

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会（第2回会合）議事概要

平成28年3月16日

公正取引委員会

1 日時 平成28年3月11日（金）13時00分～15時00分

2 場所 中央合同庁舎第6号館B棟11階官房第2会議室

3 出席者

（研究会委員）

座長	土井 教之	関西学院大学名誉教授 イノベーション研究センター客員研究員 技術革新と寡占競争政策研究センター客員研究員
会員	川濱 昇	京都大学大学院法学研究科教授
	滝澤 紗矢子	東北大学大学院法学研究科准教授
	武田 邦宣	大阪大学大学院法学研究科教授
	中尾 雄一	パナソニック株式会社アプライアンス社日本地域コンシューマーマーケティング部門コンシューマーマーケティング ジャパン本部法務部法務課課長
	中村 美華	株式会社セブン&アイ・ホールディングス法務部法務シニア オフィサー
	丸山 正博	明治学院大学経済学部教授
	丸山 雅祥	神戸大学大学院経営学研究科教授
	渡邊 新矢	外国法共同事業ジョーンズ・デイ法律事務所 弁護士

（事務局）

公正取引委員会事務総局 原経済取引局取引部長，石谷官房参事官，
岡田経済取引局取引部取引企画課課長補佐

4 会議次第

（1）開会

（2）いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準等について

（3）閉会

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部取引企画課

電話 03-3581-3371（直通）

ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

5 議事概要

事務局から、説明資料（配布資料1及び2）に基づき説明があり、次に、中尾会員から、同会員が提出した資料（配布資料3）に基づき説明があり、その後、議論を行った。

各委員から出された主な意見の概要は次のとおり。

セーフ・ハーバーの見直しの範囲について

【各会員からの意見】

- 流通・取引慣行ガイドラインの第1部（生産財・資本財に関する事業者間取引）でセーフ・ハーバーが導入されているのは、第2部（消費財に関する流通取引）とほぼ平行な記載内容となっている競争品の取扱い制限なので、このような第2部と連動する行為類型については、今般の見直しの範囲に含めてもよいのではないかと。
- 流通・取引慣行ガイドラインのうち第3部（輸入総代理店）については、第1部及び第2部と性質が異なるものであり、今般の見直し対象からは除外してよいのではないかと。
- セーフ・ハーバーが、「合理の原則」に基づいて競争促進効果と競争制限効果を個別に判断することなく、「競争減殺の効果は軽微である」ことを統一的に認定する基準である点や諸外国の事例を踏まえると、第1部と第2部は一律に見直しを行う方が整理しやすいのではないかと。

セーフ・ハーバーの水準、順位基準について

【各会員からの意見】

- 知財ガイドラインにおけるセーフ・ハーバーは「原則、競争減殺効果が軽微である」という記載振りになっており、「違法とならない」とは言っていないため、違法となる場合について別途作文が可能なのに対して、流通・取引慣行ガイドラインにおけるセーフ・ハーバーは、「通常、違法とならない」という厳格な記載振りになっており、そのような作文はできない。流通・取引慣行ガイドラインのセーフ・ハーバーを検討するに当たっては、作文の余地のない、知財ガイドラインよりも厳格な現行のセーフ・ハーバーの記載振りを維持するののかという点も検討すべきではないかと。
- 家電業界の流通実態が変化していることは理解するが、流通・取引慣行ガイドラインは全ての業種に適用されるため、家電業界における流通実態の変化のみを勘案して市場シェア基準を設定すると、そこまで変化の起きていない家電業界以外の業種で従来型の垂直的制限行為が行われた場合に、当該行為によって競争に悪影響が生じてしまう可能性がある。そのため、市場シェア基準の水準は低めに設定する方がよいのではないかと。
- 現在、セーフ・ハーバーの適用対象となっている行為類型のうち、ブランド間競争を制限する排他条件付取引に当たるような行為類型と横並びでブランド内競争を制限

