

「指針」に示された公正なルールに則していない主な事例

「指針」のルール1 合理的な価格の設定

酒類の価格は、一般的には仕入価格（製造原価）＋販売費・一般管理費等＋利潤になるはずであり、そうした価格設定が短期的にも中長期的にも合理的である。

国の重要な財政物資であること、致酔性・依存性を有すること等、酒類の特殊性に鑑みれば、顧客誘引を目的とした「おとり商品」としての使用は不適正な取引慣行であり、改善していくべきである。

また、他の商品の販売による利益やその他の資金を投入しなければ設定できないような低価格を継続することによって競争事業者の顧客を獲得するという手段は、他の商品に比べて弊害が大きいと考えられるため、そのような不公正な取引慣行については改善していくべきである。

今後、数量ベースでの国内市場の拡大は困難であり、著しい供給過剰は取引の安定を阻害するおそれがあることから、全事業者が適正生産を行うことが必要である。

経営基盤の安定を図りつつ消費者ニーズに応じた酒類を的確に供給していくためには、企業努力による業務効率化を反映した競争をしつつ、個別の取引において適正な利潤を確保していくことが望まれる。

【「指針」のルール1に則していない事例に対する指導事項等】

総販売原価を下回る価格で販売を継続する場合には、当該事業者において将来にわたって健全な経営を維持することが困難となるおそれがあることから、指針に沿った合理的な価格設定を行うよう改善指導した。

なお、下記の事例については、いずれも独占禁止法第45条第1項に基づき、公正取引委員会に報告を行っている。

(小売業者)

1 A生活協同組合は、卸売業者であるB社からリベートをもらえることを期待して特売を行ったが、B社からリベートの支払いがなかったため、結果として、一部商品について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、ビールについては、1ケース（350ml×24本）当たり仕入価格を18円（仕入価格の0.4%）下回る価格で販売していた。

2 ドラッグストアを営むA社は、販売価格を変更する場合は本部と相談する社内ルールとなっているが、実際には各店舗の判断に任せられていた。各店舗においては、競合他店の販売価格対策のため、競合他店の販売価格と同程度又は下回るように販売価格の引き下げを行っており、その結果、ビール系飲料について仕入価格又は総販売原価を下回る価格で販売していた。

特に、ビールの一部商品については、1ケース（350ml×24本）当たり仕入価格を133円（仕入価

格の3%) 下回る価格で販売していた。

- 3 ディスカウントストアを営むA社は、商品の購入代金の2%分のポイントを付与し、次回の購入代金からそのポイント分を減額(ポイントにより還元)することができることとしており、酒類についてもポイントを付与する対象としていた。

そのため、ポイントによる還元額を考慮すると、一部商品について仕入価格又は総販売原価を下回る価格での販売となっていた。特に、ビールについては、1ケース(350ml×24本)当たり仕入価格を81円(仕入価格の2%)下回る価格での販売となっていた。

- 4 ドラッグストアを営むA社は、商品の購入代金の一定割合のポイントを付与し、次回の購入代金からそのポイント分を減額(ポイントにより還元)することができることとしており、酒類についてもポイントを付与する対象としていた。

そのため、ポイントによる還元額を考慮すると、ビール系飲料の一部商品について仕入価格又は総販売原価を下回る価格での販売となっていた。特に、ポイント3倍セールを行った際の特定のメーカーの商品については、1ケース(350ml×24本)当たり仕入価格を21円(仕入価格の1%)下回る価格での販売となっていた。

- 5 ドラッグストアを営むA社は、複数店舗において、集客手段のため、ビール系飲料の一部商品について仕入価格又は総販売原価を下回る価格で販売していた。

特に、ビールの一部商品については、1ケース(350ml×24本)当たり仕入価格を258円(仕入価格の6%)下回る価格で販売していた。

- 6 業務用卸売業者であるA社は、会社全体で利益を確保するとの認識から、一部商品について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、ビールの一部商品については、中瓶(500ml)1本当たり仕入価格を7円(仕入価格の3%)下回る価格で販売していた。

「指針」のルール2 取引先等の公正な取扱い

酒類の価格差は、取引数量の相違等正当なコスト差に基づく合理的なものであるべきであり、合理的な理由なく取引先又は販売地域によって差異を設けることは、公正な取扱いとはならない。

取引価格やその他の取引条件等について合理的な理由なく差別的な取扱いをすることは、価格形成を歪める大きな一因となる。

【「指針」のルール2に則していない事例に対する指導事項等】

取引先によって取引条件に差異を設ける場合には、合理的な理由に基づくものとするよう改善指導した。

なお、下記の事例2、4については、独占禁止法第45条第1項に基づき、公正取引委員会に報告を行っている。

(製造業者)

