

# プライベート・ブランド商品の 製造委託と下請法

横 田 直 和

## 目 次

- 1 はじめに
  - 2 下請法の概要とその運用の変遷
    - (1) 下請法上の規定の概要
    - (2) 「製造委託」の内容
    - (3) 発注書面の交付義務
    - (4) 仕入割戻金等に係る合意文書の取扱い
  - 3 P B商品の発注行為の「製造委託」該当性
    - (1) 流通段階における製造行為
    - (2) P B商品の発注行為の製造委託該当性
  - 4 流通業における下請法4条違反事例
    - (1) 勧告件数の推移、違反行為の概要
    - (2) 主要な違反事件の概要
  - 5 検 討
    - (1) P B商品等の発注と製造委託
    - (2) 事前の文書合意による下請代金の減額
    - (3) 販売促進経費に係る下請代金の減額・利益提供要請
  - 6 おわりに
- 補 論 繊維産業における「歩引き」に対する下請法の運用
- 資料1 「下請法の運用上の問題と今後の見直しの方向」(平成10年6月・企業取引研究会報告書)
- 資料2 平成15年改正法施行後における勧告件数の推移(取引内容・業種別)
- 資料3 流通業における勧告件数、勧告を受けた親事業者名等(平成16年度以降)
- 資料4 流通業における主要な減額及び返品事案の概要

## 1 はじめに

下請法(下請代金支払遅延等防止法)は、親事業者の下請事業者との取引(下請取引)に係る独占禁止法(私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する

法律)上の優越的地位の濫用規制の補完法として制定されたものである。

昭和31年に下請法が制定された当時における下請問題は、建設業に係るものを除けば製造業に係るものが主であったため、同法の適用対象取引は「製造委託」及び「修理委託」とされていた<sup>1)</sup>。また、親事業者により下請法違反行為が行われた場合は、公取委(公正取引委員会)が同法上の行政指導である「勧告」を行うことにより是正が図られ、親事業者が当該勧告に従わなかった場合に公取委がその旨を公表することとされていた<sup>2)</sup>。

近年においては、規制緩和の進展や経済の国際化・サービス化に伴って企業間の競争が活発なものになるにつれ、市場における公正な競争秩序を維持することが重視され、優越的地位の濫用行為など大企業が不当に不利益を中小企業に与える行為を積極的に規制することが求められるようになってきている。このため、公取委において独占禁止法上の優越的地位の濫用規制が積極的に運用されるようになり、下請法についても下請事業者が被った不利益が大きい事案などにつき積極的に勧告が行われるようになったほか、平成15年には、役務の委託取引を「情報成果物作成委託」及び「役務提供委託」として下請法の対象に加えること、原状回復措置以外の措置も勧告できるようにすること、勧告時にその旨を公表できるようにすること<sup>3)</sup>などを内容とする強化改正が行われている。

- 
- 1) 建設業に係る下請取引については、別途、建設業法による規制がなされている。また、修理業は製造業に含まれないが、戦後の経済復興期においてはメーカーの多くが製品の修理も主な業務として行っており、その修理業務を外部に再委託するなどの際に製造委託の場合と同様の問題が見られたことから、「修理委託」も下請法の適用対象とされている。
  - 2) 平成15年改正前の下請法7条4項では、「公正取引委員会は、前三項の規定による勧告をした場合において親事業者がその勧告に従わなかったときは、その旨を公表するものとする。」とされていた。なお、親事業者が会社更生法の対象となるなどにより勧告に従うことができない場合(例えば、民事再生手続開始決定後の平成29年7月18日に勧告がなされたタカタ(株)の事例)を含め、親事業者が勧告に従わなかったとして公表された事例はない。
  - 3) この改正により旧7条4項が削除され、それ以降の勧告事案については、勧告時点で、かなり簡略なものであるものの、その概要が親事業者名を含め公表されるようになってきている。  
また、下請法上の調査権限については中企庁(中小企業庁)等にも認められて

そして、独占禁止法上の優越的地位の濫用規制については、平成15年ころから大規模小売業者の納入業者に対する行為を中心に法的措置が講じられるなど積極的な法運用が行われており<sup>4)</sup>、下請法においても小売業者による製造委託先に対する行為につき数多くの勧告が行われるようになってきている。

平成15年の下請法改正後における小売業者による製造委託に係る勧告件数を見ると、法改正により追加された「情報成果物作成委託」や「役務提供委託」に係るものより多くなっているが、その多くは小売業者が販売するPB商品（プライベート・ブランド商品）の製造委託に関するものである。これらPB商品の勧告事案に係る新聞報道<sup>5)</sup>や公取委担当官の事件解説などによると、下請法違反とされた行為と同様の行為を一般のNB商品（ナショナル・ブランド商品）の納入業者に対して行ったとしても優越的地位の濫用として問題となるものではなく、PB商品に係る納入取引が下請法の対象になるとの認識がないままにNB商品の納入取引と同様の対応を行ったため下請法違反とされたものが多くなっている。

---

ゝおり、中企庁が勧告相当と判断した場合に行われる公取委への措置請求（6条）についても、その請求時点で公表されるようになってきている。

- 4) 独占禁止法上の優越的地位の濫用規制については、平成15年以前においてはほとんど法的措置は講じられていなかったが、平成16年に(株)ポスフルに対し勧告審決（平成16年(勸)2号）が行われて以降、ほぼ毎年、数件の法的措置が講じられている。ただし、平成22年に課徴金制度が導入されて以降、すべての法的措置事案につき審判手続が開始されるなど事件処理が困難となったこともあって、平成26年にダイレックス(株)に対し排除措置命令（平成26年(措)10号）及び課徴金納付命令が行われて以降、法的措置は講じられていない。

そして、ポスフル事件からダイレックス事件までの23件について見ると、カラカミ観光(株)事件（平成16年(勸)31号）、(株)三井住友銀行事件（平成17年(勸)20号）及び(株)セブン-イレブン・ジャパン事件（平成21年(措)8号）を除く20件は、すべて大規模小売業者の納入業者に対する行為が問題となったものである。

- 5) 例えば、平成24年5月28日付け日本経済新聞の「法務」面では、「小売り 思わぬ下請法違反」との見出しで、発注が下請法上の製造委託に当たらないことを知らず、勧告を受ける事例が相次いでいるとの記事を掲載している。また、PB商品に係る勧告事案取材した記者によれば、「どの企業も『認識がなかった』と話していた」とのことである（瀬古久美子「記者の目 ◎下請けいじめはなくなるのか」公正取引747号（2013年1月）76頁）。

一般に「PB商品」といわれるものは多様であり、例えば小売業者の商品への関与度合いについては、アパレル産業でよく見られる「SPA（製造小売、Specialty store retailer of Private label Apparel）」と呼ばれるもの（商品企画から製造、物流、小売までの全過程を一貫して小売業者が行う商品）から、既存のNB商品のパッケージに小売業者名を記載したにすぎないようなものである。また、PB商品の本体や包装における製造・販売に係る事業者の表示としては、小売業者名の記載しかない場合と小売業者名のほかメーカー名の記載もある場合があり<sup>6)</sup>、特に後者の場合は、購入者である一般消費者にとって当該PB商品は当該メーカーのNB商品と大差ないものと受け取られていると考えられる。

PB商品に係る小売業者とメーカーとの関係は、SPAの場合を別とすると、製造業における代表的な下請取引である完成品メーカーと部品メーカーとの関係と必ずしも同じではなく、NB商品についての小売業者とメーカーとの関係に近いことも多いと考えられる。

PB商品の製造委託に係る現在の下請法の運用については、部品等の製造委託に係るものと同様のものとなっているが、上記のようなPB商品に係る消費者とメーカーとの関係や小売業者とメーカーとの関係を踏まえれば、適当ではない点もあると考えられる。

このため、本稿においては、PB商品の製造委託につき下請法をどのように解釈・運用するのが適当か、さらに現在の下請法の解釈・運用一般が適当かにつき検討を行うこととする。

なお、流通業者が取り扱う商品には消費財のほか生産財や資本金材もあるが、一般に「PB商品」といわれるものは主として消費財であり、また、下請法上の取扱いとしては消費財の場合と生産財等の場合で異なる点は特にないので、本稿では消費財を前提としている。さらに、議論を単純化するため、流通業者

---

6) 平成25年に制定された食品表示法による食品表示基準により、加工食品については、PB商品を含め製造者の名称等も記載しなければならないことになっている（ただし、平成31年度末までの猶予期間あり）。

として主に小売業者を前提としている。

## 2 下請法の概要とその運用の変遷

P B 商品に係る現在の下請法の解釈・運用を検討するに当たり、まず、下請法の概要とその運用の変遷を概観しておくこととする。

### (1) 下請法上の規定の概要

下請法は下請取引に係る独占禁止法上の優越的地位の濫用規制の補完法であり、親事業者の下請代金の支払遅延等の行為を独占禁止法により規制しようとする場合は、

- ① 親事業者と下請事業者との間の取引上の地位の優劣及び親事業者の具体的行為の不当性を個別に判断する必要があるため、事件処理が困難で相応の時間を要すること
- ② 取引の前提である契約内容が明確になっていないことが多く、事実関係や問題点の把握が困難であること
- ③ 独占禁止法上の審査手続により事実認定を行うこととすると、親事業者と下請事業者との間の継続的な取引関係を悪化させ、下請事業者の利益を損なうおそれがあること
- ④ 下請事業者からの申告が期待できないため、違反行為の発見が困難であること

との問題があり、的確に対応することが難しかったため、下請法が制定されている<sup>7)</sup>。

---

7) 代金の支払遅延等の行為は民事法的には単なる契約違反であり、一般的な企業間取引においては、それが独占禁止法違反となるような特別な事情がなければ行政庁は関与すべきではないと考えられる。私見によれば、下請取引は社内取引（社内生産）と市場取引との中間形態のものであって、製造業においては、メーカーが自社の社内における製造工程の一部を社外に発注する形（従業員が下請事業者として独立するものを含む）で下請取引が一般化したと考えられ、このような中間形態の取引を規制対象とするからこそ、独占禁止法とは別の法律として下請法を制定することが可能となっている（私見の詳細は、拙稿「下請法の競争法上の位置付けにつ

そして、下請法では、これらの問題を解消して、親事業者の不当な行為の未然防止を図るとともに、当該行為が行われた場合にこれを迅速に排除することができるよう、

- ① 規制対象取引を取引当事者（親事業者及び下請事業者）の資本金規模及び取引の内容（製造委託等）により明確にする（2条）
- ② 親事業者に対し、下請事業者への発注時に取引条件を記載した書面（発注書面）を交付することを義務付ける（3条）
- ③ 下請代金の支払遅延行為など、親事業者の下請事業者に対する不当な行為を類型化して明確にするるとともに、親事業者が当該行為を行うことを禁止する（4条）
- ④ 独占禁止法上の手続とは別に、下請法4条の規定に違反した親事業者に対し、公取委が勧告を行うこととして、親事業者に自主的な改善措置を採るよう求める（7条。勧告に従った場合は、独占禁止法による措置規定を適用しないとして、同法との関係を整理（8条））
- ⑤ 親事業者が違反行為を行っている疑いがある場合に限らず、下請取引の公正化を図るため必要がある場合は、公取委や中企庁等が親事業者等を調査できるようにする（9条）

などの規定が設けられている。

下請法の基本的な考え方は、親事業者と下請事業者との間の交渉により取引条件を決定し、当該取引条件を文書化（証拠化）した上で、当該文書に記載されたとおりの取引の履行を親事業者に求めるものである。なお、制定当初の下請法では、4条には取引条件の交渉・決定に係る規定は設けられておらず、親事業者が同条の規定に違反したか否かの判断がかなり容易にできるものとなっていた<sup>8)</sup>。

---

「いての一考察」名城法学56巻3号（2007年）55頁）。

8) 下請法3条の発注書面の交付義務は製造委託等を「した」場合のものであり、また、制定当初の4条における遵守事項は、受領拒否、支払遅延（当時の内容は「下請事業者の給付を受領した後、下請代金を遅滞なく支払わないこと」）、下請代金の減額及び返品という取引条件の履行に係るもののみであって、製造委託等に係る

## (2) 「製造委託」の内容

親事業者の下請事業者に対する行為を下請法で規制するためには、まず、取引の内容が「製造委託」等に該当する必要がある、この「製造委託」については、同法2条1項において、事業者が業として行う販売の目的物たる物品又はその部品等の製造（加工を含む。）を他の事業者に委託すること、などと定義されている。

「製造委託」として代表的なものは完成品メーカーが部品メーカーに部品を発注するような場合であるが、発注者については、その業種に限定がないため、発注内容が「製造委託」に該当するものである限り、小売業者など流通業者によるものも対象となる。

また、完成品メーカーが部品メーカーに部品を発注する場合に、当該部品が完成品メーカー側の設計等によるものであれば、その発注が「製造委託」に該当するのは当然であり、一方、当該部品が標準品（例えば JIS 規格品）や部品メーカー側の仕様によるものであって、流通段階や部品メーカーに十分な在庫があるものであれば、その発注は市場における単なる購買取引であって「製造委託」に該当しない。しかし、当該部品が標準品等であっても、流通段階や部品メーカーに在庫があまりなく、完成品メーカーの発注を受けてから製造され納品されるような場合に、その発注が「製造委託」に該当するかについての公取委の見解には変遷が見られる。

まず、下請法制定直後における公取委事務局による解説書においては、「製造の委託というからには、一般に販売されているいわゆる市販品を単に購入す

---

ㄨ取引条件の設定については、基本的には親事業者と下請事業者との間の交渉に委ねられていた。昭和37年の法改正により取引条件の設定である「買ったたき」に係る規定が追加されたが、取引条件の設定時の行為が違法とされるのは、独占禁止法の場合と同様に、それが「不当」に行われたことの認定が必要とされている。

また、下請法の解釈・運用するに当たっては業界一般の取引慣行などを勘案すべきではないとする立場もあるが、代金を「支払う」場合は現金払いか金融機関への振込によるのが当然であるところ、昭和40年の法改正により割引困難手形の交付に係る規定（4条2項2号）が導入される以前から、当時の取引慣行を踏まえ、現金ではなく手形の交付によるものも認められていた。

るような場合とは異なるのであるから、この製造の委託であるためには、依頼に際して、品質、形状、デザイン等の中のいずれかはこれを特に指示する等自らもその製造加工に何からの形で関与することは、必ず、必要なのである。」とした上で、「一般に販売するために製造しているような物品、すなわち、いわゆる市販品等を単に買入れるような場合を除いては、大体、本法の製造の委託の概念に該当すると一応みなされるといふことである。」としている<sup>9)</sup>。

次に、昭和60年に下請法に基づく公取委規則が全面改正されたこと等を契機に刊行された公取委の下請法担当課長等による解説書においては、「カタログ商品、JIS規格品、開発商品であっても、取引慣行として、通常、見込生産されるものではなく、注文を受けて生産されるもの（受注生産品）である場合には、『製造委託』に該当する。」として、標準品などであっても注文があった後に生産される場合は「製造委託」に該当するとの説明がなされている<sup>10)</sup>。

9) 公取委事務局編『「下請代金支払遅延等防止法」解説』（公正取引協会・1956年）50及び52頁。さらに、同『改正・下請法の解説』（中小企業調査協会・1962年）94及び96頁並びに同『新下請代金支払遅延等防止法』（商事法務研究会・1966年）85及び87頁でも、ほぼ同じ説明がなされている。なお、ここで「単に」買入れるとの趣旨が必ずしも明確ではないが、現に店頭や流通在庫等として存在する物品を買入れる場合のことであろう。

また、昭和30年代を中心に公取委において下請法を長らく担当された辻教授は、規格品や標準品で見込生産ができ、市販品として購入できるものは、原則として「製造委託」に当たらないとされた上、「標準品であっても、需要が少ないため見込生産をしていないし、もちろん在庫もあるわけではないから、発注を受けてから生産するというような場合には、製造委託に当たることになる。」（辻吉彦著・生駒賢治改訂『詳解下請代金支払遅延等防止法（改訂版）』（公正取引協会・2000年）35頁）とされている。

