

日本印刷産業連合会における 自主行動計画フォローアップ調査について

令和6年3月8日



一般社団法人 日本印刷産業連合会

1. 令和5年度フォローアップ調査結果（概要）

- ・ 調査期間：令和5年11月7日～12月6日
- ・ 調査企業：日本印刷産業連合会（以下「日印産連」と表記）の会員10団体に加盟する会員企業 6,371社のうち、親事業者となる大手印刷会社および会員10団体の役員を中心に、計:1,664社を対象
- ・ 回答企業：323社（前年度:189社）
- ・ 回答率：19.4%（前年度:28.9%）

※今年度は、より広範な調査を実施した結果、前回の1.7倍の323社より回答を得ることができた。

1. 令和5年度フォローアップ調査結果（概要）

概観

- ✓「合理的な価格決定」は、労務費、原材料価格、エネルギー価格の反映状況について、「概ね反映した」と答えた企業の割合が発注側・受注側とも全項目で前年実績を大きく上回った。
費目別にみると労務費、エネルギー価格は5割を下回っており、価格転嫁が十分ではない。
- ✓「不合理な原価低減要請」は、受注側において「受けたことはない」との回答が85.1%。
- ✓「支払い条件」は、「全て現金払い」の割合が、発注側では前年度から微増。受注側では14%増加している。
- ✓「手形等サイト60日以内」について、発注側・受注側とも前年度から10ポイント以上改善しているが、60日超の手形が発注側・受注側とも6割を超えている。
- ✓「手形サイトの短縮」は、現在60日を超えるサイトの手形等を利用している会社のうち、56%が60日以内への短縮を予定・実施している一方、44%の会社は変更予定なし、の回答。
- ✓「約束手形の廃止」は、前年度同様9割弱の会社が廃止を予定している。
- ✓「型取引」は、取引条件の明確化では約5割、量産終了後の型の保管費用の支払いでは約6割で実施されておらず、改善が求められる。
- ✓「知的財産」は、販売先から受けたことのある行為について、「特になし」が8割を超えた。
- ✓「働き方改革への対応」については、8割強の会社が「影響はない」と回答。

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組①合理的な価格決定

【分析結果・今後の課題】

- ・ **労務費、原材料価格、エネルギー価格の反映状況**について、「概ね反映した」と答えた企業の割合が発注側・受注側とも**全項目で前年実績を大きく上回った**。
- ・ 費目別にみると**労務費、エネルギー価格**は発注・受注側とも**5割を下回っており、価格転嫁が十分ではない**。
- ・ 3費目とも、**発注側と受注側で認識のズレが大きく見られる**。

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ 労務費の価格転嫁に向けて大手印刷会社への周知・要請強化に取り組む。

設問. 単価の決定・改定にあたり、各変動コストの反映をお答えください。

◆「概ね反映した（81～100%）」と答えた企業の割合

労務費	前年度	当年度	原材料価格	前年度	当年度	エネルギー価格	前年度	当年度
発注側	30%	43%	発注側	46%	63%	発注側	27%	48%
受注側	18%	28%	受注側	30%	49%	受注側	17%	32%

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組②原価低減要請、協賛等

【分析結果・今後の課題】

- ・発注側で「**不合理な原価低減要請を行っていない**」との回答は、**77.7%**。
- ・受注側で「**受けたことはない**」との回答は **85.1%** と大きな乖離はなかった。

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ **不合理な原価低減要請が行われないよう、引き続き会員企業への周知徹底を図る。**

【設問と回答】

設問. 直近1年間に不合理な原価低減要請を実施しましたか / 受けたことがありますか。

	1	2	3	4	5
発注側	0	3.7%	5.9%	12.7%	77.7%
受注側	14.9%	85.1%			

- 【発注側】 1. 全ての仕入先に要請した (100%) 2. 多くの仕入先に要請した (99~81%)
3. 一部の仕入先に要請した (80~41%)
4. 不合理な要請はあまり実施しなかった (40~1%)
5. 不合理な要請は行っていない (0%)

