

# 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

経済産業省

# 目次

はじめに

1. 下請法制定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
  - 1-1 下請法違反行為の性格
  - 1-2 独占禁止法による規制
  - 1-3 下請法の必要性
  - 1-4 下請法の目的
2. 下請法はどのような取引に適用されるか（適用範囲）・・・・・・・・ 3
  - 2-1 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）
  - 2-2 トンネル会社の規制（第2条第9項）
  - 2-3 法に定める委託取引に該当するか？（取引態様の要件）
  - 2-4 消費税転嫁対策特別措置法の適用がなされる場合について
3. 親事業者のすべき4つの義務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
  - 3-1 書面の交付義務（第3条）
  - 3-2 支払期日を定める義務（第2条の2）
  - 3-3 書類の作成・保存義務（第5条）
  - 3-4 遅延利息の支払義務（第4条の2）
4. 親事業者がしてはいけない禁止事項・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
  - 4-1 買ったたきの禁止（第4条第1項第5号）
  - 4-2 受領拒否の禁止（第4条第1項第1号）
  - 4-3 返品禁止（第4条第1号第4号）
  - 4-4 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）
  - 4-5 下請代金の減額の禁止（第4条第1項第3号）
  - 4-6 下請代金の支払遅延の禁止（第4条第1項第2号）
  - 4-7 割引困難な手形の交付の禁止（第4条第2項第2号）
  - 4-8 購入・利用強制の禁止（第4条第1項第6号）
  - 4-9 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）
  - 4-10 報復措置の禁止（第4条第1項第7号）
5. 立入検査・改善勧告・罰則等（第6条、7条、9条～12条）・・・・・・ 35
  - 5-1 報告・立入検査
  - 5-2 改善勧告等
  - 5-3 罰則
6. 不正競争防止法への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
  - 6-1 不正競争防止法について
  - 6-2 営業秘密管理指針について
7. 改善事例（ベストプラクティス）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37

## はじめに

政府は、平成19年の「成長力底上げ戦略」において、経済成長を下支えする人材能力戦略、就労支援戦略、中小企業戦略の3つの柱を中心として成長力を底上げするとしました。その一つ「中小企業底上げ戦略」において、下請適正取引等を推進することとなり、本ガイドラインは、その一環として、広告業界に関するものとして策定したものです。

下請中小企業は、我が国産業の多くの分野において広汎に存在し、国民経済の重要な担い手として我が国経済の著しい発展を支えてきましたが、近年の環境変化の中で、更なる対応を求められています。また、独自の技術力等により、親企業と対等なパートナーシップを確立しているものもあるものの、その事業活動が親企業の発注の在り方に左右されやすい面があることから、発注方式等の面における親企業の協力が必要です。

親企業としても、下請中小企業の存在無くしてはより付加価値の高い製品・サービスを生み出していくことが困難であり、自らの発展もあり得ないという点を十分認識し、親企業としての立場を利用して下請中小企業に不当な取引条件を押しつけることなく、自主性を尊重しつつ積極的な協力を行うとともに、発注方式の改善等の協力を行うことが必要です。さらに、自らの努力により自主的に事業を運営し得る有能な企業に脱皮し、自立化等を行っていかうとする下請中小企業に対しては、その努力を阻害することなく、必要に応じこれに支援を行うことが望まれています。

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。

広告業界においては、下請取引の適正化・健全化を図ることは重要であり、そのためにいわゆる「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を遵守・活用することが求められます。

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。

平成21年度においては、不正競争防止法が改正され、営業秘密管理指針が改定されたことや広告会社等へのアンケートやヒアリングを実施したことから、これらに係る事例等の追加を行いました。また、平成25年度においては、営業秘密管理指針が改訂されたこと及び「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」が制定されたことを踏まえ、関連の事項の追加を行いました。

## 1. 下請法制定の趣旨

### 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「優越的地位の濫用行為」に該当し、同法第19条の規定（事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない）に違反するおそれがある行為です。

### 1-2 独占禁止法による規制

優越的地位の濫用行為を独占禁止法により規制する場合は、当該行為が、

- ① 取引上優越した地位を利用したものかどうか。
- ② 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。

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おそれがある上、親事業者と下請事業者との継続的取引関係をむしろ悪化させる要因となる場合もあり、結果として下請事業者の利益にならないことも考えられます。

### 1-3 下請代金法の必要性

このため、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。

### 1-4 下請法の目的

すなわち、下請法は、

- ① 適用対象を明確にすること
  - ② 優越的地位の濫用行為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。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、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。

## ○下請法の概要

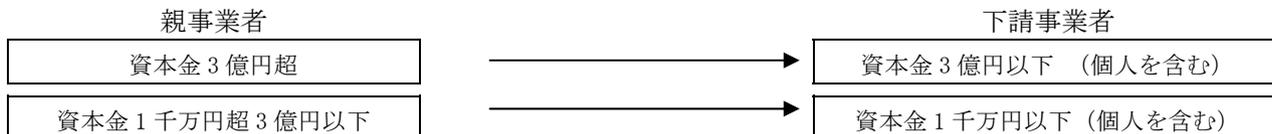
(1) 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・（第1条）

下請取引の公正化・下請事業者の利益保護

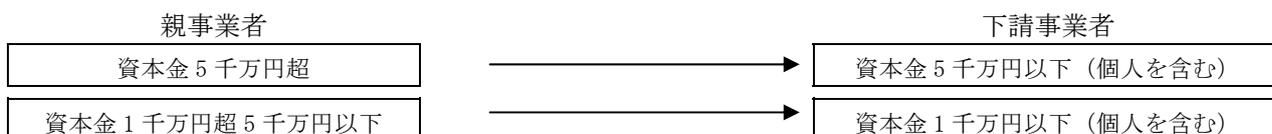
(2) 親事業者、下請事業者の定義・・・・・・・・・・・・・・・・（第2条第1項～第8項）

