

第 7 章

不公正取引行為規制

不公正取引行為規制は、市場支配的地位の濫用行為規制、カルテル規制及び経済力集中規制と並ぶ公正取引法の中核を成す規制である。公正取引法が整備・強化されるなかで、不公正取引行為規制の整備・充実も図られている。

韓国の不公正取引行為規制は、わが国の不公正な取引方法規制と大変似ているが、規制の内容や方法、問題とされる行為等において差異が見られることも事実である。これは、経済や取引等の状況が韓国とわが国の間で異なっていることと関係しており、韓国でのこの十数年の法運用を経て、その差異は拡大してきていると考えられる。とりわけ、韓国の場合は、わが国とは異なり、財閥と呼ばれる大規模企業集団が存在し、その競争上の弊害をいかに防止するかが大きな政策課題であった。こうした韓国特有の事情が不公正取引行為規制にも反映し、大規模企業集団の系列企業の行為に対しては同規制が厳しく適用されており、差異拡大の大きな要因となっている。

また、韓国の場合は、以前における政府の長い介入の結果、規制に関係する政府部門や業界において、競争制限的な思考や慣行が残存しており、その意味においても、公正かつ自由な競争秩序の確立のため、不公正取引行為規制の果たす役割が重要といえる。本章では、韓国における不公正取引行為の規制の内容やその運用状況を紹介することにより、韓国独占禁止法制の中核の一つである不公正取引行為規制の全容とその動向を明らかにすることとしたい。

1. 規制制度の変遷

不公正取引行為の規制は、公正取引法の制定前に遡る。不公正取引行為は、1975年12月に制定された物価公取法（物価安定及び公正取引に関する法律）においてすでに規制されていた。しかし、物価公取法は、価格統制を行いながら、併せてカルテルや不公正取引行為を規制し、物価の安定を効果的に図ろうとした法律であり、いわば、価格統制法規に競争法規を接木したようなものであった。このため、物価公取法は、その法目的、法体系からいって、本格的な独占禁止法制といえるようなものではなかった。本格的な独占禁止法制の出現は、公正取引法の制定まで待つことになり、不公正取引行為の規制も公正取引法の制定後に本格的に始まることになる。

公正取引法制定当初の規制の態様は、日本の不正な取引方法の規制と同じように、法律において不公正取引行為の各行為類型を定義し、規制に当たっては、その定義規定を具体化した独占禁止当局の指定に委ねられていた。しかし、1990年1月の法改正によって、この指定制度が廃止され、法律により、直接、規制する形に改められた。また、定義規定に定められている不公正取引行為の行為類型や是正措置の規定の整備・充実も進められ、92年12月の法改正においては、不公正取引行為についても課徴金が賦課できるようになる等、規制の強化が図られている。

以下、こうした不公正取引行為の規制制度の変遷について、見ていくこととする。

(1) 物価公取法の時代

物価公取法は、前にも触れたとおり、統制法規に競争法規を接木したような法律であり、最高価格の指定、公共料金の決定、緊急需給調整措置等の直接統制に関する規定と、競争制限行為の禁止及び不公正取引行為の禁止に関

する規定から成っていた。これら規定のなかで、競争制限行為の禁止の規定（8条）は、カルテル規制に関するものであり、価格、数量などのカルテルを禁止するとともに、不況カルテル等の適用除外カルテルを許容していた。

他方、不公正取引行為の禁止の規定（7条）においては、事業者の次の行為であって、経済企画院長官が公正な取引を阻害するおそれがあると認め、不公正取引行為として指定した行為をしてはならないと定めており、具体的な規制は指定に委ねる形態がとられていた。

- ①不当に取引の相手方を差別的に取り扱う行為
- ②不当に競争者の顧客を自己と取引するように強制する行為
- ③自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引する行為
- ④取引の相手方を不当に拘束する条件をもって取引する行為
- ⑤商品若しくは役務に対する虚偽若しくは誇張した広告をし、又は商品の質若しくは量を偽る行為
- ⑥暴利の目的で物品を買占め又は販売を忌避する行為
- ⑦故意に物品の生産を中断若しくは縮小し又は当該物品の出庫を制限する行為

これらの行為のなかには、⑥買占め・売惜しみや⑦故意の生産の中断・縮小及び出庫制限のように、統制経済下で生じやすい行為ではあっても、競争の促進とは関係のない行為が含まれていた。また、それ以外の行為についても、差別取扱い、取引強制、優越的地位の濫用といった行為は、自由競争経済下でも競争阻害行為として問題となる行為ではあるが、統制経済下においても、統制により有利な地位に立つことができる事業者が引き起こす濫用行為であった。後の公正取引法において規定された「不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引する行為」や「不当に競争者を排除するために取引する行為」のような不当顧客誘引や競争者の排除といった自由競争下でこそ生じる競争阻害行為は含まれていなかった。

次に、この物価公取法が運用された約5年間の実績を見ると、物価統制に関する規定の運用に圧倒的な重点が置かれ、競争制限行為の禁止や不公正取

引行為の禁止に関する規定の運用には消極的であった。特に、競争制限行為の禁止に関する規定の運用については、5件の調査が行われたのみであり、しかも違反行為として認定されたものはなかった。また、不正取引行為の禁止に関する規定の運用についても、この規定に基づいて是正された事件は100件あるが、そのうち85件が第2次石油危機時の米や練炭の小規模な商人による買占めや売惜しみに関するものに過ぎなかった⁽¹⁾。

(2) 公正取引法の制定

公正取引法では、物価公取法で規定されていた不正取引行為から、競争法規と関係のない買占め・売惜しみのような行為を外し、新たに不当顧客誘引行為や不当に競争者を排除するための取引行為を加えることにより、競争法規としての不正取引行為規制の体裁を整えた。

制定当初の規制の態様は、物価公取法と同様に、まず、法律で不正取引行為の行為類型を定義しておき、規制に当たっては、その行為類型を具体化した独占禁止当局の指定により行う形をとった。これは、わが国における不正な取引方法の規制の態様と同じである。公正取引法での具体的な規定ぶりは、「事業者が次の各号の1に該当する行為であって、経済企画院長官が公正な取引を阻害するおそれがあると認め、不正取引行為として指定、公示した行為をしてはならない」となっており、各号の行為が次のように規定されていた。

- ① 不当に取引の相手方を差別的に取り扱う行為
- ② 不当に競争者を排除するために取引する行為
- ③ 不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引し又は強制する行為
- ④ 自己の取引上の地位を不当に利用して取引の相手方と取引する行為
- ⑤ 取引の相手方の事業活動を不当に拘束する条件で取引する行為
- ⑥ 商品又は役務に関して虚偽若しくは誇張した表示若しくは広告をし、又は商品の質若しくは量を偽る行為

不正取引行為の典型としては、本来、再販売価格維持行為が挙げられるが、公正取引法においては、別の条項によって規制しており、その条項において、再販売価格維持行為を禁止するとともに、独占禁止当局が定める著作物と指定するブランド商品について例外的に再販売価格維持行為を許容する形をとった。

不正取引行為や再販売価格維持行為に対する是正措置としては、不正取引行為の場合は当該行為の中止、契約条項の削除その他是正に必要な措置を、また、再販売価格維持行為の場合は当該行為の中止、契約条項の削除その他是正に必要な措置を命じることができるとされた。事業者がこれら是正措置に従わなかった場合や、それら違反行為を行ったことそれ自体に対しては5000万ウォン以下の罰金を科すことができるようになっていた。

また、再販売価格維持行為のほかに、不正取引行為規制に関係する規制としては、事業者団体の規制のなかに、事業者団体が事業者に対して不正取引行為又は再販売価格維持行為をさせることを禁止する規定が設けられた。また、国際契約の規制において、不正取引行為に該当する事項を内容とする国際契約の締結を禁止する規定が設けられた。

(3) 公正取引法の改正

公正取引法は1980年の制定以降、86年12月、90年1月、92年12月及び94年12月の4次にわたって改正されているが、不正取引行為の規制に係わる部分も同様に4次にわたって改正されている。

ア 1986年の改正

改正前は、事業者が不正取引行為を行うことが禁止されるに止まっていたが、新たに、事業者が系列会社又は他の事業者に不正取引行為を行わせることも禁止された。

また、不正取引行為の行為類型の定義規定が次のように一部改正され、

規制の明確化・充実化が図られた。

- ①差別的取扱いの規定に「有利又は不利な価格又は取引条件で」との文言が付け加えられた。
- ②「取引の相手方の事業活動を不当に妨害する行為」が拘束条件付取引の規定の後に付け加えられ、「取引の相手方の事業活動を不当に拘束する条件で取引し、又は妨害する行為」とされた。

また、不当表示を未然に防止するため、必要な場合は事業者が遵守しなければならない表示・広告に関する基準を制定・運用できるとする規定が新たに設けられた。

さらに、不当顧客誘引と不当表示については、事業者又は事業者団体が自主規制である公正競争規約を設定できる制度が新たに設けられ、経済企画院長官の審査を経て、公正競争規約を設定・実施できるようになった。

是正措置については、不公正取引行為の場合にあっては、事業者自らによる法違反事実の公表が付け加えられた。また、刑事罰も、不公正取引行為と再販売価格維持行為の双方とも5000万ウォン以下の罰金から1年以下の懲役又は7000万ウォンの罰金に強化された。

イ 1990年の改正

定義規定に列挙されている不公正取引行為の行為類型の改正は小さなものであったが、従来から規制されてきた不当な取引拒絶については法文上でも規制の対象であることが明確にわかるように差別取扱いの規定の前段に「不当に取引を拒絶し」が追加された。また、不当表示については、商品又は役務に関するもののみならず、事業者に関する事項や商標の使用も対象となるように定義規定が改められた。

さらに、指定制度が廃止され、それまでは、日本の不公正な取引方法の規制と同様に、法律において定義された違反行為類型を独占禁止当局の指定により具体化し、この指定に該当する行為を規制の対象としていたが、違反行為類型を定義した法律の規定によって直接規制されることになった。つまり、

不公正取引行為の規制は、これまで指定に基づき行われていたものが違反行為類型を定義した法律の規定を直接の根拠として行われるように改められた。そして、規制当局は、指定に代えて、不公正取引行為の類型と基準を定めることとなったが、この類型と基準は、法律において定義される不公正取引行為の行為類型を単に具体的に例示した性格を持つに過ぎないものとされた⁽²⁾。これにより、規制当局は、この類型と基準により、法律で定義されている不公正取引行為の行為類型をわかりやすく具体化できる一方、類型及び基準に該当しない行為であっても、法律の定義規定の要件に該当する行為であると判断すれば、規制できることになった。

そのほかの法改正としては、不公正取引行為を未然に防止するために必要な場合は、事業者が遵守しなければならない指針が制定できるようになったほか、この法改正により公正取引法上の諸権限がこれまでの経済企画院長官から公正取引委員会に移されたことに伴い、不公正取引行為の類型と基準や指針の制定権者が公正取引委員会となった。

また、是正措置の規定については、不公正取引行為の場合は訂正広告、再販売価格維持行為の場合は事業者自らによる法違反事実の公表が付け加えられ、刑事罰についても、不公正取引行為、再販売価格維持行為の双方とも、従来1年以下の懲役又は7000万ウオンの罰金から2年以下の懲役又は1億5000万ウオンの罰金に強化された。

ウ 1992年の改正

この法改正により、不公正取引行為についても課徴金制度が導入され、該当事業者に対して3000万ウォンを超えない範囲内において課徴金が賦課できるようになった。しかし、再販売価格維持行為については、不公正取引行為と同じ規制の範疇に属するにもかかわらず、課徴金制度は導入されなかった。通常、不当な経済的利得の徴収という観点からすると、不公正取引行為の範疇のなかでは、価格維持による利潤の確保が明らかな再販売価格維持行為の方がまずその対象となることが考えられるが、そうとはならなかったもので

ある。大規模企業集団に属する会社の株式保有制限総額制限違反にも課徴金制度が導入されていることにも見られるように、韓国独占禁止法の課徴金制度は、必ずしも、不当な経済的利得の徴収という性格づけがなされているわけではなく、行政制裁罰的な性格が強いと見られる⁽³⁾。

エ 1994年の改正

再販売価格維持行為に対しても課徴金制度が導入され、その行為の実行期間における売上額の2%の金額を超過しない範囲内で課徴金が賦課できるようになった。また、不公正取引行為に対して賦課できる課徴金の上限額も3000万ウォンから違反行為の実行期間の売上高の2%とされた。

2. 現行規制の内容

不公正取引行為の規制は公正取引法23条において規定されているが、そのほかに、不公正取引行為の規制の範疇に属する規制としては、再販売価格維持行為に関する規制が29条において、事業者団体が事業者の不公正取引行為又は再販売価格維持行為をさせる行為の禁止が26条1項4号において、不公正取引行為又は再販売価格維持行為に該当する事項を内容とする国際契約の締結の禁止が32条1項において規定されている。

