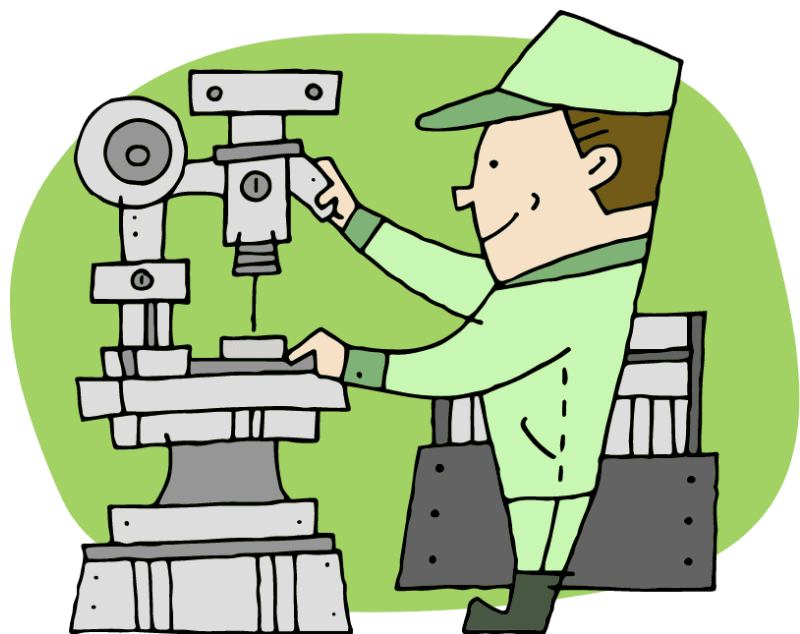


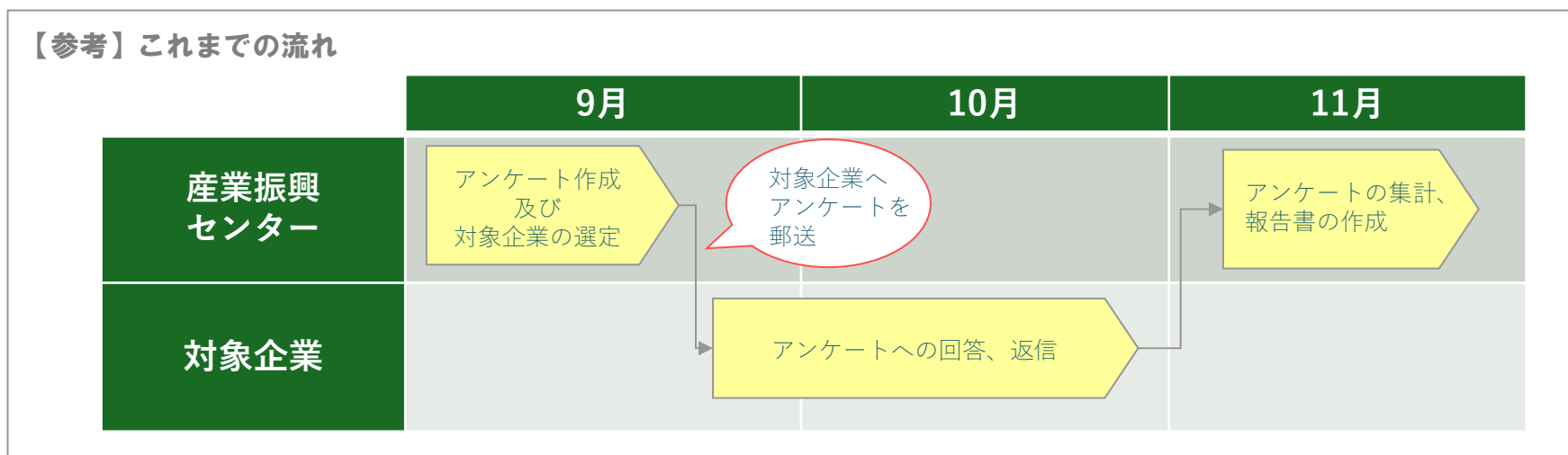
令和6年度 下請取引状況調査 結果報告書



令和6年11月
(公財)福島県産業振興センター
企業振興部 取引支援課

調査概要

調査目的	福島県内中小企業の下請取引の状況を把握することにより、下請取引適正化の推進を図るとともに、今後の下請企業振興業務の参考とするため。
調査対象	福島県内に所在する受注登録企業984社。
調査時期、配布及び回収方法	令和6年9月 郵送、メール (回収は、返信用の封筒の利用又はメール・FAXによる返信)



参考:調査票

1枚目

令和6年 下請取引状況調査票

令和6年8月現在でご記入ください。

会社名		部署名	
役職名		氏名	
資本金	万円	従業員数	現在: 名/前年同月 名

1. 貴社の概要について

【問1】貴社の業種についてお尋ねします。該当する番号1つに○を付けてください。

1 プラスチック製品 2 鉄鋼 3 非鉄金属 4 金属製品 5 一般機械器具 6 電気機械器具
7 輸送用機械器具 8 精密機械器具 9 その他 ()

【問2】貴社の概要についてお尋ねします。次の各設問に(1)では取引社数、(2)及び(3)については該当する番号1つに○を付けてください。

(1) 常時取引している親事業者の数	社
(2) 取引額之最も多い親事業者への依存度	1. 10%以下 2. 11~30% 3. 31~50% 4. 51~70% 5. 71~90% 6. 90%超
(3) 総売上高の変化 令和4年度と令和5年度の比較	1 大きく増えた 2 増えた 3 あまり変わらない 4 減った 5 大きく減った

2. 親事業者の発注方法について

【問3】親事業者との間に取引基本契約を締結していますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 全ての親事業者と締結している 2 一部の親事業者と締結している 3 締結していない

【問4】発注を受ける際に注文書の交付を受けていますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 全ての親事業者から交付を受けている 2 一部の親事業者から交付を受けている 3 受けていない

【問5】「貴社の休日直前に発注を受け、休日直後に納入する」ような発注がありますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 よくある 2 時々ある 3 ほとんどない 4 全くない

【問6】「貴社の営業時刻以降に発注を受け、翌朝までに納入する」ような発注がありますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 よくある 2 時々ある 3 ほとんどない 4 全くない

【裏面へ】

2枚目

3. 対価の決定、納品の検査の方法等について

【問7】親事業者との取引では、取引対価の取引条件はどのように決められていますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 親事業者の指値 2 見積合わせ 3 親事業者との話し合い

【問8】同一製品(または同一サービス)に関して、納期の長短によって取引対価は異なりますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 概して短納期の取引単価が高い 2 突発的なケースに限って、取引単価が高くなる
3 納期の長短はあまり取引対価に影響しない
4 その他(具体的に:)

【問9】下請代金の支払い方法についてお尋ねします。(1)及び(3)では該当する番号1つに○を付けていただき、(2)については支払方法の割合をご記入ください。

(1) 物品等の納入後から代金の支払いまでの期間はどのくらいですか。

1 30日以内 2 60日以内 3 60日超(具体的に日数: 日)

(2) 下請代金の支払方法の割合はどうなっていますか。

1 現金 % 2 手形 % 3 その他(具体的に:)

(3) 下請代金を手形で受け取っている場合、手形のサイトはどのくらいですか。

1. 60日以内 2. 90日以内 3. 120日以内 4. 120日超(具体的に日数: 日)

4. 下請取引の停止及びトラブルについて

【問10】親事業者との取引のうち最近1年間に、「取引停止」、または「大幅に取引が減少した」ことはありましたか。

1. あった →【問11】へ進む 2. なかった →【問12】へ進む

【問11】【問10】で「取引停止」または「大幅に取引が減少したことがあった」と回答された方にお尋ねします。取引停止、または「大幅に取引が減少する旨の手書から実際に発注が停止されるまでの期間はどのくらいでしたか。

1. 1週間以内 2. 1ヶ月以内 3. 3ヶ月以内 4. 3ヶ月超 5. 手書はなかった

【問12】貴社では最近1年間に親事業者とトラブルがありましたか。該当する番号全てに○を付けてください。(複数回答可)

