

# 繊維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

平成19年 6月 策定  
平成23年11月 改訂  
平成26年 2月 改訂  
平成26年 6月 改訂  
平成27年 3月 改訂  
平成29年 3月 改訂  
平成31年 3月 改訂

経済産業省

## 目次

I.	はじめに	.....3
II.	繊維産業における取引改善についての評価	.....3
III.	経済産業省報告書等における位置付け	.....5
IV.	日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会の自主行動計画の 着実な実行	.....6
V.	繊維産業流通構造改革推進協議会による取引ガイドラインの遵守・実行	.....7
VI.	法令の遵守	.....8
1.	下請代金支払遅延等防止法(下請法)	.....9
	(1)適用対象	.....9
	(2)下請法上の親(発注)事業者の義務・禁止行為	.....10
	(3)繊維産業において問題となりうる行為類型別の整理	.....12
	① 買ったたき	.....13
	② 受領拒否	.....20
	③ 下請代金の減額	.....21
	④ 返品	.....22
	⑤ 割引困難な手形の交付	.....22
	⑥ 不当な経済上の利益の提供要請	.....23
	⑦ 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し	.....26
2.	下請中小企業振興法・振興基準	.....27
3.	独占禁止法	.....30
4.	不正競争防止法	.....31
5.	消費税転嫁対策特別措置法	.....32
6.	家内労働法	.....36

- (参考1)「日本の繊維産業が進むべき方向ととるべき政策(平成15年7月)(抜粋) .....37
- (参考2)「繊維産業の展望と課題」(平成19年5月28日)(抜粋) .....39
- (参考3)「繊維産業における外国人技能実習の適正な実施等のための取組」(平成30年6月19日)(抜粋) .....40

#### 参考資料

- (別添1)「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(平成29年3月1日制定、平成30年7月24日改訂:日本繊維産業連盟・繊維産業流通構造改革推進協議会)
- (別添2)「取引ガイドライン第三版」の発刊について(平成31年3月:繊維産業流通構造改革推進協議会)
- (別添3)「繊維製品に係る取引の適正化について」(平成13年9月28日:公正取引委員会)
- (別添4)下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準(平成28年12月14日:公正取引委員会)
- (別添5)「下請代金支払遅延等防止法の繊維関連違反事例集」(公正取引委員会のHPより抜粋)
- (別添6)「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法, 独占禁止法及び下請法上の考え方」(平成31年3月29日:公正取引委員会)
- (別添7)「消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方」(平成31年3月29日:消費者庁)
- (別添8)「総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する考え方」(平成31年3月29日:財務省)
- (別添9)「総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方」(平成31年3月29日:消費者庁)
- (別添10)家内労働法の概要(厚生労働省)

## I. はじめに

平成19年2月15日、政府において「成長力底上げ戦略」構想がとりまとめられ、翌日16日の経済財政諮問会議に報告され了承された。

「成長力底上げ戦略」は、成長戦略の一環として、経済成長を下支えする人材能力、就労機会、中小企業の3つの基盤の向上を図ることを目指しており、当該3本柱の一つ「中小企業底上げ戦略」の中においては、下請適正取引等を推進することとなっている。本ガイドラインは、その一環として、繊維産業に関するガイドラインとして策定するものである。

## II. 繊維産業における取引改善についての評価

生産工程が多段階構造にわたる繊維産業は、産業全体の生産性向上を図るべくIT導入の推進を行ってきた。しかし、企業間システム構築のためには、公正な取引環境の整備が重要な課題であった。そこで、前提として取引改善を実現し、ITを活用して効率的なサプライチェーンを構築するための検討が民間主導で行われてきた。これは、下請取引等の適正化のみにとどまらず、適正な取引関係が生産性の高いビジネスモデルの一環として確立することを目指しており、先進的な取組であった。特に、平成11年7月の繊維産業流通構造改革推進協議会（以下、本文においてはSCM推進協議会）の発足に伴い、そうした取組は本格的に開始された。

SCM推進協議会は、取引改善には各社の経営者自らが主体的に関与することが重要であるとの認識のもと、平成15年5月に経営トップ合同会議を開催した。その後経営トップ合同会議の諮問委員会である「TAプロジェクト」<sup>1</sup>を立ち上げ、検討が行われた結果、平成16年9月に取引ガイドラインの総論に当たる「TAプロジェクト取引ガイドライン」（第一版）を策定するに至った。

これをもとに分野ごとの特徴を反映させた検討作業を開始して、平成17年10月には「副資材の生産供給に関する取引ガイドライン」、「ニット製品の製品供給に関する取引ガイドライン」、「製品の生産供給に関する取引ガイドライン」を策定した。また、平成18年10月には「ユニフォーム素材の生産供給に関する取引ガイドライン」を策定した。

数次に亘るTAプロジェクトにより取り決められた「取引ガイドライン」及び「間接取引における取り決め」、「品質問題に関する取り決め」につき再度の精査を行った上で平成19年10月「TAプロジェクト取引ガイドライン」（第二版）が策定された。

平成25年4月に「OEM取引における業務条件の取り決め」、「TA－百貨店（法

---

<sup>1</sup> 「TAプロジェクト」とは、繊維産業サプライチェーン全体の最適化を前提とした場合の「テキスタイル、染色加工業、生地卸商、ニットメーカー、副資材卸商・副資材メーカー、商社、アパレル、縫製事業者間における生地・副資材・ニット製品・布帛製品・ユニフォーム商品、縫製品の取引に関するビジネスプロセスと取引形態」の策定を目指した取組のこと。

人外商部門)間のユニフォーム商品取引に係わる共有する計画情報項目、業務条件の取り決め項目、「TA—量販店間の商品取引に係わる業務条件の取り決め項目、品質に関する責任範囲」など策定により「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第二版)(VER 1)とし、業務条件の取り決め項目の「知的財産権」を改訂し平成29年3月「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第二版)(VER 1.1)とした。

平成30年11月に、「業務条件標準項目」に協議すべき標準的内容の具体的説明を記載するとともに、「生地取引編」を「生地取引・染色加工編」として染色加工に係る取り決めを行う「業務条件項目」を記載し、さらに新たに取引対象商品別に縫製業取引編のガイドラインを追加する等の改訂を行い、「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第三版)<sup>2</sup>とした。

平成28年9月には、親事業者と下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」、サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善を図ること等を目的とした「未来志向型の取引慣行に向けて」が経済産業省より公表された。その中で、

- ①親事業者による不適正な行為に対して厳正に対処し、公正な取引環境を実現する
- ②親事業者・下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」につながる望ましい取引慣行等を普及・定着させる
- ③サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善や賃上げできる環境の整備に向けた取組を図る

という3つの基本方針のもと、「価格決定方法の適正化」、「コスト負担の適正化」及び「支払条件の改善」といった課題に重点を置いて、本来は親事業者が負担すべき費用等を下請事業者に押しつけることがないように徹底していくこととされた。具体的には、ア)業種横断的なルール of 明確化・厳格な運用(下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準<sup>3</sup>及び下請中小企業振興法の振興基準の改正等)を行うとともに、イ)各業界団体に対して、サプライチェーン全体での「取引適正化」と「付加価値向上」に向けた自主行動計画の策定と着実な実行等が要請された。

この要請を受けて、日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会は、平成29年3月、合理的な価格決定、コスト負担の適正化、支払条件の改善、生産性の向上等に関する今後の取組を表明する両団体連名の「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」<sup>4</sup>を策定した。また、後述の繊維産業技能実習事業協議会の「繊維産業における外国人技能実習の適正な実施等のための取組」の決定を受け、平成30年7月に、取引適正化及び発注企業の社会的責任への取組に係る内容を反映するため、当該自主行動計画を改訂した。

SCM推進協議会は、当該自主行動計画の策定に先立ち、平成28年11月、繊維産業において不適切な取引慣行として残っている「歩引き取引(代金の額に一定率を乗じた額を差し引くこと)」について、「歩引き取引廃止宣言」を採択・公表した。平成29年3月、経済産業省は両団体参加の企業及びそれらの取引先企業に対し、「歩引き」取引の廃止への協力依頼文書を発出するとともに、日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会は、これら企業に対し、「歩引き」取引廃止の要請を行った。

<sup>2</sup> 参考資料・別添2

<sup>3</sup> 参考資料・別添4

<sup>4</sup> 参考資料・別添1

以上のように、繊維産業におけるITを活用した効率的なサプライチェーンの構築、その前提としての取引改善への取組は、民間主導で推し進められて来ており、経済産業省としても、今後とも日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会の取組を支援していく。

### Ⅲ. 経済産業省報告書等における位置付け

経済産業省としても、各報告書の中で、取引改善、ITを活用した効率的なサプライチェーンの構築の重要性に言及し、日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会を中心とした民間の取組への支援を明記している。

#### (1)「日本の繊維産業が進むべき方向ととるべき政策」(平成15年7月)

繊維産業に内在する弱点の克服と強い基幹産業への復権を目指して「日本の繊維産業が進むべき方向ととるべき政策」(参考1)がとりまとめられた。この中で、「SCM化・IT化の現状と方向」が検討され、①進展状況、②これまでの問題点、③在庫ロスの状況、④SCM化・IT化の可能性、⑤今後の方向性に関する整理が行われた。

その結果、繊維業界としてSCM化・IT化をより本格的に進めるため、SCM推進協議会の活動を強化することと、政府としてこれを支援することとなった。

#### (2)「繊維産業の展望と課題」(平成19年5月28日)

「繊維産業の展望と課題」(参考2)においても、SCM推進協議会の活動への期待と政府のSCM推進協議会の取組への支援が明記されている。

#### (3)「未来志向型の取引慣行に向けて」(平成28年9月15日)

①親事業者による不適正な行為に対して厳正に対処し、公正な取引環境を実現する。②親事業者・下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」につながる望ましい取引慣行等を普及・定着させる。③サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善や賃上げできる環境の整備に向けた取組を図る。との基本方針が示され、取引適正化の取組を求めており、繊維以外についても業種別下請ガイドラインの改訂を行うこととしている。

#### (4)「繊維産業における外国人技能実習の適正な実施等のための取組」(平成30年6月19日)

「外国人の技能実習の適正な実施及び技能実習生の保護に関する法律」第54条に基づき設置された「繊維産業技能実習事業協議会」の決定・「繊維産業における外国人技能実習の適正な実施等のための取組」(参考3)において、

縫製企業等における受注工賃の低さが技能実習に係る法令違反等の背景としてあり、技能実習の適正化には、取引全般の適正化の推進が必要である、また本取組を責任をもって遂行するため、構成員団体は「取引適正化推進委員会」(仮称)を設置する等の態勢等を整備する、と明記されている。

#### IV. 日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会の自主行動計画の着実な実行

日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会が策定した「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」のもとで、取引適正化のみならず、生産性・付加価値向上に向けた取組を進めることは重要である。これは、後述の関係法令が対象としない取引・行為等を含め、両団体に参加する企業は自主的に望ましくない取引慣行をなくそうと取り組むものである。また、両団体の会員団体以外でも、自主的にこの自主行動計画に賛同している繊維関係団体もあり、こうした動きが広がることが期待される。繊維産業に従事する事業者は広くこの自主行動計画の趣旨を理解し、計画にある各事項を着実に実行していくことが求められている。

また、フォローアップ調査を通じて定期的に自主行動計画の取組内容に係る実施状況について把握・評価した上で、必要に応じて自主行動計画の見直しを行うとともに、PDCAサイクルにより各事業者の取引の改善に繋げていくことが必要である。

「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」のポイントは以下のとおり。

1. 合理的な価格決定・コスト負担の適正化のための取組
  - 契約書の書面化の徹底
  - 歩引き取引の廃止
  - 取引対価の決定、在庫保管等のコスト負担に係る協議の実施
  - 付加価値に応じた適正な利益配分、受注者の適正な賃金・労働環境、事業の持続可能性等の確保
2. 支払条件の改善のための取組み
  - できる限り現金払い
  - 手形の割引料等の負担を勘案した協議
  - 手形サイトの短縮化(通達では90日以内。将来的には60日を目標)
3. 生産性向上のための取組み
  - 生産性向上に係る課題解決に向けた取引企業間のコミュニケーション
  - 適正な原価率及び利益を確保した上での、正価の信頼性の維持・向上

## V. 繊維産業流通構造改革推進協議会による取引ガイドラインの遵守・実行

経済産業省としても、SCM推進協議会がまとめた最新の「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第三版)は、不透明で問題の多かった取引慣行を改善するとともに、生産性の向上を目的にしており、産業の競争力の強化に資すること、及び消費者の満足度向上を目的とすることから、前述したとおり、先進事例として高く評価している。したがって、すでにSCM推進協議会に参加している企業のみならず、繊維産業に従事する事業者は広く、「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第三版)の趣旨を理解し、遵守・実行されることを要望する。

また、「生地・染色加工・副資材・ニット製品・布帛製品・ユニフォーム商品・その他縫製品の生産供給に関する標準プロセス、取引形態の考え方」は、関係企業のサプライチェーンマネジメント改革への取組が高度化するにつれ常に更新される必要があることからSCM推進協議会において定期的な見直しが行われることが期待される。

さらに、今後とも取引改善への取組が加速するとともに、設置された取引相談室を活用し、取引ガイドラインを実施する企業が拡大することを期待する。

「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第三版)の概要は以下のとおり。

### <取引上の問題点>

繊維の取引にあっては、受発注・納品において一方的な発注取り消し・受け取り拒否・返品、サンプル費用・配送等の諸費用負担押しつけ、突発的な商品の発注・数量変更依頼、商品納期遅延、品質保証実施の不履行等に関する問題が発生しているが、これらは次のような曖昧な取引環境が原因。

また、高度な要求対応へのインセンティブが無い取引条件により、発注内容の変更・特急オーダー等への対応は受注者にとって単なるコストアップにしかならず繊維産業サプライチェーン全体最適に向けた対応を図る環境構築を阻害している。

#### (1) 責任の主体及び責任内容が不明確

取引条件、確定数量などを明文化した根拠や資料がなく、担当者間の口約束や思惑だけで各企業が活動を行っている。

#### (2) 契約内容に関する認識の差異

取引条件の取決めが行われていないこと、用語の定義が曖昧なことから、確約する(した)数量、納品条件(品質、納期など)に対する当事者間の認識が異なるため、一方は「契約内容は、完全に履行している」と考えているが、一方から見ると「契約履行がされていない」と考えられている。

(例:数量であれば、発注数と引取数の違い、納期であれば発送日と到着日の違い等)

## <取引ガイドラインの内容>

「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第三版)は、生地・染色加工・副資材・ニット製品・布帛製品・ユニフォーム商品・その他縫製品の生産供給の標準プロセス、取引形態の考え方や、サプライヤー(商社・アパレル等)と量販店間の品質に関する責任範囲を説明している。本ガイドラインによる取引モデルの実践は、法令遵守、CSRの推進、企業価値の向上のための具体的な実行策である。

### (1)基本契約書を締結又は修正する

経営トップ間において、基本契約書を締結又は改訂する。

新しい基本契約書には、①「TAプロジェクト取引ガイドライン」(第三版)に則った取引の導入の合意、②共有する発注側・供給側の計画情報項目及び業務条件確認項目の合意、③発注書の発行が記載される。

### (2)発注側・供給側双方において共有する計画情報項目及び業務条件確認項目を確定する

取引する商品の特定、発注に必要なとなる調達基本情報のほか、品質、調達価格、生産場所、納品先、その他の6項目の発注者側からの調達計画情報項目及び受注者側からの供給基本情報のほか、品質、供給価格、生産計画、その他の5項目の供給計画情報項目を一覧表で提示。

また、発注関連、価格関連、サンプル関連、品質関連、納期関連、在庫関連、配送関連、その他関連の8項目の業務条件確認項目を一覧表で提示。

事業者に対し、各項目の具体的内容について、取引相手と発注書を交わす前に協議し、確定して共有することを奨励。

### (3)発注書(個別契約書)を発行する

発注書に記載すべき内容は取引対象商品毎に異なる場合があるが、必須項目として、発注書No、発行日、契約当事者、関連シート番号、取引対象商品特定情報、発注数量、納期、納品先、単価、決済条件(期日・方法)、最終引取期日、品質、知的所有権を一覧表で提示。

事業者に対し、各項目の具体的内容について、取引相手と発注書を交わす前に協議し、確定しておくことを奨励。

## VI. 法令の遵守

法令は企業が事業活動を行うに当たってのルールであり、法令を遵守することは企業の義務でもある。したがって、法令を十分に認識しておくことが必要であり、法令以外のルールや商慣習などについても法令に準じて対応していく必要がある。

企業が遵守すべき法令は様々あるが、本ガイドラインで取り上げている企業間取引の公正化を図るための法令としては、私的独占の禁止及び公正取引の確保

に関する法律(以下「独占禁止法」という)やその補完法である下請代金支払遅延等防止法(以下「下請法」という。)、下請中小企業振興法、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法(以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。)等があるが、以下にその概要(ポイント)を紹介する。

なお、繊維業界において、当該法令の一層の理解を深めるため、「繊維製品に係る取引の適正化について」(平成13年9月28日)<sup>5</sup>が公表されているので、参照されたい。

## 1. 下請代金支払遅延等防止法(下請法)

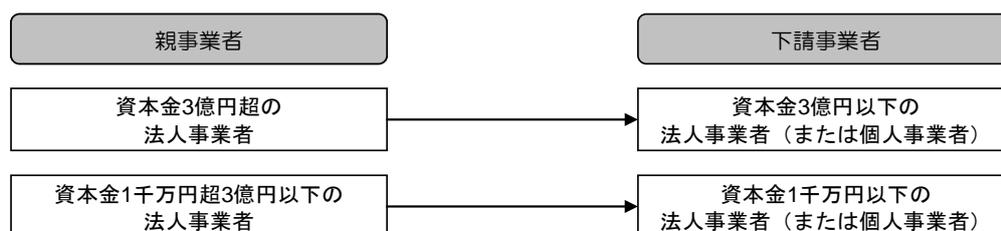
### (1)適用対象

下請法の適用対象となる下請取引とは、①取引当事者の資本金の区分と、②取引の内容(製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託)の両面から規定されている。(詳細な法令上の定義については、公正取引委員会・中小企業庁の「下請取引適正化推進講習会テキスト」等を参照されたい。)

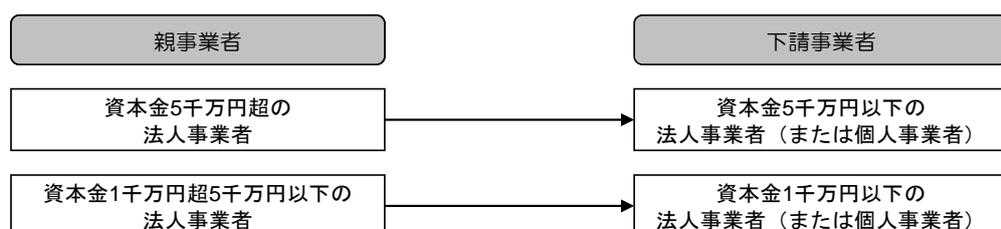
#### ①資本金の区分

下請法の適用対象となるには、親(発注)事業者と下請(受注)事業者の資本金が以下にあてはまる必要がある。

- 製造委託・修理委託・情報成果物作成委託におけるプログラムの作成・運送、物品の倉庫における保管及び情報処理に係る役務提供委託の場合



- 情報成果物作成委託(プログラムの作成を除く。)・役務提供委託(運送、物品の倉庫における保管及び情報処理を除く。)の場合



<sup>5</sup> 参考資料・別添3

## ②取引の内容(製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託)

### ア 製造委託

物品の販売を行っている又は物品の製造を請け負っている事業者が、規格、品質、形状、デザイン、ブランド等を指定して、他の事業者から物品の製造や加工等を委託することをいう。また、自社で使用・消費する物品を社内で製造している事業者が、その物品や部品などの製造を他の事業者から委託する場合も含まれる。

### イ 修理委託

物品の修理を請け負っている事業者が、その修理を他の事業者から委託したり、自社で使用している物品を社内で修理している事業者が、その修理の一部を他の事業者から委託することなどをいう。

### ウ 情報成果物作成委託

ソフトウェア、各種デザイン等、情報成果物の提供や作成を行う事業者が、他の事業者からその作成作業を委託することをいう。自社で使用する情報成果物を社内でも作成している場合に、その全部又は一部を委託することも含まれる。

### エ 役務提供委託

各種サービスの提供を行う事業者が、その請け負った役務を他の事業者から委託する場合が該当する。

## (2)下請法上の親(発注)事業者の義務・禁止行為

下請法では親(発注)事業者に対し、4つの義務及び11項目の禁止事項を定めている。たとえ下請(受注)事業者の了解を得ていても、また、親(発注)事業者には違法性の認識がなくても、これらの規定に触れるときには、下請法違反となる場合があるので十分注意が必要。(詳しくは「下請取引適正化推進講習会テキスト」等を参照されたい。)

### ①親(発注)事業者の4つの義務

- ア 書面の交付義務(法第3条)(注①)
- イ 書類の作成・保存義務(法第5条)(注②)
- ウ 支払期日を定める義務(法第2条の2)(注③)
- エ 遅延利息の支払義務(法第4条の2)

### ②親(発注)事業者の11の禁止行為

- ア 受領拒否(法第4条第1項第1号)
- イ 下請代金の支払遅延(法第4条第1項第2号)(注③)
- ウ 下請代金の減額(法第4条第1項第3号)(注④)
- エ 返品(法第4条第1項第4号)
- オ 買ったとき(法第4条第1項第5号)
- カ 物の購入強制・役務の利用強制(法第4条第1項第6号)
- キ 報復措置(法第4条第1項第7号)

- ク 有償支給原材料等の対価の早期決済(法第4条第2項第1号)
- ケ 割引困難な手形の交付(法第4条第2項第2号)(注⑤)
- コ 不当な経済上の利益の提供要請(法第4条第2項第3号)(注⑥)
- サ 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し(法第4条第2項第4号)

注①: 下請法第3条の書類に記載すべき具体的事項

- 1) 親事業者及び下請事業者の名称(規則<sup>6</sup>第1条1項1号)
- 2) 製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託をした日(規則第1条1項2号)
- 3) 下請事業者の給付の内容(規則第1条1項2号)
- 4) 下請事業者の給付を受領する期日(規則第1条1項2号)
- 5) 下請事業者の給付を受領する場所(規則第1条1項2号)
- 6) 下請事業者の給付の内容について検査をする場合は、検査を完了する期日(規則第1条1項3号)
- 7) 下請代金の額(規則第1条1項4号)
- 8) 下請代金の支払期日(規則第1条1項4号)
- 9) 手形を交付する場合は、手形の金額及び手形の満期(規則第1条1項5号)
- 10) 一括決済方式で支払う場合は、金融機関名、貸付け又は支払可能額、親事業者が下請代金債権相当額又は下請代金債務相当額を金融機関へ支払う期日(規則第1条1項6号)
- 11) 電子記録債権で支払う場合は、電子記録債権の額及び電子記録債権の満期日(規則第1条1項7号)
- 12) 原材料等を有償支給する場合は、品名、数量、対価、引渡しの期日、決済期日及び決済方法(規則第1条1項8号)

注②: 下請法第5条の書類(2年間保存)に記載すべき具体的事項

- 1) 下請事業者の名称(番号、記号等による記載も可)
- 2) 製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託をした日
- 3) 下請事業者の給付の内容(役務提供委託の場合は役務の提供の内容)
- 4) 下請事業者の給付を受領する期日(役務提供委託の場合は、下請事業者が役務の提供をする期日・期間)
- 5) 下請事業者から受領した給付の内容及び給付を受領した日(役務提供委託の場合は、下請事業者から役務が提供された日・期間)
- 6) 下請事業者の給付の内容について検査をした場合は、検査を完了した日、検査の結果及び検査に合格しなかった給付の取扱い
- 7) 下請事業者の給付の内容について、変更又はやり直しをさせた場合は、内容及び理由
- 8) 下請代金の額(算定方法による記載も可)
- 9) 下請代金の支払期日

---

<sup>6</sup> 下請代金支払遅延等防止法第3条の書類の記載事項等に関する規則

- 10) 下請代金の額に変更があった場合は、増減額及び理由
- 11) 支払った下請代金の額、支払った日及び支払手段
- 12) 下請代金の支払につき手形を交付した場合は、手形の金額、手形を交付した日及び手形の満期
- 13) 一括決済方式で支払うこととした場合は、金融機関から貸付け又は支払を受けることができることとした額及び期間の始期並びに親事業者が下請代金債権相当額又は下請代金債務相当額を金融機関へ支払った日
- 14) 電子記録債権で支払うこととした場合は、電子記録債権の額、下請事業者が下請代金の支払を受けることができることとした期間の始期及び電子記録債権の満期日
- 15) 原材料等を有償支給した場合は、品名、数量、対価、引渡しの日、決済をした日及び決済方法
- 16) 下請代金の一部を支払い又は原材料等の対価を控除した場合は、その後の下請代金の残額
- 17) 遅延利息を支払った場合は、遅延利息の額及び遅延利息を支払った日

注③: 下請法は、給付の受領後60日以内に定めた支払期日までに下請代金を支払わなければならないと定められている(法第2条の2)。

注④: 具体的には、「歩引きによる減額」、「金利引きによる減額」も含まれる。「歩引きによる減額」とは、親事業者が下請事業者に対して、「歩引き」と称して下請代金から一定の金額を差し引いて支払うことにより、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る行為である。「金利引きによる減額」とは、親事業者が下請事業者に対して、支払手段を手形と定めているが、下請事業者の希望により一時的に現金で支払う場合に親事業者の短期調達金利相当額を超えて下請代金の額を減じる行為である。

注⑤: 繊維業については、「下請代金の支払手段について」(平成28年12月14日、中小企業庁長官及び公正取引委員会事務総長通達)により親事業者が下請代金の支払のために振り出す手形サイトを90日以内とすることは当然として、段階的に短縮に努めることとし、将来的には60日以内とするよう努めると定められている。

注⑥: 下請法の適用対象となる取引を行う場合、情報成果物等の作成に関し、下請事業者に知的財産権等が発生する場合があるが、下請事業者の給付の内容に知的財産権等を含まない場合において、下請事業者に発生した知的財産権等を、作成の目的たる使用の範囲を超えて親事業者に無償で譲渡・許諾させることは、下請法の不当な経済上の利益の提供要請に該当するおそれがあるので注意が必要である。

### (3) 繊維産業において問題となりうる行為類型別の整理

以下、繊維業界において下請法上問題となるおそれがある具体的行為類型について、下請法で規定する禁止行為別に、留意点、望ましい取引慣行、そして具体的ベストプラクティスについて提示する。

### ①買ったとき

(イ)取引数量、納期、材料費、労務費等を考慮し、技術的難易度や工数を適切に評価した取引価格の設定及び原材料価格、エネルギーコスト等の価格転嫁

#### ➤ 関連法規等に関する留意点

適正な取引を実施するためには、親事業者と下請事業者の互いの利益が損なわれることがないように、取引価格を決定することが重要である。

取引製品の単価については、材料費、労務費等の要素に加え、品質や返品への対応などの条件を加味しながら親事業者と下請事業者が十分に協議を行い、両事業者が適正な利益を確保できる程度の合理的な製品単価を設定することが必要である。品質に応じた対価が保証されることによって、発注先企業に対し、より高付加価値製品開発のインセンティブを与え、ひいては最終製品の品質向上に資するからである。

また、原材料価格、エネルギーコスト(燃料費、電気料金)の値上がり、最低賃金(家内労働法(昭和45年法律第60号)に規定する最低工賃を含む。以降同様)の引上げ等といった外的要因によるコスト増加についても留意すべきである。そもそも、親事業者においては、社内の技術担当及び調達担当の連携を密にし、製品価格設定の根拠となる見積書が予定する仕様や発注量を真に反映したものであることを確認した上で、社内の予算承認を得ることが重要である。加えて、下請事業者においても、親事業者に対し製品を作るために必要な工数や技術的難易度、原材料価格等を提示することで、適正な取引価格が設定されるように努めることが重要である。

しかしながら、実際の取引においては、親事業者が下請事業者に対して、技術的難易度や工数を無視して設定した取引価格での納入を一方的に求めることがある。また、原材料価格、エネルギーコスト(燃料費、電気料金)の値上り、最低賃金の引上げ等や、環境保護等のための規制強化に伴うコスト増についても、それが親事業者に認められず、一方的に従来の価格での納入を求められることがある。

当該取引が下請法の適用対象となる取引の場合には、このように、親事業者が下請事業者に対して一方的に従来の価格での納入を要求した、又は親事業者の予算単価のみを基準として一方的に代金の額を定めた場合、下請法第4条第1項第5号の買ったときに該当するおそれがある。

そのため、取引価格については、コスト計算等に基づき、下請事業者と親事業者が十分な協議を行って決定する必要がある。

#### (想定例)

- ・ 下請事業者が、技術的難易度が高く、相当の手間もかけ品質の高い製品を生産しているにもかかわらず、親事業者がこうした技術的難易度

や工数を適切に評価しないまま、下請事業者と十分に協議することなく、従来通りの取引価格での納入を一方的に求めた。

- ・ 下請事業者は、電気・ガス料金等の上昇が企業努力で吸収できる範囲を超えたため、エネルギーコストの上昇分を取引価格に反映させたいと親事業者に求めたにもかかわらず、親事業者は、「自らの納入先が転嫁を認めない」、「前例がない」、「他社からはそのような相談がない」、「一社認めると他も認めなければならない」又は「定期コストダウンと相殺する」ことを理由として、下請事業者の求めを十分に勘案することなく価格を据え置いた。
- ・ 原材料費が高騰している状況において、下請事業者は、自社で調達した材料費の増加分や、最低賃金の引上げがされたことによるコスト増を取引価格に反映するよう親事業者に求めたにもかかわらず、親事業者は、下請事業者と十分に協議することなく、一方的に従来通りの価格とし、特に縫製業の場合、取引価格を長く据え置いている。

#### ➤ 望ましい取引慣行

上記のコスト増に対応するため、今後の経費動向などを踏まえた明確な算出根拠に基づいて、親事業者と下請事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、あらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。

親事業者は、下請事業者から労務費の上昇に伴う取引対価の見直し  
の要請があった場合には、協議に応じるものとする。特に人手不足や最低賃金の引上げに伴う労務費の上昇など、外的要因により下請事業者の労務費の上昇があった場合には、その影響を加味して親事業者及び下請事業者が十分に協議した上で取引対価を決定することが望ましい。

電気料金の値上がりについては、電気料金を本体価格とそれ以外（再生可能エネルギー発電促進賦課金、燃料費調整額等）とを分けた取扱が行われることがあるが、電気料金は全体の合計金額が電気料金としてコストとなっているため、電気料金全体の増加を踏まえて価格設定を行う必要がある。

経費を負担する主体を明確にすることによって、コスト管理能力の向上に資し、また原材料価格、エネルギーコスト等の高騰の影響を最小限に抑えようとする両事業者の工夫を引き出す可能性があることに留意すべきである。

また、合意がない事項については、外的要因によるコスト増加が経営努力の範囲内で対応可能なものであるかについて慎重な検討を行い、経営努力の範囲を超えるものについては、適切な転嫁がなされるよう親事業者・下請事業者が十分に協議を行うことが望ましい。

なお、十分な相互協議が行われていない場合もあるとの声も根強いことから、サプライチェーン内で一部の企業にしわ寄せが生じることのないよう、適正な価格転嫁が行えるよう十分な協議に努めるべきである。

また、仮に、十分な協議の結果として一定期間後に元の取引条件に戻

すことを前提に下請事業者が一時的に価格引下げに応じた場合、親事業者はその合意に基づき取引条件を然るべきタイミングで元に戻すべきことは言うまでもない。

➤ 具体的なベストプラクティス

＜電気料金全体のコスト負担を踏まえ価格を設定している例＞

下請事業者は、再生可能エネルギー発電促進賦課金、燃料費調整額等も含めた実質的なエネルギーコスト負担について、電力会社の協力の下でデータを親事業者に提示し、これを基に双方合意の上で価格を設定した。

(ロ)追加発注等に関する価格取り決め

➤ 関連法規等に関する留意点

追加発注分の生産原価は、初回発注時よりも発注が少量であることが多いため、一般的に初回発注時の原価より高くなりがちである。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、親事業者が一方的に初回発注時と同じ単価(この単価は少量の追加発注分を製作する場合の通常対価を大幅に下回るものである。)で、下請事業者に対して少量の追加発注を行うと、下請法第4条第1項第5号の買いたたきに該当するおそれがある。

(想定例)

- ・ 初回生産終了後の追加発注分について、生産コストが初回発注分を大きく上回る状況となり、親事業者から新たに見積りの依頼がなかったために下請事業者から単価の値上げを求めたにもかかわらず、親事業者は、下請事業者と十分に協議することなく、一方的に従来通りの初回発注段階を前提とした単価を据え置いた。

➤ 望ましい取引慣行

初回生産終了後の追加発注分の製造委託契約を結ぶ場合には、原材料費等について初回発注時とは異なる条件を加味しながら、親事業者と下請事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましい。この場合、初回発注終了後、速やかに追加発注分についての支給期間、価格改定の協議が行えるよう、親事業者が生産状況を明確に伝えることが重要である。また、こうした望ましい取引を実践するためにも、初回発注時における当初の契約の際に、追加発注分(特に、当事者間で合意している最小生産ロット以下の発注となる場合)の支給期間、初回発注終了後の価格決定方法等について、あらかじめ具体的な内容の書面による合意を取り交わしておくことが望ましい。

なお、納入見込み数と発注数量が乖離する際には、見積り時の条件変化による価格の見直しを進めることも必要である。

➤ 具体的なベストプラクティス

＜追加発注分について発注時にあらかじめ取り決めをしている例＞

追加発注分の支給期間について、あらかじめ初回発注分発注時に書面の取り決めにより価格を決定している。また、追加発注分については所定の割増し率を加算して設定している。

＜生産情報を的確に通知している例＞

下請事業者に生産状況及び計画を定期的に通知し、下請事業者が不要な原材料等を持たないようにしている。初回発注が終了した場合は速やかに文書で連絡し、追加発注分としての生産計画及び価格改定の協議を実施している。

＜追加補充分の打ち切りルールなどを改めて再周知した例＞

社内ガイドラインの策定を契機として、改めて追加発注分に関するルールを記載した文書を取引先に配布し、取引先への説明会で再周知を行った。

＜見積時の条件変化による価格の見直しを事前に合意している例＞

初回発注分の見積書に見積価格の前提となる発注数量を明確にしておき、実際の発注数量が当初の±〇%以上変動した場合は、再見積を行う旨を最初の見積書に記載し合意している。

#### (ハ) 配送費用の負担

##### ➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者の事情により、従来は一回で納入させていた製品を複数回に分けて納品することとした場合、下請事業者にとって製品の運賃負担が増す場合がある。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように取引条件が変更されても、親事業者が一方的に従来と同様の下請代金で納入させることとしたときは、下請法第4条第1項第5号の買いたたきに該当するおそれがある。分割納品時の運賃負担についても、コスト計算等に基づいて、下請事業者と親事業者が十分な協議を行って決定する必要がある。

##### ➤ 望ましい取引慣行

下請代金に含まれる製品の運送経費について、1回の発送量や運搬形態などの条件を加味しながら親事業者・下請事業者が十分に協議を行い、合理的な経費を書面での取り決めにより設定することが望ましい。

##### ➤ 荷主の立場からの適正取引の取組

近年、長時間労働・低賃金という労働環境からドライバー不足が深刻化しているが、適正な運賃水準が確保されなければ物流を担う人材の確保が困難となるほか、安全にも支障が及びかねないことから、繊維産業としても自らの産業の発展や社会的責務の観点から適正取引を推進していくことが一層求められている。

また、荷主として運送業者等に委託を行う取引については独占禁止法

の物流特殊指定が適用される場合があるとともに、貨物自動車運送事業法においても、過積載や過労運転など同法違反行為が主として荷主の行為に起因して発生した場合には、荷主に対して再発防止措置を勧告する場合があります。また、荷待ち時間の削減等については、着荷主の立場からの協力も必要となる場合があります。

こうしたことから、繊維産業においても、「トラック運送業における下請・荷主適正取引推進ガイドライン」に記されているとおり、荷主の立場から問題となる行為に関して、関係法規等に留意しながら、適正取引に向けて取組を進めていくことが望ましい<sup>7</sup>。

## (二) 一方的な原価低減率の提示

### ➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者が自社で設定した単価・価格のみを基準として、下請事業者にその単価・価格での納入を要求することがある。

また、いわゆるリーマン・ショックのような不況時や大幅な為替変動時に協力依頼と称して大幅な原価低減を要求することがある。

原価低減活動は、親事業者、下請事業者双方が継続的な競争力を確保するために行うものである。原価低減活動の結果の取引対価への反映に当たっては、親事業者と下請事業者の双方が協力し、現場の生産性改善などに取り組み、その結果、生じるコスト削減効果を基に、寄与度を踏まえて取引対価に反映するなど、合理性の確保に努める必要がある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、親事業者が設定した単価のみを基準として、一方的に通常支払われる対価より低い単価で下請代金の額を定めることは、下請法第4条第1項第5号の買いたたきに該当するおそれがある。

また、発注後に親事業者が設定した単価・価格に基づき一方的に代金を減額することは、下請事業者に責任がないのに下請代金を減額することを禁止した下請法第4条第1項第3号の代金減額に該当し、下請法違反となる。

### (想定例)

- ・ 「〇年後までに製品コスト〇%減」という自己の目標を循に、親事業者であるアパレルメーカーは半年毎に加工費の〇%の原価低減を要求し、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に下請代金の額を定めた。
- ・ 親事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、品質が異なるにもかかわらず海外製品の安価な価格だけを引き合いに出して、リーマン・ショック前の取引価格を大幅に引き下げ、通常支払われる単価より

<sup>7</sup> トラック運送業に関する参考資料：国土交通省ホームページで公開

- ・ トラック運送業における下請・荷主適正取引推進ガイドライン
- ・ トラック運送業における書面化推進ガイドライン
- ・ 荷主勧告制度について

も低い価格に一方向的に定めた。

- ・ 下請事業者は、リーマン・ショック時に、景気が回復したら戻すという一時的なものであるとの約束で委託事業者からの〇%に及ぶ原価低減の協力要請を納得して受け入れた。その後、景気の回復及び円高の是正があったところ、下請事業者から、価格を元の水準に戻すよう求めたにもかかわらず、親事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方向的に価格を据え置いた。
- ・ 親事業者は仕入価格の低減要請を行うに際して、合理性を確保するために文書や記録を残さず口頭による削減幅などの示唆や、発注継続を条件として一方向的に取引価格を定めた。

➤ 望ましい取引慣行

製品の単価・委託代金について、品質や返品への対応などの条件を加味しながら親事業者・下請事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましい。品質に応じた対価が保証されることによって、発注先企業に対し、より高付加価値製品開発のインセンティブを与え、ひいては最終製品の品質向上に資するからである。

また、外的要因等によるコスト増加については、それが経営努力の範囲内で対応可能なものであるかについて慎重な検討を行い、経営努力の範囲を超えるものについては、適切な転嫁がなされるよう親事業者・下請事業者が十分に協議を行うことが望ましい。

さらに、親事業者においては、社内の技術担当及び調達担当の連携を密にし、製品価格設定の根拠となる見積書が予定する仕様や発注量を真に反映したものであることを確認した上で、社内の予算承認を得ることが重要である。

なお、仮に、十分な協議の結果として一定期間後に元の取引条件に戻すことを前提に下請事業者が一時的に価格引下げに応じた場合、親事業者はその合意に基づき取引条件を然るべきタイミングで元に戻すべきことは言うまでもない。

従前の取引条件を変更し、製品単価を見直す場合における合理的な製品単価の設定とは、例えば次のような場合である。

- ア 原材料価格等の変動、為替変動など、外的要因の変化により、客観的に価格の増減の影響が生じた中で、当事者間の自由な価格交渉の結果として当該影響を対価に反映させる場合
- イ 親事業者からの大量発注、親事業者と下請事業者による工程の見直し、品質の緩和、物流の改善等により、下請事業者にも客観的にコスト削減効果が生じ、当事者間の自由な価格交渉の結果として親事業者の寄与度に応じて当該コスト削減効果を対価に反映させる場合

なお、下請事業者が独自に行った生産性改善、省エネ対策など、下請事業者のみの努力によるコスト削減効果については、下請事業者に帰属

すると考えるべきであるが、このような考え方を基本とした上で、その他の要素が適切に加味されて、自由な価格交渉の結果として製品単価の設定が行われることは排除されるものではない。

(合理的な製品単価設定の想定例)

- ・ 親事業者が課題を投げかけ、下請事業者とともに当該課題の解決に取り組む、具体的な貢献を行って、下請事業者に客観的にコスト削減効果が生じ、当事者間の自由な価格交渉の結果として親事業者の寄与度に応じて当該コスト削減効果を対価に反映させた。
- ・ 親事業者において為替変動等の外的要因によって、自社の取引条件の改善が生じた際に、下請受託事業者の競争力の強化や長期的な成長を意図して、当該取引条件の改善効果を適切に還元する形で価格に反映した。

(合理的ではない製品単価設定の想定例)

- ・ 下請事業者に原価低減目標のみを提示し、コスト削減を求めたものの、具体的な貢献は行わずに、下請事業者の努力によってコスト削減効果が生じたにもかかわらず、親事業者は、そのコスト削減効果を自社に還元する形で価格に反映するよう求めた。
- ・ ある親事業者が下請事業者に配慮した製品単価の設定を行ったところ、その旨を知り得た別の親事業者が当該下請事業者に原価低減余力が生じたと判断し、更なる価格低減要請を行った。

➤ 具体的なベストプラクティス

<一律の値下げは行わないよう指導を行っている例>

原価低減は、品番毎にコスト削減のポテンシャルを評価して合理的な根拠に基づいて交渉し、一律の値下げは行わないよう購買関係者を指導している。

<取引先とのワークショップなどを行っている例>

社内でコスト削減のプロジェクトを編成し、取引先と協業ワークショップを開催し、各種のコスト低減のアイデアを出し合うとともに、その評価も協業で行い、実現させる取組を行っている。

<根拠を明確にした原価低減の取組例>

根拠のない値下げではなく、コストの中味や課題を明確にし、課題解決を図ることで、仕入先と WIN-WIN の関係を構築するため、定期的な価格改定要請を取り止めた。

(ホ) 見積時の単価で見積時よりも少ない量による発注(取引条件の変更)

➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者が大量生産を前提とした見積時の予定単価(この単価は少量生産する場合の通常対価を大幅に下回るものである。)に基づき一

方的に下請代金の額を定め、実際には見積りよりも少ない量を発注することは、下請法第4条第1項第5号の買いたたきに該当するおそれがある。実際の発注時に生産量の変化が生じた場合は、実際の生産量に基づいたコスト計算等により、親事業者と下請事業者が十分な協議を行って決定する必要がある。

➤ 望ましい取引慣行

○ 見積りの条件変化による価格の見直し

見積りにおける納入見込み数が発注時に大幅に減少するなど、製品単価が変動する状況が発生した場合は、親事業者下請事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を再設定することが望ましい。製品の生産数量が変動すれば、必要となるコストも変動するため、当該製品の製造単価が変動することは合理的である。また、こうした望ましい取引を実践するためにも、製品単価を定める際には、その前提である見積りにおける納入見込み数を明確にし、この見込み数に対し一定以上の変動があった場合には製品単価を再設定することをあらかじめ取り決めることが望ましい。

➤ 具体的なベストプラクティス

< 適正な見積額を算出している例 >

材料費、工数の実績値、生産予定数等を入力すると見積単価が算出できるシステムを導入し、生産予定数量の変動に伴う、製品価格の再見積を迅速に行えるようにしている。

< 見積りの条件変化による価格の見直しを事前に合意している例 >

量産品の見積書に見積価格の前提となる発注数量を明確にしており、実際の発注数量が当初の±〇%以上変動した場合は、再見積を行う旨を最初の見積書に記載し合意している。

② 受領拒否

(イ) 受領拒否

➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者が下請事業者に対し、当初発注したものを取りやめて、(給付内容の変更とはいえないような)別の仕様のを発注し直し、当初発注したものについての成果物の受領を拒否、あるいは、親事業者の取引先からの納品延期により、あらかじめ決められた納期に受領を拒否する場合には、受領拒否(第4条第1項第1号)に該当し、下請法違反となるおそれがある。

(想定例)

- ・ 下請事業者に対して発注していた親事業者が、最終ユーザーと打ち合わせを行った際に、最終製品の当初の仕様に不備が見つかり、仕様を変更されたとして途中で仕様を変更し、下請事業者が当初の指示に従

ってすでに製造していた製品の受領を拒否した。

➤ 望ましい取引慣行

- ・ 親事業者が発注していた仕様を途中で変更する必要があっても、下請事業者がすでに製造した製品は受領し、仕様変更によって生じる生産準備に必要とした費用も負担することが望ましい。
- ・ 親事業者は取引先からの納期延期を求められても、発注書に記載された指定納期日で、製品の全部を受領できる態勢を確保することが望ましい。

