

研究

不当な拘束条件付取引の解釈と事例

波光巖

目次

- 一 規定
- 二 公正競争阻害性
- 三 取引価格に関する制限
- 四 取引先に関する制限
- 五 販売地域に関する制限
- 六 販売方法に関する制限（広告活動に関するものを含む）

一 規定

事業活動の不当な拘束行為の類型は、独占禁止法二条九項四号「相手方の事業活動を不当に拘束する条件をもって取引すること」に基づき定められている。四号に基づく指定としては、一般指定一一項排他条件付取引、一二項再販売価格の拘束、一三項拘束条件付取引の三類型である。

拘束条件付取引について一三項は「前二項に該当する行為のほか、相手方とその取引の相手方との取引その他相手方の事業活動を不当に拘束する条件をつけて、当該相手と取引すること」と規定する。一一項の排他条件付取引及び一二項の再販売価格の拘束も広義の拘束条件付取引であるが、一三項は、「前二項に該当する行為のほか」と規定し、狭義の拘束条件付取引について規制する。

メーカーは、自社商品を取り扱う流通業者に対して各種のマーケティング活動を行う場合があり、このようなマーケティング活動については各種の経営上の利点や合理性が指摘されている。しかし、このようなメーカーによる流通業者に対するマーケティング活動によって、流通における公正な競争が阻害されるような場合は、独占禁止法上問題となる。

行為者は、自己の取引とは直接関係のない分野における相手方の取引の自由を拘束するものであるから、一般的に「不当性」がない根拠には乏しいといえる。しかし、この場合でも、競争秩序に悪影響を及ぼすおそれがないものは違法とはいえない。

独占禁止法上、拘束条件付取引として問題となりうる場合としては、次のような場合である。

ア、相手方の取引価格を制限する場合

イ、相手方の取引先を不当に制限する場合
ウ、相手方の取引地域を不当に制限する場合
エ、相手方のその他の事業活動を不当に制限する場合

二 公正競争阻害性

不公正な取引方法の成立の一般的要件としての「公正競争阻害性」の解釈の問題があるので、ここで触れておくことにしたい。

不公正な取引方法の禁止は、それ自体公正かつ自由な競争確保のために機能することはいうまでもないが、私的独占及び不当な取引制限の禁止の補完的地位にある。独占的又は寡占的地位は不公正な取引方法を手段として形成される場合があり、また、私的独占は不公正な取引方法を手段として行われることがあるからである。

「不公正な取引方法」は、具体的には二条九項の規定に基づき公正取引委員会が指定することとされており、その指定要件は、「同項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」である。すなわち、不公正な取引方法は「公正競争阻害性」があることが指定の実質的要件とされる。

この公正競争阻害性の存在は、行為者のみならず、行為者の相手方の競争の場をも含むものである。ここで問題となるのは公正競争阻害性であるが、まず「公正競争」の意味は、独占禁止法が目的とする有効競争（良質廉価な商品又は役務の提供等による競争）であり、これは、私的独占及び不当な取引制限の成立要件である「競争の実質的制限」における「競争」と同義である。しかし、これらの行為については「競争の実質的制限」が要件と

されるのに対し、不正な取引方法の場合は「公正な競争を阻害するおそれ」（公正競争阻害性）が要件とされる点で異なる。

取引方法について、一見社会的・経済的に合理的と考えられる行為であっても公正競争阻害性があると認められる限り、独占禁止法上問題となる。和光堂粉ミルク再販売価格の拘束事件において、原告は「再販行為は、不当廉売やおとり廉売に対する対策として必要であり正当な理由がある」と主張したのに対し、最高裁判所判決（昭五〇・七一〇審決集二二巻一七三頁）は、「正当な理由とは専ら公正競争秩序維持の見地からみた観念であり、当該行為が事業活動における自由な競争を阻害するおそれがないことをいうものであり、競争秩序の維持とは直接関係のない事業経営上又は取引上の観点からみて合理性ないし必要性があるにすぎない場合などは正当な理由があるとはできない」と述べた。

「公正競争阻害性」は、良質廉価な商品又は役務提供等の競争に悪影響を与える行為であるが、この行為のとりえ方として、次の三つの側面があると考えられている。

① 事業者相互間の自由な競争が妨げられていないこと及び事業者が競争に参加することが妨げられていないことを侵害するおそれがあること（競争の減殺）。

② 競争手段が価格・品質・サービスを中心としたものであることにより自由な競争が秩序づけられていることが必要であり、かかる観点からみて競争手段として不正であること（競争手段の不正）。

③ 取引主体の自由かつ自主的な判断により取引が行われるという自由な競争の基盤が侵害されること（競争基盤の侵害）。

一般指定一項から七項及び一一項から一三項の行為類型は、主として①の自由な競争の減殺に公正競争阻害性が求

められ、八項から一〇項、一五項及び一六項の行為類型は、主として②の競争手段の不正に公正競争阻害性が求められ、また、一四項の行為類型は、主として③の競争基盤の侵害に公正競争阻害性がもとめられている（田中寿・別冊 ZBLNo.9『不正な取引方法―新一般指定の解説―』商事法務研究会一〇一―一頁）。

一般指定は、複雑かつ流動する経済取引を対象とするものであるから、その指定自体はある程度抽象的とならざるを得ない面がある。また、公正競争阻害性の存在や程度についても、行為自体の性格、行為者の市場における地位、商品の特性等によって異なってくる。これらの点を考慮して、公正競争阻害性の要件を表す文言として「正当な理由がないのに」と「不当に」が用いられ、原則として公正競争阻害性が認められる行為類型、すなわち原則違法となる行為類型については「正当な理由がないのに」との文言が用いられ、また、公正競争阻害性の存在を個別に判断する行為類型については「不当に」との文言が用いられている。但し、この点については固定的に解釈すべきではない。すなわち、指定されている行為類型の中には多様な形態の行為が含まれており、当該行為類型について「不当に」の文言が用いられている場合であっても、行為形態によっては原則として公正競争阻害性があるものと認めるべき場合があるからである。

三 取引価格に関する制限

相手方の取引価格を制限する場合で、自己の供給する商品を購入する相手方に対しその販売する当該商品の販売価格を定めてそれを維持させる行為は、一二項に該当するので、一三項ではそれ以外の行為、例えば、①自己の供給する商品を購入する相手方に対し、当該商品を使用してサービスを供給し、又は当該商品を原材料として他の商品を製

造して供給する場合にその料金や価格を拘束するような場合、②自己が供給する商品を購入する相手方に対し、当該商品の購入価格や他の需要者に対する販売価格を拘束するような場合である。

ア、①に該当する事件として、次のようなものがある。

「小林コーサー事件」（昭和五八・七・六勧告審決、審決集三〇巻四七頁）

〔事実〕

一、小林コーサーは、化粧品（ロレアル化粧品）の製造販売を営む者であり、フランスのロレアル・ソシエテ・アノニムの有する商標を使用した化粧品（ロレアル化粧品）をわが国において一手に製造販売しており、ロレアル化粧品のうち美容室向けのコールドパーマ液の国内販売実績は業界第一位であり、二位以下を大きく引き離している。

同社は、コールドパーマ液を代理店を通じて美容室に販売し、美容室はこのコールドパーマ液を使用してパーマネントの施術をしている。

二、同社は、昭和五六年「ミニバグドウサー」と称するコールドパーマ液を発売するに当たり、その安定した需要量を確保するためには、同液を使用して施術する美容室のパーマネント料金を維持する必要があるとして、

①同年七月以降代理店との会合において、代理店に対し「ミニバグドウサー」使用に係わる総合コールドパーマの最低料金は六〇〇円とし、美容室にこれを下回る料金で施術しないようにさせる旨を指示し、

②右の指示の実効を確保するため、同年八月以降代理店及び美容室との三者間で「ミニバグドウサー取扱い覚書」を、また、代理店との間で「ミニバグドウサー販売に関する覚書」をそれぞれ取り交わし、前者の覚書において、美容室に対し、右の最低料金を下回って施術してはならない旨及びこれに違反した場合は商品の販売停止等

の措置を採ることがある旨を定めるとともに、後の覚書において、代理店に対し、その取引先美容室に右覚書を遵守させる旨及びこれに違反した場合には、同社は警告、出荷停止等の措置を採る旨を定めた。

三、同社は、昭和五十六年一月以降、美容室又は代理店が右の指示又は覚書に違反した場合には、ミニバードウサーを販売した代理店をして、当該美容室に対し今後同社の定めた最低料金以上で施術する旨を約束させるとともに、料金を是正した旨を店頭広告又はチラシ広告によって利用者に周知させる等の措置を講じさせ、また、当該代理店に対し警告、出荷停止等の措置を講じた。

〔法令の適用〕

小林コーセーは、同社の販売するコールドパーマ液の代理店とこれらのコールドパーマ液を購入する美容室との取引を不当に拘束する条件をつけて、当該代理店と取引しているものであり、これは、一般指定一三項に該当し、独占禁止法一九条に違反するものである。

〔審決〕

一、小林コーセーは、「ミニバードウサー」の販売に際し美容室の同商品使用に係わる総合コールドパーマの最低料金を六〇〇〇円と定め、美容室にこれを下回る料金で施術しないようにさせる旨の代理店に対し行っている指示を撤回しなければならない。

二、同社は、「ミニバードウサー」の販売に関し、代理店及び美容室との三社間で取り交わしている覚書のうち総合コールドパーマ料金の維持に関して定めている条項を削除しなければならない。

〔コメント〕

本件において、美容室は「ミニバードウサー」という商品の供給を受けて、当該商品を使用してコールドパーマ

のサービスを提供する際の料金が拘束されているものであり、商品の供給を受けて当該商品を提供する場合にその価格を拘束するものではないので、一二項は適用されない。

「ヤクルト本社事件」(昭和四〇年・九・一三勸告審決、審決集一三卷七二頁)