まず、公正取引法23条における不公正取引行為の規制を紹介することとし、次いで再販売価格維持行為の規制等の不公正取引行為の規制の範疇に属する規制を紹介することとしたい。

(1) 不公正取引行為の規制 (23条規制)

不公正取引行為の規制の根拠規定となる23条は、定義規定、類型及び基準に関する規定、公正競争規約に関する規定などの5項から成っている。

ア 定義規定 (23条1項)

まず、23条1項は、「事業者は、次の各号の1に該当する行為であって、公正な取引を阻害するおそれのある行為」を行うことを禁止し、「次の各号に該当する行為」として次の6個の行為類型を定めている。

- ①不当に取引を拒絶し、又は取引の相手方を差別して取り扱う行為
- ②不当に競争者を排除するために取引する行為
- ③不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引し、又は強制する行為
- ④自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引する行為
- ⑤取引の相手方の事業活動を不当に拘束する条件で取引し、又はその事業活動を妨害する行為
- ⑥事業者、商品又は役務に関して、虚偽又は消費者を欺瞞若しくは誤認させるおそれがある表示・広告（商号の使用を含む）をする行為

これら6個の行為類型については、公正取引法制定後、法改正によって部分的に追加・削除が行われたが、基本的には、制定当初とあまり変わっていない。これら6個の行為類型を日本の不正な取引方法の定義規定にある行為類型と比較すると、規定振りにおいて異なるものが見られるが、基本的には両者は似通っており、その規制対象にそれほど大きな差異はない。例えば、日本では不当対価が行為類型として挙げられているが、韓国ではその代わりに前記②の「不当に競争者を排除するために取引する行為」によって不当対価を規制していたり、日本では不当表示は不当顧客誘引に含めているが、韓国では不当表示を不当顧客誘引とは別個の行為類型として定めているといったぐあいである。

また、23条1項の本文でいう「次の各号の1に該当する行為であって、公正な取引を阻害するおそれのある行為」とは、各号の行為に公正な取引を阻害するおそれのある行為とそうでない行為の双方が含まれていることを意味するのではない。各号の行為の要件として規定されている「不当に」の文言

が、とりもなおさず「公正な取引を阻害するおそれがある」を意味し、各号の行為が公正な取引を阻害するおそれがある行為そのものであるとされている。

また、「公正な取引を阻害するおそれ」の部分については、日本法のように「公正な競争を阻害するおそれ」とはなっていない。この点について、韓国では、「公正な取引を阻害」を「公正な競争を阻害」よりも広い概念でとらえようとする考え方がある。これは、公正取引法の目的には消費者保護も入っており、法が事業者間の競争の促進のみならず、消費者保護も重視している以上、「取引」の意味をあえて「競争」に限定して解釈する必要がないとするものである。売買取引の「取引」とかこれより少し広い商行為や経済行為と解してしかるべきであるとするものである。他方、公正取引法は、基本的に公正な競争を促進させる法であって、「公正な取引」の「取引」は公正な競争の意味でとらえるべきであるとする考え方がある。これは、競争の量の増減、競争手段の正当性、取引の相手方に与える負担等を総合的に勘案し、公正競争阻害性の有無を判断すべきであるとする考え方であり、韓国の独占禁止当局は現在この考え方をとっている⁽⁴⁾。また、「公正な取引を阻害するおそれ」の「おそれ」については、公正な取引が阻害されている事実が現実に存在している必要のないことはもちろんのこと、それが生じる具体的な危険性（蓋然性）も必要でなく、抽象的な危険性（可能性）があれば足りると解されている⁽⁵⁾。

なお、23条1項は、事業者自らが不公正取引行為を行うことを禁止しているのみならず、不公正取引行為を他の事業者やその事業者が属する大規模企業集団の系列会社に行わせることも禁止している。

イ 類型及び基準（23条2項）

次に、23条2項は、「不公正取引行為の類型及び基準は、公正取引委員会が定めて、これを告示する」としている。この「類型及び基準」は、前にも述べたとおり、23条1項で定義した不公正取引行為の類型を具体的に細かく

例示したに過ぎないものであって、この「類型及び基準」に該当しない行為であるからといって、23条1項の規制の対象外となるわけではない。23条1項に定義した行為類型に該当する行為である限り、たとえ「類型及び基準」に該当しない行為であっても不正取引行為として規制される。「類型及び基準」は、公正取引法の施行令36条において、全ての事業分野に共通して適用されるものと特定の事業分野又は特定の行為にのみ適用されるものに区分して告示できるとしており、前者は一般指定、後者は特殊指定と呼ばれている。

(ア) 一般指定

一般指定としては、1990年7月4日に制定された「不正取引行為の類型及び基準」があり、93年11月19日に一部改正されている。この「類型及び基準」は、①取引拒絶、②差別的取扱い、③競争事業者排除、④不当な顧客誘引、⑤取引強制、⑥優越的地位の濫用、⑦拘束条件付取引、⑧事業活動の妨害、⑨不当な表示・広告の9項目から成っている。各規定において、原則として公正競争阻害性があると見られる行為には「正当な理由がないのに」、また、公正競争阻害性がある場合に違法となる行為には「不当に」の各用語が用いられ、それぞれの行為類型が公正競争阻害性との関係でどの程度ものかわかるようにしている。ただ、そうしたなかで、系列会社に対する差別的取扱いのように、差別的取扱いそれ自体は「不当に」の行為類型に区分されるにもかかわらず、系列会社に対するものについては法運用において政策的に強く規制する必要があるとの判断から、「正当な理由なく」の文言が付され、特別に原則禁止として取り扱われているものがある⁽⁶⁾。

次に、23条1項の定義規定との対応関係を踏まえながら、一般指定の9項目を見ていくこととする。

①取引拒絶

23条1項1号前段に規定する「不当に取引を拒絶する行為」に該当する行

為として、次の2行為が挙げられている。

(共同の取引拒絶)

「正当な理由なく、自己と競争関係にある他の事業者と共同して特定の事業者に対して取引の開始を拒絶し若しくは継続的な取引関係にある特定の事業者に対して取引を中断し、又は取引する商品若しくは役務の数量若しくは内容を著しく制限する行為」

(その他の取引拒絶)

「不当に、特定の事業者に対して取引の開始を拒絶し若しくは継続的な取引関係における特定の事業者に対して取引を中断し、又は取引する商品若しくは役務の数量若しくは内容を著しく制限する行為」

共同の取引拒絶は、取引を拒絶される事業者の事業活動の機会を奪い、市場から当該事業者を排除してしまうことにつながるため、原則として公正競争阻害性が認められる行為として、「正当な理由なく」との文言が用いられている。「その他の取引拒絶」は、単独の取引拒絶の規定であり、取引先選択の自由が配慮された上、公正な競争に及ぼす影響が個別に判断されることから「不当に」の文言が用いられている。

②差別的取扱い

23条1項1号後段に規定する「不当に取引地域又は取引の相手方により著しく有利又は不利な価格で取引する行為」に該当する行為として、次の4行為が挙げられている。

(価格差別)

「不当に取引地域又は取引の相手方により著しく有利又は不利な価格で取引する行為」

(取引条件差別)

「不当に特定の事業者に対して数量、品質等の取引条件又は取引内容に関して著しく有利又は不利な取扱いをする行為」

(系列会社のための差別取扱い)

「正当な理由なく、自己の系列会社を有利にさせるため、価格、数量、品質等の取引条件又は取引内容に関して著しく有利又は不利にさせる行為」

(集团的差別取扱い)

「集団で特定の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著しく有利又は不利にさせる行為」

このなかで、「系列会社のための差別取扱い」については、大規模企業集団への経済力集中を抑制し、競争を保護する政策的観点から、大規模企業集団に属する会社、つまり系列会社が支援を受け、取引において特別に有利な取扱いを受けることがないように、規定に「正当な理由なく」の文言が用いられている。これにより、取引条件又は取引内容に関して系列会社を著しく有利にさせる行為が原則禁止であることを明らかにしている。それ以外の行為については、公正な競争に及ぼす影響を個別に判断するところから、規定には「不当に」の文言が用いられている。

なお、「集团的差別取扱い」の「集団」とは、共同行為や事業者団体のことであり、「集团的差別取扱い」とは、その内部において特定の事業者を差別的に取り扱う行為のことである。

③競争事業者の排除

23条1項2号に規定する「不当に競争者を排除するため、取引する行為」に該当する行為として、次の3行為が挙げられている。

(継続取引における不当廉売)

「自己の商品又は役務を提供するに当たって、正当な理由なく、その供給に必要な費用より著しく低い対価で継続して供給し、自己又は系列会社の競争事業者を排除するおそれがある行為」

(長期取引契約における不当廉売)

「長期納入契約、運送契約等、長期間にわたって商品又は役務を取引する契約において、不当に低い対価で契約することにより、自己又は

系列会社の競争事業者を排除するおそれがある行為」

(不当高価買入れ)

「不当に商品又は役務を通常の取引価格に比べて高い対価で購入し、自己又は系列会社の競争事業者を排除するおそれがある行為」

不当廉売と不当高価買入れは、共に正常な価格競争とはいえない採算を度外視した価格で販売したり、購入することによって競争事業者を排除することを問題とするものであり、「競争事業者の排除」として本項に一括されている。

また、「継続取引における不当廉売」の「継続」とは、継続的な取引関係にあることを意味するのではなく、相当期間反復して廉売を行うことが不当廉売成立の要件となるという意味でのその継続性を意味する。一般指定の制定当初は、この「継続取引における不当廉売」がただ一つ「不当廉売」として挙げられていたに過ぎなかったが、1993年11月の一般指定の改正において「長期取引契約における不当廉売」が追加され、入札において著しい低い価格で落札し、発注官庁と物品の長期納入契約を締結するような場合も不当廉売となることが明らかにされた。

なお、不当廉売と不当高価買入れは、いずれも、排除の対象となる競争事業者の範囲について、「自己又は系列会社の競争事業者を排除するおそれがある行為」とし、自己の競争事業者のみならず、系列会社の競争事業者も含めている。

④ 不当な顧客誘引

23条1項3号前段に規定する「不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引する行為」として、次の2行為が挙げられている。

(不当な利益による顧客誘引)

「正常な取引慣行に照らして、不当又は過大な利益を提供し又は提供することを提起し、競争事業者の顧客を自己と取引するように誘引する行為」

(偽計による顧客誘引)

「第9条の表示・広告以外の方法により、自己が提供する商品又は役務の内容若しくは取引条件その他取引に関する事項に関して、実際より若しくは競争事業者のものより著しく優良若しくは有利であると顧客を誤認させ、又は競争事業者のものが実際より若しくは自己のものより著しく不良若しくは不利なものと顧客を誤認させ、競争事業者の顧客を自己と取引するように不当に誘引する行為」

「不当な利益による顧客誘引」の典型は、景品類の提供行為であるが、これについては特殊指定として「景品類に関する不正取引行為の種類及び基準指定」が定められている。景品類の提供行為以外の不当な利益による顧客誘引としては、例えば、正常な取引慣行に照らして過度のリベートの提供が考えられるとされている⁽⁷⁾。また、「偽計による顧客誘引」としては、ここで問題になるのは表示・広告以外の方法によるものであり、その代表的なものとしては、マルチ商法があるとされている⁽⁸⁾。

⑤取引強制

23条1項3号後段で規定する「不当に取引を強制する行為」に該当する行為として、次の3行為が挙げられている。

(抱き合せ販売)

「取引の相手方に対して自己の商品又は役務の供給に併せて、正常な取引慣行に照らして不当に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る行為」

(社員販売)

「不当に自己又は系列会社の役職員に対して自己又は系列会社の商品又は役務を購入するように強制する行為」

(その他の取引強制)

「正常な取引慣行に照らして不当な条件等の不利益を取引の相手方に提示し、自己又は自己の指定する事業者と取引するよう強制する行為」

取引強制の代表的なものとしては「抱き合せ販売」が、また、取引強制のバスケット・クローズとしては「その他の取引強制」が挙げられている。そのほかに、「社員販売」が特異な存在ながら挙げられている。「社員販売」は、事業者が自己の役員や職員に対して商品や役務を購入するよう強制する行為（系列会社関係も含む）であり、取引強制の範疇に入れられているが、このような行為を取引強制とすることは、わが国のみならず、諸外国においても例を見ない。事業者が自己の社員に対して商品や役務の購入を強制することが、どのように事業者間の競争関係に影響を与え、公正な競争秩序を侵害することになるのか公正競争阻害性との関係において説明が容易につきにくい行為ではないかと考えられる。

⑥優越的地位の濫用

23条1項4号で規定する「自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引する行為」に該当する行為として、次の5行為が挙げられている。

(購入強制)

「取引の相手方が購入する意思がない商品又は役務を購入するよう強制する行為」

(利益提供の強要)

「取引の相手方に自己のために金銭、物品、役務その他の経済上の利益を提供するよう強要する行為」

(販売目標の強制)

