

諸外国における優越的地位の濫用規制等の分析

公正取引委員会

競争政策研究センター

諸外国における優越的地位の濫用規制等の分析

【執筆者】

泉水 文雄

神戸大学大学院法学研究科教授・CPRC 客員研究員

柴田 潤子

香川大学大学院香川大学・愛媛大学連合法務研究科教授・元 CPRC 客員研究員

多田 英明

東洋大学法学部准教授・元 CPRC 客員研究員

真淵 博

元 CPRC 研究員

岸本 宏之

公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課・CPRC 研究員

牟田 和弥

公正取引委員会事務総局官房総務課・CPRC 研究員

稲田 雄介

公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課・CPRC 研究員

鈴木 隆彦

公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課下請取引調査室・CPRC 研究員

鈴江 司

公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課下請取引調査室・CPRC 研究員

美濃部 翔司

公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課・CPRC 研究員

福田 哲也

公正取引委員会事務総局審査局第一審査・CPRC 研究員

芦川 直子

公正取引委員会事務総局審査局第三審査・CPRC 研究員

宮川 幸

元 CPRC 研究員

【謝辞】

本研究に当たり、和久井理子 立教大学法学部特任教授には、欧州におけるヒアリング調査を行っていただくとともに、イギリスに係る調査においては有益な資料及びコメントを頂いた。

また、ヒアリング調査に御協力いただいた欧州委員会、事業者団体、学者、実務家の皆様にも貴重なお時間を割き、有益な情報をいただいた。

本報告書を取りまとめるに当たっては、岡田羊祐 CPRC 所長を始め、競争政策研究センターのワークショップの参加者から有益なコメントを頂いた。

ここに記して感謝の意を表したい。

【本研究報告書における役割分担と位置付けについて】

本報告書は、第1章第1節及び第3節を多田、第2節を芦川、第4節を柴田、第5節を鈴江、第6節を美濃部及び福田、第7節を稲田及び宮川、第8節を鈴木、第2章を泉水、第3章を岸本及び牟田、はじめにとおわりにを真渕が担当した。

本報告書の内容は執筆者が所属する組織の見解を示すものではなく、記述中の責任は執筆者のみに帰する。

なお、本報告書については、基本的に平成26年6月末時点において把握している情報を元に作成されている。

目次

はじめに	5
第1章 各国・地域における問題状況・政策的状況	6
第1節 EU	6
1 規制の概要	6
2 規制の背景	6
3 規制の枠組み	15
4 執行状況	20
5 小括	25
第2節 イギリス	36
1 規制の概要	36
2 イギリスにおける競争法及び執行機関等の概要	36
3 食料雑貨品小売業者と納入業者の取引慣行を規制する背景	38
4 現行規定の概要	44
5 小括	48
第3節 フランス	49
1 規制の概要	49
2 経済的従属状態の濫用規制の背景	49
3 規制の枠組み	52
4 執行状況	59
5 小括	68
第4節 ドイツ	70
1 規制の概要	70
2 規制の背景	70
3 規制の枠組み	77
4 執行状況	85
5 小括	88
第5節 韓国	90
1 規制の概要	90
2 規制の枠組み	90
3 現行法での運用・執行状況	96
4 経済民主化政策と規制強化	100
5 小括	102
第6節 中国	103
1 規制の概要	103

2	規制の背景・経緯	103
3	近時の動向	107
4	規制の枠組み	109
5	執行状況	116
6	優越的地位の濫用規制に係る問題点等	117
7	小括	120
第7節	オーストラリア	121
1	規制の概要	121
2	食料品業界の概観	121
3	規制の枠組み	124
4	執行状況	128
5	小括	132
第8節	アメリカ	133
1	規制の概要	133
2	各規制・問題の背景・概要	133
3	規制の枠組み	136
4	執行状況	140
5	小括	147
第2章	問題の普遍性及び規制手法の多様性	148
1	はじめに	148
2	市場支配力規制	148
3	優越的地位の濫用等に関する特別の法規制	149
4	法規制以外による対処	151
5	規制の手法の多様性と特徴	151
6	エンフォースメント	152
第3章	日本における政策的対応への示唆	157
1	相対的な優越的地位の濫用規制に係る理論構成及び執行状況について	157
2	法規制による政策的対応に係る示唆について	158
3	法規制によらない政策的対応に係る示唆について	160
4	結語	160
おわりに		162
	参照条文一覧	163
	参考文献一覧	185

はじめに

相対的な優越的地位の濫用に係る問題については、近年、各国・地域においても注目を浴びており、このことを背景に、2008年4月の国際競争ネットワーク（International Competition Network、以下「ICN」という。）第7回年次総会において、「優越的地位の濫用（Abuse of superior bargaining position）」と題する特別プログラムが開催され、報告書が取りまとめられた。

また、2008年7月の国際連合貿易開発会議（UNCTAD）においても、経済協力開発機構（OECD）のフレデリック・ジェニー（Frédéric Jenny）競争委員会議長が、「The “Coming Out” of Abuse of Superior Bargaining Power in the Antitrust World」と題して、優越的地位の濫用規制に関する報告を行っている。

その後、我が国においては、2009年11月の公正取引委員会における優越的地位濫用事件タスクフォースの設置による積極的な事件審査の実施、2010年4月に施行された改正独占禁止法による優越的地位の濫用行為に対する課徴金の賦課、2010年11月の公正取引委員会による「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」の公表等の新たな政策的対応が講じられているところである。

諸外国においても、例えば、韓国において、毎年のように下請法の強化改正が実施されており、2011年11月に大規模流通業における取引公正化に関する法律が新たに制定されていること、また、欧州委員会において、2009年以降に食料品分野を中心に相対的な優越的地位の濫用の問題が議論されており、2012年末に食料品分野に係る調査・研究を行う旨が公表されたことを始めとする新たな政策的対応がみられるところである。

この背景として、諸外国において、小売業者の合併による市場集中等により小売業者のバーゲニング・パワーが増大しているという事情があるところ、取引の公正化を図るため、相対的な優越的地位の濫用の問題に対し、様々な政策的対応を講じているという情報に接する機会が増加していることから、今般、諸外国における優越的地位の濫用の問題に係る政策的対応について調査・研究を実施することとした。

その際に、これまで優越的地位の濫用に係る問題については、競争法の観点から同種の調査・研究が行われていたが、本共同研究に当たっては、問題の解決に資する施策を広く捉えるという観点から、競争法以外の行政規制も視野に入れた内容とすることとした。

本共同研究の対象となる国・地域としては、情報収集の難易、近年の動向等を踏まえ、EU、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、オーストラリア及びアメリカの8つの国・地域を選定した。

報告書の構成としては、第1章で各国・地域における問題状況及び政策的対応について整理・分析し、第2章で問題の普遍性及び規制手法の多様性について取りまとめ、第3章で日本における政策的対応への示唆について検討した。

第1章 各国・地域における問題状況・政策的状況

第1節 EU

1 規制の概要

欧州連合（EU）の競争法には、相対的優越的地位の濫用を規制する規定は置かれていない。EU 機能条約 102 条により禁止される市場支配的地位の濫用における「市場支配的地位」とは、「ある事業者が有する経済的な力の状態であって、自己の競争者、需要者、最終的には消費者から認知可能な程度に独立して行動する力を得て、関連市場における有効な競争の維持を妨げ得る地位」¹をいう。これに対して、本共同研究の対象である「相対的優越的地位」の濫用は、加盟各国競争法により、経済的依存関係の濫用（the abuse of economic dependency）等として規制されることはあっても、同条の下、EU レベルでの規制は行われていない。

しかしながら、近時、EU においても、相対的優越的地位の規制を巡り、主として食品サプライチェーンにおける不公正な取引慣行（unfair trade practices, 以下、「UTPs」とする。）について議論がみられる。これまでに、種々の報告書等が公表されてきたほか、目下、EU レベルでの UTPs に対する規制の在り方についての研究調査も行われている。UTPs を巡る EU レベルでの規制の必要性、また規制が必要である場合の規制手法については、未だ結論が得られていないが、食品業界の関係事業者による自主的な取組は既に開始されており、2013 年 9 月には実施機関として The Supply Chain Initiative が設立された。

他方、既に EU レベルでの共通の取組が行われている分野として、支払遅延の防止が挙げられ、2000 年 6 月には、欧州委員会において「商業取引における支払遅延防止に係る指令」²が採択された。本指令は、2011 年 2 月に改正³され、各加盟国において、支払遅延防止に向けた具体的な措置が講じられている。

2 規制の背景

(1) UTPs 問題

ア 問題の発端

食品のサプライチェーンにおける UTPs が EU 全体に関わる問題として初めて議論される契機となったのは、農業生産物の価格急騰の影響で消費者価格が上昇した 2009 年であり、2008 年の 1 年間で、食品の実質小売価格は 3 % 以上上昇した。また、

¹ Case 27/76, United Brands Co. and United Brands Continentaal BV v. Commission [1978] ECR 207, para 65.

² Directive 2000/35/EC of the European Parliament and of the Council of 29 June 2000 on combating late payment in commercial transactions [2000] OJ L200/35.

³ Directive 2011/7/EU of the European Parliament and of the Council of 16 February 2011 on combating late payment in commercial transactions [2011] OJ L48/1.

市場における透明性の欠如、契約当事者間のバーゲニング・パワーの不均衡及び反競争的な行為が、食品のサプライチェーン全体に競争上マイナスの効果を及ぼし、市場の歪みをもたらしているという点が問題視され、食品のサプライチェーンがどのように機能しているのかについて調査が開始されることとなった。

イ 政治的背景

当初は、農産物及び食品産業が議論の焦点となり、EU 加盟各国においても食品産業における UTPs について実態調査が行われた。また、食品産業以外においても UTPs がみられることが指摘された⁴。さらに、欧州委員会は、2010 年 7 月に公表した小売市場監視報告書「2020 年に向けた域内市場におけるより効率的で、より公正なリテールサービス」⁵で、様々な分野における UTPs の存在を確認した。これらを受けて、欧州議会も、農産物及び食品産業以外の産業においても UTPs への対応の必要があることを認識するようになり、欧州委員会に対して何らかの対応を採るように指示するに至った（2011 年 7 月 5 日決議⁶）。

ウ これまでの動向

2009 年に食品のサプライチェーンに係る分析の必要性が唱えられて以降、欧州委員会は以下のような対応を採っている⁷。

(ア)「欧州における食品価格」⁸と題する報告書を公表（2008 年 12 月 9 日）、さらに業界関係者との間で「欧州農産物食品産業振興に向けたロードマップ」⁹について合意（2009 年 7 月 6 日）

(イ) 上記ロードマップで示された政策の方向性に沿った具体的な方策を明らかにした「欧州におけるより良く機能する食品サプライチェーン」¹⁰と題する報告書を公

⁴ 例えば、食品サプライチェーンにおける UTPs の議論が本格化する前の 2007 年には、Bocconi 大学の ESSEC ビジネススクールから、繊維産業のサプライチェーン（小売業者と製造業者との取引）について、9 つの UTPs（①帳合費用、②小売の販売促進費用の自動的賦課、③不当な配送遅延ペナルティ、④事後値引き、⑤支払遅延、⑥返品、⑦突然の取引打ち切り、⑧見本に体现した革新的アイデアの搾取、及び⑨リバース・オークション（不透明なオンライン入札））を示した報告書が公表されている。同報告書では、アメリカにおいても同様の問題が早くから生じていたことが指摘されている。

⁵ European Commission, Retail market monitoring report “Towards more efficient and fairer retail services in the internal market for 2020” (COM (2010)355 final, of 5 July 2010).

⁶ European Parliament resolution of 5 July 2011 on a more efficient and fairer retail market, 2010/2109 (INI).

⁷ これらの対応は、欧州委員会競争総局が担当する（カ）を除き、欧州委員会域内市場・サービス総局が担当している。

⁸ European Commission, Food Price in Europe (COM (2008)0821 final).

⁹ 関連文書類は、欧州委員会企業産業総局ウェブサイト

(http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/high-level-group/index_en.htm)参照（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

¹⁰ European Commission, A better functioning food supply chain in Europe, COM 2009 (591) final. 本報告書においては、UTPs（支払遅延、一方的な契約条件の変更及び契約交渉に係る前払金の要求など）は

表（2009年10月28日）

（ウ）上記ロードマップに基づき、「食品サプライチェーンをより良く機能させるためのハイレベル・フォーラム(High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain)」¹¹を設置し、同フォーラム内に専門家作業部会（Expert Platform on B2B Contractual Practices）を設置（2010年）

（エ）前記（ウ）の専門家作業部会がサプライチェーンにおける UTPs について、「食品サプライチェーンの垂直的關係：良い取引慣行の原則（以下「GP の原則」という。）を公表¹²（2011年11月29日、別紙1参照）

本文書には、①食品分野におけるどのような行為が UTPs に当たるのか、また、②何が「不公正(unfair)」であるのかについて記載されており、サプライチェーンを構成する農家、納入業者は、①・②の点について合意している。特に焦点を当てている行為類型は、契約の書面化を拒絶する行為と契約内容の一方的変更(unilateral change)である。前者については、契約内容が明らかにならず、重大な影響をもつ行為であり、後者については、返品も一方的変更に含まれる。返品を含めて、一方的変更が問題なのは、売れ残りリスクを契約の相手方に押し付ける行為であるためである。返品することによって売れ残りリスクを相手方に押し付けたり、返品はしないもののその分の金銭的負担を相手方に負わせたりすることは、リスクの一方的な押し付けであり問題がある¹³。

（オ）ハイレベル・フォーラムでは、GP の原則の遵守を確保する仕組みについても議論されたものの、コンセンサスを得られず、具体案に言及することなく最終報告書を公表¹⁴（2012年12月5日）

サプライチェーンのどの取引段階でも生じ得るもので、契約当事者間のバーゲニング・パワーの不均衡に関連する問題であるが、反競争的な行為（価格カルテルや再販売価格の拘束）とは明確に区別されるべきとしている。他方、UTPs がサプライチェーンにもたらす悪影響として、小規模ではあるが重要なプレイヤーが、今後の取引への影響を懸念して U T P s を受け入れることで利益が減少し、投資や技術革新への意欲や能力が減退することが挙げられている。

¹¹ 加盟国、事業者団体、NGO、EU 域内の食品製造業者など 45 のメンバーで構成されている（欧州委員会 2010 年 11 月 16 日付プレスリリース IP/10/1510）。本フォーラムの詳細については、欧州委員会企業産業総局ウェブサイト

(http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/forum_food/index_en.htm) 参照（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

¹² Vertical relationships in the Food Supply Chain: Principles of Good Practice (http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/good_practices_en.pdf)（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

¹³ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会企業産業総局からのヒアリング調査による（2013 年 6 月 26 日実施）。

¹⁴ 欧州委員会 2012 年 12 月 5 日付プレスリリース Improving the functioning of the food supply chain (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1314_en.htm) 参照（2014 年 5 月 22 日閲覧）。なお、最終報告書(High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain Report (HLF.015 final))

その一方、専門家作業部会へ参加していた 11 の団体のうち 8 つの団体は、自主的に公正な取引慣行原則を執行していくことを 2013 年に入って公表している。

この点、欧州委員会競争総局によると、「GP の原則」については、全ての者が合意をしていたが、執行体制について合意に至らなかったとのことである。現在の焦点は、UTPs を受けた者が匿名で関係当局等に措置を採ることを要請する制度を導入するか否かである¹⁵。報復措置のおそれがあるから、そのような制度が必要だという主張がある一方、他方ではそのような制度を導入すれば誰でも措置申立が出来ようになり際限がなくなるので不適切だという議論が行われている。日本のように、匿名で申告し、当局が調査をし、当局が介入すべきだと考えれば措置を採るという制度は、両説中間にあるが、議論はされていないとのことである¹⁶。

(カ) 欧州委員会が、「食料品分野における選択とイノベーション (Choice and innovation in food sector)」をテーマとする調査研究の実施を公表 (2012 年 12 月 11 日) (詳細については、後記エ (ア) 参照)

(キ) 欧州委員会が、前記 (ウ) の High Level Forum の存続期間を 2014 年末まで延長することを決定 (2012 年 12 月 19 日)

エ 近時の動向

(ア) 欧州委員会競争総局による調査研究の実施 (2012 年 12 月 11 日)

欧州委員会競争総局は、「食品部門における選択とイノベーション (Choice and innovation in food sector)」をテーマとする調査研究を行うことを公表した。同調査研究は、食品産業の集中やプライベートブランド (own brand) 商品の増加が消費者や納入業者に悪影響を及ぼし得るか否かを評価するために必要なデータを収集することを目的としており、2013 年 2 月 14 日を期限に、研究者から調査研究の内容について公募を行い、2013 年中の最終レポート公表を目指していたが¹⁷、対象となる過去 10 年分のデータ解析を行っているところ、データ収集上の課題があり、公表時期は 2014 年秋となる見込みである¹⁸。

は、

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/hlf-third-meeting-final-report-cover_en.pdf
参照 (2014 年 5 月 22 日閲覧)。

¹⁵ なお、EU 競争法上は、措置の請求があった場合、法的措置を執らないと訴訟の対象となる一方、請求者は顕名、かつ、氏名・名称が公表されるという原則があるため、この点について議論が行われているものと思われる。

¹⁶ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会競争総局からのヒアリング調査による (2013 年 6 月 27 日実施)。

¹⁷ 欧州委員会 2012 年 12 月 11 日付プレスリリース

(http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1356_en.htm) (2014 年 5 月 22 日閲覧)

¹⁸ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会競争総局からのヒアリング調査による (2014 年 3 月

同調査研究は、欧州委員会における UTPs をめぐる全体の動きの一部として行われている。同調査研究は、イノベーションと商品選択肢がどのように変化してきたかを検証し、UTPs 規制のあり方を検討する上での素材とすることを目的とする¹⁹。

(イ) 欧州委員会によるグリーンペーパー及び欧州小売業行動計画の公表（2013 年 1 月 31 日）（詳細は後記（2）参照）

欧州委員会は、「欧州における食品及び非食品サプライチェーンにおける事業者間の不公正な取引慣行」と題するグリーンペーパー²⁰及び「欧州小売業行動計画」²¹を公表した。グリーンペーパーで行われている不公正な取引慣行の分析については、コンサルテーション（意見公募）を行い、2013 年 4 月 30 日を期限に一般市民、各種団体及び公的機関から広く意見を求めた²²。コンサルテーション締切後、影響評価（impact assessment）を行っているが、2014 年 5 月 1 日現在、結果の公表には至っていない。

他方、欧州小売業行動計画については、他の施策（e コマース行動計画など）と併せて 2014 年までには実行されることとなっており、2015 年に本計画の実施状況等をまとめたレポートを公表することを予定している。

(ウ) OECD 競争委員会への提出文書²³（2013 年 9 月 18 日）

この文書は、EU が OECD 競争委員会において 2013 年 10 月に開催された「食品チェーン産業における競争上の問題に関するラウンドテーブル」に先立ち提出したものである。その中で、多くの加盟国の食品サプライチェーンに見られる競争上の懸念として、生産者価格又は商品価格（producer and/or commodity prices）が下落しているのにもかかわらず、消費者価格が上昇を続けるという価格変化の伝達の非対称性（第 4 段落）、小売業者の寡占化、購買連合（buying alliances）の存在、プライベートブランドの成功による取引関係における小売業者のバイイ

12 日実施）。

¹⁹ 同上。

²⁰ Green Paper on Unfair Trading Practices in the Business-to-Business Food and Non-Food Supply Chain in Europe, COM(2013) 37 final

(<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0037:FIN:EN:PDF>)（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

²¹ Communication from the Commission, Setting up a European Retail Action Plan, COM (2013) 36 final (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0036:FIN:EN:PDF>)（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

²² 欧州委員会 2013 年 1 月 31 日付プレスリリース (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-78_en.htm?locale=EN)（2014 年 5 月 22 日閲覧）。なお、FAQ については、欧州委員会同日付メモ (http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-47_en.htm) 参照（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

²³ Roundtable on Competition Issues in Food Chain Industry—Note by the European Union—, Competition Committee, Directorate for Financial and Enterprise Affairs, DAF/COMP/WD (2013)105, 18 September 2013.

ングパワーの強化及びUTPsの存在（第5段落）等が挙げられている。

同文書はまた、欧州競争ネットワーク（European Competition Network, ECN）が2012年5月に公表した報告書²⁴にも言及しつつ、加盟国競争当局の中には、経済的依存関係の濫用に対する規制など、EU機能条約102条の射程を越えた国内競争法を適用していることを指摘する。規制の対象となっている行為の例として、小売業における小売業者とその供給者間の契約における濫用的な条項（不公正な危険負担条項、遡及的な契約条件の変更、特定の費用の濫用的な賦課等）が挙げられている。このほか、キプロス競争当局は、牛乳を輸送販売する乳製品組合(dairy cooperative)が、ヨーグルトを製造する酪農家との取引関係を違法に終了したことに対して経済的依存関係の濫用の規定を適用した事例を挙げている（第31-34段落）。

(2) グリーンペーパー、欧州小売業行動計画の概要

ア グリーンペーパー

(ア) 問題意識

この20年間で、小売業者同士の提携による小売業者の集中や、食品・非食品サプライチェーンにおける垂直統合が進み、また、小売業者のプライベートブランド商品の増加によって小売業者と自社ブランド商品を供給するメーカーが直接的な競争関係に立つようになってきている。こうした状況を踏まえて、少数の大規模事業者がサプライチェーンにおいて大きな価格交渉力（negotiating power）を有するようになってきている。

上記の事情は、サプライチェーン内のB to B取引においてUTPsを発生させ得るものである。上述のECNの報告書においても、大半の加盟国競争当局が食品分野におけるUTPsの存在を確認している²⁵（別紙2）。欧州委員会は、最近実施された実態調査（例えば、2011年の意見公募²⁶、別紙3）等においてもこの問題が確認されたとしている。

サプライチェーン内のB to B取引におけるUTPsについては、食品産業だけでなくそれ以外の産業でも生じ得るとの指摘があったことから、このグリーンペーパーでは、食品以外の産業のサプライチェーンのB to B取引においてもUTPsが存在するか否かについて広く情報を募っている。

²⁴ ECN: Report on competition law enforcement and market monitoring activities by European competition authorities in the food sector (24 May 2012)

(http://ec.europa.eu/competition/ecn/food_report_en.pdf) (2014年5月22日閲覧)。

²⁵ 同上。

²⁶ これに基づいて、2012年2月にレポート（Summary Report of the Responses Received to the Commission's Consultation on Unfair Business to Business Commercial Practice）が公表されている（http://ec.europa.eu/yourvoice/ebtp/consultations/2011/unfair_business/report_en.pdf）（2014年5月22日閲覧）。

(イ) UTPs の問題点

B to B 取引における UTPs は、中小事業者を含む事業者の短期的及び長期的な投資と技術革新の能力に悪影響を及ぼし得るものであり、ひいては EU 域内の持続可能な単一市場の発展に悪影響を及ぼし得るものである。

(ウ) UTPs として問題となる具体的内容（別紙 4）

UTPs は、高額なスイッチングコストなど取引先の変更を困難にさせる要因が存在する取引で発生しやすく、（金銭的な）コストと事業活動上のリスクを取引上劣位にある事業者へ移転しようとするものである。

具体的な行為類型としては、(i) 曖昧な契約条件の設定、(ii) 契約書面の不交付、(iii) 遡及的な契約条件の改定、(iv) 取引上のリスクの不当な移転、(v) 不当な情報収集、(vi) 不当な契約解除、及び(vii) 納入業者に対する供給地域の制限の 7 つの行為がある。

(エ) EU 加盟各国及び EU レベルでの法規制とエンフォースメント²⁷

UTPs にどのように対応するかは EU 加盟各国によって様々である。具体的には、競争法の範疇で規制を行っている国、取引法の範疇で規制を行っている国、個別取引への介入を避けるためにそもそも UTPs の規制を行っていない国などが混在している。また、UTPs に対する法規制を有する国同士でも、法目的が国ごとに異なっているほか、規制対象となる産業も国ごとに異なっている。

加盟各国が設けている UTPs へのエンフォースメントとしては、競争当局による行政措置（いわゆる単独行為に係る法規制に基づくもの）、民事上の損害賠償等²⁸があるが、その枠組みは加盟国によって様々である。このことは、中小事業者を中心とする事業者が EU 域内で広く事業を展開することを妨げ、ひいては単一市場の発展に悪影響を及ぼし得るものである²⁹。

一方、EU レベルでは、分野横断的な各種法規制が UTPs に当たる行為のいくつかを個別に切り出して規制しているに過ぎず³⁰、B to B 取引における UTPs 全体をターゲットとする一般的な法規制は存在しない³¹。

そのため、UTPs への統一的なエンフォースメントも存在せず、特定の産業のみを対象とする法規制の範囲内でエンフォースメントが設けられているにすぎない。

このこともまた、EU 域内の事業者が自国の国境を越えて事業活動を営むことを

²⁷ そもそも、市場における競争に着目する競争法と取引当事者間の契約関係に着目する UTPs 法規制では法目的が異なるとしている。

²⁸ これらのほか、行政的損害賠償（フランス）、オンブズマン（イギリス）を設けている国がある。

²⁹ また、2012 年に加盟各国の事業者に対して実施した実態調査によれば、自国のエンフォースメントに不満を抱いている事業者が少なからず存在していることが明らかになっている。

³⁰ 例えば、支払遅延防止指令は、支払条件という特定の問題のみに関係している。

³¹ 例えば、特定の産業における UTPs のみを規制する法規制が存在する。この点、競争法は産業横断的に適用されるものの、規制対象となるのは市場の競争に悪影響を及ぼす UTPs のみであり、全ての UTPs を規制しているわけではない。

妨げ、単一市場の発展に悪影響を及ぼし得るものである。

イ 欧州小売業行動計画

(ア) 構成

小売市場における単一市場の発展を念頭に、それを実現するための方策として、(i)消費者の権利の拡充、(ii)小売サービスへのアクセスの拡充、(iii)サプライチェーンにおける公正かつ持続可能な取引関係の構築、(iv)イノベーションの拡充、(v)労働環境の改善、の5つを挙げている。

(イ) UTPs に関する内容

上記 (iii) サプライチェーンにおける公正かつ持続可能な取引関係の構築においてUTPsが取り上げられている。この点、UTPsに係る具体的な行動計画としては、前記ア (ア) のグリーンペーパーの公表及び同グリーンペーパーへのコンサルテーションによって、UTPs に対する評価を明らかにする旨が定められている。

(ウ) その他の重点事項

上記(ii)以外についても、消費者が透明性及び信頼性のある小売情報へアクセスすることを確保するためのガイドラインを策定すること等が行動計画として記されている。

(3) グリーンペーパー公表後の動向³²

ア 影響評価の対象

影響評価の対象は、食品業 (food) を中心とする食品雑貨業 (grocery) であり、これらと関係のない衣料品などについては、網羅していない。他分野でも UTPs の問題があることが認識されているが、食品のように UTPs の問題が存在し何らかの対応が採られるべきことについて合意がないほか、欧州委員会としても、十分な意見の聴取も行えておらず、また市場の状況についての情報も十分に得られていない。また、食品に関して生じている UTPs の問題と、それ以外の分野で生じている UTPs の問題とは内容は異なるものであり、様々な分野に対して同じように適用される対応方法が存在するとは考えられない。このため、影響評価は専ら食品業のみを対象としており、他の分野での対応を行う予定はない。

イ 影響評価の見通し

UTPs が存在し、何らかの対応が必要であることについては、コンセンサスがある

³² 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会域内市場サービス総局からのヒアリング調査による (2014 年 3 月 6 日実施)。

が、EU レベルで何らかの措置を採るか否かについては、影響評価の結果次第である。しかし、UTPs に対して何が行われるべきか、についてはコンセンサスが存在しない。

コンセンサスに到達しなかった理由は、第 1 に、「報復を受けるおそれ」の解釈に関係し、私的取組だけでは不十分であり、公的介入が行われる必要があるという意見を持つ者と、公的介入は不用とする意見をもつ者と間で、コンセンサスが得られなかったことによる。前者は特に農家に見られる意見であり、措置請求者が氏名・名称の公表に応じなければ、正式の請求ができないとする現在の私的取組についても、苦情申立者の匿名性が保たれず、報復を受ける可能性があるため有効に機能しないとして、批判的である点を指摘している。

第 2 に、加盟国に委ねるか、EU レベルで措置を採るかについて、コンセンサスに到達していないということによる。近年、加盟国の中には UTPs に対応する立法ないし検討を行っている国もある。欧州委員会は、2013 年末の時点での加盟国における法規制について調査を行っており、近々報告書を公表する予定である。報告書では、加盟国競争法に基づく対応、取引法に基づく対応、これらとは完全に独立のものとして専ら UTPs に対応する法令を作った例などが網羅的に書かれることになる。

加盟国における規制についてのこのような動きは、一連の EU レベルでの動きから一定のよい影響を受けていると評価することもできるが、ここからさらに進んで EU として措置を採るかは別であり、コンセンサスが存在しない。

このため、EU レベルでの措置を採る場合には、措置を採る時機の見極めが重要になってくる。第一に、私的取組がどの程度機能するのかを観察する必要があること、あるいは少なくともこの効果を見てから EU としての意思決定をするということがある。第二に、加盟国での法規制の効果を見てから、EU としての立場を決定するということである。加盟国の国内法には UTPs に対応する様々な法令が存在しており、これらで十分であるという結論に至ることもあり得る。これらの背景があるため、EU レベルでの措置は採られておらず、意思決定が遅れる可能性がある。また、影響評価の結果公表がさらに遅れていることのもう一つの背景として、2014 年 5 月末に欧州議会選挙が控えていることもある。議会解散前に法案を提出したとしても、UTPs の問題は優先して扱うべきものではないため、立法に至ることは難しい。

ウ 私的取組と公的介入の関係

私的取組と公的介入は、補完的なものである。加盟国においても同様であり、公的介入のための立法措置を講じた加盟国においても、私的取組が行われており、私的取組の重要性は認識されつつも、公的介入が必要であるとして立法をしたという加盟国が多い。

公的介入の具体的方法には様々なものがあり、英国のようにオンブズマン方式を採るのか、別の方法にするのか、などについても様々な選択肢がある。EU レベルで

の立法としても、指令を通じて「加盟国は、——に対応する有効なサンクションを設けなければならない」ことを規定するという方法がある。UTPs についても、具体的な対応の仕方は設定せず、加盟国に委ねるという方法が存在する。EU レベルでの統一した法執行の仕方を決めるとなると、どのような機関がよいのか、いかなる手続を設けるべきかなどを詳細に検討することになるが、指令による立法であれば、これらの問題への対応を加盟国に委ねることも可能となる。

3 規制の枠組み

(1) 競争法

EU 競争法では、一方的行為、ないし一つの関係 (one relationship) [複数当事者との間で締結される合意ではないもの] に適用されるものは、EU 機能条約 102 条による支配的地位の濫用規制のみであるが、UTPs として論じられている事例のほとんどは行為者が支配的地位にないため、同条による規制は UTPs に用いることは困難である。

他方、加盟国レベルでは、競争法やそれ以外の法律により UTPs を規制している例が多い。一方的行為については、EU レベルでのハーモナイゼーションは部分的にしか行われておらず、加盟国には、102 条を越える規制（費用割販売の禁止など）を行うことが許されており、フランス、ポルトガルなどは実際に行っている。しかしながら、これらの規制についてハーモナイゼーションが行われたことはないし、その計画もない³³。

UTPs のうち、あらかじめこういうものが 102 条違反に当たるという説明はできないが、リベートや、排他条件付取引を取引相手方に強制して行う場合など UTPs とされるものが、102 条違反になることは十分にあり得る。現在、UTPs に当たる行為を 102 条違反の疑いで調査している例はなく、また近い将来のことも不明ではあるが、同条の要件を満たし違反行為が行われているのであれば、欧州委員会として措置を採っていくことになろう³⁴。

EU には、UTPs の問題は、102 条が禁ずる支配的地位濫用の問題ではないことについて広く合意がある。すなわち、支配的地位の認定においては、一定以上の市場シェアを有していることが重要であるが、大規模な小売業者でも 30% の市場シェアを超えるものは存在せず、30% を超えないようでは、支配的地位を認定するための最低限のいき値さえクリアしていないからである。したがって、支配的地位の濫用問題ないし 102 条違反の問題にはならない。専ら納入業者と小売業者の二者間の関係に着目して、相対的な市場支配力や、従属的地位というのを見るのであれば、これら力や地位が存在することはあるだろう。しかしながら、これらの地位・力があるとしても、102 条の間

³³ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会競争総局からのヒアリング調査による（2013 年 6 月 27 日実施）。

³⁴ 同上。

題になることはない³⁵。

(2) 支払遅延防止指令

ア 旧指令

(ア) 採択の背景

2000年6月29日、2002年8月8日を実施期限とする、旧・支払遅延防止指令（以下「旧指令」とする。）が採択された。欧州委員会は、旧指令採択に先立ち行動計画文書（1997年6月4日）を公表し、支払遅延が単一市場の成功にとって大きな障害となっていることを強調したほか（前文5段）、同年7月17日には、商業取引における支払遅延に関する報告書を公表した（前文6段）。長期の支払期限の設定又は支払遅延により、中小企業を中心とする売手事業者は過剰な事務的・財政的負担を負わされており、倒産の主な原因となっているほか、事業者の存続をも脅かすものであり、失業の原因にもなっている（前文7段）。加盟国の中には、EUの平均からみて、長期の契約上の支払期限を設定しているものもあり、域内市場が適切に機能する上での障害となっている（前文8、9段）。1995年5月12日に欧州委員会が「商業取引における支払期限に関する勧告」³⁶を採択してからも、多くの加盟国において支払遅延を巡る状況には改善が見られず（前文11段）、域内市場における支払遅延の問題は、加盟国単独ではなく、EU全体で取り組む方がより良く目的を達成できると考えられる（前文12段）。

支払遅延指令の主たる目的は、中小企業の保護にあり、企業産業総局における中小企業保護政策の一環として支払遅延に対する一連の取組を行っている。中小企業は、EUにおいて重要な地位を占めており、多くの者を雇用するとともに、経済成長の核となっており、欧州経済を強めるためにも、中小企業の保護は重要である。

(イ) 旧指令の概要

旧指令は、商業取引に伴う全ての支払に適用される（1条）。支払を遅延した者は、契約に定められた支払期日の翌日又は支払期間終了後より、所定の支払遅延利息を支払うものとする（3条1項(a)）。支払期日又は支払期間の定めのない場合、支払義務者は、(i)請求書の受領日又はそれに相当する支払要請（以下「請求書の受領日」とする。）から30日後、(ii)請求書の受領日が定かではない場合には、対象となる商品またはサービス（以下、一括して「商品」とする。）の受領から30日後、(iii)支払義務者が商品の受領よりも先に請求書を受領した場合は、

³⁵ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会域内市場サービス総局からのヒアリング調査による（2014年3月6日実施）。

³⁶ Commission Recommendation of 12 May 1995 on payment periods in commercial transactions (95/198/EC) [1995] OJ L127/19.

対象となる商品の受領日から 30 日後、(iv)受領又は確認の手続が法定されているか契約に定められており、支払義務者が受領又は確認の手続を行う期日より先に請求書を受領した場合には、請求書の受領日から 30 日後をそれぞれ支払期日とし、これに遅れた場合には、欧州中央銀行の基準金利に 7 %を加えた利率に基づく支払遅延利息を支払うものとする（3 条 1 項(b), (d)）。支払を受ける者は、契約上又は法的な義務を履行しており、支払義務者が支払遅延について責めを負わない場合を除いて期日までに所定の金額を受領していない場合に、支払遅延に対する利息を受け取ることができる（3 条 1 項(c)）。支払義務者が支払遅延について責めを負わない場合を除き、支払を受ける者は支払遅延に起因するすべての関連する費用の回収のために必要な補償を合理的な範囲で求めることができる（3 条 1 項(e)）。国内法に定める所定の契約については、加盟国は上記期限を 60 日とすることができる（3 条 2 項）。

イ 現行指令

（ア）採択の背景³⁷

旧指令第 6 条 5 項には、2002 年 8 月 8 日から 2 年経過後に、実施状況を見直し、改正について検討する旨の規定が置かれており、影響評価を経て、2011 年 2 月 16 日、2013 年 3 月 16 日を実施期限とする現行の支払遅延防止指令（以下「現行指令」という。）が採択された。現行指令導入の背景には、影響評価を行う中で、加盟国により深刻さの度合いは異なるが、支払い遅延が欧州全体で依然として広範に存在することが明らかとなったことがある。

現行指令の注目すべき点として、次の諸点が挙げられる。第 1 に、私人間の取引に係る規定と、公的機関と私人の間の取引に係る規定との間に差異を設けたことである。これは、旧指令の実施状況を調査する過程で、私人間の取引における支払遅延の方が深刻であることが明らかとなり、公的機関と私人の間の取引における支払遅延については、加盟国間で一歩進んだハーモナイゼーションを行うことができる見通しが得られたことによる。第 2 に、法定支払遅延利息を 1 %引き上げ、7 %から 8 %とした点である。第 3 に、「全く公平を欠く (grossly unfair)」³⁸ルールをより厳しいものとした点である。第 4 に、各加盟国は上記法定支払遅延利息以上の利息を設定できるところ、各加盟国の定める法定支払遅延利息を公表させることで、透明性を高めた点である。

第 3 の「全く公正を欠く」のルールの強化は、現行指令第 7 条に関係する。旧

³⁷ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会企業産業総局からのヒアリング調査による（2014 年 3 月 7 日実施）。

³⁸ “grossly unfair”とは、「明白に公平を欠いていること、単なる不公平以上であることが明らかなこと、均衡を失するほど不公正 (manifestly unfair; clearly more than merely unfair; disproportionately unfair)」であることをいう

(<http://www.duhaime.org/LegalDictionary/G/GrosslyUnfair.aspx>)（2014 年 7 月 8 日閲覧）。

指令の対応規定では、契約条項（contractual terms）ないし terms という概念が使われていたのに対し、現行指令では、書面による契約条項以外の取引上の諸行為をも問題とできるようにすべく、terms and practices として practice を含めるようにした。その背景として、欧州では、contractual terms という場合には、書面による契約条項だけをさすことが多い中、そもそも書面で契約を作っていないことが多いこと、とりわけ契約更新があったときには従前どおりとするなどということを口頭で取り決めて契約書面を作成しないことが多いこと、そして口頭で行われるこのような取引の過程で交渉力の濫用などが行われていることが明らかになったことがある。

このほか、最低 40 ユーロの回収費用の補償を定める第 6 条を追加したことも、現行指令の特徴である。同規定は、支払遅延利息の支払い義務に加え、弁護士費用等も支払う義務があるとするもので、抑止力を強めたものである。本条は、合理的な補償水準については具体的に規定しておらず、加盟国が柔軟に判断できるようにしている。

なお、現行指令を制定する過程では、欧州委員会、欧州理事会、欧州議会の間でコンセンサスが形成されたほか、ほとんどのステークホルダーは、現行指令の制定に賛成の態度をとっており、目立った意見対立はなかった。

（イ）現行指令の概要

支払遅延は、支払を受ける者の流動性にマイナスの影響を与えるほか、事業者の財務運営を複雑にし、支払を受ける者が支払遅延を理由に外部から資金手当を行う必要がある場合には、競争力と収益性に影響を与えるものである（前文 3 段）。また、国内取引と越境取引に適用される規則に大きな差異がある場合には、競争の歪曲が生じるおそれがある（前文 5 段）。欧州委員会は、2008 年 6 月 25 日に公表したコミュニケーション「中小企業優先－欧州の中小企業法（Think Small First－A Small Business Act for Europe）について」の中で、中小企業の金融へのアクセスが容易となり、商業取引における時宜に適った支払が行われる事業環境の必要性を強調した。この点について、公的機関は特別な責任を負っている（前文 6 段）。2008 年 11 月 26 日付の「欧州経済回復計画（European Economic Recovery Plan）」と題するコミュニケーションの優先事項の 1 つとして、中小企業宛を含む商品とサービスに対する請求書は、流動性を高めるべく原則として 1 か月以内に支払われるものとするにより、事務的な負担を軽減し、企業活動を促進することが挙げられている（前文 7 段）。

現行指令は、商業取引における支払遅延に対処し、域内市場が適切に機能することを確保し、とりわけ支払を受ける中小企業の競争力を高めることを目的とする（1 条 1 項）。事業者間の取引及び事業者と公的機関の間の取引において、支払

を受ける者は、契約上又は法的な義務を履行しており、支払遅延についての責めを支払を受ける者が負わない場合を除いて、期日までに所定の金額を受領していない場合、支払義務者に対する通知を行うことなく、支払遅延に対する利息を受け取ることができる（3条1項、4条1項）。支払期日又は支払期間の定めのない場合、支払義務者は、(i)請求書の受領日から30日後、(ii)請求書の受領日が定かではない場合には、対象となる商品の受領から30日後、(iii)支払義務者が商品よりも先に請求書を受領した場合は、対象となる商品の受領日から30日後、(iv)受領又は確認の手続が法定されているか契約に定められており、支払義務者が受領又は確認の手続を行う期日より先に請求書を受領した場合には、請求書の受領日から30日後をそれぞれ支払期日とし、これに遅れた場合には、ユーロ圏の加盟国は欧州中央銀行の基準金利、非ユーロ圏の加盟国は自国中央銀行の基準金利に基づく支払遅延利息を支払うものとする（3条3項、4条3項、2条7項）。

加盟国は、3条及び4条の規定に従い、商業取引における支払遅延利息が請求可能になった場合、支払いを受ける者は支払義務者から、支払義務者に対する通知なく、回収費用の補償（compensation for recovery costs）として最低でも40ユーロを受け取れるようにする（6条1項、2項）。また、支払いを受ける者は支払義務者の支払遅延に起因する上記40ユーロを超えた金額について、合理的な補償を受け取ることができ、これには弁護士費用や回収担当者の費用を含めることができる（6条3項）。

加盟国は、支払期日又は期間、支払遅延の場合の遅延利息、損害回復のための補償に関する契約条項が、支払を受ける者にとり不公正である場合には、当該条項を実施不可能なものとするか、損害賠償請求の訴えを容認するものとする（7条1項）。支払遅延利息を排除する契約条項や契約慣行は不公正である（7条2項）。補償を排除する契約条項や契約慣行も不公正である（7条3項）。加盟国は、支払を受ける者及び支払義務者の競争者の利益のために、上記の不公正な契約条項を防止する上で適切かつ効果的な手段を確保する（7条4項）。前項の措置には、支払を受ける企業を正式に代表していると認められる組織、又は企業を代表することに正当な利益を有している組織が、国内法に従い、裁判所又は権限のある行政機関に対し、第1項に照らして契約条項や契約慣行が不公正であるという理由で訴えを提起できる条項が含まれるものとする（7条5項）。

このほか、当事者間で支払期日を設定する自由（5条）、透明性の確保に関する規定（8条）、支払を受けるまでの権限保持（9条）、争いのない請求の回収手続（10条）、加盟国による2016年3月16日までの本指令の実施状況に関する報告義務（11条）等についても定められている。

4 執行状況

(1) EU レベルでの規制

上述のように、支払遅延防止指令の採択を除き、現在のところ、EU レベルでの規制は行われていない。支払遅延防止指令の加盟国における執行状況（実施状況）は、次のとおりである³⁹。

EU としては、支払遅延問題については、指令が定める最低限の基準を遵守しさえすれば、それ以外のことは加盟国が自由に決めてよいという姿勢を取っており、加盟国全てのルールが一致していなければならないとは考えていない。したがって、加盟国は、指令が定める基準を越えるより厳しい基準を設定することもでき、支払遅延問題に対応する追加的な法的措置を講じることもできる。実際に、法定遅延利息については、現行指令では、ユーロ導入国については欧州中央銀行の基準金利に8%を上乗せした利率と定められている中、多くの加盟国がより高い利息を設定している。EU が、最低限の基準以外について、加盟国が自由に決めてよいとの姿勢を取る理由は、第1に、EU が指令という法形式により何らかの措置を採る場合、加盟国が指令を国内において実施する際には、指令が設定する最低限の基準を守りつつ、より良い規制を行うことは自由であること、第2に、その際には透明性を確保すること、具体的には加盟国で導入した規制・措置を指令に基づいて欧州委員会に通知する義務を守ること、欧州委員会が加盟国の規制と実施状況を確実に把握できることが、加盟国の動きをみる上で、EU にとって重要であること等によるものである。

現在、欧州委員会企業産業総局は、加盟各国の主要都市をまわって、中小企業を集めたセミナーなどを開催して、支払を受ける企業の持っている権利を知らせる広報活動を実施している⁴⁰。その中で、加盟国の採っている措置、及び現実には生じている問題について情報を得ている。これら情報を通じて、現行指令策定時には予想しなかった実際上の問題についての理解が得られるという効果があることが予想される。

現行指令においては、2016年に加盟国が欧州委員会に対して自国内での同司令に基づく規制や措置の実施状況について報告する旨の規定が置かれている（第11条）。この報告の中で、現行指令の実施上生じた具体的な問題等が明らかにされる見込みであるが、現時点では、それまでに欧州委員会としては、実施状況、具体的問題、具体的事例についてまとめた文書を公表する予定はない。

加盟国における実施状況のレビューは、2段階に分けて考えることができる。すなわち、第1段階が国内法化の段階であり、第2段階が、国内法化した後の執行状況である。

³⁹ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による欧州委員会企業産業総局からのヒアリング調査（2014年3月7日実施）による。なお、本項目の記述には、ヒアリング対象の企業産業総局担当官の意見・評価が含まれている。

⁴⁰ 広報活動の詳細は、欧州委員会企業産業総局ウェブサイト（http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/fighting-late-payments/late-payment-campaign/index_en.htm）参照（2014年5月22日訪問）。また、現行指令8条も参照。

すなわち、国内法化はしたものの、執行していないということであれば、指令に反することになるが、指令に反している場合、欧州委員会は、まずは警告を発して、必要があれば当該加盟国に対する指令違反手続を行っていくことになる⁴¹。

加盟国では、指令に定められていることを越えて、様々な取組を行っている。国内法化の仕方も様々である。注目される取組例として、例えば、ギリシャ、スペイン、イタリア等の南欧諸国では、支払遅延問題が深刻である傾向があるが、南欧の加盟国では、支払遅延指令を効果的に国内で実施するに先立ち、まず、現存する多額の未払債務を払わせるための措置を導入している。これは、多額の未払代金がある中では、これから行う取引について支払遅延を規制しても意味をなさないためである。

また、英国では、「迅速支払規程 (Prompt payment code)」⁴²を策定した。このような規程の策定は注目に値するもので、将来的にベストプラクティスをまとめることになったときに、英国の規定はベストプラクティスの一つになる可能性がある。

このほか、スペインなどでは、中小企業等を構成員とする代表的な事業者団体に3年間、レビューをさせて、支払遅延に関する現状がいかなるものであって、改善の余地があるかどうかを政府に報告させるようにしている。

ある国で効果的である措置であっても、他国では効果がない可能性が考えられる。上述のキャンペーンの最後には、ブリュッセルで、加盟国各国で支払遅延問題の担当者が集まり、加盟国各国の取組を相互に紹介しあった上で、他の加盟国でも採用できるか否か等について話し合うことにしている。不況であることを理由として、大企業が支払を怠るほか、中小企業に十分なキャッシュフローがなく、支払ができない状況になることも考えられる。このような状況に陥った場合のことを考慮して、現行指令では、柔軟に支払期限を設定することを認めている。一般に重要なのは、支払期日がいつか、ということではなく、支払期日が明確に定められそれが遵守されることである。支払期日が分かりさえすれば、それに合わせて資金計画を立てて対応できるからである。支払期日を柔軟に設定することができることは、支払能力の低い中小企業にとっても利益になることがあると考えている。支払期日の延期（支払期日の遡及的・事後的変更）も、同様であり、当事者間で柔軟に設定できるのがよいと考えている。現在のような不況下では、特にそうである。もっとも、支払期日を設定する過程で、交渉力の濫用があってはならない。そこで、指令では、全く公正を欠く行為を行ってはならないと定めている。

支払期日の延期に係る紛争については、仲裁制度によって解決されるのがよいと考え

⁴¹ たとえば、Commission requests Belgium and Germany to implement the Late Payment Directive (http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7099&lang=en) 参照 (2014年5月22日閲覧)。

⁴² 迅速支払規程は、英国に見られる支払慣行を変えることを目的とした、業界の自主的な申し合わせであり、同規程に調印した者は、契約に定められた支払期日を厳守することが求められる。これまでに調印した事業者は、1600を超えている。詳細は、(<http://www.promptpaymentcode.org.uk>) 参照 (2014年5月22日閲覧)。

ている⁴³。不当な延期か否かについて、両当事者が裁判所で争うことも考えられるが、欧州では、裁判所の判決が出るまでには長い時間がかかり、提訴すればそれによって良好な取引上の関係が終わってしまうことも多い。よって、代替的紛争解決制度が活用されることがよいと考えている。

具体的事例においては、現行指令第3条第1項の「債務の履行完了 (fulfilled)」の有無や、「債務者の責めによらない」ものかどうかが争われる可能性はある。これら概念について争いがある場合には、各加盟国の法令を参照し、裁判所等の機関で判断がなされることになる。これら概念の意義、解釈又は運用について、EU として、ハーモナイゼーションを行う計画は存在しない。また、これらの規定の文言について疑義があったときに、企業総局として回答を出すということはなく、加盟国の判断を尊重しようという立場をとっている。この分野におけるハーモナイゼーションは、ミニマムなものに留めるというスタンスで臨んでいる。

(2) 関係事業者による自主的な取組⁴⁴

EU レベルでの執行としては、関係事業者による自主的な取組に留まっている。

ア SCI (The Supply Chain Initiative) 設立の経緯

ハイレベル・フォーラムの後、欧州委員会から、関係事業者間（農家、製造業者、小売業者を含む）で UTPs への対処方法について話し合うことが勧められ、議論が開始された。その結果、UTPs が現に存在することが確認され、「食品サプライチェーンの垂直的関係：GP の原則」が採択された。その後、同原則を実施する段階となり、2013 年 1 月には、欧州レベルの 7 事業者団体が、実施のための枠組文書⁴⁵を作成した。同文書においては、上記原則の遵守等を内容とする一連の約束が行われ、実行に移すための民間機関として、2013 年 9 月に SCI が設立された。

イ SCI 登録事業者

SCI では、所定の要件（①上記原則遵守の確約、②UTPs への対応に関する自己評価の実施、③紛争処理手続に関する約束）を満たした事業者を登録し、事業者の名前を公開している⁴⁶。登録事業者数は、現時点（2014 年 3 月）で 57⁴⁷であり、うち

⁴³ 現行指令前文第 38 段参照。

⁴⁴ 元 CPRC 客員研究員・和久井教授による SCI からのヒアリング調査（2014 年 3 月 10 日実施）による。

⁴⁵ Framework for the implementation and enforcement of the principles of good practice in vertical relations in the food supply chain
(http://www.supplychaininitiative.eu/sites/default/files/b2b_voluntary_initiative_framework.pdf) (2014 年)。

⁴⁶ SCI 登録事業者については、SCI

ウェブサイト(<http://www.supplychaininitiative.eu/registry>)参照（2014 年）。

⁴⁷ SCI の 2014 年 7 月 2 日付プレスリリースによると、登録事業者数は、100 を超えている

(<http://www.supplychaininitiative.eu/news/press-release-%E2%80%93-supply-chain-initiative-reaches-100-registrations>) (2014 年 7 月 10 日閲覧)。

20 は中小企業である。会社グループの親会社 1 社も登録されており、EU 内で事業を行っている同社の子会社を個別にカウントすると、400 を超える事業者をカバーしている。

③の紛争処理手続については、取引の相手方との間での紛争を巡り、司法、仲裁、調停及び内部的紛争解決手段（internal dispute resolution system）⁴⁸という紛争解決手段の全てを利用できるようにすること、また、紛争処理の窓口となる担当者をあらかじめ設定することが登録の要件とされており、紛争の迅速かつ効果的な解決を目指している。

また、SCI では、登録に関心を示しているが、登録に向けた準備が必要である事業者 70 との間で、基本合意書（Letter of Intent, LOI）を交わしてもいる。LOI を交わした事業者に対しては、登録に向けてどのような取組をする必要があるかなどをアドバイスしている。

ウ SCI の活動

SCI は、上記の登録、審査、助言、ウェブサイト上での情報提供活動のほか、次の活動を行っている。第 1 に、欧州の仲裁調停機関に関する情報を提供し、第 2 に、事業者が本原則の遵守、また遵守に向けて行うべきことの自己評価の一助とすべく、チェックシート（Compatibility table）⁴⁹を用意した。第 3 に、加盟国の関係団体（事業者団体）らに呼びかけて、対話を行うよう働きかけを行っている。SCI 及びその基になったハイレベル・フォーラムは EU レベルのものであるところ、SCI としては、全ての加盟国ごとに、国内の関係者による UTPs に対する取組を始めて欲しいと考えている。

なお、加盟国レベルでの取組状況は国によって様々であり、ベルギーでは相当程度対話が進んでいる状況にあり、農家も含む全ての関係者が参加し、あるべき対応について話し合いが進んでいる一方、全く議論が始まっていない加盟国も存在する。第 4 に、登録事業者における UTPs に対する取組状況に関する調査である⁵⁰。これは毎年実施されるものであり、第 1 回の調査結果は 2014 年 9 月までに揃い、10 月には詳細が明らかになる見込みである。同調査により、紛争の類型、解決手段、解決手段の選択理由、紛争解決に要した時間等が明らかにされることになる。

⁴⁸ 内部的紛争解決手段として、UTPs を受けた者は、違反行為を行った事業者内部に設置される内部紛争解決機関（internal dispute resolution body）へ訴えることができる。内部紛争処理手続は、取引とは独立したものであることを有し、公平で迅速であることを有する。同手続においては、訴えを提起した者が取引において影響を受けることがないようにすることが求められる（前掲・SCI 枠組文書 6 頁）。

⁴⁹ チェックシートについては、SCI ウェブサイト（<http://www.supplychaininitiative.eu/library>）「Self-assessment tool」参照（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

⁵⁰ 質問票は、上記 URL の「Questionnaire of the annual compliance survey」参照（2014 年 5 月 22 日閲覧）。

エ SCI と欧州委員会、政府機関との関係

SCI は、欧州委員会から完全に独立しており、欧州委員会が SCI をリードしているということはない。他方、SCI と欧州委員会の間では、密な連絡を行っており、SCI から欧州委員会に対して毎月報告を行っている。

欧州委員会は、SCI による自発的な取組の状況を観察しつつ、拘束力ある立法措置や規制を行うことの検討を行っている。欧州委員会自身も、SCI の調査とは別に、2014 年末までに UTPs に係る状況について調査を行う予定であるようである。

SCI は、欧州委員会に対し、自発的な取組がうまく機能するためには時間が必要だという主張をしており、SCI が中心となって行っている事業者による自発的な取組を成功させるチャンスを与えてほしいと主張している。

政府機関に対して期待することとしては、SCI の宣伝である。登録の推奨を政府機関が行えば有効であるが、事業者は登録をしなくても、ある程度までは便益を受けることができる。たとえば、登録した小売業者には「登録した製造業者との取引においてのみ UTPs を行わない」というのではなく、登録の有無を問わず全ての取引先との間で UTPs を行わないようにすることが求められる。このため、納入業者は、登録を行っていなくても、SCI の取組から利益を得ることができる。大規模小売業者は、数千に上る者と取引を行っているから、大規模小売業者 1 社が登録をすれば数千の納入業者に便益がある程度は及ぶ。しかし、登録しない納入業者は全ての便益を受けることができず、とりわけ紛争解決のために提供している枠組については、登録事業者の間でのみ適用される。このため、SCI としては、より多くの事業者による正規の登録を望んでいる。

オ 自発的な取組の成否について

UTPs に対しては、強制的な手段、立法の必要性を主張する議論もみられるが、SCI を中心とする取組にはメディアが利用されており、また事業者にとっても、結果が公表されることから、遵守しようとする強いインセンティブがあり、成功する可能性はあるものと考えている。UTPs というものが現にどのように行われ、どのような対策を採れば有効に解決・防止できるのかをよく理解しているため、有効な措置を採りやすい立場にある事業者団体が主導して行う自発的な取組には、利点がある。

なお、報復のおそれが懸念されていることは確かであり、強制手段や立法等が必要だという主張の理由ともなってきた。しかしながら、報復のおそれは必ずしも決定的なものではないと考えられている。SCI では、司法手続（時間と費用を要するため有効な解決手段とならない）以外の紛争解決手段を用意しているが、これらの場で、紛争当事者双方が議論を尽くし、何が問題であり、いかに解決されるべきであるかについて話し合った上で、紛争解決に至れば、報復という手段は採られないのではないかと考えている。

カ 農家の立場

農家（農業者）の立場を代表しているのは、Copa Cogeca である⁵¹。Copa Cogeca は、GP の原則には署名をしたが、枠組文書には署名をしなかった。農家は、小売業者の UTPs による影響、すなわち被害を最も受けやすい立場にある。Copa Cogeca は、「二面的な (twofold) approach」、すなわち自発的な取組に加えて、拘束力のある法規が存在すべきであると主張している。匿名による解決手段が用意されるべきであるとの主張も行っている。

SCI は、Copa Cogeca の主張について、自発的取組と、拘束力ある法規の両者の両立について明らかにすることを求めている。また、匿名ベースでの紛争解決手段については、具体的な在り方が不明である。一対一の紛争の場合、匿名での紛争解決は、法律家にも確認したところ、法的に不可能である。

目下、SCI は、Copa Cogeca とともに議論を続けており、現在のところは上記 2 点について回答を待っている。

キ EU と加盟国の関係について

ある国のモデルを、他の加盟国に輸入できるとは考えていない。加盟国は、それぞれの国の状況に応じた解決方法を確立すべきだと考えている。英国などの例を比較すると分かるように、加盟国では、法律・規制の状況が異なっている。EU レベルでの取組と、加盟国レベルでの取組は、相互補完的なものであると考えている。

5 小括

EU における相対的優越的地位の濫用の問題に対しては、EU レベルでは、支払遅延防止指令の採択を除き、具体的な取組は行われていない。しかしながら、EU 各国においては、食品業を中心に UTPs の存在が認識されており、加盟国レベルでは既に規制の枠組を導入している例も見られる。EU レベルでは、加盟国における UTPs の実態及び規制の実態を整理した上で、規制の在り方について、目下、まさに検討が行われている最中である。他方、自主的な取組については、SCI が 2013 年 9 月に設立され、組織的な取組が始められたばかりであるが、参加する事業者数の拡大とともに、一定の成果を挙げつつあるようである。

EU レベルでの UTPs 規制の方向性は、近々公表されるグリーンペーパーの影響調査の結果により示される見込みであるところ、継続的にフォローしていく必要がある。

⁵¹ 詳細は、同団体ウェブサイト (<http://www.copa-cogeca.be/Menu.aspx>) 参照 (2014 年 5 月 22 日訪問)。

「食品サプライチェーンにおける垂直的關係：良い取引慣行の原則」
(2011 年 11 月 29 日食品サプライチェーンをより良く機能させるためのハイレベル・フォーラム専門家委員会公表) について

