

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の改正（案）に対する意見の概要及びそれに対する考え方

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
1	はじめに	<p>現行の指針「はじめに」の1にある「国民生活に真の豊かさが求められ」の文言は残すべきである。</p> <p>今回の改正案に、インターネット取引や音楽業界について盛り込まれていることは現代に即していると思う。</p> <p>しかし、「国民」という文言が「消費者」に置き換わるのは良くない。「消費者」ではあまりに広義である。現行の「国民生活に真の豊かさが求められ」は、まだ達成出来てないと考える。(個人)</p>	<p>「はじめに」の1の記載は、本指針が制定されて約25年が経過していることを踏まえ修正したものであり、「国民生活の真の豊かさが求められ」ることを否定するものではありません。</p>
2	はじめに	<p>(意見)「はじめに 2」の第2段落は削除すべき。</p> <p>(理由) 自明のことである。第3部は、第1部、第2部の考え方を修正するものであればこのような記述が必要と思われるが、第3部がそのような内容を含むものとは思われない。(個人)</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下の文を削除しました。</p> <p>「なお、第3部で考え方が示されていない事項であっても、第1部又は第2部で示されているものについては、第1部又は第2部と同様の考え方によって判断される。」</p>
3	はじめに	<p>改正案は、指針の対象について単に「商品」と記述し、指針が生産財・資本財と消費財との双方について一律に適用される扱いとなっている。しかし、生産財・資本財は、消費財に比して用途・仕様等が特定されており、それに伴い流通経路・形態も異なっている。また、消費財における取引と異なり、生産財・資本財においては取引の継続性・安定性が重視されている。これらの特殊性を考慮してもなお、生産財・資本財についても価格維持効果・市場閉鎖効果を消費財と同様に分析すれば足りるとする理由を明記</p>	<p>最近の流通・取引慣行の実態について、様々な業種のメーカーや流通業者等からのヒアリングによると、現在、事業者は取引先事業者として、品質、価格や技術力等において最も良い条件を提示した者を是々非々で選択しており、経済活動のグローバル化に伴い、外国事業者を取引先事業者として選択することも多くなっている等との意見が多くみられました。そのため、現在においては、本指針制定当時に問題視されたような、日本の市場の閉鎖性に係る問題は余りみられなくなっていると考えられることから、本指針の構成については、研究会報告書において、「事業</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		すべきである。(弁護士)	<p>者及び事業者団体の利便性向上の観点等から、同一の適法・違法性判断基準に基づき判断される行為類型を統合するなどして、現行の第2部を中心として再構築することが適当である。この場合、消費財を前提としたメーカーによる流通業者に対する垂直的制限行為を中心として整理するのではなく、事業者による取引先事業者に対する垂直制限行為といった、より一般的な整理の下で構成を検討する必要がある。」といった提言がなされたことを踏まえて再構築したものです。</p> <p>なお、御指摘のような財による特殊性については、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たって、例えば、ブランド間競争の状況を検討するに当たり考慮することとなります。</p>
4	はじめに	<p>(意見) 3の第2文(「例えば、・・・。」)を削除すべき。第3文の文頭「したがって」を削除すべき。</p> <p>(理由) このガイドラインで問題にしている公正競争阻害性は、第1部3(2)にまとめられているように、流通業者間の価格競争の減少・消滅、市場閉鎖効果、価格維持効果、価格競争を阻害する効果に限られている。しかしながら、例えば、技術開発競争や品質競争も価格競争と同様に、その制限が規制されるべき競争である。今回のガイドラインは、汎用性の高いガイドラインを目指すとはいっても、商品の流通において、独占禁止法の運用経験に照らして違反行為が多くみられる行為類型を念頭に記述した限定的なものであることを明確にしておくことが望ましい。その</p>	御指摘の記載は、事業者等にとっての分かりやすさの観点から、例示として記載しているものです。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>観点からは、原案のように、原則として独占禁止法に違反する行為を第2文に列挙するだけでは、このガイドラインの守備範囲をあらかじめ示しておくために十分とはいえない。例示を増やすことも考えられるが、そもそもこの例示は不要である。また、このガイドラインに取り上げられている行為であるかどうかに関わらず、「同法の規定に照らして個別具体的に判断されるものである」ことは当然であり、「したがって」とあるが、その前後に論理的関係は存在しないと思われる。(個人)</p>	
5	第1部	<p>改正案では、第1部2「垂直的制限行為が競争に及ぼす影響についての基本的な考え方」において、垂直的制限行為を定義しているが、第1部は全て垂直的制限行為に関して記述していること、国際的にも垂直的制限行為という呼称が定着していることから、第1部の標題は「取引先事業者の事業活動に対する制限（垂直的制限行為）」などとすべきである。</p> <p>改正案は、垂直的制限行為の定義を第1部2で記述するので、垂直的制限行為に関する記述は2以下に当てはまると受け止められ、第1部の対象範囲の誤解を招くおそれもあるので、次のいずれかの方法により修正すべき。</p> <p>(案1)「はじめに」2を「本指針第1部は、部品メーカーと完成品メーカー、メーカーと卸売業者や小売業者といった、事業者間の取引における取引先事業者（特段の記載がない場合には直接又は間接の取引先事業者をいう。以下</p>	<p>本指針第1部では、「事業者が、取引先事業者に対して行う、販売価格、取扱商品、販売地域、取引先等の制限及びリベートの供与」について、不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしているものです。このうち、「取引先事業者の販売価格、取扱商品、販売地域、取引先等の制限を行う行為」を「垂直的制限行為」と定義しており、「リベートの供与」については、それを手段として垂直的制限行為を行う場合等に問題となるものなので、リベートの供与も含めて「垂直的制限行為」という定義を設けることは適当ではないと考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>同じ。)の事業活動に対する制限行為(以下、「垂直的制限行為」という。)に関して,」と変更する。</p> <p>(案2)第1部1(1)第2段落を,「事業者が,取引先事業者に対して行う販売価格,取扱商品,販売地域,取引先等の制限及びリベートの供与につき制限する行為(以下,「垂直的制限行為」という。)について,」と変更する。(弁護士)</p>	
6	第1部1(1)	<p>事業者は,一定の事業上の必要性・合理性に基づき垂直的制限行為を行う場合があり,制限の適法性を判断するに際しては,事業上の必要性・合理性を考慮すべきである。</p> <p>この点は,改正案の幾つかの箇所において,このような事業上の必要性・合理性を考慮すべきことが記載されていることから明らかである。改正案は,ややもすれば違法となる場合のみを前面かつ網羅的に記述することに終始しているが,このような記述は事業者に対する萎縮効果が懸念されるところであり,この懸念を払しょくするためにも,「はじめに」において,事業上の必要性・合理性を参酌すべき旨を明確にすべきである。(弁護士)</p>	<p>本指針において,垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては,ブランド間競争の状況やブランド内競争の状況など五つの事項を総合的に考慮して判断することとしており,当該行為によって生じ得る,競争を阻害する効果に加え,競争を促進する効果も考慮した上で判断することを明確にしています。例えば,ある垂直的制限行為を行う一定の事業上の必要性・合理性が,品質やサービスの向上を目的としたものである場合,当該行為によって,「品質やサービスが向上する」など競争を促進する効果が認められ得ることとなれば,当然に考慮の対象となります。</p> <p>なお,このような効果等は,個別具体的な事案により様々であるため,具体的な行為類型ごとに,可能な限りその考え方等を明確にしています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
7	第1部1(1)	冒頭の書き出しで「ブランド間競争・・・ブランド内競争・・・を減少・消滅させる効果を生じることがある」旨、競争制限効果のみに言及されているが、第1部2以降では競争促進効果にも言及されている。 垂直的制限行為の競争促進効果への言及は、本ガイドラインの平成27年改正時より盛り込まれた基本的な考え方である以上、論旨を一貫させるため、まず、冒頭の書き出しより競争促進効果にも言及していただきたいと考える。 (団体)	御指摘の部分は、本指針第1部において独占禁止法上の考え方を明らかにする対象範囲を示しているものです。その上で、次の「2 垂直的制限行為が競争に及ぼす影響についての基本的な考え方」において、競争を阻害する効果を生じることあるれば、競争を促進する効果を生じることある旨を記載しており、御指摘の趣旨は明らかにされていると考えます。
8	第1部1(1)	第1部1(1)に「ブランド間競争・・・やブランド内競争・・・」とあり、第1部2に「ブランド内競争とブランド間競争」とあるのを平仄を同じにすべきでないか。(学者)	御指摘を踏まえ、本指針第1部2の記載を以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「ブランド <u>内</u> 間競争とブランド <u>間</u> 内競争のいずれか一方が確保されていれば他方が失われたとしても実現できるというものではない。」
9	第1部1(1)	地域や顧客層の広がりという一側面だけではなく、インターネットを利用した取引が、実店舗における取引と比べて、事業者及び顧客の双方にとって有用な流通チャネルになっていることを丁寧に説明すべきであるため、「より広い地域や様々な顧客と取引することができるため、」を削除し、「事業者にとっても顧客にとっても有用な手段である。」の後に以下の文言を追記していただきたい。 「事業者にとっては、非常に少ない初期投資でかつ短期間にインターネット上に店舗を構えることができ、また日本全国ひいては外国にも販売することが可能であり、個人事	御指摘を踏まえ、その他の側面も含み得るように、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「より広い地域や様々な顧客と取引することができる <u>ため</u> など、事業者にとっても顧客にとっても有用な手段 <u>である</u> となっている。」

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>業主や中小零細企業にとっては、インターネットを利用した取引は、重要な流通チャネルになっている。</p> <p>また、顧客にとっては、次のような多くの利便性があり、なくてはならない流通チャネルになっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多くの品ぞろえの中から、検索などにより、購入商品を選択できる。 ・夜間、休日を問わず注文受付、出荷ができる。 ・24時間、365日消費者からの問い合わせに対応できる。 ・使用方法を動画で説明するなど、商品に関する詳細な情報を入手できる。 ・商品や店舗に対する他の消費者の評価が閲覧できる。 ・店舗間での販売価格の比較が容易にできる。 ・加齢や身体的な障害などにより実店舗での購入が困難な方でも購入できる。 ・リコール情報など、購入後に必要な情報の提供を受けることができる。 ・使用言語を選択できる。」(団体) 	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
10	第1部1(1)	<p>ECコマースにあつては、巷間言われる「最恵国待遇」を代表例に、オンライン固有の取引ルール（結果としての制限行為）の存在が気になるところである。「最恵国待遇」に関しては、これが巷間言われるとおりのものであれば「再販拘束」に該当するとも思われ、実態の解明及び適切な措置をオフライン分野同様に講じられたいと考える。</p> <p>一方で、ECコマースの急速な発展・拡大の主因の一つに、プラットフォーム間の活発な競争が挙げられる。上述の主旨により「最恵国待遇＝再販拘束」であるならば、これらの活発な競争の軸足は価格以外の要素によるものであることを示すものと思われる。であれば、本ガイドラインにおいても、競争の主な軸足を価格に置く従来の視点を見直していくべきであり、このことはECコマースのみでなく、オフラインも同様とされるべきである。（団体）</p>	<p>プラットフォームに関する考え方については、研究会報告書において、「分析プロセスの明確化に当たっては、近年、存在感が大きくなっているオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為について避けて通るべきではない。」「日本においては具体的事例が乏しい一方、・・・今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるような汎用的な考え方を示すことが望ましい。」「このようなオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為も、現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準の枠組みによって判断することは可能だと考えられる。しかし、その判断に当たっての考慮要素は、・・・オンライン取引に関連するものとして、例えば、間接ネットワーク効果などの更なる考慮要素等の記載の必要性について検討することが必要である。」といった提言がなされたことを踏まえ、今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるよう、汎用的な考え方を示しています。</p>
11	第1部1(1)	<p>インターネットを利用した取引について、第1部1(1)第3段落に「このようなインターネットを利用した取引が実店舗における取引かで考え方を異にするものではない。」との記述があるが、どの考え方か不明確であるので、「その競争に及ぼす影響についての考え方」と修正すべきである。（学者、弁護士）</p>	<p>御指摘の記載の上の段落において、「第1部では、事業者が、取引先事業者に対して行う、販売価格、取扱商品、販売地域、取引先等の制限及びリベートの供与について、不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしている。」という記載があるとおりに、「考え方」とは不公正な取引方法に関する規制の観点からの独占禁止法上の考え方です。</p> <p>なお、御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました（下線は修正部分）。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>「・・・このようなインターネットを利用した取引か実店舗における取引かで <u>基本的な</u> 考え方を異にするものではない。」</p> <p>「・・・当該プラットフォームを利用する事業者に対する行為についても、<u>その競争に及ぼす影響についての</u> 基本的な考え方を異にするものではない。」</p>
12	第1部1(1)	<p>第1部1(1)第3,第4段落について,インターネット取引やプラットフォーム事業者の行為について新たに設けたことは評価できる。しかし,新たに設けたプラットフォーム事業者の行為に関して分かりやすく説明すべきである。プラットフォーム事業者の行為は競争に相当の影響を与えるが,当該プラットフォームを利用する事業者において独占禁止法の問題点が理解できるように記載すべきである。(学者,弁護士)</p>	<p>プラットフォームに関する考え方については,研究会報告書において,「分析プロセスの明確化に当たっては,近年,存在感が大きくなっているオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為について避けて通るべきではない。」「日本においては具体的事例が乏しい一方,・・・今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるような汎用的な考え方を示すことが望ましい。」「このようなオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為も,現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準の枠組みによって判断することは可能だと考えられる。しかし,その判断に当たっての考慮要素は,・・・オンライン取引に関連するものとして,例えば,間接ネットワーク効果などの更なる考慮要素等の記載の必要性について検討することが必要である。」といった提言がなされたことを踏まえ,今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるよう,汎用的な考え方を示しています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
13	第1部1(1)	<p>「流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会」において、オフラインの農業直売所の事案「大分大山町農業協同組合に対する件（平成21年（措）第24号）」が紹介されており、本改正（案）で追記しているいわゆるプラットフォームを運営・提供する事業者については、オンラインに限ったものではないことを明確化するため、「ショッピングモール」の後に「農産物直売所」を追記するとともに、「当該プラットフォームを利用する事業者に対する行為についても、」の後に「オフラインかオンラインかを問わず、」を追記していただきたい。（団体）</p>	<p>御指摘のプラットフォームの具体例に関する記載は、事業者等にとっての分かりやすさの観点から、できる限り典型的なものを記載することとしています。また、ショッピングモールや家庭用ゲーム機を具体例として記載しているとおり、オンラインだけではなく、オフラインのプラットフォームも含むことは明らかであると考えます。</p>
14	第1部1(2)	<p>今回の改正ガイドラインでは、第1部1(2)において、大規模小売事業者による納入業者への優越的地位の濫用について言及されているが、依然としてガイドラインの大部分が「垂直的制限行為」に関するものであり、「逆垂直的制限行為」についての言及が大幅に不足していると思われる。優越的ガイドラインを参照するだけでなく、本ガイドラインにおいて具体例を挙げて言及されることを望む。（団体）</p>	<p>御指摘の点については、研究会報告書においても、「個々の関係で事情が異なり得ることに留意は必要であるが、メーカーが流通業者の行為を一方的に制限することで流通を支配するという見方に立つのは一面的」であるとされています。</p> <p>これを踏まえ、本指針においては、従来「メーカーによる流通業者の事業活動に対する制限」に係る考え方を示していたものから、「事業者による取引先事業者の事業活動に対する制限」という、より一般的な考え方の下で整理し直しています。</p> <p>他方で、研究会報告書において、「第2部第5（小売業者による優越的地位の濫用）や、その他各行為類型における優越的地位の濫用に係る具体例については、優越ガイドラインを参照することとし、記載は削除すべきである。」といった提言がなされたことを踏まえ、優越的地位の濫用に関する記載は本指針から削除しました。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
15	第1部2	第3段落で、「事業者の創意工夫による事業活動が妨げられたり」という記載は主観的な基準であって、むしろ市場の閉鎖効果又は価格維持効果とどのような関係にある場合に独占禁止法上問題となるのか明示すべきである。 (弁護士)	この記載は「競争を阻害する効果」の具体例として記載しているものです。垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかについては、本指針第1部第3(1)において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って判断されます。
16	第1部2	「事業活動が妨げられたり、ブランド間競争やブランド内競争が減少・消滅したり、参入障壁が高くなって新規参入者を排除したり、消費者の商品選択が狭められたりといった競争を阻害する効果もたらされる」との表現をみると、「られたり」と「したり」では不統一。現行とも平仄が異なる。(学者)	御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「例えば、垂直的制限行為によって、事業者の創意工夫による事業活動 <u>が</u> を妨げ <u>られ</u> たり、」
17	第1部2	「他方、垂直的制限行為によって、新商品の販売が促進されたり、新規参入が容易になったり、品質やサービスが向上するといった競争を促進する効果もたらされる場合もある。」といった記載があるが、垂直的制限行為は参入障壁を高めることによりむしろ新規参入者を排除する効果をもたらすものであり、垂直的制限行為によって新規参入が容易になるというのは一体どのような場合を想定しているのか不明である。少なくとも通常はそのようなことはないと考えられるため、「新規参入が容易になったり、」は削除されるべきであるし、仮に記載を維持するのであれば垂直的制限行為がどのようなメカニズムで新規参入を容易にするのかが明確に示されるべきである。(団体)	例えば、フリーライダー問題やホールドアップ問題の解消等を通じて、事業者が積極的な設備投資等を行えるような環境となり、新規参入が容易になることが考えられます。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
18	第1部2	<p>(意見) 第1部2の第6段落の「事業者間取引における」は削除することが適切。</p> <p>(理由) ガイドラインは、事業者間取引における独占禁止法上の問題を記述しているものではあるが、事業者間取引における制限によって影響を受ける市場(競争)としては、消費者を顧客とする市場(競争)を観念すべき場合もある。再販がその典型例である。すなわち、「公正かつ自由な競争が確保され」るべき取引段階としては消費者取引も含まれるのであり、「事業者間取引における」との限定を付すことは不適切である。(個人)</p>	<p>御指摘を踏まえ、本指針第1部2の第6段落の「事業者間取引における」を削除しました。</p>
19	第1部2	<p>本指針は、いまだにブランド内競争への阻害効果をも考慮している。こうしたブランド内競争への考慮は、過大な価格競争による小売業者等の疲弊を引き起こすことにもなりかねず、デフレからの脱却が進まなくなるという危惧がある。したがって、今回の改正においては、競争政策を取り巻く環境変化への対応、イノベーションを生み出すブランド間競争の促進という視点が重要である。そして、事業者にとっては、どの程度競争促進効果が考慮されるのか、その予測可能性を確保するためにも、より多くの具体例を例示するなど、ガイドラインの更なる明確化が必要である。(団体)</p>	<p>本指針においては、流通分野における公正かつ自由な競争が促進されるためには、ブランド間競争及びブランド内競争のいずれも重要であるとしています。これは「再販売価格維持行為により、行為者とその競争者との間における競争関係が強化されるとしても、それが、必ずしも相手方たる当該商品の販売業者間において自由な価格競争が行われた場合と同様な経済上の効果をもたらすものでない以上、競争阻害性のあることを否定することはできないというべきである」と判示した最高裁判所判決(和光堂株式会社による審決取消請求訴訟(昭和46年(行ツ)第82号))などを踏まえています。</p>
20	第1部2	<p>「ブランド内競争とブランド間競争のいずれか一方が確保されていれば他方が失われたとしても実現できるというものではない。」とあるが、競争がなくなるというの</p>	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		であるなら強すぎないか。(学者)	
21	第1部2	ガイドラインに記載されているとおり、公正かつ自由な競争を確保するためにはブランド間競争のみならずブランド内競争（小売業者間の競争）も重要であることは当然である。ブランド間競争のみが確保されていればよく、ブランド内競争は不要であるといった見解もあるが、仮にそのような見解が正しいとするとブランド間競争が十分に認められる場合であれば小売業者間でカルテルを実施しても競争には悪影響がないということとなり、明らかに不当であると考える。(団体)	
22	第1部2	<p>(意見) 第1部2の第6段落の「ブランド内競争とブランド間競争のいずれか一方が確保されていれば他方が失われたとしても実現できるというものではない。」について、以下のように修正すべきである。</p> <p>「ブランド間競争が確保されていればブランド内競争が失われても差し支えないというものではない。」</p> <p>(理由) 原案では、「実現できる」の主語が欠落しており、分かりづらい。ここで言わんとしているのは、「ブランド間競争があればブランド内競争がなくてもよい」という考え方の否定であろうから、そのことを端的に書けばよいのではないか。原文を維持するとしても、少なくとも「実現できる」の主語は明示すべきである。(個人)</p>	ここでいう「実現」とは、公正かつ自由な競争の促進であることは明らかであると考えます。
23	第1部2	本改正案は、公正かつ自由な競争が促進されるために	本指針においては、流通分野における公正かつ自由な競争が