「自己の提供する商品又は役務と関連して、取引の相手方の取引に関する目標を提示し、これを達成するよう強制する行為」

(不利益の提供)

「前三号に該当する行為以外の方法により、取引の相手方に不利益になるよう取引条件を設定若しくは変更し、又はその履行の過程において不利益を与える行為」

(経営干渉)

「取引の相手方の役職員を選任・解任するに当たって、自己の指示若しくは承認を受けさせ、又は取引の相手方の生産品目、施設規模、生産量、取引内容を制限することにより、経営活動に干渉する行為」

優越的地位の濫用行為は、1990年の指定制定当初においては、「事業者間の取引において自己の取引上の地位が優越していることを利用して正常な取引慣行に照らして不当に次の各号の1に該当する内容で取引する行為は法第23条第1項第4号で規定する『自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引する行為』に該当する」と規定されており、優越的地位の濫用行為は事業者間の取引に限定されること、また、購入強制から経営干渉までの各号の行為は「正常な取引慣行に照らして不当」なものかどうか、すなわち公正競争阻害性の有無によって判断されることが明らかにされていた。しかし、93年の指定の改正によって「事業者間の取引において自己の取引上の地位が優越していることを利用して正常な取引慣行に照らして不当に」の部分が削除されてしまった。これにより、本規定は、事業者間の取引のみならず事業者と消費者間の取引も規制対象となる可能性や、購入強制から経営干渉までの各号の行為があれば直ちに違反となる可能性を有する規定に変わっている。

⑦拘束条件付取引

23条1項5号前段で規定する「取引の相手方の事業活動を不当に拘束する条件で取引する行為」に該当する行為として、次の2行為が挙げられている。

(排除条件付取引)

「不当に取引の相手方が自己又は系列会社の競争事業者と取引しない条件でその取引の相手方と取引する行為」

(取引地域・相手方の制限)

「事業者が商品又は役務を取引するに当たって、その取引の相手方の取引地域又は取引の相手方を不当に拘束する条件で取引する行為」

再販売価格維持行為は、拘束条件付取引の一つであるが、これについては前述のとおり29条において規制されているので、再販売価格維持行為以外の

拘束条件付取引が本項の対象となる。

1990年の指定制定当初は、本項には、「排他条件付取引」と「取引地域・相手方の制限」のほかに、「その他の取引の相手方の取引拘束」というバスケット・クローズが存在した。このバスケット・クローズは、再販売価格維持行為以外の価格拘束（例えば、原材料供給事業者による製品製造事業者の販売価格の拘束）、営業方法の制限、競合品の製造禁止といった行為をカバーするものであったが、93年の指定改正において削除されている。

⑧事業活動の妨害

23条1項5号後段で規定する「不当に事業活動を妨害する行為」に該当する行為として、次の行為が挙げられている。

「事業者が、取引の相手方の事業活動を甚だしく混乱させる程度に、取引の過程において知ようになった取引の相手方の技術利用、取引の相手方の人力の不当誘引・採用等、その他の不当な方法で取引の相手方の事業活動を妨害する行為」

本項は、1990年の指定制定当初においては存在しなかったが、93年の指定改正において新設されたものである。本項が、競争事業者とその取引の相手方との取引を妨害する行為ではなく、自己の取引の相手方の事業活動を妨害することを問題とするものであるとすると、公正競争阻害性をどこで見るとか疑義が残るところである。

⑨不当な表示・広告

事業者の規模、沿革、生産実績その他の内容又は商品若しくは役務の価格、数量、材料、成分、品質、規格、総量、原産地、製造元、製造方法、効能、その他の内容若しくは取引条件に関して、次に該当する内容で表示・広告し、消費者を誤認させるおそれがある行為は、23条1項6号に規定する「行為又は消費者を欺瞞又は誤認させるおそれがある表示・広告行為（商標の使用を含む）」に該当するとしている。

(虚偽・誇張の表示・広告)

「自己のもの又は競争事業者のものに関して、虚偽の内容を表示・広告し、又は事実を誇張して、表示・広告する行為」

(欺瞞的な表示・広告)

「事実を隠蔽し又は欺瞞的な方法で消費者を騙し、又は騙すおそれがある表示・広告行為」

(不当な比較表示・広告)

「客観的に認定された根拠なく、自己のものが競争事業者のものに比べて優良又は有利であるとして、又は自己のものを競争事業者のものと比較するに当たって自己のものの有利な部分だけを比較して、表示・広告する行為」

(誹謗表示・広告)

「競争者のものに関して、客観的に認定された根拠のない内容により表示・広告して誹謗し、又は競争事業者のものに関して不利な事実だけを表示・広告し誹謗する行為」

なお、不当な表示・広告については、この一般指定のほかに、「表示・広告に関する公正取引指針」が定められている。この指針は、不公正取引行為を予防するために必要な場合、公正取引委員会は事業者が遵守しなければならない指針を制定することができるとする23条3項の規定に基づき制定されたものである。不公正取引行為の行為類型のなかでは、こうした指定が制定されているのは現在のところ不当な表示・広告についてだけである。一般指定においては不当な表示・広告について抽象的な規定に止まるが、指針においては、具体的な取引内容、取引条件等の表示・広告について、どのような場合が不当な表示・広告として問題になるかが事例も交えて具体的に示されている。

また、大規模企業集団に属する系列会社が行う不公正取引行為については、一般指定に基づく具体的な処理基準として「大規模企業集団の不公正取引行為に対する審査基準」が定められている。この審査基準は、大規模企業集団

に属する会社が同じくそれに属する会社を相互支援するために企業集団の一員として行う特有の不公正取引行為について審査する基準である。次の各行為に関して細部の審査基準が定められている。

- ・系列会社間の内部取引のために非系列会社の取引要請を不当に拒絶する場合
- ・非系列会社に比べて系列会社を不当に優遇する等の差別取扱い
- ・系列会社の競争事業者を排除するために系列会社を補助支援する場合
- ・非系列会社に対して自己の系列会社と取引するよう不当に強制する場合
- ・競争事業者を排除するために取引の相手方を拘束する場合

(イ) 特殊指定

特殊指定として、次の六つの「類型及び基準」が制定されている。

①「公共建設工事における低価格入札に関する特定の不公正取引行為の類型及び基準」(制定1993年11月2日)

この類型及び基準は、予定価格の70%以下で落札された工事であって、発注機関から当該工事が遂行されることが困難と判断され、公正取引委員会に通報があったもの等については同委員会の審査の対象になるとし、事業者は次の行為をしてはならないとしている。

- ・事業者が、工事实績、技術能力、財務能力等を総合的に勘案すると工事を完全に遂行することができない低価格で入札する行為
- ・縁故権を獲得する目的で低価格で入札する行為
- ・他の事業者の同種の工事の平均工事費に比して著しい未達の価格で入札する行為

②「景品類に関する不公正取引行為の類型及び基準」(制定1982年3月19日、最近時の改正93年6月17日)

この類型及び基準は、景品類の定義を「自己が供給する商品又は役務の取

引に付随し又は取引に付随しなくても広告等の方法により」提供される経済上の利益であるとし、景品類をその提供の相手方と提供方法によって「消費者景品類」、「事業者景品類」、「消費者懸賞景品類」及び「公開懸賞景品類」の4種類区分して規制している。このうち、「消費者景品類」、「事業者景品類」、「消費者懸賞景品類」の各景品類は取引に付随して提供される景品類であり、「公開懸賞景品類」は取引に付随しないで広告等の方法により提供される景品類である。

「消費者景品類」は、いわゆる対消費者総付景品であり、商品本体の取引価額に応じて提供できる景品類の価額が次のとおり定められている。

- ・1万ウォン未満の取引価額——1000ウォン以下
- ・1万ウォン以上の取引価額——取引価額の10%以下（ただし、最高5万ウォン以下）

また、併せて景品類を提供できる期間も制限されており、年間合計40日以内とされている。

「消費者懸賞景品類」についても、「消費者景品類」と同じように、商品本体の取引価額に応じて提供できる景品類の価額が次のとおり定められている。

- ・1000ウォン未満の取引価額——1万ウォン以下
- ・1000ウォン以上10万ウォン未満の取引価額——5万ウォン以下
- ・10万ウォン以上の取引価額——9万ウォン以下

併せて、景品類の提供総額も制限されており、予想売上額の1%以下とされている。また、景品類の提供期間及び回数も制限されており、年間2回以内、1回当たり20日以内とされている。

なお、新聞発行業、定期刊行物出版業、競技後援業及び放送業については特例が設けられており、提供できる景品類の価額を取引価額に関係なく30万ウォン以内、景品類の提供総額を予想売上額の5%以内とされ、提供回数も「公開懸賞景品類」の提供回数と合計して、新聞発行業及び定期刊行物出版業の場合30回、競技後援業の場合20回、放送業の場合50回とされている。

次に、「事業者景品類」については、事業者が取引先事業者に対して1事業者当たり年間30万ウォンを超過して提供してはならないとされている（ただし、30万ウォンを超えない場合であっても社会通念上正常な商慣行と認められないならば問題となる）。

「公開懸賞景品類」については、一般の事業者の場合、提供総額が500万ウォンを超過してはならないとされ、提供回数及び期間も年2回以内、1回当たり20日以内に制限されている。新聞発行業、定期刊行物出版業、競技後援業及び放送業については、「消費者懸賞景品類」と同じように特例が設けられており、提供できる景品類の総額を30万ウォン以内とされ、提供回数も「消費者懸賞景品類」の提供回数と合計した前述の回数とされている。

韓国においては、景品規制について規制緩和が実施されてきており、1993年6月の指定の改正により提供できる景品類の価額や総額が引き上げられている。

③ 「割引特別販売行為に対する不公正取引行為の類型及び基準」（制定1983年7月7日、最近時の改正93年6月24日）

この類型及び基準は、百貨店、ショッピングセンター、スーパーマーケット等が特別に価格を割り引いて販売する行為に対して、次のように規制する内容になっている。ただし、この規制は、割引特別販売の期間や1回当たりの実施期間を制限するなど、むしろ競争を制限する規定も含んでおり、中小売業を保護する側面も有している。

- ・実施期間は年間60日以内とし、1回の実施期間が15日を超過してはならない。
- ・表示・広告した期間を超過して割引特売する行為、従前の取引価格からの割引率を誇張するために割引特売直前の価格を引き上げる行為等、不当に割引特売する行為をしてはならない。
- ・実際に割引特売する価格より低い価格を表示・広告する行為、実際には粗悪品なのに正常な商品を割り引いて販売するかのように表示・広

告する行為、実際に割引率が高い商品は一部分なのに大部分の商品を高い割引率で販売するかのように誇張して表示・広告する行為等、不当な表示・広告をしてはならない。

④ 「学習教材等の販売業における特定の不公正取引行為の類型及び基準」
(制定1993年6月21日)

この類型及び基準は、学習教材等の販売業者の次のような行為を規制する内容になっている。

- ・教職員が教科書や学習教材を選定するよう勧誘するに際して、金銭、物品、饗応その他これと類似の経済上の利益を提供する行為等不当な利益による顧客誘引をしてはならない。
- ・他の学習教材等を中傷・誹謗するなどして他の事業者が発行する学習教材等の使用又は選択を妨害してはならない。

⑤ 「百貨店業における特定の不公正取引行為の類型及び基準」(制定1985年10月2日、最近時の改正92年6月18日)

この類型及び基準は、百貨店の次のような行為を規制する内容になっている。

- ・納品業者の帰責事由による汚損、毀損等があったり、納品された商品が注文したものと異なっていたことにより、納品された日から取引慣行上正当な期間内に返品する場合などを除き、納品業者に返品を行ってはならない。
- ・納品業者の帰責事由による汚損、毀損等があったり、納品された商品が注文したものと異なっていたことにより、納品された日から取引慣行上適当な期間内に正当な金額の範囲内で納品代金を減額する場合を除き、納品代金の不当な減額を行ってはならない。
- ・納品業者から商品を受託し販売した後、当該商品の販売代金の支払を正当な理由なく遅延する行為等、販売代金の不当な支払遅延をしては

ならない。

- ・景品付販売を行うために納品業者や店舗賃借人に景品の提供を強要する行為、納品業者や店舗賃借人に商品や商品券等の購入を強要する行為等、不当な強要行為をしてはならない。
- ・納入業者に予め特別な規格、意匠等を定めて商品を納入する契約を締結した後、納入業者の帰責事由がないにもかかわらず、受領を遅延したり、拒否してはならない。
- ・納入業者から販売従業員の派遣を受けて自己の販売業務に従事させたり（ただし、納入業者にとって納品した商品の販売業務に従事させることが有利であり、それを希望する場合を除く）、自己が直接雇用する販売従業員の人件費を納入業者に負担させてはならない。
- ・納入業者や店舗賃借人にその意思に反して販売促進費や室内装飾、什器購入等に要する費用を不当に徴求したり、転嫁してはならない。

