

経済法 第 18 回 10/16

担当 中川晶比兒

I 優越的地位の濫用の規制

【関連する規定】

[1] 定義規定

[1-1] 独禁法 2 条 9 項 5 号(課徴金対象行為)

「五 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、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

- イ 継続して取引する相手方(新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。)に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。
- ロ 継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。
- ハ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。」

[1-2] 独禁法第 2 条 9 項 6 号に基づく一般指定 13(取引の相手方の役員選任への不当干渉)¹ … (略)

[1-3] 特殊指定に定められた行為:次回

- ①「[新聞業における特定の不正な取引方法](#)」(平成 11 年 7 月 21 日公正取引委員会告示第 9 号)
- ②「[特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不正な取引方法](#)」(平成 16 年 3 月 8 日公正取引委員会告示第 1 号)
- ③「[大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法](#)」(平成 17 年 5 月 13 日公正取引委員会告示第 11 号)

[2] 違反に対する独禁法上の措置

①排除措置命令(20 条):法定類型、一般指定、特殊指定。除斥期間は 7 年(20 条 2 項により準用される 7 条 2 項)。

②課徴金納付命令(20 条の 6):

「事業者が、第十九条の規定に違反する行為(第二条第九項第五号に該当するものであつて、継続してするものに限る。)をしたときは、公正取引委員会は、…当該事業者に対し、違反行為期間における、当該違反行為の相手方との間における政令で定める方法により算定した売上額(当該違反行為が商品又は役務の供給を受ける相手方に対するものである場合は当該違反行為の相手方との間における政令で定める方法により算定した購入額とし、当該違反行為の相手方が複数ある場合は当該違反行為のそれぞれの相手方との間における政令で定める方法により算定した売上額又は購入額の合計額とする。)に百分の一を乗じて得た額に相当する額の課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。ただし、その額が百万円未満であるときは、その納付を命じることができない。」……除斥期間は 7 年(20 条の 7 により準用される 7 条の 8 第 6 項)。

[3] 下請代金支払遅延等防止法(下請法):次回

¹ 銀行が融資先を相手方にして行った場合に規制された古い事例が 2 件あるのみ。

【優越的地位の濫用の規制根拠に関する通説的な説明】

「昭和 57 年の一般指定の改正に際して、公取委が、優越的地位の濫用の公正競争阻害性が、取引主体の自由かつ自主的な判断により取引が行われるという自由な競争基盤が侵害されることに求められること、…を明らかにした…」。「その後、…優越的地位の濫用の公正競争阻害性を競争基盤の侵害…に求める見解が一般的に通用するものとなっている。このような競争基盤の侵害説によれば、濫用行為自体に公正競争阻害性が内在するものと捉えられる。」²

※ 相手方が行為者の言いなりになるような状況を規制するもの。基本的な要件は、「優越的地位」と「濫用行為」。相手方にとって、行為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場合に、行為者は相手方との間で「優越的地位」にあるとされる。

※ 濫用行為であることが認定されれば、公正競争阻害性(規制根拠としての弊害)の存在も自動的に認められる。すなわち、「正常な商慣習に照らして不当になされたものと認める」³のが通常である。ただし、課徴金納付が命じられる事件では、濫用行為の継続性も公正競争阻害性の認定において言及される傾向。

【濫用行為】

※ (基本的な考え方)濫用行為とされるのは、

相手方にとって利益にならない一方的な利他的行為を(余儀なく)させること または
相手方が負担すべきいわれのない不利益を与える行為。

[1] 押し付け販売(2条9項5号イ)

[1-1] 正常な商慣習に照らして不当な押し付け販売にあたる場合:

- (a) 相手方が購入を希望しない(カテゴリー)⁴商品・役務の購入を余儀なくさせる⁵場合であって、かつ
(b) 相手方に当該商品・役務の購入を義務づけることが相手方の利益(競争力強化)につながらない(一方的に利他的な)場合

《具体例 1》(株)三井住友銀行に対する件・勧告審決平成 17 年 12 月 26 日審決集 52 巻 436 頁

(i) 「三井住友銀行は、主として変動金利で融資を行う機会を利用して、融資とは別の商品である金利スワップを販売しているところ、金融機関から変動金利による借入れを受けている事業者は、三井住友銀行から変動金利を受け取り、固定金利を支払うことを内容とする金利スワップを購入することによって、金融機関からの借入れに係る変動金利を固定化することが可能となり、金利上昇リスクのヘッジをすることができる。」⁶

(ii) 三井住友銀行は、「金利スワップの販売による収益の増加を目的とした事業計画」に基づき、「各法人営業部(三井住友銀行が日本国内の各地域に置いている、事業者に対する営業活動の拠点。…)の収益目標を設定し、同目標に基づき各法人営業部の営業担当者(以下「担当者」という。)に対し、一定の収益目標を課している。」「…収益目標の達成度を判断する場合、金利スワップの想定元本に一定

