

酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例

(製造業者 A)

- ▶ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（製造業者 A 社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件（リベート等）によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、関係会社に対して支払ったブランド使用料の配賦漏れが生じていたため、A 社に対し、販売管理費率（以下「販管費率」という。）の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、A 社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、
- ・ 競合する製造業者の販売価格や取引条件の決定に影響
 - ・ リベートの多寡により卸売業者間において販売価格差が生じ、更には最終販売先の小売業者の販売価格に影響
- を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっていることから、他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(製造業者 B)

- ▶ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（製造業者 B 社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件（リベート等）によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、取扱飲食店との契約に付随して支払った費用の配賦漏れが生じていたため、B 社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、B 社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、競合する製造業者の販売価格や取引条件の決定に影響を与え、公正な取引を阻害する一因となっていることから、他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。
- また、調査対象者は、当該製品についての総販売原価を下回る程度が多額となっており、自己の酒類事業にも相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(製造業者C)

- ▶ 大容量パック清酒について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
 - 調査対象者（製造業者C社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社に比べブランド力が低く、価格訴求する営業方針が必要であるとの認識から、大手小売業者等に対し店頭販売価格引下げのために多額のリベートを支出していた。
 - さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、業務委託費の配賦漏れが生じていたため、C社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、C社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、競合する製造業者の価格決定や販売数量・シェアにも影響を与えており、公正な取引を阻害する一因となっていることから、他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(卸売業者D)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
 - 調査対象者（卸売業者D社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、販売シェア獲得等のため、大手小売業者及び大手料飲業者に対し、多額のリベートを支出していた。
 - さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、関係会社に対して支払ったブランド使用料の配賦漏れが生じていたため、D社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、D社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、当該大手小売業者等の廉価販売に繋がり、周辺小売業者の価格決定等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。
 - また、調査対象者は、当該製品についての総販売原価を下回る程度が多額となっており、自己の酒類事業にも相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(卸売業者E)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
 - 調査対象者（卸売業者E社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、支店・課別（取引先別）損益計算書に基づき販管費率を算出し、当該販管費率を用いて算出した総販売原価を上回る価格設定をすることとしていたが、確定した法人決算による本社経費の異動額（予算と決算の差額）を支店・課別損益計算書に反映させていなかったため、本社経費の配賦漏れが生じていた。
そのため、E社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、E社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、競合する卸売業者の売上や価格決定等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者F)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
 - 調査対象者（小売業者F社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、費用の配賦漏れがあったほか、共通費用の配賦方法について、主に作業従事時間比率を用いて算出していたが、当該比率の算出根拠が不十分であり、当該比率を用いて費用配賦することは事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。
そのため、F社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう繰り返し指導するも、事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示されなかったことから、一般的に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者G)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
 - 調査対象者（小売業者G社）は、酒類の販管費率を具体的に計算して算出しておらず、担当者の経験則から感覚的に販管費率を設定し、競合する他店の価格を参考にしながら販売価格を決定していた。
そのため、G社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）について指導した結果、G社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量、価格決定等に影響を与えている事実から、他の事業者に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。