1. 概要

2011 年 11 月 29 日に公表された“Principle and Good Practice”には、「良い取引慣行の原則」と「公正な取引慣行及び不公正な取引慣行の事例」が盛り込まれている。

2. 良い取引慣行の原則

(1) 一般的な原則

一般原則としては、①消費者利益の確保、②契約の自由及び③公正な取引の 3 項目が立てられている。

具体的には、契約当事者は、常に消費者利益、サプライチェーンの持続可能性、効率性の最大化及び資源の最適化に配慮し、誠実かつ勤勉さをもって相手方の自主性を尊重した取引を行うべきだとしている。

(2) 個別の原則

個別の原則として、以下の 7 項目が立てられている。

① 契約条件の書面化

契約当事者は、例外的な場合を除いて、できる限り詳細な契約条件を定めた上でそれを書面化しなければならない。

② 予見可能性の確保

契約当事者は、契約条件を一方的に変更してはならない。

③ 契約の遵守

契約当事者は、契約に誠実に従わなければならない。

④ 情報交換

契約当事者間で情報を交換するに当たっては、競争法を含む関係法令を遵守しなければならない。

⑤ 秘密保持

相手方から提供された情報は、秘密保持に留意しつつ適切に取り扱わなければならない。

⑥ 適正なリスク負担

ビジネス・リスクを不当に契約の相手方へ移転してはならない。

⑦ 正当な権利行使

不当な目的のために何らかの恫喝を行うことは慎まなければならない。

3. 公正な取引慣行及び不公正な取引慣行の事例

前記2(2)の個別の原則を基に、契約締結から契約解消までの一連のプロセスについて、正当な行為と認められる事例と正当な行為とは認められない事例（UTPsに該当する事例）が示されている。以下では、各項目のうち、正当な行為とは認められない事例のみを抜粋する。

(1) 契約の書面化

契約締結時に、重要な契約条件を書面に明記しない行為はUTPsに該当する。

(2) 契約条件の内容

不公正な条項を含む契約条件を課す行為はUTPsに該当する。

(3) 契約解除

通知期間が全くない又は不当に短い場合に契約を一方的に解消する行為はUTPsに該当する。また、十分な通知期間がある場合でも、一方的に設定した売上目標が達成できなかったことを口実とするなど正当な理由が認められない契約解除はUTPsに該当する。

(4) 契約上の制裁

契約上不明確な制裁を課す行為、比例原則に反する制裁を課す行為及び各種法令に違反する制裁を課す行為はUTPsに該当する。

(5) 一方的行為

商品やサービスの価格を一方的かつ遡及的に改定する行為はUTPsに該当している。

(6) 情報の取扱い

契約交渉に関係する情報及び相手方が受領を合理的に予期している情報を提供しない行為はUTPsに該当する。また、相手方から提供された機密情報を、相手方の同意なく自社の競争力を高めるために用いる行為もUTPsに該当する。

(7) ビジネス・リスクの配分

反対給付のない金銭の支払を求める行為、自社のビジネスのために金銭負担を求める行為、自社の販売促進費用の負担を求める行為及びマーケティングや販売促進について正当な請求を行わせない行為はUTPsに該当する。

(8) 前払金

新商品の取扱いから生じるリスクの程度を不当に上回る前払金の支払を求める行為はUTPsに該当する。

(9) 契約中断の恫喝

正当な権利主張に対する報復など不当な目的をもって契約関係の中断又は解消の恫喝を行う行為はUTPsに該当する。また、商品又はサービスを提供していないにもかかわらず金銭の支払を求める行為及び提供した商品又はサービスに比して不当に

高額な金銭の支払を求める行為は UTPs に該当する。

(10) 抱き合わせ

本来の取引に併せて自社若しくは自社の指定する第三者の商品若しくはサービスを購入する行為又は供給を求める行為は UTPs に該当する。

(11) 商品の納入及び受領

不当に有利な立場を得るために、故意に商品の納入又は受領を遅らせる行為は UTPs に該当する。

以上

EU 加盟国による食品等市場実態調査の例

国	調査対象	公表年	指摘された問題点	提案されている対応策（（☆）は現行のもの）
ポルトガル	食料品取引 （小売業者・卸売業者間）	2005 年	事後的なリベート，不利な支払条件，支払遅延	
	大規模小売業者・納入業者間	2010 年	競争への重大な影響がないため，ほとんどの事例について競争法違反とは言えないものの，問題解決の方策が必要とされる慣行が認められる	不公正取引に関する法又は業界自主規制としての行動規範（☆）の活用，同行動規範の法制化，不公正取引に関する新法制定や既存の法律の運用強化，支払遅延に関する EU 指令の執行
フィンランド	食料雑貨取引（納入業者・小売業者間）	2012 年	販売支援金，返品等ビジネス・リスクの移転（→こうした納入業者の負担は，価格への上乗せ，生産の削減，革新意欲の減退，力の弱い小売業者との取引条件を改善することによる小売業者間の競争への悪影響（waterbed 効果）につながる）	
イタリア	大規模小売	2010 年	前払金等各種賦課金	
スロベニア	日用品取引	2008 年	経済的に正当化される利益を超えるリベート	
チェコ	農産物・食料品	2010 年	事後的なリベート，開店協賛金，販売協賛金，金利引き，高額制裁賦課，返品	農産品・食料品販売における重大な購買力濫用規制法（☆）
リトアニア	納入業者・小売業者間	2008 年 2009 年	不公正な取引慣行	小売取引における不公正活動禁止法（競争法の適用範囲外を対象とする。競争当局が運用）（☆）
ポーランド	日用品取引 （製造業者・小売業者間）	2005 年	小売業者による各種賦課金	

	者間)			
イギリス	食料雑貨取引（納入業者・小売業者間）	2008 年	事後的な一方的契約変更，前払金，リスティング・フィー等，納入業者に過度のリスクや予想できないコストをかけさせるもの→納入業者の投資意欲を減退させる	食料雑貨実践規範（Groceries Supply Code of Practice）の制定（2010 年）（☆），オンブズマンの設置
スペイン	食料品取引（製造業者・小売業者間）	2011 年	①実際のサービスとは結びつかないのに小売業者から課せられる支払，②契約条件が書面化されていない，③契約条件の予期せざる変更で遡及効を有するもの，④販売前の新商品に関する過度な情報の提供，⑤最恵国待遇と同様の契約条項，⑥他の小売業者との取引に関する機密情報の提供義務長期的には，製造業者間・小売業者間の競争に悪影響を及ぼす	契約の書面化，契約条件の事後的変更の制約，支払条件の透明化・適正化
ルーマニア	食品取引	2009 年	陳列料，最恵国待遇と同様の契約条項，販売不振リスクの転嫁	競争法ではなく取引法による対応（取引当事者間の交渉や訴訟による解決），食料品取引における良い慣行法（2009 年）
ブルガリア	納入業者・小売業者間	2010 年 2011 年		規制枠組みの導入

（注）納入業者から得た機密情報は，小売業者が PB 商品を開発・販売する際に悪用されているとの指摘がある（スペイン）

以上

「欧州委員会実施の不公正な B to B 商業取引に係る意見公募に寄せられた意見の概要報告」（2012 年 2 月 12 日欧州委員会公表）について

1. 概要

2012 年 2 月 12 日、欧州委員会が “Summary Report of the Responses Received to the Commission’s Consultation on Unfair Business to Business Commercial Practice” と題するレポートを公表し、その中で、UTPs の具体的な内容について言及した。

本報告は、2011 年 4 月 13 日に公表された “Single Market Act - Twelve levers to boost growth and strengthen confidence” における、「不公正取引への対応策を採る」との政策的意思表示に基づいて実態把握を目的として行われたものであり、2011 年 7 月 14 日に開始されたコンサルテーション（意見公募）を基に作成されている（レポートでは、無効回答を除く 746 回答を分母としてパーセンテージを算出している。）。

なお、本報告によると、58%の回答者が各国における不公正取引解消に係る現行のエンフォースメントの仕組みでは十分ではないと考えている。また、80%の回答者は、報復のおそれ、契約を切られるおそれ、コストがかかりすぎるといった理由から、現行のエンフォースメントの仕組みを利用していない。

2. UTPs の具体的な内容

(1) 契約締結前の UTPs

当初、調査において示された選択肢については、①取引拒絶（全回答の 16%）、②将来の契約条件に関する十分な情報開示の拒否（全回答の 43%）という結果であった。

また、上記以外の行為（自由記載）としては、以下のような行為の情報が寄せられた。

- ①バイイングパワーの濫用（弱い立場の側への圧力）や協議に全く応じない態度
- ②非現実的で一方的な売上目標の設定
- ③一方的な契約条件の変更
- ④一方的な標準化（電子データ処理システム等）の強制
- ⑤規模や国籍による差別的な契約条件の設定
- ⑥一方的なマージンの引下げ
- ⑦不当な対価設定及び不当に長い支払期限の設定
- ⑧受け入れがたい保証条件の要求
- ⑨過剰な制裁の設定

(2) 契約交渉中の UTPs (UTPs となる契約条項)

当初、調査において示された選択肢については、①不当に高い対価設定（行為者が買手となる場合）（全回答の 27%）、不当に低い対価設定（行為者が売手となる場合）（全回答の 18%）、③秘密情報の提供要請（全回答の 15%）、④不要なサービスの抱き合わせ（全回答の 26%）という結果であった。

また、上記以外の行為（自由記載）については、以下のような行為の情報提供があった。

- ①不利な取引条件であって、一切交渉を認めないものを盛り込む
- ②不公正な支払期限（支払期間が不要に長い等）
- ③一方的な契約解除の規定
- ④最低売場面積の要求
- ⑤不当に高度な教育訓練の強制

(3) 契約締結後の UTPs

当初調査において示された選択肢については、①一方的かつ（又は）遡及的な契約条件の変更（全回答の 35%）、②支払遅延（全回答の 30%）、③契約に定めのない金銭要求（全回答の 13%）という結果であった。

また、上記以外の行為（自由記載）については、以下の 8 つの行為が主要なものとして強調されていた。

- ①契約条件の不履行
- ②配送の遅延
- ③支払拒否
- ④一方的な価格引上げ
- ⑤一方的かつ反復的な契約条件の変更
- ⑥不当に高度な品質の一方的な要求
- ⑦保証金の償還についての問題
- ⑧合理的な理由、事前告知又は補償のない契約解消

(4) その他

欧州委員会は、コンサルテーションにおいて、自由記載欄を設けて広く情報提供を求めているところ、特に問題があると思われる慣行として、以下のものが挙げられる。

- ①契約に必要な情報の提供拒否
- ②取引で得た情報の濫用
- ③保証制度における問題
- ④存在しないサービスに対する対価の支払要求

- ⑤ビジネス・リスクの移転
- ⑥契約条件（価格，数量，内容）の一方的な変更
- ⑦供給地域の制限（国境を越えた供給は行わない等）
- ⑧不透明な契約上の制裁
- ⑨支払遅延及び不当な支払条件の設定
- ⑩事前告知期間がない若しくは不当に短い又は合理的な理由のない契約解消

以上

グリーンペーパー「欧州における食品及び非食品サプライチェーンにおける事業者間の不公正な取引慣行」（2013 年 1 月 31 日欧州委員会公表）について

1. UTPs に共通する特徴

UTPs は、高額なスイッチングコストなど取引先の変更を困難にさせる要因が存在する取引で発生しやすく、UTPs はいずれも（金銭的な）コストや事業活動上のリスクを取引上劣位にある事業者へ移転しようとするものであるとしている。

2. UTPs の具体的な内容

具体的な行為類型としては、以下の 7 つの行為が挙げられている。

(1) 曖昧な契約条件の設定

各種調査で存在が確認されている UTPs の多くは、契約条件が曖昧であるために生じるものである。内容が曖昧な契約は、取引上優位にある一方当事者が取引上劣位にある他方事業者に対して追加的な義務を課すことを可能とするものである。

公正な契約条件の具体例として、例えば、契約上の制裁は生じた損害に比例するものでなければならないとし、また、将来的なコスト等の変動についても規定を設けておくべきだとしている。さらに、契約条件が曖昧にならないようにするため、契約当事者は相互に正確かつ広範な情報を提供すべきであるとしている。

(2) 契約書面の不交付

UTPs は契約内容が書面の形式で示されていない場合に生じやすい。

その上で、公正な取引を確保するためには、合意の書面化が契約当事者にとって実現不可能である場合を除いて、契約当事者間で契約内容を書面化しておく必要がある。また、口頭で契約を締結した場合には、事後的に、少なくとも一方の契約当事者が契約内容を書面化しておくべきだとしている。

(3) 遡及的な契約条件の改定

遡及的な契約条件の変更は、それが十分に正確に事前に合意されたものでなければ不公正なものとなり得る。

UTPs に該当し得る具体的な行為として、①販促費に充当するためにあらかじめ定めた代金の額を減額する行為⁵²、②販売量に応じてあらかじめ定めた代金の額を一方的に減額する行為等が挙げられている。

その上で、公正な取引を確保するためには、契約条件をどのような場合に修正できるかを契約上明らかにしておくべきだとしている。

⁵² 直後に記載のある一方的ボリュームディスカウントと異なり、「一方的に」との記載がみられないことから、合意がある場合でも問題となり得ると考えられる。

(4) 取引上のリスクの不当な移転

UTPs の中には事前に合意されたか否かを問わず不公正とされるものがあり、その典型例として取引上のリスクの不当な移転やいわゆるリバースマージンの濫用がある。

UTPs に該当し得る具体的な行為として、①小売業者が、盗難や紛失を防ぐために自社の建物内で保管していたにもかかわらず、盗難された商品の代金について納入業者に負担させる行為、②商品の仕入れに際して、小売業者が納入業者に対して販売促進費や物流費の金銭、商品の陳列に関連してサービスの提供を要求する行為（いわゆるリバースマージンの濫用）が挙げられている。

その上で、公正な取引を確保するためには、例えば、取引先に対して手数料の支払を求める場合にはその根拠となるサービスの内容やリスクの程度に合致した水準にするなどして、契約当事者は相互に自己の取引上のリスクを相手方に対して不当に移転することがないようにすべきだとしている。

(5) 不当な情報利用

取引先から得た情報を不当に利用する行為も UTPs となり得る行為である。

具体的には、取引先に対して商品に係る情報の提供を求めること自体は合法なものであるが、その情報を自社が競争品を開発する際に使用すべきではないとしている。また、「情報の不当利用」には、秘密保持契約の締結を拒否する行為等も含まれるとしている。

したがって、取引を公正なものとするためには、（特に潜在的な競争関係に立つ場合には）取引関係に基づいて得た取引先事業者の情報を公正に取り扱う必要がある。

(6) 不当な契約解除

合理的な通知期間を設けずに突然かつ不当に取引関係を解消する行為も UTPs となり得る行為である。

その上で、公正な取引を確保するためには、契約解除は関係法令を遵守した上で行われるべきであり、また、契約解除に当たっては十分な周知期間が与えられるべきだとしている。

(7) 供給地域の制限

商品の供給地域を制限し、加盟国間の商品の流通を制限する行為は、市場分割を可能とし、加盟国間で著しい商品価格差をもたらし得るものである。その結果、消費者は安価な商品へアクセスすることが困難となり、Single Market の円滑な発展が妨げられることとなる。

第2節 イギリス

1 規制の概要

イギリスでは、食料雑貨品小売業者とその納入業者の間の取引慣行を規制するため、2010年2月、「食料雑貨品供給に関する行動規約」(The Groceries Supply Code of Practice)が施行された。この規約は、日本の大規模小売業告示(平成17年5月13日公正取引委員会告示第11号「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平な取引方法」)に類似するもので、食料雑貨品小売業者が納入業者と取引を行うに当たり遵守すべき事項を定めている。また、この規約の運用を監督する機関である「食料雑貨品規約仲裁者」(The Groceries Code Adjudicator)を設立し、その遵守を促している。

2 イギリスにおける競争法及び執行機関等の概要

(1) イギリス競争法の概要

イギリスの競争法は、主として、1998年競争法(反競争的協定及び支配的地位の濫用、競争委員会の設置等)、及び2002年企業法(公正取引庁及び競争控訴審判所の設置、公正取引庁による市場調査、カルテル罪の新設、個人への刑事罰の導入等)から構成されている。

ア 1998年競争法

1998年競争法では、イギリス国内における取引に影響を与える反競争的協定(第1章)及び支配的地位の濫用(第2章)に対する規定が定められている。これらの規定はEC条約第81条及び第82条⁵³の規定に倣ったものである。

(ア) 反競争的協定

反競争的協定に対する規定では、EC条約第81条の規定に準じ、国内で実施され又は実施が意図され、国内の取引に影響を与えるおそれがある若しくは国内の競争を阻害、制限若しくは歪曲する目的又は効果を持つ協定等が原則として禁止されている(第2条第1項)。

(イ) 支配的地位の濫用

支配的地位の濫用に対する規定では、EC条約第82条の規定に準じ、支配的地位を有する1以上の事業者による濫用行為が禁止されている(第18条)。

イ 2002年企業法

同法において規定されている市場調査は、特定の反競争的協定や支配的地位の濫用の取締りではなく、市場全体において競争が効果的に機能しているかを分析し、市場における競争が阻害されていると認められる場合には、反競争的な影響を改

⁵³ 現EU機能条約第101条(競争制限的協定の規制)及び第102条(市場支配的地位の濫用行為の規制)

善・緩和する措置の決定を行うことを目的としている。

(2) 執行機関

イギリスでは競争法の執行機関として、「公正取引庁」(Office of Fair Trading)及び「競争委員会」(Competition Commission)が設置されている。なお、競争政策に関して2つの組織が存在する体制が複雑であり、かつ、多くの業務が重複しているとの一般的な認識を受け、2014年4月から、公正取引庁の競争政策に関する業務及び競争委員会の業務は、競争当局の体制をより効果的かつ効率的にすることを目的として新たに設置された「競争市場当局」(Competition and Markets Authority)に移管されている。

ア 公正取引庁

公正取引庁は、1998年競争法に基づき、反競争的協定及び支配的地位の濫用に関する違反事件の審査、違反行為の変更又は終結の指示、制裁金の賦課、仮処分及び協定の個別適用免除の許可を行う権限を有している。

また、2002年企業法において、公正取引庁は市場調査を行い、その結果、当該市場において競争を妨害・制限・歪曲する特色(feature)が認められた場合には、当該事案を競争委員会に付託することとされている(2002年企業法第131条)。公正取引庁は、市場において反競争的行為が疑われる場合、自らが1998年競争法の下で審査を行うことが可能かどうかを第一に検討し、次に、①1998年競争法違反には当たらないものの、競争を妨害・制限・歪曲する特色があると信ずるに足る合理的な理由がある場合、②1998年競争法に基づく措置では、反競争的效果に効果的に対処できないおそれがあると考えられる場合には、競争委員会に事案を付託することになる。なお、公正取引庁は、競争委員会への付託を行わずに問題を解消するため、問題の解消に適切と思われる行動に関する事業者からの確約を承認することができる

(2002年企業法第154条)。また、公正取引庁は、事業者からの確約又は事業者への命令が遵守されているかを監視する役割を担う(2002年企業法第162条)。

イ 競争委員会

競争委員会は、独占市場における濫用行為、合併及び主要な規制産業における規制について、主として公正取引庁からの付託を受けて調査し、報告書を作成する権限を有する。調査及び報告書の作成に当たっては、独立して権限を行使するものの、自らのイニシアチブで調査を開始する権限は有していない。

また、競争委員会は、公正取引庁が市場調査を行い、競争委員会に付託することとした事案についての詳細な調査を行い、報告書を作成の上公表しなければならないとされている(2002年企業法第136条)。競争委員会は、付託を受けた事案について反競争的效果が認められた場合には、必要な措置(事業者からの確約の承認、競

争委員会による命令等)を採ることとなる⁵⁴(2002年企業法第138条,第159条,第161条)。

3 食料雑貨品小売業者と納入業者の取引慣行を規制する背景

(1) 「小売業者行動規約」(The Supermarket Code of Practice ; SCOP) の制定

ア 競争委員会による調査

(ア) 調査実施の背景

1981年の独占・合併委員会(Monopolies and Mergers Commission)⁵⁵による報告では,小売業者が取引価格の引下げを目的として,納入業者に対して行使する購買力(buying power)は,小売業者が不当に利益を得るものではなく,小売価格の引下げによって消費者に利益が均霑されているとされた。この結論は,公正取引庁が1996年に実施した調査においても立証されていた。

しかし,1990年代後半以降,消費者を代表する団体等から,食料雑貨品を販売する小売業者の食料雑貨品小売価格及びその利潤率に対する批判が高まるようになった。また,公正取引庁が1998年9月に公表した調査報告⁵⁶では,食料品小売業部門の合併に伴う大規模小売業者による購買力の行使に対する懸念が論じられている⁵⁷。

このような状況の中,1998年6月,公正取引庁は小売業者上位4社⁵⁸に対して,1993年から1998年までの5年間の利潤率,参入障壁,価格などに関する調査を実施した。その調査の結果について公正取引庁長官は,「競争委員会による更なる調査を必要とするような水準の利益率が確認された」,「買手の交渉力が,(納入業者に対して)搾取的なものになるのではないかと危惧しており,また,我々(公正取引庁)の調査に対する納入業者からの回答の多くは競争委員会による調査を必要とするものであった」⁵⁹と述べている。

このような調査結果を受け,1999年4月に公正取引庁長官は競争委員会に対して,イギリスにおける小売業者からの食料雑貨品の供給(the supply in Great Britain⁶⁰ of groceries from multiple stores)に関する調査及び報告を付託し

⁵⁴ 2002年企業法により,調査の結果,競争上の問題が認められる場合,自ら問題解消措置を命じる権限が導入された。

⁵⁵ 競争委員会の前身に当たる組織であり,従前,独占市場における濫用行為や合併,規制産業の効率性に係る調査等を行ってきた。

⁵⁶ 「購買力の行使による福利」(The Welfare Consequences of the Exercise of Buyer Power)(公正取引庁ホームページ)

http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/comp_policy/oft239.pdf [2014年5月17日閲覧]

⁵⁷ 食品小売業部門の合併は,販売力(selling power)だけでなく,購買力(buying power)にも影響するとされ,大規模小売業者が買手としての交渉力を行使することが可能になるとされている。

⁵⁸ ①Asda, ②Safeway, ③Sainsbury, ④Tescoの4社

⁵⁹ Press release issued by the Office of Fair Trading on 8 April 1999 (“Supermarkets –A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom”, APPENDIX 3.1)

⁶⁰ 後に the UK に拡大

た。

(イ) 調査結果

2000 年 10 月、競争委員会は「イギリスにおける小売業者への食料雑貨品の供給に係る報告書」(Supermarkets -A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom, 以下「2000 年報告書」という。) を公表し、その調査結果について、主要小売業者 5 社⁶¹の納入業者に対する取引慣行が公共の利益に反するとした。

調査によって明らかとなった取引慣行として、納入業者に対して、費用と関係のない支払又は値引きを場合によっては遡及的に要求すること、適切な通知なしに手数料を課したり、契約条件を変更したりすること、不当に負担を転嫁すること等が挙げられた。競争委員会は、食料雑貨品市場において 8 %以上のシェアを占める主要小売業者 5 社は多くの場合、十分な購買力を有しており、これらの小売業者によって問題となり得る取引慣行が行われた場合、納入業者の競争力に影響を及ぼすとともに、食料雑貨品市場における競争を歪めるものであるとした。

また、競争委員会は 2000 年報告書の中で、納入業者から主要小売業者の取引慣行に関する多くの申立てがなされたものの、大概の申立人は自身の名前を明らかにすることにも、申立ての対象である主要小売業者の名前を明らかにすることにも消極的だったとしている。

(ウ) 競争委員会による調査結果を踏まえた対応策の提言

上記調査の結果を踏まえ、競争委員会は、小売業者の行動規約 (Code of Practice) を制定すべきであると 2000 年報告書において提言した。2000 年報告書では、行動規約の制定に当たり、納入業者に対する費用と関係のない支払の要求、遡及的又は適切な通知なく課される手数料や契約条件の変更等の取引慣行に対処する規定を含めるよう提言されている。行動規約の適用対象については、主要小売業者は自社にとって有利になるよう納入業者との取引関係を支配することが可能となっているとして、8 %以上のシェアを占める小売業者を対象に行動規約の遵守を確約するよう義務付けるべきであるとしている。

また、行動規約には小売業者と納入業者の紛争を解決する規定を設けることも提言されている。紛争解決においては、まず、当事者である二者間で協議することとし、二者間の協議が不調に陥った場合に、独立の第三者機関に仲裁を依頼するよう提言されている。この独立の第三者機関は、小売業者による行動規約の違反行為が存在したかを判断する責任を負い、行動規約の遵守を要請されている企業が違反行為を行っていたことが判明した場合、その問題を公正取引庁に報告す

⁶¹ ①Asda, ②Safeway, ③Sainsbury, ④Somerfield, ⑤Tesco の 5 社

ることとされている。

イ 「小売業者行動規約」の概要

2000 年報告書を踏まえ、2002 年 3 月 17 日、「小売業者行動規約」(The Supermarket Code of Practice, 以下「SCOP」という。)が施行された。SCOP は、主要小売業者 4 社⁶²による 2001 年 11 月 1 日以降の取引慣行について適用され、公正取引庁にその運用に関する監督責任があるとされている。

SCOP では、小売業者とその納入業者の取引において小売業者が守るべき事項として、主に以下のような規定が定められている。なお、競争委員会が行動規約に関して行った提言（前記ア（ウ））と、実際に策定された SCOP とで大きく異なる点は、SCOP では小売業者の要求が妥当な（reasonable）ものであれば、納入業者に対して販売促進等のための費用の寄付や支払を求めることが可能になっている点である。

- ・取引条件について書面を用意する義務
- ・不当な支払遅延の禁止
- ・適切な通知なしに行われる遡及的な減額の禁止
- ・マーケティング費用の提供要求の禁止
- ・事前の合意、過失又は不履行がない廃棄（wastage）に対する支払要求の禁止
- ・納入取引を行うことを条件とした一時金の要求の禁止
- ・販売促進に関連する場合を除いて、商品をより良い陳列位置に置くために一時金を要求することの禁止
- ・販売促進のための発注を行う際に、過剰発注を行わないよう注意する義務
- ・適切な通知又は補償なく行われる仕様の変更の禁止
- ・消費者の苦情を処理するための不当な支払要求の禁止
- ・第三者から支払を受けている場合の第三者の商品及び役務の購入要請の禁止
- ・仕入担当者の研修義務
- ・法令遵守及び紛争解決に関する規定

ウ SCOP の効果

（ア）公正取引庁による調査

a 調査実施の背景

2002 年 1 月に農業及び食料品の将来に係る政策委員会（Policy Commission on the Future of Farming and Food）が公表した報告書⁶³において、小売業者と納

⁶² ①Asda Stores Limited, Asda Group Limited, ②Safeway Stores Plc, ③J Sainsbury plc, ④Tesco Plc の 4 社（2000 年報告書の提案時と適用対象が異なるのは、Somerfield についてシェアが 8 %を超えないことが判明したため。）。

⁶³ 「農業及び食料品の将来に係る政策委員会報告書」（FARMING&FOOD—a sustainable future, Report of the

入業者の間で深刻な紛争が生じた場合に、SCOP では納入業者に対する適切な救済手段が講じられていないことが指摘された。同報告書では、SCOP に定められた手続では、問題の提起を行おうとする納入業者の十分な保護と紛争に対する判断の独立性が確保されていないことが懸念されており、同政策委員会は公正取引庁に対して、導入から2年が経過した後、SCOP（特に、SCOP で定められている紛争解決手続）に関する正式な再調査を実施するよう勧告した。

これを受け、2003年2月、公正取引庁はSCOPが適切に機能しているかどうかの調査を実施した。

b 調査結果

2004年2月、公正取引庁は「SCOPの運用に関する報告書」(The supermarkets code of practice—Report on the review of the operation of the code of practice in the undertakings given by Tesco, Asda, Sainsbury and Safeway to Secretary of State for Trade and Industry on 18 December 2001—, 以下「2004年報告書」という。)を公表し、その調査結果について、SCOPの導入によって小売業者と納入業者の取引関係がはっきりと改善されたという根拠はないとの認識を示した。

納入業者から寄せられた回答によると、小売業者のSCOP違反行為のうち、最も多いのは、消費者の苦情を処理するための不当な支払要求の禁止に違反する行為、次いで多いのは、マーケティング費用の提供要求の禁止に違反する行為、3番目に多いのは、納入取引を行うことを条件とした一時金の要求の禁止に違反する行為となっていた。また、不当な支払遅延の禁止、適切な通知なしに行われる遡及的な減額の禁止並びに第三者から支払を受けている場合の第三者の商品及び役務の購入要請の禁止に違反する行為も懸念されていることが明らかとなった。

また、納入業者が、SCOPが有効に機能していないと認識している一方で、小売業者は、SCOPを遵守し納入業者と良好な取引関係を保っていると認識していることが明らかとなった。

公正取引庁は2004年報告書の中で、納入業者やその事業者団体から、小売業者のSCOP違反行為に関する回答は寄せられたものの、それらの違反行為に関する詳細な情報を得られなかったため、特定の小売業者についてSCOP違反行為があったという結論を確立するのは難しいとした。

c SCOPの実効性が上がっていない理由

Policy Commission on the Future of Farming and Food)
<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100807034701/http://archive.cabinetoffice.gov.uk/farming/pdf/PC%20Report2.pdf> [2014年5月17日閲覧]

2004 年報告書では、SCOP が有効に機能していない理由として、納入業者が小売業者からの制裁を恐れて申告 (complaining) を躊躇していることが挙げられている。納入業者は、申告を行うことによって、商品の取引を停止されること (de-listed) や、悪条件での取引を小売業者から要求されることを懸念しており、実際に、SCOP 違反行為として公正取引庁に申し立てられた事例は 1 件のみであった。その 1 件の事例に関しても、2001 年 11 月 1 日以前に結ばれた契約であり、SCOP の適用範囲外であるため、SCOP の下で正式に調停が行われた事例はないとされている。

納入業者からは、SCOP に規定されている紛争解決手続は、調停に掛かる期間があまりに長く、紛争が解決されるまでの間、申告人を長期間にわたり不安定な立場にさらすという意見や、納入業者が調停者 (mediator) に対して申告を行う前に、まず小売業者に対して申立てを行わなければならないことが、納入業者に申告を行うことを躊躇させているという意見が寄せられた。また、小売業者と納入業者の取引関係を積極的に監督する、独立した監視官 (regulator) 又はオンブズマン (ombudsman) を望む意見も寄せられた。

納入業者からの回答では、SCOP の実効性が欠如している理由として、規定の多くに「適切な (reasonable/reasonableness)」という明確な定義のない概念が用いられており、その概念が小売業者による SCOP の規定の恣意的な解釈を可能にしていることも挙げられていた。ただし、公正取引庁は、明確な定義を定めた厳格な行動規約を小売業者と納入業者の取引関係に適用したとしても、納入業者がその行動規約に基づく権利を主張できなければ効果がないとして、主要な問題は納入業者の申告に対する躊躇だとしている。

d 公正取引庁による調査結果を踏まえた対応策の提言

公正取引庁は、SCOP の実効性が挙がっていないことを踏まえ、納入業者が主張する小売業者の SCOP 違反行為についての具体的な証拠や情報を得るため、小売業者に対して納入業者との取引に関するコンプライアンス監査 (compliance audit) を行うこととし、2004 年 6 月に PKF⁶⁴をコンプライアンス監査役に任命した。

この監査は、納入業者からより多く寄せられた SCOP の規定に違反する行為 (消費者の苦情を処理するための不当な支払要求、マーケティング費用の提供要求、納入取引を行うことの条件とした一時金の要求、不当な支払遅延の禁止、適切な通知なしに行われる遡及的な減額並びに第三者から支払を受けている場合の第三者の商品及び役務の購入要請) に焦点を当て、詳細な情報を得ることが目

⁶⁴ PKF は独立した会計事務所の世界規模の連合 (A Global Network of Independent Accounting Firms) である。

的とされた。

(イ) PKF の監査に基づく公正取引庁の報告

a 監査結果

2005 年 8 月，公正取引庁は「行動規約及びその他競争上の問題点」(Supermarkets: the code of practice and other competition issues – conclusions) を公表し，監査の結果について，SCOP の廃止や変更が必要となる事例は見受けられなかったとの認識を示した。

公正取引庁は，PKF による監査の結果⁶⁵，小売業者はおおむね SCOP を遵守しており，一時金の要求等の SCOP 違反行為事例が数例あるものの，違反行為の性質及び程度から違反行為が広範に行われているとは認められず，消費者は食料雑貨品小売業の競争による利益を享受しているとした。

b 公正取引庁による監査結果を踏まえた対応策の提言

公正取引庁は監査結果を踏まえ，SCOP をより効果的に運用することとし，SCOP の改正，競争委員会への問題の付託及び新規の市場調査は実施しないこととした。

公正取引庁は SCOP の運用について，その有効性の改善のため，SCOP の機能を促進するとともに，遵守状況の確認に焦点を当て，積極的に監視を行うこととした。併せて小売業者に対しては，取引条件の透明性を確保するため，納入業者に必要な情報を提供するための仕組みを整えることを提案している。

2004 年報告書において，SCOP が有効に機能していない理由として挙げられていた，違反行為の申告を行うことに対する納入業者の躊躇については，公正取引庁が申告を行った納入業者への小売業者による差別的な取扱いや制裁的な行為がないよう SCOP の監視を行うこととしている。また，紛争解決手続における独立した監視官又はオンブズマンを求める意見が寄せられていたことに対しては，監査の結果，SCOP に関する問題を処理する監視官やオンブズマンの設立が必要となるような事例は見受けられなかったとしている。

また，同じく SCOP が有効に機能していない理由として挙げられていた，SCOP の規定に用いられている「適切な (reasonable/reasonableness)」という概念が曖昧であることについては，SCOP の規定をより規範的 (prescriptive) にすることが関係者にとって有益だとは考えられず，市場の効率的な運営に損害をもたらす可能性があるとの認識を示した。公正取引庁は，過度に規範的な規定は，小売業者と納入業者の間で相互の利益となるような協調的な合意を妨げる

⁶⁵ PKF による監査結果は，2005 年 3 月に “Supermarkets: the code of practice and other competition issues” ，OFT783 として公表された。

ことになるため望ましいものではなく、個々の事例の状況に基づき、何が適切かを判断するのは、調停者の役割であるとしている。

c 公正取引庁の決定に対する反応

公正取引庁が競争委員会へ調査を付託しないと決定したことに対し、2005 年 10 月、コンビニエンスストア協会 (the Association of Convenience Stores) は、競争控訴審判所 (Competition Appeal Tribunal) ⁶⁶に決定の取消しを求める訴えを提起した。

これを受け、公正取引庁は決定を自発的に取り消し、改めて競争委員会に調査を付託するかを検討し、2006 年 5 月、公正取引庁は競争委員会に対して、イギリスにおける食料雑貨品の供給に関する調査を付託した。

4 現行規定の概要

- (1) 「食料雑貨品供給に関する行動規約」(The Groceries Supply Code of Practice ; GSCOP) 及び「食料雑貨品規約仲裁者」(The Groceries Code Adjudicator) の制定
ア 競争委員会による調査

(ア) 調査結果

2008 年 4 月、競争委員会は「イギリス市場における食料雑貨品の供給に関する調査」(The supply of groceries in the UK market investigation, 以下「2008 年報告書」という。)を公表し、その調査結果について、食料雑貨品小売業者は購買力⁶⁷を行使して、過度のリスク及び不測の費用を納入業者に転嫁することが可能となっており、これを放置すれば、納入業者が新たな生産設備等に対する投資を行うインセンティブが弱まり得るとした。

2008 年報告書は、食料雑貨品小売業者の購買力を行使することにより引き下げられた取引価格の一部は、小売価格の引下げという形で消費者に均霑されているとする一方で、食料品小売業者が過度のリスク又は不測の費用を納入業者に転嫁することが可能になっており、これらの取引慣行は、小売業者が納入条件を遡及的に変更することを通じて行われ得るものであるとした。また、リスクの転嫁が事前に合意されたものであっても、納入業者に対して転嫁されるリスクの程度がなお過剰な場合があるとした。競争委員会は、これらの取引慣行を放置することによって、将来的に投資及び技術革新の水準に影響が及ぶことへの懸念を表明し

⁶⁶ 市場調査に係る公正取引庁又は競争委員会の措置決定の取消請求等に関する事柄についての審判を行う独立した機関

⁶⁷ 競争委員会は、小売業者の納入業者に対する相対的規模、並びに納入業者の価格設定及び利潤率からして、全ての大規模食料雑貨小売業者が、少なくともいくつかの納入業者との関係において購買力 (buyer power) を有しているとの認識を示した。ただし、大規模食料雑貨小売業者が有する購買力であっても、有名なブランド品を扱う納入業者が有する市場力 (market power) によって打ち消されている可能性があるとしている。

ている。

また、SCOP については、主要小売業者による購買力の行使は、SCOP によってある程度抑制されているとみられ、SCOP を廃止すれば、これら食料雑貨品小売業者による過度の購買力の行使を認めることになるとした。

(イ) 競争委員会による調査結果を踏まえた対応策の提言

a 「食料雑貨品供給に関する行動規約」の制定

上記調査の結果を踏まえ、競争委員会は、2008 年報告書において、SCOP の規定に基づく「食料雑貨品供給に関する行動規約」(The Groceries Supply Code of Practice, 以下「GSCOP」という。)の制定を決定した。2008 年報告書では GSCOP の制定に当たり、SCOP の規定を以下のように改正することとしている。

- ・食料雑貨品の年間売上高が 10 億ポンドを超える全ての食料雑貨品小売業者を適用対象とすること
- ・公正取引に関する包括的な規定を含むこと
- ・食料雑貨品小売業者に対して、納入契約の条件の適及的な変更を禁じること
- ・食料雑貨品小売業者に対して、商品の損失 (shrinkage) による損失の責任を納入業者が負うよう納入業者と合意を結ぶことを禁じること
- ・食料雑貨品小売業者は、GSCOP に関して生じた納入業者との紛争を解決するため、拘束力のある調停に加わること
- ・食料雑貨品小売業者は、納入業者との全ての納入契約に関する書面記録を保存すること
- ・食料雑貨品小売業者は、GSCOP の監視及び遵守を行う機関に対して、その役割を果たすために必要となる情報を提供すること

b オンブズマン (Ombudsman) の設置

また、GSCOP の監督及び遵守を促すため、独立したオンブズマン (Ombudsman) を設置することが提案された。2008 年報告書ではオンブズマンが以下のような役割を担うことが提言されている。

- ・GSCOP 違反が起きているか確認するため、小売業者の記録の事前調査及び情報収集を行うこと
- ・解釈の相違が存在すると考えられる GSCOP の特定の規定についての指針を公表すること
- ・GSCOP の運用に関する年次報告を公表すること

イ GSCOP の概要

2009 年 8 月 4 日、競争委員会は競争への悪影響の是正、軽減、又は防止を目的とした、「2009 年食料雑貨品（サプライチェーンにおける取引慣行）市場調査命令」（THE GROCERIES (SUPPLY CHAIN PRACTICES) MARKET INVESTIGATION ORDER 2009、以下「2009 年命令」という。）を公表した。GSCOP の規定は、この 2009 年命令の中に附則として盛り込まれており、2010 年 2 月 4 日から施行されている⁶⁸。GSCOP の規定は、2008 年報告書の改正方針（前記ア（イ） a）に沿うよう、SCOP の規定の一部を改正した上で制定され、競争委員会は 2009 年命令において指定した小売業者 10 社（以下「指定小売業者」という。）⁶⁹に対して GSCOP の遵守を義務付けている。

ウ 「食料雑貨品規約仲裁者」(The Groceries Code Adjudicator) の概要

2009 年 8 月、競争委員会は GSCOP の制定と併せて、GSCOP の運用を監督するオンブズマン (Ombudsman) の設立を政府機関⁷⁰に対して提言した。この提言を受け、2013 年 4 月、GSCOP の執行及びその遵守を促す役割を担う「食料雑貨品規約仲裁者」(The Groceries Code Adjudicator、以下「仲裁者」という。)の設立に関する法律である「食料雑貨品規約仲裁者法 2013」(Groceries Code Adjudicator Act 2013)が成立し、同年 6 月 25 日、仲裁者が単独の法人として正式に設立された⁷¹。また、同年 12 月には、仲裁者の権限の行使等に関する指針⁷²が公表された。食料雑貨品規約仲裁者法 2013 及び指針では、指定小売業者と納入業者の GSCOP に関する紛争を仲裁することのほかに、主に以下のような事柄が仲裁者の役割として定められている。

(ア) 調査

仲裁者は、①指定小売業者が GSCOP に違反している、又は②指定小売業者が勧告（後述）に従っていないと疑う正当な理由がある場合には、当該指定小売業者が GSCOP に違反していないか調査を行うこととされている。

調査を実施した場合には、調査結果について報告書を公表することとされており、報告書には、①仲裁者が認定した事実、②仲裁者が実施又は提案した対応策並びに③事実認定の理由及び対応策を実施又は提案した理由を記載することが定

⁶⁸ GSCOP の施行に伴い、SCOP は GSCOP と置き換わっている。GSCOP の規定に関しては、別添参照条文一覧の 1 イギリスを参照のこと。

⁶⁹ GSCOP の対象となったのは、①Asda Stores Limited, a subsidiary of Wal-Mart Stores Inc, ②Co-operative Group Limited, ③Marks & Spencer plc, ④Wm Morrison Supermarkets plc, ⑤J Sainsbury plc, ⑥Tesco plc, ⑦Waitrose Limited, a subsidiary of John Lewis plc, ⑧Aldi Stores Limited, ⑨Iceland Foods Limited, a subsidiary of the Big Food Group, ⑩Lidl UK GmbH の計 10 社

⁷⁰ 事業・イノベーション・技能省 (Department for Business, Innovation and Skills ; BIS)

⁷¹ 2014 年 4 月末現在、Christine Tacon 氏が仲裁者に任命されている。

⁷² 「食料雑貨品規約仲裁者による調査及び強制措置の執行に関する指針」(Statutory guidance on how the Groceries Code Adjudicator will carry out investigation and enforcement functions)
https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/267639/GCA_Statutory_Guidance_on_investigation_and_enforcement.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]

められている。ただし、調査報告書で指定小売業者を明らかにする必要はないとされている。

また、仲裁者は特定の期間内に調査を完了させるよう法律上要求されていないものの、可能な限り速やかに調査を完了することとされている。

(イ) 執行

調査の結果、指定小売業者が GSCOP に違反したと仲裁者が認めた場合、仲裁者は、以下の a 勧告、b 情報の公表の要求、c 制裁金、のいずれか又は複数の強制措置を講じることとされている。なお、いずれの措置を講じることが適切かを検討する際には、①違反行為の重大性、②影響を受けた納入業者の数、③違反行為によって生じた損失、④関係製品、関係分野の重要性、⑤将来的な GSCOP 遵守のための手段、⑥類似の違反行為の抑止、⑦違反行為がなかった状態へのサプライチェーンの回復（納入業者に対する損害賠償は含まない）、⑧強制措置と違反行為の性質の釣り合い、⑨成果を挙げる見込み、⑩食料雑貨品の納入取引に有益な変化をもたらす、将来的に申立てを減少させる見込みを考慮することとなる。

a 勧告

仲裁者が勧告を行う場合、仲裁者は指定小売業者が GSCOP を遵守するためにすべきことを勧告することとなる。また、勧告を行った場合には、仲裁者は指定小売業者が勧告に従っているかどうかを監督しなければならない。勧告に従わない場合の制裁措置は定められていないが、指定小売業者が勧告に従わず、違反行為を継続している場合、仲裁者は違反行為の追跡調査を開始することができるとされている。また、その調査の結果に基づき措置を講じる場合には、勧告へ従わなかったことを考慮に入れることができる。

b 情報の公表の要求

仲裁者は違反行為に係る調査に関する情報の公表を要求するに当たり、指定小売業者に対して、①公表すべき情報、②公表の方法、③公表の期限、を明記した書面により通知することとなる。公表された情報は、将来的に当該指定小売業者と取引を行う納入業者の考慮要素となる。

c 制裁金

仲裁者は指定小売業者の違反行為の重大性を考慮して、制裁金を科すことができる。また、指定小売業者に対して効果的な抑止力となると考える場合にも制裁金を科すことができるとされている。仲裁者は制裁金を科すに当たり、指定小売業者に対して、①制裁金を科す理由、②制裁金の額、③制裁金の支払期限、④制裁金の支払方法を書面により通知する。なお、指定小売業者は制裁金を科されたこと又はその額に関して裁判所に不服申立てを行うことができるとされている。

ただし、制裁金は公債基金（Consolidated Fund）に納付されるため、仲裁者の活動資金に充てることや、損害賠償に充てるために基金を流用することはできない。

（ウ）助言及び指針の公表

仲裁者は、納入業者及び指定小売業者に対して、GSCOP に関する事項についての助言を行うことができる。また、仲裁者は、①GSCOP の規定の適用、②指定小売業者の GSCOP 遵守のために必要な対策、③GSCOP に関する全ての事項についての指針を公表することができるとされている。なお、GSCOP の改正が適当であると考える場合、仲裁者は公正取引庁に対して勧告を行わなければならない。

（エ）守秘義務

仲裁者は、当該情報が GSCOP に関する仲裁の関係者を特定、又は特定が可能になると考えられる場合、情報を許可なく公開してはならないとされている。

調査が開始された場合、仲裁者は情報提供を要求する法律上の権限を有するが、特に納入業者を特定する情報に関しては、当該納入業者が秘密性を放棄しない限り、秘密裏に取り扱うこととされている。

5 小括

イギリスでは、数次の調査及び調査を踏まえた規約の改正を経て、現在の食料雑貨品の取引慣行に関する規約が制定された。イギリス競争当局は、食料雑貨品小売業者の納入業者に対する取引慣行が、最終的に消費者利益に悪影響を及ぼすことを懸念し、納入取引における過度の購買力の行使を規制することを目的として規約を制定した。また、新たに規約の運用を監督する機関が設立されていることから、イギリス政府における優越的地位の濫用規制への関心が高いことがうかがわれる。今後、規約及びその運用の監督機関である仲裁者が講じる措置が、食料雑貨品小売業者の取引慣行に対してどのような効果をもたらすのか注目される。

第3節 フランス

1 規制の概要

フランス競争法は、商法典(1e Code de commerce)⁷³第4部「価格及び競争の自由」を根拠とし、第1編には総則、第2編には反競争的行為、第3編には経済集中、第4編には競争制限的行為等に関する規定がそれぞれ置かれている。

このうち、本共同研究に関連するものとして、第2編に置かれている第 L. 420-2 条には、EU 機能条約第 102 条に相当する、市場支配的地位の濫用の禁止規定とともに（第1パラグラフ）、相対的優越的地位を規制する、経済的従属状態の濫用(1' abus de dépendence économique)の禁止規定が置かれている（第2パラグラフ）。また、第4編には、差別的取扱い、取引関係の突然の打ち切り等の事業者間契約における濫用条項を規制する規定が置かれており（第 L. 442-6 条）、経済的従属状態の濫用規制が適用された事例に限られる中で、民事裁判を通じた事例の蓄積が見られる。このほか、第4編には、EU の支払遅延防止指令を国内法化した規定（第 L. 441-6 条）も置かれており、フランスの相対的優越的地位の濫用規制は、多層的な形態を取っている。

2 経済的従属状態の濫用規制の背景

(1) 経済的従属状態の濫用の禁止規定の制定過程

フランス競争法における「経済的従属状態の濫用」の概念は、現在の競争当局である競争委員会(Autorité de la concurrence)の前身である競争評議会(Conseil de la concurrence)による1985年3月14日の勧告的意見(advisory opinion)に初見される。競争評議会は、同意見において、スーパーマーケット・チェーンによる、自己が主要な取引先となっている供給者に対する特定の濫用的行動について、関連市場において支配的地位を有していない場合についても規制対象とすべく、同概念の導入を勧告していた⁷⁴。

これを受け、「1986年12月1日の価格の自由及び競争に関するオルドナンス」⁷⁵（以下「新価格令」という。）第8条第2項において、経済的従属状態の濫用の禁止規定が初めて明文化されるに至った。経済的従属状態の濫用の概念は、新価格令が2000年9月に商法典に取り込まれた際にも、そのまま引き継がれている⁷⁶。

⁷³ フランス商法典の条文（仏語原文）は、フランス政府の運営する法令情報サイト“Légifrance”（<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000005634379&dateTexte=20131106>）にて入手可能。同法典の英語訳も、全ての条文ではないが、同サイト（<http://www.legifrance.gouv.fr/Traductions/en-English/Legifrance-translations>）にて入手可能。

⁷⁴ フランス国弁護士からCPRCに送付された書面回答。

⁷⁵ Ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence. なお、オルドナンスとは、政府が法律の領域に属する事項について国会の許可を得て行う行為をいう（1958年憲法典第38条）（Termes juridiques 研究会訳『フランス法律用語辞典〔第2版〕』（三省堂、2002年）220頁）。

⁷⁶ 馬場文「フランス競争法における経済的従属関係濫用規制」公正取引第626号（公正取引協会、2002

同規定は、ドイツ競争制限法の類似規定を参考に導入されたものである。経済的従属状態とは、取引関係において、ある当事者が需要者又は供給者が一方的に決定した条件による契約締結を拒否すると、他の取引方法がなくなる状態をいう。本規定の制定に際しては、①特定のブランド品を販売しないと継続的な事業活動ができない専門小売店（スポーツ用品、化粧品等）、②グループ購買組織との取引関係に売上高の大部分を依存しており、当該取引が中止された場合に、廃業してしまう可能性が高い中小企業である供給者、③仕事の依頼主を容易に切り替えることのできない下請事業者が、典型的な取引関係として考慮された⁷⁷。

新価格令の制定に伴い廃止された「1945年の価格に関するオルドナンス」⁷⁸（旧価格令）の下では、市場支配的地位の濫用のみが規制対象とされていたが、必ずしも絶対的とはいえない支配的地位の濫用についても、地理的市場・製品市場の画定の仕方によってある程度の対応は可能であった。しかしながら、「絶対的な地位」にまでは至らない程度の大規模事業者の行為については、市場画定を弾力的に行っても十分な対応は困難であり、かかる大規模事業者の濫用行為についても規制する必要性が認識されるに至った⁷⁹。

経済的従属状態の濫用の禁止規定は、競争に対する影響が要件として必要であるため、市場支配的地位の濫用の禁止規定に続けて第 L. 420 条に定められているが、両者の間には、市場支配的地位の要件の有無という違いがある。前者の市場支配的地位の濫用の適用には、市場支配的地位という高度の市場占有率の認定が必要とされる一方、後者の経済従属的地位の濫用は、一定程度の市場占有率が当然に必要とされるものの、前者に比べて市場占拠率が低くても適用可能である。また、競争への影響要件は、市場支配的地位の濫用では明確な競争に対する影響の立証が求められるが、経済従属的地位の濫用では、競争に対する影響の「可能性」で足りるという点も異なっている⁸⁰。

（2）食品チェーン産業の寡占化

フランスについても、他の EU 加盟国と同様、食品チェーン産業 (food-chain industry) の寡占化が進行しており、後述の具体的事例にあるように、大規模食品スーパーである Carrefour が問題となった背景となっている。

フランスが 2013 年 10 月 9 日に OECD 競争委員会に提出した文書⁸¹によると、フラン

年) 45-46 頁。

⁷⁷ 平成 23 年 11 月 18 日に公正取引委員会競争政策研究センター主催の BBL ミーティングにおいて「フランスの搾取的行為規制の概要と現状－日本とフランスの比較－」との演題で講演を行った Michael Tiralongo 氏（東京大学大学院法学政治学研究科研究生）（当時）の講演資料 8 頁。

⁷⁸ 新価格令は、1945 年の価格に関するオルドナンス (Ordonance n° 45-1483 du 30 juin 1945)（旧価格令）を廃止した上で、制定されたものである。

⁷⁹ 前掲・馬場 45-46 頁。

⁸⁰ 日本国政府職員によるフランス競争委員会からのヒアリング調査（2013 年 4 月 9 日実施）。

⁸¹ Roundtable on Competition Issues in Food Chain Industry—Note by France—, Competition Committee, Directorate for Financial and Enterprise Affairs, DAF/COMP/WD (2013)94, 9 October 2013.

スにおける食品チェーン産業、すなわち食品加工業は、農業生産価額(the value of agricultural production)の70%を占め、約50万の農業事業者(farming operation)の主要な販売経路となっている。約1万社により構成される食品チェーン産業は、比較的高度な寡占を特徴とし、同産業における売上高と付加価値の約95%は、わずか30%の事業者によりもたらされている。これに対して、フランスの食品産業(food industry)の事業者の90%は中小企業であり、70%は従業員数が20名以下の零細事業者が占めている一方で、Danone, Lactalis, Pernod-Ricard, Bongrain という世界規模の大グループのほか、生産・製造の全過程で操業している垂直統合されたグループ(Terrena, In Vivo 等)の中には、世界的な規模を持っているものもある(第4, 5段落)。

この点については、経済的従属状態の濫用の規制は、特定分野の特定事業者、すなわち食品分野の大手スーパー(Carrefourら3社)のみを適用対象とすることが公知の事実となっていたものの、特定の事業者を名指した法制定は困難であるので、一般法として規定したとのことである。食品分野における交渉力格差の問題は、政治的な問題でもあり、関心が高く、M&A規制においては、食品分野についてのみ規制対象となるいき値が低い水準に設定されている。フランスでは、地元の小規模流通業者(小売店)は保護すべき対象であり、大規模スーパーマーケットばかりが重きをなす状態になってはいけないと認識されているため、これらの規制や原価割販売禁止法が置かれている。フランスでは、一般に市場メカニズムに対する信頼が薄く、介入主義的である傾向があるとのことである⁸²。

この点、競争委員会も同様の見解を示しており、1986年に経済従属的地位の濫用が導入されたのは、市場支配的地位の濫用の規制は適用できないが、競争上の問題があると思われるスーパーマーケットとその取引事業者との関係について規制する必要性があったことを挙げている。すなわち、大手スーパーマーケットが、コスト削減のために中央一括調達を開始し、値段を下げるなどしたため、メーカー及び一部の卸業者も困窮する事態となったが、スーパーマーケットは市場支配的地位にあるとまでいえない点で問題があった。導入に当たっては類似の規定があるドイツを参考にしたが、フランスでは競争に対する影響を要件にすることとした点で異なっている。また、本規定の導入は小売業における問題が契機となったが、現在では、フランチャイザーとフランチャイジーの関係、電気通信会社とそのインターフェイス接続を受ける事業者との関係など、業種を限らず適用される可能性がある⁸³。

また、フランスにおいては、6つの主要な大手スーパーマーケットグループ(Auchan, Carrefour, Casino, Leclerc, Intermarché, Système U)を合わせると小売市場の85%を占めている。これらの事業者は、このような市場構造を背景とする購買力のため、UTPsが行われやすくなっており、常にフランス競争当局の関心事項となっている。実

⁸² 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査(2013年6月24日実施)。

⁸³ 日本国政府職員によるヒアリング調査(2013年4月9日実施)。

際、2013 年においてフランス競争当局が調査中である 38 件の UTPs 関連の事件のうち、食品産業における UTPs に係る事件は、26 件を占めている⁸⁴。

しかしながら、小売業者に対して市場支配的地位の濫用規制ができないのは、買手として市場支配的地位を有する事業者が存在しないためである。納入業者にとってみれば、一定のスーパーマーケットに納入しなければならないということはなく、必ず複数の取引先（候補）が存在している。市場を画定すると、ローカルな市場ではなく、全国が市場となるため、市場支配的地位の濫用規制は適用されない。一方、消費者に対しても市場支配的地位を有する小売業者は存在しない。消費者向け小売サービスについても、地理的市場はローカルな市場となる。パリでは小売業の集中が進んでいて、Monoprix グループが多様な形態の消費者向け小売業を展開し、シェアの過半を占めているが、買い手として市場支配力を持っているわけではない。これは店舗の開設用地が限られていて、店舗は小規模とならざるを得ないという、パリという都市の特性によるものである。パリ郊外に出ると状況は異なり、非常に大型の郊外型店舗による小売業が展開されている。各市場内には、4～5 社存在するのが通常であるため、各々は 20%程度のシェアしか占めていない⁸⁵。

3 規制の枠組み

(1) 経済的従属状態の濫用規制

フランス競争法においては、EU 機能条約第 102 条に対応する、市場支配的地位の濫用の禁止に加え（商法典第 L. 420-2 条第 1 パラグラフ）、経済的従属状態の濫用も禁止される（同条第 2 パラグラフ）。経済的従属状態の濫用は、ある取引関係において事業者間の相対的な関係に着目した概念であり、単独の事業者又は事業者のグループが、取引先事業者が置かれている経済的従属状態を濫用することにより、競争の機能又は構造に影響を及ぼすおそれがある場合に禁止される。

新経済規則に関する 2001 年 5 月 15 日の法律⁸⁶（以下「新経済規則に関する法律」とする。）により改正された現行の商法典第 L. 420-2 条第 2 パラグラフは、次のように規定する。

〔商法典第 L. 420-2 条該当箇所抜粋〕

……事業者又は事業者グループによる顧客又は供給者に対する経済的従属状態の濫用は、競争の機能や構造に影響を及ぼす可能性があるため、禁止する。かかる濫用行為には、取り分け販売拒絶、抱き合わせ販売、及び第 L. 442-6 条に規定されている差別的慣行が含まれる。

⁸⁴ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

⁸⁵ 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査（2014 年 2 月 28 日実施）。

⁸⁶ Loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques.

