[論　説]

コンビニ会計と本部による見切り販売制限問題の再考
── 毎年1店舗あたり468万円分の食品が捨てられるコンビニで食品ロスは削減されていくのか (3・完) ──

木　村　義　和

第1章　はじめに
第2章　コンビニ会計に関する裁判例と判例
第3章　ロスチャージは存在したのか (以上、117号)
第4章　公正取引委員会によるセブン本部に対する排除措置命令
第5章　本部による見切り販売の制限が争われた裁判例
　第1節　はじめに
　第2節　裁判例 (以上、118号)
　第3節　裁判例の分析
第6章　セブン-イレブン東大阪南上小阪店事件の衝撃と行政の動き
第7章　結びにかえて (以上、本号)

第5章　本部による見切り販売の制限が争われた裁判例

第3節　裁判例の分析

1　裁判例の分類

裁判例は、大きく分けて2種類に分類される。

一つ目は、「本件契約の解除ないし解約等の不利益な取扱いをすることも検討する旨を示唆して、デイリー商品の見切り販売を強く禁止する指導をした」かどうかによって、違法行為があったかどうかを判断している裁判例である。(1) 福岡地裁平成 23 年 9 月 15 日判決と (2) 東京地方裁判所平成 24 年 1 月 20 日判決が、これに当たる。

二つ目は、「見切り販売を勧めずに、できる限り推奨価格を維持して販売することを助言・指導するにとどまる場合」には、違法行為とはならないとし、「この域を超えて、見切り販売を行うことより加盟店契約の更新ができなくなるなどの不利益が生ずることを申し向けるなどして、見切り販売の取りやめを余儀なくさせていると評価できる場合」にのみ、違法行為となるとしている裁判例である。(3) 東京地方裁判所平成 24 年 10 月 18 日判決、(4) 福岡地方裁判所平成 25 年 3 月 28 日判決、(5) 福岡高裁平成 25 年 3 月 28 日判決、(6) 東京高裁平成 25 年 8 月 30 日判決、(7) 東京高裁平成 26 年 5 月 30 日判決、(8) 福岡高裁平成 26 年 11 月 7 日判決が、これに当たる。

そして、これらの裁判例の共通点は、契約上、価格決定権が加盟店側にあり、この価格決定権が侵害された場合には、本部に債務不履行ないし不法行為上の責任が発生するとされている点である[1]。

2　私見

まず 1 つ目の裁判例群であるが、「本件契約の解除ないし解約等の不利益な取扱いをすることも検討する旨を示唆して、デイリー商品の見切り販売を強く禁止する指導をした」ことが独禁法違反、すなわち、優越的地位の濫用になるのは当然であろう。これは、優越的地位にある本部が、従属的な地位にある加盟店に対して不利益となる取扱いの検討を示唆しながら、要するに強迫まがいの行為をしながら、加盟店にとって不利益となるデイリー商品の見切り販売を強く禁止する指導をしたということであるから、優越的地位の濫用になるのは明白である。

2つ目の裁判例群については、1つ目の裁判例群とほぼ同様の規範が示されている。「見切り販売を行うことより加盟店契約の更新ができなくなるなどの不利益が生ずることを申し向けるなどして、見切り販売の取りやめを余儀なくさせていると評価できる場合は違法行為となる」という点については、優越的地位にある本部が、従属的な地位にある加盟店に対して不利益となる取扱いを示唆しながら、加盟店にとって不利益となる見切り販売を妨害したということであるから、優越的地位の濫用になるのは当然であるし、1つ目の裁判例群で示された規範と一致する[2]。

この見切り販売妨害の例として、東京地裁平成24年10月18日判決は、「見切り販売を行うことにより加盟契約上の不利益が生ずるなどと申し向けること」、「本部の経営指導に従うように恫喝」、「見切り販売は加盟契約上の違反行為であるなどと虚偽の事実を申し向けて見切り販売をすることが契約違反となるものであると誤導したりすること」の3点を例示している。福岡地裁平成25年3月28日判決は、「デイリー商品の値下げ販売を行うことにより加盟店契約上の不利益が生じるなどと述べること」、「見切り販売を推奨しないという本部の運営方針に従うことを執拗に求めること」、「見切り販売を推奨しないという本部の運営方針に従うように恫喝すること」、「加盟店オーナーが値下げ販売の以降を明確に示してその方法を教示するよう求めているにもかかわらず、これを教示することを拒絶すること」、「値下げ販売を行うことが加盟店契約上の違反行為であるなどと虚偽の事実を述べるなどして、加盟店オーナーをして値下げ販売を断念させ、又は、制限すること」を挙げている。

まとめると、独禁法違反となる本部の見切り販売妨害行為とは、「見切り販売を行うことにより加盟契約上の不利益が生ずるなどと申し向けること」、「本部の経営指導や運営方針に従うように恫喝あるいは執拗に求めること」、「加盟店オーナーが値下げ販売の以降を明確に示してその方法を教示するよう求めているにもかかわらず、これを教示することを拒絶すること」、「見切り販売は加盟契約上の違反行為であるなどと虚偽の事実を申し向けて見切り販売をするこ