² 根岸哲編『注釈独占禁止法』497 頁(根岸哲)(有斐閣、2009 年)。

³ ラルズによる審決取消請求事件・東京高判令和 3 年 3 月 3 日。

⁴ 「当該取引に係る商品又は役務」とは、両当事者が取引対象とすることに合意している商品・役務のことである(独禁法 2 条 9 項 5 号ハにおける用語法との整合性ゆえ)。

⁵ 「購入させる」には、その購入を取引の条件とする場合や、その購入をしないことに対して不利益を与える場合だけではなく、事実上、購入を余儀なくさせていると認められる場合も含まれる。「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 1(平成 22 年 11 月 30 日)。

⁶ 金利スワップは、固定金利と変動金利を契約期間において交換してその差額を決済する取引のことである。最一小判平成 25 年 3 月 7 日(勧告審決以降に起こされた説明義務違反を理由とする民事訴訟の一つ)。同判決によると三井住友銀行は、融資の際の金利は短期プライムレート(銀行が信用力の高い企業に対する短期貸出しについて適用する優遇金利)に一定比率を加えたものを適用する一方、スワップ取引の変動金利は、3 か月 TIBOR(銀行同士の取引金利)を用いていた。またスワップ取引の固定金利は変動金利を大きく上回っていたようである。

の利率及び契約年数を乗じた額を当該金利スワップが販売された年度の収益として計算しており、担当者は、課せられた収益目標を達成するため、事業者に対して金利スワップを積極的に販売している。」

(iii) 「三井住友銀行と融資取引を行っている事業者、特に中小事業者の中には、…当面、三井住友銀行からの融資に代えて、三井住友銀行以外の金融機関からの融資等によって資金手当てをすることが困難な事業者(以下「融資先事業者」という。)が存在する。融資先事業者は、三井住友銀行から融資を受けることができなくなると事業活動に支障を来すこととなるため、融資取引を継続する上で、融資の取引条件とは別に三井住友銀行からの種々の要請に従わざるを得ない立場にある。

(iv) 「三井住友銀行は、融資先事業者から新規の融資の申込み又は既存の融資の更新の申込みを受けた場合に⁷、融資に係る手続を進める過程において、融資先事業者に対し、金利スワップの購入を提案し、融資先事業者が同提案に応じない場合に

ア 金利スワップの購入が融資を行うこと条件である旨、又は金利スワップを購入しなければ融資に関して通常設定される融資の条件よりも不利な取扱いをする旨明示する

イ 担当者に管理職である上司を帯同させて重ねて購入を要請するなどにより、金利スワップの購入が融資を行うこと条件である旨、又は金利スワップを購入しなければ融資に関して通常設定される融資の条件よりも不利な取扱いをする旨示唆する

ことにより金利スワップの購入を要請し、融資先事業者に金利スワップの購入を余儀なくさせる行為を行っている。」すなわち、金利上昇リスクのヘッジを行う必要があるほど変動金利が上昇することは当面ないと考え、複数回にわたる金利スワップの購入提案に応じなかった融資先事業者に対しても、金利スワップの購入を余儀なくさせていた。

(v) 「三井住友銀行のこれらの行為の結果、金利スワップの購入を余儀なくされた融資先事業者は、融資に係る支払金利に加えて、当該金利スワップの契約期間において金利スワップに伴う固定金利と変動金利の差額を支払い続けなければならない、また、当該金利スワップを契約期間中に解約しようとするには一括して所要の解約清算金を支払わなければならない、融資に係る支払金利以外の金銭的負担を強いられることとなっている。」

《具体例 2》カラカミ観光(株)に対する件・勧告審決平成 16 年 11 月 18 日審決集 51 卷 531 頁

「カラカミ観光は、北海道の区域において、「定山溪ビューホテル」、「洞爺サンパレス」、「洞爺パークホテル」、「ニュー阿寒ホテル」、「阿寒ビューホテル」及び「ホテルエメラルド」と称するホテル(これらを総称して以下「道内 6 ホテル」という。)の経営を行っている。」「道内 6 ホテルにおいてカラカミ観光と継続的な取引関係にある食材、日用雑貨品、衣料品等の商品及び広告代理業務、人材派遣業務等の役務を供給する事業者(これらを総称して以下「納入業者等」という。)は、約 440 名である…」。

