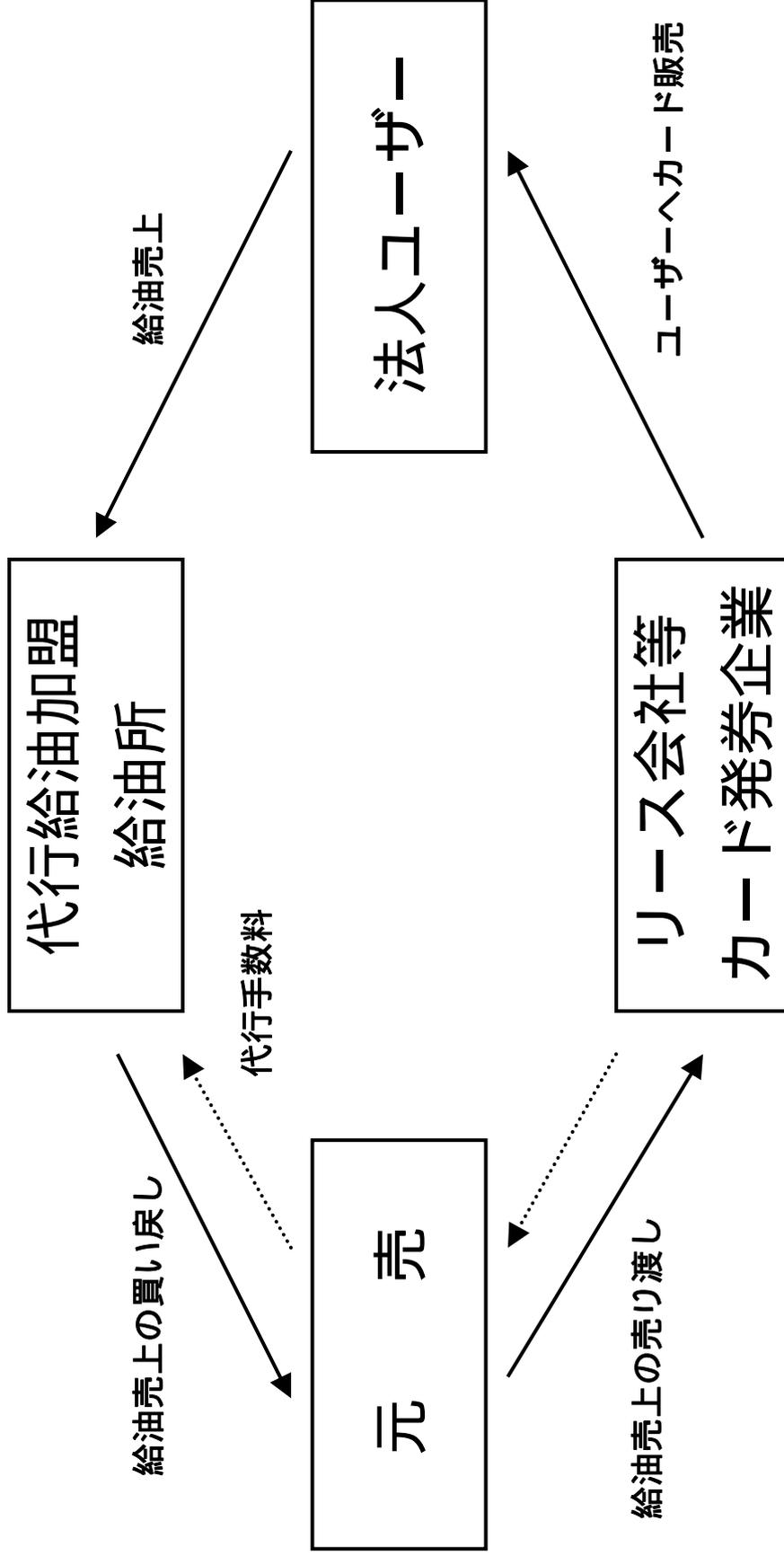


発券店値付け法人向けカードの基本的仕組み



(全石連作成)

○不正な取引方法

(昭五十七年六月十八日)
(公正取引委員会告示第十五号)

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和二十二年法律第五十四号)第二条第九項の規定により、不正な取引方法(昭和二十八年公正取引委員会告示第十一号)の全部を次のように改正し、昭五十七年九月一日から施行する。