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。）



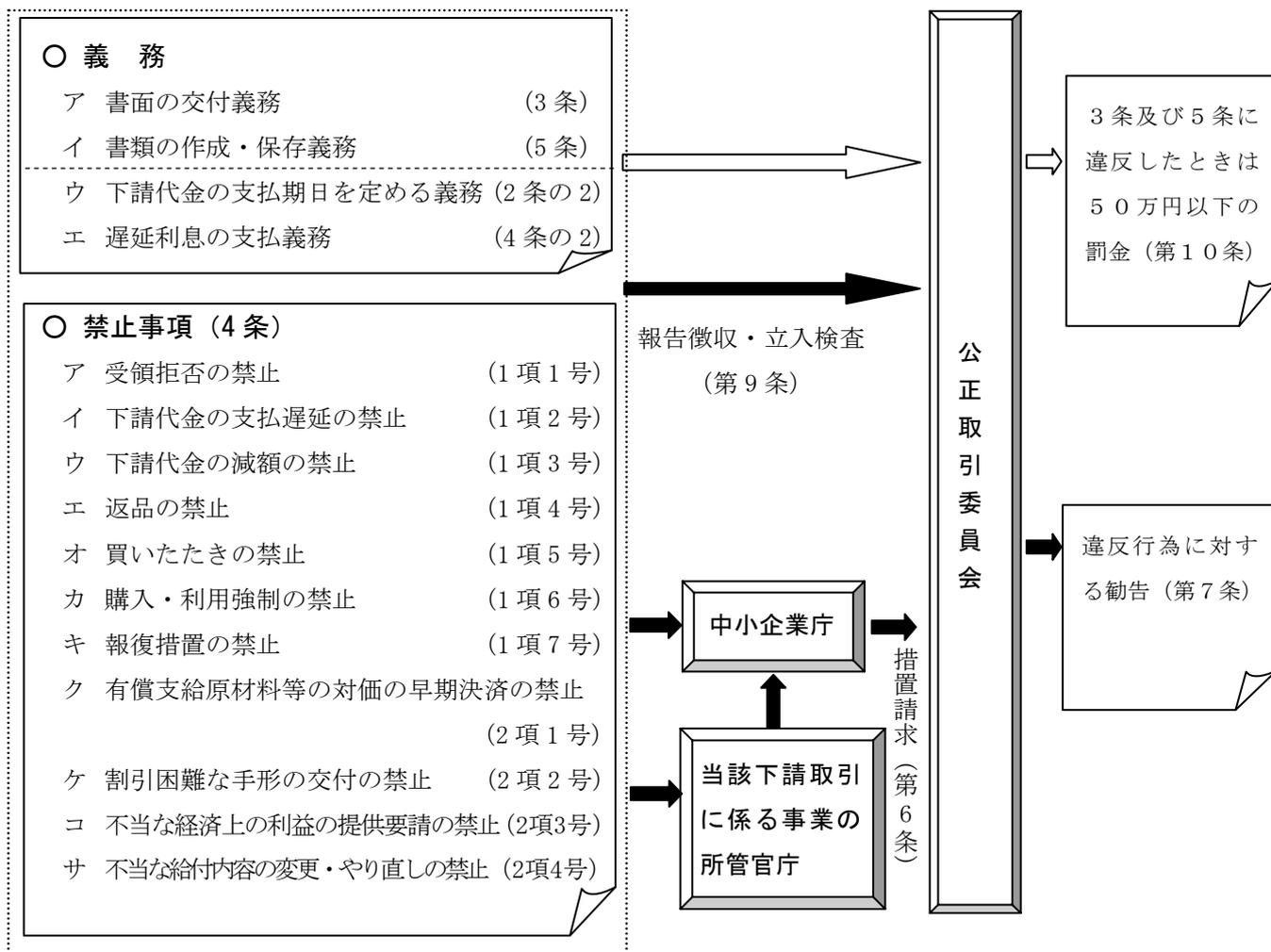
(3) 親事業者の義務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・（第2条の2, 第3条, 第4条の2, 第5条）

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. 下請法はどのような取引に適用されるか（適用範囲）

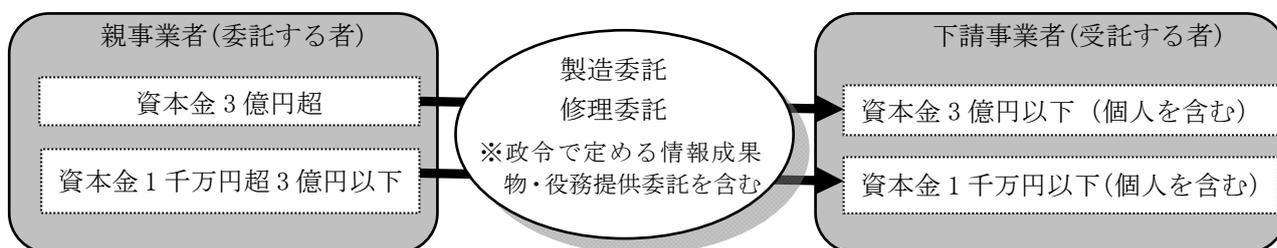
下請法は、適用の対象となる下請取引の範囲を

- ① 取引当事者の資本金（又は出資金の総額。以下同じ。）
  - 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。

