

## いわゆるセーフ・ハーバーの見直しに関する主な論点

### 1 見直しの範囲

- いわゆるセーフ・ハーバー（市場シェア 10%未満かつ 4 位以下）は、流通・取引慣行ガイドライン第 2 部のみならず第 1 部にもあるが、いずれも見直しの対象に含めるか。第 3 部の「独占禁止法上問題とはならない場合」（市場シェア 10%未満又は第 4 位以下）<sup>1</sup>についても見直すべきか。

### 2 セーフ・ハーバーの水準

- ① セーフ・ハーバーの水準の引上げについてどう考えるか。また、セーフ・ハーバーの見直しを検討するに当たって、どのような点（過去の審判決例、公取委の他のガイドライン等）を考慮すべきと考えるか。

- ② 順位基準についてどう考えるか。

### 3 セーフ・ハーバーの対象行為類型

- 現行流通・取引慣行ガイドラインでは、非価格制限のうち「流通業者の競争品の取扱いに関する制限」及び「厳格な地域制限」のみがセーフ・ハーバーの適用対象となっており、例えば「地域外顧客への販売制限」、「帳合取引の義務付け」、「仲間取引の禁止」等は、セーフ・ハーバーの適用対象外であるが、これについてどう考えるか。

### 4 「市場」の考え方

- 現行流通・取引慣行ガイドラインでは、「市場」を「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」と定義しているが、これについてどう考えるか（例えば、企業結合ガイドラインでは、SSNIPテスト<sup>2</sup>の考え方を採用している。）。

<sup>1</sup> 流通・取引慣行ガイドライン第 3 部第 1 の 3 (2)

<sup>2</sup> 企業結合ガイドラインにおいては、ある商品に関する独占企業を仮定し、当該企業が、小幅であるが実質的な、一時的ではない程度の値上げ (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price) を行なった場合に、隣接商品に顧客が切り替えたとしても当該企業の利潤が拡大する場合には、ある商品と隣接商品とを合わせて関連市場を画定する考え方 (SSNIPテスト) が採用されている。