

企業取引研究会による関係業界のヒアリング結果

1 経済環境の変化に即応した下請法の規制の在り方

(1) 下請法の対象範囲

ア 対象取引

イ 親事業者と下請事業者を画する基準

ウ 対象範囲の拡大に伴う留意点

(2) 親事業者の禁止行為

(3) その他

2 経済環境の変化に即応した下請法の運用の在り方

3 独占禁止法による対応

(注) 資料に記載している関係団体の意見の一部には当該団体の事務局限りの意見も含む。

1 経済環境の変化に即応した下請法の規制の在り方

(1) 下請法の対象範囲

ア 対象取引

論点 下請法の対象範囲を拡大し、役務の委託取引に対して適用することについてどのように考えるか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

内航海運業において、優越的地位の濫用行為を防止するために、内航海運業における委託取引を下請法の対象とするように改正し、委託事業者に対して義務及び禁止行為を課すことが必要である（日本内航海運組合総連合会）。

下請法の対象にテレビ番組の制作委託取引を追加することを実現してもらいたい（全日本テレビ番組製作社連盟）。

すべてのサービス分野を対象とし、どの業種も守るべき一般ルールを作る時期が来ているのかもしれない（首都圏コンピュータ技術者協同組合）。

情報サービス取引の一部に不公正な取引が存在していることを認識するが、情報サービス産業の特性に配慮することなく現行の下請法を機械的に適用した場合、情報サービス取引に不合理な混乱を生じせしめるおそれがあり、我が国の情報化の進展と経済社会の発展にとっては損失。取引の実態を十分踏まえた検討が必要である（情報サービス産業協会）。

論点 どのような役務の委託取引を下請法の対象とすることが適当か。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

ユーザー取引

運送業においては、荷主と運送業者との間で、優越的地位の濫用行為に該当する行為が行われており、同業者間の取引に限定せずに、荷主と元請の取引についても下請法の対象とすべきである（全日本トラック協会、日本内航海運組合総連合会）。

ソフト開発においては、官公庁を含めた上流顧客からの取引慣行全般の適正化を目指す必要がある（電子情報技術産業協会）。

情報サービス取引を行うものすべて（ユーザーを含めて）が守らなければならないルールを法制化すべきである。多重下請構造からなる情報サービス取引全体の中で、資本金等で規定された特定の条件に当てはまる取引のみを規制しても問題解決につながらない（情報サービス産業協会）。

規制対象の明確化

役務の委託取引は、委託形態が複雑・多様であり、下請法の適用対象を明確にしてほしい（日本民間放送連盟、日本放送協会）。

論点 現行の下請法の対象ではない委託取引の中に、下請法の対象とすることが適当な取引があるか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

金型産業は、完全受注請負産業であり、金型はほかへの転用が一切できない等の特性を有しているため、物品を構成している半製品、部品、附属品、原材料に近いものであることから、下請法の適用においても、これらに準じた扱いをし、製造委託を行う親事業者が自ら製造しているか否かにかかわらず、同製品の製造のために使用する金型の製造を下請事業者に委託する取引が下請法の対象となるよう改正することを要望する（日本金型工業会）。

イ 親事業者と下請事業者を画定する基準

論点 現行法における親事業者と下請事業者を画する基準は、中小企業基本法における製造業に属する中小企業の定義の資本金基準（3億円）と関連させているが、下請法の適用範囲を見直す場合には、どのように考えるか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

ソフトウェア開発においては、事業規模と資本金が必ずしも比例しない場合が多く、資本金によって親事業者と下請事業者を定義することは実態にそぐわない。資本金による区別とは異なる下請事業者の定義が必要である（電子情報技術産業協会）。

情報サービス取引においては、「優越的地位」は企業規模よりも技術力・ノウハウで決定され、親事業者（発注者）が下請事業者（受注者）よりも企業規模が大きいとは限らない。したがって、親事業者・下請事業者を資本金で規定するのは実態にそぐわない（情報サービス産業協会）。

資本金によって親事業者と下請事業者が区分できないのは例外的な場合である。一般的には、委託事業者は受託事業者に対して、資本金で上回っている。ただし、資本金3億円というのはソフトウェア業界では大手であるため、3億円を基準とすることは見直すべきかもしれない（首都圏コンピュータ技術者協同組合）。

ビルメンテナンス業界においては、資本額の少ない事業者が元請事業者となる例もあり、また、政府調達物件の統一的審査基準においても、資本額より販売額に大きなウェイトをおいて基準額を定めているのが実情であり、親事業者と下請事業者の適正な区分を検討してもらいたい（全国ビルメンテナンス協会）。

親事業者と下請事業者を一定の資本の多寡による基準により区分しているので、例えば、現行法では、資本金が1000万円超3億円以下の事業者同士の取引については適用されないこととなる。内航業界の実態を踏まえると、発注者を親事業者として、受注者を下請事業者とすることが適当である（日本内航海運組合総連合会）。

ウ 対象範囲の拡大に伴う留意点

論点 現行の下請法の対象範囲を拡大し、役務の委託取引を対象とする場合、
現行の親事業者に対する義務及び禁止行為について見直す必要があるか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