〔事実〕

一、ヤクルト本社は、発酵乳の原液の製造業を営む者であり、発酵乳の製法に関する特許権及び「生菌ヤクルト」の商標権を保有している。

ヤクルト本社は、発酵乳の原液を加工業者に販売し、加工業者はこれを稀釈しびん詰加工して「生菌ヤクルト」の商標を付し、小売業者に販売している。

二、ヤクルト本社は、加工業者との間に、前記特許の実施権及び前記商標の使用権の許諾に関する契約(加工契約)を締結しており、また、小売業者との間に、前記商標を付した発酵乳(ヤクルト)の小売に関する契約(小売契約)を締結している。

ヤクルト本社は、ヤクルトの流通機構を確立するため、加工契約において、

①加工業者は、ヤクルト本社と、小売価格、小売地域及び小売数量の遵守並びに競争商品の販売禁止を内容を含む小売契約を締結した者以外の者に、ヤクルトを販売してはならない。

②加工業者は、小売契約において定められた小売価格及び小売地域を小売業者に守らせなければならない。
という趣旨の規定を設け、これを実施している。

〔法令の適用〕

ヤクルト本社の行為は、特許法又は商標法による権利の行使とは認められない。同社の行為は、正当な理由がないのに、加工業者と小売業者との取引を拘束する条件をつけて当該加工業者と取引しているものであり、これは、旧一般指定八に該当し、独占禁止法一九条に違反するものである。

〔審決〕

ヤクルト本社は、加工業者との間に締結した契約のうち、「事実」二の①及び②の趣旨の規定を削除しなければならぬ。

〔コメント〕

ヤクルト本社が加工契約において定めた「事実」二の①は、加工業者の取引先を制限する内容のものであり、また、②は商品の原材料を供給し、当該商品を原材料として他の商品を製造して供給する場合における販売価格及び販売地域を拘束する等の行為である。

本件審決においては、この①及び②の行為の排除が命じられたものであるが、審決として十分であったのかの問題がある。ヤクルト本社は、小売業者との小売契約において、小売業者は、小売価格、小売地域及び小売数量の遵守並びに競争商品の販売禁止を定めている。商品の流通は、ヤクルト本社―加工業者―小売業者であり、ヤクルト本社は、契約上は加工業者との取引を通じて小売業者を拘束することができるものとなっている。

しかし、現実にヤクルト本社は小売契約において前記のような制限を定めているものであり、このような制限は直接的取引関係がなくても、ヤクルト本社の市場シェア、ブランド力等を勘案すれば十分に実効性があり、かつ、内容的にもいずれも独占禁止法上問題となるものである。そうすると、本件審決において、ヤクルト本社に対して、小売

契約のうち前記事項の内容の削除を命じなかったのは問題であるということができよう。

イ、自己が供給する商品を購入する相手方に対し、他の需要者に対する販売価格を拘束する事件として、次のようなものがある。

「ホクレン農業協同組合連合会事件」（昭和五二・四・二二勸告審決、審決集二四卷一六頁）

〔事実〕

一、ホクレンは、北海道内の農業協同組合等を会員として、農業協同組合法に基づいて設立された農業協同組合連合会であつて、農業機械の供給その他の経済事業を行っている。

ホクレンは、地区内において農業を営む者のほとんどすべてを組合員としている。

二、北海道内において供給される農業機械は、その相当部分をホクレンが取り扱い、その余の部分を農業機械の製造業者、輸入業者又はこれから仕入れて販売している農業機械販売業者が取り扱っている。

また、ホクレンは、自己の取り扱う農業機械について、おおむね年一回又は二回小売価格を定め、これらを会員及びその組合員（需要者）に発表している。

三、ホクレンは、自己の農業機械の取扱高の増大を図るため、原則として、農業機械販売業者に、農業機械を需要者に対し直接販売させないこと（直接販売の制限）及び直接販売する場合には自己の定めた価格で販売させ、同価格を下回った価格で販売した時は、自己が当該販売業者から買い受ける同一種類の機械について相当額の値引きを行わせること（小売価格の維持）を農業機械の購買事業に関する方針とし、一社の農業機械販売業者と直接販売の制限又は小売価格の維持に関する条項を含む基本契約を締結し、これに基づきこれらの農業機械販売業者と農業機械の取

引を行っている。

〔法令の適用〕

ホクレンは、正当な理由がないのに、農業機械販売業者とこれから農業機械の供給を受ける需要者との取引を拘束する条件をつけて、当該農業機械販売業者と取引しているものであり、これは、旧一般指定八に該当し、独占禁止法一九条に違反するものである。

〔審決〕

一、ホクレンは、農業機械販売業者と締結している農業機械の取引に関する基本契約のうち、農業機械の直接販売の制限又は小売価格の維持に関する条項を削除しなければならない。

二、ホクレンは、今後前項記載の基本契約の各条項と同趣旨の条件をつけて農業機械販売業者と取引してはならない。

〔コメント〕

本件は、自己が供給する商品を購入する相手方に対しその取引先の制限と取引価格に関する制限を行った事件である。すなわち、北海道内において供給される農業機械の相当部分を取り扱っているホクレンが、自己が供給を受けている農業機械販売業者に対し、農業機械の需要者に対する直接販売を原則的に禁止するとともに、例外的に直接販売する場合には価格を維持することを要請した事件であり、その供給を受ける製品についての販売価格の維持効果が認められるものである。

「ホクレン農業協同組合連合会事件」(昭和五二・四・二二勸告審決、審決集二四卷一三頁)

〔事実〕

一、ホクレンは、北海道内の農業協同組合等を会員として、農業組合法に基づいて設立された農業協同組合連合会であつて、米麦用胡麻袋の供給その他の経済活動を行っている。ホクレンは、地区内において農業を営む者のほとんどすべてを組合員としている。

二、ホクレンは、同地区所在の胡麻袋業者から米麦用胡麻袋を買い受け、会員に供給を行ってきたところ、昭和四八年から会員への米麦用胡麻袋の供給をすべて自ら行うため、北海道において米麦用胡麻袋の販売を行っている主要な胡麻袋業者と売買基本契約を締結し、その二条において、胡麻袋業者は、米麦用胡麻袋の供給についてホクレンを優先的に取り扱い、ホクレンの承諾しない会員に販売してはならない旨を規定し、これに基づきこれらの胡麻袋業者と米麦用胡麻袋の取引を行っている。

〔法令の適用〕

ホクレンは、正当な理由がないのに、胡麻袋業者とこれから米麦用胡麻袋の供給を受ける会員との取引を拘束する条件をつけて、当該胡麻袋業者と取引しているものであり、これは、旧一般指定八に該当し、独占禁止法一九条に違反するものである。

〔審決〕

一、ホクレンホクレンは、胡麻袋業者と締結している売買基本契約書中の二条を削除しなければならない。

二、ホクレンは、今後、前記二条と同趣旨の条件をつけて、胡麻袋業者と取引してはならない。

〔コメント〕

本件は、形式的には取引先の制限であるが、価格維持を目的として行われた事件であると解して良いと思われる。すなわち、ホクレンが会員への米麦用胡麻袋の供給をすべて自ら行うこととし、胡麻袋業者がホクレンの会員と直接取引する場合にはホクレンの承諾を得させることとして、その販売先を制限した。本件においては、例外的に、ホクレンの承諾を得て胡麻袋業者がホクレンの会員と直接取引する場において、価格を維持することの条件は付されていないが、ホクレンの意図や行為の効果から米麦用胡麻袋の価格維持効果があったものと思われる。

四 取引先に関する制限

取引の相手方の「取引先を制限する場合」には、一店一張合制、相互取引の強制、横流し行為の禁止、特定事業者への販売禁止等がある。

これらの行為以外にも、①取引の相手方に対し、当該取引の対象商品（例えば、機械）に使用すべき物品を自己又は特定の第三者からのみ供給を受けるべき旨の条件を付するような場合、②自己が供給を受ける取引の相手方に対し、自己に供給する商品の仕入先を指定するような場合等がある。①は一種の抱き合わせ販売であり、当該物品が当該機械の保守のため等の技術的な理由により必ず必要とされるものである場合を除いて、不当となる。②の場合は、行為者が買手独占のような地位にあって、その行為により他の需要者が供給を受けられなくなるような場合でない限り問題になしえないであろう。

ア、一店一張合制

一店一張合制とは、メーカーが卸売業者に対して、その販売先である小売業者を特定させ、小売業者が特定の卸売業者としか取引できないようにさせる制度のことである。このような販売システムは、商品の安定供給や品質管理を目的に行われることがあるが、卸売業者とその取引先である小売業者が固定されるため、当該ブランドについて卸売業者間の販売競争及び小売業者間の仕入競争を制限し、ブランド内競争を制限するものである。この場合、ブランド間競争があまり活発でないような場合、すなわち行為者が有力事業者である場合には、市場全体の公正な競争秩序が侵害されるおそれがあり、公正競争阻害性のある行為となる。ここでいう有力事業者とは公取委「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(平成三・七・一一公取委事務局、「以下「流通ガイドライン」という)が示す、シェア一〇%以上又はその順位が上位三位以内であることが一応の目安とされる。但し、この目安を超えたのみでその事業者の行為が違反とされるものではなく、当該行為によって「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に違法となる。逆にこの目安に達しない事業者の場合でも右効果が認定される場合は違法とされる。

後述する「乙山丸事件」東京地方裁判所判決(平成一六・四・一五判例時報一八七二号六九頁)は販売地域の制限に関する事件であるが、販売地域の制限が違法となるための要件として、①違法行為の主体たるメーカーが市場における有力な事業者であること、②その者の行う規制が事業活動の不当な制限であること、③その制限を通して価格維持効果が生ずることが示されているが、この要件はすべての拘束条件付取引に共通するものであると解される。

