

自動車産業適正取引ガイドライン

平成19年 6月 策定

平成20年12月 改訂

平成26年 1月 改訂

経 済 産 業 省

目次

はじめに ～調達戦略の工夫が公正競争と競争力強化を可能にする～	1
第1章 自動車産業の目指すべき調達慣行について	
～協調的投資を促す調達慣行五原則～	4
1. 自動車産業の競争力を支えるサプライチェーンと調達関係の特徴	4
2. 自動車産業の調達慣行に対する評価の歴史の変遷	4
3. 「協調的投資」を促す日本的調達慣行（「協調的投資促進型調達慣行」） の合理性	5
4. 自動車産業の目指すべき五つの調達原則	6
第2章 自動車産業において指摘されている取引上の問題と下請法及び 独占禁止法上の留意点並びにベストプラクティス	
～当事者間の認識の差を解消するために～	8
1. 取引上の問題が指摘される原因 ～当事者相互の認識格差	8
(1) 立場によって分かれる「相互協議による取引」についての見方	8
(2) 指摘事項に共通する「期待値からの乖離」	8
(3) 当事者相互の認識格差を埋めるための工夫	9
2. 下請法及び独占禁止法上の留意点 ～優越的地位にある事業者であれば下請法対象でなくとも要注意	10
3. 自動車産業において問題視されやすい具体的行為類型についての整理	11
(1) 補給品の価格決め	13
(2) 型保管費用の負担	17
(3) 配送費用の負担	21
(4) 原材料価格、エネルギーコスト等の価格転嫁	23
(5) 一方的な原価低減率の提示	28
(6) 自社努力の適正評価	33
(7) 不利な取引条件の押しつけ	35

(8) 取引条件の変更.....	38
(9) 受領拒否・検収遅延.....	41
(10) 長期手形の交付・有償支給原材料の早期決済.....	44
(11) 金型図面及び技術・ノウハウ等の流出.....	46
(12) 消費税の転嫁.....	49

第3章 トラブルの未然防止・再発防止・迅速解決による適正取引の推進

～「早期警戒システム」の構築に向けて～.....	54
1. トラブルの未然防止・再発防止・迅速解決により適正取引を推進するメカニズムの重要性.....	54
2. 関係者の取組の現状 ～充実を図るべき3つのポイント.....	54
(1) 下請法遵守のみにとどまりがちな内部マニュアルの拡充.....	54
(2) サプライチェーン全体への展開を視野に入れた周知徹底活動の必要性....	55
(3) 相談窓口機能の拡充・強化.....	55
3. 今後の対応の方向性 ～まずは3つのポイントの一斉点検から.....	56
(1) 「目指すべき調達方針」を網羅したマニュアルの整備とその共有.....	56
(2) サプライチェーン全体を視野に入れた周知徹底活動の強化.....	56
(i) 社内関係部局への徹底.....	57
(ii) 取引先企業への周知徹底の強化.....	57
(iii) 直接の取引関係のない二次以下のサプライヤーへの周知徹底.....	57
(iv) 業界団体や行政を通じた周知徹底活動の充実・強化.....	58
(3) 個別取引に関する相談窓口機能の活性化と関係者間の連携強化.....	58
(i) 取引を巡るトラブルに関する情報の効果的な活用.....	58
(ii) 自動車メーカー等の相談窓口の拡充.....	59
(iii) 業界団体における相談窓口の設置と関係者との連携.....	59
(iv) 行政との連携.....	60
(4) 総点検の実施と早急な改善.....	60

(5) 定期的なフォローアップの実施	60
第4章 自動車産業の現代的な課題への対応～海外における適正取引の推進～	62
1. 自動車産業の国際展開の現状と海外での適正取引推進の要請	62
2. 海外における適正取引推進のために留意すべき三つの原則.....	62
おわりに ～協調的投資を促す調達慣行を確立するために～	65
自動車取引適正化研究会 委員名簿.....	66
審議経過.....	67

はじめに

～調達戦略の工夫が公正競争と競争力強化を可能にする～

政府は、平成19年2月15日にとりまとめた「成長力底上げ戦略」の中で、下請取引の適正化の推進を掲げ、主要業種毎に取引適正化のためのガイドラインを策定することとした。「自動車産業適正取引ガイドライン」は、この一環として、自動車・同部品産業に関するガイドラインとして経済産業省が策定するものである。

ガイドラインの策定にあたり、経済産業省は、自動車メーカー14社へのヒアリングを実施し、自動車部品メーカー及び素形材メーカー等約350社からアンケート調査の回答を得た。また、自動車メーカー、自動車部品メーカー、素形材メーカー及び学識経験者が参加する自動車取引適正化研究会（初代座長：糸田 前東京経済大学現代法学部教授）を開催し、総計10時間超に及ぶ審議を行った。本ガイドラインは、こうした調査、審議に基づき、経済産業省が策定したものである。

ガイドラインは、主として以下の三つの意図がある。

第一に、公正な取引を競争力強化につなげるということである。日本の自動車産業においては、自動車メーカーと部品メーカー、あるいは部品メーカーと素形材メーカーなど、取引当事者の間で、製品の原価低減や品質向上に向けて、目標を共有し、成果を共有することで、両当事者の「協調的投資」を促すような取引慣行が広く観察される。「育てる調達」、「共存共栄を目指した調達」など呼称は様々であるが、こうした日本の自動車産業が開発した戦略的調達慣行は、単に公正な競争と矛盾しないばかりか、我が国自動車産業全体の競争力強化に資するという複合的な効果を持つ。こうした、公正競争と競争力強化を同時に促す仕組み、取引慣行（ここではこれを「協調的投資促進型調達慣行」と呼ぶ）を推奨すること。本ガイドラインはこうした複眼的意図を有している。

そうした視点に立ち、第1章（「自動車産業の目指すべき調達慣行について～協調的投資を促す調達慣行五原則～」）では、公正競争とも矛盾することなく、競争力強化の基礎となるこうした調達慣行の本質を、五つの原則（「開かれた公正・公平な取引」「調達相手先と一体となった競争力強化」「調達相手先との共存共栄」「課題・目標の共有と成果シェア」「相互信頼に基づく双方向コミュニケーション」）で要約すると同時に、公正競争と競争力強化の同時達成の観点から、こうした調達戦略を経営戦略の基本とすべきことを提案している。

第二に、競争法上の判断基準を明確化し、当事者同士の認識の差を解消するということである。協調的投資促進型調達慣行であっても、個々の現場で紛争は生じうる。そして、例えば、買ったときに代表される競争法上の紛争に関しては、往々にして成果の分配などを巡る当事者同士の間の意見の食い違いが見られるのが一般的で、これを放置すれば、問題が繰り返されたり、解決にいたずらに時間を要したりすることになりかねない。そこで、本ガイドラインは、アンケートなどに基づき明らかになった取引当事者間の言い分の相違を明示し、問題行為を未然に防ぐためのベスト・プラクティスを示し、逆に、どういう場合に競争法違反になるのか、といった点を、典型的な行為類型ごとに明らかにした。競争法上の判断基準を明確化し、当事者同士の認識の格差を解消することが、未然防止、再発防止、迅速解決の基礎となる。ここに、本ガイドラインの二つ目の意図がある。

第2章（「自動車産業において指摘されている取引上の問題点と下請法及び独占禁止法上の留意点並びにベストプラクティス～当事者間の認識の差を解消するために～」）で提示しているのはこの点であり、また、第3章（「トラブルの未然防止・再発防止・迅速解決による適正取引の推進～「早期警戒システム」の構築に向けて～」）は未然防止、再発防止、迅速解決に資する仕組みを提案している。

第三に、海外における適正な取引も促したいということである。我が国の自動車産業の活動基盤の大半は、いまや海外市場にある。中小企業などの格差是正を意図するガイドライン策定であるが、中小企業、なかんずく自動車産業における中小企業がその収益力向上を図るためには、海外市場における適正取引の推進という課題は避けて通れない。国際的な自動車産業のサプライチェーンにおいても、協調的投資を促す調達慣行を浸透していくことが重要であり、国内で培った知恵を海外においても展開すること。これがこのガイドラインの三つ目の意図である。

これを受けたのが第四章（「自動車産業の現代的な課題への対応～海外における適正取引の推進～」）であり、そこでは海外における適正取引推進のために留意すべき三原則（「あるべき調達慣行の世界共通化」「モニタリングの徹底」「情報提供の徹底」）を提案している。

日本の自動車産業が培った調達戦略を「協調的投資促進型調達慣行」と性格付けをした上で、公正競争と競争力強化の同時達成、当事者間同士の認識格差の解消、内外一致の調達慣行の展開を図ること。要すれば、これが本ガイドラインの要点となる。企業の調達戦略は、単にその企業のコスト競争力を左右するだけではなく、その企業が生み出す差別化の巧拙をも左右する。そして、こうした企業の調達戦略が、公正な競争に万全を期すること、長い目で見たコス

ト競争力を高めること、そして製品の差別化を促していくことの三者を同時に追及する方策になってさえいけば、関係当事者の経済合理的な行動の中で、取引適正化が自ずと促されることになる。

このガイドラインは、この要点をまとめている。日本の自動車産業において、公正競争が競争力を自ずと生み出していくための端緒になることを期待したい。

第1章 自動車産業の目指すべき調達慣行について

～協調的投資を促す調達慣行五原則～

1. 自動車産業の競争力を支えるサプライチェーンと調達関係の特徴

自動車は、その構成部品点数が2～3万にも及ぶと言われる大規模な組立加工産業であり、幅広い産業の裾野を持っている。関連産業の出荷額は約47兆円と我が国製造業の出荷額における16.4%を占め、関連産業を含めた就業人口は、全就業人口の8.8%に達する¹。

そのサプライチェーンの主たる特徴として、①自動車メーカーをトップにしたピラミッド型の分業構造（メーカーと取引のある一次サプライヤーには、より多数の二次サプライヤーが取引関係を持ち、二次サプライヤーには更に三次サプライヤーが取引関係を持つといった数次に渡る重層的な取引関係）、②自動車メーカーの高い外製率、③部品メーカーとの長期継続的な取引関係、④部品メーカーの共同開発などが挙げられる。

特に注目すべきは上記の③と④であり、単なるピラミッド型の分業構造は他産業でも見られるが、自動車メーカーと部品メーカー（あるいは部品メーカー相互、部品メーカーと素形材メーカー等）は、単なる外注関係にあるのではなく、原価低減目標の共同設定、品質向上やコスト削減に向けた協調活動、開発成果物のシェア等の工夫を講じている。

2. 自動車産業の調達慣行に対する評価の歴史的変遷

こうした調達慣行は、戦後、官民が一体となって自動車産業を育成していく歴史的経緯の中で、徐々に形成されてきたものである。

ただし、自動車産業の調達慣行に対する国際的な評価は、その時々自動車産業のパフォーマンスにも応じ、揺れ動いてきた。例えば、80年代から90年代初頭にかけての日米自動車摩擦の厳しかった時期には、系列関係といった日本的な調達慣行は「不透明」で「閉鎖的」として米国等から激しく批判され、米系自動車部品メーカー等からの調達を拡大せざるを得ない政治状況があった。

¹ 一般社団法人日本自動車工業会「日本の自動車工業2013」

一方、90年代初頭から、日本の自動車産業の競争力の源泉について、例えば、「リーン生産システム」といった用語によってその効率性を高く評価する国際的な論調が現れた。その後も、我が国の自動車産業の好調なパフォーマンスを背景に、コスト、品質、納期といった面において、自動車メーカーと部品メーカー等との間で構築されている極めて効率的な生産システムや調達慣行を肯定的に評価する論調が基調となっており、そうした「日本型」の生産システムを米国企業等も積極的に取り入れようとする風潮が続いている。

我が国自動車産業の目指すべき調達慣行を論ずるにあたっては、単なる情緒に流されないよう、何故そうした取組が合理的であるのか、根拠を明確にする必要がある。

3. 「協調的投資」を促す日本的調達慣行（「協調的投資促進型調達慣行」）の合理性

日本の自動車産業においては、各社とも呼称は様々であるが（例えば、「育てる調達」、「共存共栄を目指した調達」など）、自動車メーカーと部品メーカー等の取引当事者の中で、製品の原価低減や品質向上に向けて、課題や目標を共有し、成果も共有することによって、両当事者間の創意工夫と相互研鑽を促すような取引慣行が広く観察されている。

こうした自動車メーカーと部品メーカー等が長年の間に構築した戦略的調達慣行は、公正な競争と矛盾するものではない。そればかりか、自動車産業全体での効率的な開発・生産体制を支え、継続的なコスト低減を可能とするなど、我が国自動車産業の競争力の源泉の一つとなっている。

自動車産業の調達慣行が持つこうした「強み」を理論的に明らかにする試みも進められている。例えば、経済学での「協調的投資(cooperative investment)」の概念によれば、上記のようなメーカーとサプライヤーの関係は、一社の品質向上や効率性改善が他社にも及ぶ好循環を形成するものとして肯定的に評価される。

自動車産業の調達慣行を「協調的投資」を促す調達慣行（いわば「協調的投資促進型調達慣行」）として改めて位置づけ、公正競争と競争力強化を同時に促す仕組みとして更に洗練させ、広く浸透を図っていくべきである。

ただし、こうした関係が効果的に機能するためには、メーカーとサプライヤーの間において、成果をシェアするインセンティブを与えるような仕組みが構築されなければならない。特に、取引関係が開始される前に、あらかじめ成果のシェアに関する約束が明確化し、取引条件に関する不確実性を可能な限り除去しておく必要がある。

また、こうした関係は、サプライチェーンを構成するすべての企業間関係において成立すべきであり、ほんの一部においてでも不適正な取引が行われると、全体の効率性は損なわれてしまうことにも留意が必要である。

4. 自動車産業の目指すべき五つの調達原則

今後とも、サプライチェーン全体にわたる「協調的投資」を促し、自動車産業全体としての効率性を高め、競争力の強化に活かしていくためには、サプライチェーンを構成する自動車メーカーと部品メーカー等の間において、①取引の予見可能性を最大限に確保し、②共同で中長期の目標を設定・共有した上で、③協調的投資を行いつつ、④新規開発やコスト低減に伴う成果を共有する、という関係が確保される必要がある。