- 通常支払われる対価に対し、著しく低い代金を不当に定められた。
- 貴社のために得すべき理由がないのに、親事業者から受領を拒否された。
- 貴社のために得すべき理由がないのに、親事業者から返品された。
- 支払期日を超過後も、代金の支払いを受けなかった。
- 一般の金融機関で割引引くことが困難であると認められる手形を交付された。
- 有償支給原材料等の対価を、下請代金と相殺するなどして早期決済された。
- 不公平な行為を官公庁等に報告した結果、不利益な取り扱いを受けた。
- 親事業者から金銭、役務等経済上の利益の提供をさせられた。
- 貴社のために得すべき理由がないのに、給付内容の変更または給付後にやり直しをさせられた。
- 正当な理由がないのに、親事業者が指定する製品・原材料等を強制的に購入させられた。

参考:調査票

3枚目

5. 海外進出について

【問13】過去2年間における親事業者の海外進出状況についてお尋ねします。該当する番号1つに○を付けてください。

1 進出した	2 進出の計画がある	3 進出していない
--------	------------	-----------

【問14】貴社では海外進出を行いましたか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 自ら進出した	2 親定企業の実績を受けて進出した	3 進出を検討している	4 進出の計画はない
----------	-------------------	-------------	------------

【問15】【問14】で「1. 自ら進出した」「2. 親定企業の実績を受けて進出した」「3. 進出を検討している」と回答された方にお尋ねします。海外に進出した(又は進出を検討している)国名を記載してください。

--

6. 取引先の開拓について

【問16】貴社が取引先の開拓を進めていくにあたって、必要とする支援は何ですか。該当する番号全てに○を付けてください。(複数回答可)

1 商談会による支援	2 展示会出展への支援	3 資金面での支援	4 専門家によるアドバイス
5 海外展開に関する支援	6 試作・技術開発への支援	7 人材確保・育成支援	8 その他(具体的に:)

【問17】取引先の新規開拓等を目的として、自社のパンフレットやホームページを作成していますか。該当する番号1つに○を付けてください。

1 パンフレットもホームページも作成している	2 パンフレットは作成しているがホームページは作成していない
3 パンフレットは作成していないがホームページは作成している	4 パンフレットもホームページも作成していない

【問18】当センターの商談会やあっせん紹介等により成約した取引があれば下記にご記入下さい。(すでに報告いただいているものは今回ご記入いただく必要はありません。)

相手先企業名	品名(加工内容)	商談のきっかけ (商談会名、展示会名、紹介 等)	成立状況		取引形態
			成立日	金額(千円)	
					単発・継続
					単発・継続
					単発・継続
					単発・継続

7. その他

【問19】当センターに対するご意見・ご要望などありましたらご自由にお書きください。

--

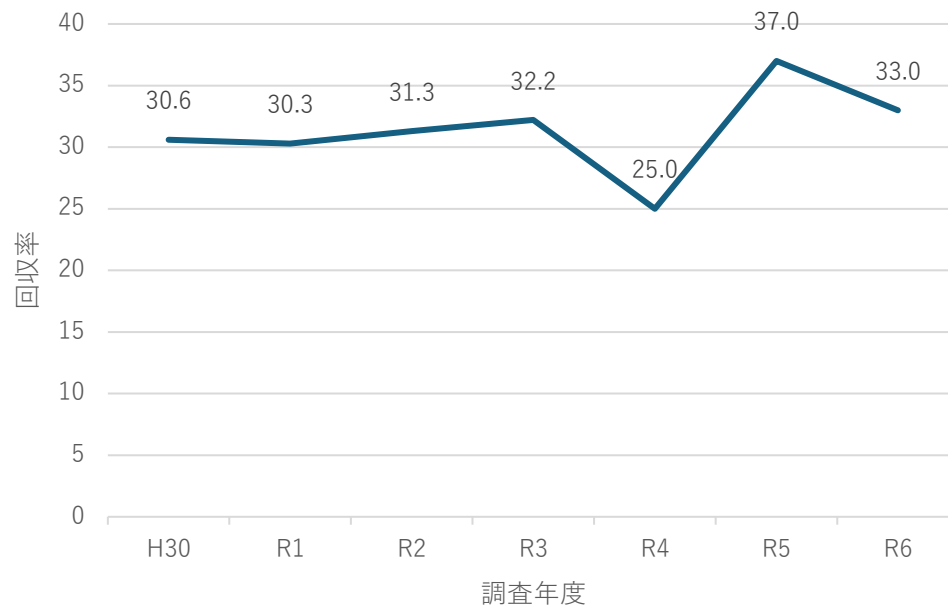
※ご協力ありがとうございました。この調査結果は県内企業の実情把握、今後の取引振興施策の立案等に使用するためであり、許可なく無目的に使用することはございません。

回収状況

本調査の回答企業数は325社、回収率は、33.0%と前回調査時(2023年11月)から4.0%減少した。

業種	調査対象企業(社)	回答企業(社)	回収率
プラスチック製品	47	34	72.3%
鉄鋼	22	10	45.5%
非鉄金属	15	9	60.0%
金属製品	232	103	44.4%
一般機械器具	364	26	7.1%
電気機械器具	165	43	26.1%
輸送用機械器具	22	16	72.7%
精密機械器具	61	40	65.6%
その他	56	44	78.6%
合計	984	325	33.0%

【参考】
これまでのアンケート回収率の推移
(平成30年～令和6年)

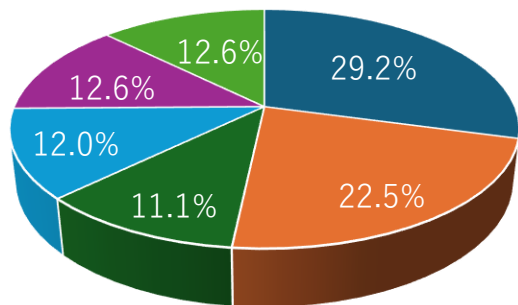


本調査の回収率

地域別回収率と地域別の回答構成比

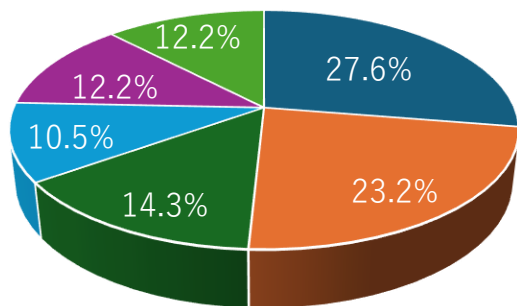
回答企業325社の所在地域は以下の分布となっている。

今回



■ 県北 ■ 県中 ■ 県南 ■ 会津 ■ 相双 ■ いわき

前回



■ 県北 ■ 県中 ■ 県南 ■ 会津 ■ 相双 ■ いわき

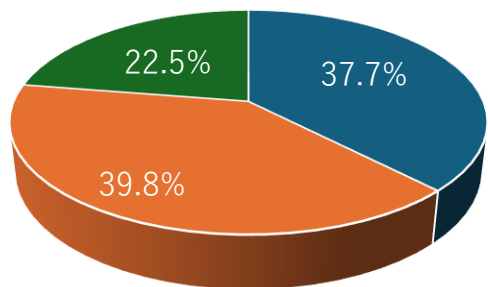
業種/地域	県北	県中	県南	会津	相双	いわき	合計
プラスチック	15	9	2	4	1	3	34
鉄鋼	1	2	0	0	3	4	10
非鉄金属	1	1	2	2	2	1	9
金属製品	38	24	11	9	14	7	103
一般機械器具	6	6	2	2	6	4	26
電気機械器具	16	8	3	3	7	6	43
輸送用機械器具	5	4	4	0	2	1	16
精密機械器具	5	12	3	10	4	6	40
その他	8	7	9	9	2	9	44
合計	95	73	36	39	41	41	325
構成比	29.2%	22.5%	11.1%	12.0%	12.6%	12.6%	100.0%