「白元事件」(昭和五一・一〇・八勧告審決、審決集二三巻六〇頁)

〔事実〕

一、昭和五〇年における白元製品の販売額のが国における同種製品の総販売額に占める順位は、保冷袋、液体靴下止め及び防虫防臭剤についてはいずれも一位、脱臭剤については二位である。

白元は白元製品を、静岡県、長野県及び新潟県以東の地域の一次卸売業者に対しては自ら直接販売し、他の一次卸売業者に対しては西部販社及び中部販社を通して販売している。両販社それぞれの発行済株式の七〇％以上の株式は白元並びに同社の役員及び従業員が所有しており、かつ、両販社の代表取締役等の役員は白元の役員及び従業員が兼任している。両販社は、白元の定めた販売方針に従い、かつ、白元の販売する商品のみを販売している。

白元製品については、一次卸売業者はその大部分を直接小売業者に、一部を二次小売業者に販売し、二次卸売業者は小売業者に販売し、小売業者は一般消費者に販売している。

二、白元は、白元製品の値下がりを防止するため、前記四品目について、昭和四一年から昭和四八年にかけて二次卸売業者向け販売価格、小売業者向け販売価格及び最低小売価格をそれぞれ定め、自ら又は前記両販社を通じて、一次卸売業者に對し、

①当該一次卸売業者が白元の定めた二次卸売業者向け販売価格及び小売業者向け販売価格でそれぞれ販売すること
②取引先二次卸売業者に對し、当該二次卸売業者が白元の定めた小売業者向け販売価格で販売するようにさせること

③取引先二次卸売業者に對し、その取引先小売業者が白元の定めた最低小売価格で販売させるとともに、これに應じない小売業者には白元製品を販売させないこと

④取引先小売業者に對し、当該小売業者が白元の定めた最低小売価格で販売するようにさせるとともに、これに應じない小売業者には白元製品を販売しないこと

を指示した。

なお、白元は、右指示の実効性を確保するため、一次卸売業者に対し、小売業者が最低小売価格を下回って販売している場合にはその氏名等を白元に通知させる等の措置を講じた。

三、白元は、一次卸売業者及び二次卸売業者の主要な販売先が競合しないようにするため、昭和三〇年ごろから順次、自ら又は前記両販社を通じて、一次卸売業者に対して、

- ① 白元製品の年間仕入額が一定以上の二次卸売業者を、一次卸売業者ごとにそれぞれの取引先として登録させ、他の一次卸売業者の取引先として登録されている二次卸売業者とは取引させないこと
 - ② 白元製品の年間仕入額が一定以上の小売業者を一次卸売業者ごとにそれぞれの取引先として登録させ、他の一次卸売業者又は二次卸売業者の取引先として登録されている小売業者とは取引させないこと
 - ③ 取引先二次卸売業者に対し、白元製品の年間仕入額が一定以上の小売業者を、当該二次卸売業者ごとにそれぞれの取引先として登録させ、他の一次卸売業者又は他の二次卸売業者の取引先として登録されている小売業者とは取引させないようにすること
- とし、これを実施した。

〔法令の適用〕

白元は、白元製品の販売に当たり、正当な理由がないのに、一次卸売業者とこれから白元製品の供給を受ける者との取引を拘束する条件をつけて当該一次卸売業者と取引しているものであり、これは、旧一般指定の八に該当し、独占禁止法一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、白元は、白元製品を自ら又は販社を通じて販売するにあたり、一次卸売業者に対して行っている価格維持に関する指示及びその指示に従わない場合における白元製品の販売禁止に関する指示を撤回しなければならない。

二、同社は、白元製品を自ら又は販社を通じて販売するにあたり、一次卸売業者に対して行っている次の行為をやらなければならない。

- ①白元の年間仕入額が一定以上の二次卸売業者を、一次卸売業者ごとにそれぞれの取引先として登録させ、他の一次卸売業者の取引先として登録されている二次卸売業者とは取引させないこと
- ②白元製品の年間仕入額が一定以上の小売業者を、一次卸売業者ごとにそれぞれの取引先として登録させ、他の一次卸売業者又は二次卸売業者の取引先として登録されている小売業者とは取引させないこと
- ③取引先二次卸売業者に対し、白元製品の年間仕入額が一定以上の小売業者を当該二次卸売業者ごとにそれぞれの取引先として登録させ、他の一次卸売業者又は他の二次卸売業者の取引先として登録されている小売業者とは取引させないようにすること

〔コメント〕

本件は、白元の行っている再販売価格の拘束と一店一張合制が違法とされたものである。

白元と販社との関係については、資本関係・役員関係・販社の営業実態から両者が一体関係にあるとの前提に立っている。

白元製品の前記四品目は、市場シェアがいずれも一位又は二位であり当該製品における有力事業者である。本件は、再販売価格の拘束と併せて行われているものであり、一店一張合制の価格維持効果については特に記載されてい

ないが、その効果は十分に認められるものである。

「雪印乳業事件」(昭和五二・一一・二八審判審決、審決集二四卷六五頁)

〔事実〕

一、(1) 被審人は、育児用粉ミルクの製造業を営む者であり、その国内において販売する育児用粉ミルクのほとんどすべては、同社から卸売業者及び小売業者を経て需要者に販売されている。

(2) 被審人、明治乳業及び森永乳業の三社(上位三社)は、昭和四八年において国内における育児用粉ミルクの総需要量のうち約九四%を供給しており、被審人は約三〇%を供給し同業者中二位にある。

(3) 育児用粉ミルクについては、その商品特性から、需要者は特定の銘柄を指定して購入し、その銘柄を継続して使用するのが通常であるから、このような需要に応ずる小売業者及びその注文に応ずる卸売業者は、被審人の育児用粉ミルクを常備する必要がある。

(4) 被審人は、育児用粉ミルクの希望卸売価格、希望小売価格等の価格建てを設定しており、この価格建てによる卸売業者及び小売業者の売買差益のそれぞれの販売価格に占める比率(売買差益率)を一般の商品のそれに比較して低い水準に据え置いている。

二、被審人は、被審人が卸売業者に対し取引上優位にある状況の下に、育児用粉ミルクを販売するに当たり、その卸売価格及び小売価格を自己の価格建てによる水準に維持するため、

(1) 卸売業者間においてその販売先が競合しないように、卸売業者に対してその販売先である小売業者を特定し、小売業者に特定の一卸売業者以外のものとは取引できなくさせている制度(二店一張合制)を、昭和三九年八月から

名古屋地区で実施し、その後、福岡地区、札幌地区、大阪地区、東京地区で実施した。

本件一店一張合制が実質的にその再販売価格の維持に役立つ機能を有することは証拠上十分認められる。

(2) 育児用粉ミルクの販売代金を回収する際に、卸売業者に小売業者の売買差益の一部(一二〇〇g 缶についてみると、一缶の売買差益一二〇円のうち二八円)を徴収させた上、卸売業者から右の小売業者の売買差益の一部及び卸売業者の売買差益の一部(一二〇〇g 缶についてみると、一缶の売買差益七二円のうち二八円)を徴収し、これを数か月保管(小売業者については最大四か月、卸売業者については最大五か月)した後、当該卸売業者及び小売業者に対しそれぞれ払い戻す制度(払込制)を昭和三十七年から実施した。

払込制は、被審人が本来卸売業者及び小売業者が自由に処分すべき売買差益について、その一部を徴収し保管して、一時的にせよその資金の運用の途をとどすものであつて、これによつて卸売業者及び小売業者が不利益をこうむることは極めて見やすいところであるが、同時に売買差益の一部を徴収してから払い戻すまでの間、払込制がない場合に比し、卸売業者及び小売業者に対し余分な資金を投入させることにより、それぞれの販売価格を高めに設定させる傾向を助長すると認められるとともに、被審人の販売方針に協力的であるかどうかにより、払戻しについて被審人による差別があるのではないかとの心理的不安を抱かせることにより、卸売業者及び小売業者の値引販売を抑制する機能を有していると認められる。

但し、被審人は、昭和五〇年九月、払込制を廃止した。

〔法令の適用〕

被審人が育児用粉ミルクの販売に当たり、本件一店一張合制を実施していることは、本来、卸売業者において自由に決定されるべき販売先の選択を制限して取引しているものであつて、これは、旧一般指定八に該当し、また、払込

制は、被審人において保管すべき性格を有しない育児用粉ミルクの売買差益の一部を一定期間保管しているものであり、自己の取引上の地位が優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして、卸売業者及び小売業者に不当に不利益な条件で取引しているものであって、これは、旧一般指定一〇に該当し、いずれも独占禁止法一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、被審人は、育児用粉ミルクを販売するに当たり実施している一店一張合制を廃止しなければならない。

二、被審人が実施していた払込制については、既になくなっていると認められるので、格別の措置を命じない。

〔コメント〕

被審人は、育児用粉ミルクの販売において、シェア約三〇％・二位の有力事業者であるところ、一店一張合制及び払込制を実施していたものであり、それらはいずれも、実質的に再販売価格の維持に役立つ機能を有することは証拠上十分認められるものであった。

イ、不当な相互取引

事業者間で継続的な取引が行われている場合には、既存の取引方法を極力継続させ、取引事業者との信頼関係を維持するため、それぞれの相手方の必要とする商品販売している取引の両当事者間で相互取引（取引の相手方からの商品購入と、相手方への自己の商品の販売が関連付けられている取引をいう）が行われることがある。このような取引は、直接の当事者間だけではなく、一方の当事者と密接な関係にある事業者との間で行われることもある。

