

# CPRC ディスカッション・ペーパー

## 競争政策研究センター

### 公正取引委員会

EU等における選択的流通関連事件の検証

多田 英明

東洋大学法学部教授・元競争政策研究センター客員研究員

CPDP-84-J October 2021

100-8987 東京都千代田区霞が関1-1-1

Phone:+81-3-3581-1848 Fax:+81-3-3581-1945

URL:<http://www.jftc.go.jp/cprc/index.html>

E-mail:[cprcsec@jftc.go.jp](mailto:cprcsec@jftc.go.jp)

本ディスカッション・ペーパーの内容は公正取引委員会の見解を示すものではなく、文責は執筆者のみに帰する。

## 目次

はじめに	2
第1章 EU競争法における選択的流通規制の枠組み	4
第2章 選択的流通の事例	7
第3章 Coty 事件	12
第4章 検討	20
むすびに代えて	24

## はじめに

選択的流通とは、経済協力開発機構（OECD）競争委員会文書<sup>1</sup>の定義によると、「購入者に提供される商品と付加的サービスの性質に係る質的選別基準により認定流通業者の数を制限する協定」に基づく流通形態をいう。

我が国独占禁止法においては、2017（平成 29）年 6 月 16 日に公正取引委員会事務総局が改正した「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」<sup>2</sup>（以下、「流通・取引慣行ガイドライン」とする。）により、「消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由」による基準を満たす流通業者に限定して商品を取り扱わせる場合は、選択的流通の実施が独占禁止法上問題とはならない旨明確化された<sup>3</sup>。しかしながら、我が国においては現時点まで選択的流通に係る事例<sup>4</sup>に乏しく、事業者による選択的流通の具体的な活用実態やそれに対する独占禁止法適用上の論点は必ずしも明らかではない。また近年、選択的流通を巡ってはオンライン販売との関係で新たな論点も浮上している。

この点、EU 競争法においては、1977 年の Metro 事件 EU 司法裁判所判決<sup>5</sup>以降選択的流通に係る事例の蓄積が見られ、オンライン販売との関連でも、2018 年に開始された垂直的制限に関する一括適用免除規則<sup>6</sup>（以下、「VBER」とする。）

---

<sup>1</sup> OECD Competition Committee, Vertical Restraints for On-line Sales 2013, DAF/COMP (2013)13, p. 11.

<sup>2</sup> 平成 3 年 7 月 11 日公正取引委員会事務局。

<sup>3</sup> 第 1 部 取引先事業者の事業活動に対する制限 第 2 非価格制限行為 5 選択的流通 において、「…商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準が、当該商品の品質の保持、適切な使用の確保等、消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由に基づくものと認められ、かつ、当該商品の取扱いを希望する他の流通業者に対しても同等の基準が適用される場合には、たとえ事業者が選択的流通を採用した結果として、特定の安売り業者等が基準を満たさず、当該商品を取り扱うことができなかつたとしても、通常、問題とはならない。」とされている。

<sup>4</sup> 我が国において選択的流通が問題となった事例として、資生堂東京販売事件（最三小判平成 10 年 12 月 18 日 民集 52 卷 9 号 1866 頁）、花王化粧品販売事件（最三小判平成 10 年 12 月 18 日 審決集 45 卷 461 頁）がある。

<sup>5</sup> Case 26/76, *Metro v. Commission (No. 1)*, EU:C:1977:167.

<sup>6</sup> Commission Regulation 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices [2010] OJ L102/1. 本規則の仮訳として、JETRO 欧州ロシア CIS 課によるものがある ([https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfile/report/07000397/eurotrand\\_201010\\_R5.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07000397/eurotrand_201010_R5.pdf)).

と垂直的制限ガイドライン<sup>7</sup>（以下、「VGL」とする。）の見直しの議論の過程で様々な議論が展開されている<sup>8</sup>。

本ディスカッション・ペーパー（以下、「DP」とする。）は、EU 競争法および EU 加盟国競争法において選択的流通が議論された事例を検証し、選択的流通として日本でも主張され得る類型の把握、同類型に対する基本的な考え方、考慮要素等について検討することを目的とする。

以下、第 1 章では、EU 競争法における選択的流通規制の枠組みについて、EU 機能条約 101 条（以下、断りのない限り本 DP 中の条文は本条約のものとする。）の下での評価について、VBER と VGL に規定される内容を踏まえて概観する。

第 2 章では、EU 競争法と加盟国競争法において選択的流通が扱われた事例について、主として実店舗の流通における選択的流通が議論されたかつての事例と、オンライン販売における選択的流通が議論された近時の事例に大別し、選択的流通が認められた製品、選択的流通が認められなかった製品を整理する。

第 3 章では、オンライン販売による高級化粧品の選択的流通が認められた Coty 事件 EU 司法裁判所先決裁定<sup>9</sup>に焦点を当てて検討する。本裁定により従前の選択的流通に係る判例法が確認された一方、新たな課題も明らかになった。

第 4 章では、選択的流通として日本でも主張され得る類型の把握、同類型に対する基本的な考え方、考慮要素等について若干の検討を行う。その際、欧州委員会が 2021 年 5 月 31 日の失効を前に、2018 年 10 月に開始した現行 VBER と VGL の見直しの議論についても言及する。

---

<sup>7</sup> Commission Notice – Guidelines on Vertical Restraints [2010] OJ C130/1. 本ガイドラインの仮訳として、JETRO 欧州ロシア CIS 課によるものがある  
([https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfile/report/07000398/eurotrand\\_201010\\_R6.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07000398/eurotrand_201010_R6.pdf))。

<sup>8</sup> 見直しに向けた議論の経緯、詳細については、欧州委員会競争総局ウェブサイト“Review of the Vertical Block Exemption Regulation”参照 ([https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2018-vber\\_en](https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2018-vber_en))。

<sup>9</sup> Case C-230/16, *Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH*, EU:C:2017:941.

