

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会（第8回会合）議事概要

平成28年11月9日

公正取引委員会

1 日時 平成28年10月28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
	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
	三村 優美子	青山学院大学経営学部教授
	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 菅久経済取引局取引部長，佐久間官房参事官，
小林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）最近の流通実態の変化（メーカーと流通業者の取引関係の実態等）について

（3）ガイドラインの更なる明確化等（適法・違法性判断基準等について）

（4）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

事務局から配布資料に基づき説明があり、その後、議論を行った。
各会員から出された主な意見の概要は次のとおり。

メーカーと流通業者の取引関係について

- 投資促進など継続的取引には良い面もある。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。
- 例えば、現行ガイドライン第1部第6（継続的な取引関係を背景とするその他の競争阻害行為）を項目として削除することとしても、第6の1の内容は今後も必要なものと考えられるため、他のところと整理しつつ活用するなど、それぞれの内容ごとに検討していくべきである。
- 現行ガイドラインは流通・取引慣行に沿って記載されており、必ずしも垂直的制限行為に限られない部分もある。このような部分については実務家などの間でも評価が高く、あまり形式的に削除すべきではない。
- 現行ガイドラインはメーカーによる流通支配という視点で記載されているが、最近の流通実態として、メーカーと流通業者が協調して行う取引には社会的にプラスの面もある。

適法・違法性判断基準について

（プラットフォーム事業者について）

- プラットフォーム事業者といっても、様々な形態があり、例えば、自ら仕入れて販売する形式のものもあれば、販売業者と消費者の取引を仲介する形式のものもある。ガイドラインの対象範囲を「異なる取引段階の事業者間の取引」などとしてしまうと、特に後者はそれに当たらない可能性もあるため、対象範囲の記載の仕方は検討が必要である。
- プラットフォーム事業者の定義については海外の議論を含めても未だ定まっておらず、現段階で、ガイドラインにおいて明確な定義を置いてしまうと、今後の実務で柔軟な対応ができなくなるおそれがある。
- 大分大山町農業協同組合の事例のような従来型のプラットフォームも間接ネットワーク効果など基本的な考え方は共通している一方で、オンラインプラットフォームは非常に少ない追加コストで圧倒的な規模に拡大できる点で従来型のものと異なるということに留意する必要がある。
- エコマースは今も日進月歩で発展しており、参考となる先例がほとんどないため、現時点において、オンラインのプラットフォームの行為による競争制限効果についてガイドラインに書き込み過ぎると、使い勝手が悪いものになる可能性もある。
- オンラインプラットフォームの行為による市場への影響については、ビジネスモデルによっても異なり、非常に難しい問題である。多様な論点が考えられるため、現

時点で特定して記載するのではなく、将来出てきた事案にも対応できる使い勝手のいいものにすべきと考える。

(市場閉鎖効果及び価格維持効果の経済学的な考え方について)

- 現行ガイドラインでは、競争促進効果と比べて競争阻害効果に関する説明はほとんど記載されていないため、市場閉鎖効果と価格維持効果についてしっかりと書き込むことが必要と考える。
- 市場閉鎖効果については経済学的な考え方に基づき記載する必要があるが、いろいろな議論があり難しい問題である。例えば、①ライバル費用引き上げ、②販路の閉鎖、③インセンティブ低下について記載することも考えられる。また、プラットフォーム事業者が多くの顧客を囲い込むことでそこを通さないと供給者が顧客にリーチできないという意味での閉鎖の問題もある。
- 市場閉鎖効果の説明として「競争単位が減少する」ことまでは必要ないのではないか。自由に参入できる市場であることが重要であるため、新規参入者や既存の競争者が排除されることにより競争を減殺する効果もたらされるという説明にすべきではないか。
- 垂直的制限行為による影響としては、品質など価格以外の競争への影響もある。ガイドラインの分析プロセスにおいては、分かりやすいものとして価格を中心に記載することが考えられるが、消費者の利益に影響があるものは全て含まれるということは重要である。
- 適法・違法性判断基準の考え方については、国際的な議論を踏まえて検討すべきである。

(ガイドラインの記載振りについて)

- 今まで流通・取引慣行ガイドラインに係る問題があまり生じていなかった業界においても、今後、Eコマースの発展等に伴いビジネスを展開していく場合にガイドラインを参照する必要性が出てくる可能性を踏まえると、例えばある行為類型ではどのような考慮要素を重視してどのような場合に違法となるのかなど、事業者が自分の行動のリスクを自らある程度判断できるような形で記載してもらいたい。

追加の論点等について

- 非価格制限行為のうち現行ガイドラインで原則違法とされているもの（安売り業者への販売禁止、広告表示価格の制限）の考え方について検討すべき。

以上