

高級家具の輸入総代理店による再販売価格の拘束

【文献種別】 公正取引委員会
【裁判年月日】 令和6年12月19日
【事件番号】 令和6年(措)第19号
【事件名】 株式会社関家具に対する排除措置命令
【裁判結果】 排除措置命令
【参照法令】 独占禁止法2条9項4号・19条
【掲載誌】 公取委ウェブサイト

追手門学院大学特任助教 近藤直人

事実の概要と命令の概要**1 関係事実**

株式会社関家具（以下「関家具」という）は、福岡県大川市に本店を置き、家具の卸売業等を営む企業である。関家具は、「Ergohuman」の商標が付された椅子（以下「同商品」という）について、中国の製造販売業者と日本国内における独占販売契約を締結し、日本国内の小売業者に販売していた。同商品は、一般消費者の間で知名度と人気が高く、多機能チェアを販売する小売業者にとって品揃えに加えておくことが重要な商品であった。

2 違反行為の概要

関家具は、同商品を、参考売価で販売する旨に同意した取引先小売業者（以下「取引先」という）に対してのみ販売していた。新たな取引先からも、当該同意を得ており、参考売価を引き上げる際も、その都度同意を得ていた。また、取引先のインターネット上の販売価格を監視し、他の取引先からの苦情を受けることで、値引き販売を行っている取引先を把握し、参考売価で販売するよう要請していた。そして、値引き販売を継続した取引先に対しては、同商品の出荷価格の引上げなどの措置を取っていた。

これらの行為の結果、取引先は、同商品をおおむね参考売価で販売していた。関家具の違反行為は、公正取引委員会（以下「公取委」という）による立入検査が行われた後、事実上行われなくなった。

3 法令の適用

関家具の行為は、正当な理由がないにもかかわらず、取引先に参考売価を維持させる条件を付けて同商品を供給していたものであり、独占禁止法（以下「独禁法」という）第2条第9項第4号イに該当し、同法第19条の規定に違反する。また、公取委は、違反行為が長期間にわたって行われていたこと、違反行為が行われなくなったのは立入検査を契機としたものであることなどの諸事情を踏まえた上で、同法第20条第2項の規定に基づき排除措置を命じている。

解説**一 本件の概要**

本件は、公取委が、5年ぶりに、再販売価格の拘束に対する排除措置を命じた事案である¹⁾。本件では、家具の卸売業を営む関家具による、同商品の販売価格に関する行為（以下「本件行為」という）が、独禁法2条9項4号イに該当するとされた。

本稿は、まず、本件において認定された事実を前提とした上で、本件における法令の解釈適用について解説する。その上で、再販売価格の拘束のTheory of harm（競争に悪影響を及ぼすメカニズム）について言及する。

二 行為要件

独禁法2条9項4号の行為要件は、事業者が、自己の供給する商品を購入する相手方に対し、そ

の商品の販売価格の自由な決定を拘束する条件を付けること、である²⁾。そして、同号イでは、相手方の価格の直接的な拘束が問題となる³⁾。関家具は、同商品の輸入総代理店であるが、自身が主体となり本件行為を実施している⁴⁾。本件行為は、関家具による、同商品を購入する取引先に対する、同商品の販売価格の決定に関する直接的な行為である。これらの事実は、同号イの行為要件に明らかに該当する。

その上で、独禁法2条9項4号は、再販売価格の「拘束」を問題とする。「拘束」の解釈について、第一次育児用粉ミルク（和光堂）事件最高裁判決⁵⁾は、「その取引条件に従うことが契約上の義務として定められていることを要せず、それに従わない場合に経済上なんらかの不利益を伴うことにより現実にその実効性が確保されていれば足りる」と判示している。また、同判決を踏まえつつ、流取ガイドラインは、「事業者の何らかの人為的手段によって、流通業者が当該事業者の示した価格で販売することについての実効性が確保されていると認められるかどうかで判断される」とする⁶⁾。よって、実効性の確保が基準となる⁷⁾。拘束を肯定する事情としては、①拘束者の地位が有力であること、②被拘束者にとって当該商品を取り扱うことが有利であること、③拘束者から出荷停止の示唆などの具体的言動があること、④実際の再販売価格が斉一化していることが挙げられる⁸⁾。