そのため、自動車メーカー及び部品メーカーは、以下の五つの原則を自らの調達方針として明確に約束（コミット）すべきである。また、こうした調達戦略を経営戦略の基本に据え、様々な手段を通じて対外的にも明らかにし、サプライチェーン全体に浸透を図るべきである。

第一に、開かれた公正・公平な取引の原則である。調達相手先の選定にあたっては、国籍や企業規模等にとらわれず、広く機会を与えて、公正かつ透明な対応に努めるべきである。

第二に、調達相手先と一体となった競争力強化の原則である。調達相手先を競争力強化のためのパートナーとして位置付け、イコール・パートナーシップの考え方のもと、調達担当者だけでなく、開発担当者や生産技術担当者も広く関与した上で、新製品の共同開発やコスト低減活動を一体となって行うべきである。

第三に、調達相手先との共存共栄の原則である。主要な部品・素材を調達している取引先の経営が傾けば、完成品の品質やコスト等に直結することを認識

すべきである。特に、主要な中小調達相手先については、必要に応じて経営指導等²を行うべきである。

第四に、原価低減活動等における課題・目標の共有と成果シェアの原則である。新製品の開発や原価低減の活動は、事後において一方的な値引き要求を行うものではなく、調達相手先と課題や目標を共有した上で、新製品の開発や材料の変更等が達成される以前の段階における事前の共同作業として位置づけるべきである。また、達成された成果物やコスト削減の成果は、貢献の度合い等に応じて、調達相手先との間で適切にシェアされるべきである。

第五に、相互信頼に基づく双方向コミュニケーションの確保の原則である。新製品の共同開発や原価低減活動を行うにあたっては、調達相手先との間で、課題や目標を共有するために必要な情報を可能な限り開示し合うとともに、あらかじめ十分な相互協議を行い、相互に納得した上で作業を進めることを心がけるべきである。

² なお、この場合の経営指導等は、中小調達相手先の経営改善を目的として行われるべきであり、経営指導に名を借りた一方的な押し付け等をしてはならないことは言うまでもない。

第2章 自動車産業において指摘されている取引上の問題と下請法

及び独占禁止法上の留意点並びにベストプラクティス

～当事者間の認識の差を解消するために～

1. 取引上の問題が指摘される原因 ～当事者相互の認識格差

(1) 立場によって分かれる「相互協議による取引」についての見方

前章で述べたとおり、我が国の自動車産業においては「協調的投資促進型調達慣行」が広く観察され、五つの原則に従った調達慣行に基づき、他業界に比べると相互協議に基づく取引が浸透している蓋然性は高いと考えられる。

しかしながら、グローバル化の進展に伴う世界的な競争の激化、国内市場の成熟化による成長の頭打ちといった状況下、総体として取引環境は厳しくなる傾向がある中で、個々の現場においては、具体的な取引を巡る課題（特に、成果の分配など）をめぐって、自動車メーカー、部品メーカー、素形材メーカー等のサプライチェーンにおけるそれぞれの立場に応じて、意見の食い違いが見られることも事実である。

(2) 指摘事項に共通する「期待値からの乖離」

これまでの調査結果によれば、いわゆる「買ったたき」のような価格面での取引条件について問題を指摘されることが多い。例えば、補給品の値付け、金型保管費用の負担、ジャストインタイム生産での輸送費用の分担、原材料費高騰の価格転嫁、一方的な原価低減率の提示などである。

問題として取り上げられている取引類型は様々であるが、これらに概ね共通しているのは、「相互協議」が何らかの形で行われてはいるものの、協議の前提となる当初の合意事項に曖昧さがあつたり、協議のプロセスで丁寧さを欠いたりしているため、結果として、一方の当事者が当初想定した期待値から大きく乖離した「合意」を余儀なくされてしまう、あるいは、そう認識されてしまうという点である。そのため、発注者側は何ら問題のない適正な取引だと認識していても、受注者側からは問題のある取引と見られていることも往々にある。

(3) 当事者相互の認識格差を埋めるための工夫

下請代金支払遅延等防止法（以下「下請法」という。）又は私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題がある行為なのか、「許容される原価低減活動」なのかを判別する画一的な基準を示すことは難しい³が、だからこそ、当事者間の認識の差を埋める努力が重要である。

まずは、十分に真摯な相互協議の必要性を強調したい。例えば下請法上の「買いたたき」の有無の判断に当たっては、対価の決定方法の不当性が重視されているところ⁴、自らが取引上優越した地位にある場合には、一方的な対応をするのではなく、相手先と十分に真摯な協議を行うことが必要である。

また、取引開始後の価格交渉においては、特に、長期継続的な取引が開始された後に取引条件が変更される場合⁵には当該取引関係に依存する度合の大きい側にとり著しく不利な交渉となってしまう（経済学の用語でいう「ホールドアップ」の問題）ことから、十分な協議を行い、双方に納得感のある結論を出すことが求められる。

さらに、継続的な取引の開始前において、あらかじめ想定される事象については可能な限り取引条件を明確化しておくとともに、後日協議して明確化すべき点があれば、その旨を明確にするといった工夫も必要である。

³ 例えば、「買いたたき」とは「同種又は類似の内容の給付に対し通常支払われる対価に比し著しく低い（下請）代金の額を不当に定めること」（下請法第4条第1項第5号）とされ、その該当性の判断にあたっては、単に対価の水準のみならず、「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等対価の決定方法、差別的であるかどうか等の決定内容、通常対価と当該給付に支払われる対価との乖離状況及び当該給付に必要な原材料等の価格動向等を勘案して総合的に判断する」とされている

（「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」平成15年公正取引委員会事務総長通達第18号）が、画一的な基準を示すことは難しく、ケースバイケースの判断とならざるを得ない、とされている。

⁴ 「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」第4の「5 買いたたき」の(2)においては、対価の決定方法の不当性に着目して、買いたたきに該当するおそれのある5つの行為類型が掲げられている。

⁵ 引関係を開始する前段階において、価格交渉の力関係の差から、不本意な契約条件を受け入れざるを得ない場合とは異なる。この両者をきちんと区別することが必要である。

2. 下請法及び独占禁止法上の留意点

～優越的地位にある事業者であれば下請法対象でなくとも要注意

下請法は、対象となる親事業者の義務として、発注書面の交付等の4つの義務及び買ったたきの禁止等の11の禁止行為を規定しており、これらの義務や禁止行為に反する行為は原則として下請法違反となる。

下請法が取引の内容及び資本金・出資金により区分される親事業者・下請事業者間の取引にのみ適用されるのに対し、独占禁止法は、事業者の規模を問わず、事業者が不公正な取引方法を用いることを禁じている。

「優越的地位の濫用」とは、(ア)『優越的地位』(＝自己の取引上の地位が相手方に優越していること)を利用して、その地位を(イ)『濫用』(＝正常な商慣行に照らして不当な行為)することをいう。そのため、どのような者が「優越的地位」に該当し、どのような行為が「濫用行為」に該当するのか否かが問題となる。

(どのような者が「優越的地位」に該当するか)

まず、「取引上優越した地位にある場合」(＝優越的地位)とは、取引の相手方にとって、当該事業者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、当該事業者の要請が自己にとって著しく不利益なものであっても、これを受け入れざるを得ないような場合であるとされている⁶。

また、その判断にあたっては、当該取引先に対する取引依存度、当該取引先の市場における地位、取引先変更の可能性、その他当該取引先と取引することの必要性を示す具体的事実が総合的に考慮されることとされている⁷。

(どのような行為が「濫用行為」に該当するか)

次に、「濫用行為」(＝正常な商慣行に照らして不当な行為)に関しては、下請法が「買ったたきの禁止」等の十一種類の具体的な行為を「禁止行為」として規定している点が参考になる。

優越的地位にある事業者が下請法で禁止されている行為を行った場合には、それが下請法の適用対象とならない場合であっても、「優越的地位の濫用」として独占禁止法上の問題を生じやすい。

⁶ 「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」平成22年11月公正取引委員会

⁷ 同上

優越的地位にある事業者は、取引の相手方が中小企業であれ、大企業であれ、下請法又は独占禁止法上の問題が生じないよう特に注意が必要である。

なお、独占禁止法の一部を改正する法律（平成21年法律第51号）により、優越的地位の濫用の規定は、独占禁止法第2条第9項第5号として法定化され、一定の条件を満たす場合には、課徴金納付命令の対象となった。同規定に該当する優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方は、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年11月30日公正取引委員会）において明らかにされている。

3. 自動車産業において問題視されやすい具体的な行為類型についての整理

本ガイドラインの策定に当たり、経済産業省では、自動車メーカーへのヒアリング、自動車部品メーカー及び素形材メーカー等へのアンケート調査を実施したところ、自動車産業においては、問題視されやすい十一の具体的な行為類型があることが明らかになった。すなわち、①補給品の価格決め、②型保管費用の負担、③配送費用の負担、④原材料価格等の価格転嫁、⑤一方的な原価低減率の提示、⑥自社努力の適正評価、⑦不利な取引条件の押しつけ、⑧取引条件の変更、⑨受領拒否・検収遅延、⑩長期手形の交付・有償支給原材料の早期決済、⑪金型図面及び技術ノウハウ等の流出、である。また、今回の改訂（平成26年1月）にあたり、消費税率の引上げに係る円滑かつ適正な転嫁を確保するため、⑫消費税の転嫁、についても具体的な行為類型に加えることとした。

ここでは、以上のような調査・考察を踏まえ、自動車産業において問題視されやすい十二の具体的な行為類型毎に、（ア）取引当事者間の意見を「関係者の主な意見」として整理し、その相違を明示するとともに、（イ）どういう行為であれば下請法上の問題になるのか（又は、独占禁止法上の問題を生じやすいのか）等を「関連法規等⁸に関する留意点⁹」として明示し、さらに、（ウ）適正取引を推進するための「望ましい取引慣行」について、「具体的なベストプラクティス」と合わせて提示する。

なお、本ガイドラインで取り上げる事例はあくまで例示であり、「関連法規等に関する留意点」で取り上げるような事例が違法であるかどうかは、実際の

⁸ ここで言う「関連法規等」とは、主として下請法及び独占禁止法を念頭に置いている。（一部、不正競争防止法や産業政策上の留意点を提示している部分もある。）

⁹ 以下の「関連法規等に関する留意点」の中で、「下請法の適用対象となる取引を行う場合には・・・下請法違反となるおそれがある」とある部分については、「下請法の適用対象とならない取引を行う場合であっても、取引上優越した地位にある事業者であるときには・・・『優越的地位の濫用』として独占禁止法上の問題を生じやすい」と読み替えることが可能であるので、参考とされたい。

取引内容に即した十分な情報に基づく慎重な判断が必要となる。また、「望ましい取引慣行」や「具体的なベストプラクティス」に示した方法以外であっても、取引企業間で十分な意見交換を行い、双方が共同して、個々の事情に最も適切な対応を決定することが望ましい。さらに、他の関連法令に関するコンプライアンスが確保されていることは当然の前提である。

こうした「関連法規等に関する留意点」「望ましい取引慣行」「具体的なベストプラクティス」は、自動車産業に携わる当事者の取引の現場においても、有効に機能することが期待される。

例えば、受注者側は、往々にして交渉力が弱く、取引条件の交渉の現場においては言いたいことも言えない状況にあると言われているが、本ガイドラインで提示した具体的取引類型ごとの問題点やベストプラクティスをベースに自動車メーカーとの取引条件に関する交渉に臨むことで、こうした現状が改善されるであろうし、また、自動車メーカーなどの発注者側においても、潜在的な問題点を現場レベルで受注側と事前によく協議することで、問題の発生を未然に防止することが可能になる。

当事者間の認識格差を是正するツールとして、関係者が十二の行為類型に応じた真摯な交渉を十分に行うことを期待したい。

(1) 補給品¹⁰の価格決め

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○補給品の価格について、少量生産で手間がかかるにも関わらず、組み付け時と同様の価格で取引を押しつけられる。</p> <p>○金型を作り直した場合でも費用負担をしてくれない。</p> <p>○量産部品の生産量が減少したのか、補給品の生産に切り替わったのか分からずに、量産品の価格のままに納入を続けている。</p> <p>○ガイドラインに取り上げられた結果、取引先が問題意識を持ち、交渉が行えるようになった。</p> <p>○何度も交渉してやっと取引先が見直してくれた(数量変動による割増率の決定など)。</p> <p>○補給品と量産品の区別が明確になっていない。</p> <p>○量産品から補給品に切り替わった時期が不明なため、単価見直しの交渉ができない。</p>	<p><発注側></p> <p>○量産終了後に価格の見直しを実施している。</p> <p>○自動車メーカーとのルールをそのまま適用せざるを得ない場合もある。</p> <p>○発注元が補給品の価格見直しを認めたため、自社の発注においても、量産時と異なる価格を設定できた。</p> <p>○発注先の実態を把握し、価格の見直しについて合意した。</p> <p>○補給品か否かにかかわらず、ロット数を考慮して価格を決めている。また、段取りに時間がかかるものは段取り時間を査定して2～3割増しで購入している。</p> <p>○補給品の価格決めについては、見積依頼時に必ず数量条件を指定している。生産量はその条件を下回った場合には見積を取り直している。</p> <p><受注側></p> <p>○補給品としての価格は、相互で協議の上で決定して</p>	<p>○量産時から補給品としての費用を見込んだ形で価格を設定する方法、量産後に一定の割合を割増しする方法、量産終了時に価格改定を協議する方法がある。</p> <p>○いずれの場合も、生産量が極端に少なくなった場合には協議の上、価格改定を実施している。</p> <p>○一括買い上げや生産打ち切り年限基準など補給部品に関する諸制度を整備しているが、そうした制度を取引先が十分に活用しているとは言い難い。</p> <p>○ガイドライン策定を機に、補給品に関する自社の諸制度を再周知している。</p> <p>○取引先における品番管理等が徹底していない場合がある。</p> <p>○量産終了時の補給品価格は量産契約時に基本的な考え方を提示し、異議がある場合には協議のうえ個別対応している。</p>

