

「平成13年相談事例集」の作成・公表について

平成14年3月29日
公正取引委員会

公正取引委員会は、独占禁止法違反行為の未然防止に役立てるため、毎年、事業者及び事業者団体（以下「事業者等」という。）から寄せられた相談のうち、他の事業者等の参考になると思われる事例の概要を相談事例集として取りまとめ、公表してきている。このたび、平成13年に事業者等から寄せられた相談について、相談事例集を作成し、本日、公表した。

平成13年における相談のうち、特徴的なものは、以下のとおりである。

① 業務提携に関する相談

経済環境の変化に対応して効率性を高めるために、競争関係にある事業者との業務提携により、相互にOEM供給を行おうとする事業者からの相談。

② 電子商取引の導入に関する相談

取引の効率性・利便性を高めるために、インターネットを利用した電子商取引を導入しようとする事業者からの相談。

③ リサイクルへの取組に関する相談

資源有効利用促進法の適用を受けて、リサイクルに取り組む必要が生じた製品について、共同でリサイクルに取り組もうとする事業者団体からの相談。

（参考） 相談内容別件数

	平成12年	平成13年
事業者の活動に関する相談	1, 672	1, 527
○流通・取引慣行に関する相談	(1, 178)	(1, 177)
○技術取引に関する相談	(148)	(87)
○共同研究開発に関する相談	(37)	(38)
○共同行為に関する相談	(197)	(148)
○その他	(112)	(77)
事業者団体の活動に関する相談	637	503

問い合わせ先	公正取引委員会事務総局 経済取引局取引部 相談指導室
	電話 03-3581-5481
ホームページ	http://www.jftc.go.jp

21. 2-02-002

284 -00-A

平成 13 年相談事例集

平成 14 年 3 月

公正取引委員会事務総局

目 次

はじめに	1
1 相談制度の概要	1
2 事業者等の活動に関する相談の概要	1
3 相談事例集の内容及び性格	2
相談事例	
[流通取引に関するもの]	
1 メーカーによる販売店の製品カタログの代行作成	3
2 単なる取次として機能する卸売業者の再販売価格の指示	6
3 医薬品の取引先の制限	9
[商標権に関するもの]	
4 商標権取得等による競争事業者の排除	12
[共同行為に関するもの]	
5 たばこメーカー3社による自主基準の策定	14
6 食品メーカーによる共同配送会社の設立	16
7 食品の原材料メーカーの相互的OEM供給	19
8 建設資材メーカーの相互的OEM供給	22
9 資材購入のための電子商取引サイトの設立	24
[公表したもの]	
10 国債取引に関する電子商取引サイトの設立（事前相談制度に基づく相談）	27
11 協同組合による共同あっせん事業	33
12 事業者団体によるリサイクル費用の徴収方法に関する自主基準の設定	36
相談窓口一覧	39

はじめに

公正取引委員会は、独占禁止法違反行為の未然防止とその適切な活動に役立てるため、各種のガイドラインを公表し、どのような行為が独占禁止法上問題となるのかを明らかにするとともに、個別の相談に対応してきている。また、独占禁止法コンプライアンス・プログラムの一環として作成する独占禁止法遵守マニュアルの内容に関する相談等にも応じている。

このような相談については、独占禁止法に関する理解を一層深めることを目的として、相談者以外の者にも参考となると思われる相談の概要を、主要な相談事例として取りまとめて毎年、公表しており、本年も、法運用の考え方を具体的かつ分かりやすく示すものとして、事業者及び事業者団体（以下「事業者等」という。）の活動に関する相談事例を取りまとめて平成13年相談事例集として公表することとした。

なお、事業者等の活動に関する主要なガイドラインは、次のとおりである。

- 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針（平成3年7月）（以下「流通・取引慣行ガイドライン」という。）
- リサイクル等に係る共同の取組に関する独占禁止法上の指針（平成13年6月）（以下「リサイクルガイドライン」という。）
- 事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針（平成7年10月）（以下「事業者団体ガイドライン」という。）
- 特許・ノウハウライセンス契約に関する独占禁止法上の指針（平成11年7月）
- 共同研究開発に関する独占禁止法上の指針（平成5年4月）

1 相談制度の概要

公正取引委員会は、事業者等からの電話、来庁等による相談を受け付け、相談者が実施しようとする具体的な活動について独占禁止法上の問題点を検討し、回答するとともに、問題点の解消のための指摘を行っている。

このような一般的な相談のほか、一定の様式によってなされた具体的な相談に対し、文書により回答するとともに、相談者名並びに相談及び回答の内容を公表する事前相談制度が設けられている。

2 事業者等の活動に関する相談の概要

平成13年1月以降同年12月末までに、電話、来庁等によって受け付けた事業者らの相談件数は1,527件、事業者団体からの相談件数は503件であり、相談の内容別に整理すると、下表のとおりである。また、平成13年における相談のうち、特徴的なものは、以下のとおりである。

- ① 業務提携に関する相談

経済環境の変化に対応して効率性を高めるために、競争関係にある事業者と業務提携により相互にOEM供給を行うことについて、独占禁止法上の問題の有無を確認するための相談。

② 電子商取引の導入に関する相談

取引の効率性・利便性を高めるために、インターネットを利用した電子商取引を導入しようとする事業者から、独占禁止法上の問題の有無を確認するための相談。

③ リサイクルへの取組に関する相談

資源有効利用促進法等の法律の適用を受けて、リサイクルに取り組む必要が生じた製品について、事業者団体から、共同でリサイクルに取り組むことの独占禁止法上の問題の有無を確認するための相談。

相談内容別件数

	平成 12 年	平成 13 年
事業者の活動に関する相談	1,672	1,527
○流通・取引慣行に関する相談	(1,178)	(1,177)
○技術取引に関する相談	(148)	(87)
○共同研究開発に関する相談	(37)	(38)
○共同行為に関する相談	(197)	(148)
○その他	(112)	(77)
事業者団体の活動に関する相談	637	503

3 相談事例集の内容及び性格

- (1) 事業者等の活動に関する相談の内容には、各種のガイドラインにおいて解釈基準が示されている行為類型に係るものから、ガイドラインの対象となっていないものまで、様々なものがあるが、この相談事例集では、独占禁止法に関する相談であって、企業結合に関するもの（別途、毎年、主要な相談事例が公表されている。）を除いたすべての相談を対象とし、他の事業者等の参考となると考えられるものを掲載している。
- (2) この相談事例集における相談の概要については、相談者の秘密保持に配慮し、相談者等を匿名にした上で、今後の事業活動の参考となるよう分かりやすく取りまとめたものである。
- (3) 相談に対する回答は、相談者から提示された内容に基づき、その限りにおいて独占禁止法上の考え方を判断したものである。また、相談への回答において独占禁止法上問題ないと回答したものは、当該事例について、相談者の市場における地位、市場の状況、商品の特性等を個別に判断した結果であり、他の事業者等の場合に必ずしもそのまま当てはまるものではない。

[再销售价格の拘束]

1 メーカーによる販売店の製品カタログの代行作成

機械製品のメーカーが、取引先販売店の製品カタログを代行して作成することについて、独占禁止法上問題となるおそれがあると回答した事例。

1 相談者 A社（機械製品のメーカー）

2 相談の要旨

(1) A社は、機械製品の有力なメーカーである。取引先販売店には、A社製品について継続的な取引を続けているものが多い。

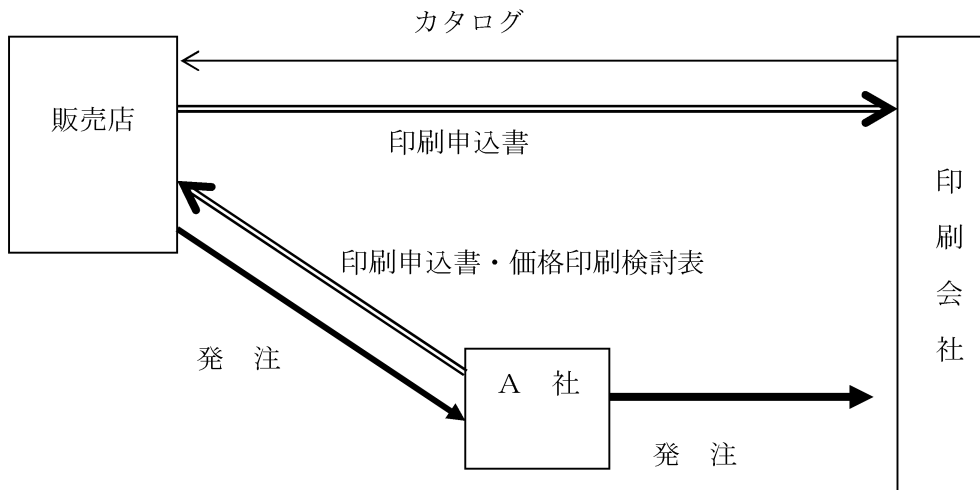
(2) A社は、販売店が広告として利用できるようにメーカー希望小売価格を記載したA社の製品カタログを取引先販売店に有料であっせんしている。しかし、最近オープン価格の製品が増え、製品カタログにメーカー希望小売価格が表示されていない製品が増えている。このため、販売店は、製品カタログとは別に各販売店の小売価格を表示した独自の広告を作成する必要性が生じている。

(3) A社は、経費的に独自の広告を作成することができない販売店のため、製品カタログの中に各販売店の小売価格を掲載するページを設け、各販売店が希望する小売価格と当該販売店の名称・住所を印刷するサービスを行いたいと考えている。このための経費として販売店からは実費を徴収するが、A社がまとめて印刷会社に発注することから、各販売店が独自に広告を作成するよりも安く印刷できる。

なお、製品カタログに掲載される各販売店の小売価格は、各販売店がA社から配布された印刷申込書に記入し、各販売店から印刷会社に直接持ち込まれ、印刷された製品カタログは印刷会社から各販売店に配送される。

