

酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について

平成 12 年 11 月 24 日

公正取引委員会

公正取引委員会は、酒類販売業の免許基準の緩和が進展している中で、規制緩和後の市場の公正な競争を確保するために、「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について(酒類ガイドライン)」をとりまとめ、本日付けで業界団体及び国税庁に通知した。

公正取引委員会は、今後、関係業界に対し、このガイドラインを周知するとともに、メーカー 卸売業者に対してリベート等の供与基準の明確化の取組を要請し、違反行為の未然防止を図る一方、審査体制を整備し、不当廉売、差別対価等の事案に対して厳正・迅速な対応を行うこととしている。

なお、酒類の不当廉売、差別対価等の独占禁止法違反被疑事件については、別紙のとおり本局、各地方事務所 支所等に申告受付窓口を設置しているところである。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局

経済取引局取引部取引企画課

電話 03-3581-3371(直通)

インターネット・ホームページ <http://www.jftc.admix.go.jp>

第1 不当廉売関係

1. 酒類の取引実態を踏まえた不当廉売の考え方の明確化

(1) 独占禁止法が禁止する「不当廉売」について

「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給すること、その他不当に低い対価で供給すること」により、「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」がある場合、不当廉売に該当。

(2) 「供給に要する費用を著しく下回る対価」の考え方

- 「供給に要する費用を著しく下回る対価」は、値引き等（実質的に値引きと認められるリベートを含む。）を考慮に入れた実質的仕入価格を下回るかどうか一つの基準。
- 実質的仕入価格の判断において、次のものは、仕入価格の引下げ（値引き等）として考慮しない。
 - ・ 仕入れの際に添付される他の商品（食料品、廉売対象商品以外の酒類等）
 - ・ 年度末等に事後的に額が判明するリベート
 - ・ メーカー又は卸売業者によって広告費や販売活動の補助として供与されるチラシ協賛金、出店協賛金、販売員等

(3) 「継続して」の考え方

- 週末ごとに行う廉売や、対象となる銘柄が期間により異なる廉売であっても、「継続して」販売しているとみることができる。

(4) 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の考え方

- ① 次の事項を総合的に考慮して判断。
 - 廉売行為者の事業の規模及び態様（事業規模の大きさ、多店舗展開の状況、総合量販店であるか等）
 - 廉売対象商品の数量・廉売期間（廉売対象となっている酒類の品目数、販売数量、箱売り等の販売単位等）
 - 広告宣伝の状況（新聞折込広告で広範囲に広告しているか等）
 - 商品の特性（廉売対象となっている酒類の銘柄等）
 - 周辺の酒類販売業者の状況（事業規模の大きさ、事業に占める廉売対象商品の販売割合、廉売行為者と周辺の酒類販売業者との販売価格差の程度、他の廉売業者の有無、廉売対象商品の売上高の減少の程度等）

- ② ビールについては、酒類販売業者の売上高に占める割合が大きいことから、大規模な事業者が実質的仕入価格を下回る価格で継続して販売する場合や、実質的仕入価格を下回る価格での販売を繰り返し実施する場合には、通常は、周辺の酒類販売業者の事業活動に対する影響は大きい。

(5) 「その他不当に低い対価」の考え方

実質的仕入価格を上回る価格（総販売原価を下回ることが前提）で販売する場合や、実質的仕入価格を下回る価格で短期間販売する場合についても、周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には、不当廉売として規制。

2. 不当廉売に関する公正取引委員会の対応

(1) 申告事案に対する迅速処理

申告のあった事案に関しては、処理結果を通知するまでの目標処理期間を原則2か月以内として、迅速に処理。廉売期間が短期間の場合等についても調査を実施。

(2) 大規模な事業者が行う不当廉売事案、繰り返し行われている不当廉売事案に対し厳正対応

大規模な事業者による不当廉売事案又は繰り返し行われている不当廉売事案で、周辺の酒類販売業者に対する影響が大きいと考えられるものについては、周辺の酒類販売業者の事業活動への影響等について個別に調査を行い、問題のみられる事案については厳正に対処。