本件では、関家具が、取引先に対して、参考売価で販売する事の実効性を確保していたことを示す事実が認定されている。具体的に、関家具は、取引先から、参考売価で販売する旨の同意を得ていた⁹⁾。また、関家具は、参考売価での販売要請に従わない取引先に対し出荷価格を引き上げており（③）、取引先は、同商品をおおむね参考売価で販売していた（④）。さらに、同商品は、一般消費者の知名度と人気が高い重要な商品である（②）。そして、担当官解説を併せ読むと、関家具は、わが国の家具の卸売業において売上高が首位の地位にあるという背景事情も存在する（①）。

以上より、本件行為は、「拘束」に該当するといえる。したがって、本件行為は、独禁法2条9項4号イの行為要件を充足する。

三 公正競争阻害性

独禁法2条9項4号は、「正当な理由がないのに」という文言が含まれている。これは、原則として、公正競争阻害性を有することを示すものと解されている¹⁰⁾。よって、本件行為についても、「正当な理由」が存在しなければ、公正競争阻害性を有することの事実上の推定が存在する。

「正当な理由」に該当しうるのは、どのようなケースであろうか。第一次育児用粉ミルク（和光堂）事件最高裁判決は、「正当な理由」について、「専ら公正な競争秩序維持の見地からみた観念」であるとし、単なる事業経営上又は取引上の合理性があるにすぎないケースは該当しないとした。また、ハマナカ毛糸事件東京高裁判決¹¹⁾は、「正当な理由」について、「公正な競争秩序維持の観点から、当該拘束条件が相手方の事業活動における自由な競争を阻害するおそれがないことをいう」とし、中小小売業者の生き残りを図るという目的および産業・文化としての手芸手編み業を維持するという目的について、いずれも「正当な理由」には当たらないとした。学説は、両判決を踏まえつつ、「正当な理由」について、①競争内在的な正当化事由と、②競争外在的な正当化事由があるとし、②について、独禁法1条の究極目的を根拠とした極めて例外的なものと整理する¹²⁾。以下では、流取ガイドラインの記載も踏まえ、特に①に焦点を当てる。

流取ガイドラインは、再販売価格の拘束の「正当な理由」に関して、「フリーライダー問題」の解消等を通じたブランド間競争の促進に言及する¹³⁾。そして、再販売価格の拘束は、経済分析の観点から、同問題を解消し、需要を増大させることで、消費者厚生を向上させる可能性が指摘されている¹⁴⁾。

しかしながら、学説は、フリーライダー問題の射程が限定されていることを指摘してきた¹⁵⁾。また、流取ガイドラインは、再販売価格の拘束に関して、LRAの基準を要求している¹⁶⁾。流取ガイドラインを前提とすると、再販売価格の拘束でこそ同問題を解消し、消費者に利益をもたらすといえるケースは、極めて限られるといえよう。

そのため、『再販売価格の拘束』に関して『正当な理由』が認められる場合はほとんどないといつてよい」というのが実情である¹⁷⁾。さらに、

担当官解説は、前述した本件の特徴に加え、コロナ禍でテレワーク需要が高まった時期に同商品の売上げが増えており、当該時期に本件行為が実施されたことにより一般消費者に少なからず影響を与えた旨に言及する。不公正な取引方法において、市場画定は、要件ではなく、排除措置命令書に市場の範囲は明示されていない。しかしながら、少なくとも、関家具が、一般消費者の間で知名度と人気が高い重要な商品（差別化が進んだ商品）に関して¹⁸⁾、本件行為を実施し、一般消費者に影響を与えたとされる実態を踏まえると、本件において、「正当な理由」は、存在しそうにない。

以上より、本件行為は、「正当な理由」が存在せず、公正競争阻害性を有するといえる。したがって、独禁法2条9項4号イの要件をすべて充足し、同法19条の規定に違反するという結論が導かれるのである。

四 再販売価格の拘束の Theory of harm

その上で、本稿は、本件行為について、関家具自身のインセンティブと整合的な Theory of harm をどのように説明するのかという観点から、もう少し深掘りしたい。

