企画・制作＝日本経済新聞社クロスメディア営業局

広　告

下請取引適正化推進シンポジウム2013

～消費税転嫁と企業間取引の適正化に向けて～ 福岡編（全国5会場で開催）

下請取引の適正化や円滑な消費税の転嫁は、日本企業の大半を占める中小企業の経営を左右する重大な課題だ。昨年11～12月に全国５会場（札幌、東京、名古屋、大阪、福岡）で開催した「下請取引適正化推進シンポジウム2013」には、下請代金支払遅延等防止法（下請代金法）と消費税転嫁対策特別措置法（消費税転嫁法）の順守に取り組む親事業者が登場。企業間取引の適正化に向けた具体策を紹介した。

基調講演 消費税の円滑な転嫁をはじめとした企業間取引の適正化

弁護士 高橋善樹氏

消費税が8％に引き上げられ、2014年4月1日から売買等の取引に適用される。それに対して円滑に価格転嫁を行い、それを阻害する行為を防ぐために17年3月までの時限立法として「消費税転嫁対策特別措置法」がこの10月1日から施行された。

この消費税転嫁法に関しては、現時点ではあまり周知されておらず、下請法との関連性についてなど質問が多い。かつて消費税が3％から5％に引き上げられた際には、転嫁拒否などは下請法と独禁法の優越的地位乱用が適用されたが、実際の摘発ケースは少ない。しかし今回の消費税転嫁法では、下請法の製造委託にとどまらず広く売買等の取引に適用されるので、転嫁拒否などの行為が見つかれば摘発されることになる。

4月1日からは前日の3月31日の本体価格を1・08倍することになるが、この本体価格を維持できるのかが問題。小売業者は価格を上げたくないので本体価格を下げたい。しかし消費税転嫁法では「合理的な理由」がない場合、それが認められていない。本体価格引き下げを要求すれば、転嫁拒否つまり買いたたきで消費税転嫁法違反ということになる。

商取引の現場では、景気動向や商品の販売状況により価格交渉は当然。値決めはお互いの交渉で行う。しかし消費税転嫁法では、客観的にコスト削減効果が認められる場合、原材料価格が下落している場合などを除いて本体価格の引き下げが難しい。しかも税抜価格での交渉を拒否することも、転嫁拒否ととられてしまう。

4月1日以降はリベートも率を上げたり新たなリベートを設定する場合、消費税転嫁法に抵触する可能性がある。下請法は11の禁止義務が定められるように形式的に判断されるが、消費税転嫁法は同様に形式的に判断されるといえるだろう。しかも特定の取引ではなく、売買など幅広い取引に適用されるため、下請法や独禁法と合わせ消費税転嫁法に対するコンプライアンス強化も図る必要がある。

転嫁法の周知徹底に合わせコンプライアンス強化を

パネルディスカッション コンプライアンスの強化と企業間取引の適正化を目指して

◆パネリスト

日本電気／三菱電機情報ネットワーク

日本電気 ソフト・ソリューション資材部 調達改革統括部主任 **高山知靖氏**

三菱電機情報ネットワーク 理事・資材部部長 **古賀隆男氏**

太樹法律事務所 弁護士 **高橋善樹氏**

九州経済産業局 産業部中小企業課長 **松崎治洋氏**

◆ナビゲーター

フリーアナウンサー **原田知恵氏**

松崎 企業にとってコンプライアンス強化は非常に重要なテーマ。トップの影響も大きいが企業の社会的責任（CSR）や社会的評価という点では、大企業も中堅中小企業も持続的に企業を発展させるためには、トップから社員まで全員が意識を高く持たなければならない。

――コンプライアンス強化に対して、そのきっかけについて聞きたい。

古賀 下請法というのは違反事例がはっきりしており、これまでの実績を精査すると、注文書の発行が遅れているといったケースがあり、これを改めようというのがきっかけで、トップが率先してリーダーシップを発揮し是正に取り組んできた。

高山 法令順守に真摯に取り組んでいても、内部監査ではグループ全体で軽微なリスク事例が見つかっていた。CSRの観点から、法令違反に対して厳しく善処することが求められるのが一般的で、その責任を全うするためにもコンプライアンス強化が不可欠。当社では、トップが社員に対して「コンプライアンスは最優先」というメッセージを発信している。

高橋 大企業の場合、社会的な信用を損なわないためにコンプライアンス強化には真剣に取り組んでいるが、調査してみると日常業務に追われて、綿密にチェックできているとは言い難い。より一層の啓発活動は必要だと感じる。