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>は、「ブランド内競争とブランド間競争のいずれか一方が確保されていれば他方が失われたとしても実現できるというものではない。」と述べている。ブランド内競争は供給者によって生み出され、供給者が適切と考える流通チャネルを形成する。供給者が直接販売することを選択する場合、又は単独の流通業者を採用することを選択する場合には、ブランド内競争が生じないこともある。いずれの流通方法もそれ自体では反競争的ではない。さらに、垂直的制限行為の多くがブランド内競争の減少をもたらす可能性があるが、それはブランド間競争の増加により相殺されるだろう。したがって、上記に引用された文言を削除することを推奨する。また、本改正案において、ブランド内競争に対する制限行為がブランド間競争を促進する場合もあり、総合的に見れば競争促進効果をもたらすことになると明記されることが望ましい。(弁護士)</p>	<p>促進されるためには、ブランド間競争及びブランド内競争のいずれも重要であるとしています。これは「再販売価格維持行為により、行為者とその競争者との間における競争関係が強化されるとしても、それが、必ずしも相手方たる当該商品の販売業者間において自由な価格競争が行われた場合と同様な経済上の効果をもたらすものでない以上、競争阻害性のあることを否定することはできないというべきである」と判示した最高裁判所判決（和光堂株式会社による審決取消請求訴訟（昭和46年（行ツ）第82号））などを踏まえています。</p> <p>また、公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかを判断するに当たっては、本指針第1部3（1）において、ブランド内競争の状況もブランド間競争の状況も総合的に考慮することを明確にしています。</p>
24	第1部2	<p>（意見）第1部2（注2）第1文について、以下のように修正すべきである。</p> <p>「事業者は取引先事業者との株式所有関係を背景として垂直的制限行為を行ったり、取引先事業者の経営に参与する中で垂直的制限行為に及ぶことがある。」</p> <p>（理由）株式所有関係や取引先事業者への経営参与は、垂直的制限の「手段」ではない。</p> <p>なお、いうまでもなく、株式所有関係は「行為」ではない。また、株式所有や経営参与は、場合によってはそれ自</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました（下線は修正部分）。</p> <p>「取引先事業者 <u>との株式所有関係の株式の取得・所有</u> や取引先事業者の経営に対する関与等、<u>その行為自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではないこと</u> を手段・背景として垂直的制限行為が行われる場合もある（<u>取引先事業者の株式の取得・所有や取引先事業者の経営に対する関与自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない。</u>）」</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>体独禁法上の問題となり得るものである。このセンテンスは全面的な差し替えを要する。(個人)</p>	
25	第1部2	<p>注2の記述は、「手段として垂直的制限行為が行われる場合もある」ことや「その行為自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない」という、自明のことを記述するだけであり、その場合にどのように取り扱われるのかを明確にしなければ意味が乏しいと思われる。</p> <p>したがって、原則として親子会社・兄弟会社間の取引は、不公正な取引方法による規制を受けないことを明記すべきである。次に、株式所有関係や経営に対する関与行為を「手段として垂直的制限が行なわれる場合」について、どのような評価・分析手法が採られるのかなどを、記述すべきである。(弁護士)</p>	<p>本指針において、取引先事業者の株式の取得・所有や取引先事業者の経営に対する関与等、その行為自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではないことを背景として垂直的制限行為が行われる場合においても、第1部3の垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準や第1部第1及び第2において述べる考え方に従って違法性の有無が判断されることを明らかにしています。</p>
26	第1部2	<p>(意見) 第1部の2(注2)の括弧内について、削除又は別の注として「親子会社間の取引など、同一事業者内の取引に準ずる取引についての考え方については、〇〇を参照。」といった文章に差し替えるべきである。</p> <p>(理由) ここに書かれている内容は、第1文の「取引先事業者との株式所有関係」の連想でしかなく、注2本文とは別のことである。(個人)</p>	<p>御指摘の記載は、事業者等にとっての分かりやすさの観点から記載しているものです。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
27	第1部3(1)	第1段落で、「当該行為に係る取引及びそれにより影響を受ける範囲を検討した上で」とあるが、特定の「取引分野」「市場」という用語を用いた上で、その画定について客観的な見地から判断すべきであることを明示すべきである。垂直的制限のうち、所謂自由競争減殺型の行為は競争が阻害される「取引分野」「市場」を前提として判断することになり、「取引分野」「市場」の取り方如何では競争阻害効果を判断することが困難だからである。(弁護士)	不公正な取引方法は一定の取引分野の画定を要するものではありませんが、垂直的制限行為の公正競争阻害性の立証に当たり、当該行為の影響が及ぶ範囲等を検討する必要があると考えられることから、今回の改正において、「具体的行為や取引の対象・地域・態様等に応じて、当該行為に係る取引及びそれにより影響を受ける範囲を検討した上で、」を追記しています。
28	第1部3(1)	本改正案では、現行ガイドラインと同様に「垂直的制限行為によって生じ得る競争阻害効果」と「垂直的制限行為によって生じ得る競争促進的効果」をいずれも記載するが、前者が認められても後者があれば違法とならない場合があることを明示すべきである。その際、前者については、事業者から競争促進的効果に関する主張を提起し、当該主張に根拠がないこと又は当該競争促進効果があっても公正な競争を阻害するおそれが凌駕することについて公正取引委員会において反論・立証する責任があることを明示すべきである。(弁護士)	垂直的制限行為は、公正な競争を阻害するおそれがある場合に違法となるものであり、当該行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては、ブランド間競争の状況やブランド内競争の状況など五つの事項を総合的に考慮して判断することとしており、当該行為によって生じ得る、競争を阻害する効果に加え、競争を促進する効果も考慮した上で判断することを、本指針第1部3(1)において明確にしています。 なお、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあることの立証は、公正取引委員会が行うことは明らかであると考えます。
29	第1部3(1)	垂直的制限行為に係る適法・違法性を判断する基準となる要素について、その適用の具体例を記載しつつ、これらの要素をどのように適用し、判断するかについても明記すべきである。 改正案は、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断については、ブランド間競争の状	研究会報告書において、「流通・取引慣行ガイドラインの見直しに当たっては、今後生じ得るものも含め、多様化するビジネスモデルに対応することができるよう、適法・違法性の判断に当たっての分析プロセスを明確化する必要がある。・・・上記の分析プロセスの明確化に当たっては、その流れを踏まえつつ、適法・違法性判断基準の考え方を更に発展・深化させていくことが望

