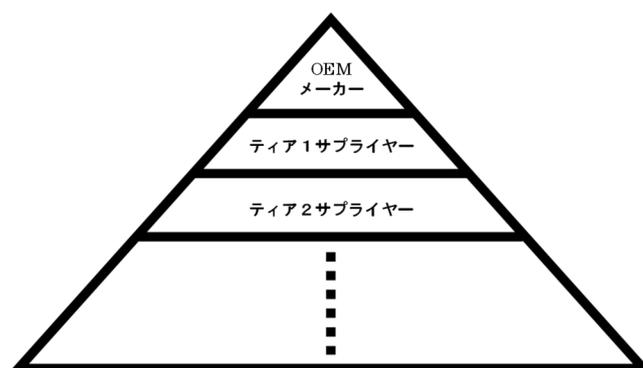


第2章 自動車産業の特徴と近年の変化—中堅・中小企業を焦点に—

1) 自動車産業とサプライヤー構造

自動車産業のサプライヤー構造は、長らく「系列取引（系列構造）」と言われてきた。これは、トヨタ自動車株式会社といったいわゆる大手 OEM メーカーを頂点とした、重層的で固定的な取引関係のことである。OEM メーカーから直接受注するサプライヤーはティア 1、ティア 1 から受注するサプライヤーはティア 2 といったように、OEM メーカーからの取引上の距離に応じてティア（層）という言葉で各サプライヤーが表現される。受注量に占める系列の仕事の比率が高いサプライヤーは系列企業であり、「トヨタ系」「ホンダ系」などとも表現される。系列取引は図 1 のようなピラミッド型構造で図示されることが一般的であり、下層になるほど企業数が多いとされる。本調査において主な対象となったティア 2 サプライヤーは、基本的に中堅企業と中小企業から構成されている層である。

図 1 ピラミッド型の系列構造



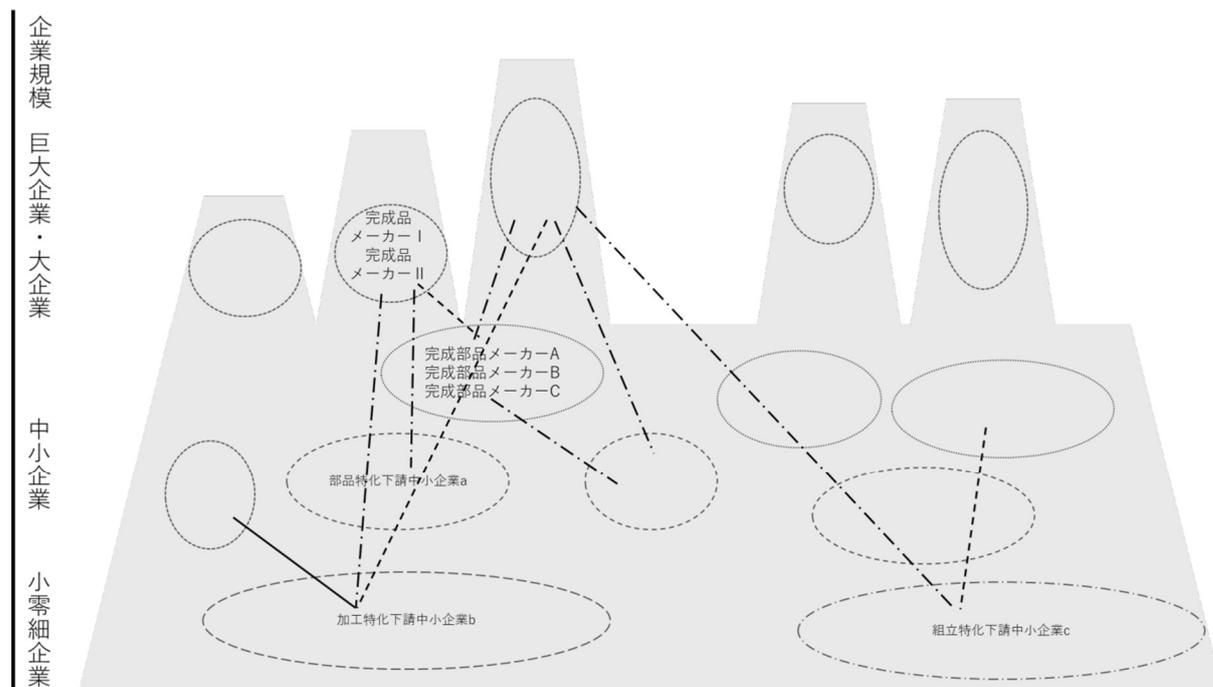
出所：筆者作成

こういった系列取引においてサプライヤーの側となる中小企業は、相対的に弱い立場としてこれまで一般的に認識されてきた。納入先となる OEM メーカーや上位層サプライヤーは大企業がほとんどであり、つまり大企業と中小企業の間での取引となりがちである。この企業規模の差は発言力の差となり、取引を歪ませやすい。また、中小企業ではトータルの受注量がさほどではないため、特定の納入先への依存が発生しやすく、これも取引を歪ませる。ゆえに、日本政府では「下請代金支払遅延等防止法（以下、下請法と記載）」による取引適正化が進められてきた。一方で、系列取引では長期安定的な取引関係が構築されやすく、これは様々な学術研究において、サプライヤーや OEM メーカーひいては産業や経済全体に対してメリットをもたらしていると認識されてきた。たとえば、品質の向上やコストダウ

