

広告業界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22年6月改訂

平成26年3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

令和7年3月改訂

経済産業省

目次

1.	はじめに	
2.	対象となる法令	1
2.1.	下請法	1
2.2.	独占禁止法	3
2.3.	フリーランス・事業者間取引適正化等法	3
2.4.	著作権法	4
2.5.	不正競争防止法	4
3.	下請法はどのような取引に適用されるか（適用範囲）	6
3.1.	法が定める資本金区分に当てはまるか？（取引当事者の要件）	6
3.2.	トンネル会社の規制（第2条第9項）	7
3.3.	法に定める委託取引に該当するか？（取引態様の要件）	8
4.	親事業者のすべき4つの義務	15
4.1.	書面の交付義務（第3条）	15
4.2.	支払期日を定める義務（第2条の2）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第4条が該当	19
4.3.	書類の作成・保存義務（第5条）	21
4.4.	遅延利息の支払義務（第4条の2）	22
5.	親事業者がしてはいけない禁止事項	23
5.1.	受領拒否の禁止（第4条第1項第1号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第1号が該当	24
5.2.	下請代金の支払遅延の禁止（第4条第1項第2号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第4条第5項が該当	25
5.3.	下請代金の減額の禁止（第4条第1項第3号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第2号が該当	28
5.4.	返品禁止（第4条第1項第4号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第3号が該当	31
5.5.	買ったたきの禁止（第4条第1項第5号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第4号が該当	32
5.6.	購入・利用強制の禁止（第4条第1項第6号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第5号が該当	34
5.7.	報復措置の禁止（第4条第1項第7号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第6条第3項が該当	35
5.8.	有償支給原材料等の対価の早期決済（第4条第2項第1号）	35
5.9.	割引困難な手形の交付の禁止（第4条第2項第2号）	35
5.10.	不当な経済上の利益の提供要請の禁止（第4条第2項第3号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第2項第1号が該当	36
5.11.	不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止（第4条第2項第4号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第2項第2号が該当	37
6.	立入検査・勧告・罰則等（第6条, 7条, 9条~12条）	41

6.1. 報告・立入検査※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第6条、7条、8条、9条、11条、 24条が該当	41
6.2. その他下請中小企業の振興のため必要な事項	42
6.3. 公正取引委員会による勧告及び指導事例	45
6.4. 参考資料	49

1. はじめに

下請中小企業は、我が国産業の広範な分野における社会的分業の担い手として、様々な製品やサービスの重要な部分を提供するなど、我が国経済の発展と国際競争力の向上に極めて重要な役割を果たしています。しかし、下請中小企業を取り巻く環境は近年大きく変化し、多くの局面では厳しさを増しています。変化の中にあつて、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、まず、自らを取り巻く環境変化や、直面する経営課題を的確に把握し、体質改善、経営基盤の強化を進めるとともに、生産性を高め、技術力・サービス力の向上に努めることが不可欠であり、このための一層の自助努力が重要です。

しかしながら、下請中小企業の事業活動は親事業者の発注のあり方に左右されやすい面があることから、下請事業者の体質改善、経営基盤の強化には、発注方式の面で親事業者の協力が不可欠です。

こうした連携や協力について、親企業としては、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、すなわち、下請事業者の競争力は親事業者自らの競争力の問題であることを認識しつつ、積極的に対応することが求められます。また、下請事業者との円滑な関係が親事業者の長期的な競争力に影響するものであることを認識の上、下請事業者との連携を長期的な観点から把握し、信頼関係を永続的に維持していく努力を払うことが望まれます。今後とも我が国経済が健全な発展を遂げ、同時に豊かな国民生活を実現していくためには、我が国経済に広範に広がる下請分業システムにおける不公正、不透明な取引を排除するとともに、親企業と下請中小企業とが、相互の理解と信頼の下に協力関係を築き、共存共栄を図っていくことが必要です。

このため、広告業界においても、いわゆる「下請 2 法」すなわち下請中小企業振興法及び下請代金支払遅延等防止法及び関連諸規定の厳正な遵守が求められます。

下請中小企業振興法は、下請事業者の自立を支援するための環境整備を行うことを目的とし、国は、親事業者と下請事業者が望ましい取引を行うための指針として「振興基準」を定めています。広告業界において、この「振興基準」を十分尊重することが求められます。

また、下請代金支払遅延等防止法は、親事業者と下請事業者の適正な取引の実現と下請事業者の利益を保護することを目的としています。

親事業者と下請事業者の適正な取引を推進するため、経済産業省では、平成 19 年度に「広告業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」を策定しました。本ガイドラインが親事業者と下請事業者の適正な取引の推進、広告業界のサプライチェーン全体での取引適正化の推進の一助となることを願います。

2. 対象となる法令

広告制作において適用される法律としては、民商法や刑法などの一般法のほか、下請法、独占禁止法、特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律（以下、「フリーランス・事業者間取引適正化等法」という。）、著作権法などがあります。本ガイドラインは、主として下請法及び独占禁止法を対象としています。下請法は、独占禁止法の補完法であり、下請法の対象とならない取引であっても、独占禁止法の問題となるおそれがある他、フリーランスとの取引の場合には、フリーランス・事業者間取引適正化等法の問題となるおそれもあります。

2.1. 下請法

下請法は、下請取引の公正化・下請事業者の利益保護を目的に設けられています。下請法の対象となる取引は事業者の資本金規模と取引の内容で定義されており、定義に合致する下請法対象取引の場合、親事業者は書面発注等の4つの義務と、支払遅延等の11の禁止事項について同法の適用を受けることになります。

2.1.1. 下請法違反行為の性格

下請取引における下請代金の支払遅延等の行為類型は、独占禁止法の「不公正な取引方法」のうち「優越的地位の濫用」の行為類型と同趣旨です。下請法において勧告がなされ、親事業者がこれに従わない場合には、独占禁止法に基づく排除措置命令や課徴金納付命令が行われることがあります。

2.1.2. 独占禁止法による規制

優越的地位の濫用を独占禁止法により規制する場合は、当該行為が、

- ・ 取引上優越した地位を利用したものかどうか。
- ・ 不当に不利益なものかどうか。

を個別に認定する必要があります。

そのため、独占禁止法によるこの認定手続には相当の期間を要し、問題解決の時機を失するおそれがあることも考えられます。

2.1.3. 下請法の必要性

下請事業者の利益を保護するために、独占禁止法の違反事件処理手続とは別の簡易迅速な手続が必要とされ、下請代金支払遅延等防止法（以下「下請法」という。）が、昭和31年に独占禁止法の特別法（補完法）として制定されました。

2.1.4. 下請法の目的

下請法は、

- ・ 適用対象を明確にすること
- ・ 優越的地位の濫用及び違反行為の排除措置の内容を具体的に法定すること

等、違反行為の要件を明確化し、迅速かつ効果的に下請取引の公正化と下請事業者の保護を図ろうとするものです。

下請法の規制は、独占禁止法の優越的地位の濫用規制と一体のものとして理解されるべきものです。下請法の対象となっていない取引や行為（事業者）についても、下請法に定める禁止行為を行えば、独占禁止法の優越的地位の濫用として問題となるおそれがあります。

図表 2-1 下請法の概要

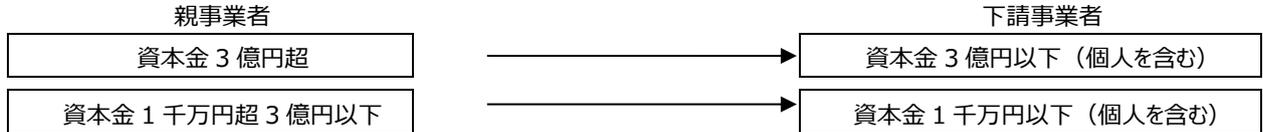
(1) 目的…………… (第1条)

下請取引の公正化・下請事業者の利益保護

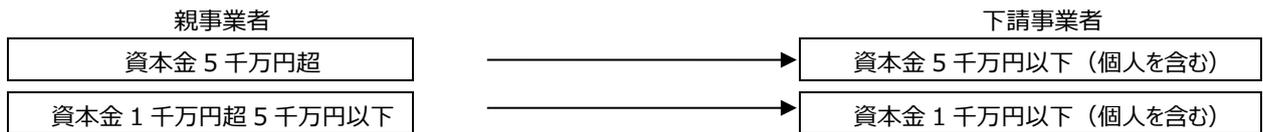
(2) 親事業者、下請事業者の定義…………… (第2条第1項～第8項)

下請法の対象となる取引は事業者の資本金規模と取引の内容で定義。

① 物品の製造・修理委託及び政令で定める情報成果物・役務提供委託を行う場合



② 情報成果物作成・役務提供委託を行う場合 (①の情報成果物・役務提供委託を除く。)



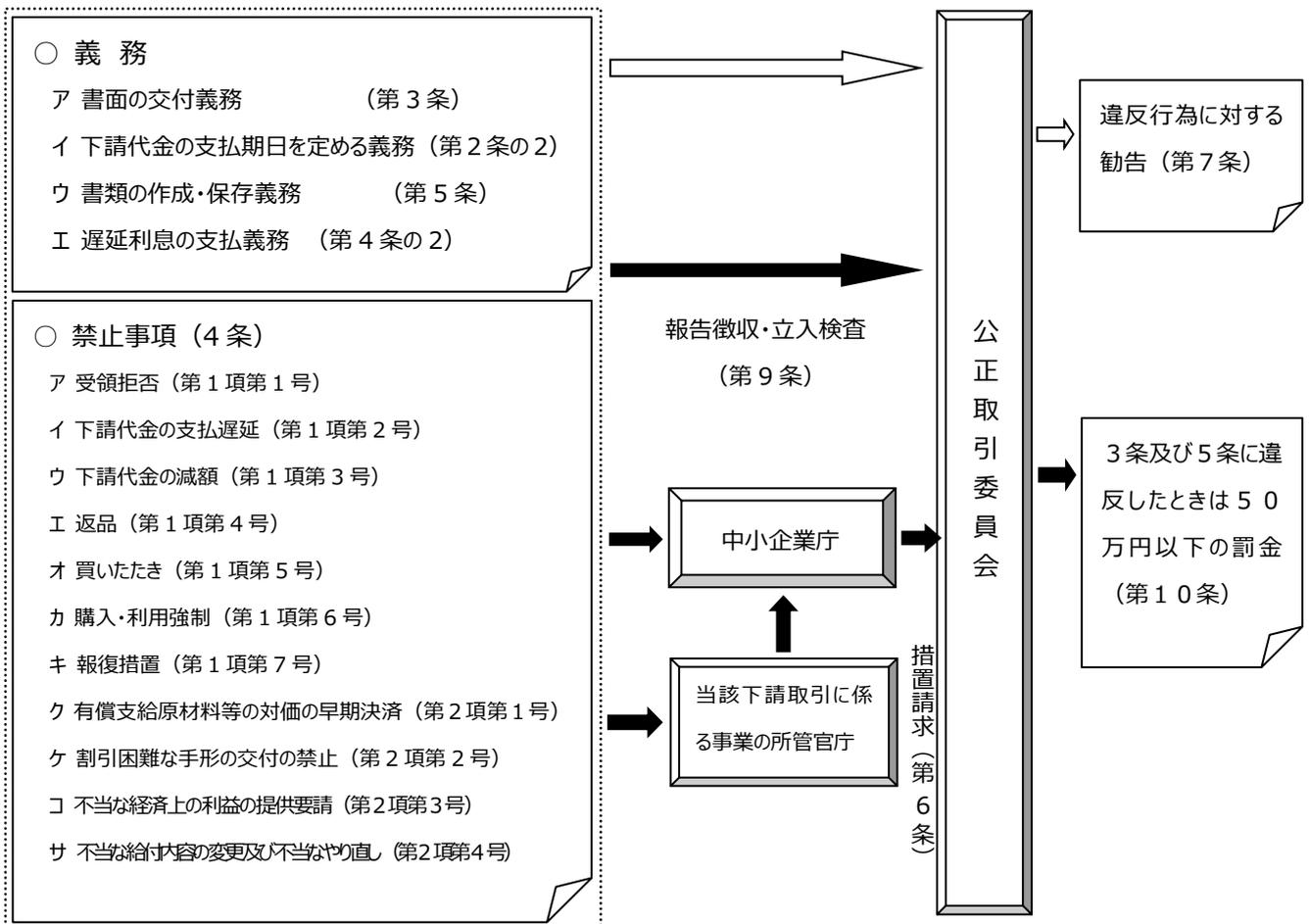
(3) 親事業者の義務…………… (第2条の2, 第3条, 第4条の2, 第5条)

禁止事項…………… (第4条)

(4) 報告徴収・立入検査…………… (第9条)

(5) 勧告 (行政指導による是正) …………… (第7条)

<概念図>



2.2. 独占禁止法

例えば、発注者が受注者に対して優越的な地位にある場合に、当該発注者の受注者に対する、正常な商慣習に照らして不当に、不利益を与える行為（取引の対価の一方的決定等）が禁止されています（いわゆる「優越的地位の濫用」）。

2.3. フリーランス・事業者間取引適正化等法

広告代理店や広告制作会社、広告主と取引を行うフリーランスの事業者が存在することから、令和6年11月1日に施行されたフリーランス・事業者間取引適正化等法及び同法に関連する政省令、各種ガイドラインについても、参照することが必要です¹。

フリーランス・事業者間取引適正化等法の対象となる当事者・取引の定義は以下のとおりです。

図表 2-2 フリーランス・事業者間取引適正化等法の対象となる当事者・取引の定義

- | |
|---|
| <p>(1) 「特定受託事業者²」とは、業務委託の相手方である事業者であって従業員を使用しないものをいう。</p> <p>(2) 「特定受託業務従事者」とは、特定受託事業者である個人及び特定受託事業者である法人の代表者をいう。</p> <p>(3) 「業務委託」とは、事業者がその事業のために他の事業者に物品の製造、情報成果物の作成又は役務の提供を委託することをいう。</p> <p>(4) 「特定業務委託事業者³」とは、特定受託事業者に業務委託をする事業者であって、従業員を使用するものをいう。</p> <p>※ 「従業員」には、短時間・短期間等の一時的に雇用される者は含まない⁴。</p> |
|---|

¹ フリーランス・事業者間取引適正化等法の詳細は、公正取引委員会ウェブサイトを参照のこと。

https://www.jftc.go.jp/flaw_limited.html

² 「特定受託事業者」の定義として、フリーランス・事業者間取引適正化等法第2条1項にて、「一 個人であって、従業員を使用しないもの」、「二 法人であって、一の代表者以外に他の役員（理事、取締役、執行役、業務を執行する社員、監事若しくは監査役又はこれらに準ずる者をいう。第六項第二号において同じ。）がなく、かつ、従業員を使用しないもの」のいずれかに該当するものと定義されている。

<https://laws.e-gov.go.jp/law/505AC0000000025>

³ 「特定業務委託事業者」の定義として、フリーランス・事業者間取引適正化等法第2条6項にて、「一 個人であって、従業員を使用するもの」、「二 法人であって、二以上の役員があり、又は従業員を使用するもの」のいずれかに該当するものと定義されている。

<https://laws.e-gov.go.jp/law/505AC0000000025>

⁴ 「従業員の使用」について、「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律の考え方」では、次のように定義されている「① 1週間の所定労働時間が20時間以上であり、かつ、②継続して31日以上雇用されることが見込まれる労働者（労働基準法（昭和22年法律第49号）第9条に規定する労働者をいう。）を雇用すること。ただし、労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の保護等に関する法律（昭和60年法律第88号）第2条第4号に規定する派遣先として、① 1週間の所定労働時間が20時間以上であり、かつ、②継続して31日以上労働者派遣の役務の提供を受けることが見込まれる派遣労働者を受け入れる場合には、当該派遣労働者を雇用していないものの、「従業員を使用」に該当する。なお、事業に同居親族のみを使用している場合には、「従業員を使用」に該当しない。」

<https://www.mhlw.go.jp/content/001259281.pdf>

広告業界で働くフリーランスは、従業員を使用せず、個人で業務委託を受けて働く場合、「特定受託事業者」の定義に合致し、フリーランス・事業者間取引適正化等法の対象となります。なお、フリーランス・事業者間取引適正化等法と独占禁止法、下請法のいずれにも違反する場合には、それぞれ、原則としてフリーランス・事業者間取引適正化等法が優先的に執行されます。

