

# 適正取引の推進と生産性・付加価値向上に 向けた自主行動計画

一般社団法人 日本自動車工業会

2017年3月16日策定  
2025年1月29日改訂

- 日本の自動車産業は幅広い裾野を持ち、数多くの取引先に支えられて成り立つ産業である。100年に一度の大変革期に入り、今後も持続的な成長を続けていくためには、電動化や低炭素化等を推進しながら、競争力強化を図り、自動車メーカーと取引先が一体となった相互理解と信頼構築を基盤に、生産性・付加価値を高めて、サプライチェーン全体で継続的かつ計画的な改善活動に取り組むことが不可欠である。
- 競争力強化の活動は、グローバルでの競争が激化している中で、生産量を確保していく上での不断の取り組みが不可欠であり、その中で取引先自身も競争力を高め、仕事量を確保し、見通しが安定するという長期的な利益に繋がるものである。  
自動車メーカーと取引先は、実際の取引や競争力強化の活動に際し、「共存共栄」の精神のもと、相互の課題・困り事等を共有し、双方で協議を重ねて、投資・事業継続・雇用・賃上げ促進といった課題に共に取り組むことが重要である。また、そうした取り組みに際しては、自動車メーカーと取引先が、法令等の遵守を大前提として適正取引を強力に推進し、サプライチェーン全体で健全な取引環境を構築する事が、全ての土台となる。
- このような状況認識のもと、日本自動車工業会(以下、自工会)は、適正取引にかかる関係法令および政府方針(※下記)を踏まえ、親事業者及び取引先双方の「適正取引」や「付加価値向上」につながる望ましい取引慣行を普及・定着させるべく、価格決定方法/型の保管ルール/支払方法などの諸課題の改善に向けた「適正取引推進宣言」及び「適正取引の推進と生産性・付加価値の向上に向けた自主行動計画」(以下、自主行動計画)をここに示す。  
【※独占禁止法、下請代金支払遅延等防止法/同運用基準、下請中小企業振興法/同振興基準、中小企業庁・公正取引委員会通達「手形等のサイトの短縮への対応について」、経済産業省「未来志向型の取引慣行に向けて」「自動車産業適正取引ガイドライン」(以下、自動車ガイドライン)、内閣官房・公正取引委員会「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」等】
- 自工会および会員各自動車メーカーは、この自主行動計画の確実な実行と遵守状況の定期的なフォローアップに率先して取り組み、サプライチェーン全体への適正取引の浸透に、リーダーシップを発揮していく。生産性向上・競争力強化を取引先と共に進めるにあたっては、日本自動車部品工業会(以下、部工会)ほか自動車関連団体とも協力しつつ、取引先の経営力強化、後継者育成について積極的に支援を企画、実施していく。
- こうした付加価値向上や適正取引推進の取り組みを通じ、日本の自動車産業、ひいてはものづくり産業全体の競争力の強化に繋がるよう貢献していく。

## 適正取引推進宣言

日本自動車工業会は、「自動車産業適正取引ガイドライン」に掲げる以下五つの原則を、調達活動の基本方針として遵守することをここに宣言する。自工会会員会社は、この原則を経営戦略の基本に据え、様々な手段を通じて対外的にも明らかにし、サプライチェーン全体に浸透を図るものである。

第一に、開かれた公正・公平な取引の原則である。取引先の選定にあたっては、国籍や企業規模等にとらわれず、広く機会を与えて、公正かつ透明な対応に努める。

第二に、取引先と一体となった競争力強化の原則である。取引先を競争力強化のためのパートナーとして位置付け、イコール・パートナーシップの考え方のもと、調達担当者だけでなく、開発担当者や生産技術担当者も広く関与した上で、新製品の共同開発やコスト低減活動、情報化等の支援を一体となって行う。

第三に、取引先との共存共栄の原則である。主要な部品・素材を調達している取引先の経営が傾けば、完成品の品質やコスト等に直結することを認識し、特に、主要な中小取引先については、必要に応じて経営指導等を行う。