従業員数

回答企業の従業員規模は、29名以下が77.5%と大半を占める。

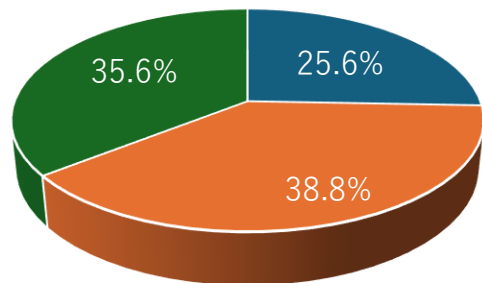
回答企業の従業員規模

N=329



■ 9名以下 ■ 10~29名 ■ 30名以上

前回調査時構成比



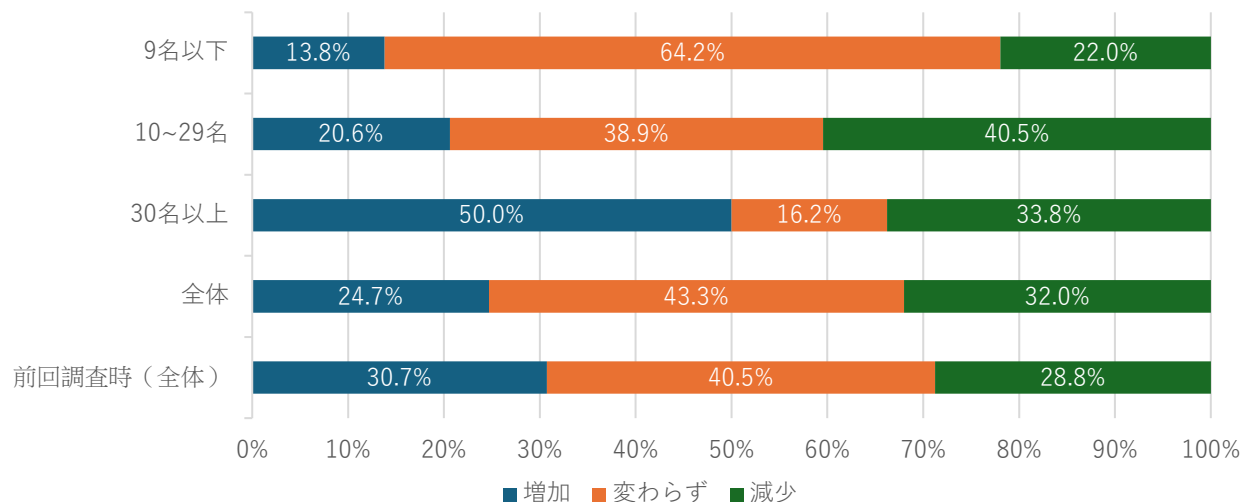
■ 9名以下 ■ 10~29名 ■ 30名以上

従業員規模	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回調査構成比
9名以下	124	37.7%	25.6%
10~29名	131	39.8%	38.8%
30名以上	74	22.5%	35.6%
合計	329	100%	100%

従業員数

従業員規模が大きいほど、「従業員数増加」の割合が大きい。
また、前回に比べて、「従業員数増加」の割合が減少した。

従業員数の増減
(前回との比較)



N=318	従業員の増減/従業員規模	回答企業(社)		
		増加	変わらず	減少
	9名以下	17	79	27
	10~29名	27	51	53
	30名以上	37	12	25
	全体	81	142	105
	【参考】 前回調査時 全体	110	145	103

目次

1. 貴社の概要 P8~11

1. 親事業者の数
2. 主要取引先(1社)への依存度
3. 総売上高の変化

2. 親事業者の発注方法 P12~18

1. 親事業者との取引契約の締結
2. 注文書の交付
3. 休日直後の納入
4. 翌朝の納入

3. 対価の決定、支払の方法等 P19~26

1. 取引条件の決定方法
2. 納期と取引対価
3. 代金支払いまでの期間
4. 代金の支払い方法
5. 手形のサイト

4. 下請取引の停止及びトラブル P27~29

1. 取引の停止
2. 親事業者とのトラブル

5. その他 P30~36

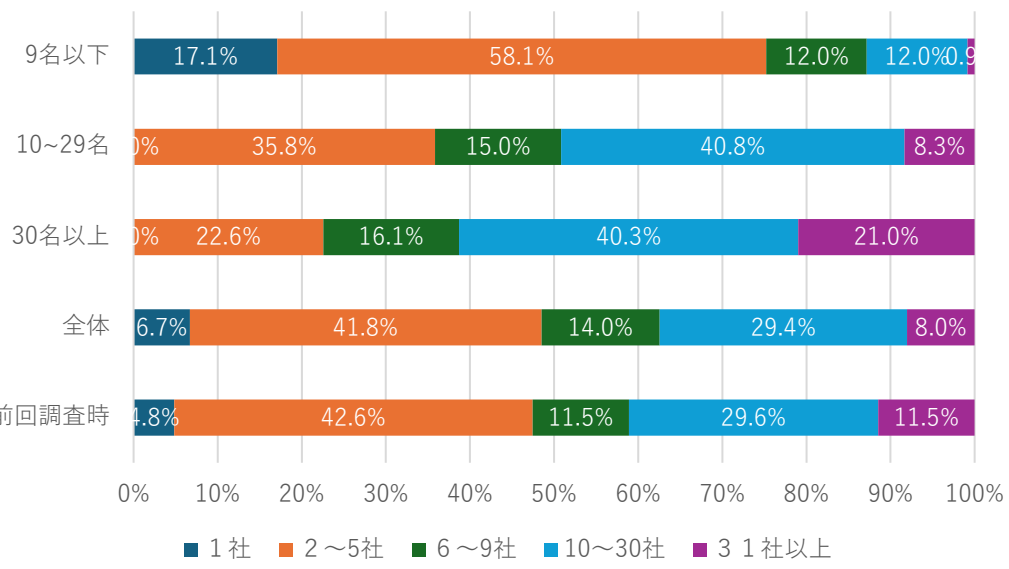
1. 親事業者の海外進出状況
2. 現在必要としている支援
3. パンフレット、HPの作成

貴社の概要

1. 親事業者の数

常時取引している親事業者の数は、従業員規模が9名以下の企業で5社以下の割合が高い。従業員10名以上の企業になると6社以上の割合が増え、60%を超えている。

常時取引している親事業者の数



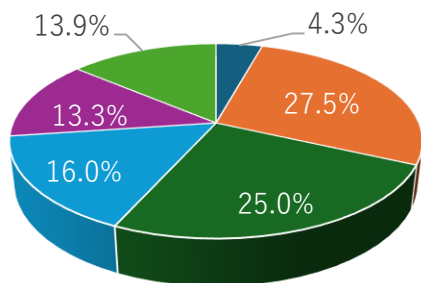
N=319

従業員規模 /親事業者数	回答企業(社)					合計
	1社	2~5社	6~9社	10~30社	31社以上	
9名以下	20	68	14	14	1	117
10~29名	0	43	18	49	10	120
30名以上	0	14	10	25	13	62
全体	20	125	42	88	24	299
【参考】 前回調査時(全体)	16	141	38	98	38	331

2. 主要取引先（1社）への依存度

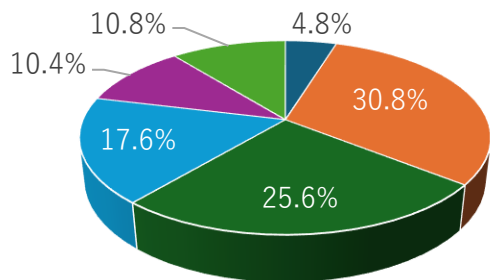
主要取引先（1社）への依存度（取引額）は、「11~30%」が27.5%と最も高くなっている。また、約40%の企業が、主要取引先（1社）への依存度が大きい。