(4) A社は、各販売店が自己の小売価格を決める際の便宜に資するように、価格印刷検討表を各販売店に配布したいと考えている。この検討表には、商品番号、メーカー希望小売価格、リベートを除いた実質の仕入価格と、この仕入価格にそれぞれ一定の粗利を上乗せした小売価格（4種類の価格パターンと空欄（自由価格））があらかじめ記載されている。印刷を希望する各販売店は自己の小売価格を4種類の価格パターンから選択するか、別途自ら定めた小売価格を空欄に記載することとする。

このような方法により、A社が各販売店の製品カタログを代行して作成することは、独占禁止法上問題ないか。



(価格印刷検討表)

商品番号	メーカー希望小売価格	実質仕入価格	価格パターン				
			1	2	3	4	5
○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○	○○○	○○○	○○○	○○○	空欄

3 独占禁止法上の考え方

A社が取引先である各販売店の小売価格を掲載した製品カタログを販売店に代わって作成することから、本件は、再販売価格の拘束の観点から検討する。

- (1) メーカーがマーケティングの一環として、又は流通業者の要請を受けて、流通業者の販売価格を拘束する場合には、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることになることから、このような行為は原則として不公正な取引方法として違法となる。
 [流通・取引慣行ガイドライン第2部第1-1 (再販売価格維持行為の考え方)]

- (2) A社が各販売店に価格印刷検討表を配布することは、これを通じてA社の営業担当者が各販売店に対して同検討表の利用方法を説明したり、各販売店の求めに応じて他の販売店の小売価格の状況を説明することが十分予想される。そして、A社の価格設定への関与や価格の算定方法の指導が行われることにより、同検討表の価格パターンに販売店の自由記載欄(空欄)があるとしても、各販売店の小売価格を4種類の価格パターンの中から選択するように誘導する効果を有するものと考えられる。

A社の取引先販売店には、A社製品について継続的な取引を続けているものが多いところ、このような販売店に対する価格設定への関与や指導を通じて、A社が各

販売店の小売価格を拘束することになるおそれがあるといえる。

したがって、A社が本件相談の価格印刷検討表を配布することにより、各販売店の製品カタログの作成を代行することは、販売店に対する再販売価格の拘束につながる行為として、独占禁止法上問題となるおそれがある。

4 回答の要旨

A社が、価格印刷検討表を各販売店に配布することにより、各販売店の製品カタログの作成を代行することは、独占禁止法上問題となるおそれがある。

[再販売価格の拘束]

2 単なる取次として機能する卸売業者の再販売価格の指示

メーカーとユーザーとの間の交渉により、卸売業者のユーザーへの納入価格を決定し、卸売業者はその価格でユーザーに納入して、手数料分を受け取る取引について独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 A社（医薬品メーカー）

2 相談の要旨

(1) A社は、医薬品のメーカーであり、また、医療機関であるB会は、全国的に病院を有する。

(2) B会は、A社の医薬品（以下「A社製品」という。）について、これまで卸売業者との間で各病院への納入価格（B会の購入価格）を決めていたが、コスト削減のために、今後は、B会とA社の間で直接、より廉価な納入価格を決定し、卸売業者は、単なる物流及び代金回収の責任を負い、その履行に対する手数料分を受け取るという取引に変更したいとしている。

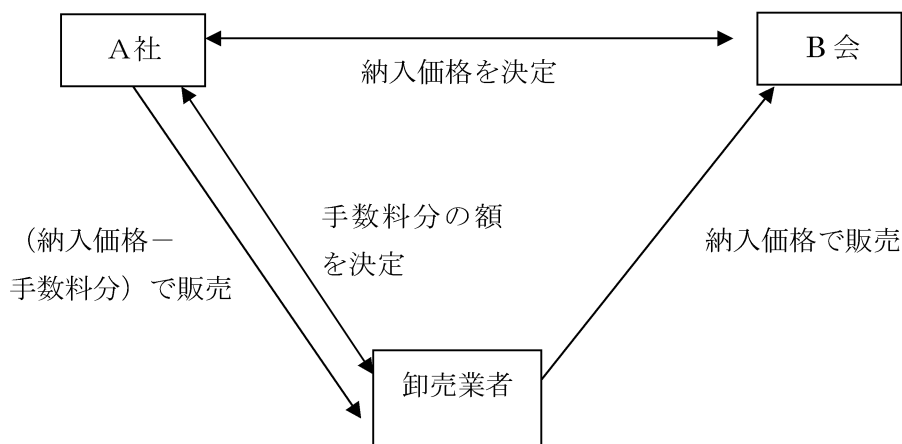
(3) B会の申入れを受けて、A社では、次のような取引形態を検討している。

ア A社は、A社製品を卸売業者へ販売し、卸売業者はこれをB会に販売する。

イ A社とB会との間で卸売業者のB会への納入価格を決定する。A社は卸売業者に当該納入価格でB会に販売するよう指示し、卸売業者は当該納入価格でB会に販売する。

ウ A社は、卸売業者が行うB会の各病院へのA社製品の納入及び代金回収に対する手数料の額を別途、卸売業者との間で決定し、B会への納入価格から当該手数料分の額を差し引いた額で、卸売業者に対してA社製品を販売する。

このような取引を行うことは、独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

A社とB会との間の交渉により、卸売業者のユーザーへの納入価格を決定し、卸売業者はその価格でユーザーに納入することから、本件は、再販売価格の拘束の観点から検討する。

(1) メーカーが流通業者の販売価格（再販売価格）を拘束することは、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる。

ただし、メーカーと小売業者（又はユーザー）との間で直接価格について交渉し、納入価格が決定される取引において、卸売業者に対し、その価格で当該小売業者（又はユーザー）に納入するよう指示する場合であって、当該卸売業者が物流及び代金回収の責任を負い、その履行に対する手数料分を受け取ることとなっている場合など、実質的にみてメーカーが販売していると認められる場合には、通常、違法とはならない。

[流通・取引慣行ガイドライン第2部第1-2（再販売価格の拘束）]

(2) 相談の場合においては、A社と卸売業者、卸売業者とB会との間でそれぞれ取引が成立するものであり、A社は、A社とB会との間で決定した価格でB会に販売するよう卸売業者に指示することとなる。

こうした取引形態では、A社とB会との間でA社製品を卸売業者を通してB会に納入するという取引の枠組みと納入価格が取り決められ、卸売業者は、物流及び代金回収の責任を負い、その履行に対する手数料分を受け取るにすぎないと考えられる。この場合、当該納入価格が一定の取引数量を前提として取り決められ、当該数量が卸売業者に明示される場合には、卸売業者に在庫リスクが生じないことから、本件取引形態は、実質的にはA社がB会に販売するものといえ、独占禁止法上の問

題はないと考えられる。

4 回答の要旨

相談の取引形態は、卸売業者に在庫負担のリスクを負わさない場合には、実質的にみてA社がB会に販売するものと認められ、独占禁止法上問題ない。

[販売方法に関する制限]

3 医薬品の取引先の制限

医薬品メーカーが、服薬指導を実施できる薬局・薬店に限定して、医薬品を出荷することは、独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 A社（医薬品メーカー）

2 相談の要旨

(1) A社は、これまで医療機関での処方箋が必要な医療用医薬品だった甲製品を、厚生労働省の承認を受けて、一般用医薬品として薬局・薬店（以下「小売業者」という。）で販売することとした。A社は、甲製品の有力なメーカーである。

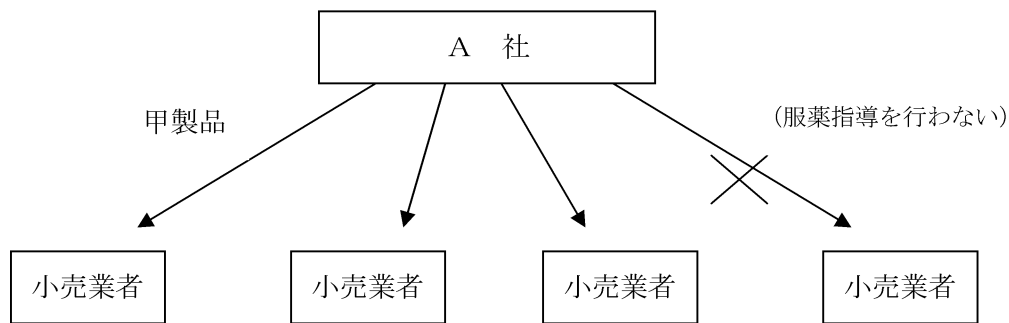
(2) 甲製品は、上記のとおり、医療用医薬品から一般用医薬品に切り替わったものであり、販売に際して摂取の仕方、副作用等の注意事項を説明する服薬指導を行わないと、服用の仕方によっては、現在の症状が悪化したり、副作用の可能性もあると考えられる。そこで、A社は、消費者に適切に服薬指導を実施できる小売業者に限定して甲製品を販売することとし、これを実施できない小売業者には甲製品を出荷しないこととした。

(3) 具体的には、A社は、小売業者の選定に当たっては、事前に説明会を開催した上で、同社の販売方針を理解したすべての小売業者に対して甲製品を販売することとしている。また、説明会に出席できなかった小売業者についても、後日、A社の学術担当者が個別に小売業者の従業員に対し詳細な説明をすることとしている。

また、A社は、服薬指導の重要性にかんがみ、A社の再三の要請を無視して服薬指導を行わない小売業者に対しては、場合によっては甲製品の出荷停止もあり得るとしている。

なお、A社は、甲製品の副作用等の服薬上の注意事項を記した説明書を小売業者に配布するとともに、当該注意事項をユーザー向けにも広報していくこととしている。

このような販売方法を行うことは独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

A社は、小売業者に対して、服薬指導を実施できる小売業者のみに甲製品の出荷先を制限することによって、小売業者の販売方法を制限することから、本件は、拘束条件付取引の観点から検討する。