不正な取引方法

共同取引の拒絶
その他取引の拒絶
差別対価
取引条件の差別的取扱い
事業者団体の差別的取扱い
不当販売
不当高価購入
顧客を誘引する
不当な利益を誘引する

- 1 正当な理由がないのに、自己と競争関係にある他の事業者(以下「競争者」という。)と共同して、次の各号のいずれかに掲げる行為をすること。
 - 一 ある事業者に対し取引を拒絶し又は取引に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限すること。
 - 二 他の事業者に前号に該当する行為をさせること。
- 2 不当に、ある事業者に対し取引を拒絶し若しくは取引に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限し、又は他の事業者にこれらに該当する行為をさせること。
- 3 不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもって、商品若しくは役務を供給し、又はこれらの供給を受けること。
- 4 不当に、ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利な又は不利な取扱いをすること。
- 5 事業者団体若しくは共同行為からある事業者を不当に排斥し、又は事業者団体の内部若しくは共同行為においてある事業者を不当に差別的に取り扱い、その事業者の事業活動を困難にさせること。
- 6 正当な理由がないのに商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給し、その他不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。
- 7 不当に商品又は役務を高い対価で購入し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。
- 8 自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について、実際のもの又は競争者に係るものよりも著しく優良又は有利であると顧客に誤認させることにより、競争者の顧客を自己と取引するように不当に誘引すること。
- 9 正常な商慣習に照らして不当な利益をもつて、競争者の顧客を自己と取引するように誘引すること。

抱合せ販売等
付随取引条件
再販売価格拘束
付随取引条件
優越的地位の濫用
引対競争者に妨害する取引
競争会社
に對する内部干渉

- 10 相手方に対し、不当に、商品又は役務の供給に併せて他の商品又は役務を自己又は自己の指定する事業者から購入させ、その他自己又は自己の指定する事業者と取引するように強制すること。
- 11 不当に、相手方が競争者と取引しないことを条件として当該相手方と取引し、競争者の取引の機会を減少させるおそれがあること。
- 12 自己の供給する商品を購入する相手方に、正当な理由がないのに、次の各号のいずれかに掲げる拘束の条件をつけて、当該商品を供給すること。
 - 一 相手方に対しその販売する当該商品の販売価格を定めてこれを維持させることその他相手方の当該商品の販売価格の自由な決定を拘束すること。
 - 二 相手方の販売する当該商品を購入する事業者の当該商品の販売価格を定めて相手方をして当該事業者にこれを維持させることその他相手方をして当該事業者の当該商品の販売価格の自由な決定を拘束させること。
- 13 前二項に該当する行為のほか、相手方とその取引の相手方との取引その他相手方の事業活動を不当に拘束する条件をつけて、当該相手方と取引すること。
- 14 自己の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、次の各号のいずれかに掲げる行為をすること。
 - 一 継続して取引する相手方に対し、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。
 - 二 継続して取引する相手方に対し、自己のために金融、役務その他の経済上の利益を提供させること。
 - 三 相手方に不利益となるように取引条件を設定し、又は変更すること。
 - 四 前三号に該当する行為のほか、取引の条件又は実施について相手方に不利益を与えること。
 - 五 取引の相手方である会社に対し、当該会社の役員(私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和二十二年法律第五十四号)第二条第三項の役員をいう。以下同じ。)の選任についてあらかじめ自己の指示に従わせ、又は自己の承認を受けさせること。
- 15 自己又は自己が株主若しくは役員である会社と国内において競争関係にある他の事業者とその取引の相手方との取引について、契約の成立の阻止、契約の不履行の誘引その他いかなる方法をもつてするかを問わず、その取引を不当に妨害すること。
- 16 自己又は自己が株主若しくは役員である会社と国内において競争関係にある会社の株主又は役員に対し、株主権の行使、株式の譲渡、秘密の漏えいその他いかなる方法をもつてするかを問わず、その会社の不利益となる行為をするように、不当に誘引し、そそのかし、又は強制すること。

第11回ホームページ消費者アンケート集計結果 (抜粋)

全国石油商業組合連合会

テーマ: 洗車・ガソリンスタンドの選択基準(ガソリンスタンドに対する不満、希望)