事業者がそれぞれ価格、品質、サービス等が最も優れた商品を提供する取引先を自由に選択した結果、取引が相手

方と相互に行われることとなったとしても、独占禁止法上問題となることはない。

しかし、事業者が購買力を利用して取引先事業者に相互取引を条件付け、又は強制することは、当該取引先事業者の取引先選択の自由を侵害したり、当該事業者の競争者や相互取引に応じられない事業者の取引の機会を減少させるおそれがあるものであり、当該行為は不当な相互取引として一般指定一三項に該当し、独占禁止法上問題となる。

ウ、仲間取引の禁止

仲間取引（横流し）の禁止が、安売りを行っている流通業者に対して自己の商品が販売されないようにするために行われる場合など、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合には、一般指定一三項に該当し、独占禁止法違反となる。

「エーザイ事件」（平成三・八・五勧告審決、審決集三八卷七〇頁）

〔事実〕

一、（一）エーザイは、医療用医薬品、一般用医薬品等の製造販売業を営む者である。

エーザイは、ビタミンE主薬製剤として、いわゆる天然型ビタミンE剤であるユベラックス及び天然ビタミン剤であるユベラックス三〇〇（ユベラックス製品）を製造販売しており、一般用医薬品におけるビタミンE主薬製剤の国内向け販売高において業界一位を占めており、二位以下を大きく引き離している。

（二）エーザイは、ユベラックス製品について、原則として、自ら取扱小売業者の選定並びにこれら小売業者に対する取引条件の決定及び販売促進活動を行い、かつ、同製品を小売業者に直送する等、実質的に小売業者を相手方と

して取引を行っている。

二、(一) エーザイは、かねてから、ユベラックス製品について、同社の定めたメーカー希望小売価格の維持に努め、また、流通ロット番号を付す方法等により他の販売業者への販売（転売）の防止に努めてきたところ、一部地域で価格軟調化と転売が顕在化してきたことから、昭和六二年四月頃からユベラックス製品の小売価格の維持及び転売の防止をより徹底させるための販売方針について検討した結果、昭和六三年五月の社内会議において、

① 取扱小売業者にユベラックス製品の希望小売価格の維持を徹底させること

② 全国一斉にユベラックス製品の試売を行い、取扱小売業者が希望小売価格を下回る価格で販売している場合には、同社の小売業者担当者（プロパー）をして小売価格の是正指導を行わせること

③ ユベラックス製品の転売の実績のある小売業者を登録する等の転売防止を図るための方策については、引き続き検討していくことを決定した。

(二) エーザイは、新たに発売することとした製品を含めユベラックス製品について、

① 取扱小売業者に希望小売価格を維持するよう要請し、並びにそのために包装箱に取扱小売業者名及びその電話番号を印刷し、

② 転売しないよう要請し、及びそのために包装箱に流通ロット番号を付すること等を取扱小売業者に約定させる等により、

これらを実施した。

(三) エーザイは、ユベラックス製品の転売防止を図るための方策として、同製品の転売の実績のある取扱小売業

者を登録し、当該小売業者に対し、納入数量の管理を行うことを決定した。

(4) エーザイは、ユベラックス製品について、

①取引開始に当たり、又は必要の都度、同社のプロパー等を巡回・訪問させるなどして、取扱小売業者に対し、同製品を希望小売価格で販売すること及び転売を行わないことを指示し、

②①の指示の実効を確保するため、随時試買等を行うとともに、同製品の小売価格及び転売の状況並びに転売の実績のある取扱小売業者への納入状況を把握し、また、同製品の包装箱に付した流通ロット番号又は同番号と同一の肉眼では見えない隠しロット番号を利用して、取扱小売業者以外の販売業者が販売した同製品について、これを供給した取扱小売業者を追及し、

③②の試買等の結果、①の指示に反して取扱小売業者が希望小売価格を下回る価格で販売し、又は転売を行っている場合には、当該小売業者に対し、希望小売価格で販売するよう又は転売を行わない要請し、この要請に従わずにこれらの行為が繰り返された場合には、出荷停止の措置を採る旨の警告等を行った。

〔法令の適用〕

エーザイは、ユベラックス製品について、正当な理由がないのに、取扱小売業者に対し、希望小売価格を維持させる条件をつけて供給しているものであり、これは、一般指定一二項一号に該当し、また、同社は、取扱小売業者にユベラックス製品を供給するに当たり、同製品を転売しないようその事業活動を不当に拘束する条件をつけて当該小売業者と取引しているものであり、これは、同一三項に該当し、いずれも独占禁止法一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、エーザイは、ユベラックス製品の販売に関し、同製品の取引開始に当たり、又は必要の都度取扱小売業者に対して行っている①希望小売価格で販売すること、②他の販売業者に対し転売しないことの指示を撤回しなければならない。

二、同社は、取扱小売業者と取引開始の際に締結している約定のうち、取扱小売業者は希望小売価格で販売すること並びに包装箱に同社が取扱小売業者名及び電話番号を付することを内容とする事項を削除しなければならない。

三、同社は、今後、ユベラックス製品について、試買することにより、希望小売価格の維持又は転売の状況の確認を行ってはならない。

四、同社は、今後、ユベラックス製品に流通ロット番号又は隠しロット番号を付することにより、同製品が転売された場合における販売経路の追求を行ってはならない。

五、同社は、今後、ユベラックス製品の包装箱に取扱小売業者名及び電話番号を付してはならない。

〔コメント〕

本件は、エーザイが、ユベラックス製品について、再販売価格の拘束と転売防止策を併せて実施したものである。本件における転売防止策に価格維持効果があったかについて審決では明確には認定されていないが、同政策は再販売価格の拘束と一体として行われ、再販売価格の拘束を補完するものとして行われたものであり、これが違法とされることに問題はない。

「ソニー・コンピュータエンタテインメント事件」(平成一三年八月一審判審決、審決集四八巻三頁)

〔事実〕

一、(1) 被審人は、プレイステーションと称する家庭用テレビゲーム機(PSハード)、PSハード用ソフトウェア(PSソフト)及びPSハード用周辺機器(以下、PSハード、PSソフト及びPSハード周辺機器を併せて「PS製品」という)の製造販売並びにPSソフトの仕入れ販売の事業を営むものである。

被審人は、わが国のゲーム機及びゲームソフトの各販売分野において、平成八年度の出荷額が第一位の地位を占める最有力事業者である。

(2) テレビゲームを扱う小売業者としては、ゲーム専門店、家電・カメラ量販店、玩具店、百貨店、スーパー、ディスクカウンター等がある。ゲーム専門店の中には、いわゆるフランチャイズ方式で、フランチャイズ本部の経営指導下に統一の店舗名によりチェーン展開しているものがある。

(3) 被審人は、PS製品の販売に当たり直接小売業者と取引し、これら小売業者が一般消費者に販売するという「直取引」を基本方針としており、直取引ができない小売業者に対しては、ソニー系販売会社である株式会社ハビネット等の卸売業者を通して販売している。

また、被審人は、PS製品をゲーム専門店が加盟するFC本部にも販売している。

(4) ゲームソフトについては、単価が比較的高いこと、新作ゲームソフトが次々と発売されること、使用によるゲームソフト自体の品質の劣化が通常生じにくいこと、ゲーム内容への飽きや達成感から使用したゲームソフトを売却するという一般消費者のニーズがあること、小売業者にとって中古ゲームソフトの取扱いの利益率ないし利益幅が大きいこと等から、一般消費者が小売業者に中古ゲームソフトを売却し(その売却代金が他のゲームソフトの購入資

金に充てられることが少なくない)、販売業者がそれを買取り、中古ゲームソフトとして販売することが広く行われてきており、中古ゲームソフト市場が存在している。

二、被審人は、平成六年六月ごろまでに、P S製品の流通を委ねる小売業者及び卸売業者に対し、次のような販売方針を採ることとし、同方針を受け入れた小売業者及び卸売業者とのみP S製品の取引を行うこととした。

①値引き販売禁止

小売業者に対しては、P Sソフトの希望小売価格が従来のゲームソフトに比べて低廉に設定されており、希望小売価格どおりの価格で十分販売できることを強調し、利益が出るような小売価格を設定するよう促すとともに、特に広告においては希望小売価格どおりの価格表示とするように求め、また、卸売業者に対しては、取引先の小売業者に同様の価格設定をすることを指導するように求めること

②中古品取扱い禁止

小売業者に対し、中古のP Sソフトの取扱いがテレビゲーム業界全体のためにマイナスであることを強調し、その取扱いをしないように求め、また、卸売業者に対し、取引先の小売業者に中古のP Sソフトを取り扱わないことを指導するように求めること

③横流し禁止

小売業者にはP S製品を一般消費者に対してのみ販売するように義務付け、卸売業者には取引先の小売業者に対してのみ販売するとともに、取引先の小売業者に一般消費者にのみ販売することを指導するように義務付けること。但し、①の値引き販売禁止については、その後P Sソフトの発売タイトル数が増加したこともあり、P Sソフトのデッドストックが増加してきたため、一部の小売業者からのデッドストック品の返品受入れ又は買上げにより対処し

たが、これは抜本的な対策とならなかったことから、平成八年四月から発売月から一カ月を過ぎたものについては、小売業者の判断で小売価格を設定することができるようの方針を改めた。

三、被審人は、平成八年五月九日に公正取引委員会の立入検査を受けたことから、直ちに社内において事実確認のための調査を行うとともに、値引き販売している小売業者に対して是正指導を行わないようにし、また、値引き販売に関する情報が寄せられた場合にもこれに対応しないこととした。

このような経過を経て平成九年一月下旬ごろから除々に値引きが広がり、同年一月ごろには一定の値引き販売が一般的なものとなった。

四、審判で争いの対象となった中古品取扱い禁止行為及び横流し禁止行為の公正競争阻害性については、値引き販売禁止行為がなされていることを考慮した上で、それらの行為が公正な競争秩序に及ぼす影響について判断すべきであるとされた。