2.4. 著作権法

広告制作に用いられる映像や写真、イラスト等の素材は、著作物であるケースが多く、これらの素材の著作権は、原則として著作物を創作した著作者に帰属します。広告制作にあたり、著作権の取り扱い（譲渡・ライセンス等）についても、重要な取引条件となりえます。そのため、著作権の取り扱いについて、認識の相違がないよう、取引開始前の協議を十分に行うことや、権利の譲渡や利用許諾の具体的な内容について、書面で記録を残しておくことが重要です。

2.4.1. 問題となるおそれのある事例

- 何も考えず著作権譲渡契約を結んだことで、譲渡先の企業が著作物を想定より長期間使用したり、想定していない使用をされてしまったことがあった。結果として、発注者が競業案件を手掛けるクリエイターへの発注を避ける慣習により、別の企業からの取引が成立しないことがあった。（フリーランス イラストレーター）
- クリエイターが自身の著作物の用途を制御できない場合、クリエイターが取引終了後に競業案件を受注できるかどうかを左右するおそれがあります。そのため、著作権の扱いは、十分な協議の上、決定することが重要です。例えば、著作権を親事業者へ譲渡する場合に、その代金が報酬に反映されていない場合には、「買ったとき」として下請法上問題となるおそれがあります。著作権の中でも、「翻案権」（著作権法 27 条）や「二次的著作物の利用に関する原著作者の権利」（同法 28 条）を譲渡する場合は、クリエイターが納品した著作物をもとに、親事業者が新たな著作物を創作することが可能となってしまうため、注意が必要です。対応策としては、①「複製権」や「公衆送信権」に限った譲渡である旨を記載する、②「翻案権」と「二次的著作物の利用に関する原著作者の権利」を譲渡する分の対価を上乗せする等が考えられます。

2.5. 不正競争防止法

不正競争防止法は、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・損害賠償請求等の対象としているとともに、一定の悪質な行為については、併せて刑事罰の対象ともしています。

また、経済産業省では、企業実務において課題となってきた営業秘密の定義等についての一つの考え方を示すものとして、「営業秘密管理指針」を公表しています⁵。各事業者においては、同指針や別途策定する「秘密情報の保護ハンドブック ～企業価値向上にむけて～」を参照するなどして営業秘密の取扱いについての理解を深めるとともに、親事業者にあつては、下請事業者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ます。

⁵ 営業秘密の管理及び営業秘密管理指針の詳細は、経済産業省ウェブサイトを参照のこと。

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/trade-secret.html>

図表 2-3 フリーランス・事業者における不正競争防止法への配慮の例

- 大量の情報をやみくもに営業秘密として管理することは、管理の実効性等を低下させるおそれがあることから、管理すべき情報を絞り込み、合理的な管理をすることが重要。
- コンプライアンスの観点から、自社の従業員が他社の営業秘密を侵害しないための管理が必要であり、そのためには営業秘密を扱う「人」の管理を適切に行うことが重要。
- 会社間で取引等を行う場合には、取引の開始時において、秘密保持の対象となるか否かを明確に定めた秘密保持契約を締結する。
- 他社の営業秘密の不正な使用又は開示を前提とした採用活動は行わない。転入者の配属については、転入者が転入前の会社に対して負っている競業避止義務や秘密保持義務に留意する。

3. 下請法はどのような取引に適用されるか（適用範囲）

下請法は、適用の対象となる下請取引の範囲を

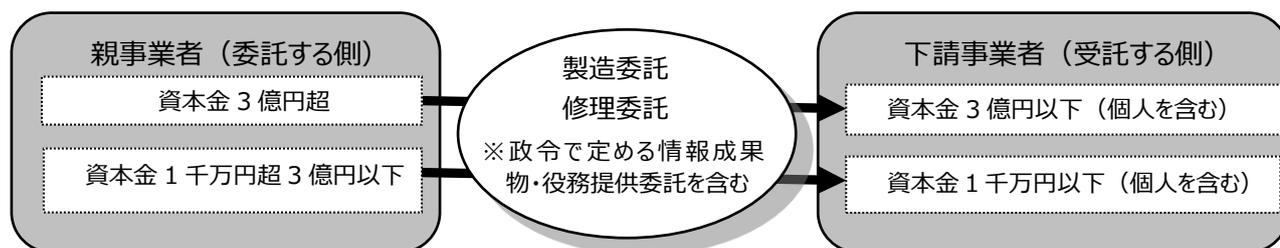
- ・取引当事者の資本金（又は出資金の総額。以下同じ。）
 - ・取引の内容（製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託）
- の両面から定めており、この二つの条件を満たした取引に下請法が適用されます。

3.1. 法が定める資本金区分に当てはまるか？（取引当事者の要件）

図表 3-1 親事業者・下請事業者の概念図（委託の内容により資本金基準が異なることに注意）

●親事業者・下請事業者の概念図（委託の内容により資本金基準が異なることに注意）

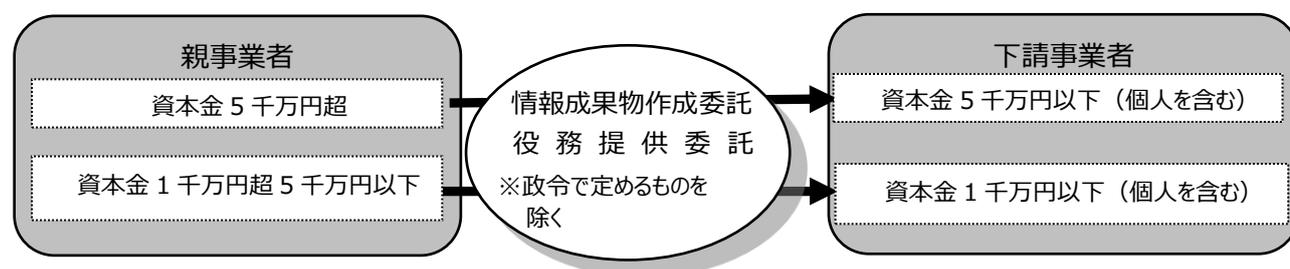
○物品の製造委託、修理委託及び政令で定める情報成果物作成委託・役務提供委託（※）を行う場合



※ 政令で定める情報成果物作成委託…プログラム

政令で定める役務提供委託…運送，物品の倉庫における保管，情報処理

○情報成果物作成委託，役務提供委託（政令で定めるものを除く）を行う場合



※ 資本金区分の重要性

独占禁止法の補完法である下請法は、規制対象に当てはまる取引の発注者（親事業者）を資本金区分により「優越的地位にある」として取り扱い、下請取引に係る親事業者の不当な行為を、より迅速かつ効果的に規制することとしています。

3.2. トンネル会社の規制（第 2 条第 9 項）

事業者（親会社）が資本金の小さい子会社を設立し子会社を通して下請取引を行った場合、下請法の適用を受けないケースが生じてしまうことになります。このような取引が脱法的に行われないう規制されており、次の 2 つの要件を共に満たせば、当該子会社（いわゆるトンネル会社）は、資本金が 3 億円以下であっても親事業者として下請法の適用を受けます⁶。

広告会社が、クリエイティブや S P などの専門会社やメディア専門会社をグループ会社として、このグループ子会社を通じて下請事業者と委託取引を行う場合は、その子会社がトンネル会社の規制の対象となるかどうか、注意する必要があります。

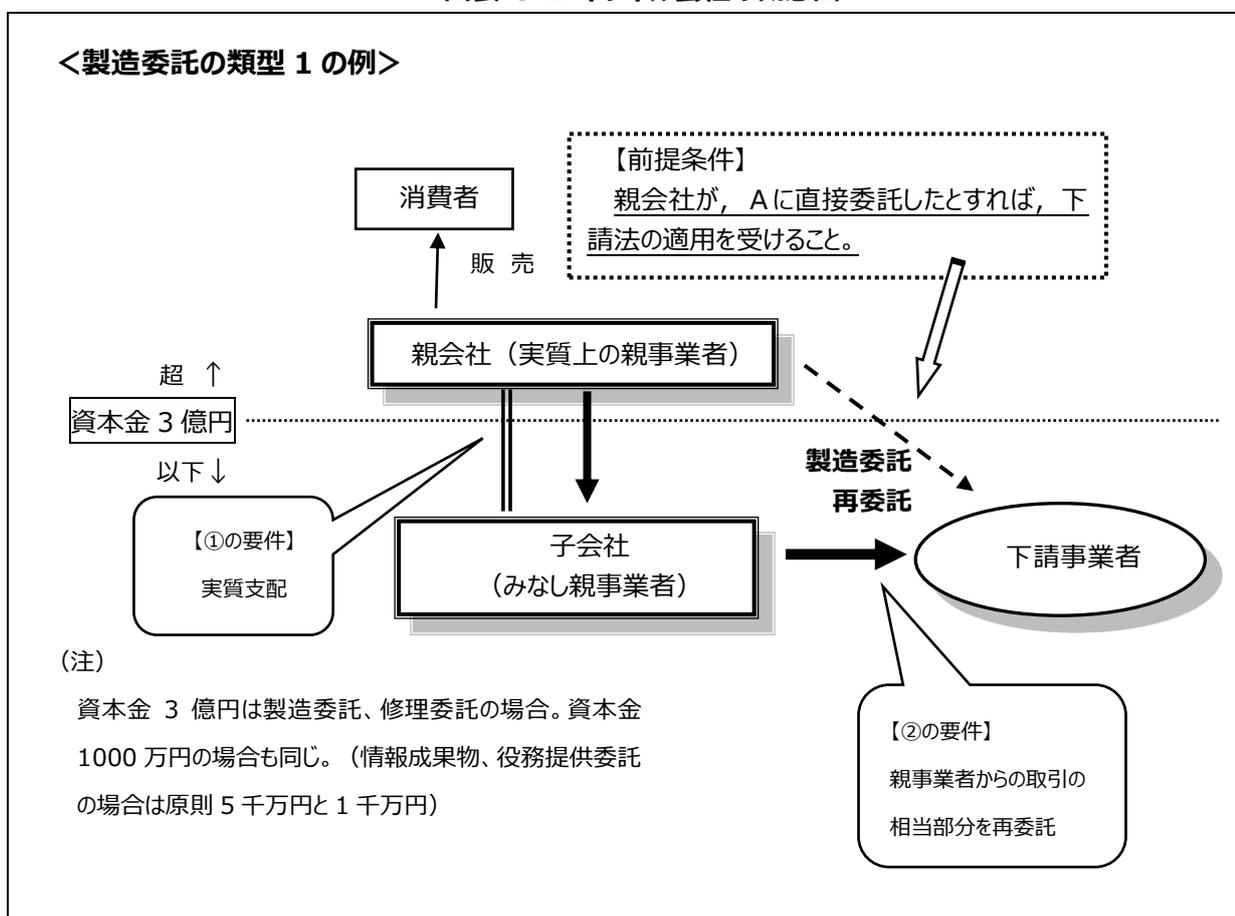
3.2.1. 会社から役員の任免、業務の執行又は存立について支配を受けている場合

例えば、親会社の議決権が過半数の場合、常勤役員の過半数が親会社の関係者である場合又は実質的に役員の任免が親会社に支配されている場合

3.2.2. 親会社からの下請取引の全部又は相当部分について再委託する場合

例えば、親会社から受けた委託の額又は量の 50%以上を再委託している場合

図表 3-2 トンネル会社の概念図



⁶ 詳細は図表 3-2（注）を参照のこと。

3.3. 法に定める委託取引に該当するか？（取引態様の要件）

下請法の対象となる委託取引は、「製造委託」（４類型）、「修理委託」（２類型）、「情報成果物作成委託」（３類型）、又は「役務提供委託」（１類型）の４つの種別と１０の類型があります。

「委託」とは、事業者が他の事業者、規格、デザイン等の仕様や内容を指定して物品の製造や修理、情報成果物の作成又は役務の提供を依頼することです。

したがって、単に市販品や汎用品（規格品・標準品）を購入することは、下請法の適用対象とはなりません（規格品・標準品でも、その一部でも自社向けに加工させた場合などは、下請法の適用を受けます。）。

また、直接的に取引当事者とはならず、単に契約事務を代行する「取次ぎ」を行っているに過ぎない場合にも、下請法の適用対象とはなりません。

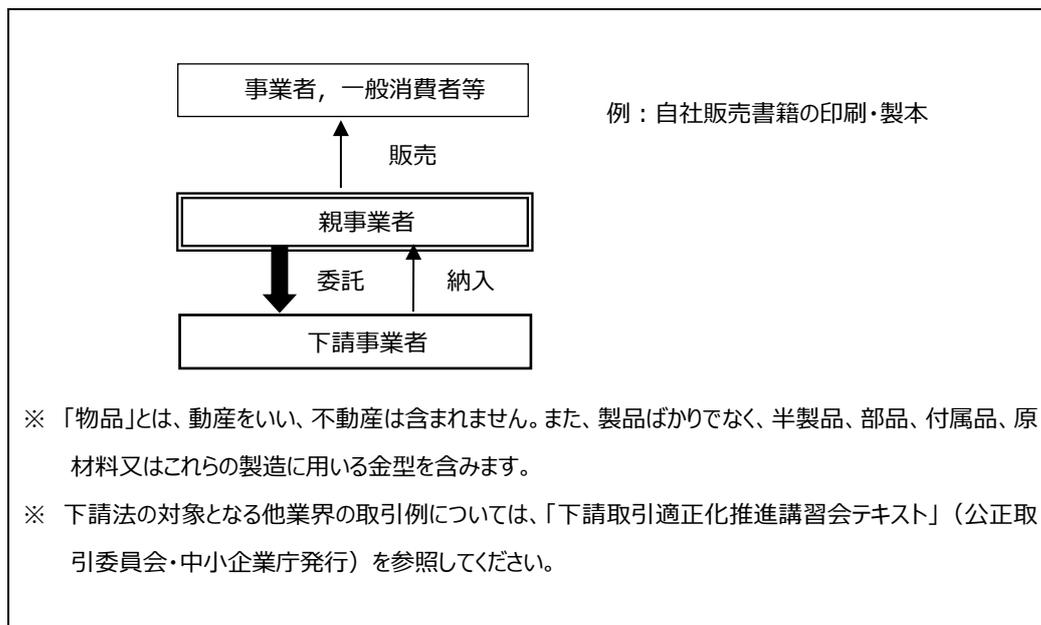
3.3.1. 製造委託（第2条第1項）

製造委託は、製造する目的により次の４つの類型に分けられます。

- | | |
|-----------------------------------|-------|
| ○ 販売の目的物である物品の製造委託 | （類型１） |
| ○ 請負の目的物である物品の製造委託 | （類型２） |
| ○ 物品の修理に必要な部品、原材料の製造委託 | （類型３） |
| ○ 自社で使用・消費している物品で、自家製造しているものの製造委託 | （類型４） |

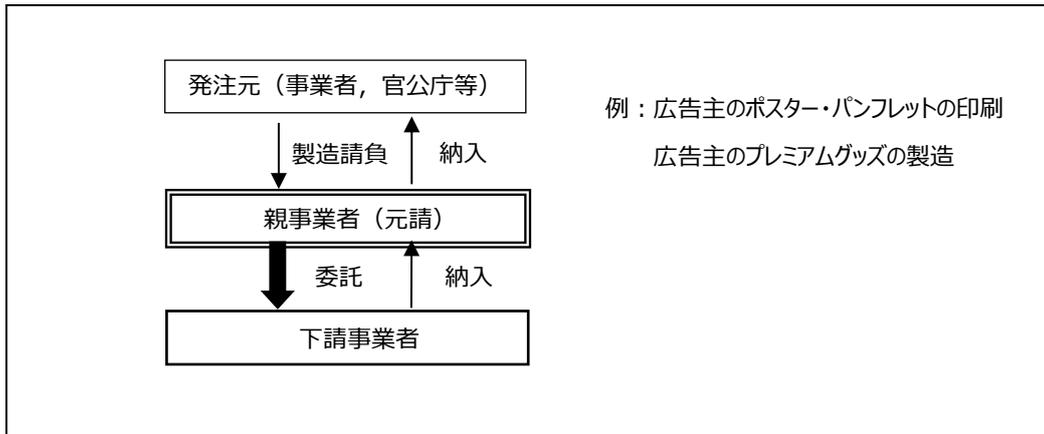
（類型１）物品の販売を行っている事業者が、その物品の製造・加工を他の事業者委託する場合。
--

