

# 「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」の告示について

平成 17 年 4 月 28 日

公正取引委員会

## 1 不正な取引方法の指定

公正取引委員会は、百貨店、スーパー、ホームセンター、専門量販店、コンビニエンスストア本部等の大規模小売業者による納入業者に対する優越的地位の濫用行為を効果的に規制する観点から、独占禁止法第 2 条第 9 項の規定に基づき、「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」(以下「大規模小売業告示」という。)について別紙 1 のとおり指定を行うこととし、平成 17 年 5 月 13 日付けの官報に告示する。

本件は、平成 17 年 3 月 10 日付けで大規模小売業告示の原案を公表し(3 月 16 日付けで官報公告)、関係各方面から広く意見を募集するとともに(24 名から意見提出)、3 月 31 日に公聴会を開催して一般からの意見聴取を行ってきたところであり、公聴会等における意見を慎重に検討した結果、原案に一部修正を加えた上、指定を行うこととしたものである(意見募集及び公聴会で出された意見の概要並びにこれらに対する考え方、修正点は別紙 3 参照)。大規模小売業告示は、平成 17 年 11 月 1 日から施行する(注)。

なお、公正取引委員会としては、今後、大規模小売業告示の考え方を明らかにした運用基準を速やかに作成する予定である。

(注)大規模小売業告示の施行に伴い、「百貨店業における特定の不正な取引方法」

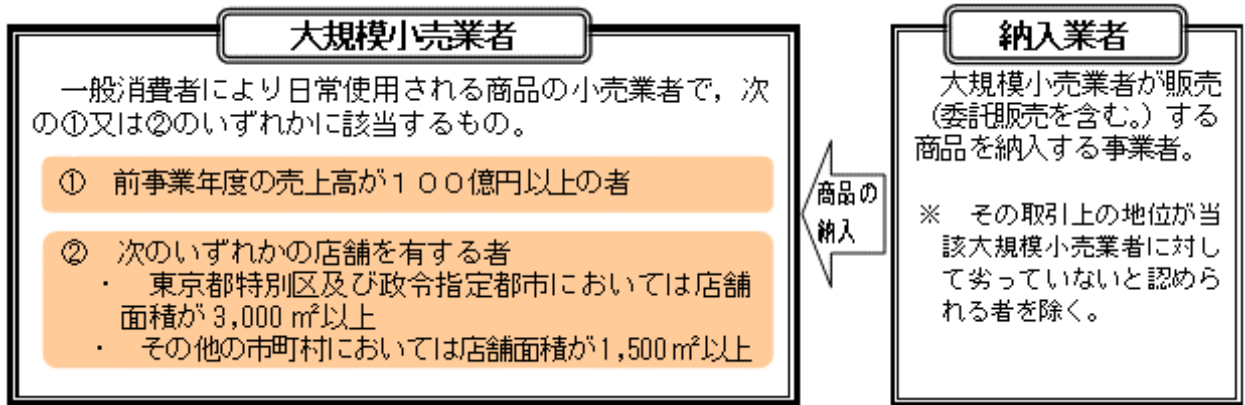
(昭和 29 年公正取引委員会告示第 7 号。以下「百貨店業告示」という。)は廃止す

る

## 2 大規模小売業告示の概要

### (1) 規制の対象となる大規模小売業者の取引

以下の取引を対象とする。



### (2) 禁止される大規模小売業者の行為

不当な返品，不当な値引き，納入業者の従業員等の不当使用，不当な経済上の利益の收受等を禁止する。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課  
電話 03 - 3581 - 3373(直通)

ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

## 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取引方法

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和 22 年法律第 54 号）第 2 条第 9 項の規定に基づき、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取引方法を次のように指定する。

## 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取引方法

## （不当な返品）

- 1 大規模小売業者が、次の各号のいずれかに該当する場合を除き、自己又はその加盟者（以下「自己等」という。）が納入業者から購入した商品の全部又は一部を当該納入業者に対して返品すること（購入契約を委託販売契約に切り替えて返品すること、他の商品と取り替えること等、実質的に購入した商品の返品となる行為を含む。以下同じ。）。
  - 一 納入業者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
  - 二 商品の購入に当たって納入業者との合意により返品条件を定め、その条件に従って返品する場合（当該商品について、その受領の日から一定の期間内における一定の数量の範囲内での返品又は受領した商品の総量に対して一定の数量の範囲内での返品が、大規模小売業者と納入業者との取引以外の一般の卸売取引において正常な商慣習となっており、かつ、当該商慣習の範囲内で返品条件を定める場合に限る。）
  - 三 あらかじめ納入業者の同意を得て、かつ、商品の返品によって当該納入業者に通常生ずべき損失を大規模小売業者が負担する場合
  - 四 納入業者から商品の返品を受けたい旨の申出があり、かつ、当該納入業者が当該商品を処分することが当該納入業者の直接の利益となる場合

## （不当な値引き）

- 2 大規模小売業者が、自己等が納入業者から商品を購入した後において、当該商品の納入価格の値引きを当該納入業者にさせること。ただし、当該納入業者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金額の範囲内で納入価格の値引きをさせる場合を除く。

## （不当な委託販売取引）

- 3 大規模小売業者が、大規模小売業者と納入業者との取引以外の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。

## （特売商品等の買いたたき）

- 4 大規模小売業者が、自己等が特売等の用に供する特定の商品について、当該商品と同種の商品に係る自己等への通常の納入価格に比べて著しく低い価格を定め、当該価格をもって納入業者に納入させること。

(特別注文品の受領拒否)

- 5 大規模小売業者が、納入業者に対してあらかじめ特別の規格、意匠、型式等を指示して特定の商品を購入させることを契約した後において、当該納入業者の責めに帰すべき事由がないのに、当該商品の全部又は一部の受領を拒むこと。ただし、あらかじめ納入業者の同意を得て、かつ、商品の受領を拒むことによって当該納入業者に通常生ずべき損失を当該大規模小売業者が負担する場合を除く。

(押し付け販売等)

- 6 大規模小売業者が、正当な理由がある場合を除き、納入業者に自己の指定する商品を購入させ、又は役務を利用させること。

(納入業者の従業員等の不当使用等)

- 7 大規模小売業者が、次の各号のいずれかに該当する場合を除き、自己等の業務に従事させるため、納入業者にその従業員等を派遣させ、又はこれに代えて自己等が雇用する従業員等の人件費を納入業者に負担させること。
- 一 あらかじめ納入業者の同意を得て、そ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つては、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。)
  - 二 派遣を受ける従業員等の業務内容、労働時間、派遣期間等の派遣の条件についてあらかじめ納入業者と合意し、かつ、その従業員等の派遣のために通常必要な費用を大規模小売業者が負担する場合

(不当な経済上の利益の收受等)

- 8 前項に規定するもののほか、大規模小売業者が、自己等のために、納入業者に本来当該納入業者が提供する必要のない金銭、役務その他の経済上の利益を提供させ、又は当該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を超えて金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

(要求拒否の場合の不利益な取扱い)

- 9 納入業者が前各項に規定する行為に係る要求に応じないことを理由として、大規模小売業者が、当該納入業者に対して代金の支払を遅らせ、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること。

(公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い)

- 10 大規模小売業者が前各項に規定する行為をした場合又は当該行為をしている場合に、納入業者が公正取引委員会に対しその事実を知らせ、又は知らせようとしたことを理由として、当該大規模小売業者が、当該納入業者に対して代金の支払を遅らせ、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること。

## 備考

- 1 この告示において「大規模小売業者」とは、一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者(特定連鎖化事業(中小小売商業振興法(昭和48年法律第101号)第11条第1項に規定する特定連鎖化事業をいう。以下同じ。)を行う者を含む。)であって、次の各号のいずれかに該当するものをいう。
  - 一 前事業年度における売上高(特定連鎖化事業を行う者にあつては、当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。)が100億円以上である者
  - 二 次に掲げるいずれかの店舗を有する者
    - イ 東京都の特別区の存する区域及び地方自治法(昭和22年法律第67号)第252条の19第1項の指定都市の区域内にあつては、店舗面積(小売業を行うための店舗の用に供される床面積をいう。以下同じ。)が3,000平方メートル以上の店舗
    - ロ イに掲げる市以外の市及び町村の区域内にあつては、店舗面積が1,500平方メートル以上の店舗
- 2 この告示において「加盟者」とは、大規模小売業者が行う特定連鎖化事業に加盟する者をいう。
- 3 この告示において「納入業者」とは、大規模小売業者又はその加盟者が自ら販売し、又は委託を受けて販売する商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者(その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除く。)をいう。

## 附則

- 1 この告示は、平成17年11月1日から施行する。
- 2 百貨店業における特定の不公正な取引方法(昭和29年公正取引委員会告示第7号。以下「旧告示」という。)は、廃止する。
- 3 旧告示備考第1項に規定する百貨店業者のこの告示の施行前にした行為については、なお従前の例による。

〔原文縦書き〕

## 大規模小売業告示のポイント

### 1 大規模小売業告示の適用対象となる大規模小売業者及びその納入業者について

#### (1) 大規模小売業者（備考第1項）

大規模小売業告示の適用対象となる大規模小売業者については、前事業年度の売上高が100億円以上であることを基本的な要件とし、一定の店舗面積を有することを補完的な要件として、いずれかの要件を満たす事業者（加盟店の売上げが主たる売上げであるコンビニエンスストア本部等フランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。）とする。

#### (2) 納入業者（備考第3項）

大規模小売業告示の適用対象となる納入業者については、大規模小売業者が販売（委託販売を含む。）する商品を納入する事業者とする。ただし、その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる納入業者については、大規模小売業告示の「納入業者」から除外される。

### 2 大規模小売業告示で規定する禁止行為

#### (1) 不当な返品（第1項）

大規模小売業者が納入業者から購入した商品を返品することを原則として禁止。ただし、その例外として、

商品に瑕疵がある場合や注文した商品が異なっている場合など納入業者の責めに帰すべき事由がある場合

一定の期間における一定の数量の範囲内の返品又は納品の総量に対して一定の数量の範囲内の返品が正常な商慣習となっている場合において、当該商慣習の範囲内において納入業者との合意により返品条件を定め、その条件に従って返品する場合

納入業者の同意を得て、返品により通常生じる損失を大規模小売業者が負担する場合  
納入業者からの申出があり、かつ、当該納入業者にとって返品を受けることが  
納入業者の直接の利益となる場合

には返品を認めることとしている。

#### (2) 不当な値引き（第2項）

大規模小売業者が、商品購入後、商品に瑕疵がある場合や注文した商品が異なっている場合など納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除いて、納入業者に納入価格の値引きをさせることを禁止。

#### (3) 不当な委託販売取引（第3項）

大規模小売業者が納入業者に対して、正常な商慣習に照らして著しく不利益となるような条件で委託販売取引をさせることを禁止。

#### (4) 特売商品等の買ったたき（第4項）

大規模小売業者が特売等の用に供する商品について、自己に対する通常の納入価格と比べて著しく低い価格を定めて納入させることを禁止。

**(5) 特別注文品の受領拒否（第5項）**

大規模小売業者がいわゆるプライベート・ブランド商品など特別の規格等を指定した上で，納入業者に商品を納入させることを契約した後において，納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除いて，商品の受領を拒むことを禁止。

**(6) 押し付け販売等（第6項）**

正当な理由がある場合を除いて，大規模小売業者が取引関係を利用して，納入業者が購入等を希望しないにもかかわらず，自己の指定する商品の購入や役務の利用をさせることを禁止。

**(7) 納入業者の従業員等の不当使用等（第7項）**

大規模小売業者が自己の業務のために納入業者に従業員を派遣させて使用すること，又は自らが雇用する従業員の人件費を納入業者に負担させることを原則として禁止。ただし，その例外として，

あらかじめ納入業者の同意を得て，その従業員を当該納入業者が納入する商品の販売業務に従事させる場合（その従業員が大規模小売業者の店舗の中の自己の納入商品の売場・ショップ等に常駐している場合には，当該商品の販売業務及び棚卸業務に従事させる場合）

あらかじめ従業員の派遣条件について納入業者と合意し，かつ，その従業員等の派遣のために通常必要な費用を大規模小売業者が負担する場合にはこれを認めることとしている。

**(8) 不当な経済上の利益の收受等（第8項）**

大規模小売業者が，納入業者に対し，

いわゆる決算対策協賛金など納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること

納入業者の商品の販売促進に一定程度つなが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いわゆる物流センターの使用料等であっても，納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えてこれを提供させることを禁止。

**(9) 要求拒否の場合の不利益な取扱い（第9項）**

前記(1)から(8)についての要求を拒否した納入業者に対し，代金の支払遅延，取引停止等の不利益な取扱いをすることを禁止。

**(10) 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い（第10項）**

前記(1)から(9)の事実を納入業者が公正取引委員会に知らせ，又は知らせようとした場合に，当該納入業者に対し，代金の支払遅延，取引停止等の不利益な取扱いをすることを禁止。

## 意見募集及び公聴会で出された意見の概要並びにこれらに対する考え方

該当箇所	意見の内容（抜粋）
告示案 全体	<p>本告示案について、百貨店業界としては、以下の理由から賛成。大規模小売業者の定義について、百貨店業告示は、一定以上の面積を有する多種類の商品を取り扱う小売業者を対象としているため、現在の複雑多岐にわたる小売業態をカバーしていないという欠点があった。本告示案は、売上高100億円を新たな基準とすることにしており、バイイングパワーを公正かつ効果的に規制するという意味と、対象となるか否かが当事者に明確になるという意味で評価できること。本告示の適用対象となる納入業者の範囲について、その取引上の地位が当該大規模小売業者に対し相対的に劣っていない納入業者との取引は、本告示の対象外である旨が明記されたことは、現実の取引実態に即したものであり、評価できること。禁止行為について、不当な返品、不当な値引き等、本告示案で示されている行為は全体的に百貨店業告示に比べて分かりやすくなっており、また、流通・取引慣行ガイドラインに規定されていたものが本告示案に取り入れられたことにより、公正取引ルールを厳守する上で、分かりやすくなったこと。〔公述人 日本百貨店協会〕</p> <p>本告示案については、以下の理由から基本的に評価できる。規制対象となる小売業者の範囲について、近年の業態の多様化、規模の拡大を踏まえて見直しを行い、店舗面積の大きさだけでなく、売上高の要件を追加していること。納入業者の範囲について、百貨店業告示においては、対象となる「納入業者」が明確になっていないが、本告示案において、取引上の地位が大規模小売業者と同等以上の納入業者が対象から明確に除外されていることは、取引の実態から見て適切であること。〔公述人 日本チェーンストア協会〕</p> <p>本告示案については、基本的に賛成であるが、若干異論もある。次の3点を指摘したい。消費者ニーズに応え、良い商品を提供することは、商品の生産者、物流事業者、スーパーの三者が一体となって初めて完結することが可能であり、現場の実務では、商品の陳列等のカテゴリー管理を三者一体で行っているのが実態。したがって、こうした行為を厳しく規制されたら、困るのは消費者とメーカーである。本告示案に規定されている禁止行為の中には、メーカーとスーパーとの間で商品の取扱い・販売に関する明確な契約がないことに起因するものも多いことから、お互いの関係を明確にして、商品販売の諸条件を明確にすれば、返品、販売促進費、販売支援体制についての問題は解消されていくと考えられる。スーパー業界は、減収傾向にあり、構造不況業種であるとも言われている中であって、バイイングパワーを発揮して、納入業者に不当な要求を行っているという理解については疑義を感じる。〔公述人 (社)日本セルフ・サービス協会〕</p> <p>食品メーカーは、規模が小さな中小企業、また、地場に根付いた地方の企業が数の上では大変多く、そうした中で、大規模小売業者による納入業者に対する優越的地位の濫用行為は、現在でも依然として減っていないのが実態。本告示案は、規制対象事業者としてコンビニエンスストアなどにも範囲を広げ、また、禁止行為についても押し付け販売や不当な経済上の利益の收受等を明文化したことは、今後優越的地位の濫用行為を抑制するのに大きな効果があるものと期待している。〔公述人 (財)食品産業センター〕</p> <p>化粧品日用品卸売業界においては、公正な取引の推進、取引の透明性を高めていくことが優先課題である。こういった点を踏まえると、現在の流通の実態にそぐわなくなっている百貨店業告示に代わり、大規模小売業者の優越的地位の濫用行為を効果的に規制するために、大規模小売業者の多様化した業態等に対応すべく、納入取引の実態に即した新たなルールとして本告示を制定することについては賛成。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p> <p>中小企業の立場から、百貨店業告示の見直しが50年ぶりに行われ、納入取引の実態に即した新たなルールとして本告示の制定が行われることについては基本的に賛成。大規模小売業者の優</p>