主要取引先（1社）への依存度（取引額）



- 10%以下
- 11~30%
- 31~50%
- 51~70%
- 71~90%
- 90%超

前回調査時構成比



- 10%以下
- 11~30%
- 31~50%
- 51~70%
- 71~90%
- 90%超

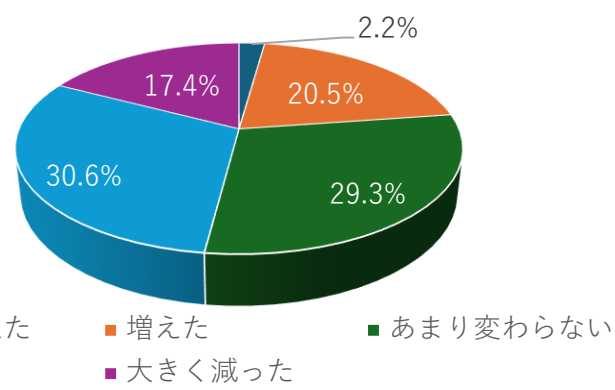
N=324

依存度(取引額)	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回構成比
10%以下	14	4.3%	4.8%
11~30%	89	27.5%	30.8%
31~50%	81	25.0%	25.6%
51~70%	52	16.0%	17.6%
71~90%	43	13.3%	10.4%
90%超	45	13.9%	10.8%

3. 総売上高の変化

前回と比較した総売上高の変化は、「減った」及び「大きく減った」の割合が48.0%となり、「増えた」「大きく増えた」を上回った。

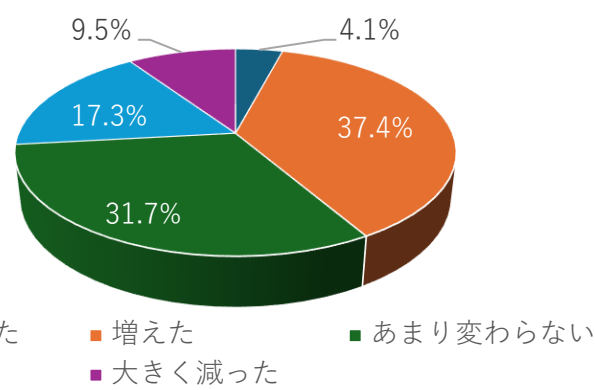
総売上高の変化



N=317

総売上の変化	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回調査 構成比
大きく増えた	7	2.2%	4.1%
増えた	65	20.5%	37.4%
あまり変わらない	93	29.3%	31.7%
減った	97	30.6%	17.3%
大きく減った	55	17.4%	9.5%

前回調査時構成比



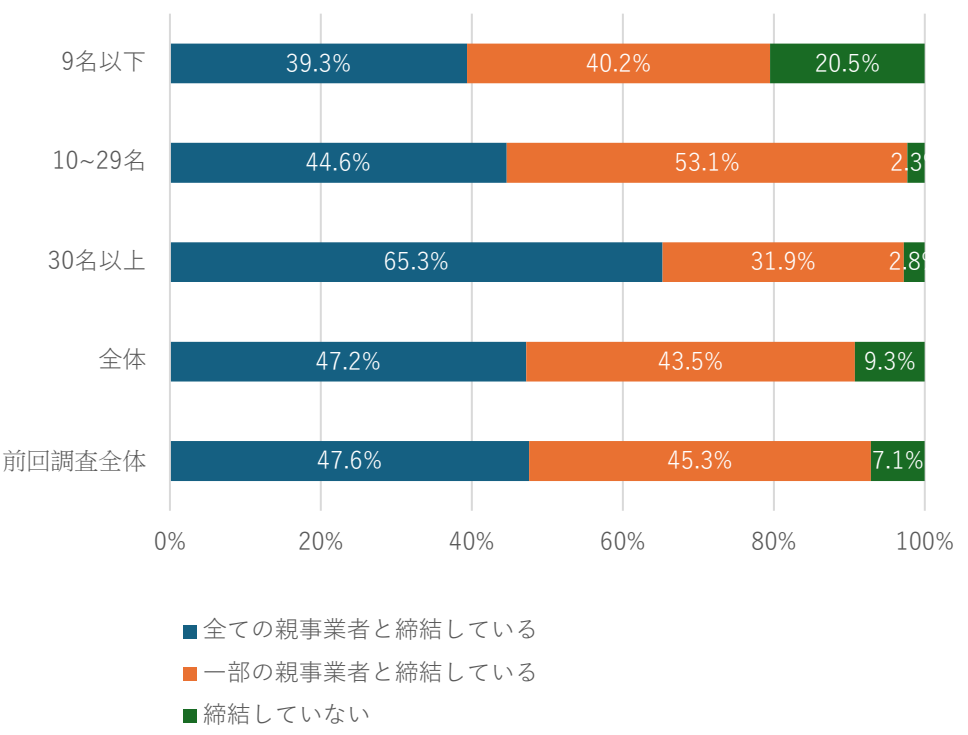
親事業者の発注方法

1. 親事業者との取引契約の締結

親事業者との取引契約の締結は、従業員規模が大きいほど「締結している」の割合が高くなっている。

親事業者との取引契約の締結

N=327

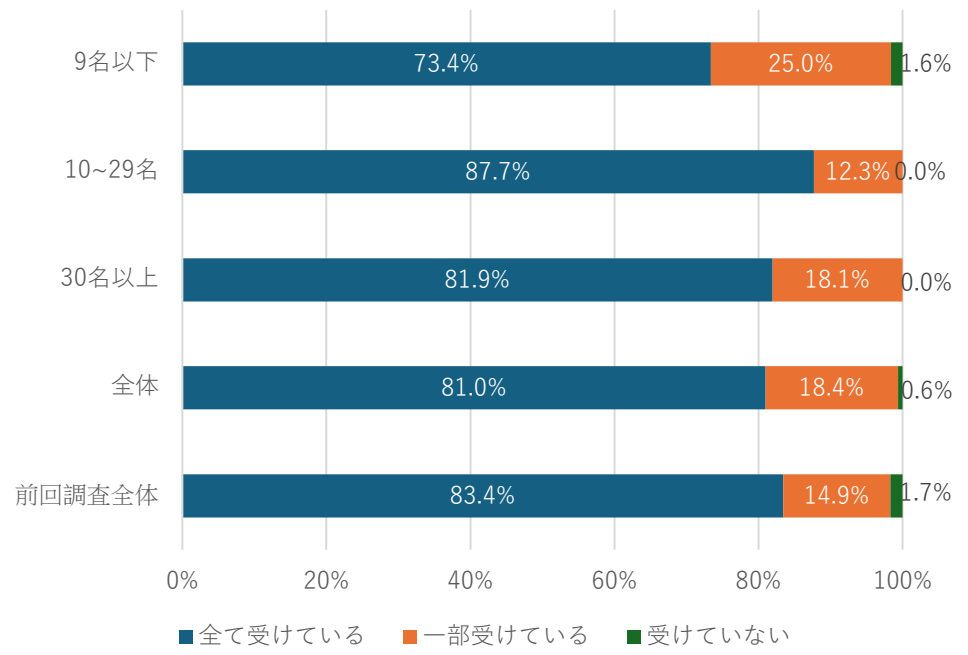


従業員規模 /取引契約の締結	回答企業(社)		
	全ての親事業者と 締結している	一部の親事業者と 締結している	締結していない
9名以下	48	49	25
10~29名	58	69	3
30名以上	47	23	2
全体	153	141	30
【参考】 前回調査時 全体	167	159	25

2. 注文書の交付

発注案件を受ける際の注文書の交付は、「受けている(「一部受けている」を含む)」の割合がほとんどを占める。

注文書の交付の有無



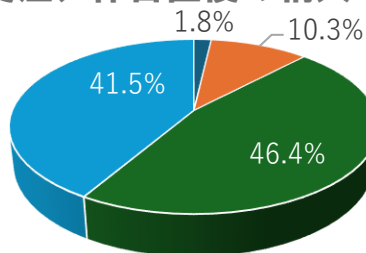
N=329

授業員規模 /注文書の交付	回答企業(社)		
	全て受けている	一部受けている	受けていない
9名以下	91	31	2
10~29名	114	16	0
30名以上	59	13	0
全体	264	60	2
【参考】 前回調査時 全体	297	53	6

3. 休日直後の納入

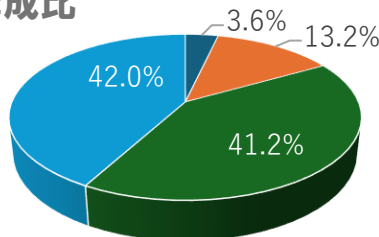
休日直前の受注、休日直後の納入については、「ない(ほとんどないを含む)」が87.9%と割合が高くなっているものの、「ある(時々あるを含む)」が12.1%あった。