- (1) メーカーが小売業者に対して、販売方法（販売価格、販売地域及び販売先に関するものを除く。）を制限することは、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用維持等、当該商品の適切な販売のための合理的な理由が認められ、かつ、他の取引先小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、メーカーが小売業者の販売方法に関する制限を手段として、小売業者の販売価格、競争品の取扱い、販売地域、取引先等についての制限を行っている場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる場合がある。

[流通・取引慣行ガイドライン第2部第2-5（小売業者の販売方法に関する制限）]

- (2) 相談の場合においては、A社が、甲製品を販売するに当たり、消費者に適切に服薬指導等を実施できる小売業者のみに甲製品を販売するという販売方針を採るものである。甲製品は医療用医薬品から一般用医薬品に切り替わったものであるところ、摂取の仕方、副作用等の注意事項を説明しないと、服用の仕方によっては、現在の症状が悪化したり、副作用の可能性もあることから、A社の販売方針は、不適切な使用による身体への危害の発生を防止するという合理的な理由があると認められる。

また、この販売方針は、すべての小売業者を対象に、甲製品の販売に必要な注意事項とその販売方法の説明を行った上で、当該販売方法を理解したすべての小売業者に対し販売するということであれば、すべての取引先小売業者に対して同等な条件が課せられていると考えられる。

したがって、A社の販売方針については、適切な販売のための合理的な理由が認められ、かつ、すべての小売業者に対して同等の条件が課せられていることから、

独占禁止法上問題ないと考えられる。

- (3) また、A社の再三の要請を無視して、服薬指導せず販売を行う小売業者に対してA社が出荷停止を行うことは、服薬指導をしないことを理由とするものである限り、独占禁止法問題ないと考えられる。ただし、例えば、A社が、服薬指導を行わずに販売している小売業者のうち、甲製品の安売りを行っている小売業者のみに出荷停止することは、これにより甲製品の販売価格が維持されるおそれがあり、独占禁止法上問題となる。

4 回答の要旨

A社が、一般用医薬品の不適切な服用による身体への危害の発生を防止するという目的のために必要な範囲内で、一般消費者に適切に服薬指導を実施できる小売業者のみに甲製品を出荷することとし、服薬指導を行わない小売業者には甲製品を出荷しないことは、独占禁止法上問題ない。ただし、服薬指導を行わずに販売している小売業者のうち、甲製品の安売りを行っている小売業者のみに出荷停止することは、独占禁止法上問題となる。

[私的独占]

4 商標権取得等による競争事業者の排除

消費財メーカーが、競争事業者の使用している商標権を取得等することにより、競争事業者が当該商標を使用できなくなることは、独占禁止法上問題となると回答した事例。

1 相談者 A社（消費財メーカー）

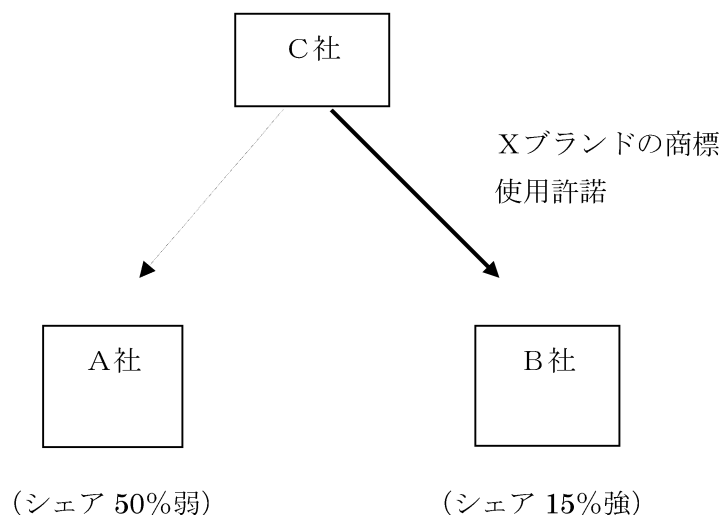
2 相談の要旨

(1) A社は、消費財である甲製品のメーカーである。甲製品については、ブランド名が消費者の製品選択に大きな影響を及ぼしており、甲製品のメーカーにとっては、ブランド名を消費者にPRすることが、重要な競争手段となっている。

甲製品市場のシェアについては、A社は50%弱、B社は15%強を有しており、その他の甲製品のメーカーは、それぞれ10%を下回っている。

(2) 甲製品については、B社がC社から商標使用許諾を受けてXブランドで販売を行っているが、A社は、甲製品の品揃えを充実させるために、C社からXブランドの商標権を取得するか又は使用許諾を受けてXブランドで甲製品を販売することについて検討している。なお、B社が販売している甲製品はXブランドのみであり、B社は、引き続きXブランドを使用することを予定している。

A社が、Xブランドの商標権の取得等を行うことは、独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

A社は、甲製品市場において非常に有力な地位にあるところ、競争事業者であるB社のブランドの商標権を取得等することから、本件は、私的独占の観点から検討する。

- (1) 事業者が、単独で、又は他の事業者と共同して、他の事業者の事業活動を排除し、又は支配することにより、一定の取引分野における競争を実質的に制限することは、私的独占に該当し、違法となる。

[独占禁止法第3条（私的独占）]

- (2) 相談の場合において、A社がXブランドの甲製品を販売するために、C社の有するXブランドの商標権を取得する又は使用許諾を受ける場合、B社はXブランドを失うこととなる。

この場合、甲製品市場においてはブランド名が重要な競争手段であるところ、B社が新たに自社ブランドの開発を行って甲製品を販売するためには、新たな広告宣伝費や小売店に対する営業活動等が必要となるのに加え、競争事業者であるA社はXブランドの甲製品を販売することによって、現行の50%弱のシェアをさらに伸ばし、市場における地位を強めることになるから、B社が甲製品市場において事業活動を行うことは困難になるおそれがある。

したがって、A社がC社に働きかけて、B社とのXブランドの商標使用許諾契約を解除させることにより、Xブランドの商標権を取得し、又は商標使用許諾を受けると場合には、甲製品市場における競争を実質的に制限し、独占禁止法上問題となる。

4 回答の要旨

相談の場合においては、甲製品市場において非常に有力なメーカーであるA社が、C社に働きかけて競争事業者との商標使用許諾契約を解除させることにより、当該競争事業者が使用している商標権を取得し、又は商標使用許諾を受けると場合には、独占禁止法上問題となる。

[不当な取引制限]

5 たばこメーカー3社による自主基準の策定

たばこメーカー3社が共同して広告活動等に関する自主基準を策定することについて、独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 A社（たばこメーカー）

2 相談の要旨

(1) A社ら3社は、世界的な規模で活動している大手のたばこメーカーである。A社ら3社は、国内のたばこ製品の販売シェアのほとんどを占めている。

(2) 未成年者の喫煙防止や広告活動の規制が、社会的に重要な課題となっていることから、A社ら3社は、たばこ製品の広告活動等に関する自主基準を作成することとした。

(3) たばこ製品の広告活動等に係る自主基準は、主に以下のような内容としたいが、独占禁止法上問題ないか。

ア 広告表現に関する規制

未成年者を対象とした広告を実施しないこと等

イ 広告メディアに関する規制

少なくとも読者の75%が成人であること等を信じる合理的な根拠がない出版物への広告を実施しないこと等

ウ 販促キャンペーン、販促イベントに関する規制

販売促進イベントへのアクセスを成人のみに限定すること等

エ スポンサーシップに関する規制

すべての競技者が成人であると信じる合理的な根拠がないイベント又は競技のスポンサーとならないこと等

オ パッケージ・販売・流通規制

たばこ製品のすべてのパッケージに、明確に視認されるよう健康警告表示を行うこと等

3 独占禁止法上の考え方

A社が競争メーカーである他の2社と共同して、たばこ製品の広告活動等について一定の取決めを行おうとするものであることから、本件は、不当な取引制限の観点か

ら検討する。なお、本件の検討に際しては、事業者の行為ではあるが、事業者間において行われる自主規制であることから、事業者団体ガイドラインの営業の種類、内容、方法等に関する自主規制の考え方が参考になる。

(1) 事業者団体ガイドラインでは、社会公共的な目的のために行う営業方法等の自主規制等に係る競争阻害性の判断については、環境の保全や未成年者の保護等の社会公共的な目的等への対処のために合理的に必要な営業の種類、内容、方法等に関する自主的な基準を設定することは、需要者の利益を不当に害さず、事業者間で不当に差別的なものではない限り、違反とならない（事業者団体ガイドライン 8-5（社会公共的な目的等のための基準の設定））とされている。

(2) 相談の場合においては、A社ら3社は、国内市場においてほとんどのシェアを有するところ、たばこ製品の広告活動等を一定の範囲で相互に制限しようとするものである。

しかしながら、自主基準の内容は、未成年者の喫煙防止という社会公共的な目的に基づき、未成年者を対象とした広告等を規制するものであり、合理的に必要な範囲内で規制するものであると考えられる。また、たばこ製品の価格等その他の重要な競争手段となり得るものは対象とされておらず、未成年者を対象とした広告を規制するものであることから、需要者である成人の利益を不当に害するものではなく、メーカー間で不当に差別的なものでもないことから、このような内容の自主基準を策定したとしても、メーカー間の販売分野における競争を実質的に制限するおそれはないと考えられ、独占禁止法上問題ない。

4 回答の要旨

A社ら3社が共同して相談の広告活動等に関する自主基準を策定することは、独占禁止法上問題ない。

[私的独占，不当な取引制限]

6 食品メーカーによる共同配送会社の設立

納入先スーパーからの要望に基づいて，食品メーカーが子会社を設立して自社の競争事業者と共同配送を行うことは，独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 A社（食品メーカー）

