

## 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の一部改正について

平成 28 年 5 月 27 日

公正取引委員会

- 1 公正取引委員会は、「規制改革実施計画」(平成 27 年 6 月 30 日閣議決定)  
([参考 1](#))を踏まえ、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(平成 3  
年 7 月 11 日公正取引委員会事務局。以下「流通・取引慣行ガイドライン」と  
いう。)に関し同実施計画において検討することとされたいわゆるセーフ・ハー  
バーに関する基準や要件等について所要の検討を行ったところ、流通・取引慣  
行ガイドラインを一部改正することとし、平成 28 年 3 月 28 日にその改正案  
を公表し、同年 4 月 26 日を期限として、関係各方面から広く意見を求めたこ  
ろである。
- 2 今回の意見募集では、流通・取引慣行ガイドラインの一部改正案に対し、2  
2 件の意見が提出された。公正取引委員会は、提出された意見を慎重に検討し  
た結果、原案を維持することとした([別紙 1](#))。提出された意見の概要及びそれ  
に対する公正取引委員会の考え方は[別紙 2](#)のとおりである。  
なお、提出された意見については、公正取引委員会事務総局経済取引局取引  
部取引企画課において閲覧に供する。
- 3 公正取引委員会は、流通・取引慣行ガイドラインを十分に周知し、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  
立てるとともに、引き続き、独占禁止法を適正に運用していくこととしている。

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>



## 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」 新旧対照表

(下線部分は改正部分)

## ○ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針 (平成3年7月11日公正取引委員会事務局)

改正後	現 行
<p>第1部 事業者間取引の継続性・排他性に関する独占禁止法上の指針</p> <p>1～3 (略)</p> <p>第1～第3 (略)</p> <p>第4 取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限</p> <p>1 (略)</p> <p>2 取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限</p> <p>市場における有力な事業者(注7)が、例えば次のように、取引先事業者に対し自己又は自己と密接な関係にある事業者の競争者と取引しないよう拘束する条件を付けて取引する行為(注8)又は取引先事業者に自己又は自己と密接な関係にある事業者の競争者との取引を拒絶させる行為を行い、これによって競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には(注9)、当該行為は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)、11項(排他条件付取引)又は12項(拘束条件付取引))(注10)。</p> <p>①～④ (略)</p> <p>(注7) 「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、当該市場(行為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、</p>	<p>第1部 事業者間取引の継続性・排他性に関する独占禁止法上の指針</p> <p>1～3 (略)</p> <p>第1～第3 (略)</p> <p>第4 取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限</p> <p>1 (略)</p> <p>2 取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限</p> <p>市場における有力な事業者(注7)が、例えば次のように、取引先事業者に対し自己又は自己と密接な関係にある事業者の競争者と取引しないよう拘束する条件を付けて取引する行為(注8)又は取引先事業者に自己又は自己と密接な関係にある事業者の競争者との取引を拒絶させる行為を行い、これによって競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には(注9)、当該行為は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)、11項(排他条件付取引)又は12項(拘束条件付取引))(注10)。</p> <p>①～④ (略)</p> <p>(注7) 「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、当該市場(行為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)におけるシェア</p>

改正後	現 行
<p><u>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。）におけるシェアが 20%を超える</u>ことが一応の目安となる。</p> <p>ただし、この目安を超えたのみで、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、「競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合」に違法となる。</p> <p>市場におけるシェアが <u>20%以下である事業者</u>や新規参入者が行う場合には、通常、競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことが困難となるおそれはなく、違法とはならない。</p> <p>なお、「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、下記第1部第5～第7の場合も同様である。</p> <p>(注8)～(注10) (略)</p> <p>第5～第7 (略)</p> <p>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</p> <p>1・2 (略)</p> <p>3 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準</p> <p>(1)・(2) (略)</p> <p>(3) 垂直的制限行為のうち流通業者の取扱</p>	<p>が <u>10%以上又はその順位が上位3位以内である</u>ことが一応の目安となる。</p> <p>ただし、この目安を超えたのみで、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、「競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合」に違法となる。</p> <p>市場におけるシェアが <u>10%未満であり、かつ、その順位が上位4位以下である下位事業者</u>や新規参入者が行う場合には、通常、競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことが困難となるおそれはなく、違法とはならない。</p> <p>なお、「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、下記第1部第5～第7の場合も同様である。</p> <p>(注8)～(注10) (略)</p> <p>第5～第7 (略)</p> <p>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</p> <p>1・2 (略)</p> <p>3 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準</p> <p>(1)・(2) (略)</p> <p>(3) 垂直的制限行為のうち流通業者の取扱</p>