## 第1章 EU競争法における選択的流通規制の枠組み

### 1. 概要

EU 競争法において、選択的流通を内容とする商品またはサービス（以下、原文を引用する場合等を除き、両者を一括して「商品」とする。）の供給者と販売業者間の協定は、垂直的協定の形態として、101条1項<sup>10</sup>にいう事業者間の協定に該当する。しかしながら、かかる協定のうち同条3項所定の要件<sup>11</sup>を満たすものについては、1項の適用が免除される。

適用免除には、一括適用免除と個別適用免除が存在する。一括適用免除は理事会規則19/65号<sup>12</sup>を根拠とし、欧州委員会が定めた種々の一括適用免除規則に照らして判断される。選択的流通に係る契約については、欧州委員会へ届け出ることなく、事業者自身によりVBER所定の要件への適合性が判断される。要件に適合するものは101条1項の適用が免除され、EU競争法に違反しないものと評価される（施行規則<sup>13</sup>1条2項）。他方、個別適用免除については、VBER所定の要件を満たさない協定について、101条3項所定の要件に照らして個別に判断を行い、所定の要件を満たすものについて101条1項の適用が免除される。

---

<sup>10</sup> 101条1項は、以下のように規定する。

「加盟国間の取引に影響を与えるおそれがあり、かつ域内市場における競争の機能を妨害し、制限し、若しくは歪曲する目的を有し、又はかかる結果をもたらす全ての事業者間の協定、事業者団体の決定及び協調行為であって、特に次の各号の一に該当する事項を内容とするものは、域内市場と両立しないものとして禁止される。

- a 購入価格若しくは販売価格又はその他取引条件を直接又は間接に決定すること
- b 生産、販売、技術開発又は投資を制限し又は統制すること
- c 市場又は供給源を割り当てること
- d 取引の相手方に対し、同等の取引に関して異なる条件を付すことにより、当該相手方を競争上不利な立場に置くこと
- e 契約の性質又は商慣習に照らし、契約内容とは関連のない追加的義務の相手方による受諾を契約締結の条件とすること」

<sup>11</sup> 101条3項には、以下の積極要件（①、②）と消極要件（③、④）が規定されている。

- ①商品の生産・流通の改善、または技術的・経済的進歩の促進に役立つこと
- ②消費者に対し共同行為により生ずる利益が公平に分配されること
- ③当該競争制限が上記①・②の目的達成のために必要不可欠であること
- ④共同行為参加者が当該商品の実質的部分について競争を排除するおそれがないこと

<sup>12</sup> Council Regulation (EC) No 1215/1999 of 10 June 1999 amending Regulation No 19/65/EEC on the application of Article 81(3) of the Treaty to certain categories of agreements and concerted practices [1999] OJ L148/1.

<sup>13</sup> Council Regulation (EC) No 1/2003 of 16 December 2002 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty [2003] OJ L1/1.

## 2. VBER、VGL の規定

VBER は、選択的流通制度を「供給者が特定の基準に基づいて選定した販売業者に対してのみ契約対象の商品またはサービスを直接または間接に供給するとともに、販売業者は供給者が選択的流通運用のために留保した地域において認定されていない販売業者に対して契約対象の商品またはサービスを販売しない義務を負う流通制度」と規定する（1 条 1 項(e)）。選択的流通は、排他的販売との区別が問題となる。この点、VGL は両者の違いとして、①販売業者の数が排他的販売の認められる販売地域の数ではなく、製品の性質に関連した選定基準により制限されること、②再販売に関する制限が他の販売地域への積極的販売の制限ではなく、認定外の販売業者への販売（転売）の制限であることを挙げ、選択的流通は、ブランド品の販売において広く用いられているとしている（VGL174 段）。

VBER は、選択的流通制度に対する一括適用免除付与の要件として、以下の要件を規定する。まず、市場占拠率要件として、契約対象の商品・サービスの供給者、購入者の市場占拠率がいずれも 30%を超えないことが要件とされる（3 条 1 項）。また、認定販売業者間と最終消費者への積極的販売が制限されないことが求められるが（4 条 (b) (c)）、5 年を超えない競争避止義務、供給者と競争関係にあるブランドの販売禁止等の義務を課すことは認められる（5 条）。

なお、4 条（ハードコア制限）、または 5 条（除外される制限）に該当する場合には、一括適用免除の対象外となる。前者の場合は当該条項を含む契約全体、後者の場合は当該条項のみ適用免除が受けられなくなる。

より詳細な一括適用免除の要件は VGL に規定されている。選択的流通制度のうち、販売スタッフの訓練、販売時に提供するサービス、一定範囲の製品の販売など、純粹に質的な選択的流通製品の性質から要求される客観的基準のみに基づく質的な選択的流通は反競争効果を有さず、一般に 101 条 1 項に該当しないとみなされるが、次の 3 要件（いわゆる「メトロ基準」<sup>14</sup>）を満たすことが求められる。

①選択的流通制度が、当該製品の性質に鑑みて、品質保持、適切な使用の

---

<sup>14</sup> 前掲注 4・para 20。

確保のために必要とされること

②販売業者の選択が、質的な観点からの客観的なものであり、すべての販売業者に差別なく適用されること

③上記基準が目的達成のため必要な範囲を超えないこと

なお、量的な選択的流通の場合、最小販売額または最大販売額の義務づけ、販売業者数の限定等、販売業者の数をより直接的に限定する選定基準が加わる (VGL175 段)。

また VGL には、VBER の規定を受けて、契約対象の商品・サービスの供給者および購入者の市場シェアがいずれも 30%を超えない場合、選択的流通は競争禁止義務または排他的販売等非ハードコア垂直的制限と組み合わせて実施しても適用免除の対象となること、認定販売業者間の積極的販売および最終消費者への積極的販売が制限されないことが条件であること、適用免除は、対象製品の性質、また選択基準の性質にかかわらず適用されることが示されている (VGL176 段)。このほか VGL は、累積効果についても言及している。VBER が個々の選択的流通に適用される場合、累積的効果が生じるときには一括適用免除の撤回または不適用が検討される可能性があること、他方、選択的流通が市場に占める割合が 50%を超えても、供給者の合計市場占拠率が 50%以下の場合には、累積的効果の問題が生じるおそれは低いこと等が示されている (VGL179 段)。

## 第2章 選択的流通の事例

本章では、EU 競争法、および加盟国競争法において、選択的流通が認められた事例、認められなかった事例を整理する。その際、1970年代から1990年代にかけての初期の事例（1.）、主として2000年以降の近時の事例（2.）の2つの区分に整理する。前者の事例には、いわゆる「メトロ基準」を定立したMetro事件など、選択的流通に係る基本原則が確立された事例も含まれており、いずれも実店舗による販売を基本とする事例である。後者の事例は、実店舗による販売に加えてオンライン（インターネット）による販売が行われた事例であり、商品の性質そのものよりも、オンライン販売に対する制限の内容、程度による選択的流通の実施の是非が争点となった。後者の事例のうち、Pierre-Fabre事件については、次章で扱うCoty事件と対比するため詳述する（3.）。

### 1. 初期の事例<sup>15</sup>

#### （1）選択的流通が認められた製品

初期の事例において選択的流通が認められた製品は、いわゆるハイテク商品の系統と高級ブランド品の系統に整理できる。前者のハイテク商品の例として、カメラ<sup>16</sup>、テレビとHi-Fi（音響）製品<sup>17</sup>、コンピューター<sup>18</sup>等があり、後者の高級ブランド品の例として、高級腕時計・時計<sup>19</sup>、貴金属装飾品<sup>20</sup>、クリスタルガラス製品<sup>21</sup>、陶磁器<sup>22</sup>、高級化粧品<sup>23</sup>等がある。また、両者のいずれにも属しないが、

<sup>15</sup> 本節の記述は、Bellamy & Child, *European Union Law of Competition*, 8<sup>th</sup> ed. (OUP, 2019), p 536 *et seq.*に拠る。

<sup>16</sup> Commission Decision IV/24055, *Kodak* [1970] J0 L147/24 (French version).