2 相談の要旨

(1) A社は，食品メーカーで，甲食品については有力なメーカーである。

(2) 大規模小売店舗立地法が施行されたことにより，スーパーとしては，駐車場の確保，納入車両の削減，夜間納入の禁止等地域住民からの要望に応じていくことがこれまで以上に重要な課題となっている。こうした状況を踏まえ，全国的に店舗を展開している有力なスーパーであるB社は，自社で配送する能力を有し，かつ甲食品の取引量の多いA社に対して，B社への納入に当たって，他の甲食品メーカーと共同配送するように要望している。

なお，B社向け甲食品におけるシェアは，1位がA社で5割強，2位メーカーが1割強，残りのメーカーはいずれも1割以下となっている。

(3) そこで，A社は，B社の要望に応えるため，他の甲食品メーカーとも相談して共同配送を実施することとし，A社の100%出資子会社である共配センターを新たに設立することとした。

具体的な共同配送の流れは，

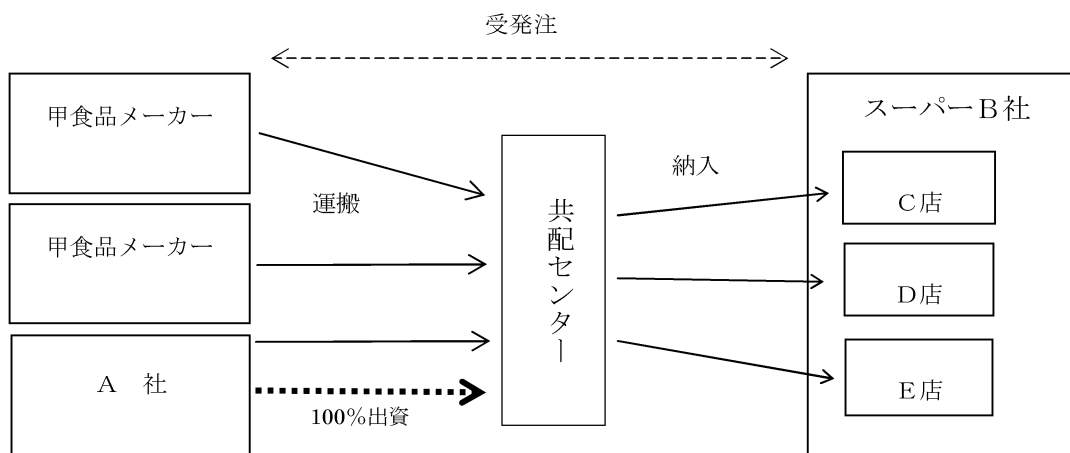
ア 甲食品メーカーは，従来どおりB社と直接受発注を行う。

イ 甲食品メーカーは，商品と専用伝票をケースに入れ，各社独自に共配センターの指定された場所まで運搬し，共配センターはこれを取りまとめてB社の各店舗に納入する。

ウ 甲食品メーカーは，B社の各納入先店舗別のケース数（ケースは，各社のものを使用）を出荷する直前に共配センターへ連絡する。

というものである。

なお，共配センターの従業員は，B社の各店舗の店頭での陳列作業を一切行わない。また，A社は，物流コストを軽減するためにできるだけ多くの甲食品メーカーに参加を要請することとしている。



(4) さらに、A社は、共配センターを通じて自社に他の甲食品メーカーの情報が漏洩すること及びA社を含む甲食品メーカー間において競争手段に係る情報が共有されることをそれぞれ防止する観点から次のような対策を考えている。

ア A社の役員は、共配センターの役員を兼務せず、A社の従業員も共配センターへ出向させない。

イ A社を含む各食品メーカーと共配センターの間において、取引に関する情報（価格、数量等）を漏洩し、又は交換しない旨の条項を含む契約を締結する。

ウ B社と各食品メーカーとの取引に係る専用伝票は、専用ケース（外から見えない）に入れ、共配センターと各食品メーカーとの取引に係る伝票には、価格、数量等には触れず授受に必要なケースの個数のみを記載して、取引に関する情報を共配センターの従業員が知り得ないようにする。

以上のような共同配送を行うことは、独占禁止法上問題ないか。

3 独占禁止法上の考え方

B社向けの甲食品において非常に有力なA社が100%出資の共配センターを設立して、競争事業者である他の甲食品メーカーと共同配送を行おうとするものであることから、本件は、私的独占及び不当な取引制限の観点から検討する。

(1) ア 事業者が、単独で、又は他の事業者と共同して、他の事業者の事業活動を排除し、又は支配することにより、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、私的独占に該当し、違法となる。

[独占禁止法第3条（私的独占）]

イ 相談の場合においては、①特に制限を設けることなく、できるだけ多くの甲食品メーカーに参加を要請するとしていること、②A社と共配センターの間では、兼務、出向等の人的な交流が制限されており、また共配センターと他の

甲食品メーカーの取引に関する情報が交換されることもない。したがって、共配センターの運営については中立性が確保されることから、共同配送の仕組み自体は、直ちに独占禁止法上問題ないと考えられる。

ただし、A社はB社向け甲食品において5割強のシェアを有するところ、他の甲食品メーカーが共配センターを利用しなければB社との取引が困難という状況において、A社があるいはA社と他の甲食品メーカーが共同して、他の甲食品メーカーの共配センターの利用を不当に制限することは、独占禁止法上問題となる。

- (2) ア 事業者が、他の事業者と共同して、製品の価格、数量等競争手段を相互に制限することにより、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当し、違法となる。

[独占禁止法第3条（不当な取引制限）]

イ A社が他の甲食品メーカーと共同配送を実施することは、B社への納入の効率化を目的とするものであり、共同配送自体がB社向けの甲食品の販売競争に及ぼす影響は少なく、独占禁止法上問題となるものではないと考えられる。ただし、共同配送を通じて商品の価格、数量等の重要な競争手段について情報交換が行われる場合には、一定の取引分野における競争を実質的に制限し、独占禁止法上問題となるおそれがある。

ウ 相談の場合においては、①共配センターはA社及び各甲食品メーカーとの契約において、取引に関する情報（価格、数量等）について守秘義務を定めるとしていること、②共配センターの従業員は取引に関する情報を取得できないシステムとするなどの対策を施した上、B社と各甲食品メーカーとは直接受発注を行い、共配センターは商品の運搬のみを行うとしていることから、共同配送を通じて各食品メーカーが価格等について情報交換を行うおそれは小さく、独占禁止法上問題ないと考えられる。

4 回答の要旨

A社が、B社への納入に当たって、子会社である共配センターを設立し、他の甲食品メーカーと共同配送を行うことは、独占禁止法上問題ない。ただし、甲食品メーカーが共配センターを利用しなければB社との取引ができないという状況において、A社があるいはA社と他の甲食品メーカーが共同して、競争事業者である甲食品メーカーの共配センターの利用を不当に制限する場合には、独占禁止法上問題となる。

[不当な取引制限]

7 食品の原材料メーカーの相互的OEM供給

食品の原材料メーカー2社が、運送コスト削減のため、遠隔地向け製品について相互的OEM供給を行うことは、独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 A社（食品の原材料メーカー）

2 相談の要旨

(1) A社及びB社は、食品の原材料となる甲製品のメーカーである。

甲製品については、A社が約4割のシェアを有するが、その他にも約2割のシェアを有するメーカーなど有力なメーカーが複数存在し、B社のシェアは5%強である。

(2) 甲製品のほとんどのメーカーは、国内に1工場のみを有しており、そこから全国に製品を供給している。また、甲製品メーカーは、甲製品の需要の大部分を占める大手食品メーカーの本社とそれぞれ契約を行い、各メーカーが食品メーカーとの間で決めた価格で取引している。

(3) 甲製品は、製造日から数週間以内に衛生管理及び温度管理された冷蔵トラックで運送する必要があるため、運送コストが大きい。このため、A社は、運送コストを削減するため、B社との間で、相互にOEM供給を行うことを検討している。

この具体的な内容としては、A社は近畿地区に工場を有し、一方、B社は北海道に工場を有しているため、A社は、北海道の取引先向けの甲製品の半分の量をB社からOEM供給を受け、B社は、西日本の取引先向けの甲製品をA社からOEM供給を受けるといったものである。

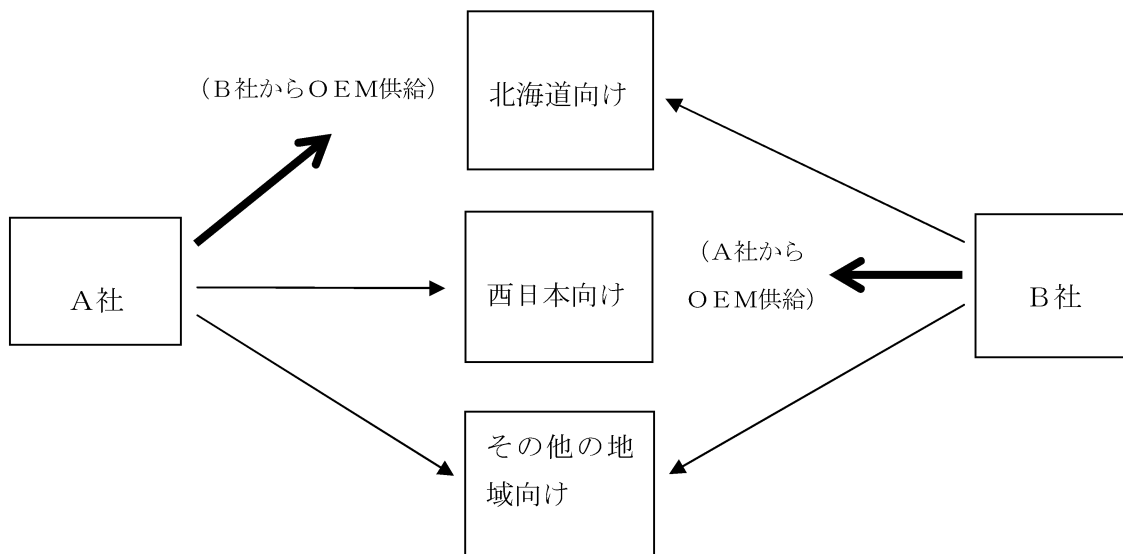
なお、B社は、営業基盤である北海道向けの販売量が多く、遠隔地である西日本向けは少ない。