実施期間: 平成15年7月1日～8月31日

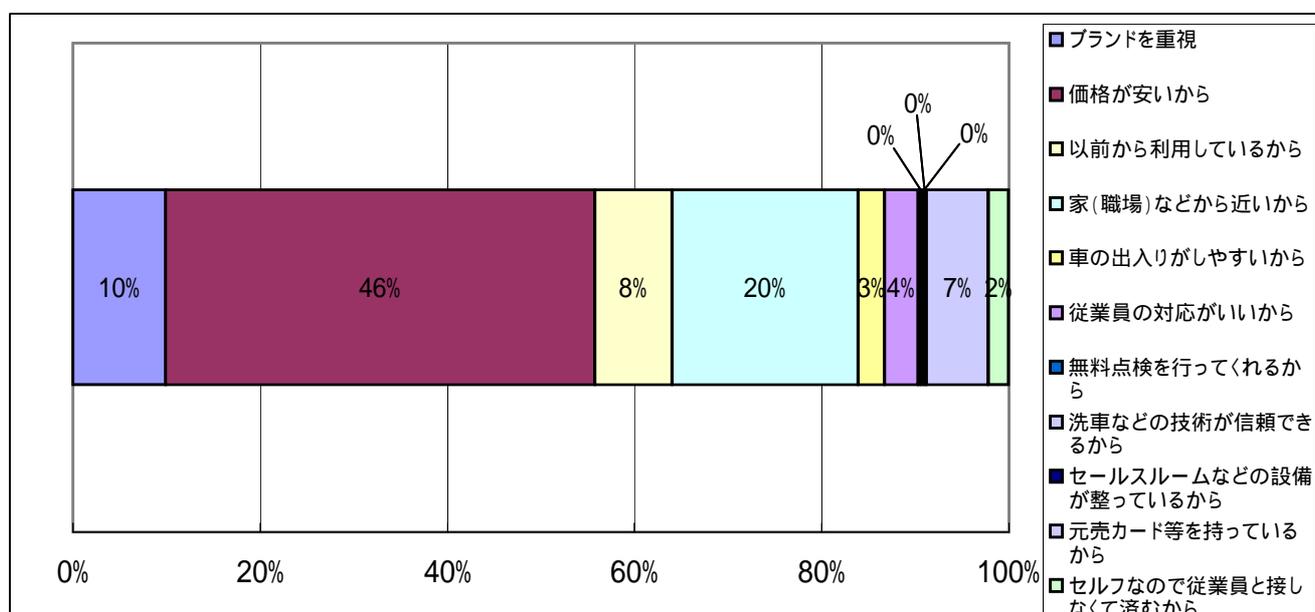
回答総数: 20,375人

有効回答者数: 19,327人(重複回答等を除く)

Q3 あなたが普段、最もよく利用するガソリンスタンドについてお聞きます。そのガソリンスタンドを選ぶ理由はなんですか。

最も重視する理由

(1)ブランド(ENEOS、出光、JOMO、コスモ、エッソなど)を重視	1,913	10%
(2)価格が安いから	8,873	46%
(3)以前から利用しているから	1,589	8%
(4)家(職場)などから近いから	3,835	20%
(5)車の出入りがしやすいから	553	3%
(6)従業員の対応がいいから	691	4%
(7)無料で点検などを行ってくれるから	50	0%
(8)技術が信頼できるから	71	0%
(9)設備が整っているから	52	0%
(10)代金の支払いが便利だから	1,273	7%
(11)セルフ給油なので従業員と接しなくて済むので	427	2%
合計	19,327	100%



米国ガソリン不当廉売規制法(州法)の概要(2004年9月現在)

州名	ガソリン不当廉売規制法の概要
アラバマ州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 同一段階(水平的)で同じ市場の同じ日における販売者間の価格差別は、競争への侵害を意図するリベートや会社内の譲渡であっても違法。 ・ コストを下回る販売と競争を害する効果は、違法の一応有利な証拠となる。 ・ コストとは、仕入価格から割引額を差し引き、これに税金、輸送費に事業活動費用(賃貸料、減価償却費、利子等を含む。)を加えたものであり、全ての段階の販売に適用される。 ・ ひとつの違反に対して、1万ドルまでの罰金を科すことを規定している。
フロリダ州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 同一段階の販売で、同じ取引及び同一の地理的市場において、それが競争を害する場合の価格差別は、市場割当やリベートの差別と共に禁止。 ・ 石油精製業者或いは代理店・支店が燃料を小売価格で販売することは、精製業者が卸売業者に原価以下の販売を行うことで違法である。 ・ コストを下回る販売は、それが競争を害する効果を持つ場合は禁止。 ・ ひとつの違反に対して、最高額1万ドルの罰金を科す。
メイン州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 卸売業者が小売販路においてガソリンの価格をディーラー価格以下で販売した場合には、卸売業者は弁護士を通じて当該販売についての報告書を提出しなければならない。提出しない者に対しては罰則が科せられる。
メリーランド州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小売段階におけるガソリンのコスト割れ販売を禁止する。
マサチューセッツ州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小売のディーラーがコストを下回る価格でガソリンを小売業者に対して販売し或いは広告し、競争者を害する意図或いは競争を減少させもしくは実質的に破壊する意図を有する場合には違法。 ・ コストに含まれるのは、小売業者に対する燃料原価と事業活動費用(間接費の充当分を含む。)である。 ・ ガソリンの販売に関しては違法となる基準として意図が要求される。 ・ 各違反に1千ドルの罰金を科す。
ミネソタ州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小売業者、卸売業者、問屋は、競争者を害する或いは競争を破壊する意図の下にコストを下回る価格で販売・広告することは禁止。 ・ コストには、「その活動地域における事業活動費用」を含む。 ・ 生産者、製造業者、販売者は、競争者の事業を破壊する意図の下に或いは独占を企図して、地域における価格を差別することは禁止され、刑罰の対象となる。 ・ 罰金の上限は3千ドル。
ミズーリ州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 同一の配給レベルにおいて同時にガソリンを販売するに当たり、競争を害する意図の下にコストを下回る価格で販売する行為を禁止。 ・ 同一の配給レベルにおいて競争を害する意図の下に差別的価格設定を行うことは違法となる。会社内の譲渡にも適用される。 ・ 全ての配給レベルにおいて、事業活動費用とは賃貸、リース、税金、光熱費、保険、従業員等の費用が含まれる。
ニュージャージー州	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競争に直面する場合を除き、異なる小売ディーラー間において価格差別を行うことは禁止。 ・ 競争者を害する或いは競争を実質的に減少させる意図の下にリベートを差別することも禁止。 ・ ガソリンの小売販売は、コストに販売にかかる全ての費用を含めてそれらを下回る価格で販売することは禁止。