<sup>17</sup> 前掲注4および, Case 75/84, *Metro v. Commission (No. 2)* EU:C:1986:399.

<sup>18</sup> Commission Decision IV/30/849, *IBM personal computer* [1984] OJ L118/24.

<sup>19</sup> Commission Decision IV/5715, *Junghans* [1977] OJ L30/10.

<sup>20</sup> Commission Decision IV/30.668, *Murat* [1983] OJ L348/20.

<sup>21</sup> Commission Decision IV/34.056, *Schott-Zwiesel-Glaswerke* [1993] OJ C111/4.

<sup>22</sup> Commission Decision IV/30.665, *Villeroy & Boch* [1985] OJ L376/15.

<sup>23</sup> Case T-19/92, *Groupement d'achat Edouard Leclerc v. Commission (YSL)*, EU:T:1996:190, Case T-88/92, *Groupement d'achat Edouard Leclerc v. Commission (Givenchy)*, EU:T:1996:192.



商品寿命の短さゆえに新聞紙<sup>24</sup>について選択的流通が認められた例もある。

## (2) 選択的流通が認められなかった製品

一方、選択的流通が認められなかった製品として、タバコ<sup>25</sup>、大量生産時計<sup>26</sup>等がある。これらの商品は、商品の性質からメトロ基準の第1の要件（必要性）に照らし、選択的流通の実施が認められなかったものである。

## 2. 近時の事例<sup>27</sup>

### (1) 選択的流通が認められた製品事例

近時の事例において選択的流通が認められた製品事例として、高級化粧品（2017年EU・Coty事件<sup>28</sup>）、高品質通学靴（2013年・独・Scout事件<sup>29</sup>）、高品質バックパック（2014年・独・Deuter事件<sup>30</sup>）等が挙げられる。なお、Scout事件の高品質通学靴については、商品そのものは選択的流通の対象となりうるとされたが、本件ではScoutの実施したオンライン販売に係る制限ゆえ、Scoutと販売業者間の契約は無効とされた点に注意を要する。

### (2) 選択的流通が認められなかった製品

一方、選択的流通が認められなかった製品として、化粧品・ボディケア製品（2011年・EU・Pierre Fabre事件<sup>31</sup>）、Hi-Fi（音響）製品（2012年・仏・Bang & Olufsen事件<sup>32</sup>）、Hi-Fi（音響）製品（2013年・独・Sennheiser事件<sup>33</sup>）、デジ

<sup>24</sup> Case 243/83, *Binon v. AMP*, EU:C:1985:284.

<sup>25</sup> Joined Case 209/78, etc, *Heinz Van Landewyck v. Commission*, EU:C:1980:248.

<sup>26</sup> Case 31/85, *ETA v. DK Investment*, EU:C:1985:494.

<sup>27</sup> 本節の事例は、Roberto Grasso & Georgia Tzifa, *The ECJ Ruling in Coty and the Future of Vertical Restrictions in the Internet Space*, *World Competition* 41(3) p.374 *et seq.* に拠る。

<sup>28</sup> 前掲注9。

<sup>29</sup> KG Berlin, decision of 19 September 2013, Case 2 U 8/09 Kart.

<sup>30</sup> LG Frankfurt am Main, decision of 18 June 2014, Case 2-03 O 158/13.

<sup>31</sup> C-439/09, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l' Autorité de la concurrence and Ministre de l' Économie, de l' Industrie et de l' Emploi*, EU:C:2011:649.

<sup>32</sup> Autorité de la concurrence, Décision n° 12-D-23 du 12 décembre 2012 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Bang & Olufsen dans le secteur de la distribution sélective de matériels hi-fi et home cinéma.

<sup>33</sup> Bundeskartellamt case report, *Sennheiser Lifts Ban on Sales via Amazon Marketplace for Distributions in Its Selective Distribution System*, 24 October 2013.

タルカメラ（2014年・独・Casio 事件<sup>34</sup>）、電子機器（2014年・仏・Samsung 事件<sup>35</sup>）、運動靴（2014年・独・Adidas 事件<sup>36</sup>、2016年・独・Asics 事件<sup>37</sup>）、化粧品（2016年・仏・Caudalie 事件<sup>38</sup>）、服飾・アクセサリ（2018年・EU・Guess 事件<sup>39</sup>）等がある。

### 3. Pierre-Fabre 事件

#### （1）事実の概要

Pierre-Fabre Dermo-Cosmétique（以下、Pierre-Fabre とする。）は、選択的流通制度の下、自社の化粧品・ボディケア用品を承認された販売業者のみを通じて販売していた（先決裁定 9 段<sup>40</sup>）。Pierre-Fabre と認定販売業者間の契約に置かれていた、薬剤師等が常駐する実店舗における商品販売を求める条項は、事実上オンライン販売を全面的に禁止するものであった（同 12-14 段）。フランス競争委員会は、Pierre-Fabre の契約は EU 機能条約 101 条・フランス商法典 L420-1 条（EU 機能条約 101 条に相当）に違反するものとして、同社に対し上記条項の削除を命じ、1 万 7 千ユーロ（約 220 万円、1 ユーロ=130 円換算）の制裁金を賦課した（同 27 段）。

Pierre-Fabre は本決定を不服とし、パリ高等裁判所へ取消訴訟を提起した（同 28 段）。パリ高裁は、上記のような制限を課す選択的流通は 101 条の下競争制限を目的とするハードコア制限に事実上該当し VBER による一括適用免除対象とはならないが、この場合でも同条 3 項により個別の適用免除対象となりうるかについて EU 司法裁判所に先決裁定を求めることとした（同 33 段）。

---

<sup>34</sup> OLG Schleswig- Holtstein, decision of June 2014, Case 16 U Kart 154/13.