(4) OEM供給を受ける数量は、A社は自社販売数量の数%、B社は自社販売数量の10%程度である。A社の近畿地区工場及びB社の北海道工場とも製造を受託できる生産余力があることから、相互にOEM供給を行うことが十分に可能である。また、甲製品の販売は、従来どおり独自に行い、互いに販売価格や取引先などには一切関与しない。

なお、A社の場合、甲製品の販売価格のうち、製造コストは5割以上を占め、運

送コストは1割程度という割合になっている。

以上のように相互にOEM供給を行うことは、独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

競争関係にあるA社とB社が、相互にOEM供給を行おうとするものであることから、本件は、不当な取引制限の観点から検討する。

- (1) 事業者が、他の事業者と共同して、製品の価格、数量等競争手段を相互に制限することにより、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当し、違法となる。

[独占禁止法第3条(不当な取引制限)]

- (2) 相談の場合において、A社とB社(以下「2社」という。)は5割弱のシェアを有し、甲製品について相互にOEM供給を行うことにより、製造コストなど企業活動を行う上で重要な情報を互いに知り得ることになるが、

ア 2社が相互にOEM供給する数量は、それぞれ自社販売数量の数%ないし10%程度にすぎず、コストの共通化によって販売分野での競争が減殺されるおそれは小さいこと

イ 2社は、従来どおり独自に販売を行い、互いに販売価格や取引先などには一切関与しないとしていること

ウ 甲製品市場については、有力な競争事業者が複数存在していること

エ 仮に相互にOEM供給を行うことにより、生産能力を上回ることになれば、2社の間において生産数量の調整を行う必要が生じ、競争を制限するおそれがある

が、相談の場合においては、2社において甲製品の製造を受託できる生産余力があり、生産能力を上回ることはないことから、2社が相互にOEM供給を行うことは直ちに甲製品の販売分野における競争を実質的に制限するものとはいえず、独占禁止法上問題ないと考えられる。

4 回答の要旨

A社がB社との間で、甲製品について相互に相談のOEM供給を行うことは、現在の市場の状況から判断すれば、独占禁止法上問題ない。

[不当な取引制限]

8 建設資材メーカーの相互的OEM供給

建設資材メーカー2社が、運送コスト削減のため、遠隔地向け製品について相互にOEM供給を行うことについて、独占禁止法上問題となると回答した事例。

1 相談者 A社（建設資材メーカー）

2 相談の要旨

(1) A社は、建設資材である甲製品の有力なメーカーである。

甲製品メーカーは、A社のほか、B社及びC社の3社となっている。各社のシェアは、A社が50%弱、B社が40%強、C社が10%弱で、輸入品が数%程度ある。

(2) 甲製品については、長い不況で需要の低迷が続き、ピークに比べて需要が約3分の2となるなど採算が悪化していることから、A社は、製品価格の約1割を占める運送コストを削減するため、B社との間で、相互にOEM供給を行うことを検討している。

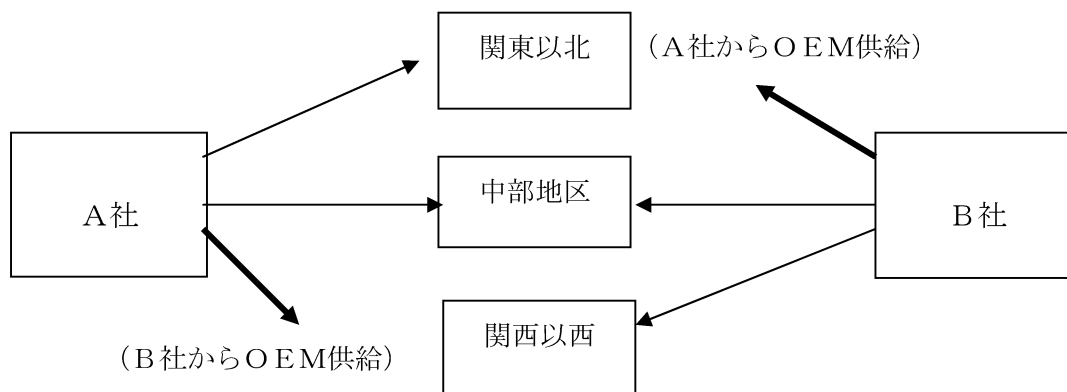
この具体的内容としては、A社は関東地区に工場を有しており、B社は関西地区に工場を有していることから、A社の関西以西の顧客への販売相当量をB社へ、B社の関東以北の顧客への販売相当量をA社に、それぞれOEM供給を委託する。

例えば、A社の九州の顧客に納入する場合、従来はA社の関東地区の工場から配送していたが、B社の関西地区の工場から配送することにより、運送コストを削減できる。

(3) OEM供給を受ける数量は、A社は自社販売数量の約30%、B社は自社販売数量の約40%である。A社、B社ともに、現在の工場の年間稼働率を考えれば、生産を受託できる生産余力があることから、相互にOEM供給を行うことが十分に可能である。また、甲製品の販売は、従来どおり独自に行い、互いに販売価格や取引先などには一切関与しない。

なお、建設資材の性質上甲製品の販売価格のうち、製造コストが相当の部分を占める。

以上のように、相互にOEM供給を行うことは、独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

競争関係にあるA社とB社が、相互にOEM供給を行おうとするものであることから、本件は、不当な取引制限の観点から検討する。

- (1) 事業者が、他の事業者と共同して、製品の価格、数量等競争手段を相互に制限することにより、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当し、違法となる。

[独占禁止法第3条（不当な取引制限）]

- (2) 相談の場合において、A社とB社（以下「2社」という。）は、従来どおり独自に販売を行い、互いに販売価格や取引先などには一切関与しないとしているものの、
 ア 2社が相互にOEM供給することにより、地域的にみれば、関西以西の顧客に販売される両社の製品は、ほとんどすべてB社の製造に係る製品、反対に関東以北はほとんどすべてA社の製造に係る製品となり、中部を除く地域において両社の製造コストが共通化され、また、甲製品の販売価格のうち製造コストが相当の部分をおさめることから、2社の甲製品市場におけるシェアが約90%をおさめることを踏まえると、2社の販売価格が同一水準になりやすいなど、販売分野での競争が減殺されるおそれ大きいこと

イ 相互にOEM供給を行うことを通じて、製造コストなど企業活動を行う上で重要な情報を知り得ることは、2社のシェアからすれば競争に与える影響が大きいと考えられること

から、2社が相互にOEM供給を行うことは、甲製品の製造販売分野における競争を実質的に制限し、独占禁止法上問題となると考えられる。

4 回答の要旨

A社及びB社が、甲製品について相互に相談のOEM供給を行うことは、独占禁止法上問題となる。

[不当な取引制限]

9 資材購入のための電子商取引サイトの設立

電子商取引サイト運営会社が提供する電子商取引サイトを利用して、同運営会社の出資会社が競争事業者と資材購入を共同して行うことは、独占禁止法上問題となるおそれがあると回答した事例。

1 相談者 A社（電子商取引サイトの運営会社）

2 相談の要旨

(1) A社は、電子商取引サイトの運営等を行う事業者であり、化学製品の甲製品メーカーであるB社や他の業種の事業者など数社の出資を得て設立された。B社は、甲製品市場の有力な事業者である。

なお、A社の役員及び従業員は、すべて出資会社からの出向である。

(2) A社は、甲製品の製造に要する資材の調達のための電子商取引サイト（以下「調達サイト」という。）の設置を検討しており、当該サイトでは購入業者が、必要とする資材をサイト上で公開して、販売業者を募り、最も低い販売価格を提示した販売業者と取引する、いわゆるオークションなどを行うことを予定している。

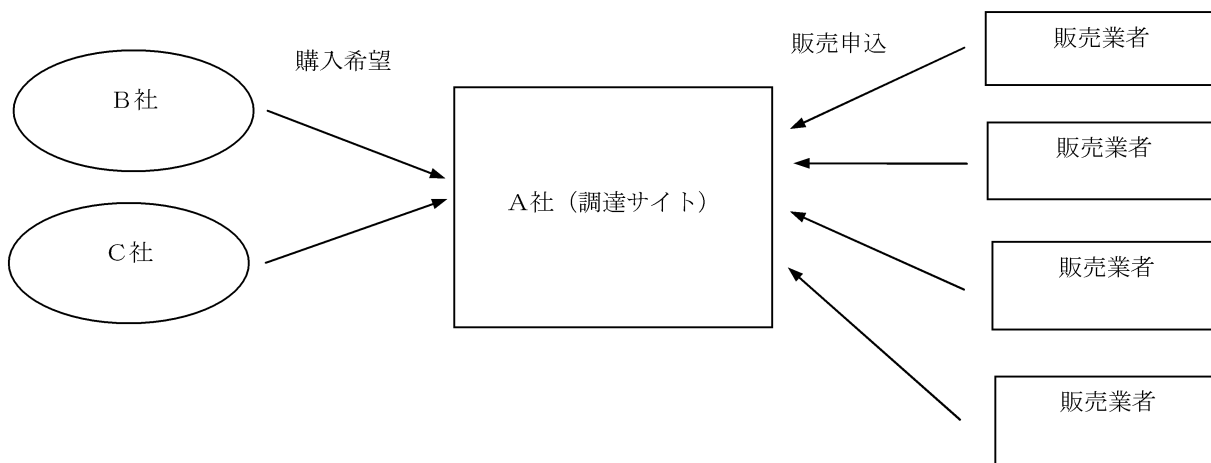
また、A社は、オークションにおいて、購入業者が共同して必要とする資材を取りまとめて購入できるシステムを導入することを検討しており、B社に加えて、甲製品市場の有力な事業者であるC社に参加してもらうことを考えている。例えば、B社が同サイト上で100ロットを購入する場合に、C社の購入数量100ロットを加えた合計200ロットを購入数量とすることで、購入ロットを大きくし、これまでよりも低い価格で調達できるというものである。