ニューヨーク州	<ul style="list-style-type: none"> ・小売ガソリンの精製業者は、精製にかかるコストの 98%を下回る価格で販売することは禁止。 ・精製業者以外の販売業者は、競争を害する意図の下に(個々の競争業者を害することを含む)コストの 95%を下回る価格での販売を禁止。
ノースカロライナ州	<ul style="list-style-type: none"> ・小売販売は、競争を害する意図の下にコストを下回る価格で販売することを禁止される。この判断はビジネス活動一般のコスト割れ販売に対して適用される。 ・立証責任の転換の規定を有する。競争に直面する場合、短期間の価格設定、一時的な商品については除外される。
オクラホマ州	<ul style="list-style-type: none"> ・コストを下回る価格での販売は、競争を害する意図或いは結果的に競争を害した場合には違法となる。
サウスカロライナ州	<ul style="list-style-type: none"> ・商品の入手価格に税金・輸送費用を足したコストを下回り、競争者を害する、或いは競争を破壊もしくは実質的に競争を減少させる意図または効果を有する販売は違法となる。競争に直面した場合の防御の場合は除外される。 ・違反者は軽罪或いは刑罰の対象となる。
サウスダコタ州	<ul style="list-style-type: none"> ・価格差別に対応するよう意図される規定は、独占の企図或いは競争者の事業活動を破壊する意図がその要件となる。 ・州の異なるコミュニティ或いは地域によって異なる価格で販売したことの証拠は、一応有利な証拠となる。競争に直面する場合の価格の違いは除外される。
テネシー州	<ul style="list-style-type: none"> ・小売業者或いは卸売業者による販売もしくは広告がコストを下回る価格で、それが実質的に競争を減少させ或いは取引を不合理に制限する場合には違法。 ・垂直的に統合された生産者からその系列の小売販路に対して、同一の競争分野にいるディーラーに対するよりも低い価格で提供することは禁止。 ・小売販売において、競争を害する効果を持つコスト割れ販売は違法となる。コストには、「その活動地域における石油製品の間接費」を含む。
ユタ州	<ul style="list-style-type: none"> ・競争を害する効果或いは意図を持つ価格差別は禁止される。会社内での移動による価格差別も禁止。 ・全ての販売段階において事業活動費用は公示された小売価格の 6%をマージンとみなす。 ・競争を害する意図或いは効果を持つコストを下回る価格での販売は禁止。 ・立証責任の転換規定を有する。
ウィスコンシン州	<ul style="list-style-type: none"> ・小売業者或いは卸売業者による全ての種類の商品について、競争者を市場から排除する目的でコストを下回る価格で販売することを禁止。 ・ガソリンのコスト割れ販売を禁止し、ガソリンの卸売業者と小売業者の定義を規定する。 ・全ての段階の販売について、その事業活動費用を価格の 6%として計上するものとする。 ・他の商品を購入するよう誘引することや不公正に競争者を取引から排除する意図或いはその効果は違法の要件となる。コストを下回る価格での販売の証拠は、そのような意図或いは効果の一応有利な証拠となる。 ・小売業者は、競争に直面する場合にコスト割れ販売を行うことは許されるが、競争の最初の段階でコスト割れ販売を行うことは許されない。

(出所) Sonnenschein Nath & Rosenthal 弁護士事務所

フランスにおける大規模店舗の立地規制について

2003 年 10 月 全石連

1. 大規模店舗規制の背景

- ・ 1950 年代からアメリカの影響を受けたスーパーマーケットが登場。1960 年代には Carrefour (カルフル) が開店し、大規模店 (ハイパーマーケット) が急成長した。
- ・ 大規模店の急展開により次第に中小小売業者との軋轢が生じ始め、伝統的な中小小売店を保護するための法制度を整備する必要に迫られた。

2. 大規模店舗規制の変遷

- ・ 1973 年、フランス初の大規模店舗に対する立地規制法である「ロワイエ法」が施行。
人口 4 万人以下の都市で 1,000 m²以上、4 万人以上の都市で 1,500 m²以上の売場面積がある店舗は出店できない
- ・ 施行後 20 年が経過した 1993 年、ロワイエ法の実施状況を評価したところ、依然として大規模店が過剰であると判断され、一時的に出店凍結措置がとられた。
- ・ その後、1996 年には、売り場面積規制をさらに強化した“ラファラン法”が施行。
規制対象店舗の売場面積を一律 300 m²に引き下げ

3. 大規模店舗規制法の概要

(1) ロワイエ法

- ・ 1973 年に商業調整を目的としたロワイエ法が施行され、大規模店舗の立地規制がスタートした。

(目的)