賛成意見で具体的な修正等の意見がないものについては、公正取引委員会の考え方は記載していない。

該当箇所	意見の内容（抜粋）
	<p>越的地位の濫用による不公正な取引行為は、一向になくならないどころか、ますます複雑かつ巧妙化している。中小納入業者は、大規模小売業者から要請があれば、たとえ自己にとって不利益なものであっても、取引上不利になることを懸念して受け入れざるを得ないのが実態。このため、当団体は、大規模小売業者による独占禁止法違反行為を厳しく取り締まるよう毎年、公正取引委員会に要請してきたところ、本告示を制定することに至った点については、当団体の要望が受け入れられたものとして大変歓迎している。また、本告示案の内容についても、規制対象事業者の拡大や禁止される行為類型の追加など流通の実態に即した見直しが行われており、おおむね妥当であると評価できる。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p> <p>家電流通業界は、ここ数年、非常なスピードで規模の大きな店が力を付けてきており、バイイングパワーの弊害が生じてきている。当団体の会員である中小の地域店は、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為の直接の被害者ではないが、家電メーカーの過当なシェア競争や大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を背景として、大規模小売業者と中小の地域店の格差が拡大し、中小の地域店は存在がおぼつかなくなっている。こういった中で、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を規制するため、本告示を制定することは非常に意義がある。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>百貨店以外の大規模小売事業者による優越的地位の濫用が摘発される事件が顕著に増えている中、このような事件を踏まえて、百貨店業告示を見直し、規制対象となる事業者の範囲を拡大し、独占禁止法上問題となる行為類型の追加を行うことは適切である。</p> <p>ただし、優越的地位の濫用規制については、それが過度に、あるいは過剰に発動されると、競争政策を離れて単なる中小企業の保護政策になったり、更には中小企業の保護にさえならず、かえって中小企業に害を与えるということにもなりかねないという懸念がある。</p> <p>しかしながら、本告示案については、流通実態の変化やこれまでの審決の積み重ねによる実績を踏まえて、コンビニエンスストア本部、専門量販店などの百貨店業告示ではカバーされていない事業者にまで拡大し、禁止行為についても、実情に合うように拡大するものであり、優越的地位の濫用の「規制の濫用」の懸念はないと考えられる。</p> <p>なお、優越的地位の濫用規制については、これを過剰に用いたり、あるいは過少な規制にしないように、引き続き慎重かつ適切な運用をお願いしたい。〔公述人 泉水文雄 神戸大学大学院法学研究科教授〕</p> <p>百貨店業告示が制定された昭和29年から約50年の間に、日本の小売業の構造は非常に大きく変化を遂げ、小売業態が非常に多様化する一方で、いわゆる仕入れ交渉力は本部において集中的に発揮される形態になっていることを踏まえ、大規模小売業者の要件として、売場面積規模だけでなく、企業の売上高規模要件を追加したことは適切。</p> <p>納入業者と大規模小売業者との取引は非常に多様な側面を持っており、値引きの要求、従業員派遣、返品等に加え、例えば、物流センターフィーなど、50年前には想定されなかったものが生じてきている。一方、納入業者と大規模小売業者との取引は、あくまで相互性の中で行われており、例えば、売場スペースの確保等、ライバル企業との競争対応ということの必要性の中で、納入業者側にもこのような要求を受け入れる事情があるので、大規模小売業者だけが悪いと言い切れない場合もある。しかしながら、不公正な取引行為が続くことによって、例えば、コスト管理能力、商品力、組織力そのものを弱めていくということは、これまで多くの事例が示しており、加えて、不公正な取引行為は、納入業者と大規模小売業者との間の信頼関係を著しく傷つける結果、トータル物流コストの削減、消費者のための商品の品質管理、安全性確保のための仕組みづくりといった、いわゆる協働関係を非常に困難にさせることにより、流通業の健全な発展を妨げ、結果として消費者利益を損なうという側面もある。</p> <p>前記のような点を踏まえれば、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を規制していくために本告示を制定することについては賛成であり、本告示制定を踏まえ、関係業界におけるルール作り等を含め、本告示の制定が、大規模小売業者と納入業者との取引の健全化へと結び付くことを期待している。〔公述人 三村優美子 青山学院大学経営学部教授〕</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）
	<p>大規模小売業者の購買力濫用の規制を強化するための本告示案については、基本的に賛成。大規模小売業界の発展は、流通革新等に対して様々な良き成果をもたらしたが、それは大規模小売業者の経営革新努力によるものであり、その経済力の濫用行為によるものではない。大規模小売業者の経済力の濫用を厳しく規制することによって、大規模小売業者の経営革新努力は強化・促進されるのであり、また大規模小売業者間の競争も正当な経営合理化努力に向かい、大規模小売業者にも、また取引関係者や消費者にも良き成果がもたらされる。独占禁止法に基づく大規模小売業者の購買力の規制は、昭和28年の独占禁止法による優越的地位の濫用規制の導入、昭和29年の百貨店業告示の制定、平成3年の流通・取引慣行ガイドラインの第5における大規模小売業者の購買力濫用規制などが従来から行われてきたが、やや断片的であった。本告示案は、大規模小売業者の購買力濫用規制を正面から行おうとするもので、積極的な規制体制の整備といえる。</p> <p>今回の告示見直しは大きな意義のあるものと考え、その趣旨、基本的な枠組みに賛成するとともに、大きな期待を寄せている。賛成の理由は、特殊指定の対象とする大規模小売業者の範囲の拡大がなされたこと、禁止行為類型についても、見直し、追加が行われ、新たな状況への対応レベルが高められていること、市場における納入業者間の競争レベルの上昇と小売業者の規模拡大により、売り手である製造業者の交渉力が低下する一方、小売業者の交渉力が大きく高まり、特に大規模小売業者のバイイングパワーが源泉となって納入業者による差別対価の提供等が不可避的に引き起こされ、その結果、公正な競争が損なわれ、また流通の各段階で過剰・過当な競争が行われるようになっていることを考えると、それに関する新たなルールの設定は重要かつ有効であると考え、我が国が人口減少過程に移行するところであり、市場における競争レベルが上がるとともに、消費税率の引上げ等も想定すると、各業態の大規模小売業者による優越的地位の濫用行為の発生度合いがより著しくなる可能性があり、これに対する適切な抑制措置をとっておくことは将来に向けても必要であり、有効だと考えられることである。</p> <p>本告示案は、百貨店業告示で規制対象としていなかった、近年の流通機構で市場シェアを拡大しているホームセンター、ディスカウントストア、コンビニエンスストア、専門量販店等の大規模小売業者と、協賛金の要請や押し付け販売等の行為を規制対象にすることを明確にした点で、基本的に評価できる。これにより、大規模小売業者の納入業者に対する優越的地位の濫用に関して、規制の迅速化と要件の明確化による濫用行為の抑止力の強化が可能になる。しかしながら、大規模小売業者の優越的地位(購買力)による納入業者からの財・サービスの調達能力の強化が、消費財の流通において消費者に対する商品価格の低下やサービスの向上を生み出し、更には流通機構の近代化や小売市場におけるチャネル間競争の促進に果たした役割も見逃すことはできない。このため、過剰規制によって当該役割を過度に弱めることには問題がある。</p> <p>本告示制定については賛成。昭和29年に出示された百貨店業告示は、一昨年まではほとんど運用されることなく半世紀が経過したが、昨今国会でも論議されている不当廉売と優越的地位の濫用問題に係る市場実態からすれば、遅きに失した感もあるところ、それゆえに告示制定を急ぎ、更に重要なことはその運用強化を図り、やり得を許さない公正な競争環境の確立が急務である。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
第1項 (不当な返品)	<p>第2号の規定を逆手に取って、返品条件の締結を前提とした商取引に利用されるおそれがある。悪用防止のため、具体的に、業態・該商品群の指定をお願いしたい。また、一定数量の解釈も曖昧なので明確な基準が必要。</p> <p>不当な返品について、納入業者との合意があれば例外的に許容される場合があるが、大規模事業者から要請があれば合意に応じざるを得ないのが実情。したがって、納入業者との合意があることが違反行為の抜け道とならないよう、合意の事情、背景、経緯などを十分に検証し、納入業者が泣き寝入りすることのないよう、毅然として違反行為を摘発してもらいたい(納入業者の従業員等の不当使用等における同意についても同旨)。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p>	<p>第2号で「納入業者との合意により返品条件を定め」としたのは、取引当事者間で返品条件を明確化することにより、納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与えないようにするためである。ここで、「合意」とは、当事者の実質的な意思が合致するということであって、納入業者との十分な協議の上に納入業者が納得した上で合意するという趣旨であり、合意という形式的な形さえ整えばよいというものではない(以下の各項でいう「合意」、「同意」においても同様である。)。御意見を踏まえ、今後作成する予定の運用基準の中でもこの点について明確にするとともに、大規模小売業者による言わば押し付けの合意といった行為が行われぬよう、告示の運用については十分注意していきたい。また、各規定の解釈については、運用基準の中で、可能な限り明らかにしていきたい。</p>
	<p>大規模小売業者から納入業者に対して、不当な返品に代えて不当な値引きを要請するケースも多く見受けられ、これは第2項の不当な値引きとしても規制されると考えられるが、不当な返品と密接なものなのでこの項に明記いただきたい。</p>	<p>告示の各項は、行為類型別に規定されているところ、返品に代わる値引きについては、第2項で規制が可能と考えられる。</p>
第2項 (不当な値引き)	<p>大規模小売業者に納入する際に、大きく原価割れする納入価格を強制されているのが実態。本告示の「不当な値引き」の例示として、「事後値引き」に加えて、「製造原価を下回る納入価格の要請」を入れてもらいたい。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p>	<p>大規模小売業者が特売等の用に供する商品について、自己に対する通常の納入価格と比べて著しく低い価格を定めて納入させるような場合には、第4項に該当することとなる。</p>
	<p>大規模小売業者と納入業者との間で取引条件が合意された後、商品が納入されるまでの間に大規模小売業者から一方的な条件変更の要請があるケースも多いので、こういったケースもカバーされるように規定を修正すべき。</p>	<p>「購入」とは、売買契約に基づき買い取るという趣旨であり、購入した時点は売買契約が成立した時点である。したがって、御意見のようなケースも含まれる。</p>
第4項 (特売商品等の買ったたき)	<p>告示案では、不当とされる価格水準は、「自己等への通常の納入価格に比べて著しく低い価格」とされており、ここでいう「自己等」とは「自己又はその加盟者」と定義しているため、同業他社等の仕入価格と比較する余地がない。したがって、「自己等への通常の納入価格に比べて著しく低い価格」の規定については、「当該商品の同種商品の通常の納入価格に比べて著しく低い価格」に修正すべき。</p>	<p>御意見のように変更すると、ボリュームディスカウント等合理的理由に基づく低価格納入のようなケースであっても問題となるかのように解されるおそれがあるため、告示のような規定振りとしたものである。なお、「著しく低い価格」であるかどうかについては、通常の納入価格との乖離の状況を中心に判断されるほか、納入業者の仕入コスト、他社の納入価格等も勘案して判断されることとなる。</p>
	<p>第4項の「特売商品等の買ったたき」の規定中の「著しく低い」という表現は、相当程度の低価格でも許されるとの誤解を与えるおそれがあるので、「不当に低い」といった買ったたきを牽制するような表現にしてほしい。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p>	<p>禁止行為の構成要件については、できる限り明確にする必要があることから、「著しく低い」との用語が適当と考える。なお、「著しく低い価格」であるかどうかの判断は、前記のとおりである。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
<p>第5項</p> <p>（特別注文品の受領拒否）</p>	<p>当業界においては、大規模小売業者への専用機種が投入されることがあるが、こうした専用機種は必ずしも大規模小売業者が指示するとは限らず、納入業者からの提案に合意して特定の商品が納品される場合が大半なので、こういった場合もカバーするように、本告示案第5項の「納入業者に対してあらかじめ特別の規格、意匠、形式等を指示して」の規定については修正すべき。</p>	<p>本項の趣旨は、大規模小売業者が納入業者に対して規格等を指示して商品の納入を求めておきながら、自己の一方的な都合で当該商品の受領を拒否することを禁止するものである。</p>
<p>第7項</p> <p>（納入業者の従業員等の不当使用等）</p>	<p>家電業界における一番の問題は、いわゆるヘルパーの派遣の問題である。各メーカーは、人手がないため大規模小売業者からの要請を受けると、人材派遣会社に依頼をし、全く商品知識がないような人を送り込んでいるのが実態であり、家電業界の派遣店員は必要ないと思っている。いまま少し突っ込んだ規定を盛り込んでいただきたい。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p>	<p>本項は、大規模小売業者が納入業者に対して従業員を派遣させることを、第1号又は第2号に該当する例外的な場合を除いて、原則として禁止するものである。</p> <p>第1号は、納入業者の新製品の宣伝等のために従業員を派遣させる場合や、大規模小売業者の店舗内に納入業者のブランド名を掲げた売場を設けてそこに従業員を派遣させる場合などは、納入業者の販売促進につながることから、これを認めている。ただし、この場合であっても、派遣条件についてあらかじめ合意することを要件としていることから、納入業者との合意を得ることなく、大規模小売業者の一方的な都合で納入業者に対して従業員等の派遣を行わせる場合には、本項に該当することとなる。</p>
	<p>第1号について、小売業者が店頭で販売業務を自ら行い、自ら持ち得ない特殊な技術又は能力に限ってメーカーの派遣員を使用するのが本来の姿であり、その範囲において納入業者の従業員等の使用が認められるべきである。また、従業員派遣が許容される場合であっても、不当顧客誘引を未然に防止する観点から、消費者に対し身分を明らかにすべきである。したがって、第1号の規定については、前記の観点から修正すべき。</p>	<p>本項第1号の規定は、納入業者の新製品の宣伝等のために従業員等を派遣させる場合や、大規模小売業者の店舗内に納入業者のブランド名を掲げた売場を設けてそこに従業員等を派遣させる場合などは、納入業者の販売促進につながることから例外的に許容しているものである（ただし、従業員が有する販売に関する技術又は能力が有効に活用される場合に限る。）。</p> <p>前記のようなケースであれば、「特殊な」技術又は能力を有していなくても、納入業者の販売促進につながる場合があると考えられ、逆に「特殊な技術又は能力」がなければ従業員を派遣させることができないとなると、納入業者の販売促進活動を妨げるおそれもある。さらに、それぞれの業界、商品等でどのような場合に「特殊な」技術又は能力を有しているかが曖昧となり、紛糾するおそれもある。</p> <p>なお、本告示は大規模小売業者による納入業者に対する特定の行為類型を禁止行為として規定するものであって、不当顧客誘引を未然に防止する観点から御意見のようなことを自主的に行うことは望ましいことであるが、義務付けを行うことは適切ではない。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>販売業務は本来、小売業者の固有の業務であり、それを納入業者に求めること自体問題があるほか、納入業者にとって小売業者の指示監督の下で販売業務を行うことが利益になるとは限らない。したがって、納入業者に従事させることを認める業務としては、商品の説明業務に限定すべきであると考え。</p> <p>納入業者からの派遣店員が自社の納入商品の販売業務を行うことを適法と明確化したことは、売場の運営及び取引の実態から見て適切。〔公述人 日本チェーンストア協会〕</p>	<p>本項の「販売業務」は、主として消費者に商品売る業務（接客業務）をいうが、このほか商品の陳列業務及び補充業務も含まれる（ただし、いずれの場合も納入業者の直接の利益となる場合に限られる。）。これは、店舗の開店・改装時等における陳列については、納入業者のディスプレイの仕方により、納入業者の販売促進につながる場合があるからである。また、補充業務は、接客業務に通常付随するものであると考えられることによる。なお、接客業務を行わず、補充業務のみを行わせるような場合については、「販売に関する技術又は能力」とは通常関係ないので許容されないことになる。その他具体的には運用基準の中で明らかにしたい。</p>
	<p>流通・取引慣行ガイドラインにおいては、「派遣された従業員等に棚卸、棚替え、社内事務等の納入商品の販売促進と直接関係がない業務を行わせ、納入業者に不利益を与えることとなる場合は、不公正な取引方法に該当し、違法となる。」とあり、棚卸は納入商品の販売促進に直接つながらない業務と考えられる。告示案によれば、常駐する派遣従業員を、販売業務及び棚卸業務に従事させる場合は派遣可能となるが、流通・取引慣行ガイドラインにおける考え方との整合性が図られていないのではないかと。</p> <p>「納入業者の従業員等の不当使用等」について、店内に常駐している派遣店員が棚卸業務を行うことについて、事前に双方が合意し、その内容が明確になっていることなどの条件を満たせば適法であるとされたことは、売場の運営と取引の実態に即したものである〔公述人 日本百貨店協会〕。</p>	<p>「従業員等が大規模小売業者の店舗に常駐している場合」とは、例えば、納入業者の従業員が大規模小売業者の店舗の中の自己の納入商品の売場・ショップ等に常駐している場合であって、このような場合には、販売業務のほか棚卸業務に従事させたとしても、納入業者に不当な不利益を与えようとは考えにくいことから、これを許容することとしたものである。</p>
	<p>第2号について、あらかじめ従業員の派遣条件について納入業者の同意を得て、その従業員派遣のために通常必要な費用を大規模小売業者が負担する場合も見られるが、現実的には請求しづらい雰囲気であり、実際には利用されないまま従業員派遣が行われている実態があるので、この告示の仕組みを作ることが免罪符になることがないよう配慮願いたい。</p> <p>大規模小売業者があらかじめ合意している形式のみを整えようとし、実質的には納入業者の不当使用が続くのではないかと懸念される。運用に当たっては、あらかじめ合意された書面が納入業者の意思に反して締結されたものでないか、当該書面の記載内容にかかわらず、実際に小売業者が費用を負担しているかまで調査し、厳しく対処すべきである。</p>	<p>第2号の趣旨は、大規模小売業者が納入業者に対して従業員等の派遣を求める場合には、派遣を求める都度、その派遣の内容に応じて派遣費用も含む派遣条件について合意する必要があるという趣旨である。なお、前記のとおり、「合意」とは、当事者の実質的な意思が合致するということであって、納入業者との十分な協議の上に納入業者が納得した上で合意するという趣旨であり、合意という形式的な形さえ整えればよいというものではない。御意見を踏まえ、今後作成する予定の運用基準の中でもこの点について明確にするとともに、大規模小売業者による言わば押し付けの合意といった行為が行われないよう、告示の運用については十分注意していきたい。</p>
	<p>「通常必要な費用」の解釈が曖昧であり、わずかばかりの費用で終日拘束されるケースも想定されるので、本告示の説明資料等においてももう少し具体的な解釈を示されたい。</p>	<p>「通常必要な費用」には、派遣される従業員の日当のほか、交通費や宿泊費などの実費も含まれる。これらの点については、運用基準において明らかにすることとしたい。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>近年、深夜営業の店舗が増大しており、納入業者の通常業務時間を大きく逸脱する時間帯の要請に対しては、明確に禁止する旨を明記してもらいたい。</p>	<p>大規模小売業者が納入業者に対して従業員等の派遣を求める場合には、労働時間を含む派遣条件についてあらかじめ合意することを要件としていることから、納入業者との合意を得ることなく、大規模小売業者の一方的な都合で、納入業者の通常業務時間を大きく逸脱する時間帯に納入業者に対して従業員等の派遣を行わせることは、本項に該当することとなる。</p>
<p>第 8 項</p> <p>（不当な経済上の利益の收受等）</p>	<p>夏冬等の季節協賛金、決算対策協賛金、証券取引所上場何周年協賛金等多様な協賛金の要請が現実には存在するので、協賛金を別建て又は明示して、本来支払う必要のないものであることを明記すべき。</p> <p>また、センターフィー（物流センター使用料）について、納入業者にとっての物流コストの合理化分や小売業者の物流センター設置コストを上回るような、その根拠が示されないセンターフィーの要求が多く存在しており、卸と製造メーカーとの間でその対応に苦慮している。センターフィーに関する情報開示を義務付けるとともに、明確な根拠を超えるフィーは本来支払う必要がないことを明記すべき。</p> <p>物流センター使用料、EOS使用料（受発注オンライン・システムの利用料）、Web系データ交換システム（商品マスター登録システム、棚割用画像データシステム等）の利用料等については、徴収方法などの類似性が高いこと、協賛金等とはその性格が大きく異なること等から、それらのうち合理性を欠くものについては、新たな禁止行為類型を立てることを検討すべき。</p>	<p>大規模小売業者による納入業者に対する金銭等の経済上の利益の提供要請は、多種多様な形態で行われることが想定されるところ、そういったケースに対応できるよう、本項では、いわゆる決算対策協賛金など納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること、納入業者の商品の販売促進に一定程度つなが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いわゆる物流センターの使用料等であっても、納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えて提供させることの2つに書き分けて規定し、御意見のような物流センターの使用料等の問題も本項により規制されることから、新たな行為類型を追加する必要はないと考えている。</p> <p>また、協賛金の明記については、協賛金、協力金など様々な名目を付けて金銭の提供を求めることが想定されることから、規定中に協賛金を明記することは適当ではないが、物流センターの使用料等も含め、どのような場合に問題となるか、具体的な事例を運用基準の中で明らかにすることとしたい。</p>