また、A社は、上記システムを円滑に行うために、C社にもA社に出資して調達サイトに参加してもらいたいと考えている。

(3) 甲製品の製造に要する資材の多くは、甲製品の製造という用途のための資材であることから、甲製品以外の製品に転用ができず、汎用性がない。甲製品の製造に要する資材の購入市場においては、B社とC社のシェアの合計は6割を超えている。

また、甲製品については、その製品の性格から販売地域がある程度限定されていることから、B社とC社はほとんど競争関係にはない。

以上のような調達サイトを設けることは、独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

A社が提供する調達サイトにおいて、事業者は甲製品の製造に要する資材を共同して購入することから、本件は、不当な取引制限の観点から検討する。

- (1) 事業者が、他の事業者と共同して資材の購入を制限する等相互にその事業活動を拘束し、又は遂行することにより一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当し、違法となる。

[独占禁止法第3条（不当な取引制限）]

- (2) ア 共同購入については、一般に、製品の販売分野における参加者のシェアが高く、製品製造に要するコストに占める共同購入の対象となる資材の購入額の割合が高い場合には製品の販売分野において、また、共同購入の対象となる資材の需要全体に占める共同購入参加者のシェアが高い場合には当該資材の購入分野について、それぞれ独占禁止法上問題が生じる。

イ 相談の場合におけるオークションは、A社が提供する調達サイト上で、B社及びC社（以下「2社」という。）が甲製品の製造に要する資材を取りまとめて購入するものであることから、共同購入の一形式と考えられる。

2社は、甲製品の製造に要する資材の購入市場において6割のシェアを占めるところ、2社が本件調達サイトを利用して当該資材を購入するのが一般的な場合には、当該資材の共同購入を行うことにより2社が市場支配力を行使することとなるおそれが強く、当該資材の取引における競争が制限され、独占禁止法上問題となるおそれがある。

なお、2社は甲製品の販売についてほとんど競争関係にはないことから、共同購入による甲製品の販売市場の競争に与える影響は小さいものと考えられる。

(3) また、共同購入を行わない場合においても、A社が提供する調達サイトには、甲製品の製造に要する資材の取引に関する情報が集まることとなる。このため、C社がA社に出資して役員又は従業員を派遣する場合には、A社に出向している役員等を通じて、当該資材の購入数量、購入価格等について、2社間で相互に情報が交換され、共通の意思が形成されるおそれがある。このような場合には、当該資材の取引における競争が制限されるおそれがあり、独占禁止法上問題となる。

ただし、A社、B社及びC社それぞれの間において、厳格な情報遮断のための措置を講じた上で、2社が、個別にA社が提供する調達サイトにおいてオークション方式によって資材購入を行うことは、独占禁止法上問題ないと考えられる。

4 回答の要旨

(1) C社が調達サイトに参加してB社と相談のオークションによる共同購入を行うことは、購入しようとする資材の取引市場における競争を制限し、独占禁止法上問題となるおそれがある。

(2) 共同購入を行わない場合であっても、C社がA社に出資して役員又は従業員を派遣する場合には、当該役員又は従業員を通じて出資会社間で相互に情報が交換されることにより、当該資材の購入数量、購入価格等についての共通の意思が形成される場合には、当該資材の取引における競争が制限されるおそれがあり、独占禁止法上問題となるので、A社、B社及びC社それぞれの間において、厳格な情報遮断のための措置を講じる必要がある。

[不当な取引制限]

10 国債取引に関する電子商取引サイトの設立（事前相談制度に基づく相談）

電子商取引運営会社が証券会社と機関投資家の国債売買取引の場を提供するとともに、各証券会社が顧客に提示する気配値のうち、顧客にとって最も有利な気配値を証券会社にフィードバックすることは、独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 エンサイドットコム証券株式会社

2 相談の要旨

(1) 基本システム

エンサイドットコム証券株式会社（以下「エンサイ」という。）は、以下のとおり、インターネット又はエンサイ専用ネットワークを利用して国債の売買を行うためのインフラを構築し、証券会社と機関投資家の現物の国債売買取引の場（電子サイト）を提供することを業務としている。この電子サイトを通じて、参加証券会社は、取引の対象となる国債の各銘柄について、電子サイト上で気配値（注）を機関投資家に提示し、機関投資家の中から選択して売買取引を行うものである。

（注）証券会社は、その価格であれば機関投資家からの売買注文に現時点においては応じるという意味表示として、各銘柄ごとにそれぞれ独自の金利分析や市場調査に基づいて算定した気配値を機関投資家に提供している。具体的には、①国債の先物市場の動き、②外為市場の動き、③日銀の金融政策などの情報を参考として気配値を算定しており、証券会社、銘柄、市場環境により異なるが、数秒から数十秒ごとに更新されている。気配値は、いわば売買の目安になる価格である。

(2) 機関投資家に提示される価格情報等

機関投資家がエンサイの電子サイト上で、表示させたい年限（10年債等）の銘柄に関する価格情報画面にアクセスすると、当該年限の銘柄が表示され、それぞれの銘柄についての現時点での最良気配値が表示される（図1参照。証券会社は、この価格情報画面を見ることはできない）。なお、最良気配値は、数秒から数十秒ごとに更新されるものと予想される。

この「最良気配値」とは、機関投資家が取引する証券会社が配信する国債の銘柄ごとの気配値の中で、機関投資家にとって最も有利な価格（証券会社の「売り」（オファー）の場合には利回りの最も高いもの、同じく「買い」（ビッド）の場合には利回りの最も低いもの）であり、自動的に決定される。

機関投資家は、さらに各銘柄ごとに、各証券会社がそれぞれのどのような気配値を提示しているかを見ることが可能である。

図1 (価格情報画面) <抜粋>

ディラー	数量	オファー	銘柄
7	30	1.330	234
5	20	1.280	233

最良気配値を提示する証券会社数
売買可能な額 (単位：億円)
最良気配値 (利回り表示, 単位：%)

(3) エンサイが提供するサービス

ア 即時発注

機関投資家が、最良気配値などが掲示された価格情報画面を見て、当該最良気配値を配信した証券会社に対し、その気配値で注文を出し、エンサイが一律に定める合理的制限時間内に、当該証券会社からの返事を得て取引を確定し、取引を即時に執行させるシステムである。

イ 引き合い

機関投資家が、最良気配値などが掲示された価格情報画面を見て、あらかじめ選んだ銘柄、売り・買いの別、取引額面を前提条件に、価格提示要請を5社以内の証券会社に向けて同時に行い、これらの証券会社が提示する価格(利回り)の中から選択して一社に注文するシステムである。

ウ 証券会社に対する最良気配値のフィードバックサービス

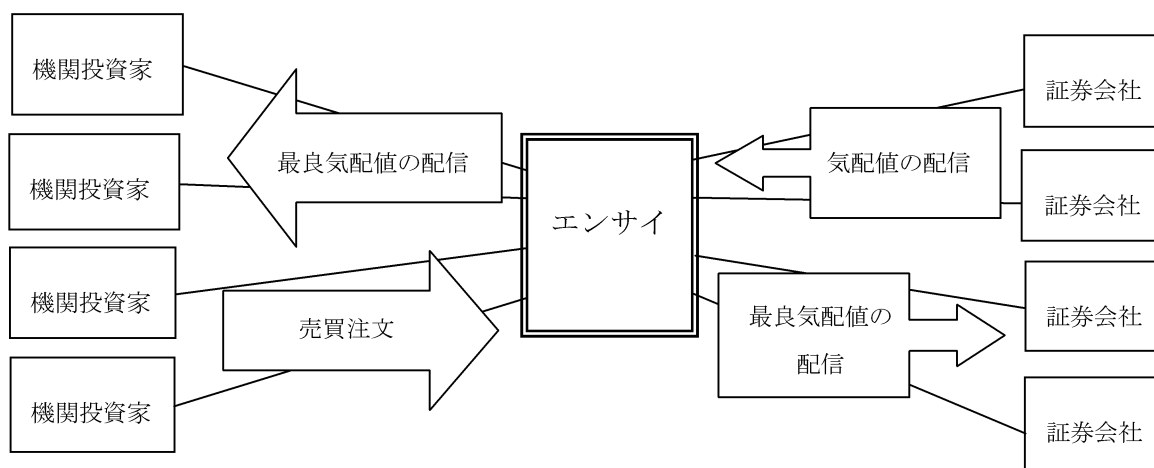
(ア) エンサイは、国債の各銘柄の最良気配値が更新される都度、これを各参加証券会社にフィードバックする。なお、機関投資家に提供される最良気配値は、前記のとおり、当該機関投資家が取引する証券会社が配信する気配値の中から抽出されるものであるのに対し、各参加証券会社にフィードバックされる最良気配値は、エンサイに参加するすべての証券会社が配信する気配値の中から抽出されるものである。

また、各証券会社にフィードバックされる情報は、銘柄と最良気配値のみであり、最良気配値を提示した証券会社名その他の情報はフィードバックされない。

(イ) エンサイは、最良気配値を証券会社にフィードバックすることによって、参加証券会社が最良気配値という客観的な市場情報を適時に入手することができ、これに基づいた公正妥当な競争に基づく価格決定が可能となり、国債取引の健全な活性化を促進するとしている。

また、ある参加証券会社が特定銘柄の価格（気配値）を他社の価格と比較して著しく不合理な水準に決定してしまった場合、機関投資家はエンサイの価格情報画面を通じて、当該価格が不合理なものであると認識しつつ、当該銘柄の取引を行うことができるのに対し、証券会社は、自社の価格設定（プライシング）が不合理なものかどうかその時点では判断できない。このように、機関投資家がノーリスクで容易に取引の売却益を得る一方で、証券会社が一方的にリスクを負うという事態を回避し、国債取引の公平性を担保するために、証券会社に対し客観的な市場情報である最良気配値をフィードバックすることが必要となるとしている。