「カラカミ観光は、遅くとも平成 13 年 4 月以降、道内 6 ホテルにおいて、閑散期における稼働率の向上及び収益確保を目的として、おおむね、別紙の…「購入要請時期」欄記載の時期に、…「利用可能期間」欄記載の期間(年末年始等の特定の期間を除く。)に限り当該ホテルで使用できる宿泊券(以下「宿泊券」という。)について、納入業者等に対し、あらかじめ納入業者等ごとに購入を要請する枚数を設定し

ア 文書で宿泊券の購入を要請し、購入の申込みが無いなどの場合には、事業部長ら納入取引等に影響を及ぼし得る者から購入するよう重ねて要請する

イ 宿泊券の購入を要請する文書とともに購入を要請する枚数の宿泊券を納入取引等に影響を及ぼし得る者から手渡す

等の方法により宿泊券を購入するよう要請している。

これらの要請を受けた納入業者等の多くは、カラカミ観光との納入取引等を継続して行う立場上、その

⁷ 「「継続して取引する」とは、現に継続的に取引関係がある場合だけでなく、新たに継続的取引を開始する場合も含まれる。」田中寿編著『不正な取引方法—新一般指定の解説』(商事法務、1982 年)。

要請に応じることを余儀なくされている。」「カラカミ観光は、納入業者等に対し、平成 13 年度に総額約 2 億 2900 万円、平成 14 年度に総額約 2 億 2500 万円、平成 15 年度に総額約 2 億円の宿泊券を購入させている。」

《具体例 3》(株)ラルズによる審決取消請求事件・東京高判令和 3 年 3 月 3 日

原告(ラルズ⁸)と取引のあった納入業者「18 社の従業員等は、原告が毎年 3 月頃及び 9 月頃に実施していた紳士服特別販売会において、本件対象期間中、…イージーオーダー又は既成品の紳士用スーツ、ワイシャツ、ネクタイ、革靴等の本件商品を購入したところ…、これらの本件商品の購入は、本来的には、原告と納入業者間の取引において、必ずしも購入を要するものとはいえないから、これらの本件商品の購入は、一般的には、納入業者において合理性を欠くものとなり、原告の本件商品の購入を要請する行為は、特段の事情のない限り、納入業者において、その事業の遂行上必要としない商品等であるか、又は、その購入を希望しない商品等であっても、今後の取引に与える影響を懸念して当該要請を受け入れざるを得ないものとして、法 2 条 9 項 5 号イ所定の不利益行為に該当するものと認められる。」

[1-2] 押し付け販売に当たらない場合：

《具体例》「大規模小売業者が納入業者に対してプライベート・ブランド商品の製造を委託する際に、当該商品の内容を均質にするなど合理的な必要性から、納入業者に対して当該商品の原材料を購入させるような場合」⁹

※ この例は、相手方が購入を望んでいなくても((a)を満たしても)、行為者が相手方の購入先を決定することが、サプライチェーン全体の競争的努力を高めるために合理性がある((b)を満たさない)といえる場合。同様の例として、フランチャイズ契約において本部が加盟店に「商品、原材料等の注文先や加盟者の店舗の清掃、内外装工事等の依頼先について、…本部又は本部の指定する事業者とのみ取引させること」¹⁰もこの基準で考えるべきであろう。

⁸ 「北海道の区域において、「ビッグハウス」、「ラルズマート」、「スーパーアークス」、「ラルズストア」、「ホームストア」、「ラルズプラザ」、「ファミリープラザ」及び「フレティ」と称する店舗を運営し、食料品、日用雑貨品、衣料品等の小売業を営む者」である。

⁹ 「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」の運用基準第 2 の 6(2)ア(平成 17 年 6 月 29 日)。大規模小売業者の業態としては、「百貨店、スーパーのほか、ホームセンター、衣料、家電等の専門量販店、ドラッグストア、コンビニエンスストア本部、通信販売業など」が含まれる。

¹⁰ 「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方」3(1)ア(取引先の制限)(平成 14 年 4 月 24 日)。

[2] 経済上の利益を提供させること(2 条 9 項 5 号ロ)

[2-1] 協賛金の要求

① 協賛金の要求が正常な商慣習に照らして不当な場合

相手方にとって「直接の利益」¹¹(相手方商品の販売拡大)にならない(一方的に利他的な)協賛金の支払を余儀なくさせる場合

《具体例 1》(株)ラルズによる審決取消請求事件・東京高判令和 3 年 3 月 3 日¹²

(i) 「協賛金等の負担額、算出根拠、用途等を明らかにせず、また、納入業者における負担が、納入業者が協賛金の提供によって得ることとなる直接の利益の合理的な範囲を超える場合などには、これらの協賛金の提供は、一般的には、納入業者において経済合理性を欠くものであることは明らかといえるから、特段の事情のない限り、原告[ラルズ]の協賛金提供を要請する行為は、協賛金の条件等が不明確で納入業者に計算できない不利益を与え、又は、協賛金の提供を通じて納入業者が得る直接の利益の合理的な範囲を超える負担を負わせるものとして、法 2 条 9 項 5 号ロ所定の不利益行為に該当するものと認められる。」