休日直前の受注、休日直後の納入



■ よくある ■ 時々ある ■ ほとんどない ■ 全くない

前回調査時構成比



■ よくある ■ 時々ある ■ ほとんどない ■ 全くない

N=330

休日直後の納入	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回調査構成比
よくある	6	1.8%	3.6%
時々ある	34	10.3%	13.2%
ほとんどない	153	46.4%	41.2%
全くない	137	41.5%	42.0%

下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準(抜粋)

次のような方法で下請代金の額を定めることは、買ったときに該当するおそれがある。

5-7 短納期発注による買ったとき

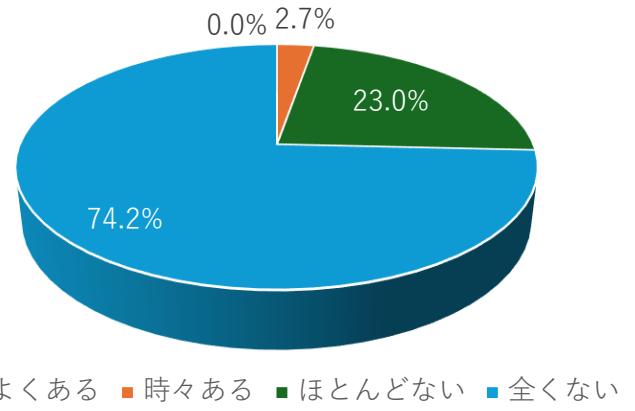
(1) 親事業者は、下請事業者との間で単価等の取引条件については年間取決めを行っているが、緊急に短い納期で発注する場合は別途単価を決めることとしていた。親事業者は、週末に発注し週明け納入を指示した。下請事業者は、深夜勤務、休日出勤により納期に間に合わせ、当該加工費用は人件費が相当部分を占めることから年間取決め単価に深夜・休日勤務相当額を上乗せした下請単価で見積書を提出した。しかし、親事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に、通常対価相当と認められる下請事業者の見積価格を大幅に下回る年間取決め単価で下請代金の額を定めた。

4. 翌朝の納入

終業時刻以降の受注、翌朝までの納入については、「ない(ほとんどないを含む)」が97.2%と割合が高くなっているものの、「時々ある」が2.7%となっている。

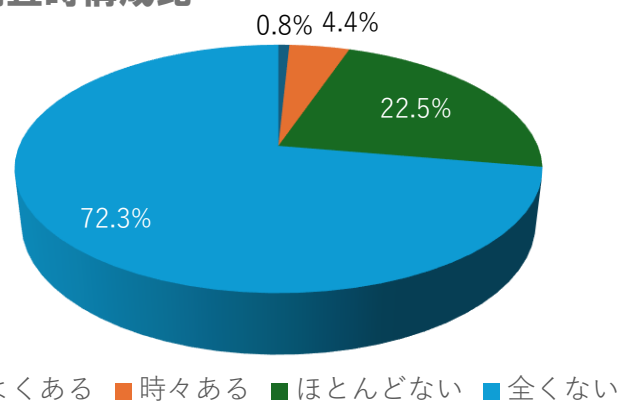
終業時刻以降の受注、翌朝の納入

N=330



翌朝の納入	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回調査構成比
よくある	0	0.0%	0.8%
時々ある	9	2.7%	4.4%
ほとんどない	76	23.0%	22.5%
全くない	245	74.2%	72.3%

前回調査時構成比



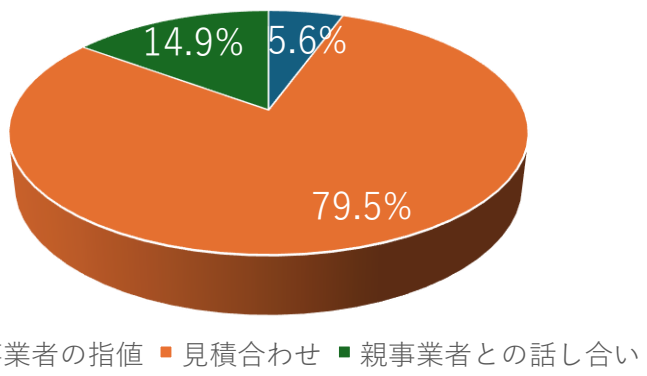
対価の決定、支払の方法等

1. 取引条件の決定方法

取引条件の決定方法は、「見積合わせ」が79.5%と最も高くなっているが、「親事業者の指値」が5.6%あった。

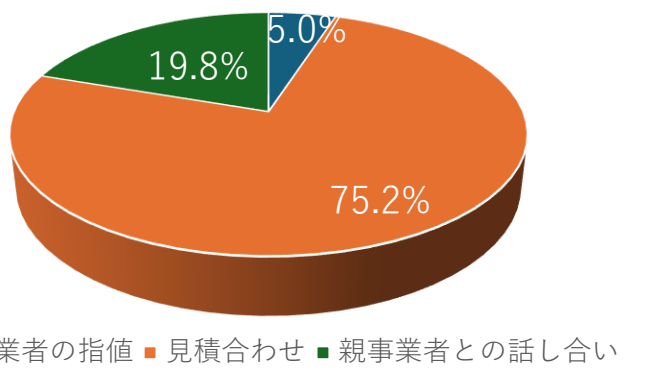
取引条件の決定方法

N=288



取引条件の決定方法	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回調査構成比
親事業者の指値	16	5.6%	5.0%
見積合わせ	229	79.5%	75.2%
親事業者との話し合い	43	14.9%	19.8%

前回調査時構成比

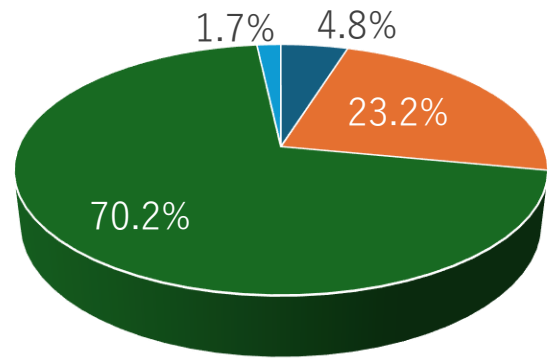


2. 納期と取引対価

納期と取引の対価については、「影響しない」が70.2%と最も高く、「短納期品は高い」「突発品は高い」が28.0%となっている。

納期と取引単価

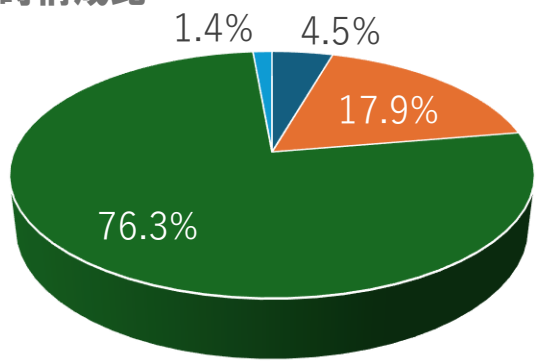
N=289



■ 短納期品は高い ■ 突発品は高い ■ 影響しない ■ その他

納期と取引単価	回答企業(社)	構成比	【参考】 前回調査構成比
短納期品は高い	14	4.8%	4.5%
突発品は高い	67	23.2%	17.9%
影響しない	203	70.2%	76.3%
その他	5	1.7%	1.4%