(3) 価格動向のフォローアップ

警告、注意等を行った事業者に対しては、再発防止、違反行為の未然防止等の観点から、その後の価格動向について情報収集。

第2 差別対価等関係

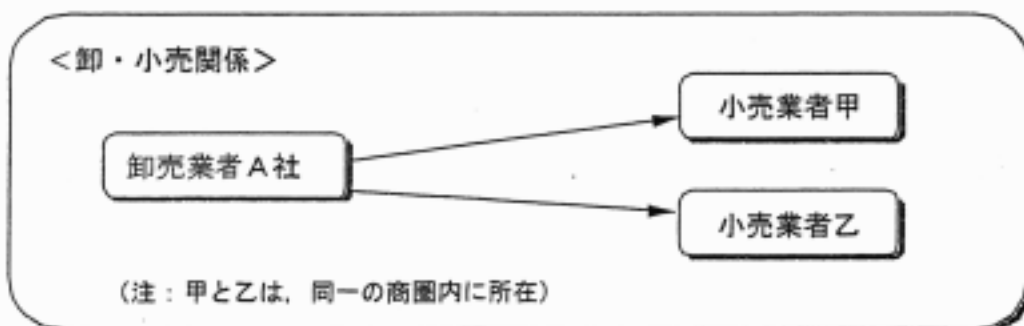
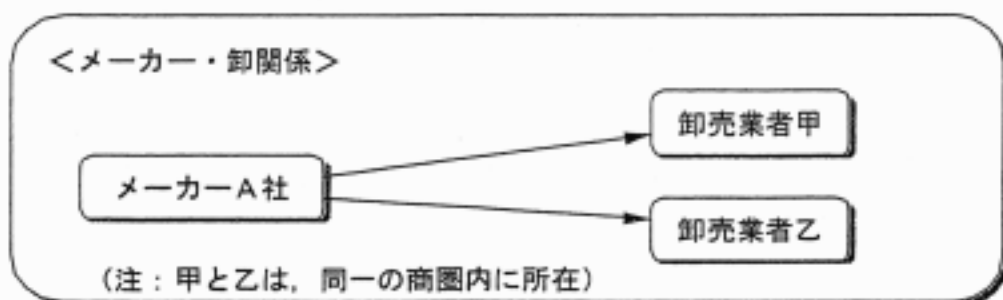
1. 独占禁止法が禁止する差別対価等について

有力な事業者（メーカー、卸売業者）が同一の商品について、取引価格等について合理的な理由なく差別的な取扱いをし、差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合は、独占禁止法上問題。

2. 酒類の取引実態を踏まえた差別対価等に関する公正取引委員会の対応

(1)調査開始基準の明確化

次のような事実関係があると思料する場合には、必要な調査を開始し、前記1の考え方に照らし判断。



- ① A・甲間とA・乙間の同一商品の取引内容が同等であるにもかかわらず、Aの甲と乙への販売価格（リベート等を考慮）が著しく相違する場合
- ② A・甲間とA・乙間の同一商品の取引内容が同等ではないが、その相違を超えて、Aの甲と乙への販売価格（リベート等を考慮）が著しく相違する場合

- ③ ①及び②に類似する場合であって、同一商品の取引条件が著しく相違する場合

(注) 卸売業者から小売業者へのリベートの供与等について差別対価等に該当するか否かを判断するに際しては、メーカーから小売業者に対して供与されているリベート等の状況を考慮に入れる必要がある。また、メーカーから小売業者に対して供与されているリベート等が上記①～③と同様に著しく相違する疑いがあるときは、メーカーによる取引条件等の差別取扱いに該当するおそれもある。

(2) リベート等の供与基準の明確化のためのメーカー 卸売業者に対する要請

独占禁止法に違反する差別対価等の未然防止の観点から、メーカー及び卸売業者に対して、リベート等の供与基準の明確化のための取組を要請。

第3 廉売問題に関連するその他の規制

その他、廉売問題に関連して生じる小売業者による優越的地位の濫用行為及び不当な表示に対する規制の明確化

[申告受付窓口一覧]