なお、この場合の経営指導等は、中小取引先の経営改善を目的とするもので一方的な押し付け等を行わない。

第四に、原価低減活動等における課題・目標の共有と成果シェアの原則である。新製品の開発や原価低減の活動は、事後において一方的な値引き要求を行うものではなく、取引先と課題や目標を共有した上で、新製品の開発や材料の変更等が達成される以前の段階における事前の共同作業として位置づけ、達成された成果物やコスト削減の成果は、貢献の度合い等に応じて取引先との間で適切にシェアするものとする。

第五に、相互信頼に基づく双方向コミュニケーションの確保の原則である。新製品の共同開発や原価低減活動を行うにあたっては、取引先との間で、課題や目標を共有するために必要な情報を可能な限り開示し合うとともに、あらかじめ十分な相互協議を行い、相互に納得した上で作業を進めることを心がける。

## I. 重点課題に対する取組

### 1. 合理的な価格決定

競争力の維持・強化に向けて、引き続き取引先と自動車メーカーの双方で不断の競争力強化の活動を重ねることが必要不可欠であり、その上で取引先との価格決定に当たっては、運用基準、振興基準及び自動車ガイドライン、労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針、下請取引適正化推進講習会テキスト(Q&A)等を踏まえ、取引数量、納期、品質、環境対応等の条件や材料費、労務費の変動等を考慮し、取引先と十分に協議を行うべく、以下を遵守する。

#### ■実施事項

- 1) 取引対価の協議を行う際は、振興基準に記載された望ましくない4事例[第4-1-(1)]を行わないようにする。また、取引先との協議・交渉等においては威圧的な言動・態度とならないよう注意を払う。  
〔取引対価の協議に関する望ましくない事例（振興基準より抜粋）〕
  - ① 目標価格又は価格帯のみを提示して、それと辻褃の合う内容の見積り又は提案を要請すること。
  - ② 過度に詳細な見積りを要請し、それを下請事業者が十分に作成できないことを理由として、協議を拒むこと。
  - ③ もともと転注するつもりがないにもかかわらず、競合する他の事業者への転注を示唆して殊更に危機感を与えることにより、事実上、協議をすることなく、親事業者が意図する取引対価を下請事業者に押し付けること。
  - ④ 競合する他の事業者が取引対価の見直しの要請をしていないこと、親事業者の納入先が取引対価の見直しを認めないこと等を理由として、協議を拒むこと。
- 2) 原価低減要請を行う際は、振興基準に記載された望ましくない3事例[第4-1-(7)]を行わないようにし、根拠を明確にした上で、取引先と十分協議を行う。  
〔原価低減要請に関する望ましくない事例（振興基準より抜粋）〕
  - ① 具体的な根拠を明確化せず、又は目標数値のみを提示して、原価低減要請を行うこと。
  - ② 原価低減要請に応じることが発注継続の前提であることを示唆して、事実上、原価低減を押し付けること。
  - ③ 口頭で削減幅等を示唆した上で、下請事業者から見積書の提出を求めること等、書面等の記録を残さずに原価低減要請を行うこと。
- 3) 原価低減活動の効果を十分に確認して取引対価に反映する。また、取引先の努力によるコスト削減効果を一方的に対価へ反映することなく、取引先の貢献寄与度を考慮して、相手の利益を不当に損なわないようにする。
- 4) 原材料費・エネルギー費、労務費、環境対応コストなどの状況を加味し、「価格交渉促進月間」などの機会を捉えて取引先と取引対価について明示的に協議(最低年1回)を行う。また、期中においても、価格変更を柔軟に行うものとする。
- 5) 原材料費・エネルギーコストについては、取引先と十分に協議の上で合意した適切なコスト増加分の全額転嫁を目指すこととする。
- 6) 労務費の転嫁に際しては「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の