③下請代金の減額

(イ)下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、代金を減額される

➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者が下請事業者に対して、決定された下請代金に関して、下請事業者の責めに帰すべき理由がないにもかかわらず一方的に「歩引き」と称して下請代金から一定の金額を減額した場合、下請法第4条第1項第3号の代金減額に該当し、下請法違反となるおそれがある。

(想定例)

- ・ 下請事業者は、製品の検品・納品後、発注書などで決められた価格にて請求を行うが、請求前に親事業者から一方的に取引額に応じて一定額を減額する旨の通知がなされ、親事業者が支払時に代金を減額した。

➤ 望ましい取引慣行

○「歩引き」取引廃止宣言

SCM推進協議会が「経営トップ合同会議」(平成28年11月18日)において不透明で不適格な取引形態である「歩引き」取引廃止の宣言を行っており、下請法を遵守し、自らが廃止に向け取り組み、適正な取引とする。

(ロ)親事業者による発注の中断・仕様の変更による発注時を下回る代金の支払い

➤ 関連法規等に関する留意点

発注が中断され、親事業者が下請事業者に対し発注時に定めた下請代金を下回る代金しか支払わなかった場合、及び親事業者が一方的に仕様や検査基準を変更し、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、その変更に伴って納期遅れや不良品が生じたことを下請事業者の責任であるとして、親事業者が代金を減額した場合、下請法第4条第1項第3号の代金減額に該当し、下請法違反となるおそれがある。

(想定例)

- ・ 親事業者が、作業の途中で当初指示した仕様の変更を申し入れ、下請

事業者は当初の納期に間に合わないことを説明したが、親事業者は一方的に仕様を変更し、下請事業者はこの変更に対応しようとしたが納期に間に合わず、親事業者が納期遅れを理由として代金を減額した。

- ・ 下請事業者が、指示された基準を満たして半製品を納入したにもかかわらず、親事業者は、半製品を加工した最終製品の検査において見つかった不良品の原因は下請事業者が行った当該半製品の加工にあったとして、下請代金の額を減額した。

➤ 望ましい取引慣行

○仕様の変更による価格及び納期の見直し

親事業者の都合により仕様の変更が生じた場合には、あらためて当事者間で協議し、取り決めを行うことを要するが、仕掛品の作成費用をはじめ、材料費、人件費等の下請事業者に発生した費用を親事業者が全額負担することはもとより、追加の作業の内容や必要な期間を勘案し、適切な納期を確保することが望ましい。

➤ 具体的なベストプラクティス

＜仕様変更により追加発生費用を支払っている例＞

下請事業者が納期の延長なしで仕様変更に対応してくれたため、そのための残業費、休日出勤手当、外注費特急料金等の費用を増額して支払った。

④返品

➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者が、下請事業者から納品された製品を受領した後に、下請事業者の責めに帰すべき理由がないにもかかわらず、当該製品の全部または全部を下請事業者に引き取らせることは、下請事業者の利益が著しく損なわれることから、下請法4条1項4号の返品の禁止に該当するおそれがある。

(想定例)

- ・ 親事業者であるアパレルは、下請事業者にアパレルの自社ブランド名を付した製品を製造させ納品させた。シーズン終了後、売れ残った製品や、自店舗での商品入替えにより店舗に置かなくなった商品を下請事業者に引き取らせた。

➤ 望ましい取引慣行

親事業者は発注書に記載された商品について、下請事業者の瑕疵による事由以外では 返品しないようにする。ただし、瑕疵の内容については事前に双方で書面にて取り決めておくことが望ましい。

⑤割引困難な手形の交付

## (イ)長期手形の交付

### ➤ 関連法規等に関する留意点

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、下請代金の支払は金銭によることが原則である。加えて、下請中小企業振興法の振興基準では、少なくとも賃金に相当する分については、全額を現金で支払うこととされている。一方、手形による支払も認められているが、著しく長いサイトの手形など、割引困難な手形の交付は、下請事業者の資金繰りに多大な悪影響を与えるため、下請法4条2項2号により禁止されている。具体的には、「下請代金の支払手段について」(平成28年12月14日、中小企業庁長官及び公正取引委員会事務総長による通達)により繊維業については、手形サイトは90日以内とすることは当然として、段階的に短縮に努めることとし、将来的には60日以内とするよう努めることが定められていることに、留意が必要である。

### ➤ 望ましい取引慣行

手形取引にあたっては、親事業者・下請事業者の資金調達コストや手形管理コストを勘定し、長期サイトの手形による支払を用いないことが望ましい。一般的に言えば、企業規模の大きな親事業者の方が資金調達コストは低く、下請事業者のそれは高いため、下請事業者が手形割引の形で資金調達を行うよりも、親事業者が短期手形又は現金で支払う方が全体として資金調達コストが低減し、その分研究開発、設備投資や労務費等に振り分けられる資金が多くなり、支払方法の改善をサプライチェーン全体で取り組むことは、我が国製造業の競争力向上に繋がるからである。

### ➤ 具体的なベストプラクティス

<手形支払期日を一定に決め、企業の状況に応じて柔軟に対応している例>

企業規模に関係なく手形支払期日を統一。法令遵守の徹底とミスのない支払いを実施している。

ただし、現金と手形の比率や早期の支払いは企業の資金状況により双方で協議の上、柔軟に対応している。

<支払条件が合理的である例>

親事業者に対して、手形から現金支払への切り替えを依頼したところ、ある割合までは現金支払で、その割合を越えた部分のみユーザーの資金繰りが逼迫するため手形に対応する、というように、決済条件が改善された。

## ⑥不当な経済上の利益の提供要請

### (イ)初回発注終了後の追加発注分の支給に備えた物品の保管

#### ➤ 関連法規等に関する留意点

生地、原材料、その他必要な物品(以下、「物品」という)の所有者が親事業者である場合と下請事業者である場合のいずれの場合にしても、初回発注後の追加発注分の支給等に備えて親事業者が下請事業者に対し、物品の保管を要請することがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、親事業者が長期にわたり使用されない追加発注分の物品を下請事業者に無償で保管させることは、この物品が転用・転売不可能であり、双方の事前の取り決めがない場合には、下請法第4条第2項第3号の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、下請法違反になるおそれがある。

(想定例)

- ・ 初回発注が終了した後、親事業者が、自己の一方的な都合で自己の大量の物品保管を下請事業者に無償で求めたため、下請事業者がその保管費用の負担を求めたところ、親事業者は「他社からはそのような相談はない」、「(発注内容に予めそのような取り決めがないにもかかわらず)製品価格に含まれている」などと言って、費用負担を認めなかった。
- ・ 親事業者が、自己の一方的な都合で自己の大量の物品保管を下請事業者に無償で求めたため、下請事業者が初回発注終了から一定期間が経過した物品について破棄又は転用・転売の了解を求めたところ、親事業者は「自社だけで判断することは困難」などの理由で長期にわたり明確な返答を行わず、実質的に下請事業者は無償で物品を保管することを求め続けた。

#### ➤ 望ましい取引慣行

物品の保管は、柔軟な生産体制の構築のためにメリットがある面もある。

親事業者は、物品の所有権が親事業者・下請事業者のいずれに帰属するかを契約上明確にした上で、必要に応じ、下請事業者と協議の上、物品の保管に必要なコストを負担し、製品製造終了から一定期間経過した物品は親事業者が引き取るか、費用を負担した上で下請事業者に破棄又は転用・転売させるような取り決めを、製品発注時点で結ぶことが望ましい。

また、取り決めがない物品についても、下請事業者は、製品製造終了から一定期間が経過した物品について親事業者に引取り、破棄又は転用・転売を要請し、親事業者は物品の必要性を十分考慮した上で、引取り、破棄又は転用・転売、若しくは必要なコストを負担した上での継続保管要請を行うことが望ましい。

取引が多段階にわたる場合、サプライチェーンの川上に位置する下請事業者(縫製工場等)が直接の取引先である親事業者に物品の引取り、破棄又は転用・転売を要請しても、当該親事業者はさらにその先のサプライチェーンの川下に位置する親事業者(小売り等)から当該製品の製造終了の見通しに関する情報を得られないと、要請に応じて現状を変更す

ることは一般に困難であることから、川下に位置する親事業者ほど、物品の必要性について十分な情報提供及び考慮が必要である。

➤ 具体的なベストプラクティス

＜物品廃棄や転用・転売の基準を明確にし、適正にその費用を支払っている例＞

一定期間使用していない物品は廃棄又は転用・転売の了解を得るという取り決めになっており、委託企業の承認を得てからその費用を受領し、廃棄している。

＜物品廃棄や転用・転売の手続を定めて運用している例＞

物品廃棄や転用・転売については、ルール(製品生産打ち切り後〇年の時点で、受注が過去〇年間に〇個の物品等)を明確にしており、取引先からそれらの基準をもとに物品の廃棄又は転用・転売申請書を提出してもらい検討している。

＜物品廃棄や転用・転売のルールの周知状況を確認している例＞

自社の物品廃棄や転用・転売のルールが取引先にどの程度周知されているかを調査し、改めて取引先にそうしたルールの周知徹底を行っている。

＜発注元主導で物品の廃棄又は転用・転売通知等を行っている例＞

取引先からの申請を得て廃棄又は転用・転売する制度に加えて、物品の管理番号を簡素化するとともに、発注側から「この物品を廃棄又は転用・転売してもよい」との通知も行うこととした。

＜契約を取り交わし、物品保管の期間及び数量を最小限にとどめ、保管費用の支払いを行っている例＞

物品の所有権はすべて発注者にあり、量産終了後に物品保管に関する書面契約を結び親事業者が下請事業者に保管費用を支払い、下請事業者が物品を一定期間(2年間)保管している。契約期間終了後は、原則物品は廃棄又は転用・転売するが、親事業者が下請事業者に要請した場合には、再契約を行い同様に親事業者負担で下請事業者が物品を保管している。

(ロ) 不利な取引条件の押しつけ

➤ 関連法規等に関する留意点

最終ユーザーからクレームがあった際、当該クレームの原因が下請事業者の責任により生じたか否かが判然としないにもかかわらず、一方的に下請事業者の責任とし、下請事業者に最終ユーザーに対する損害賠償を含むクレーム対応を無償で行わせることは、下請法第4条第2項第3号の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、下請法違反となるおそれがある。

➤ 望ましい取引慣行

補償に関しては、あらかじめ責任分担の基準を書面による取り決めに  
より明確にしておくことが必要であるが、補償問題が生じた場合には、双  
方が明確な根拠を持ち寄り、協議を行うことが重要である。

➤ 具体的なベストプラクティス

＜補償に関するガイドラインを作成し協議している例＞

補償の責任分担の取り決めにについては、基本契約に明記することとし  
ており、十分な協議を行うこととしているが、補償についてのガイドライン  
を社内で作成し、書面であらかじめ提示して、責任分担を協議している。

(ハ) 契約外の作業の押しつけ

➤ 関連法規等に関する留意点

親事業者が自社内の超過勤務削減の観点で物品の製造を委託して  
いる下請事業者に、本来親事業者内で行う商品発注のために必要なデー  
タのシステム入力作業を無償で行わせることは、下請法第4条第2項  
第3号の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、下請法違反となるお  
それがある。

➤ 望ましい取引慣行

発注する業務の範囲に関しては、あらかじめ責任分担の基準を書面  
による取り決めににより明確にしておくことが必要である。

⑦ 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し

(イ) 発注時数量を下回る納品数量への発注量の変更

➤ 関連法規等に関する留意点

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、親事業者が、必要な費  
用を負担することなく、発注時に決定した数量を下回る納品数量に発注  
量を変更した場合、下請法第4条第2項第4号の不当な給付内容の変更  
に該当するおそれがあるので留意が必要である。

➤ 望ましい取引慣行

○ 予定数量に満たない数量への変更

市場環境の変化に伴う生産計画の変更等により、当初予定数量に満  
たない数量に発注量を変更せざるをえなくなった場合には、あらかじめ書  
面による取り決めににより下請事業者が生産準備に必要とした費用を親事  
業者が負担することが望ましい。この際、費用には設備投資や原材料調  
達コスト、資金調達コスト等が含まれ、これらを親事業者と下請事業者が  
十分協議の上、下請事業者に負担がかからないように親事業者の負担  
を決定することが望ましい。

(ロ) 発注内容変更に伴う費用の押しつけ

➤ 関連法規等に関する留意点

当初の発注から仕様や納期が変更となるなどにより、下請事業者の給付内容が変更になり、追加の作業や当初の納期に間に合わせるための人件費増加などが生じることがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように、親事業者が、自己の都合で発注内容を変更したにも関わらず、下請事業者が当該発注内容の変更のために要した費用を全額負担しない場合には、下請法第4条第2項第4号の不当な給付内容の変更に該当し、下請法違反となるおそれがある。

➤ 望ましい取引慣行

○仕様の変更による価格及び納期の見直し

親事業者の都合により仕様の変更が生じた場合には、仕掛品の作成費用をはじめ、材料費、人件費等の下請事業者が発生した費用を親事業者が全額負担することはもとより、追加の作業の内容や必要な期間を勘案し、適切な納期を確保することが望ましい。

(ハ)3条書面記載の給付内容不明確による追加費用の押しつけ

➤ 関連法規等に関する留意点

また、検収の結果、無償で下請事業者にやり直しを求める場合においては、納品されたものがいわゆる「3条書面」に記載された給付の内容（仕様等）を満たさず、その原因が下請事業者の責めに帰すべきものであることが必要である。3条書面に記載された給付の内容が明確でない場合に、必要な追加費用を親事業者が負担することなくやり直しをさせると、下請法第4条第2項第4号にいう不当なやり直しに該当し、下請法違反となるおそれがあるので、この点にも留意が必要である。

さらに、親事業者が、必要な追加費用を親事業者が負担することなく、給付の受領以前に発注内容の変更（仕様変更等）を行った場合もやり直しの考え方と同様である。

なお、下請法で認められているやり直し又は給付内容の変更については、下請事業者の責めに帰すべき理由がある場合であって、かつ、通常の検査で直ちに発見できない瑕疵があるときには、原則として1年以内に限ってやり直させることが認められているが、1年を超えた後にやり直させると下請法違反となるので注意が必要である。

## 2. 下請中小企業振興法・振興基準

振興基準（下請中小企業振興法第3条第1項の規定に基づく、経済産業省告示）は、下請中小企業の振興を図るため、下請事業者および親事業者のよるべき一般的な基準で、親事業者と下請事業者の望ましい、あるべき取引の姿を示すものであ

り、また主務大臣(下請事業者、親事業者の事業を所管する大臣)が必要に応じて下請事業者および親事業者に対して指導、助言を行う際に用いられる。

- 親事業者が遵守すべき事項
  - ・ 発注契約の長期化・安定化
  - ・ 納期・納入頻度の適正化
  - ・ 発注内容の明確化・契約条件の明確化・書面交付
  - ・ 取引停止の事前予告
  - ・ 下請代金の支払方法の改善(※)
  - ・ 下請事業者の働き方改革の推進を阻害する取引慣行の改善
  - ・ 下請事業者の事業継承に向けた取組 等

(※)できる限り現金での支払いに努める。また下請代金の手形期間については、繊維業においては90日以内とし、更に60日以内とするよう努める。

- 下請事業者が努力すべき事項
  - ・ 作業効率・時間短縮を図るための設備等の導入
  - ・ 技術の向上
  - ・ 経営管理等の改善
  - ・ 情報化への積極対応
  - ・ 事業継承に向けた取組 等
- 協議すべき事項
  - ・ 対価の決定方法の改善
  - ・ 納品検査 等
- その他の留意事項
  - ・ 率先した大企業間の支払い条件の改善
  - ・ 自然現象による災害等への対応 等

#### (1)付加価値向上等に向けた取組

下請中小企業が持続的な発展を遂げるためには、下請中小企業自らが、直面する経営課題を把握し、経営基盤の強化を進めるとともに、生産性を高め、技術力を向上させることが重要である。しかし、下請事業者単独で取り組むことは困難な場合も多いことから、親事業者との連携が重要となる。親事業者は、下請事業者の有する技術力やサービス力が自らの技術力やサービス力に直結するものであることを認識しつつ、積極的な対応が求められる。これらにより、サプライチェーン全体の生産性向上にもつながる。反面、サプライチェーン全体の機能維持も必要な状況となっており、サプライチェーンを構成する各企業に対し事業継続に向けた適切な対応が求められる。

#### (2)下請代金の支払方法

支払における現金と手形の比率や、支払期日については、親(発注)事業者・下請(受注)事業者双方の資金状況等を勘案し、下請(受注)事業者の不利益に

ならないようにすることが必要である。一般的に言っても、資金調達コストは企業規模の大きな親(発注)事業者のほうが低く下請(受注)事業者のほうが高いため、現金又は短期手形での支払により下請(受注)事業者が下請代金を早期に資金化できるようにしたほうが、全体として資金調達コストが低減し、その分研究開発や設備投資に振り分けられる資金が多くなるため、わが国製造業の競争力向上につながるからである。

したがって、親事業者は、発注に係る物品等の受領後、できる限り速やかに、かつ、現金で支払うものとし、少なくとも賃金に相当する金額については、全額を現金で支払うことが望ましい。さらに、下請代金を手形で支払う場合には、手形期間の短期化に努める(手形期間が60日を超える場合には60日以内となるようにするなど、段階的に手形期間の短縮に努める)ものとし、親事業者が政府により標準手形期間が定められている業種に属するものであるときは、少なくとも当該手形期間を超えないものとするとしている。これらのサプライチェーン全体の取組を進めるにあたっては、大企業間の取引で支払条件が改善されない結果、下請中小企業への支払方法の改善が進まない事象がある場合、大企業は、率先して大企業間取引分の支払条件の見直し(手形等のサイト短縮や現金払い化等)などを進めることが望ましい。

### (3) 周知・教育及び自主的な行動計画

業界団体等は、公正な取引条件、取引慣行を確立するため、親事業者のみならず、下請事業者も含め、下請取引を行う上で必要な関係法令等に対する理解を深めるため、下請法に関する講習会や、取引適正化や価格交渉に関するハンドブック、事例集等の活用による周知・教育等に取り組むことが必要である。また、取引の様々な悩みに対応するため設置されている下請かけこみ寺の窓口相談や弁護士相談の周知に努める。

親事業者と下請事業者の間の個々の取引の適正化を促すとともに、サプライチェーン全体の取引の適正化を図るため、活動内容を定めた自主的な行動計画を策定し、その結果を継続的にフォローアップするよう努めるものとする。

### (4) 取引上の問題を相談しやすい環境整備

下請事業者は、取引上問題があっても、取引への影響を心配して言い出せない場合が多いため、親事業者は、こうした実情を十分に踏まえ、問題を把握しやすい環境の整備に努める。また、親事業者は、発注内容が曖昧な契約とならないよう下請事業者と十分に協議を行った上で、発注内容、契約条件について書面等による明示、交付を徹底する。

### (5) 事業継承・事業継続に向けた取組

下請事業者は、事業引継ぎ支援センターなどの支援施策の活用により、事業継続に向けて計画的に取り組む。また、親事業者は、サプライチェーン全体の機能維持のために、下請事業者の事業承継の状況の把握に努め、必要に応じて計画的な事業承継の準備を促すなど、下請事業者の事業継承が円滑に進むよ

う、事業継続に向けて、下請事業者と対話した上で、積極的な対応を行う。

親事業者と下請事業者は、自然災害による災害等(以下「天災等」という。)の緊急事態の発生に伴い、サプライチェーンが寸断されることのないよう、連携して事業継続計画(BCP:自然災害等の発生後の早期復旧に向けた取組等を定めた計画)の策定や事業継続マネジメント(BCM:BCP等の実効性を高めるための平常時からのマネジメント活動)を実施することが望ましい。

また、天災等が発生した場合においては、次の事項について取り組むことが望ましい。

- ①天災等、親事業者、下請事業者双方の責めに帰すことができないものにより、被害が生じた場合には、下請事業者は、その事実の発生後、速やかに親事業者に通知するよう努めること。
- ②天災等による下請事業者の被害状況を確認しつつ、下請事業者に取引上一方的な負担を押し付けることがないよう十分に留意すること。
- ③天災等によって影響を受けた下請事業者が、事業活動を維持し、又は再開する場合には、できる限り、その復旧を支援するとともに従来取引関係を継続し、あるいは優先的に発注を行うよう配慮すること。

#### (6)働き方改革に向けた取組

親事業者は、自らの取引に起因して、下請事業者が労使協定の限度を超える時間外労働や休日労働などによる長時間労働、これらに伴う割増賃金の未払いなど、労働基準関連法令に違反するようなことのないよう、十分に配慮することが望ましい。

親事業者は、やむを得ず、短納期又は追加の発注、急な仕様変更などを行う場合には、下請事業者が支払うこととなる残業代等の増大コストを負担することが望ましい。

大企業・親事業者による働き方改革の下請事業者へのしわ寄せなどの影響も懸念される中、親事業者は、下請事業者の人員、業務量の状況を可能な限り把握することに努め、下請事業者の働き方改革を阻害し、不利益となるような取引や要請は行わないことが望ましい。

### 3. 独占禁止法

独占禁止法は、事業者の資本金、出資金の規模を問わず、事業者が不公正な取引方法を用いることを禁じている。

ここで、不公正な取引方法とは、独占禁止法第2条第9項に定められている行為をいい、下請法の対象となる行為との関連では、優越的地位の濫用に該当するおそれがある。優越的地位の濫用は、これまで公正取引委員会が指定した不公正な取引方法(一般指定)に定められていたが、平成21年独占禁止法改正により、同法第2条第9項第5号に以下のように定められることとなった。

「五 自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣

習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

- イ 継続して取引する相手方(新たに継続して取引しようとする相手方を含む。口において同じ。)に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。
- ロ 継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。(注)
- ハ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。」

注:取引上の地位が相手方に優越している事業者が、正当な理由がないのに、取引の相手方に対し、発注内容に含まれていない特許権等の知的財産権その他経済上の利益の無償提供を要請する場合であって、当該取引の相手方が今後の取引に与える影響を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、独占禁止法上の優越的地位の濫用として問題となるおそれがあるため注意が必要である。

なお、平成21年独占禁止法改正により、優越的地位の濫用に該当する行為を「継続して」行った場合に、課徴金が課されることになった(独占禁止法第20条の6)。課徴金は、違反行為の開始日から終了日までの期間の優越的地位の濫用行為を受けた相手方との取引額に1/100を乗じた額となる。

#### 4. 不正競争防止法

不正競争防止法は、事業者の保有する技術・ノウハウ等の「営業秘密」を不正に取得する行為や、不正に取得した営業秘密を使用・開示する行為等を「不正競争」と定め、差止請求権や損害賠償請求等の対象とするとともに、一定の悪質な行為については、併せて刑事罰の対象としている。「営業秘密」として不正競争防止法の保護を受けるためには、①秘密として管理されていること(秘密管理性)、②有用な技術上又は営業上の情報であること(有用性)、③公然と知られていないこと(非公知性)の3つの要件を充たす必要がある<sup>8</sup>。

平成27年の不正競争防止法改正では、営業秘密漏えい等に係る抑止力を高めるべく、個人及び法人に対する罰金刑の上限の引上げ(海外における不正使用など一定の場合は重罰化)などの罰則の強化等に関する改正が行われた。

<sup>8</sup> 営業秘密の3要件については、下記資料にて詳細に解説している。  
「営業秘密管理指針(平成31年1月23日最終改訂)」(経済産業省 HP)  
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/guideline/h31ts.pdf>

不正競争防止法は、営業秘密の漏えいが起こった後の救済措置を規定しているものであるが、そもそも企業の秘密情報は漏えいさせないことが重要である。このため、企業における情報管理の際に参考にさせていただくものとして、情報漏えい対策として有効と考えられる対策を網羅的に紹介した「秘密情報の保護ハンドブック」<sup>9</sup>及びその簡易版である「秘密情報保護ハンドブックのてびき」<sup>10</sup>を公表している。その中で、事業者間で秘密情報を共有する場合には、例えば以下のような取組が有効であると示している。

- 取引先に開示する秘密情報を厳選し、開示する秘密情報を必要最小限とする。また、取引先での秘密情報の取扱い者を限定する。
- 取引先に秘密情報を開示する場合は、できる限り情報を明確化した秘密保持契約等を締結するとともに、取引先での情報の取扱い者を限定する。

なお、「秘密情報の保護ハンドブック」では、「業務提携の検討における秘密保持契約書」や「取引基本契約書(製造請負契約)」、「業務委託契約書」等の各種契約書の参考例についても紹介している。

さらに、同ハンドブックでは、転職者の受け入れなどの場面において、他社の秘密情報を侵害しないために以下のような有効な措置についても紹介しているが、取引先から元従業員を採用する際にも参考となる。

- 転職者採用時の面接では当該転職者が負っている秘密保持義務の有無やその内容を確認する。
- 転職者の採用時には、転職元の秘密情報を持ち込まない旨の誓約書を転職者から取得する等、転職者に転職元の秘密情報を持ち込ませないようにする。

事業者においては、営業秘密の管理・取扱いに関する理解を深め、取引等の相手方の営業秘密の取扱いに関して、相手方に損失を与えることのないよう、十分な配慮を行うことが望まれる。

## 5. 消費税転嫁対策特別措置法

「消費税転嫁対策特別措置法」<sup>11</sup>は、消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として制定され、平成25年10月1日に施行された。その概要は以下のとおり。

<sup>9</sup> 秘密情報の保護ハンドブック」(経済産業省 HP)

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/guideline/h31ts.pdf>

<sup>10</sup> 「情報管理も企業力～秘密情報の保護と活用～ 秘密情報保護ハンドブックのてびき」(経済産業省 HP)

[http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/170607\\_hbtebiki.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/170607_hbtebiki.pdf)

<sup>11</sup> 本法律は平成29年3月31日まで適用され、「所得税法等の一部を改正する法律」(平成27年法律第9号)、「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法の一部を改正する等の法律等の一部を改正する法律」(平成28年法律第85号)により、その失効期限が平成33年(2021年)3月31日に延長されている。

第1 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置<sup>12</sup>

消費税の転嫁拒否等の行為を取締り、当該行為を是正又は防止するために必要な法制上の措置を講じる。

第2 消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置<sup>13</sup>

消費者の誤認を招き、他の事業者による円滑な転嫁を阻害する宣伝・広告等を是正又は防止するために必要な法制上の措置を講じる。

第3 価格の表示に関する特別措置<sup>14</sup>

消費税の総額表示義務について、表示する価格がその時点における税込価格であると誤認されないための措置を講じている場合に限り、税込価格を表示することを要しないための必要な法制上の措置を講じる。

第4 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置<sup>15</sup>

事業者又は事業者団体が行う転嫁カルテル及び表示カルテルについて、平成元年の消費税導入時と同様の独占禁止法の適用除外制度を設ける。

消費税転嫁対策特別措置法では、資本金等の額が3億円以下である事業者等(特定供給事業者)から継続して商品又は役務の供給を受ける法人事業者等(特定事業者)が、「減額、買ったとき」「商品購入、役務利用又は利益提供の要請」「本体価格での交渉の拒否」といった消費税の転嫁拒否等の行為や、公正取引委員会等に転嫁拒否の実態を訴えたことに対する報復行為(取引数量の削減、取引停止、商品の引取期限の延長、その他不利益な取扱い)を行うことを禁じており、これらの行為を行った場合は公正取引委員会等による指導・助言、勧告・公表等の措置の対象となる。また、事業者又は事業者団体が行う転嫁カルテル及び表示カルテルについて独占禁止法の適用除外制度が設けられている(公正取引委員会への事前届出制)。

注:下請法が①資本金又は出資金の総額の区分と②取引の内容の二つの条件から判断される親事業者・下請事業者間の取引にのみ適用されるのに対し、消費税転嫁対策特別措置法は、資本金等の額が3億円以下である事業者(特定供給事業者)から、継続して商品の供給を受ける法人事業者(特定事業者)に適用される。当該特定事業者については資本金規模等の区分はない。また、大規模小売事業者(特定事業者)に対して、継続して商品を供給する事業者(特定供給事業者)について資本金規模等の区分がないことにも留意が必要である。

---

12 参考資料・別添6参照

13 参考資料・別添7参照

14 参考資料・別添8、別添9参照

15 参考資料・別添6参照

## 規制対象の比較

下請法※1		消費税転嫁対策特別措置法 ※2	
取引当事者の資本金又は出資の総額			
親事業者	3億円超	1千万円超 3億円以下	特定事業者 特定供給事業者から継続的に商品や役務の供給を受ける法人事業者※3
下請事業者	3億円以下	1千万円以下	特定供給事業者 3億円以下

※1 物品の製造・修理委託等を取引の内容とする場合の資本金等の額を示しています。

※2 特定供給事業者には、個人事業者、人格のない社団等を含みます。

※3 中小企業も対象になる場合があります。

特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、商品の対価の額を当該商品と同種若しくは類似の商品に対し通常支払われる対価の額を減じることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むと、消費税転嫁対策特措法第3条第1号前段(減額)に該当し、問題となる。また、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、商品の対価の額を当該商品と同種若しくは類似の商品に対し通常支払われる対価に比し低く定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むと、消費税転嫁対策特措法第3条第1号後段(買ったたき)に該当し、問題となる。さらに、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させると、消費税転嫁対策特別措置法第3条第2号後段(利益提供の要請)に該当し、問題となる。

公正取引委員会は、「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方」<sup>16</sup>を策定している。これに示されている類型を踏まえ、繊維業界で問題視されやすい具体的行為類型を以下に整理する。

(想定例)

- ・ 特定事業者(百貨店、チェーンストア等)は、「10月1日以降〇%値下げ／〇%ポイント付与」等と表示したセール実施に当たって、自社の利益を確保するため、特定供給事業者から納入を受けた商品に係る代金支払いに際し、消費税引上げ分の一部を減額した。〈減額〉
- ・ 特定事業者(百貨店、チェーンストア等)は、安売りセールを実施することを理由に、大量発注等による特定供給事業者のコスト削減効果等の合理的

<sup>16</sup> 参考資料・別添6

理由がないにもかかわらず、特定供給事業者に対して消費税率引上げ前の契約価格に消費税引上げ分を上乗せした額よりも低い支払額となるような値引きを要求した。〈買ったたき〉

- ・ 特定事業者は、消費税引上げに伴い、販売価格をこれまでどおりで据え置く一方で、一貨物単位あたりの製品の量を減らすこととし、特定供給事業者に対し、特定供給事業者の製造ラインの変更により製造コスト増につながる製品の仕様変更を要請した。〈買ったたき〉
- ・ 特定事業者と特定供給事業者との間で、消費税率引上げ前に製品の製造単価を税込価格で定めているところ、消費税引上げ前に税込価格で製造単価を定めていることや、特定供給業者からの対価引上げの要請や価格交渉の申し出がないことを理由として、特定供給業者が消費税引上げ後も消費税引上げ前に定めた製造単価を据え置いた。〈買ったたき〉
- ・ 特定事業者(百貨店、チェーンストア等)は、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、通常必要となる費用を負担することなく、特定供給事業者に対して、新店舗オープンの際の商品搬入や陳列役務の要請、店頭における販促業務の支援などの目的で従業員等の派遣又は増員を要請した。〈利益提供の要請〉
- ・ 特定事業者(百貨店、チェーンストア等)は、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税率の引上げに伴う価格改定や、外税方式への価格表示の変更等に係る値札付け替え等のために、特定供給事業者に対して、費用負担(商品を返品し、値札の付け替えをさせる場合の費用負担も含む)を要請した。〈利益提供の要請〉
- ・ 特定事業者は、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、特定供給事業者に対して、取引の受発注に係るサンプル作成、運送、在庫品の管理等に要する費用の全部又は一部の負担を要請した。〈利益提供の要請〉
- ・ 特定事業者は、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、合理的理由なく、特定供給事業者が現状負担している割合を超えて特定供給業者に対して、特定事業者が所有する物流センター使用料の負担を要請した。〈利益提供の要請〉
- ・ 特定事業者(百貨店、チェーンストア等)は、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、特定供給事業者に対して、自己の費用負担を明らかにすることなく、従来の値札に加え、新税率に係る値札を付けての納品を要請した。〈利益提供の要請〉
- ・ 特定事業者は、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、特定供給事業者に対して、現金決済から手形決済への変更、あるいは支払い期限の延長(例えば90日から120日に延長)などの支払いに係わる決済条件の不利益な変更を要請した。〈利益提供の要請〉

なお、具体的なベストプラクティスとしては、企業間取引(BtoB)の際、本体価格ベースによる交渉の実施、全バイヤーに対する「消費税転嫁対策特別措置法」に関する研修(年間4回)の開催などが見られる。

## 6. 家内労働法

家内労働法<sup>17</sup>とは、家内労働者の労働条件の向上と生活の安定を図ることを目的として、家内労働手帳の交付の徹底、工賃支払いの確保、最低工賃、安全衛生の措置などについて定めた法律である。

この法律は、家内労働者の労働条件の最低基準を定めたもので、委託者及び家内労働者は、この基準より労働条件を低下させてはならないことはもちろん、その向上を図るように努めなければならない。

なお、家内労働法上の最低工賃が守られていない取引は、メーカー等において人件費等への不当なしわ寄せが行われている可能性があり、場合によっては下請法で禁止している不当な買いたたき等にも該当するおそれがあることから、発注元事業者は注意が必要である。

家内労働法で規定する最低工賃の額や対象となる業務内容等については、厚生労働大臣または都道府県労働局長が決定できることとされており、委託内容が同法に定める最低工賃等の対象となるか否か等については、必要に応じて、都道府県労働局へ確認することが望ましい。

---

<sup>17</sup> 概要：参考資料・別添10

(参考1)「日本の繊維産業が進むべき方向ととるべき政策」(平成15年7月)(抜粋)

## 5. 国の役割

### (1) 構造改革の推進

生産や流通を効率化し、ロスを大幅に削減するためには、SCM化・IT化が欠かせないが、これまでのところ、既往のシステムは、取引グループ毎等に各々部分最適化を企図しているにとどまっており、小売段階でのPOS情報や顧客情報等は、決して川中段階まで遡っていくことはなかった。アパレルにおいては、少数の大手トップ企業は発展する一方、大手企業全体の取扱いのシェアが低下してきているような現状にはあるが、今こそ、これら小売段階の情報を川中の製造段階でも即座に入手可能なものとし、ロス的大幅削減を実現していくことが必須となっている。

このため、国は、次の対応を行うべきである。

ア) SCMの推進を図るためには、国内取引ではこれまでなかなか困難であった取引の条件や慣行の是正や統一化・平等化を含む、川下と川中、川上との真のコラボレーションが実現されなければならない。このためには、経営トップのイニシアティブ発揮が不可欠であり、これを促すため、繊維ファッションSCM推進協議会(繊維産業流通構造改革推進協議会)が中心となって推進する経営トップ合同会議を、国としても全面的にバックアップする。

## 7. SCM化・IT化に関する詳論等

### (1) SCM化・IT化の現状と方向

#### ① 進展状況

既存の各システムは、川上から川下までの一部しかカバーしていない。また、各企業ごとに業務システム開発が行われ、かつ、それが各作業単位での部分的な最適化の範囲にとどまったものが多い。

ア) 一部大手合繊系メーカーが合同で資材の調達、糸の販売を行うWeb-EDI(インターネットを利用した電子データ交換システム)を開発し、それぞれそれを用いたサービスをスタートしている。

イ) 一部大手アパレルまわりのIT化は、大きく分けて3つの大手百貨店グループとの間で、Web-EDIサービスが広がりつつある。しかし、一部を除き、単なる受発注取引のIT化に過ぎない。また、一部のアパレルと一部の産元間でも、ウールの重衣料について織物から製品までの受発注及び生地物の物性検査の情報を共有するWeb-EDIサービスが活用され始めている。さらに、一部のアパレル、一部の百貨店等の間の伝票レス化等による物流の合理化のためのWeb-EDIサービスが平成15年度本格運用に向け一部スタートしたところである。

ウ) SPA(製造小売業)のIT化は、比較的進んでおり、直営店等のPOS情報を活用している。例えば、直営店・フランチャイズ店のPOS情報に基づき、傘下の靴下製造事業者が1~2日で生産、納品し、値下げや商品の店舗間移動により短期間に売り切る企業がある。一方、いわゆるITシステムを導入することなく、非常に頻繁に店頭を飾る商品を変え、

商品を売り切ることで成功している企業もある。

エ) 一部の量販店では、POS情報や店舗毎の徹底した在庫管理情報を活用して、低価格で売れそうな多品種の商品を主に海外から買い取り、商品の店舗間移動といった物流の合理化等により短期間で売り切っている。

## ② これまでの問題点

ア) POS情報や顧客情報等は戦略的に重要な情報であるために、たとえ取引関係にある川中の製造事業者であっても、入手することが困難である。

イ) 各企業のシステムの開発・構築に当たり、システム・ベンダーへの依存が大きかったこともあり、目的達成のために必要最小限のシステムとならず、不要な機能が付き、コストが高いものとなったばかりでなく、オペレーションが複雑で使いにくいものとなったケースが多い。さらに、汎用ソフトと言っても、実際に使用する場合には、多くの手直しが必要であった。

ウ) 各企業のシステムの相互運用性(インターオペラビリティ)に欠けている。

エ) 各企業のシステムの開発・構築に当たり、セキュリティ等を考慮した結果としてVAN(専用回線)を選択するケースが大宗であった。このため、インターネット対応が普及した現在においては、システム改良が必要であった。

## ③ 在庫ロスの状況

ア) 織物業、染色業等において、生産ロットの大きい糸及び生地の状態、かなりの量の在庫がある。

イ) 商品の消化率目標を例えばレディースで約7割、メンズで5割強と設定する等かなりの割合で未消化商品の処理をせざるを得ない状況にある。一方、買い取り取引とIT化等により未消化商品の発生が非常に少ないアパレル、小売もある。

## ④ SCM化・IT化の可能性

ア) 期中追加発注・投入については、最終製品製造工程に近い部分(特にニットであれば編。布帛であれば縫製。)は十分に対応可能だが、そうではない織り等の部分では、見込み生産と生地等の在庫のリスクを負う必要があり、SCM化・IT化のメリットには限界がある。

イ) 回転数の高い小ロットの商品の場合、追加投入よりむしろ迅速かつ正確な次期商品の企画と投入が必要となる。例えば、高価格帯ベターゾーン商品を扱うSPAでは、買い取りの取引を行い、特にレディース商品は、メンズ商品の倍以上の入れ替えを行って毎週のように入れ替えることも少なくない。このような場合、次期商品の企画と投入を迅速に行うため、POS等を利用し、川中の製造事業者が、その情報に基づき精度の高い見込み生産の準備を始めたり、更には自ら商品企画をし、提案することが非常に有効である。

## ⑤ 今後の方向

- ア) 大手アパレルとデパート間で進んでいるSCM化・IT化をより川中まで進める。まず、ATネット(毛関係の重衣料関係を始めとする分野)からそれを行い、小売情報等を極力リアルタイムで共有することが現実的である。
- イ) SPA事業において行われている、川中の中小企業等による小売情報等のリアルタイムでの共有と、商品の企画・開発、生産、販売の一体的なマネージメントを普及する。

(参考2)「繊維産業の展望と課題」(平成19年5月28日)(抜粋)

### 3. 繊維産業が全体として取り組むべき課題と国の役割

#### (1) 構造改革の推進

##### ② 取引慣行改善やIT活用による生産性向上

- ・ 多段階構造を有する繊維産業においては、最終消費者の購買動向などについて関連する工程間で情報共有することが生産性向上の1つの鍵である。しかし、実際に進展しているのは、個々の企業間の情報共有であり、業界標準としての情報共有の基盤構築が伴っていないという限界もある。このような業界全体としての基盤を現実的に即して円滑に構築するためには、個々の企業間の情報化を進めて成功事例を生み出し、IT活用に対する意識を高めるとともに、既存の有力システム間の接続などの方策を検討することが重要である。
- ・ 工程間の情報共有にITを効果的に活用するためにも、取引慣行の改善が喫緊の課題である。このため、繊維産業流通構造改革推進協議会(以下、SCM推進協議会)の活動をさらに強化していく。特に、経営トップ合同会議に参加している企業は「TA(テキスタイルーアパレル間)プロジェクト取引ガイドライン」を承認したことの責任の重要性を認識し、「買い手」「売り手」の立場を超えて「TAプロジェクト取引ガイドライン」に基づく基本契約書の締結を積極的に実践することが重要である。経営トップ合同会議の参加企業は、「TAプロジェクト取引ガイドライン」の普及活動やそれに基づく取引を推進していくとともに、各業界団体においても、傘下の会員企業に対して積極的な推進を図ることが必要である。SCM推進協議会にはこうした流れを確実にするために積極的な活動を展開することが期待される。
- ・ 政府は、取引慣行の改善を中心とするこれまでのSCM推進協議会の取組を引き続き支援する。ITを活用した生産性の向上を図る政策の一環として推進することとしている経済社会インフラとしての電子商取引・電子タグ基盤の整備に向けて、繊維産業において先行的な取組を進める。具体的には、繊維産業の各段階で素材・製品仕様や販売情報の共有、在庫管理等の相互参照を容易に集約管理できるような情報共有システムの構築に向けた工程表を作成し、各企業の情報共有の障害となっている様々な問題についても検討を行い、情報共有ネットワークの構築・導入に向けた検討を具体化していく。また、既に関係者が一体となって進めているアパレル・小売間の電子タグ・EDIの標準化・実用化の取組を加速し、流通・物流分野も含

めた情報共有基盤を確立していく。具体的には、GMSや百貨店などとの業態を越えた商品情報の同期化やEDIの標準化の推進、標準化された電子タグの普及、これらの融合に向けた検討を行うとともに、アパレルや流通業界も参画した委員会を引き続き開催し、上記の成果を、業態を越えて広く展開していく。

(参考3)「繊維産業における外国人技能実習の適正な実施等のための取組」(平成30年6月19日)(抜粋)

## 2. 技能実習の適正な実施等に向けた繊維業界としての取組

### (2)取引適正化の推進

上述のとおり、縫製業等において技能実習に係る法令違反等が生じている背景に、当該縫製企業等にとって、適正な賃金や労働環境等を確保するには工賃が低すぎるという問題も指摘されており、単に技能実習の問題にとどまらず、発注工賃をはじめ、取引全般の適正化の推進が必要である。

取引適正化については、平成28年9月の「未来志向型の取引慣行に向けて」(いわゆる「世耕プラン」)を受け、平成29年3月、日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会(以下「SCM推進協議会」)が「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(以下「自主行動計画」)を策定した。

自主行動計画においては、サプライチェーン全体での取引適正化が産業全体の競争力強化に寄与するとの観点から、合理的な価格決定、コスト負担の適正化、支払条件の改善、生産性の向上等を求めているが、平成29年9～10月に実施したフォローアップ調査の結果では、取引改善に向けた取組みはまだ道半ばである。

技能実習の適正な実施等に向けて、今後、取引適正化の観点を踏まえ、特に以下の事項に取り組んでいくものとする。

#### 【事業者による取組】

- 発注企業は、下記(3)の「発注企業の社会的責任」も踏まえつつ、発注工賃をはじめとする取引条件について、受注企業に付加価値に応じて適正に利益が配分され、技能実習生や日本人従業員の適正な賃金・労働環境、事業の持続可能性等を確保することができる水準となるよう十分考慮した上で、受注企業と適正な発注工賃等の取引条件について協議・決定する。
- 発注企業は、受注企業から労務費、原材料費、エネルギー価格等の増加により取引条件の見直しの要請があった場合、上記と同様に、受注企業の適正な賃金・労働環境、事業の持続可能性等の確保を十分考慮し、協議に応じる。
- 縫製については、発注企業及び受注企業は「縫製工賃交渉支援クラウドサービス」(後述)を活用するなど、適正な工賃を協議・決定する。

#### 【業界団体による取組】

- 構成員団体は、会員企業(受注側及び発注側)における取引適正化の取組

状況をモニタリングし、必要に応じ、会員企業に適切な指導や支援を行う。このため、会員企業から当該取組状況について定期的に報告を受ける。

- 縫製については、縫製企業がアパレル企業等から発注を受ける際、適正な工賃の確保を支援するため、アパ工連において、服種、工程数、素材や裁断の難易度、ロット数等から、一定の目安となる工賃を機械的に算出する「縫製工賃交渉支援クラウドサービス」(ACCTシステム)を開発し、平成30年5月から運用を開始した。
- 日本繊維産業連盟及びアパ工連は、関係業界団体の協力を得つつ、説明会等の実施により、縫製の受発注企業に対し、ACCTシステムの普及促進を図る。アパ工連は、ACCTシステムの活用状況等を踏まえ、定期的にACCTシステムを更新する。
- SCM推進協議会は、本年8月までに「取引ガイドライン」に縫製業に係る項目を追加し、縫製に係る取引における情報共有に必要な項目、取引条件(発注、加工料金、サンプル、品質、納期、在庫、配送等)等の明確化を図る。
- 構成員団体は、日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会に対し、定期的な上記取組状況等を報告する。
- 日本繊維産業連盟及びSCM推進協議会は、本取組を踏まえ、本年7月までに自主行動計画を改訂するとともに、両団体に非加入の業界団体や事業者等に対しても、自主行動計画への賛同や取組を働きかけるなど、自主行動計画の周知・徹底の一層の強化を図る。