図表 3-3 販売の目的物である物品の製造委託



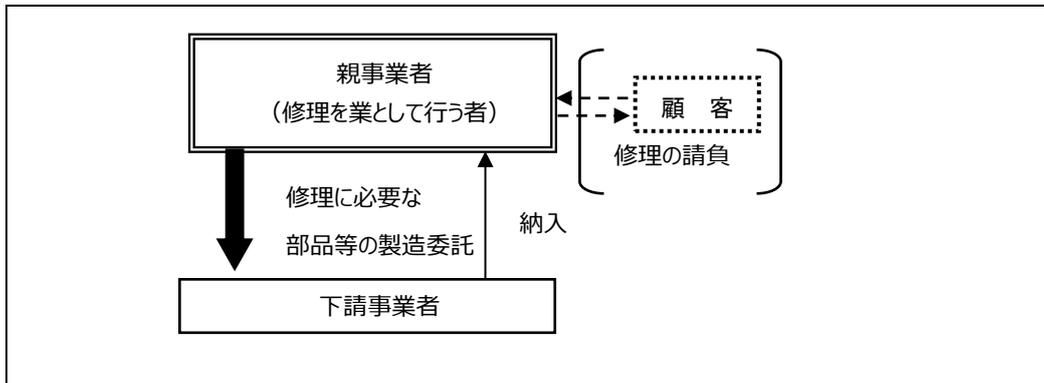
(類型2) 物品の製造・加工を請け負っている事業者が、その物品の製造・加工を他の事業者に委託する場合。

図表 3-4 請負の目的物である物品の製造委託



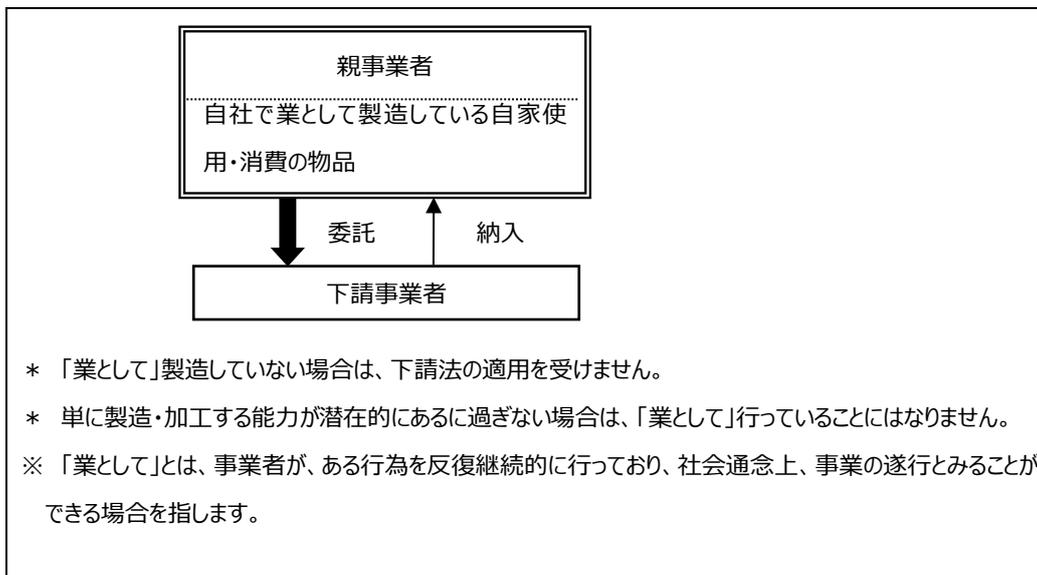
(類型3) 物品の修理を行っている事業者が、その物品の修理に必要な部品又は原材料の製造を他の事業者に委託する場合。

図表 3-5 物品の修理に必要な部品、原材料の製造委託



(類型4) 自社で使用又は消費する物品を社内で製造・加工している事業者が、その物品の製造・加工を他の事業者へ委託する場合。

図表 3-6 自社で使用・消費している物品で、自家製造しているものの製造委託

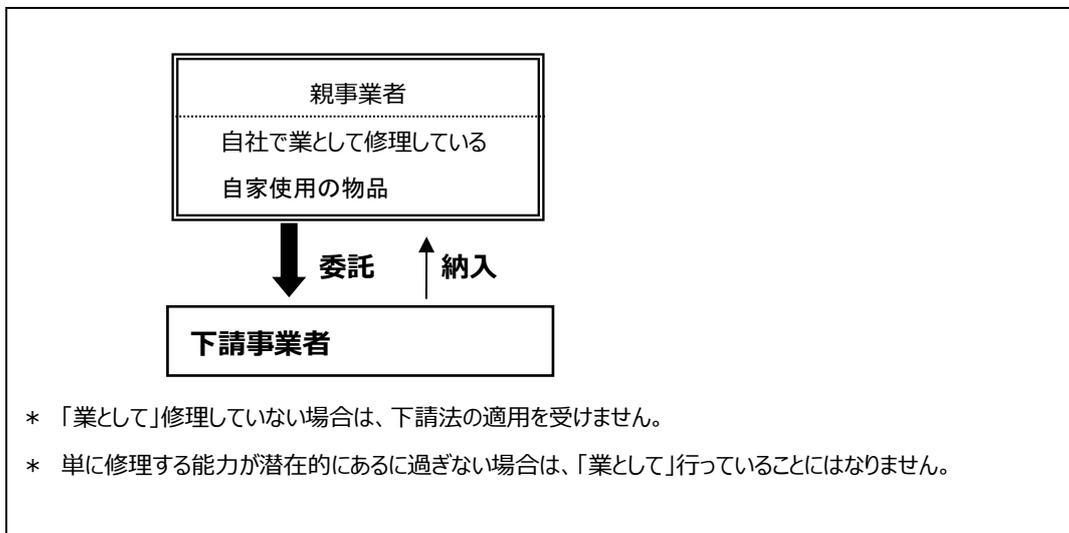


3.3.2. 修理委託（第2条第2項）

修理委託は、次の2つの類型に分けられます。

- | | |
|--|-------|
| <input type="radio"/> 請負の目的である物品の修理委託 | (類型1) |
| <input type="radio"/> 自社で使用している物品で、自家修理しているものの修理委託 | (類型2) |

図表 3-7 自社で使用している物品で、自家修理しているものの修理委託



3.3.3. 情報成果物作成委託（第2条第3項）

情報成果物作成委託は、作成する目的により、次の3つの類型に分けられます。

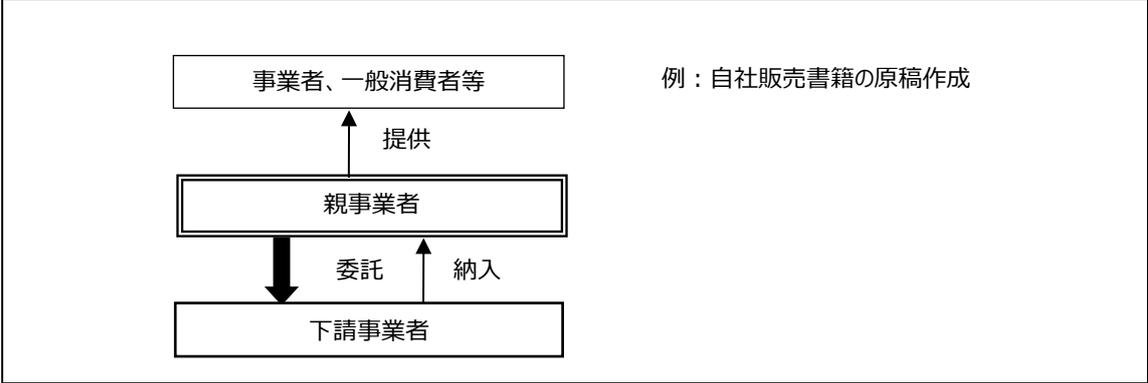
- | | |
|--|-------|
| <input type="radio"/> 提供の目的である情報成果物の作成委託 | (類型1) |
| <input type="radio"/> 請負の目的である情報成果物の作成委託 | (類型2) |
| <input type="radio"/> 自社で使用している情報成果物で、自社で作成しているものの作成委託 | (類型3) |

① 「情報成果物」とは

- ・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）
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
- ・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
例：テレビ番組、テレビCM、ラジオ番組、映画、アニメーション
- ・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
例：設計図、ポスター・商品のデザイン、コンサルティングレポート、雑誌広告

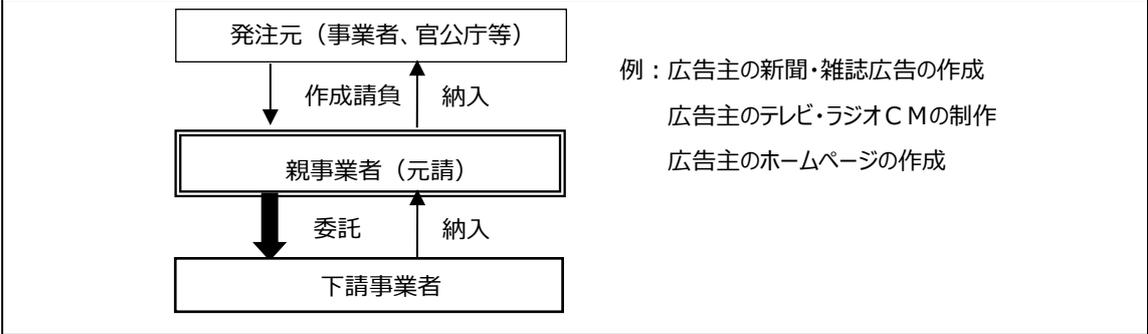
(類型1) 情報成果物を業として提供している事業者が、その情報成果物の作成の行為の全部又は一部を他の事業者へ委託する場合。

図表 3-8 提供の目的である情報成果物の作成委託



(類型2) 情報成果物の作成を業として請け負っている事業者が、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へ委託する場合。

図表 3-9 請負の目的である情報成果物の作成委託



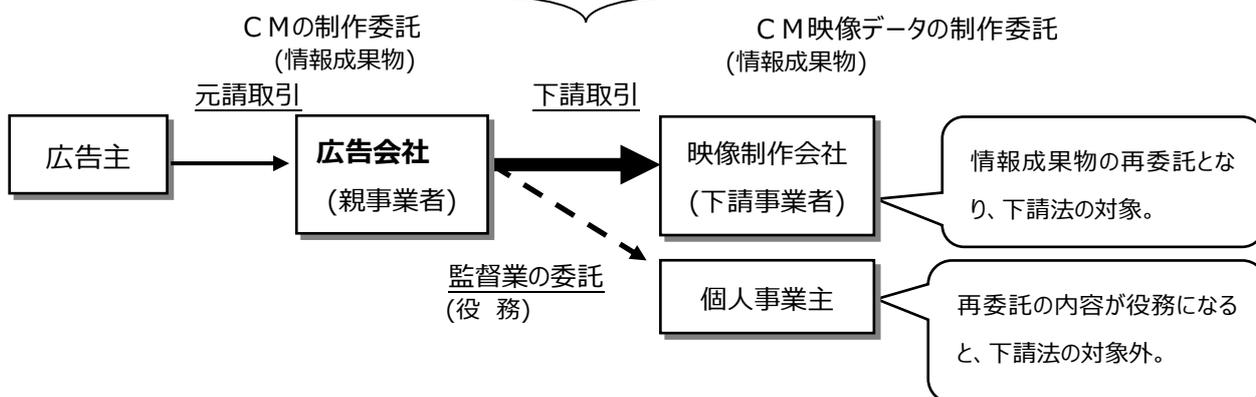
② 情報成果物の作成に必要な役務の委託

顧客から委託された情報成果物を作成する過程で、情報成果物の作成に必要な役務の提供を委託しているに過ぎない場合があります。

このような役務の委託は、委託事業者が自ら用いる役務を委託するものであり、情報成果物作成委託の類型2に該当するものではなく、また、下請法第2条第4項の「役務提供委託」にも該当しません。

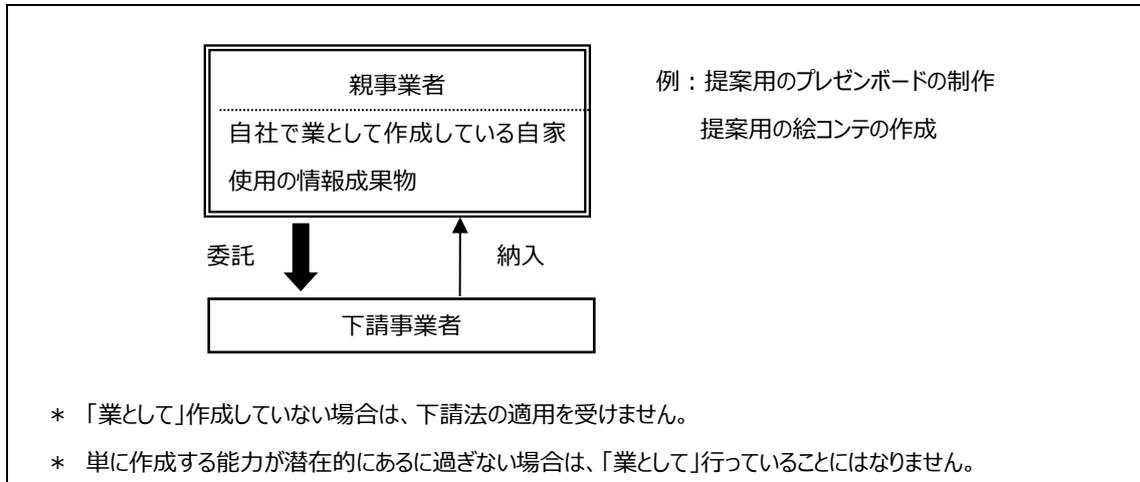
図表 3-10 委託されたCM制作を再委託する例

<p>最終的な情報成果物を構成することとなる情報成果物（例） （作成を委託すれば下請法の対象：太い矢印）</p> <p>-----</p> <p>（当該情報成果物の作成を委託することは、下請法の対象）</p>	<p>最終的な情報成果物の作成に必要な役務（例） （提供を委託しても下請法の対象とならない：点線矢印）</p> <p>-----</p> <p>（当該役務の提供を他者に委託することは、下請法の対象とはならない）</p>
<p>（例）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・CM映像データ ・CM音響データ ・CMの脚本 	<p>（例）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・監督 ・俳優 ・照明 ・CM撮影（撮影したデータを納める場合は構成することとなる情報成果物に該当）



(類型3) 自らが使用する情報成果物の作成を業として行っている場合に、その作成の行為の全部又は一部を他の事業者へ委託する場合。

図表 3-11 自社で使用している情報成果物で、自社で作成しているものの作成委託



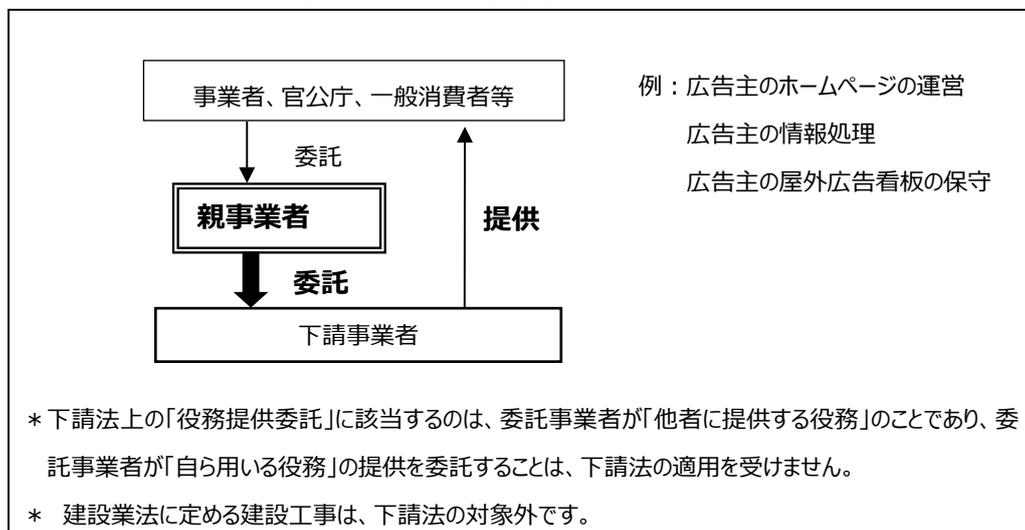
3.3.4. 役務提供委託（第2条第4項）

「役務提供委託」については、対象となる役務についての定義はありません。委託取引において、取引の目的が物品や情報成果物などの形にならないその他のすべてのサービスが対象になります。（ただし、建設業法に定める建設工事は含みません。）