(ii) 「①原告は、オープンセール協賛金及び創業祭協賛金(本件協賛金)の提供を要請する際、オープンセール協賛金は、事前の取決めとして、その算定方法、支払方法その他の支払条件等の協賛金の提供に係る条件を明らかにすることはなく、当該条件につき納入業者との間で協議することもなく、原告の担当者が要請額を納入業者に伝える際も、協賛金の算出根拠や用途について具体的に説明することもなかったものであり、一方、創業祭協賛金は、事前の取決めとして、取引先カード等に記載していたが、記載する際に算出根拠や用途の説明がされることはなく、記載と異なる運用がされる場合も、原告と納入業者間で特段の協議はなく、原告の担当者等が要請額を納入業者に伝える際も、協賛金の算出根拠や用途について明確に説明することなかったものであり、②本件協賛金の用途も、オープンセール協賛金は、基本的には、オープンセールの費用補填に用いられたものの、一部は、目標とされた利益額を達成するための補填等に使われ、提供した納入業者が納入する商品の販売には結び付けられておらず、協賛金を提供した納入業者の商品の納入量が通常より増えることもなかったものであり、また、創業祭協賛金の用途は、一部は創業祭の費用補填に用いられたが、本部の収益として取り扱われ、原告は、本件協賛金の提供を受けることによる見返りの約束をすることもなかった¹³…。」

※ 「直接の利益の合理的な範囲」という言葉使いは不自然。負担が合理的な範囲内か否を問う:

「協賛金等の名目で提供した金銭について、その負担額、算出根拠、用途等について、あらかじめ買主が売主に対して明らかにし、かつ、当該金銭の提供による売主の負担が、その提供を通じて売主が得ることとなる直接の利益等を勘案して合理的な範囲内のものであり、相手方の同意の上で行われる場合等は、そのような金銭の提供行為であっても不利益行為には当たらないという場合もあり得る…」ダイレックス(株)による審決取消請求事件・東京高判令和 5 年 5 月 26 日

《具体例 2》決算対策のための協賛金の要請¹⁴

¹¹ 「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 2(1)ア(平成 22 年 11 月 30 日)。「広告に取引の相手方の納入する商品を掲載する場合や「取引の相手方にとってその納入する商品の販売促進につながる場合」に直接の利益が認められる。

¹² 協賛金総額は 4 億 600 万円であるが、課徴金額は 12 億 8713 万円である。審決で課徴金額が減額されなかった唯一の事例。

¹³ 具体的には、「納入業者が創業祭協賛金を支払うことによって、原告との取引量が通常より増えたり、広告に自社商品が目立つように掲載されたりすることはなかった。」

¹⁴ 「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 2(1)イ想定例②(平成 22 年 11 月 30 日)。

②協賛金の要求が不当でない場合:「直接の利益」の範囲内である場合

「納入業者の商品の販売促進に一定程度つながらるような協賛金や納入業者のコスト削減に寄与するような物流センターの使用料等」であって、「納入業者が得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲」内である場合。¹⁵

[2-2] 従業員等の派遣¹⁶

①正常な商慣習に照らして不当な場合:

(a) 相手方にとって「直接の利益」¹⁷(相手方の商品の販売拡大、消費者ニーズの把握等)にならない(一方的に利他的な)従業員等の派遣であって、かつ

(b) 直接の利益のない(直接の利益を超える)部分につき、ただ働きさせる場合。

《具体例 1》ダイレックス(株)による審決取消請求事件・東京高判令和 5 年 5 月 26 日

「一般的な買取取引においては、売主は、当該買取商品を契約の内容に沿って買主に引き渡すことで義務の履行は完了するはずのものであるから、契約上の権利義務や一般的な商慣習等がない限り、小売業者である買主の新規店舗の開設、既存店舗の改装及びこれらの店舗での開店セール等の際に、買取取引で仕入れた商品を他の陳列棚から移動させ、又は新たに若しくは補充として店舗の陳列棚へ並べるなどの作業は、本来買主において行うべきものといえることができる。そうであれば、買主の要請によって売主が自社の従業員等を派遣して上記のような作業に当たらせることは、売主としては当該従業員等による労務をその派遣の期間逸失することになるほか、交通費等派遣に必要な費用が発生した場合には当該費用を負担することになることから、売主にとって通常は何ら合理性のないことであり、そのような合理性のない行為は、原則として不利益行為に当たるものと解するのが相当である。」

