

排除型私的独占

事業者が他の事業者の事業活動を排除する行為（排除行為）により、公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限

第1 公正取引委員会の執行方針

商品のシェアが
おおむね2分の1超

かつ、国民生活に与える影響が大きい事案を優先的に審査

※ 当該基準に合致しない事案であっても審査を行う場合がある。

・これまでのほとんどの事件において、違反行為者は高いシェア
・行為者のシェアが高い場合に市場閉鎖効果を持つ

※ 審査の結果、排除型私的独占と認められない場合であっても、不公正な取引方法等になる場合がある。

第2 排除行為

排除行為は多種多様

(1) 商品を生供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定

ある商品について、その商品を生供給しなければ発生しない費用を下回る対価を設定する行為

(2) 排他的取引（排他的リベートの供与を含む）

相手方に対し、自己の競争者との取引を禁止し、又は制限することを取引の条件とする行為

(3) 抱き合わせ

相手方に対し、ある商品の供給（又は購入）に併せて他の商品を購入（又は供給）させる行為

(4) 供給拒絶・差別的取扱い

供給先事業者が市場（川下市場）で事業活動を行うために必要な商品について、合理的な範囲を超えて供給の拒絶や差別的な取扱いをする行為

これらの行為について

- ・商品に係る市場全体の状況
- ・行為者・競争者の市場における地位
- ・行為の期間
- ・行為の態様 等の事項を総合的に考慮して排除行為該当性を判断

典型行為を類型化

※ このほかの非典型的な行為も排除行為となり得る。

競争者と競合する販売地域・顧客に限定して行う価格設定行為、他の事業者の事業活動を妨害する行為等

第3 一定の取引分野における競争の実質的制限

一定の取引分野

○排除行為により影響を受ける範囲

具体的行為や取引の対象・地域・態様等に依りて決定

必要に応じて、商品の範囲・地理的範囲の観点から考慮

競争の実質的制限

○市場支配的状態の形成・維持・強化

以下の事項を総合的に考慮して判断

- ・行為者の地位及び競争の状況
- ・潜在的競争圧力
- ・需要者の対抗的な交渉力
- ・効率性
- ・消費者利益の確保に関する特段の事情

排除行為該当性の判断

参考2

- 排除行為とは、他の事業者の事業活動の継続を困難にさせたり、新規参入者の事業開始を困難にさせたりする行為であって、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つながる様々な行為
- 一般的に、商品に係る市場全体の状況、行為者・競争者の市場における地位、行為の期間、行為の態様等の事項を総合的に考慮して排除行為該当性を判断

商品を生供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定

排除

定義

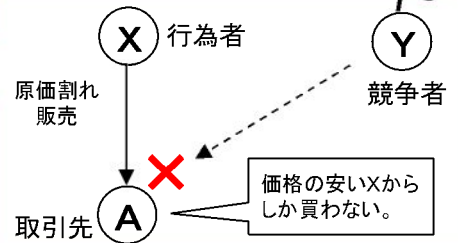
ある商品について、その商品を生供給しなければ発生しない費用(平均回避可能費用)を下回る対価を設定する行為

排除行為となる場合

自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせる場合

ポイント

商品の供給に要する費用(総販売原価)を下回り、かつ、「商品を生供給しなければ発生しない費用」以上の対価設定は、特段の事情がない限り、排除行為となる可能性は低い



排他的取引

排除

定義

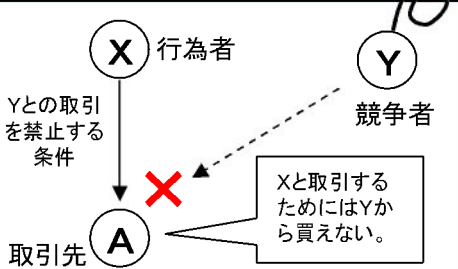
相手方に対し、自己の競争者との取引を禁止し、又は制限することを取引の条件とする行為

排除行為となる場合

他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせる場合

ポイント

相手方に対し、自己の商品をどの程度取り扱っているか等を条件とすることにより、競争品の取扱いを制限する効果を有するレポートを供与する行為(排他的レポートの供与)は、排他的取引と同様の機能を有し、排除行為に該当し得る



抱き合わせ

排除

定義

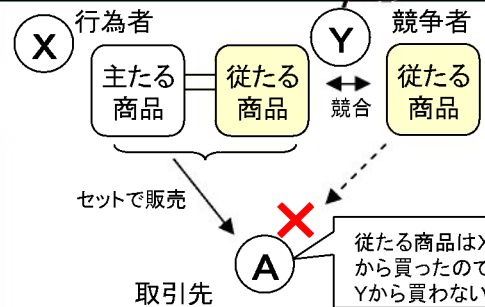
相手方に対し、ある商品の供給(又は購入)に併せて他の商品を購入(又は供給)させる行為

排除行為となる場合

従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせる場合

ポイント

「他の商品」: 組み合わせられた商品がそれぞれ独自性を有し、独立して取引の対象とされているか否かという観点から判断



供給拒絶・差別的取扱い

定義

供給先事業者が市場(川下市場)で事業活動を行うために必要な商品について、合理的な範囲を超えて供給の拒絶や差別的な取扱いをする行為

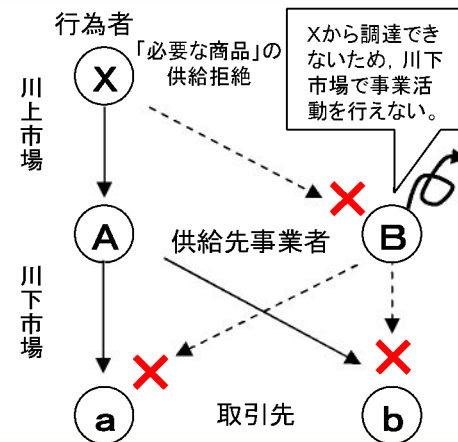
排除行為となる場合

川上市場において他に代わり得る供給者を見いだすことができない供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせる場合

ポイント

「必要な商品」: 川下市場での事業活動を行うに当たって他の商品では代替できない必須の商品であって、自ら同種の商品を新たに製造することが現実に困難と認められるもの

「合理的な範囲」: 供給に係る取引の内容・実績、地域による需給関係等の相違を具体的に考慮して判断



典型行為