「事業者が採るべき行動/求められる行動」に則り、「価格交渉の申込み様式」を活用する等取引先と十分に協議の上、適切に価格に転嫁する。

- 7) 物流費については、荷主の立場で適正な運賃水準を十分に協議する。
- 8) 調達担当部署とは異なる第三者的立場の相談窓口を設置し、窓口情報を取引先へ通知する等、申告しやすい環境を整備する。

## 2. 型取引の適正化

自動車産業においては、量産部品のみならず、アフターマーケットでのお客様ニーズに基づいて補給部品の供給を行っている。自動車メーカーは、旧型補給部品の生産制度をもとに、旧型補給部品の集約、型の廃棄、量産終了情報の取引先への提供等を行っているところであるが、一方で依然として型保管に関して負担になっているという中小企業からの声があるのも事実である。運用基準、振興基準、自動車ガイドライン及び「型取引の適正化推進協議会報告書」（以下、型報告書）を踏まえた取り組みの着実な実行を通して、量産から補給までのトータルでの競争力を確保し、型取引の適正化に向けて、以下を実施する。

### ■実施事項

型報告書を踏まえた取り組みの着実な実行、特に、以下1)～3)について、ルール・マニュアル等の整備や取引先への周知を図るなど、運用の徹底に取り組む。

#### 1) 取り決め事項の書面化

- ・部品の取引に際しては協議のうえ型の保管や廃棄といった取り扱いを決定し、決定内容を書面化<sup>\*</sup>する。

※型報告書付属資料「型の取扱いに関する覚書」、および中小企業庁「知的財産取引に関するガイドライン・契約書のひな型」などを参考に、取引実態に合った様式となるよう協議を行う。

#### 2) 型製作相当費の支払方法及び支払時期

- ・支払方法及び支払期日を事前に協議して定め、資金繰りの課題を抱えている取引先から一括払いや前払いなどの要望がある場合、可能な限り速やかに支払うよう努める。

#### 3) 量産終了後の型保管に要する費用の支払い

- ・自社に型の所有権があり、長期間発注を行わず、取引先にその型を保管いただく場合には、保管に要する費用を支払う。
- ・取引先に型の所有権がある場合においても、事実上自社の指示に基づき、取引先が型を保管する場合は、保管に要する費用を支払う。(汎用品の型など、取引先に所有権があり、型の管理について自由に判断できる場合は除く)

#### 4) 不要な型の廃棄・返却の推進と必要な費用の支払い

- ・量産期間から補給期間への移行時の連絡や、廃止品番の通知などを定期的(最低年1回)に行う。
- ・取引先の型の廃棄・保管に関する課題解消に向けた協議を積極的に行うとともに、量産終了から一定年数(15年を目安/部品(材質)・車種の特性を加味)を経過した場合は、型の廃棄を前提に協議を行う。
- ・親事業者の事情により保管を求めている場合や、型の廃棄に伴い残置生産の指示を行う場合には、必要な費用(部品代金、部品の保管費用等)を負担する。
- ・取引先から廃棄の可否について確認がある場合は、速やかに判断し、書面で通知する。

(部品取引の場合は廃止品番通知を以てこれに代える)

- ・補給部品の種類(部品品番数)の増加抑制及び削減に努める。

### 3. 下請代金支払の適正化

取引価格のみならず、支払方法も取引先の事業活動に大きな影響を与えることを認識し、支払方法について、今般の振興基準や関連通達の改正及び自動車ガイドラインを踏まえ下請事業者と十分に協議し、下請事業者の資金繰りに配慮したものとすよう下請代金支払方法の改善を進める。サプライチェーン全体への浸透のため、下請法対象外の取引についても支払手段の改善に努めること。

#### ■実施事項

- 1) 中小企業庁・公正取引委員会通達「手形等のサイトの短縮への対応について(2024. 4. 30)」に沿って、代金の支払をできる限り現金化すること、「手形」「電子記録債権」「ファクタリング等の一括決済方式」の支払いサイトは60日以内とすること、前払比率、期中払比率をできる限り高めるなど支払条件の改善に努めること。
- 2) 政府方針を踏まえ約束手形利用廃止を2026年までに実現すべく、各社にて取り組みを推進する。
- 3) 年次のフォローアップ調査等で上記の取り組み状況を確認し、遅滞なく推進する。