とが契約違反となるものであると誤導したりすること」などが該当するとこれらの裁判例からは示されている[3]。

しかし、2つ目の裁判例群からは、「見切り販売を勧めずに、できる限り推奨価格を維持して販売することを助言・指導するにとどまる場合には、違法行為とはならない。」という規範も示されている[4]。これについては異論を唱えたい[5]。以下、詳述する。

3　本部に対して意見が言えないコンビニ加盟店

公正取引委員会「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書」(2020年9月)（以下、実態調査報告書とする)[6] では、「本部に対して自らの意見を言えるか」に問いに対する結果が記載されているが、この問いに対して、「どちらかといえば意見を言いにくい関係である」と答えた加盟店が9.8%、「意見を言いにくい関係である（本部の意向に従わざるを得ない)」と答えた加盟店が16.0%もいた。すなわち、否定的な回答が25.8%もあった[7]。

また、意見を言えない理由として、もっとも多かった回答が「自分の意見を言っても、本部の指示に従うまで何度も説得されるから（言っても意味がないと諦めている)」61.1%であるが、次に多い回答が「本部の意向に逆らうと契約更新等で不利益が生じるのではないかと思ったから」56.9%、三番目に多い回答が「意見を言ったところ、不利に取扱う可能性を示唆された経験があるから44.3%である。

この結果からすれば、加盟店の多くが、本部による契約の更新拒絶等の不利益的扱いに怯えているために、本部に対して意見が言えないという実態があることは明らかである。

そして、本部による見切り販売の制限についても、同様である。契約の更新拒絶等にコンビニ加盟店オーナーが怯えているからがゆえに、本部による見切り販売の制限が起きてしまっているのである。

実態調査報告書によれば、見切り販売を制限された経験のある加盟店は「よくある」と「たまにある」を合わせると 12.0%である[8]。

見切り販売を制限された経験のあるコンビニ加盟店オーナーに、見切り販売をしなかった理由を尋ねたところ、「本部に逆らうと契約更新等で不利益が生じるのではないかと思ったから」と答えた加盟店は 48.5%にもなり、回答の中で最も多い。

このような状況において、本部が「見切り販売を勧めずに、できる限り推奨価格を維持して販売することを助言・指導」したらどうなるのだろうか。上記の通り加盟店は、本部に逆らうことができないのである。従って、本部にとっては助言と指導かもしれないが、加盟店にとっては、事実上の強制でしかない[9]。本部の店舗指導員から、一貫して推奨価格維持を助言・指導され続ければ、加盟店は、その旨の明確な言動がなくとも、値下げ販売は契約上禁じられている、または、値下げ販売をすれば相当な制裁を受けるとの誤解をしてしまいかねない危険がある。従って、本部の店舗指導員による見切り販売取りやめる方向での助言・指導は、この危険性を十分考慮しない助言・指導は、加盟店の価格決定権を害するものとの評価を免れ得ない[10]。

4　裁判例の判旨への批判

しかしながら、裁判例はこのような判断をしていない。東京地裁平成 24 年 10 月 18 日判決では、本部の店舗指導員が「見切り販売はできません。」、「見切り販売は中止するよう求める」旨の発言をしているが、「継続した利益改善に過ぎず、一過性の利益追求に過ぎないことになる弊害がある」という見解を申し添えていたため、これは加盟店の見切り販売の弊害を避けるという本部の経営理念に基づいた経営指導であるとしている。具体的には、「本部が、顧客のニーズに合った商品、数量の需要予測を立てて精度の高い発注を実施していき、これを繰り返すことにより廃棄商品を減らしていくことが「本部のチェーンブランド」というのれんの価値を高め、加盟店もこれを享受することができ

るとの考えに基づき、各加盟店に対しては、単品管理の徹底を勧める一方で、見切り販売を勧めない、できる限り推奨売価を維持して販売することを助言・指導することをも是認している」と判断し、「デイリー商品について、見切り販売を推奨しないとする被告の経営方針も、一つの事業活動のスタイルとして、これ自体を違法ということはできない。」とまで言っている。これでは、コンビニでは見切り販売ができないと裁判所が認めてしまっているようなものである[11]。

福岡地裁平成 25 年 3 月 28 日判決では、「見切り販売は駄目だ」、「デイリー商品の値引き販売はおかしい」との店舗指導員の発言は助言・指導の範囲を超え加盟店の価格決定権を侵害していると認定されたが、その控訴審である福岡高裁平成 26 年 11 月 7 日判決では、「廃棄ロスチャージ問題を論じていた中でされたこと」や「廃棄ロスを減らす方向での助言を継続していた」ことから、加盟店の助言・指導を超えたものではないとして、加盟店の価格決定権を侵害するものではないと判断されている[12]。

廃棄ロスを減らす助言等があったとしても、値下げ販売について「駄目だ」、「おかしい」と述べられれば値下げ販売は禁じられていると受け止めるのが自然であるし、その言動を受けた時点で値下げ販売の意図がなくとも、後に値下げ販売を行うことを抑止する要因として十分である[13]。したがって、このような本部の店舗指導員の言動は加盟店の価格決定権を侵害するものであると認定すべきである。