¹⁰ 補給品とは、この場合、量産が終了し納品された後に、不足等を理由として、ユーザー産業の求めに応じて再度生産された、当初の量産品と同一の製品のことを言う。

	<p>いる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○量産終了となり生産量が少なくなっても同じ価格が適用される、量産品価格との関係で上限価格を抑えられるなど必ずしも全ての費用が認められてはいない。 ○発注元によっては補給品に関する定義、運用基準、価格への反映項目等が明確になっておらず、明文化されていない場合もある。 ○発注元の量産モデル打切り連絡が明確でない場合やティア 1 経由のビジネスの場合、タイミングが遅れることもある。 ○発注元の運用基準等が異なることから、適正な補給品の原価管理体制が未整備であり、原価が把握できていない。 	
--	--	--

(イ) 関連法規等に関する留意点¹¹

補給品の生産原価は、量産時よりも発注が少量であることが多いため、一般的に量産時の原価より高くなりがちである。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、委託事業者（親事業者）が一方的に量産時と同じ単価（この単価は少量の補給品を製作する場合の通常の対価を大幅に下回るものである。）で、下請事業者に対して少量の補給品を発注すると、下請法第4条第1項第5号の買いたたきに該当するおそれがある。

(想定例)

- ・ 量産打ち切り後に発注数量が少なくなった補給品について、生産コストが量産品を大きく上回る状況となり、委託事業者から新たに見積りの依頼がなかったために下請事業者から単価の値上げを求めたにもかかわらず、委託事業者は、下請事業者と十分に協議することなく、一方的に従来通りの量産段階を前提とした単価を据え置いた。

(ウ) 望ましい取引慣行

量産の終了した補給品の製造委託契約を結ぶ場合には、原材料費及び型製造費等について量産時とは異なる条件を加味しながら、委託事業者と受託事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましい。この場合、量産終了後、速やかに補給品支給期間、価格改定の協議が行えるよう、委託事業者が生産状況を明確に伝えることが重要である。また、こうした望ましい取引を実践するためにも、量産時における当初の契約の際に、補給品支給期間、量産終了後の価格決定方法等について、あらかじめ具体的な内容について合意を取り交わしておくことが望ましい。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<補給品支給の打ち切りをグループ間でルール化している例>

自動車の量産終了後の金型とその補給品について、ユーザー取引先グループとして改善に取り組んでいる。数社をモデルとして、2～3年経って発注がないものは話し合いながら打ち切ることにした。この際、ユーザーとプレスメーカーだけでなく、営業部門も巻き込んで話し合いをしている。

<補給部品の種類を統合し、負担の軽減を図っている例>

自動車メーカーで、色や形状等を共通化する等設計段階から補給部品の種類

¹¹ (脚注9) 参照

を減らせるように工夫している。

<量産品発注時にあらかじめ取り決めをしている例>

補給品支給期間について量産品発注時に明示して価格を決定している。また、補給品については所定の割増し率を加算して設定している。

<量産時終了のタイミングを明確にしている例>

補給部品と量産部品で違う部品番号を付与する、システム上で補給部品と識別できるような追加情報を付加する等、発注時に補給品と分かるように工夫している。

<生産情報を的確に通知している例>

受託事業者が生産状況及び計画を定期的に通知し、受託先が不要な在庫部品を持たないようにしている。量産が終了した場合は速やかに文書で連絡し、補給品としての生産計画及び価格改定の協議を実施している。

<量産終了後に新たな見積依頼書を自動的に送信している例>

モデルチェンジなどで量産が終了すると、発注システムが自動的に新たな見積依頼書をサプライヤーに送信する仕組みになっている。人為的な意思判断が影響しないようにしており、量産部品と補給品を同一価格で取引することはない。

<補給品の共通化活動を進めている例>

仕入れ先からの提案を受けて、一定の基準に合致した補給品を共通化して種類削減を進めている。

<補給品の打ち切りルールなどを改めて再周知した例>

ガイドラインの策定を契機として、改めて補給品に関するルールを記載した文書を取引先に配布し、取引先への説明会で再周知を行った。

(2) 型保管費用の負担

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○取引先から金型の継続保管を長期（10年以上）に要求されるが、保管費用は自社負担となっている。</p> <p>○発注元との型の貸借についてリスト化できていないため交渉が行えない。</p> <p>○型保管廃却のリストを作成し、取引先に配布したところ、廃棄処分が進み、新規の型の保管場所が確保できた</p> <p>○契約時に型保管に関する取り決めが明確になっていない。</p> <p>○顧客に型保管費の話題を出すと、他社は言っていない等と言われる。今後の取引に支障を来すおそれがあるのではないかと思うと、これ以上は言い出しづらい。</p>	<p><発注側></p> <p>○量産終了後、生産量により金型の廃棄を取引先と相談して実施している。</p> <p>○保管費用を払わない場合もある。</p> <p>○製品価格に転嫁している場合もある。</p> <p>○従来は、発注先からの廃止指示のみに基づいて廃却していたが、独自の廃却ルールを作成した。</p> <p>○発注元から打ち切りの了承が得られず、コスト反映もない。</p> <p>○型については、取引先の資産であり、保管費用は販売管理費でまかなうものと考えているが、コスト増で困っているという場合は相談に応じている。</p> <p><受注側></p> <p>○金型は自社保有の財産であるので保管費用は請求していない場合もあれば、コストを製品価格に転嫁している場合もある。</p>	<p>○製品価格の中に、「管理費」として、転嫁している。</p> <p>○明確な金型廃棄基準を設けて、部品メーカーから金型廃棄申請を受け付ける、あるいは、部品メーカーの判断により金型廃棄申請を受け付けている場合がある。</p> <p>○旧型の廃棄に関してきちんとルール化しているが、取引先には誤解や制度が活用されていない実態がある。</p> <p>○自社における管理の徹底など取引先における意識変化も必要。</p>

	<p>○いずれにおいても金型保管期間が年々長期化していることが問題である。</p> <p>○自動車メーカーの基準が明らかになったため、一定期間経過した型については、廃棄することとした。</p> <p>○必要数量を先行生産した上で、型を処分したいと考えているが、発注元から必要数量の提示がなく、処分の上承がなかなか得られない。</p>	
--	--	--

(イ) 関連法規等に関する留意点¹²

型の所有者が委託事業者である場合と受託事業者である場合のいずれの場合にしても、量産後の補給品の支給等に備えて委託事業者が受託事業者に対し、型の保管を要請することがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、委託事業者（親事業者）が長期にわたり使用されない補給品の金型を下請事業者に無償で保管させることは、下請法第4条第2項第3号の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、下請法違反になるおそれがある。

(想定例)

- ・ 量産が終了した後、委託事業者が、自己の一時的な都合で自己の大量の型保管を下請事業者は無償で求めたため、下請事業者が型の保管費用の負担を求めたところ、委託事業者は「他社からはそのような相談はない」、「(発注内容に予めそのような取り決めがないにもかかわらず)製品価格に含まれている」などと言って、費用負担を認めなかった。

¹² (脚注9) 参照

(ウ) 望ましい取引慣行

型の保管は、柔軟な生産体制の構築のためにメリットがある面もある。

委託事業者は、型の所有権が委託事業者・受託事業者のいずれに帰属するかを契約上明確にした上で、必要に応じ、受託事業者と協議の上、型の保管に必要なコストを負担し、製品製造終了から一定期間経過した型は委託事業者が引き取るか、廃棄費用を負担した上で受託事業者に破棄させるような取り決めを、製品発注時点で結ぶことが望ましい。

また、取り決めがない型についても、受託事業者は、製品製造終了から一定期間が経過した型について委託事業者に引取り又は破棄を要請し、委託事業者は型の必要性を十分考慮した上で、引取り又は破棄、若しくは必要なコストを負担した上での継続保管要請を行うことが望ましい。

取引が多段階にわたる場合、サプライチェーンの川上に位置する受託事業者（素形材メーカー等）が直接の取引先である委託事業者に型の引取り又は破棄を要請しても、当該委託事業者はさらにその先のサプライチェーンの川下に位置する委託事業者（自動車メーカー等）から当該製品の製造終了の見通しに関する情報を得られないと、要請に応じて現状を変更することは一般に困難であることから、川下に位置する委託事業者ほど、型の必要性について十分な情報提供及び考慮が必要である。

なお、金型保管・破棄については、関連する業界団体において、独占禁止法上の問題が生じないよう留意しつつ、標準的なモデルを作成することが望ましい。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<金型廃棄の基準を明確にし、適正に廃棄費用を支払っている例>

一定期間使用していない金型は廃棄申請を行うという取り決めになっており、委託企業の承認を得てから廃棄費用を受領し、廃棄している。

<金型廃棄の手続を定めて運用している例>

金型廃棄については、ルール（車両生産打ち切り後〇年の時点で、受注が過去〇年間に〇個の部品等）を明確にしており、取引先からそれらの基準をもとに金型の廃棄申請書を提出してもらい検討している。

<定期的な型廃棄の見直しを行っている例>

委託企業側が部品の種類ごとに期間を定め、定期的に型廃棄の見直しを行っている。

<金型廃棄のルール周知状況を確認している例>

自社の金型廃棄のルールが取引先にどの程度周知されているかを調査し、改めて取引先にそうしたルールの周知徹底を行っている。

<発注元主導で型の廃棄通知等を行っている例>

取引先からの申請を得て廃棄する制度に加えて、部品番号を簡素化するとともに、発注側から「この型を廃棄してもよい」との通知も行うこととした。

(3) 配送費用の負担

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○ジャストインタイム生産方式による納品の小口化や遠隔地への納品に際して、配送コストの増加を認めてもらえない。</p>	<p><発注側></p> <p>○取引先と協議の上で、取引条件の中で決定することが基本である。そもそも多回配送や遠隔地への納入を要求していない場合が大半である。</p> <p>○取引先に負担をかけないようにミルクラン方式を導入している場合もある。</p> <p><受注側></p> <p>○取引契約で定めている。</p> <p>○ジャストインタイム生産方式に対応するため、コスト増を自社で負担する場合もある。</p> <p>○製品価格の何%分を管理費という一般的な項目とし、その項目に配送コストも含めて計上されるため、配送コストの上昇分をすべて認めてもらえない場合がある。</p>	<p>○取引契約条件の中で配送方法も含め定めている。</p> <p>○部品メーカーへの負担を軽減するためにミルクラン方式による配送方法や集配センターの設置を行っている場合もある。</p> <p>○そもそも配送費用を明確に示さない取引先もあり、費用査定ができない場合がある。</p>

(イ) 関連法規等に関する留意点¹³

委託事業者のジャストインタイム生産方式の導入に伴い、従来は一回で納入させていた製品を複数回に分けて納品させるため、受託事業者にとって製品の運賃負担が増す場合がある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように取引条件が変更されても、委託事業者（親事業者）が一方的に従来と同様の下請代金で納入させることとしたときは、下請法第4条第1項第5号の買ったたきに該当するおそれがある。分割納品時の運賃負担についても、コスト計算等に基づいて、下請事業者と親事業者が十分な協議を行って決定する必要がある。

(ウ) 望ましい取引慣行

委託代金に含まれる製品の運送経費について、1回の発送量や運搬形態などの条件を加味しながら委託事業者・受託事業者が十分に協議を行い、合理的な経費を設定することが我が国製造業の競争力の観点から見て望ましい。

(エ) 具体的なベストプラクティス

< 契約書に明確に配送方法を明記した例 >

輸送料率の決定に際しては、見積もりの前提条件として、発着地・納入頻度（回数）等を明確に提示して見積もりを取得し、その内容を精査した上で、合意の上で料率を決定している。

< 配送方法の変更に伴い新規に費用を見直した例 >

生産移管により納入場所が変更された場合には、新規の運賃について改めて見積もりを出させ、協議の上で価格に合意している。

< 委託事業者が巡回集荷を実施した例 >

納品頻度アップの要請で運送費が負担になった際に、ユーザーが巡回集荷に切り替え、輸送費を負担してもらえるようになった。ユーザーも物流効率化によるメリットが得られ、素形材企業も輸送費アップによる損益圧迫がなくなった。

¹³（脚注9）参照

(4) 原材料価格、エネルギーコスト等の価格転嫁

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○原材料等の価格が上昇しても転嫁を認めてもらえない。</p> <p>○転嫁されても十分ではない場合やタイムラグによる損失がある。</p> <p>○業界団体が作成した要請文に基づく説明と価格推移表を提示し、改善につながった。</p> <p>○要請3点セット（取引ガイドライン、協会要請文書、材料費の推移表など）を持参して取引先を納得させる交渉を行うことが重要である。</p> <p>○原価を割り、生産が継続できないことを主張した。</p> <p>○一部、根拠不十分とのことで、価格転嫁できないことがある。</p> <p>○原材料価格はスライド制を採用しているが、副資材や燃料費には採用されず、自社努力で吸収している。</p> <p>○燃料費（ガス・電力・灯油）高騰によるコスト増を単価に反映できない</p> <p>○原材料を自社調達しているが、市況価格が上昇し、集中購買価格（支給材価</p>	<p><発注側></p> <p>○スライド方式等で製品価格に転嫁している。</p> <p>○自動車メーカーに認められた分しか、取引先に転嫁を認めていない場合もある。</p> <p>○安定的かつ効率的な供給を行うため、集中購買方式による材料支給を行っている場合もある。</p> <p>○仕入れ先との話し合いの機会を増やし、建値スライド方式により価格への転嫁を認めたり、材料支給も実施したりしている。</p> <p>○メーカーからの価格転嫁の決定回答が遅いため、仕入れ先との価格に反映できない。</p> <p><受注側></p> <p>○転嫁は認めてもらえるが必ずしも十分でない。</p> <p>○スライド方式を認めてもらえるが、タイムラグにより損失が大きい。</p> <p>○転嫁を認めてもらっても原価低減と総裁され、実質的な価格上昇にならない場合もある。</p> <p>○発注元と交渉を行い、建値スライド方式で価格改定した。</p>	<p>○3ヶ月～6ヶ月ごとの価格改定やスライド方式などにより、原材料等の上昇を認めている（このため、タイムラグが生じていることは事実）。</p> <p>○主要材料については、集中購買方式による材料支給を行っている場合も多いが、取引先がこれを断る場合もある。</p> <p>○昨今の原材料価格高騰の状況を踏まえ、価格連動制の対象となる材料を増やしたり、有償支給材の対象会社も増やしたりするなどの対応を行っている。</p> <p>○電気炉をつかって溶解する鑄造業のような業界は、電力コストの影響が大きいいため、要請に応じて値上げを実施した。</p> <p>○輸入原材料の輸送運賃の上昇を理由にサプライヤーから値上げを要請されたことがあり、当社もそれに応じた。妥当性のある要請であれば値上げを認める方針であり、電気やガス料金もその例外ではない。</p>

