

第5章

販売・サービス上の 関連法規

独占禁止法

① 目的、取引方法に関する規制など

必修ポイント① 独占禁止法の目的と主要項目

●独占禁止法(私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律)の目的

- 自由競争市場において「公正かつ自由な競争を推進すること」を目的に定められた法律であり、一般消費者の利益を確保するとともに、市場の健全な発展を促進するのが狙い。

●独占禁止法の3つの柱

- 3つの柱は「私的独占の禁止」「不当な取引制限の禁止」「不公正な取引方法の禁止」である。

①私的独占の禁止：市場で大きな力を持つ事業者やグループがほかの事業者を支配、排除することで市場を独占しようとする行為は禁止されている。例えば、株式保有や取引上優越した地位を利用してほかの事業者を支配したり、ダンピングや取引先の拘束などで新規参入者を排除する行為などがこれに当たる。

②不当な取引制限の禁止：カルテルや入札談合など、競争を人為的に制限する行為は禁止されている。「カルテル行為」とは、同業者が集って価格や販売数量などを共同で取り決め、競争しないことに合意することをいう。複数の小売業者(販売店)が配送料金や修理料金を話し合いで統一するようなケースもカルテル行為として不当な取引に当たる。また「入札談合」とは公共事業や公共調達の入札に関して、事前に受注事業者や受注額などを決定することをいう。

③不公正な取引方法の禁止：公正な競争を阻害する恐れがある取引は禁止されている。禁止となる取引の内容は公正取引委員会が告示して指定するが、その指定には、すべての業種に適用される「一般指定」と、特定の事業者や業界を対象とする「特殊指定」がある。「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法(大規模小売業告示)」(P294参照)は特殊指定になる。

補足ポイント 課徴金減免申請(課徴金減免制度)について

- 企業(事業者)が違法なカルテルなどを行った際、独占禁止法が定める規制手法の一つに課徴金納付命令がある。違反した企業が、対象商品の売上高に応じて算出された課徴金を、国庫に対して支払うという行政処分である。
- 違反行為をした事業者が、自主的にその行為を報告する場合、課徴金を免除ないし減額できる制度(課徴金減免制度)がある。その際、同一企業グループ内の複数事業者による共同申請が認められている。課徴金減免申請の対象事業者数は、調査(立入検査など)開始前と開始後で合わせて先着5社までと定められている。

必修ポイント② 不公正な取引方法の主な規制

- 不公正な取引方法として、「一般指定」で挙げられている課徴金の対象となる行為は、次の通り。
 - ①**差別対価・取引条件等の差別取り扱い**：メーカー（または販売会社）が、合理的な理由がないにもかかわらず、小売店に対して納入価格やそのほか取引条件を不当に差別すること。
 - ②**不当廉売**：キズ物や生鮮食品や季節商品でない原価割れ販売のうち、ほかの業者への影響が大きいもの。小売店の場合、継続的に仕入価格を割るような販売価格を設定したために他事業者（他店）の活動が困難になる恐れがある行為がこれに当たる。家電ガイドラインでは、「継続して」は「毎日継続して行われることを必ずしも要しない」とされている。
 - ③**非価格制限行為（拘束条件付取引・排他条件取引）**：取引において、取引相手の取扱商品や販売地域などを制限する条件を付ける行為。メーカー（または販売会社）が小売店に対し、他社の商品を取り扱わないことを取引の条件とすることや、テリトリー制のように一定のエリアを割り当て、エリア外の販売を制限することなどがこれに当たる。
 - ④**不当な抱き合わせ販売**：不当にほかの商品やサービスを一緒に買わせる行為。競争力のある商品に売れない商品をセットにして販売し、単品では買えないようにすること。
 - ⑤**再販売価格の拘束**：メーカーが、再販売価格（小売価格）を小売業者に示し、自由な価格設定を行えなくさせること。ただし、音楽CDや雑誌などの著作物は、公正取引委員会（公取委）の指定を受けた商品（指定再販商品）なので適用されない。
 - ⑥**ぎまんの顧客誘引・不当顧客誘引**：虚偽または誇大な広告表示によって、顧客を誘引したり、過大な景品を付けて商品を販売すること。
 - ⑦**優越的地位の濫用**：取引上、優越した地位を利用して、説明のつかない協賛金や店員の派遣を取引先に強要すること。具体例としては大規模小売業者などがその立場を利用して納入業者に不当に「従業員の派遣」「協賛金などの負担」「返品」などを強要することや、小売業者が利益率・利益額が足りないという理由で納入業者に対し追加リベートなどの利益補填を要求することなど。
 - ⑧**排他条件付取引**：他のメーカーと取引してはならないと条件を付けて取引を行うなど、競争相手の取引の機会や新規参入を不当に妨げる行為。
 - ⑨**共同の取引拒絶**：競争関係にある事業者同士が共謀して、ある事業者に対する取引を拒絶したり、取引する商品の数量を制限するような行為。また、ほかの事業者によってそれを強要するような行為。
 - ⑩**不当高価購入**：不当に高い対価で商品を購入し、ほかの事業者の事業活動を困