<sup>35</sup> Autorité de la concurrence, Décision n° 14-D-07 du 23 juillet 2014 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits bruns, en particulier des téléviseurs; Décision n° 15-D-11 du 24 juin 2015 relative à une demande de mesures conservatoires concernant des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits bruns, en particulier des téléviseurs.

<sup>36</sup> Bundeskartellamt case summary, Addidas Abandons Banon Sales via Online Marketplaces, 19 August 2014.

<sup>37</sup> Bundeskartellamt case summary, Unlawful Restrictions of Online Sales of ASICS Running Shoes, 25 January 2016.

<sup>38</sup> Cours d' Appel de Paris, arrêt du 2 février 2016, RG n° 2014060579.

<sup>39</sup> Commission Decision, Case AT.40428 Guess [2019] OJ 47/5 (summary).

<sup>40</sup> 以下、本項目の事実の概要は、EU 司法裁判所の先決裁定において認定されたものによる。

## (2) 先決裁定要旨

### (イ) 本件条項の競争制限を目的とする競争制限への該当性

選択的流通制度は、客観的な正当化事由を欠く場合には、目的において競争を制限するもの〔として 101 条 1 項違反となるが〕(39 段)、メトロ基準が満たされる場合には、同項違反とはならない(40 段)。Pierre-Fabre の販売業者の選定基準が品質に係る客観的基準によることについては異論はなく、あらゆる販売業者に均一に適用されている。しかしながら、メトロ基準に照らして競争制限が比例性ある方法で正当な目的を追求しているかについては議論の余地がある(43 段)。

〔医薬品の通信販売に係る過去の事例を引用し〕EU 域内市場における物の自由移動確保のため、非処方薬とコンタクトレンズについて、顧客への個別のアドバイスを提供し、また製品の誤った使用方法から顧客を保護することを目的とするオンライン販売を禁止することは容認できない(44 段)。Pierre-Fabre は、〔上記目的に加え〕問題となっている自社製品の高級イメージを維持する必要性についても主張するが(45 段)、自社製品の高級品としてのイメージ維持は、競争を制限する目的にでたものとして正当な目的にはあたらず、このような契約条項は 101 条 1 項違反となる(46 段)。

### (ロ) 適用免除の可否

Pierre-Fabre は、対象商品のオンライン販売の禁止は、承認されていない店舗での営業禁止と同等のものであり、〔ハードコア制限を規定する〕VBER4 条の適用対象とされないと主張した(55 段)。同条(c)にいう「施設」は、直接販売が行われる店舗のみを指すが、解釈を拡大することにより、インターネットサービスが提供される場所も含まれるのかという問題が生じる(56 段)。この点、事業者は 101 条 3 項の下での個別適用免除を受ける選択肢も有するところ、同条(c)の解釈拡大は不要である(57 段)。したがって、本件にあるオンライン販売を事実上禁止する条項は、選択的流通のメンバーが同条(c)にいう店舗設置場所として承認されていない場所での営業を禁止するものとみることはできない(58 段)。

以上の検討から、同条(c)の解釈として、VBER2 条による一括適用免除は、契

約対象商品のオンライン販売を事実上禁止する条項を含む選択的流通契約には適用されない。なお、かかる契約については 101 条 3 項の下で個別適用免除を受ける可能性は残されている（59 段）。

#### （ハ）パリ高裁の判断

先決裁定を受け、パリ高裁は Pierre-Fabre の認定販売業者との契約は競争の制限を目的とするものであり、VBER に照らして一括適用免除の対象とはならず、また個別適用免除の対象ともならないと判断し、フランス競争委員会の決定を支持した<sup>41</sup>（2013 年 1 月 31 日）。

---

<sup>41</sup> パリ高裁判決の詳細は、中川寛子「E-commerce と選択的流通制度」『経済法の現代的課題 舟田正之先生古稀祝賀』（有斐閣、2017 年）352 頁以下参照。

## 第3章 Coty 事件

### 1. EU 司法裁判所先決裁定

#### (1) 事実の概要

Coty は、ドイツ国内において複数ブランドの高級化粧品を選択的流通により販売している。Parfümerie Akzente（以下、Akzente とする）は、Coty の認定販売業者として、Coty の商品を実店舗のほか、自身のオンラインストアと第三者のプラットフォーム（amazon.de）上でも販売していた（9 段）。

Coty の改訂・選択的流通契約の付属契約 I 項(1)には、「認定販売業者は、オンライン上で商品を提供販売することが認められるが、オンライン販売に際しては、商品の高級な性格を保持するため、認定販売業者の『電子販売店ウィンドー(electric shop window)』を通じて行うことを条件とする」と規定されていた。このほか同項(3)には、「自己とは異なる事業者名の使用と、Coty の認定販売業者ではないことが認識できる事業者との契約を禁止していた（15 段）。Akzente が上記改訂契約書への署名を拒否したところ、Coty は Akzente が Coty ブランドを冠した商品を第三者プラットフォームを通じて販売することを禁止する命令を求め、ドイツの第一審裁判所へ訴えを提起した（16 段）。同裁判所は 2014 年 7 月 31 日、上記契約条項はドイツ競争制限法、または 101 条 1 項に違反するものであることを理由に、Coty の訴えを棄却した。Coty は本判決を不服としてフランクフルト高等裁判所へ控訴したところ、同裁判所は先決裁定を求め、EU 司法裁判所に次の質問を付託した（20 段）。

- ①高級商品の流通を目的とし、商品の「高級イメージ」確保に資する選択的流通制度は 101 条 1 項に違反しないのか。
- ②上記の選択的流通制度の下、認定販売業者に対して、一般利用者に第三者と認識される事業者（Coty により認定されていない事業者）との間で、インターネット販売の契約を全面的に禁止することは、101 条 1 項に違反しないのか。
- ③②の禁止は、VBER4 条 (b)にいう、認定販売業者が販売できる顧客の制限を目的とするものであるのか。
- ④②の禁止は、同 4 条 (c)にいう、最終消費者への受動的販売を制限することを目的とするものであるのか。

## (2) 先決裁定要旨

### (イ) 第1の質問

EU 司法裁判所は、高級商品の流通を目的とし、商品の「高級イメージ」確保に資する選択的流通制度が 101 条 1 項に違反しないかという問いについて、主として高級イメージ保持を目的とした高級商品の選択的流通制度は、[メトロ基準が満たされる限り] 101 条 1 項の規定と両立すると判示した (36 段)。