10) 鈴木満編著『下請法マニュアル<改訂版>——親事業者の遵守事項に関する新運用基準の解説』（商事法務研究会・1986年）12頁。また、公取委及び中企庁の下請法担当課長等による解説書（中山武憲・田中信介編著『下請法100問100答』（通産資料調査会・1990年）45頁においても、「いわゆる規格品、標準品であっても親事業者が仕様等を指定して、下請業者にその製造を依頼すれば原則として『製造委託』に該当する。〔改行〕例えば、カタログ商品、JIS規格品であっても、通常見込生産されるものではなく、注文を受けて生産されるもの（受注生産品）である場合は、『製造委託』に該当する。」とされている。

さらに、平成6年に実施された大規模小売業者の下請取引に関する実態調査に



しかし、平成15年の下請法改正後に刊行された解説書においては、親事業者によって仕様が追加されるなどの特段の事情がなければ、下請事業者側の企画商品を発注することは「製造委託」に該当しないと説明されており<sup>11)</sup>、現在の下請取引適正化推進講習会テキストにおいても、次のQ&Aのとおり、これと同様の説明がなされている<sup>12)</sup>。

Q7：規格品、標準品の製造を委託する場合、製造委託に該当するか。

A：いわゆる規格品、標準品であって、広く一般に市販されており、市販品としての購入が可能で、製造委託が実質的には購入と認められる場合は該当しない。しかし、規格品、標準品であっても親事業者が仕様等を指定して下請事業者にその製造を委託すれば製造委託に該当する。例えば、規格品の製造の委託に際し、委託者の刻印を打つ、ラベルを貼付する、社名を印刷する、あるいは、規格品の針金、パイプ鋼材等を自社の仕様に合わせて一定の長さ、幅に切断するというような作業を行わせた場合等がこれに当たる。

Q10：小売業者がメーカーブランドの商品（各メーカー等が自ら仕様等を決定し自社ブランドとして販売している商品）を発注し、納入業者が発注を受けてから生産する場合、これは製造委託に該当するか。

A：小売業者のメーカーブランドの商品の発注については、納入業者が発注を受けてから生産する場合であっても、当該メーカーブランド商品の汎用性が高く、かつ、自社用として変更を加えさせることがない場合には、本法の対象となる受注生産とは異なり、実質的には規格品の購入と認め

---

ゝにおいては、大規模小売業者の行う「製造委託」として、PB商品（メーカー等が企画した商品で、他に販売しないことを条件として発注して製造を委託するものを含む。）の発注のほか、売り場に見本商品や商品カタログを置き、これにより顧客の注文を受けて納入業者に発注し、製造を委託するものを例示している（山木康孝「大規模小売業者の下請取引に関する調査について」公正取引536号（1995年6月）37頁）。

11) 粕淵功編著『下請法の実務——改正下請法の逐条解説とQ&A』（公正取引協会・2006年）40頁、鎌田明編著『下請法の実務〔第4版〕』（同・2017年）38頁

12) 公取委・中企庁『下請取引適正化推進講習会テキスト〔平成29年11月〕』17～8頁

られ、製造委託には該当しない。(後略)

### (3) 発注書面の交付義務

下請法3条では、親事業者に対し、主要な取引条件を記載した書面を発注時に下請事業者に交付するよう義務付けている。

この発注書面は親事業者が作成・交付するものであり、親事業者と下請事業者の双方で作成する契約書とは異なるが、発注書面に記載すべき内容は親事業者と下請事業者との間の契約において定められた内容であって<sup>13)</sup>、発注書面に記載すべき事項を契約書において網羅している場合は、当該契約書を発注書面に代えることができる<sup>14)</sup>。

そして、発注書面の内容と契約内容が異なる場合は、取引当事者間の私法上の効力としては契約による取決め内容が優先されることは当然である<sup>15)</sup>が、下請法上の取扱いについては、必ずしも一貫した対応はなされていない。

まず、契約内容が書面化されていない場合は、発注書面の内容と異なる契約が実際に締結されていたとの判断が困難であるので、取引当事者間の私法上の効力は別として、下請法上の取扱いにおいては発注書面の内容に従うこともやむを得ないと考えられる。

次に、発注書面に記載された内容と異なる内容の合意が当該発注書面の交付時期以前に書面によりなされていた場合の下請法上の取扱いについては、その

---

13) 例えば、「下請代金」については下請法2条10項で定義されているところ、3条の発注書面との関係で、「この書面に記載することを要する額は、当然契約において定められたものをいうことになる」(公取委事務局・前掲(注9・1956年)書74頁)とされている。

14) 例えば、鎌田・前掲(注11)書103頁

15) 信用組合による拘束預金が独占禁止法上の優越的地位の濫用に当たると判断された民事訴訟において、最高裁は、独占禁止法19条に違反した契約の私法上の効力は、当該契約が公序良俗に反するような場合を別として、同条が強行法規であるからの理由で直ちに無効であると解することはできない等と判示している(昭和52年6月20日第二小法廷判決・昭和48年(オ)1113号、公取委審決集24巻297頁)。下請法違反行為は独占禁止法上の優越的地位の濫用に該当するとまで判断できない場合も多いので、私法上の効力としては、下請法の規定より当事者間の合意内容が優先されるのは当然であろう。

合意に係る事項が何かにより異なっている。

下請代金の支払方法など個々の発注によって異なることがないものについては、これらを記載した書面（共通記載事項に係る書面）をあらかじめ下請事業者に交付した上で、個々の発注書面において当該書面との関連付けの記載を行うことにより、これらの事項も記載された発注書面を交付したものと取り扱われている。そして、この発注書面における関連付けの記載がない場合は、支払方法等に係る記載がない発注書面を交付したのものとして3条違反とされ、この関連付けの記載を行うよう指導がなされている<sup>16)</sup>。

一方、下請代金の額について発注書面に記載された額を減ずるとの取扱いを行う旨の合意が発注前に文書により行われる場合については、次の(4)のとおり、昭和50年代後半における運用を除き、発注書面に記載された下請代金の額を減ずることは下請法4条1項3号に違反すると取扱いがなされている。

#### (4) 仕入割戻金等に係る合意文書の取扱い

##### ア 昭和55年運用基準における取扱い

下請法4条違反に係る公取委の運用状況を見ると、昭和50年代の中頃までは下請代金の支払遅延事案（4条1項2号違反）や割引困難手形事案（4条2項2号違反）などが中心であり、下請代金の減額事案につき積極的に指導がなされるようになったのは昭和50年代になってからであって、昭和54年度からは減額分を下請事業者に戻還させるとの指導も行われるようになっていく<sup>17)</sup>。

---

16) 例えば、公取委『平成6年度年次報告』228頁。なお、下請法3条違反で指導がなされた事案の多くがこの関連付けの記載がない事案であるといわれている。また、公取委が共通記載事項に係る文書の記載例（例えば、鎌田・前掲（注11）書84頁）では、「納品毎月末日締切 翌月20日払」などの支払制度が含まれており、関連付けの記載のない事案には支払制度に係るものも多いと思われる。

17) 公取委では、昭和40年代後半以降、下請法違反行為につき違反態様別の件数を年次報告等で公表しているが、4条1項違反事件について同項2号違反（支払遅延）以外の件数を各号ごとに公表するようになったのは昭和56年度からである。ちなみに、公取委が指導した下請法4条1項の各号別の違反行為態様別件数（事業所ベース）を見ると、昭和55年度は支払遅延（2号違反）が217件、下請代金の減額

下請代金の減額事案など支払遅延事案以外の行為類型に係る規制を強化するに当たり、公取委は、昭和55年4月に、運用基準として「下請代金支払遅延等防止法第4条第1項第3号、第4号及び第5号に関する運用基準」（昭和55年公取委事務局長通達第4号。以下、「昭和55年運用基準」という。）を策定している。

そして、昭和55年運用基準においては、発注時までの申入れ等を理由とする下請代金の減額に係る考え方として、次のように説明されている<sup>18)</sup>。

## 第2 不当な値引き

不当な値引きとは、発注時に親事業者と下請事業者との間で決定された下請代金の額から発注後に親事業者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一定額を減ずる行為をいう（法第4条第1項第3号）。したがって、下請事業者が納入したものに瑕疵があるなど下請事業者に責任がある場合において、その責任の範囲内で合理的に算定した額を親事業者が減ずることは除かれる。

不当な値引きに該当すると認められる親事業者の行為を例示すれば、次のとおりである。

### 1 発注時までの申入れ等を理由に減額する場合

(1) 発注時までに、下請代金の額から減ずる額を定めないで、じ後に減

---

等（2号以外の同項違反）が18件となっていたのに対し、昭和56年度は支払遅延が189件、下請代金の減額（3号違反）が73件となっており、同年度以降は下請代金の減額事案も多くなっている。

なお、公取委事務局編・前掲（注9・1966年）書164頁では、件数は明示されていないものの、昭和40年ころまでの下請法の運用において、下請代金の減額は支払遅延に次いで多い違反行為であるとされている。ちなみに、下請法制定前に公取委が策定した「下請代金の不当な支払遅延等に関する認定基準」（昭和29年3月30日）においては、「親企業が、下請代金の速やかな支払を条件として、下請業者に対し既定の単価の値引きを強要すること」が優越的地位の濫用に当たり得るとされており、当時の下請代金の減額は支払遅延との関連で行われていたと思われる。

18) 昭和55年運用基準の該当部分については、公取委事務局『独占禁止政策五十年史 上巻』（公正取引協会・1997年）460頁。同運用基準の全文については、鈴木満編著『下請法マニュアル——一括決済方式ペーパーレス発注に対応した改正規則・ガイドラインの解説』（商事法務研究会・1986年）169頁。

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

額することがあり得るとの申入れを行い、これに基づいて下請代金の額を減ずること。

- (2) 発注時までに下請事業者との間に下請代金を減額することについて合意があったが、その内容が具体的でなく、又は減額するについて下請事業者が納得し得るに足る合理的理由がない場合に、当該合意に基づいて下請代金の額を減ずること。

この昭和55年運用基準においては「下請代金の額」と発注書面における記載額との関係についての説明はなされていないが、同基準の第2の1(1)及び(2)の記述を踏まえると、発注時までに下請代金から減ずる額を具体的に定めて文書化している場合は減額することにつき具体的な内容の合意があることになるので、当該合意に基づき発注時に定められた下請代金の額（発注書面記載額）を減じても不当な減額に当たらないと解釈・運用することとしたと考えられる。

この点について、昭和55年運用基準に係る公取委担当官の解説<sup>19)</sup>では、従前の解釈・運用においては取引上の弱者である下請事業者が自己に不利となる合意をすることはあり得ないとして事前合意による減額を一般的に認めていなかったところ、円高の進行に対応するため親事業者側のコスト削減の動きが活発化し、下請事業者側にも単価引下げ要請が強くなり、この要請に単価引下げではなく従前の単価を維持した上で値引きに応ずる方が長期的には下請事業者にとっても好ましい（単価引下げで対応して状況が改善した後に従前の単価まで引き上げるとの交渉を行うより、一時的な値引きで対応した後にその値引きを廃止するととの交渉をする方が将来の価格交渉として容易である）という事情を考慮して、「取引当事者間に発注時までに減額についての合意（事前特約）があればこれに基づく減額を一定の条件の下に許容することを意味しており従来解釈をより現実に合致したものに改めたといえよう」との説明がなされている。また、「合意の内容が具体的であるとは、減額の期間、対象品目、数量、率及び額が具体的に自己の減額分について計算することが可能とされるような

---

19) 青山義之「下請代金支払遅延等防止法第4条第1項第3号、第4号及び第5号に関する運用基準について」公正取引356号（1980年6月）43頁

内容を備えていなければならない」としている。

#### イ 昭和62年運用基準における取扱い

昭和55年運用基準制定後において、同運用基準に含められていなかった4条1項1号（受領拒否）や同項6号（購入強制）に係る違反行為も増加したため、昭和62年4月に新たな運用基準として「下請代金支払遅延等防止法第4条第1項に関する運用基準」（昭和62年公取委事務局長通達第2号。以下、「昭和62年運用基準」という。）が策定されている。

そして、この昭和62年運用基準に係る下請代金の減額についての説明は次のとおりであって、昭和55年運用基準の第2の1のような記載はなされていない。

#### 2 下請代金の減額

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

「下請代金の額」とは、下請事業者の給付に対し支払うべき代金の額であり、3条書面に明記することになっている。（以下略）

この昭和62年運用基準において発注時までの申入れ等を理由とする下請代金の減額に係る取扱いが明記されなかったことについて、公取委の担当課長等による解説<sup>20)</sup>では、昭和55年運用基準に例示する違反行為に該当しない又は少しでも異なる行為は問題ないとする親事業者も見られるようになり、同基準第2の1(1)及び(2)の記載を逆に捉えて、発注時まで下に下請事業者との間に下請代金を減額することにつき合意があり、その内容が具体的である場合等は不当な減額に当たらないとする親事業者が出てきたことから、公取委の事件処理に

---

20) 鈴木満・伊東章二「下請法の新運用基準について」公正取引438号（1987年4月）5～6及び13頁、鈴木・前掲（注10）書30～2頁。なお、当時は、昭和60年のプラザ合意による急激な円高により輸出品の手取り収入が大きく減少したため、下請単価はそのままにして「輸出値引き」と称して下請代金を減額する親事業者も少なく、昭和60年度には平成15年法改正前における最高額となる総額5億8,561万円の、昭和61年度にも総額5億8,493万円の減額分の返還指導が行われている（鈴木満「私と下請法の付き合い」公取委企業取引課編『下請法五十年史』（2000年）57～8頁）。

多くの時間を要するようになって、違反行為の未然防止及び事件処理の迅速化といった運用基準の設定趣旨に反するようになったためであるとしている。また、「下請代金の減額とは、発注時に定められた金額（3条書面に記載された額）から一定額を減じて支払うことである。」との説明がなされている。

このように、昭和62年運用基準においては「下請代金の額」が発注書面に記載されることになるとし、発注書面における記載額が「下請代金の額」であると明記されているわけではないが<sup>21)</sup>、減額した場合に問題となる「下請代金の額」は発注書面における記載額を意味するものと解されていた。

#### ウ 企業取引研究会における検討と昭和62年運用基準の改正

昭和62年運用基準策定後の下請法の運用については、違反行為の未然防止や迅速な事件処理が重視され、同法上の正式な措置である勧告はほとんど行われなかった。しかし、平成元年代中頃に、下請代金の減額額が大きいものなどにつき勧告が行われるなど下請法の積極的な運用が求められるようになったこと、また、役務の委託取引の適正化のための対応が求められたことから、公取委ではこれらの問題を検討するため、平成8年6月に企業取引研究会（座長：佐藤芳雄 豊橋創造大学学長・慶応義塾大学名誉教授）を設けている。

この企業取引研究会では、検討すべき下請法の運用上の具体的問題として、発注前の合意に基づき発注書面記載の下請代金の額を減ずることの適否についても取り上げられている。そして、平成10年6月に公表された報告書（「下請法の運用上の問題と今後の見直しの方向」）においては、発注書面の交付は取引条件を証拠化するためのものであり、取引基本契約書など発注前に締結される文書もこの証拠と見ることができるので、発注前の合意に基づく割戻金等の支払が取引条件の一つとなっていることが明確なものについては「下請代金の減額」として問題とする必要はないとの考え方が示されている<sup>22)</sup>。

21) 下請代金の額を発注書面に記載することと、発注書面の記載額を下請代金の額とすることは、論理的関係としては「逆」の関係にあり、同義のものではない。

22) 企業取引研究会報告書における関係部分の内容は、本稿末尾の資料1参照。なお、報告書の概要については、山口正行「下請法の運用上の問題に関する企業取引研究会報告書の概要について」公正取引574号（1998年8月）62頁。