そして、中古品取扱い禁止については、新品PSソフトと中古ソフトとは一般消費者がゲームソフトを購入するに当たって選択的な関係にあるから、新品PSソフトの価格や販売数量と中古ソフトのそれらとは、一般的・抽象的に相互に影響しあう関係にあり、実態として中古品取扱い禁止行為は、新品PSソフトの再販売価格の拘束行為の実効的な実施に寄与し、同行為を補強するものとして機能していると認められ、したがって中古品取扱い禁止行為は、再販売価格の拘束行為に包含され、同行為全体として公正競争阻害性を有するものと認めることができるとした。但し、再販売価格の拘束はすでに消滅しているから、それに包含されるものとしての中古品取扱い禁止行為の公正競争阻害性も消滅したと認定された。

次に、横流し禁止行為については、それによって、被審人のコントロールが及ばない閉鎖的流通経路外の小売店舗

での PS 製品の販売及び PS ソフトの安売りを防止し、そうした安売りがコントロール下の小売業者による値引き販売に波及してこないようにすることができるとし、結局被審人の PS 製品の流通政策の一環としての横流し禁止の販売方法は、それ自体取扱い小売業者に対して PS ソフトの値引き販売を禁止する上での前提ないしはその実効性確保措置として機能する閉鎖的流通経路を構築するという側面及び閉鎖的流通経路外の販売業者への PS 製品の流出を防止することにより外からの競争要因を排除するという側面の両面によって、PS ソフトの販売段階での競争が行われないようにする効果を有しているとした。

〔法令の適用〕

一、被審人は、正当な理由がないのに、取引先卸売業者に対し希望卸売価格を維持させる条件を付けて PS ソフトを供給していたものであり、また、取引先卸売業者に対し、同卸売業者をしてその取引先である小売業者に希望小売価格を維持させる条件を付けて PS ソフトを供給していたものであり、これらは、一般指定一二項に該当し、独占禁止法一九条に違反する。

二、被審人は、取引先小売業者及び卸売業者に対し、販売先を制限する条件を付けて PS ソフトを供給するとともに、取引先卸売業者に対し、同卸売業者をしてその取引先である小売業者に販売先を制限させる条件を付けて PS ソフトを供給しているものであり、これらは、取引先小売業者及び卸売業者の事業活動を不当に拘束する条件を付けて当該相手方と取引しているものであって、一般指定一三項に該当し、独占禁止法一九条に違反する。

〔審決〕

一、被審人は、PS ソフトの販売に関し、自ら又は取引先卸売業者を通じて、新たに発売された同ソフトについて、小売業者に対し原則として希望小売価格で販売するようにさせ、卸売業者に対し取引先小売業者に原則として希望小

売価格で販売させるようにしていた行為を取りやめていることを確認しなければならない。

二、被審人は、自己の販売するPSソフトの販売に関し、自ら又は取引先卸売業者を通じて小売業者に対し、同ソフトを一般消費者のみに販売するようにさせ、卸売業者に対し、同ソフトを小売業者のみに販売するとともに取引先小売業者に一般消費者のみに販売させるようにしている行為を取りやめるとともに、取引先小売業者及び卸売業者との間で締結している特約店契約中の関係条項を削除しなければならない。

三、被審人は、今後一項の行為と同様の行為により小売業者の販売価格を制限し、又は二項の行為と同様な行為により小売業者若しくは卸売業者の事業活動を制限してはならない。

〔コメント〕

本件における違反行為は、①値引き販売禁止、②中古品取扱い禁止及び③横流し禁止であるが、②の中古品取扱い禁止は、①の値引き販売禁止行為を補強するものとして機能しているという位置付けとされたため、①の行為が消滅したため②の行為の公正競争阻害性も消滅したと認定された。

しかし、事実一（４）では、中古品ゲームソフト市場が存在することを認めており、中古品の取扱いを禁止することとは、中古ソフト市場への参入自体を制限するものであるから、この点について審決には問題があると指摘することができよう。③の横流し禁止には、公正競争阻害性が認められるとし、妥当である。

エ、特定業者への販売禁止

メーカーが卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者へ販売しないようにさせることは、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがあり、原則として一般指定一三項（取引停止に至った場合は同二項）に該当

し、違法となる。「安売りを行うことを理由」にしているかどうかは、他の流通業者に対する対応・関連する事情等の取引の実態から客観的に判断される。

「日本水産事件」(昭和三九・一一・七勸告審決、審決集一二巻一四六頁)

〔事実〕

一、日本水産は、水産業、食品加工工業等を営む者であり、岡山県内における魚肉ハム・ソーセージの消費量の約五〇%を供給している。

二、尾道乾物福山出張所は、昭和三九年五月二五日から岡山県大量仕入機構協同組合(大量仕入組合)との間で、日水の製造にかかるハム・ソーセージ等の取引を開始した。

しかるところ、福山出張所は、日水ハム・ソーセージを日水の指示する標準卸売価格を相当下回る価格で大量仕入組合に納入し、大量仕入組合もこれを右標準卸売価格を相当下回る価格でその組合員である小売業者に販売した。このため、岡山県下の日水製品の卸売業者は、同県下の小売業者から値引きを要求されたので、日水大阪支社に対し、これについて善処方を要望した。

三、(一) しかして、日水は、昭和三九年七月一日、広島市内に、岡山県及びその隣県に所在する日水製品の卸売業者八名(日水と直接取引している岡山県所在のすべての卸売業者及び尾道乾物を含む)の代表者を招集し、大量仕入組合には日水製品を一切納入しないよう申し渡した。

しかしながら、福山出張所が大量仕入組合への日水製品の納入を続けていたので、日水は、昭和三九年七月一日、尾道乾物に対し、今後は絶対に大量仕入組合に日水製品を納入しない旨の誓約書を提出させた。

(2) 日水は、福山出張所が引き続き大量仕入組合に日水製品を納入していることを知り、昭和三十九年七月二〇日ごろ及び八月七日福山出張所に対し、今後は絶対に大量仕入組合に日水製品を納入しないよう重ねて申し入れるとともに、尾道乾物に対し、同年八月八日付け文書をもって大量仕入組合に日水製品を納入した場合には、出荷規制を行う旨を申し入れた。

さらに、日水は、福山出張所がその後も大量仕入組合に日水製品を内密に納入するのを阻止するため、その製品の外箱に番号を記入するに至った。

このため、福山出張所は、大量仕入組合への納入を発見されて出荷規制を受けることをおそれ、同月二六日の納入以降、日水ハム・ソーセージの大量仕入組合への納入を停止した。

〔法令の適用〕

日水は、正当な理由がないのに、卸売業者と大量仕入組合との取引を拘束する条件をつけて、当該卸売業者と取引しているものであり、これは、旧一般指定八に該当し、独占禁止法一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、日水は、昭和三十九年七月一日に行った大量仕入組合に日水製品を一切納入しないようにとの卸売業者に対する申入れを撤回しなければならない。

二、同社は、昭和三十九年七月一日に尾道乾物に提出させた誓約書を返還するとともに、同年八月八日に尾道乾物に対して行った大量仕入組合に同社の製品を納入した場合には出荷規制を行うとの申入れを撤回しなければならない。

〔コメント〕

本件は、日水が、日水製品を安売りする大量仕入組合に納入する卸売業者である福山出張所に対して、大量仕入組

合に納入しないよう要請し、遂には納入させないこととしたものである。

五、販売地域に関する制限

ア、流通業者の販売地域に関する制限としては、例えば、次のようなものがある。

(1) メーカーが流通業者に対して、一定の地域を主たる責任地域として定め、当該地域内において積極的な販売活動を行うことを義務付ける。但し、主たる責任地域を設定するにとどまるものであり、(3) 又は (4) に当たらないもの (責任地域制)。

(2) メーカーが流通業者に対して、店舗等の販売拠点の設置場所を一定地域内に限定したり、販売拠点の設置場所を指定する。但し、販売拠点の設置場所を制限するにとどまるものであり、(3) 又は (4) に当たらないもの (販売拠点制)。

(3) メーカーが流通業者に対して、一定の地域を割り当て、地域外での販売を制限する (厳格な地域制限)。

(4) メーカーが流通業者に対して、一定の地域を割り当て、地域外の顧客からの求めに応じた販売を制限する (地域外顧客への販売制限)。

イ、それぞれの販売地域制限に対する独占禁止法上の評価は、次のとおりとなる。

(1) 責任地域制……メーカーとしては、流通業者に対して当該地域において販売活動に専念させ、販売の促進を図るとともに、アフターサービス体制の確保を図ることができる。これにより特に流通業者の販売競争は制限されな

いので、独占禁止法上問題となることはない。

(2) 販売拠点制……メーカーが流通業者を計画的に配置するものであり、メーカーとしてはこのような政策を採用する機会が多い。責任地域制と同様な効果を發揮し、独占禁止法上も問題となることはない。

(3) 厳格な地域制限……同一ブランド内の販売競争が制限されるため、有力事業者（当該市場におけるシェアが一〇%以上又は上位三位以内が一応の目安となる）が行う場合は、ブランド間競争があまり期待できないため、一般指定一三項に該当するおそれがある。

(4) 地域外顧客への販売制限……厳格な地域制限が流通業者の積極的な販売活動を制限するのに対し、この場合は、地域外の顧客からの求めに応じた販売を制限するものであり、競争制限効果は前者程強いものではない。この場合は、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合に、一般指定一三項に該当する。

「富士写真フィルム外一名事件」（昭和五六・五・一一勧告審決、審決集二八卷一〇頁）

一、(1) 富士写真フィルムは、医療用エックス線フィルムの製造業を営む者であり、昭和五五年の一年間に国内において供給されたエックス線フィルムの約五三%を占めており、同事業分野において卓越した地位にある。

富士エックスレイは、その発行済株式はすべて富士によって所有されており、エックス線フィルムの販売業を営む者であつて、富士が国内において販売するエックス線フィルムのすべてを取り扱っている。