まず、高級商品の選択的流通の必要性について、①高級商品の品質は、単に当該商品の物理的性質によるものではなく、当該商品に高級な雰囲気を与える魅力ある贅沢なイメージ(allure and prestigious image)によること、②高級な雰囲気は、消費者が他の類似商品から区別する上で重要であること、③高級な雰囲気を損ねることは、高級商品の実際の品質に影響を与えるおそれがあることを指摘した(25 段)。

また、選択的流通制度自体が対象商品の品質を確保し、適切な利用を確保するものであることも指摘し(26 段)、選択的流通制度の下、対象商品が販売店において価値を高める方法で展示されていることは、対象商品の名声を高め、対象商品が纏う高級な雰囲気の維持に資するものであるとした(27 段)。

なお、本件に先立つ Pierre-Fabre 事件の対象商品(化粧品とボディケア商品)についてはそもそも高級商品ではないことから(32 段)、高級イメージを保護する必要性に乏しく、オンライン販売の全面的禁止を正当化するものではないとした。よって、Pierre-Fabre 事件裁定 46 段の判示事項は、同事件の商品と契約条項のみに妥当する(34 段)。

### (ロ) 第2の質問

EU 司法裁判所は、高級イメージ保持を目的とした高級商品の選択的流通の下、認定販売業者に対して、一般利用者に第三者と認識される事業者との間で、インターネット販売契約を全面的に禁止することは 101 条 1 項に違反しないのかという問いに対し、高級商品の供給者が認定販売業者に対して課している第三者プラットフォーム上での対象商品の販売禁止は、高級商品の高級イメージの保持のために適切であると判示した(51 段)。

その理由として、本件契約条項は、対象商品の高級かつ名声あるイメージの保

持を目的とし、客観的かつ一律であり、すべての認定販売業者に差別なく適用されていることを指摘した（42段）。その上で、第三者プラットフォーム上での対象商品の販売禁止は、①目的に照らして比例的であるのか、すなわち高級商品の高級イメージ保持のために適切であるのか、②当該目的の達成に必要な限度を超えていないかの確認を要するとした（43段）。

まず、①の高級商品の高級イメージ保持のために適切であるのかについて、EU司法裁判所は次の3点を指摘した。

第1に、商品供給者が認定販売業者に対して、オンライン販売を自己のオンラインストアに限る義務を課すことにより、高級商品の品質と高級イメージ保持が可能となること（44、46段）。

第2に、本件禁止事項により、高級商品が契約条件にある品質要件に適合する方法によりオンライン上で販売されているかの確認が可能となること（47段）。これに対し商品供給者と第三者プラットフォームの間には契約関係が存在せず、商品供給者は対象商品の販売条件を確認することができないため、オンライン上での商品の展示態様が基準を満たさないことで、対象商品の高級イメージが害される可能性があること（48、49段）。

第3に、第三者プラットフォームではあらゆる商品が販売されているため、オンライン販売を認定販売業者のオンラインストアに限ることは、消費者の間的高级イメージの保持に資すること（50段）。

次に②の当該目的の達成に必要な限度を超えていないかについて、次の2点を指摘した。

第1に、本件の関連条項は、Pierre-Fabre事件とは異なり、全面的なオンライン販売の禁止ではなく、第三者プラットフォームを通じたオンライン販売のみを禁止していること（52段）。実際に、認定販売業者には、高級感が保持される電子販売店ウィンドーを通じて自己のウェブサイトでも販売することも、消費が認識できないようであれば、第三者プラットフォームの利用も認められている（53段）。

第2に、欧州委員会の電子商取引分野に対する実態調査からも明らかなように、オンライン販売の主要な流通経路は、調査対象の販売業者の90%以上が運営している販売業者自身のオンラインストアとなっていること（54段）。この結

果から、Coty が認定販売業者に課している第三者プラットフォームの利用禁止は、高級商品の高級イメージ保持に必要なものを超えていないものと推測される (55 段)。商品供給者と第三者プラットフォーム間には契約関係が存在しないため、商品供給者が第三者プラットフォームに対して認定販売業者に課している品質基準に従うことを実効性ある形で要請できない (56 段)。

#### (ハ) 第 3、第 4 の質問

EU 司法裁判所は、認定販売業者が一般利用者に第三者と認識される事業者との間で、インターネット販売契約を全面的に禁止することが VBER4 条 (b) にいう認定販売業者が販売できる顧客の制限、および同条 (c) にいう認定販売業者の最終消費者に対する受動的販売の禁止に該当するかという問いについて、いずれも否定的な見解を示した (68 段)。

その理由として EU 司法裁判所は、VBER4 条 (b) (c) に従うと、2 条に定められる適用免除は、契約の購入者側が契約商品またはサービスを販売できる地域または顧客を制限する目的を有する垂直的協定、および選択的流通の販売業者による最終消費者への積極的販売または受動的販売を制限する垂直的協定には適用されないことを指摘した (63 段)。

EU 司法裁判所は、本件条項について、契約商品の販売方法としてインターネットの利用自体は禁止していないことから (65 段)、オンラインによる購入者の中から、第三者プラットフォームを経由した顧客を特定できるとも思われなことを指摘した (66 段)。実際、本件選択的流通契約においては、所定の条件の下、認定販売業者が第三者プラットフォーム上で広告することが認められており、オンライン検索エンジンの利用も認められている。このため、法務官が意見 147 段で指摘しているように、顧客は検索エンジンで認定販売業者によるオンライン上の販売を見つけることが可能である (67 段)。



## 2. フランクフルト高等地方裁判所判決<sup>42</sup> (2018年7月12日)

EU 司法裁判所の先決裁定を受け、フランクフルト高裁は、認定販売業者が第三者プラットフォームとの契約を禁止する条項は、価格検索エンジンまたは価格比較サイトの利用が禁止されない限り、VBER4 条 (b) (c) にいうハードコア制限に該当せず、101 条 1 項に違反しないと判示した。

### (1) Coty 商品の高級イメージ

フランクフルト高裁は、高級イメージを創出、維持するために選択的流通が必要であるとする Coty の見解について、選択的流通の導入を正当化するには十分ではないとしつつ、本件商品については、Coty の地位と当該商品の流通の実態に鑑み、高級品に該当すると判断した (II. b) aa) (2))。

Akzente は、商品全てが高価格ではないとして、Coty の商品の高級イメージについて争った。この点フランクフルト高裁は、一部商品が高価格ではないとしても、商品全体の高級イメージに影響を与えるものではないとした (同)。