東京高裁平成 26 年 5 月 30 日判決では、「見切り販売を続けていたら悲しい結果になりますよ」との本部の店舗指導員の発言があった事案であるが、「悲しい結果」は多義的であり、契約解除を示唆する発言があっと認められる証拠はないと判断している。しかし、本部と加盟店のような取引上の優劣のある関係においては、劣位にある加盟店が「悲しい結果」をどのように解釈するのかが重要である。先に述べた通り、多くの加盟店が契約の更新拒絶などの契約の終了を恐れている。このような状況では、「悲しい結果」とは契約の終了を匂

わせる脅迫まがいの行為である。少なくとも、加盟店にとっては「見切り販売の実施の可否につき、これをしてはならないとの強い心理的な強制」が働くと考えられる[14]。従って、このような言動は、本部による加盟店への価格決定権侵害に他ならない。

さらに、これらの裁判例は、売れ残った商品の廃棄ロスのほとんどは、加盟店負担となっている点にも留意しているとは言い難い。商品廃棄が出れば、加盟店は大きな損失を被る。このため、契約上、商品の販売価格の決定権は加盟店にある。そうであるならば、「できる限り推奨価格を維持して販売することを助言・指導」することは、加盟店の販売価格決定権を侵害し、不利益を被ることを強制することでしかない[15]。

それにもかかわらず、これらの裁判例は、「見切り販売を勧めずに、できる限り推奨価格を維持して販売することを助言・指導」することを違法行為と認定していない[16]。これでは、あまりにも実態を無視した判断であると言わざるを得ない。

本部と加盟店との取引上の関係を鑑みれば、本部の指導に対して、反旗を翻し、実際に見切り販売を実施するのは難しく、今後の本部との悪影響を考え、見切り販売を諦めてしまうという実態が存在する。本部の指導や助言であっても、本部の価格決定権を侵害する行為であるとすべきである[17]。

第 6 章　セブン-イレブン東大阪南上小阪店事件の衝撃と行政の動き

第 1 節　はじめに

2019 年 2 月に、日本のコンビニ業界を大きく揺るがす大事件が起きる。後に、東大阪の乱とも呼ばれるセブン-イレブン東大阪南上小阪店事件である。

この事件は、前年に妻を亡くし、人手不足に陥ったセブン-イレブン東大阪南上小阪店オーナーの松本実敏氏が、セブン本部の許可を得ないまま、時短営業を強行した事件である。

セブン-イレブンを含めたコンビニは年中無休・24時間営業を基本としている。もちろん、本件店舗の契約においても、加盟店は原則として年中無休・24時間営業をする義務を負っていた。それにもかかわらず、松本氏は午前6時から深夜午前1時までの19時間営業、すなわち、午前1時から午後6時まで店を閉めるという時短営業を強行したのである。

これに対して、セブン本部は松本氏に契約の解除と1700万円の違約金を請求した。しかし、このセブン本部の行為に対して、前年に妻を亡くし、人手不足に陥った松本氏に世論は同情的であった。この結果、マスコミは、連日、松本氏の事件とともにコンビニ問題を報道し、この事件以降、コンビニ加盟店オーナー達が如何に過酷な状況はもちろん、本稿で問題にしているコンビニ会計や本部による見切り販売の制限、食品ロスなどの様々なコンビニ問題が世に知られるようになった。

これに呼応するかのごとく、官公庁も動き始めた。経済産業省は、2019年6月に新たなコンビニのあり方検討会を発足し、2020年2月に「「新たなコンビニのあり方検討会」報告書～令和の時代におけるコンビニの革新に向けて～」(以下、検討会報告書とする）を公表した[18]。また、公正取引委員会（以下、公取委とする）は、2019年10月からコンビニ加盟店に書面調査、コンビニ本部にヒアリング調査を行う実態調査を開始し、2020年9月に「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書」を公表した[19]。以下、これらの報告書におけるコンビニ会計や本部による見切り販売の制限コンビニの食品ロス問題を中心に分析をする[20]。

第2節　経済産業省「「新たなコンビニのあり方検討会」報告書～令和の時代におけるコンビニの革新に向けて～」

1　検討会報告書の内容

検討会報告書において、本稿で議論しているコンビニ会計や本部による見切り販売の制限が言及されている点は、2点である。

一つ目は、検討会報告書では、「(1) 加盟店優先・オーナー重視という視点からのビジネスモデルの再構築」として、「①「統一」からより「多様性」を重視するフランチャイズモデルへの転換」として、「加盟店が 24 時間営業、商品やサービスのラインナップ、賞味期限の迫った商品の取扱いなどを巡り、全国津々浦々、一律の対応をとることを見直し、加盟店やオーナーの実情に合わせた柔軟な経営を認めることは、オーナーの負担の軽減のみならず、多様化する消費者ニーズへの対応も可能とするという意味で、コンビニのビジネスモデルが時代に合わせて柔軟な形を取りながら持続的に発展していく上では、避けて通ることはできないのではないか。」と、賞味期限の迫った商品の取扱いについて、加盟店やオーナーの実情に合わせた柔軟な経営を認めることを求めている[21]。