ロワイエ法の目的は、自動車を利用できない高齢者や大型冷蔵庫を持たない人たちの利便を図るため、大規模店と小売店とのバランスを図ることであった。

(規制内容)

人口 4 万人以下の都市で 1,000 m²以上、4 万人以上の都市で 1,500 m²以上の売場面積がある店舗は出店できない。

(2) ラファラン法 (現行)

(改正の背景)

- ・ ロワイエ法施行後、ハイパーマーケット数は 1975 年当時 3,151 店であったものが、1995 年には 8,771 店へと大幅に増加した。
- ・ さらに、郊外に、ロワイエ法の規制対象にならないディスカウントショップが多く開店

し、市中心部の既存小売店を圧迫。これが小売店舗衰退の原因となり、均衡ある国土整備の面からも好ましいものではなくなった。

- ・こうした状況に、消費者である地域住民、商工会議所、手工業組合などから、地元商業の活性化を図るべきとの声が高まり、都市計画の考えも取り入れたラファラン法が成立した。

(目的)

- ・商業と手工業は、価格及びサービスと商品の質について、消費者の需要を満足させることをその役割とすること。
- ・また、雇用の発展に協力し国内経済の競争力を高め、都市及び農村を活気付け、生活の質の向上に貢献しなければならない。同時に、商業設備の近代化を図らなければならないこと。

(改正内容)

- ・ 300 m²以上の売場面積を持つ店舗の開店・拡張には許可申請が必要とされた。
許可申請は、地元の県商業設備委員会(後述)に行うこと
- ・小売商店の新築・改造のほか、ホテル、大規模映画館、店舗付ガソリンスタンドを規制対象に追加。
- ・出店にともなう影響調査の強化
- ・許可を受けた面積を超えた場合、無許可出店に対する罰則規定

4. 県商業設備委員会の運営

(委員会の構成)

- ・委員会の議長は県地方長官(prefet)であるが議決には参加しない。
委員は6名で、うち3名は地方政治家(設置予定地の市長、当該県議会議員の選挙区(canton)の中で最も人口が多い市長と県議会議員)。他の3名は、地区の商工会議所会頭、手工業組合長、県消費者団体代表者。
- ・申請が許可されるためには4票以上が必要(ロワイエ法では委員一人の反対で申請が否決されていた)。申請から評決までの期間は4ヶ月。

(審査事項)

関連地域の各分野における全体的な需要と供給
関連地域における商業設備の平均値及び大型スーパーの密度
計画が地域の商業及び手工業に与える潜在的影響力
計画が雇用面に与えるインパクト など

(課題)

- ・ラファラン法の施行により、大規模店の出店には歯止めがかかった。反面、小規模店が店を拡張する場合にも許可を受けなければならないケースが増え、小規模店にとっても予想外の負担となっているケースも出ている。

5. まとめ

- ・フランスにおける大規模店の出店規制は、日本とは逆に規制強化の方向である。
- ・ラファラン法の施行により大規模店の出店は抑制されたものの、上述のように中小小売業者にとっても予想外の負担となっているケースも出ている。
- ・大手流通業者の今後の動向は、他のグループを買収して系列店を増やすか、海外進出を進めるか、に分かれている。