この企業取引研究会の提言を受けて、公取委において下請法の運用につき見直しが行われたが、発注書面のみを「証拠」として取り扱うことは適当ではないとする研究会の一般的な考え方は採用されていない。しかし、上記の取引基本契約に基づく割戻金の取扱いに関しては、平成11年7月の昭和62年運用基準の一部改正により、ボリュームディスカウント等の合理的な理由によるものについて発注書面との関連付けの記載を行うことで認められている<sup>23)</sup>。

#### エ 現在の運用方針

下請法の運用基準については、平成15年の下請法改正に伴って、同年12月に昭和62年運用基準が全部改正され、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」（平成15年公取委事務総長通達第18号。以下、「現行運用基準」という。）が策定されている。

現行運用基準においては、その第4の3(1)で「法第4条第1項第3号で禁止されている下請代金の減額とは『下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減ずること』である」として、ボリュームディスカウント等によるものを含め、昭和62年運用基準と同様の説明がなされている<sup>24)</sup>。

現行運用基準においては、発注書面に記載された下請代金の額につき当該書面の交付前における合意に基づき減ずることが下請法4条1項3号に違反することとなるかにつき明確な説明はなされていない。しかし、平成18年に開催さ

---

23) 昭和62年運用基準の第2（親事業者の禁止事項）の2（下請代金の減額）の(1)に「なお書き」（現行運用基準では第4の3(1)のなお書き）として、①一定期間に一定数量を発注するなどの合理的な理由がある割戻金であって、②当該割戻金の内容を取引条件とすることの事前合意があり、③合意の内容が書面化され、当該書面記載額と発注書面の記載額を合わせて実際の下請代金の額とすることが合意され、かつ、④当該書面が発注書面と関連付けられている場合は、下請代金の減額に当たらない旨が追加されている。

24) 制定時の現行運用基準については、粕淵・前掲（注11）書261頁。なお、現行運用基準は、下請法3条に関しても規定しており、下請代金の額と発注書面との関係については、「3条書面に記載する『下請代金の額』は、下請事業者の給付（役務提供委託をした場合にあっては、役務の提供。以下同じ。）に対し支払うべき下請代金の額であり」（第3の1(2)）として、昭和62年運用基準におけるものと同様の説明がなされている。



れた下請法制定50周年記念シンポジウムでの講演において、当時の下請取引調査室長は、「発注前に下請事業者の同意を得た上で後日下請代金の額から協料金等を差し引く場合であっても減額の違反に該当します」と説明している。そして、この講演においては、事前の合意があったとしても下請代金の減額として問題となる理由として、下請法4条1項3号の規定が「下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減ずること」という簡潔な表現となっていること及び親事業者に発注書面の交付義務があることのほか、親事業者から不当な要請があったとしても下請事業者はこれを断ることができず、下請事業者の合意は真には合意していないケースが多いことが挙げられている<sup>25)</sup>。

さらに、現在の下請取引適正化推進講習会テキストにおいては、次のQ&Aのとおり<sup>26)</sup>、事前の文書による合意があったとしても下請法上問題となるとの説明がなされている<sup>27)</sup>。

Q74：親事業者と下請事業者との間で下請代金の額を減ずることについてあらかじめ合意があったとしても、下請事業者の責めに帰すべき理由なく、下請代金の額を減じている場合は違反となるとされているが、例えば、事前に契約書等の書面において、歩引きとして5%を下請代金の額から差し引く旨の合意を記載していても問題になるのか。

A：下請法第4条第1項第3号は、下請事業者の責めに帰すべき理由がな

---

25) 石垣照夫「違反行為の傾向と法遵守のポイント」公正取引669号（2006年7月）9～10頁

26) 公取委ほか・前掲（注12）書49頁

27) 仕入代金を支払う際に請求額の一定率を差し引いたものを支払額とする取引慣行や契約がある場合、当該差引につき「歩引き」と称されることがあるが、この歩引きが具体的に何を意味するのかは必ずしも明確ではない。この歩引きの慣行は特に繊維取引において一般的なものであったとされており、繊維産業流通構造改革推進会議の資料（[http://fispagr.jp/keiei\\_top/bubikitorihiki.html](http://fispagr.jp/keiei_top/bubikitorihiki.html)）によれば、「歩引き」との表現は商品納入業者が販売先に手形を現金化することを依頼し、販売先が金利分を差し引いて現金を渡したことに由来するといわれている。

また、下請取引一般における歩引きの取扱いについては、本稿末尾の「補論」で見ると繊維業における歩引きに対する下請法の運用にかなり影響を受けたものと考えられる。

いのには、親事業者が下請事業者の給付に対し支払うべき代金（下請代金）の額を減ずることを禁止しているものであり、親事業者と下請事業者との間で、歩引きとして5%を下請代金の額から減ずることについてあらかじめ合意し契約書等で書面化していても、問題となる。

なお、下請代金の額以外の事項については、下請事業者との間であらかじめ合意することにより原則的なものと異なる取扱いができるものが複数あり<sup>28)</sup>、平成28年12月に一部改正が行われた現行運用基準においても、支払期日が金融機関の休日に当たる場合の支払遅延に係る取扱いについて、事前に文書による合意がある場合は当該合意を勘案し得るとの説明が追加されている<sup>29)</sup>。

28) 例えば、『弁護士植村幸也公式ブログ・みんなの独禁法』の2012年9月22日記事（下請事業者の合意（同意）と下請法違反（<http://kyu-go-go.cocolog-nifty.com/blog/2012/09/post-c0ea.html>））では、事前の合意により原則的な取扱いを変更できるものとして9つのものが挙げられている。

29) 平成28年の改定により現行運用基準第4の2に(5)が追加され、「親事業者と下請事業者との間で、支払期日が金融機関の休業日に当たった場合に、支払期日を金融機関の翌営業日に順延することについてあらかじめ書面で合意していないにもかかわらず、あらかじめ定めた支払期日までに下請代金を支払わないとき」等が下請代金の支払遅延に当たることが明示されている。このような合意が発注書面や共通記載事項に係る書面（発注書面に関連性の記載があるもの）に記載されているのであれば、これは当然の取扱いにすぎず、これを特記する必要もない。このため、この運用基準の規定は、振込により下請代金を支払うこととなっている場合に、支払期日が金融機関の休業日に当たったときは、当該休業日の前日にまでに振り込まなければ支払遅延に当たるところ、発注書面との関連性の記載のない別の書面であっても、あらかじめ合意がなされているのであれば、発注書面に記載されている場合と同様に支払遅延に当たらないとの取扱いを定めたものと解される。

なお、かつての公取委の運用においては、支払期日を受領後60日目に定めた場合に当該期日が金融機関の休日に当たるときは、その前日に支払わなければ支払遅延に当たるとされていた（例えば、鈴木・前掲（注10）書55頁、中山ほか・前掲（注10）書70頁）が、平成3年から同12年の間に現在のような取扱いに変更されている（鈴木・前掲（注10）書の改訂第2版（1991年）58頁では、これと同じ説明がなされているが、その改訂第3版（2000年）59頁では、文書による合意があり順延期間が2日であれば金融機関の翌営業日に支払うことが運用上認められるとの説明がなされている。そして、これと同様の説明は、粕淵・前掲（注11）書123頁でもなされている。）。このため、この平成28年の運用基準の改正は、公取委が従前の運用を変更したものではない。

### 3 PB商品の発注行為の「製造委託」該当性

#### (1) 流通段階における製造行為

小売業者や卸売業者などの流通業者は、消費者が必要とする商品について生産者と消費者を結び付ける活動を行っている。

小売業者は、小規模な事業者がほとんどであり、卸売業者を通じて商品を仕入れることが多いこともあって、一般的には生産工程に直接的に関与することはない。しかし、小売業者は消費者と直接に対応しており、消費者が何を求め、消費者に何を提供すれば喜ばれるかを容易に把握できるので、消費者の需要に積極的に応えることによって販売の増加を図ったり、業界における自社の地位を高めようとする小売業者が現れることは、必ずしも珍しいものではない。

例えば、三越の創業者である三井高利は、大呉服店では呉服の販売は反物1反単位の掛売が一般的であった江戸時代始めに「すべて現金売りで掛値なし」として、① 1反単位ではなく、一寸四方のものでも切り売りする、② 仕立て職人を抱えて、奉公口の決まった侍が急に主君にお目見えするのに必要な呉服を即座に仕立てて販売するといった商法を採用したことで、「昔は掛算今は当座銀」（昔は掛値の多い盆・暮れ一括払いの掛売であったのに、今は掛値をしない現金売りとなった。）といわれるような呉服販売業の変革を行っている<sup>30)</sup>。

このうち、②のケースについては現在のSPAの先駆けともいえるものであり、これが「製造」に当たることは容易に判断できるが、①のケースについては、反物などを裁断しただけであって当該裁断行為は「製造」といえるようなものではないとする見方もあろう。しかし、材料から製品（完成品）が創り出

---

30) 井原西鶴（堀切実訳注）『新版日本永代蔵——現代語訳付き』（角川ソフィヤ文庫・1999年）26、140及び188頁。なお、（株）三越伊勢丹ホールディングスのHP（[http://www.imhds.co.jp/company/history\\_mitsukoshi.html](http://www.imhds.co.jp/company/history_mitsukoshi.html)）によれば、呉服店「越後屋」が天和3年（1683年）に「店前現銀掛け値なし」、「小裂いかほどにても売ります」とのスローガンを掲げたとされている。

される過程を見ると、材料に種々の加工を加え続けて（さらに、加工した物を組み合わせて）、その結果、目的物である製品が完成することになる。このように、製造工程は「加工」工程を積み重ねたものであり、ケースによっては1回の加工により製品が完成することもあり得るので、「加工」は「製造」行為そのものであって、下請法2条1項が「製造（加工を含む。以下同じ。）」としているのは、このような見方があることを踏まえた念のための規定と解される<sup>31)</sup>。

そして、現在の衣料品小売業においては、既製服の販売に当たり購入者の求めに応じて寸法直しなどの加工を行うことも珍しいものではない。

このような呉服の仕立て職人や既製服の寸法直し担当者が小売業者とは別の事業者であれば、小売業者がこれらの業務を発注することは下請法上の「製造委託」に該当する。さらに、一般に小売業者とされているものであっても、従前の豆腐製造小売店や店舗の食材を利用して弁当等を製造販売する食品スーパーなどの製造小売業者も数多く存在しており、その製造の一部が外注されるなどの場合も「製造委託」に該当することになる。

また、卸売業者は、流通過程において生産者と日々接しており、小売業者に比べ企業規模も大きいことが多いので、小売業者などから得た消費者の需要に応じた商品開発を行うことがあり、このような卸売業者は「製造問屋」と呼ばれている。そして、この製造問屋の発注行為が下請法上の製造委託に当たることは、下請法制定当初から知られている。

このため、公取委が下請法上の規定に基づき毎年度実施してきている定期調査については、製造業が中心であったものの、昭和31年度当初から卸売業者も

31) 製造工程は「加工」工程を積み重ねたものであるため、製造を行うメーカーが自社の製造工程における一部の「加工」を外注するのは、代表的な下請取引といえるものである。呉服店が反物を切り売りする際に、その裁断を外注することについて「加工」として「製造委託」と捉えることに異論があり得るのは、「加工」が「製造」といえるのかではなく、小売業者の行為をメーカーの行為と同様に捉えてよいかとの疑問によるものであると考えられる。しかし、受注者側から見れば、発注者がメーカーか小売業者かは関係がないので、下請法上の取扱いにおいても同様にすべきと考えられる。

対象とされ<sup>32)</sup>、昭和39年度からは各種商品小売業者（百貨店）も対象とされている<sup>33)</sup>。また、昭和49年度及び同50年度に百貨店やチェーンストアなどの大規模小売業者を対象として特別調査が実施される<sup>34)</sup>など、流通業についても従前から下請法の調査対象とされている。

## (2) P B商品の発注行為の製造委託該当性

### ア P B商品の範囲

現在の下請法の運用状況を見ると、流通業者による下請法違反として注目されているのが大規模小売業者などによるP B商品の発注に係るものである。

P B商品については、必ずしも明確な定義があるわけではないが、一般的には、流通業者が自社のブランド名を付すなどした商品の製造をメーカー等に委託するものであって、当該流通業者のみが販売できるものである。

公取委では、昭和57年度以降、P B商品に係る下請取引に係る実態調査を数次にわたり実施してきており、直近の調査報告書<sup>35)</sup>においては、P B商品について、小売業者等が、規格、意匠、型式等を指定して製造委託したものであって、① 小売業者等のオリジナル・ブランドが付されている商品、② 販売者として小売業者等の表示がある商品、③ 小売業者等の名称とメーカー等（P B商品の納入業者）の名称の両方が記載されている商品、④ メーカー等の既存商品について、小売業者等が内容量や包装といった特別の仕様を指定しているような商品のうち、仕様を指定した小売業者等以外に販売できないもの、であるとしている。

### イ P B商品の開発目的

大規模小売業者によるP B商品の販売は最近に始まったことではなく、例え

---

32) 例えば、公取委事務局編・前掲（注9・1966年）書257頁

33) 公取委『昭和40年度年次報告』144頁

34) 例えば、長谷川古監修・植木邦之編著『事例解説下請代金支払遅延等防止法』（競争問題研究所・1978年）221頁

35) 「食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書」（平成26年6月20日公表）2頁

ば、百貨店業界では、三越（当時は(株)三越呉服店）が大正2年に「三越ミツワ石鹸」を、大正7年には「三越冷蔵庫」及び「三越バター」を販売したとされ<sup>36)</sup>、スーパーマーケット業界では、ダイエー（当時は(株)主婦の店）が昭和36年に「ダイエーインスタントコーヒー」を販売している。さらに、日本生活協同組合連合会では、昭和35年に「CO-OP 生協バター」を販売している<sup>37)</sup>。

流通業者がP B商品を取り扱う理由については種々のものがあるが、百貨店やスーパーマーケットなどの大規模小売業者がP B商品を開発する主たる目的は、他の大規模小売業者と差別化することにより集客を図ることにあると考えられる<sup>38)</sup>。

大規模小売業者が他との差別化を図るために、取扱商品の魅力を高めることとする場合、品揃えを豊富にして他の小売業者が取り扱っていない商品を取り扱うことや、他よりも安い価格で販売するといった方策が有効であるが、N B商品のみを取り扱うのであれば、品揃えの点で差別化することは難しく、また、低価格で販売することとすると他の大規模小売業者の対抗値下げを招き、価格競争が激化して収益が悪化するといった問題がある。

このため、他の大規模小売業者との差別化方策として採用されているのが、

---

36) 藤岡里佳「セインズベリー 英食品小売業大手のP B戦略 商品開発が競争力の源泉」チェーンストアエイジ45巻19号（2014年11月1日）74頁。なお、百貨店業界におけるP B商品の第1号については、(株)大丸（当時）が昭和34年に販売したオリジナル紳士服「トロージャン」であるといわれることが多い（例えば、日本経済新聞社『P B「格安・高品質」競争の最前線』（日本経済新聞社出版・2009年）134頁）。

37) 1960年代以降の我が国におけるP B商品の発売状況については、例えば、矢作敏行『デュアル・ブランド戦略——N B and/or P B』（有斐閣・2014年）66～7頁参照。なお、ダイエーが発売した最初のP B商品は、昭和35年に発売された缶詰「ダイエーみかん」であったといわれている（水野清文『P B商品戦略の変遷と展望』（晃洋書房・2016年）95頁）。

38) P B商品に関する研究書や解説書は多数あるが、差別化戦略としてのP B商品の開発については、波形克彦・山岡敬始・谷口明・藤田均『差別化と利益確保のためのP B商品開発戦略』（ビジネス社・1997年）参照。

国内で販売されていない海外の商品の輸入であり<sup>39)</sup>、P B商品の取扱い<sup>40)</sup>である。

#### ウ P B商品の取扱小売業者と「製造委託」該当性

SPAを行っている衣料品小売業者を除くと、P B商品を多数取り扱っている小売業者は、スーパーマーケットやコンビニエンスストアであって、食料品や日用品を中心にP B商品が開発されており、その代表的な事業者として、イオン(株)(イオン・グループ)と(株)セブン&アイ・ホールディングス(セブン-イレブン・グループ)が挙げられることが多い<sup>41)</sup>。