二つ目は、このように検討会報告書は、本部、加盟店、消費者にとってのインセンティブが適切に働くことで、食品廃棄の削減を実現する仕組みの構築を求めている。検討会報告書は、「②本部の加盟店支援の強化、フランチャイズへの加盟メリットの可視化」として、食品廃棄の削減といった社会的な要請への対応も重要である。これまで、食品廃棄の削減に向けては、食品の長鮮度化、AI の導入による発注精度の向上などの取組が本部によりなされてきているが、廃棄に係るリスクやコストの本部と加盟店の間での分担が適切になされなければ、廃棄を減らすインセンティブが働かなくなるのではないかとの指摘が本検討会でも見られたところであり、廃棄の取扱いについて現行の手法を見直すことも検討に値するのではないかと考えられる。」として、廃棄の取扱いについて、手法を改めることを求めている。具体的には、「各店舗における見切り販売など加盟店の積極的な創意工夫を促すことに本部が取り組むことも期待される。本部、加盟店、消費者にとってのインセンティブが適切に働くことで、食品廃棄の削減を実現する仕組みの構築が重要である。」として、加盟店にとっても廃棄を減らすインセンティブが働く手法を求めている[22]。そして、コンビニ各社本部、政府など関係者がそれぞれの立場で本報告書に示した提言を実現

することを期待するとした[23]。

以上の通り、検討会報告書は加盟店の負担を減らすことが、食品ロスの削減につながると考えていたことが分かる。賞味期限の迫った食品の取り扱いについて、加盟店やオーナーの実情に合わせた柔軟な経営を認めることが、オーナーの負担を軽減し、コンビニの持続的な発展へと繋がると結論づけているし、廃棄に係るリスクやコストの本部と加盟店の間での分担が適切になされなければ、廃棄を減らすインセンティブが働かなくなるという点を問題にして、現行の手法を見直し、食品廃棄の削減を実現する仕組みの構築を求めている。

このように、検討会報告書は、「コンビニ会計や見切り販売の制限などコンビニ加盟店が置かれている立場の弱さが原因となって、食品ロスの問題が生じている」との分析をしていると言っても過言ではない。

第 3 節　公正取引委員会「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書」(2020 年)

1　はじめに

次に 2020 年の公取委による実態調査報告書について、分析をする。見切り販売の制限に関しては、実態調査報告書は詳細に触れている。この結果については、第 1 章や第 4 章で既に言及しているので、本節では、実態調査結果を受けた公取委の対応について述べる（一部重複する部分がある)。

公取委は、実態調査報告書において、優越的地位の濫用について、①本部に対する構造的な依存関係、②取引先変更可能性の低さ、③不当な要求を受け入れている理由から、優越的地位の濫用にあたる場合が多いと判断している。

まず、①本部に対する構造的な依存関係について、コンビニ加盟店オーナーは、「集客に必要な商標を本部から借りている上、小売業を営むために必要な機能の大半を本部に依存しているほか、大多数のオーナーは店舗を本部に準備してもらっている状況が認められることから、本部との取引が無くなれば、コンビニ事業を継続することができないオーナーも多いと考えられる。」として、

本部に対する構造的な依存関係があると判断した。

②取引先変更可能性の低さについては、「コンビニ業界では他の業態に比べて契約期間が長い傾向にあるほか、オーナーの大半は資金力の無い個人か中小企業であり、現在の経営状況等を考慮すると、様々な要求をされるなどして本部との取引に不満を感じても、解約金や別のチェーンに対する再度の加盟金を負担してまで取引先を変更する余裕がない場合も多いと考えられる。」として、取引先変更可能性は低いと判断した。

そして、加盟店が③不当な要求を受け入れている理由については、多くの項目で、「本部の意向に逆らうと契約更新等で不利益が生じるのではないかと思ったから」を選択した回答が多くなっており、オーナーが不当な要請だと考えても、本部から取引を切られることを恐れて受け入れざるを得なくなっている場合が多いことがうかがわれる。」と分析している。本部は契約の更新拒絶を自由にできるがゆえに、加盟店はこれに怯え、不利益を受け入れているという実態が明らかとなった。

フランチャイズ・ガイドライン 3（1）の（注 3）では、「本部が取引上優越した地位にある場合」とは、「加盟者にとって本部との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、本部の要請が自己にとって著しく不利益なものであっても、これを受け入れざるを得ないような場合」をいうとしている。

そして、公取委は、上記①から③の事実から、「優越的地位の有無は本部と加盟者との取引関係を個別事案に即して判断するものであるが、今回の調査結果では、上記①から③までのような状況がみられることを踏まえると、本部が加盟者に対して優越的な地位にあると認められる場合は多いのではないかと考えられる。」との独禁法上の評価を示している。

以下、本稿が対象としているコンビニ会計と見切り販売の制限に関係する「仕入数量の強制（無断発注の問題を含む）」と「見切り販売の制限」について、公取委の調査結果と評価を詳細に分析する。