(2) 富士エックスレイは、エックス線フィルムの取引先販売業者について、エックス線フィルムの取引額等により、専門特約店、準特約店等の区分を設けている。準特約店等に対する販売価格は、一部を除き専門特約店のそれより高いものになっており、富士の国内におけるエックス線フィルムの総販売額の約九割は、専門特約店六社によつて

取り扱われている。

また、専門特約店、準特約店等は、その取り扱う富士のエックス線フィルムの大部分を直接需要者に販売している。

二、(1) 富士は、従来、専門特約店との間で、

① 専門特約店が、エックス線フィルムの取引について、富士の製品と同一又は同種の製品を富士以外の第三者と取引しようとするときは、あらかじめ富士の了解を得る

② 専門特約店が、富士製品を販売する地域は、別に定めた地域とする

旨を定めた「販売特約店基本契約」を締結し、同基本契約に基づき専門特約店にエックス線フィルムを販売していた。

富士は、富士エックスレイの設立に伴い、昭和四二年一〇月二〇日、同社と富士エックスレイ及び専門特約店（準特約店の一部を含む）の三者間で、富士エックスレイを富士のエックス線フィルムの総販売代理店とし、富士エックスレイが前記基本契約上の富士の地位を承継する旨の契約を締結した。

(2) 次いで、富士は、昭和四二年一〇月二二日、富士エックスレイとの間で、富士エックスレイを富士のエックス線フィルムの総販売代理店とする旨の「総販売代理店基本契約」（総代理店基本契約）を締結した。

富士は、右の総代理店基本契約に基づいて、富士エックスレイとの間で「X—レイフィルム及びその関連製品の販売に関する取引契約」（取引契約）を締結し、同契約において、

① 専門特約店及び準特約店の小売価格は、本契約で定めるとおりとする

② 富士エックスレイは、エックス線フィルムの価格を維持するよう努力する

旨を定めている。

(3) 富士エックスレイは、前記三者間契約及び総代理店基本契約により、専門特約店との間で、エックス線フィ

ルムの取引に関し「X—レイフィルム及びその関連商品の販売に関する専門特約店取引契約」（専門特約店取引契約）を締結し、同契約において、

- ① 専門特約店がエックス線フィルムを販売する地域は、本契約で定めるとおりとする
- ② 専門特約店は、富士エックスレイが定める小売価格を持って需要者に販売する
- ③ 専門特約店は、エックス線フィルムの価格を維持するよう努力する
- ④ 専門特約店が本契約又は前記三者間契約に違反したとき、富士エックスレイは、催告をしないで本契約を解除することができる

旨を定め、また、同社は、準特約店との間で「X—レイフィルム及びその関連商品の販売に関する取引契約」（準特約店取引契約）を締結し、右契約において、右①ないし④と同旨の条項を定めている。

〔法令の適用〕

富士は、エックス線フィルムの販売に当たり、正当な理由がないのに、富士エックスレイに対し、その取引先販売業者に販売価格を維持させる条件をつけて同社と取引しているものであり、また、富士エックスレイは、エックス線フィルムの販売にあたり、正当な理由がないのに、その取引先販売業者にに対し、その取引商品、販売地域及び販売価格を拘束する条件をつけて当該販売業者と取引しているものであって、これらは、旧一般指定の八に該当し、独占禁止法一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、富士は、エックス線フィルムの取引に関し、富士エックスレイとの間で締結している取引契約のうち、専門特約店及び準特約店の販売価格の維持に関する条項を削除しなければならない。

二、富士エックススレイは、エックス線フィルムの取引に関して、富士が専門特約店との間で締結し、富士エックススレイが同契約上の富士の地位を承継した基本契約のうち、競合品の取扱いの制限及び販売地域の制限に関する条項を削除しなければならない。

三、富士エックススレイは、エックス線フィルムの取引に関して、専門特約店との間で締結している専門特約店取引契約及び準特約店との間で締結している準特約店取引契約のうち、再販売価格の維持に関する条項及び販売地域の制限に関する条項を削除しなければならない。

四、富士エックススレイは、今後、エックス線フィルムの取引に当たって、専門特約店及び準特約店に対し、競合品の取扱いを制限する行為、販売地域を指定する行為及び再販売価格を維持させる行為をしてはならない。

〔コメント〕

本件における事実関係はやや複雑であるが、整理すると次のとおりである。

①富士は、富士エックススレイとの間の取引契約書に基づき、富士エックススレイに対し専門特約店及び準特約店の再販売価格を維持させることとした。

②富士エックススレイは、富士から引き継いだ基本契約に基づき、専門特約店に対し排他条件付取引及び販売地域制限を課した。

③富士エックススレイは、専門特約店取引契約に基づき、専門特約店に対し、販売地域制限を課し、及び再販売価格を維持させた。同様に、準特約店取引契約に基づき、準特約店に対し販売地域制限を課し、及び再販売価格を維持させた。

要するに、富士及び富士エックススレイにより、専門特約店及び準特約店に対し、排他条件付取引、販売地域制限、

再販売価格維持行為が行われたものである。富士及び富士エックススレイは一体関係にあるが、いずれが違反行為の主體的立場にあるかによって、両者を違反行為者とした。排他条件付取引及び販売地域制限の違法性は、富士のエックス線フィルムに占める市場シェアが約五三%と同事業分野において卓越した地位にあることから、優に認定可能である。

「大塚製薬事件」（昭和五八・三・三一勸告審決、審決集二九卷九六頁）

〔事実〕

一、大塚製薬は、医薬品等の製造販売業を営む者であり、ドリンク剤類の清涼飲料水であるオロナミンの発売元であって、同社のオロナミンの国内販売実績によれば、ドリンク剤類の清涼飲料水の販売業界において一位を占め、二位以下を大きく引き離している。

大塚製薬は、オロナミンを販売するに当たり、小売業者向け及び消費者向けの標準価格を一本当たりそれぞれ七五円及び一〇〇円と定めている。

大塚製薬は、国内（四国を除く）を一営業所、一四支店及び四一出張所の地区に分け、同地区をオロナミンの販売地区と定め、それぞれの地区に所在する同社が定めた代理店（一次卸売業者）又は特約店（二次卸売業者）の会合を設け、同会合において代理店又は特約店に対し同社の販売方針等を周知させている。

二、（一）大塚製薬は、同社の支店長会議等において、右標準価格を維持するよう各支店を指導しているところ、さらに、昭和五二・三年ごろから毎年数回開催している同社の熊本支店及び宮崎出張所の地区（熊本県及び宮崎県の地区）内における代理店及び特約店の各会合の席上において、また、大塚製薬の営業担当者が代理店及び特約店を訪問した際、これらの責任者に対し、

- ① 同社の定めた小売業者向けの標準価格で販売すること
- ② 同社の定めた取引先地区以外では販売しないこと
- ③ 一特約店へ販売するのは一代理店とし、他の代理店の取引先である特約店とは取引しないことを遵守するように指示していた。

(2) 大塚製薬は、同社宮崎出張所の地区内の代理店及び特約店の代表者又は営業責任者を、昭和五五年九月二〇日、同月二二日及び二七日にそれぞれ召集して会合を開催し、これらの席上において、次の事項を記載した「オロナミンCの販売についての協定」と題する文書に署名させるとともに、同事項を遵守するように指示している。

- ① オロナミンCの末端納入価格は、七五円とする
 - ② 仲卸の販売姿勢は、代理店、特約店の責任とする
 - ③ 添付値引きは勿論、いかなる類似行為も行わない
 - ④ 上記①～③に違反した場合は、ペナルティを受ける
- (3) 大塚製薬は、前記(1)及び(2)に記載の指示を遵守させ、遵守しない代理店及び特約店に対して、警告、リベートの削減、出荷停止等の措置を講じている。

〔法令の適用〕

大塚製薬は、正当な理由がないのに、代理店及び特約店に対し、大塚製薬の定めたオロナミンの小売業者向け標準価格を維持させる条件をつけて、オロナミンを供給しているものであり、これは、一般指定一二項の一号に該当し、独占禁止法第一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、大塚製薬は、オロナミンの販売に関し、同社の熊本支店及び宮崎出張所の地区内における代理店及び特約店に對して行っている次の指示を撤回しなければならない。

① 同社の定めた小売業者向けの標準価格で販売すること

② 同社の定めた取引先地区以外では販売しないこと

③ 一特約店へ販売するのは一代理店のみとし、他の代理店の取引先である特約店とは取引しないこと

二、同社は、同社宮崎出張所の地区内における代理店及び特約店に對して行っている昭和五五年九月二〇日付け、同月二二日付け及び二七日付けの「オロナミンCの販売についての協定」と題する文書に記載された事項を遵守する旨の指示を撤回しなければならない。

〔コメント〕

本件は、大塚製薬が熊本県及び宮崎県において、オロナミンの販売に際して行っていた①代理店（一次卸売業者）及び特約店（二次卸売業者）が小売業者向け価格を遵守する旨の再販売価格維持行為、②代理店及び特約店に対する販売地域制限及び③代理店と特約店との取引における一店一張合制が問題とされたものであるが、②及び③の行為は、再販売価格維持行為の補完又は実効確保手段として捉えられている。これらの行為を独立の違反行為として構成し一般指定二三項を適用する余地はあったと考えられる。

また、違反対象となった地域については、「大塚製薬は、同社の支店長会議等において（全国的に）、右標準価格を維持するよう各支店を指導しているところ」、違反行為として証拠上明らかとなった熊本支店及び宮崎出張所の地区内の違反行為に限って取り上げたものである。

「乙山丸事件」(平成一六・四・一五東京地判、判例時報一八七二号六九頁)