### 4. 知的財産・ノウハウの保護

取引先の知的財産・ノウハウの保護に向け、以下の通り十分配慮する。

#### ■実施事項

- 1) 知的財産・ノウハウの取扱いに関して振興基準を踏まえ取引先と十分に協議し、中小企業庁「知的財産取引に関するガイドライン・契約書のひな型」等も適宜用いて、秘密保持契約等にて書面化・明確化するよう努める。また、二次利用等の許諾やその対価支払について、取り決め内容に従って着実に履行する。
- 2) 取引先の知的財産・ノウハウが流出・漏洩することの無いよう厳正に管理する。
- 3) 型の図面やデータを親事業者が利用する場合は対価を支払う。
- 4) 製造委託の目的物とされていないもの(技術データ等)を取引先の意向に沿わない形で提供させないことを徹底する。

### 5. 働き方改革に伴うしわ寄せ防止

自社の働き方改革により取引先へ影響を及ぼさないよう、以下の通り十分配慮する。

#### ■実施事項

自社の働き方改革が及ぼす取引先への影響(長時間労働等)に配慮しつつ、取り組みを阻害し、不利益となるような取引や要請は行わないように努める。また、やむを得ず短納期又は追加の発注、急な仕様変更などを行った場合には、取引先に発生する増加コストを負担するよう努める。

## Ⅱ. 親事業者の義務・禁止行為の遵守

(下請代金支払遅延等防止法及び同法運用基準より抜粋)

親事業者には、書面の交付義務(第3条)、支払期日を定める義務(第2条の2)、書類の作成・保存義務(第5条)、遅延利息の支払義務(第4条の2)の4つの義務と次の11項目の禁止事項が課せられており、たとえ下請事業者の了解を得ていても、また、親事業者に違法性の意識がなくても、これらの規定に触れるときには、下請法に違反することになるので十分注意すること。

### 1. 受領拒否の禁止(第4条第1項第1号)

親事業者が下請事業者に対して委託した給付の目的物について、下請事業者が納入してきた場合、親事業者は下請事業者に責任がないのに受領を拒むと下請法違反となります。

### 2. 下請代金の支払遅延の禁止(第4条第1項第2号)

親事業者は物品等を受領した日(役務提供委託の場合は、役務が提供された日)から起算して60日以内に定めた支払期日までに下請代金を全額支払わないと下請法違反となります。

### 3. 下請代金の減額(第4条第1項第3号)

親事業者は発注時に決定した下請代金を「下請事業者の責に帰すべき理由」がないにもかかわらず発注後に減額すると下請法違反となります。

### 4. 返品禁止(第4条第1項第4号)

親事業者は下請事業者から納入された物品等を受領した後に、その物品等に瑕疵があるなど明らかに下請事業者に責任がある場合において、受領後速やかに不良品を返品するのは問題ありませんが、それ以外の場合に受領後に返品すると下請法違反となります。

### 5. 買ったたきの禁止(第4条第1項第5号)

親事業者が発注に際して下請代金の額を決定するときに、発注した内容と同種又は類似の給付の内容(又は役務の提供)に対して通常支払われる対価に比べて著しく低い額を不当に定めることは「買ったたき」として下請法違反になります。

#### 【下請法運用基準より抜粋】

次の額を「通常支払われる対価に比し著しく低い下請代金の額」として取り扱う。

ア 従前の給付に係る単価で計算された対価に比し著しく低い下請代金の額

イ 当該給付に係る主なコスト(労務費、原材料価格、エネルギーコスト等)の著しい上昇を、例えば、最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率などの経済の実態が反映されていると考えられる公表資料から把握することができる場合において、据え置かれた下請代金の額