「したがって、例えば、新規店舗開設等作業のための従業員等派遣については、①従業員等の業務内容、労働時間及び派遣期間等の派遣の条件について、あらかじめ相手方と合意し、かつ、派遣される従業員等の人件費、交通費、宿泊費等の派遣のために通常必要な費用を買主が負担する場合、②従業員等が自社の納入商品のみ販売業務に従事するものなどであって、従業員等の派遣による相手方の負担が従業員等の派遣を通じて相手方が得ることとなる直接の利益等を勘案して合理的な範囲内のものである場合等、上記の不合理性を払拭するような特段の事情…がない限り、相手方において自由かつ自主的な判断に基づいてこれを受け入れたということとはできず、不利益行為に当たるものと認めるのが相当である。」

《具体例 2》ラルズによる審決取消請求事件・東京高判令和 3 年 3 月 3 日

(i) 納入業者 53 社が、ラルズが実施した 15 店舗の新規開店又は改装開店に際して、自社の従業員等を当該店舗に派遣し、開店準備作業等(商品の陳列・補充、店舗での試食販売、店舗外での特売品についてのレジ作業、商品の撤去、他店舗への振替など)を行っていた事案。

(ii) 「納入業者の従業員等が、自身の判断で自社商品を陳列したり、自社商品を説明、宣伝したりすることはできず、自社商品と他社商品の区別なく作業を行っていた」として、特段の事情は認められないとした。

「店舗オープンにより当該納入業者の中長期的な売上増加の可能性があり、早期の店舗オープンに

¹⁵ 「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」の運用基準第 2 の 8(1)(平成 17 年 6 月 29 日)。このほか、「受発注オンライン・システム、商品マスター登録システム、棚割用画像データシステム並びに POS データ及び来店客の購買履歴データ提供システムの利用料」(同第 2 の 8(2)ウ)も協賛金に準じて(直接の利益を勘案して)判断されるべきであろう。

¹⁶ 「従業員等」には、当該取引の相手方が当該要請に応じるために雇用したアルバイトや派遣労働者等が含まれる。「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 2(2)ア(注 11)(平成 22 年 11 月 30 日)。

¹⁷ 「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 2(2)ア(注 12)(平成 22 年 11 月 30 日)。

より早期に売上げの増加が期待され、店長やチーフとの情報交換等の機会となることで商談につながる場合があり得るとしても、本件従業員等派遣との関係は必ずしも明らかとはいえないことなどに照らすと、…直ちに、直接の利益をいうものと認めることはできない。」

《具体例 3》(株)エディオンに対する件・審判審決令和元年 10 月 2 日

直接の利益につき、「被審人の従業員がこれを行う場合との比較において、当該納入業者の商品についての格別の販売促進の効果を生じさせるものであることが必要」とし、納入業者が派遣した従業員等による商品の展示・装飾が、商品の特性上格別の販売促進の効果を生じさせる場合があるとした。納入業者 3 社(オーディオ製品メーカー)との間で、このような販売促進効果のある作業をさせていたものの、3 社に対して商品の搬出・搬入作業もさせており、これらは直接の利益を生じさせないとして、3 社の間でも特段の事情を認めなかった。

※ 協賛金、従業員の派遣は、いずれも、事前の合意の有無と、直接的な利益の有無で濫用行為性を判断。事前の合意があることは相手方にとって利益になりうることを示唆する。直接的な利益は、納入業者の取引拡大目的からみて行為者が過大な要請をしているかどうか問うもの。

②不当でない場合¹⁸：

(i) 「従業員等の派遣が、それによって得ることとなる直接の利益の範囲内である」場合。すなわち、納入業者の「従業員等を当該納入業者の納入に係る商品の販売業務(その従業員等が大規模小売業者の店舗に常駐している場合にあっては、当該商品の販売業務及び棚卸業務)のみに従事させる場合(その従業員等が有する販売に関する技術又は能力が当該業務に有効に活用されることにより、当該納入業者の直接の利益となる場合に限る。)」¹⁹

(ii) 直接の利益にはならないが、対価を支払っている場合。「従業員等の派遣の条件についてあらかじめ当該取引の相手方と合意…し、かつ、派遣のために通常必要な費用を自己が負担する場合」。

[2-3] その他の経済上の利益を提供させること

《具体例 1》(株)ローソンに対する件・勧告審決平成 10 年 7 月 30 日審決集 45 卷 136 頁

「三 1(一)ローソンは、日用品について、ローソンチェーン店の売上げの増大を図るため、ローソンチェーン店の取扱い優先度が高いものとして選定したいいわゆる標準棚割商品…の統一的な陳列を行うこととし、平成 10 年 1 月 23 日ころ、千葉県船橋市所在の株式会社野村商事の会議室で開催した会合において、主要日用品納入業者約 70 名に対し、すべての標準棚割商品の一定個数をローソンチェーン店に無償で納入するよう要請し、同会合の席上、この要請に応ずるか否かを書面により回答させた。」

