

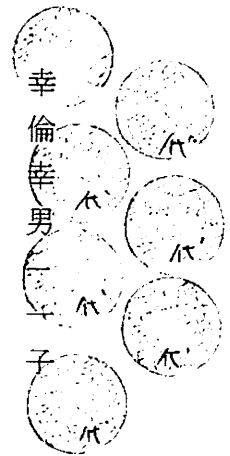
令和2年(ワ)第7369号事件 不当利得・損害賠償請求事件  
原告 [REDACTED]  
被告 株式会社読売新聞大阪本社

### 準備書面(4)

令和3年(2021)3月10日

大坂地方裁判所 第24民事部1係 御中

原告訴訟代理人弁護士	江	上	武
同	毛	利	
同	小	林	正
同	青	木	歳
同	田	上	普
同	佐	藤	潤
同	鍋	島	典



#### 第1 はじめに

被告は、答弁書3頁4の6で、「新聞販売店は独立した自営業者であり、自店の経営に必要な部数を自由に決定する権利・自由があることは認める。」と答弁した。

そこで、本訴訟では新聞販売店に注文部数を自由に決定する権利があることを前提に議論が進められることが確認されたことから、本書面では、原告に当該権利があることを前提として、あらためて原告の主張を整理することとする。

#### 第2 被告による答弁の意義

##### 1 新聞販売店の「自由増減の権利」を認めたこと

新聞社が新聞販売店に注文部数を決定する権利・自由があることを裁判官に対し公然と認めると答弁したのは、この裁判が初めてでないと思われる。画期的な答弁である。

これまで、新聞販売店は注文部数を自由に決定することが出来なかった。それゆえに、販売店は押し紙に苦しめられてきたのである。言い換えるならば、新聞社が注文部数の「自由増減の権利」を認めてさえくれば、販売店

は押し紙に苦しめられることはなかったのである。

被告の今回の答弁の結果、全国の読売新聞販売店はもちろんのこと、他の新聞社の販売店も、今後は自店の経営に必要な部数を自由に決定して新聞社に注文することが出来るようになった。

被告の答弁は、全国の押し紙問題を一気に解決できる局面を切り開く極めて重要な意味を持つ、非常に歓迎すべき答弁である。

## 2 他社における押し紙政策の現状

### (1) 南日本新聞社（鹿児島県）

昨年（令和2年）の12月24日、鹿児島地裁で極めて注目すべき和解が成立した。この訴訟は、過去の押し紙の損害賠償を求める裁判とは異なり、現役の販売店5店が共同して南日本新聞社に対し、押し紙仕入代金の支払義務のないことの確認を求めた裁判である。

これらの販売店は押し紙の仕入代金の支払いを拒否し、裁判所に押し紙の仕入代金の支払義務のないことの確認を求める裁判を提起していた。廃業した販売店主が過去の損害賠償を求めるこれまでの裁判とは異なり、販売店側に注文部数の自由増減の権利があることを認めさせるための前向きな裁判であった。

この裁判の和解内容は口外禁止条項があるため公表されていないが、鹿児島大学の宮下正昭准教授が訴訟記録を閲覧した結果を週刊金曜日の記事に掲載して全国に紹介している（甲B第21号証参照）。

これによると、「取引部数は〈双方が誠実に協議（弁護士同席を含む）する〉が、〈合意に至らない場合は、被告は各原告らの提案する取引部数を尊重する〉」という趣旨の和解内容となっているようであり、供給部数・仕入部数について販売店がイニシアチブを握ることが確認されている。

### (2) 熊本日日新聞（熊本県）

原告代理人らが知る範囲で、押し紙を社の方針として廃止した唯一の新聞社は「熊本日々新聞社」である。同社は1970年代に押し紙の解消に乗りだし、販売店の予備紙率を1.5%と定めている。一般に予備紙率は2%で足りるとされているが、それより少ない予備紙率である（甲B第3号証）。

なお、同社の方針転換による弊害や混乱は、販売店、購読者を含め一つとして報告されていない。

## 3 小括

これまで、新聞販売店側が声高に訴えてきた「自由増減の権利」を、被告は答弁書でいとも簡単に認めた。裁判に訴えなければ認めさせることが出来なかった販売店の自由増減の権利を、世界一の発行部数を誇る我が国最大の