する行為類型についてもセーフ・ハーバーの市場シェア基準を引き上げてよいのかは難しいところである。

- 流通・取引慣行ガイドラインのセーフ・ハーバーは、垂直的制限行為に関するものなので、企業結合ガイドラインにおける垂直型企業結合に係るセーフ・ハーバー（25%）よりも高い「30%」という水準でもよいという意見があるかもしれないが、同じ垂直型で「25%」よりも高い「30%」とすることには違和感を覚える。
- 事業者にとっての安心感の観点からは、仮に、セーフ・ハーバーの市場シェア基準を「20%」とする場合には、別途、市場シェアが「20%超30%以下」の場合には、企業結合ガイドラインを参考に（「通常、違法とはならない」基準に加えて）「通常、問題となるおそれは小さい」といった記載を追加するのも一案ではないか。
- 企業結合ガイドラインを参考に「通常、問題となるおそれは小さい」といった記載を追加すると、かえって法的安定性が低下する可能性がある。
- 家電業界だけをみても、掃除機のように成熟化が進んだ商品カテゴリだけではなく、デジタル商材のように新規参入が盛んで成長が望める商品カテゴリもあり、市場の状況によって、市場シェアの意味合いが異なることを踏まえると、全ての業界に適用されるセーフ・ハーバーとしては、抑制的な水準とすべきではないか。
- EUの一括適用免除規則によるセーフ・ハーバーは、累積的效果を考慮して事後的に撤回できるという制度を前提に市場シェア基準が設定されているところ、仮に、そうした制度を導入しないのであれば、「30%」という数値のみを抜き出して参照することは不適切である。
- ①同じ法第19条のガイドラインである知財ガイドラインのセーフ・ハーバー（20%）との整合性及び②過去の審判決例において市場シェア20%を境に違反事例が多くなっている点を踏まえると、流通・取引慣行ガイドラインのセーフ・ハーバーの市場シェア基準は「20%」とすることが適切である。
- 小売段階ではそもそも市場をどう画定するかが難しいため市場シェアを算出することが難しいが、その場合であっても、市場における順位であればおおよそ把握できることもあると考えられるため、順位基準は存置してもいいのではないか。
- 市場シェア基準が算出できない場合があることを考慮すれば、セーフ・ハーバーは「市場シェア20%未満又は売上高の順位が5位以下」としてはどうか。順位が5位以下であれば、市場シェアは必然的に20%を下回ることになるため、「5位以下」という基準自体に何か意味があるわけではないが、「20%」という市場シェア基準を言い換えた表現として、「5位以下」という順位基準を採用してはどうか。
- 事業者の立場からは、競争者の正確な市場シェア等は把握できないため、順位基準は望ましくないと考えている。
一方、「20%未満又は5位以下」というような基準であれば、事業者にとって分かりやすいという面もあるので、基準の一つとしてあり得るかもしれない。
- 自分が所属する組織内で検討した際には、規制改革実施計画上の措置時期（平成27年度内）との関係で、時間的な余裕がないことは理解しているものの、価格維持効果に着目した競争回避型の行為類型と市場閉鎖効果に着目した競争者排除型の行為類型でセーフ・ハーバーの水準が同じでよいのか、また、ブランド内競争を制限する行

為類型とブランド間競争を制限する行為類型でセーフ・ハーバーの水準が同じでよいのかといった点を検討すべきではないかとの議論があった。

- 流通・取引慣行ガイドラインにおけるセーフ・ハーバーは、事業者にとっての分かりやすさの観点から一応の目安として設定されているが、これに対し、EUの一括適用免除規則におけるセーフ・ハーバーは、供給者側と購入者側の双方の市場シェアを考慮するなど複雑な立て付けとなっており、EUの一括適用免除規則におけるセーフ・ハーバーの数値のみを抜き出して参照することは不適切である。

