

公正な取引慣行の実現に向けた連合の取り組み

そはら りんたろう
曾原 倫太郎 ● (前) 連合・労働条件・中小労働対策局・局長

1. 中小企業労働者の労働条件改善に欠かせない「公正な取引慣行」の実現

「サプライチェーン全体で生み出した付加価値の適正な分配の実現」は、2016春季生活闘争方針で連合が提起した方針である。

2014春季生活闘争以降、連合は「月例賃金にこだわり、その引き上げを求める」方針を3年連続で掲げてきた。そのうえで、闘争を進めるにあたっては、中小企業労働者や非正規労働者などの「格差是正」と「底上げ・底支え」に重点を置いてきた。

2015闘争までの2年間で、月例賃金の引き上げをなし遂げるとともに、中小企業労働者の月例賃金の「底上げ」も実現することができた一方で、大手と中小の賃上げ率を見れば、そのかい離幅は2年の間でむしろ開いてしまった。また、月例賃金の絶対額は、連合全体と組合員300人未満の中小組合との間で、平均で5万円程度の差があり、依然として縮まっていない状況である。「賃上げ春闘」を進めれば進めるほど、中小と大手の賃金格差が拡大するという春季生活闘争の構造的な問

題に対する危機感も生まれた。

こうした2014と2015春季生活闘争の結果を踏まえ、2016春季生活闘争方針の策定にあたっては、今まで以上に実効性のある格差是正の取り組みが求められた。従来の考え方を越えた春季生活闘争の「格差是正」の取り組みがスタートしたのである。これが、2016闘争方針で掲げた「大手追従・大手準拠の構造からの脱却」を掲げた背景である。

「大手追従・大手準拠の構造」とは何か。ヤマ場（集中回答指定日）を設定し、大手企業や有力産業の回答引き出しを集中化、そこで作られる回答の相場を、続く組合に波及させていく闘争の組み立てが代表的なものである。いわば「トリクルダウン」形の相場形成である。2014闘争以降はこれに加えて「ボトムアップ」にも取り組むこととした。つまり、ヤマ場の回答引き出しの波及をはかる「トリクルダウン」と、中小労組が賃金の絶対水準にこだわり、到達目標水準などを掲げて要求実現をはかろうとする「ボトムアップ」、その両面作戦とした訳である。

趨勢的な労働人口の減少と雇用環境の改善により、賃上げしやすい環境は整っている。中小企業においては人手不足、採用難は深刻化しており、要員不足による事業縮小や廃業も増えている。そ

うした交渉環境の変化も追い風の要素として考えられた。しかしながら、労働需給が逼迫しても、中小企業に振るべき「袖」がなければ賃上げは困難であり、企業の持続可能性も失われる。そうしたことから、中小企業の収益性と生産性の向上をはかる取り組みを同時に行うことが、労働組合としての社会的な責務であると認識し、そこで「公正な取引慣行の実現」を「大手準拠・大手追従の構造からの脱却」のもう一つの柱として進めることにしたのである。

2. 連合「中小企業における取引関係に関する調査」

2015春季生活闘争中の2015年5月、当時の連合中小労働委員会の眞中行雄委員長（当時JAM会長）が「中小企業取引関係調査を前倒して実施してはどうか」と提起された。前回調査は2012年5月であり、本来であれば5年ごとなので次は2017年であるが、中小企業を取り巻く経営環境は、円高から円安へ、そして、原材料価格の高騰、景気の一定の回復、雇用情勢の改善など大きく変化していた。それらの変化が中小企業の取引関係にどのような影響を及ぼしているのか点検し、中小労組の「底上げ」「格差是正」の取り組みや、政策・制度の実現に活用しようという提起である。その後、中小労働委員会において設問や進め方の検討を加え、2015年10月にアンケート調査票を全国の中小企業（従業員数300名以下または資本金3億円未満）2万社に発送した。

前回調査との変更点は、為替や電力料金の状況変化を踏まえた設問内容の見直しを行ったことと、業種に「卸売・小売業」と「その他サービス業」を加えたことである。

調査票送付企業は、帝国データバンクの情報にもとづき、労働組合の有無に関係なく調査対象企

業を無作為で選びだした。

結果として4,450社から有効回答を得ることができた。回答をいただいた企業経営者の皆様にこの場を借りて感謝申し上げたい。

3. 人材育成や製品・研究開発など中小企業の経営上の問題

連合が進める「公正な取引慣行の実現」に向けた運動の主眼は、中小企業が収益性の改善をはかり、それによって生産性向上を果たすことができる環境をつくりだし、そのことで、賃金・労働条件の改善をはかることである。本稿では、そうした連合の取り組みを前に進める観点で調査結果を見ていきたい。

まず、中小企業の経営状況を点検したうえで、生産性向上の鍵となる人材育成や製品・研究開発の状況に関わる問題を見てみよう。

<3年前と比べた経営状況>は中小企業においても改善している（第1図）。[売上高・受注高]が「増加している」とする企業は前回調査に比べ大幅に増えている。これに対し、「変わらない」「減少している」という企業も合わせて依然過半数を占めている。