[改正前の商法典第 L. 420-2 条抜粋]

I. 事業者又は事業者グループによる、以下のものの濫用的搾取は、同一の条件により、禁止される。

1. 国内市場又はその実質的部分における支配的地位

2. 他の選択肢を有しない顧客又は供給者が置かれている経済的従属状態

II. かかる濫用行為には、とりわけ、販売拒絶、抱き合わせ販売、差別的販売条件に加え、取引先が不利な取引条件を拒否したことを唯一の理由とする既存の取引関係の破棄が含まれる。

「経済的従属状態の濫用」が認められるためには、「(濫用行為を受ける者が濫用行為を行う者に) 経済的に従属している状態の存在」, 「経済的に従属している状態の濫用」, 「競争への影響」の3要件が満たされる必要がある。

ア 「(濫用行為を受ける者が濫用行為を行う者に) 経済的に従属している状態の存在」について

1989 年に競争評議会により、この要件が満たされるためには、小売業者に対する納入業者の従属の場合であれば、「納入業者の売上高のうち小売業者との取引が占める割合」, 「納入業者の対象商品の売上高における当該小売業者の割合」, 「経済的従属状態に至った経緯」, 「他の選択肢の欠如」の4要件が必要であると提示された。

(ア) 「納入業者の売上高のうち小売業者との取引が占める割合」について

この割合について、競争委員会は、数十%以上必要だと考えており、この割合を低くすることで、経済的従属状態の濫用規定を適用しやすくし、経済的従属状態の濫用から大企業を救済するという考え方はないとのことであった⁸⁷。

(イ) 「納入業者の対象商品の合計売上高に占める当該小売業者の割合」について

小売業者が巨大な購買力を有しており、かつ納入業者の合計売上高における当該小売業者の依存度が高い場合、下請関係など小売業者が唯一の顧客である場合が挙げられる⁸⁸。

(ウ) 「経済的従属状態に至った経緯」について

小売業者がフランチャイズの枠組みで自己の商品の販売を選択した場合など、取引先が自己の戦略によりかかる状態に至った場合には、経済的従属状態には当たらないとされる⁸⁹。

(エ) 「他の選択肢の欠如」について

事実上の転換可能性であり、取引先変更の可能性が重視される。取引先事業者の変更先については、フランスの事業者のみならず、EU域内をはじめとする取引の

⁸⁷ 日本国政府職員によるヒアリング調査による（2013 年 4 月 9 日実施）。

⁸⁸ 前掲・馬場 47 頁。

⁸⁹ 2013 年 4 月 18 日付フランス経済財政産業省競争消費者問題不正行為防止総局による経済的従属状態の濫用についての説明文書。

可能性のある全ての外国事業者が考慮される⁹⁰。

代替性については、先例によると、代替する取引方法等が全く同一であることや同等の利便性を有している必要はないとされており、当該納入事業者は、当該小売業者に対して経済的に従属している現在の取引関係が、自己の存続のために不可欠であることを証明しなければならないとされている⁹¹。

なお、新経済規則に関する法律第 66 条による商法典第 L. 420-2 条の改正により、(濫用行為を受ける者が)「他の選択肢の欠如 (ne dispose pas de solution équivalente)」という文言が条文からは削除されている。しかしながら、競争委員会、パリ控訴院ともに、経済的従属状態を認定する上での重要な判断基準として引き続き用いている⁹²。

イ 「経済的に従属している状態の濫用」について

第 L. 420-2 条第 2 文に、販売拒絶、抱き合わせ販売に加え、第 L. 442-6 条に掲げられている競争制限的行為が濫用行為として例示列举されている。このうち、販売拒絶、抱き合わせ販売、一方的な差別的取扱い等（価格、支払期限、販売・購入条件等）は、小売業者に見られる濫用行為であり、取引中止又は中止の脅迫という濫用行為は、メーカー等の供給者に見られる濫用行為である。ある取引関係において、当事者 A が当事者 B に依存していなければ、A に対して B が行い得ない行為は、原則として濫用行為として取り扱われる。すなわち、当事者 A が当事者 B に依存しているからこそ、当事者 B が当事者 A に対してある行為を行いうる場合、当該行為は競争委員会により濫用行為とされる可能性が高い⁹³。

なお、経済的従属状態そのものについては、特定の供給者と需要者の関係において、一方が取引相手に対して十分影響を及ぼし得る程度に優位であれば足り、一つの市場における独占的地位という意味での絶対的な支配的地位は要求されない⁹⁴。したがって、経済的従属状態にあるかどうかを市場や業界全体を見て判断することはない⁹⁵。

ウ 「競争への影響」について

競争への影響については、2001 年の新経済規則に関する法律による商法典第 L. 420-2 条改正により、「市場における競争の機能を阻止、制限又は歪曲する目的又

⁹⁰ 同上。

⁹¹ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

⁹² 同上。

⁹³ 前掲・Tiralongo 10 頁。

⁹⁴ 前掲・馬場 46 頁。

⁹⁵ 前掲・Tiralongo 8 頁。

は効果を有している」⁹⁶から「競争の機能や構造に影響を及ぼす可能性を有している」と変更された。改正前は、対象事業者は小規模な事業者であることが通例であり、かかる事業者の被る損害が競争への影響の要件を充足するのには十分ではないため、かかる効果の立証は極めて困難であった。本改正により、競争への影響の評価の際に問題となる競争への影響は、潜在的なものでも足りることとなった。しかしながら、実際の法適用においては、市場の構造への影響は、潜在的なものでは足りず、実際に影響が生じることが求められるため、2001年改正が本条の適用に与えた影響は限られている⁹⁷。それゆえ、経済的に従属している状態の存在の要件の一つである「他の選択肢の欠如」の立証が困難であることと合わせ、本条が適用された実際の事例は、依然として少数に留まっている。

(2) 事業者間契約における濫用条項規制（商法典第 L. 442-6 条）

ア 制定に至る経緯

上述のように、経済的従属状態の濫用規制の適用は困難であったため、1996年の商法典改正により、事業者間契約における濫用条項規制が導入された。その後、経済的従属状態の濫用を規定する第 L. 420-2 条が機能していない中、スーパーマーケット・チェーンと供給者・流通業者間の購買力の不均衡に対応するため、2001年に第 L. 442-6 条 I 2b) が追加された。同条文は、「依存関係 (relation of dependence)」の濫用を適用対象としていたが、裁判所も第 L. 420-2 条における「経済的従属関係」の概念と同様に、制限的に解釈しており、また経済省が執行することも稀であったため、実効性を欠くものであった。同条文の文言と適用範囲は、「経済的」依存関係には限定されておらず、技術的な依存ないし契約上の依存（排他的契約）も対象とする幅広いものを想定していたが、実際には、このような依存に適用されることはなかった⁹⁸。

このため、国民会議は、消費者保護法に由来する「著しい不均衡」の概念を導入することにより、同条文の文言を変更することとし、2008年の経済現代化法⁹⁹第 92・93 条により改正され、商法典第 L. 442-6 条は現行の規定となった。

同条中の関連規定は、第 I-2 号及び 5 号であり、次のように規定されている。

⁹⁶ なお、旧第 L. 420-2 条においては、「競争の阻害」の文言が置かれていなかったところ、「競争の阻害」については、旧第 L. 420-1 条（反競争的協定の禁止）の当該文言を参照していた（CPRC による書面調査結果）。

⁹⁷ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

⁹⁸ 同上。

⁹⁹ La loi de modernisation de l'économie no 2008-776 du 4 août 2008. 本法は、グローバル化した経済におけるフランスの経済と競争力を高めるべく、消費者法、競争法、金融関係法等の現代化実施のために制定されたものである。

[商法典第 L. 442-6 条該当箇所抜粋]

I. 全ての製造者、商人、職人、手工業者に登録された者による次の行為につき、行為者に責任を負わせ、生じた損害の賠償責任を負わせる。

1. (略)

2. 当事者間の権利及び債務において著しい不均衡 (un déséquilibre significatif) を生じさせる債務を商行為の相手方に対して負わせる、ないしは負わせようとする事。

3. (略)

4. (略)

5. 取引関係の継続期間を考慮せず、書面による事前通告なく、又は事業者間の合意による職業協定に照らし定められている事前通告の最短期間を尊重することなく、確立された取引関係を部分的であれ、突然打ち切ること。(以下略)¹⁰⁰

本件規制は、第 L. 420-2 条に規定される経済的従属状態の濫用の規定に代わり、事業者間契約における濫用条項について、民事訴訟を通じて規制するものであり、事例が蓄積されてきている。

また、本条違反行為に対する救済措置として、①当該行為の差止請求、②200 万ユーロを上限とする民事罰金、③行為者に対する損害賠償請求が用意されている（本条第 III）。

経済現代化法により、民事罰金を不当な支払額の 3 倍額にまで増額させることが可能となったが、これまでのところ裁判所により適用された事例はない。また、決定の公表、放送又は掲示 (publication, broadcasting or posting) が可能となったが、スーパーマーケット・チェーンは、ブランド・イメージを大切にしており、不利な判決による悪評の方が、罰金ないし損害賠償の支払いよりも大きな打撃となる可能性があるため、公表等による抑止力には大きなものがある¹⁰¹。

イ 商事慣行検討委員会

2001 年の新経済規則に関する法律による商法典改正により、第 L. 442-6 条については、制裁手段が追加され、執行体制が強化されたことを受け、商事慣行検討委員会 (Commission d'Examen des Pratiques Commerciales, CEPC) が設立された。同委員会は、フランス国内の供給者、顧客、再販売業者間の取引関係が機能しているかを監督する。加えて、経済省は、被害者が報復に対する懸念から濫用的行為を訴追することに躊躇する問題に対する解決策として、被害者を代表して訴えを提起する権限が与えられた。これにより、被害者自身による損害賠償請求と違反条項無効の訴えに加え、

¹⁰⁰ 柱書と第 2 号の日本語訳は、大澤彩「事業者間契約における不当条項規制をめぐる立法論的視点 (1)——近時のフランス法を素材に——」法政志林第 108 巻第 4 号 (2011 年) 220 頁を参考にした。

¹⁰¹ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

2001 年以降経済大臣は、当該制限的慣行を終了させるための差し止め請求、当該契約条項の無効宣言、被害者に対する不当に支払われた金額の回復と損害賠償の支払い、200 万ユーロまでの制裁金の賦課を含む多くの救済措置を求める訴えを被害者に代わり提起できることとなった。

(3) 支払遅延規制（商法典第 L. 441-6 条）

支払遅延に関する規制については、EU レベルでの取組が行われており、2000 年 6 月 29 日には、旧指令¹⁰²が採択された。旧指令は、2011 年 6 月 16 日に採択された現行指令¹⁰³に取って代わられたが、フランスにおいては、国内実施法¹⁰⁴により、商法典第 L. 441-6 条の規定が現行指令に適合する形で改正され、2013 年 1 月 1 日より実施されている。

現行指令の下、支払を受ける者は、支払義務者より、遅延損害金に加えて、あらかじめ指令に定められている回収費用を自動的に受け取ることができることされており、フランスにおいては現行指令に規定されている最低金額 40 ユーロとすることが、国内法¹⁰⁵により決定されている。また、本規制に違反した者は、個人については最高 7 万 5000 ユーロ、法人については最高 37 万 5000 ユーロの罰金が科されることとなる。

なお、現行指令の実施に先立ち、2008 年の経済現代化法により改正された支払遅延規制に関する規定は、既に現行指令の内容を取り込んだものとなっており、支払期日に関する基準を満たしていたほか、購入者と商品供給者又はサービス提供者の間では、特段の取決めのない限り、当該商品の受領又は当該サービスの受給後 30 日を当該商品又はサービスの対価の支払期日とすることとし、当事者は、月末から 45 日を超える支払期日又は請求書の日付から 60 日を超える支払期日を定めてはならないとされていた。

EU の現行指令は、フランスの支払遅延防止規定に比べると、より厳格さを欠くものである。現行指令においては、支払期日は 60 日とされているが、当事者間の合意により延長できるほか、支払遅延の場合に対する民事的な制裁も用意されていない。現行指令は、前文第 12 段にあるように、「迅速な支払いの文化」を促進することを目的とする。評者の中には、フランスの規定は強行規定であるという意味で、非常にラテン的な立法であるが、EU の指令は事業者の善意に依拠し、契約の自由を尊重するコモン・ロー的な伝統が見て取れると指摘する者もある。現行指令のほとんどの規定は、2008 年の経済現代化法以降、既にフランス法において規定されていたため、支払遅延の場合の一定の補償額と新たな金利の定義等を除き、新たな国内実施は不要であった。ま

¹⁰² Directive 2000/35/EC of the European Parliament and of the Council of 29 June 2000 on combating late payment in commercial transactions[2000] OJ L200/35 .

¹⁰³ Directive 2011/7/EU of the European Parliament and of the Council of 16 February 2011 on combating late payment in commercial transactions [2011] OJ L 48/1.

¹⁰⁴ Loi n° 2012-387 du 22 mars 2012 relative à la simplification du droit et à l'allègement des démarches administratives.

¹⁰⁵ Décret n° 2012-1115 du 2 octobre 2012 fixant le montant de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement dans les transactions commerciales prévue à l'article L. 441-6 du code de commerce.

た、現行指令では12条3項により、より厳格な規定の実施が認められているため、既存のフランス国内の規定の修正は不要であった¹⁰⁶。

なお、現行指令に対する例外として、特定の取決めが交渉されていた事業分野については、支払期日の適用除外が認められている。フランス国内ではロビーイング活動が行われた結果、国内実施法により、農機具、スポーツ用品、玩具、皮革製品、時計・宝石・金細工分野の事業分野については、60日の期日に対する例外が認められた。支払期日を60日とすることは、流通業者は自己の商品やサービスに対する支払いを迅速に受けることができ、また大手スーパーマーケット・チェーンも「費用のかからないクレジット機能(free credit facilities)」として支払期日を濫用することもないので、フランス経済にとってプラスの影響を与えるものである。なお、適用除外については、支払期日に関する既存の規定の存在、季節を限るという厳格な条件が課されており、3年を超えることができない上、競争委員会により承認を受ける必要がある。この例外については、60日ルール適用される産業と適用除外対象産業の間での競争を歪曲するのではないかという批判が寄せられている。現在では経済現代化法で認められていた事業分野よりも狭くなっており、上記5業種に限られる¹⁰⁷。

(4) 手続規定¹⁰⁸

ア 違反行為に対する措置

商法典第2編で禁止される反競争的行為に対しては、競争委員会による排除措置及び制裁金賦課が命じられる(第L.464-2条第1項)。排除措置に従わない場合には、履行強制金を課すことも可能である。制裁金の最高額は、企業の場合、違反行為が行われた事業年度以降の事業年度のうち、全世界における売上高が最も高い事業年度における当該売上高の10%であり、非企業の場合は300万ユーロである。

また、第L.420-1条(反競争的協定規制条項)及び第L.420-2条により禁止される全ての契約、協定又は契約条項は、無効とされる(第L.420-3条)ほか、反競争的協定、市場支配的地位の濫用又は経済的従属状態の濫用の企図、計画又は実行において、個人としての、かつ決定的な役割を不法に果たした自然人に対しては、4年以下の禁錮及び7万5000ユーロ以下の罰金が科される(第L.420-6条)。

他方、第L.442-6条に規定される、差別的取扱い、取引関係の突然の打ち切り等の禁止については、民事訴訟による①当該行為の差止請求、②民事罰金(amende civile)の賦課、③行為者に対する損害賠償請求が用意されている(同条III)。なお、差止請求に従わない場合には、裁判所は履行強制金を課すこともできる。

¹⁰⁶ フランス国弁護士からCPRCに送付された書面回答。

¹⁰⁷ 同上。

¹⁰⁸ 本項目の記述は、公正取引委員会ウェブサイト「世界の競争法」のフランス競争法に関する記述による。詳細は、同委員会ウェブサイト(<http://www.jftc.go.jp/kokusai/worldcom/kakkoku/abc/allabc/f/france201012.html>)参照(2014年5月22日閲覧)。

イ 執行機関

フランス競争法の執行においては、競争当局である競争委員会が中心的な役割を果たしている。競争委員会は、2008年の経済現代化法により創設されたものであり、これにより従前の経済財政産業省競争消費者問題不正行為防止総局（Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, DGCCRF）と競争評議会による競争法の執行体制が一元化された。

このほか、フランス競争法の執行に関わる機関として、パリ控訴院（Cour d'appel de Paris）、破毀院（Cour de cassation）、国務院（Conseil d'Etat）が挙げられる。パリ控訴院は、反競争的行為に対する競争委員会の排除措置命令、制裁金支払命令等の決定に係る不服申立てを受理し（第 L. 464-8 条）、破毀院は、パリ控訴院の判決に不服がある場合、関係人、競争委員会委員長及び経済担当大臣による上訴を受理する（第 L. 464-8 条）。なお、企業結合に関する経済担当大臣の決定に係る不服申立て先は、国務院となっている。

4 執行状況

(1) 経済的従属状態の濫用規制（商法典第 L. 420-2 条）

ア 概要

第 L. 420-2 条による規制は、スーパーマーケットへの納入業者（supermarkets' suppliers）を保護することを意図していた。しかしながら、スーパーマーケットへの納入業者自身から提起される事件は少ない。実際には、ほとんどの事例が、取引先製造業者による供給拒絶や差別的な事業慣行の被害者である流通業者（distributors、注：スーパーマーケットの納入業者ではない）から提起されたものであり、訴えが認められた事例も、ごく少数に留まっている。本条の執行が低調である理由として、①「他の選択肢の欠如」という要件が、フランス競争当局（競争評議会・競争委員会）と裁判所により極めて限定的に解釈されてきたこと、②かかる限定的な解釈の背景にある政策的な理由、③訴えを提起する者の躊躇が挙げられる。

①の「他の選択肢の欠如」という要件について、本要件は新経済規則に関する法律により削除されたが、判例法は引き続き要件としている。議会による法改正にもかかわらず、裁判所が依然として改正前の基準ないし解釈を維持しているのは、立法・改正の趣旨に従っていないことになる。これは、フランスにおいて通常とはいえないが、確立された法原則から説明のつかない法改正に対しては、裁判所が旧来の立場を維持することがある。

また、本要件は非常に限定的に解釈されているため、訴えが認められるためには、原告は、新たな取引先を見つけることが完全に不可能であること（an absolute

impossibility)を示さなければならない。しかしながら、競争当局と裁判所は、例外的な状況を除いては、他の選択肢の存在に言及する傾向がある。さらに、ある流通業者が特定の供給者の商品のみを保有していたとしても、かかる状況が「自己の意思による経済的選択(a deliberate economic choice)」である場合には、経済的従属状態にはないと判断される。また、2001年の改正まで、経済的従属状態の濫用が認められる上での競争に係る要件は、市場における競争を阻止、制限又は歪曲する目的ないしおそれを有していることとされていたが、本要件は証明が困難であるため、抑止的に機能していた。したがって、原告が、濫用行為等の結果として市場から排除されたとしても、競争に与える影響は何ら認められないとして、同規定は適用されないとされていた。すなわち、個々の取引関係において地位濫用的行為ないし不公正な行為が行われても、市場への悪影響があるとは認めがたいからである。かかる困難に対応すべく、国民議会は本要件を新経済規則に関する法律により改正し、「競争の機能や構造に影響を及ぼす可能性を有している」慣行を禁止することとした。しかしながら、先例が少ないために、この効果を立証する方法は確立しておらず、どのような事実を示せばこの効果が証明できるのかが不明であるため、2001年改正は、市場における競争に与える影響に関する判例法の発展には何ら貢献することがなかったように思われる。市場画定の必要がないこと及び市場シェアを示す必要がないことは了解されているが、他方で何を示せばかかる効果があるとされるのかは不明である。

これに関連して、市場シェアは従属性の有無を判断する上では関連性があり、考慮要因の一つとされている。もっとも、市場シェアのいき値に関する規定等は存在せず、先例も少ないため、最低程度の市場シェアも明らかでない。市場支配的地位を認定できる市場シェア、すなわち 40%位であれば認めらる可能性があり、20%、30%でも認められる可能性もあるが、大変低い数値という印象はある。

さらに、ある主要なグループに属している企業は、経済的従属状態にあるとは見なされないという判例法により、本規定を適用する範囲は制限されている。

②の限定的な解釈については、商法典第 L. 420-2 条の導入以降、フランス競争当局と裁判所は、同規定の適用に消極的であり、同規定にはよらず、反競争的協定を禁止する第 L. 420 条第 1 項による規制を好んでいる。これは、E U 競争法には第 L. 420-2 条に相当する規定がおかれておらず、フランス競争当局は国内競争法の発展について E U 競争法との一貫性を好んでいたということにより説明が可能である。フランス競争当局の関心は、市場・経済に悪影響を与える行為に集中している。フランス競争当局は、不公正取引や制限的慣行の規制を自己の責務とは考えていない。これらの理由から、フランス競争当局は、本条を執行しない。

また、裁判官と評者は、本規制の外延が広過ぎと見る向きも多い。「経済的依存」や「濫用」という概念は非常に曖昧であり、取引関係や交渉内容に対する過度の介

入となりがちである。このような理由から、裁判所は本条の執行に消極的である。

③の訴えを提起する者の躊躇については、スーパーマーケット・チェーンによる報復に対する懸念のため、被害を受けた者は、最終的に訴えを提起するに至った場合であっても、訴えの提起に非常に躊躇している。この点は、前記 2（1）の競争評議会の勧告的意見にも表明されており、その後も度重ねて示されている¹⁰⁹。

この点について、フランスにおける経済的従属状態の規制においては、「恐れของ要素(fear factor)」が大きな意味を持っており、濫用事件に係る訴えのほとんどは被害者ではなく、経済省により提起されているものであるとの指摘がある¹¹⁰。

また、裁判所もフランス競争当局も第 L. 420-2 条の適用に消極的である点について、フランス競争当局は、競争法は競争を守るものであって競争者を守るものではないというシカゴ学派的な信念を持っており、同条を好まないという点について指摘がなされており、裁判所においても、同条に違反したという判断を受けるのは難しい理由として、次の点を挙げている。

第 1 に、従属していることの証明が難しく、多くの場合に代替的取引先があるという理由で請求が退けられており、被害者自身も従属性の証明に成功したことはないこと、第 2 に、濫用の立証が難しいこと、第 3 に、企業が裁判所に訴えを起こすのは、当該解約の無効判断を得るためであるところ、解約無効の訴えは、第 L. 422-6 条 I-5 に基づいて行った方が効果的で、勝訴判決を受けやすいことがある。

この点について、スーパーマーケット・チェーンによる購買力の濫用の問題は、後述のように第 L. 442-6 条 I-2 及び制限的事業慣行に関する規定の下で適切に対応できているため、第 L. 420-2 条は廃止されることが望ましく、例え同条が将来さらに修正されることがあるとしても、競争委員会が法執行の優先的事項として、経済的従属状態の規制に熱心になるとは考えられないとの見解がある¹¹¹。他方で、第 L. 420-2 条については、今般の改正により、所定の要件を満たす限りいかなる行為も経済的従属状態の濫用となり得る上、事業者の年間売上高の 10% までの制裁金が賦課されるようになるなど制裁も強化されており、第 L. 442-6 条と同様の改正が必要だとは思わないとの見解もある¹¹²。

イ 具体的事例

(ア) テレビ放送会社 (TDF 社 (旧 TéléDiffusion de France) の事例¹¹³ (2007 年 10

¹⁰⁹ 本項目ここまでの記述は、元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査 (2014 年 3 月 27 日実施) 及びフランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答による。

¹¹⁰ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

¹¹¹ 同上。

¹¹² 同上。

¹¹³ Décision n° 07-D-30 du 5 octobre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre par la société TDF dans le secteur de la diffusion hertzienne terrestre des services audiovisuels en mode analogique.

月 5 日)

地上アナログ市場における競争を求める E U 指令 (2002/77/EC) を受けて、2006 年末、TDF 社¹¹⁴が、フランスの地上アナログ市場においても競争が開始される数週間前に、公共テレビ局 (France 2, France 3, France 5-Are) と民間テレビ局 (TF 1, M6) との間に長期にわたる排他的契約を締結したことについて、二次的放送網における地上デジタルテレビ放送会社 (注: 番組を制作するテレビ局ではなく、テレビ局の番組を放送する会社) である Emettel 社は、競争評議会へ申し立てを行った。

すなわち、Emettel 社は、TDF 社が上記テレビ局との間で締結した契約には解約条項が置かれていないため、Emettel 社のような二次的放送網のテレビ放送会社は、上記テレビ局との間で、新たに契約を締結する機会から排除されていると主張した。

本件で問題となった TDF 社とテレビ局との間の契約は、競争が開始されたにもかかわらず、TDF 社が自己の地位を強化し、新規事業者の参入を妨げるものであるとして、競争評議会は 2007 年 5 月、TDF 社に対し、テレビ局との間で新たな契約を締結しないことを求める緊急措置を命じた。

緊急措置を命じる手続の中で TDF 社から申出のあった確約措置について、競争評議会は市場テストを実施し、TDF 社に対して確約措置の一部修正を求めた上で、同確約措置を拘束力あるものとし、同事件に対する手続を終了させることとした。TDF 社から提案のあった確約措置の内容は、テレビ局との間で締結する契約を修正し、テレビ局が、TDF 社と競争関係にある出力 25 ワット以下のテレビ放送会社への契約変更 (TDF 社の競争者である、別のテレビ放送会社への乗り換え) を要請する場合には要請拒絶しないこととし、テレビ局との二者契約又は地元規制当局も含めた三者契約の中に、TDF 社との契約を早期に終了できる条項を加えるとするものである。また本件確約措置には、TDF 社内に、同確約措置を監視するための評価委員会を立ち上げること、従業員の競争法に対する意識を高める仕組みを構築することも含まれている¹¹⁵。

(イ) 大手スーパーマーケット (Carrefour) の事例¹¹⁶ (2011 年 12 月 16 日)

競争委員会は 2011 年 12 月 16 日、パリ 18 区において Champion の名でスーパーを営業する Marcadet Distribution 75 と Marcadet Exploitation 75 により 2010 年 8 月になされた Carrefour との間でのフランチャイズ契約に関する申し立てに

¹¹⁴ TDF 社は、1975 年にラジオとテレビ放送を独占的に行う公的機関として設立され、1987 年には株式会社化された。

¹¹⁵ 競争評議会 2007 年 10 月 5 日付報道発表文。

¹¹⁶ Décision n° 11-D-20 du 3 décembre 2011 relative à des pratiques mises en œuvre par Carrefour dans le secteur de la distribution alimentaire.

関し、Carrefour の提案した確約措置を承認し、法的に拘束力あるものとする決定を採択した。なお、競争委員会は 2011 年 2 月 23 日、本件申立人による保全措置要請については、緊急性を欠くものとして取り上げなかったが、本件で問題となった Carrefour の契約慣行は反競争的であるとして調査を継続していた。

競争委員会は 2011 年 7 月、Carrefour と Marcadet 店舗との間の「Champion フランチャイズ契約」が、より競争制限的である「Carrefour Market フランチャイズ契約」（契約期間の 3 年から 7 年への延長のほか、非更改条項、契約終了後にも適用される競合禁止条項、カルフルーに有利な契約終了後の事業上の優先権の導入、フランチャイズ加盟料の据置きを規定）に置き換えられる場合には、経済的従属状態の濫用となり得るとの見解を表明していた。

競争委員会の表明した競争上の懸念を受け、Carrefour が 2011 年 7 月 29 日に提案した確約措置は次のとおりである。Carrefour は、1 か月以内に本件申立人に対し、次の内容を含む新 Carrefour Market フランチャイズ契約の提案を送付することとなっている。

- 最初の契約期間は 3 年とし、更改する場合も 3 年とする（当初案ではそれぞれ 7 年）
- 契約後の非更改条項、競合禁止条項を削除する
- 事業上の優先権は、フランチャイズ契約期間のみに適用される
- フランチャイズ加盟料の据置きの削除

なお、Carrefour の提案した確約措置は、競争委員会による「食品小売業界における独立小売事業者との提携契約及び事業用地取得条件に関する意見第 10-A-26 号」（2010 年 12 月 7 日）に沿うものであるが、同意見では第 L. 420-2 条に違反するおそれのある行為として、不当に長い契約期間、契約の重複、契約終了後の多様な競争制限的条項が指摘されている¹¹⁷。

本件は、同条の適用された最も新しい事例である¹¹⁸。

ウ 第 L. 442-6 条（事業者間契約における濫用条項規制）との重畳適用

両条の重複的適用は可能であるが、実際には極めて稀である。とりわけ、2008 年の改正により第 L. 442-6 条 I-2 の適用が容易になってからは、第 L. 420-2 条が援用されることは極めて稀である。両条が適用された事例として、ベルサイユ控訴裁判所の 2013 年 6 月 4 日の事例があり、同裁判所は問題とされた制限的慣行を両条の下で分析した。同事件の訴えは棄却されたが、両条が併せて適用される可能性があることを示している。なお、両条が同時に適用された場合に、罰金がより高額となるかは不明である。行政的な制裁が刑事罰としての性格を有しているとみられる限り

¹¹⁷ 競争委員会 2011 年 12 月 16 日付報道発表文。

¹¹⁸ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答及び元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査による。

において、同一の行為に対するより高額な罰金の賦課は、二重処罰禁止の原則に反する可能性がある。他方、第 L. 420-2 条という競争法違反に対する罰金と第 L. 442-6 条 I-2 という制限的取引慣行に関する規則違反は、同一の目的を有していない。前者は、市場における競争の機能の保護を、後者は立場の弱い当事者の保護を意図しているものであるところ、2つの制裁金を合算して賦課することが合法であるという議論もあり得る¹¹⁹。

(2) 事業者間契約における濫用条項規制（商法典第 L. 442-6 条）

ア 概要

第 L. 442-6 条が適用された事件数の統計によると、2012 年の 1 年間ににおける第 L. 442-6 条 I-2 関係の事件は合計 10 件（全て第一審）、L. 442-6 条 I-5 関係の事件は合計 249 件（第一審 17 件、控訴院 210 件、破棄院 22 件）であった¹²⁰。また、2004 年以降の第 L. 442-6 条の下で科された民事罰金額の合計は、2004 年が 30 万 5000 ユーロ、2005 年が 141 万ユーロ、2006 年が 33 万 8000 ユーロ、2007 年が 54 万 2800 ユーロ、2008 年が 153 万 7000 ユーロ、2009 年が 449 万 1301 ユーロ、2010 年が 75 万 6000 ユーロ、2011 年が 228 万 8000 ユーロ、2012 年が 482 万 7000 ユーロと増加傾向を見せている。なお、2010 年の金額の減少は、憲法裁判所への付託により、多くの審理中の事件が停止されたためである¹²¹。民事罰金について、裁判所は、第 L. 442-6 条 III に基づいて制裁金を課すことができる。制裁金額については、裁判所に裁量があるが、同条項以外に根拠規定は存在せず、算定方法について定めたガイドラインも存在しないが、経済的インパクトについては考慮されている¹²²。

フランス競争法では、競争制限的行為、濫用行為に加え、事業上の取引の相手方に対して不公正だと考えられる行為も規制されており、事件数として大きな割合を占めている。実際の事件においても、突然の解約（brutal termination）が半数を占めている（長年の契約があれば、交渉力格差を改めて詳しく審査せずに法が適用される）。差別的行為及び交渉力の不均衡（bargaining imbalance）と呼ばれる、相手方に対して一方的にバランスを欠いた内容の契約条項や負担等を押し付ける行為は、ともに数は多くはないが事件はあるとのことである。また、新規定施行後の判例法を分析してみると、「著しい不均衡をもたらす債務を負わせる行為」の概念は、多様な慣行を対象としていることが明らかになり、慣行の見直し条件を歪める条項、

¹¹⁹ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。なお、同弁護士によると 2004 年以前の統計、その他の民事上の制裁（損害賠償、契約終了）の情報はないとのことであった。

¹²⁰ Application du Titre IV du Livre IV du Code de commerce, Actions en justice à l'initiative des acteurs économique, Bilan des décisions judiciaires civiles et pénales (période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2012) Document établi par le Faculté de Droit de Montpellier, pp 31 & 50 (http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/cepc/etude/bilan_fac_montpellier2012.pdf).

¹²¹ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

¹²² 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査（2014 年 3 月 28 日実施）。

裁判所決定により支払いが求められている金額の払戻しを取引先に求めること、相当する債務がないのに金額の支払いを求めること、契約の終了条件を歪める条項、製品購入の支払期限と事業上の協力サービスに対する支払い期限の間に差異を設ける条項等があることが分かった。交渉力の不均衡については、契約の自由に対する介入となるため、相当程度の格差が必要である。よって、解約行為に対する規制ほどもは事例がない。交渉力の不均衡の類型は、全てないしそのほとんどが大規模小売業者に適用されるものであるとのことであった。

第 L. 442-6 条 I-2 改正前は、条文の規定ぶりが第 L. 420-2 条に極めて類似していたことから、裁判所も同様に厳格な基準を適用していたため、事例数は少なく、2001 年から 2008 年にかけての適用事例は 2 件に過ぎなかった。このため、同条の実効性を高めるべく、2008 年の経済現代化法は、フランス消費者法を参考に、依存関係の濫用に代えて、著しい不均衡の概念を導入することにした。商事実務委員会は、2008 年 12 月 22 日の意見の中で、「契約から生じる権利義務関係の著しい不均衡という新しい概念は、第 L. 442-6 条の他の段落に記載されているか否かを問わず、あらゆる状況を対象とすることを目的とし、当事者間契約の適用の効果に照らして評価される」と述べていた。しかしながら、本概念は極めて漠然としたものであり、正確な定義規定が設けられていない。このため、L. 442-6 条 I-2 は憲法裁判所で合憲性が争われ、同項を違憲とする判断を求める原告からは、いわゆる「罰則法定主義 (principe de légalités des peines)」に反するとの主張がなされた。これについて、憲法裁判所は 2011 年 1 月 13 日の判決において、訴えを棄却し、著しい不均衡の定義は十分に明確であると判示している¹²³。

2008 年以降、同項の下、約 10 件の事例において企業が制裁を受けているが、報復の恐れから、訴えの多くは同年の改正以降より積極的に同項を執行している経済省により提起されたものである。また、裁判官も突然の解約等を行った事業者については厳格に対処する様子が見て取れ、裁判所はこのような慣行の損害を強調し、賦課される罰金額も大きなものとなっている。2008 年以降の主要な事例において賦課された民事罰金の額は、25 万ユーロから 200 万ユーロ、損害賠償の額は 170 万ユーロに上ったものもある¹²⁴。

イ 第 L. 442-6 条 I-2 への批判

第 L. 442-6 条 I-2 については、次のような批判がある¹²⁵。第 1 に、同条は、専門家団体と消費者の取引関係に適用されており、立法趣旨に沿った適用をされていない。第 2 に、現実の取引においては何らかの不均衡があるものであって、契約当事

¹²³ 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査（2014 年 2 月 28 日実施）及びフランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

¹²⁴ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

¹²⁵ 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査（2014 年 3 月 28 日実施）。

者の双方が同等に便益を受けるということではなく、同条は、経済の現実に応じた規定である。このため、ほとんどの契約が同条違反とされるリスクを負うこととなり、法的安定性が著しく損なわれている。

すなわち、本条文のために正常に機能している取引関係が突如として法律に違反すると判断されるという状況、たとえば 20 年近く円満に行われてきた取引が、ある日突然違法であり無効だとされる可能性が生じている。20 年近くたってから、契約当事者の一方が当該契約は違法な条項を含むものであり、不均衡があったなどとして損害賠償を請求し、裁判所によって多額の請求が認められる可能性があるという状況が生じている。

例えば、裁判例には、一方当事者にのみ解約の権利を与えることは一方的な解約権の設定であり、著しい不均衡を生じさせるものとして同規定に反するものとした例がある。また、一方的なものは何であれ同規定に反するものであり、全て相互的でないといけないという立場をとる例もみられる。著しい不均衡の有無について、契約全体ではなく、契約の条項の一部を取り出して判断した裁判例は極端であり、特定の条項を含むから違法だとして契約に介入するのは妥当ではない。

また、同条に対応するドイツの法令は 10 頁ほどの分量があるのに対し、本規定は 1 文に過ぎず、いかようにも解釈できる。2008 年に制定されたものだが、それ以前に締結された契約への適用も争われている。

フランスにおいては、欧州全体におけるのと同様に（EU の消費者保護指令などで明らかにされているように）、価格の妥当性と契約の目的の価値の充分性は、裁判所の判断事項とならず、介入しないということが確立している。本規定についても、この原則は守られているが、値引きは、価格の一種であるため介入できないとする立場と、価格そのものではないので規制が及ぶとする立場がある。リベートについても、同様の論争があり、対立の度合いは大きい。裁判所は回答を示していない。判決については、法律制定後、時間が経っていないので、下級審のものに限られているが、判決・裁判所により異なる立場が採用されている。適用状況は、極めて不透明で錯綜した状況になっており、勝訴できるかは裁判官次第である。価格には介入しない、という原則に関し、市場支配的地位の濫用については、過度に高い価格を設定してはならないという規制がある。しかし、これは、独占のように市場が機能していない場合の例外的な場合のことであり、通常の下況下では、交渉により価格を自由に設定できるのが原則である。第 L. 442-6 条は、独占がない場合を含めて一般的に適用されるものであるところ、一般原則が妥当すべきである。

ウ 第 L. 442-6 条 I-5 への批判

第 L. 442-6 条 I-5 については、次のような批判がある¹²⁶。本項の下、解約に対し

¹²⁶ 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査（2014 年 3 月 28 日実施）。

ては厳しい規制が行われており、判例により、解約された直後に別の取引先が見つかったため、現実に損害が生じていなくても、解約告知から告知期間として裁判所が認定した期間に受けることができた利益分の損害の支払が命じられることになっている。告知期間は、契約期間の長さなどに応じて決められ、半年、長い場合には2年間、3年間などに及ぶこともある。この告知期間を基にして、現実の損害とは関係なく賠償額が決定されるが、特にこのルールに対しては批判が強い。ヨーロッパの法の下では、損害が現実に発生したときにのみ損害賠償が命じられるという原則があるため、同項に係る裁判所の判断はこの原則に反する、理不尽な判例法(stupid case law)である。現在の経済は変化が激しく、6か月、2年、3年も告知期間を置くのは現実に即していない。2年、3年の間の利益分の支払を命じるのは、現実に存在しない取引関係の終了について損害賠償を命じるようなものであり、取引相手の変更や解約を制限するのは、経済的に非効率である。

このような観点から、弁護士と経済界はこのルールに反対しているが、フランスの法学会では、契約においてより力の弱い当事者を保護すべきだという考えを持つ契約連帯主義学派(solidarisme contractuel)の考え方が大変強い力を持っており、力の弱い当事者は、多くの場合、流通業者であり、製造業者から保護すべきだという考え方になっている。極端な保護的な考え方で、現代社会にはそぐわないが、未だにフランス・エリートの間で力をもっている。欧州競争委員会が進めている UTGs 規制の動きの中で、本項を EU レベルで採用しようという動きがみられるが、本項が EU レベルで採用されることになるのは問題である。

契約連帯主義学派の力は大変強く、契約法で一般的に契約の相手方の状況を考慮し、状況に応じて契約締結後に契約内容を変更すべきことを主張している。この考え方に基づくならば、裁判所は契約内容の変更を事後的に命じることができることになるが、欧州法上の信義則には、策定中である欧州統一契約法の草案や欧州共通販売法指令(案)などにも見られるように、契約の相手方の状況を考慮すべきことが含まれるが、相手方の状況を考慮して契約を事後的に変更することまでは含まれない。フランスの裁判所により、信義則の範囲がこのようなものであること、特に上記のような内容が含まれないことに加え、裁判所は事後の変更ができないことが、フランスの裁判所により明らかにされてきているが、契約連帯主義学派の立場は、信義則について裁判所において確立された考え方を越えるものだといえる。

同弁護士は、次の理由から、契約連帯主義学派の立場に反対している。第1に経済に反するものであり、契約当事者は相手方のことを考慮し、相手方の利益を尊重しようとして取引を行うわけではないこと、第2に、法的安定性が著しく損なわれることである。裁判所に事後の介入を認めることになれば、契約を締結する意義が著しく損なわれる結果、効率性が損なわれ、契約制度に悪影響が及ぶ。第3に、流通業者は製造業者に対して弱い立場に立っているという考え方は、最早時代遅れで

ある。たとえば、香水については、流通業者 2 社で市場シェアの 60～70%を占めており、製造業者が強い交渉力を有しているとはいえない。

さらに、本項は元来スーパーマーケットの強い交渉力から納入業者を守ることを第一の趣旨とするが、報復のおそれがあるため、スーパーに対して納入業者が本項を用いて訴えを提起することはなく、現実には 8－9 割近くの事件が流通業者と製造業者との間のものである。納入業者が本項を用いるのは、最早スーパーとの関係回復が望めない場合に限られる。第 2 に、スーパーマーケットと納入業者との取引関係は経済の 5 %程度の限られた範囲に存在するに過ぎないにもかかわらず、一般的な条文を設けて規制をするのは誤りであり、フランスの経済事業活動全体が影響を受けるという結果に陥っているのは、きわめて非効率である。英国のように、分野限定の行動規範を定めて、オンブズマン制度を設けるなどして対応した方がより効果的で、良い方法であろう。

(3) 支払遅延防止規定の執行

支払遅延防止規定の執行については、2008 年の経済現代化法施行後、5 年を経て、同法に定められた支払遅延規定は有効に機能しているとの見解がある。「支払遅延報告 (Observatoire des délais de paiement)」2013 年版によると、経済危機以降、支払遅延の問題が生じていない EU 加盟国は、フランスとドイツのみであり、フランスにおける支払までの期間は 2009 年から 2012 年にかけて減少してきている。しかしながら、2013 年については経済現代化法施行以降、初めて支払期日の長期化が見られた。これを受け、フランス当局は 2014 年 3 月 17 日に施行された新消費者法¹²⁷の下、支払遅延については最高 37 万 5000 ユーロまでの行政制裁金を賦課することとしている。新法により、支払遅延規制の実効性が高められ、また、中小企業に対し支払遅延に関するよりよい保護を与えることが期待されている¹²⁸。

5 小括

フランス競争法は、相対的優越的地位の濫用を直接規制する条文（経済的従属状態の規制）を置いているが、適用要件を緩和する法改正にもかかわらず、実際の適用においては改正前の要件が維持されており、実際上はほとんど適用されていない。これに代わり、事業者間契約における濫用条項により規制される、不公正取引に係る事件は事例数も多く、相対的優越的地位の規制において成果を挙げてきている。このため、前者の規定を削除し、後者の規定に一本化すべきであると主張する意見も見られる¹²⁹。

¹²⁷ Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation
(<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000028738036&categorieLien=id>)
(2014 年 5 月 22 日閲覧)。

¹²⁸ フランス国弁護士から CPRC に送付された書面回答。

¹²⁹ 同上。

また、フランスにおける相対的優越的地位の濫用の問題は、主としてスーパーマーケット・チェーンを舞台に展開してきたところ、法による規制を追求するのではなく、そもそもスーパーマーケット・チェーンの力自体を削ぐ、すなわち新規参入を活発にして、スーパー間の競争を活発にする方が、より効果的で優れた解決方法はないかと指摘する意見もある¹³⁰。

フランスにおいては、このほか、EU の支払遅延防止指令を越える支払遅延規制も行われ、一定の成果を上げてきている。、フランスの規制体系は、EU における相対的優越的地位の規制の在り方を考える際の一つのモデルとなり得るものである。

¹³⁰ 元 CPRC 研究員・和久井教授によるフランス国弁護士からのヒアリング調査（2014 年 3 月 28 日実施）。

第4節 ドイツ

1 規制の概要

購買力規制の在り方としては、競争法上の規制が挙げられる。とりわけ、市場支配的地位及び相対的に有力な地位にある事業者に対する濫用規制が中心となり、それを補完する規制として、集中規制及び共同購入規制がある。

市場支配的地位の濫用規制においては、一般的に排除濫用と搾取濫用に区別され、購買力濫用については搾取濫用の枠組みで検討することも可能である。さらに、相対的に有力な地位にある事業者に対する濫用規制が存在し、主に妨害・差別行為を対象行為とする。これらの市場において有力な地位にある事業者に対しては、特別の購買力濫用規制が存在し、従来、当該規定との関係で購買力規制に関する議論が展開しており¹³¹、本稿では、この点を中心に検討をする。

濫用行為に当たる場合の違反行為に対しては、排除措置命令、秩序違反として制裁金を課することが可能であるが、従来、事例が極めて少なく、制裁金を科されたケースは存在しない。近年、購買力濫用に関する苦情は増加しているようであるが、取引対象から外されるという、サプライヤー側が持つ不安（Ross-und-Reiter 問題・供給者が、連邦カルテル庁への苦情に伴う報復措置を心配すること）から効果的な措置が阻まれているとも分析されている。このようなサプライヤーの不安に効果的に対処する方策の在り方を検討することが今後の課題のようにも思われる。

2 規制の背景

食料品小売業における購買力の問題は、多数の競争当局によって調査されている。多くの場合、購買力は市場に存在するものの、ネガティブな効果の立証は困難であるとされている一方、なお長期的にみた購買力のもたらすネガティブな効果が懸念されている。

購買力の問題は、とりわけ1989年のドイツ競争制限防止法第5次改正、ドイツ独占委員会の報告書、EU レベルにおいて、競争法上のテーマとなっている。ドイツ独占委員会及びドイツ連邦カルテル庁の見解としては、ドイツの小売業者は一般的に競争上問題となるような購買力を有していない。しかしながら、このことは、同時に具体的事例で、小売業者が、濫用的な方法で自己に有利な購入条件を設定し、小売段階における競争プロセス及び市場成果を侵害することを可能にする、メーカーに対する突出した交渉上の地位にあることを否定するものではない。

購買力については、従来、理論的及び経験則上の経済理論の展開が十分でなく、それに対応するケース、判例がほとんど存在しないため、購買力概念を一義的に捉えることは困難となっているが、規制の在り方を検討する前提として、まずドイツの小売業界を

¹³¹ 本稿では、特に「Deutscher Bundestag 17. Wahlperiode」(Drucksache 17/10365)347 頁以下を参考に行っている。<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/103/1710365.pdf>

概観する。

(1) ドイツの食料品小売業の近年の展開

ドイツの食料品小売業界は過去数十年で様々な展開を経ている。すなわち、①集中度の増大，グループの集中化，②販売形態の継続的な転換，ディスカウンターの増大であり，この販売形態の大幅な転換は，近年進む技術革新，例えば電子バーコード，セルフスキヤンの登場，店舗開店時間の規制緩和，建築基準法の改正に起因する。さらに③プライベートブランドの著しい拡大がある。かかる技術革新は，大規模かつ潜在的に資本力のある市場参加者の急速な成長をもたらすと同時に，合併基準の緩和を契機に小売業における一種の合併ブームを背景として，小売業界の再編，集中化が顕著となってきている。1999 年の時点では，8 社（EDEKA，Schwarz-Gruppe（LIDL，Kaufland），ALDI，REWE，Metro，Tengelmann，WalMart，SPAR）（グループ含む）で約 70 パーセントの市場シェアを占めていたが，2011 年には，EDEKA，Schwarz-Gruppe，REWE，ALDI の 4 事業者で約 85 パーセントを占めるに至っており，主要な小売業者の食料品取引における購買力は，競争政策上，主要な課題になりつつある。

① 小売業者の統合とシステムの集中化について

ドイツの小売市場の特殊性は，統合プロセスの進展が一様ではなく，コンツェルンベースないしはコーポレーションベース（協同組合・任意のチェーン）という形で展開する。卸売及び小売機能を統合しながら食料品業者のグループ形成が進み，かかる形態が，小売と卸売が独立して存在する構造に取って代わることになる。一つの取引段階を省く，ないしは事業者が共同することにより機能を束ねることは，二重のマージンの回避につらなる。その限りで，小売業者におけるグループ間の競争は，原則として，効率性を達成しかつ競争促進的であると評価される。

卸売と小売段階の統合は，第一に，協調的なグループ形成によって展開してきた。このシステムは，独立した小売業者による共同体（共同購入機関）の設立又は消費者サイドの共同購入の設立を通して一定の規模の構築によって展開する。EDEKA と REWE グループの二大小売チェーンが協同組合の組織形態をとる。販売及び戦略的な調整は概ね地域の組合ないしは本部によってコントロールされる。

第二に，チェーンストアカンパニーにおける卸売と小売の統合は，卸売を省略する，ないしはメーカーにおける直接購入を可能とする，規模の成長の結果として成立している。リーディングチェーンストアカンパニーは，合併又は著しい内部成長によって構築された。ディスカウントショップの ALDI と LIDL がこれに当たる。

② 販売形態の継続的な転換・ディスカウンターの意義の増大

食料品小売業者における販売形態の転換は，コスト上有利な販売形態及び小規模事業者の後退によって特徴付けられ，食料品小売業における販売形態は，大雑把に言えば，フルレンジの品揃えの形態とディスカウンターに大別されることになる。ディスカウントストアは，比較的幅広い品揃えと同時に比較的少ない商品数を扱い，

商品の入替え頻度は高く、付随サービスには注力せず、強い価格志向を示す。ハードディスカウントストアのALDIは、その品揃えをほぼプライベートブランドで揃えており、これに対して、いわゆるソフトディスカウントストアは、品揃えの大部分をメーカー商標品で構成している。

ドイツにおける経営形態の展開は、ディスカウントストアの急速な拡大と同時に、中・大規模スペースのフルレンジ販売店の増大によって特徴付けられる。明らかに減少傾向にあるのが、小規模な販売スペースをもつ小売店である。

③ プライベートブランドの躍進

プライベートブランドは、メーカー商標品と異なり、小売業者のイニシアティブで導入、販売されている。プライベートブランドは、ほぼ全てのクラスの商標品、すなわち低価格品からプレミアム商標品まで存在する。これに対してメーカー商標品は、生産者によって開発、市場に導入され、そして育成されてきた。メーカー商標品は、しばしば宣伝及び品質維持の為に高額な出費を必要とする。

小売業者の販売に占めるプライベートブランドの割合は、サプライヤーに対する交渉力の評価にとって重要である。小売事業者の品揃えにおいてプライベートブランドの占める割合が高いほど、相互の取引関係においてメーカー商標品の生産者の交渉力は、弱くなる傾向がある。

食料品小売業者が扱うプライベートブランドの割合は一様ではない。プライベートブランド扱う割合が最も高い小売はALDIで94%となり、次いでSchwarz-Gruppeで61%となっている。Schwarzグループに属するLIDLを個別にみると75%となる。

プライベートブランドが占める割合は、商品グループの間に大きく差がある。プライベートブランドが特に支持されているのは、消費者の観点からブランドイメージが相対的に重要でない分野である。これに対して、プライベートブランドが従たる地位を占めるのがビール市場であり、ここでは、メーカー商標品が高いシェアを占めている。

(2) ドイツの食料品小売事業者の概要

ドイツにおける主導的な食料品小売業者のグループは、ALDIグループ、EDEKAグループ、METROグループ、REWEグループとSchwarz Gruppeグループである。

① ALDIグループ

ALDIは、ALDI-Nord(北部)とALDI-Sud(南部)に分かれており、それぞれ30程度の法的に独立した地域の組合から構成され、また、それぞれの地域において1800から2500の支店がある。両者は、ドイツで最大のローストコーヒーメーカーに属する。

ALDIは、品揃えの範囲は狭く、ほとんどプライベートブランド商品を提供し、シンプルな商品の陳列、徹底したサービスは追求しないというディスカウント原則の基本コンセプトに、今日まで忠実に従っている。

ALDI は、その売上げの 90%以上がプライベートブランドによる売上げであり、購入は、年間合意を通してではなく、入札募集手続による。ALDI は、製品、生産過程、仕入れ先、場合によっては農業生産の条件について質的及び量的な要求を特化し、複数年にわたる契約期間を設定し、多くの場合 2 から 3 の契約相手方を公募する。かかる調達戦略を持って、ALDI は、その供給者に、一方では、低い購入価格を支える量及びコストについて確実な計画の枠組みを提供し、他方で、プライベートブランドに関する共同作業の期限を設定し、かつ入札結果の不確実性にに基づき、既存の供給者と新規の供給者の間で品質、コスト、価格及びキャパシティーをめぐる競争を促進する。商品品目数を限定する他に、この調達戦略が、食料品小売業者における ALDI のコスト主導性を支える実質的な理由となっている。

② EDEKA グループ

EDEKA グループは、協同組合をベースにした集団である。EDEKA セントラル AG、7 つの地域組合、さらにその支店、そしてディスカウント店である Netto から構成される。

EDEKA は、ドイツで第三位の規模を持つディスカウント商号の経営者である。Netto のディスカウントは、ALDI と異なって、メーカーブランドを扱う。

③ Metro グループ

Metro AG は、Metro Cash&Carry、REAL SB-Warenhausunternehmen の親会社である。両者は、食料品に重点を置いて活動している。さらに、Galeria Kaufhof、家電メディア Saturn もメトロコンツェルンに属している。グループ所属会社は、全ての MetroAG の子会社であり、このため自己責任を伴う独立した事業者として業務が遂行される。Metro AG は、2010 年の時点では世界で第三位の規模を持つ小売業者であり、売上げの 30%を外国で獲得する。ドイツ国内では、REAL が、主導的な消費者向け商品デパートの一つであり、幅広い品揃えの他に、大規模なセルフサービスでノンフードの品揃えを扱っている。スローガンとして、ワンストップショッピングが市場でのポジションである。Metro Cash&Carry は、卸売業者であり、小売、ホテル、レストランなどの中小事業者、中小の経営者（例えば手工業者等）に販売する。

④ REWE グループ

REWE グループは、REWE コンツェルン（REWE セントラル等）と REWE ドルトムントを含む。REWE セントラルが中核であり、独立した個々の小売業者の組合が資本参加している。REWE グループは、食料品小売において、多様な販売形態の店舗を多く経営している。REWE の販売政策は、地域指向的に形成されており、REWE グループの調達戦略は多様化している。

⑤ Schwarz-Gruppe グループ

Schwarz グループについては、その組織法的な構造の大枠を捉えることは難しいとされる。グループの資本は、Schwarz ホールディングに集約されており、これが、

KAUFLAND 財団と LIDL 財団の親会社となっている。KAUFLAND は、600 を超える消費者向けスーパーマーケットとデパートを有し、店舗数及び売上高で見てもドイツで最大規模の大規模小売業者である。LIDL 財団は 3,900 弱のディスカウントマーケットを持っている。両者は、肉や魚を部分的に自己の生産場で製造している。

KAUFLAND は、フルレンジの品揃えを扱う大規模な小売業者であり、積極的な価格政策を追求し、プライスリーダー的存在である。LIDL は、ハードディスカунターとして経営されている。主力となる品揃えは、食品とドラッグ用品である。LIDL と KAUFLAND は、食料品の販売市場において事実上競争者として存在する。両者の間には、地域分割はなく、調達市場においても、両者はそれぞれ独立して行動する。すなわち、LIDL は独自に調達し、他方、KAUFLAND はその購入部門である MERKANT を通して調達する。

(3) 食料品小売業における競争状況

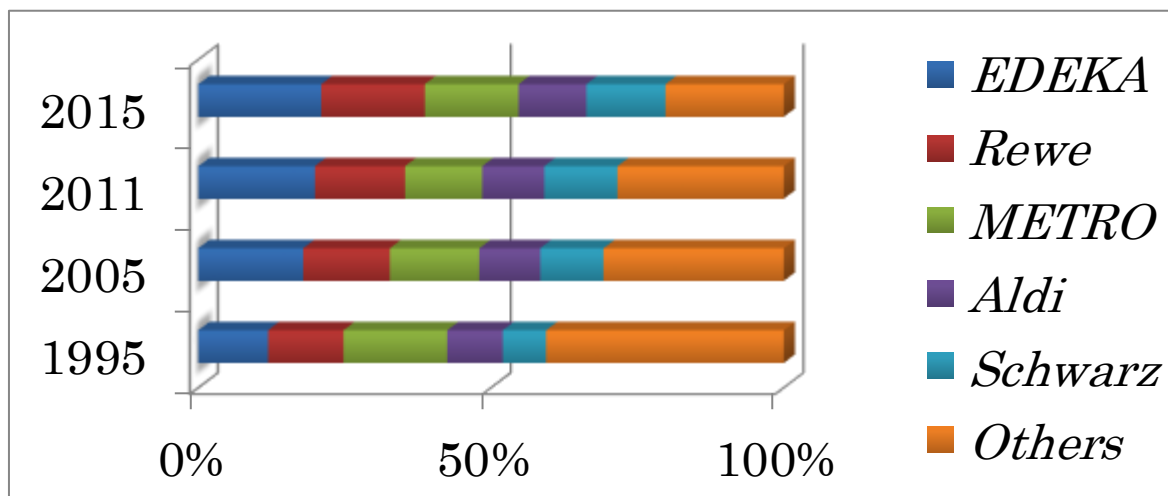
市場における競争状況を把握するための重要な要素は、集中の展開状況、販売ネットワーク、販売(店舗)スペース、小売価格、小売業者のマージンである。

① 集中度

ドイツの食料品小売業における集中度は年々上昇しており、集中度は明らかに高い。ALDI は唯一、内部成長によってリーディンググループの一員となった。従来、ドイツ小売業における企業集中が禁止されたことはほとんどなかった。集中度の上昇は、技術的進歩(特に情報技術及びロジスティック)、効率性の改善を契機とする限り、経済的観点からは問題はないと考えられている。

集中を通して、当該地域の食料品小売市場における支配的地位が成立する場合、当該市場における店舗を譲渡する条件の下で、かかる集中は認可されてきた。もともと、その場合、継受の事業者として、しばしば主導的な競争者のみが考慮されることになるという問題点も指摘される。

○ 食料品小売業者(5大リーディング)の集中度の展開



＜前掲注 131 360 頁のデータに基づき作成した。＞

② 販売店のネットワークと売場面積

ドイツの食料品小売業者の数は、1990年代から半減し、現在は約4000となっている。また、小売店舗密度は、2010年100万人人口当り336店であり、イタリアの232店、フランスの197店、イギリスの97店と比較すれば、消費者にとって購入選択の幅はより広い。

店舗数は減少しているが、売場面積はコンスタントに増加している。小規模(400㎡以下)小売業者及び大規模(3000㎡以上)小売業者の割合は減少する一方、中規模(400から3000㎡)小売業者の割合が増加しており、1000㎡までの店舗が多くなっている。

③ 食料品価格と小売業者のマージン

食料品価格は、他の欧州諸国との対比で、過去16年間平均以下の上昇率であることから、小売業者の価格コントロールの余地はさほど小さくなく、小売段階における競争の存在は肯定的に捉えられている。価格指向の強い販売形態、特にディスカунターが存在感を増している。

食料品小売業者のマージンも相対的に少ない。主導的な小売業者についていえば、イギリス、フランス、オランダの方が高いというデータがあることも、競争の存在を支持する要因である。

過去に外国大規模事業者、例えばIntermarche, Wal Mart等の進出が繰り返あったが、結局撤退している。しかし、これは高い市場参入障壁が存在することを意味するのではなく、競争が激化して利益が見込めないためであり、加えて、国内の事業者の高い競争能力も指摘されている。

④ サプライヤー(食料品メーカー)の市場について

ドイツにおける食料品サプライヤーは、圧倒的に中小の事業者であるが、世界的に活動するコンツェルンも存在する。食料品産業と小売業者は、基本的には商品の販売における重要なパートナーであり、相互に効率性の獲得に注力している(市場の把握、販売ネットワーク等)。他方、小売のプライベートブランド商品の大幅な増加で、食料品サプライヤーと小売業者の関係が変化し、食料品サプライヤーと小売業者間においては、小売業者がメーカー商標品に代用する商品市場に挑戦する形での競争関係も認められる。両者の力関係は、取引相手方の選択可能性とそれぞれの力に依拠する。