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>況などの諸要素を羅列しているだけであり、諸要素の組み合わせがもたらす影響を示したり、その判断手順を示す等の分析手法の記載がなく、分かりにくい。</p> <p>まず、①市場シェア・順位だけを見て適法性を判断するのではなく、当該市場への参入障壁の高低を考慮する必要がある、②市場シェアの変動が激しく急速に変動する市場は厳しい競争が存在するので、当該垂直的制限行為が競争を阻害する効果を有することになるか慎重に分析する必要がある、③イノベーションの早い製品については、当事者の一時的な市場における地位を見るのではなく今後の市場の動向も考慮に入れ、当該垂直的制限行為が競争に与える影響を判断する必要がある、④ブランド間競争が活発であれば、ブランド内競争の制限による価格維持効果は限定的である、⑤垂直的制限行為が単独で行われる場合より、他の事業者と並行的に行われる場合には、競争上の影響が大きくなる、など記述し、具体的事案に即して各要素をどのように適用し、判断するのか、更にどのような状況においてはどの要素が重要なのかを例示する等すべきである。(弁護士)</p>	<p>ましい。」といった提言がなされたことを踏まえ、本指針において、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては、ブランド間競争の状況やブランド内競争の状況など五つの事項を総合的に考慮して判断することとしており、当該行為によって生じ得る、競争を阻害する効果に加え、競争を促進する効果も考慮した上で判断することとしています。</p> <p>御指摘の点については、個別具体的な事案により様々であるため、具体的な行為類型ごとに、可能な限りその考え方等を明確にしています。</p>
30	第1部3(1)	<p>第一に、どのような場合にいわゆる「市場閉鎖効果」テスト又は「価格維持効果」テストが適用されるのか不明である。一方で、第1部3「垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準」では、通常垂直的制限行為を分析する際に考慮すべき複数の要素を列挙している。改正案はこれらの</p>	<p>垂直的制限行為は、公正な競争を阻害するおそれがある場合に違法となるものであり、当該行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては、ブランド間競争の状況やブランド内競争の状況など五つの事項を総合的に考慮して判断することとしており、当該行為によって生じ得る、競争を阻</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>分析との関係又は垂直的制限行為の様々な類型に異なるテストを適用する目的が説明されていない。</p> <p>加えて、これらのテストそれ自体が曖昧で、競争阻害効果を発見するための基準を不当に低く設定している。本改正案は、制限を課す企業にとっての新規参入者又は既存の競争者が「排除される又はこれらの取引機会が減少する」場合には、市場閉鎖効果が認められるとしているが、取引機会の減少又は市場閉鎖の程度を測る基準がない。価格維持効果のテストも同様に曖昧であり、価格維持効果が認められるだけで独占禁止法違反となり得る行為類型があるため、これは特に問題である。</p> <p>これらの二つのテストに関しては実際の効果の要件がないため、そのような効果の存否を判断するには、仮定的又は潜在的効果が認められるかどうかに基づくことになる。これに対して、競争促進効果は「現実」に認められる必要がある。この異なる基準により、競争促進効果よりも競争阻害効果を認める方向に分析が偏ることになる。</p> <p>したがって、これらの問題を解決するため、以下の対策を推奨する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本第1部3(2)ア及びイに別々に記載されている「市場閉鎖効果」及び「価格維持効果」の判断、並びに、垂直的制限行為の特定の類型に関する規定におけるこれらの効果への言及を削除すること。関連の要素を第1部3(1)の一般的分析に組入れ、あらゆる垂直的制限行 	<p>害する効果に加え、競争を促進する効果も考慮した上で判断することを、本指針第1部3(1)において明確にしています。</p> <p>同(2)の「市場閉鎖効果が生じる場合」及び「価格維持効果が生じる場合」は、同(1)において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って判断した結果として、公正な競争を阻害するおそれがある場合の具体例として記載しているものです。また、「市場閉鎖効果が生じる場合」及び「価格維持効果が生じる場合」の内容等については、同(2)のア及びイでそれぞれ記載したとおりです。</p> <p>なお、上記のとおり、不公正な取引方法は、公正な競争を阻害する「おそれ」がある場合に禁止されるものであるため、「市場閉鎖効果が生じる場合」及び「価格維持効果が生じる場合」は共に具体的な状態が発生することを要するものではありません。また、競争促進効果は、上記のとおり「公正な競争を阻害するおそれ」があるかどうかの判断に当たって、競争を阻害する効果に加えて考慮されるものです。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>為に適用すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第1部3(1)に「市場閉鎖効果」及び「価格維持効果」を記載する場合にはそれらの定義を明確にすること、並びに、市場閉鎖効果の程度を特定すること。 ・ 競争促進効果と競争制限効果の両方について、現実の効果を要件とすること、又は、少なくとも単に仮定的な効果としないこと。 ・ 効果の認定の基準は、競争阻害効果と競争促進効果（現実の効果を要件とするかを問わず）とで同一にすること。（弁護士） 	
31	第1部3(1)	<p>本改正案はどのような場合に正当な理由があるといえるのか明確に述べていない。独占禁止法に基づく不公正な取引方法の多くは「不当に」又は「正当な理由」なくなされた行為に限られるのに対して、本ガイドラインでは再販売価格維持行為、競争者との取引及び抱き合わせ販売について「正当」かどうか言及しているに過ぎない。特に、本ガイドラインは「垂直的制限行為に係る適法・違法性判断」において正当性の検討について論じておらず、第1部3(1)で考慮される要素に正当性を含め、正当と判断された事例を垂直的制限行為の各類型について提示することを推奨する。また、再販売価格維持行為だけでなくあらゆる類型の垂直的制限行為（その他の「原則として」不公正な取引方法を含む。）に関して正当性を考慮することを推奨する。（弁護士）</p>	<p>御指摘のとおり、不公正な取引方法に該当し得る行為は、独占禁止法の目的である一般消費者の利益という観点から見て「正当な理由」がある行為であれば、違法とはなりません。しかし、どのような場合に「正当な理由」があるかどうかは、個別具体的な事案により様々であるため、具体的な行為類型ごとに、可能な限りその考え方等を明確にしています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
32	第1部3(1)	<p>列挙された複数の判断基準が、具体的な事例において、どのように適用・勘案されるのかを示す事例を（仮想事例でも良いので）記載すべき。（団体）</p>	<p>研究会報告書において、「流通・取引慣行ガイドラインの見直しに当たっては、今後生じ得るものも含め、多様化するビジネスモデルに対応することができるよう、適法・違法性の判断に当たっての分析プロセスを明確化する必要がある。・・・上記の分析プロセスの明確化に当たっては、その流れを踏まえつつ、適法・違法性判断基準の考え方を更に発展・深化させていくことが望ましい。」といった提言がなされたことを踏まえ、本指針において、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては、ブランド間競争の状況やブランド内競争の状況など五つの事項を総合的に考慮して判断することとしており、当該行為によって生じ得る、競争を阻害する効果に加え、競争を促進する効果も考慮した上で判断することとしています。御指摘の点については、個別具体的な事案により様々であるため、具体的な行為類型ごとに、可能な限りその考え方等を明確にしています。</p>
33	第1部3(1)	<p>本改正案において、プラットフォーム事業者の特徴に応じた考慮要素の例示を挙げられているが、プラットフォーム事業者は、双方向市場のコントロールを通じて多種かつ莫大な情報（顧客情報、購買動向、価格情報等）を取得することが可能であり、その取得する情報内容と量ゆえに、たとえ事業規模が小さくとも、その利用者の価格形成等に大きな影響を与えることが可能であるという特殊性も考慮すべき。（弁護士）</p>	<p>プラットフォームに関する考え方については、研究会報告書において、「分析プロセスの明確化に当たっては、近年、存在感が大きくなっているオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為について避けて通るべきではない。」「日本においては具体的事例が乏しい一方、・・・今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるような汎用的な考え方を示すことが望ましい。」「このようなオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為も、現行の流通・取引</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準の枠組みによって判断することは可能だと考えられる。しかし、その判断に当たっての考慮要素は、・・・オンライン取引に関連するものとして、例えば、間接ネットワーク効果などの更なる考慮要素等の記載の必要性について検討することが必要である。」といった提言がなされたことを踏まえ、今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるよう、汎用的な考え方を示したものです。</p>
34	第1部3(1)	<p>プラットフォーム事業者の市場における地位等について言及するが、第1部1(1)で「競争に及ぼす影響についての基本的な考え方を異にするものではない。」との記載との整合性について付言すべきである。また、「プラットフォーム事業者の市場における地位等」の「等」について具体的に示すべきである。(弁護士)</p>	<p>プラットフォーム事業者が行う垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかについても、本指針第1部第3(1)に示す適法・違法性判断基準に従って判断されます。</p> <p>なお、「プラットフォーム事業者の市場における地位」とは、本指針第1部第3(1)の五つの事項のうちの③垂直的制限行為を行う事業者の市場における地位に該当し、公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかを判断するに当たってこれを考慮する際には、ネットワーク効果を踏まえることを明らかにしています。</p> <p>また、御指摘の「等」には、技術革新等による短期的な市場状況の変化の可能性などが含まれると考えます。</p>
35	第1部3(1)	<p>流通・取引慣行ガイドライン及び「流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会」報告書に記載されているインターネット取引の特殊性を踏まえつつ、なぜ「考え方を異にするものではない。」と言えるのかについて、その分析を一括して記述し、分かりやすいものとすべきであ</p>	<p>御指摘の点については、研究会報告書において、「日本においては具体的事例が乏しい一方、・・・今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるような汎用的な考え方を示すことが望ましい。」「このようなオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>る。</p> <p>当該記述に当たり、例えば、「ネットワーク効果等を踏まえたプラットフォーム事業者の市場における地位等を考慮する必要」については、一定の利用者の数を獲得したプラットフォーム事業者は、ますます利用者の数を獲得することができ、他のプラットフォーム事業者の参入を困難とするというネットワーク効果を説明し、市場閉鎖効果を増幅させる要因となることなどを指摘して違法性判断基準との関連性を説明すべきである。</p> <p>また、他方では、オンラインビジネスの重要な特徴として価格の透明性を指摘すべきであり、垂直的制限行為における価格維持効果を妨げる一つの要因となる場合がある等の考え方を記述し、インターネット取引の特徴を踏まえた分かりやすい記述とすべきである。</p> <p>改正案は、インターネット取引に関し、独占禁止法上の考え方を示す具体例をいくつか挙げている。これらも分析に関する一括した記述の該当部分に記載し、分かりやすくすべきである。(弁護士)</p>	<p>も、現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準の枠組みによって判断することは可能だと考えられる。しかし、その判断に当たっての考慮要素は、・・・オンライン取引に関連するものとして、例えば、間接ネットワーク効果などの更なる考慮要素等の記載の必要性について検討することが必要である。」といった提言がなされたことを踏まえ、本指針において、</p> <p>① インターネットを利用した取引は、実店舗の場合と比べ、より広い地域や様々な顧客と取引することができるため、事業者にとっても顧客にとっても有用な手段である旨、インターネットを利用した取引か実店舗を利用した取引かで、不公正な取引方法に関する規制の観点から独占禁止法上の基本的な考え方を異にするものではない旨明記し、必要に応じて各行為類型において、インターネット取引に係る具体例等を追記</p> <p>② いわゆるプラットフォーム事業者に係る考え方を追記（その基本的な考え方は同じであること、考慮事項としてネットワーク効果等も含まれることを明記）</p> <p>等をしたものです。</p> <p>なお、本指針の第1部は、垂直的制限行為が競争に及ぼす影響についての基本的な考え方を示した上で、具体的な行為類型ごとにその考え方等を示しており、上記の研究会報告書の提言を踏まえると、インターネット取引に係る記載について、一括した記載とするよりは、それぞれにおいて考え方等を示していくことが適切であると考えます。</p> <p>また、ネットワーク効果については、御指摘のとおり、垂直的</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たって総合的に考慮することとなる五つの事項のうち、「垂直的制限行為を行う事業者の市場における地位」を考慮する際に踏まえるものであることを明らかにしています。</p> <p>さらに、御指摘のようなオンラインビジネスの特徴については、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たって総合的に考慮することとなる五つの事項に含まれます。</p>
36	第1部3(1)	<p>(注3)のネットワーク効果の記述について、直接的効果が生じる事例、間接的効果が生じる事例について、より具体的な事例(仮想事例でも可)を追加すべき。(団体)</p>	<p>ネットワーク効果については、直接的な効果と間接的な効果をそれぞれ具体的にプラットフォームにおいて生じる場合を記載しています。</p> <p>また、ネットワーク効果については、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たって総合的に考慮することとなる五つの事項のうち、「垂直的制限行為を行う事業者の市場における地位」を考慮する際に踏まえるものであることを明らかにしています。</p>
37	第1部3(2)	<p>本改正ガイドラインでは、第1部3(垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準)において初めて「再销售价格維持行為」という概念について言及している。当該概念については、第1部の3(2)において一般的な言及があるが、読み手にとって明確化を図る観点からは、より前の段階で再销售价格維持行為の定義を規定することが有益と考える。(弁護士)</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。</p> <p>「垂直的制限行為には、再销售价格維持行為(詳細は後記第1参照)と、取引先事業者の取扱商品、販売地域、取引先等の制限を行う行為(以下「非価格制限行為」という。)がある。」</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
38	第1部3(2)	<p>本改正ガイドラインが、再販売価格維持行為は一律に容認されないと評価するものではなく、逆に、多くの場面において容認され得ることを強調すること、また、再販売価格維持行為が認められ得る又は正当化され得る特定の状況について、より明確化することが有益と考える。この点に関し、本改正ガイドラインでも一般的な状況の説明はあるが(第1部第1の1(2))、例えば、EUの垂直ガイドラインにおいて説明されているような、再販売価格維持行為は、「統一的な流通フォーマットが適用されるフランチャイズ制度やその他の類似の流通システムの中で、短期間の(ほとんどのケースで2～6週間)低価格キャンペーンを実施する場合には必要となる」といった具体的状況に関する説明があれば、明確化に資することになり、有益であると考える。(弁護士)</p>	<p>再販売価格の拘束が行われる場合であっても、「正当な理由」がある場合には例外的に違法とはなりません。したがって、御指摘のように、再販売価格維持行為は一律に容認されないというものではありません。「正当な理由」の考え方については本指針第1部第1の2(2)において明らかにしています。</p> <p>他方で、再販売価格維持行為は、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることになるため、通常、競争阻害効果が大きく、原則として公正な競争を阻害するおそれのある行為であり、御指摘のように多くの場面において容認され得るとはいえませんが、その旨強調することは適当ではないと考えます。</p> <p>また、今回の改正において、可能な限り事業者の理解の助けになるような事例を追加しています。再販売価格維持行為に関しても、相談事例において独占禁止法上問題となるものではないと回答した事例を追加しています。</p>
39	第1部3(2)	<p>第1部3(2)を始め随所で用いられている「価格維持効果が生じる」と「価格競争を阻害する」の関係・異同を明確にされたい。(団体)</p>	<p>非価格制限行為の中には、①個々のケースに応じて、当該行為を行う事業者の市場における地位等から、「市場閉鎖効果が生じる場合」や、「価格維持効果が生じる場合」といった公正な競争を阻害するおそれがある場合に当たるか否かが判断されるもの及び②通常、価格競争を阻害するおそれがあり、当該行為を行う事業者の市場における地位を問わず、原則として公正な競争を阻害するおそれがあると判断されるものがあります。</p> <p>また、「価格維持効果が生じる場合」とは、非価格制限行為により、当該行為の相手方とその競争者間の競争が妨げられ、当該行為の相手方がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合をいいます。
40	第1部3(2)	<p>第1部3(2)第3段落は、非価格制限行為に関する記述であり、「②」に該当する場合は例外に過ぎないと考えられるにもかかわらず、単に①と併記することで、その適用範囲が実際よりも著しく広く誤解されるおそれがある。このため、「②通常」を「②例外的に」と修正すべきである。(弁護士)</p>	<p>御指摘の記載は、どちらが通常又は例外かを示しているのではなく、公正な競争を阻害するおそれの考え方として、それぞれ①又は②があることを示しているものです。</p> <p>なお、本指針第1部第2の各行為類型の記載において、①又は②のどちらで判断するかを明らかにしています。</p>
41	第1部3(2)	<p>本改正案は複数の事業者が非価格制限行為を行う場合には、市場閉鎖効果又は価格維持効果が生じる「可能性が高くなる」と述べている。一企業が他の企業に対する支配力もなく、契約関係もないにもかかわらず責任を負う可能性のある「集合効果」という概念を創り出しているように考えられる。独立して、合理的なビジネス理論に基づいて行為する企業は、その行為全般の評価だけでなく、その競合他社それぞれの行為及び相互の反応をも評価されること(實際上不可能なこと)を要求されるべきではないのであり、企業は他社の取引条件を知ることはできず、他社が行う可能性のある行為及びそれが最終的にどのような競争効果を生じるかを予想してその行為を制限する必要はない。したがって、この問題を解決するため、以下の対策を推奨する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 共謀の証拠がなければ、他の事業者による垂直的制限 	<p>垂直的制限行為は、当該行為によって公正な競争を阻害するおそれがある場合に不公正な取引方法として違法となるものであり、他の事業者が同様の行為を行っていることをもって直ちに違法となるものではありません。</p> <p>他方、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかは、ブランド間競争の状況やブランド内競争の状況など五つの事項を総合的に考慮して判断することとしており、当該行為によって生じ得る、競争を阻害する効果に加え、競争を促進する効果も考慮した上で判断することを、本指針第1部3(1)において明確にしています。このとき、他の事業者が同様の行為を行っている場合には、その競争への影響等も踏まえつつ判断することとなります。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>行為は、原則として、特定の企業の垂直的制限行為が独占禁止法違反であるかを分析する際に影響を及ぼさないとする。</p> <p>(弁護士)</p>	
42	第1部3(2)	<p>前回の改正で盛り込まれた累積効果に関する記述について、複数の事業者が並行的に制限行為を実施することで市場閉鎖効果や価格維持効果が生じやすくなることには異存はないが、事業者において他の事業者が如何なるマーケティング施策を実施しているかを認知することは困難であり、また情報収集を行うことでカルテルリスクが高まることが懸念される。同業者間でカルテルリスクを疑われるような情報交換は厳に慎むべきことであることを注意喚起すると共に、累積効果が懸念される場合には、適切に行政指導が行われるなど、事業者がある日突然違法リスクに晒されるような事態を当局として避ける工夫が必要であると考える。(団体)</p>	
43	第1部3(2)ア	<p>①「新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり事業活動に要する費用が引き上げられる、新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれる」と、②「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合」の関係が不明確である。現在の「①といった、②」との記載ではなく、「①<u>こと</u>によって②」と改めてはどうか。</p>	<p>御指摘の①「新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり事業活動に要する費用が引き上げられる、新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれる」は、御指摘の②「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合」の典型的なメカニズムを示したものであるため、御指摘のように「①<u>こと</u>によって②」とすることは適当ではないと考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>また、①の「新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり」は、「事業活動に要する費用が引き上げられる」と「新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれる」の双方に係ると思われるところ、これを明確にするため、「・・・確保することができなくなり」の後に読点を挿入してはどうか。</p> <p>なお、「新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれる」では、「意欲」という極めて主観的な表現が用いられているが、適法・違法性判断において、個々の事業者における主観的事情を考慮する趣旨ではないことを確認したい。</p> <p>(団体)</p>	<p>また、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては、個々の事業者における主観的事情のみから判断されるものではなく、当該行為が行われた状況を総合的に考慮して判断されるものです。なお、御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。</p> <p>「代替的な取引先を確保することができなくなり、<u>事業活動に要する費用が引き上げられる、</u>」</p>
44	第1部3(2)ア 第1部3(2)イ	<p>第1段落について、後記の理由から、改正案の記述を、以下のとおり修正するのが相当であると思料する。</p> <p>『「市場閉鎖効果が生じる場合』とは、非価格制限行為により、新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり、新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するおそれが生じる場合をいう。』</p> <p>(理由)</p> <p>①「事業活動に要する費用が引き上げられる、新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれるといった」の削除</p> <p>当該記載は、①市場閉鎖効果が生じるメカニズムは事案に応じて異なり、必ずしも、事業活動に要する費用が引き</p>	<p>研究会報告書において、「流通・取引慣行ガイドラインは、平成27年の改正において、垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準の考え方の明確化を図ってきたところであり、上記の分析プロセスの明確化に当たっては、その流れを踏まえつつ、適法・違法性判断基準の考え方を更に発展・深化させていくことが望ましい。具体的には、現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準である『新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合』(市場閉鎖効果)と『当該商品の価格が維持されるおそれがある場合』(価格維持効果)について、これらはメーカーと流通業者との取引といった枠組みを前提とした記載となっているが、ビジネスモデルの多様化に対応できるようにするために、経済学的な考え方を踏まえつつ、内容の更なる充実を図っ</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>上げられる」場合や「新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれる」場合に限られないこと、また、②「イ 価格維持効果が生じる場合」については、このような記載がないこととのバランスからも、上記記載については削除し、むしろ、「2 垂直的制限行為が競争に及ぼす影響についての基本的な考え方」の競争阻害効果の「例えば」の段落の中に記載するに留めるのが相当である。</p> <p>②「ような状態をもたらす」の削除 市場閉鎖効果による公正競争阻害性について、「農業組合の活動に関する独占禁止法上の指針」では、「競争事業者が組合員と取引する機会が減少することとなる」と表現していること、また、貴委員会は、実際の措置事件においても、「競争者との間の取引の機会が減少することになる」ものとして公正競争阻害性を認定しているのが通常であると解されることから、端的に、「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するおそれが生じる場合」と記載すれば足りること、また、逆に、「ような状態をもたらす」を挿入することによって、かえって、事業者に分かりにくい内容となるおそれがある。</p> <p>③「このようなおそれを生じさせない行為については、『市場閉鎖効果が生じる場合』とは認められない」の削除 適法な場合と違法な場合が完全に裏表の関係にある場</p>	<p>ていく必要がある。」といった提言がなされたことを踏まえ、市場閉鎖効果が生じる場合の考え方について、これまでの記載を充実化することで、考え方をより明確化しています。</p> <p>また、「市場閉鎖効果が生じる場合」の記述は、同報告書において「分析プロセスの明確化に当たっては、様々なビジネスモデルに応用できるようにするために、ある程度抽象化した上で総論的な考え方を示していく必要がある」といった提言がなされたことを踏まえ、できるだけ汎用性の高いものとなるようにしています。</p> <p>なお、御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました（下線は修正部分）。</p> <p>「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合をいい、<u>このようなおそれを生じさせない行為については、『市場閉鎖効果が生じる場合』とは認められない。う。』</u>」</p> <p>「当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合をいい、<u>このようなおそれを生じさせない行為については、『価格維持効果が生じる場合』とは認められない。う。』</u>」</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>合には、違法となる場合（市場閉鎖効果が生じる場合）を記述すれば十分である（「価格維持効果が生じる場合」についても同様。）。（弁護士）</p>	
45	<p>第1部3(2)ア 第1部3(2)イ</p>	<p>第3段落において、改正案は、「なお、『市場閉鎖効果が生じる場合』に当たるかどうかの判断において、非価格制限行為により、具体的に上記のような状態が発生することを要するものではない」として、「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態」が具体的に発生することは不要であるとしている。</p> <p>確かに、市場閉鎖効果による公正競争阻害性の認定において、現実には市場閉鎖効果が生じることは不要であるが、過去の審判決や現行のガイドラインに照らして、「代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれ」ないし「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するおそれ」が生じることは必要であると解される。かかる趣旨を明確にするため、上記記載は、下記のとおり、修正するのが相当である（「価格維持効果が生じる場合」についても同様。）。</p> <p>「なお、『市場閉鎖効果が生じる場合』に当たるかどうかの判断において、非価格制限行為により、具体的に新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少することを要するものではない。」</p> <p>「なお、『価格維持効果が生じる場合』に当たるかどうか</p>	<p>「具体的に上記のような状態」とは、市場閉鎖効果が生じる場合については「新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態」、価格維持効果が生じる場合については「当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態」に該当するものであり、御指摘の趣旨は本指針の記載から明らかであると考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		の判断において、非価格制限行為により、具体的に当該商品の価格が維持され又は引き上げられることを要するものではない。」(弁護士)	
46	第1部3(2)ア 第1部3(2)イ	<p>(意見) 第1部3(2)アのお書きについて、「なお、具体的に上記のような状態が発生していなくとも、『市場閉鎖効果が生じる場合』と判断することが妨げられるものではない。」と改めるべき。</p> <p>(理由) 原文の「要する」を維持するのであれば、「『市場閉鎖効果が生じる場合』に当たると判断する上で」とでもしないと表現として不自然である。第1部3(2)イのお書きも同様に改めるべき。(個人)</p>	御指摘の記載について、「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」第4の1(2)のお書きの記載を参考にしています。
47	第1部3(2)イ	<p>第1段落について、後記の理由から、改正案の記述を、以下のとおり修正するのが相当であると思料する。</p> <p>「『価格維持効果が生じる場合』とは、非価格制限行為により、当該行為の相手とその競争者間の競争が妨げられ、当該商品の価格が維持され又は引き上げられるおそれが生じる場合をいう。」</p> <p>(理由)</p> <p>販売地域の制限や取引先に関する制限などの非価格制限によって、価格維持効果が生じるのは、必ずしも、行為の相手方に市場支配力ないしそれに準じる力が形成される場合に限りないと解される。</p> <p>なお、貴委員会は、平成27年3月の流通・取引慣行ガイドラインの一部改正に際しての改正(案)に対する意見</p>	御指摘については、研究会報告書において、「流通・取引慣行ガイドラインは、平成27年の改正において、垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準の考え方の明確化を図ってきたところであり、上記の分析プロセスの明確化に当たっては、その流れを踏まえつつ、適法・違法性判断基準の考え方を更に発展・深化させていくことが望ましい。具体的には、現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準である『新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合』(市場閉鎖効果)と『当該商品の価格が維持されるおそれがある場合』(価格維持効果)について、これらはメーカーと流通業者との取引といった枠組みを前提とした記載となっているが、ビジネスモデルの多様化に対応できるようにするために、経済学的な考え方を踏まえつつ、内容の更

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>募集において、「メーカーがその意思で、『価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し又は引き上げる』という行為は、再販売価格の拘束に該当する行為であり、非価格制限行為の適法・違法性判断基準である『当該商品の価格が維持されるおそれがある場合』とは異なるものです。」と回答しており（No 89）、上記改正案の記載と整合していないように思われる。（弁護士）</p>	<p>なる充実を図っていく必要がある。」といった提言がなされたことを踏まえたものです。</p> <p>また、「価格維持効果が生じる場合」については、平成27年の改正において「非価格制限行為により流通業者間の競争が妨げられ、流通業者がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合」とされたものについて、上記のとおり、メーカーと流通業者との取引といった枠組みを前提とした記載から、ビジネスモデルの多様化に対応できるようにするために一般化したものであり、従来の考え方を改めるものではありません。</p>
48	第1部3(2)イ	<p>相手方（甲）が非価格制限行為（例 厳格な地域制限）を受けたとしても、相手方との競争事業者（乙）が同様の制限を受けなければ、価格維持効果が生じるおそれは考えられない。乙が甲のエリアで営業することは可能であり、ブランド内競争が生じるためである。したがって、価格維持効果が生じる場合の定義としては、「事業者による相手方に対する非価格制限行為及び当該事業者による相手方との競争事業者に対する同様の非価格制限行為により、当該行為の相手方とその競争事業者間の競争が妨げられ、当該行為の相手方がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合」とすべきである。（弁護士）</p>	<p>ある事業者が例えば厳格な地域制限を行う場合、通常、その取引の相手方である一連の流通業者に対して同様の制限を課すものと考えられます。したがって、御指摘の趣旨は既に反映されているものと考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
49	第1部3(3)ア	垂直的制限行為の典型的な正当化理由としてフリーライダー問題が取り上げられ、とりわけ再販売価格維持行為の「正当化理由」とされる。しかし、その説明でどこまでが「正当化理由」の要件であり、フリーライダー問題が生じやすい条件、フリーライダーによる影響を説明しているが、区分けが明確でないように思われる。これをそれぞれに段落を付け、分かりやすく記述されたい。(学者)	本指針第1部3(3)アの「フリーライダー問題」に関する記載については、垂直的制限行為によって生じ得る競争促進効果の典型例の一つとして記載しているものです。 一方、再販売価格の拘束についての「正当な理由」は、事業者による自社商品の再販売価格の拘束によって実際に競争促進効果(例えば、「フリーライダー問題」の解消等を通じたもの)が生じてブランド間競争が促進され、それによって当該商品の需要が増大し、消費者の利益の増進が図られ、当該競争促進効果が、再販売価格の拘束以外のより競争阻害的でない他の方法によっては生じ得ないものである場合において、必要な範囲及び必要な期間に限り、認められる、と既に明らかにしていますので、御指摘のような区分けをする必要はないと考えます。
50	第1部3(3)エ	第1部3(3)エの記述は、競争促進効果に関する一般論を述べるべきものであるところ、「当該部品メーカーが当該完成品メーカーに対し、一定数量の当該部品の購入を義務付けることが、特有の投資を行う上で有効となり得る。」との記述では、特定の制限行為のみに検討を加えるに過ぎず、部品購入の義務付け以外にも、競争促進効果を生む制限もあり得ると思われるので、「一定数量の当該部品の購入を義務付けることその他の制限を課すこと」という記述にすべきと考える。(弁護士)	御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「・・・一定数量の当該部品の購入を義務付けること <u>などが</u> 、特有の投資を行う上で有効となり得る。」
51	第1部3(3)エ	「特有の投資」の中に「開発/設計行為(開発/設計投資)」が含まれることを明記すべき。 事業者にとっては、開発投資を回収できるか否かも非常	「完成品メーカーの求める特定の要求を満たす部品を製造するための専用機械や設備の設置等」は「特有の投資」の例示であり、御指摘のような開発投資も「特有の投資」に含まれ得ると考