〔事実〕

一、被告は、約七〇〇年の歴史を有する和漢胃腸薬「乙山丸」を家庭用配置薬として製造する事業者である。原告らは、被告から仕入れた乙山丸を中核的な商品とする家庭用配置薬の配置販売業者であり、原告らの中には先代ないし個人商店時代も含めると一〇〇年以上前から被告との取引を継続してきた者がいた。

二、被告は、その多くの部分が慣行によっていた従前の原告らとの間の契約関係(旧契約)に代えて新たな取引規定を作成し、これに基づく契約(新契約)をすることで契約関係の合理化をしようとした。

しかし、新たな取引規定の内容には、配置販売業者が家庭用配置薬を配置する顧客の氏名、住所等の情報を被告に報告すること(顧客情報報告条項)や、配置販売業者が廻商する地域の制限(廻商地域制限条項)、顧客の営業譲渡に関する譲渡先の制限(顧客譲渡制限条項)といった条項が盛り込まれていたことから、原告らは新しい取引規定に基づく新契約の締結を拒否した(原告らのうちの一名は一旦は新契約を締結しその後これを取り消したが、これについての詳細な記載は省略する)。これに対して被告は、旧契約を相当期間の一年弱を定めて解約し(本件解約)、原告らに対する乙山丸の出荷を停止した。

そこで原告らは、被告に対し、旧契約の有効な存在を前提として、(ア)独占禁止法二四条の差止請求として、①本件解約に伴う商品の出荷停止の禁止、②必要数量の引渡しを求めた。また、(イ)民事上の請求として、本件解約の効力を争った。

これに対し、被告は、原告らとの旧契約は相当の期間を定めて本件解約を申し入れたものであり、解約にも合理性があるから、本件解約により契約関係は終了している、また、本件解約及び出荷停止は、新契約の内容に照らしても、

何ら独占禁止法に違反するものではないとして争った。

〔判決〕

一、独占禁止法二四条の差止請求について

原告らは、新契約中の廻商地域制限条項は、独占禁止法に違反する厳格な地域制限及び地域外顧客に対する販売制限という拘束条件付取引（一般指定一三項）に該当し、また、顧客情報報告条項及び顧客譲渡制限条項は、優越的地位の濫用（一般指定一四項四号）に該当するところ、出荷停止はこれら独占禁止法が禁止する取引を新契約により実現するために行われたものであり、このような取引の解消が独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として用いられる場合には、公正競争阻害性が認められ、一般指定二項の単独の取引拒絶に該当すると主張した。

判決は、厳格な地域制限を認定するための要件として、①違法行為の主体たりうるメーカーは市場における有力な事業者である必要がある、②その者の行う規制が事業活動の不当な制限となること、③その制限を通じ価格維持の効果が生ずることが必要であると解され、新取引規定中の地域制限条項は、これらの要件を満たしているとはいえないとし、また、地域外顧客への販売制限も厳格な地域制限と同様に違法な販売地域制限の一類型であるが、これに価格維持効果を認めることはできないから、結局、販売地域制限条項の定めは拘束条件付取引に該当しないとした。さらに、顧客情報報告条項及び顧客譲渡制限条項については、被告は原告らに対して優越的地位にあるものと認めることはできるが、優越的地位の濫用を基礎付ける要件である原告らの不利益性を認めることはできず、結局、これらの条項が優越的地位の濫用に該当することはできないとした。

二、民事上の請求について

民事上の請求についての主要な争点は、①本件解約についての合理的な理由の要否及び新契約の締結を求めること

についての合理性ないし新取引規定の相当性が本件解約の合理的な理由となりうるか否か、②本件解約の手続きの妥当性として一年間の猶予期間の定めは相当といえるか否かであった。

本判決は、旧契約を継続的商品供給契約であると捉えたうえ、本件解約のように継続的商品供給契約を解約するについては、解約申入れ自体に信義則に反しない程度の相当ないし合理的な理由が存在することと相手方の取引上の利益に配慮した相当期間の猶予という二つの要件を充足することが必要であると判断したうえで、本件解約については、一応の合理性が認められるとの認定を行ったが、相当期間の猶予の点については、大部分の原告について、相手方の取引上の利益に配慮した相当期間が経過していないとして、本件解約は効力を生じないものとした。

〔コメント〕

本件は、独占禁止法上の問題のほか民事上の問題も争点になっているが、独占禁止法上の問題における不当な取引停止の前提となる販売地域の制限に関する不当な拘束条件付取引の成立要件について判示されている点が参考になる。

六 販売方法に関する制限（広告活動に関するものを含む）

ア、販売方法に関する制限

公取委の流通ガイドラインは、次のように述べる。

- (1) メーカーによる小売業者に対する販売方法に関する制限としては、例えば次のようなものがある。
 - ① 商品の説明販売を指示すること
 - ② 商品の宅配を指示すること

③ 商品の品質管理の条件を指示すること

④ 自社商品専用の販売コーナーや棚場を設けることを指示すること

(2) メーカーが小売業者に対して、販売方法（販売価格、販売地域及び販売先に関するものを除く）を制限することは、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用の維持等、当該商品の適切な販売のための合理的な理由が認められ、かつ、他の取引先小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、メーカーが小売業者の販売方法に関する制限を手段として、小売業者の販売価格、競争品の取扱い、販売地域、取引先等についての制限を行っている場合には、一般指定一一項（排他条件付取引）、一二項（再販売価格の拘束）又は一三項（拘束条件付取引）に該当する。

例えば、当該制限事項を遵守しない小売業者のうち、安売りを行う小売業者に対してのみ、当該制限事項を遵守しないことを理由に出荷停止等を行う場合には、通常、販売方法の制限を手段として販売価格について制限を行っていると判断される。

(3) 右の(2)の考え方は、メーカーが卸売業者をして小売業者の販売方法を制限させる場合にも当てはまる（一般指定一三項）。

メーカーが販売業者に対し、販売方法について各種の制限を加えることは、メーカーが商品の販売促進のために有効であると考えられる販売政策の一環をなすものとして、その自由な活動は許されるべきであり、販売政策の多様な展開を制限するものであってはならない。しかしながら、そうした政策によっては、販売業者の自由な事業活動が制限され公正な競争秩序が侵害されるような場合があり、そのような場合には法規制の対象とならざるを得ない。流通ガイ

ドラインは、販売方法に関する制限が不公正な取引方法に該当して許されないものである場合の限界を示すものであり、その運用においては、公正な競争秩序侵害の判断が適切に行われるべきである。

次に、問題となった具体的事件について検討する。

「資生堂東京販社事件」(東京地判平成五・九・二七審決集四〇巻六八三頁、東京高判平成六・九・一四審決集四一巻四七三頁、最判平成一〇・一二・一八審決集四五巻四五五頁)

〔事実〕

一、(1) 資生堂は、資生堂化粧品の製造業者であり、被告(資生堂東京販社)は資生堂化粧品の販売(卸)専門の会社(実質は資生堂の販売部門)であるが、被告(資生堂)は資生堂化粧品の販売先(小売店)に対しては、必ず、被告(資生堂)作成の「資生堂チェインストア契約書」による基本契約を締結して取引を行っており、原告(資生堂化粧品の小売店)とも右の「資生堂チェインストア契約書」により取引契約を締結している。

右契約書においては、小売店は消費者に対して、商品ごとに販社の指示に基づく説明指導をすべきこと、小売店は資生堂化粧品の専用コーナーを設置し、販売会社主催のセミナーへ参加しなければならない、顧客管理のための台帳(花椿台帳)を作成しなければならないこと等が定められている。

(2) 原告は、昭和六十二年以前から、単に「商品名」、「価格」及び「商品コード」を記載した商品一覧表(カタログ)を事務所等の特定の職場に配布して、電話やファクシミリでまとめて商品の注文を受けて配達するという方法(職域販売)をとっており、資生堂化粧品についてもこれを行っていたところ、被告は、この販売方法が「資生堂チェインストア契約書」の定めに反するとして、東京北支店長名の平成元年四月一二日付け是正勧告書をもってその中止

を求め、原告、被告とが折衝した結果、同年九月一九日付け合意書で、原告はその配布するカタログから資生堂化粧品を除き、今後「資生堂チェインストア契約書」に適合した方法により販売する旨を約し、これにより以後原告と被告との取引を継続するとの合意が成立した。

(3) その後、原告は、カタログから資生堂化粧品を削除して職域販売を続けたが、原告には、被告主催のセミナーに出席しない、花椿台帳を作成しないなどの問題があり、その交渉の過程で原告が職域販売を是正する意思がないことが判明したので、平成二年四月二四日に被告の東京北支店の課長から口頭で解約の意思表示がされ、翌二五日付けで解約通知書が原告に送付された。

〔東京地裁判決〕

メーカー（これと一体となった販社）が小売業者に対して商品の説明販売をすること（その一環として商品の販売先の台帳を作成させること）、自社商品専用の販売コーナーを設けること等の販売方法に関する約定をすることは、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用の維持等当該商品の適切な販売のための合理的な理由が認められ、かつ、他の取引先小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には当然許され、右約定に反する販売方法を採用する小売業者との間の継続的供給契約を債務不履行（契約違反）を理由として解約し、あるいは、基本契約上の中途解約条項に基づき解約することも是認される。

しかしながら、この販売方法に関する約定についてそれは合理的な理由が認められず、メーカー（販社）が、このことを手段として小売業者の販売価格、販売地域、取引先等についての制限を行っている場合には、これは不当な取引制限といわざるを得ないから、このことを理由として継続的供給契約を解消することは許されないというべきである。

小売業者に顧客との対面販売を要求し、多数の少量購入の顧客のそれぞれのついて顧客台帳を作成させることは、販売経費の増大を招き、小売業者から通信販売等の販売手段を奪うことになるから、小売業者が一括大量販売をすることを困難とさせるものである。そして、大量販売は容易に割引販売に結びつくものであるから、これを困難にする右要求は、結果的には小売価格の維持（値崩れ防止）の効果を生じさせることになる。そうしてみると、本件特約店契約中の対面販売及び顧客台帳作成に関する約定は、被告が原告に対し、合理的理由なしにその販売方法を制限し、価格維持を図るものとして、独占禁止法の法意にもとる可能性も大いに存するといふべきである。

