

印刷産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン

★ガイドライン策定の経緯

- 印刷産業は市場規模約7兆円、参入事業者は約3万2,000社にものぼる巨大市場であるが、参入事業者の8割近くが従業員10人以下の小規模事業者である一方、売上高が1兆円を超える大手事業者もあり、大手事業者と小規模事業者が混在する業界構造。また、印刷工程は印刷前工程、印刷自体の工程、印刷後工程などの専門事業者による分業化が進んでいるため、下請取引に該当する業界内取引が多いことも業界特性。
- 今般、中小印刷業の業界団体である社団法人日本印刷産業連合会の協力を得て、「下請法遵守マニュアル」を基に、新しい事例や望ましい取引について検討を行い、ガイドラインとして取りまとめた。

★下請代金法及び独占禁止法に抵触するおそれのある留意すべき取引事例

(買ったたきの禁止)

- 印刷業の下請事業者が継続取引を行っている親事業者の印刷会社から、段階的に一律価格低減をするよう一方的に通告され、十分に協議することなく下請代金の額を決められた。拒否すれば他社へ発注し、取引継続しないとされた。
 - 一律定期的に価格低減を行い下請代金の額を定めることは、必要な原材料の価格動向等合理的な理由を無視している点、また一方的に価格の低減を強要する点が問題であり、「買ったたき」に該当するおそれがある。

(書面の交付義務)

- 親事業者の印刷会社が作業の着手を優先させるため、下請事業者の印刷加工会社に対して価格決定をせずに発注した。発注書は発行したが、価格は記載されていなかった。その後、価格については納品後に協議して決定した。
 - 必要事項が記載されていない発注書の交付は、下請法第3条の「書面の交付」義務違反となる。「作業の着手を優先させるため」というのは、発注書面に必要事項を記載しない正当な理由とはならない。

★望ましい取引事例と今後に向けた取り組み

(見積・発注段階)

- 総合印刷業A社(下請事業者)では、案件ごとに見積書を作成して親事業者と協議を行い、価格・納期といった条件面を明確にすることに努めることにより、受注後のトラブルが削減された。
- スクリーン印刷業B社(下請事業者)では、基本的な業務における発注ロット別の価格計算表を用意。取引先と折衝を重ねて了承を得、その後は計算に基づいた受注価格計算を行うことにより、取引価格の取決めの透明度が増した。

(受領段階)

- 総合印刷業C社(親事業者)では、納期期限前に下請事業者から受領したものでも、工場へ納品された時点で自動的に60日以内の支払手続をするシステムを組むことにより、支払遅延が生じないようにしている。