### 2-1 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）

#### ●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）

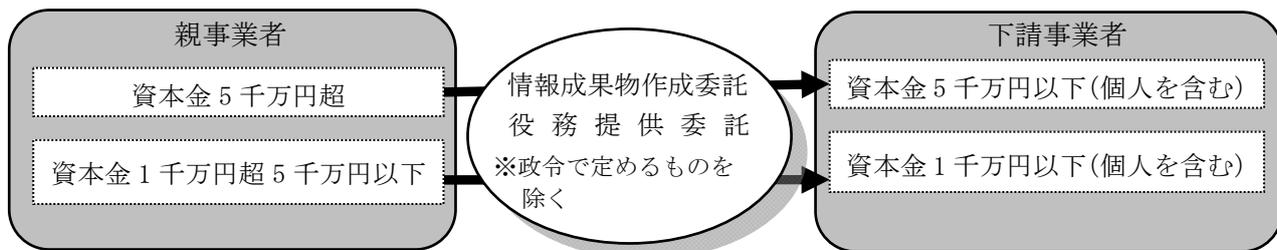
○物品の製造委託、修理委託及び政令で定める情報成果物作成委託・役務提供委託（※）を行う場合



※ 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」ものとして取り扱い、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。

## 2-2 トンネル会社の規制（第2条第9項）

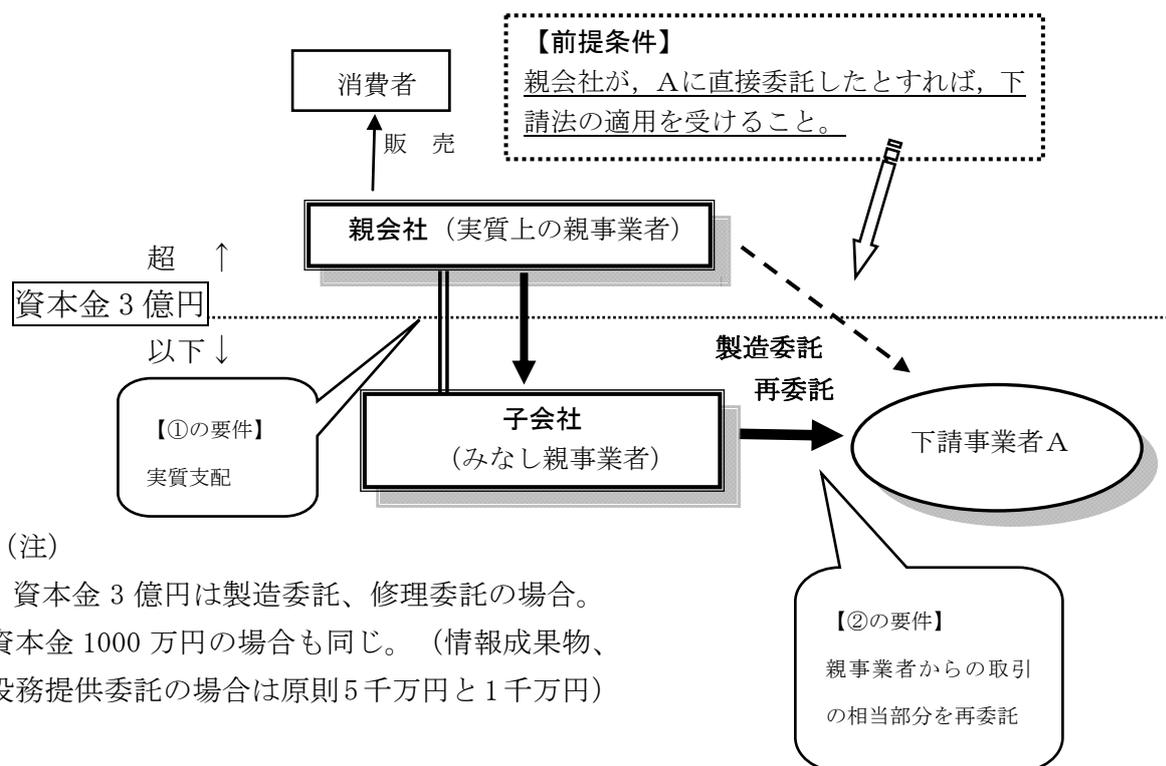
事業者（親会社）が資本金の小さい子会社を設立し子会社を通して下請取引を行った場合、下請法の適用を受けないケースが生じてしまうことになります。このような取引が脱法的に行われないう規制されており、次の2つの要件を共に満たせば、当該子会社（いわゆるトンネル会社）は、資本金が3億円以下であっても親事業者として下請法の適用を受けます（注）。

- ① 親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）
- 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）

☆ 例えば、広告会社が、クリエイティブやSP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。

### ○トンネル会社の概念図

<製造委託の類型1の例>



(注)

資本金 3 億円は製造委託、修理委託の場合。  
資本金 1000 万円の場合も同じ。（情報成果物、  
役務提供委託の場合は原則 5 千万円と 1 千万円）

## 2-3 法に定める委託取引に該当するか？（取引態様の要件）

〔委託取引の4つの種別・10の類型〕

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にも、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。）。

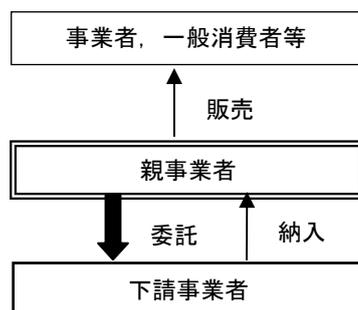
また、直接的に取引当事者とはならず、単に契約事務を代行する「取次ぎ」を行っているに過ぎない場合にも、下請法の適用対象とはなりません。