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		に重要であり、その点では、製造設備への投資に劣るものではない。(団体)	えます。
52	第1部3(4)	改正案は、「『市場における有力な事業者』によって当該行為が行われた場合に不公正な取引方法として違法となるおそれがあるものがある。」と記述しているが、不公正な取引方法に該当すれば、違法となるため、上記の記述は、「『市場における有力な事業者』によって当該行為が行われた場合に不公正な取引方法となるものがある。」とすべきである。(弁護士、個人)	御指摘の記載は、いわゆるセーフ・ハーバーに係るものですが、セーフ・ハーバーはあくまで目安であり、垂直的制限行為によって「市場閉鎖効果が生じる場合」又は「価格維持効果が生じる場合」に違法となるものであるため、事業者等にとっての分かりやすさの観点から、「不公正な取引方法として違法となるおそれがあるものがある。」という記載にしています。
53	第1部3(4)	欧米等の主要国の競争法においては、一般に、垂直的制限行為は、市場シェアが低い場合には、競争阻害効果が生じないという共通のコンセンサスがあることに加え、事業者の分かりやすさの観点からは、セーフ・ハーバーの対象となる行為類型だけを示すのではなく、まず、セーフ・ハーバーの対象とならない行為類型を特定した上で、当該行為類型以外の行為類型は、セーフ・ハーバーの対象となることを示すのが相当である。(弁護士)	今回の改正において、本指針で示されている行為類型のうち、セーフ・ハーバーの対象となる行為類型については、本指針第1部3(4)において明らかにしています。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
54	第1部3(4)	<p>「市場における有力な事業者」によって当該行為が行われた場合に不公正な取引方法として違法となるおそれがある行為類型として、「帳合取引の義務付け」もこれに当たるのではないかと考えられる。</p> <p>帳合取引の義務付けは、卸売業者間の小売業者への販売競争及び小売業者間の卸売業者からの仕入競争を制限するものであるため、この制限効果は「厳格な地域制限」の場合と同様に、市場における有力な事業者が行う場合は、ブランド内競争の制限効果は、容易にブランド間競争も影響を及ぼし、市場全体の公正な競争が阻害されるに至る（価格維持効果を生ずる可能性が高くなる）と思われる。競争への制限効果は、「地域外顧客への受動的販売の制限」ではなく、「厳格な地域制限」の考え方と同様であると考える。（弁護士）</p>	<p>本指針第1部第2の4(2)に記載しているとおり、帳合取引の義務付けは、卸売業者に対して、取引先として一定の小売業者を割り当て、他の卸売業者の帳合先となっている小売業者から取引の申出があっても、その申出に応じてはならないこととなり、これは、流通業者に対し割り当てられた地域外の顧客の求めに応じた販売を制限するのと同様の行為となります。このため、「価格維持効果が生じる場合」に当たるかどうかについては、本指針第1部第2の3(4)「地域外顧客への受動的販売の制限」において述べた考え方と同様となります。</p> <p>したがって、「帳合取引の義務付け」は、「市場における有力な事業者」によって当該行為が行われた場合に不公正な取引方法として違法となるおそれがある行為類型の対象ではありません。</p>
55	第1部3(4)	<p>いわゆるセーフ・ハーバー基準の適用が、非価格制限行為全般に適用されることを原則とするよう記述を改めるべき。</p> <p>改正案でセーフ・ハーバー基準の対象とされていない行為についても価格維持効果、市場閉鎖効果の判断において、行為者の市場シェアが一つの目安となることは多いと思われるので、セーフ・ハーバー基準を設けることが有用であるとする。（団体）</p>	<p>セーフ・ハーバーのシェア基準及び対象行為類型については、研究会等の検討も踏まえ、平成28年5月、対象行為類型は維持し、シェア基準を10%から20%に引き上げるなどしています。そこから約1年で流通・取引慣行の実態等が大きく変化しているわけではないため、今回の改正でシェア基準の更なる引き上げや、従来ガイドラインに記載されている行為類型に関し、セーフ・ハーバーの対象範囲の拡大等をする必要性はないと考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
56	第 1 部 3 (4)	<p>競争に多大な影響を与える企業結合ですらセーフ・ハーバーを「市場シェア 35%以下」としていることに鑑みれば、それと比較して競争に与える影響が小さい垂直的制限行為についても少なくとも 35%をセーフ・ハーバーの基準とすべきである。また、再販売価格維持行為や流通業者の取引先の制限及び小売業者の販売方法の制限については、今般のガイドライン改正案においても、セーフ・ハーバーの適用対象となっていない。これらの類型にも、同様の観点からセーフ・ハーバーを適用すべきである。(団体)</p>	
57	第 1 部 3 (4)	<p>「市場における有力な事業者」のシェアの目安は 30% 超とするべき。</p> <p>EU が 30%、米国も概ね EU と同様の運用状況であることを考えると、我が国も同様の基準とすべきと考える（わが国だけ低い基準とすることの理由が不明である）。</p> <p>(団体、弁護士)</p>	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
58	第1部3(4)	セーフ・ハーバーについては貴委員会において慎重な検討の結果、2016年の一部改正において既に見直しが行われたところである。当該見直しの際に、当連盟はセーフ・ハーバーの引き上げは競争に悪影響を与えるおそれがあるとして反対の意見を提出していたところであるが、少なくともこれ以上の緩和の検討を必要とするような状況の変化は全くないと考えられる。(団体)	
59	第1部3(4)	ガイドライン適用の前提となるシェアの算出については、新製品発売時や同種の商品が市場に存在しないといった市場創成期において、当該シェアをどのように捉えるべきかを示す具体例(仮想事例でも可)を追加すべき。(団体)	「市場における有力な事業者」における当該市場については、事業者等にとっての利便性向上の観点から、できるだけ簡便なものとなるよう、「制限の対象となる商品と機能・効用が同様であり、地理的条件、取引先との関係等から相互に競争関係にある商品の市場をいい、基本的には、需要者にとっての代替性という観点から判断されるが、必要に応じて供給者にとっての代替性という観点も考慮される。」との考え方を示しています。
60	第1部3(4)	事業者のシェアがこの基準を超えた場合でも、直ちにその事業者の行為が違法とされるわけではないことを示す具体例(仮想事例でも可)を追加すべき。(団体)	セーフ・ハーバーはあくまで目安であり、この目安を越えたのみで、その事業者の行為が違法とされるものではなく、当該行為によって「市場閉鎖効果が生じる場合」又は「価格維持効果が生じる場合」に違法となるものであることを明らかにしており、あえてセーフ・ハーバー基準を超えるにもかかわらず適法とされた事例を示す必要はないと考えます。 また、「市場閉鎖効果が生じる場合」又は「価格維持効果が生じる場合」に当たるかどうかについては、本指針第1部3(1)及び(2)において述べた考え方に基づき判断されることも明らか