改正後	現行
<p>い商品、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。）は、「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」（注2）や「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」（注3）に当たらない限り、通常、問題となるものではないが、再販売価格維持行為は、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る。</p> <p>（注2）（略）</p> <p>（注3） 「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」とは、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をいい、このようなおそれを生じさせない行為については、通常、「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」とは認められない。例えば、メーカーによる流通業者の販売地域に関する制限においては、通信販売事業者による当該地域における対象商品の販売や他の地域に所在する流通業者による販売が可能な場合には、これらの競争圧力の程度等も考慮する。</p> <p>「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たるかどうかは、上記（1）の適法・違</p>	<p>い商品、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。）は、「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」（注2）や「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」（注3）に当たらない限り、通常、問題となるものではないが、再販売価格維持行為は、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る。</p> <p>（注2）（略）</p> <p>（注3） 「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」とは、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をいい、このようなおそれを生じさせない行為については、通常、「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」とは認められない。例えば、メーカーによる流通業者の販売地域に関する制限においては、通信販売事業者による当該地域における対象商品の販売や他の地域に所在する流通業者による販売が可能な場合には、これらの競争圧力の程度等も考慮する。</p> <p>「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たるかどうかは、上記（1）の適法・違</p>

改正後	現行
<p>法性判断基準に従って判断することになる。例えば、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メーカー（注4）によって厳格な地域制限（後記第2の3（1）参照）が行われると、当該ブランドの商品をめぐる価格競争が阻害され、当該商品の価格が維持されるおそれが生じることとなる。</p> <p>なお、「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たるかどうかについては、以下第2部において同様である。</p> <p>（注4） 「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、当該市場 <u>（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。）</u>におけるシェアが <u>20%を超える</u> ことが一応の目安となる。</p> <p>ただし、この目安を超えたのみで、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「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に違法とな</p>	<p>法性判断基準に従って判断することになる。例えば、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メーカー（注4）によって厳格な地域制限（後記第2の3（1）参照）が行われると、当該ブランドの商品をめぐる価格競争が阻害され、当該商品の価格が維持されるおそれが生じることとなる。</p> <p>なお、「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たるかどうかについては、以下第2部において同様である。</p> <p>（注4） 「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、当該市場におけるシェアが <u>10%以上、又はその順位が上位3位以内である</u> ことが一応の目安となる。</p> <p>ただし、この目安を超えたのみで、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「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に違法となる。</p> <p>市場におけるシェアが <u>10%未満であり、かつ、その順位が上位4位以下である下位事業者</u> や新規参入者が厳格な地域制限を行う場合には、通常、当該商品の価格が維持されるおそれはなく、違</p>

改正後	現行
<p>る。</p> <p>市場におけるシェアが <u>20%以下である事業者</u> や新規参入者が厳格な地域制限を行う場合には、通常、当該商品の価格が維持されるおそれはなく、違法とはならない。</p> <p>4 (略)</p> <p>第1 (略)</p> <p>第2 非価格制限行為</p> <p>1 (略)</p> <p>2 流通業者の競争品の取扱いに関する制限</p> <p>(1) (略)</p> <p>(2) 市場における有力なメーカー（注7）が競争品の取扱い制限を行い、これによって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には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定 11 項（排他条件付取引）又は 12 項（拘束条件付取引））。</p> <p>（注7） 「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、当該市場（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 <u>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。</u>）におけるシェアが <u>20%を超える</u> ことが一応の目安となる。</p>	<p>法とはならない。</p> <p>4 (略)</p> <p>第1 (略)</p> <p>第2 非価格制限行為</p> <p>1 (略)</p> <p>2 流通業者の競争品の取扱いに関する制限</p> <p>(1) (略)</p> <p>(2) 市場における有力なメーカー（注7）が競争品の取扱い制限を行い、これによって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には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定 11 項（排他条件付取引）又は 12 項（拘束条件付取引））。</p> <p>（注7） 「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、当該市場（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）におけるシェアが <u>10%以上、又はその順位が上位3位以内である</u> ことが一応の目安となる。</p> <p>ただし、この目安を超えたのみで、その事業者の行為が違法とされるものではなく、当該行</p>