### 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  
に委託する場合。

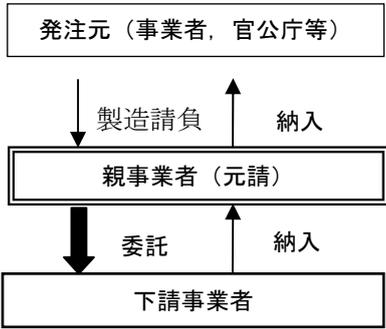


例：自社販売書籍の印刷・製本

※ 「物品」とは、動産をいい、不動産は含まれません。また、製品ばかりでなく、半製品、部品、付属品、原材料又はこれらの製造に用いる金型を含みます。

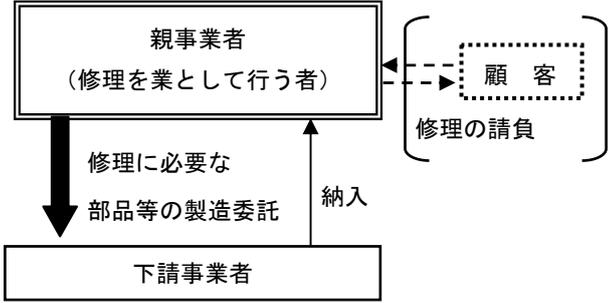
※ 下請法の対象となる他業界の取引例については、「下請取引適正化推進講習会テキスト」（公正取引委員会・中小企業庁発行）を参照してください。

(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・加工を他の事業者へ委託する場合。

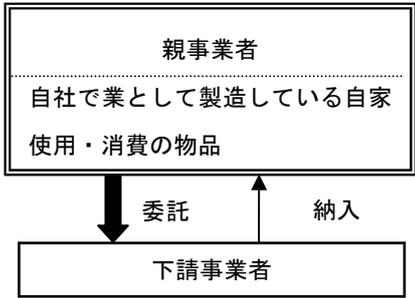


例：広告主のポスター・パンフレットの印刷  
 広告主のプレミアムグッズの製造

(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へ委託する場合。



(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。



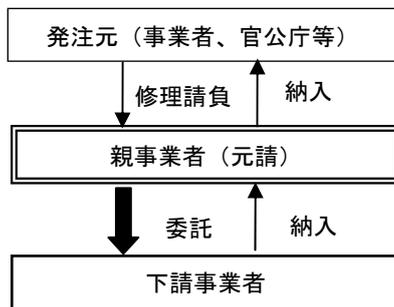
- \* 「業として」製造していない場合は、下請法の適用を受けません。
- \* 単に製造・加工する能力が潜在的にあるに過ぎない場合は、「業として」行っていることにはなりません。
- ※ 「業として」とは、事業者が、ある行為を反復継続的に行っており、社会通念上、事業の遂行とみることができる場合を指します。

## 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。

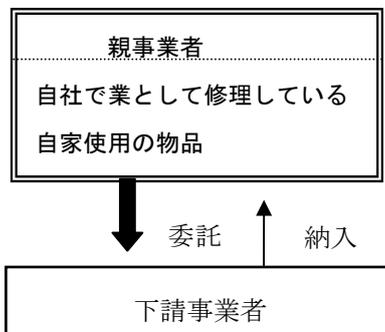
- |                                |       |
|--------------------------------|-------|
| ① 請負の目的である物品の修理委託              | (類型1) |
| ② 自社で使用している物品で、自家修理しているものの修理委託 | (類型2) |

(類型1) 物品の修理を請け負っている事業者が、その修理行為の全部又は一部を他の事業者へ委託する場合。



例：広告主の屋外広告看板の修理

(類型2) 自社で使用している物品を自社で修理している事業者が、その物品の修理行為の一部を他の事業者へ委託する場合。



\* 「業として」修理していない場合は、下請法の適用を受けません。

\* 単に修理する能力が潜在的にあるに過ぎない場合は、「業として」行っていることにはなりません。

### 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。

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| ① 提供の目的である情報成果物の作成委託               | (類型1) |
| ② 請負の目的である情報成果物の作成委託               | (類型2) |
| ③ 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) |