---

39) 藤岡教授は、戦前は百貨店業者がメーカーとともに商品開発をしていたが、戦後は高度経済成長期に製造業が発展したことにより、百貨店業者は、メーカーと新たな商品を開発するより、新しく魅力的でブランドが確立している商品を輸入して販売することが効率的であると判断したとされている(藤岡・前掲(注36)74頁)。

また、我が国市場の海外からのアクセス改善の観点から公取委が大手大規模小売業者を対象に実施した調査報告書によれば、昭和59年度の大手百貨店9社の輸入品の取扱い状況について、①総販売額に占める輸入品比率は7.5%で、②その輸入品のうち31.6%は百貨店業者が自ら輸入したもの(直接輸入品)であって、③その直接輸入品のうち37.2%が衣料品、21.5%が身の回り品・日用雑貨、などとなっており、直接輸入品を取り扱う理由としては、海外の有名ブランド商品を輸入することにより自己の店舗を他の百貨店の店舗から差別化することであるとされている(「百貨店及びチェーンストアの分野における輸入品に係る取引慣行に関する実態調査報告書」(昭和61年5月29日)5～8頁)。

なお、現在の百貨店業者の直接輸入品の取扱い状況は明確ではないが、衣料品については、百貨店側が売れ残りリスクを含む種々のリスクを回避できるよう国内の納入業者からの仕入形態として消化仕入(売上仕入)が圧倒的なものになっているので(杉原淳一・染原睦美『誰がアパレルを殺すのか』(日経B P社・2017年)51頁)、これらのリスクのすべてを百貨店が負わなければならない直接輸入品の取扱いは減少していると考えられる。

40) なお、加工食品については、食品表示法の制定に伴い製造メーカー名も表示されるようになって、同じメーカーが異なる小売業者のP B商品を製造していることが周知されるにつれ、現在ではP B商品の差別化効果が低下しているとされている(石橋忠子「(特集さらば、同質P B) トップバリュも大転換、NB超えの新局面」月刊激流2018年6月号16～7頁)。

41) 藤野香織『ヒットする！ P B商品 企画・開発・販売のしくみ』(同文館出版・1999年)172頁、日本経済新聞社・前掲(注36)書46頁、緒方知行・田口香世『セブンプレミアム進化論——なぜ安売りしなくても売れるのか』(朝日新聞出版・)

イオンのPB商品については、昭和49年にNB商品に付いていたフォークを不要として価格を抑えたカップ麺が最初のものであり、平成6年には「トップバリユ」として統合されて現在に至っている。そして、PB商品であるトップバリユの商品企画・開発及び販売促進を事業内容とするイオントップバリユ(株)が設けられており、イオンでは、PB商品に製造メーカーの表示を行わず、基本的に商品の開発から設計仕様書、検査体制及び消費者からの問い合わせ対応を含めた商品に対する責任をイオン側が負っているとしており<sup>42)</sup>、PB商品の製造過程に同社が深く関与している。

また、セブン-イレブン・グループのPB商品である「セブンプレミアム」は、平成19年に49品目で始まったが、その商品開発は、セブン-イレブン・ジャパンなどのグループ各社の商品担当者と製造を請け負うメーカーが分野別にチームを作って共同で行っており、価格ではなく品質を重視した商品も多く、その取扱いの当初から、個々の商品に販売業者名だけでなく製造メーカー名も明記されている。さらに、特に弁当、おにぎり、惣菜類についてはグループからの製造のみを請け負う専用工場がメーカーにより設けられている<sup>43)</sup>。

---

↳2013年) 16頁ほか。

42) 週刊東洋経済2012年12月22日号「生産・流通・消費が激変！ PB商品の裏側」における中矢長蔵・イオントップバリユ社長のインタビュー記事(同41頁)。

ただし、平成25年にイオン・グループや他の小売業者が販売していた弁当、おにぎり類の一部に中国産米が混入され、また、主食用に使用できない加工用米も使用されていたのではないかと問題となった三瀧商事(株)事件の際に、イオンでは、同社が100%国産米の納入を指定しているにもかかわらず三瀧商事が中国産米を混入させていたとして、平成25年9月25日、今後は商品製造過程における管理体制を強化して再発防止に万全を尽くすとともに、弁当等の製造元2社と協議の上、三瀧商事に対する法的措置も視野に入れた対応を進める旨の対応を行うことを明らかにしている(同日付けの「お客さまへのお詫びとお知らせ」文書で店頭告知するとともに、翌26日に静岡県以西の新聞に掲載)。さらに、イオンでは三瀧商事と関連会社に対し千葉地裁に損害賠償請求訴訟を提起したが、平成26年10月3日付けで和解が成立したとされている(同年10月6日付け日本経済新聞)。

43) 前掲(注42)東洋経済記事38頁、緒方ほか・前掲(注41)書、同『セブン-イレブンだけがなぜ勝ち続けるのか?』(日経ビジネス人文庫・2014年)など参照。



このトップバリュやセブンプレミアムにあつては、商品の開発や製造過程において小売業者側が深く関与していると評価できるのに対し、一般にP B商品とされているものであつても、(株)大創産業(100円ショップ「ダイソー」)の取扱商品のように、小売業者側が商品開発において商品の規格・品質などにつき消費者の視点や小売業者の立場から強い要請を行つてはいるものの、その商品開発や製造過程にはほとんど関与していないため、商品のパッケージ等に小売業者名が表示されていなければP B商品に該当しないと評価するのが適当と考えられるものもある。

ちなみに、大創産業では7万アイテムの雑貨等を取り扱っており、その99%が自社開発によるP B商品で、同社が100円で高品質な商品を創り続けられる理由として「商品企画から製造、輸出入、物流、販売まで自社において一貫で行える事業を創っているから」とし、また、毎月最大700アイテム以上の新品を開発しているとしている<sup>44)</sup>。

大創産業で商品開発に関係する部署として商品仕入本部とデザイン部があり、同社HPでは、①商品仕入本部では、45か国1400社以上のメーカーと協力し、「ダイソー」オリジナル商品の開発を担当し、価格・クオリティともにこだわり抜いて商談を繰り返す、また、②デザイン部では、コンセプトに合った商品、パッケージのデザインを作成し、商品部の担当者と打ち合わせを繰り返して、より良いものに仕上げていくと説明されている<sup>45)</sup>。

しかし、テレビ番組などで紹介されている大創産業の商品開発に係る仕入担当部署の状況を見ると、

- ① 商品開発のため、日本だけでなく世界45か国のメーカー4500社以上と取

---

44) 大創産業HP上の「数字からみる DAISO」(<https://www.daiso-sangyo.co.jp/recruit/daiso/number>)及び「商品開発の考え方」(<https://www.daiso-sangyo.co.jp/recruit/company/productdevelopment>)のほか、「(ダイヤモンド・オンライン 発)ダイソー、利益1円でもメーカーが日参する『規模の力』の凄まじさ」週刊ダイヤモンド2018年5月12日号77頁。

45) 大創産業HP上の「商品ができるまで」(<https://www.daiso-sangyo.co.jp/recruit/department/product>)

- 引があり、1日平均約20社が商品サンプルを持って、同社に商談に訪れる
- ② メーカーに対応するのは計30人のバイヤー（他に、チーフバイヤーが6人）であって、各バイヤーがメーカーの持ち込んだ商品サンプルから新商品となりそうなアイテムを厳選する
  - ③ バイヤーが、厳選した商品サンプルを基に修正指示をするなど、メーカーと打ち合わせを重ねる
  - ④ 何度も試作品をチェックしながら、問題点を改善して、大量生産がなされる
  - ⑤ 最終的な品質チェックをクリアすれば、全世界の店舗で販売されるといった段階が踏まれており、各バイヤーが商談を行う際の基本的な判断基準は「100円でどこにも負けない良い商品であるかどうか」であり、そのような商品を生産できるような努力をメーカー側に求めている<sup>46)</sup>。

このように、大創産業の商品開発・仕入部門において30人のバイヤーで毎日約20社のメーカーとの商談を行うのであれば、他の大規模小売業者のバイヤーがNB商品について行う商談に係るものと同程度の対応しかできないように考えられる。

メーカーにとって、大創産業は「小売価格100円で売れる良い商品」を提案できれば1アイテム当たり50万個や100万個の単位で受注できる大口顧客となるため、大創産業側の注文に応じて納入しようとする商品の改良に種々努力することになり、その際に大創産業側の意見が参考になるとしても、当該商品が「小売価格100円で売れる良い商品」となるための商品改良や製造技術面での努力はメーカー側の生産活動の一環として行われるものである。

すなわち、ダイソーは、メーカー側に発注するに当たり規格や仕様を指示するのではなく、メーカー側が自社の判断で商談時のバイヤーの意見を踏まえて商品の改良を行い、当該改良した商品が同社の仕入基準を満たすものであれば、発注するというものと考えられる。

このため、当該商品がダイソー専用商品として大創産業しか販売できないと

---

46) 大下英治『百円の男 ダイソー矢野博丈』（さくら舎・2017年）254～6頁

の意味で「ダイソーのオリジナル商品」ということは可能であろうが、当該商品を大創産業に納入できるようにするための技術開発などの成果はメーカー側に帰属するのであって、その意味で、当該商品はメーカー側の商品であると評価するのが適当であろう<sup>47)</sup>。

このため、パッケージ等にダイソー名が明示されていない場合は、通常のNB商品と変わらないとも考えられ、現在の公取委の取扱い<sup>48)</sup>に従えば、その発注行為は「製造委託」に当たらないことになろう。

## 4 流通業における下請法4条違反事例

### (1) 勧告件数の推移、違反行為の概要

下請法4条に違反する行為があった場合は、公取委は、同法7条の規定に基

---

47) 製品の使用者の立場が生産者（開発担当者など）より著しく強い場合は、当該使用者が新製品に係る希望を伝えるだけで生産技術的な面での貢献を行わないとしても、生産者側の努力により画期的な新製品が開発されることがある。

例えば、ソニー(株)が昭和54年に発売した初代のウォークマンは、「また出張なんだが、『プレスマン』に、再生だけでいいからステレオ回路を入れたのを作ってくれんかな」(ソニー広報センター『ソニー自叙伝』(ワック・1998年)273頁。なお、プレスマンは、昭和52年発売のモノラルタイプの小型カセットテーププレイヤーである。)との井深大・同社名誉会長(当時)の希望を尊重して作られたものであって、当時はカセットテーププレイヤーに録音機能があるのが当然とされていたので、通常の新商品開発手順を踏んだのでは生まれなかったかもしれないとされている。この場合に、携帯できるステレオ機器を強く望んだのが仮に社外の者であっても、ウォークマンがソニーの製品であるのは当然であろう。そして、このような関係は、「もともとアップルというのは、あくまで、彼が想像したものを現実の製品にするツールとしてスティーブが作ったものであって」(プレント・シュレンダー、リック・テツツェリ(井口耕二訳)『スティーブ・ジョブズ無謀な男が真のリーダーになるまで(下)』(日本経済新聞出版社・2016年)258頁)とされているジョブズ氏とアップル社製品との間でも同様であろう。

48) この点に関する公取委ほか・前掲(注12)テキストでのQ&Aは、次のとおり。

Q9：小売業者が納入業者からの商品の企画に関する申出に応じて商品の企画・仕様等について意見を述べた場合、これは製造委託に該当するか。

A：小売業者が納入業者からの商品の企画に関する申出に応じて商品の企画・仕様等について意見を述べた場合であっても、小売業者が仕様等を指定したとは認められない場合には、製造委託には該当しない。(後略)

び親事業者に対し原状回復措置等を勧告するものとされている<sup>49)</sup>。

公取委では、減額された下請代金の額が大きいものなど下請事業者の受けた不利益が大きい事案に対し、平成元年代中頃から積極的に勧告を行うようになっており、また、平成15年の法改正後の勧告事案については、勧告時にその概要が公表されるようになってきている。

そして、流通業におけるものを含め、公取委による勧告件数の推移を見ると、本稿末尾の資料2のとおりであり、平成15年法改正後の同16年度から同29年度までに勧告された158件のうち卸売業に係るものが19件(12.0%)、小売業に係るものが40件(25.3%)と、流通業に係るものが全体の37.3%を占めている。

また、平成16年度以降の流通業に係る勧告事件における勧告対象事業者名と違反行為の態様については本稿末尾の資料3のとおりであり、これらの59件について、下請法4条の規定を踏まえ違反行為の態様別に整理すると、次のとおり、下請代金の減額事案が55件と全体の93.2%(行為類型ごとに別事件として数えると、計82件中の67.1%)を占めている。また、親事業者である小売業者が広告宣伝や新商品の販売時の値引きセールなどの販売促進活動を行うに当たり下請事業者に協賛金の提供を求めた場合に、当該協賛金を別に収受するのではなく、協賛金相当額を差し引いて下請代金を支払うことにより収受することもあるが、このような事案については、「経済上の利益提供要請」ではなく、下請代金の減額として勧告がなされることも多くなっている<sup>50)</sup>。

---

49) 下請法4条違反事件は、毎年度、軽微なものを含め数多く生じているので、ほとんどの事案が、勧告ではなく公取委が行う事実上の行政指導である「指導」により是正が図られている。また、中企庁が定期調査を担当した親事業者に対しても、勧告相当として措置請求がなされる少数のものを除き、中企庁による事実上の行政指導により対応されている。

50) 平成15年の法改正により、「下請代金の減額」とは別に「不当な経済上の利益提供要請」に係る規定が設けられたのは、親事業者が下請代金とは直接関係なく協礼金等を要請する場合に規制がしにくいことのほか、下請事業者の納入した物品等の販売促進につながる協賛金等もあることによるものとされている(例えば、鎌田・前掲(注11)書170～1頁)。しかし、資料4の2、5及び7～9の事案のように、協賛金による販売促進効果を考慮せずに下請代金の減額として処理したのではないかと思われるものも多くなっている。

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

① 受領拒否（４条１項１号違反）	３件（１件）
② 下請代金の減額（４条１項３号違反）	５５件（３９件）
③ 返品（４条１項４号違反）	１１件
④ 買ったたき（４条１項５号違反）	１件
⑤ 有償支給原材料の対価の早期決済（４条２項１号違反）	１件
⑥ 不当な経済上の利益提供要請（４条２項３号違反）	１１件（２件）

- 注：１ 複数の規定に違反するものがあるので、上記件数の合計は勧告数を超える。また、（ ）内は当該規定のみに違反するとされた件数である。
- ２ 返品に係る事例の中には、次の販売シーズン時の再納品を条件とするものも含む。
- ３ 不当な経済上の利益提供要請事案１１件のうち４件は、返品時の送料など返品に伴う利益提供要請のみが問題とされている。

### (2) 主要な違反事件の概要

平成16年以降の勧告事案については、その概要が勧告時に公表されているが、その際の公表資料の内容はかなり簡略なものとなっており、どのような経緯や事情により違反行為が行われたのかを把握することは難しくなっている。

しかし、『公正取引』誌上において当該勧告事案を担当した職員による事件解説が掲載されることもあり、この事件解説がなされた事案については、やや具体的な事実関係が把握できるようになっている。

この事件解説が掲載されている勧告事案のうち、① 下請代金の減額事案であって減額された額が１億円以上のもの及び② 返品事案であって返品に係る下請代金相当額が１億円以上のものについて、事案の概要や公取委の判断等を整理すると、本稿末尾の資料４のとおりである。

そして、下請代金の減額事案の中には、発注前に発注書面に記載する代金から一定率を割り引いた額を下請代金として支払う旨を文書で合意していたが、当該合意の存在は「下請事業者の責に帰すべき理由」に当たらないため、当該合意による発注書面記載額からの減額であっても下請法４条１項３号違反とされたものも多くなっている。その中には、平成24年３月27日に勧告が行われた大創産業の事例（資料４の４）のように、当該合意の前後における下請事業者の実質的な受け取り額に変化はなく、下請事業者の不利益とはならないのでは

