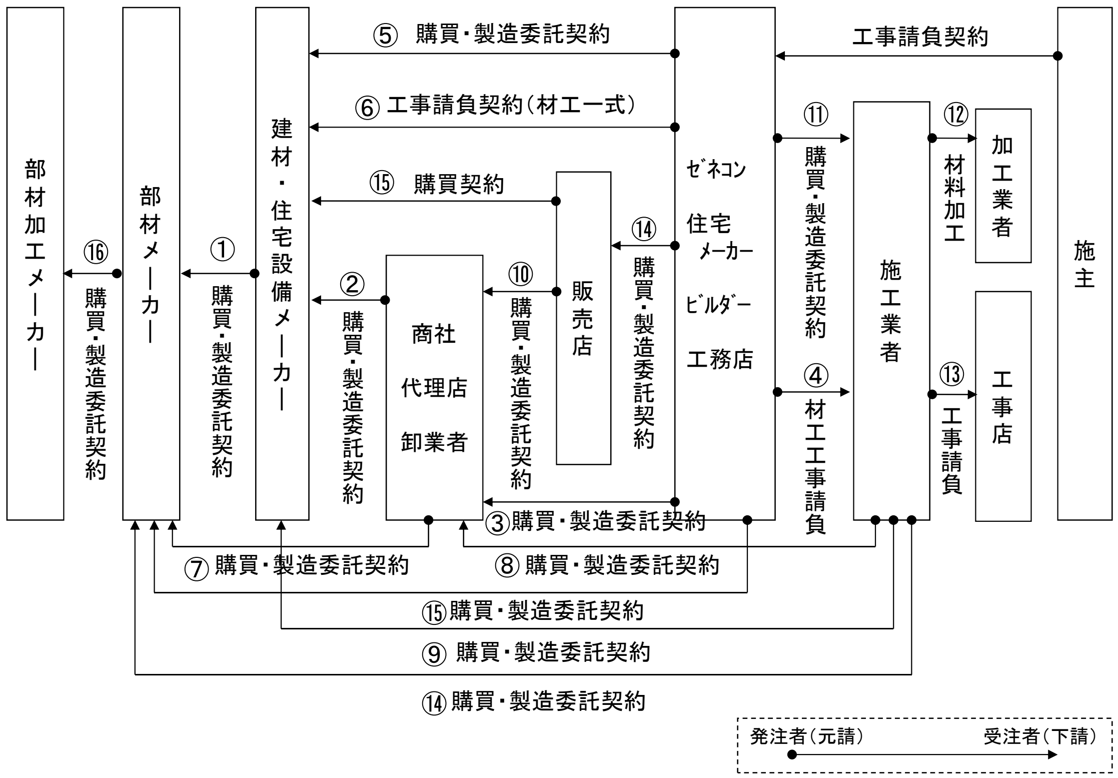
平成21年度中小企業取引適正化対策事業

建材・住宅設備産業取引ガイドライン改訂事業－報告書概要－

建材・住宅設備産業取引ガイドライン改訂委員会

経済産業省は、平成20年3月に下請取引等の適正化を図るため、建材・住宅設備産業取引ガイドラインを策定し、関連業界団体等を通じて各方面への普及を図ってきた。

建材・住宅設備産業における取引は、第1に、施主から部材メーカーに至るまで多層構造を形成していること、第2に、売買、製造委託、工事を伴う材工一式契約等、様々な取引形態が入り交じった複雑な様相を呈している点に特徴があり、取引の適正化を図るためには、この多層・多様の取引構造(図参照)における問題点を分析する必要がある。



【図 住宅関連産業の主な商流構造、事業者間の取引状況図】

平成20年度に経済産業省が実施した「建材・住宅設備産業における取引実態に関する調査」(以下、平成20年度調査という)では、製造委託契約に基づく取引だけでなく材工一式を含む工事請負契約についても取引実態の把握につとめたところ、それぞれの取引に関わる問題点や課題には類似しているものが多く、上流での元請業者と下請事業者との工事請負契約における元請事業者からの