2　仕入数量の強制（無断発注の問題を含む）

2-1　調査結果

実態調査報告書によれば、仕入数量のアンケートの「本部から強く推奨され、意に反して仕入れている商品の有無」の質問に対して、51.1%のオーナーが「経験がある」と回答している。また、「店舗で取り扱うこと自体は賛成しているものの、本部から必要と考える数量の範囲を超えて仕入れるよう求められ、それに応じざるを得なくなった経験の有無」についても、47.5%のオーナーが「経験がある」と回答している。さらに、本部の「指導員に無断で発注された経験の有無」についても、仮発注状態の例を含めるとオーナーの 44.6%が「経験がある」と回答している。また、オーナーからは、「不本意な仕入れを強制され、応じなければ契約更新できないと言われた」、「解約すると言われたので、過剰な商品の発注をせざるを得なかった」などの報告が多数寄せられた[24]。

2-2　独占禁止法上・競争政策上の評価

公取委は、「フランチャイズ・ガイドライン 3（1）ア（仕入数量の強制）のとおり、「本部が加盟者に対して、加盟者の販売する商品又は使用する原材料について、返品が認められないにもかかわらず、実際の販売に必要な範囲を超えて、本部が仕入数量を指示し、当該数量を仕入れることを余儀なくさせること。」は優越的地位の濫用として問題となり得る。」とした上で、次のように判断した。

公取委は、「今回の調査は、業界全体の取引実態を確認するためのものであり、個々の取引について詳細な事実関係まで把握しているわけではない。」としつつ、「この論点については多くのオーナーから強い懸念が示されるとともに、事実関係によっては独占禁止法上の問題が生じ得ることから、早期に改善する必要があることを踏まえ、直ちに点検及び改善等を求める」とした。

3　見切り販売の制限

3-1　調査結果

まず、公取委は、見切り販売の制限について 2009 年に排除措置命令が出された以降の状況を確認したとしている。そして、公取委は、「今回の調査では過去の事件で問題となったデイリー商品の状況を確認したところ、30.0%のオーナーが見切り販売を「行っている」又は「たまに行うことがある」と回答し、88.0%のオーナーが直近 3 年間に見切り販売を制限された経験が「ない」と回答した」との結果を公表しつつ、「一方、70.0%のオーナーが見切り販売を「行っていない」と回答している中、オーナーからは、指導員から「『見切り販売をしたら契約を更新しない・契約を解除する』と言われた」、「見切り販売は可能だが、かなり時間の掛かる方法のためほとんどの店舗が行えない状態」といった報告も寄せられている。」と分析した。

3-2　独占禁止法上・競争政策上の評価

公取委は、フランチャイズ・ガイドライン 3（1）ア（見切り販売の制限）の通り、「本部が加盟者に対して、正当な理由がないのに、品質が急速に低下する商品等の見切り販売を制限し、売れ残りとして廃棄することを余儀なくさせることは優越的地位の濫用に該当し得るものである。」とした上で、「最近では時短営業に切り替える店舗も出てきているところ、そのような店舗においては、従来に増して見切り販売を行うニーズが高まると考えられることから、本部においては、このような問題が生じないよう特に留意する必要がある。」としている[25]。

そして、公取委は、見切り販売に関して、「見切り販売は可能だが、かなり時間のかかる方法のため、ほとんどの店舗が行えない状態」といったシステム上・手続上の問題点を指摘する報告が複数寄せられており、同様の意見は 2001 年の実態調査、2011 年の実態調査においても寄せられている。」と述べ、「システム上の問題（手続の煩雑さといった問題を含む。）が事実上の見切り販

売の制限につながっているおそれがあることから、本部においては、システム等の改善を図り、柔軟な売価変更を行いたいというオーナーの事業活動を制限することにならないようにしていく必要がある。」と要請をしている[26]。

4　いわゆる「コンビニ会計」の問題（仕入数量の強制、見切り販売の制限との関連から）

公取委は、実態調査報告書で、コンビニ会計の問題についても言及している。

公取委は、コンビニチェーンで採用されているロイヤルティ算定式の中には、「実際に売れた商品の仕入原価を売上原価として計算した売上総利益×一定率」というコンビニ会計を採用したものであるとしたうえで、「コンビニ会計の「実際に売れた商品の仕入原価を売上原価として計算した売上総利益×一定率」という算定式は、本部による仕入数量の強制や見切り販売の制限といった独占禁止法違反行為が行われている場合には、加盟者は廃棄ロスをコントロールできないのに、その負担を一方的に負わされてしまうおそれがある。」とした。そして、公取委は、いわゆる「コンビニ会計は、このような性格を内包する算定式であることから、これを採用するチェーンにおいては、廃棄ロスの増加につながる仕入数量の強制や見切り販売の制限といった独占禁止法上の問題が生じないよう特に留意する必要がある。」と述べた。

5　公正取引委員会の対応：本部に対する改善要請

公取委は、本部に対する改善要請と点検結果と改善内容の報告を求めている。すなわち、各本部に対し、本部後とのアンケート結果を伝えるとともに、仕入数量の強制をはじめとした独占禁止法上の問題となり得る点等を指摘し、本報告書に基づき、直ちに自主的に点検及び改善を行い、点検結果と改善内容を公正取引委員会に報告することを要請した。また、公取委は、点検結果と改善内容については公表することが望ましい旨を伝えた。