ないかと思われるものもある。

ちなみに、この大創産業の事例については、従前は手形払いとしていた下請代金の支払方法を現金払いに変更するに当たり、手形に係る金利相当分だけ発注単価を引き下げるとしたのではなく、発注単価を据え置いた上で下請代金の支払時に「歩引き」として一定率の値引きを行うことで合意をしたものである。そして、この一定率が金利相当分と評価できるのであれば<sup>51)</sup>、下請事業者の不利はほとんどないと評価できると考えられる。

また、委託者である流通業者がP B商品の商品カタログへの掲載などの宣伝活動や新商品の発売イベントなどの経費に当てるために、一定額又は下請代金の額の一定率の負担を求めることとして、発注前に下請事業者との間で文書による合意を行い、当該合意に基づき下請代金の額から差引を行ったことに対し、商品カタログに掲載しなければ顧客からの注文がなされないようなケース<sup>52)</sup>を含め、下請事業者の責めに帰すべき理由がない減額であるとか、P B商品に係る販売経費は基本的に販売者である親事業者が負担すべきとして、下請法4条1項3号に違反するとされたものも多くなっている。

## 5 検 討

### (1) P B商品等の発注と製造委託

小売業者が自己の販売する商品を下請法上の資本金要件を充足するメーカー等に発注する場合に、当該発注行為が「製造委託」に該当すれば下請法の対象となり、発注書面の交付義務が課されるほか、下請法4条の規定を遵守しなければならないこととなる。

---

51) 下請代金が手形払いとなっている場合、下請事業者側の希望に従い現金払いとした際に、親事業者の調達金利相当分を差し引くことは下請代金の減額に当たらないとされている（現行運用基準第4の3(1)ウ参照）。

しかし、この大創産業の事例では、下請代金の支払制度自体を手形払いから現金払いに変更した後のものであることもあって、運用基準が認めるケースに該当しないとされている。

52) 資料4の2及び8の事案参照。

公取委による「製造委託」の解釈・運用については、前記2(2)のとおり変化がみられ、現在では、市販品や標準品については小売業者側の仕様が追加されなければ「製造委託」に該当しないとされている<sup>53)</sup>。

まず、下請法2条1項に規定するとおり、「製造委託」とは事業者（親事業者）が販売又は製造の目的とする物品を他の事業者（下請事業者）に委託するものであり、その字義を踏まえれば、下請事業者が当該物品の製造を開始するのは親事業者から委託があったことを契機とするものであるので、委託に係る商品の仕様のいかにかわからず、当該物品を受注生産することが大前提になると解される。

そして、この製造委託の対象となる物品がP B商品など当該親事業者しか販売できないものであれば、親事業者から発注がない限り下請事業者が生産を開始することはないので、P B商品の発注が「製造委託」に該当するのは当然のこととなる。

一方、発注される物品が市販品や標準品であれば、受注するメーカーが見込み生産をして相応の在庫を有していることもあり得る。そして、メーカー在庫のある市販品等につき発注があった場合は、まず当該在庫の中から出荷することとなり、新たな生産を行うか否かは当該出荷に伴い標準的な在庫数量を下回ることになるかどうかによることとなる。このため、受注したメーカーが自社の通常在庫で対応できるのであれば、当該発注に係る取引は一般的な売買であって、「製造委託」には該当しない。そして、発注される数量がメーカー側の通常在庫を大きく上回るなど発注に伴って新たな生産を行う必要が生ずる場合は、当該生産は当該物品を受注したことによるものであるので、「製造委託」に該当することとなる。

---

53) このような現在の法解釈は下請取引の対象となる「製造委託」の範囲を従前より狭めるものであるが、このような解釈は、通常の商取引であれば問題とならないケースについても下請法違反となるとの運用がなされているため、下請法の適用対象となる取引の範囲を狭めることで、下請法違反となるケースを限定しようするためのものかもしれない。ただし、現在の解釈についても、小売業者側が追加する必要のある仕様のレベルが低くなっているといった指摘がある（上野正樹・多田敏明ほか「座談会 下請代金支払遅延等防止法の評価と今後の課題」における多田弁護士発言（公正取引789号（2016年7月）20頁）参照）。

仮に、市販品等が発注された後に、当該発注が取り消された場合を想定すると、その受注分が通常在庫で対応できるものであれば、納品を予定していたものを他の顧客向けに振り向けるといった対応をすることにより受注メーカーには特段の損害は生じないのに対し、当該受注分が通常在庫で対応できず新たな生産を行っていたとすると、過剰在庫が生ずることになって、受注メーカーの経営に大きな影響を及ぼすおそれもある。このような通常在庫で対応できない場合の市販品等の取引が受注メーカーに及ぼす影響はPB商品等の場合と同様であることもあるので、このような観点から<sup>54)</sup>、受注してから生産がなされるような事情がある場合の発注行為は「製造委託」に当たると解することになると考えられる。

なお、流通業界における情報化が進展し、販売機会を逃さず売れ残りもなくすことを重視する小売業者にあつては、販売可能期間の短い日配品のほか一般の商品についても、POS情報をメーカーに提供して多頻度少量配送が行われるようになってきているが、このような小売業者とメーカーの協力により受注生産に近い供給体制が採られるようになると、「製造委託」につき下請法制定当初における法解釈に従えば、流通業における下請法の適用範囲が拡大することになろう。

## (2) 事前の文書合意による下請代金の減額

現在の運用では、親事業者が発注前に下請事業者との間で発注書面に記載された下請代金の額から一定率等の金額を差し引いて支払うことを文書で合意していた場合であっても、当該差し引く行為は下請法4条1項3号違反とされて

54) 辻・前掲(注9)書35頁においては、製造委託は注文生産とはほぼ同義とした上で、注文生産でなければならない理由として、「注文を受けた方は注文主向けにつくるわけだから、他に転売がきかない場合が多い。だから注文主に依存することになるし、注文主つまり親事業者の立場が強いんだ。逆にいうと、規格品や標準品で見込生産ができ、市販品として購入できるものは、原則として『製造委託』に当たらないことになる。」「標準品であっても、需要が少ないため見込生産をしていないし、もちろん在庫もあるわけではないから、発注を受けてから生産をするような場合には、製造委託に当たることになる。」と説明されている。



いる。

前記2(1)のとおり、下請法は、親事業者と下請事業者との間の交渉で決められた取引条件を親事業者に文書化させ、当該文書の記載のとおり履行することを親事業者に求めるものであるので、発注書面に記載された下請代金の額を減ずることは下請法4条1項3号上の問題となり得ることになる。

しかし、発注書面に記載すべき下請代金の額は親事業者と下請事業者との間の契約で定められたものとなるところ、発注書面は親事業者が単独で作成して下請事業者に交付するものであるので、発注書面の記載内容が両者間の合意内容となるものではない<sup>55)</sup>。

例えば、PB商品の発注が下請法の対象となることを認識せず、納入価額の決定につきNB商品の場合と同様に取引基本契約書などによる仕入割戻金を收受したことが下請代金の減額に問われた事例が多いことからみても、2つの文書を合わせて下請代金の額を決定するといった合意が行われることも多いであろうが、下請法の対象となることを理由に、このような下請代金の決定方法は認められないとすることは適当ではない<sup>56)</sup>。また、このような決定方法が認められないのであれば、ボリュームディスカウント等の特例的取扱いや前記2(5)アの昭和55年運用基準での取扱いもできないこととなる。このため、このよう

---

55) 平成17年9月21日に勧告された竹田印刷(株)の事例では、下請事業者との間で取り決めた下請代金の額から事務手数料の名目で5%を徴収する旨を下請事業者に周知した上で、発注書面には当該5%を差し引いた額を記載していたことが下請法4条1項3号違反とされている。このため、この事例において、公取委が発注書面に記載された額ではなく事前に下請事業者との間で取り決めた額が下請代金の額(発注書面に記載すべきであった額)と判断していることは明らかである。しかし、竹田印刷が事務手数料名目で5%徴収することにつき下請事業者から発注前に合意を得ていたか、合意内容が文書化されていたかの点は担当官解説においても明確ではない。なお、本件の事件解説(堤幸雄・香城尚子、公正取引661号(2005年11月)49頁)では、仮に竹田印刷が下請事業者の「合意」や「了解」を得ていたとしても下請代金の減額に該当するとしている。

56) 発注書面の記載事項等については公取委の規則事項となっており、支払方法等に係る共通記載事項に係る書面と同様に、必要であれば規則改正により対応するのが適当であろう。

な取引条件の設定については、取引当事者である親事業者と下請事業者が十分な協議を行っているのであれば、下請法上も尊重されるべきものであろう。

ちなみに、昭和55年運用基準における事前の文書合意の取扱いが昭和62年運用基準で変更されたのは、前記2(4)イのとおり、運用基準が違反行為の未然防止を目的とするものであることのほか、昭和55年運用基準によれば違反行為を認定するのに多くの時間を要することになり事件処理の迅速化が図られないことによるものとされている。

すなわち、昭和55年運用基準は公取委の職員が下請法違反被疑事件を調査する際の判断基準としての性格が強かったのに対し、昭和62年運用基準は、親事業者に対しどのような行為を行った場合に下請法上問題とされることとなるかを示すなど、違反行為の未然防止を図るための基準としての性格が強いものである<sup>57)</sup>。そして、運用基準が違反行為の未然防止と事件処理の迅速化を目的とするものとの性格は現行運用基準でも同様であると考えられる<sup>58)</sup>。

平成15年の法改正前においては、下請法違反として勧告を行う場合であって

57) 公取委事務総局・前掲(注18)書460頁。なお、運用基準の発出形式として、昭和55年運用基準が公取委の事務局長から各地方事務所長宛てに同基準により下請法を運用するよう指示するものとなっているのに対し、昭和62年運用基準では、公取委が下請法を運用する際の留意点や考え方を関係業界等に明らかにするためのものとなっている。

このように下請法の運用方針が昭和62年運用基準によるものに変更されたのは、前記注20のとおりプラザ合意以降に「輸出値引き」による減額事案が増加したことのほか、昭和50年代後半以降に下請法上の調査対象件数が激増し、昭和60年度に親事業者に対する調査・指導を事業所単位のものから事業者単位のものに変更して調査の効率化を図ったものの、昭和55年運用基準によるような事案処理では調査を切れなくなったとの事情があると考えられる。

ちなみに、昭和58年度以降の下請法に係る調査状況をみると(公取委『昭和60年度年次報告』147頁)、昭和60年度の新規発件数は事業所ベースで3,039件(事業者ベースでは1,601社)と、昭和58年度の1,441件、同59年度の1,482件から急増している。

58) 昭和62年運用基準と現行運用基準それぞれの「第1 運用に当たっての留意点」の内容を比較すると、平成15年の法改正に伴う修正や、親事業者に求める「その改善措置」等の内容の詳細化といった相違があるが、運用基準の基本的性格が変更されたことをうかがわせる記載はない。

も公表を前提とするものではないので、公取委が、違反行為の存否につき正確に認定することより、下請法違反被疑行為により被った下請事業者の被害を迅速に回復させることを重視したとしても大きな支障はなかったと考えられる。

しかし、現在では、勧告が公表されることにより親事業者は大きな社会的非難を受けることとなるので、下請法の運用が親事業者を含む関係者全体の納得が得られるようなものでなければ、大企業は下請法の対象となるような中小企業との取引を避けようとする事となり、下請中小企業の取引機会が減少するなどの弊害が生ずることになる<sup>59)</sup>。このため、勧告事案にあつては、形式的な判断を行って迅速に事件処理を行うのではなく、親事業者の行為が下請取引の公正さや下請事業者の利益を損なうおそれがあるものとの事実認定やその法的評価を正確に行うことが求められよう。

また、親事業者と下請事業者との間の発注前の文書により仕入割戻金等につき合意がある場合は、下請代金の減額の問題とするのではなく、発注文書に正しい下請代金の額が記載されていないという下請法3条の問題とする<sup>60)</sup>のが

---

59) 下請法の運用上の問題などから下請事業者の取引機会が減少することを指摘するものとして、服部薫「弁護士から見た下請法」(公正取引721号(2010年11月)21頁)、内田清人「下請法の実務に明るい弁護士による『ケーススタディ下請法』第5回 親事業者の禁止行為①」(公正取引791号(2016年9月)49頁)。

60) 3条違反については罰則規定が設けられているのに対し、4条違反については行政指導である勧告規定が設けられているだけであるので、下請法上の取扱いとしては3条違反の方が重大な違反行為と評価されていると考えられる。

しかし、発注書面の記載事項が公取委の規則事項とされていることから、罰則の対象となる4条違反行為は、罪刑法定主義の観点から、発注書面が交付されていない場合や記載内容に大きな不備があるため発注書面交付の意味がないような場合に限られると考えられる。なお、発注書面が全く交付されていない場合を含め、罰則規定が実際に適用されたことはない。

また、発注書面の記載事項につき同書面では記載がなされず、別文書に合意内容が記載されている場合の取扱いとしては、例えば、下請事業者の給付を受領した月の翌月末を支払期日とするとの内容の文書(共通事項を記載した文書)が作成されるなど、下請代金の支払期日につき文書での合意があつたにもかかわらず、発注書面に支払期日に係る記載がないとの事例では、発注書面ではなく両者間の合意が優先するとして法運用がなされている。

すなわち、発注書面に支払期日の記載がなされていない場合に、発注書面の内

適当であると考えられる。

なお、下請法定50周年記念シンポジウムにおける下請取引調査室長の講演で言及されているように、発注前の合意に基づき発注書面記載額から減額することも4条1項3号違反となるとされていることについては、下請事業者は親事業者からの不当な要請を断ることができず、真には合意していないケースが多いとの事情もあるためとされることがあるが、発注前における合意に係る両者の交渉は一般的な取引条件に係る交渉にほかならない。下請取引に限らず企業間取引一般においては、取引当事者間の力関係に差異があることも多く、取引当事者間の取引上の地位に格差があったとしても、基本的には個々の当事者の判断に委ねるべき問題であると考えられる。

### (3) 販売促進経費に係る下請代金の減額・利益提供要請

P B商品に係る下請取引においては、親事業者である小売業者がP B商品の販売促進活動を行うための費用に充てるため、下請代金を減額したり、協賛金等として金銭を受領することは、下請事業者の合意を得ていたとしても、それによって下請事業者の直接の利益となることを合理的に説明できなければ、下請代金の減額や不当な経済上の利益提供要請行為として下請法に違反すると取り扱われている。

このような取扱いは、P B商品は納入業者の商品ではなく親事業者である小売業者の商品であるため、販売費用はすべて親事業者が負担すべきであるとか、下請事業者が販売促進費を負担したとしても下請事業者の利益になるケースは少ないと判断されていることによるものと考えられる。

---

ㇿ容に従って法運用がなれさるのであれば支払期日が定められていないこととなるので、親事業者が下請事業者の給付を受けた日が支払期日とみなされることとなり(2条の2第2項)、ほとんどすべての事案で支払遅延が生ずることとなるはずである。

しかし、このような事例にあつては、発注書面に支払期日に係る合意文書との関連付けの記載を行うよう指導がなされているのであつて、支払遅延の問題とはされていない。

P B商品は親事業者である小売業者しか販売できず、売れ残り商品等が返品されてもメーカー等の下請事業者は他に転売するなどの処分ができないので、NB商品の場合に問題とならないような事情があったとしても、P B商品であることを理由として下請法4条1項4号違反とすることも問題はないと考えられる<sup>61)</sup>。

しかし、小売業者が販売促進活動を行うことによりP B商品の販売が増加すれば、下請事業者の納入数量も増加するので、販売促進費を負担することが下請事業者の利益となることも想定される。