他の欧州諸国の大規模店に対する出店規制

イタリア

[ベルサーニ政令(新商業規則)]1998年3月31日施行

人口1万人未満の基礎自治体(comune:コムーネ)は150 m²以上、1万人以上のコムーネで250 m²以上の売場面積がある店舗は出店できない。

スペイン

自治州ごとに異なるが、最小のガリシア州では人口9千人以下の自治体(コムーナ)で500 m²以上、5万人超のコムーナでは2,000 m²以上の売場面積を規制。

ドイツ

石油会社系や独立系のガソリンスタンド(shop併設)は閉店法の適用対象外であるが、ハイパー、スーパーは閉店法の規制対象になっている。

イギリス

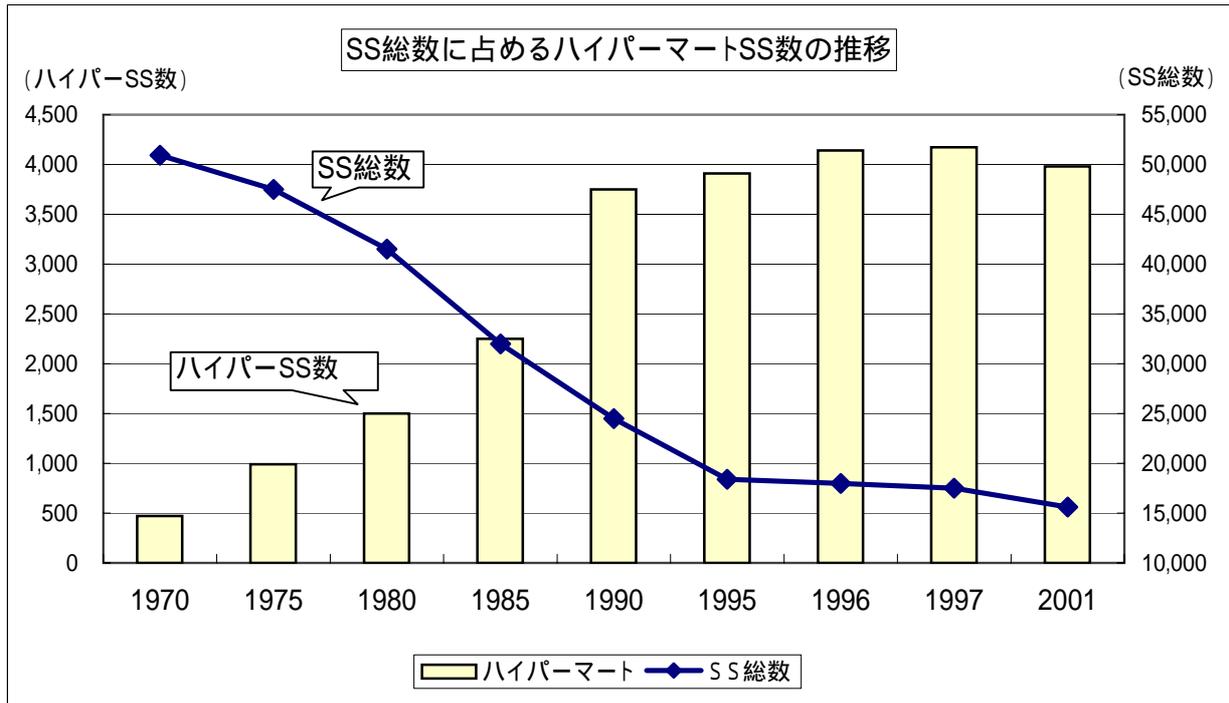
地方都市の商店街を守るために、プランニング法(都市計画法)が改正され、大手スーパーは市街地に大型スーパーを出店することができなくなっている。

* フランスだけでなく、EU 諸国では、大型店の出店について、中小企業と市街地の衰退防止、消費者サービスのきめ細かい提供、中世・近世の街並み保全などを背景にして、商業調整的規制と都市計画による規制を併用しながら、規制強化しているのがポイント。

* スペインのように、EU 拡大に伴う大手流通業者の参入に対抗して、自国の中小小売店の壊滅的なインパクトを薄めるという意図で規制強化している面もある。

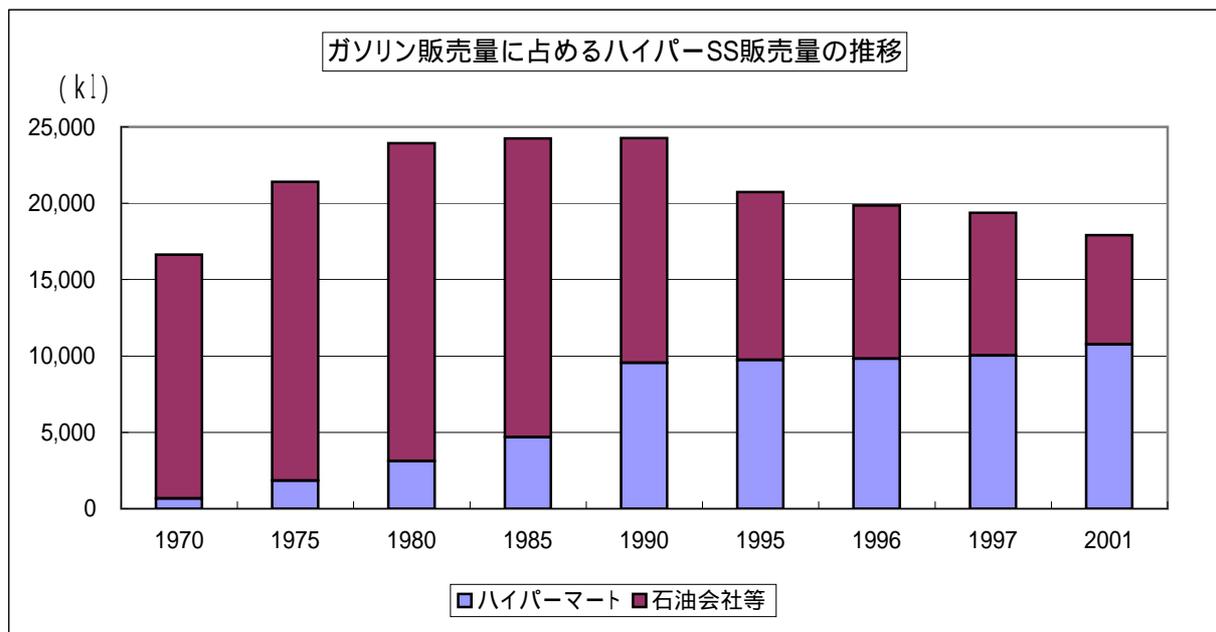
以上

フランスにおける運営形態別 SS数及びガソリン販売数量の推移



SS数の推移

	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1996	1997	2001
石油会社系	45,150	39,711	35,532	24,124	14,819	11,026	10,134	9,724	11,618
独立系	5,300	6,799	4,468	5,626	5,931	3,470	3,700	3,617	
ハイパーマーケット	470	990	1,500	2,250	3,750	3,910	4,140	4,173	3,982
合計	50,920	47,500	41,500	32,000	24,500	18,406	17,974	17,514	15,600