「役務提供委託」は、次の1類型のみです。

役務の提供を業として行っている事業者が、その提供の行為の全部又は一部を他の事業者へ委託する場合。

図表 3-12 役務提供委託の概念図



4. 親事業者のすべき4つの義務

下請取引の公正化及び下請事業者の利益保護のため、親事業者には次の4つの義務が課せられています。

義務	概要
書面の交付義務	発注の際は、直ちに3条書面を交付すること。
支払期日を定める義務	下請代金の支払期日を給付の受領後60日以内に定めること。
書類の作成・保存義務	下請取引の内容を記載した書類を作成し、2年間保存すること。
遅延利息の支払義務	支払が遅延した場合は遅延利息を支払うこと。

4.1. 書面の交付義務（第3条）

4.1.1. 原則的な3条書面の交付方法

親事業者（広告会社）は、発注に際して、下記の具体的な記載事項をすべて記載している書面（3条書面）を直ちに下請事業者に交付する義務があります。

3条書面は、発注の都度、直ちに下請事業者に交付しなければなりません。発注書面の様式は問いませんが、定められた事項はすべて明確に記載しなければなりません。

なお、下請中小企業振興法（以下、「下請振興法」という。）の「振興基準」においては、親事業者は、下請法が適用されない取引であっても、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、納期、価格等の契約条件について、書面等による明示及び交付を徹底することが望ましいとされています。

【3条書面に記載すべき具体的事項】（※は次頁「3条書面サンプル図」に対応）

- ①親事業者及び下請事業者の名称（番号、記号等による記載も可）（※1）
- 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（※2）
- ③下請事業者の給付の内容（委託の内容が分かるよう明確に記載する。）（※3）
- 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、役務が提供される期日又は期間）（※4）
- ⑤下請事業者の給付を受領する場所（※5）
- ⑥下請事業者の給付の内容について検査をする場合は、その検査を完了する期日（※6）
- ⑦下請代金の額（具体的な金額を記載する必要があるが、算定方法による記載も可）（※7）
- ⑧下請代金の支払期日（※8）
- ⑨手形を交付する場合は、その手形の金額（支払比率でも可）と手形の満期
- 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
- 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
- ⑫原材料等を有償支給する場合は、その品名、数量、対価、引渡しの期日、決済期日、決済方法

4.1.2. 3条書面サンプル

発注書

令和○年○月○日※2

○○株式会社 殿※1

△△株式会社※1

品名及び規格・仕様等※3

(注) 注文品や作業等の内容が十分に理解できるように記入する。仕様書、図面、検査基準等を別に交付している場合は、そのことを付記する。

納期※4 令和○年×月×日	納入場所※5 弊社本社△△課	検査完了期日※6 令和○年×月××日		
数量(単位:個) 100個	単価 1,000円	代金※7 100,000円	支払期日※8 令和○年××月×日	支払方法 現金

○ 本発注書の金額は、消費税・地方消費税抜きの金額です。支払期日には法定税率による消費税額・地方消費税額分を加算して支払います。

4.1.3. 別紙により基本事項を通知する場合の3条書面の取扱い

3条書面に記載する取引条件のうち基本的事項(例えば、支払方法、検査期間等)が一定している場合には、これらの事項に関してあらかじめ別の書面により通知することで、個々の発注に際して3条書面への記載が不要となります。

この場合には、3条書面に「下請代金の支払方法等については、現行の『支払方法等について』によるものである」ことなどを付記し、書面の関連付けを明らかにしておく必要があります(単価表、算定方法などを別書面にするとともに同じ)。

なお、通知した書面については、新たな通知が行われるまでの間は有効とすることができます。この場合、通知書面には、新たな通知が行われるまでの間は有効である旨明記する必要があります。

4.1.4. 知的財産権を譲渡させる場合

親事業者が、情報成果物等を提供させるとともに、作成の目的たる使用の範囲(例:放送番組の作成委託における1次放送権の許諾)を超えて、当該知的財産権を自らに譲渡・許諾させることを含んで発注する場合には、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」として、下請事業者が作成した情報成果物等を提供させるとともに知的財産権を譲渡・許諾させること(部分的に譲渡・許諾させる場合には、その範囲、期間等)を明確に記載する必要があります。

4.1.5. 算定方法による下請代金額の記載

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であって、算定方法の形であれば記載できるときは、次の条件を備えた算定方法により、下請代金の額を記載することが認められます。

- ・算定方法は、下請代金の具体的な金額を自動的に確定するもの。
- ・3条書面とは別に算定方法を定めた書面を交付する場合は、これらの書面の関連付けを行う。

なお、下請代金の具体的な金額を確定した後は、速やかに下請事業者へその旨書面を交付しておく必要があります（算定の根拠となる数値についても記載することが望ましい。ただし、3条書面の形での再交付は要しません。）。

4.1.6. 具体例

- 下請代金の一部（所要時間、実費）が外的な要因により変動し、これに連動して下請代金全体の額が変動する場合

プロデューサー費（単価○円×作業時間△時間）＋撮影費ほか実費＋一般管理費

4.1.7. 電子受発注

具体的記載事項の項目を書面の交付に代えて、下請事業者の承諾を得て、電子メール等の方法で提供することができます。

4.1.8. ベストプラクティス

- 発注先には事前に条件を提示して見積書を作成してもらい、見積書をもとに発注書や契約書を交わす。納品された後には発注先から請求書を出してもらい、当社からの支払を実施している。発注書の自動交付システムを導入しており、条件を入力すると、全自動で発注書を作成し、メールで発注先へ交付する仕組みとなっている。（広告代理店）
- 企画内容の方針が決定し、制作会社やフリーランスに外部委託しなければ進まない状況となれば、営業段階が終了して広告主との金額交渉段階に入る。制作会社やフリーランスが制作を行わなければならない状況になれば、当社からは絶対に発注手続を行うよう指導している。（広告代理店）

4.1.9. 問題となるおそれのある事例

- 制作前にメールで漠然とした制作費、納品期限といった程度の情報が送られてくるものの、請求書を提出する段階で発注書が交付されることもある。（制作会社）
 - 取引開始前（制作に時間と労力を投入する前）に可能な限り条件を明確化したうえで、発注者は受注者に対し、3条書面に該当する書面（発注書等）を交付の上、受注者に対して作業を依頼することが必要です。
- 広告主－広告代理店間で、書面を発行する商慣習はない。納品後にも発注書が発行されることはない。契約書があるのもごく一部の案件のみである。（広告代理店）
 - 広告代理店が受注者となる取引の場合であっても、下請法の対象となる取引においては、発注者となる広告主は、事前の書面交付の義務を負います。なお、取引開始前に可能な限り条件を明確化する観点から、いかなる取引においても書面（電磁的記録の提供も含む）の交付を行うことが望ましいです。

4.1.10. 例外的な書面の交付方法

3条書面の具体的記載事項のうち、その内容が定められないことにつき正当な理由がある事項がある場合は、当該事項を記載せずに下請事業者に書面を交付することが認められます。ただし、記載しなかった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交付する義務があります。

①当初書面の交付

3条書面の具体的記載事項のうち、その内容が定められない正当な理由がある事項（特定事項）がある場合には、当該事項を記載せずに3条書面（当初書面）を交付することが認められます。

この場合には、特定事項の内容が定められない理由及び内容を定めることとなる予定期日を当初書面に記載しなければなりません。

3条書面の具体的記載事項の内容が決定できるにもかかわらず決定しない場合や、下請代金の額として「算定方法」を記載することが可能である場合には、「正当な理由がある」とはいえませんが、その場合は、例外的な書面の交付方法は認められません。

（フリーランスとの取引の場合）

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「給付の内容」、「報酬の額」等を書面又は電磁的方法（電子メールやSNSのダイレクトメッセージ等を含む）により明示しなければなりません。下請法と異なり、必ずしも書面の形式であることは求められていませんが、特定受託事業者から書面の交付を求められた場合には、特定受託事業者の保護に支障を生ずることがないときを除いて、遅滞なく書面を交付しなければなりません。

②補充書面の交付方法

当初書面に記載されていない特定事項の内容が確定した後は、直ちに、その内容を記載した書面（補充書面）を交付します。この場合、当初書面と補充書面の相互の関連性が明らかになるようにする必要があります。

広告業界における下請事業者との委託取引では、グラフィック制作やCM制作など、発注時に給付の内容や下請代金の額等が決まらず、下請事業者との取引過程の中で給付の内容や下請代金の額が確定していくことがあります。このような場合には、広告会社は、当初書面や補充書面の交付のタイミング等には十分注意する必要があります。

（補充書面の交付方法についてのQ&A）

Q1：情報成果物作成委託においては、委託内容のすべてを3条書面に記載することは不可能ですが、どの程度詳しく書かなければならないでしょうか。

A：すべてを記載することは困難でも、下請事業者が3条書面を見て「給付の内容」を理解できる程度に記載することが必要です。

また、3条書面の「給付の内容」の記載は、親事業者として下請事業者に対しやり直し等を求める根拠となるものでもあるので、必要な限り明確化することが望ましいです。

Q2：3条書面は様式を問わないので契約書を3条書面とすることも可能と聞いたが、契約締結まで日数を要する場合、どのくらいまでなら「直ちに」交付したとみなされますか。

A：「直ちに」とは「すぐに」という意味です。親事業者には、発注した場合「直ちに」書面を交付する義務があるので、契約締結までに日数を要するのであれば、発注後直ちに、別の必要事項を記載した書面を交付する必要があります。

4.2. 支払期日を定める義務（第2条の2）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第4条が該当

親事業者（広告会社）は、下請事業者との合意の下に、親事業者（広告会社が下請事業者の給付の内容について検査するかどうかを問わず、下請代金の支払期日を、物品等を受領した日（役務提供委託の場合は、下請事業者が役務の提供をした日）から起算して60日以内で、できる限り短い期間内で定める義務があります。

受領日から60日以内で支払期を設定し、下請代金を支払わなければなりません。

4.2.1. 支払期日の設定

物品等の給付を受領した日から起算して60日を超えて支払期日を定めたときは、受領した日から起算して60日を経過した日の前日が支払期日となります。また、当事者間で支払期日を定めなかったときは、物品等の給付を受領した日が支払期日となります。

4.2.2. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、給付を受領した日から60日以内のできる限り短い期間内に報酬支払期を設定し、支払わなければなりません。再委託の場合には、発注元から支払を受ける期日から30日以内のできる限り短い期間内に報酬支払期を設定し、支払わなければなりません。

4.2.3. ベストプラクティス

- 下請法対象企業を中心に、仕入先台帳の整備を実施し、注文書の交付を義務づけ、対象企業への支払時は必ず請求書に「注文書」と納品書のコピーの添付を社内義務づけた。（広告代理店）
- 発注窓口を一元化することにより、発注書面の交付漏れを防止している。（広告代理店）
- 発注時に制作費などの金額が未定の場合でも、当初書面として発注確認書を必ず交付するよう、社内ルールを徹底した。（広告代理店）
- 納品直前に、補充書面（金額変更等）が発行されている場合には、発注先との話し合いの詳細を書面で提出させ、問題がないかどうか、管理部からもヒアリングを実施することにより、社内的にも適正管理を徹底している。（制作会社）
- 発注者が作業の工程を十分に理解していない場合があるため、取引先から発注があった場合には、作業の

詳細内容を取引先と確認・相談した上で費用を決定し、その後に見積もりを提示するようにしている。（制作会社）

- 権利の譲渡・利用許諾の条件（期限や利用用途）に関しては、契約時に書面で取り交わしている。（例：タレント出演の権利であれば、「半年の間、テレビ CM で放映することを許可するが、インターネットやチラシへの利用は不可」等）。（広告代理店）

○フリーランス・事業者間取引適正化等法が施行されてから、PDF ファイルで発注書を添付してくれる取引先が増えた。（フリーランス）

4.2.4. 問題となるおそれのある事例

- 制作前にメールで漠然とした情報（制作費、納品期限といった程度）が送られてくるものの、基本的には請求書を提出する段階で発注書が交付される。ごく稀に、発注書が事前に渡されることもある。（制作会社）
→下請法の対象となる取引においては、親事業者は下請事業者に対し、発注後直ちに書面の交付義務を負います。発注後直ちに書面の交付がなされていない場合、下請法上問題となるおそれがあります⁷。

- 発注先の制作会社・フリーランスへ対面（口頭）かメールで条件を提示（発注書・契約書は発行していない）し、見積書を作成してもらう。通常、書面の事前交付は行っていない。（広告代理店）
→下請法の対象となる取引においては、親事業者は下請事業者に対し、発注後直ちに3条書面を交付する必要があります。これは、フリーランスに対する発注においても同様です。
なお、下請法やフリーランス・事業者間取引適正化等法の対象とならない取引においても、発注先に対し、事前に書面等で条件を提示しておくことが望ましいです。

⁷ 具体的に記載すべき事項の詳細は、公正取引委員会ウェブサイトを参照のこと。

<https://www.jftc.go.jp/shitauke/shitaukegaiyo/oyagimu.html>

4.3. 書類の作成・保存義務（第5条）

親事業者（広告会社）は、下請事業者に対し製造委託、修理委託、情報成果物作成委託、又は役務提供委託をした場合は、給付の内容、下請代金の額等について記載した書類（5条保存書類）を作成し、2年間保存する義務があります。

5条保存書類は、下請事業者別に、各書類等の相互の関係を明らかにして、明確に記載・保存しなければなりません。

● 具体的作成・保存事項

- 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その給付を受領した日（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、その検査を完了した日、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、その内容及び理由
- 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
- ⑩ 下請代金の額に変更があった場合は、増減額及びその理由
- 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、その品名、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

4.3.1. 算定方法を記載した場合の取扱い

下請代金の額として算定方法を記載した場合には、その後、確定した下請代金の額及びその確定した日を記載しなければなりません。

またその算定方法に変更があった場合は、変更後の算定方法、その変更後の算定方法により確定した下請代金の額及び変更した理由を記載しなければなりません。

4.3.2. 電磁的記録の作成・保存

5条保存書類は、下請法に定める一定の要件を満たせば、書面による保存ではなく、電磁的記録で保存することもできます。

4.3.3. 書類の作成・保存義務についてのQ & A

Q：給付内容を変更した場合には5条保存書類に記録しなければなりません。情報成果物においては、親事業者と下請事業者が個々に打合せしながら給付内容を確定していく場合があります。この場合、どの程度の変更から記録しなければならないでしょうか。

A：個々の作業指示をすべて記載する必要はないが、少なくともそれにより下請事業者の下請代金の設定時には想定していないような新たな費用が発生する場合には、その旨記載し保存する必要があります。

4.4. 遅延利息の支払義務（第4条の2）

親事業者（広告会社）は、下請代金をその支払期日までに支払わなかったときは、下請事業者に対し、物品等を受領した日（役務提供委託の場合は、下請事業者が役務の提供をした日）から起算して60日を経過した日から実際に支払をする日までの期間について、その日数に応じ当該未払金額に年率14.6%を乗じた額の遅延利息を支払う義務があります。

支払遅延は下請法に違反する行為です。遅延利息の支払は原状を回復するための救済措置であり、遅延利息を支払えば下請代金の支払を遅らせてよいということではありません。

5. 親事業者がしてはいけない禁止事項

親事業者には、次の項目の禁止事項が課せられています。

例えば、下請事業者の了解を得ていても、また、親事業者（広告会社）に違法性の意識がなくても、これらの規定に触れるときには、下請法に違反することになるので、特に業務担当者等は十分注意が必要です。

禁 止 事 項	概 要
受領拒否（第 1 項第 1 号）	注文した物品等の受領を拒むこと。
下請代金の支払遅延（第 1 項第 2 号）	下請代金を受領後 60 日以内に定められた支払期日までに支払わないこと。
下請代金の減額（第 1 項第 3 号）	あらかじめ定めた下請代金を減額すること。
返品（第 1 項第 4 号）	受け取った物を返品すること。
買ったたき（第 1 項第 5 号）	類似品等の価格又は市価に比べて著しく低い下請代金を不当に定めること。
購入・利用強制（第 1 項第 6 号）	親事業者が指定する物・役務を強制的に購入・利用させること。
報復措置（第 1 項第 7 号）	下請事業者が親事業者の不正な行為を公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由としてその下請事業者に対して、取引数量の削減・取引停止等の不利益な取扱いをすること。
有償支給原材料等の対価の早期決済（第 2 項第 1 号）	有償で支給した原材料等の対価を、当該原材料等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相殺したり支払わせたりすること。
割引困難な手形の交付（第 2 項第 2 号）	一般の金融機関で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。
不当な経済上の利益の提供要請（第 2 項第 3 号）	下請事業者から金銭、労務の提供等をさせること。
不当な給付内容の変更及び不当なやり直し（第 2 項第 4 号）	費用を負担せずに注文内容を変更し、又は受領後にやり直しをさせること。