――取り組みを進めるうえで、どのような工夫が必要だったか。

古賀 法令管理部門として職責を担う資材部門、それから経営幹部、さらにそれ以外の社員、そして下請事業者の4つの領域での取り組みが必要だった。資材部門は下請法の知識を深め、順法が会社を守るという意識を持つこと。経営幹部に対してはケーススタディーを交えて説明し理解を深めてもらう、社員に対してはeラーニングや研修で学べる総論だけでなく、実務でのリスクを資材部門が洗い出して教育する。下請事業者には自社の取り組みを伝え、下請法についての理解を深めてもらっている。

高山氏

古賀氏

高山 まず資材部門で下請法について興味を持ってもらうことから始めた。事例解説だけでなく細かな質問でも受け付け、それに対して真摯に回答している。それを繰り返すうちに質問内容も次第に高度になってきた。最初こそ「できるわけない」と言う社員もいたが、今では「どうすればできるのか」と前向きな姿勢に変化した。

高橋 企業規模には関係なく、それぞれの企業でコンプライアンス強化の工夫が必要だ。ただ現実的には業績アップが重要でコンプライアンス強化の負担とのバランスが難しいというケースは少なくない。

松崎 コンプライアンス強化にでもコンプライアンス強化に取り組む人たちを評価することで、人材も育ち全社的にコンプライアンス意識が浸透するのではないだろうか。

――消費税転嫁法への対応について。

古賀 消費税転嫁法は、下請法と一緒に考えると誤解を生じる恐れがある。消費税転嫁法は全ての取引が対象なので下請法とは切り分け、買いたたきとか、価格も税抜きか税込みかなどの契約も個別に対応する必要も出てくる。現時点では、問題点の把握など対応を急いでいるところだ。

高山 消費税転嫁法については定例会議などを通じて、グループ全体への周知を図っている。ただ説明責任があるという点で、悩んでいる面もある。当社でも鋭意対応策を検討しているところだ。

――これからコンプライアンス体制を構築する企業へのアドバイスは。

高山 実務に即した事例、勧告公表事例を社内サイトなどで紹介することも有効。事例を活用することで理解が一層深まると思う。

古賀 教育研修については、1回やればいいというのではなく毎年同じ時期に繰り返し行う。法律についてゼミ形式で何度も学ぶということも効果的だと考えている。

高橋 コンプライアンスも業務の一環という共通認識をトップから社員まで持つ。違反を発見したら、社内のルールに照らし合わせて企業全体で連携し、改善していく環境を作ることも大事だろう。

松崎 法令には書面交付と書類の保存という2つの義務がある。そこで実際の事例を参考に、自分の会社はどうなのかとチェックしてほしい。我々が求めるのは、そうした基礎的な部分がちゃんとできているかどうか。そこからコンプライアンス体制構築は前進する。

松崎氏

原田氏

社員の疑問に対して真摯に回答　高山氏
順法が会社を守るという意識　古賀氏
コンプライアンスも業務の一環　高橋氏
さらに意識高め転嫁法等順守を　松崎氏

企業の取り組み事例 五十音順

クレハトレーディング
社員の順法意識向上を最優先

クレハグループの一員として、コンプライアンス強化に取り組むなか、2004年にクレハグループ倫理憲章が制定された。そのもとでグループと当社両方にコンプライアンス委員会が設置され、規定や行動基準などがつくられた。化学品の商社だけに、毒物及び劇物取締法と下請代金法の2法は意図せず違反となりやすい重要法令として、徹底した教育を実施している。

08年の「下請取引に関する調査」依頼で、下請代金法の理解不足がみられたため、本格的に法令順守の取り組みを始めた。そこで製造委託している業者の調査から支払い条件、発注書の有無、取引の実態、マスター登録の入力項目などを確認。その上で下請事業者に支払方法通知書を発行するとともに、発注書の内容項目も改善した。

今後はチェック機能としての内部監査制度を充実させ、社員一人ひとりの意識を高めることに注力したい。

昭和電工
約900社との下請取引を管理

当社と取引のある下請事業者はグループ全体で約900社に上る。本社の購買・SCM部と法務・知的財産部が統括部門となり、各事業所への教育や社内監査などを実施する管理体制を敷いている。

各事業所では下請取引管理責任者を定め、年1回以上の自主監査を実施。下請取引に該当するか迷う取引はすべて下請代金法の対象とみなし、監査の概要と改善案を本社統括部門へ報告する。

本社統括部門は業務の標準化を図り、マニュアルを作成。購買システムで使う下請取引専用のコード体系を整備し、うっかり違反を防いでいる。

また、購買コンプライアンス全体会議や社内講習会を開催。社内イントラネットに下請代金法の掲示板を開設し、関連情報を発信している。教育・啓蒙、監査、改善を愚直に繰り返し、コンプライアンスの徹底を図る。

