

日本フランチャイズチェーン協会における 自主行動計画フォローアップ調査について

令和3年3月22日

一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会

1. これまでの取組（普及活動等）

- 下請法運用基準改正を受け機関紙（平成29年1月号）に「政府主導による下請法の運用強化と下請法運用基準の改正等について」解説を掲載
- 下請法に関する**独自アンケート調査**を実施（平成29年11月）
正・準会員（114社）対象に全45項目のアンケートを実施（提出68社、提出率60%）
- 「自主行動計画」について理事会で説明・確認（第388回 平成30年3月）
協会HP掲載、メール配信にて全会員（501社）に周知徹底
- 顧問弁護士による「**下請取引適正化セミナー**」の開催
内容：4つの順守義務、11の禁止事項、コンビニのPB発注、子会社等による発注について
第1回（平成30年2月15日）、第2回（平成30年3月14日）、第3回（平成30年5月15日）
第4回（平成30年10月19日）参加者合計74名

1. これまでの取組（普及活動等）

- ・令和2年12月 改訂版「遵守ガイドブック（独占禁止法・下請法・景品表示法）※」作成

会員全社にデータにて配信し、改めて社内教育を実施のうえ遵守徹底を図るよう要請。

※フランチャイズの実務に携わる店舗開発担当者、店舗経営指導者、購買担当者、販売促進・広告担当者等が独占禁止法、下請法、景品表示法に違反しないよう留意すべき点を示したものの。

遵守ガイドブック

フランチャイズの実務に携わる者のための留意点

I はじめに

本ガイドブックは、店舗開発担当者、店舗経営指導担当者、購買担当者、販売促進・広告担当者等フランチャイズの実務に携わる方が独占禁止法、下請法、景品表示法に違反しないように、日々の活動にあたって留意すべき主な事項を業務に応じて示すことを目的としています。

店舗開発担当者・スーパーバイザー・店舗経営指導担当者に向けては、加盟希望者や加盟者に対し、開示書面等の資料や契約書等の内容に関する正確な情報を開示し、必要な説明を行うに際して留意すべき事項及び日々加盟者と接する中で独占禁止法違反のおそれのある行為を取りあげています。

フランチャイズ・システムを円滑に運営するためには、店舗開発担当者・スーパーバイザー・店舗経営指導担当者等が加盟希望者や加盟者との間で綿密にコミュニケーションを図ることにより、強い信頼関係を構築し、何事も加盟希望者や加盟者の十分な理解を得た上で、協力し合うことが不可欠であることを肝に銘じ、日々の活動に取り組んでください。

また、購買担当者については、見積、発注、発注変更、受領、返品、やり直し、下請代金の支払い、下請事業者に対する要請等についての留意点を、販売促進、広告担当者については、不当表示や景品・キャンペーンについての留意点を示しています。

さらに上記各パートにおいて、独占禁止法、下請法、景品表示法違反のペナルティを挙げ、リスクを排除し、コンプライアンスを確保する必要性を明らかにしました。

II 主に店舗開発担当者

フランチャイズ・ビジネスに対し、加盟希望者に過大な期待を抱かせるような説明や、事実を誤認させる説明を行うと【**さまざまな顧客誘引**】に該当します。

【さまざまな顧客誘引】とは

本部が、加盟者の募集に当たり、「本部が加盟者募集に当たって開示すべき事項」など重要な事項^{※1}について、十分な開示を行わず、又は虚偽若しくは誇大な開示を行うことにより、実際のフランチャイズシステムの内容よりも著しく優良又は有利であると加盟希望者に誤認させ、加盟契約を締結させるように不当に誘引する行為は、独占禁止法上不正な取引方法（一般指定義8頁）として禁止されています。

※1 「フランチャイズガイドライン（フランチャイズシステムに関する独占禁止法上の考え方について（公正取引委員会）」や「中小小売商業振興法」で定められています。

IV 主として購買担当者



PB商品の発注にあたっては、下請代金支払遅延等防止法（以下、「下請法」といいます。）に違反しないよう注意する必要があります。

下請法が適用される「下請取引」が否かは、取引内容と取引先の資本金で決定されますから、あらかじめ確認しておく必要があります。

●交渉

1 値段交渉にあたっては、見積書の提出を促し、十分協議をした上で価格を決定し、買いたたきにならないよう注意して下さい。

●発注

2 発注にあたっては、直ちに必要事項を記載した発注書面（3条書面）を交付して下さい。
3 発注変更にあたっては、不当な給付内容の変更とならないよう、下請事業者に不当な不利益とならないよう注意して下さい。