- 【受注側】 1. 受けたことがある 2. 受けたことはない

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組③支払条件の改善（手形支払割合）

【分析結果・今後の課題】

- ・「**全て現金払い**」について、発注側では前年度から微増。
受注側では、**全て現金払いの割合が14%増加**している。
- ・**手形支払の割合が50%以上の会社**は、発注・受注側ともに前年度より**減少傾向**となっている

【設問と回答】

設問. 下請代金を手形等で支払っている（受け取っている）場合、その割合はどれくらいですか。

	全て現金 払い	10%未満	10~30% 未満	30~50% 未満	50%以上	全て手形等 の支払
発注側（前年度）	50%	9%	11%	7%	13%	10%
発注側（当年度）	53%	10%	7%	7%	11%	12%
受注側（前年度）	39%	23%	13%	7%	12%	6%
受注側（当年度）	53%	15%	11%	6%	7%	8%

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組③支払条件の改善（手形サイト）

【分析結果・今後の課題】

- ・ **手形等サイト60日以内（30日以内含む）と回答した割合が、発注側では前年度26%に対し、40%と改善。受注側も前年度19%に対し、29%と改善している。**
- ・ **60日超の手形が発注側・受注側とも6割を超えている。**印刷業の主要顧客である出版社や食品メーカー等中小規模の事業者の中には、支払いサイトが長いケースが多く、今後は**クライアント業界への働きかけが必要。**

【設問と回答】

設問. 下請代金を手形等で支払っている（受け取っている）場合、手形等のサイトはどれくらいですか。

	30日以内	60日以内	90日以内	120日以内	120日超
発注側（前年度）	6%	20%	38%	30%	6%
発注側（当年度）	11%	29%	33%	21%	6%
受注側（前年度）	1%	18%	38%	40%	3%
受注側（当年度）	6%	23%	41%	27%	3%

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組③支払条件の改善（手形サイトの短縮）

【分析結果・今後の課題】

- ・ **手形サイトの短縮**については、現在60日を超えるサイトの手形等を利用している会社のうち、**56%が60日以内への短縮を予定・実施**している一方、**44%の会社は変更予定なし**、との回答となった。
- ・ 手形サイト短縮に対しては、大手顧客や元請けの印刷会社等**サプライチェーンの上流に位置する企業から対応**してもらう必要がある、との意見がある。

【設問と回答】

設問. 現在、60日を超えるサイトの手形等を利用している場合、サイトを60日以内に変更する予定がありますか。

	1	2	3
前年度	24.3%	38.5%	37.2%
当年度	13.6%	42.1%	44.3%

1. 2024年までに60日以内に変更予定
3. 60日以内に変更する予定はない

2. 時期は未定だが、60日以内に変更予定

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組③支払条件の改善（約束手形の廃止予定）

【分析結果・今後の課題】

- ・「**約束手形の廃止**」については、前年度同様 **9割弱の会社が廃止を予定**している一方、10%強の会社は廃止予定なし、と同じ傾向の回答となった。
- ・**廃止予定なしの理由**としては、**資金繰り**の他、手元資金に余裕を持たせるため、これまでの**慣習を変えるのは手間**などが多かった。

【設問と回答】

設問. 現在、下請代金の支払いに約束手形を利用している場合、約束手形の利用廃止を予定していますか。

※発注側のみに質問

	1	2	3	4	5
前年度	11.3%	30.2%	24.5%	13.2%	20.8%
当年度	30.3%	21.0%	23.5%	15.1%	10.1%

1. 2026年までに利用を廃止する予定

3. 利用の廃止に向けて検討中

5. 現在、約束手形の利用はない

2. 時期は未定だが、利用を廃止する予定

4. 約束手形の利用の廃止予定はない

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組③支払条件の改善

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ 60日超の手形が発注側・受注側とも6割を超えており、**サイトの短縮化(2024年に60日以内)**が喫緊の課題だが、印刷業は同業間の下請・孫請けの取引が多く、大手顧客や元請けの印刷会社等 サプライチェーンの上流に位置する企業から改善してもらう必要があり、**発注側への働きかけが必要**となる。
- ・ 2024年度は、最上流の親事業者であるクライアント企業が加盟する**業界団体**に対し、**価格転嫁および取引改善の渉外活動を強化**する。
- ・ 2026年までの約束手形の利用廃止に向けては、発注側の**大手印刷会社は「現金化」**（約束手形の利用の廃止）を検討しており、その動向・時期を確認しながら印刷業界内取引の適正化（＝現金化）に向けて、会員企業への周知徹底を図る。