第 4 節　2021 年フランチャイズ・ガイドラインの改正

この実態調査報告書を受けて、公取委は、仕入数量の強制と見切り販売の制限に関して、フランチャイズ・ガイドラインを次のように改正した。

1　仕入数量の強制

実態調査報告書では、「指導員に無断で発注された経験の有無」について「経験がある」との回答が 44.6%になった。この結果を受けて、3（1）ア（仕入数量の強制）に下線部が追記された[27]。

本部が加盟者に対して、加盟者の販売する商品又は使用する原材料について、返品が認められないにもかかわらず、実際の販売に必要な範囲を超えて、本部が仕入数量を指示すること又は加盟者の意思に反して加盟者になり代わって加盟者名で仕入発注することにより、当該数量を仕入れることを余儀なくさせること。

2　見切り販売の制限

公取委は、実態調査から、「見切り販売は可能だが、かなり時間のかかる方法のためほとんどの店舗が行えない状態」といった報告が寄せられた」とし、システム上の問題（手続の煩雑さといった問題を含む。）が事実上の見切り販売の制限につながっているおそれがあるとした。そして、「本部においては、システム等の改善を図り、柔軟な売価変更を行いたいというオーナーの事業活動を制限することにならないようにしていく必要がある。」との実態調査の結果を受け、優越的地位の濫用の観点から、柔軟な売価変更が可能な仕組みの構築が望ましい旨の注記を新設した。具体的には、下記の注記である。

3（1）ア（見切り販売の制限）（注 8）

見切り販売を行うには、煩雑な手続を必要とすることによって加盟者が見切り販売を断念せざるを得なくなることのないよう、本部は、柔軟な売価変更が

可能な仕組みを構築するとともに、加盟者が実際に見切り販売を行うことができるよう、見切り販売を行うための手続を加盟者に十分説明することが望ましい。

3　セブン-イレブン本部による見切り販売システムの変更へ

このようにフランチャイズ・ガイドラインが改正され、また、実態調査報告書により「本部が柔軟な売価変更が可能な仕組みを構築すること」の要請が出たために、セブン-イレブン本部による見切り販売システムを変更することにしたのである。

第 5 節　本章のまとめ

以上、本章のまとめを述べる。

セブン-イレブン東大阪南上小阪店事件は、24 時間営業の是非が問題となった事件であるが、この事件をきっかけにした経産省「新たなコンビニのあり方検討会」や公取委による実態調査では、コンビニ会計や本部による見切り販売の制限、さらには食品ロスの問題についても議論されることになった。

まず経産省の検討会報告書では、以上の通り、検討会報告書は加盟店の負担を減らす方向で、廃棄のリスクやコストの本部と加盟店との間での分担の見直しをすることが、食品ロスの削減につながると考えていたことが分かる。

確かに検討会報告書では、コンビニ会計について直接には触れていないものの、廃棄リスクやコストを加盟店に負担させている現状についてはかなり強い問題意識を持っている。見切り販売の制限については、柔軟な経営を加盟店に認めることを要請していることからしても、本部による見切り販売の制限については否定的である。すなわち、これらの問題を解決しないと食品ロスは削減できないとしているのである。

公取委の実態調査報告書では、(第一章で述べた通り) 加盟店一店舗あたり毎年 468 万円の食品ロス (廃棄ロス) を出しているという実態を明らかにした。

そして、公取委は、「(コンビニ会計では) 本部による仕入数量の強制や見切り販売の制限といった独占禁止法違反行為が行われている場合には、加盟者は廃棄ロスをコントロールできないのに、その負担を一方的に負わされてしまうおそれがある。」とし、「(コンビニ会計を) 採用するチェーンにおいては、廃棄ロスの増加につながる仕入数量の強制や見切り販売の制限といった独占禁止法上の問題が生じないよう特に留意する必要がある。」と述べている。すなわち、公取委は、仕入数量の強制や見切り販売の制限という問題の原因がコンビニ会計にあるとの認識を持っている。この上で、公取委はフランチャイズ・ガイドラインを改正し、仕入数量の強制や見切り販売の制限に関する規制を強化したと考えることができる。

第 7 章　結びにかえて

第 1 節　本稿のまとめ

第 1 章で述べたとおり、コンビニでは、日々多くの食品が廃棄されている。この大量の食品廃棄が起きている原因は、コンビニ会計である。コンビニ会計は、本部が廃棄ロスを負担しないことになっている[28]。このため、廃棄ロスを恐れない本部による仕入数量の強制や見切り販売の制限という優越的地位の濫用に繋がる場合があることは、公取委による「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査について」(2020 年 9 月) においても明らかになった。

そして、このコンビニ会計に疑問を持つ加盟店が行なった訴訟が、第 2 章で分析をしたロスチャージ訴訟である。最高裁は、廃棄ロスにもチャージがかかっていることが認めたが、第 3 章で分析した通り、廃棄ロスにチャージがかかっているかどうかは諸説分かれている。

