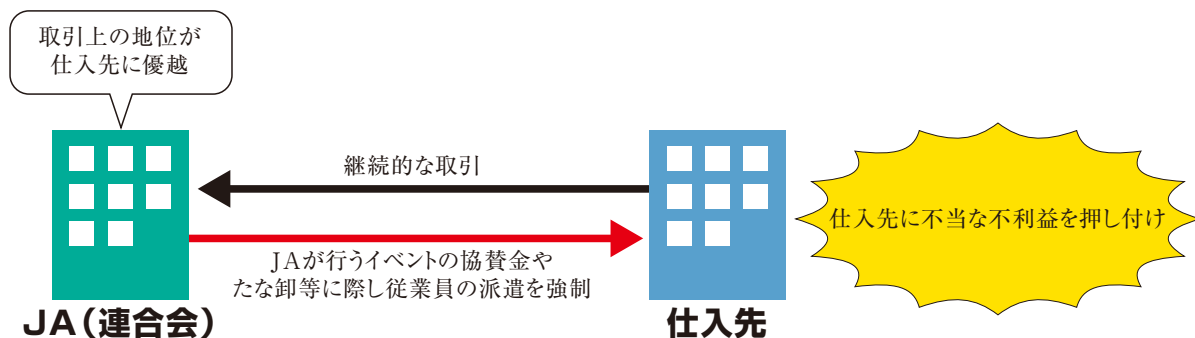


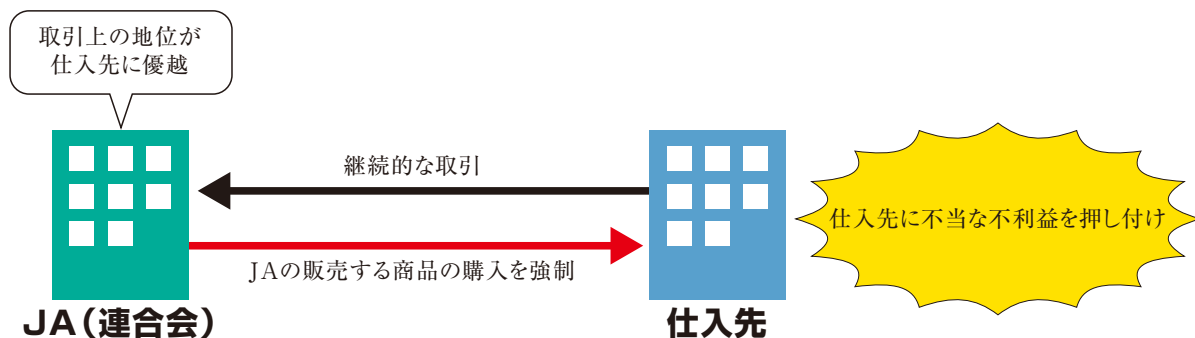
⑦仕入先等に対する優越的地位を濫用すること

- ✓ JAや連合会が自己と**継続的な取引関係にある仕入先等**に対して、取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、当該取引に係る商品・役務以外の**商品・役務を購入**させ、協賛金などの**金銭を負担**させ、**従業員を派遣**させ、**受領拒否**し、**返品**し、**支払を遅延**または**減額**し、その他、取引の**相手方に不利益となるように取引条件を設定・変更**して取引を実施するなどの行為は、事業者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するものであり、不公正な取引方法に該当するおそれがあります。
- ✓ 通常の価格交渉や、支払い条件を決めたり、納期・発送先を指定するなどは、取引の内容そのものであり、不公正な取引方法として直ちに問題になることはありません。
- ✓ 優越的地位の濫用として問題となるかどうかは、取引当事者間に取引上の地位の優劣があるか否か、取引上優越した地位にある事業者が当該地位を利用して正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えているか否かを踏まえて個別具体的に判断されます。

例) JA(連合会を含む)が自己と継続的な取引関係にある仕入先に対して、取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、自己のために金銭等の経済的利益の提供を要請する行為