申告受付窓口	所在地	管轄地域
公正取引委員会事務局 審査局第一審査上席 (公正競争監視室)	〒100-8987 東京都千代田区霞が関1-1-1 中央合同庁舎第6号館B棟 TEL:03-3581-2508 FAX:03-3581-1947	茨城県, 栃木県 群馬県, 埼玉県 千葉県, 東京都 神奈川県, 新潟県 山梨県, 長野県
北海道事務所 第一審査課	〒060-0042 札幌市中央区大通西12丁目 札幌第3合同庁舎 TEL:011-231-6300 FAX:011-261-1719	北海道
東北事務所 第一審査課	〒980-0014 仙台市青葉区本町3-2-23 仙台第2合同庁舎 TEL:022-225-7095 FAX:022-261-3548	青森県, 岩手県 宮城県, 秋田県 山形県, 福島県
中部事務所 第一審査課	〒460-0001 名古屋市中区三の丸2-5-1 名古屋合同庁舎第2号館 TEL:052-961-9421 FAX:052-971-5003	富山県, 石川県 岐阜県, 静岡県 愛知県, 三重県
近畿中国四国事務所 第一審査課	〒540-0008 大阪市中央区大手前4-1-76 大阪合同庁舎第4号館 TEL:06-6941-2193 FAX:06-6941-2189	福井県, 滋賀県 京都府, 大阪府 兵庫県, 奈良県 和歌山県
近畿中国四国事務所 中国支所審査課	〒730-0012 広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎第4号館 TEL:082-228-1501-3 FAX:082-223-3123	鳥取県, 島根県 岡山県, 広島県 山口県
近畿中国四国事務所 四国支所審査課	〒760-0068 高松市松島町1-17-33 高松第2地方合同庁舎 TEL:087-834-1441-2 FAX:087-862-1994	徳島県, 香川県 愛媛県, 高知県
九州事務所 第一審査課	〒812-0013 福岡市博多区博多駅東2-10-7 福岡第2合同庁舎別館 TEL:092-431-6033 FAX:092-474-5465	福岡県, 佐賀県 長崎県, 熊本県 大分県, 宮崎県 鹿児島県
沖縄開発庁沖縄総合事務局 総務部公正取引室	〒900-8530 那覇市前島2-21-13 ふそうビル10階 TEL:098-863-2243 FAX:098-862-4580	沖縄県

酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について

第1 不当廉売への対応について

1 不当廉売の規制の内容

(1) 独占禁止法が禁止する不当廉売

不当廉売については、独占禁止法第2条第9項に基づく不公正な取引方法（昭和57年6月18日公正取引委員会告示第15号。以下「一般指定」という。）第6項において、「正当な理由がないのに商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給し、その他不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。」と規定されている。

また、公正取引委員会では、この一般指定第6項を踏まえて、小売業を対象に、不当廉売の規制の考え方を明らかにした、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（昭和59年11月20日公正取引委員会事務局。以下「不当廉売ガイドライン」という。）を発出している。

(2) 酒類の取引実態を踏まえた考え方

問題となる廉売の態様としては、「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給」する場合と、「その他不当に低い対価で供給」する場合の2つがあり、このような廉売によって、「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」がある場合に、不当廉売に該当する。

この不当廉売の規制基準に関し、酒類の取引実態に即した考え方は、次のとおりである。

ア 「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給」する場合

(ア)「供給に要する費用を著しく下回る対価」の考え方

不当廉売ガイドラインでは、「供給に要する費用を著しく下回る対価」については、実務上は、当該事業者の仕入価格を下回るかどうかを一つの基準とする旨明らかにしている。

仕入価格については、名目上の仕入価格ではなく、廉売対象商品に関する値引き等（実質的な値引きと認められるリベートを含む。）を考慮に入れた実質的仕入価格で判断することとしている。

酒類の仕入価格は、小売業者により様々であり、メーカー又は卸売業者から多種多様なリベートが供与されたり、金銭でなく商品が添付されるという慣行がみられるが、こうしたリベート等のうち、例えば次のようなものについては、廉売対象商品についての実質的仕入価格の判断において仕入価格の引下げ（値引き等）として考慮し

ないこととする。

- 廉売対象商品の仕入れの際に添付される他の商品（食料品、廉売対象商品以外の酒類等）
- 年度末等に事後的に額が判明するリバー
- メーカー又は卸売業者によって広告費や販売活動の補助として供与されるチラシ協賛金、出店協賛金、販売員等

(イ)「継続して」の考え方

「継続して」とは、相当期間にわたって繰り返し廉売を行うことをいい、毎日継続して行われることを必ずしも必要としない。例えば、ビールについては、ある程度買置きが可能であり、週末に24缶入りの箱で購入するケースも多くなっている。このような週末に消費者の購入が多い酒類については、週末ごとに行う廉売であっても、継続して販売しているとみることができる。また、ビールの廉売において日替わり・週替わりでその銘柄を変える場合があるが、このように廉売対象となる酒類について、その銘柄が異なる場合であっても一連の行為としてとらえることができる。