一方、[営業利益]についても改善傾向にあるが、「増加している」企業が34.3%にとどまり、売上高や受注高は増加しているものの、利益に結びついていない企業があることが伺える。

次に、<研究開発の状況>であるが、[製品・サービスの差別化、新製品の開発状況]を尋ねる問いには、「進んでいる」とした企業が約3割にとどまり、前回、前々回調査と比べ徐々に低下している（第2図）。

また、[設備や技術の変化]については、約半数の企業が「古くなった」と答え、「変わらない」の3割と合わせると、大多数の企業で設備や技術

の刷新が進んでいないことがわかる（第3図）。

＜人材確保＞についてはどうか。＜3年前と比べた従業員の過不足状況＞では、[正社員]が「不足」という企業が約5割になっている（第4図）。

また、[パート・契約社員]、[派遣・請負労働者]の「不足」は正社員に比べて低く、「適正である」が過半数を超えている（第5図）。正社員の不足感が高まっていることが伺える。

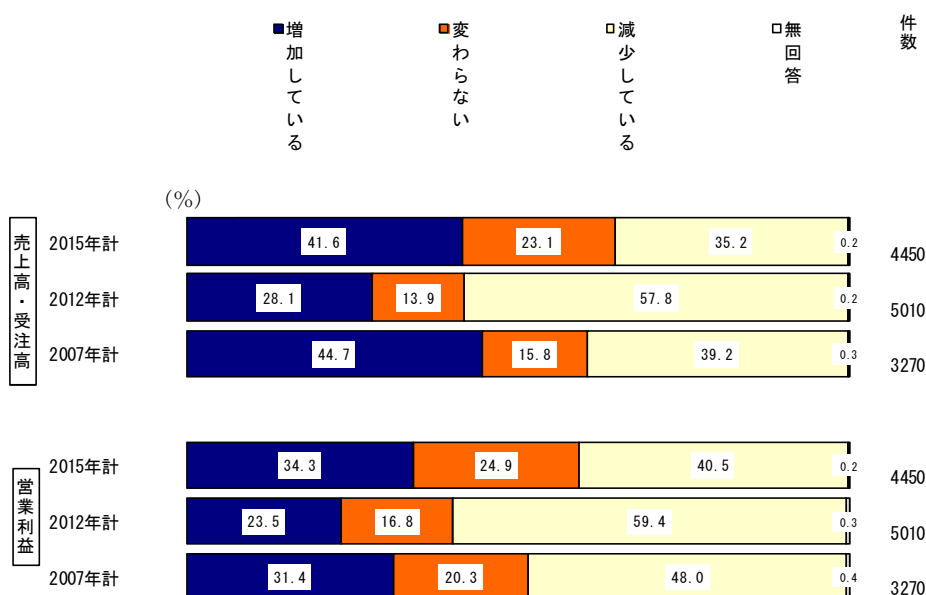
[今後強化したい取り組み]の問いにおいても、「次代を担う人材の育成」が第1位選択で最も多い4割弱を占め、続いて「要員の確保」が2割強以降、「営業・販売力の強化」「技術力・研究開発力の強化」が続いており、人材・要員の確保とその育成が中小企業の大きな経営課題と認識されて

いることが伺える（第6図）。

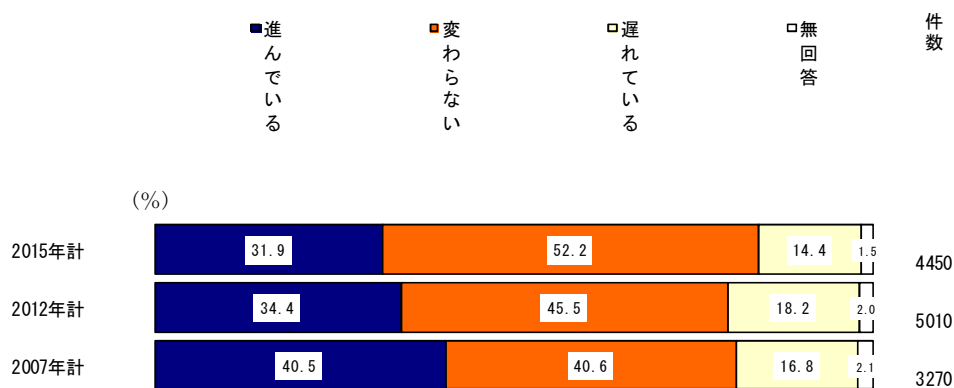
また、[2015年の賃上げの実施状況]の問いに対しては、「賃上げをした」企業は7割強にのぼり過去最大になっており（第7図）、足元の雇用逼迫や人材の確保・維持の観点から賃上げに踏み切った企業が大きく増えたことがわかる。

端的にいえば、業績は改善傾向にあるものの、収益性の十分な改善には至っていないことから、研究開発や設備・技術の更新といった生産性と収益性の改善につながる取り組みは進んでいない。また、その要となる人材確保についても、賃金改善など努力をしつつも苦慮している様子が伺える結果となった。