前回調査時構成比



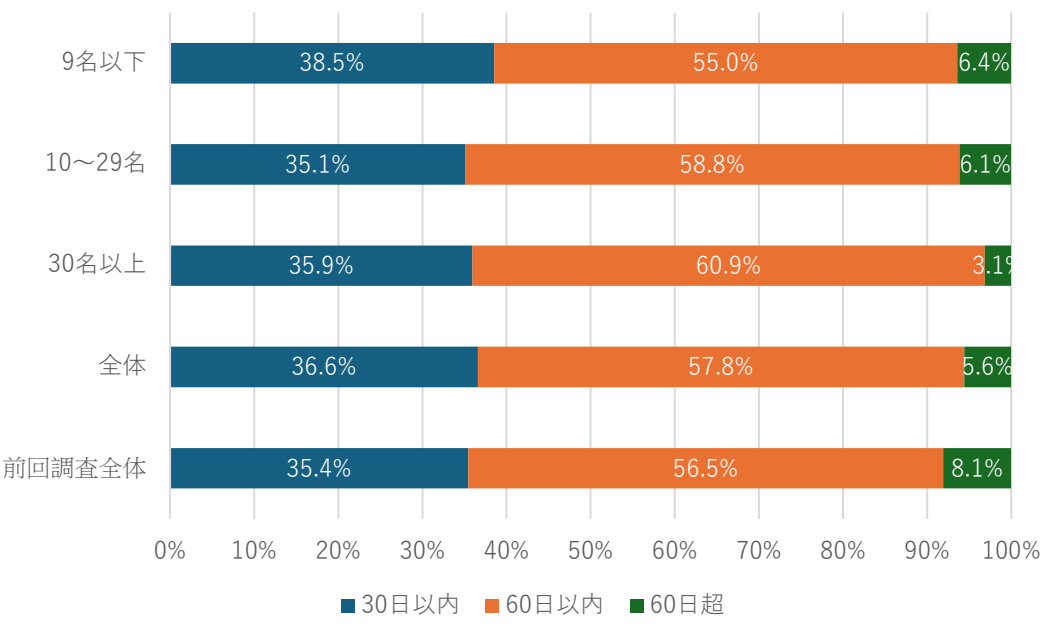
■ 短納期品は高い ■ 突発品は高い ■ 影響しない ■ その他

3. 代金支払いまでの期間

代金の支払い期間については、60日以内がほとんどではあるが、依然として「60日を超える」場合がある。「60日を超える」場合では90～180日の範囲で回答があった。

納入から代金支払いまでの期間

N=290



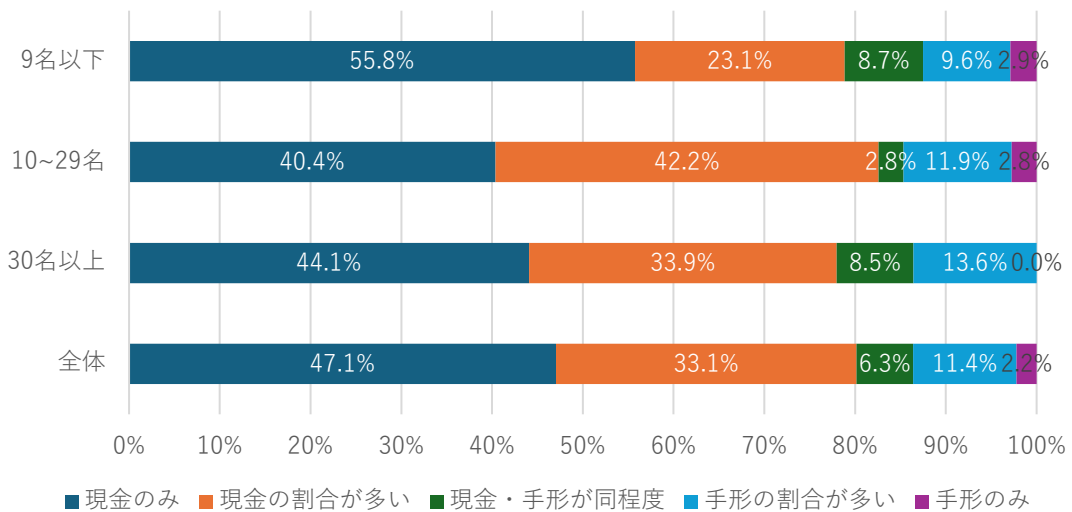
代金支払までの期間	30日以内	60日以内	60日超
9名以下	42	60	7
10～29名	40	67	7
30名以上	23	39	2
全体	105	166	16

下請代金支払遅延等防止法(抜粋)
 (下請代金の支払期日)
第二条の二 下請代金の支払期日は、親事業者が下請事業者の給付の内容について検査をするかどうかを問わず、親事業者が下請事業者の給付を受領した日(役務提供委託の場合は、下請事業者がその委託を受けた役務の提供をした日。次項において同じ。)から起算して、六十日の期間内において、かつ、できる限り短い期間内において、定められなければならない。

4. 代金の支払い方法

「手形の割合が多い」取引が、企業規模に関わらず未だ約10%あり、「手形のみ」の取引が従業員29名以下の企業で約2%ある。

代金の支払い方法



N=280 (現金：手形の回答を抽出)

代金支払の方法	現金のみ	現金の割合が多い	現金・手形が同程度	手形の割合が多い	手形のみ
9名以下	58	24	9	10	3
10~29名	44	46	3	13	3
30名以上	26	20	5	8	0
全体	128	90	17	31	6

その他の回答としてファクタリング、電債の利用があった。

代金の支払い手段について(抜粋)令和3年3月31日(中小企業庁長官、公正取引委員会事務総長)
 親事業者による下請代金の支払については、以下によるものとする。

1 下請代金の支払は、できる限り現金によるものとする。

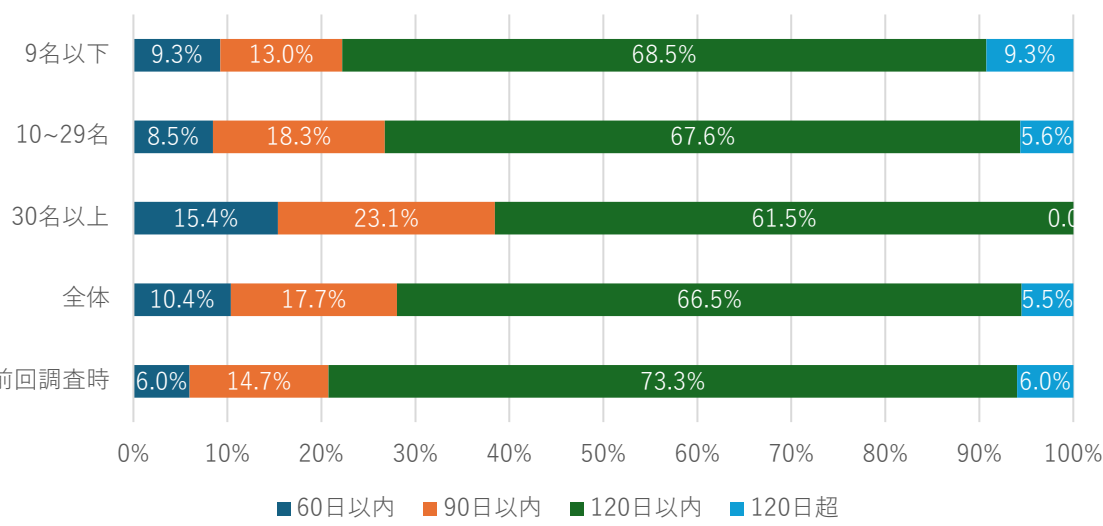
2 手形等により下請代金を支払う場合には、その現金化にかかる割引料等のコストについて、下請事業者の負担とすることのないよう、これを勘案した下請代金の額を親事業者と下請事業者で十分協議して決定すること。当該協議を行う際、親事業者と下請事業者の双方が、手形等の現金化にかかる割引料等のコストについて具体的に検討できるように、親事業者は、支払期日に現金により支払う場合の下請代金の額並びに支払期日に手形等により支払う場合の下請代金の額及び当該手形等の現金化にかかる割引料等のコストを示すこと。

5. 手形のサイト

手形のサイトについて、依然として120日超が全体で5.5%あった。
120日を超える場合は、123~180日の範囲で回答があった。

手形のサイト

N=165



手形のサイト	60日以内	90日以内	120日以内	120日超
9名以下	5	7	37	5
10~29名	6	13	48	4
30名以上	6	9	24	0
全体	17	29	109	9
【参考】 前回調査時 全体	13	32	159	13

代金の支払い手段について(抜粋)令和3年3月31日(中小企業庁長官、公正取引委員会事務総長)