#### (4) 構成員団体における態勢等の整備

繊維業界において、本取組を責任をもって遂行するため、以下の態勢等を整備する。

- 日本繊維産業連盟をはじめ、各構成員団体は、会長等が直轄する「技能実習適正化推進委員会」(仮称)及び「取引適正化推進委員会」(仮称)を設置する。
- 構成員団体は、会員企業等から上記取組状況等について定期的に報告を求めた上で、上記委員会及び役員会等において、問題事例や優良事例等も含めて総括し、必要に応じ、更なる改善策等を検討するとともに、会員企業等に適切な指導や支援を行う。
- 日本繊維産業連盟は、構成員団体から上記取組状況等について定期的に報告を求めた上で、上記委員会、常任委員会及び総会において、問題事例や優良事例等も含めて総括し、必要に応じ、更なる改善策等を検討するとともに、構成員団体に適切な指導や支援を行う。

## 参考資料

- (別添1)「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(平成29年3月1日制定、平成30年7月24日改訂:日本繊維産業連盟・繊維産業流通構造改革推進協議会)
- (別添2)「取引ガイドライン第三版」発刊について(平成31年3月:繊維産業流通構造改革推進協議会)
- (別添3)「繊維製品に係る取引の適正化について」(平成13年9月28日:公正取引委員会) (注:最終ページにある公正取引委員会の相談窓口は本文書発行時の情報)
- (別添4)下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準(平成28年12月14日:公正取引委員会)
- (別添5)「下請代金支払遅延等防止法の繊維関連違反事例集」(公正取引委員会のHPより抜粋)
- (別添6)「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法,独占禁止法及び下請法上の考え方」(平成31年3月29日:公正取引委員会)
- (別添7)「消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方」(平成31年3月29日:消費者庁)
- (別添8)「総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する考え方」(平成31年3月29日:財務省)
- (別添9)「総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方」(平成31年3月29日:消費者庁)
- (別添10)家内労働法の概要(厚生労働省)

# 繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に

## 向けた自主行動計画

制定 平成 29 年 3 月 1 日

改訂 平成 30 年 7 月 24 日

日本繊維産業連盟  
繊維産業流通構造改革推進協議会

繊維業界は経済産業省が策定した「繊維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（以下、「ガイドライン」という。）」に基づき、取引の適正化に努めてきた。日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会（以下、「両団体」という。）は、これまでの当該ガイドラインに基づく取引適正化の取組みを一層進めるべく、自主行動計画を策定する。

繊維業界は、紡績や製糸、製織・編立、染色・加工、縫製、アパレル及び小売といった長いサプライチェーンを有しており、サプライチェーン全体での取引の適正化が産業全体の競争力強化に寄与するものであり、サプライチェーンを構成する各事業者がその重要性を理解し、不断に努力を行うことが求められる。

また、OECDにおいても、「衣類・履物セクターにおける責任あるサプライチェーンのためのデューディリジェンス・ガイダンス」を策定・公表されたこと等、これら「責任あるサプライチェーン」に係る国際的潮流を踏まえ、取引を行う事業者は自社に至るまでのサプライチェーン全体における法令遵守、適正な取引条件や労働環境等の確保について、十分な確認と考慮をすべき社会的責任が求められる。

このような考えの下、両団体は経済産業大臣の掲げる政策「未来志向型の取引慣行に向けて」や、その一環として改正された下請代金支払遅延等防止法（以下、「下請代金法」という。）に関する運用基準、下請中小企業振興法（以下、「下請振興法」という。）に基づく振興基準及び下請代金の支払手段に関する通達等を踏まえ、適正取引の推進を一層進めるため、サプライチェーン全体の取引適正化に向けた活動を充実すべく「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」を策定することとした。この自主行動計画は、取引を行う事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」

につながる望ましい取引慣行を普及・定着させる観点から、合理的な価格決定、コスト負担の適正化、支払条件の改善、生産性の向上等に関する今後の取組みを表明するものである。

両団体は、サプライチェーン全体への適正取引の浸透に努めるとともに、この自主行動計画の遵守状況を定期的にフォローアップし、確実な実行を担保することで繊維業界の適正取引が浸透するよう取組みを進める。

## I. 適正取引の推進に関する取組み

### 1. 合理的な価格決定のための取組み

- 消費者が求める品質・価格でものづくりを行い、繊維業界全体としての競争力を高めるためには、各工程において取引数量、納期、品質等の条件、材料費、労務費等について関係者で協議をした上で、合理的な価格決定が行われることが不可欠である。しかしながら、各事業者間の取引においては、歩引きや理由なき返品、受領拒否等の非合理的取引により、負担が偏っている場合がある。そのため、下請振興法第3条第1項の規定に基づく振興基準やガイドライン等を踏まえ、取引先と十分に適正な利益配分並びに非合理的取引を排除すべく協議を行った上、適正に価格を決定する。
- 発注者は、発注工賃をはじめとする取引条件について、受注者に付加価値に応じて適正に利益が配分され、従業員（外国人技能実習生を含む）の適正な賃金・労働環境、事業の持続可能性等を確保することができる水準となるよう十分考慮した上で、受注者と適正な発注工賃等の取引条件について協議を行った上で、適正に価格を決定する。

また、発注者は、受注者からエネルギーコストの上昇や最低賃金の引上げによる労務費の増加といった、原価の増加による取引条件の見直しの要請があった場合、上記と同様に、受注者の適正な賃金・労働環境、事業の持続可能性の確保を十分に考慮し、受注者と十分に協議を行った上、適正に価格を決定する。

#### (実施事項)

以下の点を遵守し、「責任あるサプライチェーン」に係る国際的な潮流を踏まえつつ、合理的な価格決定のための取組みを行う。

- ・両団体は、合理的な価格決定のための取組みを進めるため、繊維産業流通構造改革推進協議会（以下、「SCM推進協議会」という。）が定めるTAプロジェ

クト取引ガイドライン（以下、「TAガイドライン」という。）について、必要な改定と関係各社向け説明会を開催する。改定内容は、更なる取引適正化を進めるため、取引要件かサービス業務なのかの区分を明確にすること、引取義務の徹底、サンプル作成にかかわる費用負担、発注者の都合により発生する業務上の費用等に関する事項についてである。

- ・ S C M推進協議会が行った「歩引き」取引廃止宣言と理念を踏まえ、歩引き取引の廃止に向けて、両団体に所属する法人会員及び団体に属する会員企業（以下、「会員企業」とする）は自らの取引先と協議し取引適正化を行う。
- ・ 取引に係る数量、納期、価格等の条件について、当該事業者間での責任の明確化が図られるよう、取引先と十分に協議を行った上で、契約書等の書面化を徹底する。
- ・ 受注者から経済情勢に大きな変化やエネルギーコストの上昇、人手不足、最低賃金の引上げ等に伴う取引価格をはじめとする取引条件の見直しの要請があった場合には、これらの影響を勘案し、事業者間で十分に協議を行った上で取引価格等を決定する。
- ・ その他材料費の大幅な変動等、経済情勢に大きな変化が生じた際には、必要に応じて、取引先と協議し、取引価格等の見直しを検討する。
- ・ 発注者は仕入価格の低減要請を行う際は、その根拠を明確にし、受注者と十分協議を行う。
- ・ 発注者は仕入価格の低減要請を行うに際して、文書や記録を残さずに口頭で数値目標のみを提示しての要請、原価低減の根拠やアイデアを受注者に丸投げするような要請、発注継続の前提を示唆した要請は、下請振興法に基づく振興基準において親事業者が留意すべき事項とされており、客観的な経済合理性や十分な協議手続きを欠く要請を行わないことを徹底する。
- ・ 発注者は原価低減活動の効果を十分に確認して取引価格に反映させる。また、受注者の貢献がある場合は、その貢献度も踏まえて取引価格を決定することとし、受注者の努力によるコスト削減効果を一方的に取引価格に反映することは行わないことを徹底する。
- ・ 縫製については、事業者間において、工賃の適正化による持続可能な取引を進めて行くため、必要な作業工程・時間にに基づき目安となる工賃の算出手段として「縫製工賃交渉支援クラウドサービス」（A C C Tシステム）等を活用するなど、適正な工賃の協議を行った上で決定する。

## 2. コスト負担の適正化のための取組み

- 繊維産業では、季節ごとに新たな商品展開が行われるため、受注者に対する厳しい納期が求められ、指定納期に指定場所へ納品するため、完成品を受注者が保

管するという倉庫機能を負わされるケースがある。また、気候の変化等に応じた追加発注等に対する生地在庫の確保等による倉庫管理等の負担も生じている。これらのコスト負担は、一方的に受注者が負担するべきものではなく、川上から川下までの繊維産業のサプライチェーンを構成する各社が相応に負担すべき管理コストであることから、コスト負担の適正化・改善に取り組んでいく。

#### (実施事項)

以下の点を遵守し、取引企業間での管理コスト負担の適正化・改善に取り組む。

- ・ S C M推進協議会は、管理コスト負担の適正化・改善を進めるため、T Aガイドラインの必要な改定を行うとともに、関係各社向けの説明会を開催する。
- ・ 両団体の会員企業は、引取期日を過ぎた在庫保管等に対するコスト負担について、T Aガイドラインを遵守し、適正なコスト負担について関係する事業者間で協議を行った上で取り決める。
- ・ 取引に係る数量、納期、価格等の条件について、当該事業者間での責任の明確化が図られるよう、取引先と十分に協議を行った上で、契約書等の書面化を徹底する（再掲）。
- ・ 完成品の引取り時期の未確定や追加発注に備えた材料確保による倉庫の負担、補給品等の追加発注による新たな生産コストの発生等の可能性がある取引に関しては、在庫の確保等に関する期限を定めるなど、受注者に過度な負担が生じないように、十分に協議を行った上で取り決める。
- ・ 自己都合による理由なき返品、製造委託した商品の受領拒否、及び不当な販売員や協賛金等の経済上の利益の提供要請など、一方的に受注者に対してコスト負担を強いることがないように、徹底する。

### 3. 支払条件の改善のための取組み

- 繊維業界においては、手形での発注代金の支払いサイトは下請代金法に基づく下請代金の支払手段に関する通達において90日以内とされている。また、原則として、代金支払いは現金支払いが望ましいとされていることから、現金支払いの増加を目指すとともに、手形決済の場合の支払いサイトは可能な限り短縮化を図り、60日以内となるよう努めていく。

#### (実施事項)

以下の点を念頭に、代金の支払方法の改善を進める。

- ・ 代金支払いをできる限り現金払いとすべく改善に努める。

- ・支払方法については、手形により代金を支払う際、その現金化にかかる割引料等のコスト負担を勘案して、取引先と十分協議を行った上で決定する。
- ・手形サイトは、60日を目標として短縮化に努める。

## II. 付加価値向上等に向けた取組み

### 1. 生産性向上のための取組み

- 繊維業界のサプライチェーンを構成する紡績、製糸、製織・編立、染色・加工、縫製、アパレル及び小売の各会員企業は、各工程における課題をサプライチェーン全体の課題として把握し、生産性向上に取り組む。

#### (実施事項)

以下の点を念頭に、生産性向上のための取組みを進める。

- ・会員企業はそれぞれの工程における稼働率向上のための取組み、及び取引における生産計画などに関する情報の共有化に取り組む。
- ・発注者は事業者間における、生産性向上に関する課題解決に向けて、受注者企業への訪問や面談などの密なコミュニケーションに努める。
- ・会員企業は、サプライチェーン全体での付加価値向上等の観点から、各企業において適正な原価率及び利益を確保した上で、消費者に対する正価（プロパー価格等）の信頼性の維持・向上に努める。
- ・サプライチェーン全体の機能維持のために、事業継承が円滑に遂行されるよう、事業継続に向けた適切な対応を行う。
- ・両団体は、各取組みをベストプラクティスとして可能な範囲で会員企業に共有を図る。

### 2. 人材育成・教育の推進

- 繊維業界においては、企画・販売をはじめとして、女性の活躍が不可欠である。最終消費者のニーズを踏まえた業界全体の活性化のためにも、企画・販売に加え経営層・管理者層或いはマーチャンダイザーなどの職においても女性が活躍できるよう、環境整備や意識改革を進めていく。また、技術及び経験を持った高齢者の雇用の拡充等を積極的に検討していく。
- 会員企業においては、サプライチェーン全体への適正取引の推進のため、下請代金法の運用基準や下請振興法に基づく振興基準の改正等を踏まえ、業務ルール等の見直しを行うとともに、社内への周知徹底を図る。

(実施事項)

- ・女性及び高齢者が活躍する環境整備や意識改革を進めるため、会員企業は自主点検を行い、その結果を踏まえて、社内ルールやマニュアルの整備・見直しを行う。
- ・会員企業は、適正取引に関する勉強会等を実施する。

### Ⅲ. 普及啓発活動の推進

- 繊維業界のサプライチェーン全体への適正取引の推進のため、自主行動計画の取組みを幅広く周知に努める。両団体の会員外の団体・企業への周知も不可欠であることから、両団体及び会員企業は経済産業省の協力を得ながら会員企業の取引先への周知等も通じ、非会員企業を含め自主行動計画の取組み内容について普及を図るよう努める。
- 発注者は、自社製品の発注に関し、受注者が更に他の企業に発注する場合（当該他の企業が更に他の企業に発注する場合も含む）、当該受注者に対し、発注者の立場として本取組を確実に実施するよう求めるとともに、自社製品に係る当該受注者に至るまでのサプライチェーンにおいて、本取組が適切に行われていることを確認し、保証を求める。

(実施事項)

- ・両団体は、自主行動計画に掲げる各項目をサプライチェーン全体に浸透させるため、SCM推進協議会が行う全国各地でのTAガイドライン等に関する説明会を通じて、自主行動計画の取組内容の周知を行い、サプライチェーン全体への適正取引の浸透を図る。
- ・両団体に所属する法人会員及び団体に属する会員企業は、独占禁止法、下請代金法等の法令及び繊維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について、勉強会等を開催するなど取引先を含めコンプライアンスの徹底を図る。
- ・会員外の団体・企業に対しては、改正された下請代金法及び下請振興法の振興基準などの経済産業省による周知と連携しながら、自主行動計画の普及に努めていく。
- ・直接・間接を含め発注者に係る団体（以下「発注側団体」という。）は、加盟企業及び関係事業者等に対し、「責任あるサプライチェーン」の考え方を含め、

発注者の社会的責任等について講習会、説明会等を実施する。

- ・発注側団体は、会員企業からの定期的な報告により、会員企業におけるサプライチェーン全体を通じた取引適正化の取組状況や法令遵守状況等をモニタリングし、必要に応じ会員企業に適切な指導や支援を行う。

#### IV. 自主行動計画のフォローアップ

- 適正取引の推進には、両団体の会員各社における個々の取引に定着させることが重要である。そのため、両団体は中小企業庁／経済産業省が定める業種横断的なフォローアップの指針を踏まえ、自主行動計画の進捗状況について、定期的にフォローアップすることにより把握を行う。また、実施状況の評価を通じ、必要に応じて自主行動計画の見直しを行い、各社の取引慣行の改善を進める。

##### (実施事項)

- ・取引慣行の改善を進めるために、両団体に加盟する団体は、団体の実態に即した形で会長等が直轄する「取引適正化推進委員会」（仮称）を設置する。
- ・取組み内容に関し、両団体の会員に対して聞き取り調査及びアンケート等により、実施状況についてのフォローアップ調査を行う。
- ・検証結果をもとに、必要に応じ自主行動計画の見直しを行う。

以 上

(別紙)

## 改訂の経緯

### ■平成30年7月24日改訂

繊維産業において、外国人技能実習について法令違反の事例が多数発生しており、業種別では最多となっている。これは、法令違反を犯した個々の事業者の法令遵守の問題のみならず、繊維業界全体の信頼に関わる、極めて由々しい事態である。この問題には、法令違反を犯す企業の法令遵守意識の欠落はもとより、技能実習生等の適正な賃金や労働環境等を確保するには低すぎる発注工賃となっていること、更には、発注者が製品の自社に至るまでのサプライチェーン全体における法令遵守、取引条件等の実態について把握できていないことが背景にある。また、適正でない状態で製造された製品を消費者に提供している場合には、発注者に直接の法令違反がないとしても、企業の社会的責任（サプライチェーンに対する責任）が果たされていない状況が生じている。

こうした事態の適正化に向けて、日本繊維産業連盟は、繊維産業技能実習事業協議会を経済産業省との共同事務局として運営し、同協議会は、技能実習の適正な実施などに向けて繊維業界として講ずべき取組等について協議を行い、平成30年6月に「繊維産業における外国人技能実習の適正な実施等のための取組」を決定した。この取組においては、自主行動計画における「適正取引」への取組みの更なる改善に資する内容を含んでおり、これを反映させるため改訂を行うものである。また、本改訂に当たっては、業種別の取引実態を踏まえて、取引適正化の観点から関係者で協議を行い、TAガイドラインの中に縫製業及び染色加工業に関する内容を盛り込むこととした。

平成 31 年 3 月  
繊維産業流通構造改革推進協議会

## 1. 改定の背景

この度 SCM 推進協議会では、ガイドラインを改定し新たに「取引ガイドライン第三版」を策定いたしました。平成 19 年(2007 年)10 月に「取引ガイドライン第二版」を策定してから 10 余年が経過し、繊維産業のビジネスモデルも変化してきています。しかしながら、ビジネスモデルや生産に関わる構造変化があっても、取引の環境は大きく変わることはなく、それぞれの企業が関連ある商材について需要と供給をもたらす中では、買い手・売り手の立場は存在します。時代は変われども、取引慣行は存在し、その時代に必要な適正取引のルールとしての「取引ガイドライン」の重要性は変わるものではありません。

平成 29 年 3 月、SCM 推進協議会では日本繊維産業連盟と協同し、前年(2016 年)9 月に経済産業省から発表された「未来志向型の取引慣行に向けて」や、同年 12 月に公正取引委員会及び中小企業庁から示された下請代金支払遅延等防止法(以下「下請法」という)に関する運用基準、下請中小企業振興法(以下「下請振興法」という)に基づく振興基準及び下請代金の支払手段に関する通達などを踏まえ、「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」を策定し、繊維産業の適正取引を浸透させるべく取り組みを進めてきました。

また、企業の社会的責任(CSR : corporate social responsibility)については、消費者の監視は厳しく、企業は利害関係者に対して説明責任を果たすことが求められています。最も基本的な CSR 活動として挙げられるのは、環境(対社会)はもちろん、労働安全衛生・人権(対従業員)、雇用創出(対地域)、品質(対消費者)、取引先への配慮(対顧客・外注)などであり、幅広い分野に拡大しています。国連では、このうちの「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」などに関する 10 原則をグローバル・コンパクトとして提唱し、世界中の企業・団体に参加を呼びかけています。

このように、「責任あるサプライチェーン」に関する国際的な潮流もあり、発注企業は自社に至るまでのサプライチェーン全体における法令遵守、適正な取引条件や労働環境等の確保について十分な確認と考慮すべき社会的責任を果たすことが求められています。また、発注企業は自社におけるサプライチェーンに対する責任を積極的に果たすことにより、「エシカル(論理的)」や「サステナビリティ」といった要請に対応する必要があります。今後も CSR については、各企業が国際標準に照らし合わせた活動を続けていくことが重要です。

更には、平成 22 年から継続して行っている「『歩引き』取引廃止」に向けた取り組みについては、平成 29 年 3 月、「自主行動計画」策定を機に、日本繊維産業連盟と連名で「『歩引き』取引廃止宣言及び要請のお願い」と経済産業省製造産業局長名の「繊維ファッション産業における『歩引き』取引廃止宣言への協力依頼について」を繊維企業 4,600 社に郵送し、さらなる取組強化に努めてきましたが、今回の「取引ガイドライン第三版」では、改めて、この「歩引き」取引について、「一切行ってはならない取引」として明記いたしました。

SCM 推進協議会では、このように企業活動を取り巻く環境が大きく変化してきているこ

とを踏まえ、「取引ガイドライン第二版」の改定に着手し、「取引ガイドライン第三版」として策定いたしました。今回策定した第三版では、新たにTA-縫製業間のガイドラインを取り決め、取引対象商品別編では、「生地取引編」を「生地取引・染色加工編」とし、染色加工での生機に関する取り決めを加えました。また、従来の「取引モデル編」と「取り決めを行う項目・内容の解説編」を一つに取りまとめ、直接取引と間接取引についても区分し「計画情報項目」や「業務条件確認項目」「発注書に記載すべき項目」等の標準を記載しています。特に、取引条件となる「業務条件標準項目」については、今までの「業務条件項目」と「協議・確定すべき標準的内容」に加えて、その内容についての具体的説明を記載しています。また、今まで発刊された「取引ガイドライン」の内容全般についても改めて精査し、新たなビジネスモデルや染色加工業等で行われていた業務かサービスか不明で曖昧な業務、OEM取引を含む間接取引などについて検証し改定しました。そして、新たに縫製業と染色加工に関する項目が加わったことにより、繊維産業におけるサプライチェーン全体を大方網羅する取引のルールブックが出来上がりました。

## 2. 主な改定内容

(1) TAプロジェクト「取引ガイドライン第三版」の内容及び考え方を記載しています。

(「取引ガイドライン第三版」5頁)

この中では、「歩引き」取引は一切行ってはいけない取引と定めています。

また、CSR活動にも触れています。その内容については、「責任あるサプライチェーン」に関する国際的な潮流も踏まえつつ、発注企業は自社に至るまでのサプライチェーン全体における法令遵守、適正な取引条件や労働環境等の確保について十分な確認と考慮すべき社会的責任を有するものであるとしています。

発注企業は自社におけるサプライチェーンに対する責任を積極的に果たすことにより、「エシカル(論理的)」や「サステナビリティ」といった要請に対応する必要があり、今後もCSRについては、各企業が国際標準に照らし合わせた活動を続けていくことが重要です。

このようなことから、「経営トップ合同会議」に参加している企業は、サプライチェーン全体における法令遵守、適正な取引条件や労働環境の確保等について、十分な確認と考慮すべき社会的責任を果たす役割を有していると記述し、発注企業が、自社におけるサプライチェーンにおいて、人権侵害、過酷な労働環境、労働関係法令違反等技能実習の適正な実施について問題がある可能性が認められた場合には、受注者に対して問題の確実な是正を求めることや、問題解決について実施されない場合には発注の停止等の検討も考慮しなくてはならないとしています。

(2) 従来の「取引モデル編」と「取り決めを行う項目・内容の解説編」を一つに取りまとめ「取引モデル編・標準項目と内容の解説編」としました。

(「取引ガイドライン第三版」7頁)

(3) 「取引モデル編・標準項目と内容の解説編」では、「直接取引」と「間接取引」とを区分し、それぞれについて「計画情報項目」や「業務条件確認項目」「発注書に記載すべき項目」等の見直しを行い、各標準を記載しました。

(「取引ガイドライン第三版」14頁～37頁)

(4) 「業務条件確認項目」は従来の「業務条件項目」と「協議・確定すべき標準的内容」に加え内容についての説明文を加えました。

(「取引ガイドライン第三版」直接取引業務条件標準項目 18頁～26頁・間接取引業務条件標準項目 31頁～36頁)

**\*記載例**

**「取引ガイドライン第二版」発注関連の業務条件標準項目記載例**

業務条件項目	協議・確定すべき標準的内容
発注単位および引き取り単位について	発注単位、引取単位について事前に取り決めるを行う。

**「取引ガイドライン第三版」発注関連の業務条件標準項目記載例**

業務条件項目:発注単位および引取単位について(「取引ガイドライン第三版」18頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
発注単位、引取単位について事前に取り決めるを行う。	発注単位については、それぞれの業種によって呼称や発注の単位が異なる場合がある。一例として、織物に関する取引では、発注単位はm・反・疋等である。副資材では個・缶・巻等品種によって発注単位が異なり、発注者と受注者では発注単位や数量等についての取り決めには事前に協議が必要である。

**(5) 新たに加筆した業務条件標準項目**

**1) 発注関連**

① 追加発注について(「取引ガイドライン第三版」19頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
追加発注を行う際は、発注者は追加発注後、ただちに新たな発注書を発行し、受注者はこれを確認する。	追加発注(同一商材を新たに複数回発注すること)は、初回発注の際に発行した発注書記載の内容について全て完了した後、または、受注において初回投入が進行し、発注書記載の内容の変更が叶わない場合、同一商材であっても新規での発注とし、改めてただちに発注書を発行しなければならない。なお、追加発注の際は、初回発注時に取り決めた単価、納期等をそのまま適用してはならず、改めて当事者間でその都度協議して決定するものとする。

**2) 価格関連**

① 価格の交渉について(「取引ガイドライン第三版」19頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
発注者及び受注者は、経済情勢の大きな変化(エネルギーコストの上昇、材料費の大幅な変動、人手不足による最低賃金及び労務費の引上げ、運送費のアップ等)の要因に伴い、価格改定の必要性があると判断し場合には、交渉についての要請を行うことが出来る。要請があった場合には、双方は、これらの影響を勘案し、十分に協議をした上で取引価格を取り決める。	消費者が求める品質・価格でものづくりを行い、繊維業界全体としての競争力を高めるためには、各工程において取引数量、納期、品質等の条件、材料費、労務費等について関係者で協議をした上で、合理的な価格決定が行われることが不可欠である。特に、エネルギーコストの上昇や最低賃金の引上げによる労務費の増加といった、原価の増加に関わる対応については、ルール等を踏まえ、取引企業間で十分に協議を行った上、価格を決定することが望ましい。

### 3) サンプル関連

#### ② 型代・版代等の費用分担について(「取引ガイドライン第三版」21 頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
発注者が自社のオリジナル商品を開発するにあたり、別途、型や版等を作成する場合には、その費用分担及び保管、知的財産権等について事前に協議し取り決めを行う。	発注者が自社オリジナル商品を作成する場合には、素材、柄、付属品等の開発を受注者に依頼する。しかしながら、開発された商品については、採用される場合もされない場合も有る。採用された場合には、量産価格に含める場合や受注したことにより受注者の負担となることがある。不採用の場合にもその費用について曖昧なままにされることが多い。 このようなことから、型・版等の作成及び開発に関する費用については、その内容を明確にした上で、事前に協議し取り決めることが重要である。

### 4) 納期関連

#### ① 納期の取り決めについて(「取引ガイドライン第三版」23 頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
納期は当事者間で予め協議し取り決める。また、発注書発行時には取り決めた期日を必ず発注書に記載しなければならない。	現況の納期確定に至るプロセスは、市場の状況を分析した上で、ギリギリまで投入の時期、数量等の判断を行っている。従って、当事者間では十分な打合せを経て取り決められていると判断するのが妥当である。 発注書記載項目に一部記載されない場合には、補充書面を取り交わし齟齬のないようにしなければならない。 また、納期については、販売先が必要とする時期や場所に到着する日をもって納品日としていることから、納期は最終引取期日とする。

### 5) 在庫関連

#### ① 納期内の全量引取について(「取引ガイドライン第三版」24 頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
発注者は発注書に記載された商品について、受注者の瑕疵による事由以外は記載された指定納期日を最終引取期日とし、全量引き取りの義務を遵守しなければならない。	最終引取期日とは発注書に記載された納期である。発注者は、自ら発行した最終引取期日以内には全量引取をしなければならない。 また、発注者は予め製品に関する検品期間を受注者と協議し取り決め、製品に関する瑕疵等の検査を行う義務がある。

## 8) その他

⑤ 生機の染色加工に関する取り決めについて(「取引ガイドライン第三版」26 頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
生機の加工依頼等については、予め生機の保管期限、数量・投入日、納期、染色仕上げ後の生地保管期限等について、掛かる保管料等を含めて事前に協議し取り決めを行う。	発注者(テキスタイル・コンバーター等)が生機の染色加工を受注者(染色加工業)に依頼する場合、色加工指図書の発行をもって発注となる。しかしながら、一部の生機については色加工指図書の発行無しに、近い将来、色加工指図書を発行するとの事由を下に、受注者の加工場に送り付ける場合が多い。モノによっては半年や一年を超えるものもあるという。 このような事態を解決するには、生機の染色加工依頼については、予め、生機の保管期限、加工する数量・投入日、納期、染色仕上げ後の生地の保管期限等について、掛かる保管料等を含め事前に協議して取り決めを行い、原則、これら取り決めが無いものや、色加工指図書の発行が無いものについては一切受け付けることは出来ないものとする。

### (6) 知的財産権についての扱いについて

「取引ガイドライン第二版」では知的財産権に関わる内容について業務条件項目として取り扱ってきましたが、内容が法令の範囲であり、業務条件項目ではないと判断し、今般の改定に伴い業務条件項目からは除外していています。新たに、別立てで「取引モデル編・標準項目と内容の解説編」に「4. 繊維産業界における知的財産権の扱いについて」と記載しました。(「取引ガイドライン第三版」38 頁)

(7) 商品取引別編の生地取引編を「生地取引・染色加工取引編」と改定しました。  
(「取引ガイドライン第三版」41 頁)

(8) 「取引ガイドライン第二版」や新たなビジネスモデル、業務かサービスか不明で曖昧な業務、OEM 取引を含む間接取引などについて検証し改定を行いました。

(9) TAG (TA-量販店) 業務条件確認項目を削除しました。

平成 21 年 10 月の「経営トップ合同会議」で取り決められた TAG 業務条件確認項目 (TA-量販店) は、GMS 各社が取引の適正化について課題解決に取り組んできた結果、TA プロジェクトで取り決めた内容と差異はなくなったとの判断から今回の第三版では記載から削除しました。

(10) ユニフォーム商品取引「個別契約書」の例を追加しました。  
(「取引ガイドライン第三版」125 頁～138 頁)

(11) 縫製業との間における取引に関するガイドラインを作成しました。  
(「取引ガイドライン第三版」80 頁～93 頁)

## \*TA-縫製業ガイドライン業務条件標準項目記載例

### (1) 発注関連

#### ④追加発注について(「取引ガイドライン第三版」86頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
追加発注を行う際は、発注者は追加発注後、ただちに新たな発注書を発行し、受注者はこれを確認する。	追加発注(同一商材を新たに複数回発注すること)は、初回発注の際に発行した発注書記載の内容について全て完了した後、または、受注者において初回投入が進行し、発注書記載の内容の変更が叶わない場合、同一商材であっても新規での発注とし、改めてただちに発注書を発行しなければならない。 なお、追加発注の際は、初回発注時に取り決めた単価、納期等をそのまま適用してはならず、改めて当事者間でその都度協議して決定するものとする。

### (2) 価格関連

#### ①基本加工料金の取り決めについて(「取引ガイドライン第三版」86頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
基本加工料金の取り決めについては、発注者が要求する生産数量、納期、品質(製品のグレード)等について、受注者と協議し取り決める。	基本加工料金算出方法については、予め、受注者は具体的な算出方法を示し、発注者の要求する内容について見積もり加工料金を提示する必要がある。但し、提示した見積価格について、発注者と要求する数量・品質(グレード)等について協議し取り決めることが望ましい。 また、下請工場、孫請け工場を使用する場合にも発注者と協議し取り決める必要がある。 なお、属工の場合の基本加工料金の取り決めについては、受注者が手配する副資材の数量のロス率や副資材発注・管理に対する掛かる作業の費用等を十分に協議し取り決めを行うことが重要である。

### (3) サンプル関連

#### ①サンプルの費用分担について(「取引ガイドライン第三版」87頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
発注者から依頼された商品及び開発に関わる全てのサンプルについては、使用目的や状況に応じて費用分担を行うこと等を事前に協議し、取り決めを行なう。	発注者から依頼されたサンプルについては、取引上のこともあり受注者は要請を断ることも出来ないことが多く、結果としてサンプルを提供し負担している場合が多い。受注者にとっては、販売先(ブランド数)が多ければ多い程、費用負担は重くなる。そのため、発注者から要請を受けたサンプルについては、使用目的や状況に応じて費用分担を行うこと等について事前に協議し、取り決めを行なうことが望ましい。 受注者が新商品を提供することについては、受注者の販売拡大を目的としているためこの限りではない。

#### (4) 品質関連

##### ③ 品質保証に関する取り決めについて(「取引ガイドライン第三版」88頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
取り決められた品質管理条件を満たさないことを要因として、クレーム・損害が発生した場合には、製造物責任法を前提に当事者間で補償を含む対応について協議する。	発注者・受注者に関わる責任範囲及び左記に記した内容等によりクレームや販売機会損失及び消費者に対する補償等が生じた場合には、製造物責任法を前提に当事者間で協議することが望ましい。 なお、これらの解決には基本契約書を締結することが重要である。

#### (5) 納期関連

##### ② 納期変更の取り決めについて(「取引ガイドライン第三版」89頁～90頁)

###### ii. 量産品の先上げについて

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
発注者の都合により、量産品の先上げを行う場合には、それに伴う追加加工料金(工程変更に関わる費用及び残業代等)について協議し取り決めを行う。	発注者が受注者に量産品の先上げを要請した場合には、受注者は生産工程の状況を判断した上で受諾の可否を伝えなければならない。受諾する場合には、その生産状況に応じて先上げに関わる費用も変わることになることから、その都度、掛かる費用について協議し取り決める必要がある。

#### (6) 在庫関連

##### ③ 縫製加工後に残った原副材料の取扱いについて(「取引ガイドライン第三版」90頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
縫製加工後に残った原材料及び副資材については、発注者は速やかに引取を行わなければならない。引取が出来ない場合には、保管又は破棄についての取り決めを行う。なお、保管する場合には保管に掛かる費用や廃棄する場合の費用についても取り決めを行う。	縫製加工後に残った原材料及び副資材については、予め、納品後何日以内と期日を取り決め、発注者が引き取らなければならない。 その上で、保管や廃棄をお願いする場合にはその掛かる費用については、原則、発注者が負担する。 但し、受注者のミスにより生じた残在庫についてはこの限りではない。

#### (7) 配送関連

##### ① 運賃負担条件の取り決めについて(「取引ガイドライン第三版」91頁)

協議・確定すべき標準的内容	内容についての説明
少量配送、遠隔地への配送、チャーター便を利用した配送等に掛かる費用については、縫製加工料金に含まれていないか取り決めを行っていない場合が多い。そのため、上記の内容に関する運賃等について予め当事者間で協議し取り決めを行う。	一般的に、縫製加工料金には、予め取り決めた納品方法(納品場所・数量・運搬方法等)により掛かる配送費等も含まれている場合が殆どである。しかしながら、左記に記載した通常配送以外の配送料負担については、受注者の問題発生による事由を除いて、掛かる費用負担については協議が必要となる。

## 繊維製品に係る取引の適正化について

平成13年9月28日  
公正取引委員会

繊維製品に係る取引については、最近の繊維製品の輸入の急増等、繊維産業を取り巻く環境が変化する中で、生産・流通の各分野における取引慣行の問題が指摘され、その改善が強く求められている。

このような状況を踏まえ、平成12年12月、公正取引委員会と通商産業省（現経済産業省）は共同で繊維業界との検討会を開催し、取引適正化のための対応について検討を行ってきたところである。これを踏まえ、繊維製品に係る取引の適正化に資するため、公正取引委員会は、繊維業界から、下請法又は独占禁止法上問題になるとと思われる具体的な取引慣行について事例の報告を求め、これらを参考に、「繊維製品に係る取引における優越的地位の濫用行為に関し下請法又は独占禁止法上問題となる事例」を取りまとめ、本日付けで業界団体に通知し傘下事業者への周知を要望した。

本事例集は、第1部「下請法による規制」、第2部「優越的地位の濫用行為に関する独占禁止法の規制」から構成され、それぞれ繊維製品に係る取引において問題となる事例を、代金の減額、返品等の行為類型ごとに整理したものである（内容については別紙参照）。

今後、経済産業省と協力し、繊維業界を対象とする講習会を全国各地において開催するとともに、講習会において本事例集の説明を行い、繊維業界における下請法及び独占禁止法についての一層の理解を深めることとしている。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局 経済取引局 取引部 企業取引課  
電話 03-3581-3373（直通）  
ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

繊維製品に係る取引における優越的地位の濫用行為に関し  
下請法又は独占禁止法上問題となる事例

目次

はじめに

第1部 下請法による規制

- 1 規制の概要
- 2 下請法上問題となる事例
  - (1) 発注書面の不交付等
  - (2) 受領拒否
  - (3) 下請代金の支払遅延
  - (4) 下請代金の減額
  - (5) 返品
  - (6) 買ったたき
  - (7) 購入強制
  - (8) 有償支給原材料等の対価の早期決済
  - (9) 割引困難な手形の交付

第2部 優越的地位の濫用行為に関する独占禁止法の規制

- 1 規制の概要
- 2 独占禁止法上問題となる事例
  - (1) 受領拒否
  - (2) 代金の支払遅延
  - (3) 代金の減額要請
  - (4) 返品
  - (5) 著しく低い対価での取引の要請
  - (6) 商品等の購入要請
  - (7) 協賛金等の負担の要請
  - (8) 従業員等の派遣の要請
- 3 取引条件の書面化の必要性

## はじめに

1 「繊維製品に係る取引における優越的地位の濫用行為に関し下請法又は独占禁止法上問題となる事例」(事例集)は、繊維製品に係る取引について生産・流通の各分野における取引慣行の問題が指摘されている状況にかんがみ、繊維業界から提出された取引慣行についての具体的問題事例を参考に、繊維製品に係る取引における優越的地位の濫用行為に関し、下請法又は独占禁止法によって禁止されている行為について、それぞれの法律ごとに違反行為類型別に事例を整理したものである。

2 取引上の優越的地位の濫用行為は、一般的には、独占禁止法の不公正な取引方法として一般指定第14項によって規制され、特に、物品の製造委託等に係る親事業者と下請事業者との取引における優越的地位の濫用行為については、迅速かつ効果的に下請事業者の保護を図るため、独占禁止法の補完法である下請法によって規制されている。

下請法は、資本金が3億円を超える法人が資本金3億円以下の法人(個人を含む。)に、又は資本金が1千万円超3億円以下の法人が資本金1千万円以下の法人(個人を含む。)に、販売又は請負の対象となる製品の製造委託を行う場合等において、発注書面の交付を義務付けているほか、受領拒否、代金の支払遅延、減額、返品等の行為を禁止している。第1部は、このような下請法上問題となる行為について記述している。

独占禁止法は、一般に、取引上優越した地位にある事業者が、その取引上の地位を利用して、取引の相手方に対し、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える行為を禁止している。したがって、例えば、製造委託取引のうち取引の当事者が下請法の資本金要件を満たしていないために下請法が適用されない取引や製造委託以外の取引(製造委託を伴わない大規模小売業者への物品の納入取引等)における優越的地位の濫用行為は独占禁止法によって規制される。第2部は、このような独占禁止法上優越的地位の濫用として問題となる行為について記述している。

3 具体的にどのような行為が下請法又は独占禁止法上問題となるのかについては、下請法については、「下請代金支払遅延等防止法第4条第1項に関する運用基準」(昭和62年4月1日公正取引委員会事務局長通達第2号)において、また、独占禁止法については、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(平成3年7月11日公正取引委員会事務局)、「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」(平成10年3月17日公正取引委員会)、「不当な返品に関する独占禁止法上の考え方」(昭和62年4月21日公正取引委員会事務局)(いずれも、公正取引委員会ホームページに掲載)において既に明らかにされているところである。

本事例集は、下請法及び独占禁止法についての一層の理解に資するために、これらのガイドライン等に示された考え方にに基づき、繊維製品に係る取引における取引慣行上の問題事例を整理したものであり、これによって、法違反行為の未然防止と、取引の適正化に役立てようとするものである。

## 第1部 下請法による規制

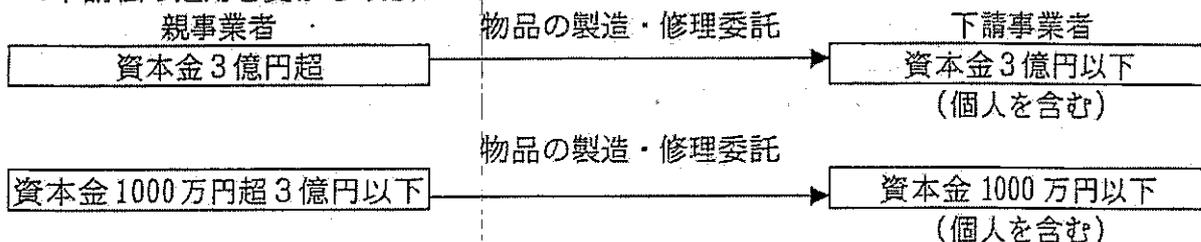
### 1 規制の概要

下請法は、資本金が3億円を超える法人が資本金3億円以下の法人（個人を含む。）に、又は資本金が1千万円超3億円以下の法人が資本金1千万円以下の法人（個人を含む。）に、販売又は請負の対象となる製品（半製品、部品、附属品及び原材料を含む。以下同じ。）の製造（加工を含む。以下同じ。）を委託する場合等に適用される。「製造を委託する」とは、事業者が他の事業者により製品の規格、品質、性能、形状、デザイン、ブランドなどを指定して製造を依頼することをいう。

下請法の適用を受ける取引においては、親事業者は、下請事業者に対して、発注の都度、発注の内容、代金・支払期日、支払方法、製造を委託した製品を受領する期日・場所、検査をする場合には検査を完了する期日などを記載した書面（発注書面）を交付しなければならないほか、受領拒否、下請代金の支払遅延、減額、返品、買ったとき、購入強制、有償支給原材料等の対価の早期決済、割引困難な手形の交付などを行うことが禁止されている。

繊維業においては、事業者（いわゆるアパレルメーカー（以下「衣服製造卸業者」という。）や産地問屋、小売業者を含む。）が、仕様等を指定して他の事業者により製造を委託することが多く、また、これら製造を受託する事業者の多くは中小企業であるため、下請法の適用対象となる取引（下請取引）が多い。

#### <下請法の適用を受ける取引>



### 2 下請法上問題となる事例

以下に、繊維業界から問題ある取引慣行として報告を受けた事例を参考に、下請法上問題となる代表的な事例を示す。

(1) 発注書面の不交付等

親事業者は、下請事業者に物品の製造や修理を委託する場合、直ちに、注文の内容、下請代金の額、支払期日、支払方法などを明記した書面（発注書面）を下請事業者に交付する義務がある（下請法第3条）。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

[発注書面の不交付等について下請法上問題となる事例]

(1)-1（口頭での発注）

靴下卸売業者は、靴下製造業者に靴下の製造を委託するに当たり、取引条件等の通知は担当者が口頭で行っていた。

(1)-2（下請代金の額の不記載）

産地問屋は、絹織物製造業者に絹織物の製造を委託するに当たり、発注内容を記載した書面を交付していたが、下請代金の支払額が記載されていないなど記載内容に不備があった。

(1)-3（サンプル品発注に係る書面不交付）

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に仕様、規格等を指示してサンプル製品の製造・加工を委託するに当たり、下請代金の額等を記載した書面を交付しなかった。

(1)-4（委託内容に係る記載不備）

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託しているところ、縫製業者に、発注書面上に記載されていない値札作り、値札とスペアー付け、包装掛け等の付随業務を行わせた。

## (2) 受領拒否

親事業者は、下請事業者の製造した製品に瑕疵があるなど下請事業者の責に帰すべき理由がある場合を除き、納期に下請事業者の納入する製品の全部を受け取らなければならない（下請法第4条第1項第1号）。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

### [受領拒否について下請法上問題となる事例]

#### (2)-1 (在庫調整を目的とした受領拒否)

タオル卸売業者は、タオル製造業者にタオルの製造を委託し、これを受けてタオル製造業者が既に受注したタオルの製造を完了しているにもかかわらず、自社の製品在庫が増加したことを理由として、発注時に定めた納期に、発注したタオルの一部しか受領せず、残りは在庫の増減に応じて必要な日時に必要な量だけ納入させた。

#### (2)-2 (売行き不振を理由とした発注取消)

産地問屋は、綿織物製造業者に綿織物の製造を委託し、これを受けて綿織物製造業者が既に受注した綿織物の製造を完了しているにもかかわらず、自社製品の売行き不振を理由として、発注を取り消した。

#### (2)-3 (売行き不振を理由とした発注取消、原材料等の費用負担)

靴下卸売業者は、靴下製造業者に靴下の製造を委託し、これを受けて靴下製造業者が既に原材料等を調達しているにもかかわらず、自社製品の売行き不振を理由として、一部の発注を取り消し、残った原材料等の費用を負担させた。

#### (2)-4 (出荷指示書による納期経過後の納品指示)

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、発注書面に納期を記載しているにもかかわらず、発注時に定めた納期に染色業者の納入する製品を受領せず、納期経過後に「出荷指示書」で必要に応じて必要な数量の出荷を指示した。

#### (2)-5 (無理な納期の設定による受領拒否)

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に衣服の縫製加工を委託するに当たり、ニット製品製造業者と十分な協議をすることなしに、事実上、納期までに納入することが無理な納期を設定した。そのため、ニット製品製造業者は納期までに納入できなかつたところ、衣服製造卸業者は納期遅れを理由として、ニット製品製造業者の納入する製品を受領しなかつた。