関家具は、報道ベースでは、公取委に対して、本件行為について、「ブランド価値を守るため」、「安売り、値崩れを避けるため」実施した旨を説明したとされる¹⁹⁾。これらの実施理由は、古くから現在に至るまで、再販売価格の拘束が実施される典型的な理由として挙げられるものである²⁰⁾。

他方で、経済分析に裏打ちされた Theory of harm を考えるという観点からは、当該理由の理論的な説明が課題となる。というのも、川上段階のサプライヤーが、川下段階のブランド内価格競争を制限するインセンティブは、必ずしも明らかではなく、その解として提示されてきたのは、主に、フリーライダー問題の解消等の競争促進的な説明に基づくものであったためである²¹⁾。

しかしながら、近年の経済分析は、上述の実施理由と整合的なゲーム理論に基づく数理モデルを提示しており、いずれのモデルも、最低再販売価格維持が消費者厚生を低下させることを示している²²⁾。それらのモデルは、①行動産業組織論の観点から、電子商取引による価格競

争の促進²³⁾ および消費者の顕著性 (salience) という性質を前提として、サプライヤーが、消費者の注意が商品の価格面に向け、支払意思額が低下する（ブランドイメージの毀損）という観点から安売りを忌避し、再販売価格維持等を実施するインセンティブを説明する。また、②サプライヤーが、流通業者の提供するサービスを獲得するための買い手競争を実施している側面があることを前提として、流通業者に対し、競争制限に基づくマージンを保証することで、自社商品の優先的取扱いを確保するために、再販売価格維持等を実施するインセンティブを説明する。

実際、本件では、インターネット上の販売価格や他の小売業者からの苦情を踏まえた参考売価での販売要請等の事実が認定されている。これらの事実は、上述のモデルが示すメカニズムと、合致するか、少なくとも矛盾はしない。また、特に②を踏まえると、再販売価格の拘束に基づくマージン保証が、小売業者にとっての同商品の取扱いを重要なものとさせている側面もありうる。当該側面は、再販売価格の拘束が、ブランド間競争のあり方をも歪曲し、ひいては消費者の意思決定にも悪影響を及ぼすリスクを示すものである。

以上より、少なくとも、本件のような典型的な再販売価格の拘束は、消費者厚生を害するリスクが高く、今後も積極的な法執行が望まれる。また、事案によっては、独禁法2条5項に定義され3条により禁止される、私的独占の適用も検討されるべきであろう。

五 排除措置命令

なお、本件では、公取委が、関家具の違反行為が終了しているにもかかわらず（既往の違反行為）、排除措置を命じている。

独禁法7条2項を準用する同法20条2項は、不公正な取引方法について、既往の違反行為も、「特に必要があるとき」は、排除措置を命令することができる旨を規定している。そして、「特に必要があるとき」とは、違反行為の残存効果および再発可能性を考慮した公取委の専門的な裁量の下に決定され、実際には、既往の違反行為にも排除措置を命じることが一般的である²⁴⁾。