●受領

4 受領にあたっては、仕様違いや契約不適合がない限り受領を拒否しはなりません。
5 返品にあたっては、通常の検査を行い、直ちに発見できる契約不適合の場合は、発見次第返却やかに、直ちに発見できない契約不適合の場合は、受領後6か月以内であれば返却できますが、それ以外は返却してはなりません。但し、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、その保証期間に応じて最長1年以内であれば返却することができます。
6 やり直しを求めるにあたっては、通常の検査を行い、直ちに発見できる契約不適合の場合は、発見次第返却やかに、直ちに発見できない契約不適合の場合は、受領後1年以内であれば可能ですが、それ以外は無償でやり直しを求めてはなりません。但し、親事業者がユーザー等に対して1年を超える品質保証契約を締結している場合、下請事業者との間の契約であらかじめそれに応じた担保責任期間を定めた契約を締結している場合は、親事業者の品質保証期間を超えない限度で担保責任を追及することはできます。

●代金支払

7 下請代金は、納品（役務提供日）から60日以内の支払期日に支払って下さい。支払制度による場合、例えば、月末締め、翌月末支払いであれば、1か月の日数が31日の月があっても構いません。万一、支払遅延となる場合、60日を経過した日から年14.6%の遅延利息の支払いを付加して支払う必要があります。また、金融機関の支払いによる場合、支払日が金融機関の休日に当たる場合、2取引日までの日延についてはあらかじめ書面による合意があれば認められますが、休日前に支払う方が安全です。
8 下請代金の支払いについて、手形払いの合意がある場合、割引区別な手形（機械取引では90日、それ以外では120日を超えるサイトの手形）で支払うことはできません。
9 下請代金の支払日に、右償支給原材料の代金と相殺する場合は、見合相殺の限度に留めて下さい。見合相殺とは、当月の下請代金の商品に使用された原材料代金相当額のみを相殺をいいます。
10 下請代金について、下請事業者に責任がないのに減額してはなりません。

●要請

11 下請事業者に対して、親事業者又は親事業者が指定する第三者から商品の購入やサービスの提供を受けるよう求めてはなりません。

2. 令和2年度フォローアップ調査結果（概要）

- ・ 調査期間：令和2年9月30日～10月20日
- ・ 調査企業：日本フランチャイズチェーン協会の会員企業
15社（CVS 7社、小売 8社）を対象
- ・ 回答企業：CVS 7社（前年度同 8社）
- ・ 回答率：46.7%（前年度61.5%）

概観

- 各社、関連法や指針の浸透・徹底を図るとともに、取引先からの要請等に対して十分な協議を行っている。
- 取引先からの労務費の上昇に伴う取引対価の見直し等の要請に対し、十分に協議することを徹底している。
- 下請代金については、昨年度に引き続き回答企業の全てにおいて、全て現金払いを実施済み。
- 取引先と、「定期的な面談機会の確保」「事業所・向上への訪問」等の生産性向上に向けた取組を行っている。

3. 令和2年度フォローアップ調査結果と分析

<合理的な価格決定>

設問17. 2020年度（上期）に適用する単価の決定・改定にあたり、反映できたと考える項目をお答えください。

- 全ての項目において、「概ね反映できた」又は「一部反映できた」との回答となっており、「あまり反映できなかった」の回答は0件。
- 「原材料価格の変動」については、昨年度に引き続き、全ての企業が「概ね反映できた」と回答している。

	2020年度				2019年度			
	概ね 反映できた	一部 反映できた	あまり反映 できなかった	該当 なし	概ね 反映できた	一部 反映できた	あまり反映 できなかった	該当 なし
合理的な原価低減	4社 (67%)	1社 (17%)	—	1社 (17%)	3社 (60%)	1社 (20%)	—	1社 (20%)
労務費変動	4社 (67%)	2社 (33%)	—	—	4社 (80%)	1社 (20%)	—	—
原材料価格変動	6社 (100%)	—	—	—	6社 (100%)	—	—	—
エネルギー 価格変動	4社 (67%)	2社 (33%)	—	—	4社 (80%)	—	1社 (20%)	—

3. 令和2年度フォローアップ調査結果と分析

＜支払条件＞

設問25. 下請代金を手形等で支払っている割合はどれくらいですか。

- 「支払条件」については、回答企業全社が「すべて現金払い」を実施済み。

	2020年度	2019年度
	全て現金	全て現金
下請代金の支払方法	6社 (100%)	7社 (100%)

＜取引先との生産性向上に向けた取組＞

設問31. 取引先と、生産性の向上に向けて取り組んでいることはありますか。

	2020年度	2019年度
	取り組んでいる	取り組んでいる
定期的な取引先との面談機会の確保	6社	6社
定期的な取引先の事業所・工場への訪問	6社	6社
生産性向上に関する社内研究会の開催	1社	－
取引先と連携した人材の派遣	1社	1社
取引先の事業継承支援	1社	－

4. まとめ（今後の取組・目標）

【今後の取組・目標】

- ・改訂版「遵守ガイドブック（独占禁止法・下請法・景品表示法）」遵守・徹底に向けた継続的な周知
- ・「FC本部のコンプライアンス」書籍出版（令和3年4月予定）による勉強会の開催（出版後順次実施予定）
- ・パートナーシップ構築宣言については、ホームページに掲載のうえ会員全社にメール配信し、周知を図る。