イ 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の考え方

(ア) 廉売による他の事業者の事業活動への影響については、次の事項等を総合的に考慮して判断することとなる。

- 廉売行為者の事業の規模及び態様（事業規模の大きさ、多店舗展開の状況、総合量販店であるか等）
- 廉売対象商品の数量・廉売期間（廉売対象となっている酒類の品目数、販売数量、箱売り等の販売単位、廉売期間の長さ等）
- 広告宣伝の状況（新聞折込広告で広範囲に広告しているか等）
- 商品の特性（廉売対象となっている酒類の銘柄等）
- 周辺の酒類販売業者の状況（事業規模の大きさ、事業に占める廉売対象商品の販売割合、廉売行為者と周辺の酒類販売業者との販売価格差の程度、他の廉売業者の有無、廉売対象商品の売上高の減少の程度等）

(イ) 例えば、ビールについては、酒類販売において売上高の大きな割合を占めること、実質的仕入価格に格差が生じていることから、周辺の酒類販売業者よりも安く仕入れている小売業者がその実質的仕入価格を下回る価格で継続して販売する場合には、一般的には、周辺の酒類販売業者の事業活動に影響し、特に、大規模な事業者が実施する場合や繰り返し実施する場合には、通常は、周辺の酒類販売業者の事業活動に対する影響が大きいと考えられる。

ウ 「その他不当に低い対価で供給」する場合

「その他不当に低い対価で供給」する場合に該当し得る行為態様としては、小売業者が①実質的仕入価格を上回る価格（総販売原価を下回ることが前提）で販売する場合や、②実質的仕入価格を下回る価格で短期間販売する場合がある。かかる行為により、周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には、不当廉売として規制される。

(注) 総販売原価 = (仕入価格) + (販売経費) + (一般管理費)

2 公正取引委員会の対応

公正取引委員会は、上記1の考え方を踏まえて、酒類の不当廉売事案に関して、次のような対応を行うこととする。

- (1) 申告のあった事案に関しては、処理結果を通知するまでの目標処理期間を原則2か月以内として、迅速に処理を行うこととする。この場合に、廉売期間が短期間のもの等についても調査を行う。
- (2) 大規模な事業者による不当廉売事案又は繰り返行われている不当廉売事案で、周辺の酒類販売業者に対する影響が大きいと考えられるものについては、周辺の酒類販売業者の事業活動への影響等について個別調査を行い、問題のみられる事案については厳正に対処する。
- (3) 警告、注意等を行った事業者に対しては、再発防止、違反行為の未然防止等の観点から、その後の価格動向について情報収集を行う。

第2 差別対価等への対応について

1 差別対価等の規制の内容

(1) 独占禁止法が禁止する差別対価等

差別対価については、一般指定第3項において、「不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品若しくは役務を供給し、又はこれらの供給を受けること。」と規定されている。

また、取引条件等の差別取扱いについては、一般指定第4項において、「不当に、ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利又は不利な取扱いをすること。」と規定されている。

(2) 差別対価等の規制の基本的な考え方

経済活動において、取引数量の多寡、決済条件、配送条件等の相違を反映して取引価格に差が設けられることは、広く一般にみられることである。また、地域による需給関係の相違を反映して取引価格に差異が設けられることも通常である。

かかる観点からすれば、取引価格や取引条件に差異が設けられても、それが取引数量の相違等正当なコスト差に基づくものである場合や、商品の需給関係を反映したものである場合等においては、本質的に公正な競争を阻害するおそれがあるとはいえないものと考えられる。

しかし、例えば、有力な事業者が、競争者を排除するため、当該競争者と競合する販売地域又は顧客に限って廉売を行う場合等は、独占禁止法上問題となる。

また、有力な事業者が同一の商品について、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し、差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合にも、独占禁止法上問題となる。

他方、個々の行為がどのような場合に独占禁止法上の差別対価等に該当するかは、個別具体的な事案において、行為の意図・目的、取引価格・取引条件の格差の程度、行為者及び競争事業者の市場における地位、取引の相手方の状況、取引形態等を総合的に勘案し、市場における競争秩序に与える影響を勘案した上で判断されるものである。

2 公正取引委員会の対応

(1) 調査開始基準の明確化

不当廉売事案の調査結果等によれば、酒類の取引においては、小売業者間において、仕入価格に格差が生じている状況がみられる。また、メーカーや卸売業者が供与するリベートについては、その供与の基準が不明確なものが存在している状況もみられる。