<p>格) が逆に下がっている状況でも、自動車メーカーの価格査定においては、あくまで集中購買価格が適用される。</p>	<p>○発注元からの価格改定の回答が遅く、改定が認められないことも多いので、仕入れ先にも価格改定を実施できない。</p> <p>○市況値上げを要求しても、合理化要求に回答していないからと拒否されたことがある。</p>	
---	--	--

(イ) 関連法規等に関する留意点¹⁴

原材料価格、エネルギーコスト（燃料費、電気料金）等の値上りや、環境保護等のための規制強化に伴うコスト増が委託事業者認められず、一方的に従来の価格での納入を求められることがある。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように、委託事業者（親事業者）が受託事業者（下請事業者）に対して一方的に従来の価格での納入を要求した場合、下請法第4条第1項第5号の買ったときに該当するおそれがある。そのため、取引価格については、コスト計算等に基づき、下請事業者と親事業者が十分な協議を行って決定する必要がある。

(想定例)

- ・ 下請事業者は、電気・ガス料金の上昇が企業努力で吸収できる範囲を超えたため、エネルギーコストの上昇分を単価に反映させたいと委託事業者に求めたにもかかわらず、委託事業者は、下請事業者と十分に協議することなく、一方的に従来通りの単価に据え置いた。
- ・ 原材料費が高騰している状況において、集中購買に参加できない下請事業者は従来の製品単価のままでは対応できないとして、自社で調達した材料費の増加分を製品単価へ反映するよう委託事業者に求めたにもかかわらず、委託事業者は、下請事業者と十分に協議することなく、材料費の価格変動は大手自動車メーカーの支給材価格（集中購買価格）の変動と同じ動きにするという条件を一方的に押し付け、価格を据え置いた。

¹⁴ (脚注9参照)

資本金等の額¹⁵が3億円以下である事業者（特定供給事業者）からの商品の供給に関して、特定供給事業者から継続して商品の供給を受ける法人事業者（特定事業者）は、対価の額を通常支払われる対価に比して低く定めることにより、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3条第1号後段（買ったたき）¹⁶に該当し、問題となる。

（想定例）

- ・ 消費税率の引上げに際し、原材料費が高騰している状況において、特定供給事業者は従来の製品単価のままでは対応できないとして、集中購買に参加できないために自社で調達した材料費の増加分を製品単価へ反映するよう特定事業者に求めたにもかかわらず、特定事業者は、材料費の価格変動は大手自動車メーカーの支給材価格（集中購買価格）の変動と同じ動きにするとする条件を示し、特定供給事業者が実際に調達した材料費に比べて支給材価格が低いことを理由にして材料費を低く見積り、通常支払われる価格と比べて低い価格に設定した。

（ウ）望ましい取引慣習

原材料価格、エネルギーコスト（燃料費、電気料金）等の値上がりや、環境保護等のための規制の強化に伴うコスト増に対応するため、今後の経費動向などを踏まえた明確な算出根拠に基づいて、委託事業者・受託事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、あらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。

経費を負担する主体を明確にすることによって、コスト管理能力の向上に資し、また原材料価格、エネルギーコスト等の高騰の影響を最小限に抑えようとする両事業者の工夫を引き出す可能性があることに留意すべきである。

¹⁵ 資本金の額又は出資の総額

¹⁶ 買ったたきとならない合理的な理由がある場合としては、例えば、次のような場合が該当する。

ア 原材料価格等が客観的に見て下落しており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該原材料価格等の下落を対価に反映させる場合

イ 特定事業者からの大量発注、特定事業者と特定供給事業者による商品の共同配送、原材料の共同購入等により、特定供給事業者にも客観的にコスト削減効果が生じており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該コスト削減効果を対価に反映させる場合

ウ 消費税転嫁対策特別措置法の施行日前から、既に当事者間の自由な価格交渉の結果、原材料の市況を客観的に反映させる方法で対価を定めている場合

なお、「自由な価格交渉の結果」とは、当事者の実質的な意思が合致していることであって、特定供給事業者との十分な協議の上に、当該特定供給事業者が納得して合意しているという趣旨である。

（出典：「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）P7）

また、合意がない事項については、外的要因によるコスト増加が経営努力の範囲内で対応可能なものであるかについて慎重な検討を行い、経営努力の範囲を超えるものについては、適切な転嫁がなされるよう委託事業者・受託事業者が十分に協議を行うことが望ましい。

なお、十分な相互協議が行われていない場合もあるとの声も根強いことから、サプライチェーン内で一部の企業にしわ寄せが生じることのないよう、適正な価格転嫁が行えるよう十分な協議に努めるべきである。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<原材料の高騰を価格に適切に反映させた例>

昨今の原材料高騰を受け、従来は半年に一度価格会議を行っていたが、現在は一定の範囲以上の変動があった場合には四半期に一度価格提示の機会が持てるよう話し合いの上変更した。

<原材料コストが適正に反映される例>

原材料については建値スライド制をとっており、毎月値決めをしている。

<原価コストが適正に反映される例>

海外ユーザーとの取引では原材料の価格スライド制を採用しているが、LME（国際マーケット＝ロンドン相場）にプラスアルファした価格が基準として定められている。

<原材料費の評価を適正に行っている例>

鑄造した製品に機械加工を施しているため、製品に必要な原材料は製品の重量よりも重い。このため使用する原材料の量をベースに委託事業者と原材料の価格協議を行った。

<原材料費の管理を行いやすいような工夫を行っている例>

見積書の中で材料費などの構成が分かりやすい様式とするとともに、取引先が材料費を入力できるような受発注システムとなっているため、取引先と材料費について共通認識を持てるようにしている。

<合理的な根拠を持って発注側と交渉を行っている例>

ガイドライン、業界で策定した要望書、原材料価格の推移表の3点セットを持参して、合理的な根拠を示しながら発注側を納得させるよう価格交渉を行っている。

<合理的な根拠を持って発注側と交渉を行っている例>

部品価格の値決めの際、何の材料をどれくらい使っているか、という「材料情報」を登録するシステムをつくり、原材料価格の変動があった場合は、重量に変動幅をかけるなどして、客観性のあるデータに基づいて打ち合わせをしている。

<サーチャージ制を導入している例>

原材料価格を事前の情報共有により定めた一定の基準で販売単価に転嫁できるシステム（サーチャージ制）を導入し、変動の激しい原材料価格を自動的に単価へ反映できるようにした。

<原材料価格の変動を適切に価格転嫁している例>

原材料の市況価格が高騰している場合には、集中購買価格（自動車メーカーが集中購買した支給材の価格）に関わらず、市況価格に応じて部品価格の査定をした。

<燃料費の上昇を価格に反映している例>

燃料費について、燃料サーチャージ制の体系をつくり、定期的に価格を改定する仕組みを取り入れている。

(5) 一方的な原価低減率の提示

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<ul style="list-style-type: none"> ○定期的に原価低減を要求される。 ○書面による一方的な要求がなくなり、協議による要請となった。 ○自助努力を取引先へアピールしたことによって原価低減圧力が弱まった。 ○同業他社も同様な訴えをしたことが発注側の対応の改善に繋がった。 ○何度も何度も担当者と現状について話し合い、解決した。 ○長年の習慣になっており、かつ顧客販売価格への転嫁も難しい。 ○新規取引時で原価ギリギリでないと発注がとれないのに、毎年約5%の原価低減要請がくる。 ○原価低減率は、現状の原価や技術力を加味されない。 ○コスト低減要求が購買部門の「経営目標化」しており、ものづくりとコストの成り立ちを知らない担当者が目標価格を設定し、一方的に原価低減を要求する。 ○リーマン・ショック時には「非常事態なので協力を」と言われたが、その後、大幅な利益確保が出来たにもかかわらずリーマン・シ 	<p data-bbox="616 331 756 365"><発注側></p> <ul style="list-style-type: none"> ○原価低減目標を提示しているが、最終的には取引先と協議の上で決定している。 ○その際には、一方的な押しつけにならないように取引先への改善提案も行っている。 ○発注元の原価低減要求を自社だけでは吸収できない。 ○取引先と共同で改善活動を実施し、双方の実情を理解した対応をするようにした。 <p data-bbox="616 1149 756 1182"><受注側></p> <ul style="list-style-type: none"> ○原価低減目標は提示されるが、双方で協議の上、決定している。 ○長期的な原価低減目標を提示される場合もある。 ○コンペで下がった価格を既に納入中の製品にまで波及させることを要求されることがある。 ○コストダウンは当たり前という考えがあり、できないのは「やる気がない」「カイゼンが行われていない」と批判されてしまう。 ○発注側の原価低減「目標」は基本的には両者の折衝を経て決められるが、状況 	<ul style="list-style-type: none"> ○原価低減目標の提示は行っているが、最終的には取引先と協議の上で決定している。 ○「目標」としての原価低減目標は提示しているが、実際の価格は協議の上で決定しており、一方的に決めていることはない。 ○様々な協業活動を行って取引先と一体となって双方向的に原価低減を進めている。

<p>ショック前の取引状況に戻さない。</p>	<p>によっては、提示された水準に同意せざるを得ないことがある。</p> <p>○加工工程等を見直し原価低減を行ったにもかかわらず、単に価格を下げただけと言われ、その努力を適正に評価してもらえない場合がある。</p> <p>○発注側と言うべきことを言い合い、協働活動を推進していくことが必要である。</p>	
-------------------------	---	--

(イ) 関連法規等に関する留意点¹⁷

委託事業者が自社の予算単価・価格のみを基準として、受託事業者にその単価・価格での納入を要求することがある。

また、いわゆるリーマン・ショックのような不況時や大幅な為替変動時に協力依頼と称して大幅な原価低減を要求することがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、委託事業者（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は、下請法第4条第1項第5号の買いたたきに該当するおそれがある。

また、発注後に親事業者が予算単価・価格に基づき一方的に代金を減額することは、下請事業者に責任がないのに下請代金を減額することを禁止した下請法第4条第1項第3号の代金減額に該当し、下請法違反となる。

(想定例)

- ・ 「〇年後までに製品コスト〇%減」という自動車メーカーとの協議を経て定めた自己の目標を循に、委託事業者である一次部材メーカーは半年毎に加工費の〇%の原価低減を要求し、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方的に下請代金の額を定めた。

¹⁷ (脚注9) 参照

- ・ 委託事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、品質が異なるにもかかわらず海外製品の安価な価格だけを引き合いに出して、リーマン・ショック前の取引価格を大幅に引き下げ、通常支払われる単価よりも低い価格に一方向的に定めた。
- ・ 下請事業者は、リーマン・ショック時に、景気が回復したら戻すという一時的なものであるとの約束で委託事業者からの〇%に及ぶ原価低減の協力要請を納得して受け入れた。その後、景気の回復及び円高の是正があったところ、下請事業者から、価格を元の水準に戻すよう求めたにもかかわらず、委託事業者は、下請事業者と十分な協議をすることなく、一方向的に価格を据え置いた。

資本金等の額¹⁸が3億円以下である事業者（特定供給事業者）からの商品の供給に関して、特定供給事業者から継続して商品の供給を受ける法人事業者（特定事業者）は、対価の額を通常支払われる対価に比して低く定めることにより、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3条第1号後段（買ったとき）¹⁹に該当し、問題となる。

（想定例）

- ・ 消費税率の引上げに際して、特定事業者は、製品又は部品毎の原価構成の差異等の事情を考慮することなく、特定供給事業者に対して、複数の製品又は部品を一律に一定比率で原価低減することを要請し、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い価格に引き下げた。
- ・ 消費税率の引上げに際して、特定事業者は、材料費や電気料金の低減等の状況の変化がない中で、特定供給事業者に対して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い価格に引き下げた。

なお、サプライチェーン内で一部の企業にしわ寄せが生じることのないよう、十分な相互協議が行われるべきであることは言うまでもない。

¹⁸（脚注15）参照

¹⁹（脚注16）参照

(ウ) 望ましい取引慣行

製品の単価・委託代金について、品質や返品への対応などの条件を加味しながら委託事業者・受託事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましい。品質に応じた対価が保証されることによって、発注先企業に対し、より高付加価値製品開発のインセンティブを与え、ひいては最終製品の品質向上に資するからである。

また、外的要因等によるコスト増加については、それが経営努力の範囲内で対応可能なものであるかについて慎重な検討を行い、経営努力の範囲を超えるものについては、適切な転嫁がなされるよう委託事業者・受託事業者が十分に協議を行うことが望ましい。

さらに、委託事業者においては、社内の技術担当及び調達担当の連携を密にし、製品価格設定の根拠となる見積書が予定する仕様や発注量を真に反映したものであることを確認した上で、社内の予算承認を得ることが重要である。

なお、仮に、十分な協議の結果として一定期間後に元の取引条件に戻すことを前提に受託事業者が一時的に価格引下げに応じた場合、委託事業者はその合意に基づき取引条件を然るべきタイミングで元に戻すべきことは言うまでもない。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<コスト削減に向けたデータ開示により、適切な価格を実現した例>

コストダウン要請があった際、熱源・生産工程改善などの自助努力とともに、受注量の増加がコストダウンに寄与すると試算し、ユーザーに発注量の引上げを要請した。自社で対応できる範囲を確定し、それ以上の単価引き下げは新規設備投資を抑制するとの説明をユーザーに示し、提示した試算に基づいてコストダウンを行った。

<発注元との協働作業により原価低減を実現し、コスト減の成果をシェアしている例>

発注元の調達担当者が調達方法の見直し、新規仕入れ先の開拓を行い、生産技術担当は新工法開発や型費低減の具体的な提案をし、設計担当は低コスト設計を提案。こうした活動により原価を低減させ、コスト減少の成果を委託事業者とサプライヤーがシェアしている。

<社内で原価低減プロジェクトチームを設置している例>

社内に調達、開発、生産技術、品質管理の担当者からなる原価低減のための特別チームを組織し、部品ごとに原価低減の具体的な提案を行っている。また、必要に応じて、取引先の生産現場に入り、工程改善活動の指導を行っている。