最近のP B商品を大別すると、従前のP B商品と同様に低価格であることを訴求するもののほか、高品質であることを訴求するものがあり、前者の低価格訴求商品にあっては、製造メーカー名が商品に表示されないことも多く<sup>62)</sup>、また、親事業者である小売業者への納入価格も低く、小売業者による追加的な販売促進活動が行われたとしても下請事業者が受ける利益はあまり大きくないと想定される。このため、販売促進経費の負担が下請事業者の直接の利益になることはそれほど多くはないと考えられる。一方、後者の品質訴求商品にあっては、小売業者への納入価格も比較的高いと想定され、また、販売業者名だけで

---

61) なお、納入したP B商品の売行きが芳しくない場合に、新型のP B商品を作って納入済みの旧型商品と入れ替えた方がよいとするメーカーもあるようである（前掲（注53）座談会における多田発言（20頁））。このようなP B商品については、メーカー側が商品開発の主導権を握っているなどNB商品的な性格が強いように思われるので、メーカー側から商品の引取りを申し出たような事情が明確であれば、これを下請法4条1項4号の返品とするのは適当ではないと考える。

62) P B商品に低価格訴求商品が多かった平成22年に実施されたアンケート調査結果によれば、P B商品を製造することが自社製品の宣伝として有効であるとするメーカーは15.5%であって、また、P B商品のパッケージに製造メーカー名を記載することを望むメーカーは44.8%にとどまっている（水野・前掲（注37）書111頁）。

なお、食品表示法により加工食品につきメーカー名等の表示が義務化されることになるが、P B商品比率の高いメーカーの中には、必ず店頭で置かれるP B商品に製造メーカー名が表示されることにより当該P B商品が消費者に認められれば、自社のNB商品の販売面でも好ましい効果が期待できるとする意見（「P Bメーカーのジレンマ 受託生産頼みではジリ貧、ブランド買収で起死回生」週刊東洋経済2012年12月22日号65頁における猪熊幸二・NSファーフア・ジャパン(株)社長発言）もある。

なく製造メーカー名も商品に表示されることが多いため、小売業者が広告宣伝活動等を行うことは、小売業者に対する売上が増加することが想定されるほか、自社の技術が高いことを消費者にアピールできることになるなど、製造メーカーの利益になることも多いと考えられる。

したがって、P B商品は小売業者の商品であって、その販売に必要な経費はすべて小売業者が負担すべきとの立場から、親事業者である小売業者が下請事業者であるメーカー等に販売促進費等の協賛金の負担を求めることを一律に問題とするのは不相当と考えられる<sup>63)</sup>。

## 6 おわりに

下請法は、親事業者と下請事業者という継続的な取引関係にある者間の取引を規制対象とするものであるため、その運用に当たっても両者の取引関係に悪影響を及ぼさないよう留意されてきたと考えられる。

このような下請法を運用するに当たっての配慮は、勧告事案が公表されるようになった現在において更に求められると考えられる。そして、例えば下請法上の「下請事業者」に係る資本金要件との関係で、相手方が大企業であれば独占禁止法との関係を含め問題とされないのに対し、相手方が中小企業であれば下請法上問題とされるといった法運用が行われることとなれば、中小企業の取引機会を減少させるなどの悪影響が生じることとなる。

特に、発注前において下請事業者との間で文書による合意が存在するとしても、下請法違反の存否を判断するに当たり当該合意を勘案しなくてよいとの法

---

63) 下請法4条2項3号の規定が追加される平成15年の法改正前においては、不当な協賛金等の要請に対しても4条1項3号を適用せざるを得ず、その際には「下請事業者の責に帰すべき理由がないのに」との要件から、協賛金等を提供する下請事業者側にどのような利益があるのかという事情を勘案することは困難であったのかもしれない。しかし、協賛金等を負担することと、下請代金の減額を受けることは必ずしも同義ではなく、単純化すれば、後者は単なる契約違反として下請事業者が不利益を受けるのに対し、前者では、小売業者の追加的な販売活動についての経費負担であって、下請事業者にとっても利益が生ずることあり得るので、協賛金等の要請に係る事情を踏まえた判断を行うことが求められよう。

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

運用は、取引当事者間における交渉による取引条件の設定を妨げるものであり、法解釈上も問題があるだけでなく、勧告を公表することを前提とした法運用としては適当ではないと考えられる。このため、少なくとも勧告を行う事案にあっては、親事業者の行為が下請事業者の利益を不当に害するおそれのあるようなものであることを具体的に示す必要がある。

また、小売業者が納入業者に納入代金の減額や協賛金の提供を求めるなどの場合は、PB商品だけでなくNB商品についても求めることが想定され、PB商品に対する行為が下請法上問題となる場合は、NB商品に対する行為が独占禁止法上の優越的地位の濫用規制の観点から問題となることもあり得るので、当該観点からの調査・検討も行うべきであると考えられる。

## 〔補論〕 繊維産業における「歩引き」に対する下請法の運用

親事業者が契約時に定めた下請代金を支払時に歩引きとして減額することについては、従来、繊維産業の下請取引における親事業者（繊維製品卸売業者など）の行為として問題視されており、文書によるものを含め事前の合意があっても支払時に歩引きを行うことが下請法上問題となるとの取扱いは、従前の繊維業における運用にかなり影響を受けたものと考えられる。

繊維産業の下請取引における歩引きによる下請代金の減額については、下請法違反として公取委や中企庁が個別に指導を行うほか、公取委や繊維産業所管官庁である経済産業省（通商産業省）が業界団体に対し是正方の要望を行ったり、業界団体においても歩引きに係る取引慣行を改善するための活動が行われている。

繊維産業における歩引きに対する下請法などによる対応状況とその評価については、大要、次のとおりである。

### (1) 公取委の対応

公取委では、昭和49年ころから繊維業界に対し歩引き等の取引慣行について個別に指導を開始し、昭和56年12月には、繊維製品卸売業者に対し同年に実施した特別調査の結果に基づき、繊維関係50団体に対し「繊維製品の取引の公正化について」の要望を行っている<sup>64)</sup>。

この要望は、昭和56年に実施された特別調査（調査対象は資本金1億円以上の繊維商社又は問屋265社で、有効回答数は175社）の結果を踏まえ、(i)発注時において取引条件を明確に記載した書面を交付していないこと及び(ii)買手

64) 公取委『平成56年度年次報告』223頁、長谷川監修・前掲（注34）書221頁。

なお、この昭和56年の要望後においても絹織物業界においては依然として改善がなされていないとの情報があったことから、公取委では昭和57年度から同58年度にかけて絹織物卸売業者に対する特別調査（調査対象は、東京、名古屋及び京都の絹織物卸売業者100社）を実施し、個別の親事業者には是正指導を行うとともに、業界団体に対し是正方の要望を行っている（公取委『平成58年度年次報告』179頁）。



側が減額のための歩引率を定め、これにより算定した金額を下請代金の額から減額していることは、下請法又は独占禁止法に違反するおそれがあるとして行われたものであり、その際の調査結果の概要は、次のとおりである<sup>65)</sup>。

- ① 発注書面の交付状況については、書面の未交付が9%、書面に不備があるものが43%となっており、書面不備の内容として下請代金額の未記載のものが多い。
- ② 下請代金額について歩引きを行っているものは175社中18社（10.3%）であって、歩引きの形態としては、取引開始時に親事業者が下請事業者に対して実施する歩引き率を一時的に提示し、爾後の取引において親事業者が支払う金額から当該歩引き率による金額を減じるものが一般的である（買手市場となっているため、下請事業者が価格交渉時に当該歩引き率相当額を上乗せすることは難しい）。
- ③ 主な歩引き事例としては、発注書面に下請代金額の記載がないものや、発注書面に下請代金額の記載はないものの下請事業者との間で歩引きに係る契約書を取り交わしているものがある。
- ④ この③の下請代金の減額事例においては、下請事業者ごとに値引きの対象商品や対象期間などについての実質的な内容検討を下請事業者との間に行っているとは認められないことなどから、昭和55年運用基準の第2の1(2)の類型に該当する（このため、「不当な値引き」となる）。

また、公取委では、繊維業における歩引き等につき個別に是正指導を行うほか<sup>66)</sup>、平成12年には経済産業省と共同で繊維業界との検討会を開催し、取引適正化のための対応を検討している。そして、公取委は、繊維業界から下請法や独占禁止法上問題となると思われる具体的な取引慣行について事例の報告を求

65) 田中賢治「繊維取引の公正化について」公正取引376号（1982年2月）30～4頁

66) なお、平成15年の下請法改正以降における繊維製品の製造業又は販売業における歩引きに係る勧告事例のうち担当官解説があるものは、山本修三・北風朋子「株式会社ルシアンに対する勧告について」（公正取引670号（2006年8月）55頁）、相澤央枝・杉山和也「株式会社パレモに対する勧告について」（同748号（2013年2月）65頁）。

め、これらを参考に、事例集として「繊維製品に係る取引における優越的地位の濫用行為に関し下請法又は独占禁止法上問題となる事例」を取りまとめ、平成13年9月28日に業界団体に通知し傘下事業者への周知を要望している。

この事例集の「下請法上問題となる事例」のうち歩引きなどの下請代金の減額に係る記載は次のとおりである<sup>67)</sup>。

(4) 下請代金の減額

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

〔下請代金の減額について下請法上問題となる事例：抄〕

(4)-1 (歩引きによる減額)

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

(4)-3 (協力値引きと称する減額)

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

(2) 最近の経済産業省及び繊維関係団体の対応

経済産業省においては、下請取引の適正化等のためのガイドラインを業種(平成29年度現在では17業種)別に作成・公表しており、平成19年6月には「繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」を策定している<sup>68)</sup>。

67) 事例集の第1部1(4)。事例集を含む平成13年9月28日の公取委の発表文については、中企庁HP ([http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2007/download/070622seni\\_torihukitekisei.pdf](http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2007/download/070622seni_torihukitekisei.pdf)) 参照。

68) 現在のガイドライン(平成29年3月改訂)については、中企庁HP (<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2014/140225sitauke.pdf>) 参照。

このガイドラインにおいては、下請法で規制される下請代金の減額には「歩引きによる減額」(親事業者が下請事業者に対して、歩引きと称して下請代金から一定の金額を差し引いて支払うことにより、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに下請代金の額を減ずる行為)が含まれるとの説明(V1(2)の注③)や、繊維産業において問題となり得る「下請代金の減額」(V1(3)③)の一般的説明がなされているにとどまり、本稿で検討するような発注書面とは別の書面における合意による歩引きに係る説明は含まれていない。

また、近年の下請法の運用強化など下請取引の適正化方策として、経済産業省は、平成28年9月15日、親事業者と下請事業者双方の「適正取引」や取引環境の改善を図ること等を目的とした「未来志向型の取引慣行に向けて(世耕プラン)」を公表し、各業界団体に対し、サプライチェーン全体での「取引適正化」等に向けた自主行動計画の策定などを要請している<sup>69)</sup>。

そして、平成28年10月の経済産業省と繊維産業の業界団体代表者との懇談会で経済産業大臣から「下請適正化の推進」を目的とした自主行動計画の要請があったことを受けて、日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会では、歩引きの廃止を含む「繊維産業の自主行動計画」を策定し、これを平成29年3月1日に公表している。さらに、これら両団体の連名の同月9日付け文書「『歩引き』取引停止宣言及び要請のお願いについて」文書により、取引先に対し歩引き取引の廃止を要請している。なお、経済産業省においても、製造産業局長名の文書「繊維ファッション業界における『歩引き』取引廃止宣言へのご協力依頼について」(20170209製局第1号・平成29年3月6日)を發出し、歩引きを行うことは下請法の「下請代金の減額に該当する違法行為として禁止されている」として、公取委の平成13年の事例集にも言及した上で、歩引き取引の廃止に向けた取組につき協力依頼を行っている<sup>70)</sup>。

---

69) いわゆる世耕プランについては、中企庁HP (<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/miraitorihiki.html>) 参照。

70) 中企庁HP (<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2017/170413KKsannkouseni.pdf>)

(3) 繊維産業における歩引きに対する対応についての評価

前記(1)の昭和56年の公取委の実態調査結果にあるとおり、繊維産業における歩引きについても、発注前に発注書面とは別に文書化されている場合がある<sup>71)</sup>。

歩引きに係る従来の公取委の取扱いにおいては、例えば前記(1)の平成13年の事例集における記述のとおり、発注前に文書化されているか否かとの観点からの検討は行われておらず、また、昭和56年の実態調査時の個別事案の処理においては、発注前に文書化されているものであっても、発注書面記載の下請代金が歩引き相当分だけ上乗せさせているとはいえないと多くの下請事業者が認識していること、昭和55年運用基準第2の1(2)の「減額するについて下請事業者が納得し得るに足る合理的理由がない場合」に当たることから下請法上問題となるとしている<sup>72)</sup>。

しかし、取引基本契約書などの発注前の文書で歩引きにつき合意がなされている場合は、それが下請事業者にとって好ましいものでないとしても、個々の発注に係る下請代金の額（発注書面記載額）は当該歩引きを前提として決定されるもので、取引条件の設定そのものである。このため、それが買ったときに該当するようなものでない限り、下請法上も不当なものとはいえないと考えられる<sup>73)</sup>ので、下請代金の減額として把握するのは適當ではない。

---

71) また、繊維産業流通構造改革推進協議会・前掲（注27）では、歩引きについては、取引開始時に取り交わす基本契約書に記載されていることが多いとしている。ただし、これにより双方が合意した上で行っている形式をとっているが、買手側からは「この条件でないと取引ができない」と言われることがほとんどであるとしている。

72) 田中・前掲（注65）33頁

73) 田中・前掲（注65）においては、取引開始時に親事業者から一方的に提示された歩引き率を前提に下請事業者も価格交渉を行っているものの、下請事業者の認識としては決定価格の中に歩引き相当分の上乗せがされているとはいえない場合が多いこと、繊維業界における構造的な供給過剰という状況下では下請事業者は取引継続のために歩引き制度を受け入れざるを得ないことも多いことから、「この歩引き行為は一般に取引上の力の強い買手側が、下請事業者に対して一方的に不利益な取引条件を強制するという、独占禁止法第19条の不正な取引方法の禁止に反するおそれのある実態を内包した制度であるといえよう。」（38頁）としている。↗

なお、繊維産業においては、歩引きが長年問題となっているにもかかわらず、現在でも取引慣行として存続しているとの事実から見ても、企業取引における慣行としての歩引きは一概に否定されるものではなく、それなりの合理性が認められるものと理解すべきであろう。このため、下請法の運用において、歩引きを行うのであれば発注前に文書化することを求めるのは当然であろうが、歩引き自体を否定することは適当でないと考えられる。

- 
- ㇿ しかし、平成9年6月に公表された「役務の委託取引と独占禁止法」（企業取引研究会報告書）において、「発注者が決めた価格を一方的に押し付けられた」とする価格の一方的設定に係る回答が多いことに関し、これが優越的地位の濫用となるのではないかとの論点について、「この価格の一方的設定については、まず、各調査対象業種において、価格決定権が発注者又は受注者のいずれの側にあるかという価格形成面での特徴という視点から検討すべき問題であると考えられる。〔改行〕ちなみに、この価格決定権がいずれの側にあるかという問題は、価格が需給関係を反映して決定されたかどうかの問題とは異なるものであり、役務の委託取引にあっても、取引対象役務の需給関係を反映して価格が形成されていると認められる場合には、優越的地位の濫用など独占禁止法上の問題となるものではないと考えられる。」（公取委事務局編『公正な企業間サービス取引を目指して』（大蔵省印刷局・1997年）24～5頁）としている。

歩引きに係る取扱いが取引基本契約書などで文書化されている場合は当該歩引きを前提に価格交渉が行われるので、当該歩引きを受け入れざるを得ないことは、繊維産業の供給過剰下の需給関係を反映した面もあり、基本的には優越的地位の濫用として問題となるものではないと取り扱うべきと考えられる。

〔資料1〕

「下請法の運用上の問題と今後の見直しの方向」

(平成10年6月・企業取引研究会報告書)〔抄〕

- 1 はじめに
- 2 下請法の概要
- 3 下請取引をめぐる経済環境の変化と下請法の運用
- 4 下請法の現在の運用についての評価
  - (1) 下請法に対する評価
  - (2) 現在の運用に対する評価