カルテル庁の法実務によれば、需要市場コンセプトに基づき、食料品小売業者の調達取引に係る関連市場が画定されている。市場における取引相手方の観点から機能的に代替可能な商品が、関連市場に含まれることになる。調達に係る関連市場の画定に際しては、供給者が大規模な施設変更の困難なく供給しうる商品が考慮される。このようなかたちで、食料品販売の調達市場は、商品ないしは効用を基準に区別される商品グループに従い画定されることになる。ドイツでは、メーカー商品とプライベートブランドが同一の関連市場に属するかどうかは、明確にされていないが、商品のマーケティング方法との関係で、メーカーはその商品を短期的に他の方向に転換することができないことを根拠に、従来のカルテル庁の多数の運用事例では、それぞれ独立した市場が画定されている¹³²。プライベートブランドは、小売業者の委託によって生産され市場で当該小売業者によって販売されるのに対し、メーカー商標品は、生産者が独自に販売し、原則として競合する小売店でも販売される。メーカー商標品は、プライベートブランドと異なり、販売店以外の例えばホテルやレストランでの取り扱い、輸出などの可能性を持っている。

⑤ 購買力が及ぼす効果についての分析

購買力の競争に及ぼす効果については、とりわけ最近議論が活発になっており、購買力と競争阻害性について次のような点が着目されている。

小売業者の規模が購買力の原因となり得るのは、メーカーの全生産量に占める一買手のシェアが大きければ大きいほど、供給者にとって、他の買手からの購入で代替することがより困難になることである。小売業者の絶対的又は相対的な規模、その結果として購入量が増大し、メーカーの視点からは、選択的な販売ルート又は販売市場が存在しないところでは、その買手(小売業者)を回避し得なくなる。もっとも、絶対的な規模が購買力発生条件となっているのではなく、比較的小規模の事業者でも、交渉力ある地位が存在する場合がある。とりわけ、食料品小売分野においては、例えば、大規模小売が市場に参加していない状況で、一定のローカル市場への参入が一定の小売事業者を通してのみ可能である場合である。これは、小売の集中化が進み、市場参入におけるメーカーの選択の可能性が減少していることが背

¹³² 前掲注 131 365 頁。

景にある。具体的事例において規模と交渉能力間の原因・結果を関係づけることが肝要とされる。

また、購買力発生の原因として、規模だけでなく、小売業者が自己の商品、いわゆるプライベートブランド商品の陳列に注力し、これをもって、商標品メーカーと競争関係に立ち、商標品メーカーに対する交渉上の地位を強化することも有意となってきた。これは、交渉決裂や供給者転換のコストが低減することを意味する。

このような購買力原因の分析から、購買力規制においては、市場支配的地位にある小売業者のみでなく、相対的に有力な小売業者についても、規制の名宛人とする必要性が明らかとなる。

購買力がもたらすネガティブな効果については、供給者サイドでの市場力とは異なり、小売価格の高騰、消費者利益の侵害に必ずしも連なるわけではないことに留意しつつ、サプライヤーに対する個別の購買力の行使、川下の小売段階における競争に及ぼす効果が包括的に検討されることになる。購買力が及ぼす競争者及び消費者の価格への影響は、購買力が用いられる状況及び契約全体に依拠することになり、いかなる前提条件のもとで、購買力がポジティブな厚生上の効果を含意するかについても、明確に予測する事は難しい。購買力のネガティブな効果として一般的に挙げられるいわゆるウォーターベッド効果、すなわち、市場において優位性のある買手事業者が、強力な購買力を用いて、メーカーや卸売業者などのサプライヤー側から商品を安値で仕入れることが可能となる一方で、サプライヤーが低価格納入による損失分を補うために、小規模の小売業者全般に対して納入価格を引き上げ、その仕入れコストを上昇させるという二重効果については、購買力のネガティブな効果を基礎付ける一般的な理論としての位置づけはなされていない。もともと受動的な差別行為という類型から購買力濫用行為を捉えるという基本コンセプトはあるものの、サプライヤーに対する抑圧的な事業活動の阻害を超えて、具体的な競争者に対するネガティブな効果の認定は特に必要とされていないと考えられる。この問題については、今後の理論展開に注目すべきであろう。

3 規制の枠組み

(1) 濫用規制の概要

濫用行為は、様々な出現形態で現れるため、ドイツの立法者は、濫用行為禁止規定を繰り返し補完ないし改正し、その結果、種々多様な個別要件が集積し、濫用禁止要件の規定構造は雑然としていた。これが法の理解、適用を困難にしているという認識から、2013年の競争制限防止法第8次改正では、市場支配力と相対的市場力を明白に区別し、18条に市場支配的地位の定義規定を設け、19条は市場支配的地位の濫用禁止のみを規定し、そして20条を相対的地位の濫用禁止規定として体系的に整理した。規定内容の実質的変更はなく、従来の判例理論が引き続き判断基準となる。

競争制限防止法 19 条はいわゆる市場支配的地位にある事業者の濫用行為を禁止する規定であり、市場支配的事業者が取引関係において他方の事業者を不当に妨害ないし差別する行為及び搾取的な濫用行為が、19 条の適用対象となる。

同法 20 条 1 項によれば、19 条 2 項 1 号に定める市場支配的事業者の不当妨害行為又は正当な理由のない同種の事業者に対する差別的取り扱いを禁止する 19 条 1 項は、一定の種類の商品又は役務の供給者又は需要者としての中小規模の事業者が、十分かつ合理的な取引先変更可能性がない程度までに事業者又は事業者の団体に従属している場合にも適用される（相対的地位）。20 条は、19 条にいう市場支配的事業者の濫用規制を補完する役割を果たすことになる。20 条の意義は、個々の構成要件において異なっているものの、総じて言えば、市場支配的事業者だけでなく、相対的に市場において有力な事業者が規定の名宛人に含まれることである（相対的地位の濫用規制）。このように、20 条の適用範囲は、中小事業者が供給者又は需要者として他の事業者に従属しているという相対的な従属関係のケースに拡大されており、市場における有力性が相対的な者にとどまる事業者について妨害及び差別行為を禁止する点に特徴がある。相対的地位は、取引の相手方における十分かつ期待し得る選択の可能性が欠如する場合に認められる従属性¹³³を根拠とする事業者の地位として特徴づけられ、さらに、二重の意味で理解される。すなわち、第一に、その相対性は、市場支配の様に、全ての顕在的又は潜在的取引相手方及び競争者に対する力関係ではなく、個別の供給者又は需要者との間のまさに相対的な関係を基準とする。第二に、「有力」な事業者という一般的な力の意義と結びつけられ、市場力は、市場支配的事業者の「絶対」に対して、段階的により低い市場力を問題にするという意味で相対的である。

相対的地位の濫用規制は、EU 競争法に規定はなく、この点にドイツの競争制限防止法と欧州競争法との間の相違が依然として存在する。EU 機能条約 102 条も同様に、市場支配的事業者の濫用行為を禁止している。102 条は、少なくとも欧州域内の市場の実質的部分において市場支配的地位を有すること及び濫用行為が加盟国間通商を侵害することを要件としており、名宛人の範囲を相対的地位の濫用行為に拡大するドイツの競争制限防止法 20 条は、市場支配的事業者に限定する欧州機能条約 102 条における規制とは同一ではない。相対的濫用行為規制は、むしろ日本法にいう不公正な取引方法規制と重複する部分が多い。

(2) 競争制限防止法 19 条 2 項 2 号の搾取濫用と購買力濫用規制

購買力による搾取濫用は、市場支配的事業者による不当な購入価格の強制に見られる。行為者の川上及び川下に位置する市場参加者及び消費者が搾取から保護されるといふ、濫用要件の垂直的要素が捉えられる。搾取濫用要件の適用事例は、妨害濫用ほ

¹³³ 従属性については、これまでの運用・学説に基づき、品揃えに基づく従属性・事業者に関する従属・品不足の従属性・購買力に基づく従属性に類型化されている。

ど十分に展開していないが、市場支配的地位を前提とする購買力の濫用に対して、適用可能であることは注目に値する。

① 搾取濫用の判断基準

購買力による搾取濫用が問題になるのは、通常、サプライヤーに対して強力な取引上の地位を持つ、集中度の高い買手側が存在し、自己の利益を増大するために、希望商品を可能な限り有利に獲得しようとする場合である。市場支配的事業者に該当するかどうかは、当該事業者による有効な競争を妨害する可能性、当該市場において独自の判断で行動し得る能力を基準として判断される。購買力のケースでは、サプライヤーの視点から市場が確定される¹³⁴。市場画定に際しては、当該サプライヤー自身が生産又は市場で販売する商品のみが考慮され、買手への従属性が強いほど、商品の特殊性も高まる。サプライヤー側が、特に取り立てて努力する事無く他の買手との取引に変更しうる状態になれば、商品の代替性は市場画定において考慮されない。その他、購買力の認定においては、市場構造も重要な判断要因である。

② 不適切な価格

価格行動に焦点を当てた取引行動の反競争性評価については、価格の不当性というかたちで問題とされる。不当性に関しては、商品の経済的価値と要求価格との間のアンバランスが検討されるが、実務では問題点も提起される。

強制される購入価格の不当性は、まず、サプライヤーのコストを基礎にして検討される。サプライヤーが、資本コストと同等の利益を得ることがない場合には、原則として不当とされながら、他方で、かかるコストに基づく価格計算評価は、搾取濫用の存在についての評価の一手がかりとなるに過ぎないともされる。

また、比較市場の価格水準を単に超過していることの認定のみで、直ちに不適切な価格の存在を認定することも難しい。むしろ、価格濫用を推認するために、当該市場における価格は、比較市場の価格水準に比べ、明確かつ著しく超過していることが求められる¹³⁵。もっとも、購買力の事例では、比較市場を見出すという困難がある。なぜならば、購買力は、しばしば商品の高い特殊性の程度と結びついているからである。この場合には、搾取濫用の評価に際しては、包括的な評価が必要とされる。これに対し、特殊性の程度が比較的低い商品においては、比較市場コンセプトに基づき有効な結論に達しうるであろう。

(3) 購買力濫用と濫用規制

購買力の規制に関する規定として、20 条 1 項 2 号は、垂直的な差別的取扱の特殊なケース、すなわち、需要者が、その相対的な市場力を用いて供給者が他の需要者に供

¹³⁴ 「C. I. C. C. E」判例集 1985 年 1105 頁以下(欧州裁判所 1985 年 3 月 28 日)

¹³⁵ 「General Motors」判例集 1975 年 1367 頁(欧州裁判所 1975 年 11 月 13 日)

与していない特別の利益を供給者から供与させることを問題視する¹³⁶。しかしながら、当該規定は、購買力の規制には不十分であるとして、競争制限防止法第4次改正で、旧20条3項が新設され、相対的な市場における地位を利用して合理的理由なく利益を供与するように他の事業者に要請（強要）することが禁止されている。

① 旧20条3項に関連する規定

購買力を前提とした利益供与の要請を規制する旧20条3項の規定の保護対象は、一方では、購買力が示される差別に関係するサプライヤー側の市場における競争であり、他方で、それにより競争活動に影響を受ける要請者の競争者である。単なる反射的効果を超えて、サプライヤー側の市場における従属するサプライヤーの競争可能性の侵害は、保護対象となるか否かについては議論がある¹³⁷。

第8次改正では、旧20条3項は削除され、替わって19条2項5号に、市場支配的地位の濫用行為の一類型として、正当な理由なく利益供与を他の事業者に唆すことを禁止する規定が導入された。さらに、20条2項によれば、19条2項5号に関連して、従属する事業者及び事業者団体についても、19条1項の市場支配的地位の濫用行為禁止が適用されることになる。規定の文言、内容についての考え方は、改正前と同様の考え方が維持されており、名宛人には、市場支配的地位にある事業者だけでなく、相対的に有力な需要者を含む。

第8次改正では、旧20条3項は削除され、替わって19条2項5号に、市場支配的地位の濫用行為の一類型として、「正当な理由なく利益供与を他の事業者に求める」ことを禁止する規定が導入された。さらに、20条2項によれば、19条2項5号は、従属する事業者及び事業者団体についても適用されることになる。規定の文言、内容についての考え方は、改正前と同様の考え方が維持されており、名宛人には、市場支配的地位にある事業者だけでなく、相対的に有力な需要者を含む。

(ア) 行為形態

もともと旧20条3項に関する議論においては、購買力濫用に起因する限りで、受動的差別が問題となっており、すなわち、(市場において有力な)買手が、(市場において有力でない)サプライヤーに差別を強要しているか否かということの問題である。この意味で、差別禁止規定を補完すると説明されているが、直接的にサプライヤー側の差別行為ないしは妨害という違反行為と直結しているわけではない。すなわち、当該要件は、サプライヤー側での差別的扱い、供給価格の差別それ自体を定めるのではなく、利益の供与という狭い要件を定めている。取引条件は当事者の交渉で決定され、名宛人は、競争者とサプライヤーとの間の取引条件を必ずしも認識していないことから、差別的な条件というのは、たとえ名宛人

¹³⁶ 当該規定は、1980年の第四次改正で新設された。

¹³⁷ 最高裁もこの問題については明快な考えを示していない。立法資料から、購買力の不当な行使による競争歪曲の防止は、重要であるとするにとどまる。「Konditionsanpassung」最高裁2002年9月24日(WuW/E DE-R984) 参照。

にとって有利であっても正常ないしは通常の条件から乖離したものでなければならない。

競争制限防止法第4次改正の政府草案によれば、ここにいう利益は、正当化されない有利な条件を意味するとされる。すなわち、購入量や買手が引き受けるサービスや機能からみて正当化されず、その他経営上計算されるべき反対給付に根拠がなく、購買力を用いることにより可能となり、かつ同種の買手には与えられない有利な条件を意味する。利益は、取引対象となる商品ないしはサービスに必ずしも条件付けられない、付随的なサービスに関する割引やその他料金を意味し、力の弱い競争者に対して有利な地位を手に入れるという意図を伴い、サプライヤーにとって突出した地位を持つ買手によって要請されると説明されている。例として、初回料金、棚利用料金が挙げられ、これらは不正競争防止法違反にも当たるであろう。さらに、学説では、特殊なリベート（契約に根拠のない取引条件・リベート供与を遡及的適用させる事例¹³⁸）、新規開店の協賛金、無償奉仕、広告宣伝補助が挙げられ、これらは、サプライヤーに直接利益をもたらすことがない取引行為として理解されている。その他、有利な支払い条件、ある地域における買手の単なる規模への報酬、共同購入への加入の結果、条件を改善すること等が挙げられている¹³⁹。これらは、基本的に交渉を経た付随的なサービスに係る料金または価格構成部分であるといえ、これに対して、（交渉の結果合意された）価格自体には言及されていないようである。このように付随的なサービス又は価格構成をとりあげて、同時に価格自体を考慮しないことについては、無意味であると批判される。価格と付随的条件は、そもそも相互に組替えが可能であり、付随的条件を規制する場合には、価格自体もコントロールを受ける必要が生じるという見解である。

原則として、利益概念を幅広く解釈すべきであるとする見解に基づけば、価格自体もこれに含まれることになる。しかし、市場支配的でない事業者に対する価格自体のコントロールについては、その基準の在り方の検討を要する¹⁴⁰。当該規定が、搾取に対する個別的な垂直関係におけるサプライヤーを保護するとすれば、市場支配基準に達しない事業者に対する一般的価格規制を可能にすることになる。ドイツの議論においては、このような一般的な価格規制を肯定する学説は認められない。

¹³⁸ 「Konditionenangepassung」前掲注137参照。BGH2002年9月24日、「EDEKE/Plus Hochzeitsrabatt」連邦カルテル庁による決定（http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2014/03_07_2014_edeka.html?nn=3591568）

¹³⁹ Markert「Immenga/Mestmäcker Wettbewerbsrecht GWB 4. Auflage」（2007年）648頁。

¹⁴⁰ Iorian Wagner-von Papp「Das deutsche Kartellrecht nach der§8 GWB- Novelle」（2013年）102頁。市場支配的事業者であれば、伝統的な手法である比較市場コンセプトが用いられるが、相対的市場力の事業者の場合には、支配されている市場が存在しない。比較基準として、供給者と差別を受ける需要者間の価格及び条件を比較基準とすることは、困難であると捉えられている。

(イ) 正当な理由がないこと

利益概念を幅広く理解するとしても、19条2項5号にいう正当な理由の有無の要件で、若干の制限を受けることになる。サプライヤーへの利益要求は、供給にとって買手の突出した地位の利用に基づいて実施されることから、市場力と利益供与の客観的な因果関係が存在し、利益は市場における地位に基づいて供与されることが必要である¹⁴¹。

利益供与の要請に具体的事例において正当な理由が認められるかどうかは、20条1項と同様に、競争の自由を基準とする競争制限防止法の目的を考慮して、当事者の利益を比較考量することが必要である。第4次改正の理由書では、正当理由の評価については、供与される利益が業績上 (Leistung) 正当ではないかどうか、すなわち、購入する商品の量、買手の効率性ないしは機能、買手の反対給付に鑑みても、その根拠が認められず、市場力の行使に基づき、他の同種の買手には得られない利益を得ていると認められるかどうか重視されている。このように供与される利益の業績上正当化されるか否かのみで、正当な理由の有無が判断されるわけではない。すなわち業績に反することのみを理由にして、直ちに正当な理由が否定されるわけではない。このような考え方では、むしろ、その利益の供与が、市場力の行使に基づいて実現されていること、すなわち、かかる力を有していない買手にとって、対応する条件の下で原則として実現可能な利益であるか否かが重要視され、このようにして、規定の禁止対象を一定の範囲に限定しようとする趣旨と理解されている。

問題となる利益供与が、既に他の理由からとりわけ不正競争防止法に反するため、法違反となる場合には、いずれにしても利益供与が正当化されることはない。他方で、それ以外の場合に不当性がどのような基準に基づき認められるかということについては、既に述べたような議論の展開が見られるものの、必ずしも確定的な見解が示されているわけではなく、難しい問題と理解されている。ただ、その方向性としては、サプライヤーが買手の購買力に基づき従属しているという意味で、買手が相対的に有力な地位にあることを前提にして提供可能な利益であると考えられており、利益提供の具体的な現れ方としては、当該利益が他の買手には提供されていないこと、買手の反対給付と無関係に提供されていること、ないしはサプライヤーに直接利益をもたらすかどうかに焦点を当てて、「正当な理由がない利益供与」に当たるかどうか判断される枠組みが示されているように思われる。

(4) 不当廉売規制

¹⁴¹ Ulmer「Die neuen Vorschriften gegen Diskriminierung und unbillige Behinderung (§ 26 Abs. 2 Satz 3 und Abs. 3, § 37a Abs. 3 GWB)」WuW1980年474頁

ドイツでは、購買力濫用行為に対しては、不当廉売規制も有効であると考えられている。第8次改正によって、競争制限防止法20条3項は、中小競争事業者に対して圧倒的（突出した）な市場力をもつ事業者は、不当に当該競争者に対して直接ないしは間接的妨害をしてはならないと定め、不当な妨害の例示として、仕入れ価格以下での食料品の供給（1号）、仕入れ価格以下での一時的ではない一般的な供給（2号）が禁止されている。

当該20条3項1号及び2号が、いわゆる廉売規制であるが、2017年12月31日までの有効期限付きの規定である。1号の規定は、もっぱら食料品の供給を対象としており、仕入れ価格以下での販売が一般的に禁止されていることになる。仕入れ価格を下回る供給という要件は、最終消費者に販売する小売業者にのみ禁止が向けられていることになり、産業用加工業者等に販売する卸売業者又は生産者は対象としていない¹⁴²。かかる廉売の市場効果の検討の要否については、議論があるが、規定の目的は、中小の競争者の競争活動の保護であり、これが侵害されるかどうかは考慮すべき要素である。同2号は、食料品に限定しておらず、その他の商品・役務を提供する小売業者による仕入れ価格を下回る販売を問題としている。2号では、仕入れ価格を下回る供給を一般的に禁止しているのではなく、「一時的ではない」という要件が加わっており、持続的な競争への効果が念頭に置かれつつも、持続的な競争への具体的侵害の認定を必ずしも必要としているわけではない。さらに、かかる廉売は、自由競争の維持という法目的に照らした利益衡量に基づき正当化されうる。傾向として、新規参入価格は正当化事由としては消極的に評価されるようである。既に存在する競争者価格への適合は、正当化事由として捉えられず、むしろ市場相手方に対する悪影響を強化するとされている¹⁴³。

20条3項は、小売業者の仕入れ価格を下回る供給に対して、かなり厳しい規定内容になっている。ただし、注意しなければならないのは、かかる禁止の前提は、中小の競争者に対して圧倒的な地位を持つ事業者を禁止の名宛人としていることである。

(5) コードオブプラクティス（自主規制）について

購買力規制の在り方として、いわゆるコードオブプラクティスの実効性についても議論がある。その遵守が義務づけられる、小売とサプライヤー間の契約形成に関する基準となるコードオブプラクティスは、小売とサプライヤーの契約形成及び契約調整の可能性を限定する。コードオブプラクティスは、大規模な小売の購買力を減じることができ、サプライヤーの契約上の地位は強化されるであろう。もっとも、期待される結果は、具体的な内容に依拠することになる。

コードオブプラクティスの評価は、様々な理由から一様ではない。その遵守が任意

¹⁴² Rainer Bechtold 「GWB Kartellgesetz Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen Kommentar」(第7版2013年)191頁

¹⁴³ 「Wal Mart」デュッセルドルフ高裁決定2001年12月19日（WuW/E DE-R781頁）

であるコードオブプラクティスには、幅広い効果は期待できず、義務的なコードオブプラクティスは、効果的なコントロールとサンクションメカニズムを必要とし、さらに新たな問題を提起する。規制主体と規制手法およびコードオブプラクティスを遵守しない場合のサンクションの形成が大きな問題となる。これらの問題について、現在のところ説得的な解決策はないという見方も可能であろう。コードオブプラクティスが、理論的かつ経験則上根拠づけられなければ、法令上の規制に対する補助的な措置として適しているかどうかについて疑問視されよう。

コードオブプラクティスによる制限が及ぼすネガティブな影響としては、契約の効率的な形成が困難ないしは不可能になることが挙げられる。コードオブプラクティスは、食料品小売業界における小売業者間の共謀の可能性を促進することになる。そこでは、メーカーと小売業者間の自由な契約形成余地が制限されることにより、統一的な取引条件が形成される傾向が生じうる。それによって小売段階における競争は弱体化することになろう。

コードオブプラクティスの導入は、オンブズマン制度としばしば統一的に議論される。オンブズマン制度は、政治、行政及び経済に幅広く普及している。典型的には、会社と消費者の争いを対象とする。オンブズマンは多数の任務を持ち、とりわけ、紛争の調停、コードの実施の評価と監視が重要である。補足的に、調達市場における競争の状態・展開を事前に積極的に促進し、競争当局と協力しうる。

オンブズマンの効果は、その権限及び究極的には競争当局との結びつきに依拠する。オンブズマンは、原則として、メーカーと小売の間の紛争解決について効果的な解決の可能性を提供する。その上で、購買力を濫用しうる小売に対して、一定の牽制効果を発揮する。

もっとも、オンブズマンを競争当局に関係付けることは、目的矛盾が包含することになる。密接な関係は、オンブズマンを不要とすることになり、前述の Ross-und-Reiter 問題をより悪化させるが、他方で、萎縮効果は強化される。競争当局との関係が希薄、または緩やかで、権限があまり与えられていないとその効果は弱くなる傾向にあり、オンブズマンの萎縮効果が減退するであろう。しかし、他方で前述の Ross-und-Reiter 問題(供給者が、連邦カルテル庁への苦情に伴う報復措置を心配すること)は緩和されることになろう。

事業者間紛争を解決するオンブズマンについては殆ど経験がなく、オンブズマンの効果を予測することは困難である。全体としては、しかしながら、オンブズマンの効果はむしろ限定的であろう。オンブズマンの活動は、サプライヤーと小売業者間の交渉力の配分についての構造的な対処を伴わないためである。

ドイツにおいては、購買力の規制に対する在り方として、事業者間の自主的な基準の策定という規制手法が積極的に支持されているとはいえない。自主基準という形で取引における両当事者の契約形成に介入する事には、慎重な立場である。

4 執行状況

(1) 排除措置命令

競争制限防止法 32 条¹⁴⁴に基づき、カルテル庁は、違反行為を中止し、または既往の違反に対しては、これを確定する権限が付与される。32 条 1 項は、競争制限防止法又は EU 機能条約 101 条若しくは 102 条違反行為の排除措置命令を定め、同条 2 項は、この排除措置について、違反行為の効果的な排除のため必要であり、かつ、立証された違反行為に相応した全ての排除措置を命令することができると定める。32 条 1 項に基づきカルテル庁によって行使される中止の権限、具体的に法律で定められた禁止行為に限定され、19 条 2 項 5 号及び 20 条 2 項による禁止違反行為は、名宛人によって利益供与を強要されるサプライヤーへの働きかけである。ここから、このような中止の対象は、供給者による利益の単なる供与、ないしは最惠的条件を享受する買手による購入でもなく、規定に違反する、サプライヤーの意思に影響を及ぼす手段となる。

(2) 制裁金

19 条 2 項 5 号違反について、故意又は過失がある場合には、競争制限防止法 81 条 1 項 2 号に基づき、制裁金賦課を伴う秩序違反として捉えられる。故意又は過失を認定する前提は、利益の供給を強要する購買者が、当該状況が正当な理由に基づかないことを認識していることである。このため、19 条 2 項 5 号違反の適用においても、秩序

¹⁴⁴ 32 条の適用範囲は、競争制限防止法上の全ての禁止規定である。32 条に基づくカルテル庁の権限は、行政手続法の意味での行政行為である。32 条に基づく処分は、私法上の紛争、1 条に基づく契約無効等について、何ら影響を及ぼすものではない。32 条の手続きに基づくカルテル庁による法的判断は、私法上の紛争において通常裁判所を拘束しない。32 条により、カルテル庁は、競争制限防止法の違反行為の排除を義務づけることができ、違反行為を有効に排除するために必要かつ認定された違反に比例した全ての措置を課すことができる。命令は、法違反の状態の停止、合法的な状態の再現のための補助手段を認容する。第一義的には、法違反行為の除去に主眼がおかれている。さらに、これには、行為指向的な補助的措置が含まれる。例えば、個々の事業者に対する供給命令又は供給ないしはインフラへのアクセスをめぐる交渉の開始命令である。

32b 条は、事業者が競争上の懸念を排除するために適切な義務を受け入れることを確約した場合、当該確約は、事業者を拘束すると定めている。この確約規定は、第 7 次改正で導入され、近年著しく重要性が増している。確約の核心は、カルテル庁の禁止手続を回避することにある。確約手続は、一方で、両当事者のコンセンサスを必ず前提とし、その場合、異なる立場にある両当事者がしばしば相互に譲歩することが促される。他方で、拘束力を持って宣言された確約義務は、行政行為における条件及び限定と同様に遂行される。

確約手続は、32 条の手続の枠組みにおいてのみ行われる。したがって、カルテル庁は、第一に職権として苦情に基づき、排除命令を審査する方向で 54 条 1 項に従う行政手続を開始する。確約の手続の発令は、事前審査の段階では不可能である。カルテル庁は、他の審査手続と同様にまず具体的な事実関係を審査し、法的審査を可能な限り遂行しなければならない。立法理由書によれば、確約手続は、カルテル庁が制裁金を科そうとする場合には適切ではないとする。確約の手続は、二つの内容を包含する。すなわち、カルテル庁は、32 条等に基づく権限を行使しないこと、当該行為が競争制限防止法違反かどうかという問題について言及しないことである。確約が将来違反を排除するかどうかについてもほとんど述べることはない。これにより、事業者が確約を応諾する事に前向きとなる。さらに、手続において、確約が拘束的であることを宣言し、かかる確約は、内容的に事業者が提示した確約と同一でなければならない。カルテル庁は、提示された確約を超えた義務を拘束的として宣言してはならない。

違反手続はごくまれにしか検討されない。利益を供与するサプライヤーは、秩序違反の対象ではない。

(3) 私法上の保護

19 条の禁止規定に違反する行為は、民法 134 条¹⁴⁵に基づき当該法律行為の無効という効果を生じる。競争制限防止法 33 条は、同法違反の私法上の効果を定めており、同条によれば、違反行為によって侵害を受ける者は、法違反の実行者である名宛人に対して、違反行為の差止、中止、損害賠償を請求できる。差止請求の範囲については、原則としてカルテル庁の排除措置の範囲と同じである。

故意又は過失を伴う違反行為者は、33 条 3 項 1 号に基づき、当該違反行為に因果関係のある損害を賠償する義務が生じる。損害賠償請求も、強要者のみに向けられる。同様の利益を得られない他の小売業者に、当該サプライヤーに対する同様の利益を供与する請求権を認めるものではない。損害は、自動的に、法違反によって達せられた強要者の利益と損害賠償請求訴訟を提起する他の買手の条件の間の差額になるのではなく、競争において具体的に生じる不利益である。個別事例での損害計算について、不正競争防止法で展開する原則が用いられる。

(4) EDEKA に対する警告- Plus 統合後の” ウエディングリベート” (2013 年)

小売業者は、正当な理由なく、利益を供与することをサプライヤーに強要してはならず、このことは、買手が支配的地位にある場合、ないしは本件の様にサプライヤーが当該小売業者への商品の販売に依存している場合に当てはまる。具体的には、カルテル庁が、サプライヤーに対する EDEKA のリベートの要求を濫用と評価し、警告した事例がある(旧 20 条 3 項・現行 19 条 2 項 5 号にいう強要に当たる)。

EDEKA は、食料品販売業において、他の大規模小売業者、すなわち REWE, Schwarz-Gruppe, ALDI と共に市場シェア 85%を占めており、特に EDEKA は、多数の商品に及ぶ商標品のメーカーにとって有力な買手である。ここでは、EDEKA の個別の具体的市場シェアの認定はない。寡占を構成する一員であること等から、具体的取引関係において、EDEKA が相対的に有力な地位にある事は明らかであると捉えられていると思われる。

カルテル庁によると、EDEKA は、2009 年に Plus を統合した後、従属するサプライヤーに対していわゆる「ウエディングリベート」を要求した。当時から、当該行為は、EDEKA による正当な理由がない濫用行為であると捉えられていたようである。小売業者とサプライヤー間の厳しい取引は、小売業界では稀ではなく、また小数の大規模小売の強力な市場地位自体は、競争制限防止法上、直ちに問題になるわけではない。しか

¹⁴⁵ Ein Rechtsgeschäft, das gegen ein gesetzliches Verbot verstößt, ist nichtig, wenn sich nicht aus dem Gesetz ein anderes ergibt. (法違反の法律行為は、他の法律で定めがない限り、無効であるとする)

し、EDEKA は、一線を越え、サプライヤーに対する購買力を濫用したと判断された。部分的に、要求は遡及的效果を持ち、かつ何ら反対給付が伴わなかった。有力な事業者は、経済的に従属するサプライヤーを公正に扱うことが求められるのである。

EDAKA は、Plus を統合した後、多様な製品分野の約 500 のサプライヤーに特別の条件を要求していた。EDEKA は、Plus ブランドに与えられるより有利な購入条件を全 EDEKA グループにも適用されることを主張した。Plus が部分的に認められている長期の支払い期限の設定も同様である。さらに、サプライヤーは、シナジーボーナス、パートナーシャフト優遇または、品揃え拡大ボーナスという様々な名称のもとで、金員の支払いを請求されていた。

カルテル庁が問題視したのは、特に、EDEKA がそれに応じた補償を行わなかったことである。カルテル庁が特に問題視しているのは、以下の事項である。

- ・ 過去にサプライヤーによって Plus に供与されていた個別の優先的な条件をピックアップして採用したこと。
- ・ それぞれのサプライヤーから Plus に与えられていた優先的な条件を、EDEKA による購入製品の全ての範囲に適用し拡大すること。
- ・ サプライヤーにとって、Plus 統合後から生じる売上やコスト上の利益を理由とした特別のボーナスの要求について、十分な説明がなく、またそのような利益の実体がないこと。
- ・ 要求が遡及的になされていたという事実。

カルテル庁の見解によれば、これらの要求は、サプライヤーのみにネガティブな効果を与えるのではないとする。EDEKA の様な大規模事業者は、サプライヤーを使って、そのマーケットパワーをさらに拡大し、小規模な小売業者に損害を与える。かかる要求は、サプライヤー誘引して小規模な小売業者に優遇的条件を付与することを控えさせることにより競争を阻害する。このような競争阻害効果は、カルテル庁の調査で認定されている。サプライヤーは、将来、小売業者が合併又は共同購入を行う場合に、大規模な小売業者との間の個別の条件を新しいパートナーの大部分に対しても提供することを強要されるのではないかと懸念している。

カルテル庁の審査は、多数の生産者に影響が及ぶ例示的ケースとしてスパークリングワインの商品市場に焦点を当てている。スパークリングワインの 4 大生産者の場合について、EDEKA への従属性及び彼らに向けられた EDEKA による優先的な条件の濫用的な要求を審査した。

本件では、EDEKA が plus を統合する際に、従前から plus に提供されてきた、リベートを含む有利な取引条件を自らにも提供する様にサプライヤーに遡及的に要求したことが問題となった。カルテル庁の認定によれば、小売業者とサプライヤー間の取引は厳しい事を前提としつつも、EDEKA による反対給付もなく、サプライヤーに直接利益をもたらすことが認められず、サプライヤー側には、これに応じる合理的な根拠はな

いことは、比較的明らかなケースであったと思われる。具体的なリベート・利益供与の内容や条件は、ここで明らかにされていないが、そもそもかかる要求自体が、詳細な内容の検討に入るまでもなく、明らかに濫用行為に当たると判断されているケースであろう。一定の市場における地位が、当該利益供与の強要を可能にしている。

購買力に基づく具体的な競争阻害効果については、サプライヤーに対するネガティブな効果だけでなく、EDEKA の競争者である中小の小売業者への競争活動の阻害ないしは妨害的要素が問題視されているものの、具体的な小売業者間の競争に及ぼす効果について検討されているわけではない。

5 小括

購買力濫用の競争理論的な説明は容易ではないが、購買力濫用の問題は現に存在するという認識のもと、有効な措置の在り方について議論が継続されている。その場合、購買力の濫用に対しては、競争制限防止法による規制が第一義的に考えられている。

基本的には、購買力の問題は、競争制限防止法上の市場支配的地位ないしは相対的に有力な地位にある事業者に対する濫用規制の枠組みで検討されている。他方で、従来、これらの規定が活発に運用されているとはいえないが、小売業における集中化の進展を背景に、競争法上の濫用行為の一類型として、購買力による濫用行為を体系的に捉える理論的な説明が続けられている。まず、かかる買手の地位に着目した規制は、日本法の優越的地位の濫用規制で捉える日本の独占禁止法と共通する。ドイツでは、EDEKA の事例において明らかにされた様に、4大食料品業者が市場シェアの85%を占めており、寡占に近い状態にあるといえ、小売業者の集中は深刻な問題として認識されている。EDEKA のケースでは、小売業者の寡占的な傾向は指摘されつつも、EDEKA が単独で市場支配的地位にあることは特に明言されていない。少なくとも EDEKA との関係でサプライヤーの従属性は認定されている。

さらに、19 条 2 項 5 号では「正当な理由のない利益供与」と定められており、この利益供与が具体的な行為が濫用に当たるとかどうかの判断基準について、明確に説明されている訳ではない。依然として困難な判断であるが、濫用行為として、もともと一定の市場地位を前提として可能である、業績を反映しない一方的な要求を問題視しており、価格に関係があるリベートの要求等の不当な条件についても、価格本体と区別しうるかどうか、ないしは値引きの問題として対処するかどうかという議論は、実際の法適用の場では重視されていないように思われる。ドイツでは、市場支配的地位ないしは相対的市場地位を前提として、①業績を反映しない要求ということ、②買手による反対給付がないこと、サプライヤーにとって直接利益がもたらされることが明白でないという観点から、要求に応じる根拠の有無に基づいて評価されている。前述の EDEKA のケースにおいても、EDEKA の市場を前提とした問題となった利益提供の要請自体の問題と捉えられている。我が国の独占禁止法規定においても、優越的な地位を前提とした、正常な商慣習に

照らして不当な行為を要件としており、基本的な考え方は共通している。ただし、我が国の下請法のように、相対的な関係でのより具体的な禁止行為を定めるような法令は存在しない。

いわゆる自主規制等の活用には消極的、ないしは否定的である。購買力濫用に対して、自主規制等によって具体的に禁止行為を予め規定し禁止する事も一つの効果的な手法と考えられるが、ドイツでは、具体的事例において、一定の市場における地位を前提として濫用行為に当たるかどうかを判断する仕組みが貫徹されている。競争制限防止法による規制を主たる措置としており、とりわけ濫用行為該当性の判断は容易ではないことから、具体的に予め違反行為を規定する手法に比べ、購買力濫用に対する実際の適用事例数は、抑制的に展開せざるをえないと考えられる。

第5節 韓国

1 規制の概要

韓国では、2000年代に韓国経済を支えてきた財閥グループ主導の成長によって、経済力の集中が加速し、中小企業の経営が圧迫されてきた。2013年2月に発足した朴政権は、このような現状から脱却するために、「経済民主化政策」の下、大企業と中小企業の共生を重要な目標として掲げ、その達成手段の一つとして、大企業が中小企業との間で不公正な取引を行うことを規制する方針を打ち出している。

このような韓国経済の転換期において、韓国公正取引委員会、特に優越的地位の濫用規制又はそれに類似した規制の担う役割は大きいと考えられる。

2 規制の枠組み

(1) 独占規制及び公正取引に関する法律

ア 制定の経緯

1970年代後半に入って、政府主導による規制中心的な経済運営方式が、市場機能を歪曲させ、インフレの昂進、財閥の急成長、市場における独寡占化の進展、経済の非効率化等をもたらし、もはや、そのような経済運営方式では立ち行かなくなったことが指摘されるようになった。こうした中で、市場機能を尊重し、競争原理に基本を置く経済運営方式に転換する必要があるという認識が広がるようになり、競争原理を基本とし、市場機能を円滑に機能させる観点から、1980年12月、「独占規制及び公正取引に関する法律」（以下「公正取引法」という。）が制定された（1981年4月施行）。

イ 優越的地位の濫用行為（一般指定）

(ア) 規制の概要

公正取引法において、優越的地位の濫用行為とは、同法第23条第1項第4号及び一般指定「6 取引上の地位の濫用」に定める行為をいう。

公正取引法は、第23条第1項において、「事業者は、次の各号の一に該当する行為であって、公正な取引を阻害するおそれがある行為（不公正取引行為）をし、又は系列会社若しくは他の事業者をして、これを行わせてはならない」としており、同項第4号において、「自己の取引上の地位を不当に利用して、相手方と取引する行為」を禁止している。また、同条第2項において、「不公正取引行為の類型又は基準は、大統領令で定める」としており、これを受けて、「独占規制及び公正取引に関する法律施行令」第36条第1項は、不公正取引行為の類型及び基準を定めている（一般指定）。

一般指定により、公正取引法第23条第1項第4号の「自己の取引上の地位を不

当に利用して、相手方と取引する行為」として、購入強制、利益提供強要、販売目標強制（自己の供給する商品又は役務に関連して取引の相手方の取引に関する目標を提示してこれを達成するよう強制する行為）、不利益提供（購入強制又は販売目標強制に該当する行為以外の方法により、取引の相手方に対し、不利益になるよう取引条件を設定若しくは変更し、又はその履行過程で不利益を与える行為）及び経営干渉（取引の相手方の役職員を選任又は解任するに当たり、自己の指示又は承認を得るようにするなどにより経営活動を干渉する行為）が挙げられている。

（イ）特色

公正取引法の不公正取引については、一般指定において、優越的地位の濫用規制を除く全ての項の行為が「正当な理由がないのに」、「不当に」及び「正常な取引慣行に照らして不当に」の３種類の用語のいずれかを使用しているのに対して、優越的地位の濫用とされる行為には、これらの用語が用いられていない。

これは、一般指定に列举の各形式行為が不公正取引行為となるためには、法の段階のみならず、一般指定の段階においても再度公正競争阻害性が判断されるのに対して、優越的地位の濫用行為規制のみは、法の段階で公正競争阻害性があるとされており、一般指定に規定されたときには、全て公正競争阻害性を具備するものと考えられる。

（ウ）措置

公正取引法第 23 条第 1 項の規定に違反して不公正取引行為をした場合には、課徴金が賦課されるとともに刑事罰が科される。課徴金については、売上高の 2 % を超過しない範囲（売上高がない場合には、5 億ウォン（約 5,000 万円）を超過しない範囲）が賦課され（公正取引法第 24 条の 2）、それとともに、2 年以下の懲役又は 1 億 5,000 万ウォン以下の罰金（公正取引法第 67 条）が科される。

（2）下請取引の公正化に関する法律

ア 制定の経緯

韓国では、公正取引法が 1981 年 4 月に施行され、その後、優越的地位の濫用の規定を具体化した「下請取引上の不公正取引行為の指定告示」が制定された（1983 年 4 月施行）。また、建設業における下請取引に対して重点的に規制その他の措置が採用された。

しかし、①国民の権利義務に関する事項を告示で規制することには限界があったこと、②強制的な是正措置だけでは下請取引の公正化を推進するには限界があり、親事業者と下請事業者の協調関係の創出を助成する必要があったこと、③建設業法

等にも下請取引に関する規定が一部あるため、同一の行為に対し異なる法適用を招くおそれがあり、法制度の整備の必要があったことなどから、1984年12月、下請取引の公正化に関する法律（以下「下請法」という。）が制定された（1985年4月施行）。

下請法制定当時の韓国経済において、中小下請企業の大企業に対する依存度は極めて高く、公正な下請取引秩序の確立は、韓国経済の体質強化の上で緊要であり、また、大企業・中小企業間の協力的・相互補完的下請構造の構築が韓国経済の競争力を高める上でも必要であるとされていた。このため、韓国政府は、経済の効率的発展を図るために下請制度に代表される重層的産業構造への転換が必要であるとし、中小企業系列化促進法の制定等の措置を採るといった政策の一環として、下請法が制定されたものである。

なお、韓国の下請法の目的は、「公正な下請取引の秩序を確立し、親事業者と下請事業者が対等な地位で相互補完し、均衡ある発展をすることができるようにより、国民経済の健全な発展に貢献すること」とされており（下請法第1条）、日本の下請法のように、下請事業者の利益保護という文言はない。これは、上記のような、政策的スタンスの相違に基づくものと考えられる。

イ 規制の概要

韓国の下請法は、日本の下請法との共通点が多いが、日本の下請法と比較して、以下のような特色がみられる。

（ア）下請法の適用範囲

韓国では、親事業者から下請事業者に対する製造委託、修理委託及び用務委託（日本の下請法の情報成果物作成・役務提供委託に相当）だけでなく、建設委託¹⁴⁶にも下請法が適用される。

（イ）親事業者等の義務

親事業者の義務については、日本の下請法と同様、韓国の下請法においても、書面の交付義務（第3条第1項）、書面の保存義務（第3条第9項）、受領日後60日以内での下請代金の支払義務（第13条第1項）及び遅延利息の支払義務（第13条第8項）が定められている。一方、日本の下請法にはみられない義務として、以下のような義務が規定されている。

- ・ 親事業者が発注者から先払金を受領した場合には、下請事業者が製造、修理、施工又は用務の遂行に着手することができるよう、自己が受領した先払金の内容及び比率に応じ、先払金の支払を受けた日から15日以内に先払金を下請事業者を支払わなければならない（第6条）
- ・ 目的物の納品等がある場合には、検査前であっても、直ちに受領証明書を

¹⁴⁶ 建設委託とは、建設業者、電気工事業者、情報通信工事業者、消防設備工事業者等が、その業による建設工事の全部又は一部を他の建設業者等に委託することをいう（第2条第9項）。

交付しなければならない（第 8 条第 2 項）

- ・ 下請事業者が製造等の委託を受けた後、目的物等の製造等に必要な原材料の価格が変動した場合、親事業者に対し下請代金の調停を申請することができる。親事業者は、当該申請があった日から 10 日以内に調停のための協議を開始しなければならない（第 16 条の 2 第 4 項）

また、韓国の下請法においては下請事業者の義務が規定されており、書面の保存義務（第 3 条第 9 項）、検査の基準及び方法の策定義務¹⁴⁷（第 9 条第 1 項）等の義務がある。

また、発注者は、親事業者が支払不能になった場合や支払を履行しない場合に、下請事業者の要請により、下請事業者が製造等をした分に相当する下請代金を、直接、下請事業者を支払わなければならないこととされている（第 14 条）。

（ウ）親事業者の禁止行為

韓国の下請法においても、不当な下請代金の決定（買いたたき）の禁止（第 4 条）、減額の禁止（第 11 条）、経済的利益の不当な要求の禁止（第 12 条の 2）等、親事業者の禁止行為は日本の下請法と類似している。一方、日本の下請法にはみられない親事業者の禁止行為として、以下のような行為が規定されている。

- ・ 親事業者は、下請事業者に対し、技術資料¹⁴⁸を自己又は第三者に提供するよう要求してはならない（第 12 条の 3）。
- ・ 親事業者は、下請事業者の意思に反して、下請代金を物品により支払ってはならない（第 17 条）。
- ・ 親事業者は、下請取引の量を調節する方法等を利用して、下請事業者の経営に干渉してはならない（第 18 条）。

（エ）措置

日本では、下請法違反行為が認められた場合、同法第 7 条の規定に基づく勧告又は違反行為の改善を求める指導の措置を講じているが、韓国の下請法では、以下の措置が規定されている。

- ・ 是正措置（第 25 条第 1 項）

発注者又は親事業者に対し、下請代金の支払、法違反行為の中止等の必要な措置を勧告し、又は命ずることができる。是正命令を受けた親事業者に対して是正命令を受けた事実を公表することを命ずることができる。

- ・ 課徴金（第 25 条の 3）

義務違反又は禁止行為違反が認められた親事業者、下請事業者及び発注者に対し、下請代金の 2 倍を超えない範囲で課徴金を賦課することができる。

¹⁴⁷ 下請事業者が納品等をした目的物等に対する検査の基準及び方法を、親事業者と協議して客観的で公正・妥当に定めなければならない義務。

¹⁴⁸ 相当な努力により秘密に維持された製造等に関する資料、その他営業活動に有益で独立した経済価値を有するものであって大統領令で定める資料をいう（下請法第 2 条第 15 項）。

- ・ 罰金（第 30 条）
義務違反又は禁止行為違反の親事業者に対し、下請代金の 2 倍に相当する金額以下の罰金に処する。
- ・ 常習法違反事業者名簿の公表（第 25 条の 4）
直前年度から 3 年間に警告又は是正措置を 3 回以上受けた事業者（常習法違反事業者）のうち、違反及び被害の程度が一定の基準を超過する場合には、名簿を公表。
- ・ 懲罰的損害賠償（第 35 条）
下請法違反行為により下請事業者に損害が発生した場合には、親事業者に賠償責任を負わせ、技術資料の流用行為だけでなく、下請代金の不当な単価引下げ、不当な発注取消し、不当な返品行為等に対し、下請事業者が発生した損害の 3 倍の範囲で懲罰的損害賠償の責任を課す（2011 年 5 月の下請法改正により新設）。

(3) 大規模流通業における取引公正化に関する法律

ア 制定経緯

韓国の流通市場は、百貨店、大型スーパー等大規模流通業者を中心に急成長したが、この過程で、大規模流通業者が莫大な資本と優越的地位に基づいて、中小規模の流通業者を市場から淘汰させ、自分たちの取引の相手方である納品業者や店舗賃借人への不公正な取引行為を慣行化してきた。

大規模流通業者と納品業者間の不公正取引に対し、これまでは、「大規模小売店業における特定の不公正取引行為の類型及び基準の指定告示」により規制してきたが、取引の特殊性を反映した法律による規制が必要との観点から、大規模流通業者による不公正取引行為を類型別に具体化して、不公正取引行為を禁止し、納品業者や店舗賃借人の申告及び権利救済を容易にすることで、流通市場における優越的地位の濫用行為を防止し、公正な取引秩序との同伴成長の基盤を作ることを目的として、2011 年 11 月に「大規模流通業における取引公正化に関する法律」（以下「大規模流通業法」という。）が、2011 年 12 月に同法施行令が成立した（2012 年 1 月施行）。

大規模流通業法の制定は、大規模流通業者と納品業者との協力による同伴成長の条件を作り、不公正な流通取引を根絶させて中小企業の経営環境を改善する狙いがあるとの見方も示されている。

イ 規制の内容

(ア) 大規模流通業者の定義（第 2 条）

直前事業年度の小売業種の売上高が 1 千億ウォン以上の者又は売場面積の合計が 3 千平方メートル以上の店舗を小売業に使用する者。

(イ) 契約締結時の契約事項が記載された書面の交付（第 6 条）

大規模流通業者は、納入業者等と契約を締結後、直ちに契約事項が明示された書面を交付しなければならない。また、当該契約書面を 5 年間保存しなければならない。

(ウ) 大規模流通業者の不正取引行為の禁止（第 7 条，第 9 条～第 15 条，第 17 条及び第 18 条）

減額，返品，代金の支払遅延，不当な経済上の利益提供要求の他にも，他の取引相手との取引情報の提供要求，排他的取引の強要が挙げられる。特に，腐敗しやすい新鮮農・水・畜産物は，納品業者等が納品した時点から，大規模流通業者が，その商品の検収及び買入れを終えた時点までの期間を商品代金減額の期間と返品期間とし，2 日を超えてはならない（施行令 6 条）。

(エ) 商品販売代金の支払期限，延滞金利や支払方法の制限（第 8 条）

大規模小売業者が，納品業者等から商品を委託され販売し，その販売代金を管理する場合等に，大規模流通業者が商品の販売代金を月の販売締め日から 40 日以内に支給するようにし，遅滞した場合には，100 分の 40 の範囲で，公正取引委員会が定めて告示する利率（「商品販売代金の遅延支給の利率の告示」により遅延利息率を 20%と定めている。）に基づいて，利子を支給する。また，商品の販売代金や遅延利息を商品券や物品で支給することができないようにする。

(オ) 店舗設備費用の補償（第 16 条）

契約期間中に大規模流通業者が販売業者等の店舗の場所・面積・施設を変更する場合等には，納品業者などが支出した店舗設備の費用全体の一部を補償することとする。

(カ) 大規模流通取引紛争調停協議会の設置，運営（第 20 条～28 条）

大規模流通業者と納品業者等の間の紛争を調停するために，「大規模流通取引紛争調停協議会」が置かれ，同協議会は，紛争当事者に，紛争調停事項について，自主的に合意するよう勧告したり，調停案を作成して提示することができる。

(キ) 違反行為に対しては，是正命令，是正勧告をすることができ，課徴金の賦課及び刑罰を科すこともできる（第 32 条，33 条，35 条，39 条）。

ウ 指針，告示類

(ア) 大規模流通業分野における納品業者等の従業員派遣及び使用に係るガイドライン（2013 年 7 月）

大規模流通業者が納品業者等の従業員派遣を受けることができる事由と関連手続，留意すべき濫用行為等を具体的に規定して，大規模流通業法違反に該当し得る行為を明確に提示している。例えば，大規模流通業者が派遣費用を負担することを理由に，納品業者に商品仕入原価の引下げを要求し又は販売奨励金・広告費

を追加で受け取る行為は大規模流通業法違反に該当し得る。

(イ) 大規模流通業分野における販売奨励金の不当性審査に係る指針（2013 年 10 月）

大規模流通業者が、販売促進目的と関連性なく納品業者から支給を受ける販売奨励金を違法と規定。また、販売奨励金の決定手続に対する規制をより具体化して、大規模流通業法違反に該当し得る手続事項を提示している。例えば、当初の年間取引基本契約時に約定されなかった又は約定された範囲を超えた販売奨励金を納品業者から受け取る行為は大規模流通業法違反に該当し得る。

(ウ) 大規模流通業法違反事業者に対する課徴金賦課基準告示（2012 年 2 月）

課徴金賦課の対象となる行為を提示するとともに、違反行為の重大性に応じて、関連納入代金等の 20～60%等の賦課基準を規定している（行為又は行為者要素により課徴金算定率の増減あり）。

例えば、違反行為期間が 1 年を超える場合には、その期間に応じて 10%から 50%、調査拒否があった場合は 30%、それぞれ課徴金が加重される。一方、自主的な是正があった場合には 40%から 20%、調査に協力したと認められた場合には 30%から 15%、それぞれ課徴金が減輕される。

(4) 同伴成長協約制度

社会的格差の広がりが問題視される中、韓国政府は、財閥に対し、大企業と中小企業が共に成長していけるような対策を取るよう求めており、2010 年 12 月には、大企業、中小企業及び公益代表からなる「同伴成長委員会」が発足した。

同伴成長委員会は、大企業と中小企業が共に成長していけるような契約の締結を奨励しており、2011 年に大企業 110 社がその下請先を始めとした取引先約 28,000 社と締結している。また、同委員会は、「中小企業適合業種制度」を運用し、同制度の指定を受けた業種について、大企業は、当該市場に新規参入ができなくなる等の制限を受けることとなる。

3 現行法での運用・執行状況

(1) 優越的地位の濫用行為

ア 公正取引法の運用状況

(ア) 2008 年から 2012 年までの公正取引法の運用状況（措置件数）を行為類型別にみると表 1 のとおりであり、不公正取引行為の件数が最も多くなっている。

【表 1】公正取引法の行為類型別の措置件数の推移

単位：件

行為類型／年	2008	2009	2010	2011	2012
市場支配的地位の濫用	5	2	7	0	1
企業結合関係	27	23	21	21	37
経済力集中規制違反	116	41	36	77	31
不当な共同行為	65	61	62	71	41
事業者団体による禁止行為	98	108	62	85	66
不公正取引行為 (うち、取引上の地位濫用)	565 (70)	446 (78)	364 (49)	280 (112)	248 (33)
合計	876	681	552	534	424

※出所：韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 47 頁，51 頁，55 頁，61 頁，63 頁，65 頁及び 66 頁

(イ) 2008 年から 2012 年までの公正取引法の運用状況（措置件数）を措置類型別にみると表 2 のとおりである。過去 5 年間の法的措置（告発，是正命令及び是正勧告）件数の平均は 228 件，法的措置によらない警告等の件数の平均は 385 件となっている。

なお，是正命令については，違反行為の類型別に各条文において是正措置の内容が定められているところ，不公正取引行為（公正取引法第 23 条）に対する是正措置の内容は，違反行為の取りやめ，契約条項の削除，是正命令を受けた事実の公表，その他是正に必要な措置となっている（同法第 24 条）。また，公正取引委員会は，関係人に対し，是正措置案を定めてこれに従うことを勧告することができる。勧告を受けた者は，是正勧告の通知を受けた日から 10 日以内に，当該勧告を応諾するか否か韓国公正取引委員会に通知しなければならない。関係人が是正勧告を応諾した場合は，是正措置が命じられたものとみなされる（同法第 51 条）。

【表 2】公正取引法の措置類型別の措置件数の推移

単位：件

措置類型／年	2008	2009	2010	2011	2012
告発	5	6	4	22	4
是正命令	407	212	127	217	126
是正勧告	0	9	0	0	0
警告	266	337	335	180	214
自主改善	81	88	58	92	40
罰金	117	29	28	23	40
合計	876	681	552	534	424

※ 出所：韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 47 頁，51 頁，55 頁，61 頁，63 頁及び 65 頁

(ウ) 2008 年から 2012 年までの課徴金額の推移は表 3 のとおりである。過去 5 年間の課徴金額の平均は 4,642 億ウォン（約 464 億円）であり，そのうち，不当な共同行為に関する課徴金額が最も多くなっている（平均 3,628 億ウォン，約 362 億円）。

【表 3】公正取引法違反行為に対する課徴金額の推移

単位：百万ウォン

行為類型／年	2008	2009	2010	2011	2012
市場支配的地位の濫用	26,616	288,225	11,104	0	424
経済力集中規制違反	0	303	290	5,900	3
不当な共同行為	205,746	52,903	585,822	571,006	398,944
事業者団体による禁止行為	709	492	177	242	836
不公正取引行為	21,557	24,247	9,721	20,291	95,665
合計	254,628	366,170	607,114	597,439	495,872

※ 出所：韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 36 頁

イ 主要な事件

(ア) ダウム・コミュニケーションズ（2013 年 5 月末に調査に着手）

ポータルサイトを運営するダウム・コーポレーションズが，ポータルサイト業界で小規模コンテンツプロバイダーに圧力をかけ，不利な取引条件を強要したり，一方的に取引契約を破棄し，経済的損失を与えていた疑い。

(イ) ロッテ情報通信等 3 社（2013 年 3 月 5 日課徴金処分）

ロッテ情報通信等システムインテグレーション事業者 3 社が，取引先である VAN 事業者を支払う手数料を一方的に引き下げたこと，又は契約期間中に入札条件を自らに有利なものに変更したとして，総額約 3 億 7,600 万ウォンの課徴金を課した。

※ VAN（付加価値通信網）事業者は，クレジットカード事業者とクレジットカード事業者の加盟店との間に電気通信網を構築し，クレジットカードの審査，クレジットカード支払明細に基づく加盟店への入金，会員勧誘及びその他の加盟店の管理をクレジットカード事業者の代わりに行う。

(ウ) 三星 TESCO（2007 年 9 月 10 日審決）

大規模小売業者である三星 TESCO が，総額約 2 億 8,000 万ウォンを販売奨励金等として納品業者に負担させた。

(2) 下請法

ア 下請法の運用状況

(ア) 2008 年から 2012 年までの下請法の運用状況（措置件数）を行為類型別にみると表 4 のとおりである。過去 5 年間の措置件数の平均は 1,101 件であり、そのうち、代金未払の件数が最も多くなっている（平均 381 件）

【表 4】下請法の行為類型別の措置件数の推移

単位：件

行為類型／年	2008	2009	2010	2011	2012
代金未払	316	451	351	350	438
支払遅延	4	7	34	16	3
手形割引料未払	589	390	58	135	122
書面不交付	43	38	29	32	257
不当減額	23	20	6	9	12
先払金未払	16	13	13	11	19
受領拒否	7	15	4	10	9
延滞利息未払	260	308	89	98	66
その他	200	230	85	147	174
合計	1,458	1,472	669	808	1,100

※ 出所：韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 87 頁

(イ) 2008 年から 2012 年までの下請法の運用状況（措置件数）を措置類型別にみると表 5 のとおりである。

【表 5】下請法の措置類型別の措置件数の推移

単位：件

類型／年	2008	2009	2010	2011	2012
告発	24	24	4	12	27
課徴金	22	10	5	9	16
是正命令	144	139	52	39	80
是正勧告	0	0	0	0	0
警告	139	143	79	32	220
自主改善	891	785	224	428	383
罰金	24	9	8	1	8
調停	236	372	302	296	382
(参考) 事件数	1,458	1,472	669	808	1,100

※ 出所：韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 86 頁

※ 1 件の事件において複数の措置を採っている場合があるので、措置別件数の

合計と「(参考) 事件数」とは一致しない。

(ウ) 2008 年から 2012 年までの課徴金額の推移は表 6 のとおりである。過去 5 年間の課徴金額の平均は 70 億ウォン（約 7 億円）となっている。