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			かにしています。
61	第1部3(4)	<p>(意見)第1部の3(4)最終段落について、「市場閉鎖効果が生じる場合又は価格維持効果が生じる場合に当たらず」と修正すべきである。</p> <p>(理由)文脈上、ここで「公正な競争を阻害するおそれなく、」とより抽象的な判断基準に戻る必要性は全くない。「市場閉鎖効果が生じる場合又は価格維持効果が生じる場合に当たらず」と記述した方が、前段の繰り返しにはなるが、明快である。(個人)</p>	<p>本指針第1部3(1)及び(2)に示すとおり、「公正な競争を阻害するおそれ」とは、「市場閉鎖効果が生じる場合又は価格維持効果が生じる場合」を含むことは明らかであると考えます。</p>
62	第1部3(4)	<p>セーフ・ハーバーが限定的で企業にとって適用可否の予想が困難であれば、セーフ・ハーバーがもたらす便益は減少する(例えば、30%又は40%というより高い市場シェアの基準を推奨。)。20%のセーフ・ハーバーを確実に利用するには、このセーフ・ハーバーが「有力な事業者」の要件を満たす制限行為の類型のみに適用される趣旨であるのか、その場合には、第1部3(4)で明示される行為類型がその全てであるのかを明確にすべき(例えば、占有率リベート又は著しく累進的なりべとにセーフ・ハーバーが適用されるのか不明確。)</p> <p>また、垂直的制限行為を課す企業の市場における地位(「市場シェア、順位、ブランド力等」)が一般的に垂直的制限行為の合法性を判断するための要素として列挙されているが、恐らく、これは、市場シェアに基づくセーフ・</p>	<p>セーフ・ハーバーのシェア基準及び対象行為類型については、研究会等の検討も踏まえ、平成28年5月、対象行為類型は維持し、シェア基準を10%から20%に引き上げるなどしています。そこから約1年で流通・取引慣行の実態等が大きく変化しているわけではないため、今回の改正でシェア基準の更なる引き上げをする必要性はないと考えます。</p> <p>また、本指針に記載されている行為類型に関して、セーフ・ハーバーの対象範囲は、第1部3(4)に記載されているとおりです。占有率リベート及び著しく累進的なりべとについては、セーフ・ハーバーの対象である第1部第2の2(1)(取引先事業者に対する自己の競争者との取引や競争品の取扱いに関する制限)の考え方に従って違法性の有無が判断されるものです。</p> <p>なお、セーフ・ハーバーはあくまで目安であり、この目安を越えたのみで、その事業者の行為が違法とされるものではなく、当</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>ハーバー、又は、「有力な事業者」の判断基準に優越することはないと考え、本改正案においてこの点を明確にされることを提案する。(弁護士)</p>	<p>該行為によって「市場閉鎖効果が生じる場合」又は「価格維持効果が生じる場合」に違法となるものであることを明らかにしています。</p> <p>また、「市場閉鎖効果が生じる場合」又は「価格維持効果が生じる場合」に当たるかどうかについては、本指針第1部3(1)及び(2)において述べた考え方に基づき判断されることも明らかにしています。</p>
63	第1部第1の1 (1)	<p>公正取引委員会が再販売価格の制限行為を「原則として」違法と類型化することを見直し、そのような取引慣行に対して効果に基づく分析を適用することを推奨する。</p> <p>また、再販売業者が価格情報を広告又は表示する方法を指定するものの再販売価格を拘束しない価格表示広告の制限行為を分析する際には、公正取引委員会は、同一のアプローチを採用することが望ましい。</p> <p>小売価格維持行為及び価格表示広告制限が「原則として」違法とされるのであれば、主要な観点に関する指針を追加することを推奨する。再販売価格維持行為に関する「正当な理由」を詳細に議論することにより本改正案がより充実したものになることは明らかである。再販売価格維持行為が競争促進効果を生じ「正当」化されるのであれば(フリーライダー問題の防止を含め)、本改正案は関連の事例を示すことが望ましい。「正当な理由」の例示がなければ、「原則として」違法とする制度がもたらす予見可能性よりも、許容され得る再販売価格維持行為の範囲の不確</p>	<p>再販売価格維持行為についても、原則として本指針第1部3(1)において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って公正な競争を阻害するおそれがあるかどうか判断されます。その上で、再販売価格維持行為については、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることになるため、通常、競争阻害効果が大きく、原則として公正な競争を阻害するおそれがあると判断しているものです。</p> <p>また、御指摘のような価格に関する広告・表示の制限行為については、本指針第1部第2の6(2)のとおり、上記の再販売価格維持行為の考え方に準じて、通常、価格競争が阻害されるおそれがあり、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となります。</p> <p>なお、再販売価格維持行為について、「正当な理由」がある場合には例外的に違法とはならないこと及びその考え方については、本指針第1部第2の2(1)及び(2)において明確にしています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		実性が勝ってしまうだろう。(弁護士)	
64	第1部第1の1 (1)	<p>本改正案では、「原則として」違法となる再販売価格維持プログラムの類型を更に明確にすべき。特に、本改正案は、最高再販売価格維持行為には潜在的効果があることを明示的に認め、典型的に違法とすべきではない。小売価格への上限の設定が深刻な損害をもたらすとは考えにくく、むしろその恩恵の方が大きい。上記のように、一般的に競争促進効果を有する取引慣行は「原則として」違法な行為として扱われるべきではない。</p> <p>同様の理由から、安売り業者への販売禁止（第1部第24（4））及び価格表示広告の制限（第1部第2の6（3））は、それらが通常有する競争促進効果を鑑み、再販売価格維持行為として類型化されるべきではない。(弁護士)</p>	<p>再販売価格維持行為について、通常、競争阻害効果が大きく、メーカーが、流通業者に対し、「正当な理由」がないのに再販売価格の拘束を行うことは不公正な取引方法として違法となるとの考え方の再検討を要するような判決・審決などは、これまでのところ我が国では存在しません。</p> <p>他方、「正当な理由」については、本指針において「再販売価格の拘束によって実際に競争促進効果が生じてブランド間競争が促進され、それによって当該商品の需要が増大し、消費者の利益の増進が図られ、当該競争促進効果が、再販売価格の拘束以外のより競争阻害的でない他の方法によっては生じ得ないものである場合において、必要な範囲及び必要な期間に限り、認められる」と明確化しており、御指摘のような最高再販売価格維持行為に「正当な理由」があるかどうかは、上記の考え方にに基づき、個別具体的な事案に応じて判断されることとなります。</p> <p>なお、安売り業者への販売禁止及び価格表示広告の制限は、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適当であると考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
65	第1部第1の1 (2)	<p>流通業者からの要請を受けて答える場合であっても、「拘束」がなければ、直ちに違法とされるわけではないことは理解しているが、価格下落が想定以上に進行する市場においては、流通業者からの要請が頻繁に起こるケースも想定される。</p> <p>事業者（メーカー）としては、「聞かれて答える」ことが明確に違法ではないことをガイドライン上で明らかにして欲しい一方、コールマン事件のような事態に陥らせないようにする観点から、流通業者がメーカーに対して、他の流通業者の販売価格を是正させるよう要請することは、メーカーによる価格維持行為に繋がるおそれがあることに加え、流通業者間の価格カルテルに繋がるおそれのある行為であることを啓発するべきではないかと考える。（団体）</p>	<p>事業者（メーカー）が流通業者から希望小売価格等を「聞かれて答える」場合に、それによって再販売価格を拘束することにならなければ、それ自体再販売価格維持行為として問題となるものではありません。</p> <p>御指摘のとおり、「流通業者がメーカーに対して、他の流通業者の販売価格を是正させるよう要請することは、メーカーによる価格維持行為に繋がるおそれがあることに加え、流通業者間の価格カルテルに繋がるおそれのある行為である」ことは、各種の説明会等において啓発を行ってまいります。</p>
66	第1部第1の2 (1)	<p>（意見）第1部第1の2（1）（注5）を、「一般指定12項の該当性が問題となる」と修正すべきである。</p> <p>（理由）再販ですら、拘束があれば直ちに違法という判断基準は採用していないのであるから、これと平仄を合わせて、再販に関する本文の記述と同程度に慎重に書くべき。（個人）</p>	<p>御指摘については、本指針の記載から明らかであると考えます。</p>
67	第1部第1の2 (2)	<p>文中2行目の「実際に」は削除し、6行目を「・・・図られる現実的可能性が存在し」と改め、また、8行目の「生じ得ない」を「生じることが見込み得ない」と改めるべき。</p> <p>事業者がガイドラインを参照するのは、販売戦略立案時</p>	<p>御指摘の記載については、競争促進効果が販売戦略を選択する時点において現実化されていることを求めているものではありません。しかし、再販売価格維持行為における「正当な理由」は、当該行為によって実際に競争促進効果が生じてブランド間</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>が主であると思われるため、「実際に」競争促進効果が生じたか否かといった販売戦略の結果に言及することは、事業者による販売戦略の選択を過度に委縮させることとなる。</p> <p>また、再販売価格拘束行為の問題点として、公正競争阻害の「おそれ」という表記が用いられていることとの対比でも、「実際に」という表記は過度に過ぎる。</p> <p>競争促進効果が想定通り実現せず競争阻害効果のみが発現するリスクへの対応については、当該販売戦略に基づく競争促進効果有無の判断に十分な期間が経過した後に（想定された）競争促進効果が発現していない場合には、当該販売戦略を直ちに改めるべき、といった趣旨の注意的記述を追加することで足りると考える。（団体）</p>	<p>競争が促進され、それによって当該商品の需要が増大し、消費者の利益の増進が図られ、当該競争促進効果が、再販売価格の拘束以外のより競争阻害的でない他の方法によっては生じ得ないものである場合において、必要な範囲及び必要な期間に限り、認められることとなります。</p>
68	第 1 部 第 1 の 2 (2)	<p>「再販売価格の拘束」における「正当な理由」に該当するものとして、本指針第 1 部 第 1 の 2 (2) に記載されているもの以外に、真正な委託販売、単なる取次、100%子会社への販売がある。</p> <p>真正な委託販売については、本指針第 1 部 第 1 の 2 (7) ①で、単なる取次については同②で述べられている。しかし、真正な委託販売等を例外として扱うのは、「正当な理由」に該当するからである。100%子会社への販売については、課徴金算定の基礎となる売上額には含まれない取扱いがされている。そこで、例えば、本指針第 1 部 第 1 の 2 (2) の最後へ次を挿入してはどうか。</p>	<p>本指針第 1 部 第 1 の 2 (7) に記載しているとおおり、事業者の直接の取引先事業者が単なる取次ぎとして機能しており、実質的にみて当該事業者が販売していると認められる場合には、当該事業者が当該取引先事業者に対して価格を指示しても、通常、違法とはなりません。また、本指針（付）に記載しているとおおり、親会社が株式の 100%を所有している子会社の場合には、通常、親子会社間の取引又は兄弟会社間の取引は実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められ、これらの取引は、原則として不公正な取引方法による規制を受けないこととなります。</p> <p>御指摘の「正当な理由」の考え方は、上記のような取引関係には該当しない場合であっても、「正当な理由」がある場合には例</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>「また、当該取引の特質として、取引の相手方に対する価格拘束行為として、その者の価格決定の自由を拘束するとか、その者の競争業者間の競争が妨げられるのを防止する等の必要性が認められないものについても、「正当な理由」があるものとして取り扱うことは差し支えない。例えば、事業者が取引の相手方に対し、価格を指示する場合であっても、真正の委託販売業者である等の場合、その相手方が単なる取次業者である場合、100%子会社である等の場合」。(弁護士)</p>	<p>外的に違法とはならないというものであり、その具体的な考え方を本指針第1部第1の2(2)で示しています。</p>
69	第1部第1の2(3)	<p>事例eで「あの業者は安売りしているから、販売した商品を引き上げろ」とか、事例fで事業者が単に「あの流通業者が安売りしていることに苦情があったから、苦情がない程度の価格で販売してくれ」というように、具体的な価格を示さないでそれらの行為をさせた場合には違反ではないと考えてよいのか。(学者)</p>	<p>具体的な価格を示さなくても、事業者が流通業者の販売価格を拘束する場合には、原則として不公正な取引方法として違法となります。</p>
70	第1部第1の2(4)	<p>改正案に記載されている事例は、適法・違法が明確に判明できるものに限定されている。</p> <p>取引先の制限といった再販売価格維持行為以外の不公正な取引方法を手段として再販売価格が拘束されている事例が多いのであるから、子細な分析を必要とする事例も挙げるべきである。また、再販売価格維持、競争品の取扱い制限等の他の不公正な取引方法の手段として販売方法に関する制限をした事例を挙げ、分析の手助けとすべきで</p>	<p>本指針においては、具体例について、①、②のような、可能な限り事業者の理解の助けになるようなものを追加しています。</p> <p>① 相談事例において独占禁止法上問題となるものではないと回答した事例(萎縮効果を緩和し、一層の利便性の向上に資する。)</p> <p>② 抱き合わせ販売(主たる商品・従たる商品の具体例)、共同ボイコット(不公正な取引方法又は私的独占を適用したそれぞれの具体例)等の事例</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		ある。(弁護士)	
71	第1部第1の2 (7)	<p>文意明確化のため、第1部第1の2(7)②を「実質的にみて当該メーカーが <u>当該小売業者（又はユーザー）に直接販売している</u>と認められる場合」とすべきである（下線部を挿入）。</p> <p>なお、「場合であって、・・・いる場合」と「場合」が重なっているのは適切でない。最初の「する場合であって」は「指示し」と修正してはどうか。また、「②」の具体例で丸数字①②が再度出てきて紛らわしいので改善すべき。</p> <p>(個人)</p>	<p>御指摘については、前後の文脈から明らかであると考えます。</p> <p>また、具体例①及び②は、本指針第1部第1の2(7)全体の具体例になります。</p>
72	第1部第1の2 (7)	<p>再销售价格の拘束の例外となる「取次ぎ」への該当性判断に際して考慮される要素を、それらを列挙する等の形により明確に示すべき。</p> <p>過去の相談事例等を見ると、「取次ぎ」への該当性については、(1)在庫リスク、(2)貸し倒れリスク、(3)商品の滅失毀損リスク等の負担の大きさを総合的に考慮して判断しているものと思われるので、それら各考慮要素を列挙して判断基準を明確化した上で、(具体例)を記載する方が事業者の理解に資すると考える。(団体)</p>	<p>御指摘の点については、本指針第1部第1の2(7)①及び②において明らかにしています。</p> <p>また、今回の改正において、同(7)の具体例として相談事例において独占禁止法上問題となるものではないと回答した事例を二つ追記しました。</p>
73	第1部第1の2 (7)	<p>(意見1) 第1部第1の2(7)の具体例②は削除すべき。</p> <p>(理由) この相談回答は、二つの理由を挙げており、後者の理由の位置付けが不明である(両方の理由が必要なのかどうか)。さらに、1社だけに対する価格拘束ならば許さ</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。</p> <p>「・・・実質的にみてX社がZ社へ直接販売していると認められる <u>こと</u>。また、X社が指示するのはY社がZ社に納入する価</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>れるのかという問題を惹起することになるが、この事例を書くのであれば、1社のみに対する価格拘束は許されるかどうかについてガイドラインで記述することを要する。具体例としては、①だけで十分である。</p> <p>(意見2) この具体例②を維持する場合「産業機械部品」とすべきではないか。</p> <p>(理由) 「産業用部品」では意味不明である(相談事例集の記述を補うべき。)(個人)</p>	<p>格のみであり、Y社がZ社以外のユーザーに販売する際の価格や、Y社以外の代理店が販売する際の価格を指示するものではないことから、X社の産業用部品Aについての価格競争に与える影響はほとんどないと考えられる。したがって、独占禁止法上問題となるものではない。」</p> <p>なお、相談事例集に掲載されている事例は、相談者の説明及び相談者から提出された資料に基づき、その限りにおいて独占禁止法上の考え方を示したものであり、必ずしも他の事業者等の事業活動についてそのまま当てはまるものではありませんが、今回の改正において可能な限り事業者の理解の助けになるようなものを追加したものです。</p>
74	第1部第1の2 (7)	<p>具体例②は、(7)②(実質的にみて当該メーカーが販売していると認められる場合)の趣旨・規範を明確にするための事例であると考えられる。しかしながら、事例では(7)②の場合よりも要件が加重されていると誤解されるおそれがあるため、次のように記述を改めるべきである。</p> <p>最終文の「X社の産業用部品Aについての価格競争に与える影響はほとんどないと考えられ、」という部分は、価格競争に与える影響が(7)②に該当する要件になると誤解されるおそれがあるので、その点が誤解されないように記述すべきである。</p> <p>中段の「Y社が負う在庫管理に伴う危険負担は極めて低いと考えられることから、実質的にみてX社がZ社へ直接販売していると認められること、」という部分も、「在庫管理に伴う危険負担は極めて低い」と考えられる場合でないと、(7)②に該当しないと誤解されるおそれがあるので、かかる誤解がされないように記述すべきである。</p>	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>なお、(7)②の記述は、一般的な商社ビジネス（物流及び代金回収の責任を負うビジネスモデル）につき、それが再販売価格維持行為に当たらないことを明確にするものと理解されており、この意味で「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」であることが重要であり、商社が負担する在庫の危険負担の程度や、価格競争に与える影響は、違法性を左右する要件ではないことを確認したい。（団体、弁護士）</p>	
75	第1部第1の3	<p>流通調査は、しばしば、販売価格、販売先等を指示した上で、それが遵守されているか否かについての実態調査のために行われている。販売価格等を指示することは、独占禁止法上問題があることから、そうした指示等をしていない場合が多い。しかし、調査される流通業者にしてみれば、そのような調査は調査を実施している事業者から「安売り」することを監視されていると受け取られるおそれがある。そのおそれは事実上価格決定の自由を阻害する危険性がある。よって、流通調査については慎重に考えるべきであり、それが許容されるのは、例えば、アンケート調査やセールスマンの巡回調査の場合は、純粋な市場調査であることが明らかにされる必要があり、本指針第1部第1の3「・・・伴うものでない <u>ことが明確に示される場合に限り</u>、通常、問題とはならない。」と限定されるべきである。（弁護士）</p>	<p>御指摘のとおり、事業者の行う流通調査が、事実上価格決定の自由を阻害するようなものであれば違法となる可能性があり、純粋な市場調査であることを明らかにすることによって、より違法となる可能性は低くなると考えます。</p> <p>他方で、御指摘のように「明確に示される場合に限り」とすると、「明確に示される場合」とは具体的にはどのようなものかが曖昧であり、かえって事業者にとって過度の萎縮効果を生じさせる可能性もありますので、御指摘のような修正は適当ではないと考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
76	第1部第2の2 (1) ア	<p>本改正案の第1部第2の2では、取引先事業者と競争者との取引に対する垂直的制限行為には潜在的な競争促進効果があることを認めている。しかし、本改正案は同時に、「正当と認められる理由がある場合」を除いてそのような制限行為が「有力な事業者」により課され「市場閉鎖効果」を生じることを広く禁じている。本改正案は、ある企業が「有力」であるかどうかを説明するために、その企業が販売する製品の「ブランド力」や競争者の「供給余力」が小さい場合等の定義されていない要素を非限定的に列挙している。本改正案は更に、制限の期間が長期にわたるほど、制限の相手方の「数が多い」ほど、競争者にとって制限の相手方との取引が「重要である」ほど「市場閉鎖効果」が生じる可能性が高くなると述べ、判断を完全に主観的な分析に委ねている。制限を課す当事者の競争者との取引の制限に「正当な理由」がなければ違法となる場合に、二つの限定的な事例の他には、何が「正当な理由」に当たるのかについての指針が示されていない。</p> <p>競争者との取引制限がブランド間競争への不利な影響を現実には生じていない場合には独占禁止法違反とはならないことを本改正案においてより明確に示し、ブランド力や相対的重要性等の定義されていない要素の考え方について（これらを省略しないのであれば）説明を加えるよう推奨する。上記の理由から、本改正案の何が「市場閉鎖効果」を構成するかについての文言を削除するか、又は、定</p>	<p>「市場閉鎖効果が生じる場合」に当たるかどうかは、本指針第1部3(1)において示す適法・違法性判断基準の考え方によって判断されるものであり、同(1)において、ブランド間競争の状況も総合的に考慮することを明確にしています。ここで記載している「事業者が強いブランド力を有している場合」や「競争者の供給余力が総じて小さい場合」などは、市場閉鎖効果が生じる可能性が高まる場合を例示しているものであり、「市場における有力な事業者」の説明等を行っているものではありません（「市場における有力な事業者」と認められるかどうかについては、本指針第1部3(4)に示すとおりです。）。</p> <p>なお、御指摘のとおり、不公正な取引方法に該当し得る行為は、独占禁止法の目的である一般消費者の利益という観点から見て「正当な理由」がある行為であれば、違法とはなりません。しかし、どのような場合に「正当な理由」があるかどうかは、個別具体的な事案により様々であるため、具体的な行為類型ごとに、可能な限りその考え方等を明確にしており、第1部第2の2（自己の競争者との取引等の制限）においては、同(1)ウに示したとおりです。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		義を加えるべき。また、競争者との取引の制限が正当化される場合について詳細な説明を本改正案が示すことを推奨する。(弁護士)	
77	第1部第2の2 (1)イ	「取引の条件として」を追記した意図を確認したい。(団体)	例示されている具体的行為について、適用法条を明記することとしたため、明確化の観点から追記したものです。
78	第1部第2の2 (1)イ	第1部第2の2(1)イの第2段落の「総じて」という表現は、あいまいな用語であり、かつ、そうでない場合との比較で論じているので、「総じて」との限定を加える必要はないと考えられる。(弁護士)	御指摘の記載は、排除型私的独占ガイドラインの記載を参考にしています。
79	第1部第2の2 (1)イ	改正案第1部の3(1)及び(2)アで示されている考慮要素は、第1部3(1)の各要素であり、改正案が、「例えば」として掲げている要素のうち、「競争者の供給余力」、「制限の期間」は、改正案第1部の3(1)及び(2)アでは挙げられておらず、他方、排除型私的独占ガイドラインでは、排他的取引により、排除行為が生じるか否かの判断の考慮要素に含まれている。 また、EU競争法などの海外の競争法では、市場閉鎖効果の有無・程度の分析において、市場閉鎖の程度と並んで行為の期間が重要であるとされているのに対し、改正案は、第1部の3(1)及び(2)アにおいて、行為の期間を考慮要素として挙げていない(上記のとおり、第1部第2の2で初めて、「例えば」として指摘されている)。 そこで、改正案においては、排除型私的独占ガイドライ	御指摘の「例えば」以下で記載している内容は、市場閉鎖効果が生じる場合の考慮要素ではなく、行為類型ごとに市場閉鎖効果が生じる可能性が高くなる状況を具体的に明らかにしているものです。 なお、御指摘の「競争者の供給余力」は、本指針第1部の3(1)の「①ブランド間競争の状況(市場集中度、商品特性、製品差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性等)」に、「制限する期間」は、同(1)の「④垂直的制限行為の対象となる取引先事業者の事業活動に及ぼす影響(制限の程度・態様等)」に、それぞれ含まれます。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		ンの記述と整合的にし、行為の期間が「市場閉鎖効果が生じる場合」に当たるかどうかを判断する際の考慮要素の一つであることを明示するのが相当である。(弁護士)	
80	第1部第2の2 (2)	第1部第2の2(2)アにおいて、「競争者の取引の機会を減少させるおそれ」について言及している一方、(2)イにおいて、「市場閉鎖効果が生じる場合」について言及されているが、この二つの概念を使い分ける意味はないと考えられるため、(2)アの「しかし、次のイのように競争者に対抗して価格を引き下げた場合には自己との取引を継続することを相手方に約束させることは、競争者の取引の機会を減少させるおそれがある。」という部分は削除し、(2)イの冒頭を「しかし、」とすれば足りると思われる。(弁護士)	御指摘については、事業者等にとっての分かりやすさの観点から、アは対抗価格設定による競争者との取引の制限に係る一般論について、イはその具体的な独占禁止法上の考え方について、それぞれ示しているものです。
81	第1部第2の2 (2)	第1部第2の2(2)に、「・・・引き下げれば、当該取引先事業者は当該競争者とは取引しないこと又は自己との従来の取引数量を約束させて取引し」とあるが、この部分、日本語としては意味が通じない分かりにくさがある。(事業者)	この記載は、当該取引先事業者に対し、「当該競争者とは取引しないこと」又は「自己との従来の取引数量を維持すること」を約束させて取引するという趣旨です。
82	第1部第2の3 第1部第2の4	本改正ガイドラインの第1部第2の3及び4は、販売地域／取引先に関する制限について論じている。この種の制限を考える場合には、下流の取引先(例えば、地域的な流通業者)が、自ら自身の販売地域を制限するよう求めるインセンティブがある場合があることを認識しておくこと	流通業者からの求めに応じてか否かにかかわらず、各行為類型ごとに示す考え方に従って判断されることとなります。例えば、市場における有力な事業者が流通業者に対し厳格な地域制限を行い、これによって価格維持効果が生じる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となります。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>が重要である。</p> <p>また、我々は、委託販売は当該規制の対象ではなく、委託販売における当該制限は許容され得ることを説明することが重要であると考え。当部会は、真正の委託販売の場合、流通業者の取引先又は販売地域の制限を構成しないことに言及しておくことが有益と考える。(弁護士)</p>	<p>なお、委託販売については、その契約内容等は個別具体的な事例に応じて様々であり、販売地域に関する制限や流通業者の取引先に関する制限が行われた場合に違法となるか否かも事例ごとに判断されることとなります。</p>
83	第1部第2の3 (1)	<p>冒頭の部分では「事業者は・・・取引先事業者に対し」となっているが、続く四つの例を見ると、いずれも「事業者が流通業者に対して」になっている。もしこの行為類型で想定される取引先事業者が流通業者なのであれば、冒頭部分も「事業者は・・・流通業者に対して」とした方が、分かりやすい。(学者)</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。</p> <p>「事業者は、例えば、マーケティングの一環として、<u>取引先事業者-流通業者</u>に対し、販売地域に関し次のような制限を課すことがある。」</p>
84	第1部第2の3 (1)	<p>販売地域に関する制限は、「責任拠点制」、「販売拠点制」、「厳格な地域制限」、「地域外顧客への受動的販売の制限」の四つの類型に尽きるものではない。他方、販売地域に関する制限に関して懸念される競争阻害効果は、制限の態様を問わず、価格維持効果という点で共通する。</p> <p>したがって、記載の順序としては、まず、冒頭で、販売地域に関する制限について懸念される競争阻害効果を一般的に説明した上で、次に、販売地域に関する制限の例として4類型を示し、その上で、適法・違法性判断基準を説明するというアプローチが妥当であると考え。(弁護士)</p>	<p>御指摘については、「次のような制限を課すことがある」としており、四つの行為類型に限定しているものではありません。そして、事業者等にとっての分かりやすさの観点から、まず販売地域に関する制限の具体例として四つの行為類型を示した上で、それぞれの適法・違法性に係る考え方を説明しています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
85	第1部第2の3 (1)	用語の問題であるが、今般の改正により、「地域外顧客への販売制限」が「地域外顧客への受動的販売の制限」に改められたことから、「厳格な地域制限」については、事業者への分かりやすさの観点から、「地域外への能動的販売の制限」又は「地域外顧客への能動的販売の制限」に改めるのが相当である。(弁護士)	本指針制定以降、「厳格な地域制限」という用語は既に広く認識・使用されているものと考えられ、御指摘のような修正を行うと分かりにくくなる可能性があると考えます。「地域外顧客への販売制限」を「地域外顧客への受動的販売の制限」としたことも、「厳格な地域制限」との差異を明らかにするだけではなく、本指針制定当時の考え方を変更するものではないことが明らかとなるよう修正を行ったものです。
86	第1部第2の3 (1)(2)	第1部第2の3(1)①では責任地域制、②では販売拠点制につき、それぞれ「下記③又は④に当たらないもの」と定義しているので、(2)で「厳格な・・・に該当しない限り、」と記述するのは同義反復になる。したがって、同記述は削除すべきである。(弁護士)	御指摘の記載は、事業者等にとっての分かりやすさの観点から記載しているものです。
87	第1部第2の3 (2)	第1部第2の3(2)第2段落の「販売活動」は、「販売促進活動」が適切ではないか。(団体)	御指摘の「販売活動」は第1部第2の3(1)①等で使用されている「販売活動」と同義であり、販売促進活動も含まれます。
88	第1部第2の3 (2)	「当該地域外や当該顧客外を対象とした販売を制限する」という記述に日本語として多少の違和感を覚える。「当該地域以外の地域や当該顧客以外の顧客を対象とした販売を制限する」としてはどうか。(学者)	御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「しかし、 <u>当該地域外や当該顧客外</u> 当該一定の地域や顧客以外の地域や顧客を対象とした販売を制限するなど」
89	第1部第2の3 (3)	第1部第2の3(3)第2段落で、「価格維持効果が生じることとなる」と断言しているが、この場合に言えるのは、せいぜい「価格維持効果が生じる可能性が高くなる」という程度であると思われるので、その旨修正すべきである。これにより、同第2段落の「また」以下の記述とも整合する。(弁護士)	御指摘の記載は、「市場が寡占的であったり、ブランドごとの製品差別化が進んでいて、ブランド間競争が十分に機能しにくい状況の下で、市場における有力な事業者によって」行われるという限定的な状況において、厳格な地域制限が行われる場合を例示として記載しているものです。 なお、御指摘の「また」以下の記載は、厳格な地域制限が行わ

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			れる場合における一般的な考え方を記載しているものです。
90	第 1 部 第 2 の 3 (4)	本改正案では、供給者が指定する地域外の顧客に対する受動的販売の制限が、ブランド内競争を制限する効果を元来有するがために、制限行為を行う者が有力な事業者であるか否かを問わず違法であることを示唆しており、「価格維持効果」を示すことを求めている。このような取扱いは、ブランド間競争に対する潜在的な有効性を犠牲にしてブランド内競争を過剰に保護することになり、最終的には消費者に不利益をもたらす。ブランド間競争への現実かつ相当の不利な影響がなければ、許容されるべきと考える。(弁護士)	「価格維持効果が生じる場合」に当たるかどうかは、本指針第 1 部 3 (1) において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って判断されるものであり、同 (1) において、ブランド間競争の状況も総合的に考慮することを明確にしています。 また、事業者が流通業者に対して一定の地域を割り当て、地域外での販売を制限することが「厳格な地域制限」に当たりますが、「地域外顧客への受動的販売の制限」は、それに加えて地域外の顧客からの求めに応じた販売をも制限しているため、よりブランド内競争を制限する効果が大きくなります。ただし、上記のとおり、「価格維持効果が生じる場合」に当たるかどうかについては、ブランド間競争の状況も総合的に考慮することとなるため、ブランド内競争を過剰に保護することにはならないと考えます。
91	第 1 部 第 2 の 3 (4)	第 1 部 第 2 の 3 (4) の記述は、「情報を継続して受け取ることとした顧客」が具体的に何を指しているのか明確でないと思われる。したがって、「当該流通業者からメルマガ受信やダイレクトメールの通知を受けるなどして情報を継続して受け取ることとした顧客が、」とするなど、例示を加えるべきと思われる。(弁護士)	御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「 <u>メールマガジンを受信するなど</u> 、当該流通業者からの情報を継続して受け取ることとした顧客が、当該情報を見て当該流通業者に注文し、その結果販売につながった場合も同様である。」
92	第 1 部 第 2 の 4	ある行為が価格競争を減少させ若しくは排除するか、又は、価格維持効果を有するか否かを判断する基準が不明確であると考えられる。さらに、競争への不利な影響(例えば、	「価格維持効果が生じる場合」に当たるかどうかは、本指針第 1 部 3 (1) において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って判断されるものであり、同 (1) において、ブランド間競争の