#### (2)-6 (親事業者が指定した原材料の入荷遅れによる受領拒否)

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に衣服の縫製加工を委託するに当たり、製造に必要な原材料の購入先を指定して購入させているところ、原材料の入荷が遅れたため、ニット製品製造業者の製造期間が著しく短期間になり、そのため、ニット製品製造業者は納期までに納入できなかつた。そこで、衣服製造卸業者は納期遅れを理由として、ニット製品製造業者の納入する製品を受領しなかつた。

### (3) 下請代金の支払遅延

親事業者は、受領した製品の検査をするかどうかを問わず、下請代金の支払期日を、製品を受領した日から起算して60日以内の期間内で、かつ、できる限り短い期間内において定め、また、支払期日までに下請代金を全額支払わなければならない(下請法第2条の2、第4条第1項第2号)。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

#### [下請代金の支払遅延について下請法上問題となる事例]

##### (3)-1 (納品日から60日を経過した支払期日の設定)

タオル卸売業者は、タオル製造業者にタオルの製造を委託しているところ、支払期日を納品日から60日を経過して設定した。

##### (3)-2 (期日現金払による支払遅延)

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、従来手形払いであったものを現金払いに変更し、支払日は従来の手形の満期相当日とすることにより、下請代金を染色業者の納入した生地を受領してから60日を経過して支払った。

##### (3)-3 (支払制度の不備による支払遅延)

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託しているところ、下請代金の支払制度を毎月20日納品締切翌月末日支払としていたため、一部の下請代金について、納品日から60日を経過した支払となっていた(1ヶ月締切制度を採っている場合には、締切後30日(1ヶ月)以内に支払日を設定しなければならない)。

##### (3)-4 (検収の遅れによる支払遅延)

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託するに当たり、月末納品締切翌月末支払の支払条件で下請代金を支払っているところ、受領後の検査完了をもって納品があったものとみなし、当月末日までに受領したものであっても検査完了が翌月となった場合には翌月に納品があったものとして計上していたため、一部の下請代金が支払期日を経過して支払われていた。

##### (3)-5 (事務処理の遅れによる支払遅延)

靴下卸売業者は、靴下製造業者に靴下の製造を委託するに当たり、月末納品締切翌月末支払の支払条件で下請代金を支払っているところ、納期間近に受領したものの事務処理が翌月になることがあり、この場合、翌月に納品があったものとして計上していたため、一部の下請代金が支払期日を経過して支払われていた。

#### (4) 下請代金の減額

親事業者は、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減じてはならない（下請法第4条第1項第3号）。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

##### [下請代金の減額について下請法上問題となる事例]

###### (4)-1（歩引きによる減額）

産地問屋は、生地製造業者に原材料等を支給して生地の加工を委託しているところ、「歩引き」と称して、あらかじめ定められた加工賃から一定率を差し引いた額を支払った。

###### (4)-2（瑕疵のない製品を含めた減額）

タオル卸売業者は、タオル製造業者にタオルの製造を委託し、受領したタオルを小売業者に販売しているところ、小売業者から、ごく一部の製品に瑕疵があるとのクレームがあったことを理由に、対象製品について、受領した全数を値引きの対象として、下請代金から一定額を差し引いて支払った。

###### (4)-3（協力値引きと称する減額）

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託しているところ、販売促進のための「協力値引き」と称して、あらかじめ定められた下請代金からシーズン中の仕入実績に応じた一定率を差し引いた額を支払った。

###### (4)-4（金利引きによる減額）

産地問屋は、絹織物製造業者に絹織物の製造を委託するに当たり、下請代金を約束手形で支払うこととしているところ、支払方法を一方的に現金払いに変更し、「金利引き」と称して、あらかじめ定められた下請代金から一定率を差し引いた額を支払った。

###### (4)-5（無理な納期の設定による減額）

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に衣服の縫製加工を委託するに当たり、ニット製品製造業者と十分な協議をすることなしに、事実上、納期までに納入することが無理な納期を設定した。そのため、ニット製品製造業者は納期までに納入できなかつたところ、衣服製造卸業者は納期遅れを理由として、下請代金から一定額を差し引いて支払った。

###### (4)-6（親事業者が支給する原材料の入荷遅れによる減額）

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に繊維製品の製造を委託するに当たり、製造に必要な原材料を支給しているところ、衣服製造卸業者の支給する原材料の入荷が遅れたため、ニット製品製造業者の製造期間が著しく短期間になり、そのため、ニット製品製造業者は納期までに納入できなかつた。そこで、衣服製造卸業者は納期遅れを理由として、下請代金から一定額を差し引いて支払った。

###### (4)-7（サンプルとして提供したことを理由とした減額）

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、受領し

た生地の一部をサンプルとして顧客に提供し、サンプルとして提供した分に係る代金を一方的に減額した。

(5) 返品

親事業者は、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者に製造委託した製品を受領した後、下請事業者にその受領した製品を引き取らせてはならない(下請法第4条第1項第4号)。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

[返品について下請法上問題となる事例]

(5)-1 (小売段階で付けられた汚れを理由とした返品)

産地問屋は、絹織物製造業者に絹織物の製造を委託しているところ、受領した絹織物について明らかに小売段階で付けられたと認められる汚れを理由として、絹織物製造業者に返品した。

(5)-2 (受領後、長期間経過後の返品)

靴下卸売業者は、靴下製造業者に靴下の製造を委託しているところ、1年以上前に受領した製品について、製品不良を理由として、靴下製造業者に返品した。

(5)-3 (瑕疵のない製品を含めた返品)

衣服製造卸業者は、縫製業者に生地等を指定して購入させた上で、衣服の縫製加工を委託しているところ、受領した製品を全数検品し、不良品が1枚あったことを理由として、縫製業者に当該製品を全数返品した。

(5)-4 (売残り品の返品)

小売業者は、衣服製造業者に自社のブランド名を付した衣料品の製造を委託しているところ、シーズン終了時点で売れ残った製品を衣服製造業者に引き取らせた。

(5)-5 (恣意的な検査による返品)

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、染色業者の納品したものをいったん受領した後、検査を恣意的に厳しくし、以前には問題としていなかったような色むら、風合い等を指摘して、染色業者に引き取らせた。

(6) 買ったたき

親事業者は、下請事業者に製造委託した製品と同種又は類似の内容の製品に対して通常支払われる対価に比べて、著しく低い下請代金の額を不当に定めてはならない（下請法第4条第1項第5号）。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

[買ったたきについて下請法上問題となる事例]

(6)-1（加工賃の後決めによる買ったたき）

衣服製造卸業者は、縫製業者に縫製加工を委託するに当たり、加工賃を定めずに加工を委託し、受領した後に、縫製業者と十分な協議をすることなく、通常の対価を大幅に下回る加工賃を定めた。

(6)-2（大量に発注することを前提とした単価による少量の発注）

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、加工賃の値決めの際し、染色業者に大ロットを前提として見積書を出させたにもかかわらず、実際には、その見積価格を小ロットの発注における加工賃として定めたため、当該加工賃は通常の対価を大幅に下回るものとなった。

(6)-3（短納期発注による費用増を考慮しない買ったたき）

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託するに当たり、短納期での発注を要請し、縫製業者において休日出勤、残業等のため、費用が増大した。しかしながら、衣服製造卸業者は、縫製業者と十分な協議をすることなく、また、かかる費用増を十分考慮することなく、一方的に通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(6)-4（多頻度配送による費用増を考慮しない買ったたき）

小売業者は、衣服製造業者に自社のブランド名を付した衣料品の製造を委託するに当たり、従来、週1回であった配送頻度を毎日に変更するよう要請し、衣服製造業者において運送費等の費用がかさんだ。しかしながら、小売業者は、衣服製造業者と十分な協議をすることなく、また、かかる費用増を十分考慮することなく、一方的に通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(6)-5（サンプル品の無償発注）

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に仕様、規格等を指示してサンプル製品の製造・加工を委託するに当たり、ニット製品製造業者がサンプル製品の製造・加工に係る代金を取り決めるよう求めたにもかかわらず、一方的に代金を支払わないこととした。

(6)-6（付随業務による費用増を考慮しない買ったたき）

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の製造・加工を委託し、納品させているところ、従来、衣服製造卸業者が作業していた衣服の値札作り、値札とスベア一付け、包装掛け等の作業を縫製業者に要請した。これにより、縫製業者は人員を手配するなど、費用が増加したので、代金の引上げを要請したが、衣服製造卸業者は、かかる費用増を十分考慮することなく、一方的に通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

## (7) 購入強制

親事業者は、正当な理由がある場合を除き、下請事業者に自己の指定する物を強制的に購入させてはならない（下請法第4条第1項第6号）。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

### [購入強制について下請法上問題となる事例]

#### (7)-1（購買・外注担当者等による購入要請）

小売業者は、自社のブランド名を付した衣料品を製造委託している衣服製造業者に対し、購買・外注担当者等を通じて、衣服製造業者ごとに目標額を定めて商品の購入を要請し、購入を余儀なくさせた。

#### (7)-2（購入先の紹介要請）

小売業者は、新店舗の開設に当たり、自社のブランド名を付した衣料品を製造委託している衣服製造業者に対し、購買・外注担当者等を通じて、小売業者の商品を購入する者（衣服製造業者の取引先など）を紹介するよう要請した。そのため、衣服製造業者の中には、購入者を紹介することができず、自ら購入することを余儀なくされた者があった。

#### (7)-3（販売先からの要請による購入要請）

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣料品の製造・加工を委託し、受領した衣服を小売業者に販売しているところ、小売業者からの要請を受け、小売業者の新店舗開設時に、縫製業者に対し当該新店舗から商品を購入するよう要請し、購入を余儀なくさせた。

#### (7)-4（自社の株式の購入要請）

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託するに当たり、継続取引の条件として、自社の株式を購入するよう要請し、染色業者に当該株式の購入を余儀なくさせた。

#### (7)-5（最終製品の買取り要請）

産地問屋は、デザイン、仕様等を指定し綿織物製造業者に綿織物の製造を委託し納品させているところ、縫製され最終製品となったものを、「返品」と称して、小売価格での買取りを要請し、買取りを余儀なくさせた。

(8) 有償支給原材料等の対価の早期決済

下請事業者が委託された製品を製造するのに必要な原材料等を親事業者が有償で支給している場合に、親事業者は、この有償支給原材料等を用いて製造した製品の下請代金の支払期日より早い時期に当該原材料等の対価を下請事業者に支払わせてはならない（下請法第4条第2項第1号）。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

[有償支給原材料等の対価の早期決済について下請法上問題となる事例]

(8)-1（下請代金の支払期日を考慮しない決済方法による原料代の早期決済）

衣服製造卸業者は、ニット製品製造業者に繊維製品の製造を委託するに当たり、製造に必要な原料を有償で支給しているところ、衣服製造卸業者が原料の決済条件を当該原料を用いて製造する製品の下請代金の支払期日を考慮せずに定めたことにより、ニット製品製造業者が原料代を支払う日が下請代金の支払期日より先になった。

(8)-2（製造に必要な附属品の早期決済）

衣服製造卸業者は、衣服製造業者に紳士服の製造を委託するに当たり、製造に必要な附属品を有償で支給しているところ、当該附属品を用いて製造する製品の下請代金の支払期日より前に、当該附属品の代金を衣服製造業者に支払わせた。

(9) 割引困難な手形の交付

親事業者は、下請代金の支払について、一般の金融機関において割引を受けることが困難であると認められる手形を交付してはならない(下請法第4条第2項第2号。繊維製品に係る取引においては、手形の期間は90日以内)。例えば、以下の事例は下請法上問題となる。

[割引困難な手形の交付について下請法上問題となる事例]

(9) (手形期間が90日を超える手形の交付)

産地問屋は、綿織物製造業者に綿織物の製造を委託するに当たり、下請代金を手形で支払うこととしているところ、手形期間が90日を超える手形で下請代金を支払った。

## 第2部 優越的地位の濫用行為に関する独占禁止法の規制

### 1 規制の概要

独占禁止法は、取引上優越した地位にある事業者が、その取引上の地位を利用して、取引の相手方に対し、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える行為を、優越的地位の濫用として禁止している（独占禁止法第19条（一般指定第14項））。

取引上優越した地位にある場合とは、取引の相手方にとって当該事業者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、当該事業者の要請が自己にとって著しく不利益なものであっても、これを受け入れざるを得ないような場合である。取引上優越した地位にあるかどうかの判断に当たっては、当該取引先に対する取引依存度、当該取引先の市場における地位、取引先の変更可能性、事業規模の格差、商品の需給関係等を総合的に考慮する。

他の事業者に製品の製造を委託する事業者（衣服製造卸業者や産地問屋等の卸売業者を含む。）が、受託している事業者に対し、取引上優越した地位にある場合に、受領拒否、代金の支払遅延、代金の減額要請、返品、著しく低い対価での取引の要請、商品等の購入要請、協賛金等の負担の要請、従業員等の派遣の要請を行う場合には、優越的地位の濫用として独占禁止法上問題を生じやすい。

また、小売業者が、納入業者に対し取引上優越した地位にある場合において、その地位を利用して同様の行為等を行う場合についても、優越的地位の濫用として独占禁止法上問題を生じやすい。

### 2 独占禁止法上問題となる事例

以下に、繊維業界から問題ある取引慣行として報告を受けた事例を参考に、優越的地位の濫用に該当する行為について考え方を記載し、独占禁止法上問題となる代表的な事例を示す。

なお、以下の(1)から(6)までに示す事例は、下請取引においてこのような行為が行われる場合には、独占禁止法上問題となるとともに、下請法上も問題となる。

(1) 受領拒否

規格、品質、性能、形状、デザイン、ブランドなどを指定して他の事業者に製品の製造を委託する事業者（以下「委託者」という。）が、製造を受託する事業者（以下「受託者」という。）が製造した製品の受領を拒否することがある。

取引上優越した地位にある委託者が、受託者に対して、規格、品質、性能、形状、デザイン、ブランドなどを指定して製造委託をした製品について、受託者に責任がないにもかかわらず、その全部又は一部の受領を拒否する場合には、不当に不利益を受託者に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

ただし、委託者が、受託者の同意を得、かつ、受領しないことに伴う損害を補償する場合は、優越的地位の濫用の問題とはならない。

[受領拒否について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者が、次の事例のように、受託者の責に帰すべき事由がないにもかかわらず、受託者の同意なく、受託者が製造した製品の受領を拒否し、代金を支払わないことは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

(1)-1（販売先の売行き不振を理由とした受領拒否）

衣服製造卸業者は、縫製業者に自社のブランド名を付した婦人服の縫製加工を委託しているところ、当該婦人服を納入する小売業者の売行き不振という一方的な都合により、縫製業者の同意を得ず、契約で定めた数量のうち一部の受領を拒否し、その代金を支払わなかった。

(1)-2（販売の打切りによる受領拒否）

大規模小売業者は、縫製業者に自社のブランド名を付した紳士服の縫製加工を委託し、商品を納入させているところ、当該ブランド紳士服の販売打切りという一方的な都合により、縫製業者の同意を得ず、発注した数量の全部の受領を拒否し、その代金を支払わなかった。

(1)-3（売行き不振を理由とした発注取消、原材料等の費用負担）

衣服製造業者は、縫製業者に生地等を指定して購入させた上で、特定の顧客向けの紳士服の縫製加工を委託しているところ、当該製品の売行き不振という一方的な都合により、縫製業者の同意を得ず、発注した製品の一部の発注を取り消し、残った原材料等の費用を負担させた。

## (2) 代金の支払遅延

委託者が、受託者に対して製造委託した製品について、受託者に責任がないにもかかわらず、製品を受領した後、その全部又は一部の代金をあらかじめ定めた支払期日より遅れて支払うことがある。

取引上優越した地位にある委託者が、正当な理由がないのに、製造委託をした製品を受領した後、あらかじめ定めた支払期日に、当該製品の代金を支払わない場合には、不当に不利益を受託者に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

また、あらかじめ定めた支払期日より遅れて代金を支払う場合だけでなく、取引上優越した地位にある委託者が、一方的に代金の支払期日を正常な商慣習に照らして遅く設定する場合や、支払期日の到来を恣意的に遅らせる場合にも、不当に不利益を受託者に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

ただし、支払期日が遅く設定される場合であっても、代金の額について支払期日までの受託者側の資金調達コストを踏まえた対価として交渉が行われるなど不当に不利益を受託者に与えていないと認められるときは、優越的地位の濫用の問題とはならない。

以上の考え方は、小売業者がその納入業者に対して取引上優越した地位にある場合にも基本的には同様に適用される。

### [代金の支払遅延について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者又は小売業者が、次の事例のように、製造委託をした製品又は発注した商品を受領した後、あらかじめ定めた支払期日に代金を支払わないことは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者又は納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

#### (2)-1 (事務処理の遅れによる支払遅延)

衣服製造卸業者は、縫製業者に婦人服の縫製加工を委託しているところ、衣服製造卸業者の支払手続の遅延など一方的な都合により、縫製業者に対して、契約で定めた支払期日に代金を支払わなかった。

#### (2)-2 (検収の遅れによる支払遅延)

繊維問屋は、綿織物製造業者に規格、仕様等を指定して綿織物の製造を委託しているところ、委託した綿織物を受領しているにもかかわらず、検収を恣意的に遅らせることにより、契約で定めた支払期日に代金を支払わなかった。

### (3) 代金の減額要請

委託者が、受託者に対して、製造委託をした製品について、受託者に責任がないにもかかわらず、あらかじめ定めた代金の減額を要請することがある。

委託者が受領した製品があらかじめ取り決めた条件に満たないことを理由として、受託者に対して代金の減額を要請することもあるが、取引上優越した地位にある委託者が、受託者に対し、正当な理由がないのに、製造委託をした製品について、あらかじめ定めた代金の減額を要請する場合には、不当に不利益を受託者に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

また、委託者が発注時に定めた代金を変更することなく、委託の条件とは異なる作業を要請する場合もあるが、このように代金を実質的に減額することとなる場合の考え方は、上記と同様である。

ただし、代金の減額要請が対価に係る交渉の一環として行われ、その額が需給関係を反映したものであると認められる場合には、優越的地位の濫用の問題とはならない。

以上の考え方は、小売業者がその納入業者に対して取引上優越した地位にある場合にも基本的には同様に適用される。

#### [代金の減額要請について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者又は小売業者が、次の事例のように、製造委託をした製品又は発注した商品について、あらかじめ定めた代金の減額を要請することは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者又は納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

##### (3)-1 (恣意的な検査基準の変更による減額)

繊維問屋は、綿織物製造業者に綿織物の製造を委託しているところ、受領した綿織物について、検収を恣意的に厳しくすることにより、契約で定めた代金を減額した。

##### (3)-2 (瑕疵のない商品を含めた減額)

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託し、受領した生地を大規模小売業者に販売しているところ、大規模小売業者から、ごく一部の商品に瑕疵があるとのクレームがあったことを理由に、一方的に、染色加工を委託した生地の全数を値引きの対象として、代金を減額した。

##### (3)-3 (サンプルとして提供したことを理由とした減額)

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、受領した生地の一部をサンプルとして顧客に提供し、サンプルとして提供した分に係る代金を一方的に減額した。

##### (3)-4 (協力金の名目による減額)

大規模小売業者は、衣服製造卸業者から婦人服を仕入れているところ、自らの店舗の売行き不振を理由として、衣服製造卸業者と十分な協議をすることな

く、「協力金」の名目であらかじめ定められた納入価格の値引きをさせた。

#### (4) 返品

小売業者が、納入業者に対して、発注した商品を受領した後、当該商品を返品することがある。

返品は、新規商品の参入を促進する、あるいは地域的な需給に即応させる等の利点を有する場合もあるが、優越的地位にある小売業者が一方的な都合で返品を行う場合には、納入業者に不当に不利益を与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

取引上優越した小売業者が、納入業者に対し購入した商品を返品することは、次のような場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

(ア) どのような場合に、どのような条件で引き取らせるのか、取引当事者間で明確になっていない場合であって、納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与える場合

(イ) 次のような行為を行い、納入業者にとって不利益を与えることとなる場合

- a 納入業者の責に帰すべき事由によらない瑕疵のある製品等の返品
- b 小売業者のプライベート・ブランド商品の返品
- c 月末又は期末の在庫調整のための返品
- d 小売業者の独自の判断に基づく店舗又は売場の改装や棚替えに伴う返品  
(ただし、季節商品の販売時期の終了時の棚替えに伴う返品であって、その条件が取引当事者間であらかじめ明確になっている場合を除く。)

上記の考え方は、委託者が受託者に対して取引上優越的地位にある場合において、委託者が製品を受領した後に、当該委託に係る製品を受託者に引き取らせる場合にも、同様に適用される。また、受託者に対して、委託に係る製品が更に加工され、最終製品となった後、これを一方的に受託者に小売価格で引き取らせる場合にも、独占禁止法上問題となる(後記(6)商品等の購入要請)。

#### [返品について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者又は小売業者が、次の事例のように、製造委託をした製品又は発注した商品を返品することは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者又は納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

#### (4)-1 (展示に用いたために汚損した商品の返品)

大規模小売業者と衣服製造卸業者は、納品段階で汚損した商品のみの返品を認めることを条件として取引をしているところ、大規模小売業者は、衣服製造卸業者に対して、大規模小売業者が展示に用いたために汚損した商品を一方的に返品した。

#### (4)-2 (売れ残ったプライベートブランド商品の返品)

大規模小売業者は、衣服製造業者に自社のブランド名を付した衣料品の製造を委託しているところ、シーズン終了時点で売れ残った製品を衣服製造業者に

引き取らせた。

(4)-3 (小売段階で付けられた汚れを理由とした返品)

産地問屋は、絹織物製造業者に絹織物の製造を委託しているところ、受領した絹織物について明らかに小売段階で付けられたと認められる汚れを理由として、絹織物製造業者に返品した。

(4)-4 (瑕疵のない製品を含めた返品)

衣服製造卸業者は、縫製業者に生地等を指定して購入させた上で、衣服の縫製加工を委託しているところ、受領した製品を全数検品し、不良品が1枚あったことを理由として、縫製業者に当該製品を全数返品した。

(4)-5 (恣意的な検査による返品)

生地製造業者は、染色業者に生地の染色加工を委託しているところ、染色業者の納品したものをいったん受領した後、検査を恣意的に厳しくし、以前には問題としていなかったような色むら、風合い等を指摘して、染色業者に引き取らせた。

(5) 著しく低い対価での取引の要請

委託者が、受託者に対し、製造委託をした製品と同種又は類似の製品に対し通常支払われる対価に比べて著しく低い対価で取引を要請することがある。

取引上優越した地位にある委託者が、受託者に対し、製造委託をする製品について、著しく低い対価での取引を要請する場合には、不当に不利益を受託者に与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

ただし、委託者が要請する対価が受託者の見積りにおける対価に比べて著しく低く、受託者からみると、委託者による代金の買いたたき行為であると認識されとしても、委託者から要請のあった対価で受託しようとする同業者が他に存在する場合など、それが対価に係る交渉の一環として行われるものであって、その額が需給関係を反映したものであると認められる場合には、優越的地位の濫用の問題とはならない。

なお、著しく低い対価での取引を要請することが優越的地位の濫用行為に該当するか否かについては、対価の決定に当たり受託者と十分な協議が行われたかどうか等の対価の決定方法、他の受託者の対価と比べて差別的であるかどうか等の決定内容、取引の対象となる製品の需給関係を反映しているかどうか等の対価の決定状況などを勘案して総合的に判断することとなる。

以上の考え方は、小売業者がその納入業者に対して取引上優越した地位にある場合にも基本的には同様に適用される。

[著しく低い対価での取引の要請について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者又は小売業者が、次の事例のように、受託者又は納入業者に対して、製造委託をする製品又は発注する商品について、著しく低い対価を定めることは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者又は納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

(5)-1 (新製品の発注による費用増を考慮しない著しく低い代金の設定)

衣服製造卸業者は、来シーズン向けに新製品の紳士服を販売することを検討しているところ、委託先の縫製業者は、当該新製品の縫製加工を行うためには新たな設備投資や人員の手配を行う必要があるなど、これによって当該紳士服の縫製加工に必要な費用等も大幅に増加することとなる。このため、縫製業者は、衣服製造卸業者に対して代金の引上げを求めたにもかかわらず、衣服製造卸業者は、かかる費用増を十分考慮することなく、著しく低い代金を定めた。

(5)-2 (短納期発注による費用増を考慮しない著しく低い代金の設定)

生地製造業者は、委託業者に対して短納期の方針を打ち出したところ、委託先の染色業者は、これによって染色加工に係る費用も大幅に増加するため、代金の引上げを求めたにもかかわらず、かかる費用増を十分考慮することなく、著しく低い代金を定めた。

(5)-3 (大量に発注することを前提とした単価による少量の発注)

産地問屋は、絹織物製造業者に絹織物の製造を委託しているところ、代金の値決めの際し、絹織物製造業者に大ロットの製造委託をすることを前提として見積書を出させたにもかかわらず、実際には、その見積価格を小ロットの発注における代金として定めたため、当該代金は通常対価を大幅に下回るものとなった。

(5)-4 (サンプル品の無償発注)

衣服製造卸業者は、縫製業者に仕様、規格等を指示して来シーズンの婦人服のサンプル製品の製造・加工を委託するに当たり、縫製業者がサンプルの製造・加工に係る代金を取り決めるよう求めたにもかかわらず、一方的に代金を支払わないこととした。

(5)-5 (付随業務による費用増を考慮しない著しく低い代金の設定)

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の製造・加工を委託し、納品させているところ、従来、衣服製造卸業者が作業していた衣服の値札作り、値札とスベア一付け、包装掛け等の作業を縫製業者に要請した。これにより、縫製業者は人員を手配するなど、費用が増加したので、代金の引上げを要請したが、衣服製造卸業者は、かかる費用増を十分考慮することなく、著しく低い代金を定めた。

(5)-6 (多頻度小口配送による費用増を考慮しない著しく低い代金の設定)

大規模小売業者は、納入業者に対して、多頻度小口配送を要請し、これによって納入に要する費用が大幅に増加するため、納入業者が納入単価の引上げを求めたにもかかわらず、納入業者と十分協議することなく一方的に、通常対価相当と認められる単価に比して著しく低い納入単価で納入させた。

## (6) 商品等の購入要請

委託者が、受託者に対し、その取引関係を利用して自己の販売する商品又は役務のほか、委託者の関係会社や取引先事業者が販売する商品又は役務の購入を要請することができる。

取引上優越した地位にある委託者が、受託者に対し、商品又は役務の購入を要請する場合には、受託者は、当該商品又は役務の購入を希望しないときであっても、今後の取引に与える影響を懸念して当該要請を受け入れざるを得ないこととなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。また、取引上優越した地位を利用して取引先事業者に自己の株式を取得するよう要請することは、同様に、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

取引上優越した地位にある委託者が、受託者に対し、自己又は自己の指定する者から、次のような方法により、受託者がその事業遂行上必要としない商品又は役務を購入させることは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

- ① 取引担当者等の取引に影響を及ぼし得る者が購入を要請する場合
- ② 受託者に対し、組織的又は計画的に購入を要請する場合
- ③ 購入する意思がないとの表明があった場合又はその表明がなくとも明らかに購入する意思がないと認められる場合に、重ねて購入を要請し、又は不必要な商品を一方的に送付するとき
- ④ 購入しなければ今後の取引に影響すると受け取られるような要請をし、又はそのように受け取られるような販売の方法を用いる場合

以上の考え方は、小売業者がその納入業者に対して取引上優越した地位にある場合にも同様に適用される。

### [商品等の購入要請について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者又は小売業者が、次の事例のように、受託者又は納入業者に対し、自己又は自己の指定する者から、受託者又は納入業者がその事業遂行上必要としない商品又は役務を購入させることは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者又は納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

#### (6)-1 (販売先からの要請による購入要請)

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託し、受領した衣服を大規模小売業者に販売しているところ、大規模小売業者から要請を受けた衣服製造卸業者の外注・購買担当者が、縫製業者に対して大規模小売業者の新店舗開設時に、当該小売店から商品を購入するよう要請し、購入を余儀なくさせた。

#### (6)-2 (最終製品の買取り要請)

生地製造業者は、製織業者に生地の製造を委託しているところ、紳士服として縫製され最終製品となったものを、製織業者に対して、「返品」と称して小売価格での買取りを要請し、一旦要請を断ったにもかかわらず再度購入を要請し、

購入を余儀なくさせた。

(6)-3 (自社の株式の取得の要請)

衣服製造卸業者は、縫製業者に衣服の縫製加工を委託するに当たり、継続取引の条件として、自社の株式の取得を要請し、縫製業者に株式の取得を余儀なくさせた。

(7) 協賛金等の負担の要請

小売業者が納入業者に対して、催事、広告等の費用負担のためのいわゆる協賛金など、金銭的な負担（以下「協賛金等」という。）を要請することがある。

小売業者と納入業者が共同して商品キャンペーンのための催事や広告を行う場合、そのための費用について協賛金等を負担することが、納入商品の販売促進につながるなど納入業者にとっても直接の利益となる場合もあるが、優越的地位にある小売業者が一方的な都合で納入業者に対しこのような要請を行う場合には、納入業者に不当に不利益を与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

取引上優越した地位にある小売業者が、納入業者に対して協賛金等を負担させることは、次のような場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

(ア) 協賛金等の負担額及びその算出根拠、使途等について、取引当事者間で明確になっていない場合であって、納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合

(イ) 次のような方法により協賛金等を負担させ、納入業者に不利益を与えることとなる場合

- a 納入業者の商品の販売促進に直接寄与しない催事、売場の改装、広告等のための協賛金等を要請すること
- b 納入業者にとって商品の販売促進やコスト削減に寄与するなど納入業者が得る直接の利益の範囲を超えて協賛金等を要請すること
- c 小売業者の決算対策のために協賛金等を要請すること
- d 一定期間に一定の販売量を達成した場合に小売業者にリベートを供与することをあらかじめ定めていた場合において、当該販売量を達成しないのに当該リベートを要請すること
- e 納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず、納入業者が商品を納入した後において、その商品の納入価格の値引きを要請すること

以上の考え方は、委託者が受託者に対して取引上優越した地位にある場合にも同様に適用される。

[協賛金等の負担の要請について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある委託者又は小売業者が、次の事例のように、受託者又は納入業者に対し、協賛金等を負担させることは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を受託者又は納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

(7)-1 (販売促進に寄与しない協賛金の要請)

衣服製造卸業者は、自社のブランド名を付した衣服の販売促進のため、縫製加工の委託先の縫製業者に対して一律に協賛金の負担を要請したが、要請を受けた縫製業者の大半が紳士服の縫製加工を行っているにもかかわらず、当該ブ

ランドの婦人服のみの販売促進費用として利用した。

(7)-2 (決算対策のための協賛金の要請)

衣服製造卸業者は、特別セール時に販売促進のため協賛金を負担することを条件として大規模小売業者と納入取引をしているところ、大規模小売業者は、特別セールとは別に決算対策として協賛金の負担を要請した。

(7)-3 (条件を満たさない場合のリベート(協賛金)の要請)

大規模小売業者は、衣服製造卸業者に対して、納入された商品が一定期間に一定の販売数を達成した場合に、協賛金を徴収することをあらかじめ定めていたが、当該販売数に至らないにもかかわらず、協賛金の負担を要請した。

(8) 従業員等の派遣の要請

納入業者が百貨店・スーパー等の小売店に対して、自社商品又は自己が納入した商品の販売等のためにその従業員等を派遣する場合がある。こうした従業員等の派遣は、納入業者が、小売業者の店舗で消費者に対して直接に、自社商品又は自己が納入した商品の広告宣伝と推奨販売が行えることから行う側面と、小売業者が自己の商品知識や販売力、労働力の不足を補うため要請する側面の両面がある。

従業員等の派遣は、納入業者にとって消費者ニーズの動向を直接把握できる、小売業者にとって専門的な商品知識の不足が補われる等の利点を有している場合があるが、優越的地位にある小売業者が一方的な都合で派遣を要請する場合には、派遣する納入業者に不当に不利益を与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。

取引上優越した地位にある小売業者が、納入業者に対し、商品の販売その他の業務のためにその従業員等を派遣させることは、次のような場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる（ただし、従業員等の派遣のために通常必要な費用を小売業者が負担し、納入業者の同意を得て行う場合は、不利益を与えることとなるものではなく、問題とはならない。）。

なお、小売業者が、納入業者に対し、従業員等の派遣に代えて、これに相当する人件費を負担させる場合も同様である。

(ア) どのような場合に、どのような条件で従業員等を派遣するかについて取引当事者間で明確になっていない場合であって、納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合

(イ) 従業員等の派遣を通して納入業者が得る直接の利益に照らして、納入業者に不利益を与えることとなる場合

a 派遣された従業員等に棚卸、棚替え、社内事務等の納入商品の販売促進と直接関係がない業務を行わせ、納入業者に不利益を与えることとなる場合

b 派遣された従業員等が納入商品の販売に当たることによって、納入商品の販売量が増大するなど納入業者が得る直接の利益に比較して、派遣のための費用が大きい場合

[従業員等の派遣の要請について独占禁止法上問題となる事例]

取引上優越した地位にある小売業者が、次の事例のように、納入業者に対し、その従業員等を派遣させることは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を納入業者に与えることとなり、独占禁止法上問題となる。

(8) (販売促進に寄与しない従業員の派遣要請)

大規模小売業者は、衣服製造卸業者から無償で派遣させた従業員に、棚卸、棚替え、社内事務等の納入商品の販売促進とは直接関係がない業務をさせた。

### 3 取引条件の書面化の必要性

委託者と受託者がどのような条件で取引するかは、基本的にはそれぞれの自主的な判断にゆだねられるものであるが、委託者が受託者に対し取引上優越した地位にある場合において、その地位を利用して、受託者に対し、受領拒否、代金の支払遅延、代金の減額要請、返品、著しく低い対価での取引の要請等の一方的な取扱いを行う場合には、優越的地位の濫用として問題を生じやすい。また、委託者と受託者の間で取引の対象となる製品の具体的内容や品質に係る評価の基準等があらかじめ明確になっていない場合には、受託者にとって不当にこれらの行為が行われたと認識されやすい。

このような問題を生じさせないためには、委託の内容・条件、代金の額、支払期日、支払方法等の取引条件を決定するに当たり、委託者と受託者の間であらかじめ十分な協議を行うとともに、これらの取引条件を書面化し明確にしておくことが望ましい。書面化の方法は、委託の都度これらの内容を記載した注文書を交付する、継続取引において共通の取引条件がある場合にあらかじめ取引基本契約書を締結するなどの方法が考えられる。

また、小売業者と納入業者間の取引においても、同様の問題を生じさせないためには、発注の内容・条件、代金の額、支払期日、支払方法等の取引条件を決定するに当たり、小売業者と納入業者の間であらかじめ十分な協議を行うとともに、これらの取引条件を書面化し明確にしておくことが望ましい。

〔公正取引委員会の相談窓口〕

名称, 住所, 電話番号	管轄地域
公正取引員委員会事務総局 企業取引課 〒100-8987 東京都千代田区霞が関 1-1-1 中央合同庁舎第 6 号館 B 棟 Tel 03(3581)3373	茨城県・栃木県・群馬県 埼玉県・千葉県・東京都 神奈川県・新潟県・長野県 山梨県
北海道事務所 取引課 〒060-0042 札幌市中央区大通西 12 札幌第 3 合同庁舎 Tel 011(231)6300	北海道
東北事務所 総務課 〒980-0014 仙台市青葉区本町 3-2-23 仙台第 2 合同庁舎 Tel 022(225)7095	青森県・岩手県・宮城県 秋田県・山形県・福島県
中部事務所 総務課 〒460-0001 名古屋市中区三の丸 2-5-1 名古屋合同庁舎第 2 号館 Tel 052(961)9421	富山県・石川県・岐阜県 静岡県・愛知県・三重県
近畿中国四国事務所 下請課 〒540-0008 大阪市中央区大手前 4-1-76 大阪合同庁舎第 4 号館 Tel 06(6941)2176	福井県・滋賀県・京都府 大阪府・兵庫県・奈良県 和歌山県
近畿中国四国事務所中国支所 取引課 〒730-0012 広島市中区上八丁堀 6-30 広島合同庁舎第 4 号館 Tel 082(228)1501	鳥取県・島根県・岡山県 広島県・山口県
近畿中国四国事務所四国支所 総務課 〒760-0068 高松市松島町 1-17-33 高松第 2 合同庁舎 Tel 087(834)1441	徳島県・香川県・愛媛県 高知県
九州事務所 総務課 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東 2-10-7 福岡第 2 合同庁舎別館 Tel 092(431)5881	福岡県・佐賀県・長崎県 熊本県・大分県・宮崎県 鹿児島県
内閣府沖縄総合事務局総務部公正取引室 〒900-8530 那覇市前島 2-21-13 ふそうビル Tel 098(863)2243	沖縄県

## 下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準

全部改正 平成 15 年 12 月 11 日公正取引委員会事務総長通達第 18 号

改正 平成 28 年 12 月 14 日公正取引委員会事務総長通達第 15 号

### 第 1 運用に当たっての留意点

1 下請代金支払遅延等防止法(以下「法」という。)の運用に当たっては、違反行為の未然防止が重要であることにかんがみ、特に次のような点に留意する必要がある。

(1) 下請取引において親事業者が遵守しなければならない行為のうち、受領拒否の禁止、下請代金の減額の禁止、返品禁止並びに不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止は、発注時に下請事業者との間で取り決めた取引条件及び支払条件を、下請事業者の責に帰すべき理由がある場合を除き、誠実に履行することを求めているものである。

したがって、これらの違反行為の未然防止の観点からも、発注時の取引条件等を明確にする書面(法第 3 条の規定に基づき下請事業者に交付しなければならない書面。以下「3 条書面」という。)の交付を徹底させることとする。

(2) 買ったたきの禁止、購入・利用強制の禁止及び経済上の利益の提供要請の禁止については、これらの違反行為が、下請代金の決定に当たって下請事業者と十分協議を尽くさないこと、あるいは下請取引に影響を及ぼすこととなる者が下請事業者に物の購入、役務の利用や経済上の利益の提供を要請すること等によって発生することが多いことにかんがみ、違反行為を未然に防止する観点から、親事業者に対し、下請代金の決定、物の購入、役務の利用要請や経済上の利益の提供要請をする際に配慮すべき事項についても指導することとする。

(3) 違反行為の未然防止のためには、法遵守のための親事業者の社内体制の整備が不可欠であることにかんがみ、親事業者に対し、経営責任者を中心とする遵法管理体制を確立するとともに、遵法マニュアル等を作成し、これを購買・外注担当者をはじめ社内に周知徹底するよう指導することとする。

2 違反事件については、迅速かつ適正な処理に努め、違反行為が認められた場合には、親事業者に対して、下請事業者が被った不利益の原状回復措置を講じるよう指導するとともに、必要があれば、親事業者に対し、経営責任者を中心とする遵法管理体制を確立するとともに、遵法マニュアル等を作成し、これを購買・外注担当者をはじめ社内に周知徹底するよう指導する等の再発防止措置を講じさせる等効果的な対応を図ることとする。

なお、どのような行為が違反となるかの判断の参考として、第 3(親事業者の書面交付の義務)及び第 4(親事業者の禁止行為)の各項に違反行為事例を掲げているが、これらは代表的なものであって、これら以外は問題とならないということではないので留意する必要がある。

## 第2 法の対象となる取引

法の対象となる取引は、第2条第1項から第4項に定める「製造委託」、「修理委託」、「情報成果物作成委託」及び「役務提供委託」の4種類の委託取引である。

法第2条第7項に規定される一定の資本金要件に該当する法人事業者が、法第2条第8項に規定される一定の資本金要件に該当する法人事業者及び個人事業者に対し上記の委託をする場合、下請法上の「親事業者」として法が適用される。また、法第2条第8項に規定される一定の資本金要件に該当する法人事業者及び個人事業者が、法第2条第7項に規定される一定の資本金要件に該当する法人事業から上記の委託を受ける場合、下請法上の「下請事業者」として法が適用される。

なお、この法律で「委託」とは、事業者が、他の事業者に対し、給付に係る仕様、内容等を指定して物品等の製造(加工を含む。)若しくは修理、情報成果物の作成又は役務の提供を依頼することをいう。

### 1 製造委託

(1) 「製造委託」とは、「事業者が業として行う販売若しくは業として請け負う製造の目的物たる物品若しくはその半製品、部品、附属品若しくは原材料若しくはこれらの製造に用いる金型又は業として行う物品の修理に必要な部品若しくは原材料の製造を他の事業者に委託すること及び事業者がその使用又は消費する物品の製造を業として行う場合にその物品若しくはその半製品、部品、附属品若しくは原材料又はこれらの製造に用いる金型の製造を他の事業者に委託すること」をいう(法第2条第1項)。

(2) この法律で「業として」とは、事業者が、ある行為を反復継続的に行っており、社会通念上、事業の遂行とみることができる場合を指す(修理委託、情報成果物作成委託及び役務提供委託においても同様である。)

(3) 「製造」とは、原材料たる物品に一定の工作を加えて新たな物品を作り出すことをいい、「加工」とは、原材料たる物品に一定の工作を加えることによって、一定の価値を付加することをいう。

「物品」とは、動産をいい、不動産は含まれない。

「半製品」とは、目的物たる物品の製造過程における中間状態にある製造物をいい、「部品」とは、目的物たる物品にそのままの状態に取り付けられ、物品の一部を構成することとなる製造物をいう。

「附属品」とは、目的物たる物品にそのまま取り付けられたり目的物たる物品に附属されることによって、その効用を増加させる製造物をいい、「原材料」とは、目的物たる物品を作り出すための基になる資材(原料・材料)をいう。

「これらの製造に用いる金型」とは、「物品若しくはその半製品、部品、附属品若しくは原材料」の製造を行うために使用する当該物品等の外形をかたどった金属製の物品をいう。なお、金型の製造を委託した親事業者が、それを用いて自ら物品等の製造を行う場合に限らず、更に別の事業者に対しその金型を用いて製造するよう委託する場合の金型も含む。

(4) 製造委託には、次の4つの類型がある。

[類型1-1] 事業者が業として行う販売の目的物たる物品若しくはその半製品、部品、附属品若しくは原材料又はこれらの製造に用いる金型の製造を他の事業者へ委託すること。

(例)

- 自動車製造業者が、販売する自動車を構成する部品の製造を部品製造業者へ委託すること。
- 大規模小売業者(百貨店、スーパー、ホームセンター、専門量販店、ドラッグストア、コンビニエンスストア本部、通信販売業等)が、自社のプライベートブランド商品の製造を食品加工業者等に委託すること。
- 出版社が、販売する書籍の印刷を印刷業者へ委託すること。
- 電気器具製造業者が、販売する電気器具を構成する部品の製造に用いる金型の製造を金型製造業者へ委託すること。

[類型1-2] 事業者が業として請け負う製造の目的物たる物品若しくはその半製品、部品、附属品若しくは原材料又はこれらの製造に用いる金型の製造を他の事業者へ委託すること。

(例)

- 精密機械製造業者が、製造を請け負う精密機械の部品の製造を部品製造業者へ委託すること。
- 建築材製造業者が、製造を請け負う建築材の原材料の製造を原材料製造業者へ委託すること。
- 金属製品製造業者が、製造を請け負う金属製品の製造に用いる金型の製造を金型製造業者へ委託すること。
- 繊維製品卸売業者が、製造を請け負う衣料品の製造を繊維製品製造業者へ委託すること。

[類型1-3] 事業者が業として行う物品の修理に必要な部品又は原材料の製造を他の事業者へ委託すること。

(例)

- 家電製品製造業者が、消費者向けに家電製品の修理を行うために必要な部品の製造を部品製造業者へ委託すること。
- 工作機械製造業者が、自社で使用する工作機械の修理に必要な部品の製造を部品製造業者へ委託すること。

[類型1-4] 事業者がその使用し又は消費する物品の製造を業として行う場合にその物品若しくはその半製品、部品、附属品若しくは原材料又はこれらの製造に用いる金型の製造を他の事業者へ委託すること。

(例)

- 輸送用機器製造業者が、自社の工場で使用する輸送用機器を自社で製造している場合に、当該輸送用機器の部品の製造を部品製造業者へ委託すること。
- 工作機器製造業者が、自社の工場で使用する工具を自社で製造している場合に、一部の工具の製造を他の工作機械製造業者へ委託すること。

## 2 修理委託

(1) 「修理委託」とは、「事業者が業として請け負う物品の修理の行為の全部又は一部を他の事業者に委託すること及び事業者がその使用する物品の修理を業として行う場合にその修理の行為の一部を他の事業者に委託すること」をいう(法第2条第2項)。

(2) 「修理」とは、元来の機能を失った物品に一定の工作を加え、元来の機能を回復させることをいう。「請け負う物品の修理」には、事業者が販売する物品について保証期間中にユーザーに対して行われる修理も含まれる。

(3) 修理委託には、次の2つの類型がある。

[類型2—1] 事業者が業として請け負う物品の修理の行為の全部又は一部を他の事業者に委託すること。

(例)