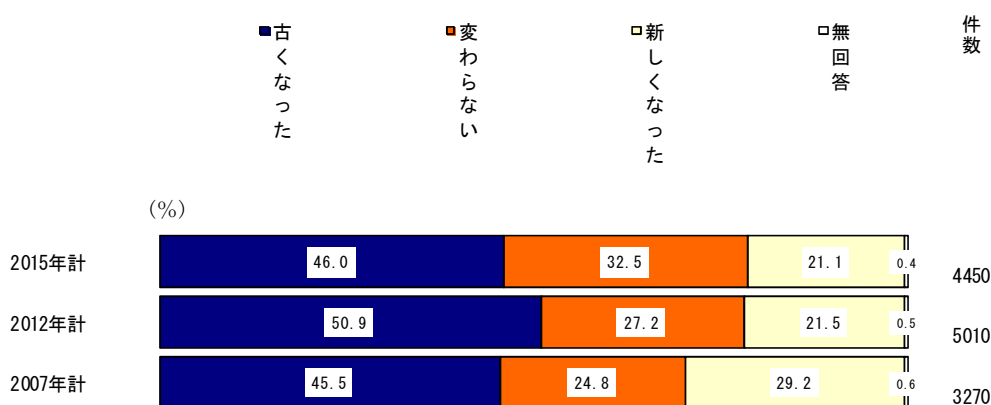
第1図 3年前と比べた経営状況



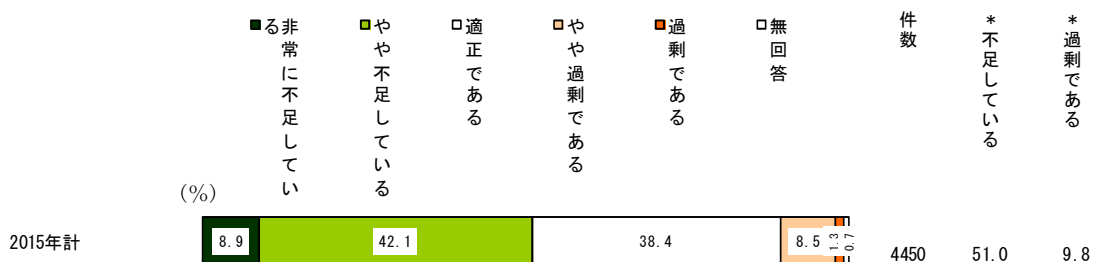
第2図 製品・サービスの差別化、新製品の開発



第3図 設備や技術

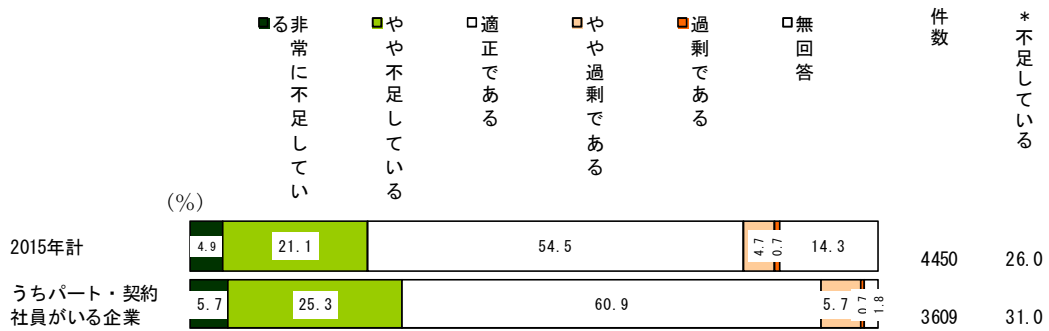


第4図 正社員の過不足状況

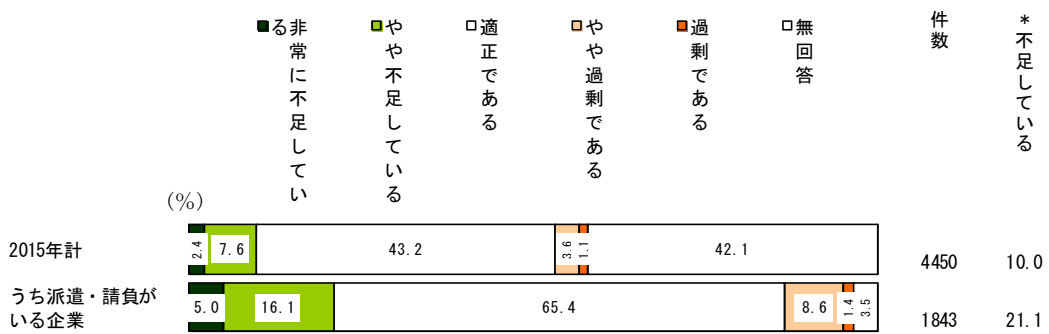


第5図 正社員以外の社員の過不足状況

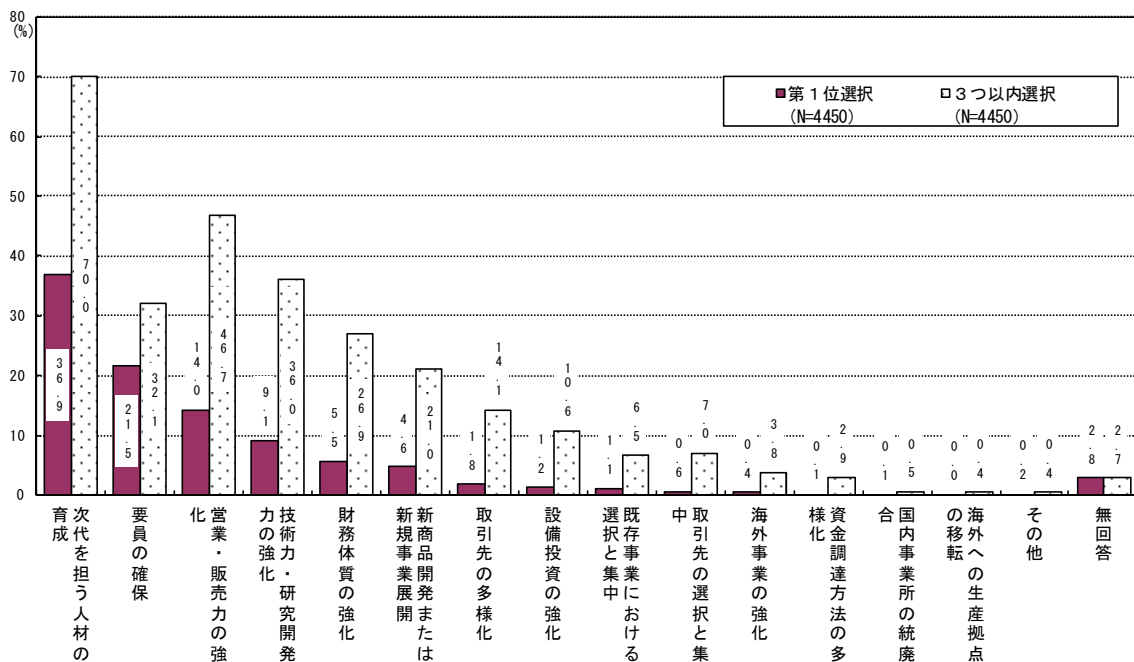
パート・契約社員の過不足状況（パート・契約社員のいる企業）



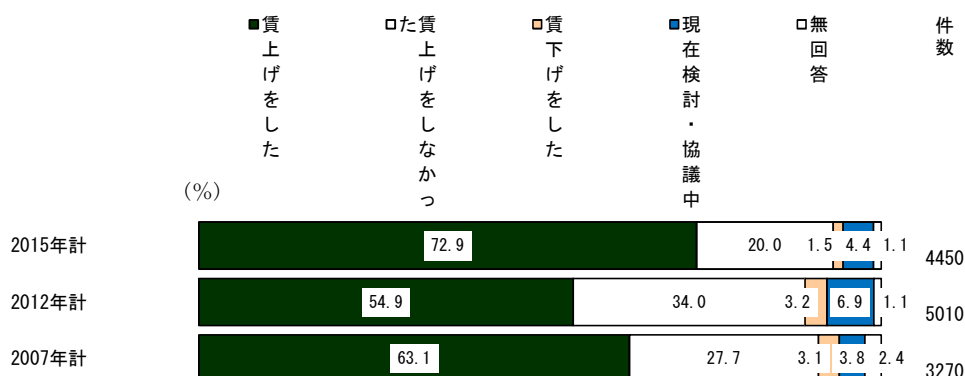
派遣・請負労働者の過不足状況（派遣・請負労働者のいる企業）



第6図 今後、強化したい取り組み



第7図 今年の賃上げ実施の有無



4. 中小企業における 不公正な取引関係の状況