⑥「給油所等石油販売業における供給者表示に関する不公正取引行為の類型及び基準」（制定1992年1月28日）

この類型及び基準は、石油販売業者が石油精製業者の商標（本指定では商号、サービスマーク等を含む。以下同じ）をポールサイン、給油機器、壁面等に次のように不当表示・広告することを禁止している。

- ・特定の石油精製業者の製品を販売しながら、これと異なる石油精製業者の商標を表示・広告する行為
- ・異なる石油製造業者の製品を交互に入れ替え又は混合して販売しながら、特定の石油精製業者の商標を表示・広告する行為
- ・1の営業所において異なる石油精製業者の商標を表示する等、消費者を誤認させるおそれのある表示・広告行為
- ・石油精製業者が他の石油精製業者から製品の供給を受け又は外国の石油製品を輸入して、供給する場合、自己の製品の品質に達しない製品を販売しながら、自己の商標を表示・広告する行為

- ・その他実際に販売する石油製品と異なる商標を表示・広告し又は消費者を欺瞞若しくは誤認させるおそれがある表示・広告行為

ウ 公正競争規約制度

不正取引行為に該当する行為類型のなかで、不当顧客誘引及び不当な表示・広告については、事業者や事業者団体は、23条4項により、それら行為を防止するため、自主規制である公正競争規約を締結できるようになっている。公正競争規約は、独占禁止当局の認可制となっているわけではないが、23条5項において、事業者や事業者団体は公正競争規約が不当な顧客誘引や不当な表示・広告の禁止に抵触する内容になっていないかどうか公正取引委員会に審査を求められることができるようになっている。また、施行令37条により、公正取引委員会は、公正競争規約の審査を求められた時は、その日から60日以内に審査結果を審査を求めた申請者に知らせなければならないことになっている。

エ 是正措置等

不正取引行為に対する是正措置としては、24条の規定により公正取引委員会は当該事業者に対して当該行為の中止、契約条項の削除、訂正広告、法律違反事実の公表その他是正するために必要な措置を命ずることができるようになっている。また、これらの措置のなかで、訂正広告や違反事実の公表については、施行令38条により、公正取引委員会はそれらを命ずるに当たって事業者に予めその内容を同委員会と協議させることができる。これらの是正措置のほかに、公正取引委員会は、24条の2の規定によって違反事業者に対して違反行為の実行期間の売上高の2%を超えない範囲内において課徴金を課せられるようになっている。また、不正取引行為に対して、刑事罰も科せられるようになっており、不正取引行為に対する是正措置に従わなかった場合のみならず、不正取引行為を行ったことに対しても、2年以下の懲役又は1億5000万ウォン以下の罰金が科せられる。

(2) 不公正取引行為の規制の範疇に属する規制

再販売価格維持行為は、29条によって規制されている。29条1項は、「商品を生産又は販売する事業者は、再販売価格維持行為をしてはならない」と、再販売価格維持行為が違法であることを明瞭に規定している。再販売価格維持行為の定義については、2条6号に定められている。

再販売価格維持行為に対する是正措置としては、31条の規定により当該行為の中止、違反事実の公表その他是正するために必要な措置を命ずることができるようになっている。このほか、31条の2の規定によって違反事業者に対して違反行為の実行期間の売上高の2%を超えない範囲内において課徴金が課せられるようになっている。また、刑事罰は、不公正取引行為の規制と同様に、事業者が是正措置に従わなかった場合や再販売価格維持行為を行ったことに対して2年以下の懲役又は1億5000万ウォン以下の罰金が科せられるようになっている。

一方、再販売価格維持行為の適用除外を定める規定が29条2項にあり、施行令で定められた著作物及び公正取引委員会が指定した商品については適用が除外される。著作物は、施行令43条において著作権法2条でいう著作物であるとされ、また、公正取引委員会が指定する商品は次の要件を備えた商品であるとされている。

- ①当該商品の品質が同一であることを容易に識別できること
- ②当該商品が一般消費者により日常使用されるものであること
- ③当該商品に対して自由な競争が行われていること

事業者は、自己の商品について公正取引委員会からこの指定を受けると、再販売価格維持価格を行うことができるが、その指定を受けるためには事業者は公正取引委員会に申請をしなければならない(29条3項)。また、指定を受けた商品について事業者が再販売価格維持契約をした場合には、契約事項を公正取引委員会に届けなければならない(30条1項)、公正取引委員

会は、その契約事項が消費者の利益を著しく阻害するおそれがあり或いは公共の利益に反する場合には、その変更・修正を命じることができる(30条2項)。

再販売価格維持行為の規制以外の不公正取引行為の規制の範疇に属する規制としては、事業者団体に対する規制の一つである26条1項4号において事業者団体が事業者に不公正取引行為又は再販売価格維持行為をさせる行為の禁止が定められている。かかる行為の是正措置としては、当該行為の中止、訂正広告、違反事実の公表その他是正するために必要な措置が命じられるようになっている。また、刑事罰も、事業者が是正措置に従わなかった場合や違反行為それ自体に対して2年以下の懲役又は1億5000万ウォン以下の罰金が科せられるようになっている。ただし、課徴金制度は設けられていない。

また、このほか、国際契約に対する規制の一つとして、32条1項において不公正取引行為又は再販売価格維持行為に該当する事項を内容とする国際契約の締結の禁止があるが、これについては、第8章において紹介する。

なお、不公正取引行為の規制の範疇に属する規制ではないが、企業結合規制のなかに、7条3項の「会社が強要その他不公正な方法により企業結合してはならない」とする規制がある(第5章参照)。

3. 運用状況

不公正取引行為及び再販売価格維持行為の禁止規定(事業者団体が事業者に不公正取引行為又は再販売価格維持行為をさせる行為を禁止する26条1項4号の規定を含む)の運用状況は次のとおりである。

(1) 概況

公正取引法が施行された1981年4月から93年12月までの再販売価格維持行

為を含む不正取引行為の法的措置件数を見ると、表1のとおり、是正命令が714件、是正勧告が550件、合計1264件となっている。時系列的には、公正取引法制定初期においては、是正命令、是正勧告とも10件台であったが、86年の公正取引法改正前後に件数が大幅に増加し、是正命令の場合は86年に74件、是正勧告の場合は87年に84件に達している。その後は、年によって件数にかなりの増減が見られたが、近年では、是正命令については、さらに増加する勢いを示し、92年には93件、93年には182件となっている。しかし、是正勧告については、89年に117件を記録して以降は40件台程度に減少している。

一方、警告については、公正取引法が施行された1981年4月から93年12月までの間に、1408件と、同期間の法的措置件数1264件を148件上回る件数となっている。かなり警告措置が多用されているが、これは、不正取引行為事件のなかで、過大景品や不当表示のような事件が多いことと関係していると考えられ、わが国でも、過大景品や不当表示の事件は発生件数が多いのみならず、警告件数が法的措置件数よりも圧倒的に多いという状況にある。

また、不正取引行為に対しては課徴金制度が1992年12月に導入されたが、導入初年度に当たる93年においては、課徴金が賦課された事件が33件に及んでいる。告発については、公正取引法施行時から93年12月までの間に13件となっており、告発がない年も多いが、近年では、91年と92年にそれぞれ5件

表1 不正取引行為の措置件数

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	計
是正命令	12	14	16	19	32	74	28	59	49	58	78	93	182	714
是正勧告	4	10	11	13	59	30	84	60	117	40	43	31	48	550
計	16	24	27	32	91	104	112	119	166	98	12	124	130	1,264
告発	0	0	0	0	0	0	2	2	0	5	4	0	0	13
課徴金賦課	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	33	33

(注) 韓国公正取引委員会「公正去来年報1994年版」(1994年8月)、104ページの「不正去来行為措置類型別是正実績」及び韓国公正取引委員会・韓国開発研究院「公正去来10年」、150ページの「是正類型別不正去来行為規制実績」等に基づき作成

表2 不正取引行為の行為類型別措置件数（是正勧告以上の件数）

	取引拒絶	差別取扱	不当表示	過大景品	不当割引 特売	優越的 地位濫用	拘束条件 付販売	再販売 価格維持	その他	計
件数	32	65	329	260	244	266	97	98	116	1,507
比率(%)	2.1	4.3	21.8	17.3	16.2	17.7	6.4	6.5	7.7	100

(注)(1)韓国公正取引委員会「公正去去年報1994年版」(1994年8月), 104ページの「不正去去年行為違反類型別是正実績」に基づき作成。

(2)1事件に2以上の違反行為類型が含まれている場合がある。

表3 事業者団体の不正取引行為の措置件数（是正勧告以上の件数）

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	計
件数	0	2	0	1	1	6	7	6	3	0	5	2	0	33

(注)韓国公正取引委員会「公正去去年報1994年版」(1994年8月), 93ページの「事業者団体禁止行為の類型別違反行為」及び韓国公正取引委員会・韓国開発研究院『公正去去年10年』, 140ページの「事業者団体の類型別違反行為」に基づき作成。

及び4件の告発が行われている。

次に、違反行為類型別に見ると、表2のとおり、公正取引法施行時から1993年12月までの間に出された是正命令及び是正勧告件数のなかで、最も多いのが不当表示の329件であり、全体の21.8%を占めており、次いで、優越的地位の濫用266件(全体の17.7%)、過大景品260件(同17.3%)、不当割引特売244件(同16.2%)の順となっている。そして、これら四つの違反行為類型で全体の73%、約4分の3を占めている。これらに続いて、再販売価格維持行為98件(全体の6.5%)、販売地域等の拘束条件付取引97件(同6.4%)、不当な差別的取扱い65件(同4.3%)、不当な取引拒絶32件(同2.1%)、取引強制・集団排斥その他116件(同7.7%)となっており、いずれも、全体の10%にも満たない水準である。

また、事業者団体が事業者に不正取引行為又は再販売価格維持行為をさせた事件については、表3のとおり、是正命令及び是正勧告件数が、公正取引法施行時から1993年12月までの間で33件となっており、この数値は、事業者による不正取引行為又は再販売価格維持行為事件の前記1264件と比べる

と著しく低い水準となっている。

(2) 不公正取引行為

次に、不公正取引行為の禁止に関する規定の運用状況を行為類型別に審決例を交えて紹介することとする⁽⁹⁾。

① 不当な取引拒絶

不当な取引拒絶の事件のうち、単独の取引拒絶として違反に問われたものとしては、製造業者が、安売りの防止、競争品取扱いの制限、抱き合せ販売の遂行といった目的から、これに協力的でない流通業者に対して供給を拒絶した事例が多い。そのほか、実質的には安売りの防止等を目的にしているが、表面的には代理店の債券管理、代理店の保護、事業与件の平等などを理由に取引拒絶した事例もある。これらの事件は、取引拒絶の事件として典型的な部類に属するが、それ以外に、独占的事業者がその地位を濫用して、自己の系列会社以外の会社の事業活動を妨害するため或いは取引先との取引条件を自己に有利なようにするため取引を拒絶した場合などがある。

また、共同の取引拒絶としては、販売業者の団体が供給業者に対して安売りをしている販売業者に供給しないよう要請し、これに協力的でない供給業者に対して集団で排斥した場合はじめとして、事業者団体がその構成事業者に対し値引き要求等をした取引先を排除しようとした場合や、事業者が共同で取引先に対して競争事業者の商品を取り扱わせないようにした場合などがある。

主な審決例としては、次のようなものが挙げられている。

(単独の取引拒絶)

- ・ 安売り業者に対する取引拒絶——一洋薬品工業(株)等の医薬品製造業者の事件 (1988年10月12日是正命令)

一洋薬品工業(株)等の医薬品製造業者は、20余年間取引してきた百濟薬

品(株)に対して、その供給要請があるにもかかわらず、安売りを行って商取引を混乱させている等として、病院供給用を除く医薬品の供給を制限した。

・違法な目的を達成するための手段としての取引拒絶——東洋麦酒(株)事件 (1984年11月21日是正勧告)

東洋麦酒(株)は、スーパー等に OB ビールを販売しているところ、その系列会社の OB シックレム(株)の生産するパスポート等のウイスキー類を強制的に抱き合せて販売し、相手方がウイスキーを購入しない場合には、ビールの供給を中断した。この場合、取引拒絶は、抱き合せ販売の達成手段に用いられている。

・系列会社以外の会社の事業活動を妨害するための取引拒絶——逸洋化学工業社事件 (1988年2月24日是正命令)

逸洋化学工業社は、エポキシ樹脂の加工塗料の製造業者であって、原子力発電所の復水器のチューブシート包装用塗料については同社の製品が韓国国内において韓国電力公社の選定を受け、独占的生産者の地位にあるところ、自己の系列会社以外の会社に工事を施工させないために、申告人の数次にわたる供給要請にもかかわらず、供給を行わなかった。申告人が申告を行った後には供給を行ったが、その結果、申告人は、工事契約を定められた工期までに契約を履行することができなかった。

・独占的地位の濫用による取引拒絶——三星コーニング(株)事件 (1985年11月13日是正勧告)