いる。

<コストダウンの「原資」発掘を同時に進めている例>

単に、コストダウンの率/額を提示するのではなく、コスト削減のベンチマーク活用や工程改善活動などによって「原資発掘」を行い、コストダウンの成果に繋げている。

<一律の値下げは行わないよう指導を行っている例>

原価低減は、品番毎にコスト削減のポテンシャルを評価して合理的な根拠に基づいて交渉し、一律の値下げは行わないよう購買関係者を指導している。

<取引先とのワークショップなどを行っている例>

社内でコスト削減のクロスファンクション・チームを編成し、取引先と協業ワークショップを開催し、各種のコスト低減のアイデアを出し合うとともに、その評価も協業で行い、実現させる取組を行っている。

<根拠を明確にした原価低減の取組例>

根拠のない値下げではなく、コストの中味や課題を明確にし、課題解決を図ることで、仕入先と WIN-WIN の関係を構築するため、定期的な価格改定要請を取り止めた。

(6) 自社努力の適正評価

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<ul style="list-style-type: none"> ○重量取引が依然として存在する。 ○軽量化実現のため、高度な技術を導入したにもかかわらず、製品価格に転嫁されない。 ○工程の原価構成で見積を提出しても、最終的には重量で評価されてしまう。 ○自社努力によるコストダウンを図っても逆にコストダウン分の単価引き下げを求められる。 ○前処理、後加工といった付随的な工程のコストが反映されない。 	<ul style="list-style-type: none"> <発注側> ○重量取引はしていない。 ○技術、品質、競争力を評価して価格を決定している。 <受注側> ○技術力、品質、競争力を評価して価格を決定している。 ○開発に要した費用に比べて必ずしも満足が行く評価がなされない場合や算定根拠として重量に基づく指標を提示される場合がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○価格決定や改定時に、原材料費と技術力や品質、競争力を考慮して、双方協議の上で価格を決定している。 ○原価構成が開示されない場合は、価格の目安として重量による指標を提示する場合もある。

(イ) 関連法規等に関する留意点

鋳造品や鍛造品の取引において、取引単価を重量に応じて決定する「重量取引」がなされることがある。取引単価が重量によって決定されると、例えば、強度を維持しつつ製品重量を軽減しようと工夫すると取引単価が下がってしまう。また、後工程での加工を不要にするために複雑形状の鋳造品を開発しても、重量が同一の場合、単純形状の鋳造品と取引単価が変わらないことになる。

取引単価を重量に応じて決める方法や高度技術の導入にもかかわらず適正な評価をされないことは、企業の研究開発意欲を阻害する。このため、技術、品質、競争力などから総合的に正当に評価し、研究開発意欲を阻害しない取引慣行を形成することが必要である。

(ウ) 望ましい取引慣行

製品の単価・委託代金について、品質や返品への対応などの条件を加味しながら委託事業者と受託事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定する

ことが望ましい。品質に応じた対価が保証されることによって、発注先企業に対し、より高付加価値製品開発のインセンティブを与え、ひいては最終製品の品質向上に資するからである。

また、受注事業者が、発注者のニーズに応じ、製品の軽量化を図り、また複雑形状に対応する等の新技術の開発・応用を行った場合に、必要な工数・コストの増加、技術的難易度等を発注企業に説明し、受注事業者と発注事業者が協議の上それらの要素を加味して製品単価を設定することが望ましい。受託事業者に対し技術開発・応用のインセンティブを与え、より発展的な製品開発、ひいては最終製品の品質向上・コスト低減に資するからである。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<ユーザーが技術の理解に基づいて価格交渉をしている例>

ユーザーが価格交渉の内容を理解できない状況を改善するため、ユーザーから人員を数名受け入れ、数ヶ月研修して、鍛造をよく理解してもらうようにしている。また、ユーザーの開発・設計段階で何が求められているか把握し、それに迅速に対応できるよう、自主的に鍛造メーカーの技術人員も数名ユーザーに派遣しており、よい効果が出ている。

<技術的難易度の要素が価格に適切に反映された例>

重量取引の傾向があるが、自社の営業部員に熱処理技能検定を取得した技術営業ができる人員を配備し、重量取引単価では見合わない技術的に高度なもの、トラブルが発生しそうなものについては、いったん見積りした価格ではなく、上乘せした価格で見積りが出し直せるよう取り決めを行っている。よく話し合いを行って、再見積りが承認されるケースもある。

(7) 不利な取引条件の押しつけ

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○海外では品質基準が低くても大丈夫であるが、同じ製品なのに国内では厳しい品質基準を求められる。しかし、国内で海外と同じ単価を求められる場合がある。</p> <p>○取引契約時に、補償条項を押しつけられるなど不利な契約を締結させられる。</p>	<p><発注側></p> <p>○技術力、品質、競争力を総合的に評価し、双方協議の上で価格を決定している。補償条項についても取引条件の一つであり、一方的に押しつけるのではなく、双方で協議の上、決定している。</p> <p><受注側></p> <p>○納入先の実情に応じて技術力、品質、競争力を評価し、双方で協議の上で価格を決定している。</p> <p>○海外での取引価格を引き合いに、取引価格を求められることはあるが、最終的には双方で協議の上、決定している。</p> <p>○品質保証問題が生じた場合等は、双方で協議の上で負担割合を決定している。製品価格以上の負担を要求される場合もある。</p>	<p>○海外と国内の品質基準は必ずしも同じでない場合があるが、技術力、品質、コスト等を勘案し、総合的に判断し、双方で協議の上、価格を決定している。</p> <p>○リコールなどが生じた場合には、取引契約に基づいて、双方で協議し、負担割合を決定している</p>

(イ) 関連法規等に関する留意点²⁰

海外での安い製品価格を基準にして、委託事業者が自社の予算単価を一方的に設定し、受託事業者に価格改定を求めてくる場合がある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、委託事業者（親事業者）の予算単価のみを基準として、一方的に代金の額を定めることは、下請法第4条第1項第5号の買ったたきに該当し、下請法違反となるおそれがある。

また、委託事業者が支給した部品・原材料の不具合、委託事業者が行った設計の不備等自己に責任があるにもかかわらず、最終ユーザーからクレームがあった際、委託事業者が費用の全額を負担することなく、下請事業者に最終ユーザーに対する損害賠償を含むクレーム対応を無償で行わせることは、下請法第4条第2項第3号の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、下請法違反となるおそれがある。

(ウ) 望ましい取引慣行

品質要求に関しては、委託先事業者が合理的な説明を十分行うことが必要であり、また、それに必要なコストは当然、製品価格に反映させる必要がある。特に海外と国内とで品質要求を別にする場合は、その生産拠点におけるコストを十分に考慮し、技術力、品質、人員派遣を含む役務の提供、コスト等から総合的に判断すべきである。

また、補償に関しては、あらかじめ責任分担の基準を明確にしておくことが必要であるが、補償問題が生じた場合には、双方が明確な根拠を持ち寄り、協議を行うことが重要である。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<補償に関するガイドラインを作成し協議している例>

補償の責任分担の取り決めに関しては、基本契約に明記することとしており、十分な協議を行うこととしているが、補償についてのガイドラインを社内で作成し、書面であらかじめ提示して、責任分担を協議している。

<不良品の算定が適正である例>

不良品が不可避免的に発生し、およそ切削してみないと加工の成否が分からないような物について委託事業者が原価計算積み上げの時点で不良率を加味しており、不良率の設定は何パーセントか、そのうちの素材不良は何パーセントかを確認し、その範囲の不良発生費用は還元してもらい、材料も戻して

²⁰ (脚注9) 参照

もらっている。

<海外の非対称性を解消した例>

海外工場への出荷が多く、情報が入手しづらいため、委託事業者の国内本社の調達部門と頻繁に品質・生産数量計画を含めた情報交換会議を行っている。

(8) 取引条件の変更

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<ul style="list-style-type: none"> ○見積作成時に提示された納入数量等が減少しても価格の改定がされず、実質的なコスト増になってしまっている。 ○品質改善による工程変更でのコスト増があっても当初契約締結通りの価格での納入を求められる。 ○見積書を提出しているにもかかわらず、生産準備終了後に価格交渉が行われる。 ○金型費用が製品価格に含まれた形で支払われているが、納入数量の減少や生産打切りにより、金型費用の回収ができない場合がある。 ○増産となったとき必要になった新しい金型の費用が認められなかった場合がある。 	<p><発注側></p> <ul style="list-style-type: none"> ○取引条件の変更が生じた場合は、双方協議の上、価格見直しを実施している。また、定期的に価格見直しを実施しており、適切に価格に反映させている。 <p><受注側></p> <ul style="list-style-type: none"> ○当初の予定数量が減少した場合でも、当初取引通りの価格での取引を求められ、価格改定を認めてくれない。 	<ul style="list-style-type: none"> ○取引契約時の前提条件を変更した場合は、取引先からの要請に応じて価格改定を実施している。 ○最近では新車効果の短期間化や多品種少量化の傾向化があり、生産計画とのずれが大きくなる傾向にあることは事実である。

(イ) 関連法規等に関する留意点²¹

委託事業者が一定の数量を生産することを前提として受託事業者に製品単価の見積りをさせながら、実際には見積時より少ない発注量にもかかわらず、一方的に見積時の単価で発注を行うことがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように、委託事業者（親

²¹ (脚注9) 参照

事業者)が大量生産を前提とした見積時の予定単価(この単価は少量生産する場合の通常の対価を大幅に下回るものである。)に基づき一方的に下請代金の額を定め、実際には見積時よりも少ない量を発注することは、下請法第4条第1項第5号の買ったときに該当するおそれがある。実際の発注時に生産量の変化が生じた場合は、実際の生産量に基づいたコスト計算等により、委託事業者と受託事業者が十分な協議を行って決定する必要がある。

また、委託事業者が、一定の数量の製品を発注しておきながら、生産計画の変更等により、当初予定数量に満たない数量で一方的に発注を中断することがある。この場合、例えば受託事業者が製品製造のために型を調達し、その費用を製品単価に上乗せ計上していると、発注数量に満たない発注では、金型費用が回収できなくなる。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、委託事業者(親事業者)が、必要な費用を負担することなく、発注時に決定した数量を下回る納品数量で発注を中断した場合、下請法第4条第2項第4号の不当な給付内容の変更に該当するおそれがあるので留意が必要である。

同時に、発注が中断され、親事業者が下請事業者に対し発注に定めた下請代金を下回る代金しか支払わなかった場合、下請法第4条第1項第3号の代金減額に該当し、下請法違反となるおそれがある。

なお、親事業者が下請事業者に対し型の製造を委託し、これを受領した場合には、型についても受領後60日以内において、かつ、できるだけ短い期間内に定めなければならない支払期日に下請代金を全額支払う必要があり、この支払期日を超えた日に型代金を部品代金に上乗せして分割して支払うことは支払遅延に該当する。

(ウ) 望ましい取引慣行

○見積時の条件変化による価格の見直し

見積りにおける納入見込み数が発注時に大幅に減少するなど、製品単価が変動する状況が発生した場合は、委託事業者・受託事業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を再設定することが望ましい。製品の生産数量が変動すれば、必要となるコストも変動するため、当該製品の製造単価が変動することは合理的である。

○予定数量に満たない数量での生産中止

市場環境の変化に伴う生産計画の変更等により、当初予定数量に満たない数量で発注を中断せざるをえなくなった場合には、受託事業者が生産準備に必要とした費用を委託事業者が負担することが望ましい。この際、費用には設備投資や原材料調達コスト、資金調達コスト等が含まれ、これらを委託事業者と受託事業者が十分協議の上、受託事業者に負担がかからないように委託事業者の負

担を決定することが望ましい。

○金型代金の支払い

金型代金の支払いについて、型等の当該製品の生産のためだけに製造・購入されるような設備等にかかる費用に関しては、製品単価に上乗せする支払形態ではなく、当該設備等にかかる費用を別途全額支払うようにすることが望ましい。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<製造に必要な資金が支給されている例>

委託事業者が金型を買い取る場合、受託事業者は、金型製造時の資金負担を軽減するために、金型代の一部を前払いで受領している。

<適正な見積額を算出している例>

材料費、工数の実績値、生産予定数等を入力すると見積単価が算出できるシステムを導入し、生産予定数量の変動に伴う、製品価格の再見積を迅速に行えるようにしている。

(9) 受領拒否・検収遅延

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○検収基準が事前通知なしに変更され、既に生産した製品について納入拒否をされた。</p> <p>○発注書に指定されて期日に納品しようとしたら担当者不在を理由に納品拒否をされた。</p> <p>○ジャストインタイム方式対応のため、分割納入しているが、分割検収を行ってもらえず、実質的な支払い期間が長期となる。</p>	<p><発注側></p> <p>○品質基準等の検収基準が変更された場合は、速やかに取引先に連絡しており、事前の連絡なしに納入拒否することはない。</p> <p><受注側></p> <p>○品質基準等の検収基準が変更された場合は、速やかに連絡を受けている。</p> <p>○また、取引先にも速やかに情報を展開するとともに、取引先への周知も依頼している。</p>	<p>○品質基準等の変更があった場合は速やかに取引先に連絡するとともに、二次取引先への周知徹底を依頼している。</p>

(イ) 関連法規等に関する留意点²²

○受領拒否

ある製品の発注を受け、委託事業者に当該製品を納入しようとしたところ、例えば「急遽担当者が休暇を取ってしまい、受領できない」などとして受託事業者が納入拒否にあうことがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように、委託事業者（親事業者）が受託事業者（下請事業者）に対して委託した給付の目的物について、指定された納期に下請事業者が納入してきた場合、下請事業者には責任がないのに親事業者が受領を拒むと、下請法第4条第1項第1号の受領拒否に該当し、下請法違反となるので留意が必要である。

○検収遅延（支払遅延）

鋳造・鍛造・金属プレス等に必要となる金型・木型・その他の型（以下、「型」という。）を検収する際には技術的な判断が難しく、何度もやり直しを行うこと

²²（脚注9）参照

がある。また、技術的観点から金型の試験中であるとしながら、実際には既に金型を使った製品製造を行っている例もある。この際、検収が終了していないとして、委託事業者が代金を支払わない場合がある。