5.1. 受領拒否の禁止（第4条第1項第1号）※フリーランス・事業者間取引適正化等

法の場合、第5条第1項第1号が該当

親事業者（広告会社）が下請事業者に対して委託した給付の目的物について、下請事業者が納入してきた場合、親事業者（広告会社）は下請事業者に責任がないのに受領を拒むと下請法違反となります。

受領拒否とは、下請事業者の責任がないのに、発注した物品・作成物の受領を拒否することです。発注の取消し、納期の延期なども、受領拒否に該当します。

5.1.1. 受領とは

下請事業者が納入したものを検査の有無にかかわらず受け取るという行為を指しており、下請事業者の納入物品等を親事業者が事実上支配下におけば受領したことになります。

情報成果物の作成委託においては、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（例：CD-ROM）を自己の占有下に置くこと、又は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（例えば、親事業者のハードディスクに記録されること）が給付の受領となります。

① 受領拒否に該当する行為

次の行為も原則として受領拒否に当たります。

- 発注の取消し（契約の解除）をして、給付の目的物を受領しないこと（発注の取消しは「不当な給付内容の変更」にも該当します。）。
- 納期を延期して、給付の目的物を受領しないこと。
- 発注後に、恣意的に検査基準を変更し、従来の検査基準で合格とされたものを不合格とすること。
- 取引の過程において、下請事業者が提案・確認した注文内容について、親事業者（広告会社）が了承し、下請事業者がその内容のとおり作成したにもかかわらず、注文と異なることを理由に受領しないこと。

5.1.2. 受領を拒否することができる場合

「下請事業者の責に帰すべき理由」があるとして受領を拒否することができるのは、次の場合に限定されます。

- 注文と異なるもの又は給付に契約不適合等があるものが納入された場合。
- 指定した納期までに納入されなかったため、そのものが不要になった場合（ただし、無理な納期を指定している場合などは除かれます。）。

委託内容や検査基準を明確にしなかったため、下請事業者の納入品が委託内容と異なること等が明らかでないときは、委託内容と異なること等を理由として受領を拒否することは認められません。また、指定納期が明確でないため、納期遅れが明らかでないのに、納期遅れを理由として受領を拒否することも認められません（3条書面義務違反にもなります。）。

5.1.3. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、受託するフリーランスの責めに帰すべき事由なく受領を拒否すると、「不当な給付内容の変更及び不当なやり直し」として、同法上問題となり得ます。

5.1.4. 受領拒否の禁止についてのQ & A

Q：下請事業者が納品時に納品書など必要な書類を忘れてしまった場合、これを理由として受領しないことは認められるでしょうか。

A：下請事業者から、納期に委託内容を満たす物品等が引き渡されれば、親事業者（広告会社）はこれを受領する義務があり、添付すべき書類が欠けていることを理由として、給付の目的物たる物品等の受領を拒むことは認められません。

5.1.5. ベストプラクティス

- 担当者レベルで勝手に受領拒否が出来ないよう、社内体制を整備している。発注して途中キャンセルになった事例を洗い出し、担当者にヒアリングをするなど、社内で徹底した取組を行っている。（広告代理店）
- 元請側との間で、検収基準を明確にし、追加作業が発生した場合の負担割合についても、一定のルール化がされている。（制作会社）
- 契約にあたり、あらかじめ発注側と協議の上、検収の期間、修正依頼に対する追加費用負担、別途発注となる場合の日付の設定などを決めている。（制作会社）

5.2. 下請代金の支払遅延の禁止（第4条第1項第2号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第4条第5項が該当

親事業者（広告会社）は物品等を受領した日（役務提供委託の場合は、役務が提供された日）から起算して60日以内に定めた支払期日までに下請代金を全額支払わないと下請法違反となります。

支払期日は受領日を起算日として計算されるので、検査・検収に要する日数にかかわらず、支払期日を過ぎて未払となっている場合は支払遅延となります。

【外注担当者等の注意】

受領日の確認などの事務処理遅れや下請事業者から請求書が提出されないことを理由として、下請事業者の給付を受領してから60日以内に定めた支払期日までに下請代金を支払わないと下請代金の「支払遅延」となり、下請法違反となるので、外注担当者や代金支払担当者は十分注意する必要があります。

代金の支払については、例えば、毎月末までの給付の下請代金を翌月末に支払う（月末締の翌月末払）など毎月の特定期日に支払うこととなっている場合がありますが、このような支払制度を採用している場合でも、下請代

金の支払は、下請事業者の給付の受領後 60 日以内に支払わなければなりません。

この場合、下請法の運用に当たっては、「受領後 60 日以内」の規定は「受領後 2 か月以内」として換算しています。つまり、1 か月締切制度を採っている場合は、締切後 30 日（1 か月）以内に支払わなければならないこととなります。

例えば、「毎月末日締切、翌月末払」の場合には、その月の初日から末日までが「締切対象期間」となり、その期間内に納入（提供）されたものは、翌月末日に支払うこととなります。

なお、検収締切制度においては、検収に相当日数を要する場合がありますが、検査するかどうかを問わず、納品から 60 日以内において、かつ、できる限り短い期間内に下請代金を支払う必要があるため、支払期日の設定には注意する必要があります。

また、下請代金を毎月の特定期日に金融機関を利用して支払うこととしている場合に、当該下請代金の支払日が金融機関の休業日に当たってしまうときは、親事業者（広告会社）と下請事業者との間で支払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合意・書面化されている場合には、順延する期間が 2 日以内であるときに限り、結果として受領から 60 日（2 か月）を超えて下請代金が支払われても運用上問題とはしていません。

5.2.1. 情報成果物作成委託における支払期日の起算日（受領日）

情報成果物作成委託では、注文品が委託内容の水準に達しているかどうか明らかでないときに、親事業者（広告会社）が作成の過程で、下請事業者の作成内容の確認や今後の作業の指示等を行うために注文品を一時的に親事業者の支配下に置く場合があります。

このようなとき、あらかじめ親事業者と下請事業者との間で、親事業者（広告会社）の支配下に置いた注文品の内容が一定の水準を満たしていることを確認した時点で受領とすることを合意している場合には、当該時点を受領日として取り扱い、親事業者（広告会社）の支配下に置いた時点を直ちに受領日とはしないことが認められます。

ただし、3 条書面に記載した納期日に親事業者（広告会社）の支配下にあれば、内容の確認が終了しているかどうかにかかわらず、当該納期日を受領日とします。

なお、このような取扱いとしているのは、情報成果物の場合、外形的には全く内容が分からないことから特に認めているものであり、製造委託、修理委託の場合には認められないので注意が必要です。

5.2.2. 役務提供委託における支払期日の起算日

役務提供委託では、原則として、下請事業者が提供する個々の役務が提供された日が支払期日の起算日となります。1 つの役務が提供されるのに日数を要する場合は、役務提供が終了した日に当該役務が提供されたこととなります。

しかしながら、役務提供委託においては、一定期間の役務提供を給付の内容とすることがあるので、それが個々の役務が連続して提供される役務の場合には、次の要件を満たせば、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ます。

- 下請代金の支払は、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、当該期間の下請代金の額（算定方法も可）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であること。

したがって、この場合には、締切後60日（2か月）以内に下請代金を支払わなくてはなりません。なお、個々の役務が連続して提供される期間が1か月未満の役務提供委託の場合には、当該期間の末日に役務が提供されたものとします⁸。

5.2.3. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、給付を受領した日から60日以内のできる限り短い期間内で報酬支払期日を設定し、支払わなければなりません。（再委託の場合には、必要事項を明示のうえ、発注元が支払を受ける期日から30日以内のできる限り短い期間内に定めることも可能）⁹。

5.2.4. 支払遅延の禁止についてのQ & A

Q1：プログラムの作成委託において、給付の内容を確認するため、プログラムの納品に併せて下請事業者に最低限の証拠資料（単体テスト結果報告書等）を提出させることとし、プログラムの納品時に証拠資料の提出がない場合には、証拠資料の提出後にプログラムを受領したこととしたいが、よいでしょうか。

A：あらかじめ親事業者と下請事業者との間で、親事業者（広告会社）が支配下においたプログラム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おり、プログラムの納品に併せて当該確認を行うための証拠資料の提出を求めている場合において、証拠資料の提出が遅れた場合に、証拠資料の提出後にプログラムを受領したこととしても問題はありません。（ただし、3条書面に記載した納期日にプログラムが親事業者の支配下にある場合には、内容の確認が終了していても3条書面上の納期日が支払期日の起算日となります。）。

なお、この場合には、委託した給付の内容に証拠資料の提出を含むこととし、3条書面にその旨記載して発注するとともに、証拠資料の作成の対価を含んだ下請代金の額を下請事業者との十分な協議の上で設定して発注する必要があります。

Q2：運送委託において、下請事業者からの配達報告が届いた時点を「役務を提供した日」としてよいでしょうか。

A：「役務を提供した日」とは、当該役務が完了した日であり、報告書の届いた日ではありません。

⁸ 下請事業者の給付に瑕疵があるなど、下請事業者の責任でやり直しをさせる場合には、やり直し後の給付の受領日を支払期日の起算日として60日以内に下請代金を支払えばよいこととなります。「締切対象期間」とは、下請代金を毎月の特定期日に支払うこととしている支払制度の場合に、「支払の対象とする期間」のことをいいます。

⁹ 他の事業者から業務委託を受けた特定業務委託事業者が、特定受託事業者に再委託する際には、フリーランス・事業者間取引適正化等新法第3条第1項の規定により規定により再委託である旨、元委託者の氏名又は名称、元委託業務の対価の支払期日、その他の公正取引委員会規則で定める事項を特定受託事業者に対し明示することで、他の事業者から業務委託を受けた特定業務委託事業者への支払期日から30日以内に、特定受託事業者への支払を行うことが認められる。公正取引委員会規則の詳細は、公正取引委員会関係特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律施行規則（公正取引委員会規則第三号）を参照のこと。

<https://www.jftc.go.jp/flawjftcrules.html>

5.3. 下請代金の減額の禁止（第4条第1項第3号）※フリーランス・事業者間取引適

正化等法の場合、第5条第1項第2号が該当

親事業者（広告会社）は発注時に決定した下請代金を「下請事業者の責に帰すべき理由」がないのに、発注後に減額すると下請法違反となります。

「下請代金の減額の禁止」とは、親事業者（広告会社）が、下請事業者の責に帰すべき理由がないにもかかわらず、定められた下請代金の額を減ずることを禁止するものであり、減額の名目、方法、金額の多少を問いません。

例えば、歩引き、リベートなどの合理的な理由に基づかない減額など、その内容が下請事業者の責任のない理由によるものであれば、当初に下請事業者と協議して合意した減額条件であったとしても、下請代金の減額として問題となり得ることに注意する必要があります。

【外注担当者等の注意】

グラフィック制作やテレビCM制作などの情報成果物作成委託においては、当初発注時に給付の内容（併せて下請代金の額）が決まらず、下請事業者との取引過程の中で給付の内容や下請代金の額が確定していくことがあります。外注担当者や代金支払担当者は、確定した下請代金の支払に当たって、「下請代金の減額の禁止」に該当するような行為を行わないよう十分注意する必要があります。

5.3.1. 下請事業者の責に帰すべき理由により減じることができる場合

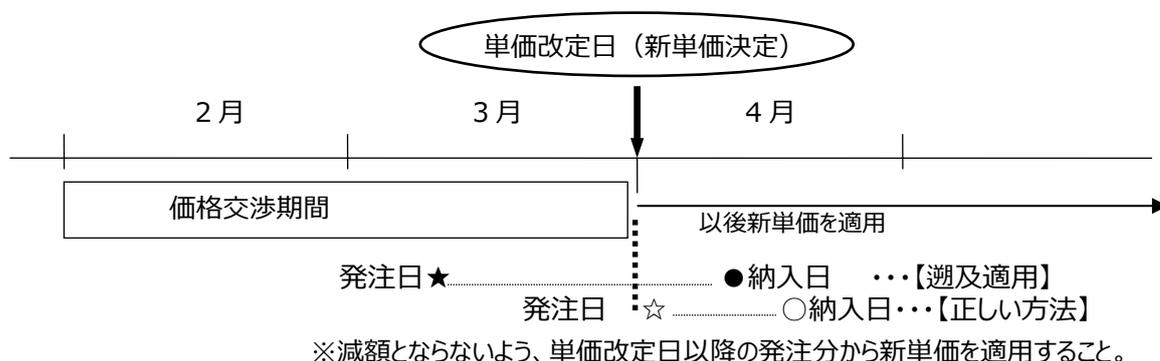
「下請事業者の責に帰すべき理由」（契約不適合の存在、納期遅れ等）があるとして、下請代金の額を減じることができるのは次の場合に限定されます。

- 下請事業者には責任があるとして、受領拒否、返品した場合に、その給付に係る下請代金の額を減じるとき。
- 下請事業者には責任があるとして、受領拒否、返品できるのに、そうしないで、親事業者（広告会社）自ら手直しをした場合に、手直しに要した費用を減じるとき。
- 契約不適合等の存在又は納期遅れによる商品価値の低下が明らかな場合に、客観的に相当と認められる額を減じるとき。

5.3.2. 違法な下請代金の減額の例

- 下請事業者との間に単価の引下げについて合意が成立し単価改定された場合、その前に既に発注されているものにまで新単価を遡及適用して下請代金の額を減ずること。

図表 5-1 遡及適用の図



- 消費税・地方消費税額相当分を支払わないこと。
- 下請事業者と合意することなく、下請代金を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、下請代金の額から差し引くこと。
- 親事業者（広告会社）からの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。
- 下請代金の支払に際し、端数が生じた場合、端数を1円以上の単位で切り捨てて支払うこと。
- 手形払を下請事業者の希望により一時的に現金払にした場合に、下請代金の額から自社の短期調達金利相当額を超える額を減ずること。
- 親事業者（広告会社）の客先からのキャンセル、市況変化等により不要品となったことを理由に下請代金の額から差し引くこと。
- 販売拡大のために協力してほしいなどの名目をつけて、下請代金の額の何%かを代金から差し引くこと。

なお、広告主から広告代金を値切られたという理由で広告代理店－制作会社間の下請代金を減額することは、「下請代金の減額の禁止」に該当することとなるので、注意する必要があります。

5.3.3. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「報酬の減額の禁止」として、同法上問題となり得ます。

5.3.4. 下請代金の減額の禁止についてのQ & A

Q1：下請代金の支払として手形を交付しているが、下請事業者の希望により一時的に現金で支払うことがあります。この場合、金利引きと称して手形割引料相当分を減額してもよいでしょうか。

A：下請事業者との間で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減額すれば、その超過分は下請代金の減額として下請法違反となります。

なお、一時的にではなく常に現金で支払うという場合には、支払手段を現金払として3条書面を交付する必要がありますが、この場合において、3条書面に記載した下請代金の額から割引料相当額を差し引くことは下請代金の減額として下請法違反となるので、これに見合う単価設定を下請事業者との十分な協議の上で行う必要があります。

Q2：下請事業者の了解を得た上で、下請代金を下請事業者の銀行口座に振り込む際の振込手数料を下請代金の額から差し引いて支払うことは認められますか。

A：発注前に振込手数料を下請事業者が負担する旨の書面での合意がある場合には、親事業者が負担した実費の範囲内で当該手数料を差し引いて下請代金を支払うことが認められます。

5.4. 返品禁止（第4条第1項第4号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第3号が該当

親事業者（広告会社）は下請事業者から納入された物品等を受領した後に、その物品等に瑕疵があるなど明らかに下請事業者には責任がある場合において、受領後速やかに不良品を返品するのは問題ないが、それ以外の場合に受領後に返品すると下請法違反となります。

下請事業者には責任がないのに受領したものを返品すると問題となります。

5.4.1. 返品することができる場合

「下請事業者の責に帰すべき理由」があるとして返品できる場合は、次の場合に限定されています。

- 注文と異なる物品等が納入された場合
- 汚損品・き損品などの物品等が納入された場合

親事業者（広告会社）が、発注後に恣意的に検査基準を変更し、従来の検査基準では合格とされた物品を不合格とした場合の返品は認められません。

委託内容や検査基準が明確でない場合には、親事業者は、委託内容と異なること又は契約不適合等があることを理由として返品することが認められません。（適正な検査基準、検査方法を、あらかじめ下請事業者と合意して、下請事業者には書面で明示しておく必要があります。）

