



弁護士に学ぶ!

成長のための企業法務

アンビシャス総合法律事務所 弁護士 奥山 倫行

第77回 契約（販売代理店契約2）

Question

当社は取引先のメーカーから「販売代理店契約」の締結を打診されました。販売代理店契約という名称自体は知っていましたが、当社ではこれまで締結した実績がありません。当社の社内では、ぜひ前向きに検討していこうという話が進んでいますが、前提として理解しておくべき留意点があれば教えてください。

Answer

前回の原稿では「販売代理店契約」の2種類の方式、すなわち「販売店方式（ディストリビューター方式）」と「代理店方式（エージェント方式）」の違いや各方式のメリット・デメリット、販売店方式の場合の再販価格の拘束の可否など販売店方式の場合の留意点の一部を説明させていただきました。

今回は、販売店方式の場合の留意点の続きに加え、代理店方式の場合の留意点を説明させていただきます。契約締結の可否を検討する際の参考にしていただくと幸いです。

（以下の項目番号は前回の原稿からの連番です）

4. 販売代理店契約を締結する場合の検討事項

販売代理店契約を締結する場合には、以下の各事項を検討したうえで、契約締結の可否を判断してください。

ア 契約の方式

販売店方式なのか、代理店方式なのかを明確に規定してください。契約書のタイトルも「販売代理店契約書」ではなく「販売店契約書」や「代理店契約書」に変更してもよいと思いますし、「販売代理店契約書（販売店方式）」「販売代理店契約書（代理店方式）」としてもよいと思います。

イ 販売権・代理権の対象商品や地域

販売代理店契約の多くは、販売権や代理権の対象となる商品や地域を定めています。無制限に販売店や代理店を認めると、販売店や代理店同士の競合が生じてしまうからです。地域の定めは、国単位で定める場合もあれば、都道府県単位で定める場合もありますし、もっと狭い場合もあり、様々です。

ウ 独占性・排他性の有無

上記「イ」と併せて、販売権や代理権の独占性・排他性の有無を明記します。対象商品や地域の定めと併せて設計することで「★★のカテゴリの商品は独占性を認める」とか「★★の地域での独占性を認める」など、様々なアレンジができます。

また、二次販売店や二次代理店の利用の可否も明確にしてください。これらは販売代理店契約の根幹にかかわるので、予め明確にしておかないと、後日、認識の齟齬や誤解からトラブルになりかねません。

エ 最低購入数量・目標数量

販売店方式の多くは、販売店の最低購入数量を定めています。特に販売権に独占性・排他性が付与される場合には、メーカー側としては必ず設定すべき項目です。他方で、あまり多くの最低購入数量を設定してしまうと、販売店は過剰在庫を抱えるリスクを負いますので、適正数量を見定めて設定し

てください。

また、代理店方式の場合でも、代理権に独占性・排他性が付与されるときには販売の目標数量が定められ、契約期間中に目標が未達の場合には、代理権が制限され、又ははく奪される条項が設定されることもあります。

他方で、販売権や代理権に独占性・排他性が付与されない場合には、義務ではなく、インセンティブとして、一定の目標値を設定したうえで、その目標値を達成したときは次期の購入条件や手数料率を優遇することもあり、様々なアレンジができるところなので、自社の意向に応じて工夫して設計してください。

オ 在庫商品の取り扱い（販売店方式の場合）

販売店方式の場合には、在庫商品の取り扱いについても予め検討して規定すべきです。具体的には、商品の売れ残りが生じた場合に、メーカーへの返品ができるようにしてその条件を定め、又は商品を値下げできるとしたうえで、市場での大幅な値崩れが生じたり、商品やブランドイメージの悪化を招かないように、値下げに一定の歯止めを定めておいたりします。

カ 再販売価格（販売店方式の場合）

販売店方式の場合に、販売店が販売する商品の価格について、メーカーが指定を行うことは原則として認められません（再販売価格の拘束の禁止、独占禁止法2条9項4号）ので、注意が必要です。メーカーが販売価格の維持に拘りがある場合には、代理店方式を選択する必要があります。

キ 直接販売権

直接販売権は、メーカーが、販売店や代理店を介さず、自ら商品を販売する権利です。メーカーにこの権利を認めた場合には、販売店や代理店にとってはメーカーが競合となり、販売意欲がそがれることにもなりかねません。仮に、メーカーに直接販売権を認めるとしても、販売相手や販売地域、販売時期に制限を設けるなど、様々なアレンジが可能なので、当事者にとって合意形成可能な内容を設定してください。

ク 競合品の取り扱い

販売店や代理店が、販売代理店契約の対象商品と競合する商品を取り扱うことができるか否かも要検討です。販売権や代理権に独占性・排他性が付与される場合は、競合品の取り扱いが制限される例も多いかと思えます。制限の方法も、全面的に制限する場合もあれば、期間やエリアを制限する例もあり、様々なアレンジがあります。

なお、メーカーが競合品の取り扱いを禁止する場合には「排他条件付取引」に該当し、独占禁止法で違法と判断される場合もありますので（独占禁止法2条9項6号二、一般指定11項）、法令違反にならないかを確認したうえで契約書に規定する必要があります。

ケ その他

これらの内容以外にも以下のような項目を盛り込んでいく必要があります。販売代理店契約には当事者の継続的な信頼関係の構築が必要になります。一つ一つの項目について仔細に検討を重ね、当事者双方の事業が安定して存続し、成長していけるような条件設定をしてください。

- ①手数料の算定方法と支払方法
- ②契約期間・契約期間終了後の商品の販売
- ③商標や名称の使用許諾
- ④広告宣伝の方法や費用負担
- ⑤キャンペーンの方法
- ⑥秘密保持
- ⑦クレームが生じた場合の対応
- ⑧その他、解除事由／準拠法／専属的合意管轄等の一般条項

《 著者略歴 》

札幌市出身。札幌南高校、慶應義塾大学卒業。同大学大学院在学中に司法試験に合格し、2002年から国内大手渉外事務所のTMI総合法律事務所にて勤務。同事務所で企業法務、事業再生、M&A、知的財産関連業務等に従事した後、2007年にアンビシャス総合法律事務所を設立し、現在に至る。著書に「創業者・経営者のための30分で分かる出口戦略-事業承継・MBO・IPO・M&Aの備え方」（プレジデント社）「成功する！M&Aのゴールデンルール」（民事法研究会）「弁護士に学ぶ！契約書作成のゴールデンルール」（民事法研究会）ほか多数。