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>「価格維持効果」が現実には発生していることの証明が違法性のテストの要件となっていない。実際、供給者がその流通ネットワークから安売り業者を排除したいという選好は、供給者の製品のブランド力を保護することでブランド間競争を強化する可能性がある。したがって、流通業者の取引先に関する制限が許容性の高いアプローチを保証する非価格制限であることを認める内容に本改正案を修正されるよう提案する。(弁護士)</p>	<p>状況も総合的に考慮することを明確にしています。また、不公正な取引方法は、公正な競争を阻害する「おそれ」がある場合に禁止されるものであるため、例えば、具体的に「当該行為の相手方とその競争者間の競争が妨げられ、当該行為の相手方がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態」が発生することを要するものではありません。</p> <p>なお、安売り業者への販売禁止は、事業者が卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者へ販売しないようにさせることであり、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適当であると考えます。</p>
93	第1部第2の4 (1)	<p>「流通業者の取引先に関する制限」について、記載の順序としては、いきなり流通業者の取引先に関する制限を三つの類型に分類して、それぞれについて、適法・違法性判断基準を示すのではなく、まず、冒頭で、流通業者の取引先に関する制限について懸念される競争阻害効果を説明した上で、次に、取引先に関する制限の例を示した上で、それぞれについて、適法・違法性判断基準を説明するというアプローチが妥当であると考えます。(弁護士)</p>	<p>事業者等にとっての分かりやすさの観点から、まず流通業者の取引先に関する制限の具体例として三つの行為類型を示した上で、それぞれの適法・違法性に係る考え方を説明しています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
94	第1部第2の4 (3)	第1部第2の4(3)は、「仲間取引の禁止が、・・・安売り業者への販売禁止のために行われる場合」と記述するが、主観的目的により判断すると誤解されるおそれがあるので、「・・・手段として行われる場合」と修正すべきである。(弁護士)	主観的目的により判断されるものではなく、他の流通業者に対する対応、関連する事情等の取引の実態から客観的に判断されるものです。
95	第1部第2の4 (4)	(意見)「ある小売業者が安売りを行っている場合に、そのことを理由として当該小売業者に販売しないようにさせること」と修文すべきである(なお書きも同様に修文すべき)。 (理由)この文章は、言語表現的に分かりにくいので、明確化のため。(個人)	本指針制定当初からこのような表現を用いており、御指摘部分について内容の変更もないことから、特に修正する必要はないと考えます。
96	第1部第2の4 (4)	「卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者へ販売しないようにさせること」は、「再販売価格維持行為」そのものであり、2回目の違反であれば課徴金が課される行為である。このため、『再販売価格維持行為』において述べた考え方に準じて」との記述では、課徴金の対象になるのかならないのか、誤解を招くおそれがある。 第1部第1の2(3)②のe, fは、「何らかの人為的手段を用いることによって、当該価格で販売するようにさせている場合」の例示であり、「安売り業者への販売禁止」は、その典型例ともいうべき場合であるから、公取委は、これらの行為は独占禁止法2条9項4号に該当するとの解釈を採るものと思料する。今後は、「安売り業者への販売禁止」は一般指定2項又は12項の問題として処理する	御指摘の記載は、公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断等に当たって、再販売価格維持行為の考え方に準じることを示しているものです。また、従来の考え方を変更するものではありません。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>というのであれば、その旨記述すべきであり、少なくとも、「準じて」というあいまいな表記は避けるべきである。(弁護士)</p>	
97	第 1 部 第 2 の 4 (4)	<p>今回の原案で加えられた下線部は、現行のガイドラインよりも迂遠な説明(再販についても行っていなかったような説明をなぜここで展開するのか不可解である。)であり、現行ガイドラインの記述を維持するのが望ましい。</p> <p>仮に改正原案を維持するとしても、「最も基本的な事項に関する行為」は、明らかに弱すぎる表現であり、「事業活動の基本を阻害する」といった表現にすべきである。</p> <p>なお、「再販売価格維持行為において述べた考え方に準じて」の部分は、「準じて」という用語の用法として適切でなく、「再販売価格維持行為と同様」とするべき。(個人)</p>	<p>御指摘の記載は、研究会報告書において、「非価格制限行為のうち、原則違法となる行為類型(『安売り業者への販売禁止』及び『価格に関する広告・表示の制限』)については、『事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する』という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、『通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法』となるという、これまでの考え方を維持することが適当である。」といった提言を踏まえたものです。</p>
98	第 1 部 第 2 の 4 (4)	<p>安売り業者への販売禁止に、「通常、価格競争を阻害するおそれ」があるとは限らない。ブランドイメージを維持・向上させ、消費者満足度が上がるなどの競争促進効果が生じることもある。</p> <p>また、選択的流通について、「たとえメーカー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。」と規定しており、安売り業者への販売禁止を原則として違法としていることと整合しない。</p> <p>したがって、安売り業者への販売禁止を「選択的流通」</p>	<p>安売り業者への販売禁止は、事業者が卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者へ販売しないようにさせることであり、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適当であると考えます。</p> <p>他方、事業者が選択的流通を採用した場合に、商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準を満たさない事業者とは取引をせず、それらの事業者の中に特定の安売り業者が含まれてい</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		の一形態として、原則として適法とし、例外としてどのような場合が違法となるのか、具体例を明記すべきである。(団体)	ても、その基準が、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、通常、問題となりません。 したがって、両者の整合性に問題はありません。
99	第1部第2の4 (4)	研究会の議論を通じて、原則違法の考え方が維持されたが、非価格制限行為に原則違法が含まれることに違和感があること、これらの行為によっても価格維持効果が生じないケースも想定されることから、ケースバイケースでの判断とするよう、考え方を改めていただきたいと考える。(団体)	安売り業者への販売禁止は、事業者が卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者へ販売しないようにさせることであり、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適切であると考えます。
100	第1部第2の4 (4)	安売り業者への販売禁止とは、ガイドライン上、「安売りを行うことを理由に」販売しないようにさせる行為と定義されている。こうした行為が、通常価格競争を阻害するおそれを有することは明らかであると考えられるため現行の記載は適切であると考え。(団体)	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
101	第 1 部 第 2 の 4 (4)	<p>「安売り業者への販売禁止」は、「自己の販売価格を自主的に決定するという事業者の事業活動において最も基本的な行為に關与する行為である」として、原則違法としている。しかし、現在の実務では、選択的流通制度を正当化する「それなりの合理的な理由」が、どの範囲で認められるのか明確でないことから、改正案の指針のままでは、「安売り業者への販売禁止」と「選択的流通」の適用関係が明確でなく、今後、特に選択的流通制度と電子商取引との関係で、実務に混乱が生じかねないと思われる。</p> <p>価格維持効果が高く、原則違法とするのが相当な販売先に関する制限の類型を維持しつつ、他方で、選択的流通に関する指針との適用関係を整理するためには、改正案を下記のとおり、修正するのが相当であると思料する。</p> <p>「事業者が、卸売業者に対して、合理的な理由なく、安売りを行う小売業者へ販売しないようにさせることは、事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定するという事業者の事業活動において最も基本的な行為に關与する行為であるため、前記第 1「再販売価格維持行為」において述べた考え方に準じて、通常、価格競争が阻害されるおそれがあり、原則として、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定 2 項（その他の取引拒絶）又は 12 項。）」（弁護士）</p>	<p>安売り業者への販売禁止は、事業者が卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者へ販売しないようにさせることであり、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に關与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるものです。</p> <p>他方、事業者が選択的流通を採用した場合に、商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準を満たさない事業者とは取引をせず、それらの事業者の中に特定の安売り業者が含まれていても、その基準が、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、通常、問題となりません。</p> <p>したがって、両者の整合性に問題はありません。</p> <p>なお、選択的流通については、研究会報告書において「事業者の販売戦略におけるオンライン取引の位置付けなど、世界的にも活発な議論が行われている論点であるため、具体的事例の蓄積等を踏まえつつ、引き続き検討を行っていくことが重要である。」との提言が示されています。</p>
102	第 1 部 第 2 の 4 (4)	<p>なお書きについて、現行ガイドラインでも何を言いたいのかわからない部分であるが、メーカーが安売り卸に対して</p>	<p>第 1 部 1 に「卸売業者や小売業者といった流通業者」と記載してあるとおり、御指摘の記載については、事業者が直接取引をし</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		出荷停止する場合なのか、メーカーが（直接取引をしている）安売り小売業者に対して出荷停止する場合なのか、あるいはその両方なのか明確に記載すべきである。（個人）	ている卸売業者や小売業者といった流通業者に対して、安売りを行うことを理由に出荷停止する場合であることは明らかであると考えます。
103	第1部第2の4(4)	第1部第2の4(4)の注8は、「安売りを行うことを理由」とするかどうかにつき、「他の流通業者に対する対応、関連する事情等の取引の実態から客観的に判断される。」と記述する一方、第1部第2の5の「選択的流通」においては、「選択的流通制度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」と記述する。このため、「安売りを行うことを理由」とするかどうかを判断する上で、「選択的流通制を採用した結果」かどうかを考慮されることになるはずなので、そのことが注8でも分かるように記述すべきである。（弁護士）	事業者が選択的流通を採用した場合に、商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準を満たさない事業者とは取引をせず、それらの事業者の中に特定の安売り業者が含まれていても、その基準が、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、通常、問題となりません。御指摘の内容については、注8に示す「他の流通業者に対する対応、関連する事情等の取引の実態」に含まれると考えます。
104	第1部第2の5	選択的流通について、ブランドイメージの維持・向上についても、消費者の満足を高めるという広い意味での消費者の利益を高めることになるから、「それなりの合理的な理由」として例示するべきである。（団体）	<p>「選択的流通」が、通常問題とならないためには、当該選択的流通が消費者の利益の観点からのそれなりの合理的な理由に基づいている必要があります。事業者がブランドイメージの維持・向上のために実際に行う選択的流通が、いかなる場合でも「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」とは一概にはいえないものと考えます。</p> <p>なお、研究会報告書において、「選択的流通については、事業者の販売戦略におけるオンライン取引の位置付けなど、世界的にも活発な議論が行われている論点であるため、具体的事例の蓄積等を踏まえつつ、引き続き検討を行っていくことが重要で</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
105	第1部第2の5	<p>第1部第2の5の「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」との記述については、インターネット取引の場合にどう解釈するのか不明という問題がある。</p> <p>一般的には、選択的流通を採用する事業者は、当該商品の性質上、流通業者が消費者に対して直接対面で説明することを基準にすることも多いとされるが、インターネットを利用して販売する際には、十分な情報提供を行うことを条件にして取引している例もあるとされる。他方、第1部第2の3(4)の地域外顧客への受動的販売の制限においては、「インターネットを利用した取引を停止させることは、地域外顧客への受動的販売の制限に当た」とされている。そこで、選択的流通制度を採用した結果、基準を満たさず、当該商品を取り扱うことができない場合も想定される。第1部第2の4(4)の例示だけでは、「インターネットを利用した取引を停止させることは、地域外顧客への受動的販売の制限として問題とされる」との誤解を生じさせるおそれがあるので、特定の安売り業者等には、インターネットを利用した取引業者が含まれる旨を明記すべきである。(弁護士)</p>	<p>ある。」との提言が示されています。</p> <p>選択的流通の考え方は、インターネットを利用した取引か実店舗における取引かで基本的な考え方を異にするものではありません。</p> <p>なお、研究会報告書において、「選択的流通については、事業者の販売戦略におけるオンライン取引の位置付けなど、世界的にも活発な議論が行われている論点であるため、具体的事例の蓄積等を踏まえつつ、引き続き検討を行っていくことが重要である。」との提言が示されています。</p>
106	第1部第2の5	<p>インターネット販売を営む企業においては、何らの合理的な理由を示されないままに、メーカーや卸業者などから</p>	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>取引を制限され、販売を見送る事態を余儀なくされている。結果として、消費者が購入の選択肢と利便性を失い、高い価格の商品購入を強いられ、また、多くの個人事業主や中小企業者がインターネットという新たな販路を失っている。このため、「(略) 通常、問題とはならない。」の後に、以下の文言を追記していただきたい。</p> <p>「例えば、インターネットを利用した販売において、事業者が自社の商品を自社サイトでは販売しているにも係らず、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がなく、他のインターネットを利用した流通業者に対して当該商品の取扱いを制限する場合には、問題となる。」(団体)</p>	
107	第 1 部 第 2 の 6 (1)	<p>「小売業者の販売方法に関する制限」の制限の一つに、「広告・表示の制限」を含めるのであれば、記述の整合性のため、6 (1) で言及しておくべきである。(個人)</p>	<p>御指摘については、これまでの記載と同じであり、紛れはないものと考えます。</p>
108	第 1 部 第 2 の 6 (3)	<p>(意見) 第 1 部 第 2 の 6 (3) の「販売方法の一つである広告・表示の方法について、次のような制限を行うことは」の「方法」は削除すべきである。</p> <p>(理由) 第 1 部 第 2 の 6 (3) ①及び②で記述されているのは、広告・表示の「方法」の制限ではなくて「価格についての広告・表示をすることの制限」又は「広告の内容の制限(価格表示の制限)」である。(個人)</p>	<p>御指摘の第 1 部 第 2 の 6 (3) ①及び②については、従来から広告・表示の「方法」の制限に含まれるものとして記載されています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
109	第 1 部 第 2 の 6 (3)	<p>価格に関する広告・表示の制限は、販売価格の拘束に繋がりがやすい行為であるが、改正案の 6 (3) の「次のような制限を行うことは、事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定するという事業者の事業活動において最も基本的な行為に關与する行為である」との記述は、いくら何でも行き過ぎである。</p> <p>したがって、下記のおり、修正するのが相当である。</p> <p>「また、販売方法の一つである広告・表示の方法において、次のような制限を行い、事業者の販売価格を拘束する場合には、事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定するという事業者の事業活動において最も基本的な行為に關与する行為であるところ、下記制限を行うことは、通常、これによって価格競争が阻害されることに繋がるおそれがあり、原則として、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定 12 項）」（弁護士）</p>	<p>価格に関する広告表示制限は、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に關与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適当であると考えます。</p>
110	第 1 部 第 2 の 6 (3)	<p>第 1 部 第 2 の 6 (3) の「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定するという事業者の事業活動において最も基本的な事項に關与する行為であるため、前記第 1 『再販売価格維持行為』において述べた考え方に準じて、」という文は全面的に修正を要する。</p> <p>そもそも、ここで言及している広告・表示の制限は、「販売価格の自主的決定」に関わるのではなく、販売価格を自主的に決定した後の営業活動に関わることである。これは広告表示の制限の問題点を的確に記述しているものと</p>	<p>御指摘の記載は、研究会報告書において、「非価格制限行為のうち、原則違法となる行為類型（『安売り業者への販売禁止』及び『価格に関する広告・表示の制限』）については、『事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する』という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に關与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、『通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法』となるという、これまでの考え方を維持することが適当である。」といった提言を踏まえたもので</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		はいえない。また、再販と同様に公正競争阻害性を持つものではあるが、再販とはこのガイドラインの体系上、別のものとして位置付けられるのであり、再販を持ち出して説明するのはミスリーディングである。(個人)	す。
111	第 1 部 第 2 の 6 (3)	価格に関する広告・表示の制限について、安売り業者への販売の禁止と同じく原則違法となる行為類型となっている。最終購入価格ではなく、店頭やチラシの表示価格に事業者が一定の関与をすることが、価格競争を阻害する要因となることは必ずしも言えず、メーカーと小売業者が商品開発・マーケティング活動・商品価値の訴求において適切な協力体制を構築し、消費者(顧客)に適切な商品価値や情報をもたらすことにつながると考える。(団体)	価格に関する広告表示制限は、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適当であると考えます。
112	第 1 部 第 2 の 7 (1)	<p>排除型私的独占ガイドラインでは、組み合わせされた商品の価格が低くなる場合も抱き合わせの類型として明示しているが、本改正案では言及されていない。ある商品を購入することで別の商品が入手できることを明示的に条件付ける抱き合わせと、二つ以上の商品を購入することで価格が低くなる商品の組み合わせによる割引とは重要な相違点があり、商品の組み合わせのみに着目していることを明らかにすべき。</p> <p>また、市場閉鎖効果のテストは明確であるとは言えず、推論による分析に陥りやすくなる。さらに、ある商品の供給に併せて他の商品を「購入させること」に当たるか否かの判断についての説明は、「少なからぬ顧客」が「余儀な</p>	<p>本指針における「抱き合わせ販売」とは、取引の相手方に対し、ある商品(主たる商品)の供給に併せて他の商品(従たる商品)を購入させることです。ある商品の供給に併せて購入させる商品が「他の商品」といえるか否かについては、組み合わせさ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され、当該商品の供給に併せて他の商品を「購入させること」に当たるか否かは、ある商品の供給を受けるに際し客観的にみて少なからぬ顧客が他の商品の購入を余儀なくされているか否かによって判断されます。</p> <p>「市場閉鎖効果が生じる場合」に当たるかどうかは、本指針第 1 部 3 (1) において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って判断されるものです。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>くされている」か否かを客観的に測定する方法が示されていないため、事業者及び事業者への助言提供者に対して十分な指針を示していない。</p> <p>加えて、注 10 の記述が独立した違法性の基準なのか、又は（有力な事業者、市場閉鎖効果等の）他の要素の存在を必要とするのか不明である。</p> <p>以上の観点から、本改正案において、(1) 抱き合わせ販売を構成する場合とそうでない場合とを定義すること、(2) 抱き合わせ販売を構成する範囲から組み合わされた商品の割引を除外すること、(3) 不公正な取引方法として抱き合わせ販売の違法性を判断するための単一の、明確に定義され、かつ、客観的な基準を示すこと、並びに、(4) その基準と、抱き合わせ販売に適用される排除型私的独占ガイドラインの基準とを一致させることを提案する。（弁護士）</p>	<p>また、抱き合わせ販売は、市場閉鎖効果が生じる場合だけではなく、価格、品質、サービスを中心とする能率競争の観点から、競争手段として不当である場合にも、不公正な取引方法として違法となります。この判断に当たっては、主たる商品の市場力や従たる商品の特性、抱き合わせの態様のほか、当該行為の対象とされる相手方の数、当該行為の反復、継続性、行為の伝播性等の行為の広がりを経済的に考慮して判断することとなります。具体的な事例としては、藤田屋事件（平成 4 年 2 月 28 日審判審決、平成 2 年（判）第 2 号）があります。</p> <p>なお、本指針第 1 部は、垂直的制限行為について、不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしているものであり、本指針第 1 部の注 1 に示すとおり、抱き合わせ販売が私的独占として違法となる場合の考え方については、排除型私的独占にガイドラインにおいて明らかにしています。</p>
113	第 1 部第 2 の 7 (1)	<p>商品やサービスあるいは顧客ニーズが多様化していく中で、事業者として、あらゆる商品やサービスを組み合わせ、価格の低廉化や品質・機能の向上を図っていくことは、最終的には消費者のニーズに応えるものであり、正に事業者間の競争促進による効果と考えられる。</p> <p>本改正により、仮に規制対象の範囲が事実上広がることとなり、複数の商品やサービスを組み合わせ提供する行為に対し、幅広く抱き合わせ販売の規制対象とするようなことになれば、事業者の創意工夫の意欲を削いだり、事業</p>	<p>御指摘のとおり、今回の改正は、「分かりやすく、汎用性のある、事業者及び事業者団体にとって利便性の高いガイドライン」を目指したものです。このため、本指針に対する公正取引委員会の立場は基本的に変わっておらず、従来の考え方を改めるものではありません。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		活動を萎縮させたりすることにもつながりかねない。 したがって、本改正により、抱き合わせ販売規制に関する現行の運用を変更するものではないことを確認したい。 (団体)	
114	第 1 部 第 2 の 7 (1)	抱き合わせ販売の独占禁止法上の評価に際しては、競争促進効果も考慮されること及び競争促進効果の評価に際しては「主たる商品」の市場におけるそれについても考慮されることを明記すべき。 抱き合わせ販売に関しては、主たる商品の安全性、主たる商品に係る知的財産権・ノウハウの開発促進・保護による競争促進効果、主たる商品の市場における競業者の開発意欲の増大等「主たる商品」についての競争促進効果も考慮されるべきと考える。(団体)	本指針第 1 部 第 2 の 7 (2) において、「『市場閉鎖効果が生じる場合』に当たるかどうかについては、前記第 1 部の 3 (1) 及び (2) アにおいて述べた考え方に基づき判断される」と記載されていることから、競争促進効果も考慮されます。また、「従たる商品の市場において市場閉鎖効果が生じる場合には」とされていることから、「従たる商品」の市場において市場閉鎖効果が生じる場合に当たるかどうか判断されます。御指摘のような商品の安全性、知的財産権・ノウハウの開発促進・保護等については、「主たる商品」と「従たる商品」を分けて考えるものではなく、従たる商品の市場において市場閉鎖効果が生じる場合に当たるかどうかの判断において考慮され得るものです。
115	第 1 部 第 2 の 7 (1)	まず、「購入させること」に当たるかについては、排除型私的独占ガイドラインにおいて、「実質的に他の商品を購入させている」場合が記述されており、主たる商品と従たる商品を組み合わせて供給する場合も記述されており、かかる記述を本ガイドラインに置かない理由はないと考えるが、少なくとも、同指針の関係箇所を参照する記述を置くべきである。 また、「補完的商品に係る市場（いわゆるアフターマーケット）において特定の商品を購入させる行為」につき、	本指針における「抱き合わせ販売」とは、取引の相手方に対し、ある商品（主たる商品）の供給に併せて他の商品（従たる商品）を購入させることです。ある商品の供給に併せて購入させる商品が「他の商品」といえるか否かについては、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され、当該商品の供給に併せて他の商品を購入させること」に当たるか否かは、ある商品の供給を受けるに際し客観的にみて少なからぬ顧客が他の商品の購入を余儀なくされているか否かによって判断されます。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>「抱き合わせ販売に含まれる」とするだけでは、具体的にどのような行為が違法となり、どのような行為が問題ないとされるのか判断することはできない。例えば、いわゆるテクニカル・タイン（Technical tying）と呼ばれる行為も、補完的商品を「購入させること」と解釈するのか、具体的に考え方を示すことが望ましい。</p> <p>排除型私的独占ガイドライン注16では、主たる商品と従たる商品のセット販売の考え方が示されているが、セット販売が排除型私的独占としてのみ問題となるわけではない。特に、長期にわたって需要される商品に関連して、バンドル・ディスカウント（いわゆるセット割引）が急速に増加している状況に鑑みると、どのような場合に、セット割引やバンドル・ディスカウントによって、市場閉鎖効果が生じ、独占禁止法上問題となり得るか記述をすることが、有益と考えられる。少なくとも、排除型私的独占ガイドライン注16と同じ記述を本ガイドラインにも置くべきと考える。</p> <p>注10は、「競争手段として不当である場合にも、不公正な取引方法に該当」と記述するのみで、抱き合わせ販売により市場閉鎖効果が生じる場合との関係が、何ら触れられていない。本ガイドラインが示すのは一般指定10項に該当する場合だけであり、それ以外に競争手段として不当な場合があるとし、かつ、その判断においては各種の要素を総合的に考慮すると抽象的に記述するのみでは、例え</p>	<p>「市場閉鎖効果が生じる場合」に当たるかどうかは、本指針第1部3（1）において示す適法・違法性判断基準の考え方に従って判断されるものです。</p> <p>また、抱き合わせ販売は、市場閉鎖効果が生じる場合だけでなく、価格、品質、サービスを中心とする能率競争の観点から、競争手段として不当である場合にも、不公正な取引方法として違法となります。この判断に当たっては、主たる商品の市場力や従たる商品の特性、抱き合わせの態様のほか、当該行為の対象とされる相手方の数、当該行為の反復、継続性、行為の伝播性等の行為の広がりを経済的に考慮して判断することとなります。具体的な事例としては、藤田屋事件（平成4年2月28日審判審決、平成2年（判）第2号）があります。</p> <p>なお、本指針第1部は、垂直的制限行為について、不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしているものであり、本指針第1部の注1に示すとおり、抱き合わせ販売が私的独占として違法となる場合の考え方については、排除型私的独占ガイドラインにおいて明らかにしていません。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>ば、海外の事業者が規制内容を理解することは困難である。したがって、この注は、削除すべきものとする。(弁護士)</p>	
116	第 1 部 第 2 の 7 (1) (2)	<p>(意見)「こうした行為によって」を「(2) に述べるとおり、複数の商品を購入させることによって市場閉鎖効果が生じる場合には」と修文すべき。</p> <p>(理由)この段落の直前の第 1 段落で記述されているのは明らかに抱き合わせ販売とはいえないものであり、第 2 段落で「こうした行為 (は違法)」と続けることはできない。</p> <p>なお、「抱き合わせ販売」が定義なく使われており、7 (1) で規制すべき抱き合わせ販売がどのような行為であるかをまず説明することが望ましい。(個人)</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました (下線は修正部分)。</p> <p>「(1) 考え方</p> <p>複数の商品を組み合わせることにより、新たな価値を加えて取引の相手方に商品を提供することは、技術革新・販売促進の手法の一つであり、こうした行為それ自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない。</p> <p>しかし、<u>こうした行為によって、市場閉鎖効果が生じる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる (一般指定 10 項 (抱き合わせ販売等))。事業者が、ある商品 (主たる商品) の供給に併せて他の商品 (従たる商品) を購入させることは、当該事業者の主たる商品の市場における地位等によっては、従たる商品の市場における既存の競争者の事業活動を阻害したり、参入障壁を高めたりするような状況等をもたらす可能性がある。</u></p> <p>(2) <u>市場閉鎖効果が生じる場合 独占禁止法上問題となる場合</u></p> <p>ある商品 (主たる商品) の市場における有力な事業者が、取引の相手方に対し、当該商品の供給に併せて他の商品 (従たる商品) を購入させることによって、従たる商品の市場において市場閉鎖効果が生じる場合には (注 10)、不公正な取引方法に該当し、違法となる (一般指定 10 項 (抱き合わせ</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			販売等))。』
117	第 1 部 第 2 の 7 (2)	「競争手段として不当」な抱き合わせ販売について、例示を加えることでより明確化すべき。(団体)	抱き合わせ販売は、市場閉鎖効果が生じる場合だけではなく、価格、品質、サービスを中心とする能率競争の観点から、競争手段として不当である場合にも、不公正な取引方法として違法となります。この判断に当たっては、主たる商品の市場力や従たる商品の特性、抱き合わせの態様のほか、当該行為の対象とされる相手方の数、当該行為の反復、継続性、行為の伝播性等の行為の広がりを総合的に考慮して判断することとなります。具体的な事例としては、藤田屋事件（平成 4 年 2 月 28 日審判審決、平成 2 年（判）第 2 号）があります。
118	第 1 部 第 2 の 7 (2)	「主たる商品の市場力」とあるが、この「市場力」は、競争の実質的制限の説明などで用いられる「市場支配力」とは異なるものなのか。同じ意味であれば、最高裁判決でも「市場支配力」という言葉が使われているし、電気通信ガイドラインでも「市場支配力」が用いられているので、こちらを用いた方が良いと思う。もし異なる意味であれば、注をつけるなどして意味内容を簡単に説明した方が、ガイドラインがより分かりやすいものになると思う。(学者)	御指摘の記載については藤田屋事件（平成 4 年 2 月 28 日審判審決、平成 2 年（判）第 2 号）の審決文から引用しています。
119	第 1 部 第 2 の 7 (3)	従たる商品の購入を余儀なくされるかが、抱き合わせ販売の市場閉鎖効果を判断する一つの要素になると認識している。主たる製品の顧客が、当該主たる製品の供給者について選択の余地が乏しい場合には、従たる製品の購入を	本指針第 1 部第 2 の 7 (3) のとおり、「当該商品の供給に併せて『購入させること』に当たるか否かは、ある商品の供給を受けるに際し客観的にみて少なからぬ顧客が他の商品の購入を余儀なくされるか否かによって判断され」ます。御指摘のような場合