第 1 章で示したとおりコンビニ会計では、加盟店が見切り販売を行うと、加盟店の収益は劇的に改善する一方で、本部の収益は減る。このため、長い間、

本部は見切り販売を禁止ないし制限してきた。しかし、この流れを変える事件が起きた。それが、第 4 章で分析をした公正取引委員会によるセブン-イレブン本部に対する排除措置命令である。これは、見切り販売の制限を行なっていたセブン-イレブン本部に対して、これが優越的地位の濫用に当たるため、見切り販売の制限を行わないことを、公正取引委員会が求めた事件である。この事件の影響は大きく、第 5 章で示した通り多くの裁判が加盟店によって起こされることになる。

そして、第 6 章で示した通り、セブン-イレブン東大阪南上小阪店事件をきっかけにした経産省「新たなコンビニのあり方検討会」や公取委によって、コンビニ会計や本部による見切り販売の制限、さらには食品ロスの問題についても議論されることになった。

経産省の検討会報告書は加盟店の負担を減らす方向で、廃棄のリスクやコストの本部と加盟店との間での分担の見直しをすること、廃棄リスクやコストを加盟店に負担させていることへ問題意識を示していること、見切り販売など柔軟な経営を加盟店に認めることを要請し、これらを通じて食品ロスの削減をしようとしている。

公取委の実態調査報告書では、(第一章で述べた通り) 加盟店一店舗あたり毎年 468 万円の食品ロス (廃棄ロス) を出しているという実態を明らかにしたうえで、仕入数量の強制や見切り販売の制限という問題の原因がコンビニ会計にあるとの認識を持ってフランチャイズ・ガイドラインを改正し、仕入数量の強制や見切り販売の制限に関する規制を強化した。

第 2 節　コンビニで食品ロスを減らすために

以上、本稿で検討した通り、このコンビニ会計が原因で、本部による見切り販売の制限、さらには仕入数量の強制という優越的地位が問題となる事件が起きている。やはり、コンビニで食品ロスを減らすためには、廃棄リスクやコストを加盟店に負担させているコンビニ会計は見直されるべきである。

見切り販売の制限については、セブン本部に対する排除措置命令が出されており、これ以降多数の裁判例が出されているが、「加盟店への本件運営方針に基づく助言・指導の範囲にとどまるかぎりは価格決定権の侵害ということはできない」との判断が示されており、本部による契約の更新拒絶に怯える加盟店は本部に「ものを言う」ことは非常に難しい状況である。

確かに公正取引委員会は食品ロスにつながる見切り販売の制限や仕入数量の強制などに値して規制を強化しており、加盟店の判断によって見切り販売はできるようになった。しかし、このコンビニにおける食品ロス問題の核心部分はコンビニ会計である。加盟店一店舗あたり毎年 468 万円の食品ロス（廃棄ロス）を出している原因はコンビニ会計なのである。

したがって、コンビニ会計にメスが入らなければ、コンビニで食品ロスは削減されないであろう。

注

1　高田教授は、加盟店の価格決定権は本部と加盟店の契約から導かれる点を重視すべきであるとしている。高田教授は、加盟店の価格決定権は、加盟店の独立性の現れであるから、独占禁止法上の制度の内容やその解釈に関わらずに認められるべきであると主張する。高田淳「現実類型としてのフランチャイズ契約－値引き販売制限問題をめぐる裁判例に即して－」法学新報 123 巻 5=6 号 494 頁以下（2016 年 11 月）。

2　高田教授は、加盟店の価格決定権は本部と加盟店の契約から導かれる点を重視すべきであるとしている。高田教授は、加盟店の価格決定権は、加盟店の独立性の現れであるから、独占禁止法上の制度の内容やその解釈に関わらずに認められるべきであると主張する。高田淳・前掲注 1、494 頁以下。

3　高田淳・前掲注 1、495 頁以下。

4　高田教授は、見切り販売を推奨しないこと、見切り販売を取り止める方向での助言指導が原則として許される前提として、「裁判例は、値下げ販売・見切り販売を推奨せず、推奨売価による販売を可及的に維持したいという方針の目的が、発注精度の向上による機会ロス・廃棄ロスの低減、価格不統一による顧客の不信感の招来、それによるチェーンののれん価格自体の低下、加盟店の利益の低下を防止する点にあるという本部の主張を基本的に尊重している。」ことがあるとしている。高田淳・前掲注 1、488 頁以下。

5　高田教授は、実際の裁判例では、可及的推奨価格維持の指導・助言自体は適法であることを前提に、その実際の判断の際、値下げ販売に関して「出来ません」「ダメです」との発言をすることや、やめるよう説得すること、値下げ販売は適当でないとの考え方を説明することも許容されていると分析している。高田淳・前掲注 1、496 頁以下。

6　<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2020/sep/kitori0902/200902_02.pdf> accessed on 2021.10.20.