図 2



3 独占禁止法上の考え方

(1) 一定の取引分野

国債は、元本及び利息が保証されることから安全性が高く、また、発行量も流通量も多いため換金性にも優れていることから、他の金利商品では完全には代替できない商品特性を持っている。また、債券市場で流通する国債は、CD（譲渡性預金）やCP（コマーシャル・ペーパー）等の短期金融市場の商品とも異なる。さらに、国債の先物取引は、現物取引のリスクをヘッジする手段としてなされるものであることから、現物取引とはそもそも性格が異なるものといえる。

したがって、本件相談では、証券会社の機関投資家向けの国債（割引短期国債を除く。以下同じ。）の現物取引を一定の取引分野とすることが適当である。

(2) 本件システムに対する基本的考え方

ア 本件システムの構築自体は、参加する証券会社及び機関投資家の取引に係るコストを削減するとともに、機関投資家が国債の各銘柄についての各証券会社の価格情報等を同時に参照することを可能とすることを通じて、取引機会を拡大する

ことになることから、競争促進効果を有するものと考えられる。

イ 本件システムの仕組みをみると、

(ア) 本件システムでは、エンサイに集まる取引情報について、エンサイと各証券会社及び証券会社間の情報交換は厳格に規制されていること

(イ) エンサイが証券会社及び機関投資家に対して、自社サイトでの取引を義務付けたり、他のサイトの利用を制限するような契約条項等はみられないこと

(ウ) エンサイへの参加は、証券会社、機関投資家とも基本的にはオープンなものとなっていること

から、競争制限的なものとならないような仕組みとなっている。

ウ また、本件システムでエンサイが開始するサービスのうち、即時発注及び引き合いについては、各証券会社が提示する価格情報を機関投資家に配信し、それを参考にして当該機関投資家が証券会社を選定し、個別に証券会社と取引するものである。したがって、エンサイのサイトを利用する点を除けば、各証券会社がそれぞれ独自のシステムを使って機関投資家と取引することと基本的には同じであることから、直ちに独占禁止法上問題となるものではない。

エ しかし、エンサイが、参加証券会社に対して最良気配値を提供することについては、次のとおり慎重に検討する必要がある。

(3) 証券会社に最良気配値をフィードバックすることについて

ア 考え方の方向

(ア) エンサイのシステムでは、即時発注は、証券会社が配信する気配値によって機関投資家が取引を決定するというシステムであり、引き合いについても、証券会社が配信する気配値によって機関投資家が引き合いの対象となる証券会社を決定することから、エンサイにおいて提供される気配値は売買価格に極めて近い性格のものであるということが出来る。

気配値は、上記のような性格を有するところ、本件ではエンサイが国債の売買差益により収益を得る証券会社に対して最良気配値を提供することが、証券会社間に国債の売買価格についての共通の目安を与え、各社間で国債の売買価格に関する暗黙の了解又は共通の意思の形成につながる事となるかどうか問題となる。

(イ) 本件のように電子商取引における参加事業者間の情報の共有化が競争制限的な行為を促し、独占禁止法上問題となるかどうかについては、主に、以下の事

項, すなわち,

- ① 当該電子商取引の対象となる市場が競争的とはいえないか
- ② 電子商取引を運営する事業者が参加事業者の出資により設立されたものか
- ③ 競争関係にある事業者間で情報が共有されるものか
- ④ 共有される情報が競争手段の具体的な内容に関するものか
- ⑤ 共有される情報が新しいものか (現在又は将来の取引に関するものか)
- ⑥ 共有される情報が非公表か(需要者を含めて広く提供されないのか)

にどの程度当てはまるかを総合的に検討した上で判断する必要がある。

イ 本件に関する検討

(ア) 前記①について、国債の売買取引において証券会社は、数秒から数十秒ごとに気配値を更新するように、常に少しでも他の証券会社よりも有利な条件を機関投資家に提示することによって、売買注文を得ようとするものであり、機関投資家も収集した情報を独自に分析し、実際に売買を行うに際しても複数の証券会社から取引条件を出させた上で判断していることから、証券会社間で活発な競争が行われているといえる。

一方、前記②について、エンサイは、証券会社の出資により設立されたものであり、また、前記③及び⑥について、最良気配値は、エンサイに参加する証券会社のみが利用可能であり、非公表である。なお、参加する機関投資家にも最良気配値は配信されるが、これは当該機関投資家が取引する証券会社から抽出されるものであることから、各証券会社に提供される最良気配値と同じものとは限らない。

(イ) 前記④及び⑤について、国債の売買において、証券会社の競争手段となり得るのは国債の売買価格であり、この売買価格に極めて近い性格を有する気配値について、エンサイはその最良気配値を各証券会社に提供することとなる。最良気配値は、各銘柄ごとに、おおむね数秒から数十秒ごとに更新されていくと推測されるものの、当該気配値は最新時点のものであり、正にリアルタイムの動きといえる。また、各社の示す気配値は、日々の取引の経験に基づく相場観からほぼ同一水準となること、気配値が数秒から数十秒ごとに更新されていくとしても一般的には大きな変動はないといった性格を有する。

(ウ) 以上からすれば、エンサイが、競争を活発に行っている証券会社に対して最良気配値をフィードバックすることは、国債の売買価格についての透明性を高め、証券会社間の競争を促進する効果をもたらす、直ちに独占禁止法上問題とはならないと考えられるが、一方で、最良気配値が、各社が次に気配値を配信

する際の目安となる可能性を否定することはできない。

4 回答の要旨

以上により、事前相談申出書に記載されたエンサイの行為は、直ちに独占禁止法上問題となるものではない。

ただし、エンサイが証券会社にリアルタイムで最良気配値をフィードバックすることについては、証券会社間に国債の売買価格についての共通の目安を与え、各社間で国債の売買価格に関する暗黙の了解又は共通の意思の形成につながる可能性があることを現時点で否定することはできない。仮に、今後、エンサイのサイトを利用して、証券会社間で国債の売買価格に関して情報交換を行うなど、暗黙の了解又は共通の意思が形成されれば、独占禁止法上問題となるので、このようなことがないように十分留意する必要がある。

なお、本回答に際しての判断の基礎となった事実に変更が生じた場合その他本回答を維持することが適当ではないと認められる場合には、文書により本回答の全部又は一部を撤回することがある。この場合は、このような撤回をした後でなければ、本件相談の対象とされた行為について、法的措置を採ることはない。

- 本件相談は、事前相談制度に基づく相談であり、平成14年3月14日付けでその内容を公表しているところである。

(掲載先)

公正取引委員会ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

[事業者団体の禁止行為]

11 協同組合による共同あっせん事業

一般廃棄物の収集運搬業者の協同組合が家電リサイクル法に基づく廃家電4品目の回収について共同あっせん事業を行うことは、独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 X協同組合（一般廃棄物の収集運搬業者の協同組合）

2 相談の要旨

(1) 当組合は、A自治体の区域において、一般廃棄物の収集運搬業を営む事業者を組合員とする協同組合であり（以下「X協同組合」という。）、大規模事業者を含まないなど独占禁止法第22条各号で定める同法の適用除外の要件を満たしている。

(2) 廃家電4品目については、家電リサイクル法に基づき、リサイクルのための回収が行われるところ、同回収のルートは、家電小売店ルートと家電小売店以外のルートに分けられる。

家電小売店ルートとは、家電製品の小売業者（以下「家電小売店」という。）が①自らが過去に販売した廃家電4品目及び②自らの販売に伴う下取品としての廃家電4品目を家電リサイクル法に基づく義務により回収するものである。

家電小売店以外のルートとは、購入した家電小売店が不明であったり、遠隔地に所在すること等から廃家電4品目が家電小売店に引き取られることなく排出される場合に、家電小売店以外の者が回収するものである。

(3) A自治体は廃家電4品目の回収を行わないこととし、民間の一般廃棄物収集運搬業者に回収を要請した。このため、要請に応じた事業者は、廃家電4品目の回収を効率的かつ確実に行うため、X協同組合を設立し、共同あっせん事業として廃家電4品目の回収を行うこととした。

(4) 共同あっせん事業の概要は次のとおりである。

① X協同組合は、あっせんの方法としてA自治体の区域をあらかじめ組合員数分の地区に分け、1地区に1名ずつ組合員を割り振る。

② X協同組合は、統一の受付窓口を設け、消費者から廃家電4品目の回収の申込みを一括して受け付け、申込者の住所により、当該地区を担当する組合員に受注をあっせんする。

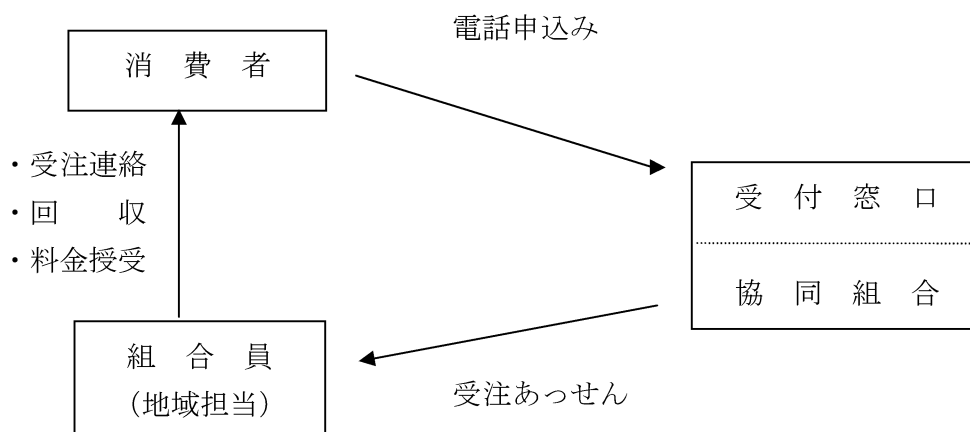
③ あっせんを受けた組合員は、申込者に受注の連絡を行った上、廃家電4品目を

回収し、家電メーカーの指定引取場所まで運搬し、メーカーに引き渡す。

- ④ X協同組合はあっせんを行うものであり、廃家電4品目の回収に係る契約は、申込者と回収を行う組合員との間で行われる。回収料金は、各組合員が独自に設定し、回収を行った組合員と申込者の間で料金の授受を行う。
- ⑤ 組合員は、会費又は手数料の形で受付窓口の設置等あっせんに関する費用をX協同組合に支払う。
- ⑥ X協同組合は、あっせんした組合員が回収を行えない場合には、直ちに別の組合員をあっせんするなど申込者の排出する廃家電4品目が確実に回収されるよう、申込者に対して責任を持つ。