本件では、違反行為の期間（約3年半）、立入検査による違反行為の終了、そして、担当官解説

を併せ読むと、関家具の元役員らによる公取委の調査を懸念しつつの組織的な本件行為の実施という事情を勘案し、排除措置が命じられている。

●—注

- 1) 岡田博己＝藤吉尚樹「株式会社関家具に対する排除措置命令について：令和6年12月19日排除措置命令」公取892号(2025年)80頁。担当官解説は、1頁のみであるため、以下、同頁を指して「担当官解説」という。
- 2) 菅久修一編著『独占禁止法〔第5版〕』(商事法務、2024年)147頁〔伊永大輔〕。
- 3) 泉水文雄『独占禁止法』(有斐閣、2022年)447頁。同号イとロをめぐる解釈論について、同書447～450頁を参照。
- 4) 公正取引委員会「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(平成29年6月1日)(以下「流取ガイドライン」という)第3部の2を参照。
- 5) 判時781号21頁。
- 6) 流取ガイドライン第1部第1の2(2)。
- 7) 泉水・前掲注3)450頁。
- 8) 幕田英雄『公取委実務から考える 独占禁止法〔第2版〕』(商事法務、2022年)205頁。なお、SCE事件審決(公取委審判審決平13・8・1審決集48巻3頁)をも参照。
- 9) 幕田・前掲注8)205～206頁。コールマンジャパン事件排除措置命令(公取委命令平28・6・15平成28年(措)第7号)を参照。
- 10) 泉水・前掲注3)319～320頁、452頁。同号の公正競争阻害性は、自由競争減殺であり、①事業者間の競争と消費者の選択の確保、②流通業者間の価格競争の減少・消滅の2点に原則違法の根拠が求められている(流取ガイドライン第1部第1の1(1))。
- 11) 東京高判平23・4・22審決集58巻第2分冊1頁。
- 12) 大塚誠「判批」川瀨昇ほか編『経済法判例・審決百選』(有斐閣、2024年)146頁、147頁、河谷清文「判批」同12頁、13頁。こうした区分を採用せず、すべての正当化理由を目的の正当性と手段の相当性の観点から審査する形で整理する学説もある(白石忠志『独占禁止法〔第4版〕』(有斐閣、2023年)102～117頁)。
- 13) 流取ガイドライン第1部第1の2(2)。フリーライダー問題について、同ガイドラインの第1部の3(3)アを参照。
- 14) 例えば、小田切宏之『新しい産業組織論：理論・実証・政策』(有斐閣、2001年)256～261頁を参照。特に、需要関数の平行シフトという前提を置くと、消費者余剰も増加しうることが示されている。
- 15) 代表的なものとして、公正取引委員会競争政策研究センター「再販売価格維持行為の法と経済学」(2012年3月27日)第3章〔川瀨昇〕を参照。フリーライダー問題は、アフターサービスには妥当せず、技術的に複雑な商品等に関する情報提供等の販売前サービスについてのみ生じうる。そして、販売前サービスに関しても、消費

者に対する説得効果を有する優先的推奨等の、単に特定のサプライヤーを有利にするのみなのではないかという疑義がある。さらに、たとえ消費者にとって有益となりうる販売前サービスが提供されたとしても、当該サービスは、あくまで限界的な消費者の留保価格を高めるのみであり、平均的な消費者の厚生は低下しうる(需要関数の平行シフトという前提への疑義)。

- 16) 流取ガイドライン第1部第1の2(2)。
- 17) 村上政博ほか編著『条解 独占禁止法〔第2版〕』(弘文堂、2022年)171頁〔渡邊恵理子ほか〕。なお、「正当な理由」に該当しうるとされたケースとして、公正取引委員会「新型コロナウイルス感染症への対応のための取組に係る独占禁止法に関するQ&A」(令和2年4月24日更新)を参照。本件に該当する余地はない。
- 18) 幕田・前掲注8)209～210頁を参照。公取委が排除措置を命じた事案における商品の特徴について、白石忠志＝多田敏明編著『論点体系 独占禁止法〔第2版〕』(第一法規株式会社、2021年)99～100頁〔柏木裕介〕を参照。
- 19) 高島曜介「高級チェアの安売り妨害疑い 卸売りの関家具に排除措置命令」朝日新聞2024年12月19日、<https://www.asahi.com/articles/ASSDM1QRFSDMUTIL023M.html> (2025年5月31日最終閲覧)。
- 20) 野田実編著『流通系列化と独占禁止法—独占禁止法研究会報告—』(大蔵省印刷局、1980年)257頁、幕田・前掲注8)203頁。
- 21) 中川晶比兒「再販売価格維持と小売マージン」北法67巻3号(2016年)802頁、781～780頁。同論文は、ブランド間競争を考慮した、サプライヤー1社のみにより実施される「単独型再販」の厳密な弊害メカニズムという難問を提起する。
- 22) 拙稿「選択的流通システムと競争法」経法46号(2025年)(近刊予定)を参照。ただし、複数のサプライヤーが再販売価格維持を実施する能力があるケースにおける、上述の、単独型再販に関する問題は残ろう。
- 23) 関連して、公正取引委員会「コールマンジャパン株式会社に対する件(再販売価格拘束事件)事後評価報告書」(2020年6月)を参照。
- 24) 菅久編著・前掲注2)204頁、208頁〔品川武〕。

* 追記 本研究は、JSPS 科研費 25K16515 の助成を受けたものである。