改正後	現 行
<p>る。</p> <p>ただし、この目安を超えたのみで、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「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」に違法となる。</p> <p>市場におけるシェアが <u>20%以下である事業者</u> や新規参入者が競争品の取扱い制限を行う場合には、通常、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はなく、違法とはならない。</p> <p>なお、「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、以下第2部において同様である。</p> <p>(3) (略)</p> <p>3～6 (略)</p> <p>第3～第5 (略)</p>	<p>為によって「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」に違法となる。</p> <p>市場におけるシェアが <u>10%未満であり、かつ、その順位が上位4位以下である下位事業者</u> や新規参入者が競争品の取扱い制限を行う場合には、通常、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はなく、違法とはならない。</p> <p>なお、「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、以下第2部において同様である。</p> <p>(3) (略)</p> <p>3～6 (略)</p> <p>第3～第5 (略)</p>

## 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の一部改正（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	第 1 部の第 4 の 2（注 7）	第 1 部については、今回の改正で、第 4（取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限）のセーフ・ハーバーの基準のみが改正され、それ以外の行為類型（第 5 から第 7）については、セーフ・ハーバーの基準は改正されないのか。（団体）	本指針第 1 部におけるセーフ・ハーバーの基準については、いずれも今回改正されます。 このため、第 5 から第 7 の各行為類型（不当な相互取引、継続的な取引関係を背景とするその他の競争阻害行為及び取引先事業者の株式の取得・所有と競争阻害）についても、第 4 と同様に、セーフ・ハーバーの基準が改正されることとなります。
2	第 1 部の第 4 の 2（注 7） 第 2 部の 3（3）（注 4） 第 2 部の第 2 の 2（2）（注 7）	本指針の「市場における有力な事業者」という記載については、「この目安を超えたのみで、その事業者の行為が違法とされるものではなく」とのただし書があるものの、「市場における有力な事業者」であることが、違法性を推定させるかのような印象を与える記載となっている。そのため、例えば、「20%を超えたからといってその事業者の行為の違法性が推定されるものではない」ことを明記するなど、20%という基準が、これを下回った場合に通常問題とはならないということのみを意味するという点を明確にすべきである。（弁護士）	本指針の「市場における有力な事業者」という記載については、市場シェアが 20% の目安を超えたのみで、当該事業者の行為が違法となるものではなく、また、市場シェアが 20% 以下である場合に通常違法とはならないということを既に本指針で明らかにしているところです。
3	第 1 部の第 4 の 2（注 7） 第 2 部の 3（3）（注 4） 第 2 部の第 2 の 2（2）（注 7）	今回の改正で、セーフ・ハーバーの市場シェア基準を「20%以下」とするのはどのような理由によるものか。（事業者、団体、弁護士）	今回の改正では、①非価格制限行為を違反と認定した過去の審判決例の中には、行為者の市場シェアが 30% を下回るものについて、価格維持のおそれがあるとして違法性を認定したものがあること、②不公正な取引方法の観点も含めた独占禁止法上の考え方を示す知的財産ガイドラインが、セーフ・ハーバー（競争減殺効果が軽微な場合）として、市場シェア「20%」と

4	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	<p>企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針(企業結合ガイドライン)では、垂直型企業結合について、「企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる」(第5の1(3))としている。</p> <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「市場シェアが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。(団体)</p>	<p>の水準を設定していること、といった点を踏まえ「20%」としたものです。</p> <p>また、セーフ・ハーバーの見直しに当たっては、国際的整合性の観点も考慮すべきとの意見があることも承知しており、米国連邦レベルでは垂直的制限行為についてセーフ・ハーバーが設定されていないところ、EUにおけるセーフ・ハーバーについて参考としたものです。しかしながら、我が国においては、垂直的制限行為を取引の相手方に対する事業活動等の制限と捉えて不公正な取引方法(独占禁止法第19条)として規制しているのに対し、EUにおいては、まず、垂直的制限行為を事業者間の協定と捉えてカルテルなどの水平的協定と同じくEU機能条約第101条第1項によって規制されるものとし、その上で、同条第3項によって一定の場合には同条第1項の規定を適用しない旨を宣言できるという制度となっています。このように、EUと我が国は規制体系が異なり、セーフ・ハーバーの基準だけを比較することは適切ではないと考えます。</p>
5	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	<p>EUにおける垂直的制限行為に関するセーフ・ハーバーが30%であること、米国でも同様の運用がなされていることを踏まえると、グローバルスタンダードの観点からは、セーフ・ハーバーの基準を30%とすべきではないか。(団体)</p>	<p>さらに、企業結合ガイドラインでは、垂直型企業結合に関し「過去の事例に照らせば、企業結合後のHHIが2,500以下であり、かつ、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる」としていますが、これは企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かに関しての考え方を示したものであり、不公正な取引方法(独占禁止法第19条)に係る考え方を示した本指針に当てはめることは適切ではないと考えます。</p>
6	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	<p>知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針(知的財産ガイドライン)と同じセーフ・ハーバーの基準を採用することは不適切ではないか。(事業者、弁護士)</p>	
7	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)	<p>市場シェア基準を「20%以下」に引き上げると、多くのメーカーが、インターネット販売を行う流通業者に「厳格な地域制限」を課すことで、事実上、これらの流通</p>	