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組④型取引の適正化

【分析結果・今後の課題】

- ・ 型取引に関する**取引条件の明確化**では、「全て実施された」「概ね実施された」の合計が、**発注側で24.1%、受注側で31.5%と低く**、改善が求められる。
- ・ 量産終了後の型の**保管費用の支払い**では、発注側・受注側とも**約6割で実施されておらず**、改善の取組が必要。

【設問と回答】

設問. 直近1年間で、型管理における適正化や改善への取組は実施できましたか。

		1	2	3	4	5
取引条件の 明確化	発注側	12.4%	11.7%	11.3%	15.2%	49.4%
	受注側	10.8%	20.7%	10.3%	8.9%	49.3%
量産終了後の 型の保管費用 支払い	発注側	12.6%	7.1%	8.0%	7.2%	65.1%
	受注側	12.2%	11.2%	10.2%	9.1%	57.3%

1. 全て実施された

2. 概ね実施された

3. 一部実施された

4. あまり実施されなかった

5. 実施されなかった

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組④型取引の適正化

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ 型取引に関する**取引条件の明確化**及び量産終了後の型の**保管費用の支払い**については進捗が芳しくないため、親事業者となる大手中堅印刷会社（印刷工業会の会員85社）に対し、周知・協力要請を実施する。
- ・ さらに、サプライチェーンの最上流であるクライアント企業が加盟する**業界団体**に対し、**協力要請の渉外活動を強化**する。

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組⑤知的財産・ノウハウの保護

【分析結果・今後の課題】

- ・ **知的財産への対応**は、当年度は5割強の会社が実施中または実施予定と回答。
- ・ 知的財産権等の取引において販売先から受けたことのある行為については、「**特になし**」が**8割を超えた**一方、「知的財産の提供の強制」「不当な知財の帰属」「知的財産の無断使用」等の回答も少数ながら存在している。

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ 特に官公需における著作権の取り扱いについては、知的財産部会の活動を通じて、コンテンツ版バイ・ドール契約の活用推進を周知・啓蒙する。

【設問と回答】 ※受注側のみに質問

設問. 貴社の保有する知的財産権等について、知的財産権の取得、秘密保持契約による営業秘密化等の管理保護を図っていますか？

	1	2	3	4
前年度	44.8%	2.3%	17.8%	35.1%
当年度	48.0%	5.6%	27.8%	18.6%

1. 実施中 2. 実施予定 3. 未実施 4. 知的財産権等を有しているか分からない

2. 令和5年度フォローアップ調査結果と分析

重点課題に対する取組⑥働き方改革に伴うしわ寄せ防止

【分析結果・今後の課題】

- ・ **働き方改革への対応**は、発注側は84%、受注側は67%の会社が「**特に影響はない**」と回答。
- ・ 短納期発注や急な仕様変更等による**コストを発注側が負担**したかの質問について、発注側は28.3%、受注側は33.0%と**3割前後にとどまった**。

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・ コスト負担については、機関誌やHPを通して、繰り返し周知を行っていく。

【設問と回答】

設問. 直近1年間の貴社（販売先）が実施した働き方改革に関する対応の結果、どのような影響があったかあてはまるものを選んでください。

		1	2	3	4	5	6	7
発注側	前年度	91.1%	0.7%	4.5%	0.0%	0.0%	2.2%	1.5%
	当年度	84.4%	4.0%	6.5%	1.1%	0.7%	1.8%	1.5%
受注側	前年度	73.8%	6.6%	9.1%	1.0%	1.5%	4.0%	4.0%
	当年度	66.9%	7.8%	14.2%	3.6%	1.4%	2.5%	3.6%

