

# 下請振興法の「振興基準」とは？

- 親事業者と下請事業者の、望ましい取引関係を定めています。
- 下請法とは異なり、資本金が自己より小さい中小企業者に対して製造委託等を行う幅広い取引が対象となります。



## ■ 主な内容

### 1. 親事業者と下請事業者は共存共栄で！

親事業者は、生産性向上に努力する下請事業者への訪問や面談を欠かさずに。

### 2. 発注内容は明確にしましょう！

- ◆ 親事業者は、継続的に取引を行う下請事業者に対し、安定的な生産が行えるよう長期発注計画を提示し、発注の安定化に努める。
- ◆ 発注内容を変更するときは、不当なやり直しが生じないように十分に配慮する。
- ◆ 取引の停止、又は大幅に減少しようとする場合には、経営に影響を及ぼさないように十分な猶予を持って予告する。

### 3. 一方的な原価低減要請は止めましょう！

親事業者は、原価低減要請をするとき、経済合理性や十分な協議を欠いた要請はしない。

例えば…

- 原価低減目標の数値のみを提示する。
- 原価低減要請に応じることを発注継続の前提とする。
- 文書や記録を残さない(口頭で削減幅を示唆)等





## 4. 対価には、労務費が上昇した影響を反映しましょう！

親事業者は、取引対価の見直し要請があった場合には、人手不足や最低賃金の引き上げなどによる労務費の上昇について、その影響を反映するよう協議する。



## 5. 金型・木型の保管コストは親事業者が負担を！

- 
- 受注者
- 発注者
- ◆ 金型などの保管は、双方が十分に協議し、方法や費用負担を明確に定める。
  - ◆ 親事業者の事情によって下請事業者にその保管を求めている場合には、親事業者が費用を負担する。

## 6. 支払いは現金で！ 手形の場合は親事業者が割引料の負担を！

- ◆ 下請代金の支払いは可能な限り現金で。
- ◆ 手形などによる場合は、割引料を下請業者に負担させることがないようにする。
- ◆ 手形サイトは120日（繊維業においては90日）を超えてはならないことは当然として、将来的に60日以内とするよう努める。



## 7. 業界で自主行動計画を作り、親事業者は積極的に協力を！

- ◆ 親事業者、下請事業者ともに下請ガイドラインを守る。親事業者は下請ガイドラインの内容に即して、マニュアルや社内ルールを整備し、自社の調達において徹底させる。
- ◆ 業界団体は、サプライチェーン全体の「取引適正化」と「付加価値向上」を図るため、自主行動計画を策定する。親事業者はそれに積極的に協力する。

※平成30年4月末時点で、自動車、素形材、建設機械、繊維、電機・情報通信機器、情報サービス・ソフトウェア、トラック運送、建設、機械製造、流通、警備、放送コンテンツの12業種30団体が自主行動計画を策定・公表。

取引条件改善に向けた取組についてはこちら▶

検索