次に、＜中小企業における不公正な取引関係の現状＞について確認していく。[現在、取引において直面している問題]を聞いた問いでは、第1位選択で最も多い回答が「仕入れ単価上昇によるコストアップ」で2割強を占めている。一方で「単価の下落や引き下げ要請」が2割弱にのぼっており、調査時点での円安傾向や資源価格高騰といった輸入品を中心とした原材料価格の上昇によってコストが上がる一方で、単価は下落するというジレンマが伺える。その他、「手間とコストのかかる納品の強制」「長い手形支払期間」「契約条件や発注内容の度重なる変更」「休日前・終業後発注など無理な発注」など、法令違反と思われる内容が依然として存在することがわかる（第8図）。

コスト上昇を単価・価格に転嫁できないジレンマの要因は何にあるのか。まず、[単価の引き下げを断れない理由]（3つ以内選択）を聞いた問いでは、「大事な得意先だから」が約8割と最大の理由となっており、次いで「他社との競争上断れない」が6割強、「取引先も引き下げを求めら

れている」が約4割、「慣行として引き受けてきた」が約2割と続いている。経営に大きな影響のある優良取引先との継続的な取引関係の維持を最優先にせざるを得ず、それにより競争力の維持をはからなければならない状況が伺える。また、発注元からの値下げ要請は、重層的な下請構造、サプライチェーンの中で波及していく構造が見て取れるものとなっている（図表省略）。