⑤**第三者提供の制限**:あらかじめ本人の同意を得ず、本人以外の第三者に個人データを提供することは禁止されている。グループ会社の事業者間で個人データを交換することや、フランチャイズの加盟店が本部に個人データを提供する場合なども第三者提供に該当する。

- 第三者提供の制限には例外があり、人の生命、身体または財産を保護するために必要となる場合であって、本人の同意を得ることが困難な場合には、本人の同意がなくても第三者に個人情報を提供することができる。例えば、メーカーからの依頼で、製品の発火事故に伴うリコールの対象製品を保有しているユーザー情報を提供する場合は、この例外に該当する。
- 委託や合併に伴う場合などには、その相手の会社は「第三者提供」に該当しない。例えば、商品を配送する場合に配送業者に個人データを渡す場合は、第三者提供には該当しない。
- 個人情報取扱事業者は、保有個人データに誤りがあり、事実でないという理由によって本人から訂正等を求められた場合、原則として訂正等を行う。訂正を行った場合には、その内容を本人に対し、遅滞なく通知しなければならない。
- 個人情報取扱事業者は、本人から、保有個人データの開示を求められたときは、本人に対し、遅滞なく、当該保有個人データを開示しなければならない。個人データが存在しないときも、その旨を通知する必要がある。データの開示は、本人に対し、書面の交付による方法(開示を求めた者が同意した方法であるときはその方法)により遅滞なく開示する。
- 個人識別符号とは、身体の一部の特徴をコンピュータの用に供するために変換した文字、番号、記号その他の符号であって、特定の個人を識別できるもの等をいう。マイナンバーやパスポート番号、DNA等が該当する。

●匿名加工情報

- 個人情報を個人情報区分に応じて定められた措置をして、特定の個人を識別できないように個人情報を加工したもので加工前の情報に復元できないものである。この情報は一定のルール内で利用目的をなくし、本人の同意を得ることなく第三者に提供することができる。

●要配慮個人情報

- 人種、信条、社会的身分、病歴、犯罪経歴、犯罪により害を被った事実、その他本人に対する不当な差別、偏見その他の不利益が生じないように、その取扱いに特に配慮を要するものとして政令で定める記述等が含まれる個人情報をいう。

必修ポイント② 著作権法

- 著作権法は、著作物が完成したときに、知的財産として発生する著作者の権利を保護することを目的としている。著作物としては、絵画、音楽、学術、文学、美術などのほか、コンピューターソフト、データベースなどが挙げられる。また、

アニメのキャラクターなども含まれ、キャラクターの絵と同一でなくてもそのキャラクターを連想させるような絵を使用する場合は、著作権者の許諾を得る必要がある。

- 著作権を侵害した場合は、差し止め請求や損害賠償、名誉回復の措置、極端な場合は刑事告訴を受ける場合もある。
- 私的使用のための複製は自由に利用できると定められているが、技術的保護手段を回避することによって(コピーガードを外すなど)コピーをした場合は、著作権の侵害になる。パソコン用ソフトのインストールは、CD-ROMに入ったプログラムをハードディスクにコピーして利用できるようにしているため、著作権法上の複製に当たり、適法である。なお、自分が持っているソフトを他人のパソコンにインストールする行為は著作権の侵害になる。また、原本を他人に譲る場合は自分のコピーを破棄する。
- インターネットにアップロードされているコンテンツ(音声、映像等)が違法配付かつ販売または有料配付されていることを知りながら、著作権者に無断でダウンロードすることは、個人的に利用する目的であっても刑罰の対象である。

