概要>

調査対象：全国約300商工会の経営指導員
調査時点：2016年1月末
調査方法：対象商工会経営指導員による調査票への選択記入式

<調査結果>

1. 取引単価の引き上げについて



地区内の下請小規模企業のうち、親企業との取引単価が1年前に比べて引き上げられた企業はどれくらいあるかを聞いたところ、「ほとんどなかった（概ね10%未満）」が最も多く82.9%であった。

2. 特徴的な事例・動きについて

- 親会社の景気がいくら良くなっても、一度下げられた単価が上げられることはまずない。地方の中小零細企業は、コストダウン等様々な経営努力をしているが、業績回復にはほど遠く、現状維持をしていくのが精一杯である。（製造業／自動車部品）
- 受注単価の再見積をさせられ、引き上げというより引き下げという感じである。（製造業／機械金属部品加工）
- 小ロット短納期が多くなっている。量産ものがほとんどなくなっている。（製造業／電子部品）
- 親会社が安く受注し、下請会社にも安く受けるよう指示される。手間のかかる仕事であるが、コストアップを要求してもいつも安くされてしまう。（製造業／ニット）
- 親会社からの要望は聞き入れるしかなく、取引単価も据置、万年人手不足で納期に追われている。（製造業／車載用電装部品）
- 特徴的なものはないが、値下げ圧力は常にある。（建設業／一般建築工事）
- 消費税増額分は、概ね適正に転嫁されている。税抜き請負額は、一部、人件費の上昇による価格転嫁が見られる。しかし、元請に対する発注単価がもっと上昇しなければ、下請単価も大きくは変わらないと思う。（建設業／内装・塗装・設備）
- 取引単価を少し上げていただき、取引銀行から追加融資を受けることができた。（製造業／魚介類食品）