続いて、[単価引き下げのために実施した施策]（複数選択）についての問いでは、「作業工程を工夫・改善した」が最も多く5割強となっており、自社における現場でのカイゼンや生産性向上で値下げ分を吸収する努力を行っていることがわかる。

一方で、「協力会社に価格引き下げを要請した」「物流コストを引き下げた」「外注や請負に出した」など、重層的な下請構造やサプライチェーンにおいて値引きが連鎖していることや、物流業者への一方的な運賃値引きの実態も伺える。また、「賃上げの見送りや一時金を見直した」「人員を削減し残業や休日出勤で対応した」「正社員を派遣やパートに置き換えた」「企業内福利厚生の水準を切り下げた」など、労働者の賃金、労働条件にしわを寄せる形での対応も行われている。さらなる下請や物流業者への値引き要請が最終的には労働者の賃金や労働条件で吸収している可能性が

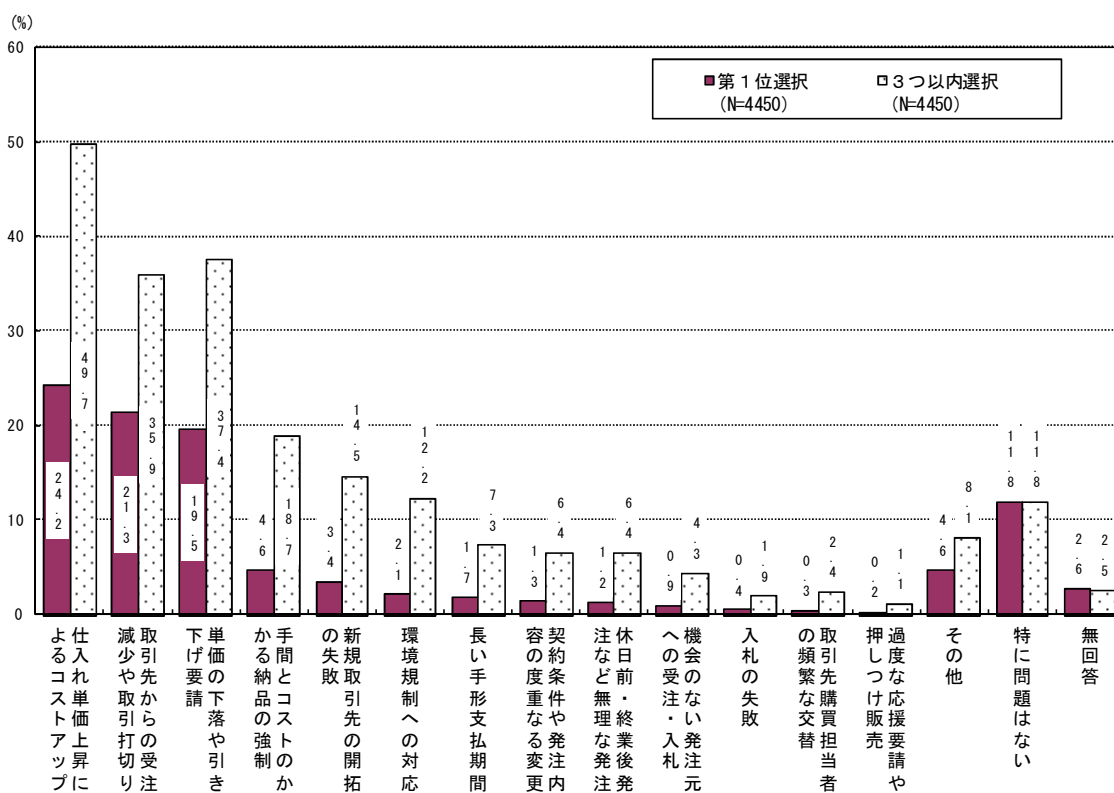
高く、元請けからの単価引き下げは、取引関係の中で連鎖を繰り返しながら、中小企業労働者の賃金や労働条件を押し下げる要因となっている（図表省略）。

では、取引条件にも大きく関わる「契約の実態」はどうなっているのか。取引先との契約における問題状況について事例ごとに過去1年間に起きたことを聞いたが、8割前後の企業では不公正な取引慣行はなかった。一方で、「条件を契約文書で明文化しない」が2割強にもものぼっているほか、「単価等の契約内容が守られない」（2割弱）、

