

35「基準」に違反するおそれがあるとして「嚴重指導」を行った主な事例

販売価格の設定について

- 酒類業者は、正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額【総販売原価】を下回る価格で継続して販売してはならない。

【取引停止になることをおそれ、値上げを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるA社は、特定の取引先に対して販売する商品の一部について、総販売原価割れの事実を認識していたが、値上げを行うことにより取引停止となることをおそれ、価格を改定せずに販売を継続していた。

【競合他店の価格を参考に販売価格を設定していた事例】

- ・ 業務用卸を主体とするB社は、取引先の維持及び競合他社から取引先を獲得することを目的に、従来の販売価格や競合する他社の価格を参考にしながら販売価格を設定していた結果、販売する商品の一部について総販売原価を下回る価格での販売を継続していた。

- ・ 業務用卸を主体とするC社は、酒類の販売管理費率（以下「販管費率」という。）を具体的に計算して算出することなく、競合する他店の価格を参考にしながら販売価格を設定していた結果、販売する商品の大部分について、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

さらに、一部の店舗においては、特定の顧客がまとめ買いする際に、総販売原価を下回る店頭表示価格から更なる値引きをして販売していた。

- ・ ディスカウントストアであるD社は、酒類の販管費率を具体的に計算して算出していたが、販売する商品の一部については、算出した販管費率を用いずに競合する他店の価格を参考にしながらより低い販売価格を設定していた結果、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

費用配賦の方法について

- 酒類業者が、酒類事業と他の事業を併せ行っている場合において、これらの事業に共通する費用が発生するときは、当該費用については、当該酒類業者が選択した合理的な配賦方法に従って、酒類の売上原価又はその販売に係る販売費及び一般管理費に配賦するものとする。

【一律に売場面積比を適用していた事例】

- ・ ディスカウントストアである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、全ての費用を一律に売場面積比を用いて配賦していた。しかし、売場面積に必ずしも連動しない人件費等の費用について売場面積比を用いて配賦することは、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。

【算出した売場面積比が恣意的であった事例】

- ・ ドラックストアである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、地代家賃等の費用を売場面積比を用いて配賦していたが、当該売場面積比の算出に用いたサンプル店舗の平均値は、サンプル店舗数が非常に少なく、またサンプル店舗の抽出基準に合理性が認められないなどの結果、実際の事業実態と大きく乖離しており、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。

【計算根拠の不明、費用の配賦漏れがあった事例】

- ・ 小売業者であるG社は、スーパーマーケット及びディスカウントの2つの形態で営業を行っており、各業態に共通する経費については、長年同様の割合であん分していたが、その割合の計算根拠が不明であるにもかかわらず見直しを行っていなかったほか、決算書上の販管費の一部に配賦漏れがあり、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。