- 自動車ディーラーが、請け負う自動車修理を修理業者に委託すること。
- 船舶修理業者が、請け負う船舶修理を他の船舶修理業者に委託すること。

[類型2—2] 事業者がその使用する物品の修理を業として行う場合にその修理の行為の一部を他の事業者に委託すること。

(例)

- 製造業者が、自社の工場で使用している工具の修理を自社で行っている場合に、その修理の一部を修理業者に委託すること。
- 工作機械製造業者が、自社の工場で使用している工作機械の修理を自社で行っている場合に、その修理の一部を修理業者に委託すること。

### 3 情報成果物作成委託

(1) 「情報成果物作成委託」とは、「事業者が業として行う提供若しくは業として請け負う作成の目的たる情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者に委託すること及び事業者がその使用する情報成果物の作成を業として行う場合にその情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者に委託すること」をいう(法第2条第3項)。

(2) 「情報成果物」とは、次に掲げるものをいう。

[1] プログラム(電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせられたものをいう。)(法第2条第6項第1号)

例: テレビゲームソフト、会計ソフト、家電製品の制御プログラム、顧客管理システム

[2] 映画、放送番組その他映像又は音声その他の音響により構成されるもの(法第2条第6項第2号)

例: テレビ番組、テレビCM、ラジオ番組、映画、アニメーション

[3] 文字, 図形若しくは記号若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合により構成されるもの(法第2条第6項第3号)

例: 設計図, ポスターのデザイン, 商品・容器のデザイン, コンサルティングレポート, 雑誌広告

[4] 前三号に掲げるもののほか, これらに類するもので政令で定めるもの(法第2条第6項第4号)

現時点において, 政令で定めているものはない。

(3) 情報成果物の「提供」とは, 事業者が, 他者に対し情報成果物の販売, 使用許諾を行うなどの方法により, 当該情報成果物を他者の用に供することをいい, 情報成果物それ自体を単独で提供する場合のほか, 物品等の附属品(例: 家電製品の取扱説明書の内容, CD のライナーノーツ)として提供する場合, 制御プログラムとして物品に内蔵して提供する場合, 商品の形態, 容器, 包装等に使用するデザインや商品の設計等を商品に化体して提供する場合等も含む。

「業として行う提供」とは, 反復継続的に社会通念上, 事業の遂行とみることができる程度に行っている提供のことをいい, 純粋に無償の提供であれば, これに当たらない。

「事業者がその使用する情報成果物の作成を業として行う場合」とは, 事業者が, 自らの事業のために用いる情報成果物の作成を反復継続的に社会通念上, 事業の遂行とみることができる程度に行っている場合をいい, 例えば, [1]事務用ソフトウェア開発業者が社内で使用する会計用ソフトを自ら作成する場合, [2]ビデオ制作会社が自社の社員研修用のビデオを自ら作成する場合がこれに該当する。他方, 社内システム部門があっても作成を委託しているソフトウェアと同種のソフトウェアを作成していない場合等, 単に作成する能力が潜在的にあるにすぎない場合は作成を「業として」行っているとは認められない。

(4) 「情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者に委託すること」とは, 情報成果物の作成のうち, [1]情報成果物それ自体の作成, [2]当該情報成果物を構成することとなる情報成果物の作成を, 他の事業者に委託することをいう。

(例)

情報成果物	構成することとなる情報成果物
ゲームソフト	(例) プログラム 映像データ BGM等の音響データ シナリオ キャラクターデザイン
放送番組	(例) コーナー番組 番組のタイトルCG BGM等の音響データ 脚本 オリジナルテーマ曲の楽譜
アニメーション	(例) セル画, 背景美術等 BGM等の音響データ 脚本

	絵コンテ キャラクターデザイン オリジナルテーマ曲の楽譜
--	------------------------------------

(5) 事業者が提供等する情報成果物の作成においては、情報成果物の作成に必要な役務の提供の行為を他の事業者へ委託する場合があります。この場合、当該役務が、委託事業者が他者に提供する目的たる役務である場合には、第2条第4項の「役務提供委託」に該当するが、当該役務が専ら自ら用いる役務である場合には、当該委託取引は、本法の対象とならない(下記の「4 役務提供委託」を参照)。

(6) 情報成果物作成委託には、次の3つの類型がある。

[類型3—1] 事業者が業として行う提供の目的たる情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者へ委託すること。

(例)

- ソフトウェア開発業者が、消費者に販売するゲームソフトのプログラムの作成を他のソフトウェア開発業者に委託すること。
- ソフトウェア開発業者が、ユーザーに提供する汎用アプリケーションソフトの一部の開発を他のソフトウェア開発業者に委託すること。
- 放送事業者が、放送するテレビ番組の制作を番組制作者に委託すること。
- パッケージソフトウェア販売業者が、販売するソフトウェアの内容に係る企画書の作成を他のソフトウェア業者に委託すること。
- 家電製品製造業者が、消費者に販売する家電製品に内蔵する制御プログラムの開発をソフトウェア開発業者に委託すること。
- 家電製品製造業者が、消費者に販売する家電製品の取扱説明書の内容の作成を他の事業者へ委託すること。

[類型3—2] 事業者が業として請け負う作成の目的たる情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者へ委託すること。

(例)

- 広告会社が、広告主から制作を請け負うテレビCMを広告制作者に委託すること。
- ソフトウェア開発業者が、ユーザーから開発を請け負うソフトウェアの一部の開発を他のソフトウェア開発業者に委託すること。
- デザイン業者が、作成を請け負うポスターデザインの一部の作成を他のデザイン業者に委託すること。
- テレビ番組制作者が、制作を請け負うテレビ番組のBGM等の音響データの制作を他の音響制作者に委託すること。
- テレビ番組制作者が、制作を請け負うテレビ番組に係る脚本の作成を脚本家に委託すること。
- アニメーション制作者が、製作委員会から制作を請け負うアニメーションの原画の作成を個人のアニメーターに委託すること。

- 建築設計業者が、施主から作成を請け負う建築設計図面の作成を他の建築設計業者に委託すること。
- 建設業者が、施主から作成を請け負う建築設計図面の作成を建築設計業者に委託すること。
- 工作機械製造業者が、ユーザーから製造を請け負う工作機械に内蔵するプログラムの開発をソフトウェア開発業者に委託すること。

[類型 3—3] 事業者がその使用する情報成果物の作成を業として行う場合にその情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者委託すること。

(例)

- 事務用ソフトウェア開発業者が、自社で使用する会計用ソフトウェアの一部の開発を他のソフトウェア開発業者に委託すること。
- デザイン業者が、コンペ(試作競技)に参加するに当たり、デザインの作成を他のデザイン業者に委託すること。

#### 4 役務提供委託

(1) 「役務提供委託」とは、「事業者が業として行う提供の目的たる役務の提供の行為の全部又は一部を他の事業者委託すること(建設業(建設業法(昭和 24 年法律第 100 号)第 2 条第 2 項に規定する建設業をいう。)を営む者が業として請け負う建設工事(同条第 1 項に規定する建設工事をいう。)の全部又は一部を他の建設業を営む者に請け負わせることを除く。)」をいう(法第 2 条第 4 項)。

(2) 「業として行う提供の目的たる役務」のうち「業として行う提供」とは、反復継続的に社会通念上事業の遂行とみることができる程度に行っている提供のことをいい、純粋に無償の提供であればこれに当たらない。また、「提供の目的たる役務」とは、委託事業者が他者に提供する役務のことであり、委託事業者が自ら用いる役務はこれに該当しないので、自ら用いる役務を他の事業者委託することは、法にいう「役務提供委託」に該当しない。他の事業者に役務の提供を委託する場合に、その役務が他者に提供する役務の全部若しくは一部であるか、又は自ら用いる役務であるかは、取引当事者間の契約や取引慣行に基づき判断する。

(3) 役務提供委託の類型は、次のとおりである。

[類型 4—1] 事業者が業として行う提供の目的たる役務の提供の行為の全部又は一部を他の事業者委託すること。

(例)

- 貨物自動車運送業者が、請け負った貨物運送のうちの一部の経路における運送を他の貨物自動車運送業者に委託すること。
- 貨物自動車運送業者が、貨物運送に併せて請け負った梱包を梱包業者に委託すること。
- 貨物利用運送事業者が、請け負った貨物運送のうちの一部を他の運送事業者委託すること。
- 旅客自動車運送業者が、請け負った旅客運送を他の運送事業者委託すること。

- 内航運送業者が、請け負う貨物運送に必要な船舶の運航を他の内航運送業者又は船舶貸渡業者に委託すること。
- 自動車ディーラーが、請け負う自動車整備の一部を自動車整備業者に委託すること。
- ビルメンテナンス業者が、請け負うメンテナンスの一部たるビルの警備を警備業者に委託すること。
- 広告会社が、広告主から請け負った商品の総合的な販売促進業務の一部の行為である商品の店頭配布をイベント会社に委託すること。
- ビル管理会社が、ビルオーナーから請け負うビルメンテナンス業務をビルメンテナンス業者に委託すること。
- ソフトウェアを販売する事業者が、当該ソフトウェアの顧客サポートサービスを他の事業者委託すること。
- 冠婚葬祭事業者が、消費者から請け負う冠婚葬祭式の施行に係る司会進行、美容着付け等を他の事業者委託すること。
- 旅行業者が、旅行者から請け負う宿泊施設、交通機関等の手配を他の事業者委託すること。

### 第3 親事業者の書面交付の義務

#### 1 3条書面の記載事項

(1) 3条書面に記載すべき事項は、「下請代金支払遅延等防止法第3条の書面の記載事項等に関する規則」(以下「3条規則」という。)第1条第1項に定められており、親事業者は、これらの事項について明確に記載しなければならない。

親事業者は、製造委託等をした都度、3条規則第1条第1項に定められた事項(以下「必要記載事項」という。)を3条書面に記載し、交付する必要があるが、必要記載事項のうち、一定期間共通である事項(例:支払方法、検査期間等)について、あらかじめこれらの事項を明確に記載した書面により下請業者に通知している場合には、これらの事項を製造委託等をする都度交付する書面に記載することは要しない。この場合、当該書面には、「下請代金の支払方法等については〇年〇月〇日付けで通知した文書によるものである」等を記載することにより、当該書面と共通事項を記載した書面との関連性を明らかにする必要がある。

(2) 3条書面に記載する「下請代金の額」は、下請事業者の給付(役務提供委託をした場合にあっては、役務の提供。以下同じ。)に対し支払うべき代金の額であり、3条書面には具体的な金額を明確に記載することが原則であるが、3条規則第1条第2項に基づき、「具体的な金額を記載することが困難なやむを得ない事情がある場合」には「具体的な金額を定めることとなる算定方法」を記載することも認められている。この算定方法は、下請代金の額の算定の根拠となる事項が確定すれば、具体的な金額が自動的に確定することとなるものでなければならないが、下請代金の具体的な金額を確定した後、速やかに、下請業者に通知する必要がある。

「具体的な金額を記載することが困難なやむを得ない事情」があり、具体的な金額ではなく「具体的な金額を定めることとなる算定方法」を記載することが認められる場合とは、例えば、次のような場合である。

- 原材料費等が外的な要因により変動し、これに連動して下請代金の額が変動する場合
- プログラム作成委託において、プログラム作成に従事した技術者の技術水準によってあらかじめ定められている時間単価及び実績作業時間に応じて下請代金の総額が支払われる場合
- 一定期間を定めた役務提供であって、当該期間における提供する役務の種類及び量に応じて下請代金の額が支払われる場合(ただし、提供する役務の種類及び量当たりの単価があらかじめ定められている場合に限る。)

(3) 3条書面に記載する「下請事業者の給付の内容」とは、親事業者が下請事業者に委託する行為が遂行された結果、下請事業者から提供されるべき物品及び情報成果物(役務提供委託をした場合にあつては、下請事業者から提供されるべき役務)であり、3条書面には、その品目、品種、数量、規格、仕様等を明確に記載する必要がある。

また、主に、情報成果物作成委託に係る作成過程を通じて、情報成果物に関し、下請事業者の知的財産権が発生する場合において、親事業者は、情報成果物を提供させるとともに、作成の目的たる使用の範囲を超えて知的財産権を自らに譲渡・許諾させることを「下請事業者の給付の内容」とすることがある。この場合は、親事業者は、3条書面に記載する「下請事業者の給付の内容」の一部として、下請事業者が作成した情報成果物に係る知的財産権の譲渡・許諾の範囲を明確に記載する必要がある。

## 2 3条書面の交付の時期

(1) 親事業者は、下請事業者に対して製造委託等をした場合は、「直ちに」書面を交付しなければならない。ただし、必要記載事項のうち「その内容が定められないことにつき正当な理由があるものについては、その記載を要しないものとし、この場合には、親事業者は、当該事項の内容が定められた後直ちに、当該事項を記載した書面を下請事業者に交付しなければならない」とされており、必要記載事項のうち、その内容が定められないことについて正当な理由があり記載しない事項(以下「特定事項」という。)がある場合には、これらの特定事項以外の事項を記載した書面(以下「当初書面」という。)を交付した上で、特定事項の内容が定まった後には、直ちに、当該特定事項を記載した書面(以下「補充書面」という。)を交付しなければならない。また、これらの書面については相互の関連性が明らかになるようにする必要がある。

(2) 「その内容が定められないことについて正当な理由がある」とは、取引の性質上、製造委託等をした時点では必要記載事項の内容について決定することができないと客観的に認められる理由がある場合であり、次のような場合はこれに該当する。ただし、このような場合であっても、親事業者は、特定事項がある場合には、特定事項の内容が定められない理由及び特定事項の内容を定めることとなる予定期日を当初書面に記載する必要がある。また、これらの特定事項については、下請事業者と十分な協議をした上で、速やかに定めなくてはならず、定めた後は、「直ちに」、当該特定事項を記載した補充書面を下請事業者に交付しなければならない。

- ソフトウェア作成委託において、委託した時点では最終ユーザーが求める仕様が確定しておらず、下請事業者に対する正確な委託内容を決定することができない等のため、「下請事業者の給付の内容」、「下請代金の額」、「下請事業者の給付を受領する期日」又は「受領場所」が定まっていない場合
- 広告制作物の作成委託において、委託した時点では制作物の具体的内容が決定できない等のため、「下請事業者の給付の内容」、「下請代金の額」又は「下請事業者の給付を受領する期日」が定まっていない場合
- 修理委託において、故障箇所とその程度が委託した時点では明らかでないため、「下請事業者の給付の内容」、「下請代金の額」又は「下請事業者の給付を受領する期日」が定まっていない場合
- 過去に前例のない試作品等の製造委託であるため、委託した時点では、「下請事業者の給付の内容」又は「下請代金の額」が定まっていない場合
- 放送番組の作成委託において、タイトル、放送時間、コンセプトについては決まっているが、委託した時点では、放送番組の具体的な内容については決定できず、「下請代金の額」が定まっていない場合

(3) 親事業者は、製造委託等をした時点で、必要記載事項の内容について決定できるにもかかわらず、これを決定せず、これらの事項の内容を記載しない当初書面を交付することは認められない。また、下請代金の額として「具体的な金額を定めることとなる算定方法」を3条書面に記載することが可能である場合には、下請代金の額について「その内容が定められないことについて正当な理由がある」とはいえず、3条書面に算定方法を記載し、交付する必要がある。

### 3 電磁的方法による提供

親事業者は、法第3条第2項に基づき、3条書面の交付に代えて、電磁的方法により、委託内容、下請代金の額等の必要記載事項の提供を行うことが認められているが、この場合には、親事業者は下請事業者に対して、事前に、電磁的方法の種類及び内容を示し、書面又は電磁的方法による承諾を得なければならない。また、親事業者は、3条書面に代えて電磁的方法による場合には、下請事業者に不利益を与えないようにするため、「下請取引における電磁的記録の提供に関する留意事項」(平成13年3月30日)を踏まえる必要がある。

#### 〈書面交付に係る違反行為事例〉

- [1] 緊急を要するため、親事業者が下請事業者に口頭(電話)で発注し、その後、注文書を交付しない場合
- [2] 親事業者が下請事業者に対して、発注単価をコンピュータに登録してこれを帳票に印字する方法で書面を作成しているが、新規部品の製造委託の発注時に、既に単価が決定しているにもかかわらずコンピュータには未登録のため、結果として書面に単価が表示されることなく発注する場合
- [3] 親事業者が下請事業者に対して、電子メールで発注することについて下請事業者の事前の承諾を得ることなく、書面の交付に代えて電子メールで発注する場合
- [4] 親事業者は下請事業者に対して、原材料A金属の加工を委託しているところ、下請代金の額は、下請事業者が原材料A金属を購入した日のA金属〇〇市場の終値に使用した数量を乗じた金額に加工

賃を加えて定められることとなっており、下請事業者に委託した時点では、下請事業者が購入する A 金属の終値が分からないので具体的金額を記載することができないとして算定方法を記載することが可能であるにもかかわらず、当初書面に具体的金額も算定方法も記載せずに交付している場合

[5] 親事業者は下請事業者に対して、ユーザーから開発を請け負ったソフトウェアの一部のプログラムの作成を委託しているところ、委託した時点では、ユーザーの求める仕様が確定しておらず、正確な仕様を決定することができないため発注の内容及び下請代金の額を定めることができないことを理由として、これらが確定するまで、書面を一切交付しない場合

#### 第 4 親事業者の禁止行為

##### 1 受領拒否

(1) 法第 4 条第 1 項第 1 号で禁止されている受領拒否とは、「下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付の受領を拒むこと」である。

ア 「給付の受領」とは、物品の製造又は修理委託においては、給付の内容について検査をするかどうかを問わず、親事業者が下請事業者の給付の目的物を受け取り、自己の占有下に置くことである。

イ 情報成果物の作成委託における「給付の受領」とは、情報成果物を記録した媒体がある場合には、給付の目的物として作成された情報成果物を記録した媒体を自己の占有下に置くことであり、また、情報成果物を記録した媒体がない場合には、当該情報成果物を自己の支配下に置くことであり、例えば、当該情報成果物が親事業者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録されることである。

ウ 「受領を拒む」とは、下請事業者の給付の全部又は一部を納期に受け取らないことであり、納期を延期すること又は発注を取り消すことにより発注時に定められた納期に下請事業者の給付の全部又は一部を受け取らない場合も原則として受領を拒むことに含まれる。

(2) 「下請事業者の責に帰すべき理由」があるとして下請事業者の給付の受領を拒むことが認められるのは、次のア及びイの場合に限られる。

ア 下請事業者の給付の内容が 3 条書面に明記された委託内容と異なる場合又は下請事業者の給付に瑕疵等がある場合

なお、次のような場合には委託内容と異なること又は瑕疵等があることを理由として受領を拒むことは認められない。

(ア) 3 条書面に委託内容が明確に記載されておらず、又は検査基準が明確でない等のため、下請事業者の給付の内容が委託内容と異なることが明らかでない場合

(イ) 検査基準を恣意的に厳しくして、委託内容と異なる又は瑕疵等があるとする場合

(ウ) 取引の過程において、委託内容について下請事業者が提案し、確認を求めたところ、親事業者が了承したので、下請事業者が当該内容に基づき、製造等を行ったにもかかわらず、給付内容が委託内容と異なるとする場合

イ 下請事業者の給付が 3 条書面に明記された納期に行われぬ場合

なお、次のような場合には、納期遅れを理由として受領を拒むことは認められない。

- (ア) 3条書面に納期が明確に記載されていない等のため、納期遅れであることが明らかでない場合
- (イ) 下請事業者の給付について親事業者が原材料等を支給する場合において、親事業者の原材料等の支給が発注時に取り決めた引渡日より遅れた場合
- (ウ) 納期が下請事業者の事情を考慮しないで一方的に決定されたものである場合

〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

1-1 生産計画の変更を理由とした受領拒否

親事業者は、下請事業者に部品の製造を委託し、これを受けて下請事業者が既に受注部品を完成させているにもかかわらず、自社の生産計画を変更したという理由で、下請事業者に納期の延期を通知し、当初の納期に受領しなかった。

1-2 設計変更を理由とした受領拒否

親事業者は、下請事業者に部品の製造を委託し、これを受けて下請事業者が生産を開始したところ、親事業者はその後設計変更したとして当初委託した規格とは異なる規格のものを納付するよう指示した。この下請事業者が既に完成させた旨を伝えると、親事業者は、当初委託した部品は不要であるとして、同社が生産した部品の受領を拒否した。

1-3 無理に短縮した納期への遅れを理由とした受領拒否

親事業者は、当初、発注日の1週間後を納期としていたが急に発注日から2日後に納入するよう下請事業者に申し入れた。下請事業者は、従業員の都合がつかないことを理由に断ったが親事業者は下請事業者の事情を考慮しないで一方的に納期を指示した。そこで下請事業者は、従業員を残業させて間に合わせようと努めたが、期日までに納入できなかった。親事業者は、納期遅れを理由に、下請事業者が生産した部品の受領を拒否した。

1-4 受領態勢が整わないことを理由とした受領拒否

親事業者は、下請事業者に革小物の修理を委託していたが、繁忙期のため自社の受領態勢が整わないことを理由に、あらかじめ定められた納期に下請事業者が修理した革小物を受領しなかった。

1-5 取引先の都合を理由とした受領拒否

- (1) 親事業者は、下請事業者に金属製品の製造を委託していたが、自社の取引先から納品延期を求められたことを理由に、あらかじめ定められた納期に下請事業者が製造した金属製品を受領しなかった。
- (2) 親事業者は、下請事業者に建装材の製造を委託していたが、自社の販売先が倒産したことを理由に、あらかじめ定められた納期に下請事業者が製造した建装材を受領しなかった。

〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

1-6 製造計画の変更を理由とした受領拒否

親事業者は、下請事業者に対して設計図面の作成を委託していたが、自社製品の製造計画が変更になったとして当該設計図面を受領しなかった。

1-7 仕様変更を理由とした受領拒否

親事業者は、下請事業者にシステムプログラムの開発等を委託していたが、仕様を変更したことを理由として、あらかじめ定めた納期に下請事業者が当初の仕様に従って開発したプログラムを受領しなかった。

#### 1-8 取引先等の都合を理由とした受領拒否

(1) 親事業者は、下請事業者に対してホームページの制作を委託していたが、発注元からの仕様の変更を理由に、下請事業者が当初の仕様に従って制作したホームページのデータを受領しなかった。

(2) 親事業者は、下請事業者に対して広告の制作を委託していたが、広告主の意向により、テレビ放送を用いた広告を行うことを取りやめたため、既に下請事業者が制作したテレビ CM の VTR テープを受領しなかった。

(3) 親事業者が下請事業者に放送番組の制作を委託し、下請事業者は放送番組の作成を既に完了したところ、親事業者が指定した番組出演者に係る不祥事が発生したことを理由として当該番組を放送しないこととし、当該放送番組の VTR テープを受領しなかった。

#### 1-9 その他の受領拒否

親事業者は、継続的に放送されるアニメーションの原画の作成を下請事業者であるアニメーション制作業者に委託しているところ、視聴率の低下に伴い放送が打ち切られたことを理由に、下請事業者が作成した原画を受領しなかった。

## 2 支払遅延

(1) 法第 4 条第 1 項第 2 号で禁止されている支払遅延とは、「下請代金を支払期日の経過後なお支払わないこと」である。「支払期日」は法第 2 条の 2 により、下請代金の支払期日は、「給付を受領した日（役務提供委託の場合は、下請事業者がその委託を受けた役務の提供をした日。次項において同じ。）から起算して、60 日の期間内において、かつ、できる限り短い期間内において、定められなければならない」とされている。「支払期日」を計算する場合の起算日は「給付を受領した日」であることから、納入以後に行われる検査や最終ユーザーへの提供等を基準として支払期日を定める制度を採っている場合には、制度上支払遅延が生じることのないよう、納入以後に要する期間を見込んだ支払制度とする必要がある。

(2) 物品の製造委託において、下請事業者が親事業者の指定する倉庫に製造委託を受けた部品を預託し、親事業者は当該部品を倉庫から出庫し、使用する方式を採用することがある。このような方式の下では、下請事業者が、3 条書面記載の受領日以前に、親事業者の指定する倉庫に製造委託を受けた部品を預託する場合には、預託された日が支払期日の起算日となる。しかし、例えば、下請事業者が倉庫に預託した部品のうち、3 条書面記載の納期日前に預託された部品については、親事業者又は倉庫事業者を占有代理人として、下請事業者が自ら占有していることとし、3 条書面記載の納期日に、同記載の数量の部品の所有権が親事業者に移転することがあらかじめ書面で合意されていれば、倉庫に預託した部品のうち、3 条書面記載の受領日以前の預託数量については、実際の預託日にかかわらず、3 条書面記載の納期日（ただし、親事業者が当該納期日以前に出庫し、使用した場合には、出庫した日）に受領があったものとして取り扱い、「支払期日」の起算日とする（ただし、このような方式の下では、支払遅延のほか、受領拒否、買ったたき等の規定に抵触しないよう留意する必要がある。）。

(3) また、情報成果物作成委託においては、親事業者が作成の過程で、委託内容の確認や今後の作業についての指示等を行うために、情報成果物を一時的に自己の支配下に置くことがある。親事業者が情報成果物を支配下に置いた時点では、当該情報成果物が委託内容の水準に達し得るかどうか明らかではない場合において、あらかじめ親事業者と下請事業者との間で、親事業者が支配下に置いた当該情報成果物が一定の水準を満たしていることを確認した時点で、給付を受領したこととすることを合意している場合には、当該情報成果物を支配下に置いたとしても直ちに「受領」したものとは取り扱わず、支配下に置いた日を「支払期日」の起算日とはしない。ただし、3条書面に明記された納期日において、親事業者の支配下であれば、内容の確認が終わっているかどうかを問わず、当該期日に給付を受領したものとして、「支払期日」の起算日とする。

(4) 役務提供委託にあつては、「支払期日」の起算日は、「下請事業者がその委託を受けた役務の提供をした日(役務提供に日数を要する場合は役務提供が終了した日)」であり、原則として、下請事業者が提供する個々の役務に対して「支払期日」を設定する必要がある。ただし、個々の役務が連続して提供される役務であつて、次の要件を満たすものについては、月単位で設定された締切対象期間の末日に当該役務が提供されたものとして取り扱う。

○ 下請代金の額の支払は、下請事業者と協議の上、月単位で設定される締切対象期間の末日までに提供した役務に対して行われることがあらかじめ合意され、その旨が3条書面に明記されていること。

○ 3条書面において当該期間の下請代金の額が明記されていること、又は下請代金の具体的な金額を定めることとなる算定方式(役務の種類・量当たりの単価があらかじめ定められている場合に限る。)が明記されていること。

○ 下請事業者が連続して提供する役務が同種のものであること。

(5) 次のような場合は、下請代金の支払遅延に当たる。

ア 親事業者と下請事業者との間で支払期日が給付の受領日から60日以内に定められている場合に、その定められた支払期日までに下請代金を支払わないとき。

イ 親事業者と下請事業者との間で支払期日が給付の受領日から60日を超えて定められている場合に、受領日から60日目までに下請代金を支払わないとき(この場合、法に定める範囲を超えて支払期日が定められており、それ自体に問題がある。)

ウ 親事業者と下請事業者との間で支払期日が定められていない場合に、その給付の受領日に下請代金を支払わないとき。

エ 「毎月末日納品締切、翌々月10日支払」等の月単位の締切制度を採っている場合に、締切後30日以内に支払期日を定めていないことにより、給付の受領日から60日目までに下請代金を支払わないとき。

オ 「毎月末日検収締切、翌月末日支払」等の検収締切制度を採っている場合に、検収に相当日数を要したため、給付の受領日から60日目までに下請代金を支払わないとき。

カ 親事業者と下請事業者との間で、支払期日が金融機関の休業日に当たった場合に、支払期日を金融機関の翌営業日に順延することについてあらかじめ書面で合意していないにもかかわらず、あらかじめ定めた支払期日までに下請代金を支払わないとき。

キ 親事業者が手形を交付することによって下請代金を支払った場合に、割引を受けようとした下請事業者が金融機関において手形の割引を受けられないとき。

#### 〈製造委託, 修理委託における違反行為事例〉

##### 2-1 検収締切制度を採用したことによる支払遅延

親事業者は、毎月末日納入締切、翌月末日支払とする支払制度を採っていたが、検査完了をもって納入があったものとみなし、当月末日までに納入されたものであっても検査完了が翌月となった場合には翌月に納入があったものとして計上していたため、一部の給付に対する下請代金の支払が、下請事業者の給付を受領してから 60 日を超えて支払われていた。

##### 2-2 使用高払方式による支払遅延

親事業者は、一部の材料について、緊急時の受注に対応するためとして、常に一定量を納入させこれを倉庫に保管し、同社が使用した分についてのみ、下請代金の額として支払の対象とする使用高払方式を採っていたため、納入されたものの一部について支払遅延が生じていた。

##### 2-3 支払制度に起因する支払遅延

親事業者は、自動車部品の製造を下請事業者に委託しているところ、毎月 25 日納品締切、翌々月 5 日支払の支払制度を採っているため、下請事業者の給付を受領してから 60 日を超えて下請代金を支払っていた。

##### 2-4 請求書が提出されないこと等を理由とした支払遅延

親事業者は、板金の修理等を下請事業者に委託し毎月末日納品締切、翌月末日支払の支払制度を採っているところ、下請事業者からの請求書の提出遅れや伝票処理の遅れを理由に、下請事業者の給付を受領してから 60 日を超えて下請代金を支払っていた。

#### 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

##### 2-5 放送日を支払起算日とする支払制度を採用したことによる支払遅延

(1) 親事業者は、放送番組の制作を下請事業者に委託し、放送日を起算日とする支払制度を採っているところ、放送が当初の予定日より遅れるなどして受領日と放送日が開くことにより、納入後 60 日を超えて下請代金を支払っていた。

(2) 親事業者は、毎月 1 本ずつ放送される放送番組の作成を下請事業者に委託しているところ、下請事業者から数回分まとめて納入され、それを受領したにもかかわらず、放送された放送番組に対して下請代金の額を支払う制度を採用していたため、一部についての下請代金が納入後 60 日を超えて支払われていた。

##### 2-6 検査の遅れを理由とした支払遅延

親事業者は、下請事業者にプログラムの作成を委託し、検収後支払を行う制度を採用しているところ、納入されたプログラムの検査に 3 か月を要したため、下請代金が納入後 60 日を超えて支払われていた。

##### 2-7 事務処理の遅れを理由とした支払遅延

親事業者は、放送番組等の制作を下請事業者に委託しているところ、自社の事務処理が遅れたことを理由に、下請事業者の給付を受領しているにもかかわらず、あらかじめ定められた支払期日を超えて下請代金を支払っていた。

#### 2-8 取引先の都合を理由とした支払遅延

親事業者は、下請事業者に対してユーザー向けソフトウェアの開発を委託しているが、ユーザーからの入金が遅れていることを理由として、下請事業者に対して、あらかじめ定めた支払期日に下請代金を支払っていなかった。

#### 〈役務提供委託における違反行為事例〉

#### 2-9 請求書が提出されないことを理由とした支払遅延

親事業者は、貨物の運送を下請事業者に委託しているところ、下請事業者からの請求書の提出が遅れたことを理由に、下請事業者が役務を提供したにもかかわらず、あらかじめ定められた支払期日を超えて下請代金を支払っていた。

#### 2-10 手形払から期日現金払に変更することによる支払遅延

親事業者は、貨物の運送を下請事業者に委託しているところ、手形払に係る経費の削減等を図るため、下請代金を従来の手形払の満期相当日に現金で支払う方法に変更したことから、下請事業者から役務の提供を受けた日から60日を超えて下請代金を支払っていた。

#### 2-11 支払日が金融機関の休業日に当たることを理由とした支払遅延

親事業者は、森林の管理及び立木の伐採作業を下請事業者に委託しているところ、下請事業者とあらかじめ書面で合意していないにもかかわらず、下請代金の支払期日が金融機関の休業日に当たることを理由に、下請事業者に対し、あらかじめ定められた支払期日を超えて下請代金を支払っていた。

#### 2-12 割引を受けられない手形の交付による支払遅延

親事業者は、生産設備等の洗浄作業を下請事業者に委託しているところ、下請事業者に対して、手形を交付することによって下請代金を支払っていたが、結果的に下請事業者が手形の割引を受けられず現金化することができなかった。

### 3 下請代金の減額

(1) 法第4条第1項第3号で禁止されている下請代金の減額とは、「下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減ずること」である。

下請代金の額を「減ずること」には、親事業者が下請事業者に対して、

ア 消費税・地方消費税額相当分を支払わないこと。

イ 下請事業者との間で単価の引下げについて合意して単価改定した場合、単価引下げの合意日前に発注したものについても新単価を遡及適用して下請代金の額から旧単価と新単価との差額を差し引くこと。

ウ 支払手段としてあらかじめ「手形支払」と定めているのを下請事業者の希望により一時的に現金で支払う場合において、手形払の場合の下請代金の額から短期の自社調達金利相当額を超える額を差し引くこと。

エ 親事業者からの原材料等の支給の遅れ又は無理な納期指定によって生じた納期遅れ等を下請事業者の責任によるものとして下請代金の額を減ずること。

オ 下請代金の総額はそのままにしておいて、数量を増加させること。

カ 下請代金の支払時に、1円以上を切り捨てて支払うこと。

キ 下請事業者と書面で合意することなく、下請代金を下請事業者の銀行口座へ振り込む際の手数料を下請事業者に負担させ、下請代金から差し引くこと。

ク 下請代金を下請事業者の金融機関口座へ振り込む際の手数料を下請事業者に負担させることを書面で合意している場合に、下請代金の額から金融機関に支払う実費を超えた額を差し引くこと。

ケ 毎月の下請代金の額の一定率相当額を割戻金として親事業者が指定する金融機関口座に振り込ませること。

等も含まれる。

なお、ボリュームディスカウント等合理的理由に基づく割戻金(例えば、親事業者が、一の下請事業者に対し、一定期間内に一定数量を超える発注を達成した場合に、当該下請事業者が親事業者を支払うこととなる割戻金)であって、あらかじめ、当該割戻金の内容を取引条件とすることについて合意がなされ、その内容が書面化されており、当該書面における記載と発注書面に記載されている下請代金の額とを合わせて実際の下請代金の額とすることが合意されており、かつ、発注書面と割戻金の内容が記載されている書面との関連付けがなされている場合には、当該割戻金は下請代金の減額には当たらない。

(2) 「下請事業者の責に帰すべき理由」があるとして下請代金の額を減ずることが認められるのは、次のア及びイの場合に限られる。

ア 「1 受領拒否」(2)又は「4 返品」(2)にいう下請事業者の責に帰すべき理由があるとして、下請事業者の給付の受領を拒んだ場合又は下請事業者の給付を受領した後その給付に係るものを引き取らせなかった場合(減ずる額は、その給付に係る下請代金の額に限られる。)

イ 「1 受領拒否」(2)又は「4 返品」(2)にいう下請事業者の責に帰すべき理由があるとして受領を拒むこと又は給付を受領した後その給付に係るものを引き取らせることができるのに、下請事業者の給付を受領し、又はこれを引き取らせなかった場合において、委託内容に合致させるために親事業者が手直しをした場合又は瑕疵等の存在若しくは納期遅れによる商品価値の低下が明らかな場合(減ずる額は、客観的に相当と認められる額に限られる。)

〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

3-1 下請代金の額から一定額を差し引くことによる減額

(1) 親事業者は、下請事業者から納品される部品を使って製作した製品を国内向け及び輸出向けに販売しているところ、輸出向けの製品に用いる部品については、「輸出特別処理」と称して、発注価格(国内向け製品に用いる部品の発注価格と同一)から一定額を差し引いて下請代金を支払った。

(2) 親事業者は、「製品を安値で受注した」との理由であらかじめ定められた下請代金から一定額を減額した。

(3) 親事業者は、1 か月分の下請代金を納品締切日(月末)から 90 日後に現金で支払っていたが、下請法違反であるとの指摘を受け、60 日間早めて翌月末に支払うこととした。同社は、その後、支払期日を早めたことを理由として下請代金から一定額を減じて支払った。

(4) 親事業者は、自社工場が水害を被ったことを理由に損害回復協力金として下請代金から一定額を 6 か月間にわたって減額した。

(5) 親事業者は、月末納品締切翌月末現金支払で下請代金を支払っているところ、業界他社は 4 か月(120 日)サイトの手形で支払っているとして、下請代金から一定額を差し引いて支払った。

(6) コンビニエンスストア本部である親事業者は、消費者に販売する食料品の製造を下請事業者に委託しているところ、店舗において値引きセールを実施することを理由に、下請代金から一定額を差し引いて支払った。

### 3-2 新単価の遡及適用による減額

(1) 親事業者は、4 月と 10 月との年 2 回、下請単価の改定を行っているところ、従来は、単価改定時の 2 か月前頃から改定交渉を開始していたが、上記の単価改定については、需要見通し作業が遅れたため下請事業者への発注量が決まらず、このため下請事業者との単価改定交渉の開始が遅れ、単価の引下げについての合意をみたのが、新決算期に入った 4 月 20 日であった。引下げ後の新単価は、合意日(4 月 20 日)以降に発注する分について適用すべきであるところ、同社は合意日前に発注した分について新単価を適用することにより旧単価と新単価の差額分を減額した。

(2) 親事業者は、自動車等の部品の製造委託に関し、単価引下げの合意前に発注した部品について引下げ後の単価を遡って適用することにより、引下げ前の単価を適用した額と引下げ後の単価を適用した額との差額に相当する額を差し引いて下請代金を支払った。

### 3-3 歩引きによる減額

親事業者は、既製服の製造を下請事業者に委託しているところ、自社の利益を確保するため、下請事業者に対し、「歩引き」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金から差し引いた。

### 3-4 金利引きによる減額

親事業者は、手形を交付することによって下請代金を支払っていたが、支払期日に現金での支払を希望する下請事業者に対しては、下請代金から親事業者の短期の調達金利相当額を超える額を割引料として減じて支払った。

### 3-5 無理な納期短縮による納期遅れを理由とした減額

親事業者は、当初、発注日の 1 週間後を納期としていたが、急に発注日から 2 日後に納入するよう下請事業者に申し入れた。下請事業者は、従業員の都合がつかないことを理由に断ったが、親事業者は下請事業者の事情を考慮しないで一方的に納期を指示した。そこで下請事業者は、従業員を残業させて間に合わせようと努めたが、期日までに納入できなかった。下請事業者がその翌日納品したところ、親事業者は受領したが、納期遅れを理由として下請代金を減額した。

### 3-6 納品数量を増加させることによる減額

親事業者は、販売拡大と新規販売ルートの獲得を目的としたキャンペーンの実施に際し、下請事業者に対して、下請代金の総額はそのままにして、現品を添付させて納入数量を増加させることにより、下請代金を減額した。

### 3-7 単価の引下げに応じない下請事業者に対する減額

親事業者は、部品の製造等を下請事業者に委託しているところ、単価改定の要請に応じない下請事業者に対し、「出精値引き」と称して、下請代金の額を減じた。

#### 3-8 達成リベートの減額

親事業者は、自社の店舗で販売する食料品、日用雑貨品等の製造委託に関し、「達成リベート」として、単位コストの低減効果がないにもかかわらず、一定期間における納入金額の合計額が、あらかじめ定められた目標金額以上となった場合に、下請事業者に対し、当該一定期間の下請代金の額に一定率を乗じて得た額を親事業者の金融機関口座に振り込ませた。

#### 3-9 システム利用料の減額

親事業者は、日用品等の製造を下請事業者に委託しているところ、自社の発注業務の合理化を図るために電子受発注システムを導入し、下請事業者が得る利益がないにもかかわらず、「オンライン処理料」と称して、下請代金の額を減じた。

#### 3-10 1円以上の切捨てによる減額

親事業者は、自動車の修理業務を下請事業者に委託しているところ、支払時に100円未満の端数を切り捨てることにより、下請代金の額を減じた。

### 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

#### 3-11 業績悪化を理由とした減額

親事業者は、オンラインゲームの開発に当たり、キャラクターデザインやBGMの制作を下請事業者に委託しているところ、業績の悪化により制作に係る予算が減少したことを理由に、下請代金の額を減じた。

#### 3-12 無理な仕様変更による納期遅れを理由とした減額

親事業者は、下請事業者に対してプログラムの作成を委託しているところ、作業の途中で当初指示した仕様を一方的に変更したため、下請事業者がこの変更に対応しようとして納期に間に合わなかったことから、納期遅れを理由として下請代金を減額した。

#### 3-13 合意なく振込手数料を負担させることによる減額

親事業者は、プログラムの作成等を下請事業者に委託しているところ、下請代金を下請事業者の銀行口座に振り込む際の手数料を下請事業者が負担する旨書面で合意していないにもかかわらず、下請代金の額から振込手数料相当額を差し引いた。

#### 3-14 実費を超える振込手数料を負担させることによる減額

親事業者は、船舶の設計図の作成を委託している下請事業者との間で、下請代金を下請事業者の銀行口座に振り込む際の手数料を下請事業者が負担する旨書面で合意していたが、自社が実際に支払う振込手数料を超える額を下請代金から差し引いた。

#### 3-15 取引先の都合を理由とした減額

親事業者は、機器管理ソフトウェアのプログラムの作成を下請事業者に委託しているところ、顧客から一部のプログラムをキャンセルされたことを理由に、そのキャンセルされたプログラムの対価に相当する額を下請代金から差し引いた。

### 〈役務提供委託における違反行為事例〉

### 3-16 新単価の遡及適用による減額

(1) 親事業者は、下請事業者との間で毎月の役務の提供に対して下請代金を支払うこととしているところ、契約を改定することにより、単価の引下げを行い、引き下げられた単価をさかのぼって適用し、当初の単価で計算された下請代金と新単価で計算された下請代金との差額を翌月の下請代金の支払から一括して差し引いた。

(2) 親事業者は、下請事業者に対して運送委託を行っており、運賃については、発注書面に記載した単価表によって定めているところ、発注書面に記載している単価表を改定し、当初の単価で計算された下請代金と新単価で計算された下請代金との差額を翌月の下請代金の支払から一括して差し引いた。

### 3-17 協力金等を理由とした減額

(1) 親事業者は、下請事業者との間で年間の役務提供契約を締結しているところ、年度末に、年間の一定の期間についてその期間は契約の対象外であったことにする旨の通知を行い、季節協力金という名目で下請代金から差し引いた。

(2) 親事業者は、旅行者等に提供する海外における現地手配業務を委託している下請事業者に対し、「販売促進費」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金から差し引いた。

(3) 親事業者は、港湾運送等を委託している下請事業者に対し、「協力金」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額又は一定額を下請代金から差し引いた。

(4) 建設工事を請け負う親事業者は、施主から請け負った建設工事現場の警備を委託している下請事業者に対し、「割戻金」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から差し引いた。

### 3-18 積荷の量が減少したことを理由とした減額

親事業者は、一定期間に運ぶ荷物の量にかかわらず一定額の代金を支払う契約を運送事業者と結んでいるところ、運ぶべき荷物が減少したため、実際の支払については荷物の量に応じた方式に基づいて算定することとし、当初の下請代金の額を下回る額を支払った。

### 3-19 予算不足を理由とした減額

新商品の総合的な販売促進業務を請け負った親事業者は、下請事業者に対してポスターに使用するデザインの作成を委託したが、親事業者が他の事業者に委託した他の販売促進にかかる経費に予定よりも多く出費したため、予算がないことを理由として下請代金を減額した。

### 3-20 1円以上の切捨てによる減額

親事業者は、貨物運送等を委託している下請事業者に対し、下請代金の支払時に1,000円未満の端数を切り捨てて支払うことにより、下請代金の額を減じた。

### 3-21 取引先の都合を理由とした減額

(1) 親事業者は、環境分析等を下請事業者に委託しているところ、下請事業者の作業着手後に、取引先から値下げ要求があったことを理由に、下請代金の額を減じた。

(2) 親事業者は、自ら請け負った運送を下請事業者に再委託し、運送中の荷物が毀損したので荷主から損失の補償を求められていると称して、損害額の算定根拠を明らかにしないまま、下請代金から毀損額を上回る一定額を差し引いた。

## 4 返品

(1) 法第4条第1項第4号で禁止されている返品とは、「下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付を受領した後、下請事業者にその給付に係る物を引き取らせること」である。

(2) 「下請事業者の責に帰すべき理由」があるとして、下請事業者の給付を受領した後に下請事業者にその給付に係る物を引き取らせることが認められるのは、下請事業者の給付の内容が3条書面に明記された委託内容と異なる場合若しくは下請事業者の給付に瑕疵等がある場合において、当該給付を受領後速やかに引き取らせる場合又は給付に係る検査をロット単位の抜取りの方法により行っている継続的な下請取引の場合において当該給付受領後の当該給付に係る下請代金の最初の支払時まで引き取らせる場合に限られる。ただし、給付に係る検査をロット単位の抜取りの方法により行っている継続的な下請取引の場合において当該給付受領後の当該給付に係る下請代金の最初の支払時まで引き取らせる場合にあっては、あらかじめ、当該取引の条件について合意がなされ、その内容が書面化され、かつ、当該書面と発注書面との関連付けがなされていなければならない。