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>余儀なくされる程度がより強いと評価し得る。したがって、主たる商品購入の絶対的な強制がない場合であっても、その購入者が主たる製品を購入しない場合や別の供給者から購入する場合に不利益を被るような場合、実質的には従たる製品の購入を余儀なくされたことになる場合がある旨の説明を第1部第2の7(3)において補足することを提案する。ただし、このような場面が一律に反競争的であると推定するのではなく、ケースバイケースで検討すべき問題であると認識している。(弁護士)</p>	<p>についても、この考え方に照らして、実質的に従たる商品の購入を余儀なくされるといえるか事案に即して判断することになります。</p>
120	第1部第2の7(3)	<p>「需要者が単品で購入することができるか」という部分について、当該事業者が、①A+Bで販売している一方で、②A単独でも販売し、かつ、③B単独でも販売している場合には、①は何ら問題とならないことを明記した方が良い。</p> <p>さらに、抱き合わせ販売を「市場における有力な事業者」で実施する場合でなくても、優越的地位の濫用に当たる場合が多くあることの注意喚起が必要である。(弁護士)</p>	<p>御指摘の考え方については、本指針第1部第2の7(3)の「需要者が単品で購入することができるか(組み合わせされた商品が通常一つの単位として販売又は使用されているかを含む。)」の説明で明らかであると考えます。</p> <p>また、御指摘のように、取引先に対して商品の購入を余儀なくさせることは、優越的地位の濫用に当たる場合があります。具体的には、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」(平成22年11月30日)(以下「優越ガイドライン」という。)によって、その規制の考え方が明らかにされており、本指針第1部1(2)においてその旨記載しています。</p>
121	第1部第2の7(3)	<p>(意見) 第1部第2の7(3)の第2段落は削除すべき。</p> <p>(理由) 「購入させること」に当たるか否かについて、量的な基準を設定する必要はない。一部の顧客に抱き合わせ販売をした場合のことを考えているのか、抱き合わせの実効性のことを考えているのか不明であるが、抱き合わせが</p>	<p>御指摘については、藤田屋事件(平成4年2月28日審判審決、平成2年(判)第2号)の審決の記載を参考としたものです。</p> <p>なお、御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。</p> <p>「少なからぬ顧客が他の商品の購入を余儀なく <u>されている</u> され</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>一部で行われた場合には問題にならないかのような誤解を与える。仮に、この段落の判断基準を維持するのであれば、この判断基準では事後的にしか判断できないので、せめて現在進行形ではない表現（「余儀なくされている」→「余儀なくされる」）にするべき。（個人）</p>	<p>るか否かによって判断される。」</p>
122	第 1 部 第 3 の 2 (2)	<p>「(2) 占有率リベート」及び「(3) 著しく累進的なりべー ート」については、いかなる場合に「競争品の取扱制限と しての機能を持つこととなる」か、また、「その結果、市 場閉鎖効果が生じる」かについては、明示的に考え方が示 されていないように思われる。</p> <p>したがって、「(2) 占有率リベート」及び「(3) 著しく 累進的なりべー ート」において「競争品の取扱制限としての 機能を持つこととなる」か否かについては、排除型私的独 占ガイドライン第 2 の 3 (3)「排他的リベートの供与」に 示された事項の総合考慮によるべきことを明記すべきで ある。（弁護士）</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました（下線は加筆部 分）。</p> <p>「(2) <u>競争品の取扱制限としての機能を持つリベート</u> 事業者は、取引先事業者の一定期間における取引額全体 に占める自社商品の取引額の割合や、取引先事業者の店舗 に展示されている商品全体に占める自社商品の展示の割合 (<u>占有率</u>) に応じたりべー ト（以下「<u>占有率リベート</u>」とい う。）を供与する場合がある。また、事業者は、例えば、数 量リべー トを供与するに当たり、一定期間の取引先事業者 の仕入高についてランクを設け、ランク別に累進的な供与 率を設定する場合がある。このような場合において、リべー トの供与が、<u>競争品の取扱制限としての機能を持つことが ある。</u></p> <p><u>このようなりべー トの供与が、競争品の取扱制限として の機能を持つものといえるかどうかを判断するに当たって は、リべー トの水準、リべー トを供与する基準、リべー トの 累進度、リべー トの遡及性等を総合的に考慮して判断する こととなる（注 11）。</u></p>
123	第 1 部 第 3 の 2 (2)	<p>「市場閉鎖効果」の有無の判断に関し、遡及型リべー トと非遡及型リべー トの市場閉鎖効果の強弱についての記 述を加えるべき。</p> <p>一般に、遡及型リべー トの方が市場閉鎖効果は高いとさ れ、EUにおいても実際に取締りの対象となったリべー トは遡及型であることから、遡及型と非遡及型かの別とそれ らの市場閉鎖効果の強弱についての記述を加えることが、 事業者の判断に役立つものとする。（団体）</p>	