<p>第 9 項</p> <p>（要求拒否の場合の不利益な取扱い）</p>	<p>不当な経済上の利益の收受について、業界には不透明な協賛金等が多い。十分な検証をお願いしたい。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>第 9 項の要求拒否の場合の不利益な取扱いについて、陳列定番カット、格付け引下げ（陳列される店舗数の縮小）などの行為が含まれるように修正すべき。</p>	<p>御意見を踏まえ、適切に法運用を行っていくこととしたい。</p> <p>本項は、大規模小売業者が告示第 1 項から第 8 項についての要求を拒否した納入業者に対して、代金の支払遅延、取引停止等の不利益な取扱いをすることを禁止しているところ、代金の支払遅延等は、典型的なケースを例示したものであり、御意見のようなケースであっても納入業者に不当な不利益を与えることとなる場合には、「その他不利益な取扱い」に該当する。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
<p>第10項</p> <p>（公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い）</p>	<p>当業界は製造販売するメーカー販売の数が少なく、どの納入業者が公取委に知らせたのかが容易に判明してしまう危険が高い。したがって大規模小売業者による報復措置に対する罰則の強化が必要。</p>	<p>公正取引委員会では、調査に当たって申告者が関係事業者に分からないようにあらゆる配慮をしているところであるが、事後の取引経過等の把握により、本項の実効性確保に努めていく。</p> <p>また、独占禁止法上、優越的地位の濫用等の不公正な取引方法には罰則が付されておらず、新たに罰則を付すためには構成要件の明確化の必要性等の観点から法制上の問題をクリアする必要がある。</p> <p>なお、昨年の第161回国会に独占禁止法改正法案を提出するに当たり、不公正な取引方法に対する制裁の強化等を要望する意見が聞かれたところ、こうした各方面からの意見を踏まえ、今後、内閣府に設置される予定の検討の場において、不公正な取引方法に対する制裁の在り方についても検討が行われるものと考えられる。</p>
<p>備考第1項</p> <p>（大規模小売業者の定義等）</p>	<p>売上高及び店舗面積の企業規模基準のみで大規模小売業者を認定する場合には、いわゆる過剰規制の危惧がある。仮に、本告示に基づき規制を発動する際に、定型的かつ簡便的に優越的地位の認定を審決を行うことを想定しているならば、売上高100億円以上との基準については、例えば売上高500億円以上や1000億円以上といった高い基準を設定して、これに満たない大規模小売業者は、一般指定により規制を行う方が過剰規制の危険性をより減少させられると考えられる。</p> <p>また、もう一つの企業規模基準である面積基準については、大規模小売業者が大きな面積の店舗を有することと優越的地位にあることを結びつけることには若干無理があるので、面積基準は不要ではないか。</p> <p>本告示の適用対象となる大規模小売業者には、飲食業等の一般消費者に役務を提供している者（ファミリーレストランの本部等）やショッピングセンター運営者や駅ビル事業者のように、テナントに営業場所を賃貸している者は含まれないことを明らかにされたい。また、前事業年度における売上高が100億円以上であるか否かは、小売業に係る売上高のみを基準に判断されるのか否かについて明らかにされたい。</p> <p>事業者が複数の店舗を有している場合、個々の店舗面積は3,000平方メートル又は1,500平方メートル未満であっても、すべての店舗面積を集計すると3,000平方メートル又は1,500平方メートル以上となる場合には、大規模小売業者に当たるか否か明らかにされたい。</p>	<p>本告示の適用対象となる大規模小売業者については、納入業者に対して一般的にバイイングパワーを発揮し得る事業者をカバーする必要があるところ、売上高100億円という数値は、各都道府県エリアにおける有力な小売業者をカバーし得る基準として設けているので、この数値を引き上げることは適切ではない。</p> <p>本告示の適用対象となる大規模小売業者については、売上高基準によりおおむねカバーできるのではないかと考えているが、同基準のほかに面積基準を設けている理由は、前年度の売上高のみを基準にすると、新たに小売業を始めた場合には売上高が算定できないこと等から、バイイングパワーを表す補完的な基準として設けることとしたものである。面積基準の数値については、百貨店業告示で用いられ、大規模小売店舗として関係事業者に定着しているものを用いることとした。</p> <p>本告示における「大規模小売業者」とは、一般消費者により日常使用される商品を当該消費者に販売する行為がその業務の主たる部分を占める者であって、当該事業者の総売上高が100億円以上である者をいう。したがって、レストラン等の飲食店業を主たる事業として営む者は含まれない。また、ショッピングセンター運営者等がテナントから賃料等を徴収しているだけであれば、大規模小売業者には該当しない。</p> <p>備考第1項第2号のイ又はロは、個々の店舗の店舗面積について規定するものであり、御意見のようなケースは、当該事業者の売上高が100億円以上でない限り、大規模小売業者には該当しない。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>告示案において、大規模小売業者の定義として、取扱品目基準に加え、前事業年度売上高基準が設定されているため、問題がないものと考えられるが、インターネットの普及等も背景に、無店舗小売業者の成長が予想され、そこにおいても不公正な取引の発生度合いが今後一層高まるおそれがあること、店舗小売業者と無店舗小売業者を同一の競争ルールのもとに置いておくことが望ましいと考えられることから、大規模小売業者に無店舗小売業者も含むことを明らかにされたい。</p> <p>調剤薬局で販売する医療用医薬品は、医薬分業の推進の結果、一般消費者が自ら選択した調剤薬局から日常的に購入され、使用されるようになってきている。したがって、調剤薬局が取り扱う医療用医薬品についても本告示の適用対象とすべき。</p>	<p>本告示において「『大規模小売業者』とは、一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者」と定義している。したがって、通信販売業者のように店舗を有しない者であっても、この定義に該当すれば対象になる。</p> <p>消費者が医療用医薬品を購入する場合、医療機関から出された処方箋が必要となるものの、消費者は一般用医薬品（大衆薬）と同様に、調剤薬局等で購入して使用しているものであり、本告示の「一般消費者により日常使用される商品」に含まれる。したがって、調剤薬局等が取り扱う医療用医薬品の納入取引についても、本告示が適用される。</p>
<p>備考第3項 〔納入業者の定義〕</p>	<p>納入業者の定義について、取引上の地位が大規模小売業者に対して劣っているか否かの判断要素に売上高等を明示していると、大手企業である納入業者は本告示の適用対象外になるとの誤解を与えかねないので、括弧内の「前事業年度における売上高、当該大規模小売業者との取引の額等に照らして」は削除すべき。〔公述人（財）食品産業センター〕</p> <p>大きな売上高を持っている電機メーカーであっても、バイイングパワーを持った大規模小売業者の要請に応じざるを得ないところがある。したがって、単に売上高等によって本告示の納入業者に当たるかどうか判断することは再考すべき。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>括弧書きの規定について、「売上高」、「取引の額」という量的概念の文言だけを例示すると、取引上の地位を規定する要因について、対象商品の質的側面や取引の継続性といった側面が考慮要因となるか不明のため、解釈論上紛議を招くおそれがあるので修正すべき。</p> <p>括弧書きの規定について、売上高や取引の額は形式的な基準であるので問題である。現実にも大規模小売業者は購買力の濫用を取引高の大きな比較的規模の大きい供給業者に対して積極的かつ戦略的に行使する傾向があり、このような取引が形式的基準により除外されることは、購買力の濫用規制の効果を著しく弱体化する可能性がある。</p>	<p>取引上の地位が大規模小売業者に劣っていないかどうかについて、告示案で納入業者の売上高、大規模小売業者との取引の額を例示している理由は、</p> <p>予見可能性という観点から、例示としては関係事業者が理解しやすいように客観的な指標が適当であること</p> <p>売上高が小さな中小の納入業者は、一般に告示上の納入業者に該当する可能性が高いこと</p> <p>売上高が大きな納入業者であっても大規模小売業者との取引の額が大きい場合や、取引依存度（大規模小売業者との取引の額／売上高）が高い場合など、大規模小売業者との取引の状況により、告示上の納入業者に該当し得ること</p> <p>によるものであり、これらの要素のみをもって判断するものではなく、売上高の大きな納入業者であることをもって本告示の納入業者に該当しないという趣旨ではない。</p> <p>しかしながら、前記のように納入業者の売上高のみで判断されるかのような誤解を避けるために、備考第3項の括弧書きの「前事業年度における売上高、当該大規模小売業者との取引の額等に照らして」の規定について削除することとした。</p> <p>他方、取引上の地位が大規模小売業者に劣っていないかどうかを判断するに当たっての考え方については、関係事業者の予見可能性の確保という観点から明らかにしておく必要があるため、今回寄せられた意見等を踏まえ、運用基準の中でその考え方を明らかにすることとしたい。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>括弧書きの規定について、優越的地位にあるかどうかの判断は総合勘案により、個別具体的に行う旨を明確にすべきであるところ、告示案の規定だと単純に事業者間の売上高、取引額で優越的地位を判断し、自社の売上高が納入業者の売上高より小さい場合には本告示案の納入業者に該当しないとして本告示において禁止されている行為類型を堂々と要請してくることが危惧される。したがって、告示案備考第3項の括弧書きについては、前記の趣旨を踏まえ修正すべきである。</p>	
	<p>括弧書きの規定については、本告示の適用対象となる納入業者から大企業が除かれるとの誤解を与えかねない。納入業者の大小を問わず優越的地位を利用されているのが実態であるので、告示案備考第3項の括弧書きの規定は削除すべき。</p> <p>納入業者の取引上の地位は、部門あるいは品目によって異なると見るべきであり、企業全体としての売上高で規定するのは必ずしも妥当であるとは言い切れない。また、取引はローカルな性格を持つため、全国ベースの総売上が大きい納入業者の場合、各地域を主要商圈とする大規模小売業者との取引は、各地域の支社・支店等が担当している。このような実態を踏まえれば、括弧書きの規定については削除すべき。</p> <p>括弧書きの規定について、納入業者が当該大規模小売業者に対して劣っていないかどうかの客観的な判断基準が極めて難しいこと、仮に、納入業者が大規模小売業者に対して劣っていない場合には、商取引の実態からして不公正な取引は行われないと考えられること、逆に、括弧書きを置くことによって、これに該当する納入業者に対しては禁止行為が許されるとの誤解を生じさせる可能性があること等の問題もあるので、削除願いたい。</p>	<p>本告示は、独占禁止法第2条第9項第5号（「自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること」）に基づき、その範囲内で指定するものであるところ、大規模小売業者が対等又は対等以上の取引上の地位にある納入業者と取引する場合においては、「自己の取引上の地位を不当に利用して」とは言えず、このような納入業者については本告示の「納入業者」から除外する必要がある。</p>
	<p>納入業者の従業員等の不当使用、不当な経済上の利益の收受等は、多くの場合、卸売業者を通じてメーカーに伝えられ、メーカーが対応するケースが多いのが実態。納入業者については、「商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者」と定義されているが、卸売業者を介して納入している製造業者も含めるべき。〔公述人（財）食品産業センター〕</p> <p>大規模小売業者と直接の売買関係がないメーカーであっても、大規模小売業者から協賛金や従業員の派遣等を要求されることがある。したがって、メーカー等のように大規模小売業者に直接商品を販売していない事業者も「納入業者」に含まれる旨を明記すべき。</p>	<p>前記のとおり、本告示は、独占禁止法第2条第9項第5号（「自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること」）に基づき、その範囲内で指定するものであることから、本告示の納入業者は大規模小売業者と取引関係を有することが必要となる。</p> <p>ただし、この取引関係とは、実質的に取引している関係が認められるかどうかで判断されるものであり、製造業者が卸売業者を介して商品を納入している場合（形式的な契約関係としては卸売業者と大規模小売業者の場合）であっても、例えば、大規模小売業者と製造業者との間で実質的な取引条件の交渉が行われ、卸売業者がそこで決められた取引条件により大規模小売業者に商品を納入しているような場合には、当該製造業者も本告示の納入業者に該当することとなる。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
その他	<p>取引条件の書面化や事前の十分な協議、納入業者による同意の書面化等の条件を付ければ、商品売れ残り時の売れ残り品の全量返品(商慣習の範囲を超える場合)・全量事後値引き、棚卸・棚替えのための従業員等の派遣要請、陳列のための従業員等の派遣要請等、催事等の協賛金の要請、販売に関する従業員等の派遣要請(金額的な利益が見込めなくても、納入業者に商品宣伝等の間接的なメリットがある場合)、新製品の売れ残り品の全量返品等についても許容してもよいのではないかと。</p>	<p>大規模小売業者と対等又は対等以上の取引上の地位にある納入業者であれば、御意見のように大規模小売業者と事前に十分協議して納得のいく形で取引条件について交渉し、合意することは可能であると考えられる。しかしながら、本告示の適用対象となる納入業者は、大規模小売業者との間でそのような交渉を行い、合意することが一般的に困難な立場にあるので、本告示で規定している大規模小売業者による納入業者に対する禁止行為については、例外的な場合を除いて許容されないこととしたものである。</p>
	<p>親子会社間の取引においては、本告示の適用はされないことを明らかにされたい。</p>	<p>親子会社間の取引については、不公正な取引方法として指定した本告示による規制を原則として受けない。なお、親子会社間の取引が不公正な取引方法による規制の対象となるかどうかについての判断基準は、流通・取引慣行ガイドライン(本文後の(付))を参照されたい。</p>
	<p>本告示と不公正な取引方法に係る一般指定との関係を明らかにされたい。具体的には、本告示の適用対象となる大規模小売業者の行為について、本告示に該当しない場合は一般指定にも該当しないのか、本告示の適用対象とならない事業者の行為についても、本告示の定める行為類型に該当するような場合は、一般指定に該当する可能性はあるのか。</p>	<p>公正取引委員会が不公正な取引方法として指定する告示には、本告示のように特定の事業分野を対象にしたいわゆる特殊指定と、あらゆる業種に適用されるいわゆる一般指定(昭和57年公正取引委員会告示第15号)があるが、一般指定と特殊指定の関係については、特殊指定で規定されている行為については、特殊指定が優先的に適用される。ただし、特殊指定で規定されていない行為であっても、一般指定に照らして問題となる場合には、一般指定が適用される。また、特殊指定の適用対象とならない事業者の行為に対しては、一般指定が適用されることとなる。</p>
	<p>大規模小売業者の濫用行為は、実際にはノルマを課された職員(バイヤー)により納入業者の販売担当の職員に対して行われることが多いので、このような場合にも本告示の各項が適用されることを明記する必要がある。</p>	<p>御意見のようなケースについて本告示が適用されることは当然であり、改めて明記する必要はないと考えられる。</p>
	<p>告示案は、大規模小売業者の購買力の濫用とみられる行為をかなり網羅的に定めているが、商業活動には様々な態様があり、濫用行為も多様であるので、いわゆる「一般条項」を規定することが望ましい。</p> <p>過度な発注単位の小ロット化、過度に短いリードタイムの設定、過度な納品率の設定、欠品ペナルティー等といった不当に厳しい納入条件の設定、また一方的な発注内容の変更、発注自体の取消しといった問題も小売業の優越的な地位に基づいて行われており、これらについて、例えば「不当な納入条件の設定や変更等」といった新たな禁止行為類型を作り、本告示の内容に盛り込むべき。</p>	<p>本告示を含めた特殊指定は、特定の事業分野において抽象的な一般指定の規定を特定の事業分野における業界の実態に即して指定するものであるため、禁止行為の規定に当たっては、業界においてある程度生じ得る蓋然性の高い具体的な行為類型であることが要請されるところ、本告示の各項の脱法的な行為については、その実質的な行為をとらえて各項を適用し、また、本告示の適用対象とならないような行為については、一般指定を適用することになる。なお、御意見のうち、欠品ペナルティーなど本告示第8項の不当な経済上の利益の収受等の規定に該当するようなものについては、本規定が適用されることになる。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>「大規模小売業者が当該商品を販売するために通常必要とされる程度を著しく超えて、一方的に、当該商品に係る製法、品質、成分等に関する詳細な情報等を納入業者に提供させること」を禁止行為として追加すべき。〔公述人（財）食品産業センター〕</p>	<p>御意見のような事案については、直ちに独占禁止法上問題と言えるか疑問があり、禁止行為になじまないと考えられるが、納入業者に不当な不利益を与える場合があれば、一般指定により適切に対処していく。</p>
	<p>大規模小売業者による優越的地位の濫用行為は、他面からみると、有力供給業者が販売力のある大規模小売業者に対して他の小規模小売業者よりも差別的に有利な価格や取引条件を設定する行為であり、このような供給業者の行為を一般指定第2項又は第4項違反として積極的に取り上げてもらいたい。</p>	<p>御意見のような事案で一般指定に該当するものがあれば、適切に対処していきたい。</p>
	<p>違反事実の公表による社会的制裁だけでは、優越的地位の濫用はなくなる。罰則の強化・明示と実行をしていただきたい。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p> <p>本告示の制定後、禁止行為が行われた場合には迅速に処理することが重要。また、違反行為が後を絶たない現状をみると罰則の強化など制裁措置の強化も検討すべき。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p> <p>本告示案で規定された禁止行為を大規模小売業者が行った場合には、罰則や課徴金を取るような仕組みが必要。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>単に違反行為の差止措置だけでは、違反行為のやり得になり、規制の抑止力が生じない。米国やドイツと同様に、我が国でも特殊指定等により違法性が明確になっている行為に対しては何らかの制裁金が課せられるべき。</p> <p>公正取引委員会の警告を受けても改善されない小売業者が存在している現実を踏まえて、勧告等への積極的な取組と罰則の強化を検討されたい。また、公正取引委員会のホームページへの掲載だけではなく、社会的な制裁等抑制効果が働くような仕組みを検討されたい。</p> <p>運用の徹底をお願いするとともに、指導力の強化の観点から、公正取引委員会の体制強化及び独占禁止法（特に優越的地位の濫用）に関する罰則強化について御検討いただきたい。</p>	<p>独占禁止法上、優越的地位の濫用等の不公正な取引方法には罰則が付されておらず、新たに罰則を付するためには構成要件の明確化の必要性等の観点から法制上の問題をクリアする必要がある。</p> <p>なお、昨年（平成26年）の第161回国会に独占禁止法改正法案を提出するに当たり、不公正な取引方法に対する制裁の強化等を要望する意見が聞かれたところ、こうした各方面からの意見を踏まえ、今後、内閣府に設置される予定の検討の場において、不公正な取引方法に対する制裁の在り方についても検討が行われるものと考えられる。</p>
	<p>現に取引を行っている小売業者からは違法な要請をされても、申告の決断はなかなかできるものではなく、行政として監視組織を設置できないか。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p>	<p>公正取引委員会は、違反行為に対する措置とともに、定期的な実態調査に基づく改善指導を通じて大規模小売業者と納入業者との取引の公正化を図ってきているところ、今後とも、実態調査を適切に実施していくこととしたい。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>大規模小売業者の団体において告示の基準に従った自主規制を整備させると同時に、大規模小売業者の社内においてこの面の厳格なコンプライアンス体制をとるよう強力な指導を行うとともに、監視・規制体制を強化し、関係業界の自主規制体制・監視協力体制を整備する必要がある。</p> <p>新しいルールが制定されたら、すべての関係者に広く正しく周知してほしい。また、分かりやすい解説書等を作成してほしい。〔公述人 日本百貨店協会〕</p> <p>本告示が確定した段階で、速やかに明確な運用基準を示すとともに、誰でも理解できるような分かりやすい解説書等を作成してほしい。〔公述人 日本チェーンストア協会〕</p> <p>優越的地位の濫用が違法であることの周知徹底はもとより、どこまでが通常の取引条件であり、どこからが優越的地位の濫用に該当するのか判別しがたいところもあるので、事例、指針などを示して判別できるような工夫をお願いしたい。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p> <p>公正取引委員会の実態調査にもあるとおり、納入業者と小売業者との間の認識に大きなギャップが存在する。コンプライアンスの観点からも、本告示の制定を契機として、小売業者に対して徹底した啓蒙、啓発を図っていただきたい。</p> <p>また、本告示の規定のみでは内容が分かりにくいところがあるので、担当者が理解できる具体的事例に即したQ &amp; Aを作成すると同時に、説明会を開催する等して本告示の普及・啓蒙を図っていただきたい。</p> <p>今回の告示案の変更点については、企業の公正性を確立する観点からおおむね理解できる。ただし、何が不公正取引に当たるのか実感を持って理解することが難しいため、告示のそれぞれの項目について、不公正に当たる場合の事例をより多く情報発信してもらいたい。</p> <p>本告示が、製造業界・流通業界・消費者など関係方面に広く周知徹底されるような取組をお願いしたい。また、本告示も含め、関係法・告示・指針についての継続的な指導強化をお願いしたい。</p> <p>今後も新たな小売業種の成長や、流通機構の変化に合わせた新たな濫用行為が問題化していくと考えられることから、告示改正・追加の頻度を上げ、流通機構の現状に即した規制にしていく必要がある。</p>	<p>関係事業者団体等における独占禁止法遵守マニュアルの改定や策定等の独占禁止法遵守体制の整備に向けた取組に対して積極的な支援を行っていくこととしたい。</p> <p>本告示の制定後、告示の運用基準を作成することとしているところ、その中で、可能な限り、具体的な事例を記載することとしたい。</p> <p>また、本告示の説明会を開催し、普及啓発に努めていく予定。</p> <p>今後とも流通実態を把握し、告示の実効性確保に努めてまいりたい。</p>