例) JA(連合会を含む)が自己と継続的な取引関係にある仕入先に対して、取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、自己または自己の指定する事業者の販売する商品または役務を購入させる行為



※JAが関係取引先に農産物や商品販売することが直ちに問題になるものではありません。仕入担当者が要請したり、目標数量を示したり、取引打切りを示唆したり、一方的に送りつけたり、断られたのに再度要請したりなどすると問題となります。

⑧ 不当廉売

- ✓ 商品を、その供給に要する費用を著しく下回って継続して販売し、他の事業者の事業活動を困難にするおそれがある場合には、法定不当廉売に該当し、違反となるおそれがあります。いいかえれば、他の商品の販売による利益やその他の資金を投入しなければ販売を継続できないような低価格設定が問題となります。卸・小売業の場合、仕入原価（仕入価格+運送費等の仕入経費）に注文の履行に要する倉庫費等の営業費を加えた価格にする必要があります。
- ✓ 継続した廉売ではなくても、原価（仕入原価+販売費+一般管理費）を下回って販売すると指定不当廉売に該当することがあるので注意が必要です。
- ✓ 生鮮食料品や季節商品のように見切り販売をする必要がある場合や、需給関係から価格が低落している場合は、原価を下回って販売しても正当な理由として認められ、違反に問われることはありません。
- ✓ 仕入価格は、値引き・リベート等を考慮した実質的な仕入価格が基準となります。



チェックポイント!! 「下請法」「消費税転嫁対策特別措置法」

- ✓ 独禁法の補完法として下請代金支払遅延等防止法（下請法）が制定されており、下請取引における親事業者の義務（注1）や禁止行為（注2）が定められています。①製造委託、②修理委託、③情報成果物作成委託、④役務提供委託で下請法違反行為を行っていないか見直してみましょう。

下請取引の例

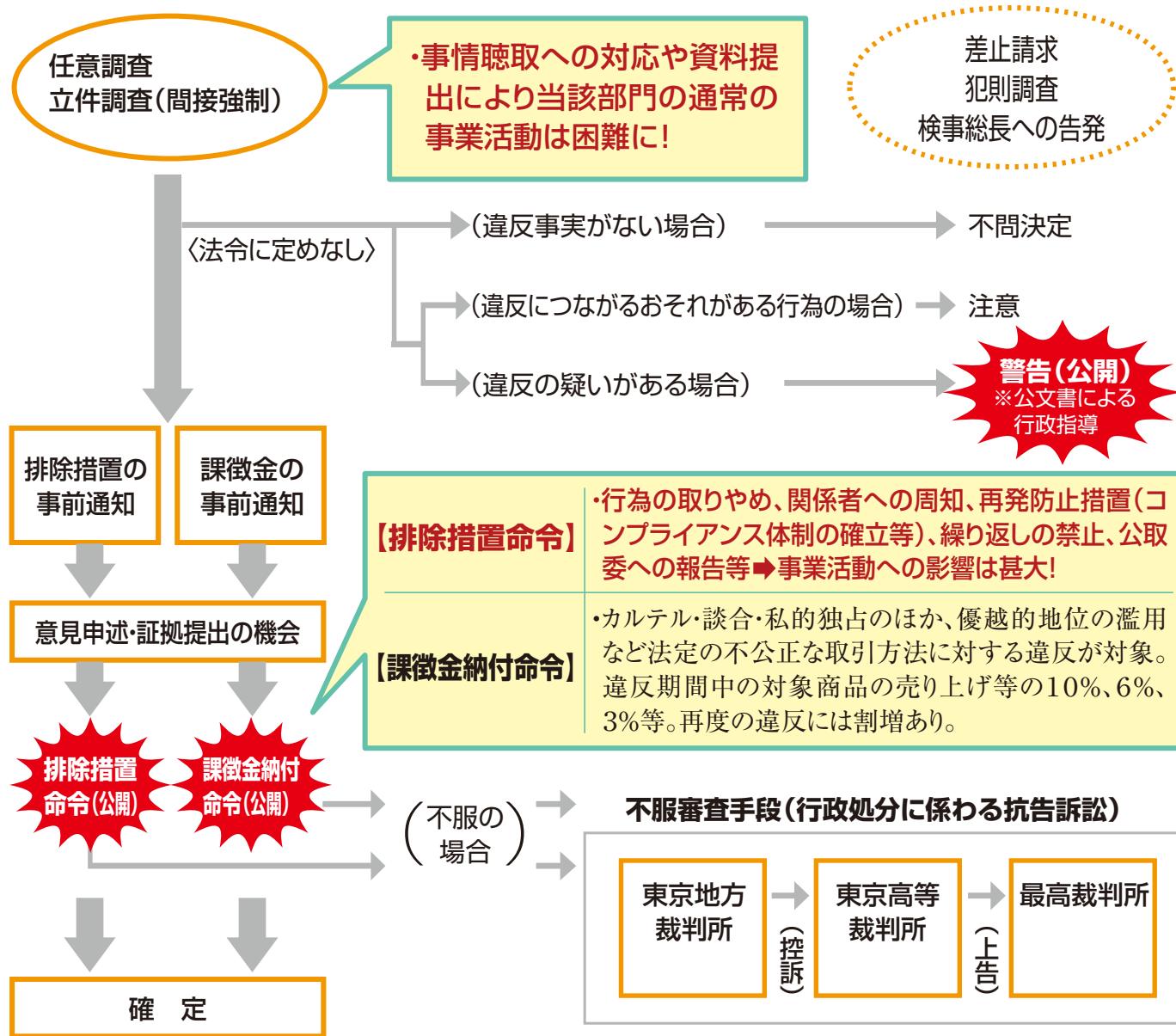
①製造委託	JAマーク・ハウスマーク等入りPB商品、専用の仕様を指定した商品製造、印刷の委託等
②修理委託	施設・農業機械・自動車の修理の再委託等
③情報成果物作成委託	建設設計図面の作成委託等
④役務提供委託	作業受委託、運送委託、保管委託等