ガソリン販売量の推移

	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1996	1997	2001
石油会社系	14,847	17,574	19,152	17,281	13,577	10,428	9,511	8,875	7,149
独立系	1,122	1,984	1,669	2,292	1,150	555	527	476	
ハイパーマーケット	665	1,840	3,111	4,681	9,550	9,746	9,827	10,031	10,774
合計	16,634	21,398	23,932	24,254	24,277	20,729	19,865	19,382	17,923

(出所)「フランスにおける石油製品流通機構」(小島正稔東洋大学教授・2000年3月)、The Petroleum Finance Company

酒類小売業における新規参入規制法について(概要)

- ・「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法案」が平成 15 年 4 月 3 日、衆議院本会議で可決成立した(議員立法)。
- ・同法は、酒類小売店の数が過剰で、売上げが激減して経営難に陥っている店の割合が高い等の条件を満たす地域を税務署長が「緊急調整地域」に指定し、指定された地域については、1 年間に限り、新たに小売免許を交付せず、また他の地域からの参入も認めないというもの。
(参考)旧 8 揮発油販売業法における「指定地区」制度は平成 8 年 10 月で全廃。

【法律のポイント】

1. 目的

酒類小売業免許に係る規制緩和の進展に伴い、酒類小売業者の経営の維持が困難となる等の急激な社会経済状況の変化が生じている現状にかんがみ、緊急の措置として、緊急調整地域における酒類小売業免許の付与を制限するとともに、酒類小売業者の経営の改善及び転廃業の円滑化のための措置をとることにより、規制緩和の円滑な推進に資することを目的とする。

2. 緊急調整地域における酒類小売業免許の付与の制限等

(1) 緊急調整地域の指定

- ・税務署長は、当該地域において酒類の販売数量の減少が著しいこと等により、酒類の販売業の継続が困難な酒類小売販売場が占める割合が著しく高いこと等の要件に該当する地域を緊急調整地域に指定することができる。
- ・緊急調整地域は一の市町村の区域を超えないものとし、その指定の有効期間は一年とすること。

(2) 緊急調整地域における酒類小売業免許の付与の制限等

- ・税務署長は、緊急調整地域においては、酒類小売業免許の新たな付与及び他の地域からの酒類小売販売場の移転の許可を行ってはならないものとする。

3. その他

この法律は、平成 17 年 8 月 31 日限り、その効力を失うものとする。

酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法

(平成 15 年 5 月 1 日法律第 34 号)

第一章 総則(第 1 条・第 2 条)

第二章 緊急調整地域における酒類小売業免許の付与の制限等(第 3 条—第 7 条)

第三章 公正取引委員会への措置請求等(第 8 条・第 9 条)

第四章 罰則(第 10 条)

附則

第一章 総則

(目的)

第 1 条 この法律は、酒類小売業免許に係る規制緩和の進展に伴い、多数の酒類小売業者の経営の維持が困難となる等の急激な社会経済状況の変化が生じている現状にかんがみ、緊急の措置として、緊急調整地域における酒類小売業免許の付与を制限するとともに、酒類小売業者の経営の改善及び転廃業の円滑化のための措置その他の措置をとることにより、規制緩和の円滑な推進に資することを目的とする。

(定義)

第 2 条 この法律において「酒類」とは、酒税法（昭和 28 年法律第 6 号）第 2 条第 1 項に規定する酒類をいう。

2 この法律において「酒類小売業免許」とは、酒税法第 9 条第 1 項の規定による酒類の販売業免許（販売の代理業又は媒介業に係るものを除く。）のうち同法第 11 条の規定により販売方法として酒類販売業者（同法第 9 条第 1 項の規定により酒類の販売業免許を受けた者をいう。以下同じ。）又は酒類製造業者（同法第 7 条第 1 項の規定により酒類の製造免許を受けて酒類の製造を業とする者及び同法第 28 条第 6 項の規定により酒類製造者とみなされた者でその酒類に自己の商標を表示して販売することを業とする者をいう。以下同じ。）に対する販売に限る旨の条件を付されたもの以外のものをいう。

3 この法律において「酒類小売業者」とは、酒類小売業免許を受けた者をいう。

4 この法律において「酒類小売販売場」とは、酒類小売業者が酒類小売業免許を受けて酒類の販売業を営む場所をいう。

第二章 緊急調整地域における酒類小売業免許の付与の制限等

(緊急調整地域の指定)