### 6. 購入・利用強制の禁止(第4条第1項第6号)

親事業者が、下請事業者に注文した給付の内容を維持するためなどの正当な理由がないのに、親事業者の指定する製品(自社製品を含む)・原材料等を強制的に下請事業者を購入させたり、サービス等を強制的に下請事業者を利用して対価を支払わせたりすると購入・利用強制となり、下請法違反となります。

### 7. 報復措置の禁止(第4条第1項第7号)

親事業者が、下請事業者が親事業者の下請法違反行為を公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由として、その下請事業者に対して取引数量を減じたり、取引を停止したり、その他不利益な取扱いをすると下請法違反となります。

#### 8. 有償支給原材料等の対価の早期決済の禁止(第4条第2項第1号)

親事業者が下請事業者の給付に必要な半製品、部品、付属品又は原材料を有償で支給している場合に、下請事業者の責任に帰すべき理由がないのにこの有償支給原材料等を用いて製造又は修理した物品の下請代金の支払期日より早い時期に当該原材料等の対価を下請事業者に支払わせたり下請代金から控除(相殺)したりすると下請法違反となります。

#### 9. 割引困難な手形の交付の禁止(第4条第2項第2号)

親事業者は下請事業者に対し下請代金を手形で支払う場合、支払期日までに一般の金融機関で割引くことが困難な手形を交付すると下請法違反となります。

#### 10. 不当な経済上の利益の提供要請の禁止(第4条第2項第3号)

親事業者が、下請事業者に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させることにより、下請事業者の利益を不当に害すると下請法違反となります。

#### 11. 不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止(第4条第2項第4号)

親事業者が下請事業者に責任がないのに、発注の取消若しくは発注内容の変更を行い、又は受領後にやり直しをさせることにより、下請事業者の利益を不当に害すると下請法違反となります。

### Ⅲ. 自動車産業適正取引ガイドラインの遵守

下請取引適正化の推進のため経済産業省が策定した自動車ガイドラインで掲げられている、問題視されやすい行為について、会員会社は取引先と十分に協議し、公正な取引を実行するよう取り組む。

#### ■実施事項

- 1) 先の5つの重点課題以外で、問題視されやすい以下の行為についても、取引先と十分に協議して対応する。〔①配送費用の負担、②自社努力の適正評価、③取引条件の変更、④受領拒否・検収遅延、⑤補給品の価格決め〕
- 2) 発注内容が曖昧な契約とならないよう取引先と十分に協議を行った上で、振興基準に記載された契約条件の明示と書面等(電磁的記録を含む)の交付を徹底するよう努める。
- 3) 経済上の利益提供を要請する場合は、取引先の利益を不当に害することのないよう徹底し、提供の条件等を書面で合意をする。
- 4) 発注予定数量を取引先に内示後、実際の発注数量に大きな乖離が生じた場合、取引先より要請があったときは十分に協議を行い、余剰在庫及び残材の買取り、他の諸経費の増加分を支払う等の措置を講ずる。
- 5) また、生産に必要なリードタイムを十分に考慮した発注を行うよう努める。

### Ⅳ. 取引先支援活動の推進

自動車メーカーは、裾野の広いサプライチェーンの技術力、品質、価格競争力等に支えられており、取引先との適正な取引条件の下で信頼関係を築き、共存共栄関係を長期的に維持していくことが、自らの競争力の強化に繋がるとの認識のもと、サプライチェーン全体での生産性の向上や、製品の品質等の改善に努める取引先の事業活動を積極的にサポートする。取引先を通じてティア2以降から事業活動のサポート要請があった場合は、取引先と協力してサポートするほか、以下の活動も行う。