過度な負担の要請が、その下流の下請事業者と建材･住宅設備メーカーや部材メーカー等の間の製造委託取引、購買取引においても下請事業者への過度な負担の要請に繋がるといった影響を及ぼしている状況にあるとの結果が報告された。

また、その結果に基づく今後の課題として、建材･住宅設備産業の取引実態における問題点は一部の事業者間の取引のみに起因するものではなく、施主及びゼネコンやビルダーなどの元請から工事下請及び関連取引先にまで至る業界全体の取引慣行から生じるものであり、建材･住宅設備産業の取引実態の改善を図るためには、関連産業全体の取引を抜本的に改善していくことが重要であるとの指摘がなされた。

本事業では、昨年度実施したアンケート調査及びヒアリング調査の結果の分析や、有識者、関係団体を含めた委員会での検討を通じ、建材･住宅設備産業における、関連産業全体の取引に関して問題となる事例及び取引の改善に資すると考えられる望ましい取引事例を整理し、対処すべき課題や取るべき対応を明らかにし、当該分野でのガイドラインの改訂に向けた提言を取りまとめることを目的とした。

平成20年度調査における、建材･住宅設備産業の関係事業者(部材･部品メーカー、建材メーカー、資材メーカー、住宅メーカー、流通業者、施工業者等)512社を対象にしたアンケート･ヒアリング調査の結果に基づいて、以下のような検討を実施した。

① 問題となる事例の業種別、行為類型別の整理。
② 平成20年度に中小企業庁が開催した取引慣行ワーキンググループにおいてとりまとめられた31事例との比較による新たな問題事例追加の検証。
③ 下請事業者からのノウハウの取り上げ等、不正競争防止法違反に関する事例追加の検証。
④ 問題となる事例の関連法令等(下請代金支払遅延等防止法、独占禁止法、建設業法)との関係の整理。
⑤ 当該分野特有の構造問題への具体的対応策の検討。

また、分析した内容について詳細に実態を把握するため、関連企業に対してヒアリングを実施した(23社：表参照)。今回のガイドライン改訂においては、前述の業界全体として取引上の問題点の改善に役立つ内容とするため、製造委託契約以外の材工一式を含む工事請負契約にも焦点を当てた。

番号	業種区分	業態区分	資本金区分
A	建材・住宅設備メーカーからの製造委託下請け企業	部材メーカー	1,000万円超3億円以下
B	建材・住宅設備メーカーからの製造委託下請け企業	部材メーカー	1,000万円超3億円以下
C	製造委託をして材工工事をする事業者	ガラス工事業者	1,000万円超3億円以下
D	製造委託をして材工工事をする事業者	サッシ工事業者	1,000万円以下
E	製造委託をして材工工事をする事業者	サッシ工事業者	1,000万円以下
F	製造委託をして材工工事をする事業者	板金工事業者	1,000万円以下
G	製造委託をして材工工事をする事業者	板金工事業者	1,000万円以下
H	製造委託をして納める卸業者	ガラス卸業者	1,000万円超3億円以下
I	購買品を購入して材工工事をする事業者	瓦工事業者	1,000万円以下
J	購買品を購入して材工工事をする事業者	瓦工事業者	1,000万円以下
K	製造委託をして材工工事をする事業者	サッシ工事業者	1,000万円超3億円以下
L	購買品を購入して材工工事をする事業者	自動ドア施工業者	1,000万円超3億円以下
M	製造委託をして材工工事をする事業者	自動ドア施工業者	1,000万円超3億円以下
N	製造委託をして材工工事をする事業者	金物工事業者	1,000万円超3億円以下
O	製造委託をして材工工事をする事業者	内装工事業者	1,000万円超3億円以下
P	製造委託をして材工工事をする事業者	内装工事業者組合	3億円超（出資金）
Q	購買品を購入して材工工事をする事業者	内装工事業者	1,000万円超3億円以下
R	建材・住宅設備メーカーからの製造委託下請け企業	下請業者	1,000万円超3億円以下
S	購買品を納める卸業者	代理店	1,000万円超3億円以下
T	購買品を購入して製造委託の材工工事をする事業者	コンクリート加工品業者	3億円超
U	購買品を購入して製造委託の材工工事をする事業者	コンクリート加工品業者	1,000万円超3億円以下
V	建材・住宅設備メーカーからの製造委託下請け企業	部材メーカー	1,000万円超3億円以下
W	建材・住宅設備メーカーからの製造委託下請け企業	部材メーカー	1,000万円超3億円以下