親事業者による下請代金の支払については、以下によるものとする。

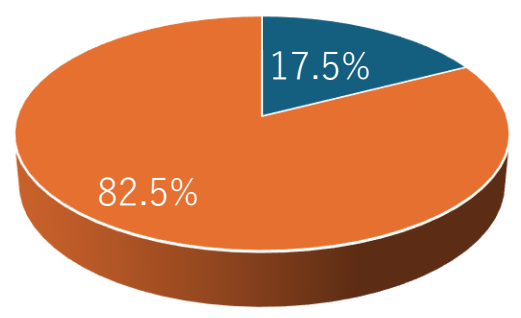
3 下請代金の支払に係る手形等のサイトについては、60日以内とすること。

下請取引の停止及びトラブル

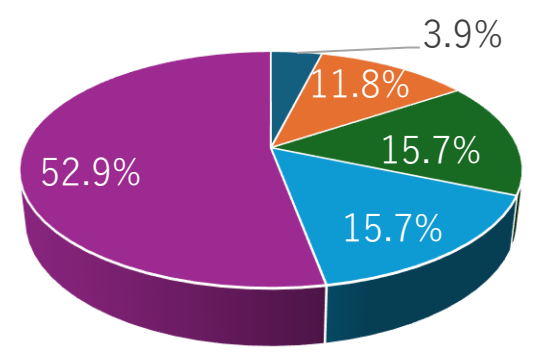
1. 取引の停止

最近1年間において「取引停止」、「大幅に取引が減少した」企業は17.5%あり、うち52.9%は「予告はなかった」。

取引の停止



■ あった ■ 「取引停止」等はない



■ 1週間以内 ■ 1ヶ月以内 ■ 3ヶ月以内
■ 3ヶ月超 ■ 予告はなかった

N=286

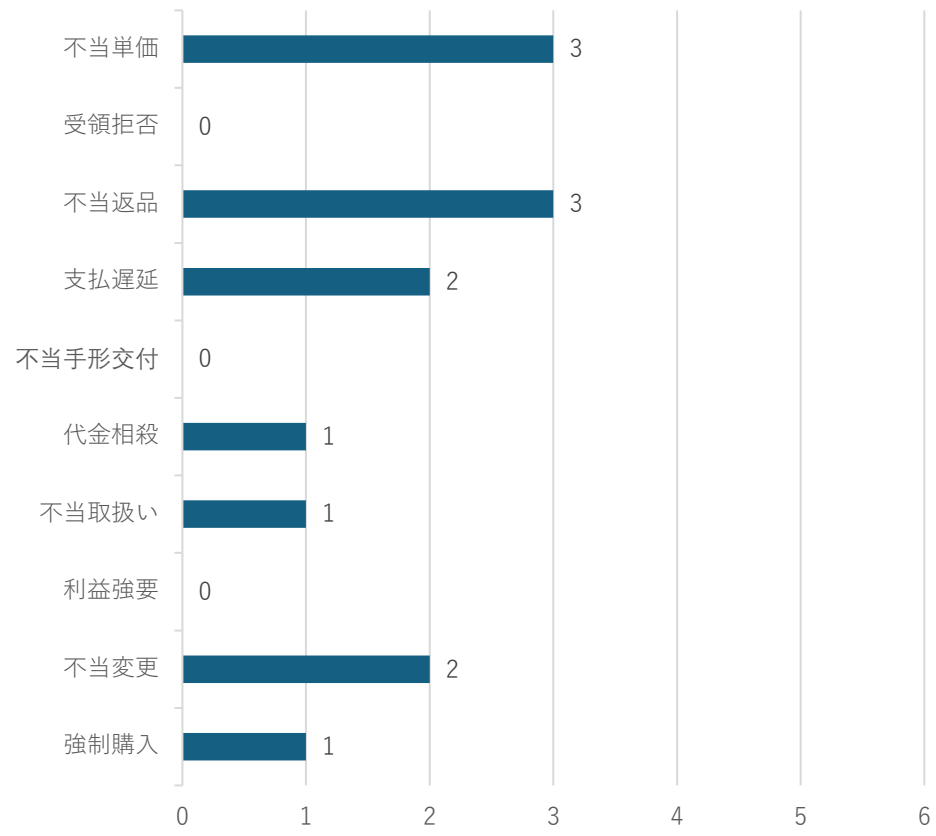
最近1年間の取引停止	回答企業(社)	構成比
あった	50	17.5%
「取引停止」等はない	236	82.5%

発注停止までの期間	回答企業(社)	構成比
1週間以内	2	3.9%
1ヶ月以内	6	11.8%
3ヶ月以内	8	15.7%
3ヶ月超	8	15.7%
予告はなかった	27	52.9%

2. 親事業者とのトラブル

最近1年間における親事業者とのトラブルについては、23社が「あり」と回答しており、その内訳は「不当単価」、「不当返品」が多かった。

親事業者とのトラブル



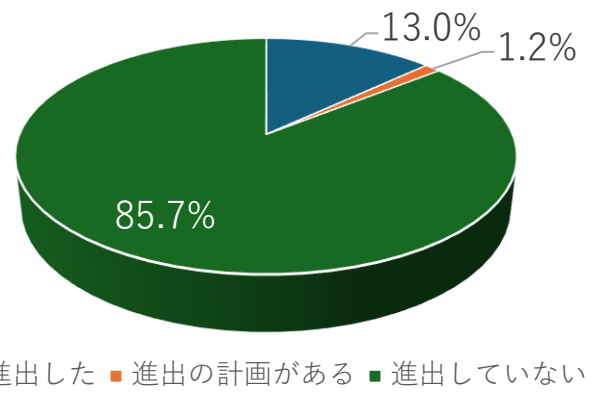
親事業者とのトラブル	回答企業(社)	前回調査回答企業(社)
不当単価	3	5
受領拒否	0	1
不当返品	3	1
支払遅延	2	5
不当手形交付	0	0
代金相殺	1	1
不当取扱い	1	0
利益強要	0	1
不当変更	2	0
強制購入	1	0

その他

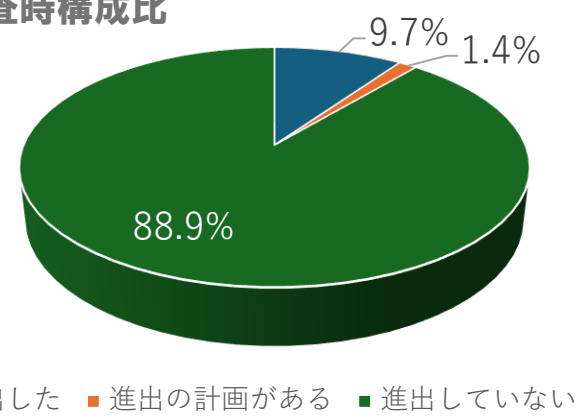
1-1. 海外進出状況（親事業者）

親事業者の過去2年間の海外進出状況については、「進出した」が13.0%となっている。

海外進出状況



前回調査時構成比



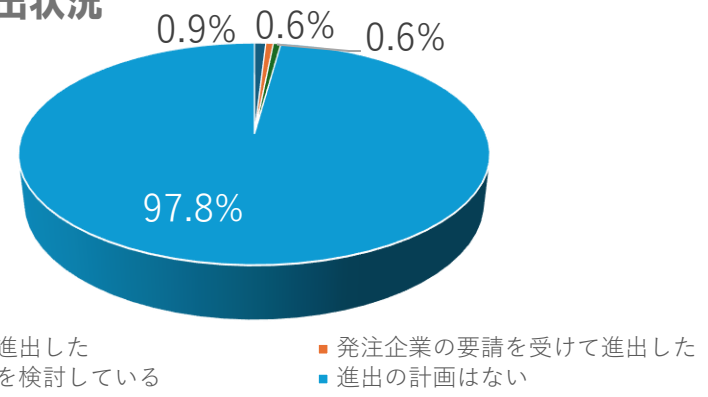
N=322

海外進出状況	回答企業(社)	構成比	前回調査	【参考】 前回調査 構成比
進出した	42	13.0%	35	9.7%
進出の計画がある	4	1.2%	5	1.4%
進出していない	276	85.7%	320	88.9%

