

酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例

(製造業者A)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- 調査対象者(製造業者A社)は、当該製品について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件(リベート等)によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していたため、総販売原価を下回る価格による販売を継続していた。
- ▷ 調査対象者の行為が、
- ・ 競合する製造業者の価格決定(競合者の価格の引上げを結果的に制約)等に影響
 - ・ リベートの多寡により取引先(卸売業者)間において販売価格差が生じ、更には最終販売先の小売業者の販売価格にも影響
- を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっていることから、他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(卸売業者B)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- 調査対象者(卸売業者B社)は、事業部毎に決算額に基づき販売管理費率(以下「販管費率」という。)を算出し、当該販管費率を用いて算出した総販売原価を上回る価格設定をすることとしていたが、主要取引先別に販管費率を確認したところ、その大部分の取引先で当該販管費率を下回っていた。また、最大の取引先(大手量販店)を担当する事業部では、独自の販管費率を採用(当該取引先に対する販売管理費を圧縮)するなどしていた結果、決算額に基づく販売管理費の配賦が行われていなかった。
- そのため、B社に対し、販管費率の算定方法(費用の配賦方法)を見直すよう指導した結果、B社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率(配賦方法)が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▷ 調査対象者の行為が、最大の取引先である小売業者の廉価販売に繋がり、当該小売業者が運営する店舗の周辺小売業者の売上金額及び売上点数の減少(当該小売業者の廉価販売が要因と周辺の小売事業者においても認識)に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者C)

- ▶ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者C社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、費用の配賦漏れがあったほか、一部の商品について合理的な理由なく異なる複数の販管費率を適用するなどしており、これらの費用配賦は事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

そのため、C社に対し、販管費率の算定方法（共通費用の配賦方法）を見直すよう繰り返し指導するも、事業の実情に即した合理的な理由に基づく算定方法が示されなかったことから、酒類の販売に係る人件費については「販売点数比」を、その他の共通費用については、一般的に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者D)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者D社）は、一部の店舗で販管費の配賦漏れがあったほか、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦にあたり、売場面積割合の算出方法の誤りや、本社経費について「販売点数比」を用いて配賦していたが、当該本社経費の一部は販売点数に連動せず（販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していたことから、これらの費用配賦は事業の実情に即した合理的な配賦方法とは認められなかった。

また、D社が仕入価格から控除（仕入れに係る値引きとして処理）していたリベートについて、当事者間において事前の合意を証する契約書等の書面の作成がないなど、当該リベートは仕入れに係る値引きとは認められなかった。

そのため、D社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、D社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者E)

- ▶ ビール系飲料及び単式蒸留焼酎について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者E社）は、総販売原価を積算していたが、特定の酒類（ビール系飲料等）については、日常的に競合店の価格に合わせた販売価格を設定していたため、総販売原価を下回る価格による販売を継続していた。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者F)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者F社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦にあたり、本部経費や店舗人件費について「売場面積比」を用いて配賦していたが、これらの費用は売場面積に連動せず（売場面積の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していることから、事業の実情に即した合理的な配賦方法とは認められなかった。

そのため、F社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、F社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の来店者数、店舗総売上高及び販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者G)

- ▶ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者G社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、全ての費目を一律に「販売点数比」により配賦していた。しかし、本社経費の一部については、販売点数に連動せず（販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していることから、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

また、G社が仕入価格から控除していたリベートについて、当事者間において事前の合意を証する契約書等の書面の作成がないなど、仕入れに係る値引きとは認められなかった。

そのため、G社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、G社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者H)

- ▶ ビール系飲料及び単式蒸留焼酎について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者H社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦にあたり、本部経費のうち人件費については、「酒類従事人員比」を用いて配賦していたが、当該酒類従事人員比の算出方法（役員等の酒類従事割合を除外して計算）に合理性が認められなかった。また、固定資産等については、「粗利益比」を用いて配賦していたが、当該固定資産等は粗利に連動せず（粗利の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していることから、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

そのため、H社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、H社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び酒類の買上点数の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。