三星コーニング(株)は、テレビのブラウン管用のバルブを韓国国内において事実上独占して供給しているところ、供給先の3社のうち、代金決済の条件において最も譲歩していた(株)金星社 (同社はカラーテレビのブラウン管も三星コーニングから併せて供給を受けていた) に対して、代金の決済期間を75日から60日に短縮するよう要求し、金星社がこれに難色を示すや、黒白テレビブラウン管用のバルブの供給を17日間中断した。

・独占の形成を目的とした取引拒絶——ヒヨソン機械工業(株)事件 (1981年12

月18日は正勧告)

ヒヨソン機械工業(株)は、農協中央会との間で二輪車の供給契約を締結し、2カ月間で1386台供給したところ、アフターサービスに問題があることや自社代理店の保護等を理由に、供給数量や供給方法について契約内容を修正することを農協側に提案し、その合意を得ないまま、供給を一方的に中断した。(これは、ヒヨソン機械工業がその販売先の統合により当該取引段階の独占化を図ろうとして起こした行為であったとされている。)

(共同の取引拒絶)

- ・集団による取引拒絶——漫画出版社8社による取引拒絶事件(1985年7月31日は正勧告)

漫画等を販売する8社は、地方の取引先販売業者を巡回し、競争事業者の出版社の発行する漫画を購入しないようにさせた。

- ・事業者団体による取引拒絶——大韓薬剤師会釜山支部事件(1983年5月18日告発及び是正命令)

大韓薬剤師会釜山支部は、医薬品の薬局販売価格表を作成し、会員薬局に配布し、これを守らせるため、督励班を編成して巡回し、販売価格を遵守しない会員薬局に対しては医薬品を供給しないよう大韓医薬品販売協会釜山支部に要請し、医薬品を供給させないようにした。

②差別取扱い

「系列会社のための差別取扱い」が、一般指定における差別取扱いの規定のなかにおいて、「価格差別」や「取引条件差別」に並んでわざわざ定められていることにも見られるように、差別取扱いの違反事例のなかでも、この「系列会社のための差別取扱い」の規定の違反に問われた事例が多い。取引先との価格や決済条件等の取引条件について、自己の系列会社をその競争会社に比べて有利に取り扱ったということが違反に問われている。この「系列会社のための差別取扱い」は、前節でも述べたように、一般指定の規定にお

いて「正当な理由なく」の文言が付されており、原則違法の取扱いとなっている。「不当に」の文言が付されている「価格差別」や「取引条件差別」に比べて、厳しい規制となっているのである。しかし、厳しい規制といっても、コスト正当化事由のある価格格差や競争や需給状況の反映としての価格格差といった合理性のあるものを規制するわけにはいかないであろうから、規制において「価格差別」や「取引条件差別」の規定に比べて具体的にどのように厳しく規制できるのか疑問のあるところである。この「系列会社のための差別取扱い」の規定の運用基準である「大規模企業集団の不正取引行為についての審査基準」においても、系列会社を「相当程度有利に」取り扱えば、「系列会社のための差別取扱い」になり得るとしているだけであり、それを、一定期間の取引の相手方の平均の価格又は取引条件を考慮して判断するとしているに過ぎず、具体的な判断基準が示されていないわけではない。

また、審決例について見ても、規制するに当たっての具体的な判断基準がどのようなものか明らかではない。ただし、過去の審決と最近の審決を比べてみると、最近の方が厳しく運用されていることが窺い知れる。すなわち、過去の審決例では、価格については、現代建設(株)事件(1986年3月31日是正命令)で、系列会社と非系列会社との取引価格の格差が13%乖離していたことが、また、決済条件では、三美総合特殊鋼(株)事件(1987年7月8日是正命令)で、手形サイトが非系列会社より2カ月以上長くなっていたことが違反に問われた例があった。しかし、最近では、これよりも小さい取引条件の格差であっても違反に問われている。93年9月9日に「系列会社のための差別取扱い」に該当する大規模企業集団企業の不当な内部取引行為として23件の審決が出されており、例えば、オリオン電気(株)事件では2.9~5.9%の価格格差があることが、(株)味元事件では10~12日の決済期間の差があることが違反に問われて⁽¹⁰⁾いるのである。

また、前記「大規模企業集団の不正取引行為についての審査基準」においては、社内の規定や契約などにより、系列会社との取引を優先するよう強制したり、誘導する場合には「系列会社のための差別取扱い」に該当すると

しており、例えば、前記の23件の審決のなかには、現代重電機(株)事件⁽¹¹⁾のように、系列会社に対して、自己が生産する製品を優先して使用することを要請する文書を出したことが違反に問われた事例が見られる。

「系列会社のための差別取扱い」以外の差別取扱いの審決例としては、エレベーター・レールについて、中小企業の購入先に対して大企業の購入先よりも最低25%から最高51%高い価格で販売した事例や、政府の入札において、自己の代理店を有利な立場に立たせるためその代理店への販売価格を低くした事例など、取引の相手方による差別的取扱いの事例がある。しかし、地域による差別的取扱いの事例はない。

また、集团的差別取扱いの審決例としては、必ずしも適切な事例とはいえないが、審決事例集⁽¹²⁾には、屠鶏場がその株主に対して同屠鶏場のみを利用させ、これに非協力的な者を侵犯するための屠鶏には、屠鶏費を受けとらないようにしていた事例が挙げられている。

(価格差別)

- ・ 中小企業の取引先に対する差別対価——東邦製鋼(株)事件 (1986年10月22日 是正命令)

東邦製鋼(株)は、エレベーター・レールの独占供給者であるところ、エレベーター・レールについては小規模な販売量であってもそれに要する追加的な費用がほとんどかからないにもかかわらず、中小企業に対して、金星社や現代エレベーター、東洋エレベーター等の大企業よりも最低25%から最高51%高い公正な競争を阻害する価格で販売していた。このような行為は、中小企業を大企業との競争上不利にし、エレベーター市場における公正な競争を阻害する要因になるとされた。

- ・ 競争事業者の参入を防ぐための差別対価——三美金属(株)事件 (1987年7月8日 是正命令)

三美金属(株)は、自社のステンレスパイプ等の製品を代理店に供給するに当たって、代理店によって相異なる価格を設定しているが、これは、

それら製品の政府入札において自社の代理店を有利な立場に立たせ、競争事業者をその分野に入らせないようにするためのものであった。

(系列会社のための差別取扱い)

・ 価格差別——現代建設(株)事件 (1986年3月31日 是正命令)

現代建設(株)は、各種のバルブを系列会社の現代チョンゴン(株)と非系列会社の国際バルブ(株)から購入しているところ、品質に差異がないにもかかわらず、非系列会社の国際バルブよりも13%も高い価格で現代チョンゴンから購入していた。

・ 価格及び取引条件差別——三美総合特殊鋼(株)事件 (1987年7月8日 是正命令)

三美総合特殊鋼(株)は、自己の系列会社である三美金属(株)に対して、同社の競争業者よりも製品の供給価格を低くして競争上有利なようにとりはかっているほか、決済条件についても、手形サイトを競争業者より2カ月以上長くして優遇していた。

・ 不当な内部取引行為——仁川製鉄(株)事件等23件 (1994年9月9日 是正命令)

価格差別については、系列会社と非系列会社に対する取引価格の格差が、オリオン電気(株)事件の場合2.9~5.9%、現代エレベーター事件の場合3.1~3.6%あることが違反に問われている。決済期間では、系列会社の方が非系列会社より(株)味元事件では10~12日、東国製鋼(株)事件では2~37日長くなっていることが違反に問われている。

また、系列会社への製品の優先的使用の要請の例としては、現代重電機(株)事件では、系列会社に対して、自己が生産するモーターを優先して使用することを要請する文書を発出したことが違反に問われている。

(集団的差別取扱い)

・ (株)大慶事件 (1987年9月8日 是正勧告)

屠鶏場を営む(株)大慶は、その株主が、屠鶏をする場合には、同屠鶏場

を利用させ、他の屠鶏場を営む者に鶏を販売できないようにし、これに非協力的な者を侵襲するための屠鶏については、屠鶏費を受けとらないようにしていた。

③競争事業者の排除

競争事業者の排除としては、一般指定には不当廉売と不当高価買入れが定められているが、不当廉売については、物品の入札において著しく低い価格の応札による落札が違反に問われた審決例があり、韓国でもわが国でいう1円入札に当たる1ウォン入札が問題とされている。最近では、公共建設工事における低い価格の入札行為について、前節でも紹介したとおり、1993年11月2日に「公共建設工事における低価格入札に関する特定の不正取引行為の類型及び基準」という特殊指定が定められている。入札以外の不当廉売の審決としては、メーカーがその市場占拠率を高めるため製造原価を著しく下回る販売価格で販売したことが違反に問われた事例がある。

不当廉売の審決件数は3件と少ないが、この点について、韓国公正取引委員会と韓国開発研究院が公正取引法施行10年を記念して編纂した『公正取引10年』では、不当廉売の規制は、非効率的に競争者の保護装置にならないよう最大限慎重に運用されなければならないが、規制実績がこのように多くなくてかえってよかったとしている⁽¹³⁾。

次に、不当高価買入れについては、審決例はないが、この点について前記『公正取引10年』では、公正取引法の効果というよりも、不当高価買入れという行為が効果的な独占化の手段にはなり得ないことが反映しているとしている。

競争事業者の排除の審決例は、次のとおりである。

(不当廉売)

- ・著しく低い価格での入札(1)——(株)ラッキー事件(1983年6月15日是正命令)

(株)ラッキーは、国防部の入札において、市中では1個当たり210ウォ

ンする商品を1ウォンで応札して落札し、330万個供給する契約を国防部と締結した。このような行為は、競争事業者を排除し、独占的な地位を維持するための不当な廉売行為とされた。

- ・ 著しく低い価格での入札(2)——九月金属(株)事件 (1987年7月8日 是正命令)

九月金属(株)は、仁川市の上水道用ステンレスパイプ等の製品の入札において、仕入れ先の三美金属(株)からこれまでより安い価格で供給すると言質を得ていないにもかかわらず、同社からこれまで供給を受けていた価格の52%の単価で応札して落札し、1年間の供給契約を締結した。このような行為は、低い価格で継続的に物品を供給し、競争事業者を排除するための不当廉売行為であるとされた。

- ・ 製造原価を著しく下回る廉売——(株)西洲事件 (1987年10月14日 是正命令)

(株)西洲は、自社工場の位置する地域において、その市場占拠率を高めるため、一部の製品について約9カ月間にわたって製造原価より著しく低い価格(最低製造原価の64.7%の価格)で販売し、同地域における同社の市場占拠率を192%増加させた。これは、公正な取引秩序を阻害する不当廉売行為であるとされた。

(不当高価買入れ)

審決例はない。

④ 不当な顧客誘引

不当な顧客誘引としては、まず、過大景品や不当割引特売が挙げられる。これらの行為については前節で紹介したように、過大景品については「景品類に関する不公正取引行為の類型及び基準」が、また、不当割引特売には「割引特別販売行為に対する不公正取引行為の類型及び基準」がそれぞれ特殊指定として定められている。したがって、これらの行為は、それら特殊指定に基づいて処理されており、公正取引法施行時から1993年12月までの間におけ

るそれら行為に対する是正命令及び是正勧告件数は、本節の概要でも述べたとおり、過大景品260件、不当割引特売244件、合計504件である。これは、再販売価格維持行為を含めた不公正取引行為全体の33.5%を占める。このほか、特殊指定として定められている不当顧客誘引としては、93年6月21日に制定された「学習教材等の販売業における不公正取引行為の類型及び基準」に定められている学習教材等の販売業者が教職員に対して自己の教科書や学習教材を選定するよう金銭、供応その他の経済上の利益を提供する行為がある。しかし、この特殊指定に基づき出された審決は93年12月末現在まだない。

不当表示は、一般指定においては、不当顧客誘引とは別個に規定されているが、これも不当顧客誘引の一つに属するとすれば、前記の過大景品と不当割引特売の件数に不当表示に対する同期間の是正命令及び是正勧告件数329件を合わせると、その合計は833件に達する。これは、再販売価格維持行為を含めた不公正取引行為全体の55.3%を占め、過半数を超える。

一般指定の対象となる不当顧客誘引は、これまで述べた行為以外の不当顧客誘引である。その一つである不当な利益による顧客の誘引については、販促支援金を支給することにより競争者の取引先を誘引したことが違反に問われた審決例がある。最近においても、1993年に乳製品業界や清涼飲料水業界に対して販促支援金の実態調査が行われ、その結果、メーカーが自社製品のみを取り扱うことを条件に過大な販促支援金を支給した行為が、不当な利益による顧客誘引として是正命令の対象になっている⁽¹⁴⁾。ただ、ここで疑問が残るのは、自社製品のみを取り扱わせることを条件に販促支援金が支給されるのであれば、何故、排他条件付取引として処理できなかったのかということである。排他条件付取引であれば、市場閉鎖効果との関係から判断されることになるので、公正競争阻害性の判断基準が明瞭である。しかし、過大な利益による不当顧客誘引を販促金の支給に適用するということになれば、どの程度以上であれば、公正競争阻害性を有する過大な利益提供になるのか量的に示す必要がある。ところが、何を以て過大とするか、不当性の判断