1. 特に影響はない 2. 急な仕様変更への対応の増加 3. 短納期での発注の増加
4. 検収の遅れ 5. 従業員派遣を要請 6. 発注業務の拡大・営業時間の延長 7. 休日出勤の増加

3. 取引適正化に向けた今後の取組

【今後の取組】

- ・ 取引適正化に向けた2024年度の重点課題としては、労務費の価格転嫁が考えられる。原材料価格やエネルギー価格と比較して転嫁割合が低く、賃上げにも影響してくるため。
- ・ 次年度の新たな活動として、「パートナーシップ推進委員会」（年5回程度を予定）を新設し、特に労務費の価格転嫁に向けて大手印刷会社への周知・要請強化に取り組む。
- ・ 最上流の親事業者であるクライアント企業が加盟する業界団体に対し、価格転嫁および取引改善の渉外活動を強化する。
- ・ 自主行動計画及び徹底プランの普及に向けては、会員10団体の会長・専務理事が集まる会議及び日印産連の会員向け機関誌やHPを通して、繰り返し周知を行っていく。

(参考) パートナーシップ構築宣言への取組状況等

【取組状況】

- ・ 会員企業数：6,371社（うち、資本金3億円超の大企業16社）
- ・ 宣言企業数：420社（うち、資本金3億円超の大企業10社）
※印刷業全体の宣言企業数は817社
- ・ 会員企業に占める宣言企業の割合：6.6%
- ・ 資本金3億円超の大企業に占める宣言企業の割合：62.5%

【今後の取組】

- ・ 日印産連が開催する定時総会・理事会等の会議、ホームページを通じて、会員10団体の会長及び役員に対し賛同を要請する。
- ・ 親事業者となる大手中堅印刷会社（印刷工業会の会員85社）に対し、周知・協力要請を実施する。

①アンケート（自由記載）

Q1.最近（直近2～3年）の取引慣行にかかる変化について具体例があれば教えてください。

フォローアップ調査結果の企業名公表の効果もあり、大手印刷会社が全社を挙げて価格交渉の協議の実施と価格転嫁を周知徹底しており、下請事業者からは改善が進んでいるとの声をいただいている。

Q2.下請Gメンを使って業界の実態調査（ヒアリング調査）が出来るとした場合、どのような内容を調査したいか教えてください。

価格転嫁が進まないのはどのような発注先なのかを知りたい。

（業種、同業の場合はどの程度の規模の会社なのか）

また、印刷業界は中小間の取引も多く、大手⇒中小の取引よりも中小⇒零細の取引に問題が多い実態もあるので、中小間取引の実態も調査して欲しい。

Q3.自主行動計画を改定する場合の基本的なサイクル（承認プロセスと時期）について教えてください。

担当部会である「取引改善プロジェクト」の委員で内容を検討・作成し、ステアリング・コミッティ（年6回）及び理事会（年4回）にて承認を受ける。

プロジェクトは5月活動開始のため、数回の協議を経て秋～年末に承認・改定（年1回）

②団体の基礎情報について

- ・ 会員団体数：印刷関連10団体
- ・ 会員企業数（10団体の会員合計数）：6,371社（2023年4月1日現在）
- ・ 団体役員：会長 北島 義斉（大日本印刷 社長）
副会長 堆 誠一郎（宝印刷 社長）
滝澤 光正（滝澤新聞印刷 社長）
小谷 敬二（株式会社イセトー 副会長）
- ・ 団体の主な活動内容：
1985年に印刷産業10団体が結集し、産業の一層の発展と生活文化の向上に寄与することを目的に設立された。
印刷産業の事業基盤強化に向けた情報発信・教育活動、適正取引や情報セキュリティ等のコンプライアンス推進、地球環境配慮、業界内外への広報活動を行っている。
- ・ 業界の概況：
印刷産業は97.3%が100人以下の中小企業、3割が3人以下の事業所という小規模零細主体の業界で、業界内の下請・孫請けの取引が多い。
デジタル化の進展により、事業所数は2000年の1/3に、出荷額と従業者数は6割に減少したが、企画・デジタル分野やBPO等周辺事業への展開により業態転換、領域拡大をすすめている。