### (2) Coty の設定した質的基準の一律かつ無差別的適用

Akzente は、Coty は自己の商品を低価格商品と同一の環境により空港や機上で販売している事実を指摘した。この点フランクフルト高裁は、免税販売は通常の慣行であり、また免税店の利用には航空券の購入を要することから、免税店で販売は万人がアクセス可能な飛行場外やオンライン上販売とは区別されるとした (II. b) bb) (2)) 。

また Akzente は、認定販売業者が Coty の製品を Google- Shopping に表示することを容認する一方、Amazon.de 上での販売禁止は差別的であると主張した。この点フランクフルト高裁は、両者間には決定的な差異があり、Amazon.de は実際の販売を行う場であるのに対し、Google- Shopping は顧客を認定販売業者のオンラインストアへ仕向けるのみであることを指摘した (II. b) bb) (5))。

---

<sup>42</sup> OLG Frankfurt am Main, 12 July 2018 – 11 U 96/14 (Kart),

DE:OLGHE:2018:0712.11U96.14KART.00. なお、本判決の原本はドイツ語であるところ、競争政策研究センター事務局より頂いた和訳を参照した。

### **(3) 第三者プラットフォーム利用禁止の比例性**

フランクフルト高裁は、第三者プラットフォームの利用を全面的に禁止するのではなく、Coty の合理的利益を大きく損ねることなく、かつ認定販売業者にとってより制限的ではない措置の可能性（第三者プラットフォーム上での販売について質的基準が充足されているかを認定販売業者自身が確保する）を検討した（ II. b) cc) (2) ）。

しかしながら、フランクフルト高裁は、欧州司法裁判所が第三者プラットフォーム上での販売を禁止する条項の有効性について評価していなかったため、Coty による制限の比例性については判断しなかった（ II. b) cc) (3) ）。

なお本件は、ドイツ連邦最高裁判所に係属中である。

## **3. Coty 事件先決裁定の意義と課題**

### **(1) Coty 事件先決裁定の意義**

#### **(イ) 製品の高級イメージ維持のための選択的流通**

Coty 事件先決裁定の第 1 の意義は、自社製品の高級品としてのイメージ保持を目的とする選択的流通について、メトロ基準が満たされる限り 101 条 1 項の規定と両立すると判示したことにある。この点、EU 司法裁判所は、化粧品・ボディケア用品を対象とする選択的流通が問題となった Pierre-Fabre 事件先決裁定では、製品の高級イメージ（luxury image）維持のため、選択的流通を導入することが認められないと判示していた。Pierre-Fabre 事件先決裁定は、メトロ事件以降の判例法を変更するものとして、選択的流通に係る実務に混乱をもたらしたが、本裁定により従前の判例法が確認された。

#### **(ロ) オンライン販売の制限**

Coty 事件先決裁定の第 2 の意義は、高級イメージ維持のために、認定販売業者が第三者プラットフォーム（Amazon 等）の利用を禁止できることが明らかにされたことにある。その理由として EU 司法裁判所は、商品供給者と第三者プラットフォームの間には契約関係がなく、商品供給者が認定流通業者に課している質的基準を課すことができないため、高級品のイメージと品質を確保することができないことが挙げられている。なお、上記のような第三者プラットフォーム

の利用禁止は、ハードコア制限を掲げる VBER4 条 (b)・(c)に該当しない。

なお、Pierre-Fabre 事件先決裁定では、オンライン販売が事実上全面的に禁止されており、契約対象商品のオンライン販売を事実上禁止する条項を含む選択的流通契約には VBER による一括適用免除が適用されないとされた。

## (2) Coty 事件先決裁定の課題

Coty 事件先決裁定は、上記のような意義が認められる一方、いくつかの課題を残すものである。

まず、メトロ基準を満たす選択的流通の利用が正当化されるのは、高級ブランド品に限るとされたが、高品質商品は含まれないのかが明らかではないという点である。本裁定に先立ち、Wahl 法務官は、高品質商品も含まれるとの見解を示していた（法務官意見 92 段）。実際、加盟国競争当局が扱った選択的流通の事例において齟齬が生じている。ASICS 製品について独・仏当局は高品質商品と認定しなかった一方、オランダにおいては Nike 製品についてアムステルダム地方裁判所<sup>43</sup>は Wahl 法務官意見に言及し、高品質商品と認定した。アムステルダム地方裁判所の見解は、アムステルダム控訴裁判所<sup>44</sup>によっても支持されている。

また、認定販売業者の第三者プラットフォーム (Amazon 等) の利用について、EU 司法裁判所が、高級イメージ維持のために第三者プラットフォームの利用を禁止できるとしている点については、本件の意義でもあるが、別の観点からは注意を要する。

本先決裁定 54 段では、欧州委員会が行った電子商取引分野を対象とする実態調査の第一次報告書<sup>45</sup>について言及しているが、翌年 5 月 10 日に公表された本

---

<sup>43</sup> Rechtbank Amsterdam, decision of 4 October 2017, Case C-13/615474/HA ZA 16-959. 英文による解説として、法律事務所 Osborne Clarke, Insights: Court of first instance in the Netherlands follows A-G's opinion on selective distribution, before CJEU decision is given, 27 November 2017 (<https://www.osborneclarke.com/insights/court-of-first-instance-in-the-netherlands-follows-a-g-s-opinion-on-selective-distribution-before-cjeu-decision-is-given/>).

<sup>44</sup> Gerechtshof Amsterdam, judgment of 14 July 2020, Case 200.231.764/01. 英文による解説として、法律事務所 stek, Amsterdam Court of Appeal: Coty not confined to luxury products, 14 October 2020 (<https://stek.com/en/amsterdam-court-of-appeal-coty-not-confined-to-luxury-prodcuts/>).

<sup>45</sup> European Commission, Preliminary Report on the E-commerce Sector Inquiry, 15 September 2016, SWD (2017) 321 final.

実態調査の最終報告書<sup>46</sup>には、主要な競争上の懸念の一つとして「オンライン・マーケットプレイスでの販売に対する制限」が取り上げられている。最終報告書によると、回答のあった販売業者の 91%以上がオンライン販売の際に自己のオンラインショップを利用、31%は自己のオンラインショップとマーケットプレイスを併用しており、マーケットプレイスのみで販売している回答者は4%に過ぎず、販売業者にとって自己のオンラインショップが最も重要な販売経路となっていることが窺える。これが高級商品の高級イメージ維持のために、認定販売業者が第三者プラットフォームの利用を禁止できるとされた背景事情である。

もっとも、マーケットプレイスを利用する販売業者の割合は加盟国により大きく異なり、ドイツでは62%、英国では43%、ポーランドでは36%となっている一方、イタリアでは13%、ベルギーでは4%に過ぎない。また、小規模販売事業者は大規模事業者よりもマーケットプレイス経由で販売している割合が高い傾向があることが明らかになった（最終報告書 39 段）。このような事情の下、選択的流通契約において、認定販売業者による第三者プラットフォーム上での販売を禁止することは、自社のサイトよりも第三者プラットフォームに依存している販売業者にとって事実上オンライン販売の禁止につながることにもなりかねないことが懸念される。

---

<sup>46</sup> European Commission, Final Report on the E-commerce Sector Inquiry, 10 May 2017, COM (2017) 229 final.