\* 「情報成果物」とは、

- (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されたもの）

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

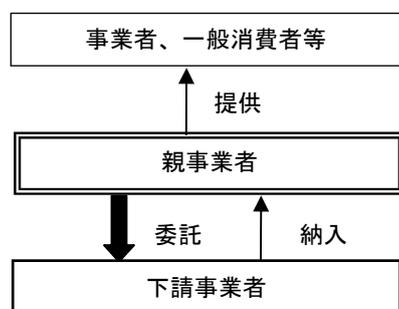
- (2) 映画、放送番組その他映像又は音声その他の音響により構成されるもの

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

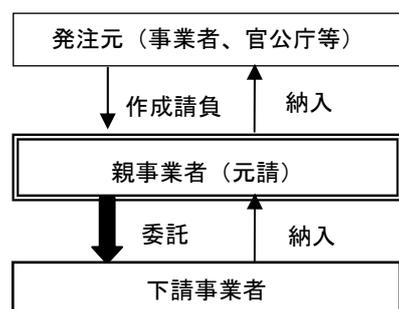
例：設計図、ポスター・商品のデザイン、コンサルティングレポート、雑誌広告

(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。



例：自社販売書籍の原稿作成

(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。



例：広告主の新聞・雑誌広告の作成  
 広告主のテレビ・ラジオCMの制作  
 広告主のホームページの作成

## ☆ 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。

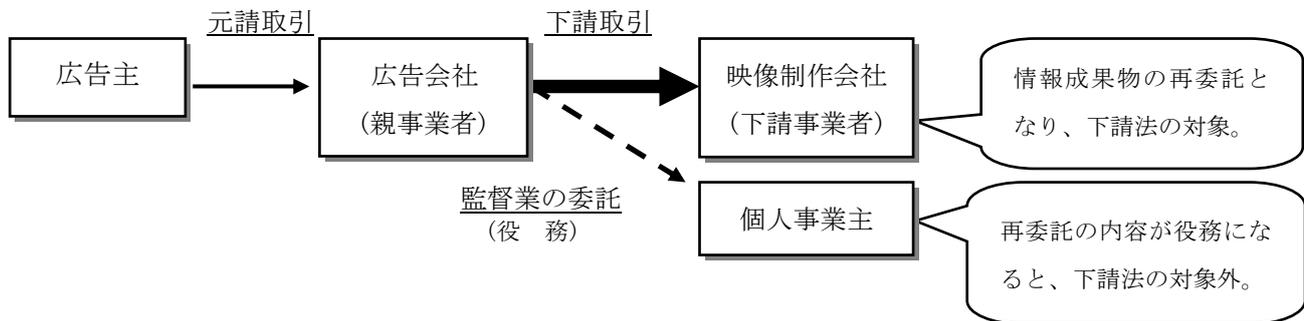
このような役務の委託は、委託事業者が自ら用いる役務を委託するものであり、情報成果物作成委託の類型2に該当するものではなく、また、下請法第2条第4項の「役務提供委託」にも該当しません。

### ＜委託されたCM制作を再委託する例＞

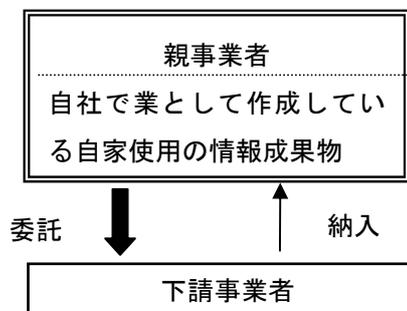
|   |   |
|---|---|
| 最終的な情報成果物を構成することとなる情報成果物 (例)<br>(作成を委託すれば下請法の対象：太い矢印) | 最終的な情報成果物の作成に必要な役務 (例)<br>(提供を委託しても下請法の対象とならない：点線矢印)                    |
| (当該情報成果物の作成を委託することは、下請法の対象)                           | (当該役務の提供を他者に委託することは、下請法の対象とはならない)                                       |
| (例)<br>・ CM映像データ<br>・ CMの脚本                           | (例)<br>・ 監督<br>・ 俳優<br>・ 照明<br>・ 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) |

CMの制作委託  
(情報成果物)

CM映像データの制作委託  
(情報成果物)



**(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。



例：提案用のプレゼンボードの制作  
提案用の絵コンテの作成

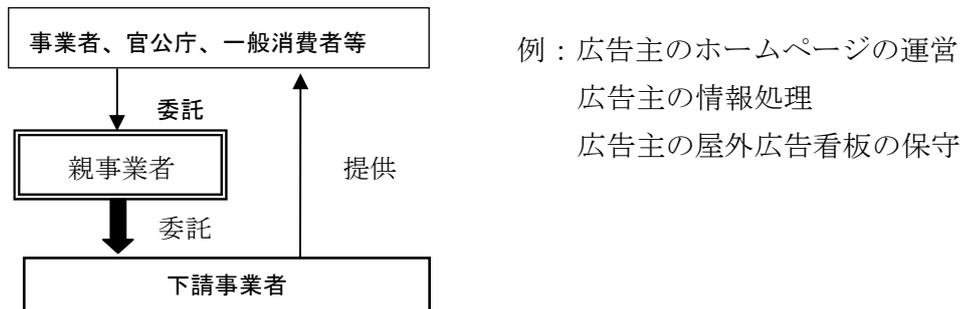
- \* 「業として」作成していない場合は、下請法の適用を受けません。
- \* 単に作成する能力が潜在的にあるに過ぎない場合は、「業として」行っていることにはなりません。

#### 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。



- \* 下請法上の「役務提供委託」に該当するのは、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」の提供を委託することは、下請法の適用を受けません。
- \* 建設業法に定める建設工事は、下請法の対象外です。

## 2-4 消費税転嫁対策特別措置法の適用がなされる場合について

### ○ 消費税転嫁対策特別措置法とは

「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」（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 27 年 10 月 1 日に予定されてい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 日に施行されました。

### ○ 消費税転嫁対策特別措置法の適用対象及び違反行為等

消費税転嫁対策特別措置法では、特定事業者が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を禁じています。

特定事業者とは、

(1) 大規模小売事業者（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<sup>1</sup>で定められるもの）