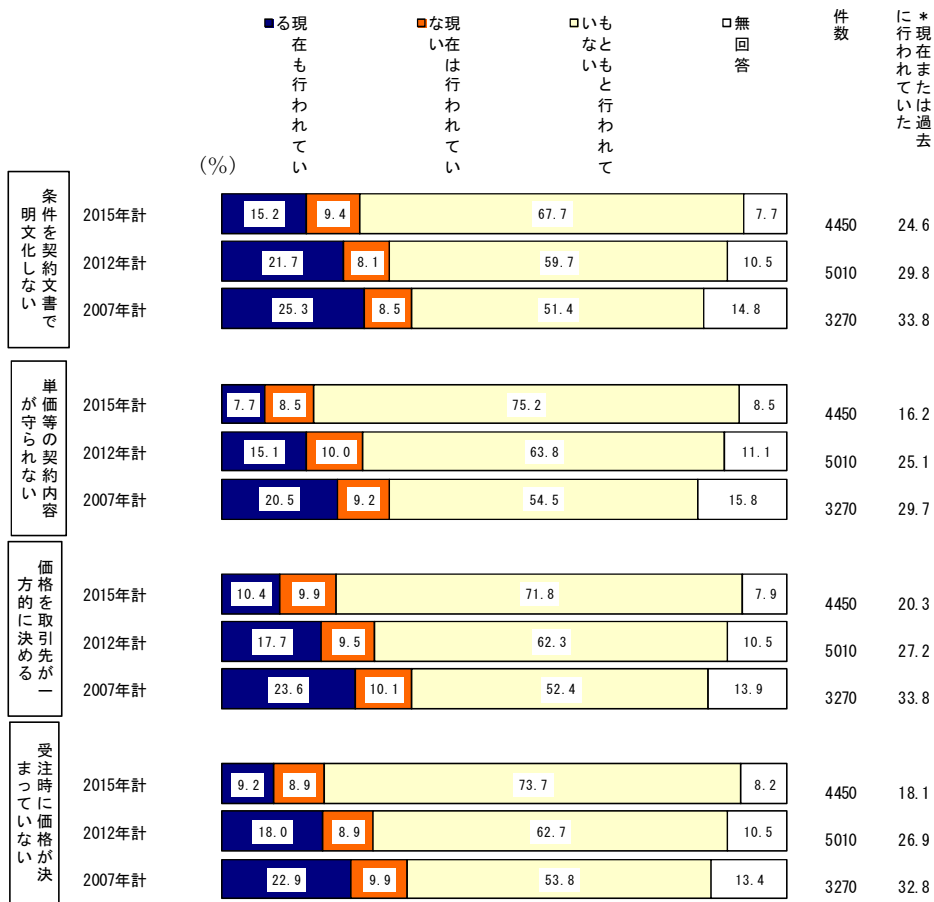
「価格を取引先が一方的に決める」（約2割）、「受注時に価格が決まっていない」（2割弱）と依然として不公正な取引慣行が続く実態も明らかになった（第9図）。

また、「主要な取引先との契約内容の設定方法」の問いには、「対等な話し合いで決定」が5割強と前回調査より増加しているが、「取引先の企業が主導して決定」が2割強で、「自社が主導して作成」（約1割）の2倍以上となっている。取引条件の決定で自社の意向が十分に反映できる状況になっていない企業が多い（第10図）。