また、素形材製品を納める場合においても、製品検収が終了していないことを理由として、委託事業者が代金を支払わない例がある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、下請法第4条第1項第2号の規定により、委託事業者（親事業者）は、検収が終わるか否かを問わず、金型を受領した日から起算して60日以内において、かつ、できるだけ短い期間内に定めなければならない支払期日に下請代金を全額支払わないと下請法違反となるので留意が必要である。

また、検収の結果、無償で下請事業者にやり直しを求める場合においては、納品されたものがいわゆる「三条書面」に記載された給付の内容（仕様等）を満たさず、その原因が下請事業者の責めに帰すべきものであることが必要である。三条書面に記載された給付の内容が明確でない場合に、必要な追加費用を親事業者が負担することなくやり直しをさせると、下請法第4条第2項第4号にいう不当なやり直しに該当し、下請法違反となるおそれがあるので、この点にも留意が必要である。

さらに、親事業者が、必要な追加費用を親事業者が負担することなく、給付の受領以前に発注内容の変更（設計変更等）を行った場合もやり直しの考え方と同様である。

なお、下請法で認められているやり直し又は給付内容の変更については、下請事業者の責めに帰すべき理由がある場合であって、かつ、通常の検査で直ちに発見できない瑕疵があるときには、原則として1年以内に限ってやり直させることが認められているが、1年を超えた後にやり直させると下請法違反となるので注意が必要である。

（ウ）望ましい取引慣行

○受領拒否

製品の納入日について、委託事業者と受託事業者が日程について十分な協議を行い、確実に納入できる日を書面で定め、親事業者が製品を受領できる態勢を確保することが望ましい。検収と併せて日程を管理することで、生産管理の効率化に資するからである。

○検収遅延

技術的に難しい成果物の検収を、効率よく、また下請法に違反しない形で終わらせるには、まず、発注時の仕様と検収基準を明確にすることが望ましい。また、あらかじめ検収に必要な期間を明確に定め、その期間内に検収を終了させるようにすることが望ましい。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<迅速な検収のためのマニュアル作成、限度見本の管理を行っている例>

迅速な検収を行うとともに、担当者による検収のばらつきをなくすために、社内で検収マニュアルや限度見本を作成するとともに、社内教育を徹底して行っている。さらに限度見本等は汚れや傷により変化が生じないように管理をきちんと行っている。

<会計システムでの工夫をしている例>

支払い遅延が生じないように、会計システム上でアラーム機能を付してうっかりミスのないように運用している。

また、検収や受領期日は、一度入力したら管理者以外が変更できないように不正な修正ができないようにするとともに、下請企業の区分や金型取引などの注意項目を入力することにより法令遵守の徹底を図っている。

<検収基準の作成について共同で行っている例>

受託先企業での受入れ検収基準や限度見本の作成にあっては、双方の品質管理担当が直接協議を行い決定している。

(10) 長期手形の交付・有償支給原材料の早期決済

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○依然として150日や180日といった長期手形の交付をされたことがある。</p> <p>○材料支給が当月、製品の納品が翌月のような場合がある。また、当月支払われた加工費が、来月加工するものの材料費の支払で相殺されて入金ゼロ又はユーザーへの支払が発生するというケースもある。</p>	<p><発注側></p> <p>○長期手形の交付は行っていない。</p> <p>○取引先との双方合意で決定しているが、下請法対象企業は最長120日、大企業でも150日が最長となっている。</p> <p><受注側></p> <p>○取引先との合意事項であり、長期手形の交付が支払い条件になることはない。</p>	<p>○長期手形の交付を支払い条件にはしていない。(下請法対象企業と対象外企業とで手形の支払期日に差を設けている場合とそうでない場合はある。)</p> <p>○また、企業の経営状況に応じて個別に支払い期日や現金支払い比率を調整している。</p>

(イ) 関連法規等に関する留意点²³

○長期手形の交付

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、下請代金の支払は金銭によることが原則である。一方、手形による支払も認められているが、著しく長いサイトの手形など、割引困難な手形の交付は、下請事業者の資金繰りに多大な悪影響を与えるため、下請法4条2項2号により禁止されている。具体的には、手形サイトは120日以内とするよう、「下請代金の支払手形のサイト短縮について」(昭和41年3月11日、公正取引委員会事務局長及び中小企業庁長官による通達)により定められているので、留意が必要である。

○有償支給原材料の早期決済

受託事業者が委託事業者から加工対象物を有償で支給され、それに加工を行い委託事業者へ納入する場合があるが、その有償支給材を実際の加工時期よりも早期に支給されるために、委託事業者が、加工対象物を納入した後の代金受領よりも、有償支給材の代金を早期に決済することを求められることがある。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、下請法第4条第2項第1号によ

²³ (脚注9) 参照

り、親事業者が支給した有償支給材の代金を、これを用いて製造した製品の下請代金よりも早く支払わせることは下請法違反となるので留意が必要である。

(ウ) 望ましい取引慣行

○長期手形の交付

手形取引にあたっては、委託事業者・受託事業者の資金調達コストや手形管理コストを勘定し、長期サイトの手形による支払を用いないことが望ましい。一般的に言えば、企業規模の大きな委託事業者の方が資金調達コストは低く、受託事業者のそれは高いため、受託事業者が手形割引の形で資金調達を行うよりも、委託事業者が短期手形又は現金で支払う方が全体として資金調達コストが低減し、その分研究開発や設備投資に振り分けられる資金が多くなるため、我が国製造業の競争力向上に繋がるからである。

○有償支給原材料の早期決済

有償支給材の決済については、加工後の製品の納入代金から、その加工対象物の代金を控除して支払うことが望ましい。この際、受託事業者が委託事業者に当月納入したものの中に含まれる有償支給材を個々に拾い上げ、その金額を合計して当月納入代金の支払時に下請代金から控除する方法の他、経理事務作業のミスを防止するため、委託代金から控除する時期を一ヶ月遅らせる方法等がある。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<手形支払期日を一定に決め、企業の状況に応じて柔軟に対応している例>

企業規模に関係なく手形支払期日を統一。法令遵守の徹底とミスのない支払いを実施している。

但し、現金と手形の比率や早期の支払いは企業の資金状況により双方で協議の上、柔軟に対応している。

<支払条件が合理的である例>

委託事業者に対して、手形から現金支払への切り替えを依頼したところ、ある割合までは現金支払で、その割合を越えた部分のみユーザーの資金繰りが逼迫するため手形に対応する、というように、決済条件が改善された。

(11) 金型図面及び技術・ノウハウ等の流出

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p>○発注者が見積又は工程管理等と称して、図面や技術情報等の提出を求め、その提出した図面やノウハウを活用して、他の企業が製品を製造している。</p> <p>○特に海外工場での生産に多く見られる。</p>	<p><発注側></p> <p>○図面やノウハウの転用については、基本契約の中で明記している。</p> <p>○転用を行う場合は、予め取引先の了解を得ている。</p> <p><受注側></p> <p>○そもそも図面提出をしていない場合が多い。</p> <p>○図面やノウハウの転用については、基本契約の中で明記している。</p> <p>○転用を行う場合は、予め取引先の了解を得ている。</p>	<p>○図面やノウハウの転用については、基本契約の中で明記している。</p> <p>○転用を行う場合は、予め取引先の了解を得ている。</p> <p>○そもそも、図面提出を要求していない場合が多い。</p>

(イ) 関連法規等に関する留意点²⁴

図面・ノウハウの流出それ自体が下請法により規制されるものではないが、下請法の適用対象となる取引を行う場合には、部品・金型の製造委託を行った際に、発注書面上の給付の内容に金型の図面や製造ノウハウが含まれていないにもかかわらず、金型の納入に併せて当該図面を無償で納品するように要請した場合には、下請法第4条第2項第3号の不当な経済上の利益の提供要請の禁止に該当するおそれがある。

(想定例)

- 金型図面を提供することが発注内容に含まれていないにもかかわらず、金型図面を作成した下請事業者に対して、委託事業者は、海外での手直しなどが生じた時にすぐに対応できないことを理由に、図面の無償提出を要請した。

²⁴ (脚注9) 参照

資本金等の額²⁵が3億円以下である事業者（特定供給事業者）からの商品の供給に関して、特定供給事業者から継続して商品の供給を受ける法人事業者（特定事業者）は、特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、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3条第2号後段（利益提供の要請）に該当し、問題となる。

（想定例）

- ・ 消費税率の引上げに際して、特定事業者は、消費税率引上げ分を支払価格に上乘せすることを受け入れる代わりに、特定供給事業者に対して、通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で金型の設計図面を提供するよう要請した。

図面やノウハウを提供させたという場合には、別途対価を支払って買い取るか、又はあらかじめ発注内容に金型図面を含むことを明らかにし、当該図面を含んだ対価を受託事業者と十分な協議の上で設定する必要がある。

金型図面の流出に関しては、経済産業省は既に「金型図面や金型加工データの意図せざる流出の防止に関する指針」（平成14・06・12製局第4号）を発出している。

また、不正競争防止法による保護も有効であり、この際、「営業秘密管理指針」（平成15年1月30日・平成25年8月16日最終改訂）に示された要件を満たすよう、受託事業者においてはノウハウ等を十分に管理する必要がある。

（ウ）望ましい取引慣行

取引先の技術やノウハウを保護することは発注者にとっても重要な問題であり、調達部門はもちろんのこと、開発部門や生産技術などの関連部門においても、社内の情報セキュリティ体制を確立するとともに、ノウハウ等の管理のための取組（取引先との機密保持契約、転用に関して承諾を得るべきことを盛り込んだ基本契約等の締結、範囲や期限を明確化した上での従業員・退職者の守秘義務の徹底など）の徹底を図ることが望ましい。

また、図面の移転等を伴う場合には、契約（下請法の「三条書面」も含む）において可能な限りその条件を明確化することが望ましい。

²⁵（脚注15）参照

(エ) 具体的なベストプラクティス

< 図面の管理を徹底した例 >

以前はユーザーからの要請で図面を一方向的に提出していたが、数年前から経済産業省の金型図面に関する指針に基づき、図面の提出を断ることとした。

< 図面が流出した場合の対抗要件をあらかじめ具備させている例 >

著作権がある図面は、タイムスタンプ²⁶で保護している。タイムスタンプにより先使用权を持つことが証明されるので、仮に図面が流出しても使用権限は最初に図面をつくった当社にあることを証明できる。お客様の図面にも、当社の技術を使用した場合はタイプスタンプを押している。

< 社内の情報セキュリティを強化した例 >

意図せざる情報流出により、取引先事業者の情報も流出するおそれがあったことから、社内の情報セキュリティを見直した上で強化し、PCの持ち出し制限やデータベースへのアクセス制限を設けた。

< 図面の開示にルールを定めた例 >

図面の開示については、購買取引基本契約に第三者への開示の可否を明記してもらい、開示が必要になった場合は「開示可否判定依頼書」を全点発行し、サプライヤーから了解を得た図面以外は開示しないことの徹底をルール化した。

²⁶ 第三者機関により電子データに対して正確な日時情報を付与し、その時点での電子データの存在証明と非改ざん証明を行う仕組み

(12) 消費税の転嫁

(ア) 主な意見

素形材メーカー等	部品メーカー	自動車メーカー
<p><過去の消費税の導入、税率引上げの際の影響></p>		
<ul style="list-style-type: none"> ○表面上消費税は支払われるが、税抜き価格で相当額のコストダウン要請を受ける。 ○競争が激しいので見積価格を下げるしかない。 ○中国への発注に変更された。 		
<p><今後の消費税の引上げにおいて懸念されること></p>		
<ul style="list-style-type: none"> ○増税に伴う、自動車販売の不振による生産減が心配される。 ○買い控えによる総需要の冷え込みにより、需給のギャップが拡大し、その結果設備投資などが低調になることが懸念される。 ○受注の際に多少の値引きの要請があると考えられる。 ○社員からの賃上要求が加速する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者の購買意欲の低下が懸念される。 ○消費税アップに伴い、自動車の国内販売が低迷し、受注が減少することを懸念。 ○当社は輸出が多く、消費税は毎年還付となるため、懸念は少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ○競合他社との競争で値下げが慣例となっており、税率上昇分を販売価格に転嫁して受注が減少することを懸念。

(イ) 関連法規等に関する留意点

「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 日に施行された。本法律は平成 29 年 3 月 31 日まで適用される。

消費税転嫁対策特別措置法では、資本金等の額²⁷が 3 億円以下である事業者(特定供給事業者)から継続して商品又は役務の供給を受ける法人事業者(特定事業者)が、「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や、公正取引委員会等に転嫁拒否の実態を訴えたことに対する報復行為(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おり、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る。また、事業者又は事業者団体が行う転嫁カルテル及び表示カルテルについて独占禁止法の適用除外制度が設けられている(公正取引委員会への事前届出制)。

規制対象の比較

下請法 ^{※1}		消費税転嫁対策特別措置法 ^{※2}	
取引当事者の資本金又は出資の総額			
親事業者	3億円超	1千万円超 3億円以下	特定事業者 特定供給事業者から継続的に商品や役務の供給を受ける法人事業者 ^{※3}
下請事業者	3億円以下	1千万円以下	特定供給事業者 3億円以下

※1 物品の製造・修理委託等を取引の内容とする場合の資本金等の額を示しています。

※2 特定供給事業者には、個人事業者、人格のない社団等を含みます。

※3 中小企業も対象になる場合があります。

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、対価の額を通常

²⁷ (脚注 15) 参照

支払われる対価に比して低く定めることにより、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（買ったとき）²⁸に該当し、問題となる。

（想定例）

- ・ 消費税率の引上げに際して、特定事業者は、製品又は部品毎の原価構成の差異等の事情を考慮することなく、特定供給事業者に対して、複数の製品又は部品を一律に一定比率で原価低減することを要請し、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い価格に引き下げた。（再掲）
- ・ 消費税率の引上げに際して、特定事業者は、材料費や電気料金の低減等の状況の変化がない中で、特定供給事業者に対して、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い価格に引き下げた。（再掲）
- ・ 消費税率の引上げに際し、原材料費が高騰している状況において、特定供給事業者は従来の製品単価のままでは対応できないとして、集中購買に参加できないために自社で調達した材料費の増加分を製品単価へ反映するよう特定事業者に求めたにもかかわらず、特定事業者は、材料費の価格変動は大手自動車メーカーの支給材価格（集中購買価格）の変動と同じ動きにするとする条件を示し、支給材価格が特定供給事業者が実際に調達した材料費に比べて低いことを理由にして材料費を低く見積り、通常支払われる価格と比べて低い価格に設定した。（再掲）