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p><u>ア 占有率リベート</u></p> <p><u>事業者は、取引先事業者の一定期間における取引額全体に占める自社商品の取引額の割合や、取引先事業者の店舗に展示されている商品全体に占める自社商品の展示の割合（占有率）に応じてリベートを供与する場合がある。</u></p> <p><u>このような占有率リベートの供与が、競争品の取扱制限としての機能を持つこととなる場合は、前記第2の2(1)(取引先事業者に対する自己の競争者との取引や競争品の取扱いに関する制限)において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される。</u></p> <p>すなわち、市場における有力な事業者が占有率リベートを供与し、これによって取引先事業者の競争品の取扱いを制限することとなり、その結果、市場閉鎖効果が生じる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定4項、11項又は12項）。</p> <p><u>-(3)-イ 著しく累進的なリベート</u></p> <p><u>事業者は、例えば、数量リベートを供与するに当たり、一定期間の取引先事業者の仕入高についてランクを設け、ランク別に累進的な供与率を設定する場合がある。累進的なリベートは、市場の実態に即した価格形成を促進するという側面を有するものであるが、その累進度が著しく高い場合には、自社製品を他社製品よりも優先的に取り扱わせる機能を持つ。</u></p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>取引先事業者に対する著しく累進的なりべートの供与が、競争品の取扱制限としての機能を持つこととなる場合は、前記第2の2(1)(取引先事業者に対する自己の競争者との取引や競争品の取扱いに関する制限)において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される。</p> <p>すなわち、市場における有力な事業者がこのようなりべートを供与し、これによって取引先事業者の競争品の取扱いを制限することとなり、その結果、市場閉鎖効果が生じる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる(一般指定4項, 11項又は12項)。</p> <p><u>(注11) 個々の考慮事項のより具体的な考え方は、排除型私的独占ガイドライン第2の3(3)ア～エにおいて明らかにされている。</u></p>
124	第2部	<p>第1部における「取引先の選択」と、第2部におけるそれとを区別した基準を明確にし、別項目を設ける以上、第1部の「取引先の選択」とどのような違いがあり、したがって別個の分析が必要である理由を明確にすべきである。(弁護士)</p>	<p>本指針の構成については、事業者等にとっての利便性向上の観点等から、同一の適法・違法性判断基準に基づき判断される行為類型を統合するなどして、現行の本指針第2部(流通分野における取引に関する独占禁止法上の指針)を中心として再構築しています。</p> <p>そして、本指針第1部は、事業者間取引における取引先事業者の事業活動(販売価格、取扱商品、販売地域、取引先等)の制限</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
125	第2部	<p>第2部の標題は、「取引先の選択」になっているが、顧客獲得競争の制限、共同ボイコット及び単独の直接取引拒絶の三つにつき記述するものに過ぎない。このため「取引先の選択」という標題では、どのような制限に関する記述であるのか想起しづらいという問題がある。</p> <p>例えば、「顧客獲得競争の制限及び単独又は共同の取引拒絶」などと修正すべきと考える。(弁護士)</p>	<p>に関する事柄を取り上げていることから「取引先事業者の事業活動に対する制限」と、本指針第2部で取り上げている「顧客獲得競争の制限」、「共同ボイコット」及び「単独の直接取引拒絶」は、共通して自由かつ自主的に行われるべき事業者自身による取引先の選択に関する事柄であることから「取引先の選択」と題名を付しています。</p>
126	第2部1	<p>「事業者は、公正かつ自由な競争を通じ、価格、品質、サービス等の取引条件の優劣に基づいた自主的判断によって取引先の選択を行う」とする部分は、現行と比べて位置付けが分かりにくく、記載の改善を期待する。(団体)</p>	<p>本指針第2部は、「自由かつ自主的に行われるべき事業者による取引先の選択において、他の事業者と共同して競争者の新規参入を阻止し又は競争者を排除するような行為等について、独占禁止法上の考え方を明らかにしている」ものですので、御指摘の記載はその趣旨を明らかにしているものです。</p>
127	第2部1	<p>第2部の1の第1段落は、継続的取引における独占禁止法上の問題点を抽出するために存在するものであるが、継続的取引自体に対する批判を前提とする記述はもはや不要である。第2段落の結論を導くには、事業者は自主的判断、様々な事業上の考慮をした上で、(共同性なく)取引先を選択すべきことを書けば足りる。仮に継続的取引についての記述を残すのであれば、現行ガイドラインの第1部の1の最初の一文を残すべきである。さもないと、継続的取引が何か問題になるかもしれないという問題提起が存在しないことになる。(個人)</p>	<p>御指摘のとおり、第2部全体を通じて継続的取引に係る記載については削除しています。しかし、研究会において、「従来から取引をしている又は同一の企業集団に属しているから取引先事業者として優先するというような状況はなくなっているとしても、継続的取引自体は残っているため、ガイドラインから継続的取引に係る記載を全て削除すべきかどうかは検討が必要である。」といった議論が行われたことを踏まえ、記載しています。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
128	第2部1	「しかし、・・・他の事業者との間で」とあるところは、「しかし、・・・主に自らと（現実的または潜在的に）競争関係にある他の事業者との間で」と改めるべきである。（団体）	御指摘の記載については、必ずしも競争関係にあることを前提とするものではありません。
129	第2部第1の2	第2部第1の2注1は、他の箇所の記述に合わせ、「・・・実質的に制限される場合には、当該行為は、不当な取引制限に該当し、独占禁止法第3条の規定に違反する」と記述とすべきである。（弁護士）	御指摘の記載は、明示の決定がなされなくても、暗黙の了解又は共通の意思が形成されれば足りることを示すものです。
130	第2部第2の1	（意見）第2部第2の1の「市場から排除しようとする行為」の後に「（以下、「共同ボイコット」という。）」と括弧書きを挿入すべき。 （理由）現行ガイドラインからの問題であるが、「共同ボイコット」の語が定義のないまま唐突に使われている。（個人）	本指針制定以降、「共同ボイコット」という用語は既に広く認識・使用されているため、改めて定義をする必要はないと考えます。
131	第2部第2の1	共同ボイコットは市場における競争の実質的制限にならない場合であっても、不公正な取引方法として日本の独占禁止法上（このガイドラインの違法性判断基準により）違法とされ得る旨を追記し、これらの問題について事業者の理解に資するため、本改正ガイドラインにおいていくつかの具体例を設けることが有益と考える。（弁護士）	本指針第2部第2の1において「市場における競争が実質的に制限されるまでには至らない場合であっても、共同ボイコットは一般に公正な競争を阻害するおそれがあり、原則として不公正な取引方法として違法となる」と記載しています。 また、今回の改正において、不公正な取引方法を適用した共同ボイコットの事例を1件追加しています。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
132	第2部第2の2 (1)	第2部第2の2(1)③, ④では、「通知して」と表記するが、示唆する場合を排除する必要はないと思われるので、「通知又は示唆して」と表記すべきである。(弁護士)	事業者等にとっての分かりやすさの観点から、できる限り具体的な事例を記載したものです。
133	第2部第2の3	共同ボイコットについて、私的独占となる可能性について言及したことは評価できるが、それであれば(注2)では不当な取引制限だけについて説明されているが、私的独占についても説明を付加すべきである。(弁護士)	御指摘の(注2)は不当な取引制限の要件についての説明になります。 なお、最近の審判決例を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。 「不当な取引制限は、事業者が「他の事業者と共同して…」相互にその事業活動を拘束」することを要件としている(独占禁止法第2条第6項)。」
134	第2部第2の4	(意見) 第2部第2の4について、間接ボイコットについての言及であることを注記することが望ましい。 (理由) 第2部は、事業者による取引先の選択行為(すなわち直接ボイコットの問題)をテーマとするものであると思料されるが、ここにあるのは直接ボイコットではなく、間接ボイコットに関する事例であり(②, ③, ④, ⑤), 「(行為者たる) 事業者による取引先の選択」の問題ではない(体系を優先するのであれば、第1部において記述すべきもの)。共同の間接ボイコートを第2部で扱うことに異論はないが、その旨の注意書きがあれば読者に親切。 なお、事業者団体の問題行為のうち①, ⑥は、そもそもボイコットではない。(個人)	御指摘については事業者団体の行為になります。第2部は、事業者の行為や直接ボイコットに限定して書かれているものではありません。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
135	第2部第3の1	<p>本指針第2部第3「単独の直接取引拒絶」について、「1 考え方」の「しかし」以下の部分は、次の「2 独占禁止法上問題となる場合」に入れて、まとめて整理した方がよい。</p> <p>そして、①以下の事例は、違反行為の実効確保手段として行われる事例の一部について述べたものであるため、その旨を記載するのが適当である。(弁護士)</p>	<p>本指針第2部第3の「1 考え方」において、事業者がどの事業者と取引するかは、基本的には事業者の取引先選択の自由の問題であり、基本的には独占禁止法上問題となるものではないが、例外的に問題となる場合がある旨を示し「2 独占禁止法上問題となる場合」において、具体的に問題となる場合の考え方を示しています。</p> <p>そして、御指摘の①の事例は独占禁止法上違法な行為の実効を確保する手段として行われる事例になりますが、②及び③は独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として行われる事例になります。これらはあくまで例示であり、例えば、再販売価格維持行為の実効を確保する手段として単独の直接取引拒絶が行われる場合も、その行為自体が不公正な取引方法に該当し、違法となります(一般指定2項(その他の取引拒絶))。</p>
136	第2部第3の1	<p>排除型私的独占ガイドラインにおいては、供給拒絶とともに、差別的取扱いについても記述されている。「供給に係る商品の数量若しくは内容の制限又は供給の条件若しくは実施についての差別的な取扱い」も、単独の直接取引拒絶と同様に規制されるべきであるから、差別的な取扱いについて同様の記述を置くべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2部第3の1第1段落を「ある事業者と取引しないこととし、又は差別的な取扱いをしたとしても」に修正する。 ・第2部第3の1第2段落を「例外的に、独占禁止法上違法な行為の実効を確保するための手段として取引 	<p>単独の直接取引拒絶については、事業者自らがどの事業者と取引をするかという取引先選択の自由に係る問題であることから、事業者の関心も非常に高いため、これを引き続き取り上げて本指針のとおり整理しています。</p> <p>なお、御指摘を踏まえ、以下のとおり修正しました(下線は修正部分)。</p> <p>「・・・また、競争者を市場から排除するなどの独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として取引を拒絶する場合には独占禁止法上問題となる(注4)。</p> <p>(注4) このような行為によって、市場における競争が実質</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>を拒絶する場合又は差別的な取扱いをする場合には違法となり、」に修正する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2部第3の2①から③の例につき、差別的な取扱いについても同様に規制されることを明記する。 ・第2部第3の2第2段落では、不公正な取引方法に該当する場合のみ記載するが、ここでも少なくとも、排除型私的独占ガイドラインを参照する記述を置くべき。(弁護士) 	<p><u>的に制限され、私的独占として違法となる場合の考え方については、排除型私的独占ガイドラインによって、その考え方が明らかにされている。」</u></p>
137	第3部	<p>改正(案)では、現行ガイドライン第3部第1「競争者間の総代理店契約」の項目が削除され、これに伴い競争者間の総代理店に関するセーフ・ハーバー(市場におけるシェア10%以上かつ上位3位以内)も廃止されている。</p> <p>しかし、「流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会」報告書では、「総代理店を取り巻く環境・実態は変化しており、更に実態把握を行う必要がある」と結論付けるのみであり、上記削除・廃止を行うべき根拠は明確に示されていない。</p> <p>総代理店契約は引き続き利用されることのある取引形態であり、判断基準の明確性が求められることから、現行ガイドラインの記載を維持すべきである。(団体)</p>	<p>御指摘については、本指針が制定された当時に問題視されていた輸入品の内外価格差は、現在においてそれほど大きな問題とはなっていないと考えられること、第3部第1の考え方に基づき法的措置を採った事例はないことなどを踏まえ、本年3月に開催した本研究会でも議論した結果、記載を削除することとしました。</p> <p>なお、競争者間で総代理店契約が締結されることにより、仮に我が国市場における競争を実質的に制限するようなケースが生じる場合には、独占禁止法3条の観点から検討されることとなります。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
138	第3部第2の2 (1)	第3部第2の2は、「総代理店又は供給業者が以下のような行為をすることは、それが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる」と記述されており、「価格を維持するため」という目的要件があるような誤解を生じさせるおそれがあることに加えて、第1部では「価格維持効果が生じる場合」と規定しているので、違法性要件を使い分ける必要はないと考える。したがって、第1部の違法性要件に統一すべきである。(弁護士)	「価格を維持するために行われる場合」との記載は、並行輸入の阻害行為について、商標の信用を保持するために必要な措置を規制対象とするのではないという趣旨を明確化するものであり、「価格維持効果が生じる場合」と基本的な考え方に差異があるものではありません。「価格を維持するために行われる場合」とは、行為者の主観的意図のみから判断されるものではなく、当該行為が行われた状況を総合的に考慮して判断されるものです。
139	第3部第2の2 (2)(3)	第3部第2の2(2)のように「並行輸入品を取り扱うか否かは販売業者が自由に決定すべきもの」といえるのか疑問である。ブランド品に関しては専門業者に対して総代理店から仕入れた正規品のみ販売するように求めることは、ブランドイメージの確保に必要な制限と見るべきと考える((3)についても同様)。(弁護士)	御指摘については、研究会における「並行輸入品については、引き続き並行輸入品の偽物扱いや修理拒否等が行われているとの指摘があり、このような行為に対応するためにも、流通・取引慣行ガイドラインの第3部第3(並行輸入の不当阻害)の果たす役割は依然として重要である」といった議論等を踏まえて記載を維持しているものです。
140	第3部第2の2 (4)	消費者の需要、特に様々なグローバルブランドを求める需要の増加に伴い、グローバルネットワークが発達し、その結果このような並行輸入が急速に増加している。 本改正ガイドラインでは、商標権者は、並行輸入業者が販売する商品が偽物である場合には、その販売の差止めを求めることができるとしている。我々は、商標権者が、市場に対して同様の主張をすることで、虚偽の情報を提供し	今回の改正において、並行輸入品を偽物扱いすることと同様に並行輸入品の販売妨害効果が生じるとして独占禁止法上の問題が指摘された事例を1件追加しています。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>たり誤解を生ぜしめるような場合があることを認識している。我々は、どのようなマーケティング戦略が独占禁止法上の問題を惹起するののかについて理解を促進させるため、この種の行為の具体例を挙げるべきと考える。(弁護士)</p>	
141	第3部第2の2(4)	<p>第3部第2の2(4)具体例の①では、「品質保証がなされていない」と表記されているが、「品質管理がなされていない」と表記すべきである。</p> <p>また、「取引を妨害する手段として用いられるおそれも否定できない」や「取引を妨害する手段として行われる可能性もあるため」と記述されているが、「おそれを否定できない」とか、「可能性もある」という弱い理由で独禁法上問題とされるようでは、国際的に通用する話ではなく、わが国の競争当局の信用に関わる問題というべきではないだろうか。違法性要件にふさわしい表記に変更すべきである。(弁護士)</p>	<p>相談事例集に掲載されている事例は、相談者の説明及び相談者から提出された資料に基づき、その限りにおいて独占禁止法上の考え方を示したものであり、必ずしも他の事業者等の事業活動についてそのまま当てはまるものではありませんが、今回の改正において、可能な限り事業者の理解の助けになるようなものを追加したものです。</p>
142	(付) 4	<p>「親子会社間又は兄弟会社間の取引が実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められるかどうか」の考慮要素の定量的な目安を可能な範囲で明記すべき。</p> <p>事業者にとっての予測可能性を上げるため、現在の記述に加え、以下の例のように「通常は、実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められる場合」について、定量的な記載を行うべきと考える。</p> <p>(例：「株式所有の比率が50%超、取締役会に過半数の取</p>	<p>親子会社間又は兄弟会社間の取引が実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められるかどうかは、個別具体的な事案に応じて検討が必要であり、これ以上の具体化は適当ではないと考えます。</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		締役を派遣し、親会社が子会社の財務や営業方針に自社の場合と遜色ない程度に関与し、子会社の取引額に占める親会社との取引（仕入又は販売）の割合が他社よりは最も多い場合のいずれかの条件を満たす場合、通常は、実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められる」（団体）	
143	（付） 4	（意見）（付） 4 の④及びなお書きについて、兄弟会社は親子会社とは別に記述すべき。 （理由）この部分は親子会社を兄弟会社と読み替えて理解することが困難。（個人）	親子会社間の取引と兄弟会社間の取引とで特に考え方を異にするものではないため、まとめて記載したものです。
144	その他	SDGsの目標の一つである「持続可能な生産と消費のパターンを確立する」、資源効率の改善と省エネの推進、持続可能なインフラ、「より少ないもので、より大きな、より良い成果を上げる」、持続可能な消費とライフスタイルに関する啓発と教育、という理念を「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の改正案に盛り込むべきと考える。（団体）	本指針は、我が国の流通・取引慣行について、どのような行為が、公正かつ自由な競争を妨げ、独占禁止法に違反するのかを具体的に明らかにすることによって、事業者及び事業者団体の独占禁止法違反行為の未然防止とその適切な活動の展開に役立てようとするため、作成されているものです。
145	その他	食品メーカー、とりわけ日常的に安値や小売事業者のセール対象にされやすい「豆腐」「卵」「納豆」「もやし」「麺類」等の中小の食品メーカーの多くが存亡の危機に瀕している。それらの食品を扱う中小の食品メーカーは、ネット販売に対応できるインフラを持たないため小売事業者に依存せざるを得ない立場にあり、そうした弱者の観点からの「垂直的制限行為」に対する考察を強く願う。（団体）	公正取引委員会は、優越ガイドラインを策定・公表しており、優越的地位の濫用として問題となるような行為に対しては、同考え方に基づき、厳正かつ効果的に対処します。

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
146	その他	<p>ECコマースとプラットフォームについても盛り込まれているが、今後、どのようなビジネスモデルが登場し、どのような弊害が生まれるかは予測がつかない。このため、そうした事態に即応できるよう、「必要があれば随時見直す」旨を明記してはどうか。そうすることで、抑止効果も期待できるのではないかと。(事業者)</p>	<p>研究会報告書において、「今後、予想し得なかった新たなビジネスモデルが生み出され、流通・取引慣行の実態に大きな変革をもたらされる可能性もある。このような状況に迅速に対応するためにも、国内だけではなく海外の状況も注視しつつ、流通・取引慣行の実態の変化に応じた適切なものとなるよう、今後、流通・取引慣行ガイドラインの更なる見直しの必要性の有無について、適時適切に検討を行っていくことが重要である。」といった提言がなされており、公正取引委員会として、今後とも、本指針の更なる見直しの必要性の有無について、適宜適切に検討を行っていきたいと考えます。</p>
147	その他	<p>本改正案で指摘されているように、本ガイドラインで言及されている行為類型の一部は、優越ガイドライン及び排除型私的独占ガイドラインでも扱われている。流通慣行がどのような場合に別の指針で規定される優越的地位の濫用又は排除型私的独占に該当するのかについて本改正案に明確な規定を置くことを推奨する。また、特定の状況を例示することが望ましい。(弁護士)</p>	<p>どのような場合に優越的地位の濫用や排除型私的独占に該当するかどうかは、それぞれ優越ガイドライン及び排除型私的独占ガイドラインにおいて明確にされています。</p> <p>なお、今回の改正は、研究会報告書において、「第2部第5（小売業者による優越的地位の濫用）や、その他各行為類型における優越的地位の濫用に係る具体例については、優越ガイドラインを参照することとし、記載は削除すべきである。」といった提言がなされたことなどを踏まえたものです。</p>
148	その他	<p>改正案では、経済主体を表す用語として、①「事業者」②「取引先事業者」③「メーカー」④「流通業者」といった用語が用いられている。</p> <p>特に、第1部においては①、②のような業種中立的な用語が、第2部では③、④のような業種特定の用語が多用されており、全体を通して見た時に、これら用語の使い分</p>	<p>今回の改正において、従来の消費財を前提とした「メーカーによる流通業者の事業活動に対する制限行為」を中心とした整理から、「事業者による取引先事業者の事業活動に対する制限行為」といった、より一般的な整理の下で構成変更を行うため、一般化できる部分については、基本的に行行為者を「事業者」、被行為者を「取引先事業者」とするなどの用語の整理を行っていま</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>けに何か特定の意味があるのか、あるいは単に読者の理解を助けるための例示に過ぎないものなのかについて理解することが困難である。</p> <p>従って、ガイドライン全体について整合性のある理解を可能とするために、それぞれの用語についてガイドライン中で定義を設けるべきである。</p> <p>また、これら用語の使い分けが、単に例示に過ぎない箇所については、便宜的に「川上事業者」「川下事業者」という用語を用いて業種中立性と分かりやすさを両立することも検討すべきである。(団体)</p>	<p>す。</p> <p>その上で、具体例等の記載において、その内容に応じて、「メーカー」や「流通業者」等の用語も使用しています。</p>
149	その他	<p>流通・取引慣行ガイドライン改正研究会メンバーについて、学識経験者や大手小売事業者、大手メーカーの方々だけでなく、企業数の 99.7%を占める中小企業の代表者を検討メンバーに加えてもらえるよう強く願う。(団体)</p>	<p>平成 28 年 2 月以降開催してきた「流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会」は既に終了しているところですが、御指摘については、今後の参考とします。</p>
150	その他	<p>共同ボイコット、再販売価格維持行為及び優越的地位の濫用について、「公正な競争を阻害するおそれ」があるものと性格付けているが、その「公正な競争を阻害するおそれ」ということは、公正取引委員会による不公正な取引方法の「指定」の根拠規定である独禁法 2 条 9 項 6 号に定める「公正な競争を阻害するおそれ」を意味するのか。</p> <p>そうであるとするなら、同項 6 号に「前各号に掲げるもののほか」と定めているので、同条 1～5 号までに規定する不公正な取引方法には、同項 6 号に規定する「公正な競</p>	<p>不公正な取引方法の規制は、「公正な競争を阻害するおそれがある」行為を禁止するものです。</p> <p>独占禁止法第 2 条第 9 項第 1 号から第 5 号までに該当する行為は、平成 21 年までは、「不公正な取引方法」(昭和 57 年公取委告示第 15 号)(一般指定)に規定されていた行為類型でしたが、平成 21 年の独占禁止法改正で課徴金制度の対象とすると当たり、独占禁止法自体に規定されたものです。こうした立法経緯から、各号に規定された行為は「公正な競争を阻害するおそれがある」という概念を含むものとして規定されたことは明らかで</p>

No.	関係箇所	意見の概要	考え方
		争を阻害するおそれ」という規定は当てはまらないということでないのか。(学者)	す。

<その他の意見>

- インターネットを利用する取引かどうか、また、プラットフォーム事業という事業形態をとるかどうかによって独占禁止法適用の基本的な考え方は異なるべきではないことは当然であるため、そのような記載がなされたことについて賛成する。(団体)
- 今回の改正において、Eコマースの発展・拡大やプラットフォーム事業者、ネットワーク効果について言及していることは評価できる。今後も、Eコマースに関わる個々の事業者の予見可能性を考慮しながら、ガイドラインの不断の見直しや多様なビジネスを展開するプラットフォーム事業者の特性をより考慮した競争政策の在り方を引き続き検討していくべきである。(団体)
- いわゆるセーフ・ハーバーについて、適切な市場シェア基準の在り方、対象となる行為類型の在り方(例えば、現在は対象とされていない非価格制限行為への拡大)について、今後も随時検討を行っていくべきである。(団体)
- 昨今、例えば食品業界において、適正利益の確保を目的として、流通業者の価格政策にも影響を及ぼすような関連法等の運用を強化する取組が行われているが、価格の決定については本ガイドラインが示すとおり、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定することは、事業者の事業活動において最も基本的な事項であり、かつ、これによって、事業者間の競争と消費者の選択が確保される」べきものであることはいうまでもない。一方で、本ガイドラインの改正に当たって、競争促進効果を名目として流通業者への一定の価格拘束を要望する声も聞かれるが、価格決定については、あくまで自由競争のもと事業者の自主的な努力による裁量の範囲で行われるべきであり、価格拘束的な動きによって結果的に消費者利益が損なわれることがないように、慎重な議論が必要である。(団体)
- 再販売価格維持行為の「正当な理由」があると認められる場合について、仮想事例も含め、より詳細な事例を追記するなど、更なる明確化が図られていくことが望まれる。(団体)
- 「選択的流通」について、現在のガイドラインにある対象の基準以外にも、ブランド力の強化や保持、商品の設置やメンテナンスの不可欠など、適用対象となり得る要素が存在すると考える。今後、また将来的に、本件に関する相談事例等が蓄積された際には、速やかにガイドラインに盛り込んでいただきたいと考える。(団体)

- 価格に関する広告・表示の制限は、販売価格の拘束につながりやすい行為であるため、価格に関する広告・表示の制限を行うこと自体を捉えて、再販売価格の維持に準じて、原則違法とされるものであることからすると、価格に関する広告・表示の制限を行った事業者の側において、当該制限が販売価格を拘束するものでないことを立証した場合には、原則違法とされる前提を欠くことになるのであるから、貴委員会において、当該制限の公正競争阻害性（価格維持効果）を、立証することが必要であると解するのが相当である。（弁護士）
- 公正取引委員会が、現在のガイドラインの改正、特にテクノロジーの進歩に基づく変化に対応した改正事項（例えば、インターネットの役割やプラットフォームの評価等）に取り組んだことを称賛したい。また、本改正ガイドラインが、明確化の観点から、他のガイドラインと重複する規定や何ら先例がなかったり、従来用いられてこなかった規定の削除を企図している点も称賛したい。（弁護士）
- 今後、ECサイトがどのようなビジネスを展開していくのか、プラットフォーム事業者がどのようなビジネスを展開していくのか、また、個々の取引事業者や消費者等様々なステークホルダーとの関係がどのように変容していくのか、将来を予測することはできない。そのような状況においては、今後も競争環境の変化や流通・取引慣行の実態を踏まえながら、ガイドラインの不断の見直しを行っていく必要がある。また、持続可能な経済成長を実現するために、イノベーションを生み出すブランド間競争の促進という観点から、ガイドラインの見直しや競争政策の在り方を考えていく必要がある。公正取引委員会には、今後も経済学的な知見を十分に取り入れつつ、新しい時代に即したガイドラインの見直しを行っていただきたい。（団体）
- 改正ガイドライン（案）では、構成の変更並びに行為類型の見直しが行われているが、改正ガイドライン（案）で提示されている構成は、「分かりやすく、汎用性のある、事業者及び事業者団体にとって利便性の高いガイドライン」を目指すという今回の改正の趣旨に適うものとして、評価できる。また、「抱き合せ販売」を新たに追加したこと、及び、現行ガイドライン第1部の第5ないし6及び同第2部の第4及び第5を削除したことは、実務上のニーズに照らして首肯できる。（弁護士）
- 改正（案）は、分かりにくさが指摘されていたガイドライン全体の構成を変更するとともに、適法・違法性判断基準の更なる明確化を図り、事業者等の利便性の向上を目指すものであり、その方向性を評価する。（団体）
- 本ガイドライン適用に関する事例、特に、事業者が判断に迷いやすい事例について、公正取引委員会が公表する相談事例集への掲載を積極的に行うと共に、特に事業者の理解の助けとなる事例については、本ガイドラインの（具体例）の記載についても適時に見直すこと（追加・置き換えを行うこと）を検討すべき。（団体）
- ECサイトにおいては事業者の法人番号を明記するようにさせることが、消費者にとっての安全・安心や、問題行動がある事業者の把握につながるものであるので、国としてこの表示を行わせるようにしていただきたいと考える。（個人）
- 「不当廉売」及び「差別対価」については、「不当廉売ガイドライン」にその規制の考え方の説明を委ねるとしても、今回、改正ガイドライン（案）

では、「公正な競争を阻害するおそれ」の分析プロセスを整理し、その考え方を明確化することが図られているのであるから、次の不当廉売ガイドラインの見直しの際には、「不当廉売」及び「差別対価」について、「排除型私的独占ガイドライン」及び「流通・取引慣行ガイドライン」における市場閉鎖効果の捉え方と整合するような形で、その規制の考え方を明らかにすることが望まれる。(弁護士)