【表 6】下請法違反行為に対する課徴金額の推移

単位：件，百万ウォン

行為類型／年	2008	2009	2010	2011	2012
件数	22	10	5	9	16
課徴金額	17,998	4,602	718	1,921	10,072

※ 出所：韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 35 頁

イ 主要な事件

(ア) サムスン電子による下請法違反事件（2012 年 5 月）

公正取引委員会は、サムスン電子が、同社が製造するアンドロイド搭載のスマートフォン「Galaxy」について、同社が委託した商品の発送締切後に契約を解除するなど 30 パーセント近くの契約を破棄したなどとして、下請事業者との契約解除及び委託部品の受領遅滞に対し 16 億ウォンの課徴金を課した。

(イ) 現代モータースによる下請法違反事件（2012 年 7 月）

公正取引委員会は、自動車部品メーカーである現代モータースが、下請代金を競争入札における最低入札価格よりも低い価格に決定した、発注量が増加したことを奇貨として、既に発注していた下請代金の単価を遡及的に減額して支払ったなどとして、不当な下請代金の決定（買いたたき）及び不当減額に対し 23 億ウォンの課徴金を課した。

(3) 大規模流通業法

2012 年において、大規模流通業法に基づき是正措置が採られた事件はないが、大規模流通取引紛争調停協議会による調停が 22 件成立している（韓国公正取引委員会 2013 年統計年報 96 頁参照）。

4 経済民主化政策と規制強化

(1) 背景

2000 年代に入って形成された韓国経済の成長パターンを「韓国型成長モデル」とするならば、それは①財閥グループによるグローバルな事業展開、②政府の大企業に対する積極的な支援、③輸出主導型の成長等に特徴付けられる。このような「韓国型成長モデル」によって、経済グローバル化の成果が現れる一方、財閥グループへの経済

力集中が進み、中小企業の経営が圧迫される等の問題が顕在化することとなった。そのため、2010 年末に「同伴成長委員会」を発足させ、大企業と中小企業が利益を共有できる仕組み作りを開始することとなった。このような同伴成長も含めた経済民主化¹⁴⁹政策は 2012 年 12 月に実施された大統領選挙でも国民の注目を浴び、朴新大統領が公約した「経済民主化政策の推進」に対する国民の期待は大きい。このような韓国の経済の転換期において、韓国公正取引委員会が、経済民主化や同伴成長を阻害する大きな原因の一つである「優越的地位を利用した濫用行為」に対する規制を厳格化するべく、大きな動きを見せている。

(2) 最近の動き

ア 公正取引法の改正（2013 年 7 月）

韓国公正取引委員会への告発要請権は検察総長以外に監査院長，調達庁長及び中小企業庁長にまで拡大され，これらの機関の長からの要請があった場合，公正取引委員会は告発を拒むことができないこととされた。

イ 下請法の最近の主な改正内容

2010 年 1 月，口頭での委託発注に関して，従来から下請事業者が親事業者に委託内容について定めた契約文書を提出するよう求めることができたところ，さらに下請事業者が親事業者に対し，委託内容について確認を行い，親事業者が 15 日以内に何らの返答もしない場合には，その確認のとおり下請契約は存在すると推定されるとする，下請契約推定制度が導入された（第 3 条第 6 項）。

2011 年 3 月，親事業者の定義につき，従来は，年間売上高又は常時雇用従業員数が下請事業者の 2 倍超とされていたが，改正後は，年間売上高又は常時雇用従業員数が下請事業者より「多いこと」とされ，対象範囲が拡大した（第 2 条第 2 項第 2 号）。

また，中小企業協同組合に親事業者との納品単価調整協議権を付与し，協議決裂時には下請紛争調停協議会を通じて調停できるようにすること（第 16 条の 2），下請法違反により下請事業者に損害が発生した場合には，親事業者に賠償責任を負わせ，現行の技術流用行為だけでなく，下請代金の不当な単価引下げ，不当な発注取消し，不当な返品行為に対し，下請事業者が発生した損害の 3 倍の範囲で懲罰的損害賠償の責任を課すこと（第 35 条），下請事業者に報復行為を行った親事業者に 3 億ウォン以下の罰金を科すことなどを内容とする改正下請法が成立した（2013 年 11 月施行）。

ウ 加盟事業取引の公正化に関する法律の改正（2013 年 8 月）

近年，韓国ではフランチャイズ事業の拡大に伴い，加盟本部（フランチャイジー）

¹⁴⁹ 経済民主化については，韓国の憲法 119 条 2 項で規定されている。（「国は均衡ある国民経済の成長及び安定と適正な所得分配を維持し，市場の支配と経済力の濫用を防止し，経済主体間の調和を通じた経済の民主化のために，経済に関する規制と調整を行うことができる」。）

と加盟店（フランチャイザー）との間に、様々な問題が生じるようになった。例えば2013年10月には、加盟本部がコンビニエンスストアの経営者に過度な負担を強いる不公平な約款を適用したとして、公正取引委員会から是正命令を受けた¹⁵⁰。

加盟事業取引の公正化に関する法律の改正により、加盟本部は、加盟契約締結時に加盟店事業者に対し予想売上額及びその算定根拠を提供し、当該算定書を契約日から5年間保存しなければならないこと、加盟本部は、加盟店事業者に対し、過重な違約金を支払わせる等の不当な損害賠償義務を課してはならないことなどが規定された。

エ 大規模流通業法の制定・施行（2011～12年）

大規模流通業法の制定及び同法に係る指針、告示類については、前記第1の3のとおりである。

オ 大企業による「買いたたき」実態調査（2013年5月）

大企業74社及び公営企業59社、下請事業者6,430社を対象に、汎政府レベルでの初の調査を実施した（産業通商資源部省主導、中小企業庁、韓国産業団地公団、同伴成長委員会）。

5 小括

以上、韓国における優越的地位の濫用規制の概要及び公正取引法、下請法等の運用状況を概観したが、特に運用面では、日本と比較して韓国公正取引委員会の積極性が目立っている。また、近時、法改正、ガイドラインの策定、実態調査の実施等、活発な動きがみられる。

一方、韓国と日本では経済情勢が異なり、例えば百貨店の市場構造をみると、韓国では、「ビッグスリー」と呼ばれるロッテ、新世界及び現代百貨店の3社の市場占有率は80%を超えている。また、韓国公正取引委員会が行った実態調査によると、百貨店と取引がある中小事業者は売上高の平均約47%が百貨店に販売手数料等として徴収されるが、日本では、ここまで高率の販売手数料が徴収されることは考えにくいところである。

財閥や大企業偏重の経済構造の是正を目指す、朴政権の「経済民主化政策」への賛成が約7割であったというアンケート結果もあるが、これは、韓国における上記のような経済情勢が少なからず影響しており、日本と比べて、優越的地位の濫用規制の積極的な運用を期待する背景があると考えられる。

一方、日本においては、現在、韓国にある例えば下請事業者にも義務を課すことや、懲罰的な三倍損害賠償責任を認めることといった義務の新設や厳罰化の導入などの規制を強化すべき事情はないと考えられる。

¹⁵⁰ 2013年10月25日付け朝鮮日報日本語版。当該事案において、加盟店は、契約途中でコンビニエンスストアを閉店する経営者から多額の違約金（10か月分又は12か月分の加盟手数料）を徴収するなどしていた。これに対し、公正取引委員会は、中途解約に伴う違約金の上限を6か月分の加盟手数料とするなどの是正命令を出した。

第6節 中国

1 規制の概要

中国小売市場では、1992年の対外的な市場開放政策開始以降、台湾系、欧米系の大手小売業者が急速に参入し、様々な名目でのリベートの徴収が浸透するなど、小売業者の納入業者に対する優越的地位の濫用行為の問題が深刻化している。

中国独占禁止法において、市場支配的地位の濫用は、第17条により禁止されるが、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への第17条適用については中国でも議論がなされているところである。一方、中国では、中国独占禁止法以外にも、中国反不正当竞争法、小売業者・納入業者公平取引管理弁法といった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規制する法律、弁法等が存在している。

2 規制の背景・経緯

(1) 90年代までの優越的地位の濫用規制

中国では、市場経済化を進めていくために、次の2つの法律が制定された。

ア 中国反不正当竞争法の制定

中国では、競争は、企業に圧力と原動力を与え、資源の効果的かつ合理的な利用を実現し、「適者生存」を通じて事業者のイニシアティブを最大限に動機付けすることによって経済の活性化と規則正しい発展を導く一方で、競争することは社会、経済の様々な面に現れる不当競争行為や競争制限行為を伴い、これらは競争秩序を大幅に乱すとともに、経済の他の事業者の権益等を侵害するという考えの下で、不当競争行為及び競争制限行為に関する調査を実施し、国内における慣行に関する考察と外国における立法経験を参考に、不正競争行為（商標・商号の不正使用等による取引、虚偽宣伝、不当廉売、抱き合わせ販売、不当な景品付販売、入札談合、公営企業等の購入強制による競争制限行為、政府の公権力の濫用による競争制限行為等）を禁止する市場経済の基本法として、「中国反不正当竞争法（中华人民共和国反不正当竞争法）¹⁵¹」（担当：国家工商行政管理総局〔以下「工商総局」という。〕）が、1993年9月2日に制定され、同年12月1日に施行された¹⁵²。

イ 価格法の制定

市場価格を基本とすることを定めるとともに、価格カルテル、不当廉売、不当な情報操作による価格つり上げ、虚偽価格による誘引取引、差別対価等を禁止する「中国価格法（中华人民共和国价格法）¹⁵³」（担当：国家発展改革委員会〔以下「発展改

¹⁵¹ 中华人民共和国反不正当竞争法（1993年9月2日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过 1993年9月2日中华人民共和国主席令第十号公布 自1993年12月1日起施行）（中国中央政府ホームページ http://www.gov.cn/banshi/2005-08/31/content_68766.htm 〔閲覧日 2014年2月7日〕）

¹⁵² 楊潔「発展途上国の競争政策—中国—」公正取引 546号 32頁以下（1996）

¹⁵³ 中华人民共和国价格法 1997年12月29日第八届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过（発

革委」という。]) が、1997 年 12 月 29 日に制定され、1998 年 5 月 1 日に施行された。

このように、事業者間の不正な取引等については、「中国反不正当竞争法」及び「中国価格法」により規制されることとなった。

(2) 中国小売市場への外資の参入

中国小売市場においては、1990 年代になってチェーンストアが展開され始め、1992 年の小売市場の対外開放政策開始以降、台湾系、欧米系大手小売業が中国に参入した。例えば、カルフルーは 95 年に、ウォルマート、メトロ、アホルドは 96 年に中国に進出している。また、1990 年代後半は、国・地方政府によりチェーンストア経営の促進施策が採られた¹⁵⁴。

さらに、2001 年 12 月の WTO 加盟による小売市場開放政策により、2004 年 12 月からは外資の進出が原則自由化された。

(3) 中国小売市場の販売形態の多様化

小売市場の状況が変化していく中で、台湾系、欧米系の手小売業の参入により、小売市場の競争は激化し、国内企業同士の合併・買収が急増し、小売企業の大規模化が進んだ。また、外資企業も国内企業を買収し、これにより、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ショッピングモール、アウトレットなど多様な業態の小売業が現れることになった¹⁵⁵。

小売業者は、大規模化により取引上の地位が強くなり、納入業者となる零細な製造業者は、その数も多く競争が激化し、大規模小売業者に依存せざるを得ない状況になっていった。

(4) 小売業者の納入業者に対する優越的地位に係る問題の深刻化

1990 年代半ばに台湾系、欧米系大手小売業者が参入して以降、様々な名目でのリベートの徴収が小売業界に浸透したといわれており、これに、中国の国内で類似する行為を行っていた小売業者も追随していったことから、取引上強い立場にある大規模小売業者に依存せざるを得ない納入業者は、これに応じざるを得ず、苦しい状況に置かれることになった。例えば、中国では、新商品をスーパーで陳列してもらおうと「新製品導入費用」を、販促キャンペーンを実施してもらえば「陳列代」を納め、日常的にも、「チラシ代」、「販売促進企画費」、「物流費」、「倉庫代」などの名目で売上げの 1 ～

展改革委ホームページ http://www.cpic.gov.cn/fgw/chinaprice/free/fagui/M_C_0_0001_040102.htm
〔閲覧日 2014 年 2 月 7 日〕

¹⁵⁴ イズミヤ総研「中国におけるビジネスチャンスと流通課題」海外流通情報 374 号 3 頁 (2010. 9)

¹⁵⁵ 曾根康雄「中国小売業のグローバル化—対外開放の成果と展望—」経済化学研究所紀要第 41 号 202-203 頁以下 (2011)

30 パーセントのリベートが求められるといわれている¹⁵⁶。リベート率や額はどの納入業者も一定というわけではなく、ブランド力のある大手メーカーに対する徴収額が低額である一方で、下位メーカーに対する徴収額は高額なものとなっている¹⁵⁷。このような「徴収文化」を中国に根付かせたのは、カルフルーだといわれている¹⁵⁸。加えて、元々あった中国の国内企業も類似する行為を行っていたため、リベートの徴収文化は中国に馴染んだともいわれている。

小売業者がリベートを徴収する理由については、中国国内の小売業者の利益の出し方によるものが大きいといわれている。つまり、中国の小売業者は、仕入価格と販売価格の売買差益ではなく、納入業者から徴収するリベートによって利益を出しているということである¹⁵⁹。その結果、小売業者からリベートを徴収されることが当たり前である納入業者は、リベート分の金額をあらかじめ納入価格に上乗せするようになり、それに伴い消費者への販売価格も上昇し、中国国内の物価が上昇したといわれている。

また、支払遅延の問題も根深く、小売業者の中には、「なぜ仕入代金を期日どおりに支払わなければならないのか。」といった認識の事業者も多く存在する。

さらに、小売業者が商品の販売につき目標未達成であっても、納入業者から達成リベートを徴収する、納入価格を小売業者が一方的に決定するなど、小売業者が自らの責任を軽減又は回避し、納入業者に一方的に負担を強いる契約（いわゆる「霸王契約」）を強要する問題も生じた¹⁶⁰¹⁶¹。

これらの行為は、小売業者と納入業者の取引上の地位の優劣に係る問題が深刻化している現れであると考えられる。

(5) 弁法制定

このような状況の中で、大規模小売業者の取引に関して、商務部の主導のもと次の2つの弁法¹⁶²が制定された。

ア 小売業者・納入業者公平取引管理弁法の制定

小売業者と納入業者の取引行為に規範を与え、公正な取引秩序を保護するととも

¹⁵⁶ 『日経MJ』2012年12月21日7面 アジア小売見聞

¹⁵⁷ CPRC 研究員によるヒアリング調査（2013年12月13日）

¹⁵⁸ 『日経MJ』2012年12月21日7面 アジア小売見聞

¹⁵⁹ 納入業者をテナントとして誘致し、最低保証型の売上高比手数料を徴収し収入源とする「連営制」と呼ばれる経営モデルによっても、小売業者の経営能力を低下させているといわれている（渡辺達朗監修，陳立平著，李雪訳「中国の大規模小売企業における『連営制』の生成と展開」流通情報 493号 89頁以下（2011））。

¹⁶⁰ 渡辺達朗「中国における大規模小売業者のバイイングパワー規制」流通情報 484号 25頁以下（2010）

¹⁶¹ 渡辺達朗「中国食品小売市場のダイナミズム」流通情報 490号 17頁以下（2011）

¹⁶² 2つの弁法は、部や委員会という行政組織レベルで制定された部門規則（日本の省令に相当）であり、中国において、法律（全国人民代表大会〔日本の国会に相当〕レベルで制定）及び法規（日本の政令に相当。国务院〔日本の内閣に相当〕で制定）の下位にある法である。

なお、2つの弁法に根拠法の明示はない。

に、消費者の正当な利益を保護することを目的として、「小売業者・納入業者公平取引管理弁法（零售商供应商公平交易管理办法）¹⁶³（以下「公平取引管理弁法」という。）」が、2006年7月13日に制定され、同年11月15日に施行された。

同弁法では、大規模小売業者の禁止行為（優越的地位を利用した不公正取引、不当な経済上の利益の収受、支払遅延等）及び義務並びに納入業者の権利及び禁止行為について規定している（担当：商務部、发展改革委、公安部、税務総局、工商総局の5部門〔以下「商務部等5部門」という。〕）。

なお、公平取引管理弁法は、後記(6)に記載の中国独占禁止法の制定作業と並行して商務部を中心に制定されたものであるが、根拠法はなく独立した弁法となっている。このようになった背景として、省庁間の管轄権の取合いが原因の一つであるといわれている。既存法規の所管との関連で、中国独占禁止法の四本柱のうち商務部は企業結合規制を担当することになり、工商総局が優越的地位の濫用規制を担当するに至った。一方で、商務部としては、以前から大規模小売業者による優越的地位の濫用の問題を重く受け止めており、また、当時の商務部長は政治的に権力の強い人物だったこともあり、独自に公平取引管理弁法を制定した模様である¹⁶⁴。根拠法なくして部門規則（日本の省令レベル）で規制するのは、日本の制度設計とは異なる。また、公平取引管理弁法は、日本の大規模小売業告示を模範としているといわれている¹⁶⁵¹⁶⁶。

イ 小売業者販売促進行為管理弁法の制定

小売業の販売促進行為に規範を与え、消費者の正当な利益を保護し、公平競争秩序と公共の利益を維持し、小売行為の健全かつ秩序ある発展を促進することを目的として、「小売業者販売促進行為管理弁法（零售商促销行为管理办法）¹⁶⁷」が、2006年7月13日に制定され、同年10月15日に施行された。小売業者販売促進行為管理弁法においては、主として消費者保護の観点から、欺瞞的な取引等を禁止する旨を規定している（根拠法の明示なし。）（担当：商務部等5部門）。

(6) 中国独占禁止法制定

¹⁶³ 商務部、发展改革委、公安部、税務总局、工商总局令 2006 年第 17 号 公布《零售商供应商公平交易管理办法》（2006 年 10 月 3 日 商務部ホームページ）

<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/c/200610/20061003442804.html?2726043964=3867762066>〔閲覧日 2014 年 2 月 7 日〕

¹⁶⁴ 渡辺達朗「中国における競争政策の整備および展開状況と課題-2つの管理弁法と独占禁止法を中心に」専修ビジネス・レビュー2008 vol. 4 3-4 頁（2008）

¹⁶⁵ CPRC 研究員によるヒアリング調査（2013 年 3 月 5 日）

¹⁶⁶ CPRC 研究員によるヒアリング調査（2013 年 12 月 13 日）

¹⁶⁷ 商務部、发展改革委、公安部、税務总局、工商总局令 2006 年第 18 号 公布《零售商促销行为管理办法》（2006 年 9 月 12 日 商務部ホームページ）

<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/c/200609/20060903159407.shtml>〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕

2007 年 8 月 30 日には、「中国独占禁止法（中华人民共和国反垄断法）¹⁶⁸」が、長い議論の末に制定され、2008 年 8 月 1 日に施行された¹⁶⁹。

中国独占禁止法第 17 条は、市場における支配的地位を有する事業者による濫用行為を禁止しており、第 1 項第 1 号から第 6 号までに濫用行為が列挙されているが、中国独占禁止法では、相対的優越的地位の濫用行為の禁止についての規定はない。

なお、中国独占禁止法の執行は、機構上、国務院の下に独占禁止委員会が置かれ、さらにその下に独占禁止に関する法執行の役割及び職責を担う「国務院独占禁止執行機関」が置かれることとなっており、この国務院独占禁止執行機関には、商務部（企業結合関係の事務を担当）、发展改革委（価格に関する独占禁止協定及び市場支配的地位の濫用等の価格独占禁止関係の事務を担当）及び工商総局（価格に関するもの以外の独占協定及び市場支配的地位の濫用規制等の非価格関係の事務を担当）が充てられている。通常の業務はそれぞれ各自の分担に伴い執行事務を行っており、国務院独占禁止委員会は、これらの間の業務の実施において必要とされる調整を担当するとされている¹⁷⁰。

(7) 小売業者納入業者公平取引行為規範（ガイドライン）の制定

2008 年 9 月 27 日には、「小売業者納入業者公平取引行為規範（零售商供应商公平交易行为规范）」（ガイドライン）（担当：商務部）が制定され、2009 年 3 月 1 日に施行された。同規範においては、小売業と卸売業の経済取引活動に関する用語の定義を定めるとともに、基本原則、資格、質量、価格、契約、サービス、費用と決算、公正競争、公正取引行為の評価を明示し、費用の項目において、小売業者及び納入業者は、公平取引管理弁法に従うべきこと、納入業者は不合理な徴収は拒否できること等を例示している。

3 近時の動向

(1) 大型小売企業による納入業者からの費用の違法な受取を見直す作業方案の発布¹⁷¹

大規模小売業者が行う卸売業者に対する手数料名目等の違法な徴収行為が、①小売業と卸売業の間の不公正取引を増大させ、②卸売業者のコストを増加させ、③徴税機会を失い、④商業賄賂の温床となっていることから、これらを把握し、必要な改善を行うこ

¹⁶⁸ 中华人民共和国反垄断法（2007 年 8 月 30 日第十届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过）
（2007 年 8 月 30 日 中国中央政府ホームページ
http://www.gov.cn/flfg/2007-08/30/content_732591.htm）

¹⁶⁹ 中国独占禁止法制定当時、EU が積極的なロビー活動を行った結果、中国独占禁止法は EU に似た独占禁止法の法構成になったため、EU 型の市場支配的地位の濫用規制が設けられ、相対的支配地位の濫用は盛り込まれなかったといわれている（CPRC 研究員によるヒアリング調査（2013 年 12 月 13 日））。

¹⁷⁰ 垣内晋治「中国における競争政策の動き」公正取引 732 号 9 頁以下（2011）。

¹⁷¹ 商务部 发展改革委 公安部 税务总局 工商总局关于印发《清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作方案》的通知（2011 年 12 月 19 日 中国商務部ホームページ
<http://www.mofcom.gov.cn/article/h/redht/201112/20111207899504.shtml>〔閲覧日 2014 年 2 月 7 日〕）

とを目的として¹⁷²、2011年12月19日に、「大型小売企業による納入業者からの費用の違法な受取を見直す作業方案（清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作方案）」（以下「整理整顿」という。）が發布され（担当・商務部等5部門）、調査及び検査が行われた（根拠法令：契約法、価格法、反不正当竞争法、独占禁止法、価格違法行為行政処罰規定、公平取引管理弁法、小売業者販売促進行為管理弁法、商品サービス明確表示実行規定等。）。

整理整顿の内容は、2011年12月から2012年6月まで（その後9月までに延長¹⁷³）、商務部等5部門が、一定の条件（最大単店舗の営業面積6000平米以上、店舗数20以上、年間売上高20億元以上）を満たしたスーパーマーケット、百貨店及び電器専門店¹⁷⁴に対して、質問状を送付し、名目別費用の請求の有無・内容・明確性を確認し、小売業者による納入業者からの費用の違法な受取りを全国で見直すというものである。対象となる小売業者は、自己点検の上、省等の関係機関からの検査を受けることとされた。

整理整顿により、前記商務部等5部門の合同チームが編成され、調査の実行は各省等の地方政府の関係部門チーム（省をまたぐものについては合同チーム）が行うこととされた。また、商務部は、チーム全体の調整、合同チームの牽引、国・地方の関係機関の電話会議等の主催及び販売促進サービス費関係を担当し、发展改革委は、価格表示の明確化関係を担当し、工商総局は市場支配的地位の濫用行為関係を担当など、各省等に役割分担が定められた。

また、整理整顿の今後の方針として、省等から問題のある行為の嫌疑について通報を受けた中央の関係機関において分析の上、法律規則の制定を推進していくこととされた。

（2）国務院による流通費用に係る10項政策の策定

流通費用の低減、流通効率の増加等流通構造の見直しを主目的として、温家宝元首相が国務院常務会議を開催し、2012年12月26日に、「国務院確定降低流通費用10項政策措施（国务院确定降低流通费用10项政策措施）¹⁷⁵」（国務院）が公表された。この

¹⁷² 特に無条件リベートの禁止に焦点が当てられた模様である（「零供関係拉鋸 整治進場費僵局難解」『中国商報』2012年6月15日）。

¹⁷³ 在进一步做好清理整顿违规收费联合检查阶段工作电视电话会议上的讲话（2012年6月13日 中国商務部姜增偉副部長ホームページ

<http://jiangzengwei.mofcom.gov.cn/article/speeches/201206/20120608176431.shtml>〔閲覧日2014年2月12日〕

¹⁷⁴ 2012年6月26日に商務部の定例記者会見において対象企業は76社であると発表された。76社には、ウォルマート、カルフルー、メトロ等の外資企業、聯華、王府井等の国内企業も含まれている（渡辺達朗ほか「中国政府の流通政策の動向について」2013年3月8日中国チェーンストア政策研究会（渡辺達朗資料））。

¹⁷⁵ 温家宝主持召开国务院常务会议研究确定降低流通费用10项政策措施审议通过《征信业管理条例（草案）》（2012年12月26日 中华人民共和国中央人民政府ホームページ

3項目には、大型の小売事業者の卸売事業者に対する違法な費用徴収の一掃・整理を行うとともに、小売業者と納入業者の公正取引を確保するための法規を制定することが明記されている。

(3) 小売業者と納入業者の取引に係る地方調査及び監督

商務部等は、2013年6月から8月にかけて地方に赴き調査研究を行うことを発表した¹⁷⁶。また、小売業者と納入業者の取引の監督のため、地方政府関連部門に対して、①関連部門の組織的なリーダーシップを発揮し、管理監督能力を合わせ発揮させる、②違法な費用徴収を一掃することに重点を置き、監督能力を増大させる、③苦情処理を適確に行い、小売業者と納入業者間の対立をなくすよう努力する、④健全な業界団体を形成するとともに、小売業者間と納入業者間の公正な競争を促進する、⑤信用のない企業のブラックリスト制度等の事項を通知した¹⁷⁷。

4 規制の枠組み

(1) 公平取引管理弁法

ア 目的

公平取引管理弁法では、小売業者と納入業者の間の取引行為を規範化し、公平なる取引秩序を守り、消費者の正当な権益を保障するために制定された旨が定められている（第1条）。

イ 規制対象

公平取引管理弁法が対象とする小売業者は、工商行政管理部门で登記を行い、消費者に直接商品を販売し、年間売上高が1000万元以上の企業等（チェーンストアを含む。）である¹⁷⁸（第3条）。規制対象となる小売業者の規模は、国家统计局による中型以上の小売企業に関する分類基準に照らして定められている¹⁷⁹。また、公平取引管理弁法が対象とする納入業者は、小売業者に直接商品及びサービスを提供する製造業者、代理店、その他仲介業者を含めた企業とされている。規制対象となる小売業

http://www.gov.cn/lhdh/2012-12/26/content_2299669.htm [閲覧日 2014年2月12日]

¹⁷⁶ 关于请提供零供交易管理立法建议的函 商秩司函〔2013〕183号（2013年7月4日商務部；市场秩序司ホームページ <http://sczxs.mofcom.gov.cn/article/ybr/haichan/201307/20130700187204.shtml> [閲覧日 2014年2月13日]）

¹⁷⁷ 商务部 发展改革委 公安部 民政部 税务总局 工商总局关于做好零售商供应商交易监管工作的通知 商秩函〔2013〕356号（2013年7月4日商務部市场秩序司ホームページ <http://sczxs.mofcom.gov.cn/article/ybr/haichan/201307/20130700187206.shtml> [閲覧日 2014年2月13日]）

¹⁷⁸ 2014年4月16日現在、1元16.36円で取引されている。

¹⁷⁹ 商务部等五部门有关负责人就《零售商供应商公平交易管理办法》有关问题答中国政府网问（2006年11月9日 中国中央政府ホームページ http://www.gov.cn/ztl/yzn/content_479493.htm [閲覧日 2014年2月12日]）

者を年間売上高で規定していること、規制対象となる取引は小売業者と納入業者の取引であることは、日本の大規模小売業告示に類似しているといえる。

ウ 大規模小売業者の禁止行為

(ア) 禁止行為の概要

公平取引管理弁法では、大規模小売業者による優越的地位の濫用による不公正取引（第6条）、公平な競争を妨害する行為（第7条）、人員派遣の要請（第8条）、販促サービスの中止等（第11条）、不当な経済上の利益の収受（第13条）及び代金支払の不当な延期（17条）を禁止している。これらの大規模小売業者の納入業者に対する禁止行為を認定するためには、小売業者が納入業者に対して優越的地位を有すること、公平取引管理弁法に掲げる行為を行ったこと、行為が不正性・不公平性を有することを満たす必要があるとされている¹⁸⁰。

(イ) 販促サービスの中止等（第11条）

第11条は、大規模小売業者が納入業者から販促サービス料金を受け取ってから無断でサービスを中止する、又はサービス基準を低下させることを禁止するとともに、小売業者がサービスを完全に提供しなかった場合には、サービスを提供しなかった部分の費用の納入業者への返還を義務付けている。第13条が販促サービスを提供しない費用の徴収を禁止しているのに対し、第11条は、販促サービス料金を受け取った後の行為について禁止しており、公平取引管理弁法において、納入業者への費用の返還義務について規定しているのは同条のみである。

(ウ) 不当な経済上の収受（第13条）

第13条は、契約継続料、バーコード費用、販促サービスを提供しない新店開業費用等の徴収を禁止している。同条では、各項において具体的に徴収してはならない費用について列挙しており、日本の大規模小売業告示第8項よりも具体的に規定されている。これは、いわゆるリベートの徴収文化に対応しているものと考えられる。

(エ) 代金支払の不当な延期（17条）

第17条は、代金の支払の不当な延期について禁止している。同条各項で代金の支払を遅延してはならない状況について列挙しており、納入業者の提供する商品の販売額が、大規模小売業者の設定する金額に達していないことというような納入業者に責任がない場合のほか、納入業者が一部の商品を適時に提供できないこと、納入業者が一部の商品の返品交換手続を完了していないことといった納入業者に責任がある場合も含まれている。

¹⁸⁰ 《零售商供应商公平交易管理办法》的理解与适用（2007年1月31日 工商総局ホームページ http://www.saic.gov.cn/gslid/gztt/200703/t20070305_55700.html [閲覧日 2014年2月12日]）

エ 大規模小売業者の義務

(ア) 販促サービス料に係る義務

販促サービス料に係るものについては、前述のとおり、第 11 条において販促サービスの中止等、第 13 条において販促サービスを提供しない新店開業費用等の徴収が禁止されているが、第 10 条において、販促サービス料については事前に納入業者の同意を得て契約を締結し、提供するサービスの項目、内容、期限、料金を請求する項目、基準、金額、用途、方式及び違約責任などの内容を明確にすることが義務付けられている。また、第 12 条では、大規模小売業者は、受け取った販促サービス料を帳簿に記入し、納入業者に領収書を提供することが義務付けられている。

なお、第 10 条において、公平取引管理弁法で称する販促サービス料は、契約に基づき、納入業者の特定ブランド又は特定種類の商品の販売を促進するために、小売業者がポスターを印刷し、販促活動を行い、広告宣伝を行うなど関連サービスを提供することを条件として納入業者に請求する料金と定義されている。また、第 12 条は、販促サービス料に関する納税義務についても規定している。

(イ) 代金支払期日を定める義務

第 14 条は、代金支払期日を定める義務についてのものであり、商品の属性に従い、代金の支払期日を定めなければならないとし、支払期日は商品の受領後 60 日を超えてはならないとしている。最長の支払期間は、国外の規定を参考に、中国国内の事情を考慮して、小売業者が履行可能かつ納入業者の納得が得られる比較的合理的な期間として受領後 60 日とされたものである¹⁸¹。受領後 60 日というのは、日本の下請代金支払遅延等防止法と同様である。

オ 納入業者の権利・禁止行為

(ア) 納入業者の権利

第 9 条では、納入業者が大規模小売業者からの返品を拒絶する権利について規定している。返品を拒絶できる状況は、大規模小売業者の原因により生じた商品の汚染、毀損、変質、返品期限を越えているもの、在庫調整、店舗改装等、具体的に列挙されている。この規定により、納入業者が大規模小売業者から不当な返品を強いられることについて対抗できるようにしているといえる。

(イ) 納入業者の禁止行為

第 18 条では、納入業者による抱き合わせ販売及び大規模小売業者に当該納入業者以外の商品の販売を制限する行為について禁止している。

¹⁸¹ 商务部等五部门有关负责人就 《零售商供应公平交易管理办法》 有关问题答中国政府网问（2006 年 11 月 9 日 中国中央政府ホームページ http://www.gov.cn/ztl/yzn/content_479493.htm [閲覧日 2014 年 2 月 12 日])

カ エンフォースメント（第 23 条）

第 23 条は、大規模小売業者又は納入業者が公平取引管理弁法に違反した場合のエンフォースメントについて規定している。同条は、①他の法律・法規に規定がある場合にはそれに従い、ない場合には是正を命じること、②行政制裁金を課すこと、③公告することについて規定している。

行政制裁金の額は、違反行為による違法所得の有無によって異なる。違法所得がある場合には当該違法所得の 3 倍以下（上限は 3 万元）、ない場合は 1 万元以下となっている。

(2) 中国独占禁止法

ア 目的

独占行為を防止及び防止し、市場の公平な競争を保護し、経済運営の効率を高め、消費者利益及び社会公共利益を保護し、社会主義市場経済の健全な発展を促進するために制定された（第 1 条）。

イ 禁止行為の概要（第 17 条）

中国独占禁止法第 17 条では、市場支配的地位を有する事業者について、第 1 項各号において、それぞれ、①不公平な高価格で商品を販売し、又は不公平な低価格で商品を購入すること（第 1 号）、②正当な理由がないのに、コスト以下の価格で商品を販売すること（第 2 号）、③正当な理由がないのに、取引相手との取引を拒絶すること（第 3 号）、④正当な理由がないのに、取引相手に自己と取引することを強制し、又は自己が指定した事業者との取引のみに限定すること（第 4 号）、⑤正当な理由がないのに、抱き合わせ販売を行い、又は取引の際にその他の不合理な取引条件を付すること（第 5 号）、⑥正当な理由がないのに、同様な条件を有する取引相手に対し、取引価格などの取引条件に関して差別待遇を行うこと（第 6 号）及び⑦国务院独占禁止法執行機構が認定するその他の市場支配的地位の濫用行為（第 7 号）への従事を禁止している。

ウ 第 17 条の特徴

同条第 2 項は、中国独占禁止法における市場支配的地位の定義を定めており、市場支配的地位とは、事業者が関連市場において商品価格、数量若しくはその他取引条件をコントロールすることができ、又は他の事業者による関連市場への参入を阻止又は影響する能力を有する地位をいうとしている（第 2 項）。

同条第 2 項が市場支配的地位の定義を定めているのは、同条第 1 項に定める禁止行為が、「市場支配的地位を有する事業者」によるものであることを要件としている

ことから、「市場支配的地位」とは何かを定義しておく必要があるからである。同条第2項において、事業者が関連市場において商品価格、数量その他の取引条件をコントロールすることができ、又は事業者が関連市場において他の事業者による関連市場への参入を阻止し又はこれに影響を及ぼす能力を有する場合に、市場支配的地位を有するといえる。したがって、市場支配的地位を認定するためには、「関連市場」の画定が必要となることから、本条を運用するに当たり、中国独占禁止法における企業結合規制と同様に、「関連市場」を画定することが前提となる¹⁸²。

また、同条1項で列举された外形的な行為が当然に違法となるわけではない。それぞれ、「不公平な」、また「正当な理由がないのに」という限定的な構成要件が設定されているからである。したがって、本条で列举された事業者の市場支配的地位の濫用行為に当たるとされる要件としては、①事業者は、市場支配的地位を有していること、②事業者は、同条1項で列举された濫用行為を行っていること、③濫用行為を行う合理的な理由がないことが挙げられる。

エ 市場支配的地位を認定するための要素（第18条）

第18条は、市場支配的地位の認定の考慮要素について規定している。同条は、事業者の市場支配的地位を認定する場合には、①当該事業者の関連市場における市場占拠率及び関連市場の競争状況（第1号）、②当該事業者の販売市場又は原材料購入市場における支配力（第2号）、③当該事業者の資金力及び技術条件（第3号）、④他の事業者の当該事業者に対する取引上の依存の程度（第4号）、⑤他の事業者による関連市場への参入の難易度（第5号）及び⑥当該事業者の市場支配的地位の認定に関連するその他の要素（第6号）に基づくこととする旨を規定している。

オ 市場支配的地位の推定（第19条）

第19条は、市場支配的地位を推定できる市場占拠率について規定している。まず、同条第1項は、①一つの事業者の関連市場における市場占拠率が2分の1に達する場合（第1号）、②二つの事業者の関連市場における市場占拠率の合計が3分の2に達する場合（第2号）、③三つの事業者の関連市場における市場占拠率の合計が4分の3に達する場合（第3号）のどれか一つに該当する場合には、各号に定める上位の事業者が市場支配的地位を有するものと推定することができるとしている。また、同条第2項において、第1項第2号又は第3号に規定される事業者のうち、市場占拠率が10分の1に満たない事業者については、市場支配的地位を有すると推定してはならないとされており、また同条第3項では、事業者が市場支配的地位を有すると推定されても、市場支配的地位を有しないと証明できる証拠がある場合は、当該事業者が市場支配的地位を有すると推定してはならないと規定されている。

¹⁸² 戴 龍「中華人民共和国独占禁止法調査報告書（抜粋）」17頁以下

カ 相対的支配的地位の濫用に関する学説

前述のとおり、第 17 条は、市場支配的地位を有する事業者による濫用行為を禁止しており、具体的に禁止行為が列挙されているが、中国独占禁止法では、相対的優越的地位の濫用行為の禁止についての規定はない。

しかし、第 17 条第 1 項第 7 号は、その他の市場支配的地位の濫用行為を規定しており、また、第 18 条第 1 項では市場支配的地位の要件として、市場占拠率以外にも、取引依存度、他の事業者が関連市場に参入する難易性等が規定されている。このことから、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については、市場占拠率が高くない場合であっても、「相対的な支配的地位」の濫用として、中国独占禁止法により規制の対象となり得るとする学説もある¹⁸³。

キ エンフォースメント（第 47 条）

事業者による、市場支配的地位の濫用を認定した場合には、競争当局が違法行為の停止を命じ、違法所得を没収し、併せて前年度販売額の 1 パーセント以上 10 パーセント以下の制裁金を課することができる。

第 47 条は、市場支配的地位の濫用に対する行政措置を規定している。同条では、独占禁止法に違反する市場支配的地位の濫用行為に対して、違法行為の停止、違法所得没収、行政制裁金の徴収という措置が定められている。

違法所得没収及び行政制裁金の徴収については、日本では不当利得の剥奪等を趣旨とする課徴金制度を採っており、EU では当局の裁量による制裁金制度を採っているところ、中国独占禁止法はこれらの両者を併用しているといえる。

また、制裁金には下限が定められているため、例えば違反行為に関連する売上高が当該事業者のごく一部にすぎない場合であっても、第 47 条の規定から、莫大な金額の制裁金が課される可能性があるといえる。

(3) 中国反不正当竞争法

ア 目的

反不正当竞争法は、社会主義市場経済の順調な発展を保障し、公正競争を奨励、保護するため不正当竞争行為を規制し、事業者及び消費者の正当な権益を保護するために制定された（第 1 条）。

イ 禁止行為

反不正当竞争法では、公共企業又は法により独占的な地位を有している事業者

¹⁸³ 韓 懿「中国競争法における『相対的な支配的地位』の濫用理論について」新世代法政策学研 v o l . 8 245 頁以下(2010)

よる購入強制による公正競争の排除（第6条）、贈収賄行為（第8条）、不当廉売（第11条）、抱き合わせ販売（第12条）等を禁止しており、これらの行為は日本の不公正な取引方法に類似したものとなっている。反不正当竞争法は、相対的優越的地位の濫用行為について規制するものではないが、小売業者の納入業者に対する購入強制は、公共企業又は法により独占的地位を有している事業者による場合には、第6条の規定によって規制されるものと考えられる。ただし、反不正当竞争法第6条では、行為の主体が公共企業又は法により独占的地位を有している事業者に限られている点が、日本の独占禁止法第2条第9項第5号（優越的地位の濫用）の規定とは大きく異なる。また、小売業者の納入業者に対する費用徴収については、贈収賄行為（第8条）の規定によって規制されるものと考えられる。反不正当竞争法第8条は、事業者間での贈収賄行為を含み、中国刑法上の贈賄罪よりも広い範囲で、贈賄手段による不正当竞争行為を禁止している¹⁸⁴。

このほか、反不正当竞争法では、商標・商号の不正使用等による取引（第5条）、虚偽宣伝（第9条）、不当な景品付き販売（第13条）、入札談合（第15条）等も禁止している。

ウ エンフォースメント

第20条では、事業者が、反不正当竞争法の規定に違反し、侵害を受けた事業者に損害をもたらした場合は、損害賠償の責任を負わなければならない旨を規定し、民事上の損害賠償責任を明確にしている。

第21条から第28条まで、第30条及び第31条では、行政罰について規定している。独占的地位を有している事業者等の購入強制による公正競争の排除（第6条）の規定に違反した場合、当該購入強制によって公正競争を排除した事業者には、第23条の規定により、監督検査部門から違法行為の停止が命じられるとともに、情状によって5万元以上20万元以下の行政制裁金が課される¹⁸⁵。贈収賄行為（第8条）の規定に違反した場合には、第22条の規定により、監督検査部門から違法所得の没収がなされるとともに、当該行為が犯罪を構成する場合には法により刑事責任が追及され、犯罪を構成しない場合であっても、監督検査部門から、情状によって1万元以上20万元以下の行政制裁金が課される¹⁸⁶。

¹⁸⁴ 張 輝「中国競争法（『反不正当竞争法』）について—『不正当竞争行為』を中心に—」公正取引 520号 53頁以下（1994）

¹⁸⁵ 独占地位を有している事業者等から指定された事業者は、その被指定により品質が劣りながら価格が高い商品または費用をみだりに徴収した場合、同条の規定により、監督検査部門に違法所得が没収されるとともに、情状によって違法所得の2倍以上3倍以下の制裁金が課される（中華人民共和国反不正当竞争法 1993年9月2日公布〔JETROホームページ <http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/19930902.pdf>〔閲覧日 2014年2月12日〕〕）。

¹⁸⁶ 中国ビジネス・ローの最新実務Q&A 第82回中国の不正競争防止法(1)（黒田法律事務所ホームページ http://www.kuroda-law.gr.jp/pdf/china/ils_082.pdf〔閲覧日 2014年3月25日〕）

5 執行状況

(1) 整理整頓

ア 2011 年 12 月から 2012 年 9 月までの実施状況

商務部等の関連部門により、小売業者が違法な費用 3 億元以上を徴収していたとの結果公表があった。整理整頓により、44 企業の 1.68 億元の販促サービス費が規範に合わないことと、55 企業の 1.44 億元が規則違反の問題があることが判明した。整理整頓を受けて、小売業者は、違法に徴収した費用のうち一部を納入業者に返還した¹⁸⁷。

なお、これら関係企業への規範化作業は全て完了したという。

また、地方政府の中には、整理整頓の重要性を認識し、地方の実情に合った作業方針を作成し、積極的に、費用の違法な受取を見直す動きが見られた¹⁸⁸。

イ 全国電話会議における整理整頓のまとめの報告

2013 年 2 月 4 日の「全国電話会議（全国电话会议）」において、整理整頓のまとめとして、「取組は段階的に有効性を発揮してきているが、問題も多い。小売卸売関係を規正する取組の任務は重く、道は遠い。取組の重要性、複雑性、長期性を十分に認識し、日常の監督を強化すること。より一層組織主導を強化し、十分に合同チームの役割を発揮すること。取組に係る制度を完全なものにすること。法執行に係る厳正管理の取組体制を維持すること。責任関係を明確化し、作戦を共有し、能力が減じないように保持すること。報告・苦情・分類処理制度、企業の自己点検と部門抜取制度を制定すること。健全、失信、懲戒等の観点から監督制度の有効性を高めること。卸売小売関係を規正する法令の制定を研究すること。」が報告された（商務部等 5 部門及び国務院）¹⁸⁹。

(2) 公平取引管理弁法

商務部による包括的、全体的な実施状況の公表はなされていないが、商務部からの権限移譲を受けて執行している湖北省の取組について、百貨店、スーパーマーケット等の大規模小売業者が流通コストを抑えるために設定した 26 項目の違法な費用徴収を取りやめさせたとの報道があった¹⁹⁰。26 項目は、以下のとおりである。

¹⁸⁷ 商务部等部门清理整顿大型零售企业向供应商违规收费 3 亿多元（2013 年 2 月 5 日 中国广播网ホームページ http://china.cnr.cn/NewsFeeds/201302/t20130205_511929881.shtml [閲覧日 2013 年 9 月 27 日])

¹⁸⁸ 曲靖市商务局开展清理整顿大型零售企业向供应商违规收费实施方案（2013 年 5 月 8 日 中国商务部ホームページ <http://www.mofcom.gov.cn/article/difang/yunnan/201305/20130500118175.shtml> [閲覧日 2014 年 2 月 12 日])

雲南省曲靖市のほか、多数の省で同様の動きが見られた。

¹⁸⁹ 大矢一夫「中国の『清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作方案』の取組について（メモ）」（2013）

¹⁹⁰ 湖北省取消大型零售商向供应商所收取 26 项违规收费（2013 年 6 月 24 日 湖北省人民政府ホームページ http://www.hubei.gov.cn/zwgk/bmdt/201306/t20130622_455133.shtml [閲覧日 2014 年 2 月 12 日])

入場費，契約費，契約更新費，運搬費，配送費，祝祭費，記念セール費，オープン
開店費，情報調査費，単独棚設置費（同ブランドまたは同シリーズの商品を単独の棚
又は床に陳列するための費用），広告費，目立設置費（顧客誘引力を上げるために某商
品の棚を目立つように設置するための費用），雑貨費（商品梱包，販促等のために使う
雑貨等の管理費用），ポスター費，棚上げ費，質量検査員通知費，派遣従業員管理費，
販促管理費，サービス管理費，サービス販促費，陳列費，繰返在庫費，クレジットカ
ード等対応レジ交換費，バーコード費，口座引落費，無条件値下げ

(3) 中国反不正当竞争法

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事件としては，華潤万家
事件が報道されている。

河北宇泰紡績有限公司は，2年間にわたり，華潤万家に547万元相当の商品を納入
したが，171万元相当の商品が返品され，実際の売上げは約370万元であった。しかし，
河北宇泰紡績有限公司は，華潤万家に，企業記念販促サービス費，店舗記念販促サー
ビス費，祝祭日販促費，無条件リベート，親店初注文割引など，十数の不合理な項目
により129万元に上る各種費用を支払っており，完全に赤字となっていた（現在は不
正に徴収した費用及び一部の売上代金を返還している。）。このことから，2012年1月
10日，河北宇泰紡績有限公司は，華潤万家の全国本部が優越的地位を濫用し費用を徴
収したことを羅湖市場監督管理分局に申し立てた。

その後，羅湖市場監督管理分局は，2012年7月9日，華潤万家が「新店販促サー
ビス費」の名目で河北宇泰紡績有限公司から8万5000元を徴収していた行為が中国反不
正当競争法に違反するものであるとして，10万元の行政制裁金を課した¹⁹¹。

6 優越的地位の濫用規制に係る問題点等

(1) 公平取引管理弁法の問題点

ア 実効性の問題

公平取引管理弁法については，前記5(2)の湖北省の取組のように一定の執行実績
は認められるものの，一般的に実効性を伴っていないといわれている。原因として
は，公平取引管理弁法は商務部を中心に執行しているが，商務部は地方に人員を抱
えておらず人手が足りないこと，行政制裁金が上限3万元と低いことなどがある。
また，「公平取引管理弁法は法規ではなく，商務部が独自に制定した弁法なので，守
る必要性がない。」といった認識を一部の小売業者が持っていることも原因の一つで
あると考えられ，実際，公平取引管理弁法は法的拘束力が低く，費用徴収が不正で

日〕)

¹⁹¹ 華潤万家向供應商收被罰10万元 商超乱收費名目變身合同內容（第一財經日報2012年7月10日）及
びCPRC研究員によるヒアリング調査（2013年12月13日）

ある根拠にはならないとされた判例も存在する¹⁹²。

このような状況の下、商務部としては国務院レベルで制定される条例への格上げを検討していたが、商務部部長の交代などもあり、実現には至っていない。各直轄市や省といった地方政府の中には、カルフル等の外資の誘致を積極的に行うことで活性化を図ろうと試みるところもあり、条例に格上げしても、小売業者の納入業者に対する不当な費用徴収が積極的に規制されるか否かは不明であるが、現在の弁法よりは拘束力、執行力が強化されるものと考えられる。

イ 小売業者による規制逃れの問題

公平取引管理弁法の制定により、従来まで様々な名目で存在した契約外の徴収費用を、契約書に定める費用徴収に転換、当てはめる動きが進んだ。これにより、口頭での費用徴収が減少し、契約通りの取引が可能となる。しかし、小売業者が納入業者に対し、自主的な寄付といった名目で費用を徴収する場合もあり、違法性を緩和させる又は隠すことで高額な費用を徴収する場合もあるようである¹⁹³。

また、公平取引管理弁法制定により契約の書面化が進んでいることから、徴収項目の簡素化が進んでいるが、「販促サービス費」等の項目で包括的に徴収することで、納入業者の利益を不当に害することもある¹⁹⁴。様々な徴収費用を「販促サービス費」にまとめることで、従来どおり又はそれ以上の費用を徴収するという問題がある。販促サービス費は、本来、小売業者が商品の販売促進に費やす費用のことであり、納入業者にもメリットがある。しかし、小売業者は公平取引管理弁法で違法とされやすい徴収項目を販促サービス費に集約させることで、費用の徴収に正当性を持たせ、同弁法の適用を回避することが多い。この場合、本来であれば納入業者にもメリットのある販促サービス費の効果が十分に発揮されず、逆に納入業者は多額の費用を請求されることになる。

ウ 不当な費用徴収で生じる商業賄賂の問題

名目だけの「費用」の要求は公平取引管理弁法第 13 条に違反するものであるが、大規模小売業者が摘発されることはほとんどなく、逆に、小売業者からの要求に折れてそのような「費用」を支払った卸売業者の方が商業賄賂で処罰されるというケー

¹⁹²徐子良、上海市第二中级人民法院研究室副主任、审判员、法学博士「大型零售商与供货商纠纷之反垄断法解读」（上海市第二中级人民法院ホームページ <http://www.shezfz.com/view.html?id=61739> [閲覧日 2014 年 2 月 13 日]）によれば、大潤発（小売業者）の納入業者に対する費用徴収に関する裁判で、公平取引管理弁法は法的拘束力が低く、費用徴収が不正である根拠にはならないとされ、契約法に従って判決が下されている。

なお、この判決に対し、筆者は、大規模小売業者が公平取引管理弁法の関連規定に違反すれば、中国独占禁止法の第 17 条第 1 項第 5 号と第 7 号の強制的規定に違反していると判断できようと解説している。

¹⁹³渡辺達朗「中国食品小売業のダイナミズム～チェーン小売企業の動向とバイイング・パワーを中心に～」流通情報 2011（490）17 頁以下（2011）

¹⁹⁴渡辺達朗「中国における流通ビジネスの難しさと可能性」2013 年 8 月 6 日中間流通研究会

スガ、後を絶たない。大規模小売業者は地元の政府と密接な関係にあるのが通常であるため、商業賄賂事件の摘発ということになると、卸売業者やメーカー（とりわけ外資系の事業者）がターゲットになりやすいといわれている¹⁹⁵。

(2) 中国独占禁止法の問題点

大規模小売業者による相対的優越的地位の濫用行為に対する中国独占禁止法の適用については、中国でも議論がなされているところであるが、中国独占禁止法第 17 条の市場支配的地位の濫用の禁止の規定により、大規模小売業者の優越的地位の濫用行為を規制しようとする、市場を画定するとともに、規制対象の小売業者が市場において支配的地位にあることを、市場占拠率、販売市場又は原材料購入市場における支配力、他の事業者の参入難易度等から認定しなくてはならない。特に市場占拠率については、1 社で 2 分の 1 超、2 社で 3 分の 2 超、3 社で 4 分の 3 超という高い基準が定められていることから、第 17 条により機動的に規制していくことは難しいといえる¹⁹⁶。中国独占禁止法制定時には、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の問題は当然あったが、それを第 17 条で規制できるのかといった詳細な議論まではなされておらず、実際に独占禁止法を適用することは難しい状況である。

なお、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為については、中国反不正当竞争法の改正により規制すべきだという意見も多くある¹⁹⁷。

(3) 小売業者の費用徴収に対する意識の問題

2012 年 1 月 6 日、中国のメディアが小売業者の入場費¹⁹⁸問題について、北京市で小売業経営者や経営幹部を招き、座談会を行った¹⁹⁹。

座談会では、小売業者から「入场費問題は、中小納入業者の間で不満が多いが、大手メーカーの場合、入场費による取引問題は全く生じていない。中小納入業者は、政策保護や小売業者の譲歩に頼るべきではなく、いかに自社のブランドを高め、規模を拡大するかを優先的に考えるべきである。」「市場の問題は市場で解決すべき。入场費を徴収しないことで、仕入価格が引き下がるという保証があるのか疑問である。」「小売業者の資源を使用する納入業者は、小売サービスへの対価を支払うことが当然だ。」

¹⁹⁵ 藤本豪「中国における商業賄賂規制と実務上の対策」14 頁（2012）

¹⁹⁶ 《零售商供应商公平交易管理办法》的理解与适用（2007 年 1 月 31 日 中国工商総局ホームページ http://www.saic.gov.cn/gslid/gztt/200703/t20070305_55700.html〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕）

中国チェーン経営協会の統計によれば、中国最大のチェーンスーパーの市場占有率は 1 パーセント未満であり、大規模小売業者の納入業者に対する優越性は特殊なものとなっている。

¹⁹⁷ 韓懿「中国における優越的地位の濫用規制に関する質問への回答」（2013 年 11 月）

¹⁹⁸ 入场費は納入品目の契約ごとに必要な費用であり、契約商品と異なる商品の納入を新たに始める場合、その都度必要となる費用である。（徐涛「中国における商慣行と経済制度」2008 年 3 月 福岡大学経済学論叢 第 52 巻 499～514 頁）

¹⁹⁹ CPRC 研究員によるヒアリング調査

といった入場費禁止についての反対意見が多く出ており、費用徴収の問題性に対する小売業者の意識が低いことがうかがえる。

(4) 中国の大規模小売業者の取引の変化について

最近の小売業者の取引の変化として、インターネット販売業者の台頭が挙げられる。日本と同様に中国においても、インターネットの普及により、消費者が店舗に出向くことなく、インターネットを通じて商品を購入することができるようになった。当然、中間マージンが少なくなるため、消費者は有店舗の小売業者から購入するよりも安価に商品を購入することができる。その結果、有店舗の小売業者の売上げは大幅に減少することになった。最近では、有店舗型の大規模小売業者も追随してインターネット販売を行うようになったが、独自の流通網を持たないことが不利になっており、大規模小売業者はインターネット販売業者より出遅れている²⁰⁰。インターネット販売の拡大により、中国における大規模小売業者の取引業態は、今後一層変化する可能性がある。

7 小括

公平取引管理弁法の条例格上げは進んでいないものの、費用徴収の整理整頓が実施され、温家宝元首相が国务院の会議で定めた 10 項目の政策の中に費用徴収に関する法規範化が挙げられていることなどから、政府としても大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を問題視していることはうかがえる。しかしながら、小売業者は、複数項目の費用を販促サービス費にまとめて徴収するなど、政府の取締りと小売業者の不当な費用徴収はイタチごっこになっており、また、小売業者は従来の費用徴収に頼った経営から脱却できていないという問題もある。

²⁰⁰ CPRC 研究員によるヒアリング調査（2013 年 12 月 13 日）

第7節 オーストラリア

1 規制の概要

オーストラリアの競争当局であるオーストラリア競争・消費者委員会（以下「ACCC」²⁰¹という。）は、公正な取引を促進し消費者を保護すること等を目的としたオーストラリア競争・消費者法を所管しているところ、我が国でいう優越的地位の濫用規制との関係では、後述のとおり、同法に基づき、市場支配的地位の濫用規制に加え、取引当事者間の相対的な力関係に着目して規制しているという点に特徴がある。

オーストラリアにおいては、食料品小売市場で高度寡占化が進んでおり、大規模小売業者等による購買力の行使に係る問題が注目されている。同法では、事業者間の反競争的取決め等に係る認可・届出手続が定められているところ、特に一次生産者を含む中小企業からの申請については、ACCC が通常より短期間で審査する手続きが別途設けられるなど、中小企業への配慮がなされている。また、同法に基づき、特定産業における行動規約を定めることができるところ、農産物分野において、取引の明確性と透明性を改善することを目的として農産物規約が定められているほか、スーパーマーケット分野においても規約の策定が検討されている。

2 食料品業界の概観

(1) 食料品業界の現状

オーストラリアの食料品小売市場の現状については、オーストラリア食品及び食料雑貨品協議会 (Australian Food and Grocery Council: AFGC)²⁰²が 2011 年に公表した「2020: 岐路に立つ産業」(2020: INDUSTRY AT A CROSSROADS)²⁰³と題する報告書によると、オーストラリアの食料品小売市場は、ニュージーランドに次いで、世界で2番目に高度寡占化している。具体的には、コールズ及びウールワースの2大チェーンがマーケットリーダーであり、供給業者に対する影響力と消費者へのアクセスコントロールにおいて大きな影響力を有している。これら2社のスーパーマーケット市場における市場シェアは、2009年で合計で78%近くに達しており、2大チェーンによる寡占化の傾向は、2001年にドイツのアルディ、2009年にアメリカのコストコといった事業者が新規参入したにもかかわらず、30年以上に渡って続いているとしている。しかしながら、アルディの参入は小売価格競争を活発化させ、コールズやウールワースから値下げという競争的な反応をもたらすとともに、プライベートブランド商品の使用を増加させた。

²⁰¹ Australian Competition & Consumer Commission の略称。オーストラリアにおける競争と消費者保護（一部の特定分野を除く。）の連邦レベルの執行当局。

²⁰² 1994 年設立の包装された食品、飲料等の製造業者で構成される全国レベルの事業者団体。オーストラリアの当該産業の粗生産額の 80%を同団体の会員が占める。

²⁰³ 「2020: INDUSTRY AT A CROSSROADS」(AFGC ホームページ)

<http://www.afgc.org.au/2020-industry-at-a-crossroads-report.html> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

また、食料品加工市場においても、製品の種類毎に2、3社の主となる加工業者に集中する傾向があるとともに、加工業者はナショナルブランド商品と競争するためにプライベートブランド商品の開発に注力している。

一方、一次生産者である農家は、地理的に分断された消費者の範囲や製品の多様性、財務上の問題等の多くの要素によって、その多くが小規模で規模の経済性が欠如しており、小売業者や加工業者との交渉力に差が生じている²⁰⁴。