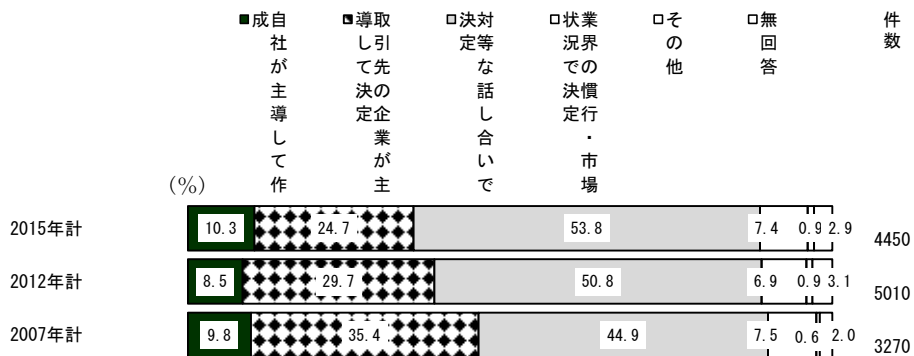
第8図 現在、取引において直面している問題



第9図 取引先との契約で過去1年間に起きたこと



第10図 主要な取引先との契約内容の設定方法



5. 中小企業関係の法律、制度改善のための行政・政府への期待

企業間での公正な競争環境を確保するために設けられた下請法（下請代金支払遅延等防止法）など法令等に対する認知度も調査で聞いている。

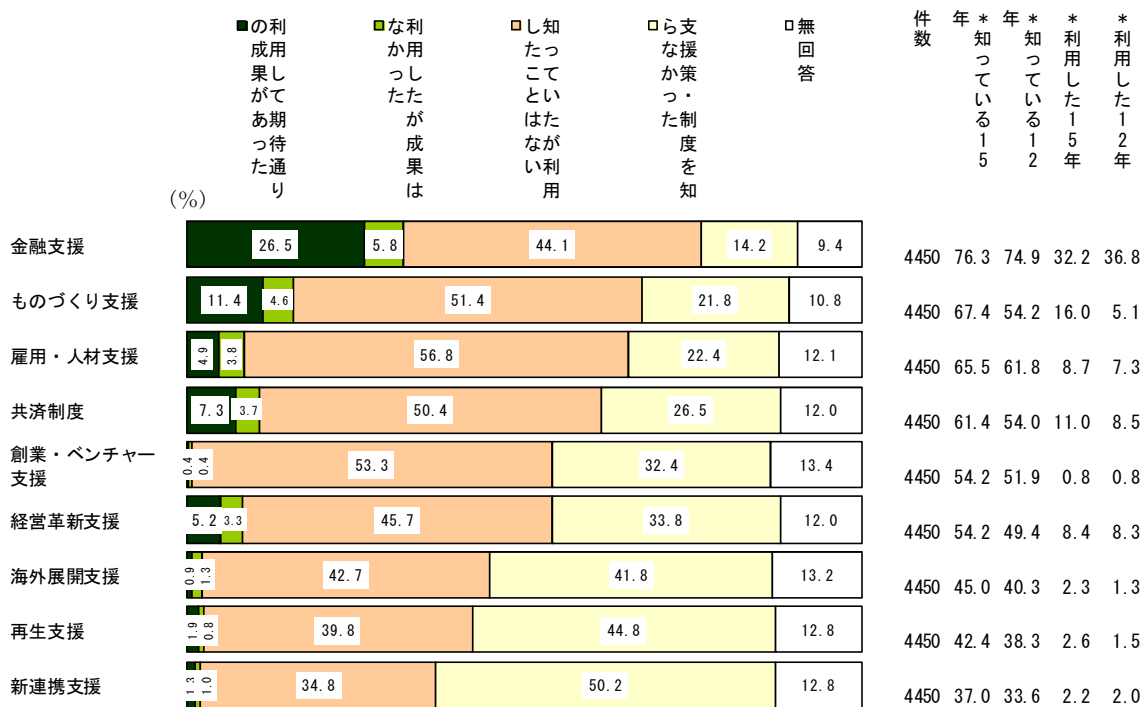
[下請法など6つの法令や行政の制度の認知度]については、「いずれの法令・制度も知らない」とした企業が驚くべきことに3社に1社にも及んでいる。認知度が最も高い「下請法」でも5割強で、それ以外の法令・制度はいずれも認知度

は低い（図表省略）。

また、中小企業を対象とした[中小企業庁の公的支援策・制度の利用状況]を聞いたが、「利用して期待通りの成果があった」が最も多かったのは「金融支援」で4社に1社となっている。また、製造業では「ものづくり支援」が前回調査と比べ大幅に増加しているが、それ以外の支援策・制度の認知度・利用状況はいずれも低い(第11図)。

中小企業の生産性向上や賃金上昇につながる支援策が徐々に充実しつつある中で、政策の効果を高めるためにも認知度を高める周知の強化が求められる。

第11図 過去3年間における中小企業を対象とした中小企業庁の公的支援策・制度の利用状況と認知度



6. 連合・労働組合の 今後の取り組み課題

これまで調査結果を見てきたことについて誤解を恐れずまとめれば、「コストは上昇傾向にある一方で、取引関係のなかで、コスト上昇分を単価・価格に転嫁できず、むしろ下げられるような状況のもとで、中小企業の収益性の向上は十分に進まず、その結果、生産性向上につながる設備・技術の刷新や研究開発や人材確保・育成が十分に進んでいない」、「取引に関する法令などのルールの認知度は低い」ということである。

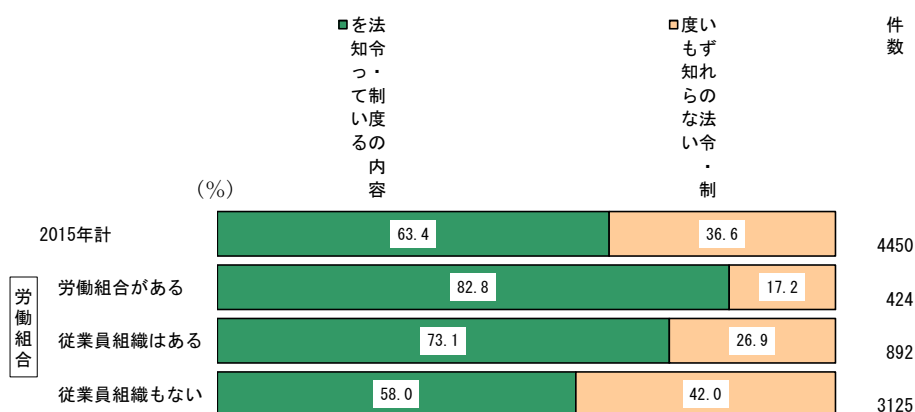
労働組合として、中小企業労働者の賃金・労働条件の改善を進めるためには、取引関係における構造の問題にも踏み込んで、改善をはかっていくことが必要である。

今回の調査では、労働組合の有無で回答を分析した設問がいくつかある。先にみた法令や行政の制度に対する認知度について、「法令・制度の内容を知っている」は、労働組合も従業員組織もな

い企業で6割弱であるのに対し、労働組合がある企業では8割強になっている（第12図）。この問いだけでは断定できないが、組合員の雇用と生活に責任を持つ労働組合が、労使協議や交渉などを通じて、経営状況を明らかにすることで、経営の透明化を進めるとともに、経営者の経営努力に対する後押しにもつながっているのではないだろうか。そうした観点で、労働組合が果たす役割はきわめて大きいといえる。