発注書面の交付

テレビ番組の制作は、委託する番組の具体的内容が当初は確定していないので、発注書の記載事項が確定できない。また、テレビ番組の制作においては定型的な業務は一部に過ぎず、書面の記載事項に簡略化等の工夫が必要（日本放送協会）。

ソフトウェア開発においては、一般に開発着手時には顧客・事業者とも成果物のイメージは不明確であり、仕様が確定しないので、委託後「直ちに」給付の内容を記載した書面を下請事業者に交付することは多くの場合不可能であり、ソフトウェア開発の実情に即した書面化のルールが必要（情報サービス産業協会、電子情報技術産業協会）。

取引開始の段階では、決定していない発注内容があり書面化できないことがあるが、開発進捗状況に応じ、書面化することは無理というものではない。決定することが不可能な段階で決めようとする、リスクを負うのは弱い方とされるため危険だということである。最終的には、取引の条件を書面化する必要がある（日本ソフトウェア産業協会）。

テレビ番組の制作においては、発注段階で委託内容の明確化が困難であるので、発注書面の記載事項、交付時期に工夫が必要である（日本民間放送連盟）。

発注書面を交付することには異論はないが、細かい作業においてまで書類による取引が必要となると、業界における善良な慣行まで失われることになるので、発注書面の交付の運用に当たっては取引実態に沿った十分な配慮を求めたい（全日本テレビ番組製作社連盟）。

広告会社は広告制作会社に、テレビCMの制作を委託する時点では、テレビCMの内容が確定していないので、書面化は困難である。どのようなCMを制作するのか、広告会社と広告制作会社において意見を出し合って、テレビCMの内容、予算等がある程度確定した段階で（広告業界ではPPM（プリプロダクションミーティング）と称されている。）、発注書を交付するようにルール化しようとしている（日本広告業協会、日本テレビコマーシャル製作社連盟）。

「受領」の概念、支払期日等

ソフトウェア開発においては、受領後直ちに完成品であるかどうかを判断するのは難しく、検査には相当の時間が掛かるので、「給付の受領」は検査合格を条件とし、発注者側への規制として「不当に検査を遅延させる行為」を制限すべき（情報サービス産業協会、電子情報技術産業協会）。

(2) 親事業者の禁止行為

論点 現在の経済環境の変化等や取引実態を踏まえ、現行の行為類型についてどのように考えるか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

やり直し

「不当なやり直し」を親事業者の禁止行為として追加しても、どのような場合が「不当」なのか判断が困難である。テレビ番組の制作の過程においては、修正は、制作能力を高め、質の高い番組を作るために欠かせないものであり、この点を配慮してもらいたい（日本民間放送連盟，日本放送協会）。

番組制作当事者間の協議により、受領を了承された番組内容を、第三者の圧力などで、自己責任としてやり直しさせられるケースは「不当なやり直し」であり、これを禁止してほしい（全日本テレビ番組制作社連盟）。

金型の製造委託においては、仕様書の不備や親事業者の責任によるやり直し要請があり、禁止行為類型として追加を要望する（日本金型工業会）。

労務提供

内航海運業においては、委託事業者から、船舶の乗組員に対して、対価の支払のない役務の提供を要請されることがあり、親事業者の禁止行為として追加を要望する（日本内航海運組合総連合会）。

役務の利用強制

内航海運業においては、委託事業者から特定の船舶保険会社と契約を強制することがあり、親事業者の禁止行為として追加を要望する（日本内航海運組合総連合会）。

(3) その他

論点 「下請」という用語についてどのように考えるか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

放送局は、テレビ番組制作事業者を「イコールパートナー」と認識しており、「下請」という用語はなじまない。取引の実態にあった用語としてほしい（日本民間放送連盟）。

広告会社は、広告制作会社を「協力会社」と認識しており、製造業で使われているような「下請」という言葉で表すのはなじまないと考えている（日本広告業協会）。

2 経済環境の変化に即応した下請法の運用の在り方

論点 経済環境の変化に即応して下請法の運用について見直しをすべき点はないか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

下請法の運用に当たって、技術革新が阻害されることがないように、配慮してもらいたい（日本放送協会）。

放送事業者との契約書は、いわゆるキー局の場合は存在するが、地方局や衛星放送局の場合に口頭のみというケースが多い。制作協力者との取引においても、口頭契約のケースが大半であるが、細かい実作業においてまで書類による取引が必要となると、業界における善良な慣行まで失われることになるので、取引実態に沿った十分な配慮を求めたい（全日本テレビ番組製作社連盟）。

3 独占禁止法による対応

論点 下請法の対象とすることが適当ではない優越的地位の濫用行為について、独占禁止法による優越的地位の濫用規制はどうあるべきか。

関係業界団体からの主要な意見（ヒアリング）

役務ガイドラインの策定・公表は、放送局とプロダクションとの取引の公正化に効果があった。例えば、「制作費を出したのだから放送事業者に権利があって当然」というような発言がなくなったり、一部の放送局には一方的に契約書を作って強制するのではなく、プロダクションと協議して契約内容を決定しようとの姿勢が見られるようになった。しかしながら、役務ガイドラインには、テレビ番組の著作権の帰属について不明確な部分があることから、どのような行為が優越的地位の濫用に該当するのか考え方を明確にするために見直しを要望する（全日本テレビ番組製作社連盟）。