第3条 税務署長は、次に掲げる要件に該当する地域を、緊急調整地域として指定することができる。

- 一 当該地域において酒類の需要に対してその供給能力が著しく過剰であり、当該地域に存する酒類小売販売場(酒類小売業免許について酒税法第9条第2項の規定により期限が付されている酒類小売販売場その他の政令で定める酒類小売販売場を除く。以下この項において同じ。)のうちに酒類の販売数量の減少が著しいこと等により酒類の販売業の継続が困難な酒類小売販売場が占める割合が著しく高い場合として政令で定める要件に該当すること。
 - 二 当該地域に存する酒類小売販売場の過半数について、財務省令で定めるところにより、次に掲げる事項について定められた経営の改善のための計画が酒類小売業者から税務署長に提出されていること。
 - イ 経営の改善の目標
 - ロ 仕入れ又は配送の共同化、経営形態の転換、経営管理の合理化、設備の近代化その他の経営の改善のために実施する措置の内容
 - ハ 経営の改善を実現するための期間
 - ニ その他財務省令で定める事項
- 2 緊急調整地域の区域は、一の市町村(特別区及び地方自治法(昭和22年法律第67号)第252条の19第1項の指定都市の区を含む。)の区域を超えないものとする。
- 3 第一項の規定による緊急調整地域の指定の有効期間は、一年とする。
- 4 税務署長は、第一項の規定により緊急調整地域を指定する場合には、関係市町村長(特別区の区長を含む。)の意見を聴かなければならない。
- 5 税務署長は、第一項の規定により緊急調整地域を指定する場合には、その旨及びその区域を公告しなければならない。

(酒類小売業免許の付与の制限等)

第4条 税務署長は、緊急調整地域においては、酒類小売業免許の付与及び酒税法第16条第1項の規定による他の地域からの酒類小売販売場の移転の許可を行ってはならない。ただし、同法第11条の規定により販売方法として通信販売に限る旨の条件を付して酒類小売業免許を付与する場合その他の政令で定める場合については、この限りでない。

(緊急調整地域の指定の解除)

第5条 税務署長は、緊急調整地域についてその指定の必要がなくなつたと認めるときは、当該指定を解除しなければならない。

2 第3条第4項及び第5項の規定は、前項の規定により緊急調整地域の指定を解除する場合について準用する。

(報告の徴収等)

第6条 税務署長は、第3条の規定により緊急調整地域を指定し、又は前条の規定によりその指定を解除する場合において必要があると認めるときは、その必要な限度において、酒類小売業者に対し、報告を求め、又は当該職員に、関係者に対し質問させ、若しくはその事務所若しくは事業所に立ち入り、その帳簿書類その他の物件を検査させることができる。

2 前項の規定による質問又は立入検査を行う場合においては、当該職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があるときは、これを提示しなければならない。

3 第一項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(酒類小売業者の経営の改善及び転廃業の円滑化のための措置)

第7条 国は、酒類小売業者による第3条第1項第2号の経営の改善のための計画の実施及び酒類小売業者の転廃業の円滑化に資するため、必要な措置を講ずるものとする。

第三章 公正取引委員会への措置請求等

(公正取引委員会への措置請求)

第8条 国税局長又は税務署長は、酒類販売業者の取引に関し、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和22年法律第54号)第2条第9項に規定する不公正な取引方法に該当する事実があると思料するときは、公正取引委員会に対し、その事実を報告し、適当な措置をとるべきことを求めることができる。

(酒類の取引の条件に関する基準)

第9条 酒類製造業者及び酒類卸売業者(酒類販売業者又は酒類製造業者に対する酒類の販売(販売の代理又は媒介を含む。)を業とする酒類販売業者をいう。)は、酒類の販売数量に応じてする酒類販売業者への金銭の供与その他酒類販売業者との

酒類の取引の条件について基準を定めるとともに、これを取引関係その他これに類する関係のある酒類販売業者に対し提示するよう努めなければならない。

第四章 罰則

第10条 第6条第1項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による当該職員の質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の陳述をし、若しくはその職務の執行を拒み、妨げ、若しくは忌避した者は、10万円以下の罰金に処する。

2 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関して、前項の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人又は人に対しても、同項の刑を科する。

附 則

(施行期日)

第1条 この法律は、公布の日から起算して三月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(適用区分)

第2条 第4条の規定は、この法律の施行前にされた酒類小売業免許の付与の申請又は酒税法第16条第1項の規定による他の地域からの酒類小売販売場の移転の許可の申請についての処分については、適用しない。

(検討)

第3条 政府は、この法律の施行の状況、酒類の特性、青少年の健全な育成の重要性、地域社会における酒類小売業者の役割等を勘案し、酒類の販売業免許の制度の在り方について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

(この法律の失効)

第4条 この法律は、平成17年8月31日限り、その効力を失う。

(公正取引委員会への措置請求に関する経過措置)

第5条 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第2条第9項に規定する不正な取引方法に該当する事実がこの法律の失効前にあった場合における第8条の規定による措置請求については、この法律の失効後も、なお従前の例による。

(罰則に関する経過措置)

第6条 この法律の失効前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

(政令への委任)

第7条 前二条に規定するもののほか、この法律の失効に伴い必要な経過措置は、政令で定める。