基準を示すことは困難と考えられる。販促金の支給そのものは、顧客獲得のための重要な競争手段であるので、そのうちで過大なものについて不当な利益提供として規制するといっても、それは、顧客獲得競争それ自体に介入してしまうことになりかねない危険性がある。

主な審決例は次のとおりである。

(不当な利益による顧客誘引)

- ・ 過大な販促支援金の支給による取引先の勧誘 (1) —— 清涼飲料メーカー7社の事件 (1993年10月18日 是正命令)

清涼飲料メーカー7社は、それぞれ、自己の製品を取り扱っていない流通業者に対して、自己の製品のみを取り扱うこと又は自己の商品を優先的に取り扱うことを条件に販促支援金を支給し、流通業者に自己の製品を取り扱わせるようにした。

- ・ 過大な販促支援金の支給による取引先の勧誘 (2) —— (株)ピングレ事件 (1987年6月24日 是正命令)

(株)ピングレは、自己の販売基盤が脆弱なソウル特別市河西区の地域を強化するため、全国スーパーマーケット経営者協会ソウル支部河西支会に対して販促支援金1300万ウォン支給し、同支会の会員のスーパー30名以上を自己と取引させるようにした。

- ・ 過大な利益の提供による競争会社の代理店の勧誘 —— (株)ロッテハム・(株)ロッテ牛乳事件 (1987年5月6日 是正命令)

(株)ロッテハムと(株)ロッテ牛乳は、競争会社である(株)ピラクの昌原、馬山地域の代理店に対して、自己の代理店に移ることを条件に、1年間品目ごとに7~10ウォン割り引くこと、700万~1000万ウォン相当の製品を供給し、その販売代金は回収しないこと、販売社員には5カ月間5万ウォンの手当を支給するといったことを提議した。

- ・ 過大な利益の提供による競争会社の市場侵食の妨害 —— (株)ウトギ食品事件 (1987年12月3日 是正命令)

韓国のカレー市場において76.9%の市場占拠率を有する(株)ウトギ食品

は、(株)味元の市場侵食を妨害するため、取引先に対して、味元製品を陳列して販売しないならば、取引先が要求する事項を受け入れることを提議した。これは、正常な取引慣行に比し過大な利益の提供による不当顧客誘引行為であるとされた。

このほか、一般指定の対象となる不当顧客誘引としては、偽計による不当顧客誘引がある。マルチ商法がこれに該当し、違反に問われた審決例が数件見られる。

(偽計による顧客誘引)

・ マルチ商法——(株)ソシエテ・エレガンス事件 (1985年10月17日是正命令)

(株)ソシエテ・エレガンスは、エレガンス・マネージャー (代理店) が消費者に直接販売した場合は40%の販売利潤を、また、エレガンス・アシスタント (会員) に加入させ、加入した会員が商品を購入した場合は販売価格の20%の手当を、さらに、会員が他の者を会員に加入させ、その者が商品を購入した場合は販売価格の20%の手当を保証するとともに、3カ月単位で自己と自己の組織が販売した金額にリベート収入を保証する等、組織の拡大に基づいて収入が高くなるようにした。これは、通常取引により利益を保証する商取引とは異なり、組織の拡大に基づく別途の利益の提供であるとされた。

⑤取引強制

取引強制として一般指定において定められている行為として、まず、その典型として、抱き合せ販売が挙げられる。抱き合せ販売は、主たる商品の市場における独占力を利用して抱き合せられる従たる商品の市場の競争事業者を排除しようとする行為である。しかし、韓国公正取引委員会・韓国開発研究院が編纂した『公正取引10年』によれば、韓国における抱き合せ販売の審決例は、そのような事業者を排除した事例というよりも、政府の価格統制を回避したり、利益増大のための価格差別の手段として用いられた事例であっ

たとしている⁽¹⁵⁾。例えば、(株)眞露による焼酎と洋酒、東洋麦酒(株)によるビールとウイスキーの抱き合せ販売は、政府の厳しい価格規制によって人気のある商品について独占的利潤を確保することができない事業者が、そのような利潤の低い状態を間接的に回避するために不人気商品を抱き合せたものであるとしている。また、韓国結婚式業協会大邱支部会員による式場の利用にドレスや写真の利用を抱き合せた販売についても、これによって式場貸室料の規制を間接的に回避しようとしたものであり、ドレス賃貸や写真撮影市場の独占化を図ったものとは言い難いとしている。韓国放送広告公社の事件についても、同公社による広告主に対する不人気番組の人気番組への抱き合せ販売は、放送広告代理業の完全な独占事業者であった同社にとっては、人気番組も不人気番組も同じ放送広告の分野に属し、同分野において同社がすでに独占の地位を有している以上、もはや独占力を拡大する必要性があったわけではなく、この抱き合せは単に最大の利益を得るためにとった行為に過ぎないと見られるとしている。確かに、これは、独占力の濫用ではあっても、抱き合せにより従たる商品の市場における競争事業者の排除を図ったものとはいえないであろう。

次に、一般指定において取引強制の一つとされている社員販売である。電器製品のメーカーが、自己の製品の在庫消化と販売促進のため、自社の役員・職員に対して、部署別に販売目標を定めて実績を管理する等、組織的に自己の製品の購入を強要した審決例がある。このような行為は、会社が組織的に社員個人の商品選択の機会を制限し、自己の製品の購入を強制するものであり、社員の権利を侵害する行き過ぎた行為であるのみならず、社員に競争品購入の余地を与えない点において競争を阻害する行為であるとされ、取引強制の一つとして不正取引行為に該当するとされたと考えられる。しかし、このような社員の権利を侵害する社会的に批難される問題のある行為を公正取引法でも問題にしようとする、或いは、しなければならないところに、法律において、不正取引行為の要件を「公正な取引を阻害するおそれのある行為」と規定し、「公正な競争を阻害」とは規定しなかった由縁があるのか

も知れない。

取引強制の主な審決例として次のようなものが挙げられている。

(抱き合せ販売)

・ 不人気商品の抱き合せ販売——(株)眞露事件 (1982年5月24日是正勧告)

(株)眞露は、眞露焼酎の人気が高いことなどを利用して、眞露焼酎の販売時に人気の低い洋酒類を併せて購入するよう取引先に強要した。(眞露に対しては1988年5月4日に類似の抱き合せ販売行為については是正命令が行われている。)

・ 独占企業による不人気番組の抱き合せ販売——韓国放送広告公社事件 (1988年9月19日是正勧告)

韓国放送広告公社は、韓国放送広告公社法に基づき放送広告代行の委託事業を韓国国内において独占的に行っている事業者であるところ、広告主が購入を希望しない不人気番組を人気番組と同時に購入するよう広告主に強制した。

・ 事業者団体の抱き合せ販売協約——韓国結婚式業協会大邱支部事件 (1987年9月23日是正命令)

韓国結婚式業協会大邱支部は、結婚式場において提供するドレス、写真及び用品一切を利用しなければ、結婚式場の予約を取り消すという協約書を作成し、会員に実施させた。

(社員販売)

・ 自社の社員に対する自社製品の販売——三星電子(株)事件 (1987年2月20日是正命令)

三星電子(株)は、自社製品の販売を促進するため、社員の職階に従って12万ウォンから100万ウォンの商品を購入して販売させるようにし、電子製品については、社員優待販売を実施し、目標販売量(1台から5台)を達成すれば、報償を支給した。このような行為は、社員が愛社心から或いは市中より廉価であることから自発的に購入するといった次元を超えたものであって、組織的に社員個人の商品選択の機会を制限し、自社

製品との取引のみを強制したものであるとされた。

⑥優越的地位の濫用

優越的地位の濫用行為は、不正取引行為の行為類型のなかでも、不当表示や不当顧客誘引に次いで審決件数が多い行為類型である。優越的地位の濫用行為は、政府関係機関や独寡占企業の物品購入や施設工事契約、大規模小売業者と納入業者の間の取引やメーカーとその代理店との間の取引等において見られる。一般指定において規定されている優越的地位の濫用行為は、購入強制、利益提供の強要、販売目標の強制、不利益の提供及び経営干渉の5行為であるが、百貨店による納入業者に対する返品、不当な減額、支払遅延、受領拒否、手強い店員派遣の強要等の優越的地位の濫用行為については、「百貨店業における特定の不正取引行為の類型及び基準」という特殊指定が定められており、それに基づき事件が処理され、審決が出されている。また、下請取引における親事業者による下請事業者への優越的地位の濫用行為については、公正取引法の特別法である下請取引の公正化に関する法律によって規制されており、多数の審決が出されている。

一般指定において定められている5行為については、すべてについて審決例が見られる。購入強制であれば、メーカー等が自社製品や系列会社の製品を下請業者や納入業者に購入させた事例等、利益提供の強要であれば、開店記念行事の広告費を納入業者に負担させた事例等、不利益の提供であれば、取引価額の不当な減額、取引先への注文量を超えた商品の押し込み販売の事例等が見られる。また、販売目標の強制であれば、メーカーや流通業者が、一定の販売目標数量を設定し、その達成の程度に応じてリベートを支給する等により、販売目標の数量の達成を強要した多くの審決例が見られる。ただし、販売目標量の強制が単独で違反に問われた事例は少なく、ほとんどが再販売価格維持行為や地域制限や排他条件付取引に併せて販売目標量の強制が行われた事件において、販売目標量の強制についても違反に問われたものである。

さらに、経営干渉の審決例としては、代理店が営業場所の移転、組織の変更、代表権の変更等を行う場合には事前承認を受けること、また、代理店の販売員を一方的に解任できること等を規定した契約書を締結し、代理店の営業活動を制限していたことが違反に問われた事例等がある。

(購入強制)

- ・ 自社製品や系列会社の製品の購入強制——三星物産(株)事件 (1986年3月12日 是正命令)

三星物産(株)は、納入業者などの取引先に対して、自社製品の3割引チケットを購入させたり、系列会社の製品である週刊中央を1部当たり年間購読料3万ウォンで購入させる等の行為を行った。

(利益提供の強要)

- ・ 広告費の負担強要——(株)太和ショッピング事件 (1988年1月6日 是正命令)

(株)太和ショッピングは、同社の開店4周年記念行事を広告するに当たり、納入業者にその広告費を負担させた(28業者につき1社36万ウォン程度、被審人は4万ウォン程度負担)。

(販売目標の強制)

- ・ 特約店に対する販売量の強制——ロッテ産業(株)事件 (1987年11月4日 是正命令)

ロッテ産業(株)は、自己の特約店に対して、その販売量を設定し、これを順守するよう強要する規定を契約に設け、強制した。特約店は、独立の事業者であり、自己の販売量については特約店自らが自由に決定すべきであるにもかかわらず、ロッテ産業(株)が決定してその遵守を強要していたものである。

(不利益の提供)

- ・押込み販売——(株)金星社等家電3社の事件(1984年12月26日是正勧告)
 (株)金星社、三星電子(株)及び大宇電子(株)は、それぞれ自己の代理店に対して、テレビ受像機をその注文意思に関係なく、注分量を超えて供給していた。
- ・不当な減額(1)——韓国水資源公社事件(1988年9月7日是正命令)
 韓国水資源公社は、施設工事について瑕疵担保責任期間を設定しているところ、その期間を過ぎても、補償を要求し、契約の特殊条件ということでその分を契約価格から減額していた。
- ・不当な減額(2)——韓国電力公社事件(1988年2月3日是正命令)
 韓国電力公社は、物品の購入先に対して、同社の購入する価格が他機関の購入した価格より高い場合には、その差額を減額できるように取引条件を設定し、減額していた。
- ・取引先の空瓶回収実績に基づく供給量の設定——(株)眞露事件(1988年5月4日是正命令)
 (株)眞露は、取引先に対して、焼酎の空瓶を100%回収して引き渡さなければならないとの規定を設け、空瓶の回収率に応じて焼酎の供給の制限を行った。このような行為は、その製品に対する消費者の選好度が高く、数量が不足している現実を勘案すれば、優越的地位を濫用した行為に該当するとされた。

(経営干渉)

- ・役員職員の任免等についての干渉行為——(株)鄭食品事件(1982年4月21日是正命令)
 (株)鄭食品は、代理店との間に、代理店が営業場所の移転、組織の変更、代表権の変更等を行う場合には事前に同社の承認を受けること、また、同社が代理店の販売員を一方的に解任できること等を規定した契約書を締結し、実施していた。

⑦拘束条件付取引

まず、拘束条件付取引の一つである排他条件付取引については、審決例では、産業における主導的な企業が行った排他条件付取引契約が問題とされている。具体的には、契約書に排他条件付取引条項が存在している場合のほか、排他条件付取引条項が設定され、それに違反すれば契約を解除されたり、取引を中断された場合が違反となっている⁽¹⁶⁾。