## 第4章 検討

### 1. 選択的流通として日本でも主張され得る類型

EUの事例では、Coty事件先決制定で確認されたように、高級ブランド品（高級化粧品）について選択的流通が認められている。加盟国レベルでは、ドイツの事例で高品質商品（鞆、バックパック）について認められているが、上述のようにCoty事件先決裁定によっては、高品質商品も対象となるのか不明である。

かつての事例では、高級品として、高級時計、貴金属装飾品、クリスタルガラス製品、陶磁器等、またハイテク商品として、カメラ、テレビ、Hi-Fi（音響）製品、コンピューター等について選択的流通が認められた事例があるが、何をもち「高級」「高品質」商品とするのか、「高級」「高品質」の定義、区分は判然としない。

Coty事件先決裁定では、高級商品の品質は商品自体の物理的特徴のみならず、高級な雰囲気を与える魅力ある贅沢なイメージによるものであり、このような雰囲気は消費者が他の類似商品から区別する上で重要であるため、高級な雰囲気を損ねることは高級商品の実際の品質に影響を与えるおそれがあるとしている（25段）。しかしながら、「高級な雰囲気を与える魅力ある贅沢なイメージ」というのは抽象的に過ぎる基準であり、それにより高級品とその他の商品（大量生産品等）を区別するのは容易ではない。

高級・高品質商品は、いわゆる「ブランド商品」であり、商標登録されていることが多いものと思われるが、商標登録の有無を考慮することは、高級・高品質商品とその他の商品（大量生産品等）を区別するメルクマールになりうるものとする。

### 2. 上記類型に対する基本的な考え方、考慮要素等

#### （1）非価格制限としての選択的流通の位置づけ

流通・取引慣行ガイドラインにおいて、選択的流通は非価格制限の一として、小売業者の販売方法に関する制限と区別されている（選択的流通は第1部第2-5、小売業者の販売方法に関する制限は同部第2-6）。この点、両者を区別

する必要性を疑問視する見解<sup>47</sup>がある。流通・取引慣行ガイドラインでは、選択的流通と小売業者の販売方法に関する制限が独占禁止法上問題とならない場合として、いずれも「それなりの合理的な理由」が認められることを要するとされている。選択的流通の場合は、「消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由」として、商品の品質の保持、適切な使用の確保等が挙げられている。これに対し販売方法に対する制限の場合は、「当該商品の適切な販売のためのそれなりの合理的な理由」として、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用の維持等が挙げられている。

選択的流通と小売業者の販売方法を区別する実益に乏しいとすれば、販売方法の「それなりの合理的な理由」は、選択的流通にも妥当するものと考えられる。

## (2) ブランドイメージの維持・向上

上記に関連し、選択的流通における「消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由」にブランドイメージの維持・向上が含まれるかについては、ブランドイメージの維持・向上は、事業者の商品力の向上につながると考えられるものの、消費者の利益とは一概にはいえない<sup>48</sup>との見解が示されている。

この点、EU 競争法においては、Coty 事件先決裁定により、

- ①高級商品の品質は、単に当該商品の物理的性質によるものではなく、当該商品に高級な雰囲気を与える魅力ある贅沢なイメージによる
- ②高級な雰囲気は、消費者が他の類似商品から区別する上で重要である
- ③高級な雰囲気を損ねることは、高級商品の実際の品質に影響を与えるおそれがある

とされている(25段)。上述のように「高級」「高品質」の客観的な定義は容易ではないが、「商標の信用の維持」という観点から、ブランドイメージ(自社商品に対する顧客の信頼)を選択的流通が認められる際の要素として考慮する余地はあるものとする。

---

<sup>47</sup> 上杉秋則「垂直的制限行為に関する独禁法上のルール形成～残された課題～〔下〕」商事法務第43巻第6号861頁以下。

<sup>48</sup> 佐久間正哉『流通・取引慣行ガイドライン』141頁(商事法務、2018年)。

### (3) 市場占拠率

流通・取引慣行ガイドラインは、選択的流通の市場占拠率基準について言及していない。この点、EUのVBERにおいては30%とされているほか、VGLでは累積的効果について言及されており、選択的流通が市場に占める割合が50%以下の場合には、累積的効果の問題が生じるおそれは低いとされている（VGL179段）。市場占拠率の基準は、我が国独占禁止法とEU競争法では規制体系が異なることを前提としつつ、選択的流通を認める際の考慮要素として、一定の有用性がある。

もっとも、オンライン・プラットフォームに係る市場占拠率を考慮する際には、オンライン・プラットフォームに特有の事情を考慮する必要があるだろう。この点、VBER、VGL見直し過程の議論において加盟国競争当局から様々な指摘が寄せられている<sup>49</sup>。まず、両面市場を有するオンライン・プラットフォームの市場占拠率の算定方法に疑問を呈し、30%の基準は両方の市場を対象とするのか、片方の市場のみを対象とするのかが不明であるという点である。また、2社ないし4社の寡占市場における個々の事業者の市場占拠率は30%前後と想定されるどころ、30%という基準によってはオンライン・プラットフォームによってVBERの対象となるもの、対象とならないものが生じ、恣意的・差別的な適用免除付与が懸念される。この点に対する具体的解決策として、寡占市場については新たな市場占拠率基準を導入し、各社15%、合計50%とすることが提案されている。さらには、オンライン・プラットフォームが有するデータへのアクセス、ネットワーク効果等を考慮すると、そもそも市場占拠率で判断することに意味をなすのかという指摘も寄せられた。

### (4) オンライン（インターネット）販売業者に課す制限

オンライン（インターネット）販売業者に課す制限について、流通・取引慣行ガイドラインは、「実店舗販売を行う流通業者とインターネット販売を行う流通業者との間で、取扱いを希望する流通業者に対する基準が全く同一である必要

---

<sup>49</sup> European Commission, Commission Staff Working Document, Evaluation of the Vertical Block Exemption Regulation, SWD (2020) 172 final, p.124.