ア 取引条件の履行に係る規定の運用

(ア) 一般に、取引当事者間に取引上の地位の優劣がみられる場合には、取引条件が書面化されるなどにより当事者間で明らかになっていなければ、取引の実施に当たって、取引上劣位にある事業者が不利益を被りがちである。このため、発注書面の交付と、原則としてその書面に記載されたおりの取引条件での履行を求めている前記2(2)のような規制の仕組みを維持することは、下請取引の公正化のために重要であると考えられる。

また、実際の運用に当たっても、できるだけ画一的な判断を行うことは、親事業者にとっても遵守すべき具体的な内容が明確になるばかりでなく、公正取引委員会としても毎年1万社以上の親事業者の下請取引を調査し、その問題点を是正させるという事務処理を続けていく上で必要なものと考えられる。

(イ) しかし、下請法がこのような規制の仕組みを採用したのは、発注書面の交付自体が目的ではなく、親事業者による恣意的な取引条件の設定を排除して取引当事者間の合意により取引条件を設定させるとともに、その合意された取引条件の証拠化を図ることを目的としたものであるので、取引当事者間で事前に合意された基本契約書等の書面により取引条件が証拠化されている場合には、発注書面に記載がある場合と同様の取扱いをしても差し支えないものと考えられる。

また、下請法の運用に当たってはできるだけ画一的な処理がなされることが必要であるが、親事業者が業界における商慣習を踏まえて発注書面に記載された取引条件を履行している場合に、あまりに画一的な運用を行うこととすると、当該商慣習に従って行動しようとする下請事業者を下請法の適用対象とならない事業者との間の競争において不利な立場に置くことになるおそれがあると考えられる。

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

特に、近年においては、経済の国際化等の進展による下請取引をめぐる経済環境の変化に対応して、技術開発力や企画提案力を強化することにより受注量を確保して生き残りを図ろうとする下請事業者も増加してきているので、下請法の運用をあまりに画一的に行うことは、このような下請事業者の受注機会を減少させるなど、かえって下請事業者の利益を損なうおそれがあると考えられる。

(ウ)〔略：契約時に定めた取引条件の事後的変更に係る考え方〕

イ 取引条件の設定行為に係る規定の運用

ウ 下請法の対象とならない取引との比較

親事業者が同一内容の製造委託を行っている場合に、取引先事業者の資本金区分の差異により下請法が適用されるものと適用されないものが生ずることは、下請法の規制体系から生ずるものであり、それ自体はやむを得ないものと考えられる。しかし、下請法の適用がない取引については独占禁止法で規制できないかという点にも留意すべきである。

違反行為の内容が独占禁止法上も問題となるおそれがあるような場合に、下請法の対象となる事業者（下請事業者）に対する行為については是正が求められるのに対し、下請法の対象とならない事業者に対する行為については是正が求められないときは、前記ア(イ)のように下請法をあまりに画一的に運用する場合と同様に、下請取引の公正化を図る上でバランスを欠くこととなる。かかる行為が是正されなければ、親事業者に下請法の対象とならない事業者との取引を嗜好させる効果を持つおそれがあることからみて、そのような取扱いとは適当ではないと考えられる。

(3) 具体的問題点についての検討

ア 発注時の問題

イ 納品時の問題

ウ 支払時の問題

(ア) 取引基本契約に基づく割戻金の取扱い

a 問題点

取引基本契約書において取引額が一定額以上になった場合に下請事業者が一定の割戻金を支払うことを定めていても、親事業者が当該割戻金を受け取ることは、下請法第4条第1項第3号の「下請代金の減額」に当たるものとして運用されている。しかし、このような割戻金など、その支払が取引条件の一つとなっていることが明確であるものについては下請事業者も納得の上で取引をしているのであるから、「下請代金の減額」として問題とする必要はないのでは

ないか。

b 研究会の考え方

取引条件を証拠化すると観点からは、発注書面のみを「証拠」として取り扱うことは適当ではないので、そのような割戻金の支払が発注前にあらかじめ取引条件として書面化されているときには、発注書面と割戻金に係る書面とを合わせて下請代金の額が証拠化されているものと取り扱ってよいと考えられる。

5 今後の対応

- (1) 下請法は、下請取引における親事業者の不当な行為の未然防止やその迅速な排除を行うことができるよう、規制対象となる取引を限定するとともに、発注書面の交付と、原則としてその書面に記載されたとおりの取引条件の履行を求めるといった規制の仕組みを採用して、下請取引の公正化と下請事業者の利益の保護を図ることを目的とするものである。公正取引委員会が下請法を運用するに当たって、このような規制の仕組みの考え方に基づき、また、下請取引の実態にかんがみ、違反行為の未然防止とその迅速な処理を行うことができるよう画一的な処理に努めてきたことは、下請問題の解消に大きな役割を果たしてきたものと考えられる。

このような下請法の規制の仕組み及びそれを運用するに当たっての基本的考え方自体は、下請取引の公正化のために必要不可欠なものであり、今後とも維持すべきものである。ただし、現在のように下請取引における親事業者と下請事業者との関係が多様化・流動化している状況の下では、その運用が画一的なものに過ぎる場合には、下請取引の円滑な実施を阻害したり、下請事業者の受注機会を減少させるなどにより、かえって下請事業者の利益を損なうこととなるおそれがあることも否定できない。

したがって、公正取引委員会においては、このような規制の仕組みの趣旨が取引当事者間の合意に基づく取引条件の設定と当該取引条件の証拠化にあるとの考え方に基づき、発注書面以外の書面における契約事項や業界における商慣習のほか、価格、納期等といった取引条件の相違をも踏まえて、「下請取引の公正化と下請事業者の利益の保護」という下請法の目的に照らして、上記4(3)に例示したような考え方に従って下請法の運用を見直すことが望ましいと考えられる。

- (2) [略：勧告の積極化]

- (3) さらに、下請法に違反する行為は独占禁止法にも違反するおそれがあるので、単に下請法の適用対象となる場合のみを是正の対象とするのではなく、例えば、下請法違反事件の調査時において親事業者が下請法の対象外の事業者に対しても同様の行為を行っていることが明らかになったときには、当該行為について独占禁止法上問題があるか否かの検討を行うこととすべきと考えられる。



プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

〔資料2〕

平成15年改正法の施行後における勧告件数の推移（委託内容・業種別）

（単位：件）

年 度	勧告件数	製造委託・ 修理委託	製造委託・ 修理委託		役務提供 委託等	〔参考〕平成元～15年度	
			卸売業	小売業		年 度	勧告件数
16	4	4	0	0	0	元	0
17	10	5	0	1	5	2	1
18	11	8	1	1	3	3	0
19	13	5(1)	0	0	8	4	0
20	15	13	0	2	2	5	0
21	15	10	4	1	5	6	1
22	15	13(1)	3	7	2	7	0
23	18	15(1)	5	5	3	8	2
24	16	16	1	9	0	9	3
25	10	8	1	1	2	10	1
26	7	7	0	5	0	11	3
27	4	4	0	3	0	12	6
28	11	9	3	3	2	13	3
29	9	9	1	2	0	14	4
16～29計	158	126	19	40	32	15	8

注：1 勧告の対象となった取引が製造委託のほか修理委託や役務提供委託等でもある事案は「製造委託」に、修理委託のほか役務提供委託等でもある事案は「修理委託」に含めている。また、「製造委託・修理委託」欄の（ ）内は、修理委託のみに係る件数で、内数である。

2 卸売業及び小売業の判断については公取委の年次報告（平成29年度分は報道発表資料）の記載により、「小売業」には、消費財の「販売業」、「企画・製造・販売業」、「卸・小売業」及びコンビニエンス事業（コンビニ本部）を含み、自動車ディーラーを除く。また、「卸売業」には、生協への商品供給業を含み、生産財の事業者向け販売業を除く。

3 「役務提供委託等」とは、「役務提供委託」及び「情報成果物作成委託」である。

4 平成8年度から15年度までの年次報告においては主要な勧告事案の概要が掲載されており、それによれば、平成11年度に勧告がなされた3社のうち「繊維製品販売業者」に係るもの1件については小売業に該当する。

〔資料3〕

流通業における勧告件数、勧告を受けた親事業者名等（平成16年度以降）

年度	卸売業	小売業	勧告を受けた親事業者〔事業内容、減額以外の違反行為〕
16			
17		1	ナフコ〔大規模小売業〕
18	1	1	レイメイ藤井〔文具等卸売業〕、イズミヤ(株)〔各種商品小売業〕
19			
20		2	ニトリ〔各種商品小売業〕、阪急阪神百貨店〔各種商品小売業〕
21	4	1	東光商事(株)〔繊維・衣服等卸売業〕、市田(株)〔同〕、キング〔同〕、丸真(株)〔同〕、とりせん(株)〔各種商品小売業〕
22	3	7	ハンズマン〔ホームセンター〕、ハニーズ〔婦人服等小売業〕、エスエスケイ〔スポーツ用品卸売業〕、トステムビバ(株)〔ホームセンター〕、ドギーマンハヤシ(株)〔ペットフード等販売業〕、タキヒヨー(株)〔婦人服等卸売業〕、キタムラ〔かばん等の企画・製造・販売業〕、旭食品(株)〔食料品等卸売業、利益提供要請のみ〕、マックハウス〔衣料品等小売業、返品も〕、西鉄ストア〔食料品等小売業〕
23	5	5	生活協同組合連合会コープ中国四国事業連合〔生協に対する商品供給事業、利益提供要請も〕、タカキュー〔衣料品等小売業、返品・利益提供要請も〕、協和〔食料品卸売業〕、サンエス〔菓子卸売業、早期決済も〕、チヨダ〔靴等小売業、返品及び利益提供要請も〕、高山〔菓子卸売業〕、はるやま商事(株)〔衣料品等小売業、受領拒否も〕、たち吉〔陶磁器等の卸・小売業、受領拒否も〕、八木兵(株)〔衣料品等卸売業〕、大創産業〔日用品等小売業（100円ショップ）〕
24	1	9	コナカ〔紳士服等小売業〕、ブルーベル〔婦人服の卸・小売業〕、生活協同組合コープさっぽろ〔食料品等小売業〕、ジュニア―〔婦人服等小売業〕、ライトオン〔衣料品等小売業、返品・利益提供要請も〕、パレモ〔婦人服等小売業、利益提供要請も〕、ニッセン〔衣料品・家具・雑貨等小売業（通信販売業）〕、返品・利益提供要請も〕、日本生活協同組合連合会〔生協等に対する商品供給〕

プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

			事業、返品及び利益提供要請も)、藤久(株)〔手芸用品・生活雑貨等小売業〕、フェリシモ〔衣料品、雑貨等小売業(通信販売業)、受領拒否のみ〕
25	1	1	ヨークベニマル〔食料品等小売業〕、トクスイコーポレーション〔食料品卸売業、利益提供要請のみ〕
26		5	ヒマラヤ〔スポーツ用品等小売業、返品も〕、サンリブ〔食料品・日用雑貨等小売業〕、大創産業〔日用品等小売業、返品及び買ったたきのみ〕、北雄ラッキー(株)〔食料品等小売業〕、マルシヨク〔食料品・日用雑貨等小売業〕
27		3	アマガサ〔婦人靴の卸・小売業〕、ゼビオ(株)〔スポーツ用品等小売業、返品も〕、大地を守る会〔食料品・日用品小売業等〕
28	3	3	ファミリーマート〔コンビニエンスストア事業〕、ジジシージャパン〔食料品・日用品等卸売業、利益提供要請も〕、JFR オンライン〔衣料品等小売業(通信販売業)、返品・利益提供要請も〕、ニッド〔医薬品・日用品・化粧品等卸売業〕、プレナス〔フランチャイズ・システムによる弁当等販売事業(店舗名「ほっともっと」)、返品も〕、あらた〔化粧品・日用品・家庭用品・ペット用品等卸売業〕
29	1	2	久世〔食料品等の卸売業等〕、山崎製パン(株)〔コンビニエンスストア事業〕、セブン-イレブン・ジャパン〔同〕
計	19	40	

注：1 資料2の注2に同じ。

- 2 親事業者の事業内容は、公取委の年次報告(平成29年度は報道発表資料)によった。
- 3 違反行為の内容は、旭食品(利益提供要請(不当な経済上の利益提供要請・4条2項3号違反))、フェリシモ(受領拒否(4条1項1号違反))、トクスイ(利益提供要請)及び大創産業(平成26年度勧告の返品(4条1項4号違反)及び買ったたき(同項5号違反))を除き、すべて下請代金の減額(4条1項3号違反)であり、これとともに、受領拒否、返品、有償支給原材料の対価の早期決済(4条2項1号違反)又は利益提供要請につき違反とされたものもある(〔 〕内参照)。
- 4 不当な経済上の利益提供要請事案のうち「返品・利益提供要請」とあるのは、返品時の送料を負担させるなど返品に伴う利益提供要請が問題とされたものである。
- 5 キタムラ、日本生活協同組合連合会及びJFRオンラインについては、勧告対象行為のほか支払遅延行為(4条1項2号違反)も問題とされたが、勧告時までに支払遅延が解消されたため勧告の対象とならず、公取委から指導が行われた旨が勧告時に公表されている。
- 6 商号が株式会社に始まる親事業者名については、(株)を省略した。

〔資料4〕

流通業における主要な減額及び返品事案の概要

【主要な減額事案】

1 (株)ナフコ (平成17年6月30日勧告)

- (1) 事業活動の概要 日用雑貨品、家具等の小売業（ホームセンター）
- (2) 製造委託の対象商品 日用雑貨、家具等のうち同社のPB商品
- (3) 下請代金を減額した額 169社に対し1億5585万3010円
- (4) 減額行為の概要

同社は、下請事業者との間で、あらかじめ値引きに関する契約書又は覚書を締結しており、支払時に、当該覚書等に基づき、あらかじめ合意した一定率を下請代金に乗じて得た金額を値引きした上で下請代金を支払っていた。

- (5) 担当官解説での説明（河野貞義・坂田順吉、659号68頁）

ナフコは、発注前に下請事業者との間で締結していた覚書等に基づいて発注書面に記載した額から減額して支払っていたが、この減額はボリュームディスカウント等合理的な理由に基づく割戻金とは認められないものである。

2 生活協同組合連合会コープ中国四国事業連合（平成23年6月29日勧告）

- (1) 事業活動の概要

中国・四国地方の生協が共同仕入等を行うために設立した連合会であり、会員生協に対する商品の供給事業

- (2) 製造委託の対象商品

会員生協が宅配事業により組合員に販売する食料品等のうち、同連合会のオリジナル商品又は会員生協から製造を委託された会員生協のオリジナル商品

- (3) 下請代金を減額した額 101社に対し1億7257万5395円

- (4) 減額行為の概要

① 同連合会の業務処理の合理化を図るために導入した電子受発注等に係るシステムの運用費用等を確保するため、発注データの量に応じて算出した金額の「情報処理料」の負担を要請し、② 自らが作成するカタログの作成費用を確保するため「チラシ掲載料」として一定額を負担するよう要請し、これらの要請に応じた下請事業者に対し、下請代金の額から当該金額をそれぞれ差し引くことにより、下請代金の額を減じていた。

- (5) 担当官解説での説明（佐々木滋・石田高章、733号97頁）等

「情報処理料」については、下請取引とは別の給付の実態の取引に係る対価と認め

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

られる場合は減額として問題となるものではないが、本件の情報処理料の額は過大なものであるため、下請代金の減額と認定したものである。また、チラシ掲載料は、会員生協が組合員に配布するカタログの作成費用として、カタログへの掲載場所や掲載面積に応じて定められた額及び掲載商品の撮影費用等のカタログ作成費用を下請代金の額から差し引いていたものであるが、宅配販売というビジネスモデルの中で、消費者に配布するカタログの作成は、親事業者にとって自らの商品の宣伝、販売活動に必要なものであるため、カタログ作成費用は基本的に商品を販売する親事業者が負担すべきものであった。