（注1）義務行為（4項目）	書面の交付、支払期日の決定、書類の作成・保存、遅延利息の支払い
（注2）禁止行為（11項目）	受領拒否、支払遅延、下請代金の減額、返品、買いたたき、購入・利用強制、不当な経済上の利益の提供要請 など（禁止行為に該当する行為は、たとえ下請業者と合意していても、また、親事業者に違法性の意識がなくても、下請法に違反することとなります。）

- ✓ 消費税率の引き上げにあたって、消費税転嫁対策特別措置法が施行されました（平成25年10月1日～平成30年9月30日の時限立法）。①転嫁拒否等の行為の禁止（注3）、②消費税転嫁を阻害する表示の禁止（注4）等が定められています。

（注3）	消費税分を事後的に対価から減じる減額や消費税上昇分を上げない買いたたきなどを禁止。購買品以外にも個人の業務委託先や賃借料なども勧告対象とされています。
（注4）	「消費税転嫁しない」「消費税当店の負担」「消費税上昇分値引き・ポイント提供」などを禁止。

違反した場合は…「警告」「排除措置命令」は、公開。 事業活動への影響や社会的信用の 失墜などその影響は甚大!



チェックポイント!! 「景品表示法」

- ✓ 虚偽・誇大な広告や過大な景品の提供については、独禁法においても不公正な取引方法(ぎまんの顧客誘引・不当な利益による顧客誘引)として禁止されていますが、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害すると認められる景品の提供や表示を禁止するために、景品表示法(不当景品類および不当表示防止法)が制定されており、違反基準が明確化(注)されています。執行機関は消費者庁と都道府県等です。

(注1) 景品類については、景品類のタイプ別に提供できる最高限度額が定められています。また、不当表示については、消費者が誤認するかどうか判断基準となっており、その表示の裏づけとなる資料は事業者側が用意する必要があります。

(注2) 平成26年12月より景品表示法を遵守する体制(表示等管理担当者の設置、情報の確認・共有等)の整備が事業者の義務とされました。また、平成28年5月までに不当表示に課徴金制度が導入されます。