なお、次のような場合には委託内容と異なること又は瑕疵等があることを理由として下請事業者にその給付に係るものを引き取らせることは認められない。

ア 3条書面に委託内容が明確に記載されておらず、又は検査基準が明確でない等のため、下請事業者の給付の内容が委託内容と異なることが明らかでない場合

イ 検査基準を恣意的に厳しくして、委託内容と異なる又は瑕疵等があるとする場合

ウ 給付に係る検査を下請事業者に文書により明確に委任している場合において当該検査に明らかな手落ちの認められる給付であっても、受領後6か月を経過した場合

エ 委託内容と異なること又は瑕疵等のあることを直ちに発見することができない給付であっても、受領後6か月(下請事業者の給付を使用した親事業者の製品について一般消費者に対し6か月を超える保証期間を定めている場合においては、それに応じて最長1年)を経過した場合

オ 給付に係る検査を省略する場合

カ 給付に係る検査を自社で行わず、かつ、当該検査を下請事業者に文書で委任していない場合

〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

4-1 販売期間終了等を理由とした返品

(1) 親事業者は、自己のブランドを付した衣料品を下請事業者に作らせ納入させているところ、シーズン終了時点で売れ残った分を下請事業者に引き取らせた。

(2) 親事業者は、土産品等の製造を下請事業者に委託しているところ、売れ残った商品について賞味期限切れ等を理由に、下請事業者に引き取らせた。

4-2 商品の入替えを理由とした返品

親事業者は、衣料品等の製造を下請事業者に委託しているところ、自己の店舗における商品の入替えを理由に、下請事業者に衣料品等を引き取らせた。

4-3 恣意的な検査基準の変更による返品

親事業者は、染加工を下請事業者に委託しているところ、下請事業者の納品したものをいったん受領した後、以前には問題としていなかったような色むらを指摘して、下請事業者に引き取らせた。

4-4 受領後6か月を超えた後の返品

親事業者は、下請事業者から納入された機械部品を受領し、10か月後に瑕疵があるとの理由で下請事業者にこれを引き取らせた。

#### 4-5 受入検査を行わない場合の返品

親事業者は、納入された製品の検査を行っていない場合に、下請事業者から製品を受領した後に、不良品であることを理由として引き取らせた。

#### 4-6 受入検査を文書で委任していない場合の返品

親事業者は、受領した商品の検査を自社で行わず、かつ、下請事業者に対し、当該検査を文書で委任していない場合に、受領後に不良品であることを理由として、下請事業者に引き取らせた。

### 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

#### 4-7 事業計画の変更を理由とした返品

親事業者は、下請事業者から受領した放送番組について、毎週継続的に放送する予定であったが、視聴率が低下したことを理由として放送を打ち切り、納入された放送番組が記録されたVTRテープを下請事業者に引き取らせた。

#### 4-8 取引先の都合を理由とした返品

親事業者は、下請事業者に制作を委託した広告について、一旦受領したにもかかわらず、取引先からキャンセルされたことを理由として、下請事業者に引き取らせた。

## 5 買ったとき

(1) 法第4条第1項第5号で禁止されている買ったときは、「下請事業者の給付の内容と同種又は類似の内容の給付に対し通常支払われる対価に比し著しく低い下請代金の額を不当に定めること」である。

「通常支払われる対価」とは、当該給付と同種又は類似の給付について当該下請事業者の属する取引地域において一般に支払われる対価(以下「通常対価」という。)をいう。ただし、通常対価を把握することができないか又は困難である給付については、例えば、当該給付が従前の給付と同種又は類似のものである場合には、従前の給付に係る単価で計算された対価を通常対価として取り扱う。

買ったときに該当するか否かは、下請代金の額の決定に当たり下請事業者と十分な協議が行われたかどうか等対価の決定方法、差別的であるかどうか等の決定内容、通常対価と当該給付に支払われる対価との乖離状況及び当該給付に必要な原材料等の価格動向等を勘案して総合的に判断する。

(2) 次のような方法で下請代金の額を定めることは、買ったときに該当するおそれがある。

ア 多量の発注をすることを前提として下請事業者に見積りをさせ、その見積価格の単価を少量の発注しにくい場合の単価として下請代金の額を定めること。

イ 量産期間が終了し、発注数量が大幅に減少しているにもかかわらず、単価を見直すことなく、一方的に量産時の大量発注を前提とした単価で下請代金の額を定めること。

ウ 原材料価格や労務費等のコストが大幅に上昇したため、下請事業者が単価引上げを求めたにもかかわらず、一方的に従来どおりに単価を据え置くこと。

エ 一律に一定比率で単価を引き下げて下請代金の額を定めること。

オ 親事業者の予算単価のみを基準として、一方的に通常の対価より低い単価で下請代金の額を定めること。

カ 短期発注を行う場合に、下請事業者に発生する費用増を考慮せずに通常の対価より低い下請代金の額を定めること。

キ 給付の内容に知的財産権が含まれているにもかかわらず、当該知的財産権の対価を考慮せず、一方的に通常の対価より低い下請代金の額を定めること。

ク 合理的な理由がないにもかかわらず特定の下請事業者を差別して取り扱い、他の下請事業者より低い下請代金の額を定めること。

ケ 同種の給付について、特定の地域又は顧客向けであることを理由に、通常の対価より低い単価で下請代金の額を定めること。

#### 〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

##### 5-1 大量発注を前提にした単価での少量の発注による買いたたき

親事業者は、単価の決定に当たって、下請事業者に1個、5個及び10個製作する場合の見積書を提出させた上、10個製作する場合の単価(この単価は1個製作する場合の通常の対価を大幅に下回るものであった。)で1個発注した。

##### 5-2 量産品と同単価での補給品の発注による買いたたき

親事業者は、下請事業者に製造を委託している部品について、量産が終了し、補給品として僅かに発注するだけで発注数量が現状大幅に減少しているにもかかわらず、単価を見直すことなく、一方的に量産時の大量発注を前提とした単価により通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

##### 5-3 下請代金を据え置くことによる買いたたき

(1) 親事業者は、親事業者から下請事業者に対して使用することを指定した原材料の価格や燃料費、電気料金といったエネルギーコスト、労務費等のコストが高騰していることが明らかな状況において、下請事業者から従来の単価のままでは対応できないとして単価の引上げの求めがあったにもかかわらず、下請事業者と十分に協議をすることなく、一方的に、従来どおりに単価を据え置くことにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、円高や景気の悪化に伴う収益の悪化を理由として、一部の下請事業者に対し、収益が回復するまでの間の一時的な下請代金の引下げによる協力を要請したところ、下請事業者は、親事業者の収益が回復した場合には下請代金の額を当初の水準まで引き上げることを条件に受け入れた。その後、円安となり、景気が回復し、親事業者の収益も回復したところ、親事業者は、下請事業者から、下請代金の引上げを希望する申出がなされたにもかかわらず、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に、下請代金を据え置くことにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(3) 親事業者は、建設資材の製造を下請事業者に委託しているところ、従来から製造委託している製品について、価格交渉時に下請事業者から環境対策に係る法規制等に対応するためのコストが増大したとして、当該対策費用を下請代金の額に含めるよう求められたにもかかわらず、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に下請代金の額を据え置くことにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(4) 親事業者は、原材料費が高騰している状況において、集中購買に参加できない下請事業者が従来の製品単価のままでは対応できないとして下請事業者の調達した材料費の増加分を製品単価へ反映するよう親事業者に求めたにもかかわらず、下請事業者と十分な協議をすることなく、材料費の価格変動は大手メーカーの支給材価格(集中購買価格)の変動と同じ動きにするという条件を一方的に押し付け、単価を据え置くことにより、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 5-4 一律一定率の単価引下げによる買いたたき

親事業者は、国際競争力を強化するためにはコストダウンをする必要があるとして主要な部品について一律に一定率引き下げた額を下請単価と定めたため、対象部品の一部の単価は通常対価を大幅に下回るものとなった。

#### 5-5 合理性のない定期的な原価低減要請による買いたたき

親事業者は、親事業者の取引先と協議して定めた「〇年後までに製品コスト〇%減」という自己の目標を達成するために、部品の製造を委託している下請事業者に対して、半年毎に加工費の〇%の原価低減を要求し、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 5-6 納品後の下請代金の決定による買いたたき

親事業者は、下請代金の額を定めずに部品を発注し、納品された後に下請事業者と協議することなく、通常対価相当と認められる下請事業者の見積価格を大幅に下回る単価で下請代金の額を定めた。(下請代金の額が定められないことにつき正当な理由がある場合を除き、下請代金の額を定めずのまま委託することは、下請法第3条に違反する。)

#### 5-7 短納期発注による買いたたき

(1) 親事業者は、下請事業者との間で単価等の取引条件については年間取決めを行っているが、緊急に短い納期で発注する場合は別途単価を決めることとしていた。親事業者は、週末に発注し週明け納入を指示した。下請事業者は、深夜勤務、休日出勤により納期に間に合わせ、当該加工費用は人件費が相当部分を占めることから年間取決め単価に深夜・休日勤務相当額を上乗せした下請単価で見積書を提出した。しかし、親事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に、通常対価相当と認められる下請事業者の見積価格を大幅に下回る年間取決め単価で下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、自社の顧客からの納期の短縮要請により、部品の製造を委託している下請事業者に対し、見積りをさせた時点よりも納期を短縮したにもかかわらず、下請代金の額の見直しをせず、当初の見積価格により通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 5-8 多頻度小口納入による買いたたき

親事業者は、従来、週一回であった配送を毎日に変更するよう下請事業者に申し入れた。下請事業者は、配送頻度が大幅に増加し、これに伴って1回当たりの配送量が小口化した場合は、運送費等の費用がかさむため従来の配送頻度の場合の下請単価より高い単価になるとしてこの単価で見積書を提出した。しかし、親事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に、通常対価相当と認められる下請事業者の見積価格を大幅に下回る単価で下請代金の額を定めた。

#### 5-9 その他の買いたたき

(1) 親事業者は、電線等の加工を委託している下請事業者に対し、単価改定の際、当該下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に単価を決定した後、単価改定書を送付し、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、部品の製造を委託している下請事業者に対し、品質が異なるにもかかわらず海外製品の安価な価格だけを引き合いに出して、十分な協議をすることなく、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を一方的に定めた。

#### 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

##### 5-10 一律一定率の単価引下げによる買いたたき

親事業者は、自社の住宅販売部門が販売する住宅の設計図の作成を委託している下請事業者に対し、従来の単価から一律に一定率で単価を引き下げることにより、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

##### 5-11 納品後の下請代金の決定による買いたたき

親事業者は、自ら作成・販売するゲームソフトを構成するプログラムの作成を、下請事業者に対して下請代金の額を定めずに委託したところ、当該プログラムの受領後に、下請事業者と十分に協議をすることなく、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。(下請代金の額が定められないことにつき正当な理由がある場合を除き、下請代金の額を定めないまま委託することは、下請法第3条に違反する。)

##### 5-12 短納期発注による買いたたき

親事業者は、データベース用ソフトウェアの作成を委託している下請事業者に対し、見積りをさせた当初よりも納期を大幅に短縮したにもかかわらず、当初の見積単価により通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

##### 5-13 その他の買いたたき

(1) 親事業者は、看板のデザインの制作を委託している下請事業者に対し、十分な協議をすることなく、過去に他の事業者に対し同様の業務を発注した際の価格を指定することにより、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、制作を委託した放送番組について、下請事業者が有する著作権を親事業者に譲渡させることとしたが、その代金は下請代金に含まれているとして、下請事業者と著作権の対価にかかる十分な協議を行わず、通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(3) 親事業者は、アニメーションの原画の作成を下請事業者である個人のアニメーターに委託しているところ、親事業者の要望を反映させることにより作成費用が当初の見積りよりも割高となることを理由に下請事業者から下請代金の引上げを求められたにもかかわらず、そのような費用増を考慮することなく、当初の見積価格により通常対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 〈役務提供委託における違反行為事例〉

##### 5-14 下請代金を据え置くことによる買いたたき

(1) 親事業者は、下請事業者との年間運送契約において荷物の積み下ろし作業は親事業者が行うものとしていたが、これを下請事業者が行うこととし、変更を通知したところ、下請事業者は、こうした作業を行うためには従来の運送料金では対応できないとして下請代金の改定を求める見積書を提出したにもかかわらず

ならず、親事業者は下請事業者と十分な協議をすることなく、従来どおりに価格を据え置くことにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、貨物の運送を委託している下請事業者に対し、下請事業者が燃料価格の高騰や労務費の上昇を理由に単価の引上げを求めたにもかかわらず、一方的に従来どおりに単価を据え置くことにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 5-15 一律一定率の単価引下げによる買いたたき

(1) 親事業者は、貨物運送を委託している下請事業者に対し、従来の運送単価から一律に一定率で単価を一方的に引き下げることにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、広告物の取付けを委託している下請事業者に対し、従来の単価から一律に一定率で単価を引き下げることにより、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 5-16 取引先の都合を理由とした買いたたき

親事業者は、荷主から前年比〇%の運送料金の引下げ要請があったことを理由として、下請事業者と協議することなく、一方的に前年から〇%引き下げた単価により、通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

#### 5-17 その他の買いたたき

(1) 親事業者は、ビルの機器設備保守点検等を委託している下請事業者に対し、十分な協議をすることなく、一方的に通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

(2) 親事業者は、下請事業者と年間運送契約を結んでおり、双方に異議のない場合は自動更新されることとなっていたところ、年度末の契約の更新の直前に、人件費、燃料費等について大幅な変更がないのに、翌年度の契約書であるとして前年に比べて大幅に単価を引き下げた運送契約書を下請事業者に送付し、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に通常の対価を大幅に下回る下請代金の額を定めた。

## 6 購入・利用強制

(1) 法第4条第1項第6号で禁止されている購入・利用強制とは、「下請事業者の給付の内容を均質にし、又はその改善を図るため必要がある場合その他正当な理由がある場合を除き、自己の指定する物を強制して購入させ、又は役務を強制して利用させること」により、下請事業者にその対価を負担させることである。

「自己の指定する物」とは、原材料等だけでなく、親事業者又は関連会社等が販売する物であって、下請事業者の購入の対象として特定した物がすべて含まれる。また、「役務」とは、親事業者又は関連会社等が提供するものであって、下請事業者の利用の対象となる役務がすべて含まれる。

「強制して」購入させる又は利用させるとは、物の購入又は役務の利用を取引の条件とする場合、購入又は利用しないことに対して不利益を与える場合のほか、下請取引関係を利用して、事実上、購入又は利用を余儀なくさせていると認められる場合も含まれる。

(2) 次のような方法で下請事業者に自己の指定する物の購入又は役務の利用を要請することは、購入・利用強制に該当するおそれがある。

ア 購買・外注担当者等下請取引に影響を及ぼすこととなる者が下請事業者に購入又は利用を要請すること。

イ 下請事業者ごとに目標額又は目標量を定めて購入又は利用を要請すること。

ウ 下請事業者に対して、購入又は利用しなければ不利益な取扱いをする旨示唆して購入又は利用を要請すること。

エ 下請事業者が購入若しくは利用する意思がないと表明したにもかかわらず、又はその表明がなくとも明らかに購入若しくは利用する意思がないと認められるにもかかわらず、重ねて購入又は利用を要請すること。

オ 下請事業者から購入する旨の申出がないのに、一方的に物を下請事業者に送付すること。

〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

#### 6-1 自社製品の購入強制

(1) 親事業者は、自社製品のセールスキャンペーンに当たり、各工場の購買・外注担当部門等を通じて下請事業者に対し、下請事業者ごとに目標額を定めて、自社製品の購入を要請し、購入させた。

(2) 親事業者は、自社製品拡販運動を実施するに当たり、自社工場入口に「当社製車両以外構内乗入れは御遠慮下さい。」と表示した看板を立て、下請事業者が納入のため他社製車両で乗り入れる都度「他社製車両乗入れ願」を提出させるとともに、納入カード・納品書に「納入は当社の車でございます。」と表示して、下請事業者に自社製車両の購入を要請し、購入させた。

(3) 親事業者は、自社製品の販促キャンペーンを実施するに当たり、下請事業者も販売の対象とし、購買・外注担当者を通じて下請事業者に自社製品の購入を再三要請し、購入させた。

(4) 親事業者は、自社の取扱部品の販売キャンペーンとして、購買・外注担当者と協力工場との会議の席上及び協力工場の製品納入時に、当該部品の販売先の紹介を要請するとともに、下請事業者の紹介先の購入実績を購買・外注窓口に貼り出すこと等により、紹介先のない下請事業者に自ら購入することを余儀なくさせた。

#### 6-2 取引先製品の購入強制

親事業者は、自動車部品の組立加工等を委託している下請事業者に対し、外注担当者を通じて、自社の取引先である自動車メーカーの自動車の販売先を紹介するよう要請し、紹介先のない下請事業者に自ら購入することを余儀なくさせた。

#### 6-3 自社が指定する役務の利用強制

(1) 親事業者は、物品の製造委託をする際に、3条書面に代えて、インターネットのウェブサイトを利用した方法としたところ、下請事業者に対して、既に契約しているインターネット接続サービス提供事業者によっても受発注が可能であるにもかかわらず、自ら指定するインターネット接続サービス提供事業者と契約しなければ、今後、製造委託をしない旨を示唆し、既に契約しているインターネット接続サービス提供事業者との契約を解除させ、当該事業者と契約させた。

(2) 親事業者は、下請事業者に対し、自ら指定するリース会社から工作機械のリース契約を締結するよう要請したところ、下請事業者は既に同等の性能の工作機械を保有していることから、リース契約の要請を断ったにもかかわらず、再三要請し、リース会社とのリース契約を締結させた。

## 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

### 6-4 自社製品等の購入強制

(1) 親事業者は、機器管理プログラムの作成等を委託しているところ、下請事業者が必要としていないにもかかわらず、下請事業者に対し、委託内容とは関係のない自社製品である暗号化プログラムの購入を要請し、購入させた。

(2) 広告会社である親事業者が、広告制作会社に年始の名刺広告への参加を要請したのに対して、名刺広告の効果を把握するために参加したが、効果が乏しく、翌年以降は参加しない旨を親事業者に伝えていたにもかかわらず、翌年から年末になると参加を前提として申込書を送付し、再三参加を要請することにより、当該名刺広告に参加することを余儀なくさせた。

### 6-5 自社の関連会社の商品の購入強制

親事業者は、下請事業者に対して放送番組の作成を委託しているところ、自社の関連会社が制作した映画等のイベントチケットについて、あらかじめ下請事業者ごとに目標枚数を定めて割り振り、購入させた。

## 〈役務提供委託における違反行為事例〉

### 6-6 自社製品等の購入強制

(1) 家庭用電気製品製造・販売事業者の物流子会社である親事業者が、下請事業者である運送事業者に対して毎年末にノルマを定めて家庭用電気製品製造・販売事業者の取扱い商品の購入を要請し、今後の契約を懸念した下請事業者に当該商品を購入させた。

(2) 親事業者は、冠婚葬祭式の施行に係る司会進行、美容着付け、音響操作等の実施を委託している下請事業者に対して、委託内容と直接関係ないにもかかわらず、支配人又は発注担当者から、おせち料理、ディナーショーチケット等の物品の購入を要請し、あらかじめ従業員又は冠婚葬祭式場等ごとに定めていた販売目標数量に達していない場合には再度要請するなどして、購入させた。

(3) 親事業者は、ビル等の清掃を委託している下請事業者に対して、発注担当者を通じて、下請事業者が必要としていないにもかかわらず、自社が販売する食料品を購入させ、又は、自社が提供する掃除用具のレンタルサービスを利用させた。

### 6-7 取引先製品の購入強制

親事業者は、貨物運送等を委託している下請事業者に対して、発注担当者を通じて、下請事業者が必要としていないにもかかわらず、自社の取引先からの購入要請があった自動車の購入を要請し、購入させた。

### 6-8 自社が指定する役務の利用強制

親事業者は、自社に出資している保険会社が扱っている船舶保険への加入を船舶貸渡契約を結んでいる貸渡業者に対して要請し、貸渡業者は既に別の保険会社の船舶保険に加入しているため、断りたい事情にあるにもかかわらず、度々要請し、貸渡業者に親事業者の薦める保険に加入させた。

## 7 不当な経済上の利益の提供要請

(1) 法第4条第2項第3号で禁止される不当な経済上の利益の提供要請とは、親事業者が下請事業者に対して「自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること」により、「下請事業者の利益を不当に害」することである。

(2) 「金銭、役務その他の経済上の利益」とは、協賛金、協力金等の名目のいかんを問わず、下請代金の支払とは独立して行われる金銭の提供、作業への労務の提供等を含むものである。

親事業者が下請事業者に「経済上の利益」の提供を要請する場合には、当該「経済上の利益」を提供することが製造委託等を受けた物品等の販売促進につながるなど下請事業者にとっても直接の利益となる場合もあり得る。「経済上の利益」が、その提供によって得ることとなる直接の利益の範囲内であるものとして、下請事業者の自由な意思により提供する場合には、「下請事業者の利益を不当に害」するものではない。

他方、親事業者と下請事業者との間で、負担額及びその算出根拠、用途、提供の条件等について明確になっていない「経済上の利益」の提供等下請事業者の利益との関係が明らかでない場合、親事業者の決算対策等を理由とした協賛金等の要請等下請事業者の直接の利益とならない場合は、法第4条第2項第3号に該当する。

(3) 親事業者が、次のような方法で、下請事業者に経済上の利益の提供を要請することは、法第4条第2項第3号に該当するおそれがある。

ア 購買・外注担当者等下請取引に影響を及ぼすこととなる者が下請事業者に金銭、労働力等の提供を要請すること。

イ 下請事業者ごとに目標を定めて金銭、労働力等の提供を要請すること。

ウ 下請事業者に対して、要請に応じなければ不利益な取扱いをする旨示唆して金銭、労働力等の提供を要請すること。

エ 下請事業者が提供する意思がないと表明したにもかかわらず、又はその表明がなくとも明らかに提供する意思がないと認められるにもかかわらず、重ねて金銭、労働力等の提供を要請すること。

(4) 情報成果物等の作成に関し、下請事業者の知的財産権が発生する場合において、親事業者が、委託した情報成果物等に加えて、無償で、作成の目的たる使用の範囲を超えて当該知的財産権を親事業者に譲渡・許諾させることは、法第4条第2項第3号に該当する。

〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

#### 7-1 協賛金等の提供要請

(1) 親事業者は、食料品の製造を委託している下請事業者に対して年度末の決算対策として、協賛金の提供を要請し、親事業者の指定した銀行口座に振込みを行わせた。

(2) 親事業者は、繊維製品の製造を委託している下請事業者に対し、購買担当者を通じて自社が発行する製品カタログ製作のための協賛金を提供させた。

(3) 親事業者は、食料品の製造を下請事業者に委託しているところ、取引先に支払っているセンターフィーの一部を負担させるため、下請事業者に対し、センターフィー協力費として、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を提供させた。

#### 7-2 返品時における送料の負担要請

親事業者は、衣料品等の製造を下請事業者に委託しているところ、販売期間終了後、下請事業者が納品した衣料品等の在庫商品の返品を行うに当たり、下請事業者に対し、返品に係る送料を負担させた。(この場合、販売期間終了後の在庫商品の返品についても下請法に違反する。)

#### 7-3 展示用商品の提供要請

親事業者は、インテリア製品の製造を下請事業者に委託しているところ、自社のショールームに展示するため、下請事業者に対し、展示用のインテリア製品を無償で提供させた。

#### 7-4 設計図等の無償譲渡要請

(1) 親事業者は、下請事業者に金型の製造を委託しているところ、外国で製造した方が金型の製造単価が安いことから、下請事業者が作成した金型の図面、加工データ等を外国の事業者に渡して、当該金型を製造させるため、下請事業者が作成した図面、加工データ等を対価を支払わず、提出させた。

(2) 親事業者は、建設機械部品等の製造を委託している下請事業者に対し、委託内容にない金型設計図面等を無償で譲渡させた。

#### 7-5 型・治具の無償保管要請

(1) 親事業者は、機械部品の製造を委託している下請事業者に対し、量産終了から一定期間が経過した後も金型、木型等の型を保管させているところ、当該下請事業者からの破棄申請に対して、「自社だけで判断することは困難」などの理由で長期にわたり明確な返答を行わず、保管・メンテナンスに要する費用を考慮せず、無償で金型、木型等の型を保管させた。

(2) 親事業者は、自動車用部品の製造を委託している下請事業者に対し、自社が所有する金型、木型等の型・治具を貸与しているところ、当該自動車用部品の製造を大量に発注する時期を終えた後、当該部品の発注を長期間行わないにもかかわらず、無償で金型、木型等の型・治具を保管させた。

### 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

#### 7-6 協賛金の提供要請

鉄道業を営む親事業者は、自社の住宅販売部門が販売する住宅の設計図の作成を下請事業者に委託しているところ、広告宣伝のための費用を確保するため、下請事業者に対し、「協賛金」として、一定額を提供させた。

#### 7-7 労務の提供要請

親事業者は、ソフトウェアの作成を委託している下請事業者の従業員を親事業者の事業所に常駐させ、実際には当該下請事業者への発注とは無関係の事務を行わせた。

#### 7-8 委託内容にない情報成果物の提供要請

親事業者は、下請事業者にデザイン画の作成を委託し、下請事業者は CAD システムで作成したデザイン画を提出したが、後日、委託内容にないデザインの電磁的データについても、対価を支払わず、提出させた。

#### 7-9 知的財産権の無償譲渡の要請

親事業者は、テレビ番組の制作を委託している下請事業者との契約により、下請事業者に発生した番組の知的財産権を譲渡させていたところ、それに加えて、番組で使用しなかった映像素材の知的財産権を無償で譲渡させた。

#### 〈役務提供委託における違反行為事例〉

##### 7-10 従業員の派遣要請

大規模小売業者である親事業者は、自らが貨物自動車運送事業を営み、顧客から商品の配送を請け負っているところ、荷物の配送を委託している下請事業者に対して、店舗の営業の手伝いのために従業員を派遣させた。

##### 7-11 労務の提供要請

(1) 親事業者は、貨物運送を委託している下請事業者に対し、当該下請事業者に委託した取引とは関係のない貨物の積み下ろし作業をさせた。

(2) 親事業者は、船内荷役、清掃等の作業は契約により荷主又は親事業者の負担であるとされているにもかかわらず、下請事業者である船舶貸渡業者にその一部を手伝わせた。

#### 8 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し

(1) 法第4条第2項第4号で禁止されている不当な給付内容の変更及び不当なやり直しとは、親事業者が下請事業者に対して「下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付の内容を変更させ、又は受領後に(役務提供委託の場合は、下請事業者がその委託を受けた役務の提供をした後に)給付をやり直させること」により、「下請事業者の利益を不当に害」することである。

(2) 「下請事業者の給付の内容を変更させること」とは、給付の受領前に、3条書面に記載されている委託内容を変更し、当初の委託内容とは異なる作業を行わせることである。また、「受領後に給付をやり直させること」とは、給付の受領後に、給付に関して追加的な作業を行わせることである。こうした給付内容の変更ややり直しによって、下請事業者がそれまでに行った作業が無駄になり、あるいは下請事業者にとって当初の委託内容にはない追加的な作業が必要となった場合に、親事業者がその費用を負担しないことは「下請事業者の利益を不当に害」することとなるものである。

やり直し等のために必要な費用を親事業者が負担するなどにより、下請事業者の利益を不当に害しないと認められる場合には、不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの問題とはならない。

(3) 「下請事業者の責めに帰すべき理由」があるとして、親事業者が費用を全く負担することなく、下請事業者に対して給付の内容を変更させることが認められるのは、下請事業者の要請により給付の内容を変更する場合、若しくは給付を受領する前に親事業者が下請事業者の給付の内容を確認したところ、下請事業者の給付の内容が3条書面に明記された委託内容とは異なること又は下請事業者の給付に瑕疵等があることが合理的に判断される場合に限られる。また、「下請事業者の責めに帰すべき理由」があるとして、親事業者が費用を全く負担することなく、受領後に給付をやり直させることが認められるのは、下請

事業者の給付の内容が3条書面に明記された委託内容と異なる場合又は下請事業者の給付に瑕疵等がある場合に限られる。

なお、次の場合には、親事業者が費用の全額を負担することなく、下請事業者の給付の内容が委託内容と異なること又は瑕疵等があることを理由として給付内容の変更又はやり直しを要請することは認められない。

ア 下請事業者の給付の受領前に、下請事業者から委託内容を明確にするよう求めがあったにもかかわらず親事業者が正当な理由なく仕様を明確にせず、下請事業者に継続して作業を行わせ、その後、給付の内容が委託内容と異なるとする場合

イ 取引の過程において、委託内容について下請事業者が提案し、確認を求めたところ、親事業者が了承したので、下請事業者が当該内容に基づき、製造等を行ったにもかかわらず、給付内容が委託内容と異なるとする場合

ウ 検査基準を恣意的に厳しくして委託内容と異なる又は瑕疵等があるとする場合

エ 委託内容と異なること又は瑕疵等のあることを直ちに発見することができない給付について、受領後1年を経過した場合(ただし、親事業者の瑕疵担保期間が1年を超える場合において、親事業者と下請事業者がそれに応じた瑕疵担保期間を定めている場合を除く。)

(4) 情報成果物作成委託においては、親事業者の価値判断等により評価される部分があり、事前に委託内容として給付を充足する十分条件を明確に3条書面に記載することが不可能な場合がある。このような場合には、親事業者がやり直し等をさせるに至った経緯等を踏まえ、やり直し等の費用について下請事業者と十分な協議をした上で合理的な負担割合を決定し、当該割合を負担すれば、やり直し等をさせることは下請法上問題とならない。ただし、親事業者が一方的に負担割合を決定することにより下請事業者に不当に不利益を与える場合には、「不当なやり直し」等に該当する。

なお、この場合においても、(3)ア、イ、ウ及びエに該当する場合には、親事業者が費用の全額を負担することなく、下請事業者の給付の内容が委託内容と異なること又は瑕疵等があることを理由として給付内容の変更又はやり直しを要請することは認められない。

(5) 当初の委託内容と異なる作業を要請することが新たな製造委託等をしたと認められる場合には、委託内容、下請代金の額等の必要記載事項を記載した3条書面を改めて交付する必要がある。

また、親事業者は下請事業者に対して製造委託等をする際には、委託内容を満たしているか否か双方で争いが生じることのないよう、委託内容を明確に記載する必要がある。製造委託等をした時点では委託内容が確定せず、3条書面に記載していない場合であっても、委託内容が定められた後、直ちに委託内容を明確に記載した書面を交付する必要がある。また、取引の過程で、3条書面に記載された委託内容が変更され、又は明確化されることもあるので、このような場合には、親事業者は、これらの内容を記載した書面を下請事業者に交付する必要がある。法第5条の規定に基づき作成・保存しなければならない書類の一部として保存する必要がある。

〈製造委託、修理委託における違反行為事例〉

8-1 販売不振を理由とした発注取消し

親事業者は、下請事業者に部品の製造を委託し、これを受けて下請事業者が既に原材料等を調達しているにもかかわらず、輸出向け製品の売行きが悪く製品在庫が急増したという理由で、下請事業者が要した費用を支払うことなく、発注した部品の一部の発注を取り消した。

#### 8-2 設計変更を理由とした発注内容の変更

親事業者は、部品の製造を下請事業者に委託しているところ、当初の発注から設計・仕様を変更したことにより、下請事業者にその変更への対応や当初の納期に間に合わせるための人件費増加等が生じたにもかかわらず、その費用を負担しなかった。

#### 8-3 恣意的な検査基準の変更によるやり直し

親事業者は、下請事業者に対して金型の製造を委託しているところ、従来の基準では合格していた金型について、検査基準を一方的に変更し、下請事業者に無償でやり直しを求めた。

#### 8-4 取引先の都合を理由とした発注内容の変更・取消し等

(1) 親事業者は、印刷・製本等を下請事業者に委託しているところ、顧客からの要請を理由に、当初の納期を変更せずに追加の作業を行わせ、それらに伴う人件費増加等が生じたにもかかわらず、そのために必要な費用を負担しなかった。

(2) 親事業者は、自動車の修理を下請事業者に委託しているところ、顧客から修理の依頼を取り消されたため、それまでに下請事業者が要した費用を負担することなく、発注を取り消した。

(3) 親事業者は、機械部品の製造を下請事業者に委託しているところ、取引先からの発注内容が変更されたことを理由として、下請事業者に対し、やり直しをさせ、それによって生じた費用を負担しなかった。

(4) 親事業者は、食品用包装容器の製造を下請事業者に委託しているところ、取引先からの要請により当初の発注から仕様を変更したため、その対応のために大幅に増加した人件費の負担を下請事業者から求められたことを理由に、その費用を負担せず、発注を取り消した。

### 〈情報成果物作成委託における違反行為事例〉

#### 8-5 不明確な指示を原因としたやり直し

親事業者は、下請事業者に対してソフトウェアの開発を委託したが、仕様についてはユーザーを交えた打合せ会で決めることとしていたところ、決められた内容については書面で確認することをせず、下請事業者から確認を求められても明確な指示を行わなかったため、下請事業者は自分の判断に基づいて作業を行い納入をしようとしたところ、決められた仕様と異なるとして下請事業者に対して無償でやり直しを求めた。

#### 8-6 取引先の都合を理由とした発注内容の変更・やり直し

(1) 親事業者は、既に一定の仕様を示して下請事業者にソフトウェアの開発を委託していたが、最終ユーザーとの打ち合わせの結果仕様に変更されたとして途中で仕様を変更し、このため下請事業者が当初の指示に基づいて行っていた作業が無駄になったが、当初の仕様に基づいて行われた作業は納入されたソフトウェアとは関係がないとして当該作業に要した費用を負担しなかった。

(2) 親事業者が、定期的に放送されるテレビ CM の作成を下請事業者に委託したところ、完成品が納入された後、放映されたテレビ CM を見た広告主の担当役員から修正するよう指示があったことを理由として、親事業者は、下請事業者に対して、いったん広告主の担当まで了解を得て納入されたテレビ CM について修正を行わせ、それに要した追加費用を負担しなかった。

#### 8-7 その他の発注内容の変更・やり直し

(1) 親事業者は、下請事業者に対してデザインの作成を委託したところ、親事業者の担当者が人事異動により交代し、新しい担当者の指示により委託内容が変更され追加の作業が発生したが、それに要した追加費用を親事業者が負担しなかった。

(2) 親事業者は、テレビ番組の制作を委託していた下請事業者に対して、いったん親事業者のプロデューサーの審査を受けて受領された番組について、これの試写を見た親事業者の役員の意見により、下請事業者に撮り直しをさせたにもかかわらず、撮り直しに要した下請事業者の費用を負担しなかった。

(3) 親事業者は、アニメーションの動画の作成を下請事業者であるアニメーション制作業者に委託しているところ、親事業者が内容確認の上、完成品を受領したにもかかわらず、プロデューサーの意向により動画の品質を引き上げるための作業を行わせ、それに伴い生じた追加の費用を負担しなかった。

#### 〈役務提供委託における違反行為事例〉

#### 8-8 不明確な指示を原因としたやり直し

親事業者は、ダイレクトメールの封入等を委託するに当たり、下請事業者に十分な説明をしないまま作業を行わせ、後日、自社の都合で作業のやり直しをさせたにもかかわらず、変更に必要な費用を負担しなかった。

#### 8-9 取引先の都合を理由とした発注取消し

親事業者は、貨物の運送を委託していた下請事業者に対して、発注元からの発注が取り消されたことを理由として発注を取り消したにもかかわらず、下請事業者が要した費用を負担しなかった。

#### 8-10 その他の発注内容の変更・取消し

(1) 親事業者は、下請事業者に清掃を委託し、下請事業者は清掃に必要な清掃機器及び人員を手配したところ、親事業者が発注を取り消したにもかかわらず、下請事業者が要した費用を負担しなかった。

(2) 親事業者は、貨物の運送を下請事業者に委託しているところ、下請事業者が指定された時刻に親事業者の物流センターに到着したものの、親事業者が貨物の積込み準備を終えていなかったために下請事業者が長時間の待機を余儀なくされたにもかかわらず、その待ち時間について必要な費用を負担しなかった。

#### 附則

この通達は平成16年4月1日から施行する。

#### 附則(平成28年12月14日公正取引委員会事務総長通達第15号)

この通達は平成28年12月14日から施行する。

## 下請代金支払遅延等防止法の繊維関連違反事例集

[公正取引委員会HP 「下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組」より抜粋]

## 下請代金支払遅延等防止法の運用状況

時期	違反事項	業種	下請法取引違反の概要	関係法令
H14	書面等の 交付義務 織	繊維卸売 業	<p>繊維卸売業を営むA社は、呉服の加工・仕立てを下請事業者に委託している。</p> <p>A社は、常に、発注内容が同じであり、また、単価及び支払条件をあらかじめ話し合いで決めていることから、発注は電話等により行っており、発注時に発注内容等の必要事項を記載して下請事業者に交付すべき書面（以下「発注書面」という。）を交付していない。</p> <p>本件では、A社に対して、発注の都度、必要事項を記載した発注書面を下請事業者に交付するよう警告した。</p>	第3条第1項（書面等の交付義務）
H14	支払遅延 の禁止	繊維卸売 業	<p>繊維卸売業を営むB社は、繊維製品の染色及び縫製等を下請事業者に委託している。</p> <p>B社は、毎月25日納品締切、翌月25日支払（手形支払の場合、手形期間90日）の支払制度を採っているが、一部の下請事業者に対し、25日の支払日に下請代金を支払わずに、手形満期相当日となる90日後に現金支払を行っており、また、下請事業者からの請求書の提出が遅れたことから支払制度による支払を行わず、下請事業者の給付を受領してから60日を経過して下請代金を支払っていた。</p> <p>本件では、B社に対して、納品締切後30日以内で、かつ、できる限り短い期間内に下請代金を支払うよう、また、下請事業者からの請求書の提出が遅れた場合であっても支払制度どおり下請代金を支払うよう警告した。</p>	第4条第1項第2号（支払遅延の禁止）
H14	書類保存 義務、書 面等の交 付義務	繊維製品 卸売業	<p>繊維製品製造業を営むC社は、繊維製品の加工を下請事業者に委託している。</p> <p>C社は、下請事業者の給付の内容等必要記載事項を記載した書類を2年間保存していなかった。</p> <p>また、発注書面に、必要記載事項の一部である納期、下請代金の額、支払期日及び支払方法を記載していなかった。</p> <p>本件では、C社に対して、下請事業者の給付の内容等必要記載事項を記載した書類を2年間保存</p>	第5条（書類の保存義務）、第3条第1項（書面の交付等の義務）

			<p>するよう、また、発注の都度、必要事項を記載した発注書面を下請事業者に対して交付するよう警告した。</p>	
H 1 4	下請代金の減額の禁止、書面等の交付義務	繊維製品卸売業	<p>繊維製品卸売業を営むD社は、繊維製品の製造を下請事業者に委託している。</p> <p>D社は、「歩引き」と称して下請代金から一定額を差し引いて支払い、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。また、発注時に発注内容等の必要記載事項を記載して下請事業者に交付すべき書面に、必要記載事項の一部である支払期日及び支払方法等を記載していなかった。</p> <p>本件では、D社に対して、下請代金から減じた額（約180万円）を当該下請事業者に速やかに支払うよう、また、発注の都度、必要事項を記載した発注書面を下請事業者に対して交付するよう警告した。</p>	第4条第1項第3号（下請代金の減額の禁止）、第3条第1項（書面等の交付義務）
H 1 4	割引困難な手形交付の禁止	繊維工業	<p>繊維工業を営むE社は、繊維製品の製織加工等を下請事業者に委託している。</p> <p>E社は、一部の下請事業者に対し、繊維製品以外の取引と併せ繊維製品の取引についても、下請代金の支払について、手形期間が90日を超える120日の手形を交付していた（手形期間が、繊維製品は90日、それ以外については120日を超える長期の手形は割引困難な手形と解される）。</p> <p>本件では、E社に対して、繊維製品の取引については手形期間を90日以内に短縮するよう警告した。</p>	第4条第2項第2号（割引困難な手形交付の禁止）
H 1 5	製品の返品	繊維製品販売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているF社は、下請事業者に対し、自己の店舗における販売予定期間が経過し、売れ残ったことを理由に、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請事業者の給付に係る物品を引き取らせていた。</p> <p>本件では、F社に対して、下請事業者に引き取らせた給付に係る物品（約1900万円相当）を再び引き取るよう勧告した。</p>	第4条第1項第4号（製品の返品）
H 1 5	購入強制	大規模小売業	<p>衣料品の製造等を下請事業者に委託しているG社は、下請事業者に対し、外注担当者等を通じて、運動施設の利用券の購入を要請したことから、下請事業者は当該利用券の購入を余儀なくされた。</p> <p>本件では、G社に対して、下請取引に影響を及ぼす外注担当者等を通じて自社が指定する物品の購入要請を行わないよう警告した。</p>	第4条第1項第6号（購入強制）
H 1 5	製品の受領拒否	繊維製品製造業	<p>寝具類の製造等を下請事業者に委託しているH社は、一部の下請事業者に対し、発注後の販売及び出荷状況の変動を理由として、下請事業者の責</p>	第4条第1項第1号（製品の受

			<p>に帰すべき理由がないのに、あらかじめ定められた納期に下請事業者の給付を受領していなかった。</p> <p>本件では、H社に対して、発注書面の納期どおりに下請事業者の給付を受領するよう警告した。</p>	領拒否)
H15	下請代金の支払遅延	繊維製品卸売業	<p>学生服の製造等を下請事業者に委託しているI社は、一部の下請事業者に対し、半年間の納品で締め切り、締め切後に下請事業者と合意した期日に下請代金を支払っているため、下請事業者の給付を受領してから60日を経過して下請代金を支払っていた。</p> <p>本件では、I社に対して、下請事業者の給付を受領してから60日以内で、かつ、できる限り短い期間内に下請代金を支払うよう警告した。</p>	下請代金の支払遅延 (第4条第1項第2号)
H15	下請代金の減額の禁止	繊維製品卸売業	<p>各種衣料品の加工を下請事業者に委託しているJ社は、「歩引き」と称して、下請事業者に支払うべき下請代金に一定率を乗じた額を当該下請代金から差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。</p> <p>本件では、J社に対して、下請代金から減じた額(約700万円)を当該下請事業者に対し速やかに支払うよう警告した。</p>	第4条第1項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H15	下請代金の減額の禁止	大規模小売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているK社は、「広告宣伝費」と称して、下請事業者に支払うべき下請代金から差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。</p> <p>本件では、K社に対して、下請代金から減じた額(約1600万円)を当該下請事業者に対し速やかに支払うよう警告した。</p>	第4条第1項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H15	買ったたき	繊維製品製造業	<p>自動車用内装部品の製造を下請事業者に委託しているL社は、単価改定に当たり、過去数か月間の実績数量を基にした発注予定数量により単価改定を行っていたところ、実際に予定数量を下回った場合においても下請事業者と協議することなく単価を据え置いていた。</p> <p>本件では、L社に対して、見積り時に予定していた数量を下回る場合は、再度下請事業者と協議して単価を決めるよう警告した。</p>	第4条第1項第5号 (買ったたき)
H15	割引困難な手形の交付	繊維製品卸売業	<p>繊維製品の染色等を下請事業者に委託しているM社は、一部の下請事業者に対する下請代金の支払について、手形期間が90日を超える手形を交付していた。</p> <p>本件では、M社に対して、繊維製品の取引については手形期間を90日以内に短縮するよう警告した。</p>	第4条第2項第2号 (割引困難な手形の交付)
H15	書類保存	繊維卸売	<p>繊維卸売業を営むN社は、下請事業者の給付の</p>	第5条(書

	義務	業	内容等必要事項を記載した書類を2年間保存していなかった。 本件では、N社に対して、下請事業者の給付の内容等必要事項を記載した書類を2年間保存するよう警告した。	類の保存義務)
H15	下請代金の支払遅延、下請代金の減額	繊維製品卸売業	各種衣料品の加工を下請事業者へ委託しているO社は、不良品が納入された場合の担保として、下請事業者へ支払うべき下請代金に一定率を乗じた額の支払を留保していた。また、下請事業者からの請求書未提出を理由として、下請事業者の給付を受領してから60日以内に下請代金を支払っていなかった。 さらに「歩引き」と称して、下請事業者へ支払うべき下請代金に一定率を乗じた額を当該下請代金から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。 本件では、O社に対して、支払が遅延していた遅延利息(約60万円)及び下請代金から減じた額(約700万円)を下請事業者に対し速やかに支払うよう警告した。	第4条1項第2号(下請代金の支払遅延)、第4条第1項第3号(下請代金の減額)
H16	受け取り拒否	繊維製品製造業	寝具等の製造を下請事業者へ委託しているP社は、販売先の売行き不振を理由として、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、納期を延期し、あらかじめ指定した納期に下請事業者の給付を受領していなかった。 本件では、P社に対して、発注書面の納期どおりに下請事業者の給付を受領するよう警告した。	第4条第1項第1号(製品の受領拒否)
H16	下請代金の減額の禁止	繊維製品製造業	繊維製品の加工等を下請事業者へ委託しているQ社は、「歩引き」と称し、下請代金から一定率を乗じて得た金額を差し引いて支払うことにより、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。 本件では、Q社に対して、下請代金の減額行為を行わないよう警告した。	第4条第1項第3号(下請代金の減額の禁止)
H16	下請代金の減額の禁止	各種商品小売業	衣料品の加工を下請事業者へ委託しているR社は、「協賛金」と称し、下請代金から一定率を乗じて得た金額を差し引いて支払うことにより、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。 本件では、R社に対して、下請代金から減じた額を当該下請事業者に対して速やかに支払うよう警告した。	第4条第1項第3号(下請代金の減額の禁止)
H16	製品の返品	繊維・衣服製造業	衣服の製造を下請事業者へ委託しているS社は、納入された衣服の受入検査を行っていないにもかかわらず、受領後に不良品を発見したとして返品をしていた。 本件では、S社に対して、下請事業者の給付に	第4条第1項第4号(製品の返品)