(2) 法人である事業者であって、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

を指します。

また、特定供給事業者とは、特定事業者に継続して商品又は役務を供給する以下の事業者をいいます。

(1) 大規模小売事業者である特定事業者に、継続して商品又は役務を供給する事業者

(2) 大規模小売事業者以外の特定事業者に、継続して商品又は役務を供給する事業者で、個人である事業者及び資本金等の額が 3 億円以下の法人事業者等

---

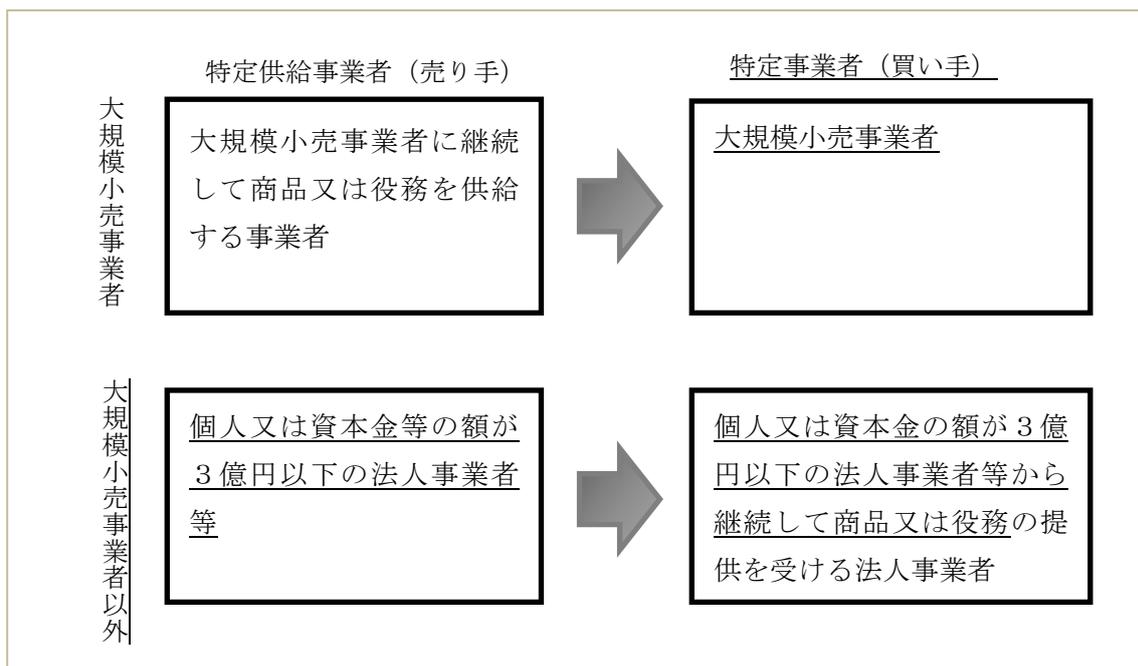
<sup>1</sup> 「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第 2 条第 1 項第 1 号の大規模小売事業者を定める規則」（平成 25 年公正取引委員会規則第 3 号）においては、大規模小売事業者について、次のいずれかに該当する者と定められています。

① 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。）が百億円以上である者

② 次に掲げるいずれかの店舗を有する者

イ 東京都の特別区の存する区域及び地方自治法第 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

ロ イ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



### 3. 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。         |

#### 3-1 書面の交付義務（第3条）

##### （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。

##### 【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

< 3 条書面サンプル >

|  |              |                   |                    |                      |            |
|--|--------------|-------------------|--------------------|----------------------|------------|
| 発注書  |              |                   |                    |                      | 平成〇年〇月〇日※2 |
| 〇〇株式会社 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<br>平成〇年×月×日   |              | 納入場所※5<br>弊社本社△△課 |                    | 検査完了期日※6<br>平成〇年×月×日 |            |
| 数量(単位:個)<br>100個   | 単価<br>1,000円 | 代金※7<br>100,000円  | 支払期日※8<br>平成〇年×月×日 | 支払方法<br>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。   |              |                   |                    |                      |            |

○ 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きも同じ。)

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。

○ 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。

## ○ 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。

- ① 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。
- ② 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。）。

### <具体例>

- 下請代金の一部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○円＋撮影費ほか実費＋一般管理費

## ○ 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。

### (2) 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へ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。

## 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。

## ● 書面の交付義務についての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。

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。

※ 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と、消費税転嫁対策特別措置法第3条第3号（本体価格での交渉の拒否）に該当し、問題となります。

本体価格での交渉の拒否に該当する場合として、例えば下記のようなケースがあります。

- ア 特定事業者が、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

### 3-2 支払期日を定める義務（第2条の2）

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日以内に支払期を設定し、下請代金を支払わなければなりません。

#### ○ 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。

### 3-3 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

○ 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。

○ 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。

## ● 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に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。

### 3-4 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。

#### 4. 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。

たとえ、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  |
|------------------------------------|--|
| 買ったたきの禁止<br>(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。   |
| 受領拒否の禁止<br>(第1項第1号)                | 下請事業者の責任がないのに、注文した物品等の受領を拒むこと。   |
| 返品 of 禁止<br>(第1項第4号)               | 下請事業者の責任がないのに、受け取った物を返品すること。   |
| 不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止<br>(第2項第4号) | 下請事業者の責任がないのに、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。                                     |
| 下請代金の減額の禁止<br>(第1項第3号)             | 下請事業者の責任がないのに、あらかじめ定めた下請代金を減額すること。   |
| 下請代金の支払遅延の禁止<br>(第1項第2号)           | 下請代金を給付の受領後60日以内に定められた支払期日までに支払わないこと。  |
| 割引困難な手形の交付の禁止<br>(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。   |
| 購入・利用強制の禁止<br>(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。  |
| 不当な経済上の利益の提供要請の禁止<br>(第2項第3号)      | 下請事業者から不当に金銭、労務の提供等をさせること。   |
| 報復措置の禁止<br>(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。 |

※ 消費税転嫁対策特別措置法では、特定事業者が特定供給事業者に対して「減額、買ったたき」、「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を行うことや、公正取引委員会等に転嫁拒否の実態を訴えた特定供給事業者に対して「報復行為（取引数量の削減、取引停止、その他不利益な取扱い）」を行うことを禁じています。特定事業者が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ります。