新聞社である被告が認めたのである。あまねく新聞販売店にとって晴天の霹靂ともいうべき画期的答弁である。

被告の答弁は、読売新聞社が我が国の新聞業界に占める地位の重要性からして、他の新聞社の販売施策に与える影響も極めて大きいものがあると推察する。

この答弁が為されたことにより、新聞業界全体の押し紙問題が一気に解決する展望が開けてきたことはいうまでもない。

### 第3 前提事実（争いのない事実・証拠により明らかな事実）

#### 1 当事者

原告は平成24年（2012年）4月1日から平成30年（2018年）6月30日まで、YC [REDACTED]（以下、本件販売店という）を運営してきた。

被告は読売新聞グループに所属する読売新聞の発行を業とする株式会社三社（東京本社・大阪本社・西部本社）のうちの一社である。

#### 2 本件販売店契約

原告と被告は、平成24年（2012年）4月1日、読売新聞及び新聞以外の刊行物等の販売・配達等を行う業務（以下、本件業務という）に関し、新聞販売店契約を締結した。（甲A第1号証）

#### 3 新聞の供給総部数

被告は本件販売店に、平成29年1月から平成30年6月までの間、毎日、定数2280部の定数を供給し、その累計は4万1040部である（甲A第3号証の1～18）。

#### 4 本件販売店の実配数（注：配達部数・購読部数などとも言う）は、「発証集計表（全集計人）」（甲A第2の1～18）に記載されている正規部数と補正部数並びに読売新聞の即売部数とを合計した数字である。この実配数に2%程度の予備紙を加えた部数が本件販売店の経営に必要な部数である（訴状別紙「押し紙」一覧表参照）。

#### 5 新聞仕入代金

本件販売店の一部当たりの仕入単価は1845円で、訴状別紙の取引期間中の変動はない。

仕入代金の総額は、1845円（単価）×4万1040部（仕入部数）＝7571万8800円である。

### 第4 被告の販売政策（定数制度）は、独禁法新聞業特殊指定第3項の「押し紙」にあたるか（争点その1）

#### 1 「押し紙」の定義について

平成11年公正取引委員会告示第9号第3項は、発行業者が「正当かつ合理的理由がないのに」販売業者に対し

①「注文部数を超えて供給する行為（注文部数超過行為）」

②「減紙の申出に応じない行為（減紙拒否行為）」

③「自己の指示する部数を注文させる行為（注文部数指示行為）」

を不公正な取引方法として禁止している（以下「押し紙」という）。

また、上記の「注文部数」とは、「販売業者がその経営上、真に必要なであるとして、実際に販売している部数にいわゆる予備紙、予約紙等を加えた部数」と解されている（甲B第10号証・52頁の（3）のア参照）。

すなわち、上記①の関係でいうと、販売店の経営にとって必要な部数は、実配数とその2%程度の雨濡れ・破損等に備えた予備紙（原告準備書面(1)）で足り、これを超える新聞の供給行為が、上記②の関係でいうと、販売店からの減紙の申出を拒否する行為が、上記③の関係でいうと、あらかじめ新聞社において供給部数を定め、これを販売店に供給する行為が、それぞれ「押し紙」となる。

このような規制の内容から、被告も認めた、販売店に注文部数を自由に決定できる、「自由増減の権利」があることもいわば自明のものといえる。

## 2 被告を含む読売新聞社の販売政策（定数制度）

読売新聞社（東京本社・大阪本社・被告西部本社の3社）は、世界最大の発行部数1000万部を維持するために、全国の販売店毎に「定数」と称する固定した供給部数を定め、その部数を販売店に供給することで発行部数1000万部を維持してきた。

この「定数制度」こそ、被告を含む読売新聞社の販売政策なのである。

定数制度は、新聞社が販売店毎にあらかじめ定めた「定数」を供給することを基軸としており、販売店は、自らの意思でこの定数に変更を加えることができない。

すなわち、「定数制度」とは、①販売店がその経営上真に必要な部数を問題とせず、「注文部数」を超えて供給されるものであることから注文部数超過行為の根源たる制度であり、②販売店が自らの意思で変更できないものであることから減紙拒否行為と密接に関連し、③新聞社があらかじめ設定した「定数」を供給するものであることから注文部数指示行為に該当する、すべての押し紙の基本となるスキームなのである。

読売新聞は平成6年（1994年）に発行部数1000万部の大台を達成し、その後は1000万部の維持を社是としてきたが、新聞離れが急速に進み、平成23年（2011年）に1000万部を割り込み、令和3年（2021年）1月の発行部数は733万部と約300万部も発行部数が減少した。

この傾向は今後も続くことが予想される。ところが、読売新聞社は発行部数1000万部を切った後も、発行部数を出来る限り減らさないために「定数制度」の撤廃には踏み切っていない。

他方、リーマンショック以後の折込広告収入の落ち込みに加え、今次の新型コロナウイルスの影響を受け、「押し紙」の仕入代金の負担に耐え切れず、廃業する販売店が相次いでいると言われている。