(2) プライベートブランド商品の増加

前述の報告書によると、スーパーマーケットの総売上に占めるプライベートブランド商品のシェアは、2003年の最大15%から2010年の最大25%にまで高まっているところ、次の10年間で、オーストラリアにおける食料品のプライベートブランド商品市場は成熟するとみられ、2020年までには、スーパーマーケットの総売上の40%から50%程度を占める可能性がある。

プライベートブランド商品に係る小売業者の戦略と、プライベートブランド商品とナショナルブランド商品（branded products）との商品棚のスペースをめぐる競争（competition for shelf space）は、食料品等の供給業者の利ざや（margins）に対する圧力となっている。

(3) ACCC による食品業界の価格競争の状況に関する報告書（2008）

食料価格の高騰を背景として、ACCCは、2008年に食品業界の価格競争の状況に関する報告書を公表しており²⁰⁵、購入者の購買力及びプライベートブランド商品に関して以下のような内容が示されている。

ア 購買力について²⁰⁶

購買力（buyer power）は、購入者と供給者との相対的な規模、当該関係における当事者の相対的な依存度、他の選択肢の相対的な価値に影響を与えるその他の要素から生じる²⁰⁷ものであるとした上で、結論として、反競争的又は非良心的な方法で行使される購買力の具体的な立証を実体化するような証拠に乏しかったが、ACCCに対して詳細な情報を提供し調査が行われた場合、真剣に懸念するような購買力の行使が行われていると述べる者もあった。特に、包装食品については、以下の点等を指摘している。

- ・ 一般的に、供給者と購入者の関係では、供給者の方がより購入者に依存している

²⁰⁴ 2013年10月OECD会合（フードチェーン産業）オーストラリア貢献文書19～21、24

²⁰⁵ 「Report of the ACCC inquiry into the competitiveness of retail prices for standard groceries - July 2008」（ACCCホームページ）

<http://www.accc.gov.au/publications/report-of-the-accc-inquiry-into-the-competitiveness-of-retail-prices-for-standard-groceries-july-2008> [閲覧日 2014年2月20日]

²⁰⁶ 脚注5の357ページの「Conclusions on buyer power」

²⁰⁷ 脚注5の309ページの「Key points」

関係にある。購入者は広範囲の供給者から商品を購入しており、1社からの供給を失っても経済的な重要性は低い、供給者は1社への販売が収入の大きな割合を占めていることが多く、この収入を失うこととなるという脅しは、供給者に重大な圧力を引き起こし得る。

- ・ 棚スペースにアクセスするための手数料等については、効率性の観点から合理性がみられるが、その差別的な適用は、購買力の行使を示唆している。しかしながら、供給者レベルでの競争に大きな影響を有しているという証拠はほとんどない。

イ プライベートブランド商品について²⁰⁸

既存の商品よりも低い価格によるプライベートブランド商品の導入は、消費者にとって追加的な選択肢を提供し、競争促進的なものである。実際、プライベートブランド商品の導入に対して競合品は競争的に働き、いくつかの分野において小売価格の低下につながった。

しかしながら、小売業者は次のようなインセンティブを有しているとしている。

- ・ プライベートブランド商品よりも利益の低い他のナショナルブランド商品を外すことを含め、優先して棚スペースを与えることにより自社のプライベートブランド商品の販売を促進する
- ・ 他のナショナルブランド商品の供給者から得た追加的な販売促進手当（promotional benefits）を、小売価格の引下げとして消費者に提供するよりも維持する

しかしながら、市場が競争的であるために、小売業者は、付加価値のある商品を消費者に対して提供し続けなければならない、プライベートブランド商品よりも好まれているナショナルブランド商品を外すことは大手小売業者の長期的な利益にはならないであろう。

ACCC は、2008 年調査において、大手小売業者はおおむね、供給者からの販売促進手当を受け入れ、それを小売価格に投入していることを示す証拠を得たとしている。ACCC は、他のブランドの供給者からの販売促進手当が、プライベートブランド商品を守るために拒否される場合、オーストラリア競争・消費者法第 46 条違反のリスクがあることに注意する必要があることを指摘する。同条は、市場への参入を妨げ又は市場における競争的な行動を思いとどませ若しくは妨げるため、競争者を排除し又は実質的に損害を与える目的を持って、企業が高度の市場支配力を利用することを禁止している。

多くのオーストラリアの消費者にとってナショナルブランドは重要であり、ナショナルブランドに対する志向は、プライベートブランド商品の競争的な脅威から当該ブランド商品を守るものである。それにもかかわらず、ほとんどの例において、プライ

²⁰⁸ 脚注 5 の 376 ページの「Conclusions」

ベートブランド商品の導入は、競合品の競争的な反応を引き起こし、他のブランドの小売価格を下げるようなより強い販売促進的な行動を引き出している。ACCC は、大手小売業者又は他の小売業者によるプライベートブランド商品の成長は、現時点においては競争に対する重大な懸念を引き起こしたり、この成長が消費者の選択と不整合なものであるとは考えていない。

3 規制の枠組み

(1) オーストラリア競争・消費者法による規制

オーストラリアの旧競争法である旧取引慣行法 (Trade Practices Act 1974) は、消費者関連の 20 の連邦・州法を統一し、消費者法を強化することを主たる目的として²⁰⁹、2010 年に旧オーストラリア消費者法と統合され、オーストラリア競争・消費者法 (Competition and Consumer Act 2010, 以下「法」という。) となった (2011 年施行)。

同法において、我が国でいう優越的地位の濫用規制に近いものとしては、

ア 市場力の濫用 (Misuse of market power, 法第 46 条)

イ 非良心的行為 (Unconscionable conduct) (法の 11 編の別表 2 に規定されている

オーストラリア消費者法 [Australian Consumer Law, 以下「ACL」という。] 第 21 条) がある²¹⁰。「市場力の濫用」は、ある市場における実質的な力 (substantial degree of power in a market) を有する法人が、その市場力を、当該市場又は他の市場において特定の目的に用いることを禁止する、いわゆる市場支配力の濫用規制に近いものであるが、実質的に市場を支配しているまでの必要はない (後記 (2) イのなお書きを参照)。「非良心的行為」は、欺瞞的ではないが、非良心的といえるほどの不公正な行為²¹¹として、取引当事者間での相対的な力関係に着目して規制する、我が国における優越的地位の濫用に対する規制により近いものと考えられる。

なお、旧取引慣行法に 1986 年に導入された非良心的行為に対する規定は、エクイティに起源を有し、導入当初は消費者取引にのみ適用されることになっていたが、1993 年の法改正によって商取引にまで及ぶこととなった。消費者取引のみならず、商取引についても旧取引慣行法に基づく非良心的行為の規制の対象としていることについて、旧取引慣行委員会 (現 ACCC) は、企業は消費者と比較して本質的に異なる立場にある (すなわち、商取引の場合には、取引者が消費者と異なって相対的に対等で知識を持

²⁰⁹ ミシェル・タン「オーストラリア新消費者法の概要と特色」(2011 年 12 月 24 日 シンポジウム「消費者法の課題と展望Ⅲ～消費者法の「かたち」を考える～」(日本弁護士連合会ホームページ)) http://www.nichibenren.or.jp/library/ja/event/data/20111224_siryou.pdf [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²¹⁰ この他の ACCC が食料品市場において果たす役割としては、①カルテル、再販売価格維持行為等の規制、②個別適用除外の承認 (例えば、ACCC は、2013 年 4 月、牛乳の製造業者が、ウールワース等に対し 3 年間、共同販売行為を行うことについての承認を与えたと発表した。)、③牛乳価格のモニタリング、④企業結合規制等がある (Professor Allan Fels 「Trade Practices Act and the food sector」(ACCC ホームページ) <http://www.accc.gov.au/speech/trade-practices-act-and-the-food-sector> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日])。

²¹¹ 脚注 9 に同じ。

っていると推定することができる)ことを認めながら、企業が自己の利益を保護することができないために強い取引の相手方に利用されている場合には、市場の資源が効率的に使用されなくなつて、市場が歪曲されてしまうため、商取引における非良心的行為に対して旧取引慣行法による規制を行うことは旧取引慣行法の目的に一致しているとしている²¹²。なお、旧取引慣行法 51AC 条と旧オーストラリア消費者法の両方に非良心的行為に係る同様の規定があったところ、前記(1)の改正により旧取引慣行法の同条は削除された。

(2) 市場力の濫用²¹³

ア 禁止行為

法第 46 条(1)は、ある市場における実質的な力を有する法人が、その市場力を、当該市場又は他の市場において、次の目的で用いることを禁止している。

(ア) 当該法人又は当該法人の関連法人の競争業者を市場から排除又は当該競争業者に実質的に損害を与えること。

(イ) 市場への参入の妨害

(ウ) 競争的な行為の阻止又は妨害

イ 市場力の有無

ある法人が特定の市場において実質的な力を有するか否かは、事案ごとに個別に判断されることとなる。裁判所は、実質的な力の有無の認定に当たり、市場における当該法人の行為が、

(ア) 当該市場における当該法人の競争業者（潜在的競争業者を含む。）の行為によって制約される範囲、又は

(イ) 当該市場における当該法人の取引相手（供給者又は取得者）の行為によって制約される範囲

を考慮するものとする（法第 46 条(3)）。

なお、次の場合であっても裁判所による実質的な力を有するとの認定を妨げるものではない（法第 46 条(3C)）。

(ア) 当該法人が、実質的に市場を支配（control）していない場合。

(イ) 当該法人が、市場における他の競争業者、潜在的競争業者、又は当該法人との間で商品又は役務を取引する相手方の行為による圧力から完全に自由ではない場合。

²¹² ミシェル・タン「オーストラリアの取引慣行法による非良心的行為（Unconscionable Conduct）の規制」（1993.7 阪大法学 43（1-274））

²¹³ 「世界の競争法 オーストラリア」（公正取引委員会ホームページ）

<http://www.jftc.go.jp/kokusai/worldcom/kakkoku/abc/allabc/a/australia.html> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

(3) 非良心的行為

非良心的行為に係る規定は、2010 年の法改正により、別表 2 (Schedule 2) として追加された ACL に規定されている。

ACL 第 21 条(1)は、いかなる状況においても、非良心的である供給又は取得を禁止し（一部の株式会社に対するものを除く。）²¹⁴、同第 22 条(2)は、具体的に、取得者による行為について、非良心的行為に該当するか否かを裁判所が判断する上で考慮することができる事項（非限定的列挙）を示している。なお、具体的な行為類型は定められていない。

(ア) 取得者 (the acquirer) と供給者 (the supplier) との交渉上の地位 (bargaining positions) の相対的な強さ (relative strengths)

(イ) 取得者が行った行為の結果、供給者が、取得者の正当な利益を保護するために合理的に必要なものとはいえない条件に従わざるを得なかったか

(ウ) 供給者が商品等の取得に関する書類を理解できたか

(エ) 商品等の取得に関して、供給者側が取得者側から不当な圧力がかけられたか

(オ) 供給者は当該取得者以外の者に対して同一の又は同等の商品等をどのくらいの量をどのような状況で供給することができたか

(カ) 供給者に対する取得者の行為が、他の供給者に対する取得者の行為と一貫している程度

(キ) 関連する産業規約の要求事項

(ク) 取得者が他の産業規約に従うならば、他の産業規約の要求事項

(ケ) 取得者が供給者に対し非合理的に開示しなかった以下の範囲

① 供給者の利益に影響する取得者の意図的な行為

② 取得者の意図的な行為によって生じた供給者のリスク（供給者に明らかでなく、取得者が予見すべきリスク）

(コ) 商品等の取得について、取得者と供給者との間に契約があった場合、

① 取得者が供給者との契約で条件等について自発的に交渉を行った程度

② 契約の条件等

③ 契約の条件等を遵守するための取得者と供給者との行為

④ 契約後、彼らの商業上の関係と関連して取得者又は供給者が行った行為

(サ) (コ) にかかわらず、取得者が一方的に契約の条件等を変更する契約上の権利を有するか

(シ) 取得者及び供給者が良き信念に基づいて (in good faith) 行動した程度

(4) 産業規約（法第 4B 章）

²¹⁴ ACL 第 22 条(1)は供給者 (the supplier) から a person (the customer) に対する行為を規制する。

産業規約（Industry codes）は、義務的又は自主的な行動規約として当該分野を所管する連邦大臣が定めることができるものであり、義務的な行動規約は産業全体の参加者を拘束し、自主的な行動規約は当該規約に加入する事業者のみを拘束することとなる。また、事業者は定められた規約に違反してはならない（法第 51AD 条）とされている。現在、義務的な行動規約として、農産物規約（Horticulture Code）等の 4 つの規約があるが、自主的な行動規約はない²¹⁵。このうち農産物規約は、農家と取引業者間の取引の明確性と透明性を改善することを目的として取引条件等を定め、あらかじめ明らかにしておくことを義務付けるものである（詳細 4（4）参照）。

(5) 共同取引に係る認可・届出手続

ACCC は、申請に基づき、事業者がカルテルや反競争的取決め等の定められた行為を行うことを認可（authorisation）することができる（法第 88 条）。この認可手続では、ACCC は利害関係者に協議を行うとともに、ACCC の決定案を事前に提示し、申請者と利害関係者を招集した会議で双方の意見を聞いた上で、原則として 6 か月以内に最終決定を行うこととされている。

この規定に基づき、事業者は共同取引（collective bargaining）に関する協定への認可を申請することができるが、特に中小企業からの共同取引協定に係る申請については、認可手続が合理化されており、ACCC は申請書を受理してから 28 日以内に決定案を提示し、3 か月以内に最終決定を行うこととされている²¹⁶。

また、申請時において、共同取引を行う全ての事業者が特定され、共同取引の相手方が 1 社であり、共同取引を行う各事業者の対象取引の年額が 300 万豪ドル（農産物は 500 万ドル等の別規定あり。）を超えない場合には、届出（notification）手続を利用することができる（法第 93AB 条(1)～(4)）。届出手続の場合には、提出日から 14 日以内に ACCC から異議がなければ、提出日から 3 年間は当該行為に係る法的措置が免除される²¹⁷。

共同取引は、一次生産者を含む中小企業と大規模小売業者や加工業者との購買力の不均衡を是正する一助となっており、中小企業が効果的な交渉結果を得ることにより、有効な投資につながるものである²¹⁸。

(6) 執行に係る規定

ア 市場力の濫用

²¹⁵ 脚注 13 に同じ。

²¹⁶ 「Authorisations」（ACCC ホームページ）

<http://www.accc.gov.au/business/applying-for-exemptions/authorisations> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²¹⁷ 「Notifications」（ACCC ホームページ）

<http://www.accc.gov.au/business/applying-for-exemptions/notifications> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²¹⁸ 2013 年 10 月 OECD 会合（フードチェーン産業）オーストラリア貢献文書 77～83

ACCCは、本規定違反に関して、制裁金（pecuniary penalties）の賦課を求めて裁判所に民事訴追することができ、制裁金の法定上限額は、法人の場合は1000万ドル、又は当該違反行為により得た利益の3倍額（当該利益が確定できない場合は当該法人全体の過去12か月間の売上高の10%）のうちのいずれか高い方であり、個人の場合は50万ドルである（法第76条）。

当該規定の違反行為があれば、違反行為の被害者は、損害賠償（法第82条）、補償命令（法第87条）及び差止命令（法第80条）を裁判所に求めることができる。

イ 非良心的行為

ACCCは、本規定違反に関して、制裁金の賦課を求めて裁判所に民事訴追ことができ、制裁金の法定上限額は、法人の場合は110万豪ドルであり、個人の場合は22万ドルである（ACL第224条）。さらに、ACCCは、審査手続に関与していない者（Non-party）のための補償（ACL第239条）を裁判所に求めることができる。

当該規定の違反行為があれば、違反行為の被害者は、損害賠償（ACL第236条）、補償（ACL第237条）及び差止命令（ACL第232条）を裁判所に求めることができる。

ウ 規約

ACCCは、規約違反に関して警告公表告知（法第51ADA条）を行うことができ、さらに、審査手続に関与していない者（Non-party）のための損害賠償等（法第51ADB条）を裁判所に求めることができる。

当該規約の違反行為があれば、違反行為の被害者は、損害賠償（法第82条）、補償命令（法第87条）及び差止命令（法第80条）を裁判所に求めることができる。

エ その他の行政措置

ACCCが採り得る行政措置としては、強制的確約（enforceable undertakings）がある。ACCCは、事業者から提出された書面による確約の内容が十分である場合には、これを受理し、事業者に確約どおり実行させることによって事案を解決することができる。

4 執行状況

(1) ACCCの執行方針

ア 年次報告（2011-2012）

ACCCは、年次報告（2011-2012）において、委員長の弁として、執行及びコンプライアンスにおける中期的な優先事項の一つとして特にスーパーマーケット等の高度に集中化した分野における競争及び消費者問題について行動することを挙げ、さらに、BtoB市場とBtoC市場の両方において非良心的行為に緊密な注意を払うことはACCC

にとって優先事項であり、企業による市場力の濫用事例についてもまた緊密な注意を払うとしている²¹⁹。

イ 最新の執行方針

ACCC は、2013 年 2 月に最新の執行方針を示す中で²²⁰、市場において、小規模事業者を排除し又は不公正な制限を課すような反競争的及び非良心的行為に対して注目し続けていくという方針を示している。

(2) 市場力の濫用²²¹

ACCC は、2001 年、ウールワースのグループ会社であるセーフウェイに対し、旧取引慣行法第 45(2) (a) (ii), 46, 47, 48 条²²²違反であるとして提訴した。

ACCC は、セーフウェイが次のような方策を採ったと主張した。ある製造業者のパンが、他の小売業者により、セーフウェイの価格を下回る特別価格で販売される場合、当該特別価格での販売が終了するまでは、当該製造業者の全てのパンについて周囲のセーフウェイの店舗での販売を中止するというものであった。

ACCC は、セーフウェイが、いわゆる削除方策 (deleting policy)、つまり、在庫、店頭陳列、販売を取りやめることにより、パンの製造業者が、他の小売業者がパンの安売りが可能になるような価格で販売すること及びセーフウェイよりも安い価格でパンを販売しようとする小売業者に対してパンを供給することをやめさせようとしたと主張した。

セーフウェイはそのような方策を採っていることを否定し、当該行為は懲罰的なものであるというよりもむしろ競争促進的であると主張した。すなわち、特別価格で提供しているセーフウェイの競争者と同等の価格でパンを販売することをセーフウェイができるようにするため、セーフウェイの競争者と同等の価格での提供を求めるものであり、削除方策は、パンの製造業者がセーフウェイのこのような要求を拒んだ結果であると主張した。

一審では、45 条、46 条、47 条、48 条違反は明らかでないとされた。その理由として、パンの小売市場においてセーフウェイは実質的な市場力を有するものの、彼らの市場力と関連製品との間に関連はなく、当該市場力を利用していないからであるとした。

2003 年、控訴審において、連邦裁判所は、セーフウェイによる一部の行為は、市場

²¹⁹ 「ACCC and AER Annual report 2011-12」(Australian Energy Regulator ホームページ)
<http://www.aer.gov.au/node/18181> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²²⁰ 「ACCC releases new Compliance and Enforcement Policy」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/media-release/accc-releases-new-compliance-and-enforcement-policy> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²²¹ 脚注 5 の 323 ページの「ACCC v Safeway」

²²² 45 条は取引制限的又は反競争的取決め等、46 条は市場力の濫用、47 条は排他条件付取引、48 条は再販売価格維持行為。

力なしでさえ同様の行為が完全に不可能なものではなく、同社の市場力の存在がそれらの行為を実質的に容易にしたものであるとして、一審において、セーフウェイがその実質的な市場力を利用していないと判示したことは誤りであるとした。

その後、2004年に高等裁判所への特別申立ては棄却され、2006年に連邦裁判所はセーフウェイに対して890万ドルの制裁金を課した。

(3) 非良心的行為

ACCCは、2012年前半から、コールズ及びウールワースを含む主要なスーパーマーケットチェーンが、市場力の濫用（法第46条）や非良心的行為（ACL第22条）等の行為を行っていた証拠の有無を焦点とした調査を開始しており、現在も調査中である。

この調査の中で、

ア 主要なスーパーマーケットチェーンが供給業者との取引において非良心的行為を行っているか否か

イ 主要なスーパーマーケットチェーンが、ナショナルブランド商品の供給業者による競争的な行為を阻止するために、自社のプライベート商品をひいきして扱うことによって市場力を濫用しているか否か

に関連する幾つかの問題が確認された。

この調査で明らかにされた主張には、非良心的行為又は市場力の濫用の可能性のある以下の行為が含まれている。

ア 店舗に商品を導入するための供給者に対する交渉外の追加的な支払の執拗な要求

イ 実際に発生したコストに明らかに関係がなく、交渉による取引条件にないペナルティの賦課

ウ 追加的な支払やペナルティが支払われない場合、スーパーマーケットの棚から商品を撤去するという脅し又は供給者への他の不利益

エ 供給者と合意した金額の不払

オ プライベートブランド商品をひいきした差別的な取扱い²²³

なお、報道によれば、供給業者は数年来、コールズ及びウールワースが価格と供給面において供給業者をいじめるために市場力を行使していると苦情を訴えており、約50の供給業者が、非良心的行為の証拠を携えて、匿名の条件の下にACCCの呼び掛けに応じたとされている²²⁴。

(4) 産業規約

²²³ 2013年10月OECD会合（フードチェーン産業）オーストラリア貢献文書41～44

²²⁴ 「ACCC to investigate Coles, Woolies」(The Sydney Morning Herald ホームページ)

<http://www.smh.com.au/business/accc-to-investigate-coles-woolies-20130214-2eg16.html> [閲覧日2014年2月20日]

ア 農産物規約 (Horticulture Code) ²²⁵

同規約は、農家と取引業者 (trader) 間の取引の明確性と透明性を改善することを目的とするものであり、加工されていない (unprocessed) 野菜、果物等の農産物の取引において、生産者から農産物を購入する際の取引条件等を定め、あらかじめ明らかにしておくこと等を義務付けるものである。同規約が適用される取引業者は、再販売を目的として生産物を購入する業者等が含まれるが、生産者から直接生産物を購入する場合であっても、小売や加工をするために生産物を購入する小売業者や加工業者等については適用されない。

取引業者の具体的な義務としては、あらかじめ一般的な取引条件を公にし、実際に生産者と取引する場合には書面による農産物生産契約 (Horticulture produce agreements) を締結するとともに、契約で定められた期間内に代金を支払う必要がある²²⁶。また、同規約には、紛争解決のための調停者 (Horticulture Mediation Adviser) に係る規定もある。

ACCC は、2013 年 2 月に農産物規約違反容疑で、ビクトリア州の農産物取引業者であるリアンゴス (Liangos) から法的強制力のある確約を受け入れたことを発表した²²⁷。ACCC は、リアンゴスが農産物生産契約を締結することなく農産物の取引を行っていたこと等が農産物規約に違反するものと判断した。これに対し、リアンゴスは農家との農産物契約を締結しない限り、3 年間は農産物の取引をしないこと等を含む確約を ACCC に提出した。

イ スーパーマーケットに係る産業規約

AFGC は前述の「2020：岐路に立つ産業」と題する報告書において、政府に対し、ナショナルブランド商品がスーパーマーケットの商品棚へのアクセスを確保するため、オンブズマンによる監視によるスーパーマーケットの取引における行動規約の策定を提言している。

コールズ、ウールワース及び AFGC を含むスーパーマーケットと食料雑貨品産業ワーキンググループ (A supermarket and grocery industry working group) は、長期間にわたって自主的な産業規約を検討しているが、合意に至るかどうかは不明である

²²⁸。

²²⁵ 「Horticulture code of conduct」(ACCC ホームページ)

<http://www.accc.gov.au/business/industry-codes/horticulture-code-of-conduct> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]、the Minister for Agriculture, Fisheries and Forestry が定めたもの。

²²⁶ 「An overview of the Horticulture Code」(ACCC ホームページ) [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

<http://www.accc.gov.au/publications/an-overview-of-the-horticulture-code>

²²⁷ 「ACCC accepts undertaking for alleged breaches of Horticulture Code」(ACCC ホームページ)

<http://www.accc.gov.au/publications/an-overview-of-the-horticulture-code> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²²⁸ 2013 年 10 月 OECD 会合 (フードチェーン産業) オーストラリア貢献文書 46

(5) 共同取引に係る認可・届出の状況

ACCC は、牛乳、ジャガイモ、鶏肉等の一次生産者が関係する共同取引協定を認可している²²⁹。具体的には、2011 年 8 月に酪農家の組織であるデイリー・ファーマーズ (Australian Dairy Farmers Ltd) と加工業者との未殺菌牛乳に係る 10 年間の共同取引を認可した。また、2012 年 12 月には、ジャガイモ農家の組織である南東部ジャガイモ栽培者協会 (The South East Potato Growers Association) の構成員と加工業者等とのジャガイモに係る 5 年間の共同取引を認可した。さらに、2013 年 1 月には、養鶏家の組織であるクイーンズランド州の養鶏家協会 (the Queensland Chicken Growers Association) の構成員と、鶏肉加工業者であるインガム (Inghams Enterprises), バイアダ (Baiada Poultry) 及びククルル (Golden Cockrel) との鶏肉 (ブロイラー) に係る 10 年間の共同取引を認可したなどの事例がある²³⁰。

また、ACCC は、養鶏家、果物農家、酪農家等の一次生産者が関係する共同取引協定に係る届出書を受理している²³¹。具体的には、2009 年 3 月には養鶏家の組織である南オーストラリア農家連盟 (The South Australian Farmers Federation) に所属する 18 件の養鶏家と、鶏肉加工業者であるインガムとの鶏肉 (ブロイラー) の共同取引に係る届出を容認した。また、2010 年 8 月には、クイーンズランド州の 3 件の果物農家と、ウールワースとの果物 (レモンとマンダリン) の共同取引に係る届出を容認した。さらに、2013 年 4 月には、ニューサウスウェールズ州の 7 件の酪農家と、ウールワースとの未殺菌牛乳の共同取引に係る届出を容認したなどの事例がある²³²。

5 小括

ここまで述べてきたように、オーストラリアには、日本の独占禁止法上の優越的地位の濫用規制に近いものとして、市場力の濫用、非良心的行為による規制のほか、産業規約による契約の明確化や共同取引による購買力不均衡の是正が図られている。

現在のオーストラリアの食料品業界は高度寡占化が進行しており、規制の必要性は大きくなりつつあるところ、ACCC は市場力の濫用や非良心的行為について積極的な執行方針を示している。

²²⁹ 2013 年 10 月 OECD 会合 (フードチェーン産業) オーストラリア貢献文書 80

²³⁰ 「Authorisations register」(ACCC ホームページ, 事例の認可番号は順に「A91263」, 「A91322」, 「A91347」) <http://registers.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/278039> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

²³¹ 2013 年 10 月 OECD 会合 (フードチェーン産業) オーストラリア貢献文書 83

²³² 「Collective bargaining notification register」(ACCC ホームページ, 事例の届出番号は順に「CB00070」, 「CB00148」, 「CB00281」) <http://registers.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/773840> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

第8節 アメリカ

1 規制の概要

2008年4月に開催されたICN第7回年次総会における「優越的地位の濫用に関する報告書」において、アメリカは優越的地位の濫用を禁止する特定条項を持たない国・地域として分類されるなど、一般的にアメリカ反トラスト法には優越的地位の濫用規制は存在しないと考えられている。

一方、我が国の文献等をみると、アメリカにおいても、優越的地位の濫用規制等と同様の発想を目的にロビンソン・パットマン法（以下「RP法」という。）が制定され、連邦取引委員会法（以下「FTC法」という。）5条とともに過去に運用がなされていたとしており、また、個別分野における優越的地位の濫用行為の類似規制として、ディーラー法と呼ばれる法律が存在し、当該法律によって、製造業者等による販売業者に対する強要行為等について規制が行われているとしている。さらに、近年、欧米において大規模小売業者に対し納入業者から支払われるスロットティング・アローワンス（slotting allowances）と呼ばれる取引慣行に関する論文もみられ、アメリカにも優越的地位の濫用規制に類似した規制や問題が存在していると考えられる。

2 各規制・問題の背景・概要

(1) RP法制定の背景・概要

RP法は、価格差別²³³を禁止する法律であり、クレイトン法2条の修正法である²³⁴。クレイトン法2条は、1914年に制定され、これにより価格差別が禁止されていた。しかし、1930年代の流通革命の結果、スーパーマーケット等の大規模小売業者が出現し、その強大な購買力を背景としてメーカーから安く商品を仕入れて販売したので、伝統的な中小小売業者（いわゆる「パパ・ママ・ストア」）の経営は圧迫されることとなった。そこで、これらの中小小売業者とメーカーが連合して立法運動した結果、クレイトン法2条を修正して、スーパーマーケット等の大規模小売業者の活動を規制するために、1936年、RP法が制定された。

RP法制定の目的は、大規模小売業者によって商品の仕入価格が不当に下げられ、中小小売業者の仕入価格よりも低くなることによって、中小小売業者が競争上不利になることを防止することであり、もともとの目的は、巨大な購買力を有する大規模小売業者の購買力濫用を規制することにあつたとされる。しかし、現実のRP法は、主として売手の価格差別行為を禁止するという法的構造となっており、買手側の購買力濫用

²³³ 価格差別を行う事業者とその競争者との間の競争を侵害するような価格差別を「売手段階の競争侵害」として、価格差別を受ける事業者とその競争者との間の競争を侵害するような価格差別を「買手段階の競争侵害」として、それぞれ規制している。後者は、価格差別を受けることによって有利となる買手の属する市場での競争侵害である。

²³⁴ RP法によって修正されたクレイトン法2条が、一般的にRP法として知られている。

行為を規制するためには不備ないし欠陥のある法規制であるともいわれている。

(2) ディーラー法制定の背景・概要

一般に、AがBとの取引関係の継続に相当程度依存していると、Bから取引関係を解消された場合に大きな打撃を受けるため、AはBとの取引の交渉において弱い立場にある商取引として、我が国では下請取引や、大規模小売業者による納入取引が挙げられることが多い。アメリカにおいてもこれに似た関係が、自動車、ガソリン、ビール、農業機械等の供給者と販売業者との間にある（ただし、供給者側が優越的な地位にある）とされ、販売業者の団体の立法運動を契機に、それらの業界における供給者の種々の不正な行為を規制し、販売業者に救済を与える一群の法律（以下「ディーラー法」という。）が制定されるに至っている。

ディーラー法は個別業界ごとに制定され、適用範囲が特定の製品の販売店契約に限られる特定産業ディーラー法と、一定の適用要件を満たす販売店契約に一般的に適用される一般的ディーラー法に分けることができる。

ア 特定産業ディーラー法

特定産業ディーラー法には、自動車ディーラー法、ガソリンディーラー法、ビール卸売業者法、農業機械ディーラー法等がある。これらは特定の製造業者（供給者）のためにディーラーが多額の投資をし、当該製造業者の製品を専属的に販売するという流通において、製造業者がディーラーの経営を支配しているという実態が問題視され始め、製造業者による強要行為や解約・更新拒絶等を規制することを内容として、州レベルや連邦レベルで法律が制定されることとなった。

(ア) 自動車ディーラー法

1937年のウィンスコンシン州法をはじめ、1955年までに16の州が自動車ディーラーを強要や解約から保護する法律を制定し、その後、全国自動車ディーラー連盟の強力な立法運動によって1956年には連邦法の自動車ディーラー法

（Automobile Dealer's Day in Court Act）が制定された（なお、1990年代前半までに49州にディーラー法が存在する）。

(イ) ガソリンディーラー法

ディーラー団体の要求により1960年代から連邦議会でガソリンディーラーの保護が検討され、1970年代に26の州等がガソリンディーラー法を制定し、その後1978年には連邦法のガソリンディーラー法（Petroleum Marketing Practice Act）が制定された。

(ウ) ビール卸売業者法

1965年のノースカロライナ州法から1993年までに29の州が制定している。連

邦法は制定されていない。

(エ) 農業機械ディーラー法

1980年代の農業不況におけるディーラーの苦境を背景に、1990年代前半までに39の州が制定している。適用範囲としては、農業機械に限定される法律が多いが、庭用機械、産業機械、建設機械を適用範囲に含める法律もあり、それらの非農業機械については別個の法律を制定している州もある。連邦法は制定されていない。

イ 一般的ディーラー法

1990年代前半において9つの州で制定されており、その多くは1970年代に制定されている。

(3) スロットティング・アローワンス問題の背景・概要

スロットティング・アローワンスの「スロット」は、商品の陳列場所や在庫品の収納場所を意味しており、スロットティング・アローワンスとは、新製品の陳列棚やバックルームの在庫スペースを確保するために、納入業者（各種の製造・加工業者や卸売業者、一次製品の生産者等）が小売業者に支払う代価をいい、通常は、一括・前払いの支払方式で小売業者に支払われている。スロットティング・フィー（slotting fee）とも呼ばれる。

アメリカにおいて、この種の取引慣行がグロサリー（grocery、食品・雑貨）関連の取引に採用され始めたのは1970年代頃であり、中小零細な食パンの製造卸売業者からなる全米独立食パン製造卸売業協会（The Independent Bakers Association :IBA）の公開資料によると、1970年代末には、スーパーマーケット等の大規模小売業者やコンビニエンスストア等が新製品の導入に際してスロットティング・フィーを徴収し始めたとしている。また、1995年に開催された「スロットティング・フィー」に関する連邦取引委員会（FTC）の公聴会において、同協会は、当時、スロットティング・フィーが年々普及していくことに危機感を募らせていたとIBA副会長は述べている。

スロットティング・アローワンスは、1990年代頃から欧米のグロサリー（grocery、食品・雑貨）部門で、この種の取引慣行がかなり広範に普及し、最近では、「新製品のためにスロット」という限定された意味を超えて、新製品の店頭での特別陳列、特別セールあるいは新製品の広告等のためのマーケティング・ファンドが小売業者に支払われているという。さらに、新製品の受入れに対して、しばしば景品供与、現品添付、各種の役務提供等の金銭以外の形態を採るアローワンスもあるという。

このような取引慣行は、その多様な販売促進機能が臨機応変に発揮されることによって流通局面の経済的効率性を促進する一方で、差別的取扱いや排他的取引の温床となり、公正競争を阻害する側面も持っているとしており、この問題が表面化した1990

年代半ばころから、欧米の専門家の間では評価が大きく分かれている。

3 規制の枠組み

(1) RP 法

RP 法の適用範囲は、アメリカ国内の州際取引で、同等・同品質の商品（役務すなわちサービスは除く）の買手に対する価格差別規制（売買取引のみで賃貸取引等は除く）が対象となっている。RP 法の重要部分は 2 条と 3 条であり、それぞれの概要は次のとおりである。

【2 条】

① 2 条(a) ²³⁵

価格差別を一般的に禁止している。また、コストに基づく正当化等、一般的な価格差別禁止に対する若干の抗弁事由及び例外を挙げている。

② 2 条(b)

価格差別の一般的禁止に対する抗弁の主張において、差別者側に正当事由の举证責任があることを明らかにし、また、「競争対抗価格」が抗弁事由となることを明らかにしている。

③ 2 条(c)

売手が、買手又は買手の代理店に対して、ブローカー料、手数料又はそれらに相当するものを支払うことを絶対に禁止し、同時に、買手に対しても、これらを受領することを禁止している。

④ 2 条(d) 及び(e)

2 条(d)は、売手が、買手に差別的に支払を行うことを禁止し、2 条(e)は、差別的に役務及び便益を提供することを禁止している。ただし、これらが競争関係にある買手に対して、「比例的に平等な条件」において与えられているときは、合法である。

⑤ 2 条(f)

買手が売手の提供する価格差別が 2 条(a)によって違法であることを知りながらこれを受け入れることを禁止している。

²³⁵ 2 条(a) 通商に従事する者が、その通商の過程において、直接であると間接であるとを問わず、同等同質の商品の異なる購入者間で価格の面で差別することは、かかる差別に係る購入の何らかの部分に通商において行われ、その商品が合衆国内、合衆国の准州内、コロンビア特別区内、領有島嶼内又は合衆国の管轄下にあるその他の地域内において使用、消費又は再販売のために販売され、かつ、かかる差別の効果が通商のいずれかの部分において競争を実質的に減殺することとなり、若しくは独占を形成するおそれがあり、又はかかる差別の利益を与える者若しくはこれを知りつつ受ける者との、若しくはこれらのいずれかの者の顧客との競争を阻害し、破壊し、若しくは妨害することとなる場合には、これを違法とする。ただし、この規定は当該商品が当該購入者に販売され、又は引き渡される場合の方法又は数量の差に基づく製造、販売若しくは引渡しのコストの差を単に正当に斟酌した差異を設けることを妨げるものではない。（以下、略）

【3条】

売手が、買手に対して秘密の支払をすることを違法とし、また、売手が競争破壊又は競争者排除の意図をもって地域的に価格の引下げを行い、若しくは不合理な価格で販売することを違法とし、これに対しては刑罰を適用することを定めている。

買手の価格差別受領行為を直接に規制しているのは、2条(f)であり、また、2条(c)はブローカー料の支払とともに買手によるその受領を禁止している。しかし、2条(f)の適用は判例によって制限され、さらに2条(c)はブローカー料の受領という特殊な場合のみを規制対象としているため、これのみでは購買力濫用規制としては不十分とされている。なお、「売手段階の競争侵害」としてRP法違反となるには、シャーマン法2条（独占化行為）の要件を満たさなければならないとする連邦最高裁判例があり、当該判例の射程は「買手段階の競争侵害」のみとされている（Brook判決²³⁶）。

そこで、これらと並んで、FTC法5条によって購買力の濫用規制が行われている。ただし、FTC法5条を買手の差別受領行為に適用する場合には、しばしば売手の差別供与行為がRP法2条各号によって違法であることが前提となっている。

(2) FTC法

FTC法5条(a)(1)は「商業における、若しくは商業に影響を及ぼす不公正な競争方法及び不公正若しくは欺瞞的な行為又は慣行は、これを違法とする。」と規定している。

この規定は、不公正な競争方法を禁止する一般的な規定であるが、過去に、巨大スーパーマーケット等と納入業者との取引にFTC法5条が適用された事例が存在する。有力なスーパーマーケット、百貨店等によるリベート、協賛金の要求、その他経済的利益の要求が行われ、納入業者がその圧力に屈して、その者にのみ要求の対象である経済的利益を与える場合、このような利益の受領を違法としている。

従来のFTCの事例においては、売手によるこのような利益供与がRP法2条(d)又は(e)に違反する場合に、買手がこれを要求し、受領することはFTC法5条に違反するとされている。

(3) ディーラー法

ア 自動車ディーラー法

(ア) 連邦自動車ディーラー法

自動車製造業者が販売店契約の履行、解約、更新拒絶において誠実に行動しない場合に、ディーラーに損害賠償請求権を与えている。ここでいう「誠実（Good

²³⁶ Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp., 509 U.S. 209, 113 S.Ct. 2578, 125 L. Ed. 2d 168 (1993).

Faith)」とは、「当事者が、他方当事者を強要、威迫又はそれらの脅しから自由にするように、公正かつ公平に行動すること」である。判例では、単なる解約では不足、不当な強要の存在が同法の違反の要件とされている一方、不当な強要があれば、供給者から解約された場合でなくても違反が認められている。

(イ) 州自動車ディーラー法

規制内容は州ごとに異なるが、強要行為としては、①押込販売、②解約・更新拒絶の脅しによる合意・不利益の要求、③宣伝キャンペーンの参加・費用負担の要求、④他の車の取得やその投資を控えることの要求、⑤不当な設備拡張又は店舗移転の要求等の行為が禁止されている。

その他、供給者による正当な理由のない解約・更新拒絶、フランチャイズ（販売店契約上の地位）の譲渡・相続に対する不当な承認拒絶、既存店舗の周辺における同一車種の店舗の正当な理由のない新設・移転、出荷の遅延・削減、価格差別、保証による修理費の不十分な払戻し、非良心的行為等の行為が禁止されている。

違反に対する救済としては、損害賠償・差止めのみを定める州もあるが、半数以上の州では、自動車委員会等の専門的行政機関が、違反事業者又はその代表者に民事罰を賦課し、営業許可を停止する手続が規定され、ディーラーの申立に基づき解約・更新拒絶等の正当な理由の存否を判定する手続を規定する州も多い。

イ ガソリンディーラー法

(ア) 連邦ガソリンディーラー法

精製業者・卸売業者（法文上はフランチャイザー）が、商標許諾を受けた卸売業者・小売業者（法文上はフランチャイジー）との関係を解約し又は更新拒絶することを制限している。同法ではフランチャイザーによる解約・更新拒絶に、原則90日間の理由を付記した予告を要求し、解約は5つの理由、更新拒絶は9つの理由（うち5つは解約と共通）による場合を除いて、解約・更新拒絶を原則的に禁止する。

違反に対しては、損害賠償と衡平法（コモンロー）上の救済（弁護士費用も請求できる）がある。

同法の立法趣旨は、恣意的又は差別的な解約・更新拒絶に対しフランチャイジーを保護することにあるとされており、連邦自動車ディーラー法のように強要行為を直接規制したものではない。

(イ) 州ガソリンディーラー法

規制内容は州ごとに異なるが、強要行為に対する規制として、①付属品の押込販売（競争者からの購入の妨害も含む）、②再販売価格の強要、③ディーラーの費用

による無償提供等の要求，④適法目的によるディーラーの団結の妨害等が禁止されている。

ウ 州ビール卸売業者法

規制内容は州ごとに異なるが，強要行為に対する規制として，①解約・更新拒絶の脅しによる違法行為の強要，②再販売価格の強要，③押込販売，④卸売業者の他社製品購入を制限する条件への同意要求，⑤宣伝基金への参加・費用負担の要求，⑥権利行使に対する制裁等が禁止されている。

その他，正当な理由のない卸売業者の解約・更新拒絶，フランチャイズ（販売店契約上の地位）の譲渡・相続に対する不当な承認拒絶，出荷の遅延・削減，契約書面を交付しないこと等が禁止されている。

なお，多くのビール卸売業者法では，卸売業者に対して，他の卸売業者の販売地域で販売することを禁止しており，この規定は，ビール業界の排他的テリトリー制を法的に保障している点で，反トラスト法上大きな問題を含んでいるとされる。

エ 州農業機械ディーラー法

規制内容は州ごとに異なるが，強要行為に対する規制として，①押込販売，②差別的な補助的合意の強要，③1年前に予告せずに店舗改装を更新拒絶の条件とすること，④他社の機械の購入を拒絶することの要求等が禁止されている。

その他，正当な理由のない解約・更新拒絶・契約条件の実質的変更，フランチャイズ（販売店契約上の地位）の譲渡・相続に対する不当な承認拒絶，出荷の遅延・削減等が禁止されている。

オ 一般的ディーラー法

一般的ディーラー法は，規制の実質からみて，2つのタイプに分けることができる。

① 供給者に解約・更新拒絶時における販売店の在庫を買い戻す義務を負わせるか，又は予告期間の設置を要求したものであり，規制内容としては限定的とされる。

② 正当な理由のない解約・更新拒絶を禁止したものである。ただし，州により「（供給者とディーラーの間の）利益の共通性」，「（ディーラーの）販売計画の（供給者による）実質的指定」といった要件が付されることによって，特定の供給者への依存性や販売業者が投下したサンクコスト²³⁷のために，解約が販売業者の事業経営を脅やかす場合を除いて，これらの法律の適用が排除される傾向にあることから，その適用範囲は相対的に限定されとしている。

²³⁷ 生産活動に不可欠な投資のための費用で，いったん投資すると，生産活動を停止してもはや回収することができないような費用をいう。

4 執行状況

(1) RP 法

ア 1960 年代までの状況

RP 法は、DOJ と FTC の共同管轄により執行されており、1960 年代まで、FTC により積極的に法運用がなされてきた。RP 法制定後のスーパーマーケット等の小売業者と納入業者との取引に関する判例として、次のような判例が挙げられる。

○グランド・ユニオン事件判決²³⁸

巨大スーパーマーケットであるグランド・ユニオン社は、納入業者が行う電気広告パネルを使用した広告を取りまとめて広告会社に委託する見返りに、広告会社との間で極めて有利な電気広告パネルによる広告契約を締結した。

第 2 巡回区裁判所は、グランド・ユニオン社の行為は、同様な利益が競争業者に比例的に平等な条件で提供されていないことを知りつつ（悪意で）差別的利益を誘因し、受領することに該当し、このような買手が RP 法 2 条 d 項違反を故意に誘因し、差別的利益を受領する行為については RP 法の制定趣旨にかんがみると FTC 法 5 条違反が成立するとした。

○メイシー事件判決²³⁹

全米第 1 位の百貨店メイシー社は、1958 年の開店 100 周年記念行事に際し、納入業者約 2 万社に対して 1 社当たり 1000 ドルの協賛金を要求し、合計 54 万ドルを集めた。この行事では協賛金を支払った納入業者の商品について、特別に陳列したり、広告を行うことはしなかった。

第 2 巡回区裁判所は、本件協賛金は納入業者の商品の再販売に直接関連して受領されたものとはいえないが、協賛金はメイシー社の販売する商品全ての一般的な販売促進のため利用されていることから、納入業者の商品の再販売のための販売促進費用として受領されたとみることができ、したがって、このような協賛金受領は、自己の競争業者（他の百貨店）には比例的に平等条件で提供されていない経済的利益を売手から受領することになり、FTC 法 5 条に違反するとした。

○クローガー事件²⁴⁰

スーパーマーケットであるクローガー社は、納入業者が他の納入業者と比べて最も低い価格で納入を申し出たところ、当該納入業者に対して、提示された価格

²³⁸ Grand Union Co. v. FTC, 300 F.2d 92 (2nd Cir. 1962).

²³⁹ R. H. Macy & Co. v. FTC, 326 F.2d 445 (2nd Cir. 1964.)

²⁴⁰ Kroger Co. v. FTC, 483 F.2d 1372 (6th Cir. 1971), cert. denied, 404 U.S. 871 (1971).

が最も低いものでない旨の虚偽の通告をし、さらに低い価格での納入を申し出させた。第6巡回区裁判所は、納入業者の差別的な低価格はRP法2条b項の競争的対抗価格に当たるが、クローガー社の行為は、当該競争的対抗価格の抗弁によっては免責されず、同法2条f項に違反とするとした。

RP法は、主に売手の差別的行為を禁止する法律構成をとっているため、差別的行為による主たる受益者たるスーパーストア等の大量購買者への責任追及は積極的には行われず、むしろ、価格差別等を受けた中小小売業者から価格差別等を行ったメーカーに対して三倍額損害賠償請求等の形で責任追及が行われることとなった。RP法2条各項違反を理由とする三倍額賠償請求訴訟は1950～60年代に頻繁に提訴され、このことがメーカーの価格政策・販売店政策の選択の自由を過度に抑圧していくことになったとされている。

イ 1970年代以降の運用の緩和

価格差別規制を厳格に行い過ぎると、売手が顧客を獲得するために値引きを行う場合、その値引きが全顧客に対し一律に適用されない限り常にRP法違反が成立するおそれがあり、本来反トラスト法が奨励しようとする価格競争が阻害され、価格の硬直化を招く危険がある。また、メーカーは自己の販売業者に対して、個別に必要な応じた販売促進援助を行うというような柔軟なマーケティング戦術をとることもできなくなる。

そのため1970年代中頃からは、FTC及び私訴による強力な価格差別規制は、メーカーの価格政策、流通政策全般に大きな影響を与えるだけでなく、逆にメーカーの価格・販売促進援助についての意思決定を過度に拘束し、自由な競争を妨げているのではないかという批判が強まってきた。

DOJは、1975年、RP法関連の白書と2つのRP法改正案²⁴¹を提出し、1977年にも「RP法について」と題する報告書²⁴²を再提出し、法改正を強く働きかけたが法改正はなされず、1970年代後半以降、DOJは事実上法執行を停止しているとされている。FTCも1970年代後半からは価格差別規制（購買力濫用規制）の厳格な施行を控えるようになったとされ、また、裁判所の判例も、1980年代以降、価格差別規制を緩和する方向へ進んだ。

ウ RP法改正及び廃止の動き

RP法に対する法改正ないし廃止の機運は持続的に保たれており、1955年に司法長

²⁴¹ 略奪的慣行法（Predatory Practices Act of 1975）案と価格差別法（Price Discrimination Act of 1975）案である。

²⁴² DOJ, Report on the Robinson-Patman Act (1977).

官の反トラスト法検討国民委員会報告書²⁴³、1968年及び1969年に大統領の諮問に対するそれぞれの報告書²⁴⁴²⁴⁵でRP法の反競争的性格が批判され、また、前記のとおり1975年から1977年にかけてDOJによる法改正の働きかけがあったが、結局、法改正はなされなかった。

その後、2002年、連邦議会が反トラスト法を現代化する必要があるか検証することを目的に設置した反トラスト現代化委員会²⁴⁶ (Antitrust Modernization Commission, AMC) は、「反トラスト法は一つの例外を除いて実質的な法令の変更は必要としない。一つの例外とはRP法である。」と表明し、以下の理由により委員会を構成する大多数がRP法の全面廃止を求めている。

- RP法は反トラスト法の原理と対照をなす法律である。
- RP法が競争ではなく競争者を保護し、価格競争や技術革新を罰する法律であるからである。
- RP法が小規模事業者を保護するという本来の目的を、実際に効果的に果たしているか明確でない。
- RP法の持続的存在は、他国がアメリカ企業に対してRP法及びその類似の法律を適用することに対して、連邦政府が反対することを困難にさせている。
- 小規模事業者は、シャーマン法の適用によって競争侵害から十分に保護される。

AMCは、2007年4月、上記のようにRP法の廃止の勧告等を内容とする最終報告書²⁴⁷を取りまとめた後、同年5月に終結している。

²⁴³ DOJ, Report of the Attorney General's National Committee to Study the Antitrust Laws (1955).

²⁴⁴ Neal, Phil C.; Baxter, William F.; Bork, Robert H.; Fulda, Carl H., Report of the White House Task Force on Antitrust Policy, 2 Antitrust L. & Econ. Rev. 11 (1968-1969).

²⁴⁵ Stigler, George J.; Bowman, Ward S.; Coase, Ronald H.; Dam, Kenneth W., Report of the Task Force on Productivity and Competition, 2 Antitrust L. & Econ. Rev. 13 (1968-1969)

²⁴⁶ Antitrust Modernization Commission ホームページ

<http://govinfo.library.unt.edu/amc/index.html> [閲覧日 2014年4月30日]

²⁴⁷ ANTITRUST MODERNIZATION COMMISSION REPORT AND RECOMMENDATIONS, APRIL 2007

http://govinfo.library.unt.edu/amc/report_recommendation/amc_final_report.pdf [閲覧日 2014年4月30日]

(以下は報告書3頁から抜粋)

Repeal of the Robinson-Patman Act

The Commission recommends that Congress finally repeal the Robinson-Patman Act (RPA). This law, enacted in 1936, appears antithetical to core antitrust principles. Its repeal or substantial overhaul has been recommended in three prior reports, in 1955, 1969, and 1977. That is because the RPA protects competitors over competition and punishes the very price discounting and innovation in distribution methods that the antitrust laws otherwise encourage. At the same time, it is not clear that the RPA actually effectively protects the small business constituents that it was meant to benefit. Continued existence of the RPA also makes it difficult for the United States to advocate against the adoption and use of similar laws against U.S. companies operating in other jurisdictions. Small business is adequately protected from truly anticompetitive behavior by application of the Sherman Act.