## 原案からの修正箇所

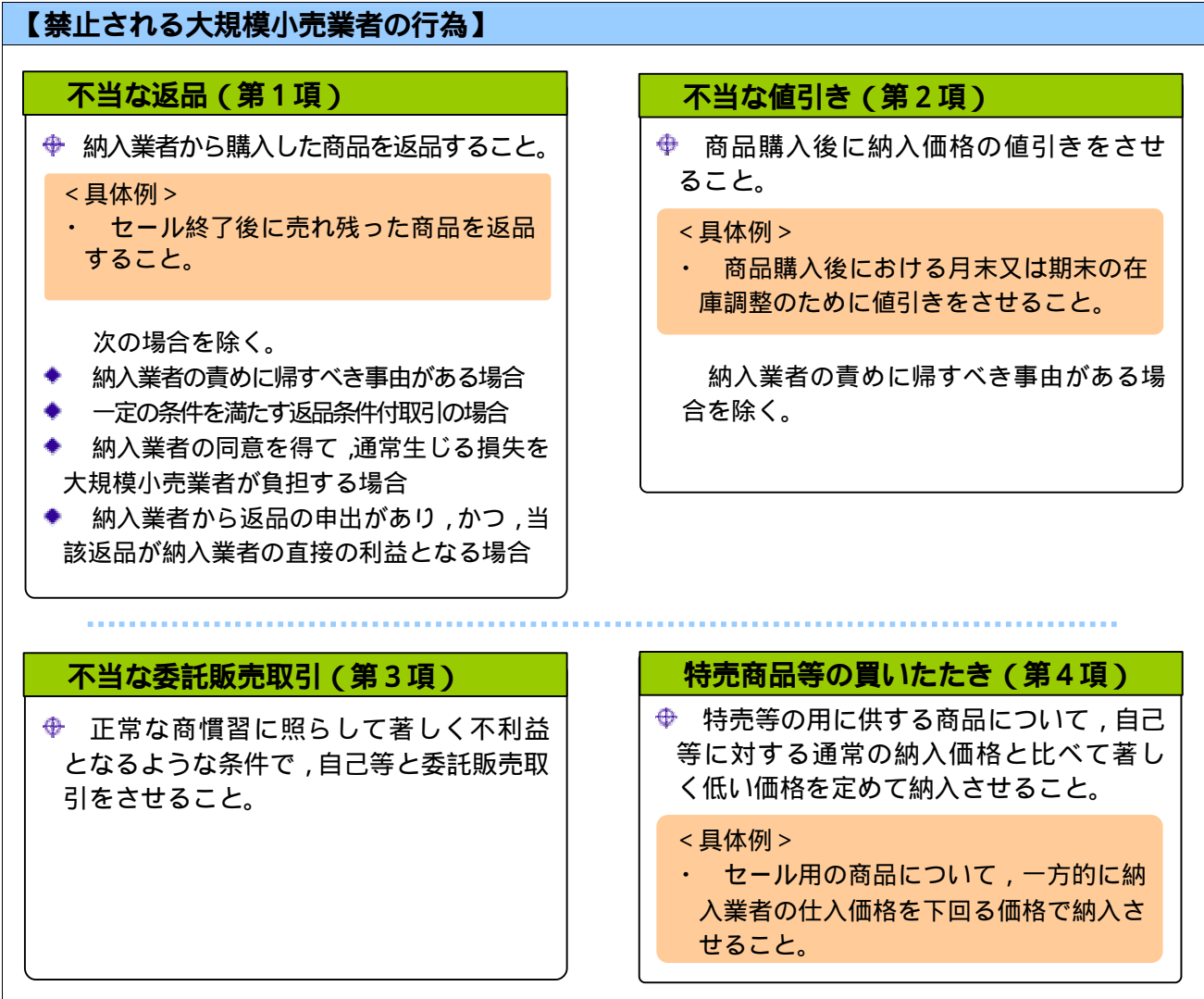
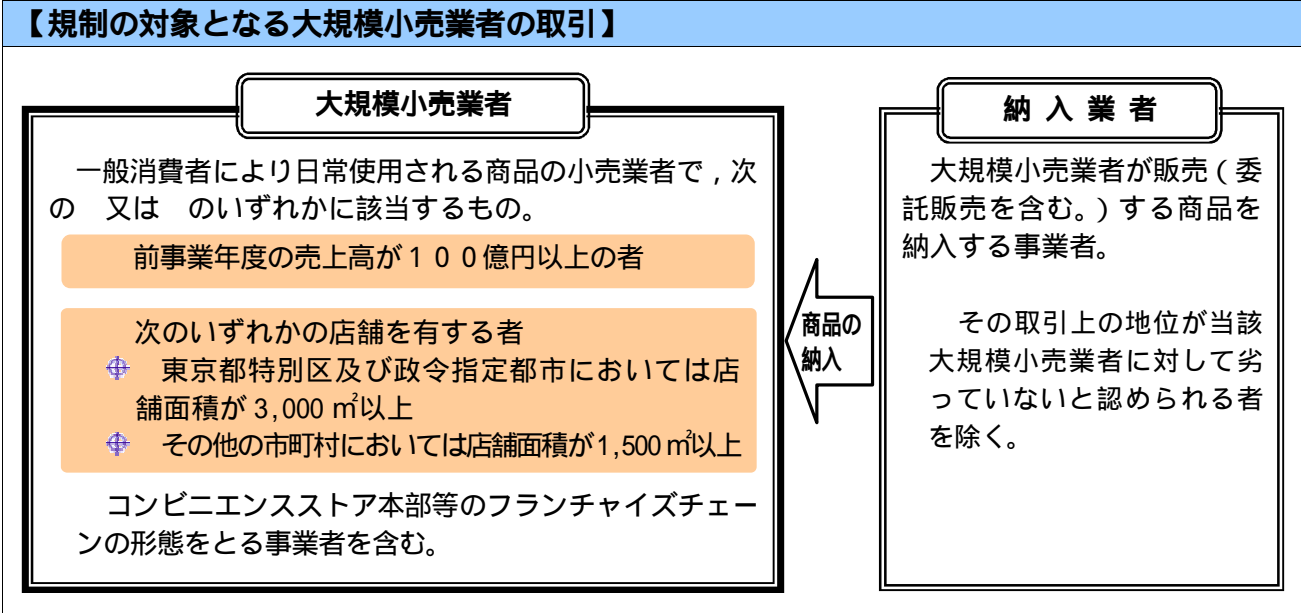
(下線部分が修正部分)

修正後	原案
<p>備考</p> <p>3 この告示において「納入業者」とは、大規模小売業者又はその加盟者が自ら販売し、又は委託を受けて販売する商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者(その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除く。)をいう。</p>	<p>備考</p> <p>3 この告示において「納入業者」とは、大規模小売業者又はその加盟者が自ら販売し、又は委託を受けて販売する商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者(<u>前事業年度における売上高、当該大規模小売業者との取引の額等に照らして、その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除く。</u>)をいう。</p>

修正に関する意見及びこれに対する考え方は、15ページ及び16ページを参照。

# 「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」について

## 1 大規模小売業告示の概要



### 特別注文品の受領拒否（第5項）

- ⊕ プライベート・ブランド商品（PB商品）など、特別の規格等を指定して注文した後で、その商品の受領を拒むこと。

#### <具体例>

- ・ PB商品を発注後、需要の見通しが変わったために同商品の受領を拒否すること。

納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除く。

### 押し付け販売等（第6項）

- ⊕ 正当な理由がある場合を除き、納入業者が希望しないにもかかわらず、自己の指定する商品を購入させ、又は役務を利用させること。

#### <具体例>

- ・ 売れ残った中元商品、歳暮商品を購入させること。

### 納入業者の従業員等の不当使用等（第7項）

- ⊕ 自己等の業務に従事させるため、納入業者の従業員等を派遣させ、又は自己等が雇用する従業員等の人件費を負担させること。

#### <具体例>

- ・ 棚卸業務に従事させるため、派遣に必要な費用を負担することなく、納入業者に従業員を派遣させること。
- ・ 店舗の新規オープンのために自らが雇用した従業員に係る人件費を納入業者に負担させること。

次の場合を除く。

- ◆ あらかじめ納入業者の同意を得て、納入業者の納入商品の販売業務（その従業員が大規模小売業者の店舗に常駐している場合は、当該商品の販売業務及び棚卸業務）に従事させる場合
- ◆ 派遣条件についてあらかじめ納入業者と合意し、かつ、派遣に通常必要な費用を負担する場合

### 不当な経済上の利益の收受等（第8項）

- ⊕ 納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること。
- ⊕ 納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えて金銭等を提供させること。

#### <具体例>

- ・ 自己の決算対策のために協賛金を提供させること。
- ・ 広告費用として、実際に要した費用を超えて協賛金を提供させること。

### 要求拒否の場合の不利益な取扱い（第9項）

- ⊕ 納入業者が から の要求に応じないことを理由に、代金の支払遅延、取引の停止等の不利益な取扱いをすること。

### 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い（第10項）

- ⊕ 納入業者が から の事実を公正取引委員会に知らせ、又は知らせようとしたことを理由に、代金の支払遅延、取引の停止等の不利益な取扱いをすること。

## 2 施行期日

平成17年11月1日から施行（大規模小売業告示の施行に伴い、百貨店業告示は廃止。）

## 大規模小売業告示と百貨店業告示との対比

### 1 規制対象事業者

百貨店業告示は、「百貨店業者」の行為を規制。

近年の大規模小売業者の業態の多様化、規模等の拡大や、これに伴い指摘されている納入取引上の問題を踏まえ、規制対象となる大規模小売業者の定義について、見直しを実施。

#### 百貨店業告示

一定の売場面積を有する同一の店舗で、一般消費者により日常使用される多種類の商品の小売業を営む事業者（百貨店、スーパー等）が対象。

小売店舗を有しない又は大規模な店舗を有しない大規模小売業者や単一の専門的分野の商品を取り扱う大規模小売業者（コンビニエンスストア、通信販売業者、専門量販店等）は対象外。

#### 大規模小売業告示

一般消費者により日常使用される商品の小売業を営む事業者であって、前事業年度の売上高が100億円以上又は一定の店舗面積の店舗を有するものが対象。

コンビニエンスストア本部等のフランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。

### 2 禁止行為の内容

百貨店業告示は、7つの行為類型を不公正な取引方法として指定。

大規模小売業告示では、これらの行為類型について流通の実態を踏まえた見直しを行うとともに、実態調査等で問題の指摘の多かった行為類型等を新たに追加し、10の行為類型を不公正な取引方法として指定。

#### 百貨店業告示

不当な返品  
不当な値引き  
不当な委託販売取引  
特売商品等の買ったたき  
特別注文品の受領拒否  
納入業者の従業員等の不当使用等  
要求拒否の場合の不利益な取扱い

#### 大規模小売業告示

不当な返品  
不当な値引き  
不当な委託販売取引  
特売商品等の買ったたき  
特別注文品の受領拒否  
押し付け販売等  
納入業者の従業員等の不当使用等  
不当な経済上の利益の收受等  
要求拒否の場合の不利益な取扱い  
公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い

押し付け販売等 は、今回新設の規定。

大規模小売業告示の施行に伴い、百貨店業告示は廃止。

## 大規模小売業者と納入業者との取引に関する実態調査報告書（ポイント） （平成17年2月2日公表）

### 1 調査の趣旨等

大規模小売業者（百貨店，スーパー等）の納入業者に対する優越的地位の濫用行為を規制する百貨店業告示の見直しを行い，大規模小売業告示の制定に向けた検討の一環として，大規模小売業者と納入業者との取引の実態について，書面調査を実施（納入業者：6,000社，回答率 約24%，大規模小売業者：350社，回答率 約66%）

（注） 前回の調査（平成14年）では，納入業者調査において大規模小売業者として区分していた業態は，百貨店，スーパー，専門量販店，コンビニエンスストアであったが，今回の調査ではこれらの業態のほかに，ホームセンター，ディスカウントストア，ドラッグストア，通販業者を加えて実施。

### 2 調査結果の概要

〔納入業者に対する調査において，指摘の多かった納入取引上問題となる行為〕  
百貨店業告示に規定されている行為

#### 返品

（「返品を受けたことがある」〔約80%〕のうち「不当な返品がある」〔約63%〕）

- ・店舗，売場改装等に伴い不要となった商品の返品
- ・展示等により汚損・き損した商品の返品 等

#### 従業員等の派遣要請

（「要請を受けたことがある」〔約55%〕のうち「不当な要請がある」〔約68%〕）

- ・棚卸，棚替え，社内事務等のための派遣要請
- ・納入商品の販売促進等により得られる利益の範囲を超えた派遣要請 等

#### 商品納入後の値引き要請

（「不当な商品納入後の値引き要請」〔約23%〕）

- ・セールで値引き販売したことを理由とする値引き要請
- ・決算対策を理由とする値引き要請 等

百貨店業告示に規定されていない行為

#### 協賛金等の負担要請

（「要請を受けたことがある」〔約63%〕のうち「不当な要請がある」〔約69%〕）

- ・催事（創業祭等），売場改装，広告等のための費用負担要請
- ・納入商品の販売促進等により得られる利益の範囲を超えた協賛金等の要請 等

#### 物流センターの設置等に伴う費用の負担要請

（「負担している事例がある」〔約74%〕のうち「一方的に要請された」〔約46%〕）

#### 商品やサービスの購入要請

（「不当な商品やサービスの購入要請」〔約33%〕）

今回の調査で新しく加えたホームセンター，ディスカウントストア，ドラッグストア，通販業者についても，納入取引上の問題がみられた。

大規模小売業者による優越的地位の濫用事件一覧(勧告事件，平成16年1月以降)

勧告年月日 (審決年月日)	関係人	内 容	行為類型	関係法条
H16.3.25 (H16.4.14)	(株)ポスフル (スーパー)	衣料服飾品納入業者に対し，当該納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず，あらかじめ合意した納入価格等により納入された衣料服飾品の代金から一定の金額を差し引いた額を当該衣料服飾品の代金として支払っていた。	納入価格の値引き	19条(百貨店業告示2項)
H16.3.26 (H16.4.15)	(株)山陽マルナカ (スーパー)	納入業者に対し，商品を購入した後にその納入価格を値引きさせ，商品を返品するとともに，自己の販売業務のためにその従業員等を派遣させて使用していた。	納入価格の値引き，返品，従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示1項，2項及び6項)
		納入業者に対し，納入取引に係る商品以外の紳士服等を購入させるとともに，自社の棚卸し作業のためにその従業員等を派遣させていた。	押し付け販売，従業員等の派遣要請	19条(一般指定告示14項)
H16.10.22 (H16.11.11)	(株)ミスターマックス (ディスカウントストア)	納入業者に対し，決算等に際し，あらかじめ合意した負担額を超える額の金銭等を提供させていた。	協賛金等の負担の要請	19条(一般指定告示14項)
		当該納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず，商品の全部又は一部を返品するとともに，自己の販売業務のためにその従業員等を派遣させていた。	返品，従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示1項及び6項)
H16.11.11 (H16.12.6)	コーナン商事(株) (ホームセンター)	納入業者に対し，納入取引関係を利用して，決算に向けた粗利益等を確保するため，事前に算出根拠，使途等について明確にすることなく金銭を提供させていた。	協賛金等の負担の要請	19条(一般指定告示14項)
		納入業者に対し，自己の販売業務のための商品の陳列，補充等の作業を行わせるために，その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項)

勧告年月日 ( 審決年月日 )	関係人	内 容	行為類型	関係法条
H16.12.9 (H17.1.7)	ユニー(株) (スーパー)	青果物の仲卸業者に対し、自社のセール用に供する青果物について、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、その青果物と等級、産地等からみて同種の商品の一般の販売価格に比べて著しく低い価格をもって納入させていた。	低価格納入要請	19条(百貨店業告示4項)
		納入業者に対し、自己の販売業務のための商品陳列、補充、顧客が購入した商品の袋詰め等の作業を行わせるために、その従業員等を派遣させるとともに、自社の棚卸しのための作業を行わせるために、その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項及び一般指定告示14項)
H17.3.9  ( H17.4.1 ) 審判開始決定	(株)ドン・キホーテ (ディスカウントストア)	納入業者に対し、自己の販売業務のための商品の陳列等の作業を行わせるために、その従業員等を派遣させるとともに、自社の棚卸し等のための作業を行わせるために、その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項及び一般指定告示14項)
		納入業者に対し、負担額及びその算出根拠、用途等について、あらかじめ明確にすることなく、新規オープンした店舗に対する協賛金として、当該店舗における納入業者の初回納入金額に一定率を乗じて算出した額、納入業者の一定期間における納入金額の1パーセントに相当する額等の金銭をさかのぼって提供させていた。	協賛金等の負担の要請	19条(一般指定告示14項)
H17.4.15	(株)フジ (スーパー)	衣料品等の納入業者に対し、買取りを条件として納入された商品について、その在庫商品を値引販売した際に、納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず、支払うべき代金の額から当該値引販売に伴う利益の減少に対処するために必要な額を値引きさせていた。	納入価格の値引き	19条(百貨店業告示2項)
		納入業者に対し、自社の店舗の新規オープン及び改装オープンに際し、自己の販売業務のための商品の陳列、補充等の作業を行わせるために、その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項)

