

# 韓国での代理店取引における注意点

(2026年2月)

日本貿易振興機構(ジェトロ)

ソウル事務所

貿易投資相談課

## 報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）ソウル事務所が現地法律事務所（金&張法律事務所）に作成委託し、2026年2月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求めください。

ジェトロおよび金&張法律事務所は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび金&張法律事務所が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に係る問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ソウル事務所

E-mail：KOS@jetro.go.jp

海外ビジネスサポートセンター/貿易投資相談課

E-mail：SCB-SUPPORT@jetro.go.jp

The logo for JETRO (Japan External Trade Organization) is displayed in a large, bold, serif font.

## 目次

I.	はじめに.....	1
II.	主な違反行為、関連法規および先例.....	2
	1. 契約書面の作成、交付および保管義務.....	2
	2. 購入強制行為.....	2
	3. 販売目標強制行為.....	3
	4. 不利益提供行為.....	4
	5. 経営活動干渉行為.....	5
III.	代理店取引における主な留意事項.....	7
IV.	終わりに.....	8

# 韓国での代理店取引における注意点

## I. はじめに

日本の企業が直接または所属する韓国法人を通じて韓国において代理店取引を行う場合、代理店取引の公正化に関する法律（以下「代理店法」または「法」）および独占規制および公正取引に関する法律（以下「公正取引法」）の適用を受けることになります。代理店法は、公正取引法に対する特別法の地位を有するため、優先的に適用されます（法第4条）。

所属する韓国法人が行為主体である場合はもちろん、日本企業の場合も、問題となる行為が、国内事業者の事業活動に影響を与えるか、または国内消費者に影響を与えるなど、国内市場に影響を及ぼす場合には、代理店法または公正取引法の適用を受けることがあります（大法院2006年3月24日言渡2004ドゥ11275判決、ソウル高等法院2004年8月19日言渡2002ヌ6110判決など）<sup>1</sup>。

代理店法で規律する「代理店取引」とは、「供給業者と上記代理店との間で、商品または役務の再販売または委託販売のために行われる取引であって、一定期間継続する契約を締結し、繰り返し行う取引」を意味し（法第2条第1号）、「供給業者」とは、「生産・購入した商品または役務を代理店に供給する事業者」を（法第2条第2号）、「代理店」とは、「供給業者から商品または役務の供給を受け、不特定多数の小売業者または消費者に再販売または委託販売する事業者」をそれぞれ意味します（法第2条第3号）。

以下では、代理店法および公正取引法に定める主な違反行為と関連法理および先例を紹介

---

<sup>1</sup> 韓国公正取引委員会（以下「公正取引委員会」）は、実務では、所属する韓国法人ではなく外国企業そのものに対しては、代理店法ではなく公正取引法を適用する傾向があります。

一方、代理店法は、(i)供給業者が中小企業基本法に定める中小企業者または中小企業協同組合に該当したり、(ii)代理店が中小企業者に該当しない場合、または(iii)供給業者が代理店に対して取引上優越な地位を有すると認められない場合には適用されないため（法第3条第1項）、この場合には公正取引法が適用されることがあります。

ただし、ここでご説明する代理店法上の主な規制内容および公正取引法上の主な規制内容は、根拠法令および条文の位置に違いがあるだけで、実質的に法律要件や違法性の判断基準が同一であるため、両法において同一の違反行為を規定している場合には、代理店法を中心にご説明いたします。

し、それによる留意事項をご説明いたします。

## II. 主な違反行為、関連法規および先例

### 1. 契約書面の作成、交付および保管義務

代理店法は、供給業者をして、代理店と契約を締結したら直ちに、代理店に次の項目を全て含む契約書を書面で提供することを規定しています（法第5条第1項）。上記契約書には、供給業者および代理店がそれぞれ署名または記名捺印をしなければならず（法第5条第2項）、供給業者はこれを当該代理店との代理店取引が終了した日から3年間保管しなければなりません（法第5条第3項）。これに違反した場合には、最大5,000万ウォン以下の過料が科されます（法第32条第1項）。