なお、上記1で記載した「押し紙」の各要件に該当する具体的事実については、原告準備書面(3)において主張したとおりである。

### 3 小括

読売新聞社の定数制度は、販売店の経営に必要な部数を超える部数を「定数」と定め、その部数を販売店に供給することで、外部に向けては発行部数1000万部体制を維持しているように見せるための制度である。この制度のために、被告の販売店には減紙の申出の自由や注文部数を自由に決める権利は認められてこなかった。このような、被告の定数制度に基づく新聞の供給は、独禁法新聞業特殊指定第3項の「注文部数指示行為」・「減紙拒否行為」・「注文部数指示行為」のいずれの「押し紙」にも該当する違法行為である。

## 第5 被告の「押し紙」は新聞販売店契約上の債務不履行か（争点その2）

取引契約の当事者が当該取引に関連する法令の遵守義務を負うことは当然であり、議論の余地はない。新聞業界を規制の対象とする関係法令は、公正な競争の確保と優越的地位の濫用防止を目的とする独禁法新聞業特殊指定、新聞の勧誘行為を規制対象とする景品表示法（景品規制）や特定商取引法（訪問販売規制）等の法令が多数存在する。

本件では、「読売新聞販売店取引契約書」（甲A第1号証）の第7条（法令の遵守）に、「乙（注：販売店をさす）は、本件業務の遂行に関して、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律、不当景品類及び不当表示防止法、新聞業における特定の不正取引方法その他の公正取引委員会告示、新聞業における景品類提供の制限に関する公正競争規約等関係法令その他の諸法規を遵守しなければならない。」との定めが置かれている。

この点、被告が作成した上記契約書の第7条には、同条により法令順守義務を負う者として、原告の販売店しか記載されていない。しかし、それは被告が契約書の作成段階において、そもそも被告自らが法令違反を犯すことを想定していないからである。被告が法令を遵守することは当然の前提として本契約書は作成されているのである。

従って、第7条の「法令遵守」の条文に被告の記載がないことを理由に、被告は原告に対し法令順守義務を負わないと解釈することは許されない。第

7条は、原告と被告が相互に当然負うべき法令遵守義務について、新聞社である被告が法令を遵守することは当然の前提として、法令に疎い販売店に対し関係法令の遵守義務の存在を明確に認識させるために、条文上、名宛人として販売店だけを記載しているに過ぎない。法令に疎い販売店に対し、新聞業に携わる者として、関係法令を遵守しない場合は販売店契約上は新聞社に対し債務不履行責任が生じることを確認する条文である。

独禁法新聞業特殊指定の「新聞業における特定の不公正な取引方法」を例にとれば、第2項の定価の割引禁止の名宛人は販売業者であり、第3項の押し紙禁止の名宛人は新聞発行業者であるところ、原告が第2項に違反して定価の割引販売をすれば被告に対する債務不履行責任を負うのに対し、被告が第3項に違反して「押し紙」をしても原告に対する債務不履行責任を負わないでよいというのはあまりにも不合理で身勝手な解釈であり、そのような解釈は、契約当事者として信義に反することはあまりにも明白である。

そのため、被告の原告に対する「押し紙」行為は、独禁法新聞業特殊指定第3項の法令違反であり、第7条の当然解釈・論理解釈の結果、被告は原告に対し法令遵守義務違反の債務不履行責任が認められる。

## 第6 「押し紙」は公序良俗違反か（争点その3）

### 1 公序良俗判断の視点について

「押し紙」がいつまでもなくならないのは、新聞発行本社が「押し紙」によって得ている利益を簡単に手放すことが出来ない現実があるからである。

加えて、新聞や系列テレビ等の既存メディアが「押し紙問題」を報道で取り上げないため、世間一般の人達に新聞業界における「押し紙」問題は殆ど知られることはなかった。

しかし、インターネットの普及に伴う情報革命により、現在では、新聞社と販売店との間に、「押し紙」が根深い問題として横たわっていることは、老若男女を問わず広く知られるようになっており、公知の事実といって差し支えないといえよう。

これまで、過去幾度も国会で押し紙問題が議論され、最近でも衆議院会館において押し紙撲滅のミニ集会が開かれ自民党現職の国会議員が参加して発言するなど、政治の舞台でも押し紙問題が取り上げられてきた歴史がある。

しかし、公正取引委員会は「押し紙」の完全撲滅に向けての行動をとろうとしない。過去においては、公正取引委員会が北國新聞社の押し紙問題を摘発し、平成11年告示第9号の改正に結び付ける活動をした時期もあったが、その後は「押し紙」問題の取り組みには何故か消極的なのである。