7　公正取引委員会「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書」(2020 年 9 月) 120 頁。その他、拙稿「本部による恣意的なフランチャイズ契約の解消や更新拒絶に対する制限－誠実義務と正当事由の検討－」愛知大学法経論集 227 号 57 頁以下（2021 年）;拙稿「フランチャイズ契約における差別的取扱いの禁止法理」愛知大学法経論集 228 号 58 頁以下（2021 年）も参照。

8　セブン-イレブン本部による見切り販売の制限に対して、公取委は排除措置命令を出していることからも明らかである通り、本部による見切り販売の制限はあってはならないことである。従って、ゼロが当然であるのに、12.0%もあることは異常である。

9　高田教授は、裁判例では、本部の店舗指導員の言動について一部だけを取り上げて評価するのではなく、その全体的な内容や言動が行われた経緯についても総合的な考慮をおこなっているとしている。高田淳・前掲注 1、496 頁以下。

10　しかし、本部が値下げ販売・見切り販売を推奨せず、推奨売価による販売を可及的に維持したいという本部の方針の目的は、単品管理の徹底を通じた発注精度の向上など合理的理由に基づくものであり、したがって、見切り販売を推奨しないこと、見切り販売を取りやめる方向での助言・指導は、原則として、許されるが、加盟店の意思に反して値引き販売を禁止することは許されないとしている。高田淳・前掲注 1、498 頁以下。

11　なお、本判決では、「値引き販売をするか否かの決定権限が加盟店にある」加盟店が認識していたため、本部による加盟店への価格決定権侵害をみとめていない。

12　なお、高田教授は、本件は地裁と高裁とも原告の価格決定権が認められている。これは、本部によって見切り販売が契約違反に当たるとの誤導があったためであり、値下げ販売ができない理由について、加盟店の利益にならないことなどの補足説明が一切なかったためであるとの分析をされている。高田淳・前掲注 1、515 頁以下。

13　高田淳・前掲注 1、516 頁以下。

14　高田淳・前掲注 1、520 頁以下。

15　矢島秀和「コンビニエンス・ストアのフランチャイズ契約において本部が加盟店の価格決定権を侵害したとして損害賠償責任が認められた事例（セブン-イレブン・ジャパン価格決定権侵害事件)」沖縄大学法経学部紀要第 28 号 93 頁以下（2018 年)。矢島教授は、本部と加盟店との取引上の関係を鑑みれば、本部の指導に対して反旗を翻して見切り販売を実施するのは難しく、今後との本部との悪影響を考え、見切り販売を諦めてしまうとの分析を示している。

16 「裁判例は、一般に、値下げ販売・見切り販売を推奨せず、推奨売価による販売を可及的に維持したいというフランチャイザーの方針を基本的に尊重し、この評価に基づいて、見切りを行わないことを推奨し、推奨価格での販売を指導・助言することについても、それ自体は違法でないとの明確な帰結を導き、これらの判断について、契約条項を根拠にし

た基礎づけを行なっている。」との分析に立ち、このような裁判例を支持している。その理由として、高田教授は、「チェーンの根幹に関わる事項に関してはフランチャイザーの方針は尊重されるべきであるという見地から、フランチャイザーの価格決定権を侵害するに至らない範囲において、推奨価格を実施した方がよい、値引き販売は中止した方が良いという趣旨のフランチャイザーの指導は許されると解する。単品管理の徹底を通じて発注精度を高めたいということや価格不統一による顧客の不信感を防止したいというフランチャイザーの方針は、コンビニエンスストアチェーンの運営における根幹の方向を決めるものであり、チェーンの運営の根幹に関わる方針は、チェーン全体を統括しそれを発展させる権利を有し義務を負うフランチャイザーが決することができるとすることができるとすることが妥当であると考えられるからである。そのためには、フランチャイザーには、値下げ販売が将来的にはフランチャイジーやチェーン全体の利益にならないことを述べて、推奨価格の実施を勧奨し値引き販売の中止を説得することが許されなければならない。そうでなければ、フランチャイザーは、自らの方針に基づいて、チェーン全体を統括しそれを維持発展させるための施策を実施することができないからである。」と述べている。高田淳・前掲注 1、492 頁以下。

17　矢島秀和・前掲注 15、92 頁以下も参照。

18　経済産業省「「新たなコンビニのあり方検討会」報告書～令和の時代におけるコンビニの革新に向けて～」
<https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/new_cvs/pdf/20200210_report_00.pdf> accessed on 2021.10.21.

19　公正取引委員会「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書」
<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2020/sep/kitori0902/200902_02.pdf> accessed on 2021.10.21.

20　拙著『コンビニの闇』137 頁以下（ワニブックス、2020 年）も参照。

21　検討会報告書・前掲注 18、4 頁。

22　検討会報告書・前掲注 18、7 頁。

23　検討会報告書・前掲注 18、14 頁。

24　実態調査報告書・前掲注 19、204 頁以下。

25　実態調査報告書・前掲注 19、205 頁以下。

26　実態調査報告書・前掲注 19、205 頁以下。

27　「フランチャイズ・ガイドラインの改正の概要」
<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/apr/kitori/06sankouzentai.pdf> accessed on 2021.10.24.参照。

28　現在では、コンビニ大手 3 社は、廃棄ロスの一部を負担している。「廃棄ロス助成金を新設した新 FC パッケージの狙い」月刊コンビニ 2016 年 9 月号 82 頁以下。その他、拙稿「コンビニフランチャイズ本部による廃棄ロス助成金制度の批判的検討－食品廃棄ロスを減らし、コンビニ加盟店の収益をあげるために」経営総合科学 109 号 23 頁以下（2018 年）参照。