- 取引形態、取引品目および期間に関する事項、納品方法、納品場所および日時に関する事項、商品代金の支払手段および支払時期に関する事項
- 商品の返品条件に関する事項、営業の譲渡に関する事項、契約解約の事由および契約解約手続に関する事項、販売奨励金の支払に関する事項
- 委託販売取引の場合、供給業者が代理店に委託する業務の範囲および遂行方法、手数料など、その名称にかかわらず、供給業者が代理店に支払う対価に関する事項

### 2. 購入強制行為

代理店法は、供給業者が自己の取引上の地位を不当に利用し、代理店に購入意思のない商品・役務を購入させる強制行為を禁止しています（法第6条）。これに違反した場合には、公正取引委員会からは是正措置および課徴金が課されることがあり（法第23条、第25条）、違反行為を行った者およびその法人には、刑事処罰の制裁がなされることがあります（法第30条第1項第1号、第31条）。

購入強制行為とは、①取引上の地位を有する供給業者が、②その取引上の地位を

不当に利用し、③代理店に購入意思のない商品・役務を購入するように「強制」する行為です。

これに関し、公正取引委員会は、デリム自動車工業㈱が「二輪自動車または自動車部品の在庫を過剰に保有している代理店に製品の購入を強制し、要求物量を受け入れない場合には契約解約、製品および部品の供給中断などをすると言及し、これのために代理店に対し売掛債権を発生させる与信取引限度を増額して購入を強制した事案」において、代理店の自由な意思決定を阻害し、要求物量を購入せざるを得ないように強制して不利益を与えたなどの理由で、購入強制行為として制裁したことがあります。（公正取引委員会2015年5月6日付議決第2015-151号）

### 3. 販売目標強制行為

代理店法は、供給業者が代理店に供給する商品または役務の販売目標を提示し、その達成を強制する行為を禁止しています（法第8条）。これに違反した場合には、公正取引委員会から是正措置および課徴金が課されることがあり（法第23条、第25条）、違反行為を行った者およびその法人には、刑事処罰の制裁がなされることがあります（法第30条第1項第3号、第31条）。

販売目標強制行為として認められるのは、①取引上の地位を有する供給業者が、②その取引上の地位を不当に利用し、③自己が供給する商品または役務に関して代理店に販売目標を提示し、④これを達成するよう強制する行為です。特に、販売目標を「強制」したか否かが主に問題となりますが、公正取引委員会の違法性判断基準および先例によれば、代理店に販売目標を与え、これを達成できなければ、代理店契約の解約、製品供給の中断、代金の全部または一部の未払い、警告、確約書などの各種不利益措置を講じる場合、「強制性」が認められます。

一方、代理店に販売目標を与え、これを達成した場合に販売奨励金（インセンティブ）を支払う方法は、代理店の自発的な協力を促す方法であり、原則として「強制性」が認められません。ただし、この場合にも、単純なインセンティブではなく、

実質的に販売奨励金の割合が非常に大きく、これをもらえなければ代理店に赤字が発生するなど、「販売奨励金の実質的に代理店の流通マージンを代替する効果があり、事実上、販売目標の達成を強制したに等しいと認められる場合」には同法違反となり得るため、ご留意ください（公正取引委員会2015年4月15日付議決第2015-123号）。

#### 4. 不利益提供行為

代理店法は、供給業者が自己の取引上の地位を不当に利用し、前述の購入強制・販売目標強制など以外の方法で代理店に不利益になるよう取引条件を設定または変更したり、その履行過程において不利益を与える行為を禁止しています（同法第9条）。これに違反した場合には、公正取引委員会から是正措置および課徴金が課されることがあり（同法第23条、第25条）、違反行為を行った者およびその法人には、刑事処罰の制裁がなされることがあります（同法第30条第1項第4号、第31条）。

不利益提供行為は、概して他法令の条項によって規制するのが困難な、供給業者による代理店に対する多様な不利益提供行為を幅広く規制するために活用される条項であるため、①供給業者が自己の取引上の地位を利用して代理店に不利益な行為を行い、②それらの行為が不当であると認められる場合には、広く問題となり得ます。

主な例は、次のとおりです。

- 代理店との事前協議または通知なしに、一方的に契約の一部または全部を解約できるという条件で契約を締結する行為（事前協議または通知が不可能な場合を除く）
- 契約期間中に合理的な理由なしに取引を中断し、不利益を与える行為<sup>2</sup>
- 販売奨励金の支払基準、販売手数料など、当事者が事前に合意した取引条件