次に、一般指定で定められているもう一つの拘束条件付取引である取引地域・相手方の制限であるが、事務機器、食料品、飲料といった分野に審決例が多く見られ、地域制限が問題になっている。審決件数が多い事務機器について見ると、地域制限について、事業者側は、販売後のアフターサービス等の事後管理の効率的遂行、販売地域の保護育成等を必要な理由に挙げていたが、地域制限はなくてもそのような目的は達成できるとして、正当な理由がないとされ、拘束条件付取引に該当するとされている⁽¹⁷⁾。

審決例としては、次のようなものが挙げられる。

(排他条件付取引)

- ・競争品取扱い制限(1)——(株)大韓石油公社等石油精製5社の事件(1981年8月24日正命令)

(株)大韓石油公社などの石油精製5社は、それぞれの代理店契約書において、自己の供給する製品以外の製品を取り扱ってはならないとの規定を設定していた。

- ・競争品取扱い制限(2)——(株)韓国クリバ事件(1991年8月14日正命令)

(株)韓国クリバは、代理店との間で、代理店が競争事業者の製品を取り扱えないようにする内容の契約を締結し、取引していた。このような行為について、代理店がどのような取引先を選択するかは代理店の営業活動の自由に属するものであって、契約によるこのような代理店の営業活動の拘束は、拘束条件付取引に該当するとされた。

(取引地域・相手方の制限)

・販売地域の制限——ヘテ製菓(株)事件 (1988年9月7日是正命令)

ヘテ製菓(株)は、代理店との間で締結した冷凍食品の取引契約書において、代理店別に販売地域を指定し、代理店間の販売地域侵犯を摘発・規制するため、地域別の秘密番号を製品に付け、販売地域を侵犯した代理店には出荷価格の引上げや出荷停止を行った。このような行為は、独立事業者である代理店に対して設定された販売地域においてのみ営業活動するよう強要するものであり、取引の相手方である代理店の取引内容を不当に拘束するものとされた。

・取引先制限(1)——韓国放送広告公社事件 (1988年9月7日是正命令)

韓国放送広告公社は、放送広告物の委託取引において、広告主及び放送広告代行会社に比し優越した地位にあるところ、放送広告代行会社との間で、放送広告代行会社が新たな広告主と代行契約を結ぶ場合は契約期間を1年以上としなければならないとし、また、放送広告代行会社が他の代行会社の放送広告物を受託する場合にはその代行を認めないとする内容の契約を締結した。このような行為は、代行会社の広告主との契約期間を1年以上とすることにより代行会社間の広告主獲得競争を制限する素地があり、また、他の代行会社の放送広告物の代行を認めないことにより系列広告主の放送広告物を系列代行会社だけが受託するようにしているものであり、代行会社間の競争を制限するものとされた。

・取引先制限(2)——浦項総合製鉄(株)事件 (1988年7月2日是正勧告)

浦項総合製鉄(株)は、その鉄鋼製品の購入先に対して、購入の条件として、自己が指定する運送協力業者のみに製品輸送させるようにした。このような行為は、他の運送業者の参入の機会を排除し、運送業者間の公正な競争を阻害し、購入先の自由な運送業者の指定を拘束するものとされた。

⑧事業活動の妨害

1993年11月の一般指定告示の改正において設けられた規定であるので、93

年12月末現在、この規定に該当するとされた審決例はない。

⑨ 不当な表示・広告

不当表示・広告は、審決件数が最も多い行為類型であり、公正取引法施行時から1993年12月までの間に出された是正命令及び是正勧告件数は329件と、再販売価格維持行為を含めた不公正取引行為全体の21.8%を占めている。業種としては、パン、製菓、アイスクリーム等の食品、電子機器、出版物、機械、医薬品、厨房用品などにおいて件数が多い。違反行為の端緒源としては、消費者保護院からの申告が多いとされており、それが、最近の処理件数の増大に寄与しているとされている⁽¹⁸⁾。

一般指定の不当表示に関する規定の運用基準として、「表示・広告に関する公正取引指針」が定められており、これにより事件が処理されている。この指針では、価格、原材料・成分、品質・効能効果、規格・容量・数量、製造年月日・有効期間、製造方法、商品の特徴、原産地、容器・包装、推薦・推奨、事業者等に関する表示・広告のほか、比較広告についての不当表示の規制指針が示されている。また、住宅広告については、「住宅広告に関する審査基準」が定められており（1989年11月22日制定）、面積、交通の利便・距離、融資金、住宅の特徴、住環境等の事項の表記のあり方、不当表示について、その審査及び処理の基準が定められている。

審決例については、事実関係が簡単であるので省略する。

(3) 再販売価格維持行為

再販売価格維持行為は、不公正取引行為とは別に規制されており、29条1項において、「商品を生産又は販売する事業者は、再販売価格維持行為をしてはならない」とされている。その運用状況を見ると、公正取引法が施行された1981年4月から93年12月までの再販売価格維持行為に対する法的措置件数（是正命令及び是正勧告の合計件数）は110件となっており⁽¹⁹⁾、これを業種

別に見ると、事務機器等の機器34件、飲食料品26件、繊維・衣服20件、石油化学・ゴム17件、家具・木材7件、その他7件となっている。また、違反に問われた事業者は、市場支配的事業者のみならず、競争的産業における新規参入企業であったり、中小規模の企業である場合も多い⁽²⁰⁾。

次に、再販売価格維持行為の適用除外規定の運用状況については、公正取引法においては、著作物と公正取引委員会の指定する商品が適用除外を受けられることになっており、このうち、著作物については、施行令43条において著作権法2条でいう著作物とされている。また、公正取引委員会の指定商品については、1981年に化粧品が、また、83年に医薬品が指定を受けているが、84年に両商品とも指定取消となり、現在は指定商品は存在していない⁽²¹⁾。81年当時、化粧品が指定された理由としては、20余年間にわたって慣行化した再販売価格維持行為を一挙に廃止してしまうと、流通過程の混乱を招き、化粧品の訪問販売員の生計やその販売した売上代金の回収を難しくするおそれがあったことが挙げられている。81年10月から1年間、消費者価格5800ウォン以下の14類型1654種の基礎化粧品について再販売価格維持行為が許容され、その後、範囲を縮小する代わりに期間が延長され、84年末で指定が取り消された。また、医薬品については、83年に13品目が指定されたが、84年末には指定取消となっている。(なお、医薬品については、薬事法によって、流通秩序の確立を目的として、製造業者が標準小売価格を容器や包装に表示することが義務づけられている。)

(4) 告 発

不正取引行為に関する告発は、公正取引法施行時から1993年12月末までの間に13件行われており、過大景品、不当割引特売、不当表示及び取引強制の各行為について行われている。その大部分が、是正命令が履行されなかったことに対して行われたものである。告発事例としては、例えば、次のようなものがある。

なお、再販売価格維持行為に関する告発は現在までのところない。

(過大景品)

- ・(株)一和事件——懸賞による景品提供，是正命令不履行（1988年10月12日）
- ・(株)クリラップ事件——懸賞による景品提供，是正命令不履行（1990年9月19日）

(不当割引特売)

- ・三星物産(株)事件——実際の割引率より高い割引率の不当表示（1990年9月19日）

(不当表示)

- ・(株)文化VIP事件——発行する文化VIPカードに係わる不当表示，是正命令不履行（1987年2月5日）
- ・(株)クリラップ事件——ラップの品質に係わる不当表示，是正命令不履行（1987年12月3日）
- ・バステル乳業(株)事件——牛乳の品質に関する不当表示，是正命令不履行（1988年10月12日，なお，同社は90年及び91年にも告発されている）
- ・(株)椒井薬水事件——天然サイダーと誤認させる等の不当表示，是正命令不履行（1990年4月25日）

(取引強制)

- ・忠清北道スアンボ地域宿泊業者7名事件——宿泊施設利用者に対して自己の付属食堂をも利用するよう取引強制（1991年5月24日）

(5) 課徴金

1992年の法改正により，不公正取引行為に対して3000万ウォンを超えない範囲内で課徴金が賦課できるようになり，93年から施行され，同年12月末までの間において課徴金が賦課された不公正取引行為の事件数は33件となっている。また，これら事件の課徴金を合計すると，その額は4億200万ウォンとなり，1事件当たりの平均課徴金額は1200万ウォンとなっている。

表4 違反行為類型別課徴金の賦課状況 (1993年度)

違反行為類型	件数(A)	課徴金額(A) (1,000万ウォン)	(B)／(A) (1,000万ウォン)
不当な取引拒絶	1	2.0	2.0
差別取扱い	3	9.0	3.0
不当顧客誘引	5	3.2	0.64
過大景品	10	8.0	0.8
百貨店特殊指定	1	0.5	0.5
取引強制	6	12.0	2.0
優越的地位の濫用	10	19.0	1.9
拘束条件付取引	4	7.0	1.75
不当表示	1	0.5	0.5

(注)①韓国公正取引委員会「公正去来法審決集1994年版」より作成。

②1違反事件に複数の違反行為類型が含まれている場合には、当該違反行為類型を1件として数えた。これは、課徴金額についても同様であり、違反事件に対する課徴金額を当該違反行為類型に対する課徴金額として計算した。

次に、違反行為を類型別に見てみると、表4のとおりであり、課徴金が賦課された件数が最も多いのは、過大景品と優越的地位の濫用であり、ついで、取引強制、不当顧客誘引、拘束条件付取引、差別取扱いの順になっている。

違反行為に対してどのくらいの課徴金を賦課するかは、公正取引法においては、単に3000万ウォンを超えてはならないとする上限額の規定が定められているだけであり、公正取引委員会の自由裁量に任されている。外部に公表されている運用基準はなく、また、課徴金の審決例を見ても、具体的にどのような基準で課徴金が賦課されたのかその算定根拠は明らかでない。

(6) 公正競争規約制度

不正取引行為に該当する行為類型のなかで、不当顧客誘引と不当表示については、事業者や事業者団体が23条4項に基づきそれらの行為を防止するため、公正競争規約を設定できることになっている。1993年12月末現在、11業種に公正競争規約が設定されており、これら11業種の設定年代は、次のと

おりである。

1984年 衣類, 食品, 医薬品, 化粧品, 乳製品業

1985年 家電製品, 家具類, 学習資料

1989年 百貨店業

1991年 映画業

1992年 たばこ販売業

これら規約のうち, 百貨店業とたばこ販売業を除いて, すべて表示に関する規約であり, 百貨店業の場合は割引特売, 協力業者との取引及び消費者保護, また, たばこ販売業の場合は景品類に関する規約となっている。

規約の内容は, 表示の規約であれば, 例えば, 外国語で標記した場合のハングル併記の義務づけ, 客観的根拠の存在する場合のみの最大・最高等の絶対表現や完全性表現の許容, 競争事業者に対する中傷・誹謗広告の禁止, 商品名に微量しか入っていない香料や成分の名称を使用することの禁止などが定められている。規約の運用は, 事業者団体内に規約運用機関として別途設立された協議会又は委員会により行われており, 規約違反については, 1回目の場合は警告, 2回目や違反の程度が深刻である場合は公正取引委員会に措置を求める等の措置がとられている。また, 医薬品や化粧品については, 事前広告審議制度が設けられており, 事前審議(1991年では, 医薬品621件, 化粧品138件を審議)した結果, 問題のある広告表現については修正がなされている⁽²²⁾。

4. 今後の課題

韓国公正取引委員会が近年において作成した施策計画に関する資料に基づいて, 韓国の不正取引行為規制がかかえている課題を見ていくこととした。

まず, 1991年12月27日策定の「第七次経済社会発展五カ年計画 公正取引

部門計画」においては、同委員会は、公正取引法の施行以降、公正な取引秩序を確立するため、不公正取引行為規制の改善・充実を図るとともに、効果的な違反行為の摘発・是正に努めてきたとしている。その結果、公正な取引秩序に対する業界の認識が高まってきたとする一方、違反行為の繰り返しや是正措置の不履行の発生、内外の経済与件の変化に規制を適合させる必要性といった課題をかかえているとしている。今後推進すべき施策として、例えば、次のようなものを挙げている⁽²³⁾。

- ①不公正取引行為を効果的に是正するため、競争当局の機構人員の専門性を高め、競争に及ぼす経済的效果を判断できる行為類型別の指針を作成し、法運用の透明性を高める。
- ②流通構造の高度化に伴って生じる新たな不公正取引行為の防止や金融・保険業等のサービス産業における慣行化された不公正取引行為の是正を図る。
- ③流通業界の割引特売について、短期的にはその詐欺的なものの根絶を図ることに重点をおき、長期的には割引特売規制の緩和を図る。
- ④経済的な制裁効果を高めるため、不公正取引行為に対して課徴金制度の導入を検討する。
- ⑤消費者、企業、事業者団体の情報を活用し、不公正取引行為の頻発する業種を集中的に監視するとともに、違反行為の嫌疑があるところについては職権実態調査を実施して不公正取引行為を重点的に是正する。こうしたことを通じて不公正取引行為の監視のためのモニタリング制度の発展を図る。