このような実態を踏まえ、公正取引委員会としては、酒類の取引における差別対価等の問題については、申告の疎明資料等により、次のような事実があると思料する場合には、必要な調査を開始し、前記1の考え方に照らし判断することとする。

① メーカー・卸関係

ア メーカーA社と継続的な取引関係にある卸売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、A社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容（取引高、決済条件、受発注条件、配送条件、容器の種類等。以下同じ。）が同等とみられるにもかかわらず、A社の甲社及び乙社に対する実質的な販売価格（リベート等を考慮したもの。以下同じ。）に著しい相違がみられる疑いがある場合

イ メーカーA社と継続的な取引関係にある卸売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、A社と甲社及び乙社との

同一商品の取引内容が同等とはみられないものの、A社の甲社及び乙社に対する実質的な販売価格にその取引内容の相違を超えた著しい相違がみられる疑いがある場合

ウ その他メーカーA社の卸売業者甲社及び乙社に対する同一商品の取引条件について、上記ア又はイに類似する著しい相違がみられる疑いがある場合

② 卸（小売業者と直接の取引がある卸売業者を指す。）・小売関係（注）

ア 卸売業者A社と継続的な取引関係にある小売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、A社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容が同等とみられるにもかかわらず、A社の甲社又は乙社に対する実質的な販売価格に著しい相違がみられる疑いがある場合

イ 卸売業者A社と継続的な取引関係にある小売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、A社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容が同等とはみられないものの、A社の甲社又は乙社に対する実質的な販売価格にその取引内容の相違を超えた著しい相違がみられる疑いがある場合

ウ その他卸売業者A社の小売業者甲社及び乙社に対する同一商品の取引条件について、上記ア又はイに類似する著しい相違がみられる疑いがある場合

（注）卸売業者から小売業者へのリベートの供与等について差別対価等に該当するか否かを判断するに際しては、メーカーから小売業者に対して供与されているリベート等の状況を考慮に入れる必要がある。

また、メーカーから小売業者に対して供与されているリベート等が上記②アからウまでと同様に著しく相違する疑いがあるときは、メーカーによる取引条件等の差別取扱いに該当するおそれもある。ただし、その判断に際しては、卸売業者から小売業者に対するリベートの供与等の状況についても考慮に入れる必要がある。

（2）リベート等の供与基準の明確化への取組の要請

供与基準の不明確なリベートが裁量的に提供される場合、特にそうした不透明なリベートが取引の相手方のマージンにおいて大きな割合を占めている場合には、独占禁止法に違反する取引条件等の差別取扱いが生じたり、取引の相手方の事業活動を制限するおそれがある。

このため、メーカー又は卸売業者が供与するリベート等については、

独占禁止法に違反する行為の未然防止という観点からは、供与の基準を明確にし、これを取引の相手方に示すことが望ましい。

公正取引委員会は、メーカー及び卸売業者に対し、リベート等の供与基準の明確化、取引の相手方に対する提示等、適正化のための取組を推進するよう要請することとする。

第3 廉売問題に関連するその他の規制

1 小売業者による優越的地位の濫用行為

有力な小売業者が卸売業者に対し、購買力を濫用して行き過ぎた低価格での納入を強要することや、不当な不利益を与えることとなるような協賛金の負担を要請すること等は、一般指定第14項（優越的地位の濫用）に該当するおそれがある。

公正取引委員会は、有力な小売業者による卸売業者に対する優越的地位の濫用行為に対し、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（平成3年7月11日公正取引委員会事務局）で明らかにした考え方等を踏まえ、厳正に対処することとする。

2 小売業者による不当な表示

廉売広告において、実際に販売する意思がないのに販売するように表示することや、廉売対象商品の数量や売出し期間に限定があるのに、その限定の内容を明瞭にしないこと等は、不当な表示として景品表示法に違反するおそれがある。

また、実際の通常販売価格よりも高い価格や、最近相当期間にわたって販売されていたとはいえない商品の価格を「当店通常販売価格」と称して比較対照価格に用いること、市価よりも高い価格を市価と称して比較対照価格に用いること等は、不当な二重価格表示として景品表示法に違反するおそれがある。