5.4.2. 親事業者（広告会社）が受入検査を自社で行う場合

下請事業者には責任があり、返品ができる期間は、次のとおりです。

1) 直ちに発見できる契約不適合

発見次第速やかに返品する必要があります。

2) 直ちに発見できない契約不適合

受領後6か月以内の返品は問題ありません。ただし、一般消費者に対して6か月を超えて品質保証期間を定めている場合には、その保証期間に応じて最長1年以内であれば返品できます。

5.4.3. 親事業者（広告会社）が受入検査を自社で行わない場合

親事業者（広告会社）が受入検査を省略する場合や下請事業者には口頭で委任する場合は、下請事業者の責任による不良品でも、返品することは認められません。

受入検査を下請事業者には文書で委任している場合には、直ちに発見できない契約不適合がある場合の返品期間については、親事業者（広告会社）が受入検査を自社で行う場合と同様になります。

また、下請事業者の行った検査に明らかなミスがある場合は、受領後6か月以内であれば、返品することが認められます。

5.4.4. 返品となる例

親事業者（広告会社）が、下請事業者に制作を委託した広告について、いったん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場合。

5.4.5. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「返品の禁止」として、同法上問題となり得えます。

5.5. 買ったたきの禁止（第4条第1項第5号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第4号が該当

親事業者（広告会社）が発注に際して下請代金の額を決定するときに、発注した内容と同種又は類似の給付の内容（又は役務の提供）に対して通常支払われる対価に比べて著しく低い額を不当に定めることは、「買ったたき」として下請法違反になります。

下請代金は、下請事業者と事前に十分協議して決定しなければなりません。

買ったたきのポイントは、通常支払われる対価に比べて著しく低い額かどうか、不当に定めているかどうかです。買ったたきに該当するか否かは、次のような要素を勘案して総合的に判断されます。

- 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など対価の決定方法
- 差別的であるかどうかなど対価の決定内容
- 「通常支払われる対価」と当該給付に支払われる対価との乖離状況
- 当該給付に必要な原材料等の価格動向

【外注担当者等の注意】

グラフィック制作やテレビCM制作などの情報成果物作成委託においては、当初発注時に給付の内容（併せて下請代金の額）が決まらず、下請事業者との取引過程の中で給付の内容や下請代金の額が確定していくことがあります。このような場合には、特に、外注担当者は、下請事業者との下請代金の協議・決定に当たって、「買ったたき」となるような行為を行うことのないよう十分注意しなければなりません。

5.5.1. 買ったたきに該当するおそれのある例

- 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、その見積単価を少量の発注しかしない場合の単価として下請代金の額を定めること。
- 下請事業者に見積りをさせた段階より発注内容が増えたにもかかわらず、下請代金の額の見直しをせず、当初の見積価格を下請代金の額として定めること。

- 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。
- 親事業者の予算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。
- 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。
- 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。
- 情報成果物作成委託において給付の内容に知的財産権が含まれている場合に、当該知的財産権の対価について、下請事業者と協議することなく、一方的に通常支払われる対価より低い額を定めること。

5.5.2. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「買いたたきの禁止」に該当し、同法上問題となり得ます。

5.5.3. 買いたたきの禁止についてのQ & A

Q：作業内容を下請事業者に提示し見積りを出してもらい、それを基に価格を決定したいと思いますが、見積書が提出された後に、作業内容が当初の予定を大幅に上回ることとなった場合に、見積書を取り直さずに発注すると買いたたきとなるでしょうか。

A：親事業者（広告会社）が下請代金の額を定める方法としては、見積り合わせ、話し合い、入札等があるが、その価格の取決めの際に親事業者（広告会社）が一律に一定比率で単価を引き下げる、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などの場合には、「買いたたき」に該当し、下請法違反になるおそれがあります。

この質問の場合、下請事業者に見積りをさせた段階より作業内容が増えたにもかかわらず、下請代金の額の見直しをせず、当初の見積価格を作業内容が増えた場合の下請代金の額として定めたときは、買いたたきとなるおそれがあります。したがって、下請事業者から申し出のあるなしにかかわらず、再見積りを取り単価の見直しを行う必要があります。

5.5.4. ベストプラクティス

- コンプライアンス担当部署が、発注担当者となり得る現場社員に、研修を通して指導している。研修の内容は、「制作予算の事前協議を実施する」、「制作会社やフリーランスからのご相談には応じなければならない」等の下請法や下請振興基準を踏まえた内容となっている。（広告代理店）
- 取引先の制作会社から当社のコンプライアンス担当部署に対し、「価格転嫁の相談を貴社の現場担当者にしても良いか」という質問が届くことがある。コンプライアンス担当部署としては「当社の現場担当者に相談しても問題ない」ということを伝え、制作会社が価格転嫁交渉を実施できるよう後押ししている。（広告代理店）
- 原則として著作権を譲渡しない方針としており、ほとんどの場合において利用許諾（ライセンス）契約を結んでいる。ただしマスコットキャラクターについては、使い道が多様で毎回チェックするのが煩雑であるため例外的に譲渡契約を結ぶこともある。昔は今よりも権利意識が低かったため、著作権譲渡契約を結ぶことが多かった。近年はクリエイター側の権利意識が高まり、著作権譲渡しない姿勢を維持した結果、発注側の意識も変わってきた。その結果、利用許諾契約を結ぶケースが増加しているのではないか。（フリーランス イラストレータ

ー)

5.5.5. 問題となるおそれのある事例

- イラストレーターの作品を扱う際には、すべてのケースにおいて著作権の譲渡も含めた買い切りの契約を結んでいる。(制作会社)
- 著作権の譲渡を前提として、利用許諾契約を望む下請事業者・フリーランスとの交渉に応じず買い切りを前提とした金額が支払われない場合には、問題となるおそれがあります。

5.6. 購入・利用強制の禁止(第4条第1項第6号) ※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第1項第5号が該当

親事業者(広告会社)が、下請事業者に注文した給付の内容を維持するためなどの正当な理由がないのに、親事業者(広告会社)の指定する製品(自社製品を含む)・原材料等を強制的に下請事業者に購入させたり、サービス等を強制的に下請事業者を利用して対価を支払わせたりすると購入・利用強制となり、下請法違反となります。

5.6.1. 購入・利用強制の対象

購入・利用強制の対象となるものは、「物」のほか、保険、リース、インターネット接続サービス等のサービスなどです。また、自社が指定する物又は役務とは、自社の商品のみではなく、自社製品の販売先である特約店、卸売店等にある自社商品、自社の取引先の商品、子会社・関係会社の商品なども含まれます。

【外注担当者等の注意】

CM制作等の外注担当者が、顧客の主催する有料イベントの入場チケットを下請事業者を購入目標枚数を示して購入を要請することなどは、「購入強制」に該当するおそれがありますので、そのような行為を行わないよう注意する必要があります。

5.6.2. 強制と任意の判断

「強制して購入・利用させる」ことが禁止されていることから、下請事業者が任意に購入等する場合は購入・利用強制に該当しませんが、下請取引においては、下請事業者にとっては、事実上、購入等の依頼を拒否できない場合もあり得るので、実質的に下請事業者が購入等を余儀なくされたか否かが判断の基準となります。

5.6.3. 購入・利用強制に該当するおそれのある例

- 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・利用を要請すること。
- 下請事業者ごとに目標額又は目標量を定めて購入・利用を要請すること。
- 下請事業者に対して、応じなければ不利益な取扱いをする旨、示唆して購入・利用を要請すること。

5.6.4. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「購入・利用強制の禁止」に該当し、

同法上問題となり得ます。

5.6.5. 購入・利用強制の禁止についてのQ & A

Q：当社（広告会社）は、このたび、自社が企画したイベントチケットの販売促進を図ることとし、外注担当者を含めて全社員に販売目標数を定めて販売していたところ、一次下請事業者の取引先である二次下請事業者から当該イベントチケットを買わされたとの苦情を受けました。当社（広告会社）としては、どのような点に気を付ければよかったですでしょうか。

A：親事業者（広告会社）が下請事業者に対し物品等を販売する場合、外注担当者などの取引に影響を及ぼす者が購入を要請することは、事実上、下請事業者に対し購入を余儀なくさせることとなるので、購入・利用強制として下請法上問題とされるおそれがあります。

したがって、今後、外注担当者等を通じて販売しないようにすべきであり、とりわけ販売目標数（ノルマ）を定めること等は問題を生じやすいので留意する必要があります。

5.7. 報復措置の禁止（第4条第1項第7号）※フリーランス・事業者間取引適正化等

法の場合、第6条第3項が該当

親事業者（広告会社）が、下請事業者が親事業者の下請法違反行為を公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由として、その下請事業者に対して取引数量を減じたり、取引を停止したり、その他不利益な取扱いをしたりすると下請法違反となります。

5.8. 有償支給原材料等の対価の早期決済（第4条第2項第1号）

親事業者（広告会社）は、下請事業者に対し、有償で支給した原材料等の対価を、当該原材料等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相殺したり支払わせたりすると下請法違反となります。

例えば、半年分の資材を親事業者が下請事業者に対してまとめて買い取らせ、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期日に当該原材料の代金を決済させることも禁止されています。

5.9. 割引困難な手形の交付の禁止（第4条第2項第2号）

親事業者（広告会社）は下請事業者に対し下請代金を手形で支払う場合、支払期日までに一般の金融機関で割引くことが困難な手形を交付すると下請法違反となります。

5.9.1. 割引が困難な手形とは

「割引を受けることが困難であると認められる手形」とは、その業界の商慣行、親事業者と下請事業者との取引関係、その時の金融情勢等を総合的に勘案して、ほぼ妥当と認められる手形期間を超える長期の手形と解されています（具体的には60日（2か月）を超える手形期間の手形を長期の手形としています。）。

下請法又は下請振興法の適用対象となる取引を行う場合には、下請代金の支払は現金によることが原則です。一方、手形による支払も認められていますが、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、下請法第4条第2項第2号により禁止されています。

なお、政府としても成長戦略実行計画（令和3年6月18日閣議決定）において令和8年の約束手形の利用廃止を目標としてかけ、産業界及び金融界による自主行動計画の策定を求めるなどの取組を促進する方針を示しています。広告業界においても、「広告会社におけるサプライチェーン全体での取引適正化に向けた自主行動計画」（2024年5月1日発行）において、2026年の約束手形の利用廃止に向け、日本広告業協会の主要な会員企業の経営陣に働きかけを行う方針が示されています。

5.9.2. ベストプラクティス

○業界として手形をなくす方針となっており、翌月末現金支払での対応が基本となっている。特に、制作会社やフリーランスとの取引時には手形を用いることは完全になくなっている。（広告代理店）

5.10. 不当な経済上の利益の提供要請の禁止（第4条第2項第3号）※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第2項第1号が該当

親事業者（広告会社）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と下請法違反となります。

不当な経済上の利益の提供要請とは、親事業者（広告会社）が自己のために、下請事業者に協賛金等の金銭や従業員の派遣等の役務、その他の経済上の利益を不当に提供させることです。

【外注担当者等の注意】

CM制作やグラフィック制作などの情報成果物の作成に関し、下請事業者に発生する知的財産権等について、下請事業者への発注内容の目的である使用の範囲を超えた二次利用等を親事業者（広告会社）に無償で譲渡・使用許諾をさせることは、「不当な経済上の利益の提供要請」に該当し、下請法違反となりますので、外注担当者等は、そのような行為を行わないよう注意する必要があります。

5.10.1. 知的財産権等の取扱い

広告制作物などの情報成果物等の作成に関し、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・許諾をさせることは、不当な経済上の利益の提供要請に該当します。

5.10.2. 不当な経済上の利益の提供要請に該当するおそれのある例

- 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・労働力の提供を要請すること。
- 下請事業者ごとに目標額又は目標量を定めて金銭・労働力の提供を要請すること。
- 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・労働力の提供を要請すること。

5.10.3. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「不当な経済上の利益の提供要請の禁止」に該当し、同法上問題となり得ます。

5.11. 不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止（第4条第2項第4号）※フリー

ーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第5条第2項第2号が該当

親事業者（広告会社）が下請事業者に責任がないのに、発注の取消し若しくは発注内容の変更を行い、又は受領後にやり直しをさせることにより、下請事業者の利益を不当に害すると下請法違反となります。

親事業者（広告会社）が下請事業者に対して、費用を負担せずに給付内容の変更ややり直しをさせることは、不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの問題となります。

「給付内容の変更」又は「やり直し」のために必要な費用を親事業者（広告会社）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りません。

【外注担当者等の注意】

グラフィック制作やテレビCM制作などの情報成果物作成委託においては、下請事業者との取引過程の中で、何度も給付の内容の変更ややり直し等を行うことがあります。外注担当者は、下請事業者の責任がないのに、その費用を全額負担することなく、不当に給付内容の変更ややり直しを下請事業者に行わせ、下請法違反となるようなことのないよう十分注意する必要があります。（下記＜不当な給付内容の変更又は不当なやり直しとなる例＞参照）

なお、これらの経緯ややり直し等の内容は、5条保存書類の取引記録として保存する必要があります。

5.11.1. 給付内容の変更とやり直しの違い

「給付内容の変更」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す。発注の取消し（契約の解除）も「給付内容の変更」に該当します。

また、「やり直し」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す。

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（広告会社）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ります。

なお、受領した物品等を返して再び受け取らないことは「返品」に該当しますが、受領した物品等をいったん下請事業者に戻していても、それを補修させて再納入させたり、良品に交換させたりすることは「やり直し」に該当しません。

5.11.2. 不当な給付内容の変更又は不当なやり直しとなる例

- 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（広告会社）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、給付が注文と異なる又は注文した水準に至っていないとして無償でやり直しを要請する場合
- 取引の過程において、下請事業者の提案・確認した委託内容について、親事業者（広告会社）が了承し、下請事業者がそのとおりに作成したにもかかわらず、給付が注文と異なる又は注文した水準に達していないとして無償でやり直しを要請する場合
- 発注後に、恣意的に検査基準を変更し、従来の検査基準で合格とされたものを不合格として無償でやり直しを要請する場合

5.11.3. 下請事業者の責に帰すべき理由により費用負担することなく給付内容の変更等ができる場合

「下請事業者の責に帰すべき理由」があるとして、親事業者（広告会社）が費用を全く負担することなく、下請事業者に対して「給付内容の変更」又は「やり直し」をさせることが認められるのは、次の場合に限定されます。

- 下請事業者の要請により給付の内容を変更する場合
- 給付を受領する前に下請事業者の給付の内容を確認したところ、給付の内容が注文とは異なる又は給付に契約不適合等があることが、3条書面に照らして合理的に判断されるので内容を変更させる場合
- 3条書面に照らして、注文と異なるもの又は契約不適合等があるものが給付されたのでやり直しをさせる場合

5.11.4. やり直しをさせることのできる期間

下請事業者の責に帰すべき理由があるやり直しであっても、無制限に認められるものでなく、一定の期間内にやり直しをさせる必要があります。

5.11.5. 給付内容の変更・やり直しをした場合の取引記録の保存等

取引の過程で、3条書面に記載されている委託内容を変更（給付内容の変更・やり直し）し、又は明確化した場合には、親事業者（広告会社）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り、5条保存書類の一部として保存する義務があります。

5.11.6. フリーランスとの取引の場合

フリーランス・事業者間取引適正化等法の規制の対象となる場合には、「不当な給付内容の変更・やり直しの禁止」に該当し、同法上問題となり得えます。

5.11.7. 不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止についてのQ & A

Q：親事業者（広告会社）が発注を取り消す際には、下請事業者が当該発注に使用するために要した費用を全額負担する必要があるとのことだが、例えば、下請事業者が当該発注に使用するために機器と人員を手配している場合に、下請事業者に解約可能な範囲は解約してもらい、解約できずやむを得ず負担することとなった部分を負担すれば問題ないと理解してよいでしょうか。