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、特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、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号後段（利益提供の要請）に該当し、問題となる。

（想定例）

- ・ 消費税率の引上げに際して、特定事業者は、消費税率引上げ分を支払価格に上乗せすることを受け入れる代わりに、特定供給事業者に対して、通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で金型の設計図面を提供するよう要請した。（再掲）

特定供給事業者との価格交渉において、特定事業者が外税方式（本体価格）

²⁸（脚注16）参照

での交渉を拒否した場合は、消費税転嫁対策特別措置法第3条第3号違反となる。内税方式の様式の使用を求めることにより特定供給事業者が外税方式での価格交渉を行うことを困難にさせる場合もこれに該当することに留意が必要である。

(想定例)

- ・ 特定事業者は、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、特定供給事業者に対して、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た。
- ・ 特定事業者は、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、特定供給事業者に対して、その様式の使用を余儀なくさせた。

(ウ) 望ましい取引慣行

消費税の円滑かつ適正な転嫁のためには、外税方式での交渉・取引の徹底を図ることが重要である。大手企業を中心に外税方式での取引の徹底は図られているものの、実態調査によれば消費税率引上げに対する事前対策として「外税方式での交渉を依頼している」との回答が一定程度存在した。増税分のコストダウン要請につながらないよう、委託事業者は取引交渉価格から消費税を除外し、税抜きでの価格の見積、交渉を徹底することが望ましい。

なお、事業者又は事業者団体は、公正取引委員会に事前に届け出ることにより、価格交渉を行う際に表示カルテルとして税抜き価格を提示する旨を申し合わせることができる。

(エ) 具体的なベストプラクティス

<税抜き価格での交渉を徹底している例>

取引先からの部品や素材の価格は全て税抜き価格での交渉しか行なっていない。

<電算システム化して税抜き価格での交渉を徹底している例>

会計システム上、取引価格は税抜きで電算処理されており、消費税率引上げの影響はまったく受けない仕組みとなっている。

<消費税転嫁対策特別措置法について法務部門より全社に周知徹底している例>

消費税転嫁対策特別措置法の概要、適正取引について法務部門より全社に通

知している。

<バイヤー教育の実施や調達部員の法令遵守を徹底している例>

税率アップ時に買ったたきなどの法令違反が発生しないよう、バイヤー教育や通常業務においても調達部員の法令遵守を徹底している。

<消費税率引上げと支払いのタイミングに配慮している例>²⁹

納入日を消費税率引上げ後に遅らせると、納入先が当社に対して高い消費税を支払うことになるので、そのようなことがないよう留意したい。

²⁹ ただし、買手側が、売手側に対して、消費税率引上げ前に納入させるため、通常の納期よりも短い納期を設定する場合は、優越的地位の濫用として独占禁止法上問題となり得ることに留意されたい（「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」第4の3（5）ア<想定例>②参照）。

第3章 トラブルの未然防止・再発防止・迅速解決による適正取引 の推進

～「早期警戒システム」の構築に向けて～

1. トラブルの未然防止・再発防止・迅速解決により適正取引を推進するメカニズムの重要性

自動車産業のサプライチェーンの大きな広がりを考えれば、前章において記述した適正取引の内容やルールをガイドラインとして提示するだけでなく、その周知徹底によって問題視される取引の発生を未然に防止するとともに、仮に取引を巡るトラブルが生じた場合にも迅速に改善措置を講じ、再発防止を図るためのメカニズムを構築することにより、適正取引の推進を図ることが必要である。

なお、こうしたメカニズムを構築することにより、自動車産業のサプライチェーン全体での適正取引が進展することは、自動車産業の競争力向上につながるだけでなく、広く社会から求められる「企業の社会的責任」の観点からも重要である。

2. 関係者の取組の現状 ～充実を図るべき3つのポイント

現状においても、自動車メーカー等は、不適正な取引の未然防止のための取組を行っており、一定の成果を挙げている。ただし、さらに適正取引の推進を図るためには、以下の諸点において更なる充実を図る必要がある。

(1) 下請法遵守のみにとどまりがちな内部マニュアルの拡充

これまでの調査結果によれば、各社はそれぞれ独自の「調達マニュアル」を策定して社内教育等に活用することが一般的となっているが、その多くは、法令遵守なканずく下請法の遵守に関する内容にとどまっている場合も少なくない。

そのため、社内教育等で周知徹底されるべき内容が、第一章で記載した「目指すべき調達慣行」（例えば、目標と成果の共有など）のすべてを網羅していない可能性がある。また、下請法遵守に関心が集中する結果、「下請法の対象事業

者」については法令遵守の観点から細心の注意が払われるとしても、それ以外の事業者との関係では十分な配慮が払われない、といった状況が生じている。

(2) サプライチェーン全体への展開を視野に入れた周知徹底活動の必要性

自動車メーカー、自動車部品メーカー及び素形材メーカー（以下「自動車メーカー等」という。）においては、年度当初の調達方針の説明会やいわゆる「協力会」の活動などを通じて、下請法の遵守を含む法令遵守の徹底を依頼するのが一般的となっている。

しかしながら、前章で記述したとおり、依然として取引における問題が指摘されているところでもあり、適正取引の推進活動が十分にサプライチェーン全体には浸透しているとは言い難い。

特に、これまでの調査によれば、自動車メーカー等の適正取引の推進のための周知徹底活動は、いずれも直接の取引先（一次サプライヤー）をもっぱらの対象として行われており、二次以下のサプライヤーに対しては、一次サプライヤーから周知徹底を行うよう依頼するにとどまっている場合がほとんどである。そのため、素形材メーカーなどからは「自動車メーカー等が行っている適正な取引慣行の周知徹底の方策を幅広く展開して欲しい」といった声がある。

(3) 相談窓口機能の拡充・強化

これまでも、自動車メーカー等においては、直接の取引先である企業を対象とした調達に関する相談窓口を設置している例があるが、一方、サプライチェーンの川上に位置する事業者からは、取引上の問題があると考えられるような場合であっても、将来の取引関係への悪影響が危惧されるため、現実には活用は難しいといった声がある。

また、こうした窓口は、自動車メーカー等と直接取引がない二次以下のサプライヤーに対して開放されていないため、より川下の取引条件の設定に問題があった場合であっても、川上に位置する二次以下のサプライヤーが直接にそれを訴える場がないとの声がある。これは、自動車メーカー等にとっても、二次以下のサプライヤーからの声を取引改善に役立てる貴重な機会を失っているとも言える。

さらに、不適正な取引に関する情報が業界団体等に寄せられる場合もあるが、業界団体等から、それを組織的に各社にフィードバックする経路が不明確であり、そのため、こうした情報をトラブルの未然防止や取引の改善に活用する仕

組みが確立していない。

3. 今後の対応の方向性 ～まずは3つのポイントの一斉点検から

自動車メーカー等の適正取引をこれまで以上に広く浸透させるためには、自動車メーカーと大手自動車部品メーカーを中心とした「企業」、一般社団法人日本自動車工業会と一般社団法人日本自動車部品工業会を中心とした「団体」、経済産業省をはじめとする「行政」がそれぞれ適正取引を推進するための体制を一層充実させるとともに、これらが密接に連携して一体となって課題解決に向けた取組を継続的に行うことが必要である。

具体的には、それぞれの主体が適切な役割分担のもとに、まずは、以下の(1)から(3)の三点について対応を充実させるとともに、(4)のとおり一斉に取組状況を点検することが必要である。さらに、(5)のとおり定期的にフォローアップを実施することにより実効性を高めることが重要である。

(1) 「目指すべき調達方針」を網羅したマニュアルの整備とその共有

自動車メーカー等は、各企業内部において、適正取引を推進するための適切な体制を整備する必要がある。そのため、下請法の遵守に関する内容に留まらず、本ガイドラインで示されている事項も広く取り込み、調達先との関係での留意事項を幅広く記した「適正取引推進マニュアル（仮称）」を整備すべきである。

その際、例えば、以下の点について明確に記載すべきである。

- (ア) 各社が目指す調達関係のあり方（例えば、目標・課題の共有と成果のシェアなど、第一章で記載した五原則）
- (イ) 具体的な取引慣行（特に、前章に記載したような、補給品の価格決定、型保管費用の負担、配送費用の負担、原材料価格等の価格転嫁に関する方針など、取引先から問題視されやすい行為類型）についての各社の具体的な対処方針
- (ウ) 下請法の対象ではない企業であっても独占禁止法上の問題が生じうることから、取引適正化を図る必要があること
- (エ) 説明会等の開催方針
- (オ) 取引先との相談窓口の明示、及びトラブルが生じた場合の処理の手順など

(2) サプライチェーン全体を視野に入れた周知徹底活動の強化

(i) 社内関係部局への徹底

既に多くの自動車メーカー等においては、調達部門を中心として、関連法令の遵守のための担当部門の設置、各関係部門での責任者の明確化などにより社内体制の整備に努めている。また、下請法遵守の講習会、新人担当者への教育、教材開発などにより、社内での周知徹底の取組を行っているところもある。さらに、担当者に留意点を記したカードの携帯を義務づけているケースもある。

各社においては、こうした取組をさらに充実させるとともに、上記(1)で整備した「マニュアル」も活用して、開発部門、生産技術部門、品質管理部門など、取引に関わる全ての関係者に対象を幅広く拡大し、社内全体に適正取引推進のための取組を周知徹底すべきである。

(ii) 取引先企業への周知徹底の強化

自動車メーカー等においては、直接の取引関係がある企業（一次サプライヤー）に対しては、定期的開催する調達方針の説明会、「協力会」又はそれに類する組織での活動等を通じて、関連法令の遵守を含めた適正取引を推進するための取組を行うことが一般的となっている。また、取引先を集めた適正取引の推進に関する講習会の実施、取引先との個別面談時における適正取引への協力依頼などの対応もなされている。

発注側の企業においては、このように、取引先企業への個別指導、取引先を集めた講習会、いわゆる「協力会」の活動等を通じて、取引先企業を通じて更にその川上の企業へ「あるべき調達慣行」が浸透するよう、サプライチェーン全体を視野に入れて周知徹底活動の強化を図っていくべきである。

(iii) 直接の取引関係のない二次以下のサプライヤーへの周知徹底

自動車メーカー等においては、直接取引のある企業を通じた周知徹底を行うことを基本としつつ、直接の取引関係のない二次以下のサプライヤーに対しても、その実態把握に努め、可能な限り、適正取引を推進するための取組の周知徹底に努めるべきである。例えば、二次以下のサプライヤーを広く対象に含めた説明会の開催、ホームページの開設、パンフレット類の作成等を通じて、二次以下のサプライヤーに対し各社の調達方針を正確に伝達し、適正取引を推進するための取組を的確に伝えるよう努めるべきである。

なお、一次サプライヤーを通じて更にその川上の企業へ適正取引の取組の周知を要請したり、一次サプライヤーに加えて、直接の取引関係のない二次以下

のサプライヤーに対して直接的に周知活動を行ったりすると、独占禁止法上の「拘束条件付き取引」等に該当する可能性が高まるのではないかと懸念する声がある。しかしながら、二次以下のサプライヤーに対して、個別訪問、説明会の開催、ホームページの開設等により、発注元各社の調達方針を的確に伝達する活動、本ガイドラインに規定するような「関連法規等に関する留意点」、「望ましい取引慣行」、「具体的なベストプラクティス」の内容について周知徹底を図ろうとする活動は、その目的・内容を踏まえると、通常の場合、独占禁止法上問題になるものではないと考えられる。

(iv) 業界団体や行政を通じた周知徹底活動の充実・強化

関連の業界団体においても、本ガイドラインの内容を普及させるため、自動車産業のサプライチェーンを構成する幅広い企業を対象とした説明会を開催するなど、積極的な周知徹底活動を実施すべきである。

特に、自動車メーカー等とはともかく、規模の小さい企業の中には、社内教育体制も十分に整備されておらず、下請法や独占禁止法に関する担当者の理解が十分ではない場合も多いと考えられる。こうした企業に対しても本ガイドラインの十分な周知がなされるよう、中小企業団体とも連携しつつ、周知徹底に努めていく必要がある。

経済産業省や都道府県等の行政機関においても、例えば、本ガイドラインで示された適正取引についての説明にあたっての担当官の派遣、説明会の開催、ホームページの活用などを通じて、上記の各企業・業界団体の周知徹底のための取組を積極的に支援すべきである。

(3) 個別取引に関する相談窓口機能の活性化と関係者間の連携強化

(i) 取引を巡るトラブルに関する情報の効果的な活用

サプライチェーンの川上に位置する企業には、将来の取引関係への影響をおそれて、取引上の問題があっても、発注元の相談窓口を活用できず、業界団体等に匿名での情報提供を志向する向きもある。こうした匿名情報は、誤解に基づく断片的なものである場合もあるとはいえ、適正取引を推進するための貴重な参考情報として活用できる場合もある。

このため、関係者が広く連携し、こうした匿名情報を効果的に収集し、トラブルの未然防止に繋げていくことも重要である。

また、個別具体的な取引を巡るトラブルが生じた場合には、決してそれを放

置することなく、実態の解明に努め、取引上の問題があることが確認された場合には、それを再発防止に確実につなげていくメカニズムを構築すべきである。

(ii) 自動車メーカー等の相談窓口の拡充

自動車メーカー等においては、その相談窓口の活性化のために、以下のような対応を行うべきである。

第一に、幅広い事項を取り扱う中立的な相談窓口の整備である。相談窓口は、下請法の遵守だけではなく、本ガイドラインの対象としているような調達関係のあり方を広く対象とし、その際、そうした相談窓口を社内の中立的な部署（ないしは社外に委託した弁護士等）に設置するなど、サプライヤーが相談しやすくなるよう配慮すべきである。また、窓口は、二次以下のサプライヤーに対しても広く開放すべきである。

第二に、「匿名情報」の活用にも努めることである。関係者は、業界団体等を経由して入手するような「匿名情報」にも気を配り、個別取引を巡るサプライヤーとの紛争の未然防止に役立てる。そのため、業界団体や行政との関係を密接にする必要がある。