## 参 照 条 文

### 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（抄）

（昭和二十二年四月十四日法律第五十四号）

〔定義〕

#### 第二条

この法律において「不公正な取引方法」とは、次の各号のいずれかに該当する行為であつて、公正な競争を阻害するおそれがあるもののうち、公正取引委員会が指定するものをいう。

五 自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること。

〔不公正な取引方法の禁止〕

第十九条 事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。

〔不公正な取引方法の指定手続〕

第七十一条 公正取引委員会は、特定の事業分野における特定の取引方法を第二条第九項の規定により指定しようとするときは、当該特定の取引方法を用いる事業者と同種の事業を営む事業者の意見を聴き、かつ、公聴会を開いて一般の意見を求め、これらの意見を十分に考慮した上で、これをしなければならない。

〔不公正な取引方法の指定の方法〕

第七十二条 第二条第九項の規定による指定は、告示によつてこれを行う。

## 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取引方法

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和 22 年法律第 54 号）第 2 条第 9 項の規定に基づき、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取引方法を次のように指定する。

## 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取引方法

## （不当な返品）

- 1 大規模小売業者が、次の各号のいずれかに該当する場合を除き、自己又はその加盟者（以下「自己等」という。）が納入業者から購入した商品の全部又は一部を当該納入業者に対して返品すること（購入契約を委託販売契約に切り替えて返品すること、他の商品と取り替えること等、実質的に購入した商品の返品となる行為を含む。以下同じ。）。
  - 一 納入業者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
  - 二 商品の購入に当たって納入業者との合意により返品条件を定め、その条件に従って返品する場合（当該商品について、その受領の日から一定の期間内における一定の数量の範囲内での返品又は受領した商品の総量に対して一定の数量の範囲内での返品が、大規模小売業者と納入業者との取引以外の一般の卸売取引において正常な商慣習となっており、かつ、当該商慣習の範囲内で返品条件を定める場合に限る。）
  - 三 あらかじめ納入業者の同意を得て、かつ、商品の返品によって当該納入業者に通常生ずべき損失を大規模小売業者が負担する場合
  - 四 納入業者から商品の返品を受けたい旨の申出があり、かつ、当該納入業者が当該商品を処分することが当該納入業者の直接の利益となる場合

## （不当な値引き）

- 2 大規模小売業者が、自己等が納入業者から商品を購入した後において、当該商品の納入価格の値引きを当該納入業者にさせること。ただし、当該納入業者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金額の範囲内で納入価格の値引きをさせる場合を除く。

## （不当な委託販売取引）

- 3 大規模小売業者が、大規模小売業者と納入業者との取引以外の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。

## （特売商品等の買いたたき）

- 4 大規模小売業者が、自己等が特売等の用に供する特定の商品について、当該商品と同種の商品に係る自己等への通常の納入価格に比べて著しく低い価格を定め、当該価格をもって納入業者に納入させること。

(特別注文品の受領拒否)

- 5 大規模小売業者が、納入業者に対してあらかじめ特別の規格、意匠、型式等を指示して特定の商品を購入させることを契約した後において、当該納入業者の責めに帰すべき事由がないのに、当該商品の全部又は一部の受領を拒むこと。ただし、あらかじめ納入業者の同意を得て、かつ、商品の受領を拒むことによって当該納入業者に通常生ずべき損失を当該大規模小売業者が負担する場合を除く。

(押し付け販売等)

- 6 大規模小売業者が、正当な理由がある場合を除き、納入業者に自己の指定する商品を購入させ、又は役務を利用させること。

(納入業者の従業員等の不当使用等)

- 7 大規模小売業者が、次の各号のいずれかに該当する場合を除き、自己等の業務に従事させるため、納入業者にその従業員等を派遣させ、又はこれに代えて自己等が雇用する従業員等の人件費を納入業者に負担させること。
- 一 あらかじめ納入業者の同意を得て、そ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つては、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。)
  - 二 派遣を受ける従業員等の業務内容、労働時間、派遣期間等の派遣の条件についてあらかじめ納入業者と合意し、かつ、その従業員等の派遣のために通常必要な費用を大規模小売業者が負担する場合

(不当な経済上の利益の收受等)

- 8 前項に規定するもののほか、大規模小売業者が、自己等のために、納入業者に本来当該納入業者が提供する必要のない金銭、役務その他の経済上の利益を提供させ、又は当該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を超えて金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

(要求拒否の場合の不利益な取扱い)

- 9 納入業者が前各項に規定する行為に係る要求に応じないことを理由として、大規模小売業者が、当該納入業者に対して代金の支払を遅らせ、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること。

(公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い)

- 10 大規模小売業者が前各項に規定する行為をした場合又は当該行為をしている場合に、納入業者が公正取引委員会に対しその事実を知らせ、又は知らせようとしたことを理由として、当該大規模小売業者が、当該納入業者に対して代金の支払を遅らせ、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること。

## 備 考

- 1 この告示において「大規模小売業者」とは、一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者(特定連鎖化事業(中小小売商業振興法(昭和48年法律第101号)第11条第1項に規定する特定連鎖化事業をいう。以下同じ。)を行う者を含む。)であって、次の各号のいずれかに該当するものをいう。
  - 一 前事業年度における売上高(特定連鎖化事業を行う者にあつては、当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。)が100億円以上である者
  - 二 次に掲げるいずれかの店舗を有する者
    - イ 東京都の特別区の存する区域及び地方自治法(昭和22年法律第67号)第252条の19第1項の指定都市の区域内にあつては、店舗面積(小売業を行うための店舗の用に供される床面積をいう。以下同じ。)が3,000平方メートル以上の店舗
    - ロ イに掲げる市以外の市及び町村の区域内にあつては、店舗面積が1,500平方メートル以上の店舗
- 2 この告示において「加盟者」とは、大規模小売業者が行う特定連鎖化事業に加盟する者をいう。
- 3 この告示において「納入業者」とは、大規模小売業者又はその加盟者が自ら販売し、又は委託を受けて販売する商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者(その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除く。)をいう。

## 附 則

- 1 この告示は、平成17年11月1日から施行する。
- 2 百貨店業における特定の不公正な取引方法(昭和29年公正取引委員会告示第7号。以下「旧告示」という。)は、廃止する。
- 3 旧告示備考第1項に規定する百貨店業者のこの告示の施行前にした行為については、なお従前の例による。

〔原文縦書き〕

## 大規模小売業告示のポイント

### 1 大規模小売業告示の適用対象となる大規模小売業者及びその納入業者について

#### (1) 大規模小売業者（備考第1項）

大規模小売業告示の適用対象となる大規模小売業者については、前事業年度の売上高が100億円以上であることを基本的な要件とし、一定の店舗面積を有することを補完的な要件として、いずれかの要件を満たす事業者（加盟店の売上げが主たる売上げであるコンビニエンスストア本部等フランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。）とする。

#### (2) 納入業者（備考第3項）

大規模小売業告示の適用対象となる納入業者については、大規模小売業者が販売（委託販売を含む。）する商品を納入する事業者とする。ただし、その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる納入業者については、大規模小売業告示の「納入業者」から除外される。

### 2 大規模小売業告示で規定する禁止行為

#### (1) 不当な返品（第1項）

大規模小売業者が納入業者から購入した商品を返品することを原則として禁止。ただし、その例外として、

商品に瑕疵がある場合や注文した商品が異なっている場合など納入業者の責めに帰すべき事由がある場合

一定の期間における一定の数量の範囲内の返品又は納品の総量に対して一定の数量の範囲内の返品が正常な商慣習となっている場合において、当該商慣習の範囲内において納入業者との合意により返品条件を定め、その条件に従って返品する場合

納入業者の同意を得て、返品により通常生じる損失を大規模小売業者が負担する場合  
納入業者からの申出があり、かつ、当該納入業者にとって返品を受けることが  
納入業者の直接の利益となる場合

には返品を認めることとしている。

#### (2) 不当な値引き（第2項）

大規模小売業者が、商品購入後、商品に瑕疵がある場合や注文した商品が異なっている場合など納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除いて、納入業者に納入価格の値引きをさせることを禁止。

#### (3) 不当な委託販売取引（第3項）

大規模小売業者が納入業者に対して、正常な商慣習に照らして著しく不利益となるような条件で委託販売取引をさせることを禁止。

#### (4) 特売商品等の買ったたき（第4項）

大規模小売業者が特売等の用に供する商品について、自己に対する通常の納入価格と比べて著しく低い価格を定めて納入させることを禁止。

**(5) 特別注文品の受領拒否（第5項）**

大規模小売業者がいわゆるプライベート・ブランド商品など特別の規格等を指定した上で，納入業者に商品を納入させることを契約した後において，納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除いて，商品の受領を拒むことを禁止。

**(6) 押し付け販売等（第6項）**

正当な理由がある場合を除いて，大規模小売業者が取引関係を利用して，納入業者が購入等を希望しないにもかかわらず，自己の指定する商品の購入や役務の利用をさせることを禁止。

**(7) 納入業者の従業員等の不当使用等（第7項）**

大規模小売業者が自己の業務のために納入業者に従業員を派遣させて使用すること，又は自らが雇用する従業員の人件費を納入業者に負担させることを原則として禁止。ただし，その例外として，

あらかじめ納入業者の同意を得て，その従業員を当該納入業者が納入する商品の販売業務に従事させる場合（その従業員が大規模小売業者の店舗の中の自己の納入商品の売場・ショップ等に常駐している場合には，当該商品の販売業務及び棚卸業務に従事させる場合）

あらかじめ従業員の派遣条件について納入業者と合意し，かつ，その従業員等の派遣のために通常必要な費用を大規模小売業者が負担する場合にはこれを認めることとしている。

**(8) 不当な経済上の利益の收受等（第8項）**

大規模小売業者が，納入業者に対し，

いわゆる決算対策協賛金など納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること

納入業者の商品の販売促進に一定程度つなが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いわゆる物流センターの使用料等であっても，納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えてこれを提供させることを禁止。

**(9) 要求拒否の場合の不利益な取扱い（第9項）**

前記(1)から(8)についての要求を拒否した納入業者に対し，代金の支払遅延，取引停止等の不利益な取扱いをすることを禁止。

**(10) 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い（第10項）**

前記(1)から(9)の事実を納入業者が公正取引委員会に知らせ，又は知らせようとした場合に，当該納入業者に対し，代金の支払遅延，取引停止等の不利益な取扱いをすることを禁止。

## 意見募集及び公聴会で出された意見の概要並びにこれらに対する考え方

該当箇所	意見の内容（抜粋）
告示案 全体	<p>本告示案について、百貨店業界としては、以下の理由から賛成。大規模小売業者の定義について、百貨店業告示は、一定以上の面積を有する多種類の商品を取り扱う小売業者を対象としているため、現在の複雑多岐にわたる小売業態をカバーしていないという欠点があった。本告示案は、売上高100億円を新たな基準とすることにしており、バイイングパワーを公正かつ効果的に規制するという意味と、対象となるか否かが当事者に明確になるという意味で評価できること。本告示の適用対象となる納入業者の範囲について、その取引上の地位が当該大規模小売業者に対し相対的に劣っていない納入業者との取引は、本告示の対象外である旨が明記されたことは、現実の取引実態に即したものであり、評価できること。禁止行為について、不当な返品、不当な値引き等、本告示案で示されている行為は全体的に百貨店業告示に比べて分かりやすくなっており、また、流通・取引慣行ガイドラインに規定されていたものが本告示案に取り入れられたことにより、公正取引ルールを厳守する上で、分かりやすくなったこと。〔公述人 日本百貨店協会〕</p> <p>本告示案については、以下の理由から基本的に評価できる。規制対象となる小売業者の範囲について、近年の業態の多様化、規模の拡大を踏まえて見直しを行い、店舗面積の大きさだけでなく、売上高の要件を追加していること。納入業者の範囲について、百貨店業告示においては、対象となる「納入業者」が明確になっていないが、本告示案において、取引上の地位が大規模小売業者と同等以上の納入業者が対象から明確に除外されていることは、取引の実態から見て適切であること。〔公述人 日本チェーンストア協会〕</p> <p>本告示案については、基本的に賛成であるが、若干異論もある。次の3点を指摘したい。消費者ニーズに応え、良い商品を提供することは、商品の生産者、物流事業者、スーパーの三者が一体となって初めて完結することが可能であり、現場の実務では、商品の陳列等のカテゴリー管理を三者一体で行っているのが実態。したがって、こうした行為を厳しく規制されたら、困るのは消費者とメーカーである。本告示案に規定されている禁止行為の中には、メーカーとスーパーとの間で商品の取扱い・販売に関する明確な契約がないことに起因するものも多いことから、お互いの関係を明確にして、商品販売の諸条件を明確にすれば、返品、販売促進費、販売支援体制についての問題は解消されていくと考えられる。スーパー業界は、減収傾向にあり、構造不況業種であるとも言われている中であって、バイイングパワーを発揮して、納入業者に不当な要求を行っているという理解については疑義を感じる。〔公述人 (社)日本セルフ・サービス協会〕</p> <p>食品メーカーは、規模が小さな中小企業、また、地場に根付いた地方の企業が数の上では大変多く、そうした中で、大規模小売業者による納入業者に対する優越的地位の濫用行為は、現在でも依然として減っていないのが実態。本告示案は、規制対象事業者としてコンビニエンスストアなどにも範囲を広げ、また、禁止行為についても押し付け販売や不当な経済上の利益の收受等を明文化したことは、今後優越的地位の濫用行為を抑制するのに大きな効果があるものと期待している。〔公述人 (財)食品産業センター〕</p> <p>化粧品日用品卸売業界においては、公正な取引の推進、取引の透明性を高めていくことが優先課題である。こういった点を踏まえると、現在の流通の実態にそぐわなくなっている百貨店業告示に代わり、大規模小売業者の優越的地位の濫用行為を効果的に規制するために、大規模小売業者の多様化した業態等に対応すべく、納入取引の実態に即した新たなルールとして本告示を制定することについては賛成。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p> <p>中小企業の立場から、百貨店業告示の見直しが50年ぶりに行われ、納入取引の実態に即した新たなルールとして本告示の制定が行われることについては基本的に賛成。大規模小売業者の優</p>