A：結果として下請事業者が負担することとなった費用を親事業者（広告会社）がすべて負担すれば、不当な給付内容の変更には該当しません。

5.11.8. ベストプラクティス

- 仕様変更があった場合には、受注者側から再見積書の提出を受けて、発注額を見直すというマニュアルを作成し、受注者側と共有している。（広告代理店）
- 仕様変更への対応ルールを策定し、下請事業者に展開している。（広告代理店）
- 仕様内容、業務変更があった場合には、双方で協議の上、追加的に必要な業務内容及び業務時間を確認し、再見積をした額を踏まえ契約金額を変更している。（広告代理店）
- 仕様変更の原因は、広告主の意向であり、もう一度最初から作り直しになることもある。こうした場合、広告主が負担しないと下請事業者にも波及するため、広告主とは明確な負担ルールを共有してもらうようにしている。（広告代理店）

5.11.9. 問題となるおそれのある事例

- 仕様がいつ決まるかわからない、リメイクが繰り返されるなどということは日常茶飯事である。感性の仕事であり、なおかつ利害関係者が多いからである。（広告代理店）
 - 下請事業者に責任がないのにリメイクが繰り返され、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、親事業者（広告代理店）は、下請事業者（制作会社）に対し費用負担を行わないことは、下請法上問題となるおそれがあります。また、仕様が決まらず、発注者による事前の条件提示がしっかりと行われない場合、受注側も実際に受注するかどうか判断が困難となるため、一定の事前の時間と労力を投入する前の条件提示の段階において、可能な限り仕様の決定を行い、透明性を高めることが必要です。
- CMの制作にあたり、監督の意向で生じる仕様変更に伴う予算の増加に関しては、現場のコントロールも含めて制作会社の仕事という考え方から、制作会社で負担することが多い。一方で、広告主都合の仕様変更が発生した際の追加費用についても、制作会社側で負担しているケースもある。（制作会社）
 - 広告代理店－制作会社間の取引において、広告主の依頼を受け、下請事業者（制作会社）の給付内容が変更となる場合においては、給付内容の変更の記録を行うことが必要です。また、仕様の変更により、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、親事業者（広告代理店）は、下請事業者（制作会社）に対し費用負担を行わないことは、下請法やフリーランス・事業者間取引適正化等法上問題となるおそれがあります。

○取引にあたり、業務を開始する前の段階で、早めに最初の発注書を交付し、仕様・金額が最終確定したタイミングで修正した発注書を交付している。基本的には、1つの取引の中で、2つの発注書を交付することになる。（広告代理店）

→書面の交付を早めに行うことは推奨される取組です。しかし、委託内容、金額、納期といった項目がまったく記載されないまま下請事業者が作業に着手し、仕様が最終的に確定するまで修正された発注書が交付されない場合においては、発注書の記録から、具体的な給付内容の変更を確認することができないおそれがあります。親事業者が、不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止に抵触する事態を避けようとして、内容を定められるにもかかわらず内容を定めずに発注書を交付すること、取引の途中の具体的な給付内容の変更の記録を残さないことなどは、問題となるおそれがあります。

6. 立入検査・勧告・罰則等（第6条, 7条, 9条～12条）

6.1. 報告・立入検査※フリーランス・事業者間取引適正化等法の場合、第6条、7条、8条、9条、11条、24条が該当

6.1.1. 公正取引委員会及び中小企業庁

公正取引委員会及び中小企業庁は親事業者・下請事業者の双方に対し、下請取引に関する報告をさせ、立入検査を行うことができます。

なお、フリーランス・事業者間取引適正化等法の対象となる取引についても、公正取引委員会及び中小企業庁は、業務委託事業者、特定業務委託事業者、特定受託事業者その他の関係者に対し同様の報告をさせ、立入検査を行うことができます。

6.1.2. 下請取引に係る事業の所管官庁

親事業者又は下請事業者の営む事業を所管する官庁も、中小企業庁等の調査に協力するため、所管事業を営む親事業者・下請事業者の双方に対し、下請取引に関する報告をさせ、立入検査を行うことができます。

6.1.3. 勧告等

公正取引委員会は、違反行為がある場合には、違反親事業者に対して違反行為の改善措置等を探るよう勧告、指導等を行います。なお、勧告した場合は、原則として事業者名、違反事実の概要、勧告の概要等を公表することとしています。中小企業庁は、違反親事業者に対して、指導を行うとともに、公正取引委員会に対し措置請求を行うことができます。

なお、フリーランス・事業者間取引適正化等法の対象となる取引についても、違反した者に対し、公正取引委員会により、違反行為の改善措置等を探るよう勧告が行われます。その際、正当な理由がなく、勧告に係る必要な措置を取らなかった場合、勧告に係る措置の実施を命令することができるとともに、命令した旨を公表することができます。また、中小企業庁は、違反した者に対し、指導を行うとともに、公正取引委員会に対し措置請求を行うことができます。

6.1.4. 罰 則

罰則は「両罰規定」であり、次のような場合は、行為者（担当者）個人が罰せられるほか、会社（法人）も罰せられることとなります（50万円以下の罰金）。

- ① 書面の交付義務違反
- ② 書類の作成及び保存義務違反
- ③ 報告徴収に対する報告拒否、虚偽報告
- ④ 立入検査の拒否、妨害、忌避

なお、フリーランス・事業者間取引適正化等法の対象となる取引についても、公正取引委員会による命令に違反した場合、罰せられることとなります（50万円以下の罰金）。

6.2. その他下請中小企業の振興のため必要な事項

下請中小企業の振興を図るため、下請事業者及び親事業者のよるべき一般的な基準として下請中小企業振興法第3条第1項の規定に基づき、振興基準が定められています。本ガイドラインで触れられている各種法令に加え、振興基準についても参照しながら親事業者と下請事業者双方の取組が実施されることが望めます¹⁰。

6.2.1. 下請事業者の生産性の向上及び製品若しくは情報成果物の品質若しくは性能又は役務の品質の改善に関する事項

下請事業者に対し、生産年齢人口の減少等に伴う人手不足、経済の国際化の一層の進展等に適切に対応するため、働き方を見直し、魅力ある職場づくりに努めるとともに、グリーン化、情報化等の課題に適切に対応するため、技術開発、設備投資、親事業者その他の事業者との連携等により、生産性の向上及び製品若しくは情報成果物の品質若しくは性能又は役務の品質の改善に努めることを求めています。

また、親事業者に対しては、下請事業者が働き方改革、生産性の向上等に取り組むことができるよう配慮して、下請事業者に対する発注条件、取引条件等を設定するよう努めるとともに、下請事業者のグリーン化、情報化等を支援し、また、下請事業者その他の事業者と既存の取引関係、系列、企業規模等を超えた連携を進めること等により、サプライチェーン全体における付加価値向上及び共存共栄の実現に努めることを求めています。

6.2.2. 発注書面の交付その他の方法による親事業者の発注分野の明確化及び親事業者の発注方法の改善に関する事項

親事業者に対し、下請事業者への発注の際に、発注分野の明確化や発注方法の改善の観点から、以下の取組を求めています。

図表 6-1 発注分野の明確化や発注方法の改善の観点から求められる取組

- | |
|---------------------------|
| 1 発注分野の明確化 |
| 2 長期発注計画の提示及び発注契約の長期化 |
| 3 発注の安定化、リードタイムの確保等 |
| 4 納期及び納入頻度の適正化等 |
| 5 設計図、仕様書等の明確化による発注内容の明確化 |
| 6 契約条件の明確化及び書面等の交付 |
| 7 発注の手続事務の円滑化等 |
| 8 取引停止の予告 |

6.2.3. 下請事業者の施設又は設備の導入、技術の向上及び事業の共同化に関する事項

下請事業者に対しては、生産性の向上等を図るための施設又は設備の導入に努め、製品開発、品質管理、現場作業等の技術の向上に努めるとともに、経営管理及び人事・労務管理の改善に努めることを求めています。また、その業種及び業態の実態に応じ、他の事業者との事業の共同化に努めることも求めています。

親事業者に対しては、下請事業者の要請に応じ、下請事業者の施設又は設備の導入、技術の向上並びに

¹⁰振興基準の詳細は、中小企業庁ウェブサイトを参照のこと。

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/shinkoukijyun.html>

経営管理及び人事・労務管理の改善に際し、助言、研修、従業員の派遣等の協力を行うとともに、下請事業者が事業の共同化を進めやすくなるよう適切な措置を講ずることを求めています。

その他、情報化への積極対応や事業承継に向けた取組を下請事業者、親事業者双方に求めています。

6.2.4. 対価の決定の方法、納品の検査の方法その他取引条件の改善に関する事項

取引対価の決定にあたり、合理的な算定方式に基づき、下請事業者の適正な利益を含み、下請事業者における賃金の引上げ、労働時間の短縮等の労働条件の改善が可能となるよう、親事業者及び下請事業者が十分に協議して決定することを求めています。特に、令和6年11月の下請振興基準の改正では、労務費の転嫁促進と原材料の価格転嫁の2点が改正ポイントとして挙げられています。

また、下請代金の支払方法として、受領後60日以内の支払期日までに支払代金を支払うことを徹底すること、約束手形をできる限り利用しないよう努めることも求められています。

その他、下請事業者の働き方改革を阻害する取引慣行を改善するため、やむを得ず、短納期又は追加の発注、急な仕様変更等を行う場合に下請事業者が支払うこととなる残業代等の増加コストを負担することや、親事業者の働き方改革の取組に伴い下請事業者に発生するしわ寄せ等の不利益となる事例について例示しています。

図表 6-2 発注分野の明確化や発注方法の改善の観点から求められる取組

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1 適正なコスト負担を伴わない短納期発注又は急な仕様変更2 無理な短納期発注に対する納期遅れを理由とした受領拒否又は減額3 親事業者自らの人手不足又は長時間労働の削減による検収体制の不備に起因した受領拒否又は支払遅延4 親事業者自らの人手不足又は長時間労働の削減に起因した、適正なコスト負担を伴わない人員の派遣要請又は付帯作業の要請5 過度に短納期となる時間指定配送、過剰な賞味期限対応若しくは欠品対応に起因するリードタイムの短い発送又は適正なコスト負担を伴わない多頻度小口配送6 納期又は工期の特定時期への過度な集中 |
|--|

6.2.5. 下請事業者の連携の推進に関する事項

特定下請連携事業計画の作成にあたり、満たすべき事項について記載されています。

6.2.6. 下請事業者の自主的な事業の運営の推進に関する事項

下請事業者の自主的な事業の尊重のため、親事業者は、下請事業者が行う取引先の開拓、変更等及び仕入先との間における取引対価の決定等について、不当に干渉しないことを求めています。

また、自然災害への対応のため、事業継続計画（BCP）の策定を行うとともに、事業継続マネジメントの実施に努めることを求めています。

6.2.7. 下請取引に係る紛争の解決の促進に関する事項

下請取引に係る紛争が生じた際の協議の実施や、紛争の未然防止、取引の適正化のための体制整備について下請事業者と親事業者の双方に求めています。

6.2.8. 下請取引の機会の創出の促進その他下請中小企業の振興のため必要な事項

下請取引の機会創出、下請中小企業の振興にあたり必要な事項として、大きく9つの取組を例示しています。

図表 6-3 下請取引の機会創出、下請中小企業の振興にあたり必要な事項

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1 下請取引の機会の創出の促進2 基本契約の締結3 報酬債権、売掛債権その他の債権の譲渡の円滑化4 計算書類等の信頼性確保5 知的財産の保護及び取引の適正化6 フリーランスとの取引7 業種別ガイドライン及び自主行動計画8 パートナーシップ構築宣言9 支援施策の活用 |
|--|

6.3. 公正取引委員会による勧告及び指導事例

平成 21 年度～令和 6 年度のコンテンツ関連業界¹¹の事例を抜粋

〈勧告事例〉

事件の概要	違反法条 ¹²	業種
雑誌の発行事業において、雑誌の記事作成及び写真撮影業務を下請事業者に委託している K 社は、雑誌の収益が減少するなか、資材費等のコストが上昇しているとして、下請事業者と十分に協議することなく、発注単価を約 6.3%あるいは約 39.4%引き下げることを下請事業者に通知した。雑誌発行事業を K 社から引き継いだ L 社は、K 社が一方的に決定した単価をそのまま適用した。(令和 6 年 1 1 月 1 2 日)	買ったたき (第 4 条第 1 項第 5 号)	映像・音声・文字情報制作業
インターネットを通じて配信するいわゆる「Vtuber 動画」等に用いるイラスト、動画用 2D モデル又は動画用 3D モデルの作成を下請事業者に委託した C 社は、成果物を受領した後に、発注書等で示された仕様からは作業が必要であることが分からないやり直しを無償でさせていた (下請事業者 23 名に対し、合計 243 回)。(令和 6 年 1 0 月 2 5 日)	不当な給付内容の変更・やり直し (第 4 条第 2 項第 4 号)	映像・音声・文字情報制作業
印刷事業を行う O 社は、食品製造業者等から製造を請け負う食品容器に貼付するラベルやパッケージのデザイン作成を下請事業者に委託し、下請事業者が作成したデザインについて、給付の受領後に実施する受入検査では問題がないとした。しかし、その後 O 社は、自社の顧客である食品製造業者等からやり直しの依頼があったことを理由に、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、多数回にわたり、無償でデザインの制作のやり直しをさせた (令和 4 年 4 月から令和 5 年 10 月までの一年半の間、下請事業者 36 名に対して合計 24,600 回。費用相当額は、総額 984 万円)。(令和 6 年 6 月 1 9 日)	不当な給付内容の変更・やり直し (第 4 条第 2 項第 4 号)	映像・音声・文字情報制作業
A 社は、アニメーションの原画、動画等の制作業務の委託料を消費税を含む額で定めている個人である事業者に対して、消費税率の引き上げ分を上乗せせず支払った。(平成 2 6 年 1 2 月 1 7 日)	消費税転嫁対策特別措置法第 3 条第 1 号後段 (買ったたき)	映像・音声・文字情報制作業
B 社は、事務用封筒、名刺用台紙等の製造委託に関し、「販売協力金」として下請代金の額に一定率を乗じて得	第 4 条第 1 項第 3 号 (減額の禁止)	印刷・同関連業

¹¹ 放送業、広告業、出版業、映像・音声・文字情報制作業、印刷・同関連業を対象

¹² 特に法律名の記載が無い場合は下請法の規定を指す。

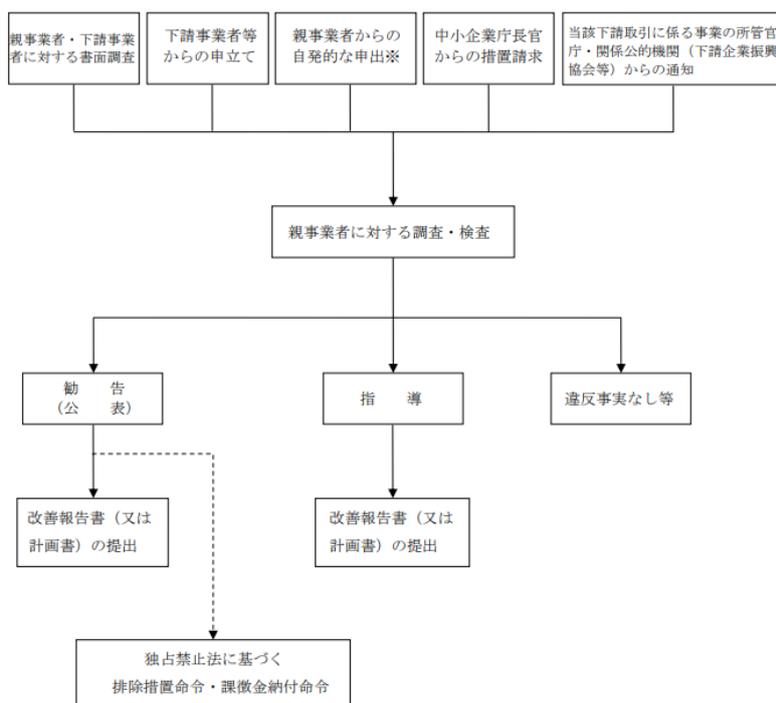
た額を差し引くことにより、下請代金の額を減じていた。(平成25年2月27日)		
--	--	--