「(二) ローソンは、前記(一)の会合以後、会計処理の便宜上、前記(一)の無償での納入の要請を 1 円での納入(以下「1 円納入」という。)の要請に変更するとともに、この要請を行うことによって、ローソンチェーン店が標準棚割商品以外の在庫商品を処分するための費用として、約 13 億円を日用品納入業者に負担させることとし、前記(一)の会合において要請に応じないと回答した日用品納入業者及び同会合に招集しなかった日用品納入業者に対しても再三にわたり 1 円納入の要請を行った。」

「2 前記 1 の要請を受けた日用品納入業者の大部分は、統一的な陳列の実現に要する費用は本来ローソン又はローソンチェーン店が負担すべきであり、1 円納入の要請に応じるべき合理的理由が

¹⁸ 「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 2(2)イ(平成 22 年 11 月 30 日)。

¹⁹ 大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法 7(平成 17 年 5 月 13 日公正取引委員会告示第 11 号)。

ないにもかかわらず、要請の時期が次期において取り扱われる商品の選定時であり、また、ローソンとの納入取引を継続して行う立場上、同要請に従うことを余儀なくされ、日用品納入業者の一部は平成 10 年 2 月 25 日ころ 1 円納入を実施し、また、その他の日用品納入業者の多くも 1 円納入を順次約定しつつあった。」

《具体例 2》ダイレックス(株)による審決取消請求事件・東京高判令和 5 年 5 月 26 日
総合ディスカウントストア業のダイレックスが、福岡県朝倉店の火災により滅失毀損した商品について、親会社となったサンドラッグの方針により損害保険に加入していなかったため補償を受けられなかった。そこで、火災滅失毀損商品の納入業者に対して、納入価格相当額について、返品又は値引きとして処理するか、無償納入品として取り扱うことを依頼し、43 社から仕入代金との相殺などにより総額約 1200 万円の金銭の提供を受けた。

《具体例 3》相手方から取引対象以外の知的財産を無償で提供させること²⁰：
「ソフトウェア開発、テレビ番組制作等の委託取引のように受託者が役務を提供して得られる成果物（以下「情報成果物」という…。）を引き渡すことで債務の履行が完了する」場合がある。²¹「受託者が当該成果物を作成する過程で、他に転用可能な成果物、技術等を取得することがあり、これが取引の対象となる成果物とは別の財産的価値を有する場合」²²に問題となる。

※ ローソン事件は不当な値引き(2 条 9 項 5 号ハ)にも見えるが、対価の水準が不当に低いかどうかの判断は不要な事案だから、経済上の利益を提供させたことに分類されている。在庫商品は相手方から既に関取っている製品だから、それをどう処分しても、相手方の直接の利益にはつながらない。

²⁰ 「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 2(3)ア(平成 22 年 11 月 30 日)。

²¹ 「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」はじめに(平成 10 年 3 月 17 日)。情報成果物としては、ゲームソフトその他のソフトウェア、家電製品の制御プログラム、テレビ番組、ラジオ番組、CM、映画、アニメーション、設計図、ポスター、商品・容器のデザイン、コンサルレポート、雑誌広告などが挙げられている。

²² 「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」第 2 の 7(1)(平成 10 年 3 月 17 日)。

[3] その他取引の相手方に不利益となるような取引条件(2 条 9 項 5 号ハ)

[3-1] 一方的な返品 ←買戻しを求める行為

①正常な商慣習に照らして不当な場合:相手方が負担すべきいわれのない不利益を与える返品

《具体例 1》小売業者が、製造業者が定める賞味期限の 1 か月前をもって自社独自の販売期限と定めて、この販売期限を経過した商品を同商品の納入業者に返品し、当該商品の引取りや廃棄のために必要な費用も負担しない場合。

《具体例 2》売行き不振又は売場の改装や棚替えに伴い当該商品が不要になったことを理由として返品する場合。²³

②不当でない場合²⁴:

(i) 「当該取引の相手方から購入した商品に瑕疵がある場合、注文した商品と異なる商品が納入された場合、納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等、当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由により、当該商品を受領した日から相当の期間内に、当該事由を勘案して相当と認められる数量の範囲内…で返品する場合」

(ii) 「あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て、かつ、商品の返品によって当該取引の相手方に通常生ずべき損失²⁵を自己が負担する場合」

(iii) 「当該取引の相手方から商品の返品を受けたい旨の申出があり、かつ、当該取引の相手方が当該商品を処分することが当該取引の相手方の直接の利益…となる場合」²⁶