トヨタ自動車
自ら気付き、改善する組織に

当社は、「人づくり」と「仕組みづくり」を両輪に据え、コンプライアンス体制の構築を図っている。「仕組みづくり」の面では、社内の全部署と国内外の全子会社を対象に、定期的な自主点検を実施。PDCAサイクルを回し、自ら気付き、自ら改善する風土の構築を目指している。

下請代金法順守に関しては、専用ホームページ、各部署のニーズに合わせて実施する出前セミナー、eラーニング等、社員の啓発に積極的に取り組むとともに、専用の相談メールも設置している。専用ホームページには、自分の担当する取引が下請取引に該当するかを判定する判定チャートや注文書のサンプルなどを掲載している。また、調達部門では、代金減額や支払い遅延を防止する機能を盛り込んだ発注・支払いシステムの構築や、イントラネットに下請事業者の一覧表を掲載し、定期的に更新するなどの取り組みを行っている。

日本電気
グループで同質の活動を継続

NECはグループ会社を含め、同質の取り組みを継続的に実施している。本社・グループ会社に下請代金法の順法責任者を配置。本社の事務局（調達改革統括部）が教育資料などを提供し、順法推進者を中心に各社・各部門で主体的に法令順守を徹底する。

具体的な取り組みでは、事務局が新任の管理職や資材部配属者向けに指導を実施するほか、順法推進者による年1回以上の集合教育を継続。教育資料は社内に公開し、事例解説などをいつでも閲覧できるようにしている。

チェックリストによる自主点検や、取引内容・帳簿類をチェックする実地点検、点検結果に応じた改善計画の立案・実行も継続。下請代金法に関する最新情報を本社・グループ会社に発信したり、個別の相談に応じたりする活動も展開している。これらの取り組みにより実務者の気付きと改善を促し、下請取引の適正化を図る。

三菱樹脂
下請取引の社内標準化を推進

当社は2008年に4社が統合して誕生した。従来は各部署固有の方式で下請取引を実施していたが、組織の一体化と順法体制の強化を図るため09年4月に外注調整室を新設。下請取引の社内標準化を進めてきた。

具体的には、工場など16カ所・60部署を巡回して説明会を開催。テキスト「下請法の手引き」には、社内事例を多く盛り込むことで理解しやすくした。実際の取引内容などをヒアリングし、現場の担当者と適切な対応を相談する取り組みも継続している。

また、業務システムによる標準化を進めるため、通常の取引マスターとは別に下請法マスターを整備。支払い遅延や代金減額などをシステムで防止している。共通の注文書も作成し、必要事項を漏れなく記載できるよう工夫した。下請取引の判定方法や社内で実際に起きた事例などは、データベースにまとめて社内で共有している。

三菱電機情報ネットワーク
月1回の経営会議で状況報告

当社は三菱電機のグループ会社で、ネットワークおよびアプリケーションの構築・運営・保守サービスなどを主な業務としている。下請代金法に関連する法令管理部門は資材部で、①概算発注が多い②算定方式を活用③作業期間を設定――などの特徴があるので、部門別に順守項目を設け、親事業者としての4つの義務と11の禁止事項をチェックしている。

毎月の経営会議に状況を報告することで、経営トップから法令順守の徹底を指示してもらっている。資材部員や社内関係者向けに、勉強会やセミナーも定期的に実施。また資材部門は実際の契約案件を対象に自主チェックし、問題把握と改善につなげるようにしている。

親企業の三菱電機による業務監査や社内監査も継続して行い、下請事業者にも同法の理解を深めてもらうための啓蒙活動も行っている。

中小企業の相談窓口「下請かけこみ寺」のご案内

全国47都道府県（48カ所）に設置している『下請かけこみ寺』では、「納品後に代金の値引きを求められた」「支払日が過ぎても代金を支払ってもらえない」など取引に関する中小企業の様々な悩みの相談に相談員や弁護士が親身になって応じ、問題解決に向けたアドバイスを無料で行っています。秘密は厳守します。ご活用ください。また、消費税転嫁等に係る取引上の相談にも応じています。

消費税転嫁に関するご相談はこちら　0120・300・217
その他のご相談はこちら　0120・418・618

中小企業庁のホームページでは、下請代金法違反の防止に向けた社内体制の整備方法や取り組み事例を紹介する「下請取引コンプライアンス・プログラム」のほか、下請代金法の講習会の情報など下請取引適正化に関する情報を掲載しています。
http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/index.html

■主催：経済産業省中小企業庁
■後援：公益財団法人全国中小企業取引振興協会、全国中小企業団体中央会、日本経済新聞社

本特集の東京・大阪・名古屋・札幌編は中小企業庁のサイトでご覧いただけます。
http://www.chusho.meti.go.jp/ 中小企業庁 検索