			係る物品を下請事業者に返品しないよう警告した。	
H16	製品の返品	各種商品 小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているT社は、一部の下請事業者に対し、自己の店舗における商品の入替えや顧客からのキャンセルを理由に、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、下請事業者から受領した衣料品等を引き取らせていた。 本件では、T社に対して、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付に係る物品を返品しないよう警告した。	第4条第1項第5号 (製品の返品)
H17	下請代金の減額の禁止	繊維製品 卸売業	衣料品等繊維製品の製造を下請事業者に委託しているU社は、「割り戻し(歩引き)」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た金額を支払うべき下請代金から差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H17	下請代金の減額の禁止	大規模小売業	自社ブランド製品の製造を下請事業者に委託しているV社は、下請代金を原則として手形で支払っている下請事業者の中で、一時的に現金での支払を希望する下請事業者に対し、自社の短期調達金利相当額を超える額を割引手数料として下請代金から差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第4号 (下請代金の減額の禁止)
H17	製品の返品	繊維・衣服等卸売業	織物等の製造を下請事業者に委託しているW社は、納入された商品について直ちに発見できない瑕疵があったとして、当該商品を受領してから6ヶ月を超えた後に返品を行っていた。	第4条1項第4号(製品の返品)
H17	有償支給原材料等の対価の早期決済	繊維製品 製造業	衣料品の製造を下請事業者に委託しているX社は、下請事業者に対し、有償で原材料を支給しているが、当該原材料を用いた給付に係る下請代金の支払期限より早い時期に、支払うべき下請代金の額から当該原材料の対価を控除していた。	第4条第2項第1号 (有償支給原材料等の対価の早期決済)
H17	割引困難な手形の交付	繊維工業	繊維製品の染色等を下請事業者に委託しているY社は、下請事業者に対し、手形期間が90日を超える手形(期間120日)を交付していた。	第4条第2項第2号 (割引困難な手形の交付)
H17	不当な経済上の利益の提供要請	繊維製品 製造業	婦人服等の製造を下請事業者に委託しているZ社は、下請事業者にとって直接利益にならないことが明らかであるにもかかわらず、自社製品のラベル貼りの作業を要請していた。	第4条第2項第3号 (不当な経済上の利益の提供要請)
H18	下請代金の減額の	繊維製品 卸売業	レース製品等繊維製品の製造を下請事業者に委託しているAA社は、自社の利益を確保するた	第4条第1項第3号

	禁止		め、下請事業者に対して、「歩引き」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を負担するよう要請し、これに合意した下請事業者に対し、平成17年5月から同18年2月までの間、当該下請事業者を支払うべき下請代金の額から一定率を乗じて得た額を差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、当該事業者を支払うべき下請代金の額を減じていた。	(下請代金の減額の禁止)
H18	下請代金の減額の禁止	繊維製品卸売業	繊維製品の染色加工等を下請事業者に委託しているAB社は、下請事業者を支払うべき下請代金から「歩引き」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た金額を差し引くことにより、また、手形の交付による支払に代えて現金による支払を行うに当たって、下請事業者を支払うべき下請代金から「金利引き」と称して手形期間分の金利相当分として自社の短期調達金利相当額を超える金額を差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H18	下請代金の減額の禁止	大規模小売業	自社が販売するプライベートブランド商品の製造を下請事業者に委託しているAC社は、自社の利益を確保するため、下請事業に対して、下請代金の額に一定率を乗じて得た額又は仕入れ数量に一定額を乗じて得た額を負担するよう要請し、これに合意した下請事業者との間で覚え書きを締結。自社の衣料商品部との取引のある下請事業者に対して支払うべき下請代金の額から「販売奨励金」と称して半期毎の下請代金の額に一定率を乗じて得た額を差し引き又は別途支払わせることにより、平成16年10月から同18年2月までの間、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、当該下請事業者を支払うべき下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H18	有償支給原材料等の対価の早期決済	繊維製品製造業	AD社は、下請事業者に対し、有償で原材料を支給しているが、下請事業者が製造加工して納品するまでの期間を考慮せずに当該原材料を使用した物品が納品される前に当該原材料の対価を下請代金から控除しているため、当該原材料を用いた給付に係る下請代金の支払期日より早い時期に、支払うべき下請代金の額から当該原材料の対価を控除していた。	第4条第2項第1号 (有償支給原材料等の対価の早期決済)
H18	下請代金の支払遅延	繊維製品製造業	子供服等の製造を下請事業者に委託しているAE社は、自社の事務処理遅れや下請事業者からの請求書の遅れを理由に、下請事業者の給付を受領してから60日を越えて下請代金を支払っていた。	第4条第1項第2号 (下請代金の支払遅延)
H19	有償支給原材料等の対価の	繊維・衣服等卸売業	寝装品の製造を下請事業者に委託しているAF社は、下請事業者に対し、有償で原材料を支給しているが、製造加工して納品するまでの期間を考	第4条第2項第1号 (有償支給

	早期決済		慮せずに、有償支給原材料の代金の支払期日を決めていたことから、当該原材料を用いた給付に係る下請代金の支払期日より早い時期に、下請代金の額から当該原材料の対価を控除していた。	原材料等の対価の早期決済)
H19	割引困難な手形の交付	繊維・衣服等卸売業	婦人下着等の製造を下請事業者に委託しているAG社は、下請事業者に対し、手形期間が90日を超える(98日)手形を交付していた。	第4条第2項第2号(割引困難な手形の交付)
H20	製品の返品	繊維工業	織物製品の製造を下請事業者に委託しているAH社は、受入検査を下請事業者に委任しているのに、下請事業者の給付を受領した後に、不良品を発見したとして返品をしていた。	第4条第1項第4号(製品の返品)
H20	買ったたき	繊維・衣服等卸売業	呉服の仕立てを下請事業者に委託しているAI社は、下請事業者と十分な協議を行わず、一方的に下請代金の額を自社の希望単価まで引き下げて決めていた。	第4条第1項第5号(買ったたき)
H20	割引困難な手形の交付	繊維製品製造業	繊維製品の製造を下請事業者に委託しているAJ社は、一部の下請事業者に対し、手形期間が90日を超える(150日)手形を交付していた。	第4条第2項第2号(割引困難な手形の交付)
H21	下請代金の減額の禁止	繊維製品卸売業	既製服の製造を下請事業者に委託しているAK社は、自社の利益を確保するため、下請事業者に対し、「歩引き」と称して、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を負担するよう要請し、この要請に応じた下請事業者に対し、平成19年8月から同20年8月までの間、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、当該下請事業者に支払うべき下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号(下請代金の減額の禁止)
H21	下請代金の減額の禁止	繊維製品卸売業	呉服等の製造を下請事業者に委託しているAL社は、自社が開催する発表会の経費負担を軽減するため、下請事業者に対し、「仕入値引」と称して一定額を負担するよう要請し、この要請に応じた下請事業者に対し、平成19年10月から平成20年12月までの間、一定額を自社の利益を確保するため、下請事業者に対し、「宣伝引」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を負担するよう要請し、この要請に応じた下請事業者に対し、平成19年10月から平成20年12月までの間、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を手形の交付による支払に代えて現金による支払を行うに当たって、手形期間分の金利相当分として自社の短期調達金利相当額を超える額をそれぞれ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、当該下請事業者に支払うべき下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号(下請代金の減額の禁止)
H21	下請代金	繊維製品	婦人服等の製造を下請事業者に委託しているA	第4条第1

	の減額の禁止	卸売業	M社は、下請事業者に対し、「歩引」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を負担するよう要請し、この要請に応じた下請事業者に対し、平成19年11月から平成21年2月までの間、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、当該下請事業者を支払うべき下請代金の額を減じていた。	項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H21	下請代金の減額の禁止	繊維製品卸売業	タオル等の製造を下請事業者に委託しているAN社は、自社の利益を確保するため、下請事業者に対し、「歩引」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を負担するよう要請し、この要請に応じた下請事業者に対し、平成19年9月から平成21年2月までの間、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を、一部の下請事業者に対し、平成19年11月から平成21年5月までの間、手形の交付による支払に代えて現金による支払を行うに当たって、手形期間分の金利相当分として自社の短期調達金利相当額を超える額をそれぞれ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、当該下請事業者を支払うべき下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号 (下請代金の減額の禁止)
H21	有償支給原材料等の対価の早期決済	織物・衣服・身の回り品小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAO社は、下請事業者に対し、有償で原材料を支給しているが、製造加工して納品するまでの期間を考慮せずに、下請代金の支払制度と有償支給原材料の対価の決済制度を同一にしていたことから、当該原材料を用いた給付に係る下請代金の支払い期日より早い時期に、支払うべき下請代金の額から当該原材料の対価を控除していた。	第4条第2項第1号 (有償支給原材料等の対価の早期決済)
H21	割引困難な手形の交付	繊維工業	子供服等の製造を下請事業者に委託しているAP社は、下請事業者に対し、手形期間が90日を超える(125日又は145日)手形を交付していた。	第4条第2項第2号 (割引困難な手形の交付)
H22	下請代金の減額	繊維・衣服等卸売業	タオルの製造等を下請事業者に委託しているAQ社は、下請事業者に対し、「歩引」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた。	下請代金の減額(第4条第1項第3号)
H22	下請代金の減額	繊維・衣服等卸売業	かばん等の製造を下請事業者に委託しているAR社は、下請事業者に対し、手形の交付による支払に代えて現金による支払を行うに当たって、支払うべき下請代金の額から「歩引」として手形の交付による支払を行っていた分に相当する下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた。	下請代金の減額(第4条第1項第3号)
H22	割引困難な手形の交付	繊維・衣服等卸売業	タオル製品の製造を下請事業者に委託しているAS社は、下請事業者に対し、手形期間が90日(繊維業において認められる手形期間)を超える(11	第4条第2項第2号 (割引困難

			0日)手形を交付していた。	な手形の交付)
H23	下請代金の減額、製品の返品、不当な経済上の利益の提供要請	繊維・衣服等小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAT社は、「消化促進値引き」として自社の在庫数量に一定額を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平成21年3月～平成22年2月)。下請事業者の製造した商品を受領した後、販売期間の終了した在庫商品を「一時返品特約」に基づき引き取らせ(平成21年9月～平成23年3月)、返品を行うに当たり、送料として金銭を提供させていた(平成21年9月～平成23年3月)。	第4条第1項第3号(下請代金の減額) 第4条第1項第4号(商品の返品) 第4条第2項第3号(不当な経済上の利益の提供要請)
H23	下請代金の減額、製品の返品	繊維・衣服等小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAU社は、「オンライン基本料」、「データ提供料」又は「伝票発行」として一定額等を(平成21年12月～平成23年9月)、「超過保管料」として自社の物流センターへの納品後一定期間を経過した商品の在庫数量に(平成21年12月～平成23年9月)、「マークダウン」として自社の店頭販売価格を引き下げることとした商品の在庫数量に(平成21年12月～平成23年3月)、それぞれ一定額を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた。下請事業者の製造した商品を受領した後、販売期間が終了し在庫となった季節商品であること、売行きが悪く在庫となった商品であること等を理由として又は受領後6か月を経過して引き取らせていた(平成21年12月～平成23年7月)。	第4条第1項第3号(下請代金の減額) 第4条第1項第4号(商品の返品)
H23	下請代金の減額	繊維・衣服等卸売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAV社は、「協賛金」、「特別協賛金」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平成22年2月～平成23年6月)。	第4条第1項第3号(下請代金の減額)
H24	下請代金の減額	繊維・衣服等小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAW社は、「値引き」として、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平成21年10月～平成22年11月)。	第4条第1項第3号(下請代金の減額)
H24	下請代金の減額	繊維・衣服等卸・小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAX社は、「歩引き」として、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平成22年9月～平成23年12月)。	第4条第1項第3号(下請代金の減額)
H24	下請代金の減額	繊維・衣服等小売業	衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAY社は、「歩引」として、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平	第4条第1項第3号(下請代金

			成22年10月～平成23年10月)。	の減額)
H24	下請代金の減額、製品の返品、不当な経済上の利益の提供要請	繊維・衣服等小売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているAZ社は、「リベート」として、下請代金の額の1年間の合計額が一定額以上となった場合に、当該合計額に一定率を乗じて得た額又は一定額を下請代金の額から減じていた(平成22年9月)。「値引き」として、自社の店頭販売価格を引き下げることとした商品の在庫数量に一定額を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平成22年8月～平成23年2月)。</p> <p>下請事業者の製造した商品を受領した後、販売期間が終了した際の在庫商品を引き取らせ(平成22年9月～平成23年7月)、さらに、返品を行うに当たり、返品に係る送料を提供させていた(平成22年9月～平成23年7月)。</p>	<p>第4条第1項第3号(下請代金の減額)</p> <p>第4条第1項第4号(商品の返品)</p> <p>第4条第2項第3号(不当な経済上の利益の提供要請)</p>
H24	下請代金の減額、不当な経済上の利益の提供要請	繊維・衣服等小売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているBA社は、「値引」等として自社の店頭販売価格を引き下げることとした商品の在庫数量に一定額を乗じて得た額を(平成22年6月～平成23年5月)、「歩引き」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額を、下請代金の額から減じていた(平成22年6月～平成23年6月)。無償で発注データの入力作業を行わせていた(平成22年6月～平成24年2月)。</p>	<p>第4条第1項第3号(下請代金の減額)</p> <p>第4条第2項第3号(不当な経済上の利益の提供要請)</p>
H24	下請代金の減額、製品の返品、不当な経済上の利益の提供要請	各種商品小売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているBB社は、「事務手数料」として、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請代金の額から減じていた(平成22年9月～平成24年1月)。下請事業者の製造した商品を受領した後、販売期間が終了した際の在庫商品又は受領後6か月を経過した商品を引き取らせ(平成22年8月～平成24年5月)、うち、受領後6か月を経過した商品の返品を行うに当たり、返品に係る送料を提供させていた(平成22年8月～平成24年5月)。</p>	<p>第4条第1項第3号(下請代金の減額)</p> <p>第4条第1項第4号(商品の返品)</p> <p>第4条第2項第3号(不当な経済上の利益の提供要請)</p>
H24	受け取り拒否	各種商品小売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているBC社は、発注書面に納期を記載せず、発注時まで、下請事業者の製造した商品を受領する期間として「納品期間」を口頭等の方法により伝え、顧客からの受注状況に応じて、自社が必要とする都度、下請事業者に納品を指示して、当該下請事業者の製造した商品を受領する方法を採ることにより、「納品期間」の末日を経過しているにもかかわらず、当該下請事業者の製造した商品の一部を受</p>	<p>第4条第1項第1号(受領拒否)</p>

			領していない。	
H28	下請代金の減額、製品の返品、不当な経済上の利益の提供要請	繊維・衣服等小売業	<p>衣料品等の製造を下請事業者に委託しているB D社は、「買先負担額」（平成26年7月～平成27年12月）、「媒体製作費協賛金」（平成26年12月又は平成27年5月）を下請代金の額から差し引いていた。</p> <p>下請事業者の製造した商品を受領した後、注文受付期間の終了した際の在庫商品を引き取らせ、商品の返品を行うに当たり、返品に係る送料を提供させていた（平成26年6月～平成27年12月）。</p> <p>消費者から返品された自社商品を再包装等するための費用を提供させていた（平成26年7月～平成27年12月）。</p>	第4条第1項第3号（下請代金の減額） 第4条第1項第4号（返品） 第4条第2項第3号（不当な経済上の利益の提供要請）
H30	下請代金の減額	繊維・衣服等小売業	<p>消費者及び小売業者に販売する婦人服又は婦人服飾品雑貨、当該婦人服の原材料たる生地等の製造を下請事業者に委託しているB E社は、「縫製会費」等（平成29年5月～平成30年5月）を、「歩引き」（平成29年5月から平成30年5月）を、下請代金の額から差し引いていた。</p>	第4条第1項第3号（下請代金の減額）

出典：公正取引委員会HP

下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組

<https://www.jftc.go.jp/shitauke/shitaukekankoku/index.html>

（平成31年3月末現在）

消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、  
独占禁止法及び下請法上の考え方

平成25年9月10日

公正取引委員会

改正：平成27年4月1日

改正：平成28年11月28日

改正：平成31年3月29日

はじめに

1 本考え方の趣旨

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」（平成25年法律第41号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）は、平成26年4月1日及び平成31年10月1日に予定されている消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げ（以下「消費税率引上げ」という。）に際し、以下の特別措置を講ずることにより、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として制定されたものである（平成25年10月1日施行）。

- ①消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置
- ②消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置
- ③価格の表示に関する特別措置
- ④消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置

消費税率引上げはこのように2段階にわたるものであることもあり、中小事業者を中心に、消費税の価格への転嫁について懸念が示されていることから、これらの中小事業者等が消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備していくことが極めて重要な課題である。このため、消費税の転嫁拒否等の行為に対して、公正取引委員会だけではなく、主務大臣又は中小企業庁長官に指導又は助言の権限が付与され、政府一丸となって実効性のある監視・取締りを徹底していくこととなっている。

公正取引委員会は、消費税転嫁対策特別措置法の執行の統一を図るとともに、法運用の透明性を確保し、違反行為の未然防止に資するため、本考え方において、前記①の特別措置に関する解釈の明確化を図るとともに、運用方針を示すこととする。また、前記④の特別措置について、どのような行為が問題となり、また、どのような行為が問題とならないのか、具体的に示すこととする。

さらに、消費税率引上げに際し、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に

関する法律」(昭和22年法律第54号。以下「独占禁止法」という。)及び「下請代金支払遅延等防止法」(昭和31年法律第120号。以下「下請法」という。)上, どのような行為が問題となるのかについても併せて具体的に示すこととする。

## 2 構成

### 第1部 消費税の転嫁拒否等の行為関係

第1 消費税の転嫁拒否等の行為に係る消費税転嫁対策特別措置法上の考え方

第2 消費税率引上げに伴う優越的地位の濫用規制等に係る独占禁止法上の考え方

第3 消費税率引上げに伴う下請法上の考え方

### 第2部 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為関係

第1 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為についての消費税転嫁対策特別措置法上の考え方

第2 消費税率引上げに伴う転嫁及び表示に係る事業者団体等の行為についての独占禁止法上の考え方

## 第1部 消費税の転嫁拒否等の行為関係

### 第1 消費税の転嫁拒否等の行為に係る消費税転嫁対策特別措置法上の考え方

#### 1 概要

消費税転嫁対策特別措置法第3条において、「特定事業者は、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給に関して」消費税の転嫁拒否等の行為を行うことが禁止されている。

##### (1) 特定事業者

「特定事業者」とは、消費税転嫁対策特別措置法第2条第1項各号に規定される事業者であり、次のものをいう。

なお、消費税転嫁対策特別措置法上の「事業者」とは、同法第10条のように特段の定義をしているものを除き、独占禁止法及び景品表示法上の「事業者」と同じである。

##### ア 「大規模小売事業者」

「大規模小売事業者」とは、一般消費者が日常使用する商品の小売業を行う者（特定連鎖化事業を行う者を含む。）であって、その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定めるものをいう。

##### (7) 「一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者」

「一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者」とは、一般消費者により日常生活の中で使用される商品の小売業者という趣旨であり、事業者の使用されるような生産財のみを小売りしている事業者は含まない。一方、生活協同組合、農業協同組合であっても実態として消費者に販売している場合には、これに該当する。

サービス提供事業において商品を販売する場合には、その販売が客観的にみて当該サービス提供事業の付随的な業務と認められる場合には、小売業を行っていることにはならない。

なお、通信販売業者のように店舗を有しない者も小売業を行う者に該当し得るが、一方で、ショッピングセンター等を運営する事業者については、当該事業者が小売業者に営業場所を賃貸しているだけであって、自ら消費者に商品を販売していない場合には、小売業を行う者に該当しない。

##### (4) 「その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定めるもの」

「その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定めるもの」とは、「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第2条第1項第1号の大規模小売事業者を定める規則」（平成25年公正取引委員会規則第3号）において、次のa又はbのいずれかに該当する者であ

る旨定められている。

- a 前事業年度における売上高(特定連鎖化事業を行う者にあつては、当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。)が100億円以上である者
  - b 次に掲げるいずれかの店舗を有する者
    - (a) 東京都の特別区の存する区域及び地方自治法(昭和22年法律第67号)第252条の19第1項の指定都市の区域内にあつては、店舗面積(小売業を行うための店舗の用に供される床面積をいう。以下同じ。)が3000平方メートル以上の店舗
    - (b) 前記(a)に掲げる市以外の市及び町村の区域内にあつては、店舗面積が1500平方メートル以上の店舗
- (注) 売上高や店舗面積の考え方は、「『大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法』の運用基準(平成17年公正取引委員会事務総長通達第9号)」の第1の1と同様である。

イ 法人である事業者であつて、資本金の額又は出資の総額が3億円以下の事業者や個人事業者等から継続して商品又は役務の供給を受けるもの

「継続して」との要件は、継続的取引関係にある事業者間においては、取引の一方当事者の立場が強くなりがちであることから設けられたものであり、「継続して」に該当するか否かは、取引の回数のほか、取引の間隔、取引される商品や役務の性質、当該取引に関する商慣習など、様々な事情を総合的に勘案して個別の事案ごとに判断することとなる。

なお、「継続して」とは、事業者間に継続的取引関係がある場合を指しており、個別の商品ごとに継続的取引関係が必要となるものではない。

また、これまで取引したことのない相手方から商品を1回限りの取引で購入する場合などは、「継続して」に該当しない。

## (2) 特定供給事業者

「特定供給事業者」とは、消費税転嫁対策特別措置法第2条第2項各号で規定される事業者であり、前記(1)の特定事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者である。前記(1)アの特定事業者(大規模小売事業者)に継続して商品又は役務を供給する事業者は、資本金の額又は出

資の総額の大小にかかわらず、全て「特定供給事業者」に該当する。一方、前記(1)イの特定事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者については、資本金の額又は出資の総額が3億円を超える場合は特定供給事業者とはならない。

なお、「特定供給事業者」に該当し得る事業者は、特定事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者であり、例えば、大規模小売事業者たる特定事業者との関係でいえば、特定事業者が販売する商品を納入する事業者に限定されるものではなく、特定事業者が自己の店舗で使用する什器等の商品や店舗の清掃等の役務を供給する事業者も含まれる。

(3) 「平成26年4月1日以後に特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給に関し」

特定事業者は、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給について、その前に取引条件について交渉を行うのが一般的と考えられる。

特定事業者が特定供給事業者に対して、平成26年3月31日以前に消費税の転嫁拒否等の行為を行った場合であっても、当該行為が、消費税転嫁対策特別措置法の施行日(平成25年10月1日)以後に行われ、かつ、平成26年4月1日以後に供給を受ける商品又は役務に関するものであれば、同法第3条に違反することとなる。例えば、平成25年10月1日から平成26年3月31日までの間に、特定事業者が特定供給事業者に対して、自己が指定する商品を購入させた場合であって、当該行為が同年4月1日以後に供給を受ける商品に関して消費税率引上げ分の値上げを受け入れる代わりに行われたものであれば、同法第3条に違反することとなる。

## 2 減額(第3条第1号前段)

- (1) 減額とは、商品又は役務の「対価の額を減じ(ることにより)特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むこと」である。
- (2) 「対価」とは、特定事業者及び特定供給事業者の間で取り決めた商品又は役務の供給に係る価格であり、消費税を含めた価格である(以下同じ)。
- (3) 「対価の額を減じ(ることにより)特定供給事業者による消費税の転嫁を拒む」とは、特定事業者が、平成26年4月1日以後に特定供給事

業者から供給を受ける商品又は役務について、合理的な理由なく既に取り決められた対価から事後的に減じて支払うことである。例えば、平成26年4月1日の消費税率引上げに際して、消費税を含まない価格（以下「本体価格」という。）が100円の商品について、消費税率引上げ後の対価を108円として契約したにもかかわらず、支払段階で消費税率引上げ分の3円を減じ、105円しか支払わない場合である。

一方、減額とはならない「合理的な理由」がある場合としては、例えば、次のような場合が該当する。

- ア 商品に瑕疵がある場合や、納期に遅れた場合等、特定供給事業者の責めに帰すべき理由により、相当と認められる金額の範囲内で対価の額を減じる場合
- イ 一定期間内に一定数量を超えた発注を達成した場合には、特定供給事業者が特定事業者に対して、発注増加分によるコスト削減効果を反映したリベートを支払う旨の取決めが従来から存在し、当該取決めに基づいて、取り決められた対価の額から事後的にリベート分の額を減じる場合

(4) 対価の額を減じるとは、例えば次のような行為である。

- ア 消費税相当分を支払わないこと
- イ 支払時に対価の一部を差し引いて支払うこと
- ウ リベートや協力金等、名目のいかんを問わず、対価の一部を徴収すること又は対価の一部を差し引いて支払うこと

(5) 問題となるのは、例えば次のような場合である。

- ア 対価から消費税率引上げ分の全部又は一部を減じる場合
- イ 既に支払った消費税率引上げ分の全部又は一部を次に支払うべき対価から減じる場合
- ウ 本体価格に消費税額分を上乗せした額を商品の対価とする旨契約していたにもかかわらず、対価を支払う際に、消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- エ リベートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リベートとして消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- オ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数を対価から一方的に切り捨てて支払う場合
- カ 「10月1日以降〇%値下げ」、「10月1日以降〇%ポイント付与」等と表示したセールの実施に当たって、特定事業者が、自社の利益を確

保するため、消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合  
キ 標準税率が適用される商品の対価について、軽減税率が適用された場合の対価まで減じる場合（注）

（注）標準税率が適用される商品の納入については、取引先に支払う対価は消費税率引上げ分高くなるが、仕入控除税額もその分増加することとなる。

### 3 買ったとき（第3条第1号後段）

(1) 買ったときは、「商品若しくは役務の対価の額を当該商品若しくは役務と同種若しくは類似の商品若しくは役務に対し通常支払われる対価に比し低く定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むこと」である。

(2) 「同種若しくは類似の商品若しくは役務に対し通常支払われる対価」とは、通常は、特定事業者と特定供給事業者との間で取引している商品又は役務の消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額をいう。

(3) 「通常支払われる対価に比し低く定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒む」とは、特定事業者が、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から供給を受ける商品又は役務の対価について、合理的な理由なく通常支払われる対価よりも低く定める行為である。例えば、平成26年4月1日の消費税率引上げに際して、本体価格が1000円の商品について、消費税率引上げ後の対価を105円のまま据え置く場合である。また、平成31年10月1日の消費税率引上げに際して、標準税率が適用される本体価格が1000円の商品について、消費税率引上げ後の対価を108円のまま据え置く場合もこれに当たる。

一方、買ったときとはならない「合理的な理由」がある場合としては、例えば、次のような場合が該当する。

ア 原材料価格等が客観的にみて下落しており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該原材料価格等の下落を対価に反映させる場合

イ 特定事業者からの大量発注、特定事業者と特定供給事業者による商品の共同配送、原材料の共同購入等により、特定供給事業者にも客観的にコスト削減効果が生じており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該コスト削減効果を対価に反映させる場合

ウ 消費税転嫁対策特別措置法の施行日前から、既に当事者間の自由な価

格交渉の結果、原材料の市価を客観的に反映させる方式で対価を定めている場合

(注)「自由な価格交渉の結果」とは、当事者の実質的な意思が合致していることであって、特定供給事業者との十分な協議の上に、当該特定供給事業者が納得して合意しているという趣旨である。

(4) 問題となるのは、例えば次のような場合である。

ア 対価を一律に一定比率で引き下げて、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

イ 原材料費の低減等の状況の変化がない中で、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

ウ 安売りセールを実施することを理由に、大量発注などによる特定供給事業者のコスト削減効果などの合理的理由がないにもかかわらず、取引先に対して値引きを要求し、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合（注1）

（注1）「10月1日以降〇%値下げ」、「10月1日以降〇%ポイント付与」等と表示したセールの実施においても、考え方は同様である。

エ 免税事業者である取引先に対し、免税事業者であることを理由に、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合（注2）

（注2）免税事業者であっても、他の事業者から仕入れる原材料や諸経費の支払において、消費税額分を負担している点に留意する必要がある。

オ 消費税率が2段階で引き上げられることから、2回目の引上げ時に消費税率引上げ分の全てを受け入れることとし、1回目の引上げ時には、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

カ 商品の量目を減らし、対価を消費税率引上げ前のまま据え置いて定めたが、その対価の額が量目を減らしたことによるコスト削減効果を反映した額よりも低い場合

キ 標準税率が適用される商品について、消費税率引上げ前に税込価格で対価を定めていることを理由として、消費税率引上げ後も消費税率引上げ前に定めた対価を据え置く場合

ク 標準税率が適用される商品について、消費税率引上げ前に税込価格で対価を定めているところ、取引先からの対価引上げの要請や価格交渉の申出がないことを理由として、消費税率引上げ後も消費税率引上げ前に

#### 定めた対価を据え置く場合

ケ 標準税率が適用される商品を納入する取引先に対して、自己の供給する商品が軽減税率の対象品目であることを理由として、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合（注3）

（注3）標準税率が適用される商品の納入については、取引先に支払う対価は消費税率引上げ分高くなるが、仕入控除税額もその分増加することとなる。

#### 4 商品購入、役務利用又は利益提供の要請（第3条第2号）

(1) 商品購入、役務利用又は利益提供の要請とは、消費税の転嫁を受け入れる代わりに、自己の指定する商品を購入させ、若しくは自己の指定する役務を利用させ、又は自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させることである。

(2) 「自己の指定する」には、特定事業者が自己の供給する商品又は提供する役務を指定する場合だけでなく、第三者の供給する商品又は提供する役務を指定する場合も該当する。「金銭、役務その他の経済上の利益」とは、協賛金、協力金等、名目のいかんを問わず行われる金銭の提供、作業への労務の提供等をいう。

(3) 「商品を購入させ」には、消費税の転嫁を受け入れる代わりに商品を購入させる場合や、商品を購入しないことに対して不利益を与える場合だけでなく、事実上、購入を余儀なくさせていると認められる場合も含まれる（「役務を利用させ」や、「その他の経済上の利益を提供させる」の考え方も同様である。）。

(4) 「特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、自己の指定する商品を購入させ、若しくは自己の指定する役務を利用させ、又は自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させる」とは、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から供給を受ける商品又は役務について、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せする代わりに、特定供給事業者に商品を購入させ、役務を利用させ又は経済上の利益を提供させる行為である。

ただし、次のような場合等、取引上合理的必要性があり、特定供給事業者に不当に不利益を与えない場合は、商品購入、役務利用又は利益提供

の要請に該当しない。

- ア 特定の仕様を指示して商品の製造を発注する際に、当該商品の内容を均質にするため又はその改善を図るため必要があるなどの合理的必要性から、当該商品の製造に必要な原材料を購入させる場合
- イ 消費税率引上げに際して、特定事業者が電子受発注システムを新たに導入し、当該システムの利用を全ての取引先との間で取引条件とするなど、受発注業務のコスト削減のために合理的必要性がある場合に、当該システムを使用させる場合

(5) 商品購入、役務利用又は利益提供の要請については、要請をした段階で、違反行為が行われる蓋然性が高いことから、要請した事実が認められた場合は、当該要請を取り消すよう指導することとする。

(6) 問題となるのは、例えば次のような場合である。

【商品購入、役務利用の要請】

- ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先にディナーショーのチケットの購入、自社の宿泊施設の利用等を要請する場合
- イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、本体価格の引下げに応じなかった取引先に対し、毎年定期的に一定金額分購入してきた商品の購入金額を増やすよう要請する場合
- ウ 自社の指定する商品を購入しなければ、消費税率引上げに伴う対価の引上げに当たって不利な取扱いをする旨を示唆する場合

【利益提供の要請】

- ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税の転嫁の程度に応じて、取引先ごとに目標金額を定め、協賛金を要請する場合
- イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、通常必要となる費用を負担することなく、取引先に対し、従業員等の派遣又は増員を要請する場合
- ウ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税率の引上げに伴う価格改定や、外税方式への価格表示の変更等に係る値札付け替え等のために、取引先に対し、従業員等の派遣を要請する場合

エ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先に対し、取引の受発注に係るシステム変更に要する費用の全部又は一部の負担を要請する場合

オ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、金型等の設計図面、特許権等の知的財産権、その他経済上の利益を無償又は通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で提供要請する場合

カ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、「10月1日以降〇%値下げ」、「10月1日以降〇%ポイント付与」等と表示したセールの実施に当たって、特定事業者が、自社の利益を確保するため、協賛金の提供又は従業員等の派遣を要請する場合

#### 5 本体価格での交渉の拒否（第3条第3号）

(1) 本体価格での交渉の拒否とは、「商品又は役務の供給の対価に係る交渉において消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出を拒むこと」である。

(2) 「消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出」とは、特定供給事業者が明示的に申し出た場合が該当することはいうまでもないが、例えば、特定供給事業者が特定事業者との交渉において、本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提示するなど、本体価格での価格交渉を希望する意図が認められる場合も該当する。

(3) 「申出を拒む」とは、特定事業者が、特定供給事業者からの申出を明示的に拒む場合が該当することはいうまでもないが、例えば、次のとおり、特定供給事業者が本体価格で価格交渉を行うことを困難にさせる場合も該当する。

ア 特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したため、本体価格に消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させる場合

イ 特定事業者が、本体価格に消費税額を加えた総額しか記載できない見積書等の様式を定め、その様式の使用を余儀なくさせる場合

(4) 本体価格での交渉を拒否した場合は、消費税転嫁対策特別措置法第3条第3号違反として、後記7で述べる違反行為に対する措置の対象となるが、本体価格での交渉を拒否し、その後の対価が消費税率引上げ前の

対価に合理的な理由がないにもかかわらず消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低くなっている事実が認められた場合は、同号に加え、第3条第1号後段（買ったとき）違反として措置の対象となる。

## 6 報復行為（第3条第4号）

(1) 報復行為とは、消費税転嫁対策特別措置法第3条第1号から第3号までに掲げる行為があるとして、「特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること」である。

(2) 消費税転嫁対策特別措置法第3条第1号から第3号までに規定する転嫁拒否等の行為に迅速かつ効果的に対処していくためには、公正取引委員会等が書面調査等を通じて積極的に違反被疑情報を集めるとともに、転嫁拒否等の被害を受けた特定供給事業者からの積極的な情報提供や調査協力を得ることが不可欠である。

転嫁拒否等の被害を受けた特定供給事業者が、自らその事実を公正取引委員会等に申し出ることや、調査に積極的に協力することは期待しにくいという実態があるところ、特定事業者による報復行為が行われた場合は、特定供給事業者による情報提供や調査協力が一層困難となり、消費税転嫁対策特別措置法の円滑な執行に支障を来すことになりかねない。

したがって、報復行為については厳正に対処し、公正取引委員会は、報復行為に該当する行為があると認めるときは、同法第6条の規定に基づき、勧告・公表することとする。

## 7 違反行為に対する措置

(1) 転嫁拒否等の行為を防止し、又は是正するために、公正取引委員会、主務大臣及び中小企業庁長官は、消費税転嫁対策特別措置法第4条の規定に基づき、特定事業者に対して必要な指導等を行うこととしている。

公正取引委員会、主務大臣及び中小企業庁長官が行う指導の内容としては、①転嫁を拒否した消費税額分を支払うこと、②遡及的に消費税率引上げ分を対価に反映させること、③転嫁と引換えに購入させた商品を引き取り、商品の代金を返還すること、④役務の利用料又は提供を受けた利益を返還すること、⑤消費税を含まない価格で価格交渉を行うこと、⑥指導に基づいて採った措置を特定供給事業者に周知すること、⑦

違反行為の再発防止のための研修を行うなど社内体制の整備のために必要な措置を講じるとともに、その内容を自社の役員及び従業員に周知徹底すること、⑧今後、転嫁拒否等の行為を繰り返さないことなどがある。

- (2) また、主務大臣及び中小企業庁長官は、消費税転嫁対策特別措置法第3条に違反する行為があると認めるときは、同法第5条の規定に基づき、「公正取引委員会に対し、この法律の規定に従い適当な措置をとるべきことを求めること」（以下「措置請求」という。）ができる。

ただし、主務大臣及び中小企業庁長官は、消費税転嫁対策特別措置法第5条第1号から第4号に該当する場合は、措置請求をするものとされている。

- (3) 公正取引委員会は、前記の措置請求を受けた場合等に調査を行い、違反する行為があると認めるときは、消費税転嫁対策特別措置法第6条の規定に基づき、特定事業者に対して前記(1)で示したような必要な措置をとるべきことを勧告し、その旨を公表することとなる。

なお、前記6に記載の報復行為は、消費税転嫁対策特別措置法第5条第4号に規定する「消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する重大な事実」に該当するものであり、主務大臣又は中小企業庁長官の措置請求があれば、公正取引委員会は速やかに調査を行い、その結果報復行為が認められれば、勧告・公表することとする。

- (4) 消費税転嫁対策特別措置法は平成33年3月31日に失効することとされているが、失効後であっても失効前に行われた違反行為については、附則第2条が定める経過措置により指導等の措置の対象となる。

## 第2 消費税率引上げに伴う優越的地位の濫用規制等に係る独占禁止法上の考え方

### 1 概要

消費税率引上げに伴い、消費税の円滑かつ適正な転嫁が行われるためには、転嫁拒否等の行為について、消費税転嫁対策特別措置法により迅速かつ効果的に対応することとともに、同法による規制の対象とならない場合でも、取引上優越した地位にある事業者が、その地位を利用して、取引の相手方に対して消費税率引上げ分の負担を不当にしわ寄せすることがないように、独占禁止法違反行為に対して厳正に対処する必要がある。このため、どのような行為が消費税率引上げの際に、優越的地位の濫用等として独占禁止法上問題となるのか、具体的な事例を示すことで、消費税率引上げに伴う取引の適正化を図ることとする。

なお、優越的地位の濫用規制に関する独占禁止法上の基本的な考え方は、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年公正取引委員会）で示しているとおりである。

### 2 問題となるのは、例えば次のような場合である。

消費税率引上げに際して、取引上優越した地位にある事業者が取引の相手方に対し、例えば次のような行為を行う場合は、優越的地位の濫用等として独占禁止法に違反するおそれがある。

#### (1) 対価の一方的設定や値引き（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

ア 既に対価が決定済みの継続的取引などにおいて、取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、消費税率引上げという事情変更を認めず、引き続き消費税率引上げ前の対価での納入を強要すること

イ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、消費税率引上げ前に対価を一方的に引き下げさせること

ウ 対価を決める際に、取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるために、自己の定めた対価を一方的に押し付けること

エ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分を転嫁できないことを理由に、あるいは、消費税率引上げに伴う自己の事務の増大に要する費用の全部又は一部を負担させるため、一旦決めた対価を一方的に値引きすること

オ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、検査基準を恣意的に厳しくして、これを満たさないことを理由に、一旦決めた対価を一方的に値引きすること

- カ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、従来の消費税率での価格交渉で妥結した対価に消費税率引上げ分を上乗せして請求された場合に、消費税率引上げ分を支払わないこと
- (2) 受領拒否、納期の延期（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）
- ア 取引の相手方に対し、消費税率引上げ以後は、現状の対価に消費税率引上げ分を加算することを申し出たことなどを理由にして、それまで発注した分の受領を拒否すること
- イ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ前と同一の対価で商品を納入させるなど消費税率引上げ前の取引条件を変更せずに、消費税率引上げ前の納期を、消費税率引上げ以後に延期すること
- ウ 消費税率引上げ時における自己の販売予測が立ちにくいため、一方的に、消費税率引上げ前の納期を消費税率引上げ以後の販売予測が見定められる期間まで延期すること
- エ 消費税率引上げ以後の課税仕入れ分として税額控除の対象とするため、消費税率引上げ前の納期を、一方的に消費税率引上げ以後に延期し、消費税率引上げ前と同一の対価で納入させること
- (3) 不当返品（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）
- ア 消費税率引上げ前に仕入れた商品を消費税率引上げ以後の課税仕入れ分として税額控除の対象とするため返品し、消費税率引上げ以後、再度、消費税率引上げ前と同一の対価で納入させること
- イ 消費税率引上げにより販売実績が販売予測を下回ったため売れ残った商品を返品すること
- (4) 支払遅延（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）
- 対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、既に決定済みの支払期日を守らず、支払を遅延すること
- (5) 協賛金等の負担の要請等（独占禁止法第2条第9項第5号ロ）
- ア 対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、取引の相手方に別途、協賛金、販売促進費等の名目で金銭の提供を強要すること
- イ 消費税率引上げに伴い、取引の受発注に係るシステムを変更する際に、取引の相手方に対し、そのシステム変更に係る費用の全部又は一部の負担を強要すること

ウ 取引の相手方に対し、対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、値札付け、値札の作成などの事務の実施、又は事務に係る費用の全部又は一部の負担を強要すること

(6) 購入・利用強制（独占禁止法第2条第9項第5号イ）

対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、取引の相手方に当該取引に係る商品以外の商品の購入を強要すること

(7) その他の取引条件の設定・変更等（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

ア 取引の相手方に対し、対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、取引の相手方の不利益となるよう支払条件、運送条件、納入条件などの取引条件を変更し、又は設定すること

イ 取引の相手方に対し、対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、消費税率引上げ分の全部又は一部に見合った分の増量を強要すること

(8) 取引拒絶（独占禁止法第2条第9項第5号ハ、不公正な取引方法（注）第2項）

取引の相手方に対し、消費税率引上げ前の対価で引き続き納入することに合意しないこと、消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為に参加していることなどを理由にして、将来の取引を拒絶すること又は取引数量を減らすこと

(9) 差別対価、差別的取扱い（独占禁止法第2条第9項第2号、同項第5号ハ、不公正な取引方法（注）第3項、第4項）

消費税率引上げ分を転嫁して取引した相手方、消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為に参加した取引の相手方、簡易課税事業者になってほしいとの要請を拒否した取引の相手方などに対し、価格、リベート、支払条件（支払時期等）、運送条件、納入などに関する取引条件又はその実施について、他の取引の相手方に比べ差別的な取扱いをすること

（注）「不公正な取引方法」とは「不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）」をいう。

### 3 消費税転嫁対策特別措置法と独占禁止法との関係

消費税転嫁対策特別措置法と独占禁止法のいずれにも違反する行為につ

いては、消費税転嫁対策特別措置法を優先して適用し、同法第7条の規定により、特定事業者が同法の勧告に従った場合、その勧告に係る違反行為と同一の行為について、重ねて独占禁止法第20条の規定（排除措置命令）及び同法第20条の6の規定（課徴金納付命令）を適用することはない。

他方、特定事業者が消費税転嫁対策特別措置法の勧告に従わない場合で、独占禁止法に違反する行為については、同法に基づき厳正に対処する。

また、消費税転嫁対策特別措置法による転嫁拒否等の行為の規制から逃れる目的で、同法が適用される取引関係から適用されない取引関係へと殊更に取引関係を変更する場合に、変更後の取引関係において独占禁止法に違反する行為が行われている場合は、同法に基づき厳正に対処することとする。

### 第3 消費税率引上げに伴う下請法上の考え方

消費税率引上げに伴い、下請取引における消費税の円滑かつ適正な転嫁が行われるためには、転嫁拒否等の行為について、消費税転嫁対策特別措置法により迅速かつ効果的に対応することとともに、同法による規制の対象とならない場合でも、親事業者が、下請法に違反して消費税率引上げ分の負担を下請事業者に不当にしわ寄せをすることがないように、下請法違反行為に対して迅速かつ的確に対処する必要がある。このため、どのような行為が消費税率引上げに際し、下請法上問題となるのか、具体的な事例を示すことで、消費税率引上げに伴う下請取引の適正化を図ることとする。

なお、下請法の運用に関する基本的な考え方は、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」(平成15年公正取引委員会事務総長通達第18号)で示しているとおりである。

#### 1 下請代金の額について

下請代金とは、下請法第2条第10項で規定しているとおり、親事業者が製造委託、修理委託、情報成果物作成委託及び役務提供委託(以下「製造委託等」という。)をした場合に下請事業者の給付(役務提供委託をした場合にあっては、役務の提供。)に対し支払うべき代金であり、消費税を含めた額である。