賛成意見で具体的な修正等の意見がないものについては、公正取引委員会の考え方は記載していない。

該当箇所	意見の内容（抜粋）
	<p>越的地位の濫用による不公正な取引行為は、一向になくならないどころか、ますます複雑かつ巧妙化している。中小納入業者は、大規模小売業者から要請があれば、たとえ自己にとって不利益なものであっても、取引上不利になることを懸念して受け入れざるを得ないのが実態。このため、当団体は、大規模小売業者による独占禁止法違反行為を厳しく取り締まるよう毎年、公正取引委員会に要請してきたところ、本告示を制定することに至った点については、当団体の要望が受け入れられたものとして大変歓迎している。また、本告示案の内容についても、規制対象事業者の拡大や禁止される行為類型の追加など流通の実態に即した見直しが行われており、おおむね妥当であると評価できる。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p> <p>家電流通業界は、ここ数年、非常なスピードで規模の大きな店が力を付けてきており、バイイングパワーの弊害が生じてきている。当団体の会員である中小の地域店は、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為の直接の被害者ではないが、家電メーカーの過当なシェア競争や大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を背景として、大規模小売業者と中小の地域店の格差が拡大し、中小の地域店は存在がおぼつかなくなっている。こういった中で、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を規制するため、本告示を制定することは非常に意義がある。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>百貨店以外の大規模小売事業者による優越的地位の濫用が摘発される事件が顕著に増えている中、このような事件を踏まえて、百貨店業告示を見直し、規制対象となる事業者の範囲を拡大し、独占禁止法上問題となる行為類型の追加を行うことは適切である。</p> <p>ただし、優越的地位の濫用規制については、それが過度に、あるいは過剰に発動されると、競争政策を離れて単なる中小企業の保護政策になったり、更には中小企業の保護にさえならず、かえって中小企業に害を与えるということにもなりかねないという懸念がある。</p> <p>しかしながら、本告示案については、流通実態の変化やこれまでの審決の積み重ねによる実績を踏まえて、コンビニエンスストア本部、専門量販店などの百貨店業告示ではカバーされていない事業者にまで拡大し、禁止行為についても、実情に合うように拡大するものであり、優越的地位の濫用の「規制の濫用」の懸念はないと考えられる。</p> <p>なお、優越的地位の濫用規制については、これを過剰に用いたり、あるいは過少な規制にしないように、引き続き慎重かつ適切な運用をお願いしたい。〔公述人 泉水文雄 神戸大学大学院法学研究科教授〕</p> <p>百貨店業告示が制定された昭和29年から約50年の間に、日本の小売業の構造は非常に大きく変化を遂げ、小売業態が非常に多様化する一方で、いわゆる仕入れ交渉力は本部において集中的に発揮される形態になっていることを踏まえ、大規模小売業者の要件として、売場面積規模だけでなく、企業の売上高規模要件を追加したことは適切。</p> <p>納入業者と大規模小売業者との取引は非常に多様な側面を持っており、値引きの要求、従業員派遣、返品等に加え、例えば、物流センターフィーなど、50年前には想定されなかったものが生じてきている。一方、納入業者と大規模小売業者との取引は、あくまで相互性の中で行われており、例えば、売場スペースの確保等、ライバル企業との競争対応ということの必要性の中で、納入業者側にもこのような要求を受け入れる事情があるので、大規模小売業者だけが悪いと言い切れない場合もある。しかしながら、不公正な取引行為が続くことによって、例えば、コスト管理能力、商品力、組織力そのものを弱めていくということは、これまで多くの事例が示しており、加えて、不公正な取引行為は、納入業者と大規模小売業者との間の信頼関係を著しく傷つける結果、トータル物流コストの削減、消費者のための商品の品質管理、安全性確保のための仕組みづくりといった、いわゆる協働関係を非常に困難にさせることにより、流通業の健全な発展を妨げ、結果として消費者利益を損なうという側面もある。</p> <p>前記のような点を踏まえれば、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を規制していくために本告示を制定することについては賛成であり、本告示制定を踏まえ、関係業界におけるルール作り等を含め、本告示の制定が、大規模小売業者と納入業者との取引の健全化へと結び付くことを期待している。〔公述人 三村優美子 青山学院大学経営学部教授〕</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）
	<p>大規模小売業者の購買力濫用の規制を強化するための本告示案については、基本的に賛成。大規模小売業界の発展は、流通革新等に対して様々な良き成果をもたらしたが、それは大規模小売業者の経営革新努力によるものであり、その経済力の濫用行為によるものではない。大規模小売業者の経済力の濫用を厳しく規制することによって、大規模小売業者の経営革新努力は強化・促進されるのであり、また大規模小売業者間の競争も正当な経営合理化努力に向かい、大規模小売業者にも、また取引関係者や消費者にも良き成果がもたらされる。独占禁止法に基づく大規模小売業者の購買力の規制は、昭和28年の独占禁止法による優越的地位の濫用規制の導入、昭和29年の百貨店業告示の制定、平成3年の流通・取引慣行ガイドラインの第5における大規模小売業者の購買力濫用規制などが従来から行われてきたが、やや断片的であった。本告示案は、大規模小売業者の購買力濫用規制を正面から行おうとするもので、積極的な規制体制の整備といえる。</p> <p>今回の告示見直しは大きな意義のあるものと考え、その趣旨、基本的な枠組みに賛成するとともに、大きな期待を寄せている。賛成の理由は、特殊指定の対象とする大規模小売業者の範囲の拡大がなされたこと、禁止行為類型についても、見直し、追加が行われ、新たな状況への対応レベルが高められていること、市場における納入業者間の競争レベルの上昇と小売業者の規模拡大により、売り手である製造業者の交渉力が低下する一方、小売業者の交渉力が大きく高まり、特に大規模小売業者のバイイングパワーが源泉となって納入業者による差別対価の提供等が不可避的に引き起こされ、その結果、公正な競争が損なわれ、また流通の各段階で過剰・過当な競争が行われるようになってきていることを考えると、それに関する新たなルールの設定は重要かつ有効であると考え、我が国が人口減少過程に移行するところであり、市場における競争レベルが上がるとともに、消費税率の引上げ等も想定すると、各業態の大規模小売業者による優越的地位の濫用行為の発生度合いがより著しくなる可能性があり、これに対する適切な抑制措置をとっておくことは将来に向けても必要であり、有効だと考えられることである。</p> <p>本告示案は、百貨店業告示で規制対象としていなかった、近年の流通機構で市場シェアを拡大しているホームセンター、ディスカウントストア、コンビニエンスストア、専門量販店等の大規模小売業者と、協賛金の要請や押し付け販売等の行為を規制対象にすることを明確にした点で、基本的に評価できる。これにより、大規模小売業者の納入業者に対する優越的地位の濫用に関して、規制の迅速化と要件の明確化による濫用行為の抑止力の強化が可能になる。しかしながら、大規模小売業者の優越的地位(購買力)による納入業者からの財・サービスの調達能力の強化が、消費財の流通において消費者に対する商品価格の低下やサービスの向上を生み出し、更には流通機構の近代化や小売市場におけるチャネル間競争の促進に果たした役割も見逃すことはできない。このため、過剰規制によって当該役割を過度に弱めることには問題がある。</p> <p>本告示制定については賛成。昭和29年に出示された百貨店業告示は、一昨年まではほとんど運用されることなく半世紀が経過したが、昨今国会でも論議されている不当廉売と優越的地位の濫用問題に係る市場実態からすれば、遅きに失した感もあるところ、それゆえに告示制定を急ぎ、更に重要なことはその運用強化を図り、やり得を許さない公正な競争環境の確立が急務である。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
第1項 (不当な返品)	<p>第2号の規定を逆手に取って、返品条件の締結を前提とした商取引に利用されるおそれがある。悪用防止のため、具体的に、業態・該商品群の指定をお願いしたい。また、一定数量の解釈も曖昧なので明確な基準が必要。</p> <p>不当な返品について、納入業者との合意があれば例外的に許容される場合があるが、大規模事業者から要請があれば合意に応じざるを得ないのが実情。したがって、納入業者との合意があることが違反行為の抜け道とならないよう、合意の事情、背景、経緯などを十分に検証し、納入業者が泣き寝入りすることのないよう、毅然として違反行為を摘発してもらいたい(納入業者の従業員等の不当使用等における同意についても同旨)。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p>	<p>第2号で「納入業者との合意により返品条件を定め」としたのは、取引当事者間で返品条件を明確化することにより、納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与えないようにするためである。ここで、「合意」とは、当事者の実質的な意思が合致するということであって、納入業者との十分な協議の上に納入業者が納得した上で合意するという趣旨であり、合意という形式的な形さえ整えばよいというものではない(以下の各項でいう「合意」、「同意」においても同様である。)。御意見を踏まえ、今後作成する予定の運用基準の中でもこの点について明確にするとともに、大規模小売業者による言わば押し付けの合意といった行為が行われぬよう、告示の運用については十分注意していきたい。また、各規定の解釈については、運用基準の中で、可能な限り明らかにしていきたい。</p>
	<p>大規模小売業者から納入業者に対して、不当な返品に代えて不当な値引きを要請するケースも多く見受けられ、これは第2項の不当な値引きとしても規制されると考えられるが、不当な返品と密接なものなのでこの項に明記いただきたい。</p>	<p>告示の各項は、行為類型別に規定されているところ、返品に代わる値引きについては、第2項で規制が可能と考えられる。</p>
第2項 (不当な値引き)	<p>大規模小売業者に納入する際に、大きく原価割れする納入価格を強制されているのが実態。本告示の「不当な値引き」の例示として、「事後値引き」に加えて、「製造原価を下回る納入価格の要請」を入れてもらいたい。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p>	<p>大規模小売業者が特売等の用に供する商品について、自己に対する通常の納入価格と比べて著しく低い価格を定めて納入させるような場合には、第4項に該当することとなる。</p>
	<p>大規模小売業者と納入業者との間で取引条件が合意された後、商品が納入されるまでの間に大規模小売業者から一方的な条件変更の要請があるケースも多いので、こういったケースもカバーされるように規定を修正すべき。</p>	<p>「購入」とは、売買契約に基づき買い取るという趣旨であり、購入した時点は売買契約が成立した時点である。したがって、御意見のようなケースも含まれる。</p>
第4項 (特売商品等の買ったたき)	<p>告示案では、不当とされる価格水準は、「自己等への通常の納入価格に比べて著しく低い価格」とされており、ここでいう「自己等」とは「自己又はその加盟者」と定義しているため、同業他社等の仕入価格と比較する余地がない。したがって、「自己等への通常の納入価格に比べて著しく低い価格」の規定については、「当該商品の同種商品の通常の納入価格に比べて著しく低い価格」に修正すべき。</p>	<p>御意見のように変更すると、ボリュームディスカウント等合理的理由に基づく低価格納入のようなケースであっても問題となるかのように解されるおそれがあるため、告示のような規定振りとしたものである。なお、「著しく低い価格」であるかどうかについては、通常の納入価格との乖離の状況を中心に判断されるほか、納入業者の仕入コスト、他社の納入価格等も勘案して判断されることとなる。</p>
	<p>第4項の「特売商品等の買ったたき」の規定中の「著しく低い」という表現は、相当程度の低価格でも許されるとの誤解を与えるおそれがあるので、「不当に低い」といった買ったたきを牽制するような表現にしてほしい。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p>	<p>禁止行為の構成要件については、できる限り明確にする必要があることから、「著しく低い」との用語が適当と考える。なお、「著しく低い価格」であるかどうかの判断は、前記のとおりである。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
<p>第5項</p> <p>（特別注文品の受領拒否）</p>	<p>当業界においては、大規模小売業者への専用機種が投入されることがあるが、こうした専用機種は必ずしも大規模小売業者が指示するとは限らず、納入業者からの提案に合意して特定の商品が納品される場合が大半なので、こういった場合もカバーするように、本告示案第5項の「納入業者に対してあらかじめ特別の規格、意匠、形式等を指示して」の規定については修正すべき。</p>	<p>本項の趣旨は、大規模小売業者が納入業者に対して規格等を指示して商品の納入を求めておきながら、自己の一方的な都合で当該商品の受領を拒否することを禁止するものである。</p>
<p>第7項</p> <p>（納入業者の従業員等の不当使用等）</p>	<p>家電業界における一番の問題は、いわゆるヘルパーの派遣の問題である。各メーカーは、人手がないため大規模小売業者からの要請を受けると、人材派遣会社に依頼をし、全く商品知識がないような人を送り込んでいるのが実態であり、家電業界の派遣店員は必要ないと思っている。いまま少し突っ込んだ規定を盛り込んでいただきたい。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p>	<p>本項は、大規模小売業者が納入業者に対して従業員を派遣させることを、第1号又は第2号に該当する例外的な場合を除いて、原則として禁止するものである。</p> <p>第1号は、納入業者の新製品の宣伝等のために従業員を派遣させる場合や、大規模小売業者の店舗内に納入業者のブランド名を掲げた売場を設けてそこに従業員を派遣させる場合などは、納入業者の販売促進につながることから、これを認めている。ただし、この場合であっても、派遣条件についてあらかじめ合意することを要件としていることから、納入業者との合意を得ることなく、大規模小売業者の一方的な都合で納入業者に対して従業員等の派遣を行わせる場合には、本項に該当することとなる。</p>
	<p>第1号について、小売業者が店頭で販売業務を自ら行い、自ら持ち得ない特殊な技術又は能力に限ってメーカーの派遣員を使用するのが本来の姿であり、その範囲において納入業者の従業員等の使用が認められるべきである。また、従業員派遣が許容される場合であっても、不当顧客誘引を未然に防止する観点から、消費者に対し身分を明らかにすべきである。したがって、第1号の規定については、前記の観点から修正すべき。</p>	<p>本項第1号の規定は、納入業者の新製品の宣伝等のために従業員等を派遣させる場合や、大規模小売業者の店舗内に納入業者のブランド名を掲げた売場を設けてそこに従業員等を派遣させる場合などは、納入業者の販売促進につながることから例外的に許容しているものである（ただし、従業員が有する販売に関する技術又は能力が有効に活用される場合に限る。）。</p> <p>前記のようなケースであれば、「特殊な」技術又は能力を有していなくても、納入業者の販売促進につながる場合があると考えられ、逆に「特殊な技術又は能力」がなければ従業員を派遣させることができないとなると、納入業者の販売促進活動を妨げるおそれもある。さらに、それぞれの業界、商品等でどのような場合に「特殊な」技術又は能力を有しているかが曖昧となり、紛糾するおそれもある。</p> <p>なお、本告示は大規模小売業者による納入業者に対する特定の行為類型を禁止行為として規定するものであって、不当顧客誘引を未然に防止する観点から御意見のようなことを自主的に行うことは望ましいことであるが、義務付けを行うことは適切ではない。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>販売業務は本来、小売業者の固有の業務であり、それを納入業者に求めること自体問題があるほか、納入業者にとって小売業者の指示監督の下で販売業務を行うことが利益になるとは限らない。したがって、納入業者に従事させることを認める業務としては、商品の説明業務に限定すべきであると考え。</p> <p>納入業者からの派遣店員が自社の納入商品の販売業務を行うことを適法と明確化したことは、売場の運営及び取引の実態から見て適切。〔公述人 日本チェーンストア協会〕</p>	<p>本項の「販売業務」は、主として消費者に商品売る業務（接客業務）をいうが、このほか商品の陳列業務及び補充業務も含まれる（ただし、いずれの場合も納入業者の直接の利益となる場合に限られる。）。これは、店舗の開店・改装時等における陳列については、納入業者のディスプレイの仕方により、納入業者の販売促進につながる場合があるからである。また、補充業務は、接客業務に通常付随するものであると考えられることによる。なお、接客業務を行わず、補充業務のみを行わせるような場合については、「販売に関する技術又は能力」とは通常関係ないので許容されないことになる。その他具体的には運用基準の中で明らかにしたい。</p>
	<p>流通・取引慣行ガイドラインにおいては、「派遣された従業員等に棚卸、棚替え、社内事務等の納入商品の販売促進と直接関係がない業務を行わせ、納入業者に不利益を与えることとなる場合は、不公正な取引方法に該当し、違法となる。」とあり、棚卸は納入商品の販売促進に直接つながらない業務と考えられる。告示案によれば、常駐する派遣従業員を、販売業務及び棚卸業務に従事させる場合は派遣可能となるが、流通・取引慣行ガイドラインにおける考え方との整合性が図られていないのではないかと。</p> <p>「納入業者の従業員等の不当使用等」について、店内に常駐している派遣店員が棚卸業務を行うことについて、事前に双方が合意し、その内容が明確になっていることなどの条件を満たせば適法であるとされたことは、売場の運営と取引の実態に即したものである〔公述人 日本百貨店協会〕。</p>	<p>「従業員等が大規模小売業者の店舗に常駐している場合」とは、例えば、納入業者の従業員が大規模小売業者の店舗の中の自己の納入商品の売場・ショップ等に常駐している場合であって、このような場合には、販売業務のほか棚卸業務に従事させたとしても、納入業者に不当な不利益を与えようとは考えにくいことから、これを許容することとしたものである。</p>
	<p>第2号について、あらかじめ従業員の派遣条件について納入業者の同意を得て、その従業員派遣のために通常必要な費用を大規模小売業者が負担する場合も見られるが、現実的には請求しづらい雰囲気であり、実際には利用されないまま従業員派遣が行われている実態があるので、この告示の仕組みを作ることが免罪符になることがないよう配慮願いたい。</p> <p>大規模小売業者があらかじめ合意している形式のみを整えようとし、実質的には納入業者の不当使用が続くのではないかと懸念される。運用に当たっては、あらかじめ合意された書面が納入業者の意思に反して締結されたものでないか、当該書面の記載内容にかかわらず、実際に小売業者が費用を負担しているかまで調査し、厳しく対処すべきである。</p>	<p>第2号の趣旨は、大規模小売業者が納入業者に対して従業員等の派遣を求める場合には、派遣を求める都度、その派遣の内容に応じて派遣費用も含む派遣条件について合意する必要があるという趣旨である。なお、前記のとおり、「合意」とは、当事者の実質的な意思が合致するということであって、納入業者との十分な協議の上に納入業者が納得した上で合意するという趣旨であり、合意という形式的な形さえ整えればよいというものではない。御意見を踏まえ、今後作成する予定の運用基準の中でもこの点について明確にするとともに、大規模小売業者による言わば押し付けの合意といった行為が行われないよう、告示の運用については十分注意していきたい。</p>
	<p>「通常必要な費用」の解釈が曖昧であり、わずかばかりの費用で終日拘束されるケースも想定されるので、本告示の説明資料等においてももう少し具体的な解釈を示されたい。</p>	<p>「通常必要な費用」には、派遣される従業員の日当のほか、交通費や宿泊費などの実費も含まれる。これらの点については、運用基準において明らかにすることとしたい。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>近年、深夜営業の店舗が増大しており、納入業者の通常業務時間を大きく逸脱する時間帯の要請に対しては、明確に禁止する旨を明記してもらいたい。</p>	<p>大規模小売業者が納入業者に対して従業員等の派遣を求める場合には、労働時間を含む派遣条件についてあらかじめ合意することを要件としていることから、納入業者との合意を得ることなく、大規模小売業者の一方的な都合で、納入業者の通常業務時間を大きく逸脱する時間帯に納入業者に対して従業員等の派遣を行わせることは、本項に該当することとなる。</p>
<p>第 8 項</p> <p>（不当な経済上の利益の收受等）</p>	<p>夏冬等の季節協賛金、決算対策協賛金、証券取引所上場何周年協賛金等多様な協賛金の要請が現実には存在するので、協賛金を別建て又は明示して、本来支払う必要のないものであることを明記すべき。</p> <p>また、センターフィー（物流センター使用料）について、納入業者にとっての物流コストの合理化分や小売業者の物流センター設置コストを上回るような、その根拠が示されないセンターフィーの要求が多く存在しており、卸と製造メーカーとの間でその対応に苦慮している。センターフィーに関する情報開示を義務付けるとともに、明確な根拠を超えるフィーは本来支払う必要がないことを明記すべき。</p> <p>物流センター使用料、EOS使用料（受発注オンライン・システムの利用料）、Web系データ交換システム（商品マスター登録システム、棚割用画像データシステム等）の利用料等については、徴収方法などの類似性が高いこと、協賛金等とはその性格が大きく異なること等から、それらのうち合理性を欠くものについては、新たな禁止行為類型を立てることを検討すべき。</p> <p>不当な経済上の利益の收受について、業界には不透明な協賛金等が多い。十分な検証をお願いしたい。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p>	<p>大規模小売業者による納入業者に対する金銭等の経済上の利益の提供要請は、多種多様な形態で行われることが想定されるところ、そういったケースに対応できるよう、本項では、いわゆる決算対策協賛金など納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること、納入業者の商品の販売促進に一定程度つなが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いわゆる物流センターの使用料等であっても、納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えて提供させることの2つに書き分けて規定し、御意見のような物流センターの使用料等の問題も本項により規制されることから、新たな行為類型を追加する必要はないと考えている。</p> <p>また、協賛金の明記については、協賛金、協力金など様々な名目を付けて金銭の提供を求めることが想定されることから、規定中に協賛金を明記することは適当ではないが、物流センターの使用料等も含め、どのような場合に問題となるか、具体的な事例を運用基準の中で明らかにすることとしたい。</p> <p>御意見を踏まえ、適切に法運用を行っていくこととしたい。</p>
<p>第 9 項</p> <p>（要求拒否の場合の不利益な取扱い）</p>	<p>第 9 項の要求拒否の場合の不利益な取扱いについて、陳列定番カット、格付け引下げ（陳列される店舗数の縮小）などの行為が含まれるように修正すべき。</p>	<p>本項は、大規模小売業者が告示第 1 項から第 8 項についての要求を拒否した納入業者に対して、代金の支払遅延、取引停止等の不利益な取扱いをすることを禁止しているところ、代金の支払遅延等は、典型的なケースを例示したものであり、御意見のようなケースであっても納入業者に不当な不利益を与えることとなる場合には、「その他不利益な取扱い」に該当する。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
<p>第10項</p> <p>（公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い）</p>	<p>当業界は製造販売するメーカー販売の数が少なく、どの納入業者が公取委に知らせたのかが容易に判明してしまう危険が高い。したがって大規模小売業者による報復措置に対する罰則の強化が必要。</p>	<p>公正取引委員会では、調査に当たって申告者が関係事業者に分からないようにあらゆる配慮をしているところであるが、事後の取引経過等の把握により、本項の実効性確保に努めていく。</p> <p>また、独占禁止法上、優越的地位の濫用等の不公正な取引方法には罰則が付されておらず、新たに罰則を付すためには構成要件の明確化の必要性等の観点から法制上の問題をクリアする必要がある。</p> <p>なお、昨年の第161回国会に独占禁止法改正法案を提出するに当たり、不公正な取引方法に対する制裁の強化等を要望する意見が聞かれたところ、こうした各方面からの意見を踏まえ、今後、内閣府に設置される予定の検討の場において、不公正な取引方法に対する制裁の在り方についても検討が行われるものと考えられる。</p>
<p>備考第1項</p> <p>（大規模小売業者の定義等）</p>	<p>売上高及び店舗面積の企業規模基準のみで大規模小売業者を認定する場合には、いわゆる過剰規制の危惧がある。仮に、本告示に基づき規制を発動する際に、定型的かつ簡便的に優越的地位の認定を審決を行うことを想定しているならば、売上高100億円以上との基準については、例えば売上高500億円以上や1000億円以上といった高い基準を設定して、これに満たない大規模小売業者は、一般指定により規制を行う方が過剰規制の危険性をより減少させられると考えられる。</p> <p>また、もう一つの企業規模基準である面積基準については、大規模小売業者が大きな面積の店舗を有することと優越的地位にあることを結びつけることには若干無理があるので、面積基準は不要ではないか。</p> <p>本告示の適用対象となる大規模小売業者には、飲食業等の一般消費者に役務を提供している者（ファミリーレストランの本部等）やショッピングセンター運営者や駅ビル事業者のように、テナントに営業場所を賃貸している者は含まれないことを明らかにされたい。また、前事業年度における売上高が100億円以上であるか否かは、小売業に係る売上高のみを基準に判断されるのか否かについて明らかにされたい。</p> <p>事業者が複数の店舗を有している場合、個々の店舗面積は3,000平方メートル又は1,500平方メートル未満であっても、すべての店舗面積を集計すると3,000平方メートル又は1,500平方メートル以上となる場合には、大規模小売業者に当たるか否か明らかにされたい。</p>	<p>本告示の適用対象となる大規模小売業者については、納入業者に対して一般的にバイイングパワーを発揮し得る事業者をカバーする必要があるところ、売上高100億円という数値は、各都道府県エリアにおける有力な小売業者をカバーし得る基準として設けているので、この数値を引き上げることは適切ではない。</p> <p>本告示の適用対象となる大規模小売業者については、売上高基準によりおおむねカバーできるのではないかと考えているが、同基準のほかに面積基準を設けている理由は、前年度の売上高のみを基準にすると、新たに小売業を始めた場合には売上高が算定できないこと等から、バイイングパワーを表す補完的な基準として設けることとしたものである。面積基準の数値については、百貨店業告示で用いられ、大規模小売店舗として関係事業者に定着しているものを用いることとした。</p> <p>本告示における「大規模小売業者」とは、一般消費者により日常使用される商品を当該消費者に販売する行為がその業務の主たる部分を占める者であって、当該事業者の総売上高が100億円以上である者をいう。したがって、レストラン等の飲食店業を主たる事業として営む者は含まれない。また、ショッピングセンター運営者等がテナントから賃料等を徴収しているだけであれば、大規模小売業者には該当しない。</p> <p>備考第1項第2号のイ又はロは、個々の店舗の店舗面積について規定するものであり、御意見のようなケースは、当該事業者の売上高が100億円以上でない限り、大規模小売業者には該当しない。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>告示案において、大規模小売業者の定義として、取扱品目基準に加え、前事業年度売上高基準が設定されているため、問題がないものと考えられるが、インターネットの普及等も背景に、無店舗小売業者の成長が予想され、そこにおいても不公正な取引の発生度合いが今後一層高まるおそれがあること、店舗小売業者と無店舗小売業者を同一の競争ルールのもとに置いておくことが望ましいと考えられることから、大規模小売業者に無店舗小売業者も含むことを明らかにされたい。</p> <p>調剤薬局で販売する医療用医薬品は、医薬分業の推進の結果、一般消費者が自ら選択した調剤薬局から日常的に購入され、使用されるようになってきている。したがって、調剤薬局が取り扱う医療用医薬品についても本告示の適用対象とすべき。</p>	<p>本告示において「『大規模小売業者』とは、一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者」と定義している。したがって、通信販売業者のように店舗を有しない者であっても、この定義に該当すれば対象になる。</p> <p>消費者が医療用医薬品を購入する場合、医療機関から出された処方箋が必要となるものの、消費者は一般用医薬品（大衆薬）と同様に、調剤薬局等で購入して使用しているものであり、本告示の「一般消費者により日常使用される商品」に含まれる。したがって、調剤薬局等が取り扱う医療用医薬品の納入取引についても、本告示が適用される。</p>
<p>備考 第3項</p> <p>〔納入業者の定義〕</p>	<p>納入業者の定義について、取引上の地位が大規模小売業者に対して劣っているか否かの判断要素に売上高等を明示していると、大手企業である納入業者は本告示の適用対象外になるとの誤解を与えかねないので、括弧内の「前事業年度における売上高、当該大規模小売業者との取引の額等に照らして」は削除すべき。〔公述人（財）食品産業センター〕</p> <p>大きな売上高を持っている電機メーカーであっても、バイイングパワーを持った大規模小売業者の要請に応じざるを得ないところがある。したがって、単に売上高等によって本告示の納入業者に当たるかどうか判断することは再考すべき。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>括弧書きの規定について、「売上高」、「取引の額」という量的概念の文言だけを例示すると、取引上の地位を規定する要因について、対象商品の質的側面や取引の継続性といった側面が考慮要因となるか不明のため、解釈論上紛議を招くおそれがあるので修正すべき。</p> <p>括弧書きの規定について、売上高や取引の額は形式的な基準であるので問題である。現実にも大規模小売業者は購買力の濫用を取引高の大きな比較的規模の大きい供給業者に対して積極的かつ戦略的に行使する傾向があり、このような取引が形式的基準により除外されることは、購買力の濫用規制の効果を著しく弱体化する可能性がある。</p>	<p>取引上の地位が大規模小売業者に劣っていないかどうかについて、告示案で納入業者の売上高、大規模小売業者との取引の額を例示している理由は、</p> <p>予見可能性という観点から、例示としては関係事業者が理解しやすいように客観的な指標が適当であること</p> <p>売上高が小さな中小の納入業者は、一般に告示上の納入業者に該当する可能性が高いこと</p> <p>売上高が大きな納入業者であっても大規模小売業者との取引の額が大きい場合や、取引依存度（大規模小売業者との取引の額／売上高）が高い場合など、大規模小売業者との取引の状況により、告示上の納入業者に該当し得ること</p> <p>によるものであり、これらの要素のみをもって判断するものではなく、売上高の大きな納入業者であることをもって本告示の納入業者に該当しないという趣旨ではない。</p> <p>しかしながら、前記のように納入業者の売上高のみで判断されるかのような誤解を避けるために、備考第3項の括弧書きの「前事業年度における売上高、当該大規模小売業者との取引の額等に照らして」の規定について削除することとした。</p> <p>他方、取引上の地位が大規模小売業者に劣っていないかどうかを判断するに当たっての考え方については、関係事業者の予見可能性の確保という観点から明らかにしておく必要があるため、今回寄せられた意見等を踏まえ、運用基準の中でその考え方を明らかにすることとしたい。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>括弧書きの規定について、優越的地位にあるかどうかの判断は総合勘案により、個別具体的に行う旨を明確にすべきであるところ、告示案の規定だと単純に事業者間の売上高、取引額で優越的地位を判断し、自社の売上高が納入業者の売上高より小さい場合には本告示案の納入業者に該当しないとして本告示において禁止されている行為類型を堂々と要請してくることが危惧される。したがって、告示案備考第3項の括弧書きについては、前記の趣旨を踏まえ修正すべきである。</p>	
	<p>括弧書きの規定については、本告示の適用対象となる納入業者から大企業が除かれるとの誤解を与えかねない。納入業者の大小を問わず優越的地位を利用されているのが実態であるので、告示案備考第3項の括弧書きの規定は削除すべき。</p> <p>納入業者の取引上の地位は、部門あるいは品目によって異なると見るべきであり、企業全体としての売上高で規定するのは必ずしも妥当であるとは言い切れない。また、取引はローカルな性格を持つため、全国ベースの総売上が大きい納入業者の場合、各地域を主要商圈とする大規模小売業者との取引は、各地域の支社・支店等が担当している。このような実態を踏まえれば、括弧書きの規定については削除すべき。</p> <p>括弧書きの規定について、納入業者が当該大規模小売業者に対して劣っていないかどうかの客観的な判断基準が極めて難しいこと、仮に、納入業者が大規模小売業者に対して劣っていない場合には、商取引の実態からして不公正な取引は行われないと考えられること、逆に、括弧書きを置くことによって、これに該当する納入業者に対しては禁止行為が許されるとの誤解を生じさせる可能性があること等の問題もあるので、削除願いたい。</p>	<p>本告示は、独占禁止法第2条第9項第5号（「自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること」）に基づき、その範囲内で指定するものであるところ、大規模小売業者が対等又は対等以上の取引上の地位にある納入業者と取引する場合においては、「自己の取引上の地位を不当に利用して」とは言えず、このような納入業者については本告示の「納入業者」から除外する必要がある。</p>
	<p>納入業者の従業員等の不当使用、不当な経済上の利益の收受等は、多くの場合、卸売業者を通じてメーカーに伝えられ、メーカーが対応するケースが多いのが実態。納入業者については、「商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者」と定義されているが、卸売業者を介して納入している製造業者も含めるべき。〔公述人（財）食品産業センター〕</p> <p>大規模小売業者と直接の売買関係がないメーカーであっても、大規模小売業者から協賛金や従業員の派遣等を要求されることがある。したがって、メーカー等のように大規模小売業者に直接商品を販売していない事業者も「納入業者」に含まれる旨を明記すべき。</p>	<p>前記のとおり、本告示は、独占禁止法第2条第9項第5号（「自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること」）に基づき、その範囲内で指定するものであることから、本告示の納入業者は大規模小売業者と取引関係を有することが必要となる。</p> <p>ただし、この取引関係とは、実質的に取引している関係が認められるかどうかで判断されるものであり、製造業者が卸売業者を介して商品を納入している場合（形式的な契約関係としては卸売業者と大規模小売業者の場合）であっても、例えば、大規模小売業者と製造業者との間で実質的な取引条件の交渉が行われ、卸売業者がそこで決められた取引条件により大規模小売業者に商品を納入しているような場合には、当該製造業者も本告示の納入業者に該当することとなる。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
その他	<p>取引条件の書面化や事前の十分な協議、納入業者による同意の書面化等の条件を付ければ、商品売れ残り時の売れ残り品の全量返品(商慣習の範囲を超える場合)・全量事後値引き、棚卸・棚替えのための従業員等の派遣要請、陳列のための従業員等の派遣要請等、催事等の協賛金の要請、販売に関する従業員等の派遣要請(金額的な利益が見込めなくても、納入業者に商品宣伝等の間接的なメリットがある場合)、新製品の売れ残り品の全量返品等についても許容してもよいのではないかと。</p>	<p>大規模小売業者と対等又は対等以上の取引上の地位にある納入業者であれば、御意見のように大規模小売業者と事前に十分協議して納得のいく形で取引条件について交渉し、合意することは可能であると考えられる。しかしながら、本告示の適用対象となる納入業者は、大規模小売業者との間でそのような交渉を行い、合意することが一般的に困難な立場にあるので、本告示で規定している大規模小売業者による納入業者に対する禁止行為については、例外的な場合を除いて許容されないこととしたものである。</p>
	<p>親子会社間の取引においては、本告示の適用はされないことを明らかにされたい。</p>	<p>親子会社間の取引については、不公正な取引方法として指定した本告示による規制を原則として受けない。なお、親子会社間の取引が不公正な取引方法による規制の対象となるかどうかについての判断基準は、流通・取引慣行ガイドライン(本文後の(付))を参照されたい。</p>
	<p>本告示と不公正な取引方法に係る一般指定との関係を明らかにされたい。具体的には、本告示の適用対象となる大規模小売業者の行為について、本告示に該当しない場合は一般指定にも該当しないのか、本告示の適用対象とならない事業者の行為についても、本告示の定める行為類型に該当するような場合は、一般指定に該当する可能性はあるのか。</p>	<p>公正取引委員会が不公正な取引方法として指定する告示には、本告示のように特定の事業分野を対象にしたいわゆる特殊指定と、あらゆる業種に適用されるいわゆる一般指定(昭和57年公正取引委員会告示第15号)があるが、一般指定と特殊指定の関係について、特殊指定で規定されている行為については、特殊指定が優先的に適用される。ただし、特殊指定で規定されていない行為であっても、一般指定に照らして問題となる場合には、一般指定が適用される。また、特殊指定の適用対象とならない事業者の行為に対しては、一般指定が適用されることとなる。</p>
	<p>大規模小売業者の濫用行為は、実際にはノルマを課された職員(バイヤー)により納入業者の販売担当の職員に対して行われることが多いので、このような場合にも本告示の各項が適用されることを明記する必要がある。</p>	<p>御意見のようなケースについて本告示が適用されることは当然であり、改めて明記する必要はないと考えられる。</p>
	<p>告示案は、大規模小売業者の購買力の濫用とみられる行為をかなり網羅的に定めているが、商業活動には様々な態様があり、濫用行為も多様であるので、いわゆる「一般条項」を規定することが望ましい。</p> <p>過度な発注単位の小ロット化、過度に短いリードタイムの設定、過度な納品率の設定、欠品ペナルティー等といった不当に厳しい納入条件の設定、また一方的な発注内容の変更、発注自体の取消しといった問題も小売業の優越的な地位に基づいて行われており、これらについて、例えば「不当な納入条件の設定や変更等」といった新たな禁止行為類型を作り、本告示の内容に盛り込むべき。</p>	<p>本告示を含めた特殊指定は、特定の事業分野において抽象的な一般指定の規定を特定の事業分野における業界の実態に即して指定するものであるため、禁止行為の規定に当たっては、業界においてある程度生じ得る蓋然性の高い具体的な行為類型であることが要請されるところ、本告示の各項の脱法的な行為については、その実質的な行為をとらえて各項を適用し、また、本告示の適用対象とならないような行為については、一般指定を適用することになる。なお、御意見のうち、欠品ペナルティーなど本告示第8項の不当な経済上の利益の収受等の規定に該当するようなものについては、本規定が適用されることになる。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>「大規模小売業者が当該商品を販売するために通常必要とされる程度を著しく超えて、一方的に、当該商品に係る製法、品質、成分等に関する詳細な情報等を納入業者に提供させること」を禁止行為として追加すべき。〔公述人（財）食品産業センター〕</p>	<p>御意見のような事案については、直ちに独占禁止法上問題と言えるか疑問があり、禁止行為になじまないと考えられるが、納入業者に不当な不利益を与える場合があれば、一般指定により適切に対処していく。</p>
	<p>大規模小売業者による優越的地位の濫用行為は、他面からみると、有力供給業者が販売力のある大規模小売業者に対して他の小規模小売業者よりも差別的に有利な価格や取引条件を設定する行為であり、このような供給業者の行為を一般指定第2項又は第4項違反として積極的に取り上げてもらいたい。</p>	<p>御意見のような事案で一般指定に該当するものがあれば、適切に対処していきたい。</p>
	<p>違反事実の公表による社会的制裁だけでは、優越的地位の濫用はなくなる。罰則の強化・明示と実行をしていただきたい。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p> <p>本告示の制定後、禁止行為が行われた場合には迅速に処理することが重要。また、違反行為が後を絶たない現状をみると罰則の強化など制裁措置の強化も検討すべき。〔公述人 全国中小企業団体中央会〕</p> <p>本告示案で規定された禁止行為を大規模小売業者が行った場合には、罰則や課徴金を取るような仕組みが必要。〔公述人 全国電機商業組合連合会〕</p> <p>単に違反行為の差止措置だけでは、違反行為のやり得になり、規制の抑止力が生じない。米国やドイツと同様に、我が国でも特殊指定等により違法性が明確になっている行為に対しては何らかの制裁金が課せられるべき。</p> <p>公正取引委員会の警告を受けても改善されない小売業者が存在している現実を踏まえて、勧告等への積極的な取組と罰則の強化を検討されたい。また、公正取引委員会のホームページへの掲載だけではなく、社会的な制裁等抑制効果が働くような仕組みを検討されたい。</p> <p>運用の徹底をお願いするとともに、指導力の強化の観点から、公正取引委員会の体制強化及び独占禁止法（特に優越的地位の濫用）に関する罰則強化について御検討いただきたい。</p>	<p>独占禁止法上、優越的地位の濫用等の不公正な取引方法には罰則が付されておらず、新たに罰則を付すためには構成要件の明確化の必要性等の観点から法制上の問題をクリアする必要がある。</p> <p>なお、昨年（平成26年）の第161回国会に独占禁止法改正法案を提出するに当たり、不公正な取引方法に対する制裁の強化等を要望する意見が聞かれたところ、こうした各方面からの意見を踏まえ、今後、内閣府に設置される予定の検討の場において、不公正な取引方法に対する制裁の在り方についても検討が行われるものと考えられる。</p>
	<p>現に取引を行っている小売業者からは違法な要請をされても、申告の決断はなかなかできるものではなく、行政として監視組織を設置できないか。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p>	<p>公正取引委員会は、違反行為に対する措置とともに、定期的な実態調査に基づく改善指導を通じて大規模小売業者と納入業者との取引の公正化を図ってきているところ、今後とも、実態調査を適切に実施していくこととしたい。</p>