【表　企業ヒアリング先一覧表】

調査内容･方法及び調査結果を踏まえたガイドライン改訂案を検討するため、有識者(学識経験者、弁護士等)5名、業界団体16名を委員としたガイドライン改訂委員会を2回開催した。効率性を重視する観点から2つの分科会を設け、調査分析分科会を3回およびガイドライン改訂分科会を3回開催した。

調査の結果、問題となる可能性を含んだ具体的な取引事例や取引上、過度な不利益を被らないような対策を行っている例(ベストプラクティス)が挙がった。問題となる事例については、関連法令等(下請代金支払遅延等防止法、独占禁止法、建設業法)との関係の整理を実施した。この結果を基にして、建材･住宅設備産業取引ガイドラインの改訂を図った。

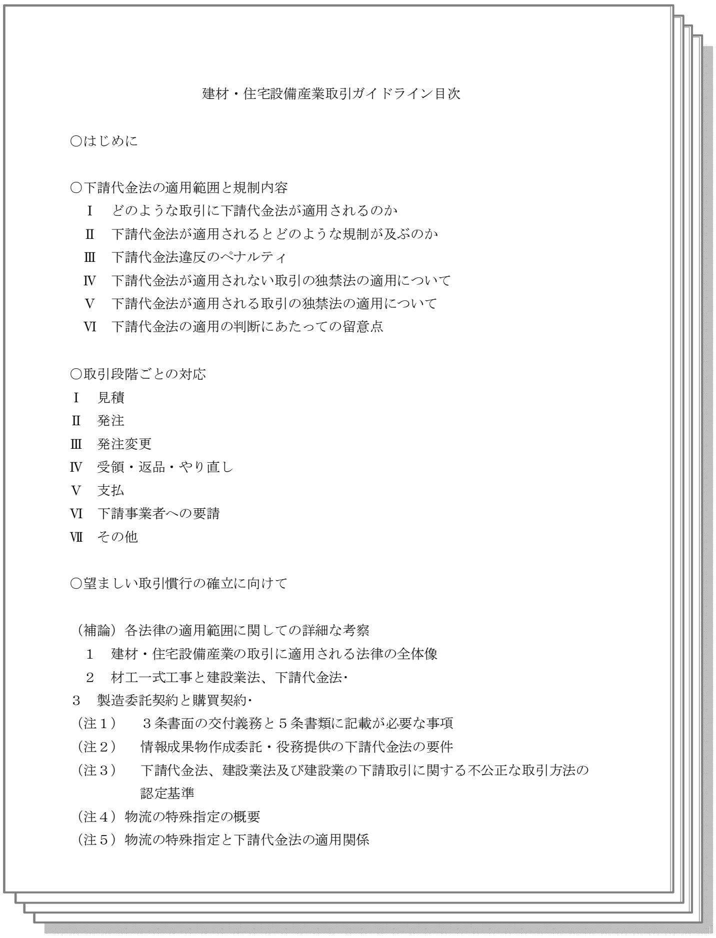
ガイドライン改訂にあたっては、以下の点に留意をした。

1. 各取引段階における下請代金法の解説に加え、独占禁止法の優越的地位の濫用の解説を追加する。
2. 具体例･ベストプラクティス･改善策を追加、差し替えを行う。
   ベストプラクティス、改善策は、取引段階に挿入する。
3. 下請代金法違反及び優越的地位の濫用の場合の効果の解説を追加する。
4. 最後に物流特殊指定の図及び解説を追加する。