公正取引委員会は、事実と反して販売価格の安さを強調する、このような不当な表示に対し、「『おとり広告に関する表示』等の運用基準」（平成5年4月28日公正取引委員会事務局長通達）及び「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成12年6月30日公正取引委員会事務局）で明らかにした考え方等を踏まえ、厳正に対処することとする。

全国卸売酒販組合中央会
会 長 國分 勘兵衛 殿

公正取引委員会事務総局
経済取引局取引部長 楳崎 憲安

酒類の不当廉売に関する考え方の明確化について

公正取引委員会は、酒類の不当廉売等の問題に関して、独占禁止法違反行為の未然防止を図る観点から、平成12年11月24日に「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」（以下「酒類ガイドライン」という。）を明らかにしたところである。その後、各地で説明会を開催するなどして、酒類ガイドラインの周知を図るとともに、この酒類ガイドラインに基づいて、不当廉売事案に対し、警告・公表を含め、厳正・迅速な対応を採ってきているところである。

また、酒類ガイドラインに基づき、リベート等の適正化を図るため、ビールメーカー各社及び酒類卸売業者に対し、リベート等の供与基準の明確化の取組を推進するよう要請したところである。

このたび、酒類ガイドラインの第1の1(2)ウ（「その他不当に低い対価で供給」する場合）について、規制の考え方を下記のとおり明らかにしたのでこれを通知する。

記

- 1 「その他不当に低い対価で供給」する場合に該当し得る行為態様としては、小売業者が①実質的仕入価格を上回る価格（総販売原価を下回ることが前提）で販売する場合や、②実質的仕入価格を下回る価格で短期間販売する場合がある。かかる行為により、周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には、不当廉売として規制される。

（注） 総販売原価 = 仕入価格 + 販売経費 + 一般管理費

- 2 総販売原価は、廉売対象商品ごとに算定するが、各事業者の効率性、業態等によってコストは異なるものであり、また、事業者が創意工夫により良質・廉価な商品を供給することを除外しないようにするとの観点から、「その他不当に低い対価で供給」する場合の規制

に当たっては、効率的な事業者のコストを考慮することとなる。

3 実質的な仕入価格を上回る価格（総販売原価を下回ることが前提）での販売による周辺の酒類販売業者の事業活動に与える影響については、行為者の市場における地位、販売の態様、周辺の酒類販売業者の状況等を総合的に考慮して、個別事案ごとに判断することとなるが、例えば、次のような場合は、一般的には、周辺の酒類販売業者の事業活動に影響を与えと考えられる。

- 多店舗展開を行っている大規模事業者、一定の商圈において市場シェアの高い事業者等が、実質的仕入価格に、効率的な事業者が商品販売するために要する経費相当分を上乗せした水準を下回る価格で、継続して多くの数量の商品を販売する場合

（注 1） 上記の考え方は、複数の事業者が相互に対抗して販売を繰り返す、いわゆる対抗販売の場合にも該当する。

（注 2） 「継続して」とは、毎日継続して販売されることは必要なく、週末ごとの販売等も対象となり得る。

(参考)

1 不当廉売の規定(不公正な取引方法(昭和57年公正取引委員会告示第15号)第6項)

正当な理由がないのに商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給し、その他不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

2 昨年11月の酒類ガイドラインの考え方(「その他不当に低い対価で供給」する場合の関係部分)

「その他不当に低い対価で供給」する場合に該当し得る行為態様としては、小売業者が①実質的仕入価格を上回る価格(総販売原価を下回ることが前提)で販売する場合や、②実質的仕入価格を下回る価格で短期間販売する場合がある。かかる行為により、周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には、不当廉売として規制される。

3 今回の明確化(「その他不当に低い対価で供給」する場合の規制の考え方)

- 「その他不当に低い対価で供給」する場合の規制に当たっては、効率的な事業者のコストを考慮。
- 例えば、次のような場合は、一般的に周辺の酒類販売業者の事業活動に影響。
多店舗展開を行っている大規模事業者、一定の商圈において市場シェアの高い事業者等が、実質的仕入価格に、効率的な事業者が商品販売のために要する経費相当分を上乗せした水準を下回る価格で、継続して多くの数量の商品を販売する場合

(注1) 上記の考え方は、複数の事業者が相互に対抗して廉売を繰り返すいわゆる対抗廉売の場合も該当する。

(注2) 「継続して」とは、毎日継続して行われることは必要なく、週末ごとの廉売も対象となり得る。