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することとされています。消費税転嫁対策特別措置法違反に基づく勧告がなされた場合、特定事業者が勧告に従う限り、当該違反行為について下請法に基づく勧告は行われないうこととなります（「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）第1部第3の3参照）。

#### 4-1 買ったたきの禁止（第4条第1項第5号）

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。

- ① 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
- ② 差別的であるかどうかなど対価の決定内容
- ③ 「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
- ④ 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。

#### <買ったたきに該当するおそれのある例>

- ① 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。
- ② 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。
- ③ 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。
- ④ 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。
- ⑤ 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。
- ⑥ 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。
- ⑦ 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。

## ● 買っ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っ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、「買ったたき」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、買っ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。

※ 特定供給事業者からの商品又は役務の供給に関して、特定事業者は、合理的な理由なく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く対価の額を定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むと、消費税転嫁対策特別措置法第3条第1号後段（買ったたき）に該当し、問題となります。

### 4-2 受領拒否の禁止（第4条第1項第1号）

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。

#### ○ 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。

## ○ 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。

- ① 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。）。
- ② 納期を延期して、給付の目的物を受領しないこと。
- ③ 発注後に、恣意的に検査基準を変更し、従来検査基準で合格とされたものを不合格とすること。
- ④ 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おりに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。

## ○ 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。

- ① 注文と異なるもの又は給付に瑕疵等があるものが納入された場合。
- ② 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にできないときは、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。）。

## ● 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。

#### 4-3 返品禁止（第4条第1項第4号）

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。

##### ○ 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。

① 注文と異なる物品等が納入された場合

② 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瑕疵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、下請事業者に対して書面で明示しておく必要があります。）

##### ○ 親事業者（広告会社）が受入検査を自社で行う場合

下請事業者の責任により返品ができる期間は、次のとおりです。

① 直ちに発見できる瑕疵

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瑕疵

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。）。

##### ○ 親事業者（広告会社）が受入検査を自社で行わない場合

① 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。

② 受入検査を下請事業者に文書で委任している場合には、直ちに発見できない瑕疵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。

#### 4-4 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）

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。

##### ○ 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」に該当します。

##### ＜不当な給付内容の変更又は不当なやり直しとなる例＞

- ① 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

- ② 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
- ③ 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

○ 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。

- ① 下請事業者の要請により給付の内容を変更する場合
- ② 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瑕疵等があることが、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 3条書面に照らして、注文と異なるもの又は瑕疵等があるものが給付されたのでやり直しをさせる場合

○ 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。

【注意点】 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るため、5条保存書類の一部として保存する義務があります。

● 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。

#### 4-5 下請代金の減額の禁止（第4条第1項第3号）

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額であったとしても、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。

##### ○ 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

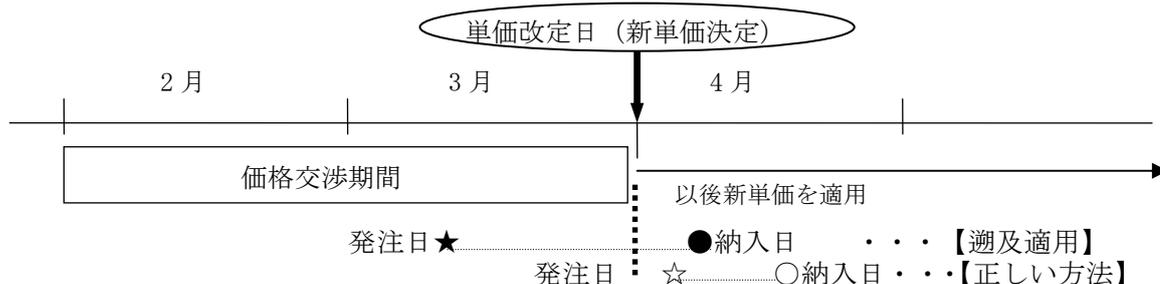
「下請事業者の責に帰すべき理由」（瑕疵の存在、納期遅れ等）があるとして、下請代金の額を減じることができるのは次の場合に限定されます。

- ① 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。
- ② 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。
- ③ 瑕疵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。

##### <違法な下請代金の減額の例>

- ① 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。

<遡及適用の図>



※減額とならないよう、単価改定日以降の発注分から新単価を適用すること。

- ② 消費税・地方消費税額相当分を支払わないこと。
- ③ 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負担させ、下請代金の額から差し引くこと。
- ④ 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。
- ⑤ 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。
- ⑥ 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。
- ⑦ 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。
- ⑧ 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。

☆ 広告主から広告代金を値切られたという理由で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。

#### ● 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よくあります。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。

※ 特定供給事業者からの商品又は役務の供給に関して、特定事業者は、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、消費税転嫁対策特別措置法第3条第1号前段（減額）に該当し、問題となります。

#### 4-6 下請代金の支払遅延の禁止（第4条第1項第2号）

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い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。

##### \* 支払制度

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。

##### \* 金融機関の休業日

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

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。

#### ○ 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。

#### ○ 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。

- ① 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。
- ② 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。
- ③ 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。

※ 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になります。

※ 「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。

#### ● 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なくても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。

#### 4-7 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。

## ○ 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。

現在の運用では、繊維業は90日以内、その他の業種は120日以内とされており、その期間を超えない限りにおいては下請法違反とはなりません。親事業者が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必要があります。また、下請取引適正化推進会議手形支払ワーキンググループ中間報告（平成21年3月）においては、手形の短縮に向けて、例えば業界が一体となってサイト基準を合意し、業界全体として短縮化を図っていくといった取り組みを行うことが望ましいと報告されています。その際には、各親事業者が率先してサイトの短縮化や支払の現金化を図っていくことが望まれます。