そのため、「押し紙」問題の解決を政治家や公正取引委員会に期待するこ

とは現実的ではなくなっており、新聞業界の正常化を図るためには、もはや司法権（裁判所）の発動に期待するしか道はないと考える。

法治国家の最後の砦というべき裁判所が、職権探知が可能な「公序良俗違反」の論点を本件訴訟の争点に取り上げ、大所高所の視点から「押し紙」問題の解決のために大ナタを振るう事が期待される。長い間新聞業界最大のタブーとして世間の目から隠され続けてきた「押し紙」問題の最終解決にむけて本件訴訟がその舞台となることを原告自身も期待している。

何故なら、原告は自身の損害の回復を求めただけを目的に本訴を提起したのではなく、現役の販売店主には自分と同じ目にあって欲しくないと、新聞業界の真の正常化を切実に願って提訴に踏み切ったからである。

## 2 公序良俗違反を基礎づける事実

本件において、原告が考える「公序良俗違反」を基礎付ける事実の概要は次の通りである。

- (1) 我が国の経済活動の分野における公の秩序の維持（公正な競争の確保と優越的地位の濫用による弱者の立場にある事業者の保護）を目的とする独占禁止法新聞業特殊指定（公正取引委員会告示）の法令違反行為であること
  - (2) 広告主を欺罔する詐欺行為であり第三者に対する違法行為であること
  - (3) 内容的に著しく不公正な取引であること
  - (4) 暴利行為であること
  - (5) 景品表示法や独禁法が禁止する無代紙や値引き販売等の他の法令違反につながっていること
  - (6) 環境破壊や資源・労力の無駄遣いであること
- 等である。

加えて、「押し紙」の最も深刻な問題は、「熊本日々新聞」（甲B第3号証）を除くと、わが国の良識を代表することが期待されている新聞社がいまだに「押し紙」を販売政策の中心にすえたビジネスを展開しているように思われることも、違法性を基礎づける事情として挙げられるであろう。

前述のとおり、インターネットの普及により「押し紙」問題は全国に広く知られるようになっており、子供や若者たちが知れば、言論・報道の自由権利の最大の担い手である新聞・テレビに対する信用を根底から無くしてしまう危険性すらある。読売新聞社はもちろん、他の新聞社も熊本日々新聞社の例にならって、今からでも自社の「押し紙」の解消に乗り出すことが求められる。

「押し紙」問題についての議論は、これまでの関連裁判で議論は尽くされており、本件訴訟では、さらに進んだ議論として、具体的な「押し紙」解消

のための方策を議論の焦点に据えて裁判所の英断を求めたいと考える。

#### 第7 「押し紙」は不法行為か（争点その4）

「押し紙」の禁止法令は、新聞発行本社が自社の利益を図るため、優越的地位に基づき販売店の利益を害することを防止することを目的とした法令である。

しかし、読売新聞グループを例にとると収入のうち約6割は販売店への新聞販売収入であり、他の4割を紙面広告収入と読売巨人軍・出版関係の収入から得ている。他の新聞社は読売新聞以上に販売店の新聞販売収入の依存度が高いと言われている。新聞の広告媒体価値が急激に減少しており、いずれの新聞社も紙面広告収入が激減しており、ますます販売店の新聞仕入代金収入に依存せざるを得なくなっている、というのがその論拠である。

被告は、本件訴訟で「新聞販売店は独立した自営業者であり自店の経営に必要な部数を新聞社に自由に注文する権利・自由を有していること」を認めた。これは冒頭に記したとおり、販売店の注文部数の自由増減の権利を裁判史上初めて認めた画期的な答弁である。

しかし、それにも関わらず、被告は原告に対し販売店の経営に必要な部数を含む「定数」通りの新聞を供給し、原告の「注文部数の自由増減の権利・自由」を侵害し押し紙の仕入れ代金相当の経済的損害を与えてきた。

被告は販売店に「注文部数の自由増減の権利」があることを十分認識しておきながら、本件販売店に対し経営に不必要な部数の新聞（押し紙）を供給し続けており、その行為は、独禁法新聞特殊指定第3項の「押し紙」禁止規定に反し、故意に原告の注文部数の自由増減の権利・自由を侵害し、経済的損害を与えたものであるから、不法行為に該当することは明らかである。

#### 第8 不当利得返還等の額（争点その5）

原告が被告に対し不当利得返還を求める金額および債務不履行・不法行為に基づく損害賠償請求金額は、弁護費用を除く「押し紙」仕入れ代金相当額の3746万0880円である。

#### 第9 最後に

繰り返しとなるが、本件では、被告において、原告ら販売店に「注文部数の自由増減の権利」があることを認めたため、この点についての論争を繰り返す実益は消滅した。

従って、早い時期に裁判所から「争点整理案」を示していただき、それをもとに必要な証拠を提出することとしたい。