---

<sup>2</sup> 公正取引法上の不当な取引拒絶に相応する条項で、下記6)でご説明いたします。

を、合理的な理由なしに、一方的に代理店に不利に変更する行為

- 合理的な理由なしに、返品可能な対象商品を限定したり、供給した製品の一定割合以内でのみ返品を許容するなど、不当に返品を制限する行為

## 5. 経営活動干渉行為

代理店法は、供給業者が自己の取引上の地位を不当に利用し、代理店の経営活動を干渉する行為を禁止しています（法第10条）。特に、合理的な理由なしに代理店の取引先現況、売上内訳など、営業上の秘密に該当する情報の提供を要求する行為は、経営活動干渉行為の代表的な類型として禁止されています（法施行令第7条第2号）。これに違反した場合には、公正取引委員会からは是正措置および課徴金が課されることがあり（法第23条、第25条）、違反行為を行った者およびその法人には、刑事処罰の制裁がなされることがあります（法第30条第1項第5号、第31条）。①取引上優越的な地位を有する供給業者が、②その取引上の地位を利用して「営業上の秘密」に該当する情報を要求し、③その要求に合理的な理由がない場合は、経営情報要求行為と認められます。

これに関し、公正取引委員会は「百貨店を運営する事業者3社が納品業者に対し競争事業者の電算網にアクセスできるID／パスワードを要求し、競争事業者の情報を取得した事案」において、違法な経営活動干渉（経営情報の要求）行為を理由に、それぞれ課徴金を課したことがあります。ただし、上記事件において裁判所は一部事業者の法違反を否定して処分を取り消しており（大法院2011年10月27日言渡2010ドウ8478判決）、上記判決によれば、単に売上情報を取得した行為のみでは違法にならず、それによって納品業者の自由な意思決定を阻害するなど、納品業者の取引内容を制限する場合に同法違反が成立するとしています。

公正取引法は不当に取引を拒絶する行為を禁止しています（公正取引法第45条第1項第1号）。これに違反した場合には、公正取引委員会からは是正措置および課徴金が課されることがあります（公正取引法第49条第1項、第50条）。ただし、公

正取引法上に関連する刑事処罰の制裁はありません。

公正取引委員会は、不当な取引拒絶が成立し法違反であるか否かは、下記のような様々な事情を総合的に考慮し、結論として、当該取引拒絶行為によって行為者が属する市場または取引拒絶の相手方が属する市場での競争が制限されたかを中心に判断します。

競争制限性の有無は、①取引拒絶の対象となる物品・役務が取引相手方の事業に必須であるか、②取引を拒絶された特定事業者が、代替的な取引先を容易に見つけることができるか、③取引拒絶により特定事業者の事業活動が困難になり、その結果、当該市場における競争の程度を実質的に減少させることになるか、④取引拒絶が公正取引法において禁止された行為（再販売価格維持行為、不当な共同行為など）を強要するための手段として活用されたかなどを総合的に考慮する。

不当な取引拒絶は、代理店との取引中に当該契約を解約する場合または契約終了後に更新を拒絶する場合によく問題となるため、公正取引委員会が考慮する上記要素を基準として、同法違反に該当しないかを綿密に確認する必要があります。

## 6. 再販売価格維持行為

公正取引法は、事業者が商品または役務の取引をするにあたり、取引相手方である事業者またはその次の各取引段階の事業者に対して取引価格を定め、その価格どおりに販売または提供することを強制したり、その価格どおりに販売または提供するよう、その他の拘束条件を付けて取引をする行為を禁止しています（公正取引法第46条）。これに違反した場合には、公正取引委員会から是正措置および課徴金が課されることがあります（公正取引法第49条、第50条）。ただし、関連する刑事処罰の制裁はありません。

再販売価格維持行為は、「効率性の増大による消費者厚生を増大効果よりも競争制限による弊害が大きい場合」に認められますが、①再販売価格のうち「最高価格」を維持させる行為は、販売価格が最高価格水準に収斂し、事実上流通業者間のカル