1 A社は、主要酒類の売上を確保するために、特定の得意先卸に対し通常の数量以上の仕入を行うよう要請し、その見返りとして謝礼金を支払うこととしたが、社内ルールにおいて当該主要酒類に係る謝礼金の支払いができないことから、他の酒類に係る謝礼金として支出していた。

また、ギフト商品について、特定の得意先卸に対し同様の要請を行い、本来、得意先卸が支払うべき倉庫料をA社が拡売費として支出することで負担していた。

(卸売業者)

2 A社は、得意先であるスーパーマーケットB社との取引継続のために、B社が求める納入価格を受け入れた結果、一部商品について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、ビールの一部商品については、1ケース(350ml×24本)当たり仕入価格を246円(仕入価格の6%)下回る価格で販売していた。

3 A社は、ビール系飲料の取引について、卸売業者B社に対しては関連会社であることを理由としてメーカーからの仕入価格と同価格で販売し、リベートについてもメーカーからの受領額と同額をB社に支払っていた。

その結果、ビール系飲料の販売においては、B社以外の者との取引では粗利益が発生するのに、B社との取引では粗利益が発生しない状況となっていた。

4 A社は、大手スーパーB社から、帳合変更により新たに取扱うこととなった酒類メーカーC社の一部商品の納入価格について、B社のこれまでの最低価格での納入を要求され、これを受け入れた結果、焼酎については、4リットル1本当たり仕入価格を33円(仕入価格の2%)下回る価格で販売していた。

「指針」のルール3 公正な取引条件の設定

- (1) 百貨店、スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア等大きな販売力を持つ者が、その購買力を背景に取引上優越した地位にある場合に、自己の都合による返品、商品購入後における納入価格の値引き、特売用商品の著しい低価納入、プライベート・ブランド商品の受領拒否、中元・歳暮などの押し付け販売、従業員等の派遣、協賛金や過大なセンターフィー等の負担、多頻度小口配送等の要求を一方的に行う場合、又はこれらの要求に応じないことを理由として不利益な取扱いをする場合には、公正な取引条件の設定が妨げられる。
- (2) 製造業者等が市場調査、販売促進、宣伝等の市場活動等を通じて経済上の利益を供与する又は経済上の不利益を課すことにより、流通業者の取引条件等に不当に関与し影響を及ぼす場合には、流通業者間の競争を減少させ、流通業者の自由な事業活動を妨げることになるばかりでなく、消費者の商品選択を狭めるなど消費者利益を損なうこともある。

【「指針」のルール3に則していない事例に対する処理】

優越的な地位にある者が、協賛金の要求を一行的に行うことは、公正な取引条件の設定が妨げられることから、是正するよう指導した。

なお、下記の事例については、独占禁止法第45条第1項に基づき、公正取引委員会に報告を行っている。

(卸売業者)

- 1 A社は、大手百貨店のB社及びC社との酒類ギフト取引の独占的窓口であるという立場を利用し、複数の酒類製造者に対して、カタログ制作費やギフト商品売場の装飾費等の費用について協賛金を出すよう一方的に要求し、また、その要求額も実際の費用を大きく上回るものであった。

「指針」のルール4 透明かつ合理的なリベート類

リベート類には、いかなる形態であれ透明性（支払基準・支払時期等の明確化、取引先への事前開示）及び合理性（支払基準が合理的に説明し得る）が必要である。

【「指針」のルール4に則していない事例に対する指導事項等】

リベート等の透明性・合理性を確保するよう改善指導した。

（製造業者）

- 1 A社は、特定の得意先卸11社が小売業者24社に対して支払っている物流センターの使用料（センターフィー）について、A社が負担する理由がないのに、取引の維持を図るため、その一部を負担していた。
- 2 A社は、取引先を取引数量等によりランク付けし、ランクに応じた割合で基本割戻金（リベート）を支払うこととしているが、長期間にわたってランクの見直しを行わなかった結果、実際の取引数量等とは異なるランクによる基本割戻金の支出となっていた。

（卸売業者）

- 3 A社は、大口の売上先である大手スーパーB社との取引を維持するため、明確な支払基準を設けずに帳合維持謝金（リベート）を支出していた。
また、大口の売上先である地場スーパーC社との取引においては、在庫過剰となったビールの一部について、通常の数値を超えて仕入れてもらうために、明確な基準を設けずに1ケース（350ml×24本）当たり120円のリベートを支払っていた。