ン、納入先による技術や経営に関する指導などがそのメリットとして挙げられる。

また、すべての企業が特定の系列の仕事だけで存立してきたわけではない。取引先を多様化させて複数の系列に所属した企業も、上述のピラミッド型の系列構造の裾野部分で多数存在した。慶應義塾大学名誉教授の渡辺幸男は、これを山脈型社会的分業構造として表現した。すなわち、ピラミッド型の系列構造はOEMメーカーや他産業においても多数存在しているが、実はその系列構造群は裾野部分を共有しており、まさに山脈、つまり山（ピラミッド）が連なるように表現することができるというものである。概念図は図2のようになる。特に裾野部分に多い中小企業では、要素技術を用いて様々な部品や製品の生産に関与してきた企業も多数存在した。

図2 山脈型社会的分業構造の概念図



出所：山本（2022）3頁、図表11。

1 山本匡毅（2022）「中小企業による取引多角化と経営戦略—有限会社中里スプリング製作所を事例として—」『機械振興協会経済研究所小論文』第29号

https://www.jspmi.or.jp/system/file/6/133/202208essay29_yamamoto_.pdf

（最終閲覧日 2024年11月8日）

2) サプライヤー構造の複雑性

前節で述べた自動車産業のサプライヤー構造は、近年変化を遂げつつある。背景となったのは、1990年代以降に急速に進んだグローバル化やICT化である。自動車産業では、人件費の安い新興国での海外生産、他国OEMメーカーからの受注によるティア1サプライヤーの大規模化など、いわゆるグローバル調達やメガサプライヤー化の拡大につながり、取引関係の複雑化と競争の激化を生み出した。日本国内ではOEMメーカー主導での下請再編が進められ、中堅・中小企業の経営環境は劇的に変化を遂げることとなった。

結果、中堅・中小企業を中心に多数の取引先との多面的な取引関係への移行が見られている。これは、今まで取引が見られなかったサプライヤーやメーカー、または他国企業・他産業企業との取引が開始され、また受注量も増えているということである。むろん、これまで所属してきた系列を超えた取引も一般的に見られるようになっている。また脱下請などの標語の下、サプライヤーでは特定納入先への依存度を低減させる努力も見られている。近年は、多数の取引先をもつことで特定の納入先に依存しない経営をおこなう、「独立系」を名乗るサプライヤーも増加している。

一方で旧来の取引関係を固持して、特定の系列の仕事のみを続けるサプライヤーも存在している。経営が順調であるか難航しているかも含めて、サプライヤーのあり方や状況は多様化していると言わざるをえない。また取引先の多様化によって管理や営業等にかかるコストは増加しており、多くのサプライヤーで問題化しつつある。

3) 中堅・中小企業の厳しい状況

前述の通り、今回の調査研究において主な対象となったティア2サプライヤーは中堅・中小企業から構成される。この中堅・中小企業はどのような企業を指すのだろうか。実はその範囲は非常に広大である。

中小企業は、中小企業基本法の定義が一般的に用いられる。製造業においては、「資本金の額または出資の総額が3億円以下」もしくは「常時使用する従業員の数が300人以下」であれば、中小企業に分類される。中堅企業は近年、産業競争力強化法等の改正案において定義されている。それによれば「従業員数が2,000人以下の会社や個人」とされ、中小企業は含まれない。すなわち、中堅・中小企業といった場合、おおよそ従業員数が2,000人以下の企業全般を指していると言ってよい。

この中堅・中小企業は近年、経営の悪化や事業承継問題などの理由により倒産・休廃業・解散が相次いでおり、企業数が減少し続けている。工業統計によれば、1991年(平成7年)時点での従業者4人以上の製造事業所数は43万414件、従業者数は1,135万人であった。

これは日本の製造事業所数と従業者数のピークであった。しかし経済センサスによれば、2021年（令和3年）時点での従業者4人以上の製造事業所数は17万6,858件、従業者数は746万人である。すなわち製造業ではここ30年ほどで6割超の事業所と3割超の雇用が失われている。減少は規模の小さい会社ほど顕著であり、先に示した国内のピラミッド型の系列構造や山脈型社会的分業構造においては、特に下部や裾野の縮小、すなわちピラミッドや山脈がゆるやかなものから険峻なものになりつつある。