5. まとめとして、業界の課題及び改善の取り組みの方向性を指摘し、業界団体の取り組みの方向性を奨励する。

以上の結果に基づいたガイドラインの改訂案(右図参照)を作成した。

さらに、関連法令等との関係等について有識者(学識経験者、弁護士等)に対してヒアリングを実施した(6人)結果、以下のような課題と対応がまとめられた。



建材・住宅設備産業取引ガイドライン目次

○はじめに

○下請代金法の適用範囲と規制内容
Ⅰ　どのような取引に下請代金法が適用されるのか
Ⅱ　下請代金法が適用されるとどのような規制が及ぶのか
Ⅲ　下請代金法違反のペナルティ
Ⅳ　下請代金法が適用されない取引の独禁法の適用について
Ⅴ　下請代金法が適用される取引の独禁法の適用について
Ⅵ　下請代金法の適用の判断にあたっての留意点

○取引段階ごとの対応
Ⅰ　見積
Ⅱ　発注
Ⅲ　発注変更
Ⅳ　受領・返品・やり直し
Ⅴ　支払
Ⅵ　下請事業者への要請
Ⅶ　その他

○望ましい取引慣行の確立に向けて

（補論）各法律の適用範囲に関しての詳細な考察
１　建材・住宅設備産業の取引に適用される法律の全体像
２　材工一式工事と建設業法、下請代金法･
３　製造委託契約と購買契約･
（注１）　３条書面の交付義務と５条書類に記載が必要な事項
（注２）　情報成果物作成委託・役務提供の下請代金法の要件
（注３）　下請代金法、建設業法及び建設業の下請取引に関する不公正な取引方法の認定基準
（注４）物流の特殊指定の概要
（注５）物流の特殊指定と下請代金法の適用関係

【図　ガイドライン改訂内容の一部】

課　題

1. ベストプラクティスを実現するための具体的なやり方やツールを考案し普及して行くこと。
2. ベストプラクティスを実践するにあたり、業者間の抜けがけを防止するよう団体が推進して普及活動を行う必要がある。
3. 今回の調査対象においてガイドラインの認知度は低く(認知度；5/23)、ガイドラインの周知不足、内容の理解不足が確認された。特に、建設業者など工事を伴う業者へも材工込みの工事における下請法の適用について明確化し徹底する必要がある。さらに、有識者へのヒアリング結果から以下のような課題が浮き彫りになった。
4. ガイドラインの内容は文章中心であり、中小企業にとっては分かりにくいため、図や絵でわかりやすく表現する必要がある。さらに、持ち運び易いサイズの副読本などがあると、より身近になるのではないか。

5. 取引と法律との関係が分かりにくく、図や絵が必要。
6. 独占禁止法と比較して、下請代金法は摘発や懲罰などがあまり目立たないために、一般への露出の機会が少なく、一般人の認識不足がある。

対 応

1. 業界団体、元請企業(親企業)が主体となったガイドラインの普及啓蒙のための施策検討とそのための調査企画(マーケティング戦略)。

　例えば、ガイドライン改訂版について、中小企業(工事業者を含む)を主なターゲットとし、分かりやすい図解で表現された副読本の作成と、それを活用した周知活動の推進、業界団体を中心とした適正取引のためのツール(帳票類など)の作成と普及活動の推進などが考えられる。

2. 下請代金法遵守のための業界団体、企業のベストプラクティスの研究調査とその共有。

　現状で下請代金法遵守の為に行われているベストプラクティス事例のさらなる収集と、それらのベストプラクティスが成立している背景、環境などの要因を研究調査することで、そのメカニズムを明らかにする。

3. 業界全体の生産性、効率性、競争力強化へつながる「下請代金法」遵守のあるべき姿とベストプラクティスの調査、研究。

　2.とは逆に、業界全体の生産性、効率性、競争力強化につながるためには、下請代金法がどのように遵守されるべきかという観点から、その仕組み、仕掛けを検討、検証する。