これら事項のなかで、課徴金制度については、その後、1992年12月の法改正によりその導入が実現されたところである。また、指針の作成の関係については、92年から93年において、新たに「給油所等の石油販売業における供給者表示」、「学習教材等の販売業」及び「公共建設工事における低価格入札」の各特殊指定が制定されているほか、一般指定の強化改正と「景品類」及び「割引特売」の特殊指定の緩和改正が行われている。職権実態調査の関係で

は、百貨店等の流通業者に対して86年から調査が毎年実施され、不当な返品や許容期間を超えた不当な割引特売等に対して是正命令等の措置がとられてきている。また、92年には輸入品の価格表示、93年には乳製品及び清涼飲料業界の販促支援金の支給行為と化粧品の景品類提供行為について調査が行われ、輸入価格に比し販売価格を過度に高く設定している等の不当な価格表示、自社製品のみを取り扱うことを条件にした販促金の支給、過大な景品類の提供行為に対して、是正命令等の措置がとられている。

次に、この施策計画よりも新しい計画としては、1993年7月策定の「『新経済五カ年計画』公正競争秩序の定着と企業経営革新部門」があるが、そのなかでは、不公正取引行為に関する事項としては、次のようなものが挙げられている⁽²⁴⁾。

①大規模企業集団の不当な内部取引に対する監視の強化

これは、「経済集中の緩和と市場の競争化の促進」の項のなかの「経済力集中施策の持続的推進」の諸施策の一つとして列挙されている。このような施策をとる必要性としては、大規模企業集団の不当な内部取引行為は、企業集団内の限界企業を支援することになり、国民経済の効率性を阻害するとともに、公正な競争秩序を阻害するものであることがその理由として挙げられている。

大規模企業集団に内部取引に対する監視の強化は、前記の計画にはなかったものであり、1993年に8企業集団の23社を対象として職権実態調査が行われ、91年から92年までの取引品目について、系列会社と非系列会社間の価格や代金決済条件における差別取扱い、取引拒絶、社員販売、取引強制等の違反行為がないかどうかの調査が行われた。その結果、19社について、差別取扱い65件、社員販売6件、取引強制6件、取引拒絶2件、合計79件の違反行為が見つかり、16社に対して是正命令（前節で事例紹介）、3社に対して警告の措置がとられている。このことを紹介した94年の年次報告においては、今後、今回調査した大規模企業集団のみならず、それ以外の企業集団にも拡大して毎年定期的に内部取引を調

査し、課徴金の賦課等、厳しい対応を図っていくことが必要であるとしている⁽²⁵⁾。

②企業における公正取引法遵守能力の向上

企業、特に、大規模企業集団の系列会社や市場支配的事業者に対して、公正取引法遵守プログラムを作成するよう促すとしている。韓国公正取引委員会は、このため、学界、業界の専門家で構成される公正取引法遵守プログラムを作成するための専門家委員会を開催しており、また、韓国の代表的な企業からなる全国経済人連合会においても、公正競争教会を設立して企業自らが公正取引法の遵守や競争政策の研究等を行おうとする動きがある。

③不正取引行為防止のための監視体制の整備

この施策として、業界団体、研究所、消費者団体等が出す資料を検討したり、地域別、分野別にモニタリング要員を配置することにより、違反行為の監視を強めることや、企業や企業集団の公正取引法遵守の程度を評価して、職権実態調査や違反行為処理の際の内部資料にすることが挙げられている。

④不当な低価格入札行為の効果的な防止

入札談合行為を効果的に監視・是正するのみならず、不当な低価格入札行為による公共工事の不実化を防止するため、かかる行為の防止対策を強化するとしている。この施策として、前述のとおり、1993年11月に「公共建設工事における低価格入札」に関する特殊指定が制定された。

⑤公共部門の不正取引行為の防止

政府投資機関等の公共機関による不正取引行為を持続的に監視・是正するとともに、公共機関による不正取引行為を助長するような不合理な制度の改善を進めるとしており、主要な政府投資機関等については定期的に調査し、違反行為の是正に努め、調査の結果を当該政府投資機関の経営指標に反映させるとしている。また、公共機関による不正取引行為について指定告示或いは指針の制定を図るとしている。

⑥消費者保護のための公正取引機能の強化

国民生活に関連の深いサービス産業による不公正取引行為の是正が十分でないとか、公正取引秩序確立のための厳格な法運用が民間企業の事業活動を制約しているという批判があり、他方、消費者保護関係法規やその担当機関が多元化しているところから、消費者保護機能についての一貫性と効率性を確保していく必要があるとしており⁽²⁶⁾、それらのための施策として、次のようなものを挙げている。

まず、国民生活に関連の深い不公正取引行為を積極的に監視・是正するとして、サービス産業を積極的に監視・規制するとともに、結婚式場等の抱き合せ販売、取引強制等を是正し、併せて、新規参入を制限する競争制限的制度の改善を図るとしている。また、不当表示関係については、消費者被害を防止するために広告代理店も規制する方策（法改正事項）を検討するとしている。

景品規制や不当割引特売規制の関係では、商取引の与件の変化に合わせて、不当割引特売の規制については、割引特売許容期間及び対象品目、景品規制については、景品提供期間及び限度額をそれぞれ調整するとして、緩和の方向を打ち出している。このため、不当割引特売規制については、1993年7月に、割引特売許容期間を従来の1回10日、年間40日から1回15日、年間60日に、割引対象品目を従来の割引販売開始前30日以上取り扱った品目から20日以上取り扱った品目にするなどの緩和を行っている⁽²⁷⁾。また、景品規制についても、93年6月に、総付け景品の提供期間や限度額、懸賞による景品の限度額をそれぞれ引き上げている。

さらに、消費者保護行政の一貫化、効率化の関係では、消費者保護院や消費者団体との協力体制を強化し、消費者保護業務の効率化を図るとともに、消費者保護のための関連法制の効率的な運用として、表示広告などの不公正取引関係業務を担当する行政の効率的な業務の推進を図るとしている。例えば、そのような効率的な業務の推進の一つとしては、食品、医薬品などの品質、効能、製造方法などに関する表示・広告につ

いて、食品衛生法や薬事法等との二重規制の問題を回避するため、1992年2月12日、保健社会部との間で業務調整基準が作成され、違法性の判断に当たって専門的知識を要するものについては、規制の実効性を確保するため、原則として保健社会部に移管して、処理されるようになったことが挙げられる⁽²⁸⁾。

なお、再販売価格維持行為については、これまで述べてきた計画には掲げられていないが、年次報告においては、再販売価格維持行為を当然違法の立場から原則禁止していることに対して、その原則は基本とするものの、経済効率を高める観点から、合理的原則の適用（例えば、新規参入企業や市場占拠率が一定以下の企業は許容するといったこと）も考慮してもいいのではないかという考え方が出されている。1994年の年次報告では、この点については、外国の例も参考にして、まず、再販売価格維持行為審査基準のようなものを作成しなければならないであろうとし、他方、同基準からして問題のあるものについては、不正取引行為のように課徴金の賦課もできるようにしなければならないとしている⁽²⁹⁾。

5. 小 括

韓国の不正取引行為規制は、これまで見てきたように、わが国の不正取引方法の規制と非常に似ているが、異なる面も存在する。例えば、不正取引行為の規制に当たって、わが国のような指定制度をいったんはとったものの、それを取り止め、法定要件に該当する行為であれば指定の有無に関係なく規制できる方式に転換している。また、不正取引行為に対して経済的制裁を高めるため課徴金制度を導入している。そのほか、違反行為類型についても、系列会社のための差別取扱い、社員販売、不当割引特売といったわが国とは異なる行為が列挙されている。また、法運用についても、概して、差別取扱いや優越的地位の濫用をはじめ全体として、厳しい運用となってお

り、その分、公正競争阻害性がどの程度考慮されているのか疑念の残るところである。

とはいえ、韓国の場合、わが国とは異なり、財閥と呼ばれる大規模企業集団が存在し、経済力がそうした企業集団に集中しており、その競争上の弊害をいかに防止するかが大きな政策課題であることを忘れてはならない。実際、不公正取引行為の規制においても、「大規模企業集団の不公正取引行為に対する審査基準」が1992年7月に制定されていることからわかるように、大規模企業集団の系列企業に対して厳しい法運用が行われてきている。厳しい法運用の背景には、このような経済事情があることを抜きにしては考えられないのである。また、市場が、これまで政府の規制等により十分機能してこなかった頃の状況を引きずっており、公正な取引秩序の一層の浸透を必要としているといったこともある。

不公正取引行為の規制は、公正取引法の改正のつど、その強化が図られ、不公正取引行為に対する法的措置件数も、公正取引法施行後1993年12月末までの間において1264件の多きに至っている、今後の制度及び運用の両面での動向が注目される。

注(1) 丁炳然「韓国の公正去来政策に関する研究」(『経済論集』, ソウル大学校, 1988年6月), 98~99ページ。

(2) 韓国公正取引委員会「不公正取引行為の類型及び基準解説」, 1993年4月, 19ページ。

(3) 中山武憲「韓国における独占禁止法改正の背景とその内容」(『公正取引』, 1994年5月), 43ページ。

(4)及び(5) 前掲, 「不公正取引行為の類型及び基準解説」, 8~9ページ。

この部分の解説では、「公正な取引を阻害するおそれ」は、「公正な競争を阻害するおそれ」と同じ意味であって、日本における公正競争阻害性の解釈と同様の解釈をとることが適当であるとしている。

(6) 前掲, 「不公正取引行為の類型及び基準解説」, 25ページ。

(7)及び(8) 前掲, 「不公正取引行為の類型及び基準解説」, 110ページ及び109ページ。

- (9) 執筆に当たっては、主として、前掲、「不正取引行為の類型及び基準の解説」；韓国公正取引委員会・韓国開発研究院『公正去来10年』（1991年4月）及び韓国公正取引委員会事務處取引局「一般不正去来行為類型別審決事例1981～1989」（1990年5月）を参考にした。
- (10)及び(11) 韓国公正取引委員会「公正去来委員会審決集」第13巻，1994年1月31日，476ページ，513ページ及び460ページ。
- (12) 前掲，「一般不正去来行為類型別審決事例1981～1989」，20ページ。
- (13) 前掲，『公正去来10年』155ページ。
- (14) 韓国公正取引委員会「公正去来年報1994年版」，1994年8月，106～108ページ。
- (15) 前掲，『公正去来10年』，157ページ。
- (16) 前掲，『公正去来10年』，160ページ及び前掲，「不正取引行為の類型及び基準の解説」，243ページ。
- (17) 前掲，『公正去来10年』，166ページ。
- (18) 韓国公正取引委員会「公正去来年報1992年版」，1992年5月，85ページ及び前掲，「公正去来年報1994年版」，105ページ。
- (19) 前掲，「公正去来年報1994年版」，123ページ。

ここでは、再販売価格維持行為の件数が110件となっているが、これは、表1に記載されている「再販売価格維持行為」の件数98件よりも多い数字である。この喰い違いの理由は定かではないが、表1の98件には、事業者団体が事業者に対して再販売価格維持行為をさせる行為が含まれていないので、その差によるものと考えられる。

- (20) 前掲，「公正去来年報1994年版」，122ページ及び123ページ。
- (21) 韓国公正取引委員会「公正去来年報1992年版」，1992年5月，98ページ。
- (22) 前掲，「公正去来年報1994年版」，133ページ及び134ページ；前掲，「公正去来年報1992年版」，96ページ及び97ページ。
- (23) 韓国公正取引委員会「第七次経済社会発展五カ年計画 公正取引部門計画」，1991年12月27日，5ページ及び26～29ページ。計画時点が若干旧いので、現在の施策と関係が深いと考えられる部分に限った。
- (24) 韓国公正取引委員会「『新経済五カ年計画』公正競争秩序の定着と企業経営革新部門」，1993年7月，5ページ及び24～28ページ。
- (25) 前掲，「公正去来年報1994年版」，17ページ及び71～75ページ。
- (26) 1991年12月の「第七次経済社会発展五カ年計画 公正取引部門計画」においては、個別法において多様に規定されている表示・広告規制条項を統廃合して一貫性のある法体系を整備する必要があるとされ、表示・広告行為を総合的に規制する基本法の制定を推進するとされていた（28ページ）。
- (27) 不当割引特売規制の特売許容期間については、この改正の前までは、90日

(1983年8月)→60日(89年5月)→40日(91年3月)と強化されてきていた。

㉘ 前掲,「不正取引行為の類型及び基準解説」,273ページ。

㉙ 韓国公正取引委員会「公正去来年報1993年版」,1993年5月,156ページ及び157ページ;前掲,「公正去来年報1994年版」,127ページ。