また、取引関係に起因する問題は、中小企業やそこで働く労働者だけの問題ではない。調査結果において確認したが、不公正な取引や取引慣行に制限され、対等に取引の交渉ができなければ、中小企業の収益性が不当に損なわれて人的資本形成や研究開発が進まず、サプライチェーンや産業そのものを脆弱化させることになる。企業が生み出した商品やサービスの価値を適正に評価し、適正な価格で取引を行うことで、産業全体で創造した付加価値の適正な分配を実現することが、産業全体、サプライチェーン全体、しいては日本経済を改善する重要な問題であると捉えるべきである。

第12図 内容を知っている法令、制度



こうした認識を踏まえ、連合では、公正な取引慣行の実現に向けて、「政府の法令等取引ルールの社会全体への周知の徹底と監視・取り締まりの強化の要請」や「経営者団体との連携強化による『公正な取引慣行の実現』に向けた社会的な機運醸成」、「中小企業のみならず大手企業を含めた組合員の取引ルールの周知・啓発活動の強化」に取り組んでいる。

今回の調査で得られた結果は、2016春季生活闘争まっただ中の2016年3月に「中間報告」としてプレスリリースを行い、組合の交渉材料の一つとして活用した。また、2016年9月には、最終報告書の内容をプレスリリースし、社会に対するアピールを行った。

行政に対しては、2016年3月から4月にかけて中小企業庁長官と公正取引委員会事務総長に要請を行い、中間報告の趣旨を伝え、法令などのルールの周知と監視・取り締まりの強化を要請した。また、2014年と2015年に開催された「経済の好循環実現のための政労使会議」において、労働側の

主張などをもとに、中小企業の取引条件の改善が盛り込まれた。これにより、2015年12月には「取引条件改善のための関連府庁等連絡調整会議」が立ち上がり、政府としても具体的な検討が進んでいる。

経営者に対しては、2016年3月に中小企業家同友会全国協議会や中小企業団体中央会と相次いでトップレベルでの意見交換会を開催し、調査結果を共有するとともに、中小企業の取引条件の改善に向けて、ともに連携していくことを確認した。

また、組合員向けの周知・啓発については、組合員が取引の正しいルールを知り、不公正な取引が賃金・労働条件や産業の持続可能性に影響を及ぼすことを理解するために、2016年10月に『『公正な取引慣行』を実現しよう』というパンフレットを発行し、組合員の理解促進を進めている（資料）。

連合は、中小企業の底上げ・格差是正のために、粘り強く公正な取引慣行の実現に向けて取り組んでいく。

不正な取引

やってませんか？ されてませんか？

買いたたき、減額、取引対価の一方的決定
合理的な理由なく値引きをさせる、
親注者の事情のみで価格を決める、納入後に減額をするなど

【小例】セールの商品を、一方的に低い価格を設定し取引する。
【解説】原材料やコストが上がる中、一方的に値を下げ価格を決定する。
【関連】調達責任者が、自らの目利きで、一方的に低い価格を決定する。

受領拒否・返品
正当な理由なく商品の受領拒否や 返品する

【解説】納品基準をわざと厳しくして、発注内容と異なることを理由に返品。
【関連】発注者の発注計画の変更のみを理由に返品。
【関連】卸業者の指定した出荷者の不 社事で、完成している書類VTRを受領拒否

やり直し・仕様変更
正当な理由なく仕様変更、やり直しをさせ、利益を不当に奪う

【解説】仕様を明確にしないまま作業させ、納入したときに「発注と違う」とやり直させる。
【関連】最終検閲を繰り返して、手前に変更した費用を負担しない。
【ソフトウェア】仕様変更に対し、追加費用を負担しない。

不当な経済上の利益の提供要請
金銭や役務、その他経済上の利益を不当に提供させる

【小例】広告費用を、納入業者の商品の販売促進に充当する。
【解説】親注者の利益を不当に提供させる。
【全例】労務対価のための役務金を要請し、負担させる。

役務提供（労務の提供）
正当な理由なく、役務の提供をさせる

【小例】自社製造品以外の備付け、車の清洗、検定させる。
【小例】自社製造品部に試作部員を派遣したのに、横断しをさせる。

購入・利用強制
合理的な必要性なく、指定する物や役務を強制して購入・利用させる

【解説】自社工場に集まり入れられる環境を利用して、自社製単位の購入を強制する。
【全例】自社の全経営利益の増進を要請し、通常の購買条件より不利な取引扱いをする。
【全例】指定する物や役務を強制して購入・利用させる。

支払い遅延、割引困難な手形での支払い
自己の一方的な都合により、契約で定めた期日に対価を支払わない

【解説】商品の使用後に対価を支払う契約にもかかわらず、自己の一方的な都合で使用期限を過ぎさせ、自社の利益を減らさせる。
【全例】割引困難な手形（継続率は90日超、その他の期間は120日超）を支払わせる。

発注者が負担すべきコストを 受注者に負担させる
発注者の都合で取引条件を変更し、
そのコストを受注者に不当に負担させる

【全例】輸品を一任から分単に変更し、送料が削減された分は、
受注者に負担させる。