このほか、同連合会が、下請事業者に対し、1年間に支払う下請代金の合計額に一定率を乗じた得た額を「割り戻し金」として負担するよう要請し、この要請に応じた下請事業者53社から総額2280万433円を提供させたことが、不当な経済上の利益提供要請とされている。

### 3 (株)サンエス(平成23年12月21日勧告)

- (1) 事業活動の概要 菓子の卸売業
- (2) 製造委託の対象商品 取引先の小売業者等が販売する同社P B商品の菓子
- (3) 下請代金を減額した額 109社に対し4億6332万3216円
- (4) 減額行為の概要

①「本部レポート」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額又は納入数量に一定額を乗じて得た額、②ファクシミリによる発注に係る費用として発注書面の送信枚数に一定額を乗じて得た額を要請し、この要請に応じた下請事業者について、下請代金の額から当該金額をそれぞれ差し引くことにより、下請代金の額を減じていた。

#### (5) 担当官解説での説明(香城尚子、740号69頁)等

下請事業者との合意に有無にかかわらず、下請事業者に帰責事由がないのに発注書面に記載された額から差し引くことは減額とみなされるので、本部レポートを差し引く行為は問題となる。また、ファクシミリによる発注費用は、親事業者が発注書面を交付する義務を負っているため、下請事業者との合意の有無にかかわらず親事業者が負担すべきとの判断により減額と認定されたものである。

このほか、菓子の製造に必要な包装資材に係る有償支給原材料の対価の早期決済についても、勧告の対象とされている。

### 4 (株)大創産業(平成24年3月27日勧告、同年2月17日に中企庁措置請求)

- (1) 事業活動の概要 日用品等を販売する小売業(いわゆる100円ショップを展開)
- (2) 製造委託の対象商品 自社店舗で販売する同社ブランドを付したP B商品

(3) 下請代金を減額した額 178社に対し2億7946万2435円

(4) 減額行為の概要

① 下請代金の支払を現金で行うとしている下請事業者に対し、「歩引き」として一定率の額を負担することを要請し、② 毎年2か月は現金払い、他の月は手形払いとしている下請事業者に対し、現金払いとしている月につき「歩引き」として一定率の額を負担することを要請し、これらの要請に応じた下請事業者について、下請代金の額から当該金額をそれぞれ差し引くことにより、下請代金の額を減じていた。

(5) 担当官解説での説明（道下正子・米田達弥、742号73頁）

同社は、当初、支払制度を手形払いとしていたが、これを毎月の現金払い又は年2か月の現金払い（他の月は手形払い）に変更した際に、現金払いを行う際の発注単価を見直すのではなく、「歩引き」を行うこととして、事前に下請事業者から合意を得ていたものであるが、当該合意を得ていたとしても下請事業者に帰責事由がないため、発注書面に記載した下請代金を減額したとして問題としている。また、支払制度として手形払いとしている場合に現金払いとして金利相当分を差し引くことは問題ないが、同社の減額は支払制度を変更した後のものであるため、この問題のない金利引きに当たらないと判断されたものと考えられる。

## 5 日本生活協同組合連合会（平成24年9月25日勧告）

(1) 事業活動の概要 会員たる生協に対する商品の供給事業

(2) 製造委託の対象商品 会員に供給するプライベートブランドの食料品等

(3) 下請代金を減額した額 449社に対し25億6331万7863円

(4) 減額行為の概要

① 会員が値下げ販売を行う際に、当該会員に対し一時的に納入価格を引き下げることに伴い、「エリアバイイング」として、② 同連合会の提案により全国的に会員が値下げ販売を行う際に、当該会員に対し一時的に納入価格を引き下げることに伴い、「全国条件販促企画条件」として、③ 「仕入割戻し」として、④ 会員が新規商品又は仕様変更商品の値下げ販売を行う際に、当該会員に対し一時的に納入価格を引き下げることに伴い、「新発売・リニューアル・追加供促企画条件」として、⑤ 個々の会員からの発注数量を事前に下請事業者と連絡する場合に、「生産支援情報」として、⑥ 自ら作成する販促物の作成費用を確保するため、「販促ツール作成費用」として、⑦ 会員が実施する店舗間の売上高を競うコンテストの賞品費用を確保するため、「販促コンテスト協賛費用」として、下請事業者に対し、当該下請事業者からの仕入数量又は下請代金の額に一定額若しくは一定率を乗じた額又は会員に対する納入数量などを乗じた額（⑤の場合は、ファクシミリ送信枚数に一定額を乗じた額）を負担するよう

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

要請し、この要請に応じた下請事業者について、当該金額を下請代金の額から差し引き又は別途支払わせていた。

### (5) 担当官解説での説明（藤平章、750号73頁）等

連合会は、これらの名目による減額を行うに当たり、いずれにおいても事前に下請事業者から合意を得ていたが、下請事業者に帰責事由がないため、下請法に違反する減額として問題となる。

また、① 会員による販売期間が終了した際の在庫商品について、次の販売期間の開始時に再納品させることを条件として、下請事業者の合意を得た上で返品していたことに対し、下請事業者の帰責事由がないとして、② 連合会自らの商品開発のために実施するテストの費用を確保するため、「商品の組合員テスト費用」として一定額の金銭を提供させていたことに対し、当該金銭は連合会が自らの商品開発のために実施するテストの費用を確保するためのものであって、下請事業者の直接の利益とならないものとして、それぞれ勧告がなされている。

### (6) 下請代金の支払遅延に係る指導（平成24年9月25日の報道発表資料による）

連合会に対しては、下請代金の減額等に係る勧告の公表時に、下請代金の支払遅延（下請法4条1項2号違反）に係る指導を行った旨も公表されている。

連合会は、一部の商品を除き、毎月20日納品締切、締切後40日から120日後に下請代金を支払う支払制度を取っていたために、平成22年9月から同24年7月までの間において、下請事業者の給付を受領してから60日以内に下請代金を支払っておらず、支払遅延が生じていた。

この支払遅延につき下請法4条の2の規定に基づき計算された遅延利息額は下請事業者456社に対し総額13億2334万9755円であったが、同連合会は、平成24年7月までに支払遅延を解消し、同年9月18日に遅延利息を支払っている。

（なお、下請法7条1項においては4条1項2号違反行為を「している」と認められるときに勧告するものとすると言われていたため、公取委では、支払遅延が解消された後は、勧告をすることはできないものと解釈・運用している。）

## 6 (株)ヨークベニマル（平成25年6月27日勧告）

### (1) 事業活動の概要 食料品等の小売業

### (2) 製造委託の対象商品

自社の店舗で販売する食料品（① 鍋用野菜セット、サラダセットなど、野菜の種類及びカットサイズ、包装材のデザインその他の仕様を同社が指定した商品、② 野菜の種類及びサイズ、包装材のデザインその他の仕様を同社が指定した商品、③ 野菜、果物及び鶏卵の種類及びサイズ、包装材に貼付するシールのデザインその他の仕

様を同社が指定した商品を含む。)

(3) 下請代金を減額した額 12社に対し1億7286万5514円

(4) 減額行為の概要

自社の販売促進費用を確保するため、下請代金の額に一定率を乗じて得た額、仕入数量に一定額を乗じて得た額又は一定額のいずれかの額を負担するよう下請事業者に要請し、この要請に応じた下請事業者について、「仕入割戻」として下請代金の額から差し引いていた。

(5) 担当官解説での説明(高橋浩・岡本康利・金野加奈, 758号68頁)

農水産物の原始的生産は「製造」にも「加工」にも該当しないが、農水産物等を用いた商品について仕様を示して依頼する場合は製造委託に該当し、上記②①～③のとおり仕様を指定しているので、「製造委託」に該当すると認定している。

同社は、「仕入割戻」の差引きを行うに当たり、事前に下請事業者から合意を得ていたが、下請法では、事前の合意があったとしても、下請事業者の帰責事由がなければ4条1項3号違反となる。

## 7 (株)ファミリーマート(平成28年8月25日勧告)

(1) 事業活動の概要 フランチャイズ・システムによるコンビニエンスストア事業

(2) 製造委託の対象商品 消費者に販売する食料品(自社のPB商品)

(3) 下請代金を減額した額 20社に対し約6億5000万円

(4) 減額行為の概要

①「開店時販促費」(新規開店する加盟店において、開店3日間に売れ残った「おにぎり」等の対象商品に係る下請代金相当額。ただし、当該3日間の納入した対象商品の下請代金の20%を上限とする。)、②「カラー写真台帳制作費」(毎週、各店舗に対し同社が配信している新商品、リニューアル商品又は季節限定商品の情報が掲載された商品案内で、掲載商品1アイテムにつき17円又は8円に台帳配信店舗数を乗じて得られる金額)及び③「売価引き」(PB商品の販売促進強化のため、期間限定で「〇〇円引き」などして値引き販売するセールにおいて、値引き対象商品の数量に値引き価格を乗じて算出)を銀行振込で支払わせるとともに、④その際の振込手数料を下請事業者の負担とし、また、⑤下請代金を銀行振込で支払う際に実際の振込手数料を超える額を差し引いていた。

(5) 担当官解説での説明(後藤正和・竹島載, 794号74頁)

販売促進等のためという理由で費用を徴収する場合に、事前に合意を得ていれば問題とならないというわけではなく、①～④については、下請事業者の責めに帰すべき理由がないため下請法上問題となる。⑤については、事前に振込手数料を下請事業者



## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

が負担する旨を書面で合意した上で、実際に金融機関に振り込む手数料の範囲内であれば下請法上問題とならないが、下請事業者と事前に合意したものの、実際の振込手数料を超える額を下請代金の額から差し引くことは下請法違反となる。

### 8 (株)ニッド (平成29年2月23日勧告)

(1) 事業活動の概要 医薬品, 日用品, 化粧品等の卸売業

(2) 製造委託の対象商品

日本ドラッグチェーン会 (NID) に加盟するドラッグストア, 薬局等の小売業者に販売するPB商品 (ニッドのロゴマークを付した医薬品, 日用品, 化粧品等)

(3) 下請代金を減額した額 28社に対し約1億1557万円

(4) 減額行為の概要

ニッドの指定する金融機関口座に振り込ませる方法により, ①「展示会協賛金」(加盟小売業者に支払うリベートの原資を確保するため, 加盟小売業者への下請事業者の納入額に一定率を乗じて得た額を徴収するもの), ②「プラスワン登録料」(加盟小売業者がアクセスできるウェブサイトに掲載したPB商品に係る下請事業者から1品目当たりの定額で徴収するもの)を支払わせるとともに, その際の振込手数料を負担させていた。

(5) 担当官解説での説明 (田村洋巳・深谷周平, 800号76頁)

加盟小売業者は上記ウェブサイトを通じてPB商品をニッドに注文するシステムとなっているため, このウェブサイトに掲載されないPB商品は加盟小売業者が仕入れることはできない。

ニッドは, 展示協賛金及びプラスワン登録料を徴収するに当たり事前に下請事業者から書面等で合意を得ていたため, 下請法上の問題があると認識していなかったが, 下請事業者との間で事前の合意があったとしても, 下請事業者の帰責事由がないのに, 発注時に定めた下請代金の額を減ずることは下請法4条1項3号に違反するものである。

### 9 (株)セブン-イレブン・ジャパン (平成29年7月21日勧告)

(1) 事業活動の概要 フランチャイズ・システムによるコンビニエンスストア事業

(2) 製造委託の対象商品 消費者に販売する食料品 (弁当, おにぎり等)

(3) 下請代金を減額した額 76社に対し2億2746万1172円

(4) 減額行為の概要

「商品案内作成代」(新商品等の販売につき加盟店及び直営店に推奨するオンラインシステムに商品案内を作成する費用に当てるためのもの)及び「新店協賛金」(店舗

の新規出店等があった場合に行うセールにおける割引額の一部を補填するため、セール期間に生じた売上の増加分に一定率を乗じて得た額を下請事業者に求めるもの)を下請代金の額から差し引いていた。

(5) 担当官解説での説明(岩淵高広・丸山知久・城戸優里, 808号59頁)

製造委託の対象商品は、同社のPB商品。新店協賛金については、事前に覚書を締結して下請事業者の合意を得ていたが、セールの対象商品は親事業者の自社商品であり、その販促費用は親事業者が負担すべきものであることから、下請事業者に帰責事由がないのに発注時に定めた下請代金の額を減ずることは下請法4条1項3号に違反するものである。

### 【返品事案】

10 (株)タカキュー(平成23年10月14日勧告)

- (1) 事業活動の概要 衣料品等を販売する小売業
- (2) 製造委託の対象商品 自社の店舗で販売するPB商品の衣料品等
- (3) 返品に係る下請代金相当額 14社に対し1億6280万5789円
- (4) 返品行為の概要

商品を受領した後、販売期間が終了した在庫商品について、色・サイズ等ごとに仕分け、仕上げ直しを行った上で翌期の販売期間に再納品させるため、平成21年9月から同23年3月までの間に、下請事業者に責任がないのに、「一時返品特約」に基づき引き取らせていた。

なお、この引き取らせていた物を、平成21年12月から同23年6月までの間に、再び引き取っている。

(5) 担当官解説での説明(小林昇・佐々木聖, 738号60頁)等

下請事業者との間の「一時返品特約」に基づき、いったん受領した商品を返品し、当該商品に係る下請代金を返還させることは、NB商品の場合は、通常製造委託に該当せず下請法上の問題はないが、下請法の適用を受けるPB商品については、再納品を前提とする場合でも下請事業者に帰責事由がないので、事前の合意の有無にかかわらず問題となる。

返品のほか、下請代金の減額(売行不振商品の値引き販売によるもの)及び不当な経済上の利益提供(返品に係る送料の提供)についても勧告がなされている。

11 (株)大創産業(平成26年7月15日勧告)

- (1) 事業活動の概要及び製造委託の対象商品 上記4(1)及び(2)に同じ。
- (2) 返品に係る下請代金相当額 62社に対し1億3915万7024円

## プライベート・ブランド商品の製造委託と下請法

### (3) 返品行為の概要

商品を受領した後、① 販売期間が終了したこと、② 売行きが悪いことを理由として返品したほか、③ 受領後6か月を経過した商品を返品していた。

### (4) 担当官解説での説明（道下正子・島村健太郎、770号47頁）等

下請法においては、親事業者が商品を返品できるのは下請事業者に帰責事由がある場合に限られており、また、この帰責事由がある場合でも当該事由を発見次第速やかに返品しなければならず、受領後6か月を経過した後は帰責事由があったとしても返品することは認められない（下請法運用基準参照）。

返品のほか、買ったたき（売行き不振商品について、発注前に下請事業者と協議して決定していた予定単価を引き下げて発注）についても勧告がなされている。

注：1 下請代金の減額事案にあつては減額された額の総額が1億円以上、返品事案にあつては返品に係る下請代金相当額の総額が1億円以上であつて、『公正取引』誌上に公取委担当官による事件解説が掲載されているものを掲げた。

2 記載に当たつては、報道発表資料及び『公正取引』掲載の事件解説によつた。

3 「担当官解説での説明」の（ ）内は、事件解説の執筆者名及び掲載号と頁である。

4 なお、減額等の額の総額が1億円以上の事案であつて、『公正取引』に事件解説が掲載されていないものとして、次の事案がある（年月日は勧告日）。

#### 【下請代金の減額事案】

① (株)ニトリ 平成20年6月17日 71社に対し3億2945万6054円

② (株)阪急阪神百貨店 平成21年2月25日 11社に対し1億1172万4032円

③ (株)ハニーズ 平成22年9月28日 115社に対し1億3618万2776円

④ (株)チヨダ 平成24年1月13日 20社に対し1億208万9137円

#### 【返品事案】

⑤ はるやま商事(株) 平成24年1月25日 63社に対し10億3332万1436円相当

⑥ (株)ライトオン 平成24年9月7日 11社に対し1億2364万2360円相当

⑦ (株)JFR オンライン 平成28年11月11日 13社に対し3億3313万138円相当