〔東京高裁判決〕

メーカーが小売業者と特約店契約等の基本取引契約を締結するに当たり、対面販売の指示、顧客台帳の作成の義務付け等販売方法に関する約定をすることは、商品の安全性の確保、商標の信用の維持等の合理的な理由が認められ、かつ、他の小売業者に対しても同等の条件が課されている場合には、それが強行法規に反しない限り当然許され、直ちに独占禁止法上の問題とならない。被告の採っている対面販売も、化粧品という商品の性質、特性、機能等からすればそれなりに合理的なものであり、その遵守を要求することは非合理的とはいえず、したがってその販売方法の不履行は特約店契約上の債務不履行に当たるとする。

対面販売の遵守を要求することが価格安定の効果を有することは明らかであるが、そのような効果を持つというだけでは独占禁止法違反等の問題は生じず、問題となるためにはその販売方法を手段として小売業者の販売価格を制限している等の事情が認められなければならない。本件については、①原告以外にも値引き販売している店が存在していたにもかかわらず、それらの店に対しては特約店契約の解除とか出荷停止等の措置は採られていないこと、②被告は、原告がカタログ販売による値引き販売をしていたことを知っていたにもかかわらず、それに対して直ちに出荷停

止等の措置は採らず、カタログによる販売方法の是正を求め、善処を要求していたこと、③その是正の内容は、本件特約店契約の条項に沿った販売方法を守ってほしいというものであり、値引き販売の中止を求めたことはないこと、④本件解除は再販売価格を拘束するためのものであるとの申告(告発)に対し、公正取引委員会は、違反事実なしとの結論に達していることなどからすれば、被告が対面販売を手段として価格を制限していることまでは認めがたい。

本件解除は、原告の値引き販売が原因ではないかとの疑問はあるが、それを裏付ける具体的証拠はない。

〔最高裁判決〕

メーカーや卸売業者が、小売業者に對して、商品の販売に当たり顧客に商品の説明をすることを義務付けたり、商品の品質管理の方法や陳列方法を指示したりするなどの形態によつて販売方法に関する制限を課すことは、それが当該商品の販売のためのそれなりの合理的な理由に基づくものと認められ、かつ、他の取引者に対しても同等の制限が課せられている限り、それ自体としては公正な競争秩序に悪影響を及ぼすおそれはなく、一般指定一三項という相手方の事業活動を「不当に」拘束する条件を付けた取引に当たらない。

本件特約店契約において、特約店に対面販売を義務付けることは、これによつて、他の商品とは区別された資生堂化粧品に対する顧客の信頼(いわゆるブランドイメージ)を保持しようとするところにあると解され、それなりの合理性があり、また、被上告人は、他の取引先との間においても本件特約店契約と同一の約定を結んでいることなどからすれば、一般指定一三項に当たらない。

販売方法に関する制限を課した場合、販売経費の増大を招くことなどから多かれ少なかれ小売価格が安定する効果が生ずるが、右のような効果が生ずるというだけで、直ちに販売価格の自由な決定を拘束しているということはできないと解すべきであり、被上告人が対面販売を手段として一般指定一二項の一号(再販売価格の拘束)を行っている

とは認められないとした原審の認定判断は、原判決挙示の証拠関係に照らし、正当として是認することができる。

〔コメント〕

本件は、資生堂が資生堂化粧品の小売業者に対し、資生堂化粧品の対面販売等を義務付けているにもかかわらずカタログ販売により商品を販売していることを理由に、継続的供給契約を解約した事件である。東京地裁判決は、右販売方法にはそれほど合理的な理由が認められず、メーカー（販社）がそのことを手段として小売業者の販売価格等について制限を加える場合には不当な取引制限といふべきであり、本件の場合の制限は価格維持を図るものとしてこれに当たり、独占禁止法の法意にもとるとした。

これに対し、東京高裁判決は、対面販売等には商品の安全性の確保等の合理的理由が認められ、かつ、他の小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には、その遵守を要求することは非合理とはいえず、対面販売等の遵守は価格安定の効果をも有するが、そのような効果を持つというだけでは独占禁止法違反の問題は生じないとし、最高裁もこれを支持した。

この判決は、本項の冒頭で述べた公取委の流通ガイドラインの趣旨に沿ったものであるといえるが、「本件解除は、原告の値引き販売が原因ではないかとの疑問」があり、事実関係は微妙である。

本件と同様な事件として、花王化粧品販売事件（東京地判平成六・七・一八審決集四一巻四四一頁、東京高判平成九・七・三一審決集四四巻七一〇頁、最判平成一〇・一二・一八審決集四五巻四六一頁）がある。花王事件の場合も、花王化粧品の小売業者が職域販売を行い、対面カウンセリング販売等の義務に違反したとして特約店契約が解約された。東京地裁判決は、解約は職域販売における値引き販売を中止させるために行われ、再販売価格を維持する目的とするものといわざるを得ず独占禁止法上許されなかった。しかし、東京高裁判決及び最高裁判決は、資生堂事

件の場合と同様に対面カウンセリング販売等の合理性を認めた。

イ、広告活動に関する制限

公取委の流通ガイドラインは、次のように述べる。

(1) メーカーが小売業者に対して販売方法の一つである広告・表示の方法について、次のような制限を行うことは、これによって価格が維持されるおそれがあり、原則として一般指定一三項に該当する。

①メーカーが小売業者に対して、店頭、チラシ等で表示する価格について制限し、又は価格を明示した広告を行うことを禁止すること

②メーカーが自己の取引先である雑誌、新聞等の広告媒体に対して、安売り広告や価格を明示した広告の掲載を拒否させること

(2) 右の考え方は、メーカーが卸売業者をして小売業者の販売方法を制限させる場合にも当てはまる(一般指定一三項)。

次に、問題となった具体的事件について検討する。

「松下エレクトロニクス事件」(平成五・三・八勧告審決、審決集三九卷二三六頁)

〔事実〕

一、(1) 松下エレクトロニクス(松下E.C.)は、松下電器産業及び同社の関連会社が製造し、わが国においてナショナル又はパナソニックの商標の下に流通する家庭電気製品(松下家電製品)の卸売業を営む者である。

(2) 松下家電製品は消費者の間で高い知名度を有しているところ、同製品のが国における総販売高の約二五％は、松下ECから広域量販店（家電専門大型店、総合スーパー、いわゆるカメラ等の量販店等をいう）を通じて、また、同製品の総販売高の約一五％は各地区販売会社からショップ店（主として松下家電製品を販売している系列小売店をいう）等を通じて、それぞれ一般消費者に供給されている。

(3) 松下ECは、松下家電製品のうち後継機種の発売に伴い旧型となった機種を除く製品（新型松下家電製品）について、取引先広域量販店との間で行っている取引条件等を取り決めるための交渉（商談）において、メーカー希望小売価格とは別に参考価格と称する価格（松下電産等が新型松下家電製品の機種ごとに市場における実勢小売価格を想定して定めた価格であって、メーカー希望小売価格のおおむね一〇％引き程度のもの）を取引先広域量販店に示し、同価格を基準として取引先広域量販店に対する卸売価格を取り決めていた。

二、(1) 松下ECは、新型松下家電製品について、広域量販店が広告等において行う価格表示が実勢小売価格の形成に大きな影響を有していることから、取引先広域量販店に対し、商談等における卸売価格の取り決め等に際して、新聞折込広告、店頭表示等において参考価格を下回る価格での価格表示を行わないよう要請してきた。

(2) 松下ECは、さらに、新型松下家電製品について、次の措置等を講じてきた。

(ア) 取引先広域量販店が新聞折込み等の広告において参考価格を下回る価格での価格表示を行うことを察知したときは、これを事前に取りやめさせたり、その店頭表示価格を参考価格に改めさせる。

(イ) 新聞折込み広告、店頭表示等において参考価格を下回る価格での価格表示を行った取引先広域量販店に対しては、自ら又は他の小売業者からの苦情を受けてその店頭表示価格を参考価格に改めさせたり、以降参考価格を下回る価格での価格表示を行わない旨約束させる。

(3) 公正取引委員会が平成三年七月に流通ガイドラインを公表したことに伴い、松下ECは、平成四年四月以降参考価格を基準とした卸売価格の決定方法を廃止することとし、この旨を取引先広域量販店に周知した。

〔法令の適用〕

松下ECは、同社の販売する新型松下家電製品について、取引先広域量販店が表示する価格を制限していたものであり、これは、取引先広域量販店の事業活動を不当に拘束する条件を付けて当該相手方と取引していたものであって、これは、一般指定一三項に該当し、独占禁止法一九条の規定に違反するものである。

〔審決〕

一、松下ECは、取引先小売業者及び一般消費者に、取引先広域量販店に対し、新型松下家電製品の販売に関し、新聞折込み広告、店頭表示等について参考価格を下回る価格での価格表示を行わないようにさせていた行為を取りやめたこと等を周知徹底させなければならない。

二、同社は、今後、新型松下家電製品の販売に関し、前項と同様の行為により、取引先広域量販店が新聞折込み広告、店頭表示において表示する価格について制限してはならない。

〔コメント〕

本件は、新聞折込み広告、店頭表示等において表示する価格について制限するものであり、その目的は再販売価格の維持にあることができる。しかし、この行為を再販売価格維持行為と認定するには無理がある。なぜなら、①表示行為に関する制限であり、販売行為に関する制限ではないこと、②店頭における実際の参考価格を下回る価格での販売を直接取り締まるものでない等の理由による。よって、表示行為に関する制限を事業活動の拘束として、一三項を適用したものである。