《具体例》日本トイザラス(株)に対する件・審判審決平成 27 年 6 月 4 日審決集 62 卷 119 頁

納入業者が新商品を早急に市場に流通させ、販売を促進させることを目的として被審人に対して旧商品の返品を提案し、新商品の販売実績が上がった場合について、「K[納入業者]から申出があり、かつ、K が当該返品の対象商品を処分することが K の直接の利益となる場合に当たると認められる」から、濫用行為ではないとした。

[3-2] 代金減額

①正常な商慣習に照らして不当な場合:相手方が負担すべきいわれのない不利益を与える減額

《具体例 1》スーパーが、半額処分や売り尽くしセールを行った場合に、納入業者に対する買掛債務から、当該商品の割引総額に相当する額を減額する場合。

《具体例 2》業績悪化、予算不足、顧客からのキャンセル等自己の一方的な都合により、契約で定めた対価の減額を行う場合²⁷

《具体例 3》消費税転嫁対策特別措置法:「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」による規制

²³ 受領拒否についてはあるが、「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(1)イ想定例①(平成 22 年 11 月 30 日)。

²⁴ なお、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」及び「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」1 の二では、商品の購入前に相手方との合意により定めた条件に従って正当な商慣習の範囲内で行う返品にも言及があるが、不当性がないことの根拠は、一定限度内での返品が正常な商慣習になっていることに求められている。

²⁵ 「通常生ずべき損失」とは、返品により発生する相当因果関係の範囲内の損失をいう。例えば、①当該商品の市況の下落や時間の経過による当該商品の使用期限の短縮に伴う商品価値の減少等に相当する費用、②当該商品の返品に伴う物流に要する費用、③当該商品の廃棄処分費用等をいう。「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」の運用基準第 2 の 1(3)ウ(平成 17 年 6 月 29 日)。

²⁶ 「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(2)イ(平成 22 年 11 月 30 日)。「直接の利益」とは、ここでも相手方の販売拡大(新商品に置き換える場合など)が念頭に置かれている。

²⁷ 「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(4)イ想定例①(平成 22 年 11 月 30 日)。

(i) 消費税の円滑な転嫁を妨げる行為を規制する法律。消費税は転嫁を通じて最終的に消費者が負担することが予定されている税である。流通段階において消費税増税分(2014年4月1日より5%から8%、2019年10月1日より10%へ増額)の転嫁が、力の強い買い手によって拒否されることがないように確保するもの。とりわけ中小企業による転嫁が阻害されないようにするもの。

(ii) 3条1号で以下の行為を、「特定事業者」(大規模小売業者等)が「特定供給事業者」(特定事業者)に継続して商品・役務を供給する事業者)に対して行うことを禁止。

「商品若しくは役務の対価の額を減じ、又は商品若しくは役務の対価の額を当該商品若しくは役務と同種若しくは類似の商品若しくは役務に対し通常支払われる対価に比し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こと。」²⁸

②不当でない場合²⁹

- (i) 「当該取引の相手方から購入した商品又は提供された役務に瑕疵がある場合、注文内容と異なる商品が納入され又は役務が提供された場合、納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等、当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由により、当該商品が納入され又は当該役務が提供された日から相当の期間内に、当該事由を勘案して相当と認められる金額の範囲内…で対価を減額する場合」
- (ii) 「対価を減額するための要請が対価に係る交渉の一環として行われ、その額が需給関係を反映したものであると認められる場合」

[3-3] 対価の一方的決定

正常な商慣習に照らして不当な場合: 同種または類似の商品・役務に対して通常支払われる対価と比べて³⁰著しく乖離しており、相手方にとって利益にならない一方的な利他的行為である場合

《具体例1》ユニー(株)に対する件・勧告審決平成17年1月7日審決集51巻543頁³¹

(i) ユニーは、「食料品、衣料品、住居関連品等の小売業を営む、いわゆる総合量販店業者であって、…大規模小売店舗等を155店舗展開して」おり、「東海・北陸地区における総合量販店業者の中で、最大手の業者である。」「ユニーは、その販売する青果物の約8割を、各店舗の仕入担当者と青果物を納入する仲卸業者(以下「仲卸業者」という。)との間で商談を行い、仕入れており、その販売する青果物の約2割を、中京、静岡、北陸及び関東の各本部の仕入担当者と仲卸業者との間で商談を行い、仕入れている。」