4) 中堅・中小企業と下請法

中小企業は大企業から仕事の委託を受ける場合、基本的に下請法の対象となり、法的保護を受けることができる。これは親事業者が下請事業者に仕事を委託している場合に効力が発揮されるが、委託される仕事の内容によって親事業者と下請事業者の定義は異なる。「物品の製品・修理委託及び政令で定める情報成果物・役務提供委託」の場合は、親事業者が資本金3億円超であれば下請事業者は資本金3億円以下、親事業者が資本金1千万円超3億円以下であれば下請事業者は資本金1千万円以下と定義される。「情報成果物作成・役務提供委託（政令で定められたものを除く）」の場合は、親事業者が資本金5千万円超であれば下請事業者は資本金5千万円以下、親事業者が資本金1千万円超5千万円以下であれば資本金1千万円以下と定義される。これは中小企業基本法での中小企業の定義に則ったものであり、ほとんどの場合で親事業者は大企業、下請事業者は中小企業であると言える。

下請法による法的保護というのは、親事業者に義務事項と禁止事項を設定し、違反があれば公正取引委員会によって勧告もしくは罰金を科すというものであり、勧告は原則として会社名と違反事実・勧告の概要が公表される。親事業者の義務事項としては「書面の交付」「書類の作成・保存」「下請代金の支払期日を定める」「遅延利息の支払い」があり、禁止事項としては「受領拒否」「下請代金の支払遅延」「下請代金の減額」「返品」「買ったたき」「購入・利用強制」「報復措置」「有償支給原材料等の対価の早期決済」「取引困難な手形の交付」「不当な経済上の利益の提供要請」「不当な給付内容の変更・やり直し」がある。違反がないか確認するため、公正取引委員会及び中小企業庁が毎年、親事業者と下請事業者に対する書面調査を実施し、必要に応じて訪問調査や立入検査も実施している。近年では訪問調査をおこなう取引調査員、いわゆる下請Gメンが増員されつつあり、有名企業も相次いで下請法違反を公表されるなど、下請法の影響力が増しつつある。

中でも自動車産業は、下請取引の適正化においてやり玉に挙げられている産業である。近年は自動車産業における下請法違反の行為がたびたび指摘され、2024年にはOEM某A社とOEM某B社の子会社某B'社が下請法違反で勧告を受けている。OEM某A社の事

例は、原価低減を目的に、下請代金の額から「割戻金」を差し引くことにより、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減じていたというものである。OEM 某 B 社の子会社某 B'社の事例は 2 つの違反事実から成る。第一に、当該製品の品質検査をおこなっていないにもかかわらず、製品に瑕疵があるとして、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに当該製品を引き取らせていたことである。第二に、所有する金型等を貸与し、当該金型等を用いて製造する製品の発注を長期間おこなわないにもかかわらず、下請事業者に合計 664 個の金型等を無償で保管させ、下請事業者の利益を不当に害していたことである。どちらの事例も数十の下請事業者に対する違反事実が判明している。また OEM 某 A 社の事例では、業界団体である一般社団法人日本自動車工業会に対しても、取引適正化を一層推進するようとの要請が公正取引委員会から出ている。つまり、下請取引の適正化は業界を挙げての急務となっている。

しかし、法的に下請取引の適正化が進められているのはもっぱら中小企業であり、中堅企業においてはそういった下請法の保護は基本的に受けられない。というのは、中堅企業の規模では下請法が定義するところの下請事業者にはほぼ当てはまらないからである。結果として中堅企業、中でもおおよそ従業員数が 500~1,000 人規模のところは、大企業ほど経営資源にゆとりがない一方で、中小企業のように下請法による法的保護も受けられない状況にある。本調査においては、中堅企業からそういった状況下での経営の苦しさを指摘する声があり、また逆に、事情で中小企業に再度分類されることとなった企業から下請法の恩恵を評価する声もあった。

5) 業界全体での取り組みの必要性

中堅・中小企業は更なる問題も抱えている。労使関係総合調査（労働組合基礎調査）によると、2023 年（令和 5 年）時点での民営企業・単位労働組合での推定組織率は従業員数 99 人以下の企業で 0.8%、100 人から 999 人までの企業で 10.2%、1,000 人以上の企業で 39.8%であった。なお、日本全体では 16.3%、製造業全体では 25.5%となっている。

すなわち、中小企業においては労働組合がほとんど存在しないと言ってよい。ゆえに中小企業内部の状況は、大企業のように労働組合やその上部団体を通じて社会に周知されることがない。その結果、中小企業では、先に示した取引多様化によるコスト高や取引上での不平等など、自社内だけではいかんともしがたい課題や問題については特に解決されにくいという現状がある。中小企業は OEM メーカーやティア 1 サプライヤーが組織する協力会に所属していないところも多く、問題や課題の解決はますます難しいものとなっている。また中小企業ほどではないが、前述の推定組織率をみるに、中堅企業においても同様

の状況を抱えている企業が複数存在するであろう。

中堅・中小企業の多くが独力で解決できない以上、OEMメーカーやティア1サプライヤーも、サプライチェーンを維持していくために取引関係を通じて情報を収集し、中堅・中小企業の課題や問題を一緒に考えていく必要がある。また前述の通り、取引先が多様化している中堅・中小企業に対しては一つの親事業者だけで対応するのには限界がある。特に下請法の遵守による下請取引の適正化については業界を挙げて取り組んでいくべき課題である。自動車産業全体で、中堅・中小企業の課題や問題に取り組んでいくことが重要である。