必修ポイント③ 商標法

- 商標とは、自己の商品・サービスを他人のものと識別するための標識である。
- 商標は、特許庁への出願・審査を経て登録されると、登録商標となり、登録した者には商標権が与えられ商標権者となる。権利の存続期間は10年である。申請により何度でも更新でき、半永久的に持ち続けることもできる。

必修ポイント④ 消費者契約法

- 消費者と事業者(企業)の間にある、情報力などの格差を前提として、消費者をめぐる契約に関して、消費者契約から生じるトラブルや被害を抑制するなど、消費者を保護するために制定された法律。消費者と事業者が結んだすべての契約が対象となる。
- 契約を勧誘されているときに、事業者の不適切な行為によって、消費者の自由な意思決定が妨げられたことで結んだ契約は取り消すことができる。消費者に著しく不利な契約は一部撤回されるか、全部無効になることもある。
- 取消権の行使期間は、誤認に気付いたときから1年、契約締結から5年。
- 同法により**消費者団体訴訟制度**が定められ、消費者に代わって一定の要件を満たす消費者団体(適格消費者団体)が消費者全体の被害防止のため、事業者の不当な行為そのものについて差し止め請求ができるようになっている。

必修ポイント⑤ 不正競争防止法

- 不正競争防止法の目的は、「事業者間の公正な競争等を確保するため、不正競争の

表示がある端末は、滞在する90日以内に限り国内で使用することができる。

- 特定無線設備については、事前に基準認定を受け技適マークを表示することで、利用者は免許手続時の検査を省略できる。特定無線設備には、携帯電話、コードレス電話、無線LAN、ロボットクリーナーやBluetoothを利用する自撮り棒などがある。

●家電リサイクル法

- 家電リサイクル対象機器の輸出品について、主務省令で定める規模に満たない特定製造業者等(輸入業者含む)が自社でリサイクル義務を果たすことが難しい場合、家電リサイクル法における「指定法人」が特定製造業者等(輸入業者含む)の委託を受けて、使用済み家電製品のリサイクルを実施する。

5-9 取扱説明書の図記号

必修ポイント① 危害・損害の程度の3表示


- ①**危険**：使用者が製品の取り扱いを誤った場合、死亡または重傷(失明やけがなどで後遺症が残る、または入院を必要とする場合など)を負うことがあり、かつ切迫の度合いが高い危害の程度。
- ②**警告**：使用者が製品の取り扱いを誤った場合、使用者が死亡または重傷を負うことが想定される危害の程度。
- ③**注意**：使用者が製品の取り扱いを誤った場合、障害(入院を必要としないけがなど)を負うことが想定されるか、物的損害(家屋、家財の拡大損害など)の発生が想定される危害・損害の程度。

 **危険**

 **警告**

 **注意**

損害の程度の3表示

一般分類記号	警告図記号例					
 禁止図記号 製品の取り扱いにおいて、その行為を禁止する図記号。	 火気禁止  接触禁止  風呂・シャワー室での使用禁止  分解禁止  水ぬれ禁止  ぬれ手禁止					
 注意図記号 製品の取り扱いにおいて、発火、破裂、高温などに対する注意を喚起するための図記号。	 一般注意 特定しない一般的な注意を示す。	 発火注意  回転物注意	 破裂注意  指を挟まれないよう注意	 感電注意	 高温注意	
 指示図記号 製品の取り扱いにおいて、指示に基づく行為を強制するための図記号。	 一般指示 使用者に対し指示に基づく行為を強制する。	 電源プラグをコンセントから抜け	 必ずアース線を接続せよ	※アース接続の指示記号についてはJIS S 0101で規定されておらず、関連の規格はない		