はないと考えられる」<sup>50</sup>としている。この点、昨今の IT 技術の発展により、インターネットによるオンライン販売は、従前の通信販売によるオンライン販売とは異なり、商品説明、アフターサービス等のサービス提供について、実店舗販売を行う流通業者と間の差異は少なくなっていると考えられる。

Pierre-Fabre 事件では、Pierre-Fabre と販売業者との契約においては実店舗に薬剤師等が常駐することが求められていたが（同事件先決裁定 13 段）、商品説明、アフターサービス等のサービス提供の相当部分はオンラインによる対応に代替できるものと思われる。提供するサービスの内容によっては、実店舗と同等（さらには同一）と評価できるものもあり、さらには実店舗までの移動の手間、実店舗の営業時間等を考えると、オンラインによるサービス提供の方が望ましいと考える消費者も存在するものと思われる。

流通・取引慣行ガイドラインにある、実店舗販売を行う流通業者とインターネット販売を行う流通業者に適用される基準は全く同一である必要はないとの考え方は妥当であるが、同一性の判断においては IT 技術の発展を考慮することが求められよう。

---

<sup>50</sup> 前掲注 45・141 頁。



## むすびに代えて

Coty 事件先決裁定により、製品の高級イメージ維持のため選択的流通を導入することが認められるとする従前の判例法が確認された。Coty 事件の最終的な結末については、Coty がフランクフルト高裁判決を不服としてドイツ連邦最高裁判所に上告し、現在係属中であるところ、ドイツ連邦最高裁の判決を俟つ必要がある。フランクフルト高裁は、EU司法裁判所の先決裁定で示された基準に従って Coty の実施している選択的流通を評価しているところ、ドイツ連邦最高裁は高裁の判断を支持するものと思われる。

一方、Coty 事件先決裁定は選択的流通についていくつかの課題を残している。加盟国競争当局の間には、Coty 事件先決裁定の射程が高級品のみにとどまるのか、それとも高品質商品にも及ぶのかについて解釈上の齟齬が見られるところ、現在改訂に向けた作業中の VBER、VGL において明確化することが要請される。

また、現行 VGL においてはインターネットによるオンライン販売に関する記述が不足しており、VBER、VGL にオンライン販売に関する専用の章を創設することが望まれる。その上で、現行では 30%とされている一括適用免除を受けるための市場占拠率の妥当性、またオンライン・プラットフォームの市場占拠率の考え方、オンライン販売における積極的販売、消極的販売の明確化も要請される。

VBER、VGL の改訂案は、現行 VBER、VGL が 2022 年 5 月 31 日に失効するのを前に 2021 年中に公表される見込みである。現行 VBER、VGL が発効した 2010 年 6 月 1 日以降、急速な発展を見せてきたオンライン販売について、選択的流通に関する記述を含め、その内容が注目される。

## 参考文献

本 DP は、注に掲げたもののほか、以下の文献を参考にした。

### <邦語文献>

- ・池田毅「流通・取引慣行ガイドライン～『改正』の意義と実務への影響～」ビジネス法務 15 巻 6 号（2015 年）147 頁
- ・大槻文俊「EU における垂直的制限の見直しについて——一括適用免除規則案とガイドライン案——」専修法学論集 109 号（2010 年）27 頁
- ・小畑徳彦「販売店に対するインターネット販売の禁止と EU 競争法—PFDC 事件欧州司法裁判所先決裁定」公正取引 764 号（2014 年）20 頁
- ・帰山雄介・有働達朗「海外注目事例からみえてくる 競争法実務の着眼点 第 14 回 欧州：高級化粧品のサプライヤーによるブランドイメージ保護を理由とする選択的流通と第三者プラットフォームでの販売の制限」NBL1126 号（2018 年）98 頁
- ・泉水文雄「化粧品の流通制度と独占禁止法(1)(2)——選択的流通制度の日欧比較」ジュリスト 1090 号 141 頁、1092 号（1996 年）100 頁
- ・瀬領真悟「選択的販売制度と競争政策——EC 競争法による規制に関して——」公正取引 517 号（1993 年）17 頁
- ・滝澤紗矢子「EU におけるオンライン販売方法の制限に対する規制動向—Coty 先決裁定を中心に—」白鷗法学 26 巻 1 号（2019 年）83 頁
- ・滝川敏明「EU の垂直的制限規制—日本法への示唆—」公正取引 736 号（2012 年）34 頁
- ・土田和博「EC 選択的流通制度と販売方法・再販売先に関する制限——垂直的制限一括免除規則・ガイドラインの公表を契機として——」早稲田法学 76 巻 3 号（2001 年）209 頁
- ・中川寛子「電子商取引にかかる選択的流通制度の諸問題」日本経済法学会年報第 39 号（2018 年）28 頁
- ・西村暢史「EC 競争法における選択的流通制度」六甲台論集 46 巻 2 号（1999 年）121 頁
- ・渡辺昭成「選択的流通制度における正当化事由」國士館法學第 51 号（2018 年）157 頁

### <英語文献>

- ・European Commission, “EU Competition rules and marketplace bans: Where do we

stand after Coty judgment? ” , Competition policy brief 2018-01.

- Edward Iacobucci & Ralph A. Winter, “European Law on Selective Distribution and Internet Sales: An Economic Perspective” , 81 Antitrust Law Journal (2016), pp. 47-64.
- Alison Jones & Brenda Sufrin, *EC Competition Law*, 6th ed. (OUP, 2016), pp. 789-797.
- Daria Kostecka-Jruczyk, “Selective Distribution Restrictions in the EU Competition Law” , 12 LEXONOMICA (2020), pp. 261-280.
- Van Bael & Bellis, “Reflections on the Coty judgment of the Court of Justice: Consequences for platform restrictions and selective distribution” , 15 December 2017.
- Van Bael & Bellis, Insights & news, “Higher Regional Court of Frankfurt finds Coty’ s prohibition on sales via amazon.de to be justified for luxury products” , 16 July 2018.
- Richard Whish & David Bailey, “Regulation 330/2010: The Commission’ s new block exemption for vertical agreements” , 47 CMLRev. (2010), pp. 1757-1791.
- Richard Whish & David Bailey, *Competition Law*, 9<sup>th</sup> ed. (OUP, 2018), pp. 654-658.
- Anne C. Witt, “Restrictions on the use of third-party platforms in selective distribution agreements for luxury goods” , University of Leicester School of Law Research Paper No. 15-26 (2017).