該当箇所	意見の内容（抜粋）	意見に対する考え方
	<p>大規模小売業者の団体において告示の基準に従った自主規制を整備させると同時に、大規模小売業者の社内においてこの面の厳格なコンプライアンス体制をとるよう強力な指導を行うとともに、監視・規制体制を強化し、関係業界の自主規制体制・監視協力体制を整備する必要がある。</p> <p>新しいルールが制定されたら、すべての関係者に広く正しく周知してほしい。また、分かりやすい解説書等を作成してほしい。〔公述人 日本百貨店協会〕</p> <p>本告示が確定した段階で、速やかに明確な運用基準を示すとともに、誰でも理解できるような分かりやすい解説書等を作成してほしい。〔公述人 日本チェーンストア協会〕</p> <p>優越的地位の濫用が違法であることの周知徹底はもとより、どこまでが通常の取引条件であり、どこからが優越的地位の濫用に該当するのか判別しがたいところもあるので、事例、指針などを示して判別できるような工夫をお願いしたい。〔公述人 全国化粧品日用品卸連合会〕</p> <p>公正取引委員会の実態調査にもあるとおり、納入業者と小売業者との間の認識に大きなギャップが存在する。コンプライアンスの観点からも、本告示の制定を契機として、小売業者に対して徹底した啓蒙、啓発を図っていただきたい。</p> <p>また、本告示の規定のみでは内容が分かりにくいところがあるので、担当者が理解できる具体的事例に即したQ &amp; Aを作成すると同時に、説明会を開催する等して本告示の普及・啓蒙を図っていただきたい。</p> <p>今回の告示案の変更点については、企業の公正性を確立する観点からおおむね理解できる。ただし、何が不公正取引に当たるのか実感を持って理解することが難しいため、告示のそれぞれの項目について、不公正に当たる場合の事例をより多く情報発信してもらいたい。</p> <p>本告示が、製造業界・流通業界・消費者など関係方面に広く周知徹底されるような取組をお願いしたい。また、本告示も含め、関係法・告示・指針についての継続的な指導強化をお願いしたい。</p> <p>今後も新たな小売業種の成長や、流通機構の変化に合わせた新たな濫用行為が問題化していくと考えられることから、告示改正・追加の頻度を上げ、流通機構の現状に即した規制にしていく必要がある。</p>	<p>関係事業者団体等における独占禁止法遵守マニュアルの改定や策定等の独占禁止法遵守体制の整備に向けた取組に対して積極的な支援を行っていくこととしたい。</p> <p>本告示の制定後、告示の運用基準を作成することとしているところ、その中で、可能な限り、具体的な事例を記載することとしたい。</p> <p>また、本告示の説明会を開催し、普及啓発に努めていく予定。</p> <p>今後とも流通実態を把握し、告示の実効性確保に努めてまいりたい。</p>