(2) ディーラー法

ディーラー法で規制される強要行為は多岐にわたり、また、業界によっても異なるが、特定産業ディーラー法で規制される代表的な強要行為である押込販売、再販売価格の強要、競争品取扱いの妨害に関する 1970 年代から 1990 年代前半までの判例の状況は以下のとおりである。

ア 押込販売

押込販売とは、ディーラーが注文しない商品を供給者が受領するように強要する行為をいう。この場合、従来の取扱商品と異なる商品の押込販売は抱き合わせの一種であるが、必ずしもそのような場合に限定されず、同種の商品についての受領の要求も押込販売として問題となる。

押込販売についての判例としては自動車製造業者に対するものが増えており、違反とされた主な判例は以下のとおり。

○Kingsport Motors, Inc. v. Chrysler Motors Corp., 644 F.2d 566 (5th Cir. 1981)

製造業者がディーラーの販売施設の不備を指摘し、自己の関連会社から店舗を賃借するように要求したのに対し、ディーラーが賃貸借契約を結ぶことを拒んだために解約された事案である。

第 5 巡回区裁判所は、製造業者が違法な強要を行ったとして違反とした。

○Southern Pines Chrysler-Plymouth, Inc. v. Chrysler Corp., 826 F.2d 1360 (4th Cir. 1987)

製造業者がディーラーに、契約上の購入義務の範囲を超える量の不人気車種を買わないと人気車種は卸さないとして、ディーラーに不人気車種を購入させ、倒産に至らせた事案である。

第 4 巡回区裁判所は、一審判決を支持し連邦自動車ディーラー法違反とした。

イ 再販売価格の強要

以下は、自動車ディーラー法違反とされた事例であるが、供給者がディーラーの再販売価格の引上げ、維持又は引下げを強要する行為については、特に石油業界とビール業界でディーラーの攻撃的となり、州ガソリンディーラー法と州ビール卸売業者法においては再販売価格の強要を禁止した規定が存在する。

○Randys' s Studebakers sales, Inc. v. Nissan Motor Corp., 533 F.2d 510 (10th Cir. 1976)

廉売する自動車ディーラーへの近隣のディーラーからの苦情を受けた供給者が、警告後にディーラーへの出荷を削減し、最終的に契約の更新を拒絶した事案であ

る。

第10巡回区裁判所は、シャーマン法1条と連邦自動車ディーラー法の違いを根拠に、シャーマン法1条違反は否定されていたにもかかわらず、連邦自動車ディーラー法違反を認めた。

○Bob Willow Motors, Inc. v. General Motors Corp., 872 F.2d 788 (7th Cir.1989)

出荷価格に定額マージンを加えた価格で販売していた自動車ディーラーに対し、製造業者がそのような価格設定をやめるように警告し、ディーラーへの出荷を減少させた事案である。

第7巡回区裁判所は、ウィスコンシン州法の非良心的行為の禁止と連邦自動車ディーラー法違反を認めた一審判決を支持した。

ウ 競争品取扱いの妨害

販売業者に対し、自己の販売する商品と競争関係にある商品を取り扱わないように要求する行為であり、当該行為に対しては、州自動車ディーラー法、農業機械ディーラー法、ビール卸売業者法の相当数において、具体的内容に差はあるが、当該行為を禁止したとみられる規定がみられる。当該規定は、ディーラーの仕入先選択の自由を保障しようとしたものであり、反トラスト法違反と違って、市場閉鎖の存在や行為者のシェアは違反の要件でないことが重要である。

○Ford Motor Co. v. Rea., 497 F.2d 577 (3rd Cir.1974)

2つの製造業者と販売店契約を結び、それぞれ別の店舗で販売していたディーラーに対し、製造業者の一方が、他の製造業者の販売店の営業を清算しないと出荷を停止すると脅したためにディーラーは自ら他の製造業者との契約を解約した事案である。

第3巡回区裁判所は、本件の脅しは、販売店契約上ディーラーに認められているだけでなく、議会において関心事であったディーラーの他社から車を購入する権利を侵害したとして、連邦自動車ディーラー法違反を認め、製造業者に対し、ディーラーの事業の清算による逸失利益の賠償を命じた。

○Trailmobile, Inc v. State Board of Manufacturers., 612 A.2d 574

(Pa. Cmwlth. 1992)

製造業者が、他者製品を扱ったディーラーに対し、他社製品の取扱いをやめないと周辺地域にディーラーを新設すると脅したことを理由に、ペンシルバニア州自動車局が製造業者に対し民事罰を課したことが争われた事案である。

同州裁判所は、事業上の理由によるディーラーの新設は自由であるが、他者と

の取引をやめないと新設すると脅したことは、他の車の取得又は当該投資を控えることの要求に当たるとして、この決定を支持した。

(3) スロットティング・アローワンスに対する FTC の対応

スロットティング・アローワンス問題が、食パン製造分野のほか、加工食品分野にも拡大し、本格的に議論の俎上に上げられるようになった 1990 年代以降、FTC は公聴会を開催するなどしてきており、公聴会の報告書を 2001 年に公表した後、2003 年にフォローアップ報告書を公表している。

○2001 年報告書²⁴⁸（2001 年 2 月）

本報告書は、2000 年初夏に開催した公聴会の報告書であり、これがスロットティング・アローワンスに関する FTC の最初の包括的な報告書である。

本報告書について、ロバート・ピトフスキー FTC 委員長（当時）は、スロットティング・アローワンスは難しい問題であり、市場の状況次第で、ビジネス上、大きな意義をもたらす場合もあれば、競争上の問題を生じさせる場合もある。本報告書は、当局のスロットティング・アローワンス等に対する理解を進めるとともに、競争上の懸念を多少とも生じさせる要因を明らかにする過程の一段階であるとコメントしている²⁴⁹。

報告書では、FTC に対し、この問題に対する将来の法執行や指針の作成につながる経験主義的な研究を行うとともに、グロサリー市場の取引慣行に関する基礎的なデータを収集すること、現時点ではスロットティング・アローワンスに関するガイドラインを発出することは控えるべきであるとし、将来の法執行の観点から、以下のように述べている。

- ・排他的な取引契約が競争に悪影響を及ぼすかどうか慎重に再検証すること
- ・排他的効果を招く可能性のある市場環境に着目してスロットティング・アローワンスの調査を行うこと
- ・適切な研究手法により価格差別問題を再検証すること
- ・カテゴリーキャプテン²⁵⁰が反競争的な排除行為あるいは明示又は黙示の合意に関わる状況について重点的に調査すること

²⁴⁸ FTC, Report on the Federal Trade Commission Workshop on Slotting Allowances and Other Marketing Practices in the Grocery Industry (2001)

http://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/report-federal-trade-commission-workshop-slotting-allowances-and-other-marketing-practices-grocery/slottingallowancesreportfinal_0.pdf [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]

²⁴⁹ FTC Releases Staff Report on Slotting Allowances and Other Grocery Marketing Practices February 20, 2001

<http://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2001/02/ftc-releases-staff-report-slotting-allowances-and-other-grocery> [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]

²⁵⁰ 小売業者に対し、商品の陳列方法等、特定の商品の販売促進に関する技術的なアドバイス等を行う企業（しばしば巨大供給企業）をいう。

- ・スーパーマーケットの合併の判断に当たっては、供給者に対する反競争的な方法を用いて小売業者が潜在的な市場支配力を行使する可能性を考慮する方針の継続を確認すること

○2003 年報告書²⁵¹（2003 年 11 月）

本報告書では、加工食品 5 品目（パン、ホットドッグ、アイスクリーム、パスタ、サラダドレッシング）を対象に調査を実施した。

報告書によれば、スロットティング・アローワンスが普及することになったのは 1980 年代以降としており、二つの理由を挙げている。

第一に、食品・雑貨を中心としたグロサリー部門で新製品の開発がスピードアップし、小売業者側の新製品の取扱費用が急増したこと、第二に、スーパーマーケット、専門量販店等の大規模小売業者が急成長し、製造業者等の納入業者に対して強力な取引交渉力が行使されるに至ったことである。後者については、新製品の取扱いの開始だけではなく、それを継続して陳列することを条件に、継続取扱料等の追加料金を徴収したり、在庫管理システムの運用費用等の追加負担を依頼するようになった点が注目されている。

また、アイスクリームや冷凍食品は、陳列、在庫等の費用がかさむだけでなく、ショーケースの大きさにも限りがあるため、アローワンスは他の商品よりも高額となっているのに対して、生産者から直接小売店舗に配送される商品については、アローワンスはゼロ又は小額であること、同調査で調査対象とした 5 品目については、1 アイテム当たりの平均アローワンスは、2,313 ドルから 21,768 ドルまで大きな広がりがあったとしている。

また、支払方法としては、当初、当該新製品の導入ごとに支払われていたが、アローワンスの多様なバリエーションが登場するようになってからは、決済上の効率化のために年一回の一括支払いという形をとる場合が多くなったこと、また、料金という金銭的な代価ではなく、現品添付といわれる商品そのものの割増納入や景品の無料添付、各種役務の提供という形を小売業者が要求する場合もあるとしている。

FTC は、この種のスロットティング・アローワンスにははっきりした競争阻害性を認め難いという立場を採っており、ガイドラインも作成しておらず、特別な政策措置を採らないまま今日に至っている（FTC による報告書も 2004 年以降、出されていない。）。

²⁵¹ FTC, The Use of Slotting Allowances in the Retail Grocery Industry (2003)
<http://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/use-slotting-allowances-retail-grocery-industry/slottingallowancerpt031114.pdf> [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]

5 小括

本報告書では、RP 法、ディーラー法及びスロットティングアローワンスを取り上げ、文献調査を行った。

その結果、RP 法については、同法による価格差別規制は自由な競争を妨げているのではないかという批判が強まり、1970 年代以降、DOJ 及び FTC による同法の執行が事実上停止又は控えられており、近年は連邦議会において同法の廃止を求める動きがあることが明らかになった。

ディーラー法については、個別業界ごとに制定され、適用範囲が特定の製品の販売店契約に限られる特定産業ディーラー法（自動車、ガソリン、ビール卸売、農業機械等）と、一定の要件を満たす販売店契約に一般的に適用される一般的ディーラー法があり、それぞれ州レベルで制定されているほか、自動車及びガソリンについては連邦レベルのディーラー法が制定され、執行されていることが明らかになった。

スロットティング・アローワンスについては、1990 年代頃から欧米の食品雑貨（grocery）部門でかなり広範に普及した取引慣行であり、FTC が関心を持って調査してきたが、専門家の間で競争法上の評価が分かれており、今日まで FTC による政策的な措置は採られていないことが明らかになった。

アメリカでは、ビール卸売や農業機械に関するディーラー法のように、連邦法は制定されていないが、州法が制定され、規制が行われている場合もあることが明らかになったが、ディーラー法以外の州法による優越的地位の濫用類似規制について把握していくことが今後の課題であると考えられる。

第2章 問題の普遍性及び規制手法の多様性

1 はじめに

本報告書では、EU、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、オーストラリア及びアメリカの規制をみてきた。第2章では、各地域・国の規制の内容を比較検討し、本稿の問題は多くの地域・国において共通の問題として意識され、対応がなされていること、その対応には競争法の一般的枠組みにより規制を試みるもの（後述2）と優越的地位の濫用規制など特別の法規制を設けているもの（後述3）とがあること、法規制以外の枠組みで対応する例もあること（後述4）、法規制の手法にもいくつかのパターンがあること（後述5）、これらの特別の法規制のエンフォースメントにはいくつかの特徴があり、競争法の通常のエンフォースメントと異なるものも採用されていること（後述6）、を確認する。本章については、併せて別表「食料品を中心とする小売分野における優越的地位の濫用規制の国際比較」を参照されたい。

2 市場支配力規制

(1) 規制例

競争法のうち日本における競争の実質的制限に係る規制、すなわち市場支配力の形成・維持ないし強化及びEU等における市場支配的地位の濫用規制やそれに連なる規制（以下、「市場支配力規制」という。）のこの問題への適用が試みられている国・地域がある。

この点で注目されるのはオーストラリアである。オーストラリアでは、市場力の濫用規制事例としてセーフウェイ事件があり、オーストラリア競争・消費者委員会（ACCC）の提訴により、連邦裁判所は2006年に制裁金を課している。ただし、オーストラリアでは、2大スーパーマーケットチェーンの合算市場シェアが2009年に78%になるなど寡占化が進んでおり、下流市場及び上流市場において市場支配力が存在する可能性がある。なお、オーストラリアで規制対象となる市場力（market power）は、当該法人が実質的に市場を支配していない場合や市場における他の競争業者、潜在的競争業者、又は当該法人との間で商品又は役務を取引する相手方の行為による圧力から完全に自由ではない場合にも認められることから、他の国の規制より低い水準の市場力であっても、濫用規制の対象となる可能性がある。

これに対し、オーストラリア以外の地域・国をみると、本稿のテーマである小売業、とりわけ食料品については、市場支配力規制が実際の判決、決定等の形態により実現された地域・国は確認できなかった。これは、大規模小売業者が供給事業者に対して有する力は相対的な力や優位性にとどまり、買手市場支配力（monopsony）までも有する事例は少ないためと推測される²⁵²。

²⁵² ただし、需要家向け市場（下流市場）あるいは供給者向け市場（上流市場）における市場支配力を形成・

(2) 市場支配力規制による説明の試み

オーストラリア以外の国では、3以下で見るように、買手市場支配力規制により規制ができるかを調査した事例及び規制できない場合に別の法規制を新設するなどの対応をとった事例が広くみられる。また、オーストラリアも別の法規制も設けている。

前者の中で注目されるのが、3以下で見る規制を市場支配力規制により説明しようとする試みである。イギリスにおいて、競争委員会の2008年報告書は、イギリスの全ての小売業者が購買力(buyer power)を持っていると認めている。ここでいう購買力(buyer power)は、市場支配力ないし市場支配的地位に読めそうであるが、報告書全体を見ると供給者との間での相対的な力を意味すると考えられる。結論として、イギリスの規制は市場支配力規制には属さないと考えられる。ドイツにおいても、大規模小売業者による購買力の行使によるウォーターベッド効果²⁵³等のネガティブな効果について指摘・検討されているが、結局、購買力の行使によるネガティブな効果についての議論は、理論的にも経験則上も十分に基礎付けられるものではないとされている。

3 優越的地位の濫用等に関する特別の法規制

(1) 規制の内容

競争法の中において又は競争法以外において、特別の法律の規制を導入している国・地域がある。本稿の調査対象国の中では、EU、イギリス、フランス、ドイツ、オーストラリア、米国、中国、韓国及び日本がこれに属する。

EUでは、競争に関する規定そのものによっては、優越的地位の濫用を規制することはできないが、2000年には「支払遅延防止指令」が採択され、各加盟国において同指令を踏まえた規制が行われている。なお、同指令は2011年に改正され、現在に至っている。

イギリスでは、2002年からThe Supermarket Code of Practice (SCOP)が施行された。さらに、2010年にThe Groceries Supply Code of Practice (GSCOP)が施行されるとともに、2013年にはGroceries Code Adjudicator Act (GCA法)が制定され、The

維持ないし強化するような大規模小売事業者間の企業結合を規制する事例はみられる。わが国では、公取委「イオン株式会社による株式会社ダイエーの株式取得計画に関する審査結果について」(平成25年7月19日)、「スーパーマーケット業」を商品役務の範囲、半径500m~3kmの円の範囲等を地理的範囲として画定し、260の市場について検討し、本件株式取得が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。商品市場の画定についての米国の事例として、Roundtable on Competition Issues in Food Chain Industry-- Note by the United States --DAF/COMP/WD(2013)123, at 10-11.

²⁵³ 市場優位性のある買手企業が、強力なバイイングパワーにより、メーカーや卸売業者などの供給者側から商品を安値で仕入れることが可能となる一方で、供給者が低価格納入による損失分を補うために、小規模の小売業者全般に対して納入価格を引き上げ、その仕入れコストを上昇させるという二重効果のことをいう。

Groceries Code Adjudicator（仲裁者）制度が設けられた。

フランスでは、商法典第4部第2篇に、相対的優越的地位に関する規定である「経済的従属状態の濫用」のほか（第 L. 420-2 条第2パラグラフ）、生産者・加工者による不当廉売の禁止が規定されている（第 L. 420-5 条）。また、第4編には、経済的従属状態の濫用規制条項が適用された事例に限られる中で、差別的取扱い・取引関係の突然の打ち切り等の禁止が事業者間契約における濫用として規制されており（第 L. 442-6 条）、事例の蓄積がみられる。

ドイツでは、競争制限防止法 20 条に相対的市場力の濫用禁止規定が置かれ、20 条 1 項 2 号は、垂直的な差別的取扱いの特殊なケース、すなわち、需要者が、その市場力を用いて供給者が他の需要者に供与していない特別の利益を供給者から供与させるために、需要者がその市場力を利用する場合を捉え、第8次改正では、19 条 2 項 5 号に、市場支配的地位の濫用行為の一類型として、正当理由なく利益供与を他の事業者に唆すことを禁止する規定が導入された。20 条 2 項によれば、19 条 2 項 5 号に関連して、従属する事業者及び事業者団体についても、19 条 1 項の市場支配的地位の濫用行為禁止が適用されることになる。

韓国では、①優越的地位の濫用（一般指定）、②下請取引の公正化に関する法律（下請法）、③大規模流通業における取引公正化に関する法律（大規模流通業法）が制定されている。指針・告示類として、2013 年に大規模流通業分野における納品業者等の従業員派遣及び使用に係るガイドライン、同年に大規模流通業分野における販売奨励金の不当性審査に係る指針、2012 年に大規模流通業法違反事業者に対する課徴金賦課基準告示が設けられている。

中国では、反不正当竞争法及び価格法による規制が存在し、反不正当竞争法を適用し行政制裁金を課した事例も見られる。特に重要なことは、小売業者・納入業者公平取引管理弁法及び小売業者販売促進行為管理弁法（行政組織レベルで制定された部門規則）が制定されていることである。

オーストラリアでは、上記の市場力の濫用に加えて、競争・消費者法に基づく非良心的行為規制及び産業規約が置かれており、ACCC は市場力の濫用及び非良心的行為について積極的な執行方針を示している。

アメリカでは、ロビンソン・パットマン法が存在するが、主に売手の行為を禁止していることに加え、F T C 及び司法省は 1970 年代以降同法の執行を控えており、近時の規制の実績はない。アメリカの州法では、各種のディーラー法が制定されており、1970 年代から 1990 年代前半までは一定の規制実績があることが確認されている。

以上から、本共同研究の対象国では、E U、フランス及びドイツについて、執行実績が少ない状況にある。

4 法規制以外による対処

(1) 自主規制

EU では、事業者の自主規制に向けた動きが見られる。すなわち、「食品サプライチェーンをより良く機能させるためのハイレベル・フォーラム」を設置し、同フォーラム内には専門家作業部会が設置された（2010 年）。同専門家作業グループは、「食品サプライチェーンの垂直的關係：良い取引慣行の原則」（2011 年）を公表したが、そこでは食品分野におけるどのような行為が不公正な取引慣行に当たるのか、また何が不公正であるかについて明らかにされている。加盟国、事業者団体、NGO、EU 域内の食品製造業者等から構成されるハイレベル・フォーラムは、コンセンサスは得られなかったものの、最終報告書（2012 年）を公表し、専門家作業部会に参加していた団体の一部は上記「良い取引慣行の原則」を自主的に執行していくこととした。自主規制を実行に移すための機関として、The Supply Chain Initiative が 2013 年 9 月に発足した。

(2) 調査

前述の 3 等でみた法規制は、その国・地域における調査等を経たものであることが多いが、現在この問題について調査等を行っている地域・国がある。

EU では、食品サプライチェーンにおける不公正な取引慣行 (UTPs) について、各種報告書等が公表されてきている。すなわち、欧州委員会は「欧州における食品価格」報告書（2008 年）を公表したのを手始めに、「欧州農産物食品産業振興に向けたロードマップ」（2009 年）、「欧州におけるより良く機能する食品サプライチェーン」（2009 年）を公表した。目下、欧州委員会競争総局を中心とする「食料品分野における選択と革新」をテーマとする調査研究が実施されており、また欧州委員会によるグリーンペーパー「欧州における食品及び非食品サプライチェーンにおける事業者間の不公正な取引慣行」及び「欧州小売業行動計画」が公表され（2013 年）、影響評価が行われている。

アメリカでは、小売業の食料部門におけるスロッシング・アローワンスが問題になり、連邦取引委員会が調査を行い、2001 年報告書及び 2003 年フォローアップ報告書を公表している。ただし、これらの調査では競争法違反は認められず、その後においては連邦取引委員会の動きは見られない。

中国では、大規模小売業者が行う違法な徴収行為の問題について、「大型小売企業による納入業者からの費用の違法な受取を見直す作業方案（整理整頓）」、全国電話会議における整理整頓のまとめの報告がなされており、また、国務院による流通費用に係る 10 項政策に小売業者と卸売業者の公正取引管理の法規化が掲げられている。さらに、小売業者と卸売業者の取引に係る地方調査及び監督等がなされている。

5 規制の手法の多様性と特徴

(1) 優越的地位の濫用、下請法

韓国の優越的地位の濫用（一般指定）（公正取引委員会が執行）、下請取引の公正化に関する法律（下請法）（公正取引委員会が執行）、大規模流通業法（公正取引委員会が執行）は、日本のそれとよく似ている。中国の公平取引管理弁法（商務部第5部門が執行）も類似の規制が見られる。

(2) 行為規範，自主規制

望ましい行為規範を設定したり，自主規制を行う例がある。イギリスの行為規範の規制（公正取引庁、競争委員会が執行）やEUのハイレベル・フォーラム及びそれを受けたThe Supply Chain Initiative（競争当局以外が実施）などがこれに属しよう。

(3) 市場支配力規制の補完

2で述べたように，ドイツ等では市場支配力規制（連邦カルテル庁が執行）によりこれらの規制を説明しようとする試みがなされている。

(4) 経済的従属状態・相対的市場力の濫用

フランス，ドイツは，経済的従属状態・相対的市場力の濫用規制（それぞれ競争委員会、連邦カルテル庁が執行）が明文の規定で置かれている。欧州大陸に伝統的である中小企業保護の発想を継受したものかもしれない。

(5) 非良心的行為

エクイティを起源とするオーストラリアの非良心的行為規制（競争・消費者委員会が執行）がある。

6 エンフォースメント

第1章の各節では，各国・地域の法制度が用意している措置（エンフォースメント）について，独立の項を置かずに規制内容の中で記載した。これらのエンフォースメントについては，共通性と相違点がありそれらを比較対照することは有益であることから，ここでは新たな項を設けて述べる。

(1) 刑罰

日本法では優越的地位の濫用及び下請法のいずれにおいても刑事罰は用意されていない。これに対し，特別な法規制について刑事罰を用意している国がある。フランスでは，経済的従属状態の濫用の企図，計画又は実行において，個人としての，かつ決定的な役割を不法に果たした自然人に対しては，4年以下の禁錮及び7万5000ユーロ以下の罰金が科される（第L.420-6条）。また，支払遅延を行った事業者に対しては，罰金（法人上限37万5000ユーロ，非法人上限7万5000千ユーロ）が科される（第L.441-6条）。なお，事業者間契約における濫用条項規制違反を行った事業者に対しては，200

万ユーロを上限とする民事罰金を科すこともできる（第 L. 442-6 条 III）。

韓国でも刑罰が用意され、一般指定違反は、2 年以下の懲役又は 1 億 5000 万ウォン以下の罰金であり、下請法、大規模流通業法にも刑罰が用意されており、日本に類似する規制を持ちつつ、エンフォースメントに係る規定はより強力である。

(2) 課徴金、制裁金

課徴金、制裁金を課す法制度は多い。日本の優越的地位の濫用規制もこれに属し、取引額の 1 % という義務的・非裁量型の課徴金を課すが、他の国は裁量型制裁金である。

イギリスでは、GCA 法がある。

フランスでは、経済的従属状態の濫用に対して、競争委員会による排除措置に加え、制裁金の納付が命じられる（第 L. 464-2 条第 1 項）。排除措置に従わない場合には、履行強制金を課すことも可能である。制裁金の最高額は、企業の場合、違反行為が行われた事業年度以降の事業年度のうち、全世界における売上高が最も高い事業年度における当該売上高の 10%、非企業の場合は 300 万ユーロである。差別的取扱い・取引関係の突然の打ち切り等の禁止については、差止請求に従わない場合には履行強制金を課すこともできる。

韓国では、一般指定違反は売上高の 2 %（売上高がない場合には、5 億ウォンを超過しない範囲）が課される。特殊指定違反についても、刑罰、是正命令、是正勧告のほか課徴金を課される。

中国の反不正当竞争法では、情状により 5 万元以上 20 万元以下の制裁金が課される。2012 年に 8 万 5000 元を不当に金銭徴収した小売業者に対して 10 万元の制裁金が課される例などがある。中国では、管理弁法でも、制裁金（違法所得の 3 倍以下、上限 3 万元）が用意されており、そのほか命令、公告がなされる。

オーストラリアでは、市場力の濫用において、ACCC は制裁金（法人上限は 1 千万ドル又は違法に得た利益の 3 倍額のうち高い方、個人上限 50 万ドル）の賦課を求めて裁判所に民事訴追することができるほか、非良心的行為においても、ACCC は制裁金（法人上限 110 万ドル、個人上限 22 万ドル）の賦課を求めて裁判所に民事訴追することができる。

(3) 行政命令、行政処分

ほとんどの国において行政命令、行政処分が課される制度となっている。

イギリスでは、GSCOP について、GSCOP の監督機関が違反行為者に対して命令を出す。

フランスでは、経済的従属状態の濫用違反について、競争委員会が排除措置、履行強制金を課す（第 L. 464-2 条第 1 項）。

ドイツの圧倒的地位の濫用でも連邦カルテル庁が排除措置命令を課す。

韓国でも大規模流通業法違反に対して是正命令・勧告

等を課す。中国でも同様である。

オーストラリアでは、産業規約において、強制的確約を課した事例がある。

(4) 行政指導、公表（ソフトロー）

日本では下請法において、排除命令等の行政処分によることなく、勧告及びその公表を行う。このような勧告や公表がなされる例も多い。これらをいわゆるソフトローと区分できるとすれば、ソフトローが採用されている国は日本以外にも多くある。

イギリスでは仲裁者は小売業者と納入業者の間で調停者として行動し、調査を実施し、調査結果に関する報告書を公表する。また、調査の結果、違反行為を認めた場合、⁽⁷⁾ 勧告、⁽⁸⁾ 情報の公表の要求、⁽⁹⁾ 制裁金、のいずれか、又は複数の強制措置を講じ、勧告を行った場合には、勧告に従っているかどうかを監視する。韓国においては、公正取引委員会は常習法違反事業者の名簿を公表する。

フランスでは、経済的従属状態の濫用違反に関する競争委員会の決定は、競争委員会への当該行為の申告者（被濫用行為者）の名前も含め公表される。

中国では、小売業者・納入業者公平取引管理弁法に違反した場合、制裁金に加えて公告することとされている。

オーストラリアでは、産業規約違反に対して、ACCC は警告公表告知、強制的確約を行うことができる。

(5) 仲裁

イギリスでは、仲裁者による仲裁制度が新設され、今後の執行の動向が注目される。

韓国では、下請紛争調停協議会が設置されており、これらの協議会において、韓国公取委又は当事者から要請のあった紛争事案についての事実確認・調停が行われる。協議会で調停が整った場合、調停内容は韓国公取委の是正命令とみなされる（第 24 条）

(6) 損害賠償、補償等

通常不法行為による損害賠償とは別に、競争当局が被害者に損賠賠償や補償をさせる法制度も多い。日本では、下請法は、遅延利息の支払義務（4 条の 2）を定め、公取委は、親事業者に対し、速やかにその減じた額を支払いするよう勧告できる（7 条）。ただし、優越的地位の濫用規制においては、一般不法行為や独禁法 25 条による損害賠償請求は別として、公取委が被害者に減じた額を支払わせるよう勧告や強制する制度はない。

EU では、支払遅延防止指令において、支払の遅延を受けた者は、行為者に対して遅延利息の支払い、補償を求めることができるとされ（第 6 条 1 ～ 3 項）、詳細は各加盟国の国内法により定められている。

フランスでは、事業者間契約における濫用条項違反について、被害者から行為者に対

して損害賠償請求できるとされている（第 L. 442-6 条 III）。

オーストラリアでは、非良心的行為規制及び産業規約違反に対して、ACCC は補償を裁判所に申立てることができる。被害者は損害賠償，補償命令，差止命令を裁判所に申立てることができる。

中国では、反不正当竞争法において損害賠償請求権を認めており，損害を与えた事業者は損害賠償責任を負い，被害を受けた事業者は人民法院に訴えを提起できる（第 20 条）。

韓国においては，韓国の下請法違反では，違反行為を行った親事業者は，下請事業者の損害額の 3 倍の賠償責任を負う。従来 2 倍額であったが 2013 年の法改正により 3 倍額の賠償責任となった。

(別表) 食料品を中心とする小売分野における優越的地位の濫用規制の国際比較

	市場支配力規制		特別の法規制									自主規制	その他、調査
	法規制の有無	規制事例の有無	法規制の有無、内容	規制機関	刑罰	課徴金、制裁金	排除措置命令	勧告、公表	仲裁	損害賠償、遅延利息等の補償	執行状況		
EU	支配的地位の濫用	なし	支払遅延防止指令(具体的な国内法への落とし込みは各加盟国に委ねられている)	欧州委員会、加盟国						遅延利息支払い、補償	EU なし、加盟国は調査中	ハイレベル・フォーラム、The Supply Chain Initiative	欧州委員会・UTPs の報告書、グリーンペーパー進行中
イギリス	支配的地位の濫用	なし	①SCOP ②GSCOP ③GCA 法	①公正取引庁 ②競争委員会(2014 年 4 月以降は CMA) ③仲裁者 (Adjudicator) が実施		③制裁金	①命令 ②命令	③調査、勧告、情報公開請求、制裁金を科す、勧告の監視	③仲裁者による裁定		①実効性があがっていないため、②に置き換わった ③施行されたばかり		数次に渡る市場調査報告書に基づき左記制度を導入
フランス	支配的地位の濫用	なし	①経済的従属状態の濫用 ②事業者間契約における濫用条項 ③支払遅延規制 (EU 指令の取り込み)	①競争委員会 ②(正確には規制機関ではないが) 裁判所 (民事訴訟)	①4 年以下の懲役及び 7 万 5 千ユーロ以下の罰金 ③罰金 (法人上限 37 万 5 千ユーロ、非法人上限 7 万 5 千ユーロ)	①制裁金 (企業は事業年度売上額の 10% を上限、非企業は 300 万ユーロ)	①排除措置、履行強制金	①競争委員会決定として公表 (申告者=被濫用行為者も公表される)		①無効 ②被害者による民事訴訟 (差止請求 (従わない場合履行強制金)、民事罰金、損害賠償) ③遅延損害金、回収に要した費用の補償	①の競争委員会の執行事例は少ない (ここ 10 年で数十件) ②の民事訴訟は多数		
ドイツ	支配的地位の濫用	なし	圧倒的地位の濫用	連邦カルテル庁		制裁金	排除措置命令			①無効 ②差止請求, 損害賠償	近時ほとんどなし		
韓国	支配的地位の濫用	なし	①優越的地位の濫用 (一般指定) ②下請法 ③大規模小売流通業法	公正取引委員会	①刑罰 (2 年以下の懲役・1 億 5 千万ウォン以下) ②刑罰 (報復行為) ③刑罰 (①に同じ)	①課徴金 (売上高の 2%) ②課徴金 ③課徴金	③是正命令・勧告、等	②常習者の公表		②3 倍賠償責任	活発、頻繁に法改正		
中国	支配的地位の濫用	なし	①反不当競争法 ②価格法 ③公正取引管理弁法、販売促進行為管理弁法	①工商総局 ②発改委 ③商務部等 5 部門	①犯罪を構成した場合、法により刑事責任追及	①違法所得の没収及び制裁金 (5 万元以上 20 万元以下) ②違法所得の没収及び制裁金 ③制裁金 (違法所得の 3 倍以下、上限 3 万元、所得がない場合 1 万元以下)	①排除措置命令 ②是正命令 ③是正命令	③公告		①損害を与えた事業者は、損害賠償責任を負う。被害事業者は、人民法院に訴えを提起できる。 ②損害賠償責任を負う	①制裁金を課した事例あり ③活発とはいえず、整理整頓、10 項目、全国電話会議等の強化の動き		
オーストラリア	市場力の濫用	セーフウェイ事件 (2006)、複占化が進み市場支配力がある可能性	①競争・消費者法に基づく市場力の濫用 ②同・非良心的行為規制 ③同・産業規約	競争・消費者委員会 (ACCC)		①制裁金 (法人上限 1 千万ドル、違法利益の 3 倍額 (違法利益が不確定な場合、過去 12 か月の売上 10%) の高い方、個人上限 50 万ドル) ②制裁金 (法人上限 110 万ドル、個人上限 22 万ドル)	③強制的確約	③警告公表告知		①被害者は損害賠償、補償命令、差止命令を裁判所に申立て ②ACCC は補償を裁判所に申立て、被害者は①同様申立て ③ACCC は損害賠償等を申立て、被害者は①と同様申立て	ACCC は積極的、執行方針 (2013 年)		①報告書 (2008) ②年次報告 (2011-12 年)
アメリカ	独占化, その企図, 競争の実質的減殺	なし	①ロビンソン・パットマン法 ②州ディーラー法	①司法省、連邦取引委員会							①近時事例なし ②90 年代前半まで確認		
日本	競争の実質的制限, 競争減殺	なし	①優越的地位の濫用 ②下請法	公正取引委員会		①課徴金 (取引額の 1%)	①排除措置命令	②勧告、公表		①25 条 ①②民法 709 条 ②返金	①課徴金は 4 件、排除措置命令は旧法下多数 ②活発		

第3章 日本における政策的対応への示唆

本章は、第1章に記載した各国・地域における問題状況及び政策的対応、第2章に記載した問題の普遍性及び規制手法の多様性などを踏まえ、我が国の優越的地位の濫用規制に関する政策的対応に一定の示唆を得ることを目的として取りまとめたものである。

1 相対的な優越的地位の濫用規制に係る理論構成及び執行状況について

はじめに、日本及び諸外国における優越的地位の濫用規制の理論構成及び執行状況について、以下のとおり整理した。

ドイツにおける相対的市場力の濫用規制、フランスにおける経済的従属状態の濫用規制を始め、各国の競争法においても、相対的な優越的地位の濫用規制を規定していることは少なくない。しかしながら、第1章に記載したとおり、そのような規定を有する国においても、日本及び韓国を除き、当該規定の執行実績はほとんど見受けられない状況にある。ICN第7回年次総会の議論、競争当局に対するヒアリング等を踏まえると、この背景・理由として、市場支配的地位を有しない事業者による行為が競争に影響を与えることは考えにくく、相対的な優越的地位の濫用行為は個別の紛争に過ぎないことから、民事法上の解決に委ねるべきであり、競争当局による法執行は私的自治の原則に対する過度の介入となり適当ではないのではないかといった懸念が存在することが挙げられる。

一方で、日本においては、1982年7月8日の独占禁止法研究会の報告「不公正な取引方法に関する基本的な考え方」において、相対的な優越的地位の濫用行為の規制根拠が示されている。具体的には、優越的地位の濫用は、取引主体が取引の諾否及び取引条件について自由かつ自主的に判断することにより取引が行われているという自由競争基盤の侵害として、公正な競争秩序に対して悪影響を及ぼすおそれがあること、また、優越的地位の濫用は、市場における自由な競争そのものを直接侵害するおそれがあるものではないが、取引の相手方の競争機能の発揮の妨げとなる行為であり、第一に、不利益を押し付けられる相手方は、その競争者との関係において競争条件が不利となり、第二に、行為者の側においても、価格・品質による競争とは異なる要因によって有利な取扱いを獲得し、競争上優位に立つこととなるおそれがあることと理論構成されている。

また、ICN第7回年次総会においても、当時の竹島一彦委員長は、市場における対等な競争条件(a fair level playing field)を確保するための努力をしない場合には、優越的地位の濫用行為を行う巨大な事業者を不当に保護することとなり、競争法が目的とする一般消費者の利益の確保と市場参加者の権利の保護を達成できないとして、競争法の枠組みの中に優越的地位の濫用規制を位置付けるべきことを強調している。

日本の執行実績としては、特に大規模小売業者に対し、商品等の購入強制、経済上の利益の提供要請、従業員等の派遣要請、不当な返品、減額、買ったときなど多様な違反行為に対して排除措置を命じており、2010年以降には課徴金の納付も命じているところである。また、金融機関と融資先企業との取引、フランチャイズ本部と加盟店との取引、

新聞社と新聞販売業者との取引などの様々な業界についても排除措置を命じているほか、違反行為の抑止や早期是正を図るために、警告や注意を活用した効率的かつ効果的な処理を行うなど、幅広い執行経験を有しているところである。

近年、欧州やオーストラリアを始めとする諸外国における小売業者のバーゲニング・パワーが増大しているところ、第1章に記載したとおり、例えば、欧州委員会が食料品分野に係る調査・研究を実施していること、イギリスが行動規約の活用や仲裁者制度の創設に取り組んでいること、中国が費用徴収に係る作業方案や10項の政策措置を公表していることを始め、諸外国においても、取引当事者の相対的な優越的地位の濫用の問題解決のために、効果的な規制手法の在り方に係る試行錯誤が進められているが、未だに実効性を有する規制や取組に至っていない状況にある。

2 法規制による政策的対応に係る示唆について

日本の優越的地位の濫用に係る法規制について、諸外国における規制や取組から一定の示唆を得ることを目的として、以下のとおり検討を行った。

(1) 独占禁止法

ドイツ、フランス及び韓国の競争法においては、日本の独占禁止法上の優越的地位の濫用規制に類似する規制が設けられている。いずれの規制においても、当事者の取引上の地位の相対的優劣関係、濫用行為、競争に影響を与えるおそれのあることを違反要件としていることは概ね共通している。ただし、フランスにおける経済的従属状態の濫用規制においては、事業者だけでなく事業者グループを違反行為の主体としていることが特徴として挙げられる。この点は、事業者のみを違反行為の主体とする我が国の法制度にとっても示唆に富む内容であると考えられる。

なお、裁量型課徴金制度、コミットメント制度の導入等については、独占禁止法上の単独行為規制に共通する検討課題であり、相対的な優越的地位の濫用規制に特有の問題ではないことから、今回の調査・研究においては検討の対象としていない。

(2) 下請法

日本の下請法に類似する規制としては韓国下請法が挙げられる。日本の下請法と比較した場合の韓国下請法の特徴としては、①規制対象となる事業者の範囲を従業員数等で判断していること、②建設委託取引も規制対象であること、③親事業者に受領証明書の交付、原材料価格の変動による下請代金の協議対応等の義務があること、④下請事業者書類保存等の義務があること、⑤違反行為に対し是正命令、課徴金納付命令等の措置があること、⑥懲罰的損害賠償責任があること、⑦紛争調停のための協議会が置かれていることなどが挙げられる。

韓国においては、第1章に記載したとおり、中小下請企業の大企業に対する依存度が極めて高く、公正な下請取引秩序を確立することが緊要とされているため、韓国下請法についても、違反行為に対する是正措置の強化や取引当事者の協力的な下請構造の構築を目的として、近年の強化改正のような積極的かつ機動的な法制措置が推進されているほか、執行実績も増加しているものと考えられる。このため、日本においても、韓国と同様に、下請法の強化改正を行うべきという見解もある。

しかしながら、日本の下請法は、迅速かつ効果的に下請事業者の利益を確保するため、独占禁止法よりも簡易な手続を定め、行政指導である勧告や指導により対処するという法制度とされており、是正命令等の行政処分や懲罰的損害賠償責任などを設けることは法律の立法趣旨に馴染まないものと考えられる。また、下請事業者の利益を確保するという法律の規制目的を踏まえれば、下請事業者に義務を課すことも望ましくないものと考えられる。さらに、下請法は「対等な取引関係においてはみられないような不利益の供与が弊害除去の対象になるというのが原則であって、それ以上に下請事業者の利益を保護するものではない²⁵⁴」と解説されているように、本来必要な範囲を超えて過度に下請事業者を保護する場合、親事業者が自己の事業活動への影響を懸念して、下請事業者との取引を忌避することにより、下請事業者の取引機会が縮小するおそれがあるといえる。

このように、日本の下請法と韓国下請法では、法律の立法趣旨や規制目的が必ずしも一致するものではないため、韓国下請法の制度や法改正の内容を日本の下請法に安易に導入することは適切ではないと考えられる。日本の下請法において義務の新設や厳罰化を行うことには特に慎重を期すべきであり、韓国下請法における法改正後の執行実績や政策効果を注視していく必要があると考えられる。

(3) 特別法令による規制

韓国の大規模流通業における取引公正化に関する法律、中国の小売業者・納入業者公平取引管理弁法、アメリカのディーラー法のように、諸外国においては、特定の業種を対象として、特別の法律や規則による規制を設けている場合がある。日本においても、特定の業種を対象とした特別法を新たに制定すべきという見解もある。

しかしながら、日本においては、既に大規模小売業や物流業を対象とした特殊指定が制定されているものの、優越的地位の濫用行為に対する課徴金の賦課が導入されたことを踏まえ、現在は、新たな立法措置や特殊指定により事業者にも更なる規制を課すのではなく、相対的な優越的地位の濫用行為に対して、独占禁止法に基づき厳正かつ効果的に対処していくことが重要であり、執行実績を積み重ねているところである。

このように、諸外国とは異なり、日本において特定の業種を対象とした特別の法律や規則による規制を設ける必要性は必ずしも高いとはいえないこと、諸外国における

²⁵⁴ 辻吉彦『詳解下請代金支払遅延等防止法』（公正取引協会、1992年）14頁

特別法令制定後の執行実績がほとんど見受けられない状況にあることから、諸外国における特別法令についても、執行実績や政策効果を注視していく必要があると考えられる。

3 法規制によらない政策的対応に係る示唆について

上記のような法規制による政策的対応ではなく、法規制によらない政策的対応に係る示唆として、イギリスにおける行動規約（Code of Practice）が挙げられる。

イギリスにおいては、第1章に記載したとおり、法規制としては相対的な優越的地位の濫用規制を設けていないものの、2000年のスーパーマーケットにおける食料雑貨品の供給に関する報告書の勧告を踏まえ、行動規約の策定・活用が推進されている。

日本においても、例えば、景品表示法における公正競争規約が類似の制度として存在している。公正競争規約は、不当表示等を効果的に規制するため、景品表示法の規定に基づき、事業者や事業者団体が国の認定を受けて設定する表示方法等に係る自主ルールであり、規約に違反した事業者に対し、規約の運用団体が措置を採ることとなるものである。

事業者団体等による自主規約による対応を推進することは、各業界の商慣習や実情を踏まえた細やかな対応が可能であるという利点があるため、日本においても、自主規約を活用することで相対的な優越的地位の濫用に係る問題を効果的に防止するという見解も考えられるところである。

しかしながら、イギリスにおける行動規約についても、スーパーマーケットが不当性の定義・解釈を恣意的に行うことで納入業者に不利益を与えるなど、必ずしも実効性が上がっていないことを踏まえれば、日本において相対的な優越的地位の濫用規制に自主規約を採用することには慎重を期すべきであり、イギリスにおける2013年の新法（The Groceries Code Adjudicator Act）の政策効果を注視していく必要があると考えられる。

4 結語

本章1から3に記載したとおり、諸外国においては、相対的な優越的地位の濫用規制について、小売業界における集中の進展等を背景にその強化の必要が認識され、競争法によるものに限らず、様々な方策による対応が模索されているものの、未だに実効性を有する規制や取組に至っていない状況にある。このような中で、規制のための枠組みが確立し、豊富な執行経験を有している我が国の制度・運用に関心を持つ国・当局も出てきている。

このような国・当局に対し、日本における相対的な優越的地位の濫用規制に係る理論構成や豊富な執行経験を紹介することは、諸外国における問題解決のために大きな意義があることから、積極的に対応していくことが競争政策面からの国際的貢献として有益であると考えられる。その際には、本研究において得られた相対的な優越的地位の濫用

規制に対する取組の枠組みや考え方に様々な異同があることを踏まえて対応することが重要である。

また、同時に、日本における相対的な優越的地位の濫用規制に係る理論構成についても、あくまで1つの見解・立場に過ぎないため、国際的な状況を把握しながら、更なる理論的な発展・深化を図っていくことも重要であると考えられる。

おわりに

本報告書は、過去の同種の報告書、論文等を踏まえ、諸外国における優越的地位の濫用の問題に係る政策的対応について、競争法以外の行政規制も視野に入れつつ、調査・研究を実施したものである。

第1章で各国・地域における問題状況及び政策的対応について整理・分析し、第2章で問題の普遍性及び規制手法の多様性について取りまとめたとおり、大企業と中小企業との取引における相対的な優越的地位の濫用に係る問題が不公正な取引として問題視されている状況は、日本に特有の事象ではなく、諸外国に共通してみられることが確認できた。

ただし、今回の調査時点においては、韓国、イギリスを始めとして新たな法令の制定や改正を始めたばかりであるため、執行実績や政策効果が明らかではないこと、欧州委員会における「食品部門における選択と革新」の最終報告書や、「欧州における食品及び非食品サプライチェーンにおける事業者間の不公正な取引慣行」の意見公募結果が未公表であることなどもあり、我が国の優越的地位の濫用規制に関する政策的対応に一定の示唆を得るためには、諸外国における政策的対応状況について、今後とも継続的にフォローしていく必要があるものと考えられる。

また、今後の課題として、第3章の日本における政策的対応への示唆に記載したとおり、諸外国における問題解決のため、日本における相対的な優越的地位の濫用規制に係る理論構成や豊富な執行経験を紹介していく必要があると考えられる。

今後とも、相対的な優越的地位の濫用規制に係る解釈や運用を明確化していくとともに、競争政策の国際的唱導の観点から、積極的かつ幅広い情報発信を進めていくことが肝要である。

参照条文一覧

1 イギリス

○THE GROCERIES (SUPPLY CHAIN PRACTICES) MARKET INVESTIGATION ORDER 2009

第5条（規約を納入契約に組み入れる義務）

- (1) 指定小売業者（Designated Retailer）は、規約（the Code）が納入契約に組み入れられ、かつ納入契約に規約に反する規定が含まれないようにしない限り、納入契約を締結し又は履行してはならない。

(2)～(4) 略

第6条（納入業者に対して情報を提供する義務）

- (1) 指定小売業者は、イギリスにおける小売用の食料雑貨品の納入について納入業者と締結する契約の全ての条件、及び当該契約に基づいて契約締結後になされる契約上の合意又は取決めを書面で記録しなければならない。

(2) 略

- (3) 指定小売業者は、当該納入契約の満了、又はその他の事由による契約の終了後12か月間、供給契約書を保管しなければならない。

(4) 略

- (5) （指定小売業者は、）納入業者から求めに応じて、指定小売業者が保管する書面を納入業者に提供しなければならない。

(6)～(8) 略

第9条（社内遵守責任者（in-house compliance officer）の任命義務及び遵守管理者の役割）

- (1) 指定小売業者は適当な従業員を規約遵守責任者（Code Compliance Officer）として任命しなければならない。

- (2) 指定小売業者は次の事項が確実に行われるようにしなければならない。

(a) 規約遵守責任者に対して、その役割を果たすために必要となる全ての手段（resources）（中略）を提供すること

(b) 規約遵守責任者が、納入業者、及び規約又は本命令に関する調査を実施する機関に対して連絡担当者（point of contact）として機能すること

(c) 指定小売業者の購入担当部門から独立しており、購入担当部門によって管理されていないこと

(d) 規約遵守責任者が、規約又は本命令に関して指定小売業者が行った決定の理由について、納入業者と協議を行えるようにすること

第11条（紛争解決手続）

- (1) 指定小売業者は、規約に関連して生じた紛争を解決するため、納入業者に対して誠実に交渉しなければならない。

(2)～(9) 略

○Groceries Supply Code of Practice

第2条（公正取引の原則）

小売業者（Retailer）は、常に納入業者と公正かつ適法（fair and lawful）に取引を行わなければならない。公正かつ適法な取引は、小売業者が、公式か非公式かを問わず、納入業者に対して強要を行わず、かつ納入業者が取引、特に生産、配送及び支払に係るリスク及び費用についての確実性を必要としていることを認識して、納入業者との取引関係を構築することを要求するものと解釈される。

第3条（納入契約及び納入条件の変更の禁止）

- (1) 小売業者は、納入契約を遡及的に変更してはならず、納入業者に対して納入契約の遡及的な変更に同意するよう要請してはならない。ただし、第3条第2項の規定に定められる場合については、この限りでない。
- (2) 小売業者は、納入契約において以下の事項が明確に定められている場合には、納入条件に遡及効のある変更を行うことができる。
 - (a) 変更を行うことが許されるような状況の変化（小売業者の支配を超える状況
 - (b) 納入条件の変更を検討する際の基礎となる細則
- (3) 小売業者が一方的に納入契約を変更する権利を有する場合には、納入業者に対して変更についての適切な通知を行わなければならない。

第5条（支払遅延の禁止）

小売業者は、小売業者の定める仕様に従って納品された（delivered）食料雑貨品について、いかなる場合であっても納入業者の請求書（invoice）発行日後、適切な期間内に支払を行わなければならない。

第6条（マーケティング費用の提供義務の禁止）

小売業者と納入業者との間で締結される納入契約に規定がある場合を除き、小売業者は、直接又は間接に、納入業者に対して次の費用についての支払を要請してはならない。

- (a) 新規又は取引を行うことが予想される納入業者を仕入担当者（buyer）が訪問する際に要する費用
- (b) 図柄（artwork）又は包装のデザインに要する費用
- (c) 消費者又は市場の調査に要する費用
- (d) 店舗の開店又は改装に要する費用
- (e) 小売業者従業員に対する接待（hospitality）

第7条（シュリンケージ（shrinkage）²⁵⁵に対する支払の要請の禁止）

納入契約において、納入業者が小売業者に対してシュリンケージに対する補償として

²⁵⁵ シュリンケージ（Shrinkage）とは、食料雑貨品が小売業者の営業所（premises）に納品された後に、盗難、紛失又は会計上のミス（accounting error）により生じる損失をいう。棚卸しロス。

支払を行うことを規定してはならない。

第8条（廃棄（wastage）²⁵⁶に対する支払の要請の禁止）

小売業者は、直接又は間接に、納入業者に対して、小売業者の店舗において生じた廃棄を補填するための費用の支払を要請してはならない。ただし、次のいずれかの場合はこの限りでない。

- (a) 廃棄が納入業者の過失又は不履行により生じ、かつ、納入業者の過失又は不履行の内容が納入契約において明確に定められている場合
- (b) 支払の根拠が納入契約に規定されている場合

第9条（納入業者になることの条件として支払を要請することの制限）

小売業者は、直接又は間接に、納入業者に対して、当該納入業者の食料雑貨品を取り扱う条件として支払を要請してはならない。ただし、次のいずれか場合はこの限りでない。

- (a) 支払が販売促進（promotion）に関して行われる場合
- (b) 先立つ365日の間、当該小売業者の25%以上の店舗において在庫、陳列又は取扱いを行ったことのない食料雑貨品についての支払であって、新しい食料雑貨品を在庫、陳列又は取り扱うことにより小売業者が負うリスクについて小売業者が算出した適切な見積額を反映している場合

第11条（第三者の商品及び役務の支払に関する抱き合わせ（tying）の禁止）

小売業者は、納入業者が第三者から商品、役務又は資産を取得することについて、小売業者が第三者から支払いを受ける場合、納入業者に対して、直接又は間接に、当該第三者からこれらを取得するよう要請してはならない。ただし、次のいずれかの場合はこの限りでない。

- (a) 当該商品、役務又は資産について納入業者が提示する代替品の供給元が、これら商品、役務又は財産の納入について小売業者が設定した合理的な品質基準を満たさない場合
- (b) 当該商品、役務又は資産について納入業者が提示する代替品の納入価格が、同等の品質及び数量の商品、役務又は財産の納入について小売業者が推奨する第三者が設定する価格よりも高い場合

第12条（販売促進の場合を除いて、商品の陳列位置を改善するための支払を要請することの禁止）

小売業者は、販売促進について行われる場合を除き、直接又は間接に、納入業者に対して、店舗における食料雑貨品について陳列位置を改善するため、又はより多くの棚を割り当てるための支払を要請してはならない。

第14条（促進品を発注する際の然るべき注意）

²⁵⁶ 廃棄（Wastage）とは、食料雑貨品が小売業者に配達された後に、販売に適しないものとなることをいう

- (1) 小売業者は、納入業者から販売促進に係る卸売価格で商品を発注する際には、過剰に発注を行わないよう注意しなければならない。小売業者がこのような注意を怠った場合には、小売業者は納入業者に対して、過剰に発注し、その後販売促進価格ではない、より高い小売価格で販売する商品について、補償を行わなければならない。

(2)～(3) 略

第 15 条 消費者の苦情に対する不当な支払い

- (1) 小売業者が小売価格を返金する、又は商品を交換することにより、消費者の苦情を店舗内で解決することができる場合には、小売業者は、直接又は間接に、納入業者に対して苦情の解決についての支払を要請してはならない。ただし、次の場合はこの限りでない。

(a) 支払額が小売業者の設定した食料雑貨品の小売価格を上回らない場合

(b) 小売業者が、合理的な根拠に基づいて、消費者の苦情が正当なものであり、かつ、納入業者の過失又は不履行により生じたと納得している場合

- (2) 小売業者が小売価格を返金する、又は商品を交換することにより、消費者の苦情を店舗内で解決することができない場合には、小売業者は、直接又は間接に、納入業者に対して苦情の解決についての支払を要請してはならない。ただし、次の場合はこの限りでない。

(a) 支払額が、苦情により小売業者が負担した額と合理的に関連している場合

(b) 小売業者が、消費者の苦情が正当なものであり、かつ、納入業者の過失又は不履行により生じたと納得している場合

(c) 小売業者が、苦情に関する報告（苦情の帰属に関する根拠を含む。）を納入業者に対して行っている場合

(d) 小売業者が納入業者に対して、消費者の苦情が正当なものであり、かつ、納入業者の過失又は不履行により生じたものであることを示す十分な証拠を示している場合

(3) 略

第 16 条 取引停止（De-listing）に関する義務

- (1) 小売業者は、真に商業上の理由からのみ、納入業者との取引を停止することができるものとする。（以下略）

- (2) 小売業者は、納入業者との取引を停止する前に次のことを行わなければならない。

(a) 小売業者が取引停止を決定したことについての適切な通知を納入業者に対して行うこと。（以下略）

(b)～(c) 略

○Groceries Code Adjudicator Act 2013

第 2 条（調停）

(1) 納入業者が食料雑貨品納入に関する命令 (the Groceries Supply Order) ²⁵⁷に基づいて仲裁を付託した場合、仲裁者 (the Adjudicator) は以下のいずれかを行わなければならない。

- (a) 紛争を仲裁する
- (b) 仲裁のためにほかの者を任命する

(2) 略

第4条 (調査)

(1) 仲裁者は、次のような嫌疑について妥当な根拠があるならば、大規模小売業者が規約 (Groceries Code) を違反しているか調査を行う。

- (a) 小売業者が規約に違反している、又は
- (b) 小売業者が第7条による勧告に従っていない

(2)～(3) 略

第5条 (調査報告書)

(1) 調査に引き続き、仲裁者は以下の事柄を実行しなければならない。

- (a) 調査結果に関する報告書を公表すること
- (b) 第6条で言及されている強制権限のいずれを行使すべきかどうか考慮すること

(2) 調査報告書には、以下の事柄を明記しなければならない。

- (a) 仲裁者が認定した事実
- (b) 仲裁者が実施又は実施するよう提案する行動
- (c) 事実認定の理由、及び実施又は実施を提案する行動の理由

(3) 調査報告書において、関係小売業者を明らかにすることは不要である。

(4) 報告書の中で小売業者が明らかにされた場合、小売業者には公表前に報告書の原案について意見を述べる妥当な機会が与えられなければならない。

第6条 (調査：強制措置の種類)

(1) 調査の結果によって、大規模小売業者が規約に違反していることを確信した場合、仲裁者は以下の1つ又は複数の強制措置を取る

- (a) 勧告 (recommendations) を行う
- (b) 情報を公表するよう要求する
- (c) 制裁金 (financial penalties) を科す

第7条 (調査：勧告措置)

(1) 仲裁者が勧告措置を選択した場合、それは大規模小売業者が規約を遵守するために実行すべきことを勧告されることを意味する。

(2) 仲裁者は勧告が遵守されているかどうか監督しなければならない。

(3) 略

²⁵⁷ THE GROCERIES (SUPPLY CHAIN PRACTICES) MARKET INVESTIGATION ORDER 2009 を指す。

第8条（調査：情報の公表の要求措置）

- (1) 仲裁者が情報を公表するよう要求する措置を選択した場合、それは大規模小売業者が調査に関連する情報を公表するよう命じられること意味する。
- (2) 公表要求は、大規模小売業者に対して、以下の事項を明記した書面による通知によって課される。
 - (a) 公表すべき情報
 - (b) 公表の方法
 - (c) 公表の期限
- (3) 略

第9条（調査：制裁金賦課措置）

- (1) 仲裁者が金銭的な制裁を科す措置を選択した場合、それは大規模小売業者に（中略）制裁金を課すことを意味する。
- (2) 制裁金は、大規模小売業者に対して、以下の事項を明記した書面による通知によって科される。
 - (a) 制裁金を課す理由
 - (b) 制裁金の額
 - (c) 制裁金の支払期限
 - (d) 制裁金の支払い方法
- (3) 大規模小売業者は制裁金を科されること又はその額について以下の機関に不服申立てを行うことができる。
 - (a) イングランド及びウェールズ又は北アイルランドにおいては、高等法院
 - (b) スコットランドにおいては、民事控訴院
- (4) 略
- (5) 仲裁者が徴収した制裁金は公債基金（Consolidated Fund）に払い込まれなければならない。
- (6)～(10) 略

第11条（助言）

仲裁者は、納入業者又は大規模小売業者に対して、規約に関連する事柄に関する助言を行う。

第13条（公正取引庁への勧告）

仲裁者が規約の改正が適切だと考えた場合、公正取引庁に対してそれを勧告しなければならない。

第14条（年次報告）

- (1) 仲裁者は報告期間²⁵⁸終了後、仲裁者が期間中に実施した事柄を記載した報告書を作成及び公表しなければならない。

²⁵⁸ 仲裁者の施行から翌3月31日までの期間、及び次期以降の継続する12か月間

- (2) 報告書には、以下の事項についての概要を含まなければならない
 - (a) 命令に基づいて仲裁に付された紛争
 - (b) 仲裁者によって実施された調査
 - (c) 仲裁者が第6条で言及されている強制権限を行使した事例
- (3) 仲裁者が7項に基づく勧告を行った場合、報告書には遵守状況についての評価も含めなければならない。
- (4) 報告書は仲裁者が公正取引庁に対して行った規約の改正に関する勧告について記載しなくてはならない。
- (5)～(7) 略

第18条（守秘義務）

- (1) 仲裁者は、以下の場合、規約又は納入契約に関する仲裁に係る情報を許可無く公開してはならない。
 - (a) 仲裁の関係者を特定する情報
 - (b) その情報から仲裁の関係者を特定できると仲裁者が考える情報
- (2)～(5) 略

2 フランス

○フランス商法典

第L. 420-2条第2パラグラフ

……事業者又は事業者グループによる顧客又は供給者に対する経済的従属状態の濫用は、競争の機能や構造に影響を及ぼす可能性があるため、禁止する。かかる濫用行為には、取り分け販売拒絶、抱き合わせ販売、及び第L. 442-6条に規定されている差別的慣行が含まれる。

第L. 442-6条

- I すべての製造者、商人、職人、手工業者に登録された者による次の行為につき、行為者に責任を負わせ、生じた損害の賠償責任を負わせる。
 - 1 （略）
 - 2 当事者間の権利及び債務において著しい不均衡を生じさせる債務を商行為の相手方に対して負わせる、ないしは負わせようとする事。
 - 3 （略）
 - 4 （略）
 - 5 取引関係の継続期間を考慮せず、書面による事前通告なく、又事業者間の合意による職業協定に照らし定められている事前通告の最短期間を尊重することなく、確立された取引関係を部分的であれ、突然打ち切ること。

3 ドイツ

○ドイツ競争制限防止法

【市場支配】

第 18 条

- (1) 単独の事業者が一定の種類の商品又は役務の供給者又は需要者として、次のいずれかに該当する場合には、「市場支配的」とであるとされる。
 - ① 競争者が存在しない場合
 - ② 実質的に競争に直面していない場合
 - ③ 競争者との関係で、市場において優越的な地位を有している場合
- (2) 略
- (3) 競争者との関係で、市場において優越的な地位を有しているか否かの評価に際しては、以下の要素が考慮される。
 - ① 市場占拠率
 - ② 資金力
 - ③ 購入市場又は販売市場へのアクセス
 - ④ 他の事業者との結びつき
 - ⑤ 他の事業者による市場への参入に対する法的又は事実上の障壁
 - ⑥ 本法の適用領域の内外に所在する事業者による現実の競争又は潜在的な競争
 - ⑦ 供給又は需要を他の商品又は役務に変更する能力
 - ⑧ 取引の相手方を他の事業者に変更する可能性
- (4) 単独の事業者が 40%以上の市場占拠率を有している場合は、その事業者は市場支配的であると推定される。
- (5) 2 又はそれ以上の複数事業者が市場支配的地位にあるとされるのは、
 - ① 一定の種類の商品又は役務について、複数の事業者の間で実質的な競争が存在せず、かつ、
 - ② それらが全体として第 1 項の要件を満たす場合
- (6) 複数事業者が次のいずれかに属する場合には、全体として市場支配的であると推定される。
 - ① 3 以下の事業者の合計の市場占拠率が 50 パーセントに達する場合
 - ② 5 以下の事業者の合計の市場占拠率が 3 分の 2 に達する場合
- (7) 当該事業者が、次のいずれかを証明するときはこの限りでない。
 - ① 当該事業者間の競争状況が実質的に競争的であることが見込まれること、また、
 - ② 当該事業者の全てが、他の競争相手との関係において、圧倒的な地位を有していないこと。

【市場支配的事業者の禁止行為】

第 19 条

- (1) 単独又は複数の事業者による市場支配的地位の濫用は禁止される。
- (2) 市場支配的である事業者が一定の種類の商品又は役務の供給者又は需要者として、次のいずれかに該当する行為を行った場合は、濫用行為とみなされる。
 - ① 他の事業者を直接若しくは間接的に不当に妨害し、又は客観的に正当な理由がないのに、同種の事業者を直接的若しくは間接的に差別的に取り扱う行為。
 - ② 有効な競争が存在すれば高度の蓋然性をもって形成されるであろう水準を逸脱した対価又はその他の取引条件を要求する行為。
 - ③ 市場支配的事業者が比較市場（対象市場に対応する仮定市場）において自らが同種の取引先に要求しているものより不利で、その差別が客観的に正当化されないような対価又はその他の取引条件を相手方取引先に要求する行為
 - ④ 法的又は事実上の理由から共同利用が認められなければ、他の事業者が市場支配的事業者の競争者としてその前後の取引段階において活動できない場合において、適切な対価により自己のネットワーク又は他の不可欠施設を当該他の事業者が利用することを拒否する行為。ただし、当該事業者が、経営上の理由又は他の理由により、共同利用が不可能であるか又は期待できないことを証明する場合は、この限りでない。
 - ⑤ その市場における地位を利用して、客観的に正当な理由がないのに、他の事業者に対して、利益を供与することを要請又は誘因してはならない。

【相対的又は圧倒的市場力を持つ事業者の禁止行為】

第 20 条

- (1) 第 19 条 1 項は、同 2 項 1 号と関連して、一定の種類の商品又は役務の供給者又は需要者としての中小規模の事業者が、十分かつ合理的な取引先変更可能性がない程度までに事業者又は事業者の団体に依存している場合にも適用される。このことは、需要者が同種の需要者には供給されていないような、取引慣行上の価格割引その他の労務対価に追加して特別の優遇を求める場合、原則として、一定の種類の商品又は役務の供給者が第 1 文の意味で需要者に依存していることが推定される。
- (2) 第 19 条第 1 項は、同 2 項 5 号と関連して、事業者及び事業者の団体とそれに依存する事業者との関係においても適用される。

4 韓国

○独占規制及び公正取引に関する法律（公正取引法）

第 23 条（不公正取引行為の禁止）

- 1 事業者は、次の各号に該当する行為であつて、公正な取引を阻害するおそれがある行為（「不公正取引行為」）をし、又は系列会社若しくは他の事業者をして、これを行わ

せてはならない。

1～3 (略)

4 自己の取引上の地位を不当に利用して、相手方と取引する行為

5～6 (略)

2 不公正取引行為の類型又は基準は、大統領令により定める。

3～5 (略)

○独占規制及び公正取引に関する法律施行令

第36条(不公正取引行為の指定)

1 法第23条(不公正取引行為の禁止)第2項の規定による不公正取引行為の類型又は基準は、別表1のとおりとする。

2 公正取引委員会は、必要があると認めるときは、第1項の規定による不公正取引行為の類型又は基準を、特定の分野又は特定の行為に適用するために、細部の基準を定めて告示することができる。この場合において、公正取引委員会は、あらかじめ関係行政機関の長の意見を聴かなければならない。

(別表1)

○一般不公正取引行為の類型及び基準(第36条第1項関連)

1～5 (略)

6 取引上の地位の濫用

法第23条(不公正取引行為の禁止)第1項第4号において「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行為」とは、次の各目の一に該当する行為をいう。

(1) 購入強制

取引の相手方が購入する意思がない商品又は役務を購入させるように強制する行為

(2) 利益提供の強要

取引の相手方に対し、自己のために金銭、物品、役務その他の経済上の利益を提供させるように強要する行為

(3) 販売目標の強制

自己が供給する商品又は役務に関連し、取引の相手方に対し取引に関する目標を提示し、これを達成させるように強要する行為

(4) 不利益の提供

前3号に該当する行為のほか、取引の相手方に不利益となるような取引条件を設定し、若しくは変更し、又はその履行過程において不利益を与える行為

(5) 経営干渉

取引の相手方の役職員が選任され又は解任されるに当たり、自己の指示若しくは承認を受けさせるようにし、又は取引の相手方の生産品目、施設の規模、生産量、取引

内容を制限することにより、その経営活動に干渉する行為

5 中国

○「中国反不正当竞争法」(1993 年 12 月 1 日施行)²⁵⁹²⁶⁰

第 1 条 社会主義市場經濟の順調な發展を保障し、公正競争を奨励、保護し、不正競争行為を制止し、事業者及び消費者の合法的な權益を保護するために、本法を制定する。

第 6 条 公共企業または法により独占地位を有している事業者は他人に指令しその指定する事業者の商品を購入させてその他の事業者の公正競争を排除してはならない。

第 8 条 事業者は財産物品またはその他の贈賄手段を用いて商品を販売或いは購入してはならない。相手組織或いは個人に記帳しない割引金を与えた場合、贈賄行為とみなして処断する。相手組織或いは個人は記帳しない割引金を受け取った場合、収賄行為とみなして処断する。