第三に、迅速に改善措置を実施する体制の整備である。問題のある行為が把握された場合には、調達セクション以外の関係部門も広く巻き込み、必要に応じて、取引改善を確実に実施する社内体制を整備すべきである。

(iii) 業界団体における相談窓口の設置と関係者との連携

業界団体においては、その構成各社が直面している取引慣行に関する諸課題について幅広く実態を把握するとともに、その課題解決に向けた取組を行うことが期待されている。

今般のガイドライン策定の過程においても、個別各社では発注側に対して直接には提起し難い問題を匿名化して、業界団体において提起してもらいたいとの声があった。業界団体においては、中立的な立場であることを活かし、こうした匿名情報を適正取引の推進に役立てていくべきである。

以上を踏まえ、業界団体においては、以下のような対応を行うべきである。なお、その際、カルテル行為のような独占禁止法上問題となるような行為を行わないことは当然の前提である。

- ・ 関係する業界団体（一般社団法人日本自動車工業会、一般社団法人自動車部品工業会、素形材その他の関係団体など）においては、個別企業ないし団体からの匿名情報も含む相談や情報提供を受け付ける窓口を設置し、行政庁や企業の社内に設置された相談窓口とも連携して問題解決に努めること。
- ・ 関係する業界団体においては、金型の保管・破棄のような個別取引のあり方に関して、必要に応じて、標準的なモデルを作成すること。

（iv）行政との連携

経済産業省を始めとする関係行政機関においては、適正取引の推進を図る観点から、企業に対して下請法の理解を深め、その遵守を要請するとともに、個別取引の問題についても的確に現状を把握することが期待される。また、今後引き続き、本ガイドラインの充実などを通じて、望ましい調達慣行や問題行為の整理を提示することが期待される。

そのためには、経済産業省本省、中小企業庁、地方経済産業局、都道府県などの各関係部局が適切な役割分担のもとに、自動車産業の適正取引の推進のための相談窓口を設置して取引に関する情報収集に努めるとともに、必要に応じて広く情報共有を図り、業界や企業の相談窓口とも密接に連携していくべきである。

また、こうして収集した各種情報を体系的に整理し、必要に応じて、今後策定するガイドラインの改定に繋げていくべきである。

（4）総点検の実施と早急な改善

自動車メーカー等においては、当面は、上記（1）～（3）で述べた点を中心に、各社の取組の現状について把握し、対応状況について一斉に検証すべきである。

その上で、本ガイドラインの内容に沿って、自社の社内マニュアルの改定、改定マニュアルに基づく社内研修等の実施、サプライチェーン全体を意識した社外説明会の実施などに反映させ、実行に移していくべきである。

（5）定期的なフォローアップの実施

発注側の企業を構成員とする業界団体においては、上記（1）～（3）で述べた点を中心に、また、上記（4）の点も含め、その構成各社の取組の状況に

ついて定期的に把握し、業界全体として適正取引を推進していくべきである。

受注側の企業を構成員とする業界団体においても、取引慣行に関する諸課題について定期的に実態を把握し、その課題解決に向けた取組を行うことが望ましい。

上記の業界団体の定期的な実態把握や取組の状況について、研究会等の場を通じて定期的にフォローアップを行うことにより、適正取引の推進の実効性を高めるべきである。

また、このようなフォローアップの結果を踏まえ、必要に応じて、ガイドラインの改訂を行うべきである。

第4章 自動車産業の現代的な課題への対応

～海外における適正取引の推進～

1. 自動車産業の国際展開の現状と海外での適正取引推進の要請

我が国の自動車生産は、海外生産が1500万台を超え、いまや国内生産（約1000万台）を凌駕する規模となった。二輪車の生産については、海外市場の増大が産業を支えているという構図はより顕著であり、海外生産はアジアを中心に急拡大して2600万台近くとなっており、国内生産の40倍近くにも及んでいる。我が国の自動車産業の活動と収益の基盤の大半が海外市場にあるといっても過言ではない。

中小企業を含む部品メーカーや素形材メーカー等は、新たなビジネスチャンスを求めて、海外進出を加速してきており、その結果、グローバルに効率的なサプライチェーンを構築することが自動車メーカーや部品メーカー、素形材メーカー等にとっての大きな課題となっている。

海外進出した企業の一部には、発注元から「買ったたき」等の行為を受けた、あるいは、代金受取等の面で地場企業に劣後する条件での取引を求められたとの声も出てきており、中小の部品メーカー等の中には、海外進出を逡巡する向きもある。自動車メーカー等においては、こうした部品メーカーの海外展開に安心感を与え、いわば、海外の投資環境整備の一環として、海外においても、「協調的投資促進型調達慣行」を浸透させ、国内での適正取引推進のための取組に準拠した対応を図っていくべきである。

また、経済産業省をはじめとする関係行政機関においても、自動車メーカー等の進出が広がるアジアを中心とした諸外国の関係機関や我が国の貿易投資支援機関とも連携し、海外における適正取引の推進に努めるべきである。

2. 海外における適正取引推進のために留意すべき三つの原則

海外における適正取引の推進を図るため、各自動車メーカー等においては、現地の法令や商慣習にも配慮しつつ、以下の三つの原則に留意して対応することが望ましい。

第一に、あるべき調達慣行の世界共通化の原則である。自動車メーカー等は、第1章で述べた「開かれた公正・公平な取引」「調達相手先と一体となった競争力強化」等の目指すべき五つの調達原則について、広く海外においても妥当する旨を明らかにしておくことが望ましい。また、海外におけるベストプラクティス等の望ましい取引慣行の国内取引への適用可能性について常に留意すべきである。サプライヤーに対しては、海外進出前にあらかじめ説明していた条件を海外進出後に突然変更するなどにより、不当な損失を与えることのないよう配慮すべきである。

(具体的なベストプラクティス)

<進出先においても日本と同様のコンプライアンス活動をしている例>

調達五原則や海外における適正取引推進の三原則を含む調達指針を制定しており、進出先の国においても日本同様のコンプライアンス部署を設置し、日本同様の対応をしている。

<発注先の選定に国内外で同じ仕組みを採用している例>

発注先を選定する際の基準は国内も海外も全く同じ方針に基づいており、全拠点で同じ仕組みを採用している。

第二に、モニタリング徹底の原則である。自動車メーカー等は、例えば、海外においても、可能な限りで、国内調達先との関係で実施しているような各種の経営支援、技術指導、経営状況の把握などを同様に実施することが望ましい。

この一環として、海外における取引に関する苦情及び相談窓口を設置することが望ましい。

(具体的なベストプラクティス)

<取引依存度の高い海外調達先の経営状況を把握している例>

海外においても、取引依存度の高いサプライヤーに対しては、経営計画のヒアリングを実施し、その際に生産計画等の情報を共有することで経営に配慮している。

<海外に相談窓口を設置している例>

海外の相談窓口においては、取引に限らず、様々な相談を受けるようにしている。

第三に、情報提供徹底の原則である。自動車メーカー等は、海外進出に際しては、その計画、発注の方針等の内容について、サプライヤーに必要な情報を

逐次提供することが望ましい。また、サプライヤーが同じ地域に進出するような場合には、その自主性を尊重するとともに、現地の労働慣行や市場環境について十分な情報提供、指導、その他必要な協力を行なうことが望ましい。

(具体的なベストプラクティス)

<海外進出の計画等についてサプライヤーに情報提供している例>

サプライヤーへの説明会を開催し、海外進出計画、現地での生産計画等について情報提供を行っている。最近では、進出の最初からフィージビリティスタディの結果等についても情報共有に努めている。

<同じ地域に進出したサプライヤーに対して丁寧な情報提供をしている例>

自社の海外生産拠点に部品を供給する目的で現地生産を行っているサプライヤーに対しては、通常の部品内示情報の他に、車両生産の年間計画を説明する会議を開催するなど情報提供に努めている。

おわりに

～協調的投資を促す調達慣行を確立するために～

調達戦略の工夫が公正競争と競争力強化を可能とする。日本の自動車産業が培った調達戦略を「協調的投資促進型調達慣行」と性格付けをした上で、公正競争と競争力強化の同時達成、当事者間同士の認識格差の解消、内外一致の調達慣行の展開を図ること。繰り返しになるが、これが本ガイドラインの要点である。自動車産業に関わるすべての者が、このガイドラインに準拠した戦略を実行に移し、当事者間に存在する認識のギャップや交渉力の差を埋めていくことを期待したい。

もう一点、強調すべき点がある。このガイドラインは不断の見直しが必要である。自動車産業を取り巻く環境は大きく変わる。それに応じて、取引の実態も変わり、望ましい調達の戦略も変わる。新たな問題行為が発生する可能性もある。こうした事態が生ずる度に、関係者の英知を集めてこのガイドラインを見直し、公正競争と競争力強化の両立を図る新たな知恵を開発しなければいけない。さらに言えば、例えば、自動車の電子化に伴う新たな研究開発の取組や、自動車及び自動車部品の流通に関する様々な問題への取組も、残された課題と言えよう。

このガイドラインを共有し、このガイドラインを不断に見直すことによって、自動車産業の健全な発展が促されることを期待したい。

自動車取引適正化研究会 委員名簿

座長	細田孝一	神奈川大学法学部教授
顧問	糸田省吾	一般社団法人全国公正取引協議会連合会副会長
顧問	鶴田俊正	専修大学名誉教授
委員	馬場敏幸	法政大学経済学部国際経済学科教授
	柳川範之	東京大学大学院経済学研究科・経済学部教授
	塩地洋	京都大学経済学部教授
	増井敬二	トヨタ自動車株式会社専務役員調達本部長
	吉本真	日産自動車株式会社購買執行役員
	松井直人	本田技研工業株式会社執行役員購買本部長
	伊藤一彦	いすゞ自動車株式会社取締役兼常務執行役員
	前田清明	川崎重工業株式会社理事モーターサイクル&エンジンカンパニーサブライフェーン本部調達統括室長
	袴田和夫	スズキ株式会社常務役員購買本部長
	辰巳隆英	ダイハツ工業株式会社上級執行役員調達本部長
	久田一郎	日野自動車株式会社調達機能常務役員
	鴨川珠樹	富士重工業株式会社常務執行役員ハール購買本部長
	藤川和久	マツダ株式会社執行役員購買本部長
	服部行博	三菱自動車工業株式会社執行役員調達本部長
	近藤恭彦	三菱ふそうトラック・バス株式会社購買本部ライサイクルマネジメント購買部部長
	秀島信也	ヤマハ発動機株式会社取締役常務執行役員調達本部長
	山川洋	UDトラック株式会社 GTT 調達プロジェクトパートレインアジアディレクター
	志藤昭彦	株式会社ヨロズ取締役会長
	三矢誠	アイシン精機株式会社取締役副社長
	西垣順充	曙ブレーキ工業株式会社取締役専務執行役員
	土居清志	NOK株式会社取締役専務社長補佐
	藤崎彰	カルソニックカンセイ株式会社取締役副社長
	大嶽昌宏	株式会社小糸製作所取締役社長
	加藤宣明	株式会社デンソー取締役社長
	嘉戸廣之	日本発条株式会社取締役専務執行役員企画本部長
	酒井均	矢崎総業株式会社専務取締役
	川寄修	日本金属熱処理工業会会長
	鈴木光一	一般社団法人日本金型工業会理事
	後藤充啓	一般社団法人日本鍛造協会会長
	木村博彦	一般社団法人日本鑄造協会会長
	後藤壽夫	全日本プラスチック製品工業連合会理事
	伊藤豪	全国鍍金工業組合連合会常任顧問理事
	三原佑介	一般社団法人日本金属プレス工業協会理事
	江部秀	一般社団法人電子情報技術産業協会電子部品部会委員 (タイコエレクトロニクスジャパン合同会社代表取締役社長)
[オブザーバー]		
	大上工	一般社団法人日本自動車工業会理事・事務局長
	高橋武秀	一般社団法人日本自動車部品工業会専務理事
	経済産業省	中小企業庁事業環境部取引課
	経済産業省	製造産業局素形材産業室
[事務局]		
	経済産業省	製造産業局自動車課

審議経過

- 自動車メーカーへのヒアリング調査、自動車部品メーカー・素形材メーカー等へのアンケート調査の実施（平成19年4月～5月）
- 第1回自動車産業取引適正化研究会（平成19年5月17日10:00～12:30）
 - 議題：
 - ①「自動車取引適正化研究会」の設置趣旨
 - ②自動車産業取引実態に関するインタビュー、アンケート調査の結果報告
 - ③検討すべき主要な論点の提示、討議
 - ④今後の進め方（実務者会合の設置）
- 自動車取引適正化研究会実務者会合
 - ・第1回会合 平成19年5月29日14:30～17:00
議題：ガイドライン素案（第二章関係）の討議
 - ・第2回会合 平成19年6月5日14:00～17:00
議題：ガイドライン素案の討議（第三章、第四章、第一章関係）
 - ・第3回会合 平成19年6月8日14:00～17:00
議題：ガイドライン素案の討議（全般）
- 第2回自動車産業取引適正化研究会（平成19年6月13日10:00～12:30）
 - 議題：ガイドライン案の討議
- 自動車産業適正取引ガイドライン・フォローアップのため、自動車メーカーへのヒアリング調査、自動車部品メーカー・素形材メーカー等へのアンケート調査の実施（平成19年12月～平成20年2月）
- 第3回自動車産業取引適正化研究会（平成20年3月12日10:15～12:00）
 - 議題：
 - ①「自動車産業適正取引ガイドライン」の普及・活用状況について
 - ・ガイドラインの普及に向けた政府の取組
 - ・ガイドラインの認知・活用状況
 - ・問題視されやすい具体的行為類型で見た現状と課題
 - ・ガイドラインの普及に向けた事業者の取組の点検結果
 - ②自動車産業の適正取引推進のために残された課題について
 - ③本研究会の今後の進め方について

- 自動車メーカー及び自動車部品メーカーへのヒアリング調査、自動車部品メーカー・素形材メーカー等へのアンケート調査の実施（平成25年10月～11月）

- 第4回自動車産業取引適正化研究会（平成25年12月3日13：00～15：00）
議題：
 - ①消費税転嫁対策について
 - ②アンケート調査及びヒアリング等によるフォローアップについて

- 第5回自動車産業取引適正化研究会（平成26年1月23日10：00～12：00）
議題：ガイドライン改訂（案）について