なお、X協同組合は、共同あっせん以外の方法により組合員が廃家電4品目の回収依頼を受けることを妨げない。

このような共同あっせん事業を行うことは、独占禁止法上問題ないか。



3 独占禁止法上の考え方

本件共同あっせん事業は、申込者の住所に応じて当該地区を担当する組合員をあっせんするものであるから、X協同組合において、廃家電4品目の回収について組合員の営業地域の制限及び回収事業者の選定を行うものであるといえる。

しかし、独占禁止法第22条の規定により、同条各号の適用除外の要件を備える協同組合が、設立準拠法に基づいて共同経済事業を行うことについては、不公正な取引方法を用いる場合又は一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を引き上げることとなる場合を除いて、独占禁止法の適用が除外される。この点について検討すると、本件共同あっせん事業は、

- ① X協同組合の設立準拠法である中小企業等協同組合法に基づく共同経済事業として行われるものであること
- ② 統一的な受付窓口を設けてあっせんを行うものであり、あっせんした組合員が

回収できない場合には、確実に回収されるよう X 協同組合が責任を持つなど、共同あっせん事業としての実態を備えたものであること

- ③ 回収料金については、各組合員が独自に決定するものであり、また、組合員は、本件共同あっせん事業以外の方法により廃家電 4 品目の回収依頼を受けた場合には、自由に受注できることから、不公正な取引方法を用いる場合又は一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を引き上げることとなる場合には当たらないことから、独占禁止法の適用が除外されるものと考えられる。

4 回答の要旨

独占禁止法第 22 条各号の要件を備える X 協同組合が相談の共同あっせん事業を行うことについては、独占禁止法上問題ない。

- 本件相談については、他の事業者団体にも参考となると考えられることから、平成 13 年 4 月 18 日付けでその概要を公表しているところである。

(掲載先)

公正取引委員会ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

[事業者団体の禁止行為]

12 事業者団体によるサイクル費用の徴収方法に関する自主基準の設定

資源有効利用促進法に基づき、再利用促進の指定を受けた製品の使用済み製品の引取りの際には、引取費用を別途徴収する旨の自主基準を設定することは、独占禁止法上問題ないと回答した事例。

1 相談者 X工業会（事務用機械メーカー等の団体）

2 相談の要旨

(1) X工業会は、事務用機械であるA製品のメーカー等の団体であり、国内のA製品のメーカーはすべて会員となっている。

(2) A製品は、メーカーから直接又はディーラーを通じて事業者等のユーザーにリース又は販売されている。リースの場合はリース会社を経由するが、ユーザーへの営業活動はメーカー等が行い、リース手続も取り次いでいる。使用済みのA製品の約7割は、新たなA製品のリース及び販売に伴ってメーカー等に引き取られている。メーカー等は、従来、使用済みのA製品をほとんど無償で引き取り、これを営業拠点ごとに当該地区の産業廃棄物処理業者に委託するなどにより廃棄処分等していた。

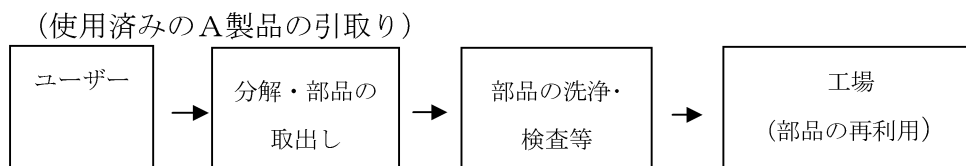
(3) 資源の有効な利用の促進に関する法律（以下「資源有効利用促進法」という。）の規定に基づき、平成13年4月、A製品製造業は特定再利用業種の、また、A製品は指定再利用促進製品の指定をそれぞれ受けた。そして、経済産業省令により、A製品のメーカーには回収した使用済みのA製品から特定の再利用可能な部品を取り出し、洗浄・検査等を行って、新たに製造するA製品の部品として再利用するなどの必要が生じ、各メーカーは、再利用のための計画を自ら定めることとなる平成14年から本格的な取組を行うこととなった。

このため、使用済みのA製品の処分には、新たに、使用済みのA製品を分解して再利用する部品を取り出し、洗浄・検査等する費用及び分解等の拠点とA製品の工場との間の輸送費用が継続的に必要となった。A製品のメーカーとしては、部品の再利用のために今後、新たに必要となる費用の一部をユーザーから徴収しなければ、資源有効利用促進法の規定に基づく部品の再利用を行うことは困難である。

そこで、X工業会は、ユーザーの理解を得るため、部品の再利用の本格的な取組が始まる平成14年以降、会員は使用済みのA製品の引取りの際には引取費用を別途徴収することとする旨の自主的な基準を設定することとし、その旨をユーザー等

に告知することを検討しているが、このような自主基準の設定は、独占禁止法上問題ないか。

なお、X工業会は、A製品メーカー各社が徴収する引取費用の額に関与するものではない。



3 独占禁止法上の考え方

(1) リサイクルガイドラインでは、

- ① リサイクル等を行うことが法令で義務付けられ、又は社会的に強く要請される場合であって、
- ② リサイクル等に対する取組に相応の追加的なコストが継続的に必要とされるため、
- ③ 廃棄物の回収・運搬又は再資源化のための処理等に要する費用の負担を消費者等のユーザーに求めなければ、リサイクル等の推進が困難となる

場合には、事業者が共同して又は事業者団体が、ユーザーの理解を得るため、リサイクル費用相当分を本体価格とは別にリサイクル料金としてユーザーから徴収する旨を自主的な基準として設定したとしても、その遵守を強制しないものである限り、独占禁止法上問題ないとしている。

[リサイクルガイドライン第2-5 (1)]

(徴収方法に関する自主基準の設定)]

(2) 本件相談においては、

- ① 新たに資源有効利用促進法の規定に基づき、A製品の部品を再利用しなければならなくなったこと、
- ② 部品の再利用のためには、分解・部品の取出し、洗浄・検査等、工場等への輸送といった追加的な費用が継続的に必要となること、
- ③ これらの費用の一部をユーザーから徴収しなければ、部品の再利用を行うことが困難であること

から、X工業会が、ユーザーの理解を得るため、会員は使用済みのA製品の引取りの際には引取費用を別途徴収する旨の自主的な基準を設定しても、会員に対してその遵守を強制しない限り、独占禁止法上問題ないと考えられる。

ただし、X工業会が、会員がユーザーから徴収する具体的な引取費用の額を決定

することは、独占禁止法上問題となる。

4 回答の要旨

資源有効利用促進法の規定に基づく使用済みのA製品の部品の再利用を円滑に推進するため、X工業会が、会員は使用済みのA製品の引取りの際には引取費用を別途徴収する旨の自主的な基準を設定し、その旨をユーザー等に告知することは、会員に対してその遵守を強制しない限り、独占禁止法上問題ない。

- 本件相談については、他の事業者団体にも参考となると考えられることから、平成13年11月30日付けでその概要を公表しているところである。

(掲載先)

公正取引委員会ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

相談窓口一覧

名 称	所 在 地	管 轄 区 域
公正取引委員会事務総局 経済取引局取引部 相談指導室	〒100-8987 東京都千代田区霞が関 1-1-1 中央合同庁舎第 6 号館 B 棟 電話 (03)3581-5481	茨城県・栃木県 群馬県・埼玉県 千葉県・東京都 神奈川県・新潟県 長野県・山梨県
北海道事務所 総務課	〒060-0042 札幌市中央区大通西 12 丁目 札幌第 3 合同庁舎 電話 (011)231-6300	北海道
東北事務所 総務課	〒980-0014 仙台市青葉区本町 3-2-23 仙台第 2 合同庁舎 電話 (022)225-7095	青森県・岩手県 宮城県・秋田県 山形県・福島県
中部事務所 総務課	〒460-0001 名古屋市中区三の丸 2-5-1 名古屋合同庁舎第 2 号館 電話 (052)961-9421	富山県・石川県 岐阜県・静岡県 愛知県・三重県
近畿中国四国事務所 総務課	〒540-0008 大阪市中央区大手前 4-1-76 大阪合同庁舎第 4 号館 電話 (06)6941-2173	福井県・滋賀県 京都府・大阪府 兵庫県・奈良県 和歌山県
中国支所 総務課	〒730-0012 広島市中区上八丁堀 6-30 広島合同庁舎第 4 号館 電話 (082)228-1501	鳥取県・島根県 岡山県・広島県 山口県
四国支所 総務課	〒760-0068 高松市松島町 1-17-33 高松第 2 地方合同庁舎 電話 (087)834-1441	徳島県・香川県 愛媛県・高知県
九州事務所 総務課	〒812-0013 福岡市博多区博多駅東 2-10-7 福岡第 2 合同庁舎別館 電話 (092)431-5881	福岡県・佐賀県 長崎県・熊本県 大分県・宮崎県 鹿児島県
内閣府沖縄総合事務局 総務部公正取引室	〒900-8530 那覇市前島 2-21-13 ふそうビル 電話 (098)863-2243	沖縄県