事業者は商品を販売或いは購入する場合、明示の方式によって相手側に割引きを与え、仲介人にコミッションを与えることができる。事業者は相手側に割引きを与え、仲介人にコミッションを与えた場合、必ず正確に記帳しなければならない。割引きまたはコミッションを受けた事業者は必ず正確に記帳しなければならない。

第 20 条 事業者は本法に違反して被害事業者に損害を与えた場合、損害賠償責任を負わなければならない。被害事業者に対する損失が計算しにくい場合、賠償額は侵害者が侵害期間に侵害行為により得た利潤とする。また、被害事業者が自分の合法的な權益を侵害した当該事業者の不正競争行為を調査したため支出した合理的な費用を負担しなければならない。

被害事業者はその合法的な權益が不正競争行為により損失を受けた場合、人民法院に訴えを提起することができる。

第 22 条 事業者は財産、物品或いはその他の手段を用いて贈賄することにより商品を販売しまたは購入して犯罪を構成した場合、法により刑事責任を追及する。犯罪を構成していない場合、監督検査部門は情状により、1 万元以上 20 万元以下の科料を科することができる。違法所得がある場合、没収する。

第 23 条 公共企業または法により独占地位を有している事業者は他人に指令しその指定する事業者の商品を購入させてその他の事業者の公正競争を排除した場合、省級或いは区を設けている市の監督検査部門は違法行為の停止を命じ情状により、5 万元以上 20 万元以下の科料を科することができる。指定された事業者はその被指定により

²⁵⁹中華人民共和國反不正當競爭法 1993 年 9 月 2 日公布 (JETRO ホームページ <http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/19930902.pdf> [閲覧日 2014 年 2 月 12 日])

²⁶⁰中華人民共和國反不正當競爭法 (1993 年 9 月 2 日第八屆全國人民代表大會常務委員會第三次會議通過 1993 年 9 月 2 日中華人民共和國主席令第十號公布 自 1993 年 12 月 1 日起施行) (中國中央政府ホームページ http://www.gov.cn/banshi/2005-08/31/content_68766.htm [閲覧日 2014 年 2 月 7 日])

品質が劣りながら価格が高い商品または費用をみだりに徴収した場合、監督検査部門は違法所得を没収しなければならない、情状により、違法所得の2倍以上3倍以下の科料を科することができる。

○「中国価格法」(1998年5月1日施行)²⁶¹²⁶²

第1条 価格行為を規範化し、価格による資源の合理的配置の役割を発揮させ、市場価格の全体水準を安定化させ、消費者及び経営者の適法な権益を保護し、かつ、社会主義市場経済の健全な発展を促進するため、この法律を制定する。

第3条 国は、マクロ経済調整の下で、主として市場により価格を形成するというメカニズムを実行し、かつ、着実に完全なものとする。価格の制定は価値法則に適合しなければならない。

大多数の商品及びサービスの価格については、市場調節価格を実行する。ごく少数の商品及びサービスの価格については、政府指導価格又は政府決定価格を実行する。「市場調節価格」とは、経営者が自主的に制定し、市場競争を通じて形成される価格をいう。「経営者」とは、商品の生産若しくは経営又は有償サービスの供与に従事する法人その他組織及び個人をいう。「政府指導価格」とは、この法律の規定により政府の価格主管部門その他の関係部門が価格決定の権限及び範囲に従い基準価格及びその浮動幅を定め、経営者を指導して制定させる価格をいう。

第14条 経営者は次に掲げる不正価格行為をしてはならない。

- 1 相互に通謀し、市場価格を操縦し、他の経営者又は消費者の適法な権益を損なうこと。
- 2 法により価格を下げて生鮮商品、季節性商品及び在庫商品等の商品进行处理することを除き、競争相手を排除し、又は市場を独占するため、原価を下回る価格によりダソピングし、正常な生産経営秩序を乱し、国の利益又は他の経営者の適法な権益を損なうこと。
- 3 価格上昇の情報をねつ造し、又は流布し、価格をつり上げ、商品価格の暴騰を推進すること。
- 4 虚偽の、又は人をして誤解させる価格手段を利用し、消費者又は他の経営者を誘引してそれらの者と取引をすること。
- 5 同一の商品又はサービスを供与する際に、同等な取引条件を有する他の経営者に対し価格差別を実行すること。
- 6 等級をつり上げ、又は等級を引き下げる等の手段を講じて商品を買付け、若しくは販売し、又はサービスを供与し、形態を変えて価格を引き上げ、又は引き下げること。
- 7 法律又は法規の規定に違反し暴利を取得すること。

²⁶¹ 中華人民共和国価格法 1997年12月29日第8期全国人民代表大会常務委員会第29回会議採択同日国家主席令第92号公布1998年5月1日施行(中国唐山市ホームページ <http://www.e-tangshan.cn/houritu/jiagefa.pdf> [閲覧日2014年2月12日])

²⁶² 中華人民共和国価格法 1997年12月29日第八届全国人民代表大会常務委員会第二十九次会议通过(発展改革委ホームページ http://www.cpic.gov.cn/fgw/chinaprice/free/fagui/M_C_0_0001_040102.htm [閲覧日2014年2月7日])

8 法律及び行政法規の禁ずるその他の不正価格行為。

第 39 条 経営者が政府指導価格、政府決定価格又は法定の価格関与措置若しくは緊急措置を執行しなかった場合は、是正するよう命じ、違法所得を没収するものとし、違法所得の 5 倍以下の罰金を併科することができる。違法所得のない場合は、罰金を科することができる。事案が重大である場合は、営業停止整頓を命ずる。

第 40 条 経営者に第 14 条所定の行為の 1 つがあった場合は、是正するよう命じ、違法所得を没収するものとし、違法所得の 5 倍以下の罰金を併科することができる。違法所得のない場合は、警告をするものとし、罰金を併科することができる。事案が重大である場合は、営業停止整頓を命じ、又は工商行政管理機関が営業許可証を取り消す。関係する法律に第 14 条所定の行為に対する処罰及び処罰機関について別段の定めのある場合は、関係する法律の規定により執行することができる。第 14 条第 1 号及び第 2 号所定の行為があり、全国的なものに属する場合は、國務院の価格主管部門が認定する。省及び省以下の区域性のものに属する場合は、省、自治区及び直轄市の人民政府の価格主管部門が認定する。

第 41 条 経営者は、価格違法行為により消費者又は他の経営者をして代金を多く支払わせた場合は、多く支払わせた部分を返還しなければならない。損害をもたらした場合は、法により賠償責任を引き受なければならない。

○「小売業者・納入業者公平取引管理弁法」(2006 年 7 月 13 日制定, 11 月 15 日施行)²⁶³²⁶⁴

第 1 条 小売業者と供給業者の間の取引行為を規範化し、公平なる取引秩序を守り、消費者の合法的權益を保証するために、本弁法を制定する。

第 3 条 本弁法で称する小売業者とは、法律に従って工商行政管理部門で登録し、直接消費者に商品を販売し、年間売上（連鎖経営に従事する企業の場合、当該売上には連鎖店舗の売上も含む）が 1000 万元以上の企業及び当該分枝機構を指す。本弁法で称する供給業者とは、直接小売業者に商品及び関連サービスを提供する企業及び当該分枝機構、個人経営者を指し、その中には製造業者、販売業者、仲介業者を含む。

第 6 条 小売業者は優越的地位を濫用して以下のような不公平取引に従事してはならない。

- 1 供給業者と特定商品の提供契約を締結し、商品の特定規格、サイズ、デザインなどに対し双方が合議に達成した後、当該商品の接收を拒否する場合。但し、責任が供給業者側にあるか、又は供給業者の同意を得、小売業者側が損失を負担する場合は除外する。
- 2 供給業者に事前に約束していない商品の消耗責任を負担させる場合。

²⁶³ 小売業者・納入業者公平取引管理弁法 (2006 年 7 月 13 日制定, 11 月 15 日施行) J E T R O ホームページ http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/law/pdf/invest_028.pdf [閲覧日 2014 年 2 月 13 日]

²⁶⁴ 商务部, 发展改革委, 公安部, 税务总局, 工商总局令 2006 年第 17 号 公布《零售商供应商公平交易管理办法》(2006 年 10 月 3 日 商务部ホームページ <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/c/200610/20061003442804.html?2726043964=3867762066> [閲覧日 2014 年 2 月 7 日])

3 事前に約束していないか、又は事前に約束した商品が棚から引き卸すか撤収する条件に合致しない際、小売業者に供給業者が提供した貨物を商品棚から引き卸すか撤収する正当なる理由がない場合。但し、小売業者が法律法規に従うか、又は行政機関が法律に基づいて下した行政決定により、供給業者が提供した貨物を商品棚から引き卸すか撤収する場合は除外する。

4 供給業者に強迫的に無条件で販売利益を返還させるか、又は一定的な販売額による販売利益返還を約束し、約束した販売額を達成していないにもかかわらず供給業者に利益返還を要求する場合。

5 供給業者に強迫的に指定した商品を買わせるか、サービスを受けさせる場合。

第7条 小売業者は以下のような公平的競争を妨害する行為に従事してはならない。

1 供給業者が直接消費者、その他の経営者に商品を販売する場合、商品の価格を制限する。

2 供給業者が其の他の小売業者に商品又は販売サービスを提供することを制限する。

第8条 小売業者は供給業者側に小売業者の経営場所に職員を派遣してサービスを提供するように要求してはならない。尚、次のような場合は除外する。

1 供給業者の同意を得たうえ、供給業者が派遣した職員が、供給業者の提供した商品と関連する販売サービス作業にのみ従事する場合。

2 供給業者と合議のうえ、供給業者が派遣した職員の作業内容、労働時間、作業期限などの条件が一致し、派遣職員にかかる費用を小売業者側が負担する場合。

第9条 以下のような状況がある場合、供給業者には返品を拒否する権利がある。

1 小売業者自身の原因で商品が汚染、破損、変質又は期限切れに及んだにもかかわらず、返品を要求し、それによる供給業者の損失を負担しない場合。

2 小売業者が在庫品の調整、経営場所の改造、商品棚の取替を理由に返品を要求し、それによる供給業者の損失を負担しない場合。

3 小売業者が商品の販促期間内で安く仕入れ、販促期間が過ぎて余った商品を原価で返品する場合。

第10条 小売業者が供給業者から販促サービス料を請求する際、事前に供給業者の同意を得て契約を締結し、提供するサービスの項目、内容、期限、料金を請求する項目、基準、金額、用途、方式及び違約責任などの内容を明確にしなければならない。本弁法で称する販促サービス料とは、契約に基づき、供給業者の特定ブランド又は特定種類の商品の販売を促進するために、小売業者がポスターを印刷し、販促活動を行い、公告宣伝を行うなど関連サービスを提供することを条件として供給業者に請求する料金を指す。

第11条 小売業者は販促サービス料金を受け取ってから契約の通り供給業者に相応しいサービスを提供すべきで、無断にサービスを中止するかサービス基準を低下させては

ならない。小売業者が関連サービスを完全に提供しなかった場合、サービスを提供しなかった部分の費用を供給業者に返還しなければならない。

第 12 条 小売業者は受け取った販促サービス料を帳簿に記入し、供給業者にインボイスを提供し、規定に従って納税すべきである。

第 13 条 小売業者は以下のような費用を受け取るか、別の形で請求してはならない。

- 1 契約を締結するか、又は継続して契約することを理由に請求する費用。
- 2 既に国の関連規定に従って商品のバーコードを取得し、小売業者の経営場所内で正常的に使用できるにもかかわらず、供給業者に店内のバーコードを買わせて請求する費用。
- 3 店内のバーコードを使用する供給業者に請求する実際のコストを超えるコード費用。
- 4 店舗改造、インテリア改装時、供給業者に請求した当該供給業者の特定商品販売区域の改装、インテリア費用。
- 5 販促サービスを提供せず、祭り、開業記念日、新店舗開業、再開業、企業上場、合併等を理由に請求する費用。
- 6 その他の販売商品と直接関係のない、小売業者自身が負担すべき費用、又はサービスを提供せずに請求した費用。

第 14 条 小売業者と供給業者は商品の属性により、契約の中で商品代金の支払期限を明確に規定しなければならない。但し、支払期限は最長で入荷してから 60 日を越えてはならない。

第 17 条 小売業者は以下のような状況を理由に供給業者に商品代金の支払を遅らせてはならない。

- 1 供給業者のわずかな商品の提供が遅れた場合。
- 2 供給業者のわずかな商品の返品、取替の手続きが未だ終わっていない場合。
- 3 供給業者が提供した商品の販売額が小売業者の設定した金額に達していない場合。
- 4 供給業者が小売業者と貨物提供の継続契約を締結していない場合。
- 5 小売業者が提起した公平的原則を違反したその他の経緯。

第 18 条 供給業者が貨物を提供する場合、以下のような公平的競争を妨害する行為に従事してはならない。

- 1 小売業者が注文していない商品を強迫的に抱き合わせて売る場合。
- 2 小売業者が他の供給業者の商品を販売することを制限する場合。

第 23 条 小売業者又は供給業者が本弁法の規定を違反した際、法律法規で規定がある場合、当該規定に従う。規定されていない場合、改正するように命令する。違法所得がある場合、違法所得の三倍以下の罰金に処することができるが、最大限三万元を超えてはならない。違法所得がない場合、一万元以下の罰金に処することができる。又社会に通告することができる。

○中国独占禁止法（2007年8月30日公布，2008年8月1日施行）²⁶⁵²⁶⁶

第1条 独占行為を予防し、阻止して、市場の公平な競争を保護し、経済運営の効率を高めて、消費者の利益と社会の公共利益を確保し、社会主義市場経済の健全な発展を促進するために、本法を制定する。

第17条 市場支配的地位を有する事業者が次に掲げる市場支配的地位を濫用する行為に従事することを禁止する。

- 1 不公平な高価格で商品を販売する、又は不公平な低価格で商品を購入する。
- 2 正当な理由なく、コストを下回る価格で商品を販売する。
- 3 正当な理由なく、取引の相手方との取引の実施を拒絶する。
- 4 正当な理由なく、取引の相手方が自己とのみ取引を行なうように制限する、若しくはそれが指定する事業者とのみ取引を行なうように制限する。
- 5 正当な理由なく商品を抱合せで販売する、または取引時に、その他の不合理な取引条件を付け加える。
- 6 正当な理由なく、条件の同じ取引の相手方に対して、取引価格などの取引条件上、差別的待遇を行なう。
- 7 国務院の独占禁止法執行機関が認定する、市場支配的地位を濫用するその他行為。

本法に言う市場支配的地位とは、事業者が関連市場において商品価格、数量、またはその他取引条件を規制することができる、又はその他事業者が関連市場へ参入することを妨害できる、若しくは影響を及ぼす能力を備える市場の地位を指す。

第18条 事業者が市場支配的地位を有すると認定するには、次の要素に基づかなければならない。

- 1 当該事業者の関連市場における市場占有率、及び関連市場の競争状況。
- 2 当該事業者が販売市場、または、原材料調達市場を規制する能力。
- 3 当該事業者の財力と技術的条件。
- 4 その他事業者の当該事業者に対する取引上の依存程度。
- 5 その他事業者が関連市場へ参入する難易度。
- 6 認定された当該事業者の市場支配的地位に関連するその他の要素。

第19条 次の情状のいずれかに該当する場合、事業者が市場支配的地位を有すると推定することができる。

- 1 1つの事業者の関連市場占有率が2分の1に達している場合。
- 2 2つの事業者の関連市場占有率の合計が3分の2に達している場合。
- 3 3つの事業者の関連市場占有率の合計が4分の3に達している場合。

²⁶⁵ 中華人民共和国独占禁止法（2007年8月30日公布，2008年8月1日施行）JETROホームページ
http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/law/pdf/invest_030.pdf〔閲覧日2014年2月13日〕）

²⁶⁶ 中华人民共和国反垄断法（2007年8月30日第十届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过）
（2007年8月30日 中国中央政府ホームページ
http://www.gov.cn/flfg/2007-08/30/content_732591.htm）

前項の第2号、第3号に定める状況にある場合、そのうち、事業者の市場占有率が10分の1に満たない場合、当該事業者が市場支配的地位を有すると推定してはならない。

市場支配的地位を占めると推定される事業者は、市場支配的地位を有していないことを証明する証拠がある場合、その市場支配的地位を認定しないものとする。

第47条 事業者が本法の規定に違反し、市場支配的地位を濫用した場合、独占禁止法執行機関が違法行為の停止を命じ、違法所得を没収し、且つ前年度の売上高の100分の1以上100分の10以下の罰金に処する。

6 オーストラリア

○オーストラリア競争・消費者法 (Competition and Consumer Act 2010)

【市場力の濫用関係】

第46条 (市場力の濫用)

(1) ある市場における実質的な力を有する法人が、その市場力を、当該市場又は他の市場において、次の目的で用いることを禁止する。

(a) 当該市場又は他の市場において当該法人又は当該法人の関連法人の競争業者を排除又は実質的に損害を与えること

(b) 当該市場又は他の市場における参入の妨害

(c) 当該市場又は他の市場における競争的な行為の阻止又は妨害

(1AAA)～(2) 略

(3) このセクションの目的は、ある市場において法人又は法人グループが持つ市場力の程度を決定することであり、裁判所は当該市場における当該法人又は当該法人グループの行為が、以下の者の行為を制約する範囲を顧慮する。

(a) 当該市場における当該法人又は当該法人グループの競争者又は潜在的競争者

(b) 当該市場において当該法人又は当該法人グループが物又はサービスを提供又は取得する相手方

(3A)～(3B) 略

(3C) 裁判所は法人が潜在的な市場力を持つか否かを決定するために顧慮する点を制限されることはなく、以下の場合であっても、法人は潜在的な市場力を持つかもしれない。

(a) 当該法人が市場を実質的に支配していない場合

(b) 当該法人が以下の者の行為による圧力から完全に自由ではない場合

(i) 当該市場における当該法人の競争業者又は潜在的な競争業者

(ii) 当該市場において当該法人が物又はサービスを提供又は取得する相手方

【非良心的行為関係】

ACL 第21条 (商品やサービスに関わる非良心的行為)

(1) 取引又は商業において、いかなる状況においても、以下に関連した非良心的行為を行ってはいけない。

(a) 商品又はサービスの供給又は供給の可能性がある場合（リストにある株式会社を除く）

(b) 商品又はサービスの取得又は取得の可能性がある場合（リストにある株式会社を除く）

(2)～(4) 略

ACL 第 22 条（裁判所が第 21 条のために顧慮する事柄）

(1) 略

(2) 裁判所は、取得者が供給者から商品又はサービスを取得する又は取得する可能性がある場合に、第 21 条に違反するか否かを決定するために顧慮することを限定することなく、裁判所は以下を顧慮することができる。

(a) 取得者と供給者の交渉上の地位の相対的な強さ

(b) 取得者が行った行為の結果、供給者が、取得者の正当な利益を保護するために合理的なものとはいえない条件に従わざるを得なかったか

(c) 供給者は商品又はサービスの取得又は可能性のある取得に関する書類を理解できたか

(d) 商品やサービスの取得又は可能性のある取得に関して、供給者又はその代理人が、取得者又はその代理人によって、不当な影響や圧力がかけられたかどうか、又は不正な方策が採られたかどうか

(e) 供給者は、当該取得者以外の者に対して同一又は同等の商品又はサービスを、どのくらいの量をどのような状況で供給できたのか

(f) 供給者に対する取得者の行為が、当該取得者と他の供給者間の類似した取引における当該取得者の行為と一貫している程度

(g) 適用される産業規約の要求事項

(h) 供給者が、取得者がその規約に従うという合理的な確信に従って行動するならば、他の産業規約の要求事項

(i) 取得者が供給者に非合理的に開示しなかった以下の範囲

(i) 供給者の利益に影響する取得者の意図的な行為

(ii) 取得者の意図した行為によって生じた供給者のリスク（供給者に明らかになっておらず、取得者が予見すべきリスク）

(j) 商品又はサービスの取得について取得者と供給者間に契約があった場合

(i) 購入者が供給者との契約において期間や条件の交渉を自発的に行った程度

(ii) 契約の期間や条件

(iii) 契約の期間や条件に従うための取得者と供給者の行為

(iv) 契約後、商業上の関係と関連して取得者又は供給者が行った行為

(k) (j)に関わらず、取得者が商品又はサービスの取得に係る取得者と供給者間の契約の期間又は条件を一方的に変更する権利を持っているか。

(1) 取得者と供給者が良き信念により行動した程度

【産業規約関係】

第 51ACA 条（定義）

(1) 適切な産業規約とは、産業の参加者である会社に関して、以下を意味する。

(a) 産業に関する義務的な産業規約で定められた規定

(b) 会社に義務付ける任意の産業規約で定められた規定

（中略）

「産業規約」とは、当該産業の他の参加者に対する、又は当該産業の消費者に対する当該産業の参加者の行為を規制する規約を意味する。

「義務的な産業規約」は、第 51AE 条の規定によって、義務的なものであると宣言した産業規約を意味する。

（中略）

「自主的な産業規約」は、第 51AE 条の規定によって、自主的なものであると宣言した産業規約を意味する。

(2) 自主的な産業規約は、規定どおりに当該規約を義務付けられることに同意し、またその後、規定どおりに義務付けられることをやめない者に義務付けられる。

(3) 略

第 51AD 条（産業規約違反）

法人は、取引又は商業において適用される産業規約を違反してはならない。

【認可手続関係】

第 88 条（認可を与えるための委員会の権限）

(1A) この条を前提として、委員会は会社又は代理人による申請書によって、当該会社に以下のような認可を与えることができる。

(a) 提案された契約、取決め又は合意の条項にカルテル条項が入るか、その可能性がある場合に、その契約又は取決めを作るか合意に達することについて

(b) その条項がカルテル条項であるか、その可能性がある場合に契約や取決め又は合意の条項を実行することについて

そして、認可が有効な間は

(c) 契約又は取決めを作るか、合意に達することについての認可の場合には、第 44ZZRF 条、第 44ZZRG 条、第 44ZZRJ 条及び第 44ZZRK 条は、認可のとおり、当該会社が、当該契約又は取決めを作るか合意に達することについて妨げない。

(d) 契約、取決め又は合意の条項を実行することについての認可の場合には、認可の

とおり、当該会社が当該条項を実行することについて妨げない。

【共同取引に係る届出手続関係】

第 93AB 条（共同取引の届出）

(1A) 略

(1) 会社が、

(a) 第 45 条(2)(a)に記載する種類の条項を含んだ契約（最初の契約）を作るか、作る予定である場合

(b) 第 45 条(2)(b)に記載する種類の条項がある契約（最初の契約）の条項を実行する予定である場合

に(2)、(3)及び(4)で述べる 3つの必要条件が満たされる場合にのみ、委員会に当該契約又は作成予定の契約の詳細を述べた届出（共同取引届出）を提出する。

(2) 1 番目に、会社は以下について 1 人以上（契約当事者）と最初の契約を作成するか、作成を企図するものでなければならない。

(a) 当該会社と契約当事者による他の者（ターゲット）への特定の商品又はサービスの供給

(b) 当該会社と契約当事者による他の者（ターゲット）からの特定の商品又はサービスの取得

(3) 2 番目に、当該会社は以下についてターゲットと 1 件以上の契約をすることを合理的に予想しなければならない。

(a) 当該会社によるターゲットへの 1 以上の商品又はサービスの供給

(b) 当該会社によるターゲットからの 1 以上の商品又はサービスの取得

(4) 3 番目に、会社は以下のことを合理的に予想しなければならない。

(a) 当該会社が、当該ターゲットと 1 件だけ契約することを合理的に予想する場合（当該契約の下で商品又はサービスの供給又は取得に対する価格の総額）

(b) 当該会社が、当該ターゲットと 2 件以上の契約をすることを合理的に予想する場合（それらの契約の下で商品又はサービスの供給又は取得に対する価格の総額）

12 か月の期間で、300 万ドル又は規則で定められた他の総額を超えてはならない。規則では異なる産業に関して異なる総額を規定できる。

7 アメリカ

○ロビンソン・パットマン法

第 2 条

(a) 通商に従事する者が、その通商の過程において、直接であると間接であるとを問わず、同等同質の商品の異なる購入者間で価格の面で差別することは、かかる差別に係る購入の何らかの部分が通商において行われ、その商品が合衆国内、合衆国の准州内、

コロンビア特別区内、領有島嶼内又は合衆国の管轄下にあるその他の地域内において使用、消費又は再販売のために販売され、かつ、かかる差別の効果が通商のいずれかの部分において競争を実質的に減殺することとなり、若しくは独占を形成するおそれがあり、又はかかる差別の利益を与える者若しくはこれを知りつつ受ける者との、若しくはこれらのいずれかの者の顧客との競争を阻害し、破壊し、若しくは妨害することとなる場合には、これを違法とする。ただし、この規定は当該商品が当該購入者に販売され、又は引き渡される場合の方法又は数量の差に基づく製造、販売若しくは引渡しのコストの差を単に正当に斟酌した差異を設けることを妨げるものではない。

なお、連邦取引委員会は、適正な調査及び利害関係人全てに対する聴聞の後、特定の商品又は特定の種類の商品に関し、大量購入者が極めて少なく、そのため差異を設けることが通商のいずれかの分野において、不当に差別的であるか又は独占の促進になると思料する場合には、数量限度を設定し、かかる数量限度について所要の変更を行うことができる。この規定は、このように設定された数量限度を超える数量の差に基づく差異を許容するものと解してはならない。

また、本項の規定は、通商において商品の販売に従事する者が自己の顧客を選択することについては、それが善意による取引であり、かつ、取引制限をもたらさない限り、これを妨げるものではない。さらに、本項の規定は、腐敗しやすい商品で現に品質が低下し、又は品質の低下が切迫している場合、季節商品で時期外れになっている場合、裁判所の命令による強制競売又は当該商品の事業中止に伴う善意の販売等当該商品の市場又は売れ行きに影響を及ぼす事情変化に対応して、適宜かかる商品の価格を変更することを妨げるものではない。

- (b) 本条に基づく訴の審理において、価格、提供された役務又は施設について差別のあったことに関し証拠が提出されたときには、かかる一応有利な証拠に対して正当化事由を示して反証する責任は、本条違反として訴えられた者が負うものとし、当該正当化事由が積極的に証明されない限り、連邦取引委員会はかかる差別を中止させる命令を発することができる。ただし、この規定は、販売業者が競争者の同等に低い価格、又は競争者が提供する役務若しくは施設に善意で対抗するために行ったものであることを主張して、かかる一応有利な証拠に対して反証することを妨げるものではない。
- (c) 通商に従事する者が、その通商の過程において、手数料、仲買料若しくは他報酬として何らかの価値あるもの又はこれに代わる手当若しくは割引料を支払い、提供し、受領し、又は受諾することは、これを違法とする。ただし、かかる取引の相手方、又は当該取引の当事者の代理人又はその他の仲介者であって、当該報酬を提供し若しくは支払う者以外の者のために現実に行動し又は直接若しくは間接にその管理に服している者に対して、商品の販売又は購入に関連して提供された役務についてはこの限りでない。

- (d) 通商に従事する者が、製造し、販売し、又は販売申込をした製品若しくは商品の加工、取扱い、販売若しくは販売申込に関連して、自己の顧客によって又はそれを通して提供された役務若しくは施設の報酬又は対価として、かかる通商の過程において、その顧客に対し若しくはその者のために何らかの価値あるものを支払い、又は支払う旨の契約を締結することは、かかる支払若しくは対価が製品若しくは商品の流通において競争関係にある他の全ての顧客に比例的に平等な条件で与えられない限り、これを違法とする。
- (e) 加工し又は加工せずに再販売する目的で購入した商品の購入者について、加工、取扱い、販売又は販売申込に関連して役務又は施設を比例的に平等な条件で全ての購入者に与えるものではない条件で提供する旨の契約を締結し、提供し、又は提供することに役立てることにより、特定の購入者を他の購入者よりも差別的に有利に取り扱うことは、これを違法とする。
- (f) 通商に従事する者が、その通商の過程において、本条により禁止されている価格差別を知りつつ誘引し又は受領することは、これを違法とする。

第3条 通商に従事するいかなる者も、その通商の過程において、同等、同質で同量の商品の販売に関し、販売行為のときに買手の競争者が利用し得る値引き、リベート、手当、広告サービス費用のほかに、何らかの値引き、リベート、手当、広告サービス費用を買手に与えることにより、故意に買手の競争者を差別する販売行為又は販売契約の締結に関与し又は助力すること；合衆国内のいずれかの地域において、合衆国内の当該地域における競争を破壊し又は競争者を排除する目的をもって、合衆国内の他の地域において課している価格より低い価格で商品を販売し又は販売契約を締結すること；又は競争を破壊し、又は競争者を排除する目的をもって、不当に低い価格で商品を販売し又は販売契約を締結することは、これを違法とする。

本条の規定に違反する者は、その罪の認定があったときは、5,000ドル以下の罰金若しくは1年以下の禁固又はこれを併科する。

参考文献一覧

1 EU

- ・ 帰山雄介「EU競争法における支配的地位搾取型濫用規制（上）」「同（下）」（国際商事法務第39巻第4号（通巻586号）475頁，第39巻第5号653頁（通巻587号）（2011年））
- ・ 高橋岩和「中小企業と競争政策」（公正取引第745号（2012年）2頁）
- ・ European Commission, Food Price in Europe, COM (2008) 821 final (2008)
- ・ ICN Task Force for Abuse of Superior Bargaining Position, Report on Abuse of Superior Bargaining Position (2008)
- ・ Pranvera Këllezi, ‘Abuse below Threshold of Dominance? Market Power, Market Dominance, and Abuse of Economic Dependence’, Mark-Oliver Mackenrodt et al, *Abuse of Dominant Position, New Enforcement Mechanisms?* (Springer, 2008), pp 55-88
- ・ European Commission, A better functioning food supply chain in Europe, COM 2009 (591) final (2009)
- ・ Myriam Vander Stichele, SOMO & Bob Young, Europe Economics, ‘The Abuse of Supermarket Buyer Power in the EU Food Retail Sector, Primary Survey of Evidence’ (AAI - Agribusiness Accountability Initiative, 2009)
- ・ European Commission, Retail market monitoring report “Towards more efficient and fairer retail services in the internal market for 2020”, COM (2010) 355 final (2010).
- ・ Ioannis Kokkoris, ‘Are we underenforcing Article 102 TEFU’, F. Etro and I. Kokkoris (eds.), *Competition Law and the Enforcement of Article 102* (Oxford University Press, 2010), Chap. 9
- ・ European Commission, High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain Report (HLF.015 final) (2012)
- ・ European Commission, Summary Report of the Responses Received to the Commission’s Consultation on Unfair Business to Business Commercial Practice (2012)
- ・ European Competition Network: Report on competition law enforcement and market monitoring activities by European competition authorities in the food sector (2012)
- ・ European Commission, Communication from the Commission, Setting up a European Retail Action Plan, COM (2013) 36 final (2013)
- ・ European Commission, Green Paper on Unfair Trading Practices in the Business-to-Business Food and Non-Food Supply Chain in Europe, COM (2013) 37 final (2013)
- ・ OECD, Roundtable on Competition Issues in Food Chain Industry—Note by the European Union—, Competition Committee, Directorate for Financial and Enterprise Affairs, DAF/COMP/WD (2013) 105 (2013)

2 イギリス

- 「世界の競争法－英国 (United Kingdom)」 (公正取引委員会ホームページ)
<http://www.jftc.go.jp/kokusai/worldcom/kakkoku/abc/allabc/u/uk.html> [閲覧日 2014 年 5 月 17 日]
- 「Fair Trading Act 1973」 (legislation.gov.uk ホームページ)
<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1973/41#> [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- 「Competition Act 1998」 (legislation.gov.uk ホームページ)
<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/41/contents> [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- 「Enterprise Act 2002」 (legislation.gov.uk ホームページ)
<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/40/contents> [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- 「海外当局の動き」 (公正取引委員会ホームページ)
<http://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/sonota/2012/sonota1203.html> [閲覧日 2014 年 5 月 17 日]
- 「Announcement－Competition reforms to strengthen UK’ s world class regime」 (GOV.UK ホームページ)
<https://www.gov.uk/government/news/competition-reforms-to-strengthen-uk-s-world-class-regime> [閲覧日 2014 年 5 月 17 日]
- 「Competition & Markets Authority－What we do」
<https://www.gov.uk/government/organisations/competition-and-markets-authority/about> [閲覧日 2014 年 5 月 17 日]
- 「Supermarkets－A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom」 (2000 年 10 月 UK Government Web Archive ホームページ)
http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- 「The supermarkets code of practice－Report on the review of the operation of the code of practice in the undertakings given by Tesco, Asda, Sainsbury and Safeway to Secretary of State for Trade and Industry on 18 December 2001」 (2004 年 2 月公正取引庁ホームページ)
http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/consumer_protection/oft697.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- 「Supermarkets: The code of practice and other competition issues」 (2005 年 3 月公正取引庁ホームページ)
http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/comp_policy/oft783.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- 「Supermarkets: The code of practice and other competition issues (Conclusions)」

(2005 年 8 月公正取引庁ホームページ)

http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/comp_policy/oft807.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「The grocery market—The OFT's reasons for making a reference to the Competition Commission」 (2006 年 5 月)

http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/comp_policy/oft845.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「The supply of groceries in the UK market investigation」 (2008 年 4 月競争委員会ホームページ)

http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/pdf/non-inquiry/rep_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「THE GROCERIES (SUPPLY CHAIN PRACTICES) MARKET INVESTIGATION ORDER 2009」

http://www.offt.gov.uk/shared_offt/monopolies/GSCOP-Order.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「Groceries Code Adjudicator Act 2013」 (legislation.gov.uk ホームページ)

<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2013/19/contents> [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「Statutory guidance on how the Groceries Code Adjudicator will carry out investigation and enforcement functions」 (2013 年 12 月 Groceries Code Adjudicator ホームページ)

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/267639/GCA_Statutory_Guidance_on_investigation_and_enforcement.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「Press releases 2003—OFT to conduct supermarkets code review」 (公正取引庁ホームページ)

http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2003/pn_16-03#.U3dSYCiuo7A [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「Press releases 2004—OFT publishes supermarkets code review: OFT to conduct compliance audit with supermarkets」 (公正取引庁ホームページ)

<http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2004/28-04#.U3c3eyiuo7A> [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「Press releases 2004—OFT appoints supermarket code compliance auditors」 (公正取引庁ホームページ)

<http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2004/supermarket-code#.U3c6CSiuo7A> [2014 年 5 月 17 日閲覧]

- 「Press releases 2005—OFT publishes Supermarkets Code compliance audit」 (公正取引庁ホームページ)

- <http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2005/52-05#.U3dTVSiuo7A> [2014 年 5 月 17 日閲覧]
- ・「Press releases 2005—No need for more supermarket regulation」(公正取引庁ホームページ)
<http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2005/146-05#.U3c6kiiuo7A> [2014 年 5 月 17 日閲覧]
 - ・「Press releases 2006—OFT to refer grocery market to Competition Commission」(公正取引庁ホームページ)
<http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2006/84-06#.U3c7Vyiyo7A> [2014 年 5 月 17 日閲覧]
 - ・「News Release, GROCERIES MARKET INVESTIGATION—FINAL REPORT」(競争委員会ホームページ)
http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/pdf/non-inquiry/press_rel/2008/apr/pdf/14-08.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]
 - ・「News Release, CC PUBLISHES CODE OF PRACTICE ORDER」(競争委員会ホームページ)
http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/pdf/non-inquiry/press_rel/2009/feb/pdf/08-09.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]
 - ・「News Release, CC CONSULTS ON OMBUDSMAN PLAN」(競争委員会ホームページ)
http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/pdf/non-inquiry/press_rel/2009/apr/pdf/20-09.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]
 - ・「News Release, CC PUBLISHES CODE OF PRACTICE AND OMBUDSMAN RECOMMENDATION」(競争委員会ホームページ)
http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/pdf/non-inquiry/press_rel/2009/aug/pdf/36-09.pdf [2014 年 5 月 17 日閲覧]
 - ・「ROUNDTABLE ON COMPETITION ISSUES IN FOOD CHAIN INDUSTRY—Note by the United Kingdom—」(2013 年 10 月)
 - ・小林逸太「スーパーマーケットの市場支配力と独占禁止政策：英国の場合」(東海大学政治経済学部紀要第 34 号 2002 年)
 - ・小林逸太「スーパーマーケットに対する競争政策—英国グロサリー調査管見—」(東海大学政治経済学部紀要第 40 号 2008 年)
 - ・杉浦市郎「イギリス競争委員会のスーパーマーケット報告書—大規模小売業者による納入業者に対する不公正取引—」(公正取引 No. 6552005 年 5 月)
 - ・杉浦市郎「イギリスにおけるスーパーマーケットのコード・オブ・プラクティス—大規模小売業者による納入業者に対する不公正取引の規制—」(愛知大学法学部法経論集第 168 号 2005 年 7 月)
 - ・「The Welfare Consequences of the Exercise of Buyer Power」(1998 年 9 月公正取引庁

ホームページ) http://www.oft.gov.uk/shared_oftr/reports/comp_policy/oft239.pdf
〔2014年5月17日閲覧〕

- ・「FARMING&FOOD—a sustainable future, Report of the Policy Commission on the Future of Farming and Food」(2002年1月)
<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100807034701/http://archive.cabinetoffice.gov.uk/farming/pdf/PC%20Report2.pdf>〔2014年5月17日閲覧〕
- ・「The Association of Convenience Stores v Office of Fair Trading」(Competition Appeal Tribunal ホームページ)
<http://www.catribunal.org.uk/238-616/1052-6-1-05-The-Association-of-Convenience-Stores.html>〔2014年5月17日閲覧〕
- ・「GROCERIES CODE ADJUDICATOR BILL (Explanatory Notes to the Bill)」(www.parliament.uk ホームページ)
<http://www.publications.parliament.uk/pa/bills/cbill/2012-2013/0062/en/20130062en.htm>〔2014年5月17日閲覧〕
- ・「Supermarkets : the Groceries Code Adjudicator—Commons Library Standard Note」(www.parliament.uk ホームページ)
<http://www.parliament.uk/briefing-papers/SN06124.pdf>〔2014年5月17日閲覧〕
- ・「PKF—About PKF International」(PKF ホームページ)
<http://www.pkf.com/about>〔2014年5月17日閲覧〕

3 フランス

- ・馬場文「フランス競争法における経済的従属関係濫用規制」(公正取引第626号公正取引協会(2002年)45頁)
- ・Termes juridiques 研究会訳『フランス法律用語辞典〔第2版〕』(三省堂, 2002年)
- ・大澤彩「事業者間契約における不当条項規制をめぐる立法論的視点(1)——近時のフランス法を素材に——」「同(2)」(法政志林第108巻第4号(2011年)226頁, 第109巻第1号(2012年)112頁)
- ・OECD, OECD Reviews of Regulatory Reform, Regulatory Reform in France, The Role of Competition Policy in Regulatory Reform (2003)
(<http://www.oecd.org/regreform/32481170.pdf>)
- ・André Decocq et Georges Decocq, *Droit de la Concurrence interne et communautaire*, 2^e édition, (L.G.D.J., 2004), pp. 155-162 & 383-398
- ・Dominique Brault, *Politique et pratique du droit de la concurrence en France*, (Armand Colin, 2005), pp. 204-237 & 422-434
- ・Marie Malaurie-Vignal, *Droit de la concurrence interne et communautaire*, 3^e édition, (Armand Colin, 2005), pp. 92-108 & 207-210

- Cour de Cassation, La notion de dépendance économique en droit de la concurrence (http://www.courdecassation.fr/publications_26/rapport_annuel_36/rapport_2009_3408/etude_personnes_3411/commerciale_cour_3420/economique_droit_3432/economique_droit_15342.html) (2014 年 5 月 22 日閲覧)
- Chapter 10 France, Marjorie Holmes & Lesley Davay, *A Practical Guide to National Competition Rules across Europe*, 2nd ed. (Kluwer Law International, 2007), pp. 286-289
- Application du Titre IV du Livre IV du Code de commerce, Actions en justice à l'initiative des acteurs économiques, Bilan des décisions judiciaires civiles et pénales' (période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2012) (Faculté de Droit de Montpellier, 2013), pp. 31 & 50
- Vogel Global Network, Chapter 11 FRANCE, Global Competition Law, A practitioner's Guide (SAS LawLex, 2012), pp. 169-181
- Louis Vogel and Joseph Vogel, 'Abuse of Dominance under French Law: Desirable Evolutions, The European Antitrust Review' (Vogel & Vogel, 2012)
- Roundtable on Competition Issues in Food Chain Industry—Note by France—, Competition Committee, Directorate for Financial and Enterprise Affairs, DAF/COMP/WD (2013)94 (2013)
- Jean-Louis Fourgoux et Leyla Djavadi, Les clauses contractuelles à l'épreuve du « déséquilibre significatif » : état de la jurisprudence, Contrats Concurrence Consommation (LexisNexis, 2013) n° 11, pp.6-16

4 ドイツ

- 「Deutscher Bundestag 17. Wahlperiode」 Drucksache 17/10365 (2012 年)
<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/103/1710365.pdf> (閲覧日 2014 年 2 月 20 日)
- 「Immenga/Mestmäcker Wettbewerbsrecht GWB 4. Auflage」 (2007 年)
- Rainer Bechtold 「GWB Kartellgesetz Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen Kommentar」 (第 7 版 2013 年)
- Florian Bien 編集 「Das deutsche Kartellrecht nach der § 8 GWB- Novelle」 (2013 年)
- Anja Palatzke 「Nachfragemacht im Kartellrecht - Bewährungsprobe für den More Economic Approach」 (2012 年)
- Florian Stollowsky 「Nachfragemacht im Lebensmittelhandel」 (2009 年)
- Sascha Wingen 「Die Nachfragemacht des Handels gegenüber der Industrie」 (2013 年)
- Philipp Bartole 「Handelsmacht vs. Herstellermacht」 (2010 年)

- ・Ulmer 「Die neuen Vorschriften gegen Diskriminierung und unbillige Behinderung (§ 26 Abs. 2 Satz 3 und Abs. 3, § 37a Abs. 3 GWB)」 WuW1980 年 474 頁
- ・森平明彦 「ドイツ競争法制における「利益強要(Anzapfen)」の禁止(1)-自由保護と公正保護を架橋する競争歪曲の概念-」 (高千穂論叢第 47 巻第 1 号(2012 年))
- ・森平明彦 「ドイツ競争法制における「利益強要(Anzapfen)」の禁止(2 完)-自由保護と公正保護を架橋する競争歪曲の概念-」 (高千穂論叢第 47 巻第 2 号)

5 韓国

- ・韓国公正取引委員会 2013 年統計年報
- ・中山武憲「韓国独占禁止法における優越的地位濫用規制の理論と運用」(公正取引第 626 号(2002 年 12 月))
- ・権五乗(中山武憲・訳)「韓国独占規制及び公正取引関連法のエンフォースメント」(公正取引第 722 号(2010 年 12 月))
- ・中山武憲「韓国競争政策の動向」(公正取引第 762 号(2014 年 4 月))
- ・本城昇「韓国の独占禁止法と競争政策」(日本貿易振興機構アジア経済研究所, 1996 年)
- ・向山英彦「どう変わる韓国新政権下の経済政策と対日経済関係」(環太平洋ビジネス情報 No. 48)
- ・藤原夏人「【韓国】大企業に対する規制を強化」(国立国会図書館調査及び立法調査局, 「外国の立法」2013 年)
- ・「下請法改正案が成立」
http://world.kbs.co.kr/japanese/news/news_hotissue_detail.htm?No=108713 [閲覧日 2013 年 5 月 28 日]
- ・「百貨店に売上高の半分支払い, 中小企業に重い負担」
<http://monma5376.blog120.fc.com/blog-entry-1637.html> [閲覧日 2013 年 6 月 17 日]
- ・「韓国国民の 7 割『経済民主化政策に賛成』」
<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20130417-00000035-yonh-kr> [閲覧日 2013 年 5 月 28 日]

6 中国

- ・萱野純子ほか「中国ビジネス・ローの最新実務 Q & A 第 82 回 中国の不正競争防止法(1)」
- ・アンダーソン・毛利・友常法律事務所 「中国法令調査報告書 小売業者, 供給業者公平取引管理弁法」(2006 年 10 月 30 日)
- ・アンダーソン・毛利・友常法律事務所 「中国法令調査報告書 小売業者販売促進行為管理弁法」(2006 年 9 月 28 日)
- ・公正取引委員会事務総局官房国際課海外調査班「優越的地位の濫用規制に関連する海外

- の規制について（未定稿）」（2013年3月29日）
- ・大矢一夫「中国の『清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作方案』の取組について（メモ）』（2013）
 - ・韓懿「中国競争法における『相対的な支配的地位』の濫用理論について」（新世代法政策学研究 Vol.8 239頁以下（2010））
 - ・「小売業の国際展開に関する調査報告書【エグゼクティブ・サマリー中国】」（2008年頃経済産業省ホームページ）
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/daikibo/downloadfiles/cina.pdf>〔閲覧日 2014年2月13日〕
 - ・イズミヤ総研「中国におけるビジネスチャンスと流通課題」（海外流通情報 第374号1頁以下（2010））
 - ・中川裕茂ほか「中国における大規模小売業者に対する法規制～『小売業者・納入業者公平取引管理弁法』の事例解説～」(Lexis 企業法務 2007.2 No.14 (2007))
 - ・呉明憲ブログ（2009年5月20日～2011年5月18日） <http://blog.goo.ne.jp/gomeiken>〔閲覧日 2014年2月13日〕
 - ・中川裕茂「法務の疑問に答える中国独占禁止法Q&A」（レクシスネクシス・ジャパン株式会社, 2011）
 - ・大矢一夫「中国における優越的地位の濫用規制に関する質問事項への回答」（2013）
 - ・韓正洲「グローバル小売企業の競争優位の構築に関する研究」（大学院研究年報第16号27頁以下（2013））
 - ・藤本豪「中国における商業賄賂規制と実務上の対策」（2012）
 - ・曾根康雄「中国小売業のグローバル化—対外開放の成果と展望—」（経済化学研究所紀要第41号（2011））
 - ・『日経MJ』（2012年12月21日7面 アジア小売見聞）
 - ・戴龍「中華人民共和国独占禁止法調査報告書（抜粋）」
 - ・韓懿「中国における優越的地位の濫用規制に関する質問への回答」（2013年11月）
 - ・渡辺達朗ヒアリング（2013年12月13日）
 - ・渡辺達朗「中国における競争政策の整備および展開状況と課題—2つの管理弁法と独占禁止法を中心に—」（専修ビジネス・レビュー2008vol.4（2008））
 - ・渡辺達朗「中国における市場流通関連法体系の整備—動向と展望—」（流通情報（2008））
 - ・渡辺達朗「中国食品小売業のダイナミズム～チェーン小売企業の動向とバイイング・パワーを中心に～」（流通情報2011 490号（2011））
 - ・渡辺達朗監修，陳立平著，李雪訳「中国の大規模小売企業における『連営制』の生成と展開」（流通情報493号（2011））
 - ・渡辺達朗ほか「中国政府の流通政策の動向について」（2013年3月8日中国チェーンストア政策研究会（渡辺達朗資料））

- ・渡辺達朗ほか「中国における流通ビジネスの難しさと可能性」(2013年8月6日中間流通研究会(渡辺達朗資料))
- ・渡辺達朗「中国における大規模小売業者のバイイングパワー規制ー『不公正取引』規制をめぐる動向を中心にー」(流通情報484号(2010))
- ・中華人民共和国反不正当竞争法 (1993年9月2日公布 J E T R Oホームページ)
<http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/19930902.pdf> [閲覧日 2014年2月12日]
- ・中华人民共和国反不正当竞争法 (1993年9月2日第八届全国人民代表大会常务委员会议第三次会议通过 1993年9月2日中华人民共和国主席令第十号公布 自1993年12月1日起施行 中国中央政府ホームページ)
http://www.gov.cn/banshi/2005-08/31/content_68766.htm [閲覧日 2014年2月7日]
- ・小売業者・納入業者公平取引管理弁法 (2006年7月13日制定, 11月15日施行 J E T R Oホームページ)
http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/law/pdf/invest_028.pdf [閲覧日 2014年2月13日]
- ・商务部, 发展改革委, 公安部, 税务总局, 工商总局令2006年第17号 公布《零售商供应商公平交易管理办法》(2006年10月3日 商務部ホームページ)
<http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/c/200610/20061003442804.html?2726043964=3867762066> [閲覧日 2014年2月7日]
- ・中華人民共和国独占禁止法 (2007年8月30日公布, 2008年8月1日施行 J E T R Oホームページ)
http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/law/pdf/invest_030.pdf [閲覧日 2014年2月13日]
- ・中华人民共和国反垄断法 (2007年8月30日第十届全国人民代表大会常务委员会议第二十九次会议通过 2007年8月30日 中国中央政府ホームページ)
http://www.gov.cn/flfg/2007-08/30/content_732591.htm
- ・徐涛「中国における商慣行と経済制度」(福岡大学経済学論叢 第52巻 499~514頁 (2008))
- ・川島富士雄ヒアリング (2013年3月5日)
- ・商务部 发展改革委 公安部 税务总局 工商总局关于印发《清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作方案》的通知 (2011年12月19日 中国商務部ホームページ)
<http://www.mofcom.gov.cn/article/h/redht/201112/20111207899504.shtml> [閲覧日 2014年2月7日]
- ・零供関係拉鋸 整治進場費僵局難解(「中国商報」2012年6月15日)。
- ・在进一步做好清理整顿违规收费联合检查阶段工作电视电话会议上的讲话 (2012年6月13日 中国商務部姜增偉副部長ホームページ)

- <http://jiangzengwei.mofcom.gov.cn/article/speeches/201206/20120608176431.shtml>
〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕
- ・温家宝主持召开国务院常务会议研究确定降低流通费用 10 项政策措施审议通过《征信业管理条例（草案）》（2012 年 12 月 26 日 中华人民共和国中央人民政府ホームページ）
http://www.gov.cn/ldhd/2012-12/26/content_2299669.htm〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕
 - ・关于请提供零供交易管理立法建议的函 商秩司函〔2013〕183 号（2013 年 7 月 4 日商務部市场秩序司ホームページ）
<http://sczxs.mofcom.gov.cn/article/ybr/haichan/201307/20130700187204.shtml>〔閲覧日 2014 年 2 月 13 日〕
 - ・商务部 发展改革委 公安部 民政部 税务总局 工商总局关于做好零售商供应商交易监管工作的通知 商秩函〔2013〕356 号（2013 年 7 月 4 日商務部市场秩序司ホームページ）
<http://sczxs.mofcom.gov.cn/article/ybr/haichan/201307/20130700187206.shtml>〔閲覧日 2014 年 2 月 13 日〕
 - ・商务部等五部门有关负责人就 《零售商供应商公平交易管理办法》 有关问题答中国政府网问（2006 年 11 月 9 日 中国中央政府ホームページ）
http://www.gov.cn/ztzl/yzn/content_479493.htm〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕
 - ・《零售商供应商公平交易管理办法》的理解与适用（2007 年 1 月 31 日 工商総局ホームページ）
http://www.saic.gov.cn/gslld/gztt/200703/t20070305_55700.html...〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕
 - ・商务部等部门清理整顿大型零售企业向供应商违规收费 3 亿多元（2013 年 2 月 5 日 中国广播网ホームページ）
http://china.cnr.cn/NewsFeeds/201302/t20130205_511929881.shtml〔閲覧日 2013 年 9 月 27 日〕
 - ・曲靖市商务局开展清理整顿大型零售企业向供应商违规收费实施方案（2013 年 5 月 8 日 中国商務部ホームページ）
<http://www.mofcom.gov.cn/article/difang/yunnan/201305/20130500118175.shtml>〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕
 - ・湖北省取消大型零售商向供应商所收取 26 项违规收费（2013 年 6 月 24 日 湖北省人民政府ホームページ）
http://www.hubei.gov.cn/zwgk/bmdt/201306/t20130622_455133.shtml〔閲覧日 2014 年 2 月 12 日〕
 - ・華潤万家向供應商收被罰 10 萬元 商超亂收費名目變身合同內容（第一財經日報 2012 年 7 月 10 日）
 - ・徐子良「大型零售商与供货商纠纷之反垄断法解读」（上海市第二中级人民法院ホームページ）
<http://www.shefy.com/view.html?id=61739>〔閲覧日 2014 年 2 月 13 日〕

- ・楊潔「発展途上国の競争政策—中国—」公正取引 546 号 32 頁以下 (1996)
- ・垣内晋治「中国における競争政策の動き」公正取引 732 号 9 頁以下 (2011)
- ・張輝「中国競争法 (『反不正当竞争法』) について—『不正当竞争行為』を中心に—」 (公正取引 520 号 53 頁以下 (1994))

7 オーストラリア

- ・ミシェル・タン「オーストラリアの取引慣行法による非良心的行為 (Unconscionable Conduct) の規制」(1993. 7 阪大法学 43 (1-274))
- ・2013 年 10 月 OECD 会合 (フードチェーン産業) オーストラリア貢献文書
- ・ミシェル・タン「オーストラリア新消費者法の概要と特色」(2011 年 12 月 24 日 シンポジウム「消費者法の課題と展望Ⅲ～消費者法の「かたち」を考える～」(日本弁護士連合会ホームページ))
http://www.nichibenren.or.jp/library/ja/event/data/20111224_siryou.pdf [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「2020: INDUSTRY AT A CROSSROADS」(AFGC ホームページ)
<http://www.afgc.org.au/2020-industry-at-a-crossroads-report.html> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「Report of the ACCC inquiry into the competitiveness of retail prices for standard groceries - July 2008」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/publications/report-of-the-accc-inquiry-into-the-competitiveness-of-retail-prices-for-standard-groceries-july-2008> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・Professor Allan Fels「Trade Practices Act and the food sector」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/speech/trade-practices-act-and-the-food-sector> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「Authorisations」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/business/applying-for-exemptions/authorisations> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「Notifications」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/business/applying-for-exemptions/notifications> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「ACCC and AER Annual report 2011-12」(Australian Energy Regulator ホームページ)
<http://www.aer.gov.au/node/18181> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「ACCC releases new Compliance and Enforcement Policy」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/media-release/accc-releases-new-compliance-and-enforcem>

- ent-policy [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
- ・「ACCC to investigate Coles, Woolies」(The Sydney Morning Herald ホームページ)
<http://www.smh.com.au/business/accc-to-investigate-coles-woolies-20130214-2eg16.html> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
 - ・「Horticulture code of conduct」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/business/industry-codes/horticulture-code-of-conduct> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
 - ・「An overview of the Horticulture Code」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/publications/an-overview-of-the-horticulture-code> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
 - ・「ACCC accepts undertaking for alleged breaches of Horticulture Code」(ACCC ホームページ)
<http://www.accc.gov.au/publications/an-overview-of-the-horticulture-code> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
 - ・「Authorisations register」(ACCC ホームページ)
<http://registers.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/278039> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
 - ・「Collective bargaining notification register」(ACCC ホームページ)
<http://registers.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/773840> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]
 - ・「世界の競争法 オーストラリア」(公正取引委員会ホームページ)
<http://www.jftc.go.jp/kokusai/worldcom/kakkoku/abc/allabc/a/australia.html> [閲覧日 2014 年 2 月 20 日]

8 アメリカ

- ・渡辺達朗, 専修大学商学部教授, (財) 流通経済研究所評議員「アメリカにおける価格差別と購買力濫用に対する規制ーロビンソン・パットマン法の実効性をめぐってー」(流通情報, 2012 年)
- ・松下満雄, 上智大学教授「購買力 (バイイングパワー) の濫用と法規制(1)~(3)」(NBL No. 244)
- ・松下満雄・渡邊泰秀「アメリカ独占禁止法」[第 2 版](東京大学出版会, 2012 年)
- ・村上政博「アメリカ独占禁止法」[第 2 版]【アメリカ法ベーシックス 4】(弘文堂, 2002 年)
- ・佐藤一雄「米国独占禁止法 [判例理論・経済理論・日米比較]」(信山社, 2005 年)
- ・土佐和生夫「差別対価に関する研究序説ー米国のロビンソン・パットマン法をてがかりにしてー」(香川法学, 14 巻 2 号, 香川大学法学会, 1994 年)

- ・ 中川寛子「不当廉売と日米欧競争法」(北海道大学法学部叢書 (16), 有斐閣, 2001 年)
- ・ エドワード・A・マット著, 伊従寛 監訳「アメリカ独占禁止法概説」(社団法人商事法務研究会, 1991 年)
- ・ 小島泰友・渕川和彦「流通市場における買手パワー (Buyer Power) の競争への影響について—大規模小売業者を中心として—」(公正取引委員会競争政策研究センター, 2010 年)
- ・ 岡田外司博「アメリカのディーラー法についての管見」(経済法学会年報/経済法学会編, 有斐閣, 1995 年)
- ・ 栗城利明「米国州自動車ディーラー法と法規制の多様性」(青森中央学院大学研究紀要創刊号, 1999 年)
- ・ 小林逸太「スロットティング・アローワンス研究序説—米国の商慣行と競争政策—」(東海大学政治経済学部紀要第 38 号, 2006 年)
- ・ Antitrust Modernization Commission ホームページ
<http://govinfo.library.unt.edu/amc/index.html> [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]
- ・ ANTITRUST MODERNIZATION COMMISSION REPORT AND RECOMMENDATIONS APRIL 2007
http://govinfo.library.unt.edu/amc/report_recommendation/amc_final_report.pdf
[閲覧日 2014 年 4 月 30 日]
- ・ FTC, Report on the Federal Trade Commission Workshop on Slotting Allowances and Other Marketing Practices in the Grocery Industry (2001)
http://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/report-federal-trade-commission-workshop-slotting-allowances-and-other-marketing-practices-grocery/slottingallowancesreportfinal_0.pdf [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]
- ・ FTC Releases Staff Report on Slotting Allowances and Other Grocery Marketing Practices February 20, 2001
<http://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2001/02/ftc-releases-staff-report-slotting-allowances-and-other-grocery> [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]
- ・ FTC, The Use of Slotting Allowances in the Retail Grocery Industry (2003)
<http://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/use-slotting-allowances-retail-grocery-industry/slottingallowancerpt031114.pdf> [閲覧日 2014 年 4 月 30 日]