なお、事業者が共同してサイト基準を決定するなど実際に自主規制を設ける場合は、独占禁止法の禁止行為に抵触するおそれがあるので留意が必要です。

## 4-8 購入・利用強制の禁止（第4条第1項第6号）

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を購入させたり、サービス等を強制的に下請事業者に利用させ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。

## ○ 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に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。

## ○ 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。

### <購入・利用強制に該当するおそれのある例>

- ① 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。
- ② 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。
- ③ 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。

## ● 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。

※ 特定供給事業者からの商品又は役務の供給に関して、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ると、消費税転嫁対策特別措置法第3条第2号（商品購入、役務利用の要請）に該当し、問題となります。

ただし、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、役務利用の要請に該当しません<sup>2</sup>。

<sup>2</sup> 「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）第1部第1の4（4）参照。

#### 4-9 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）

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。

##### ○ 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、不当な経済上の利益の提供要請に該当します。

##### <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>

- ① 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業者に金銭・労働力の提供を要請すること。
- ② 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。
- ③ 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。

※ 特定供給事業者からの商品又は役務の供給に関して、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代わりに、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（利益提供の要請）に該当し、問題となります。

ただし、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、利益提供の要請に該当しません<sup>3</sup>。

<sup>3</sup> 「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）第1部第1の4（4）参照。

#### 4-10 報復措置の禁止（第4条第1項第7号）

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。

※ 消費税転嫁対策特別措置法では、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て消費税転嫁対策特別措置法に違反する行為を知らせたことを理由として、特定供給事業者に対して取引数量の削減、取引停止、その他不利益な取扱いをすることを禁止しています（消費税転嫁対策特別措置法第3条第4号）。

### 5. 立入検査・勧告・罰則等（第6条, 7条, 9条～12条）

#### 5-1 報告・立入検査

##### 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。

##### 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。

#### 5-2 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採るよう勧告、警告等の行政指導を行います。

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、行政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。

#### 5-3 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

## 6. 不正競争防止法への対応

### 6-1 不正競争防止法について

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、平成25年8月16日、経済産業省により営業秘密管理指針が改訂されました。中小企業等の利便性から同管理指針と併せて、チェックシート、契約書等の参考例、我が国における情報管理に関する各種ガイドライン、営業秘密を適切に管理するための導入手順例等が公表されたことから、各事業者においては、同指針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。

### 6-2 営業秘密管理指針について<sup>4</sup>

営業秘密管理指針には、事業者が取引先の営業秘密に接する場合に参照すべき以下のような記述が盛り込まれています。

- 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、結果的に秘密管理性が認められないことにもなりかねない。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。

---

<sup>4</sup> 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>

## 7. 改善事例（ベストプラクティス）

下請法の遵守状況等について、広告会社、広告制作会社を対象に、アンケートやヒアリング調査を実施し、改善事例をまとめました。主な下請法上の義務、禁止行為の類型別にまとめておりますので、更なる下請取引適正化実現のための、取引先との受発注業務や社内体制の改善に向けた検討にあたり、ご参考としていただけると幸いです。

### <社内の体制>

- 各管理セクション等を通じて下請法に準じた取引ができているか、日々、チェックを行い、監査の対象にもしている。また、教育・研修も随時、各階層に行っており、社員に対するパンフレットの配布や、イントラネットへの掲載を行っている。（親事業者）
- コンピュータで管理するシステムが構築されており、発注の際は登録された外注先のFAX番号に送信されるようになっており、システム上で発注記録がなければ、支払いも出来ない仕組みになっている。（親事業者）
- 取引先が下請事業者に該当するかどうかの判断が最も難しいため、あらかじめ下請事業者で主要な取引先の一覧をスタッフに配布している。様々な条件や理由を書いて、容易に判断できるようにし、下請法にのっとった書面の交付等を確実にしている。（親事業者）

### <ガイドラインに記載した主な行為類型別の事例>

#### （1）書面交付の問題

- 下請法対象企業を中心に、仕入れ先台帳の整備を実施し、注文書の交付を義務づけ、対象企業への支払い時は必ず請求書に「注文書」と納品書のコピーの添付を社内で義務づけた。（親事業者）
- 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。（親事業者）
- 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。（親事業者）
- 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。（下請事業者）

#### （2）買ったたきの問題

- 見積りを出してもらい、双方の合理的なコスト削減に向けた取組を行うことを前提に、具体的にコスト削減項目を詰め、発注額を決めているため、合理的な水準を常に確保できるようになった。（親事業者）
- 元請とは、定期的に打ち合わせを実施し、コスト削減に向けた無駄排除を徹底し、双方知恵を出し合いながら取組んでいる。（下請事業者）

#### （3）受領拒否の問題

- 担当者レベルで勝手に受領拒否が出来ないように、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

組をおこなっている。（親事業者）

- 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。（下請事業者）
- 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。（下請事業者）

#### （４）長期の手形交付の問題

- 支払手形の交付期日について、物品等を受領した日から起算して60日以内に変更した。（親事業者）
- 中間下請（2次以降）に対する手形の支払いは、支払期日の短縮化等を考慮するようになった。（下請事業者）

#### （５）仕様変更における問題

- 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、受注者側と共有化している。（親事業者）
- 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。（親事業者）
- 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。（親事業者）
- 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化してもらうようにしている。（親事業者）
- 仕様の変更があった場合には、必要な人数×時間について協議を実施し、双方納得の上で、契約金額の見直しを行っている。（下請事業者）