(ii) 「ユニーは、遅くとも平成13年ころ以降、年2回行われる特別感謝セール及び年間約50回行われる火曜特売セールに際し、一部の店舗において、売上げの増加等を図るため、当該店舗の仕入担当者から、仲卸業者に対し、前記セールの用に供する青果物について、あらかじめ仲卸業者との間で納入価格について協議することなく、例えば、火曜特売セールの前日等に、チラシに掲載する大根、きゅうり、トマト等の目玉商品を連絡し、同商品について仲卸業者の仕入価格を下回る価格で納入するよう一方的に指示する等して、前記セールの用に供する青果物と等級、産地等からみて同種の商品の一般の卸売価格に比べて著しく低い価格をもって通常時に比べ多量に納入するよう要請して

²⁸ なお、転嫁対策特別措置法3条3号では本体価格での交渉の拒否も違反行為とされている。これだけでは濫用行為には当たらないだろうが、消費税額は取引条件として交渉対象ではないことを明らかにする意義がある。

²⁹ 「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(4)イ(平成22年11月30日)。

³⁰ 「特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不正な取引方法」1の三(平成16年3月8日公正取引委員会告示第1号)、「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」4(平成17年5月13日公正取引委員会告示第11号)、「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」第2の3(1)(平成10年3月17日)。

³¹ 百貨店特殊指定(「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」により廃止)の第4項(「百貨店業者が、特売、廉売等の用に供する特定の商品を、その商品と同種の商品の一般の卸売価格に比べて著しく低い価格をもって、当該納入業者に納入させること。」)に該当するとされた。

いる。」「これらの要請を受けた仲卸業者の多くは、ユニーとの納入取引を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされている。」

《具体例 2》「受託者に対して短い納期の設定を行い、これによって当該役務の提供に必要な費用等も大幅に増加するため、受託者が対価の引上げを求めたにもかかわらず、かかる費用増を十分考慮することなく、著しく低い対価を定める場合」³²

《具体例 3》「大規模小売業者が、…一般の委託販売取引における正常な商慣習に照らして納入業者に著しく不利益となるような条件をもって、当該納入業者に自己等と委託販売取引をさせること。」「例えば、買取仕入れにおいては商品の売れ残りリスク等を大規模小売業者が負うことを考慮すると、買取仕入れから委託仕入れに変更した場合、通常取引条件の交渉であれば、その委託手数料は従来の買取仕入れにおける粗利に比べると相当程度低くなるにもかかわらず、委託手数料を従来の買取仕入れにおける粗利と同じとするような取引条件を設定するような場合」。³³

※ 大規模小売業者は、買取仕入れの場合には粗利(販売価格－納入価格)という形で利潤を得る一方、売れ残りリスクや返品リスクは自らが負担しなければならない。買取仕入れの利潤を維持しながら、納入業者に売れ残りリスク・返品リスクを負わせる目的で、委託販売取引に形式上変更する行為を規制する趣旨。³⁴

[3-4] 支払遅延:相手方が負担すべきいわれのない不利益を与える場合に、正常な商慣習に照らして不当

[3-5] やり直しの要請

行為者側にやり直し発生の原因があるなど、相手方が負担すべきいわれのない不利益を与える場合に、正常な商慣習に照らして不当となる。例えば、

- (i) 「委託者側の一方的な都合により取引の対象となる役務の仕様等を変更したにもかかわらず、その旨を受託者に伝えないまま、受託者に継続して作業を行わせ、仕様に合致していないとして、受託者にやり直しをさせる場合」
- (ii) 「役務の提供を受ける過程で、その内容について了承したにもかかわらず、提供を受けた後に受託者にやり直しをさせる場合」
- (iii) 「提供を受けた役務について、あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくし、委託内容と異なることや瑕疵があることなどを理由として、受託者にやり直しをさせる場合」
- (iv) 「受託者が委託者に対し仕様ないし検査基準の明確化を求めたにもかかわらず、正当な理由なくこれを明確にしないまま、仕様等と異なることや瑕疵があることなどを理由として、受託者にやり直しをさせる場合」³⁵

(続く)

³² 「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」第 2 の 3(2)(2)(平成 10 年 3 月 17 日)。ここでの役務の委託取引とは、いわゆるアウトソーシング(社内業務の外部委託)を念頭に置いており、(i)運送役務・メンテナンス役務・顧客サポート役務等の外部委託のほか、(ii)ソフトウェア・番組等の知的財産(情報成果物)の引渡を目的とする外部委託が対象である。

³³ 「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」3(平成 17 年 5 月 13 日公正取引委員会告示第 11 号)、「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」の運用基準第 2 の 3(2)ア(平成 17 年 6 月 29 日)。

³⁴ 百貨店業の特殊指定に関する同じ規定の解説として、厚谷襄児ほか『条解独占禁止法』225 頁(和泉澤衛)(弘文堂、1997 年)を参照した。

³⁵ 「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」第 2 の 4(2)(平成 10 年 3 月 17 日)。