## 原案からの修正箇所

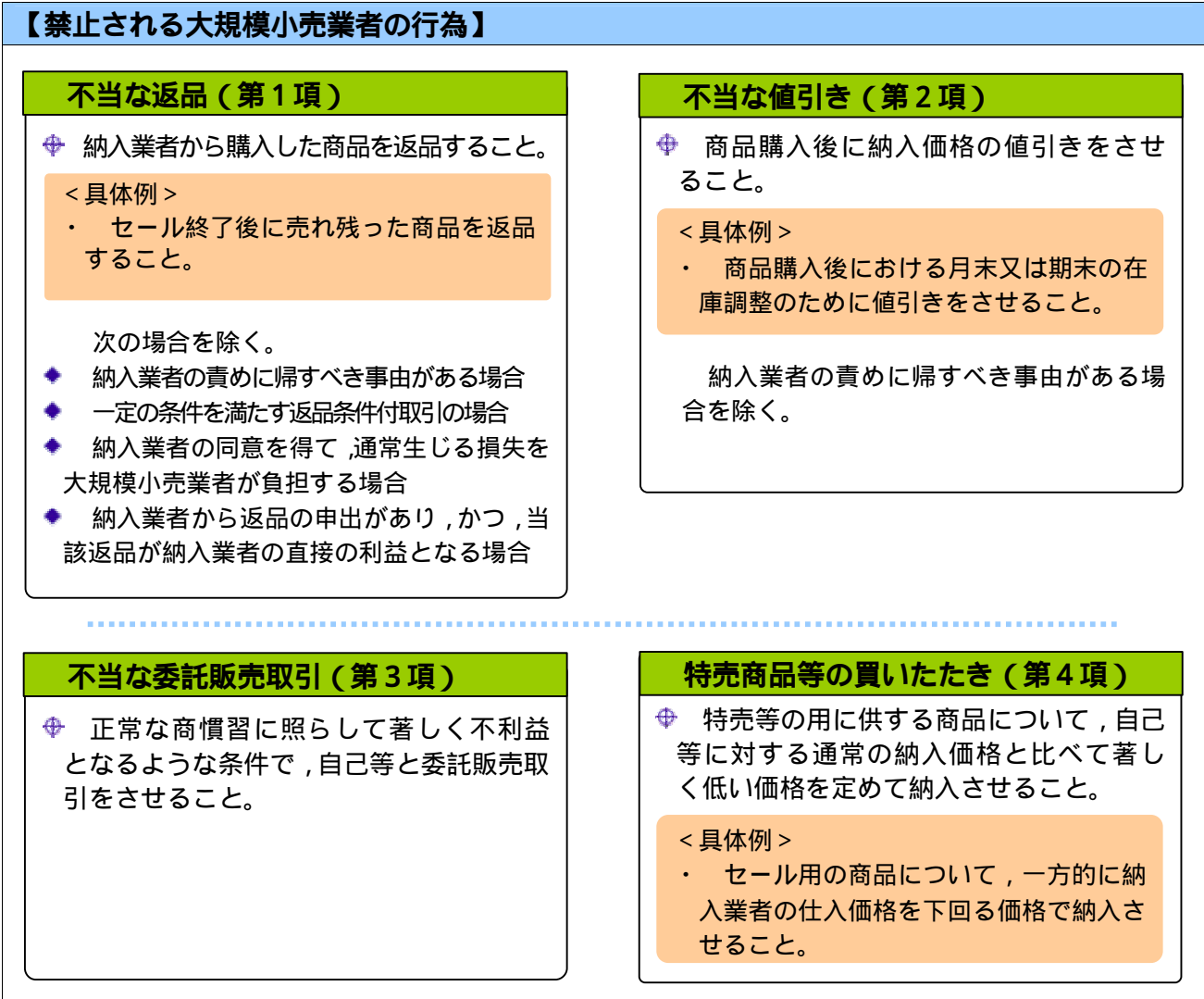
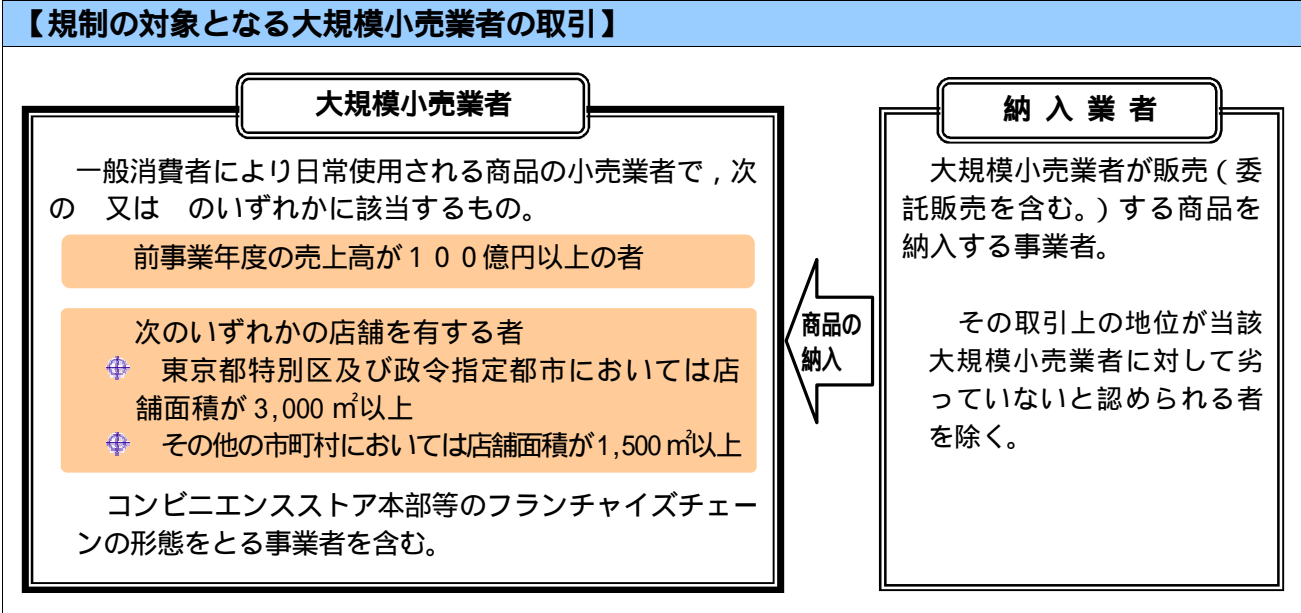
(下線部分が修正部分)

修正後	原案
<p>備考</p> <p>3 この告示において「納入業者」とは、大規模小売業者又はその加盟者が自ら販売し、又は委託を受けて販売する商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者(その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除く。)をいう。</p>	<p>備考</p> <p>3 この告示において「納入業者」とは、大規模小売業者又はその加盟者が自ら販売し、又は委託を受けて販売する商品を当該大規模小売業者又は当該加盟者に納入する事業者(<u>前事業年度における売上高、当該大規模小売業者との取引の額等に照らして、その取引上の地位が当該大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除く。</u>)をいう。</p>

修正に関する意見及びこれに対する考え方は、15ページ及び16ページを参照。

# 「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」について

## 1 大規模小売業告示の概要



### 特別注文品の受領拒否（第5項）

- ⊕ プライベート・ブランド商品（PB商品）など、特別の規格等を指定して注文した後で、その商品の受領を拒むこと。

#### <具体例>

- ・ PB商品を発注後、需要の見通しが変わったために同商品の受領を拒否すること。

納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除く。

### 押し付け販売等（第6項）

- ⊕ 正当な理由がある場合を除き、納入業者が希望しないにもかかわらず、自己の指定する商品を購入させ、又は役務を利用させること。

#### <具体例>

- ・ 売れ残った中元商品、歳暮商品を購入させること。

### 納入業者の従業員等の不当使用等（第7項）

- ⊕ 自己等の業務に従事させるため、納入業者の従業員等を派遣させ、又は自己等が雇用する従業員等の人件費を負担させること。

#### <具体例>

- ・ 棚卸業務に従事させるため、派遣に必要な費用を負担することなく、納入業者に従業員を派遣させること。
- ・ 店舗の新規オープンのために自らが雇用した従業員に係る人件費を納入業者に負担させること。

次の場合を除く。

- ◆ あらかじめ納入業者の同意を得て、納入業者の納入商品の販売業務（その従業員が大規模小売業者の店舗に常駐している場合は、当該商品の販売業務及び棚卸業務）に従事させる場合
- ◆ 派遣条件についてあらかじめ納入業者と合意し、かつ、派遣に通常必要な費用を負担する場合

### 不当な経済上の利益の收受等（第8項）

- ⊕ 納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること。
- ⊕ 納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えて金銭等を提供させること。

#### <具体例>

- ・ 自己の決算対策のために協賛金を提供させること。
- ・ 広告費用として、実際に要した費用を超えて協賛金を提供させること。

### 要求拒否の場合の不利益な取扱い（第9項）

- ⊕ 納入業者が から の要求に応じないことを理由に、代金の支払遅延、取引の停止等の不利益な取扱いをすること。

### 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い（第10項）

- ⊕ 納入業者が から の事実を公正取引委員会に知らせ、又は知らせようとしたことを理由に、代金の支払遅延、取引の停止等の不利益な取扱いをすること。

## 2 施行期日

平成17年11月1日から施行（大規模小売業告示の施行に伴い、百貨店業告示は廃止。）

## 大規模小売業告示と百貨店業告示との対比

### 1 規制対象事業者

百貨店業告示は、「百貨店業者」の行為を規制。

近年の大規模小売業者の業態の多様化、規模等の拡大や、これに伴い指摘されている納入取引上の問題を踏まえ、規制対象となる大規模小売業者の定義について、見直しを実施。

#### 百貨店業告示

一定の売場面積を有する同一の店舗で、一般消費者により日常使用される多種類の商品の小売業を営む事業者（百貨店、スーパー等）が対象。

小売店舗を有しない又は大規模な店舗を有しない大規模小売業者や単一の専門的分野の商品を取り扱う大規模小売業者（コンビニエンスストア、通信販売業者、専門量販店等）は対象外。

#### 大規模小売業告示

一般消費者により日常使用される商品の小売業を営む事業者であって、前事業年度の売上高が100億円以上又は一定の店舗面積の店舗を有するものが対象。

コンビニエンスストア本部等のフランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。

### 2 禁止行為の内容

百貨店業告示は、7つの行為類型を不公正な取引方法として指定。

大規模小売業告示では、これらの行為類型について流通の実態を踏まえた見直しを行うとともに、実態調査等で問題の指摘の多かった行為類型等を新たに追加し、10の行為類型を不公正な取引方法として指定。

#### 百貨店業告示

不当な返品  
不当な値引き  
不当な委託販売取引  
特売商品等の買ったたき  
特別注文品の受領拒否  
納入業者の従業員等の不当使用等  
要求拒否の場合の不利益な取扱い

#### 大規模小売業告示

不当な返品  
不当な値引き  
不当な委託販売取引  
特売商品等の買ったたき  
特別注文品の受領拒否  
押し付け販売等  
納入業者の従業員等の不当使用等  
不当な経済上の利益の收受等  
要求拒否の場合の不利益な取扱い  
公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い

押し付け販売等 は、今回新設の規定。

大規模小売業告示の施行に伴い、百貨店業告示は廃止。

## 大規模小売業者と納入業者との取引に関する実態調査報告書（ポイント） （平成17年2月2日公表）

### 1 調査の趣旨等

大規模小売業者（百貨店，スーパー等）の納入業者に対する優越的地位の濫用行為を規制する百貨店業告示の見直しを行い，大規模小売業告示の制定に向けた検討の一環として，大規模小売業者と納入業者との取引の実態について，書面調査を実施（納入業者：6,000社，回答率 約24%，大規模小売業者：350社，回答率 約66%）

（注） 前回の調査（平成14年）では，納入業者調査において大規模小売業者として区分していた業態は，百貨店，スーパー，専門量販店，コンビニエンスストアであったが，今回の調査ではこれらの業態のほかに，ホームセンター，ディスカウントストア，ドラッグストア，通販業者を加えて実施。

### 2 調査結果の概要

〔納入業者に対する調査において，指摘の多かった納入取引上問題となる行為〕  
百貨店業告示に規定されている行為

#### 返品

（「返品を受けたことがある」〔約80%〕のうち「不当な返品がある」〔約63%〕）

- ・店舗，売場改装等に伴い不要となった商品の返品
- ・展示等により汚損・き損した商品の返品 等

#### 従業員等の派遣要請

（「要請を受けたことがある」〔約55%〕のうち「不当な要請がある」〔約68%〕）

- ・棚卸，棚替え，社内事務等のための派遣要請
- ・納入商品の販売促進等により得られる利益の範囲を超えた派遣要請 等

#### 商品納入後の値引き要請

（「不当な商品納入後の値引き要請」〔約23%〕）

- ・セールで値引き販売したことを理由とする値引き要請
- ・決算対策を理由とする値引き要請 等

百貨店業告示に規定されていない行為

#### 協賛金等の負担要請

（「要請を受けたことがある」〔約63%〕のうち「不当な要請がある」〔約69%〕）

- ・催事（創業祭等），売場改装，広告等のための費用負担要請
- ・納入商品の販売促進等により得られる利益の範囲を超えた協賛金等の要請 等

#### 物流センターの設置等に伴う費用の負担要請

（「負担している事例がある」〔約74%〕のうち「一方的に要請された」〔約46%〕）

#### 商品やサービスの購入要請

（「不当な商品やサービスの購入要請」〔約33%〕）

今回の調査で新しく加えたホームセンター，ディスカウントストア，ドラッグストア，通販業者についても，納入取引上の問題がみられた。

大規模小売業者による優越的地位の濫用事件一覧(勧告事件，平成16年1月以降)

勧告年月日 (審決年月日)	関係人	内 容	行為類型	関係法条
H16.3.25 (H16.4.14)	(株)ポスフル (スーパー)	衣料服飾品納入業者に対し，当該納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず，あらかじめ合意した納入価格等により納入された衣料服飾品の代金から一定の金額を差し引いた額を当該衣料服飾品の代金として支払っていた。	納入価格の値引き	19条(百貨店業告示2項)
H16.3.26 (H16.4.15)	(株)山陽マルナカ (スーパー)	納入業者に対し，商品を購入した後にその納入価格を値引きさせ，商品を返品するとともに，自己の販売業務のためにその従業員等を派遣させて使用していた。	納入価格の値引き，返品，従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示1項，2項及び6項)
		納入業者に対し，納入取引に係る商品以外の紳士服等を購入させるとともに，自社の棚卸し作業のためにその従業員等を派遣させていた。	押し付け販売，従業員等の派遣要請	19条(一般指定告示14項)
H16.10.22 (H16.11.11)	(株)ミスターマックス (ディスカウントストア)	納入業者に対し，決算等に際し，あらかじめ合意した負担額を超える額の金銭等を提供させていた。	協賛金等の負担の要請	19条(一般指定告示14項)
		当該納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず，商品の全部又は一部を返品するとともに，自己の販売業務のためにその従業員等を派遣させていた。	返品，従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示1項及び6項)
H16.11.11 (H16.12.6)	コーナン商事(株) (ホームセンター)	納入業者に対し，納入取引関係を利用して，決算に向けた粗利益等を確保するため，事前に算出根拠，使途等について明確にすることなく金銭を提供させていた。	協賛金等の負担の要請	19条(一般指定告示14項)
		納入業者に対し，自己の販売業務のための商品の陳列，補充等の作業を行わせるために，その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項)

勧告年月日 ( 審決年月日 )	関係人	内 容	行為類型	関係法条
H16.12.9 (H17.1.7)	ユニー(株) (スーパー)	青果物の仲卸業者に対し、自社のセール用に供する青果物について、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、その青果物と等級、産地等からみて同種の商品の一般の販売価格に比べて著しく低い価格をもって納入させていた。	低価格納入要請	19条(百貨店業告示4項)
		納入業者に対し、自己の販売業務のための商品陳列、補充、顧客が購入した商品の袋詰め等の作業を行わせるために、その従業員等を派遣させるとともに、自社の棚卸しのための作業を行わせるために、その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項及び一般指定告示14項)
H17.3.9  ( H17.4.1 ) 審判開始決定	(株)ドン・キホーテ (ディスカウントストア)	納入業者に対し、自己の販売業務のための商品の陳列等の作業を行わせるために、その従業員等を派遣させるとともに、自社の棚卸し等のための作業を行わせるために、その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項及び一般指定告示14項)
		納入業者に対し、負担額及びその算出根拠、用途等について、あらかじめ明確にすることなく、新規オープンした店舗に対する協賛金として、当該店舗における納入業者の初回納入金額に一定率を乗じて算出した額、納入業者の一定期間における納入金額の1パーセントに相当する額等の金銭をさかのぼって提供させていた。	協賛金等の負担の要請	19条(一般指定告示14項)
H17.4.15	(株)フジ (スーパー)	衣料品等の納入業者に対し、買取りを条件として納入された商品について、その在庫商品を値引販売した際に、納入業者が負うべき責任がないにもかかわらず、支払うべき代金の額から当該値引販売に伴う利益の減少に対処するために必要な額を値引きさせていた。	納入価格の値引き	19条(百貨店業告示2項)
		納入業者に対し、自社の店舗の新規オープン及び改装オープンに際し、自己の販売業務のための商品の陳列、補充等の作業を行わせるために、その従業員等を派遣させていた。	従業員等の派遣要請	19条(百貨店業告示6項)

## 参 照 条 文

### 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（抄）

（昭和二十二年四月十四日法律第五十四号）

〔定義〕

#### 第二条

この法律において「不公正な取引方法」とは、次の各号のいずれかに該当する行為であつて、公正な競争を阻害するおそれがあるもののうち、公正取引委員会が指定するものをいう。

五 自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること。

〔不公正な取引方法の禁止〕

第十九条 事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。

〔不公正な取引方法の指定手続〕

第七十一条 公正取引委員会は、特定の事業分野における特定の取引方法を第二条第九項の規定により指定しようとするときは、当該特定の取引方法を用いる事業者と同種の事業を営む事業者の意見を聴き、かつ、公聴会を開いて一般の意見を求め、これらの意見を十分に考慮した上で、これをしなければならない。

〔不公正な取引方法の指定の方法〕

第七十二条 第二条第九項の規定による指定は、告示によつてこれを行う。