セーフ・ハーバーの対象行為類型について

【各会員からの意見】

- セーフ・ハーバーが事業者に安心感を与える役目を果たしていることを踏まえると、現行、流通・取引慣行ガイドラインでセーフ・ハーバーの対象となっている行為類型について、引き続き適用対象とすべきではないか。
- 市場閉鎖型の行為類型については市場シェア基準の引上げを行う一方、厳格な地域制限など競争回避型の行為類型についてはそもそもセーフ・ハーバーを廃止するというのも一案ではないか。
- 販売方法に関する制限のうち流通業者のコスト負担が大きいものについては、最終商品の販売価格について価格維持効果が生じる可能性があり、特に、差別化された商品についてそのような制限が行われる場合には、市場シェアにかかわらず規制されることになると考えられることから、セーフ・ハーバーの対象行為類型の拡大には慎重になるべきである。実際、過去の審判決例においても、市場シェア20%以下で違法とされた事案には、かなり差別化された商品が多い。事業者側として、それでもなおセーフ・ハーバーの対象行為類型を拡大すべきと考えるのであれば、全体見直しで改めて検討すれば足りるのではないか。
- 例えば、同一の流通業者に対して、「地域外顧客への販売制限」、「帳合取引の義務付け」及び「仲間取引の禁止」が並行的・重疊的に課される場合には、価格維持効果が生じることがあると考えられるため、セーフ・ハーバーの適用対象行為類型を拡大することには慎重になるべきである。
- 事業者としては、現行の流通・取引慣行ガイドラインでセーフ・ハーバーの対象とされている行為類型については、価格維持効果に着目した行為類型であっても、引き続きセーフ・ハーバーの対象行為類型としてもらいたい。
- 小売業者としては、テリトリー制や販売先制限について、セーフ・ハーバーの対象行為類型が拡大されることには反対である。
- 「仲間取引の禁止」をセーフ・ハーバーの適用対象行為類型とした場合には、インターネット販売に与える悪影響が大きいと考えられる。具体的には、インターネット販売は商圈の制限がないため本来的には寡占化が進みやすいはずだが、中小のインターネット通販業者がどこかから商品を仕入れて、比較サイトでゲリラ的に安売りを行うことで寡占化が防がれている状況にある。この点、仲間取引による仕入れは、中小事業者がインターネット販売に参入することを容易にするという意味で参入障壁を押

し下げる効果がある。この点を踏まえると、中小事業者によるインターネット販売への参入容易性を担保するためには、仲間取引の禁止をセーフ・ハーバーの対象行為類型とすべきではない。

- 垂直的制限行為については、「合理の原則」に基づいて競争促進効果と競争制限効果の双方が勘案されるという点を踏まえると、一定の市場シェア水準までであれば、事業者にある程度自由な事業活動を認めることが適切だと考えられるところ、現行の流通・取引慣行ガイドラインでセーフ・ハーバーの適用対象となっている行為類型については、引き続きセーフ・ハーバーの適用対象とすることが適切ではないか。
- 過去の違反事例において、「帳合取引の義務付け」、「仲間取引の禁止」又は「安売り業者への販売禁止」が再販売価格維持行為の実効性確保手段として用いられていることを踏まえると、これらの行為をセーフ・ハーバーの適用対象行為類型とすることは不適切である。

「市場」の考え方について

【各会員からの意見】

- EUのガイドラインではSSNIPを採用しているが、独占禁止法は、EUと異なり、法第3条と法第19条の2本立てになっているところ、法第19条の適用に当たっては、市場画定が求められるわけではないため、「市場」の考え方については現在の記載のままでよいのではないか。
- 流通・取引慣行ガイドラインは、法第19条に関するガイドラインであることから、「市場」の考え方について、企業結合ガイドラインのような厳密な記載までは必要ないのではないか。
- 「市場」の考え方を具体的に記載すると、市場が狭く画定されやすくなると考えられるため、事業者にとっては必ずしも好ましくない。
- 差別化された商品について垂直的制限行為が行われた場合、当該商品のみで市場を画定するのか、従来の商品カテゴリーの一部として市場を考えるのか悩ましいところである。
- セーフ・ハーバーとして市場シェア基準を採用する以上、「市場」をどのように考えるべきかという論点は重要である。市場画定の方法としてSSNIPが適切かという点に関しては、理論的に確定されたものではないため、参考の一つとすることはあり得るかもしれないが、SSNIPのみで「市場」を捉えることは適切ではない。

その他

【各会員からの意見】

- 今後の全体見直しにおいては、インターネット販売を流通・取引慣行ガイドライン上どのように位置付けるのかという点が大きな論点になる。EUにおいても、インターネット販売を、能動的販売制限と受動的販売制限の関係でどのように位置付けるのか苦心していると聞いている。

以上