〈指導事例〉

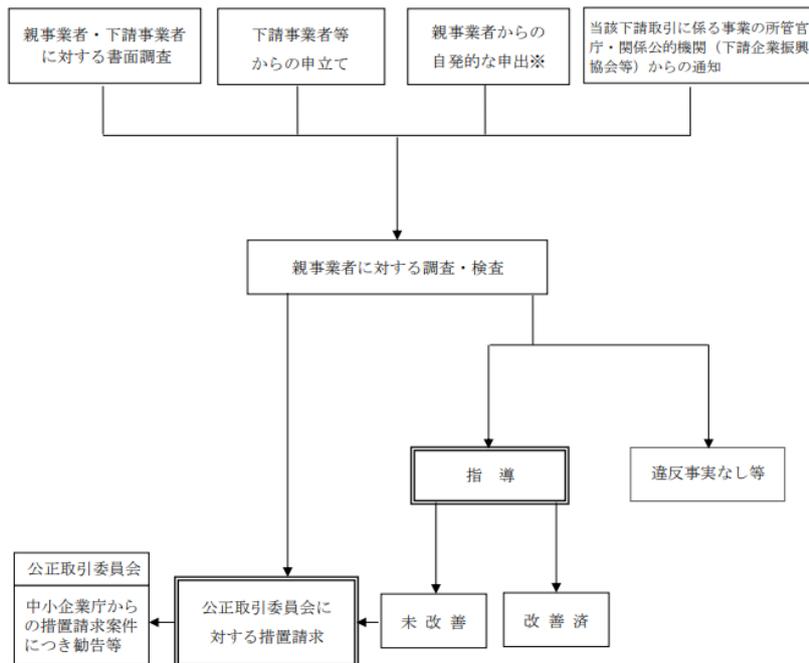
事件の概要	違反法条	業種
テレビ番組の制作を下請事業者に委託しているC社は、下請事業者に対し、下請事業者からの請求書の提出が遅れたことを理由に、下請事業者の給付を受領しているにもかかわらず、あらかじめ定められた支払期日を経過して下請代金を支払っていた。(平成24年度)	第4条第1項第2号 (下請代金の支払遅延)	放送業
印刷物の製造を下請事業者に委託しているD社は、発注担当者を通じて、下請事業者に対し、自社の取引先が販売する催事のチケット等を購入させていた。(平成24年度)	第4条第1項第6号 (購入・利用強制の禁止)	印刷・同 関連業
放送番組の制作を下請事業者に委託しているE社は、下請事業者に対し、「毎月末日納品締切、翌々月10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。(平成23年度)	第4条第1項第2号 (下請代金の支払遅延)	放送業
広告の制作を下請事業者に委託しているF社は、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経過して下請代金を支払っていた。(平成23年度)	第4条第1項第2号 (下請代金の支払遅延)	広告業
印刷物等の製造を下請事業者に委託しているG社は、下請事業者に見積りをさせ単価を決定した後、見積時点で予定していた納期を短縮したにもかかわらず、単価の見直しをせず、一方的に当初の単価により下請代金の額を定めていた。(平成23年度)	第4条第1項第5号 (買ったたき)	印刷・同 関連業
製本を下請事業者に委託しているH社は、下請事業者に対し、「毎月20日納品締切、翌月25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。(平成23年度)	第4条第1項第2号 (下請代金の支払遅延)	印刷・同 関連業
放送番組等の制作を下請事業者に委託しているI社は、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限を超えて下請代金を支払っていた。(平成22年度)	第4条第1項第2号 (下請代金の支払遅延)	放送業
広告の制作を下請事業者に委託しているJ社は、発注担当者を通じて、下請事業者に対し、自社の取引先が販売するイベントのチケットの購入を要請していた。(平成22年度)	第4条第1項第6号 (購入・利用強制)	広告業
ウェブサイトの制作等を下請事業者に委託しているK社は請事業者に対し、発注元からの発注内容が変更されたことを理由に給付内	第4条第2項第4号 (不当な給付内容の	広告業

<p>容を変更したにもかかわらず、それによって生じた費用の一部を負担させていた。(平成22年度)</p>	<p>変更・不当なやり直し)</p>	
<p>広告の制作を下請事業者に委託しているM社は、発注担当者を通じて、下請事業者に対し、自社の取引先が販売するチケット等の購入を要請していた。(平成21年度)</p>	<p>第4条第1項第6号 (購入・利用強制)</p>	<p>広告業</p>

図表 6-4 下請法事件処理フローチャート（公正取引委員会）¹³



図表 6-5 下請法事件処理フローチャート（中小企業庁）¹⁴



¹³ 公正取引委員会・中小企業庁「下請取引適正化推進講習会テキスト」

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/download/shitauke_koushu.pdf

¹⁴ 公正取引委員会・中小企業庁「下請取引適正化推進講習会テキスト」

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/download/shitauke_koushu.pdf

6.4. 参考資料

6.4.1. 下請法についての問い合わせ窓口

下請法についての相談、問い合わせ、被疑事実の申告等については、所在地を所管する行政機関の窓口にお問い合わせ下さい。

● 中小企業庁、経済産業省経済産業局等

名称・所在地・電話番号	管轄区域
中小企業庁 事業環境部取引課 取引調査室 〒100-8912 東京都千代田区霞が関 1-3-1 Tel 03(3501)1511(代表) 03(3501)3649(直通)	全国
北海道経済産業局 産業部中小企業課 取引適正化推進室 〒060-0808 北海道札幌市北区北 8 条西 2 札幌第 1 合同庁舎 Tel 011(709)2311(代表) 011(700)2251(直通)	北海道
東北経済産業局 産業部中小企業課 取引適正化推進室 〒980-8403 宮城県仙台市青葉区本町 3-3-1 仙台合同庁舎 B 棟 Tel 022(263)1111(代表) 022(217)0417(直通)	青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮城県・福島県
関東経済産業局 産業部適正取引推進課 〒330-9715 埼玉県さいたま市中央区新都心 1-1 さいたま新都心合同庁舎 1 号館 Tel 048(600)0324(直通)	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・山梨県・長野県・静岡県
中部経済産業局 産業部中小企業課取引適正化推進室 〒460-8510 愛知県名古屋市中区三の丸 2-5-2 Tel 052(951)2860(直通)	愛知県・岐阜県・三重県・富山県・石川県
近畿経済産業局 産業部中小企業課取引適正化推進室 〒540-8535 大阪府大阪市中央区大手前 1-5-44 大阪合同庁舎 1 号館 Tel 06(6966)6000(代表) 06(6966)6037(直通)	福井県・滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県
中国経済産業局 産業部中小企業課取引適正化推進室 〒730-8531 広島県広島市中区上八丁堀 6-30 広島合同庁舎 2 号館 Tel 082(224)5745(直通)	岡山県・広島県・鳥取県・島根県・山口県
四国経済産業局 産業部中小企業課 取引適正化推進室	香川県・徳島県・愛媛

名称・所在地・電話番号	管轄区域
〒760-8512 香川県高松市サンポート 3-33 高松サンポート合同 庁舎 Tel 087(811)8900(代表) 087(811)8564(直通)	県・高知県
九州経済産業局 産業部中小企業課 取引適正化推進室 〒812-8546 福岡県福岡市博多区博多駅東 2-11-1 福岡合 同庁舎 Tel 092(482)5590(直通)	福岡県・佐賀県・熊本 県・長崎県・大分県・宮 崎県・鹿児島県
内閣府沖縄総合事務局 経済産業部中小企業課 〒900-0006 沖縄県那覇市おもろまち 2-1-1 那覇第 2 地方合 同庁舎 2 号館 Tel 098(866)1755(直通)	沖縄県

●公正取引委員会

名称・所在地・電話番号	管轄地域
公正取引委員会事務総局 経済取引局取引部企業取引課 〒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 (相談関係) 企業取引課 Tel 03(3581)3375 (申告関係) 下請取引調査室 Tel 03(3581)3374	全国
北海道事務所 下請課 〒060-0042 北海道札幌市中央区大通西 12 札幌第 3 合同庁舎 Tel 011(231)6300(代表)	北海道
東北事務所 下請課 〒980-0014 宮城県仙台市青葉区本町 3-2-23 仙台第 2 合同庁舎 Tel 022(225)8420(直通)	青森県・岩手県・宮 城県・秋田県・山形 県・福島県
中部事務所 下請課 〒460-0001 愛知県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)9424(直通)	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 大阪府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(直通)	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 下請課 〒730-0012 広島県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(代表)	鳥取県・島根県・岡 山県・広島県・山口 県

名称・所在地・電話番号	管轄地域
近畿中国四国事務所四国支所 下請課 〒760-0019 香川県高松市サンポート 3-33 高松サンポート合同庁舎 南館 Tel 087(811)1758(直通)	徳島県・香川県・愛媛県・高知県
九州事務所 下請課 〒812-0013 福岡県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)6032(直通)	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 〒900-0006 沖縄県那覇市おもろまち 2-1-1 那覇第 2 地方合同庁 舎 2 号館 Tel 098(866)0049 (直通)	沖縄県
公正取引委員会電子窓口 U R L https://www.jftc.go.jp/soudan/denshimadoguchi/index.html (下請法違反被疑事実についての申告窓口が設置されています。質問・相談については各地方の事務所にお問い合わせください)	全国

6.4.2.「下請かけこみ寺」について

「下請かけこみ寺」は、中小企業庁の委託により、平成20年4月1日から財団法人全国中小企業取引振興協会（現在は公益財団法人全国中小企業振興機関協会（以下「全国協会」という））が全国規模で実施している事業です。

「下請かけこみ寺」事業は、

- 全国の中小企業から寄せられた取引に関する様々な相談等に対して親身になって対応するとともに、
- 紛争の早期解決に向けて裁判外紛争解決手続（ADR）

を行うものです。

実施体制は、全国協会が「下請かけこみ寺本部」として、全ての事業の管理・運営を行い、47の各都道府県中小企業振興機関は、地域の拠点として、中小企業の皆様方との接点となる役目を果たしております。

<業務の内容>

①各種相談の対応

中小企業・個人事業主・フリーランスの皆様からの取引に関する様々なご相談に、取引問題に関する専門家等が親身にお話を伺い、適切なアドバイス等を行います。

②裁判外紛争解決手続（ADR業務）

中小企業の皆様が抱える取引に関する紛争を迅速、簡便に解決するため、全国各地の弁護士が相談者の身近なところで調停手続き（ADR）を行います。

さらに、全国の商工会・商工会議所等においても、下請かけこみ寺との連携強化を図り、事業者が身近な場所で原材料・エネルギーコスト増に関する相談ができるよう、相談受付体制を強化しています。

<公益財団法人全国中小企業振興機関協会 下請かけこみ寺本部>

電話：0120-418-618

<http://www.zenkyo.or.jp/kakekomi/index.htm>

「下請かけこみ寺」一覧

本部：公益財団法人 全国中小企業振興機関協会 TEL 03-5541-6655			
(公財)北海道中小企業総合支援センター	011-232-2408	(公財)滋賀県産業支援プラザ	077-511-1413
(公財)21 あおもり産業総合支援センター	017-775-3234	(公財)京都産業 21	075-315-8590
(公財)いわて産業振興センター	019-631-3822	(公財)大阪産業局	06-6748-1144
(公財)みやぎ産業振興機構	022-225-6637	(公財)ひょうご産業活性化センター	078-977-9109
(公財)あきた企業活性化センター	018-860-5622	(公財)奈良県地域産業振興センター	0742-36-8311
(公財)やまがた産業支援機構	023-647-0662	(公財)わかやま産業振興財団	073-432-3412
(公財)福島県産業振興センター	024-525-4077	(公財)鳥取県産業振興機構	0857-52-6703
(公財)いばらき中小企業グローバル推進機構	029-224-5317	(公財)しまね産業振興財団	0852-60-5114
(公財)栃木県産業振興センター	028-670-2603	(公財)岡山県産業振興財団	086-286-9670
(公財)群馬県産業支援機構	027-265-5027	(公財)ひろしま産業振興機構	082-240-7703
(公財)埼玉県産業振興公社	048-647-4086	(公財)やまぐち産業振興財団	083-902-3722
(公財)千葉県産業振興センター	043-299-2654	(公財)とくしま産業振興機構	088-654-0101
(公財)東京都中小企業振興公社	03-3251-9390	(公財)かがわ産業支援財団	087-868-9904
(公財)神奈川産業振興センター	045-633-5200	(公財)えひめ産業振興財団	089-960-1102
(公財)にいがた産業創造機構	025-246-0056	(公財)高知県産業振興センター	088-845-6600
(公財)長野県産業振興機構	026-227-5013	(公財)福岡県中小企業振興センター	092-260-6017
(公財)やまなし産業支援機構	055-243-8037	(公財)佐賀県産業振興機構	0952-34-4416
(公財)静岡県産業振興財団	054-273-4433	(公財)長崎県産業振興財団	095-820-8836
(公財)あいち産業振興機構	052-715-	(公財)くまもと産業支援財団	096-289-

	3069		2437
(公財)岐阜県産業経済振興センター	058-277-1082	(公財)大分県産業創造機構	097-534-300
(公財)三重県産業支援センター	059-228-7283	(公財)宮崎県産業振興機構	0985-74-3850
(公財)富山県新世紀産業機構	076-444-5622	(公財)かごしま産業支援センター	099-219-1274
(財)石川県産業創出支援機構	076-267-1219	(公財)沖縄県産業振興公社	098-859-6237
(公財)ふくい産業支援センター	0776-67-7426		

6.4.3. 「フリーランス・トラブル110番」について

近年、個人の働き方が多様化し、雇用関係によらないさまざまな働き方が増えています。これらの方は、フリーランス、個人事業主、クラウドワーカーなどと呼ばれ、労働基準法上の労働者ではないとされています。

「フリーランス・トラブル 110 番」は、このような働き方をする方のための相談窓口です。

「フリーランス・トラブル 110 番」では、フリーランスの皆さまが発注事業者からお仕事の委託を受けた際に発生したトラブルに関するご相談ができます。フリーランス・事業者間取引適正化等法違反と考えられる場合に、公正取引委員会・中小企業庁・厚生労働省へ申出をする際のアドバイスも受け付けています。なお、フリーランスご自身が発注側となった際に生じたトラブルのご相談は対象外です。

<フリーランス・トラブル 110 番 相談窓口>

電話：0120-532-110（受付時間 9：30～16：30 土日祝日を除く）

<https://freelance110.mhlw.go.jp/>

6.4.4. 企業取引研究会

公正取引委員会は、適切な価格転嫁を我が国の新たな商慣習としてサプライチェーン全体で定着させていくための取引環境を整備する観点から、優越的地位の濫用規制の在り方について、下請法を中心に検討することを目的として、関係有識者からなる「企業取引研究会」を開催し、令和 6 年 12 月 25 日に報告書を取りまとめています¹⁵。

6.4.5. 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

原材料価格やエネルギーコストのみならず、賃上げ原資の確保を含めて、適切な価格転嫁による適正な価格設定をサプライチェーン全体で定着させ、物価に負けない賃上げを行うことは、デフレ脱却、経済の好循環の実現のために必要です。その際、労務費の適切な転嫁を通じた取引適正化が不可欠です。

一方、令和 5 年の春季労使交渉の賃上げ率は約 30 年ぶりの高い伸びとなったものの、令和 4 年 4 月以降、

¹⁵「企業取引研究会」の詳細は、公正取引委員会ウェブサイトを参照のこと。

<https://www.jftc.go.jp/soshiki/kyotsukoukai/kenkyukai/kigyoutorihiki/index.html>

現時点に至るまで、急激な物価上昇に対して賃金の上昇が追いついていません。この急激な物価上昇を乗り越え、持続的な構造的賃上げを実現するためには、特に我が国の雇用の7割を占める中小企業がその原資を確保できる取引環境を整備することが重要です。

その取引環境の整備の一環として、これまで、「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」（令和3年12月27日内閣官房・消費者庁・厚生労働省・経済産業省・国土交通省・公正取引委員会）に基づき、政府一体となって価格転嫁対策に全力で取り組んできました。さらに、政府は、公正取引委員会が行った業界ごとの実態調査を踏まえて、労務費の転嫁の在り方について指針を年内にまとめることとし（新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2023改訂版（令和5年6月16日閣議決定））、今般、内閣官房及び公正取引委員会の連名で「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（以下「本指針」）を策定しました¹⁶。

本指針は、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストのうち、労務費の転嫁に係る価格交渉について、発注者及び受注者それぞれが採るべき行動／求められる行動を12の行動指針として取りまとめています。また、それぞれの行動指針に該当する労務費の適切な転嫁に向けた取組事例や、受注者が用いている根拠資料や取組内容を取り上げています。本指針では、特に労務費について、問題となるおそれがあるものを「留意すべき点」として整理していますので、価格交渉を行う際に参考としてください。

¹⁶ 「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の詳細は、公正取引委員会ウェブサイトを参照のこと。

<https://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/romuhitenka.html#thema1>