#### ■実施事項

- 1) 生産性の向上に関する課題の解決に向けて、会員会社は取引先との面談、事業所や工場の訪問、研究会の開催に努め、サプライチェーンのニーズに基づく形で、現場改善や人財育成などの課題の解決に協力する。
- 2) サプライチェーン全体の機能維持のために、必要に応じて、取引先の事業承継が円滑に遂行されるよう、支援する。
- 3) 部工会、地方自治体・商工会議所等のセミナーや商談会等に参加し、意欲的で改善マインドの高い有望な事業者を発掘、支援する。
- 4) 取引先と連携して事業継続計画(BCP)の策定に努めるとともに、自然災害、サイバー攻撃、感染症、国際情勢の変化により事業に影響が生じた際は、人命第一、地域復旧を優先しながら取引先の被害状況を確認し、取引上、一方的な負担を押し付けることがないよう十分に留意する。また、影響を受けた取引先には、その復旧を支援するとともに、取引関係の継続、優先的な発注に配慮するよう努める。
- 5) 取引先の要請に応じて情報化支援策の支援・協力を行い、サプライチェーン全体の効率性向上に努める。取引先に対し電子受発注等を行う場合は、効果やコスト負担等の説明を十分に行う。
- 6) 脱炭素をはじめとする環境対応や事業転換に向けては、取引先の困りごとや不安に丁寧に耳を傾け、政府の支援も得ながら共に取り組みを進めていく。

## V. 教育・人財育成の推進

会員会社は下請取引適正化の継続・強化のため、関係法令等の周知・徹底に向け以下の活動に取り組む。

#### ■実施事項

- 1) 関係法令や自社のパートナーシップ構築宣言等を踏まえて自主点検を行い、その結果を基に社内ルールやマニュアルの整備・見直しを行う。
- 2) 現地現物等の社内教育を通じて人財育成を図り、取引先と関わる役員から担当社員の意識向上と取り組みの周知徹底を図り、連結子会社等にも展開する。

## VI. 普及啓発活動の推進

サプライチェーン全体への適正取引の周知、浸透に向けて、会員会社ならびに関係業界と連携した以下の活動に取り組む。

#### ■実施事項

- 1) 会員会社の取組
  - ① サプライチェーン全体に適正取引を浸透させるため、ティア1に対し、説明会等を通じて適正な価格改定のあり方や、補給部品生産制度等について周知徹底を図るとともに、ティア2以降への展開を働きかける。
  - ② 「パートナーシップ構築宣言」の実施および宣言内容の着実な履行、取引先への

周知に努める。また、宣言ひな形の改定や事業環境の変化などを踏まえて見直しを行うように努める。

## 2) 自工会の取組

- ①部工会等と共に、経済産業省の「自動車取引適正化研究会」にて、諸課題や自動車ガイドライン改正の議論に参画する。
- ②型取引及び付加価値向上に係るベストプラクティスを収集し、経済産業省、部工会、素形材団体等と共有、周知する。
- ③下請法・自動車ガイドラインセミナーの開催について、経済産業省および部工会と連携のうえ、サプライチェーン全体の理解促進に資するよう工夫を行い、適正取引の浸透を図っていく。

## VII. 定期的なフォローアップ、PDCA の実行

適正取引の推進には、自主行動計画に掲げた精神や行動規範を、自工会活動及び会員会社の調達に定着させることが重要である。そのため、自工会は中小企業庁／経済産業省が定める業種横断的なフォローアップの指針を踏まえ、自主行動計画の実施状況を定期的にフォローアップし、PDCA サイクルにより会員会社の調達を改善していく。

### ■実施事項

- 1) 自主行動計画に掲げた事項が確実に実行され浸透するよう、定期的なフォローアップを実施する。
- 2) 会員会社へのフォローアップ調査結果に基づき、PDCA サイクルを回して、会員会社の調達の改善活動を不断に実施する。特に進捗が十分でなかった項目については、早期に改善を進める。

○用語使用について（以下の考え方で使い分けている）

- ・本資料の実施主体を「自工会」、個社が取り組む内容は「会員会社」とし、相手先を「取引先」(=仕入先)と記載する。
- ・但し、一般論として言う場合は、「自動車メーカー」、「サプライヤー」で使用した。
- ・サプライチェーン全体に展開する場合において、会員会社はティア1にお願いし、「ティア2以降にも展開」とした。

以上