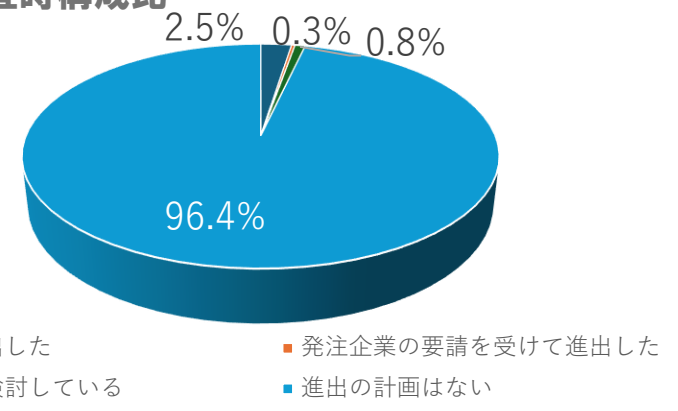
1-2. 海外進出状況（回答企業）

回答企業の海外進出状況については、「進出の計画はない」が97.8%となっている。

海外進出状況



前回調査時構成比



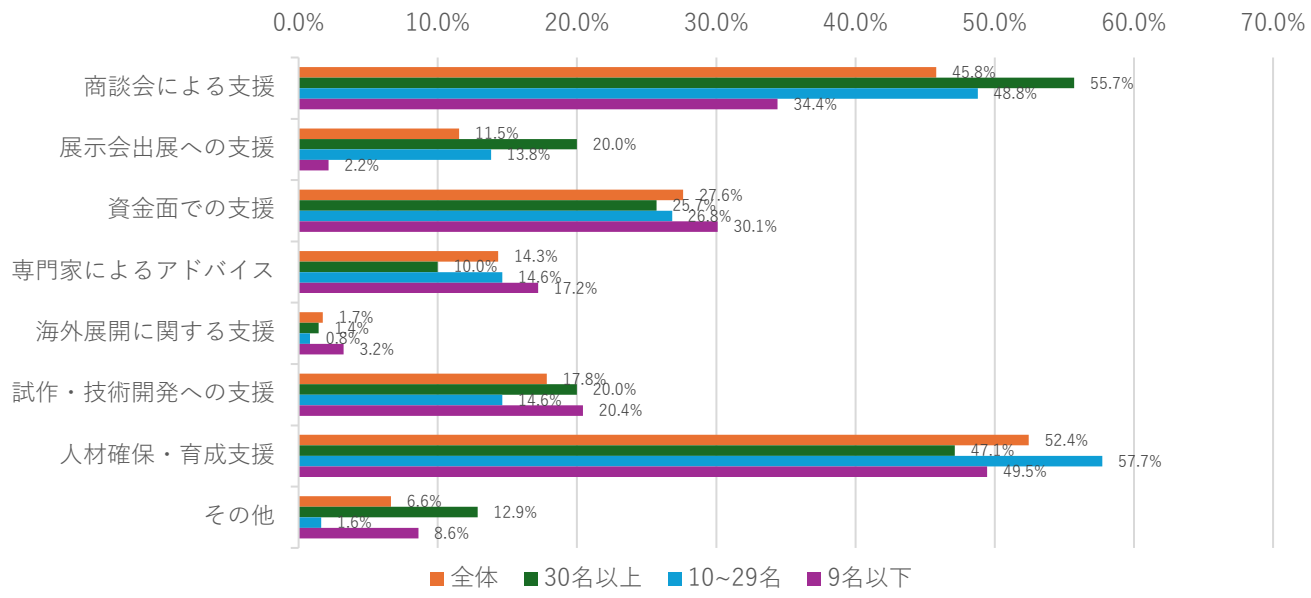
N=324

海外進出計画	回答企業 (社)	構成比	前回調査	【参考】 前回調査 構成比
自ら進出した	3	0.9%	9	2.5%
発注企業の要請を受けて進出した	2	0.6%	1	0.3%
進出を検討している	2	0.6%	3	0.8%
進出の計画はない	317	97.8%	350	96.4%

2. 現在必要としている支援

現在必要としている支援は、「人材確保・育成支援」が全体のうち52.4%と最も多く、次いで「商談会による支援」が45.8%、「資金面での支援」が27.6%の順となっている。
 「資金面での支援」は従業員9名以下の企業で強く必要とされている。

現在必要としている支援
 複数回答

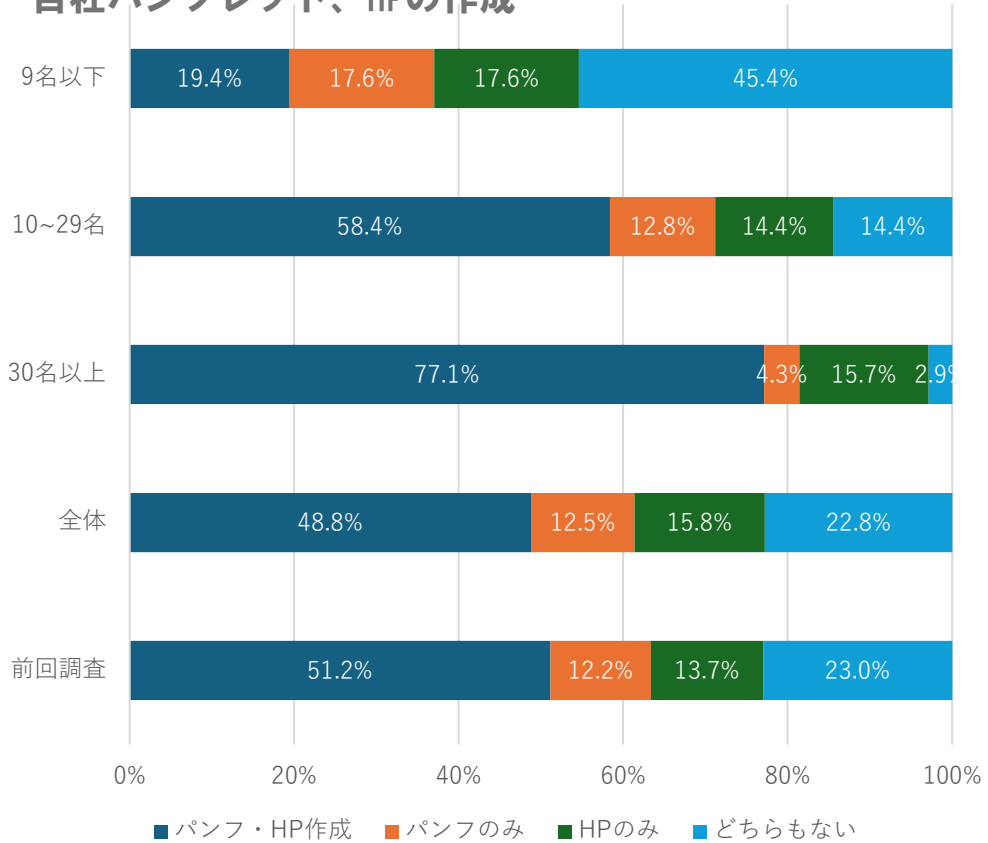


現在必要としている支援	商談会による支援	展示会出展への支援	資金面での支援	専門家によるアドバイス	海外展開に関する支援	試作・技術開発への支援	人材確保・育成支援	その他	回答企業数
9名以下	32	2	28	16	3	19	46	8	93
10~29名	60	17	33	18	1	18	71	2	123
30名以上	39	14	18	7	1	14	33	9	70
全体	131	33	79	41	5	51	150	19	286

3. パンフレット、HPの作成（従業員規模別）

自社のパンフレットやホームページの作成は、従業員規模が大きくなるほど、作成している割合が高くなっていく。また、9名以下の企業で「どちらもない」の割合が高くなっている。

自社パンフレット、HPの作成



N=307

作成状況	パンフ・HP作成	パンフのみ作成	HPのみ作成	どちらもない
9名以下	21	19	19	49
10~29名	73	16	18	18
30名以上	54	3	11	2
全体	148	38	48	69
【参考】 前回調査時 全体	176	42	47	79