#### 2 下請法に違反する親事業者の行為

消費税率引上げの際に、親事業者が下請事業者に対して、例えば次のような行為を行う場合は、下請法に違反する。

消費税率引上げの際に行われる減額(下請法第4条第1項第3号)、買ったたき(下請法第4条第1項第5号)、購入・利用強制及び不当な経済上の利益提供要請(下請法第4条第1項第6号、下請法第4条第2項第3号)は消費税転嫁対策特別措置法第3条の規制の対象となるため、以下では、これら以外の行為類型を示すこととする。

##### (1) 受領拒否(下請法第4条第1項第1号)

ア 消費税率引上げ後の課税仕入分として税額控除の対象となるようにするため、消費税率引上げ前であった納期を消費税率引上げ以後に変更すること

イ 親事業者が供給する商品又は役務の取引先との間で消費税率引上げ以後の単価交渉がまとまらないことを理由に、下請事業者に対して、納期を延期し、又は発注を取り消すこと

- (2) 下請代金の支払遅延（下請法第4条第1項第2号）
- ア 消費税率引上げ以後の課税仕入分として税額控除の対象となるようにするため、消費税率引上げ前に納入されたものを消費税率引上げ以後に納入されたものとして取り扱うことにより、下請代金を支払期日の経過後に支払うこと
  - イ 消費税率引上げ前に納入されたものを帳簿上返品し、消費税率引上げ以後再度納入があったものとして取り扱うことにより、下請代金を支払期日の経過後に支払うこと
- (3) 不当返品（下請法第4条第1項第4号）
- ア 消費税率引上げ前に納入された在庫分を消費税率引上げ以後に引き取るとの約束を付して返品すること
  - イ 自己の取引先との間で消費税率引上げ以後の単価交渉が難航し、取引先への納入が順調でないとして返品すること
- (4) 割引困難な手形の交付（下請法第4条第2項第2号）
- 下請代金の額について、消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、割引を受けることが困難であると認められる手形を交付すること
- (5) 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し（下請法第4条第2項第4号）
- ア 販売時期の延期により、消費税率引上げ後の販売となったことに伴い、下請事業者が添付して納品した製品の値札を無償で差し替えさせること
  - イ 消費税率引上げ等により、製品の売行きが悪く製品在庫が急増したという理由で、下請事業者が要した費用を支払うことなく、発注した部品の一部の発注を取り消すこと

### 3 消費税転嫁対策特別措置法と下請法との関係

消費税転嫁対策特別措置法と下請法のいずれにも違反する行為については、消費税転嫁対策特別措置法を優先して適用し、特定事業者が同法第6条に基づく勧告に従った場合、当該勧告の対象となる行為に対して、下請法第7条に基づく勧告を重ねて行うことはない。

消費税転嫁対策特別措置法の対象とはならない一方で下請法に違反する前記2のような行為が行われている場合は、同法に基づき迅速かつ的確に対処することとする。

## 第2部 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為関係

### 第1 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為についての消費税転嫁対策特別措置法上の考え方

#### 1 概要

- (1) 消費税転嫁対策特別措置法第12条の規定により、事業者又は事業者団体は、公正取引委員会に届け出ることにより、消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為を独占禁止法に違反することなく行うことができる（転嫁の方法の決定に係る共同行為の場合は、一定の要件を満たす必要がある。）。

当該共同行為には、消費税法上の課税事業者、簡易課税事業者及び免税事業者のいずれも参加することができる。また、内国事業者又は外国事業者のいずれであるかも問わない。

- (2) 共同行為を行うに当たっては、「消費税の転嫁の方法又は消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為の届出に関する規則」（平成25年公正取引委員会規則第4号）で定めるところにより、事前に公正取引委員会に対しその共同行為の内容等を届け出る必要がある。

なお、共同行為に参加した事業者間で、共同行為の実効を担保するために必要な合理的範囲内の制裁を課すことを併せて決定することができるが、その場合には、これを共同行為に付随する内容として届け出る必要がある。

- (3) 共同行為が認められる期間については、平成26年4月1日から平成33年3月31日までの間における商品又は役務の供給を対象とするものであって、平成25年10月1日から平成33年3月31日までの間に行う共同行為に限られる。このため、前記の条件のいずれかを満たさない取引に係る共同行為の届出は認められない。

- (4) 共同行為を行うかどうか又はこれに参加するかどうかは個別の事業者及び事業者団体の自主的判断に委ねられており、消費税転嫁対策特別措置法により共同行為の実施や参加を義務付けるものではない。

#### 2 「消費税の転嫁の方法の決定」に係る共同行為

- (1) 「消費税の転嫁の方法の決定」に係る共同行為は、市場における価格形成力が弱い中小事業者に特に配慮して認められたものであるため、当該共同行為を実施できるのは、次の要件を備えた事業者又は事業者団体

に限られる。

(注)「事業者団体」とは、事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする事業者の集まりをいい、具体的には、〇〇協会、〇〇協議会、〇〇工業会、〇〇商店会といった業界団体や地域団体が事業者団体に該当する。

ア 共同行為が複数の事業者の間で行われる場合には、参加事業者の3分の2以上が中小事業者(注)であること

(注) 中小事業者の定義(消費税転嫁対策特別措置法第2条第3項)

業種	従業員規模・資本金規模
製造業等	300人以下又は3億円以下
卸売業	100人以下又は1億円以下
サービス業	100人以下又は5千万円以下
小売業	50人以下又は5千万円以下
(政令による特例)	
①ゴム製品製造業	900人以下又は3億円以下
②ソフトウェア業又は 情報処理サービス業	300人以下又は3億円以下
③旅館業	200人以下又は5千万円以下

イ 共同行為が事業者団体で行われる場合には、構成事業者の3分の2以上が中小事業者であること。また、事業者団体の連合会で行われる場合には、傘下の事業者団体のそれぞれの構成事業者の3分の2以上が中小事業者であること

ウ 事業者と事業者団体が共同して行う場合、事業者団体同士が共同して行う場合には、それぞれが前記ア及びイの要件を満たしていること

(2) 「消費税の転嫁の方法の決定」として行うことができる行為とは、例えば、次のような行為が該当する。

ア 各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定

イ 消費税率引上げ後に発売する新製品について、各事業者がそれぞれ自主的に定める本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定

ウ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数について、対象となる商品の値付け単位、取引慣行、上乗せ前の価格からの上昇の度合等を考慮して、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲で処理する旨の決定

(例1) 本体価格98円×8パーセント＝消費税額7.84円→8円

(例2) 本体価格93円×8パーセント＝消費税額7.44円→7円

(3) 「消費税の転嫁の方法の決定」として認められない行為としては、例えば、次のような行為が該当する。

ア 「消費税の転嫁の方法の決定」に該当しないもの

(7) 消費税率引上げ後の税抜価格又は税込価格を統一する旨の決定

(4) 消費税率引上げ分と異なる額（率）を転嫁する旨の決定

(例1) 全商品を消費税率引上げ前の税込価格から7パーセント引き上げる旨の決定

(例2) 消費税率引上げ前の税込価格から、A商品は7パーセント、B商品は5パーセントを上乗せし、C商品は据え置く旨の決定

(例3) 個別商品ごとの消費税額に関係なく、全商品を一律〇〇円引き上げる旨の決定

(例4) 軽減税率の対象品目の対価に標準税率引上げ分を上乗せする旨の決定

(5) 消費税の全部又は一部の転嫁をしないことの決定

(6) 合理的な範囲（注）を超える不当な端数処理を行う旨の決定

（注）合理的な範囲については、前記(2)ウ参照

(8) 簡易課税方式を選択する（又は選択しない）旨の決定

イ 一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を維持し若しくは引き上げることとなるとき

(例) 消費税率引上げ前の税込価格に消費税率引上げ分を上乗せする旨の共同行為を通じて消費税率引上げ分を上乗せした後の対価を不当に維持したり、消費税率引上げ分以上に対価を不当に引き上げたりすること

ウ 事業者が不公正な取引方法を用いるとき又は事業者団体が構成事業者に不公正な取引方法に該当する行為をさせるようにするとき

(例1) 事業者団体が、共同行為に参加しない構成事業者に対して、それを理由に制裁を課すことにより当該構成事業者の事業活動を困難にさせること

(例2) 共同行為に参加した事業者間で、当該共同行為に違反した事業者に対して、必要な合理的範囲を超えた制裁（事業者団体からの除名、除名と同様の効果を有する高額な過怠金等）を課すことにより、当該事業者の事業活動を困難にさせること

(例3) 共同行為の参加事業者が、共同して、取引先に対して共同行為に参加していない事業者との取引を拒絶するように仕向けること

(4) 今回の共同行為の対象は「事業者又は構成事業者が供給する商品又は役務」について、すなわち、販売についてのものであり、購入についての共同行為は対象とはならない。

3 「消費税についての表示の方法の決定」に係る共同行為

(1) 「消費税についての表示の方法の決定」に係る共同行為は、全ての事業者や事業者団体に認められる。

(2) 「消費税についての表示の方法の決定」として行うことができる行為とは、例えば、次のような行為が該当する。

ア 消費税率引上げ後の価格について統一的な表示方法を用いる旨の決定

(7) 税込価格を表示する場合

(例1) 「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示すること

(例2) 「税込価格」と「税抜価格」とを並べて表示すること

(4) 税込価格を表示しない場合（消費税転嫁対策特別措置法第10条第1項の要件を満たす場合に限る。）

(例1) 個々の値札に、税抜価格を表示した上、「+税」と表示する旨の決定

(例2) 個々の値札は税抜価格を表示した上、商品棚等の消費者に見やすい場所に、「消費税は別途いただきます」などと表示す

る旨の決定

(例3) 個々の値札は税率引上げ前のままとし、商品棚などの消費者に見やすい場所に、「消費税は新税率で計算した額を別途いただきます」などと表示する旨の決定

イ 見積書、納品書、請求書、領収書等について、消費税額を別枠表示するなど消費税についての表示方法に関する様式を作成し、統一的に使用する旨の決定

ウ 価格交渉を行う際に税抜価格を提示する旨の決定

(注) 特定事業者たる取引の相手方が税抜価格での価格交渉を拒否する場合、転嫁拒否等の行為として違法となる(消費税転嫁対策特別措置法第3条第3号)。

(3) 「消費税についての表示の方法の決定」として認められない行為としては、例えば、次のような行為が該当する。

ア 「消費税についての表示の方法の決定」に該当しないもの

形式上、表示の方法を決定するものであっても、共同行為の内容に転嫁の方法の取決めが含まれている場合には、「消費税の転嫁の方法の決定」についての届出が必要となる。

(例) 消費税率引上げ分を消費税率引上げ前の対価に上乗せした結果、計算上生じる端数を切り上げにより処理して税込価格を表示する旨の決定

イ 一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を維持し又は引き上げることとなるとき

ウ 事業者が不公正な取引方法を用いるとき又は事業者団体が事業者に不公正な取引方法に該当する行為をさせるようにするとき

## 第2 消費税率引上げに伴う転嫁及び表示に係る事業者団体等の行為についての独占禁止法上の考え方

### 1 原則として問題とならない行為

消費税の円滑かつ適正な転嫁に資する次のような行為は、消費税転嫁対策特別措置法に基づく届出によらなくても、原則として独占禁止法上問題とならない。ただし、このような活動を通じて、価格の維持、引上げ等について暗黙の了解又は共通の意思が形成されれば問題となる。

#### (1) 法令を遵守する旨の宣言

事業者又は事業者団体が、「消費税の円滑かつ適正な転嫁を行う」旨宣言することを決定することは、法令を守るという趣旨にとどまる限り問題とならない。

また、事業者又は事業者団体が、「消費税の転嫁を受け入れる」あるいは「消費税率引上げに際して、消費税転嫁対策特別措置法で禁止されている転嫁拒否等の行為や、独占禁止法で禁止されている不当な買いたたき等を行わないようにする」旨宣言することを決定することは、法令を守るという趣旨にとどまる限り問題とならない。

#### (2) 消費税の転嫁についての理解を求める要望等

事業者団体が、構成事業者の取引先事業者団体等に対し、消費税の円滑な転嫁の受入れについて一般的な理解を求める要望を行うことや、構成事業者に対して、それぞれの店頭で、「今回消費税率が引き上げられることとなったので、その負担についてお願いします」など消費税の転嫁についての理解を求める掲示を行うよう要請することは問題とならない。

#### (3) 消費税の表示に関する自主的な基準の設定

事業者又は事業者団体が、消費税に関する表示について単にひな型を示すなど自主的な基準を設定することは、構成事業者等にその遵守を強制しないものである限り問題とならない。

#### (4) 客観的資料・情報の提供等

事業者団体が、構成事業者に対して、消費税に関する客観的な資料や一般的な情報を提供したり、制度の仕組みを説明したり、関係官庁からの協力依頼の内容の通知を行うことは問題とならない。

#### (5) 過去の事実に関する情報の収集・提供

事業者団体が、需要者、構成事業者等に対して、消費税導入時又は平

成9年の引上げ時において構成事業者が採用した転嫁又は表示の方法や、消費税率引上げ後に実際に取引された価格に関する概括的な情報を任意に収集して、客観的に統計処理を行い、個々の構成事業者の転嫁状況等を明示することなく、概括的に需要者を含めて提供すること（事業者間に価格についての共通の目安を与えることのないようなものに限る。）は問題とならない。

(6) 中小企業者に対する指導

主として中小企業者を構成員とする事業者団体が、構成事業者に対して、消費税率引上げに伴って生じる原価計算の方法等企業経営上の諸問題について、合同で又は求めに応じて個別に指導することは問題とならない。

(7) 取引先等への一般的な業界の実情の説明等

事業者団体が、構成事業者の取引先等に対して、消費税の転嫁についての一般的な業界の実情を説明し、理解を要請することは問題とならない。

(8) 消費税率引上げの客観的な影響に関する広報

事業者団体が、構成事業者に対して、消費税率引上げが業界に及ぼす客観的な影響についての広報を行うことは問題とならない。

2 独占禁止法上問題となる行為

独占禁止法上問題となる事業者団体等の行為については、第2部第1に記載のとおりである。また、前記のような行為等が手段・方法となって、便乗値上げカルテル等の競争制限的行為が行われた場合には、独占禁止法に基づき厳正に対処する。

消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方

平成25年 9月10日  
 一部改定 平成27年 4月 1日  
 一部改定 平成28年 4月 1日  
 一部改定 平成28年11月28日  
 一部改定 平成31年 3月29日  
 消費者庁

第1 はじめに

1 法律の概要等

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（以下「本法」という。）は、平成26年4月1日及び平成31年10月1日における消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げに際し、消費税（地方消費税を含む。以下同じ。）の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の転嫁を阻害する行為の是正、価格の表示並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別の措置について定めている。

このうち、本法第8条（以下「本条」という。）は、以下のとおり消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示に係る事業者の遵守事項を定めている。

（事業者の遵守事項）  
 第8条 事業者は、平成26年4月1日以後における自己の供給する商品又は役務の取引について、次に掲げる表示をしてはならない。  
 一 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示  
 二 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの  
 三 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって前号に掲げる表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの（注1）（注2）

（注1）消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第八条第三号の規定による消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示に関する内閣府令

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成二十五年法律第四十一号）第八条第三号に規定する内閣府令で定める表示は、消費税に関連して取引の相手方に次に掲げる経済上の利益を提供する旨の表示であって同条第二号に掲げる表示に準ずるものとする。

- 一 物品並びに土地及び建物その他の工作物
- 二 金銭、金券、預金証書、当せん金附証票及び公社債、株券、商

品券その他の有価証券

三 供給（映画、演劇、スポーツ、旅行その他の催物等への招待又は優待を含む。）

四 便益、労務その他の役務

（注2）いわゆる「ポイントサービス」（購入額に一定率を乗じる等して算出された「ポイント」を次回購入時の支払に充てること等ができるサービスをいう。）は本条第3号の「経済上の利益」に当たり、内閣府令では第4号の「便益、労務その他の役務」に含まれる。

## 2 本条の趣旨

消費税は、最終的には消費者が負担し事業者が納付するものである。

本条は、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買いたたきや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止するものである。

なお、本条は、あくまで消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものであり、事業者の企業努力による価格設定自体を制限するものではない。また、本条に該当しない安売り、特売、セール等の宣伝や広告を禁止するものではない。

## 3 本考え方の目的

本考え方は、本条で禁止される表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等を明らかにすることにより、法運用の透明性を確保するとともに、事業者の予見可能性を高めることを目的とするものである。

## 第2 本条に係る基本的な考え方

### 1 本条の適用対象となる者

本条の適用対象となる「事業者」については、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）における「事業者」と同様であり、消費税の課税事業者に限られない。

### 2 本条における「表示」

本条における「表示」については、景品表示法における「表示」と同様、事業者が商品又は役務の供給の際に顧客を誘引するために利用するあらゆる表示が対象となる（注3）。

なお、本条が予定する典型的な場面は、小売事業者による消費者向けの表示であるが、必ずしもそれに限られるものではなく、事業者間取引における表示（例えば、事業者向けのカatalogやパンフレットの記載等）であっても、本条の対象となる。

（注3）不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件（昭和37年6月30日公正取引委員会告示第3号）

第1項 (略)

第2項 法第2条第4項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。

- 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

3 禁止される表示に関する基本的な考え方

本条は、消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものであり、「消費税は転嫁しません」、「消費税率上昇分値引きします」、「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します」等の表示は禁止されることになる（注4）。

なお、「消費税」といった文言を含まない表現については、宣伝や広告の表示全体から消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、禁止される表示には該当しない（注5）。

（注4）「消費税」といった文言を含む表現であっても、消費税分を値引きする等の宣伝や広告でなければ、本条で禁止されることはない。例えば、「毎月20日は全品8%割引セール（なお、10月1日から消費税率が10%になります。）」との表示自体では直ちに禁止されるものではない。

（注5）例えば、「消費税」といった文言を含まない表現であっても、「増税分2%値下げ」、「税率引上げ対策、10%還元セール」など、「増税」又は「税」といった文言を用いて実質的に消費税分を値引きする等の趣旨の宣伝や広告を行うことは、通常、本条で禁止される表示に該当する。

第3 禁止される具体的な表示例等

1 禁止される具体的な表示例

次のような表示は、いずれも、消費税分を値引きする等の宣伝や広告として、本条で禁止される（注6）。

（注6）本条で禁止される表示に該当するか否かは、事業者が行う宣伝や広告の表示全体から判断されることとなる。例えば、チラシに大き

く「2%値引き」と記載するとともに、同一のチラシに相対的に小さく「消費税率が引き上げられますが、当店は引上げ分の値引きで皆様を応援します。」と記載していれば、消費税分を値引きする等の表示として本条で禁止される。

- (1) 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示（第1号）
  - ア 「消費税は転嫁しません。」
  - イ 「消費税は一部の商品にしか転嫁していません。」
  - ウ 「消費税を転嫁していないので、価格が安くなっています。」
  - エ 「消費税はいただきません。」
  - オ 「消費税は当店が負担しています。」
  - カ 「消費税はおまけします。」
  - キ 「消費税はサービス。」
  - ク 「消費税還元」、「消費税還元セール」
  - ケ 「当店は消費税増税分を据え置いています。」
- (2) 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの（第2号）
  - ア 「消費税率上昇分値引きします。」
  - イ 「消費税10%分還元セール」
  - ウ 「増税分は勉強させていただきます。」
  - エ 「消費税率の引上げ分をレジにて値引きします。」
- (3) 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって第2号に掲げる表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの（第3号）
  - ア 「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します。」
  - イ 「消費税相当分の商品券を提供します。」
  - ウ 「消費税相当分のお好きな商品1つを提供します。」
  - エ 「消費税増税分を後でキャッシュバックします。」

## 2 禁止されない表示の具体例

次のような表示は、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、いずれも、消費税分を値引きする等の宣伝や広告には該当せず、本条で禁止される表示には当たらない。

- (1) 消費税との関連がはっきりしない「春の生活応援セール」、「新生活応援セール」
- (2) たまたま消費税率の引上げ幅と一致するだけの「2%値下げ」、「2%還元」、「2%ポイント還元」
- (3) たまたま消費税率と一致するだけの「10%値下げ」、「10%還元セール」、「10%ポイント進呈」

以上

## (参考) 消費税率の引上げに伴う表示に関する景品表示法の考え方

### 1 はじめに

前記のとおり、本条は、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買ったときや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止するものである。

他方、本法では、本条の規定に違反する行為について、勧告に従ったときに限り、当該勧告に係る行為を景品表示法上の措置命令の適用除外としているところ（本法第9条において読み替えて準用する本法第7条）、勧告に従わなかった場合には、当該違反行為について、景品表示法の手続に移行する可能性がある。

景品表示法の観点から、消費税率の引上げに伴う表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等は以下のとおりである。

### 2 基本的な考え方

消費税に関連して、販売価格又は料金の額（以下「販売価格等」という。）、当該販売価格等が適用される商品又は役務の範囲、当該販売価格等が適用される顧客の条件等について事実と反する表示を行うことは、一般消費者に当該事業者の販売価格等が実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく有利であるとの誤認を生じさせ、景品表示法第5条第2号が禁止する不当表示（有利誤認）に該当するおそれがある（注7）。

#### (注7) 景品表示法

第5条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 (略)

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

### 3 禁止される表示例

次のような表示は、景品表示法上問題となるおそれがある。

- (1) 消費税率引上げ前の相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格にもかかわらず、当該価格で消費税率引上げ以降も販売しているかのような「価格据え置き」等の表示（注8）
- (2) 消費税率の引上げに際して、商品の内容量を減らしているなど、当該商品の販売価格に影響する要素が同一ではないにもかかわらず、その旨を明確に示さずに行う「価格据え置き」等の表示（注8）
- (3) 実際には、その小売事業者が過去の販売価格等から消費税率の引上げ幅

又は消費税率と一致する率の値引きをしていないにもかかわらず、これらの率を値引きしているかのような「2%値引き」、「10%値引き」等の表示（注8）

- (4) 二重価格表示（自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示することをいう。）を行う場合に、税抜きの販売価格等の比較対照価格として、税込みのメーカー希望小売価格等を用いる表示
- (5) 消費税率の引上げに際して、事業者の販売価格等について、実際には消費税率の引上げ分相当額を超えて値上げしたにもかかわらず、消費税率の引上げ分相当額しか値上げしていないかのような表示
- (6) 非課税の商品又は役務は、土地、有価証券などごく限られているのに、それ以外の商品又は役務について、消費税が課税されていないかのような表示
- (7) 免税事業者でないにもかかわらず、免税事業者であるかのような表示、又は免税事業者と取引していないにもかかわらず、免税事業者と取引しているかのような表示

（注8）「価格据え置き」など過去の販売価格等のままで販売しているかのような表示や「2%値引き」など過去の販売価格等から一定率値引きしているかのような表示について、一般消費者は、通常、同一の商品が当該価格で当該表示が行われている前の相当期間販売されていたと認識するものと考えられる。したがって、消費税率引上げ直前に値上げを行った場合の値上げ後の価格や内容量を減らす前の価格など、同一の商品について最近相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格を前提に消費税率引上げ以降「価格据え置き」や「2%値引き」等の表示を行う場合は、一般消費者に消費税率引上げ以降における販売価格が、同一の商品が消費税率引上げ前の最近相当期間にわたって販売されていた価格と同じ価格である又はその価格から表示された率が値引きされているとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある（同一ではない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合の考え方は、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成12年6月30日公正取引委員会）第4の1（1）を参照。また、最近相当期間にわたって販売されていた価格についての考え方は、同考え方第4の2（1）ア（イ）及び（ウ）を参照。具体的な記載は別添を参照。）。

## 不当な価格表示についての景品表示法上の考え方（平成12年6月30日公正取引委員会）

### 第1～3（略）

### 第4 二重価格表示について

#### 1 二重価格表示についての基本的考え方

二重価格表示は、事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示するものであり、その内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択と事業者間の価格競争の促進に資する面がある。

しかし、次のように、二重価格表示において、販売価格の安さを強調するために用いられた比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

##### (1) 同一ではない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合

ア 同一ではない商品の価格との二重価格表示が行われる場合には、販売価格と比較対照価格との価格差については、商品の品質等の違いも反映されているため、二重価格表示で示された価格差のみをもって販売価格の安さを評価することが難しく、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

なお、同一ではない商品との二重価格表示であっても、一の事業者が実際に販売している二つの異なる商品について現在の販売価格を比較することは、通常、景品表示法上問題となるものではない。

イ 商品の同一性は、銘柄、品質、規格等からみて同一とみられるか否かにより判断される。

なお、衣料品等のように色やサイズの違いがあっても同一の価格で販売されるような商品については、同一の商品に該当すると考えられる。

また、ある一つの商品の新品と中古品、汚れ物、キズ物、旧型又は旧式の物（以下「中古品等」という。）とは、同一の商品とは考えられない。

野菜、鮮魚等の生鮮食料品については、一般的には、商品の同一性を判断することが難しいと考えられる。このため、生鮮食料品を対象とする二重価格表示については、後記2の(1)ウで記述するタイムサービスのように商品の同一性が明らかな場合や、一般消費者が商品の同一性を判断することが可能な場合を除き、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

##### (2)（略）

#### 2 過去の販売価格等を比較対照価格とする二重価格表示について

##### (1) 基本的考え方

ア 過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示

###### (ア)（略）

(イ) 「最近相当期間にわたって販売されていた価格」についての考え方

a 「相当期間」については、必ずしも連続した期間に限定される

ものではなく、断続的にセールが実施される場合であれば、比較対照価格で販売されていた期間を全体としてみて評価することとなる。

- b また、「販売されていた」とは、事業者が通常の販売活動において当該商品を販売していたことをいい、実際に消費者に購入された実績のあることまでは必要ではない。

他方、形式的に一定の期間にわたって販売されていたとしても、通常の販売場所とは異なる場所に陳列してあるなど販売形態が通常と異なっている場合や、単に比較対照価格とするための実績作りとして一時的に当該価格で販売していたとみられるような場合には、「販売されていた」とはみられないものである。

- (ウ) 「最近相当期間にわたって販売されていた価格」か否かの判断基準

比較対照価格が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」に当たるか否かは、当該価格で販売されていた時期及び期間、対象となっている商品の一般的価格変動の状況、当該店舗における販売形態等を考慮しつつ、個々の事案ごとに検討されることとなるが、一般的には、二重価格表示を行う最近時（最近時については、セール開始時点からさかのぼる8週間について検討されるものとするが、当該商品が販売されていた期間が8週間未満の場合には、当該期間について検討されるものとする。）において、当該価格で販売されていた期間が当該商品が販売されていた期間の過半を占めているときには、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とみてよいものと考えられる。ただし、前記の要件を満たす場合であっても、当該価格で販売されていた期間が通算して2週間未満の場合、又は当該価格で販売された最後の日から2週間以上経過している場合においては、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とはいえないものと考えられる。

(以下略)

## 総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する 考え方

平成 25 年 9 月 10 日

財 務 省

改正：平成 27 年 4 月 1 日

改正：平成 28 年 11 月 28 日

改正：平成 31 年 3 月 29 日

### 第 1 はじめに

#### 1 総額表示義務に関する特例の趣旨及び概要

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」（平成 25 年法律第 41 号。以下「本法」という。）第 10 条第 1 項は、二度にわたる消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保及び事業者による値札の貼り替え等の事務負担に配慮する観点から、本法の施行日（平成 25 年 10 月 1 日）から、本法が失効する平成 33 年 3 月 31 日までの間、消費税法（昭和 63 年法律第 108 号）第 63 条に規定する総額表示義務の特例として、税込価格を表示することを要しないものとしているが、消費者の利便性にも配慮する観点から、本特例の適用を受けるための要件として、「現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置」（以下「誤認防止措置」という。）を講じることを求めている。

また、本法第 10 条第 2 項は、消費者の利便性に配慮する観点から、平成 33 年 3 月 31 日までの間であっても、本特例により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならないと規定している。

#### （総額表示義務に関する消費税法の特例）

第 10 条 事業者（消費税法（昭和 63 年法律第 108 号）第 63 条に規定する事業者をいう。以下この条において同じ。）は、自己の供給する商品又は役務の価格を表示する場合において、今次の消費税率引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、現に表示する価格が税込価格（消費税を含めた価格をいう。以下この章において同じ。）であると誤認されないための措置を講じているときに限り、同法第 63 条の規定にかかわらず、税込価格を表示することを要しない。

2 前項の規定により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならない。

3 （省略）

#### 消費税法

(価格の表示)

第 63 条 事業者（第 9 条第 1 項本文の規定により消費税を納める義務が免除される事業者を除く。）は、不特定かつ多数の者に課税資産の譲渡等（第 7 条第 1 項、第 8 条第 1 項その他の法律又は条約の規定により消費税が免除されるものを除く。以下この条において同じ。）を行う場合（専ら他の事業者に課税資産の譲渡等を行う場合を除く。）において、あらかじめ課税資産の譲渡等に係る資産又は役務の価格を表示するときは、当該資産又は役務に係る消費税額及び地方消費税額の合計額に相当する額を含めた価格を表示しなければならない。

## 2 本考え方の目的

本考え方は、総額表示義務の特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置の考え方及び例を示すことにより、法解釈の明確化を図ることを通じ、事業者の予見可能性を確保するとともに、消費者が商品等の選択を行う際の価格表示に関する誤認を防止することを目的とするものである。

## 第 2 基本的な考え方

1 誤認防止措置としての表示は、消費者が商品等を選択する際に、明瞭に認識できる方法で行う必要がある。

このため、次のような場合には、誤認防止措置が講じられていることにはならない。

(1) 誤認防止のための表示が、例えば商品等の代金決済を行う段階までなされておらず、消費者が商品等を選択する際には、表示価格が税込価格でないことを認識できない場合

(注) 例えば、誤認防止のための表示が、

ア 店内のレジ周辺だけで行われている

イ 商品カタログの申込用紙だけに記載されている

ウ インターネットのウェブページにおける決済画面だけに記載されている

ことなどにより、消費者が商品を選択する際に認識できない形で行われている場合がこの場合に該当する。

(2) 誤認防止のための表示が、一般消費者にとって見づらいものであるなど、明瞭になされていない場合

(注 1) 表示が明瞭になされているか否かについての考え方は、「総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方」（平成 25 年 9 月 10 日消費者庁）の「第 2 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方」と基本的に同様である。

(注 2) 誤認防止措置としての表示は、当該表示が主に対象としている消費者

にとって明瞭に認識できるように行う必要がある。例えば、主に走行中の車の中にいる者を対象とした看板等の場合、表示価格が税込価格でないことを歩行者が明瞭に認識できるだけでは不十分であり、走行中の車の中からでも明瞭に認識できるような表示とする必要がある。

2 値札の貼り替え等を行う移行期間等において、店内等の一部の商品等について税抜価格のみの表示や旧税率に基づく税込価格等の表示を行わざるを得ない場合には、店内等のどの商品等の価格が税抜価格のみの表示や旧税率に基づく税込価格等の表示になっているのかを明らかにする必要がある。

(注) 例えば、次のような方法が考えられる。

- (1) 個々の値札において税抜価格である旨や税込価格の計算に当たって用いた税率を明示する方法
- (2) 値札の色によって区分する方法
- (3) 商品棚等に税抜価格である旨や税込価格の計算に当たって用いた税率を明示する方法

### 第3 税抜価格のみを表示する場合の誤認防止措置

#### 1 個々の値札等において税抜価格であることを明示する例

値札、チラシ、看板、ポスター、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において、商品等の価格を税抜価格のみで表示する場合、例えば次のような表示が誤認防止措置に該当する。

- (1) ○○○円 (税抜き)
- (2) ○○○円 (税抜価格)
- (3) ○○○円 (税別)
- (4) ○○○円 (税別価格)
- (5) ○○○円 (本体)
- (6) ○○○円 (本体価格)
- (7) ○○○円+税
- (8) ○○○円+消費税

#### 2 店内における掲示等により一括して税抜価格であることを明示する例

個々の値札等において税抜価格を明示することが困難である場合、例えば次のような表示も誤認防止措置に該当する。

なお、店内等の一部の商品等について税抜価格のみの表示を行う場合には、第2の2の考え方により、どの商品等の価格が税抜価格のみの表示となっているの

かを明らかにする必要がある。

(1) 店内における表示の例

個々の値札等においては「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、店内の消費者が商品等を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「当店の価格は全て税抜表示となっています。」といった掲示を行う。

(2) チラシ、商品カタログ、インターネットのウェブページ等における表示の例

チラシ、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において、個別の商品価格の部分には「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、消費者が商品を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「本チラシ（本カタログ、本ウェブページ等）の価格は全て税抜表示となっています。」といった表示を行う。

#### 第4 旧税率に基づく税込価格等で価格表示されている場合の誤認防止措置

消費税法第63条に規定する総額表示義務は、その時点で適用される税率に基づく税込価格を表示することを求めるものであるが、消費税率引上げの前後においては、値札の貼替えが間に合わない等の事情により、新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合や、前もって値札の貼替えが行われることにより、新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示が行われる場合も生じ得るところであり、これらの場合も本特例の対象となり得る。

このような場合における誤認防止措置としては、例えば以下のような表示が該当する。

なお、店内等の一部の商品等についてのみ旧税率又は新税率の表示を行う場合には、第2の2の考え方により、どの商品等の価格が旧税率又は新税率の表示となっているのかを明らかにする必要がある。

##### 1 新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合

個々の値札等においては「〇〇〇円」と旧税率に基づく税込価格を表示し、別途、店内の消費者が商品等を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「旧税率（8%）に基づく税込価格を表示している商品については、レジにてあらためて新税率（10%）に基づき精算させていただきます。」といった掲示を行う。

##### 2 新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示が行われる場合

個々の値札等においては「〇〇〇円」と新税率に基づく税込価格を表示し、別途、当該商品の置かれている棚等の消費者が商品等を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「既に新税率（10%）に基づく税込価格を表示している商品については、9月30日まではレジにて8%の税率により精算させていただきます。」といった掲示を行う。

総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の  
適用除外についての考え方

平成25年9月10日  
一部改定 平成27年4月1日  
一部改定 平成28年4月1日  
一部改定 平成28年11月28日  
一部改定 平成31年3月29日  
消費者庁

第1 はじめに

1 法律の概要等

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（以下「本法」という。）は、平成26年4月1日及び平成31年10月1日における消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げに際し、消費税（地方消費税を含む。以下同じ。）の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の転嫁を阻害する行為の是正、価格の表示並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別の措置について定めている。

本法第10条は、消費税法第63条が定める総額表示義務の特例を規定しているところ、本法第10条第3項は、自己の供給する商品又は役務の税込価格を表示する場合において、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、税込価格に併せて、消費税を含まない価格（以下「税抜価格」という。）又は消費税の額を併記する旨を定めている。

また、本法第11条（以下「本条」という。）は、本法第10条第3項が定める場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、税抜価格の表示につき、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第5条の規定を適用しない旨を定めている。

（総額表示義務に関する消費税法の特例）

第10条 事業者（消費税法（昭和63年法律第108号）第63条に規定する事業者をいう。以下この条において同じ。）は、自己の供給する商品又は役務の価格を表示する場合において、今次の消費税率引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、現に表示する価格が税込価格（消費税を含めた価格をいう。以下この章において同じ。）であると誤認されないための措置を講じているときに限り、同法第63条の規定にかかわらず、税込価格を表示することを要

しない。

- 2 前項の規定により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならない。
- 3 事業者は、自己の供給する商品又は役務の税込価格を表示する場合において、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、税込価格に併せて、消費税を含まない価格又は消費税の額を表示するものとする。

(不当景品類及び不当表示防止法の適用除外)

第 11 条 前条第 3 項の場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、当該消費税を含まない価格の表示については、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）第 5 条の規定は、適用しない。

## 2 本条の趣旨

本法第 10 条第 3 項の規定に従って税込価格と税抜価格を併記する場合、その表示方法によっては、当該表示価格が税込価格でないにもかかわらず税込価格であると一般消費者に誤認を与え、景品表示法第 5 条により禁止される表示（価格についての表示であることから、具体的には、同条第 2 号（有利誤認））に該当する可能性がある（注 1）。

一方、税込価格と税抜価格が併記される場合において、税込価格が明瞭に表示されている場合には、価格について一般消費者に誤認を与えることとはならないため、景品表示法第 5 条の適用が除外される旨を確認的に規定したものである。

(注 1) 景品表示法

(不当な表示の禁止)

第 5 条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 (略)

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

第 2 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方

前記第1の2のとおり、税込価格と税抜価格を併記する場合において、景品表示法で禁止される表示に該当するのは、表示されている税抜価格を税込価格であると一般消費者が誤認する場合である。したがって、税込価格に併せて税抜価格を表示する場合に、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤解されることがないように表示されていれば、税込価格が明瞭に表示されているといえる。

また、この判断に当たっては、基本的に以下の要素が総合的に勘案される（注2）。

#### 1 税込価格表示の文字の大きさ

税込価格表示の文字の大きさが著しく小さいため、一般消費者が税込価格表示を見落としてしまう可能性があるか否か。

#### 2 文字間余白、行間余白

余白の大きさ、一定幅当たりの文字数等から、税込価格が一般消費者にとって見づらくないか否か。

#### 3 背景の色との対照性

例えば、明るい水色、オレンジ色、黄色の背景に、白色の文字で税込価格を表示するといったように分かりにくい色の組合せになっていないか否か。

背景の色と税込価格の表示の文字の色とは、対照的な色の組合せとすることが望ましい。また、背景の色と税込価格の表示の文字の色との対照性が必ずしも十分ではない場合には、税込価格の表示に下線を引くことなどによって、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤解されることがないように表示する必要がある。

（注2）このほか、例えば、一般消費者が手に取って見るような表示物なのか、鉄道の駅構内のポスター、限られた時間のテレビコマーシャル等、一般消費者が離れた場所から目にしたり、短時間しか目にすることができないような表示物なのかなど、表示媒体ごとの特徴も、税込価格が明瞭に表示されているか否かの判断に当たって勘案される場合がある。

また、例えば、主に走行中の車の中にいる者を対象とした看板等の場合、表示価格が税込価格でないことを歩行者が明瞭に認識できるだけでは不十分であり、走行中の車の中からも明瞭に認識できるような表示とする必要がある。

なお、消費税総額表示制度の導入後に、ガソリンスタンドにおいてガソリンの販売価格をサインポール又は看板に表示するに当たり、税

抜価格を記載したことが景品表示法に違反するおそれがあるとして警告が行われた事例がある（平成17年12月27日公正取引委員会警告）。

### 第3 具体例

#### 1 明瞭に表示されているといえる例

9,800円（税込10,780円）

9,800円（税込10,780円）

9,800円（税込10,780円）

9,800円（税込10,780円）

#### 2 明瞭に表示されているとはいえない例

##### (1) 税込価格表示の文字の大きさに問題がある例

9,800円（税込10,780円）

##### (2) 文字間余白、行間余白に問題がある例（一定幅当たりの文字数に問題がある場合）

9,800円（税込10,780円）

##### (3) 背景の色との対照性に問題がある例

9,800円（税込10,780円）

以上

## 家内労働法の概要

厚生労働省

## 家内労働法とは

家内労働者の労働条件の向上と家内労働者の生活の安定を図ることを目的として、家内労働手帳の交付の徹底、工賃支払いの確保、最低工賃、安全衛生の措置などについて定めた法律です。

この法律は、家内労働者の労働条件の最低基準を定めたもので、委託者および家内労働者は、この基準より労働条件を低下させてはならないことはもちろん、その向上を図るように努めなければなりません。

## 家内労働者とは

以下の要件をすべて備えた者です。

- ① 製造・加工業者や販売業者(問屋など)またはこれらの請負業者などから委託を受けること。
- ② 物品の提供を受け、その物品を部品・附属品または原材料とする物品の製造、加工などに従事すること。
- ③ 委託者の業務の目的である物品の製造加工などを行うこと。
- ④ 主として、労働の対価を得るために働くものであること。
- ⑤ 自分ひとり、または同居の家族とともに仕事をし、常態として他人を使用しないこと。

- 家内労働者数は、平成29年は、10万8,275人いました。  
(男性は1万1,335人、女性は9万6,940人。女性が89.5%)
- 業種別では、衣服の縫製、ニットの編立てなどの「繊維工業」が26.4%と最も多く、次いでコネクター差しなどの「電気機械器具製造業」が11.4%となっています。
- 家庭の主婦などが従事する内職的家内労働者が94.9%、世帯主が本業として従事する専門的家内労働者は4.2%、農業や漁業の従事者が本業の合間に従事する副業的家内労働者は0.9%です。

## 委託者とは

以下の要件をすべて備えた者です。

- ① 製造・加工業者や販売業者(問屋など)またはこれらの請負業者などであること。
- ② その業務の目的物である物品について、仕事を委託すること。
- ③ 仕事を委託するときに、原則として、原材料などの物品を提供して、その物品を部品、附属品、または原材料とする物品の製造、加工などを頼むこと。
- ④ 家内労働者に直接仕事を委託すること。

- 委託者は、平成29年は、7,499人いました。  
(製造または販売業者が7,163、製造または販売業者から製造、加工などを請け負い、これを家内労働者に委託する請負業者が336)
- 業種別では、「繊維工業」が38.5%と最も多く、次いで「電気機械器具製造業」が9.6%となっています。
- 1委託者当たりの平均家内労働者数は14.4人です。

委託者には、以下のような義務などが課せられています。

### ① 家内労働手帳の交付(委託条件の文書明示)

委託者は、家内労働者に対し家内労働手帳を交付し、委託のつど、必要事項(家内労働者の氏名、委託者の氏名、営業所の名称・所在地、工賃の支払い方法、その他の委託条件など)を記入しなければなりません。

### ② 就業時間

家内労働者が過剰に長時間働くことにより健康を害したり、同業者との過当競争により工賃単価が低下するなどの弊害を生じないように、委託者は、家内労働者が長時間労働をしなければならないような委託をしないよう努めなければなりません。

また、家内労働者も、そのような委託を受けないよう努めなければなりません。

### ③ 委託の打ちきり予告

委託者は、同じ家内労働者に6月以上、継続して委託している場合に、その委託を打ち切ろうとするときは、ただちにその旨を家内労働者に予告するよう努めなければなりません。

#### ④ 工賃の支払い

- ① 工賃は、原則として、通貨でその全額を支払わなければなりません。  
(家内労働者の同意がある場合は、郵便為替の交付、銀行等の預金口座等への振り込みも可。)
- ② 工賃は、原則として、家内労働者から物品を受領した日から1ヶ月以内に支払わなければなりません。
- ③ 委託者は、原則として、工賃の支払いや原材料、製品などの受け渡しを、家内労働者が実際に作業に従事する場所で行うよう努めなければなりません。

#### ⑤ 最低工賃

- ① 最低工賃とは、ある物品について、その一定の単位ごとに工賃の最低額を定めるものです。
- ② 厚生労働大臣又は都道府県労働局長は、一定の地域内で一定の業務に従事する工賃の低い家内労働者の労働条件の改善を図るため必要があると認めるときは、審議会の意見を聴いて、最低工賃を設定することができます。
- ③ 最低工賃が決まれば、委託者は、決められた最低工賃額以上の工賃を支払わなければなりません。また、委託者が最低工賃額に満たない工賃額を家内労働者と取り決めたとしても、その取り決めは無効であり、最低工賃額以上の工賃を支払わなければなりません。

#### ⑥ 安全及び衛生に関する措置

家内労働は、一般に家内労働者の自宅を作業場として行われ、その作業環境は、家内労働者自らが管理しているので、そこから発生する危害については、すべて委託者の責任ということはありませんが、委託者が、委託業務に関して一定の機械器具または原材料などを家内労働者に譲渡、貸与、または提供する場合には、これらによる危害を防止するため、委託者において必要な措置を講じなければなりません。

(例)

- ・プレス機械などへの安全装置の取り付け
- ・安全装置などの規格具備の確認
- ・機械・器具への防護措置
- ・危害防止のための書面交付など 等

## ⑦ 届出と備え付け

- ① 委託者は、委託状況届、家内労働死傷病届などを労働基準監督署に提出しなければなりません。

※委託状況届：

委託者になった場合には遅滞なく、それ以後は毎年4月1日現在の状況について4月30日までに提出する必要があります。委託業務の内容、家内労働者数などを記入したものです。

※家内労働者死傷病届：

委託した業務のため、家内労働者または補助者がけがや病気で4日以上仕事を休んだ場合や死亡した場合、労働基準監督署に遅滞なく提出しなければなりません。

- ② 委託者は、家内労働者ごとに、氏名や工賃の支払い額など、必要な事項を記入した帳簿を作成し、営業所に備え付けておかなければなりません。

## ⑧ 申告

家内労働者や補助者は、家内労働法や同法に基づく命令に違反する事実が委託者にある場合は、都道府県労働局または労働基準監督署に申告することができます。

## ⑨ 罰則

これまでのうち、努力義務になっているもの以外は、それに違反すればすべて罰則の適用があります。また、委託者の代理人、使用人その他の従業員が違反行為をしたときは、本人が罰せられるだけでなく、委託者にも罰金刑が科せられます。