テル価格として機能する可能性が高いなどの理由で、原則として違法性が認められます。また、②再販売価格を単に推奨する場合には違法とならず、これを「強制」する場合に違法となりますが、このような「強制性」の判断は、販売目標の強制行為と同様、再販売価格を遵守しない場合に、代理店契約の解約、製品供給の中断、代金の全部または一部の未払い、警告、確約書などの各種不利益措置を講じる場合に認められます。

これに関して公正取引委員会は「レンズ交換式カメラなどの製品を取り扱う代理店に対し、A事業者がインターネットのオープンマーケットなどにおいて自身の定めた消費者販売価格より低価格で販売できないようにした」事案において「オンライン価格のガイドラインを遵守しなければ販売奨励金の減額および在庫停止などの不利益を受ける可能性があること」を告知し実際に実効性のある不利益を与えたものであるため、当該事業者の行為は強制性が認められました。

競争を促進することにより消費者の厚生を増大させられるが、当該行為によって増加した消費者の厚生が、再販売価格維持行為によって減少した消費者の厚生を上回ったとは認められないため、違法と判断した判例があります（公正取引委員会、2016年11月2日付議決第2016-299号）。

### III. 代理店取引における主な留意事項

前述のとおり、代理店取引にあたっては、代理店法および公正取引法において禁止する行為の類型を熟知し、法違反と判断されないよう留意する必要があります。主な留意事項は、下表のとおりです。

分類	推奨事項
購入強制／ 販売目標の強制	● 製品の購入を強制しないこと（製品を購入しなければ、今後の契約維持または供給物量に影響があるなどと不利益を暗示する行為もしないのが望ましい）

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 代理店が注文していない製品を一方向的に供給しないこと</li> <li>● 代理店に対して無理な販売目標を強要しないこと</li> <li>● 代理店に販売量、売上などの目標を提示し、これを達成できなかったことを理由に供給物量を縮小したり、契約を中途に解約する行為をしないこと</li> <li>● 合理的な事業上の理由がない限り、既存の代理店に対する製品供給を拒絶したり、供給量を任意に縮小させないこと</li> </ul>
経営活動への干渉 (経営情報の要求)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 代理店に対し、代理店の取引先現況、代理店と最終需要先との取引物量、最終販売価格、取引条件などの情報を、正当な理由なしに要求しないこと</li> <li>● 代理店の経営状態、財務状況、信用水準などを把握するためには、信用情報会社の分析／評価報告書を参考にすることが望ましい</li> <li>● 営業上の秘密に該当する情報を要求する場合には、合理的かつ客観的な事由を備え、代理店と十分に協議した上で進めること</li> </ul>
取引拒絶	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 代理店との相互協議なしに一方向的に代理店契約の解約を通知しないこと</li> <li>● 代理店の契約違反などを理由に代理店との取引を終了する前に、遵法支援人と相談すること</li> <li>● 代理店との契約解約の前に、代理店が新たな取引先を選択する機会などをもつことができるよう、十分な猶予期間を与えること</li> <li>● 代理店の契約不履行などの帰責事実は、契約終了時に合理的な事由となり得るため、記録しておくこと</li> </ul>
再販売価格の維持	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 会社が定めた価格で販売していない代理店に対し、契約解約、供給物量の縮小などの各種不利益を与えないこと</li> <li>● 単に販売価格を「推奨」したり、標準価格表を配布する行為は可能（強制してはならない）</li> </ul>

#### IV. 終わりに

代理店法は、供給業者と代理店の対等な地位の確立を目的とし、公正取引法とともに、違

反した場合には課徴金のみならず、刑事告発措置まで取ることができるものと規定しているため、違反行為の類型を熟知し、当初からコンプライアンスシステムを整備することが重要です。

特に、公正取引委員会は毎年、代理店取引に関する書面実態調査を通じて、代理店との取引方式、代理店取引の満足度、主要類型別の不公正取引行為の経験割合などを調査し公表しています。公正取引委員会は、これに基づいて今後の関連政策を設計するだけでなく、調査対象分野および事業者を選定し、規制を行っています。したがって、事業者としては、内部の法律遵守システムの強化および代理店との共生協力の努力などを通じてリスクを事前に管理するのが望ましいです。