	(注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	業者を市場から締め出すことが可能となるため、反対である。(団体)	なお、公正取引委員会としては、仮に、意見8の御指摘のような行為(非価格制限行為を隠れみのにした再販売価格維持行為等)があれば、独占禁止法に基づき厳正に対処してまいります。
8	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	インターネット販売業者が、メーカーや既存の小売業者にとって不可欠ないし補完的な広告媒体・マーケティング手段として存立しているという実態を踏まえると、インターネット販売業者に対するメーカーの抽象的な懸念のみに基づいて市場シェア基準を引き上げることは拙速である。 また、セーフ・ハーバーの市場シェア基準が引き上げられると、非価格制限行為を隠れみのに再販売価格維持行為等が増加するおそれがある。(事業者)	
9	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	そもそもなぜセーフ・ハーバーの基準を見直すのかといった点について、理由が必ずしも明らかではないため、市場シェア基準の引上げには強く反対する。(団体)	
10	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	セーフ・ハーバーを拡大することには賛成であるが、垂直的制限行為の競争に与える評価は、水平的価格協定とは異なるものであり、今回の拡大では、垂直的制限行為の競争促進的な側面の評価が不十分である。また、現在の経済のグローバル化を踏まえると、我が国の規制を米国及びEUにおける規制に近づける努力をすべきである。(弁護士)	今回の改正では、①非価格制限行為を違反と認定した過去の審判決例の中には、行為者の市場シェアが30%を下回るものについて、価格維持のおそれがあるとして違法性を認定したものがあること、②不公正な取引方法の観点も含めた独占禁止法上の考え方を示す知的財産ガイドラインが、セーフ・ハーバー(競争減殺効果が軽微な場合)として、市場シェア「20%」との水準を設定していること、といった点を踏まえ「20%」とし

			<p>たものです。</p> <p>なお、我が国の規制を米国及びEUにおける規制に近づける努力をすべきであるとの御意見については、今後の参考とします。</p>
11	<p>第1部の第4の2（注7）</p> <p>第2部の3（3）（注4）</p> <p>第2部の第2の2（2）（注7）</p>	<p>本指針におけるセーフ・ハーバーが、EUにおけるセーフ・ハーバーのうち一括適用免除規則とデミニマス告示のいずれの性格に近いものかを明らかにすべきである。（弁護士）</p>	<p>セーフ・ハーバーの見直しに当たっては、国際的整合性の観点も考慮すべきとの意見があることも承知しており、米国連邦レベルでは垂直的制限行為についてセーフ・ハーバーが設定されていないところ、EUにおけるセーフ・ハーバーについて参考としたものです。しかしながら、我が国においては、垂直的制限行為を取引の相手方に対する事業活動等の制限と捉えて不公正な取引方法（独占禁止法第19条）として規制しているのに対し、EUにおいては、まず、垂直的制限行為を事業者間の協定と捉えてカルテルなどの水平的協定と同じくEU機能条約第101条第1項によって規制されるものとしており、EUと我が国は規制体系が異なっています。</p> <p>したがって、本指針におけるセーフ・ハーバーが、EUの一括適用免除規則とデミニマス告示のいずれの性格に近いものかを明らかにする必要性は乏しいものと考えます。</p>
12	<p>第1部の第4の2（注7）</p> <p>第2部の3（3）（注4）</p> <p>第2部の第2の2（2）（注7）</p>	<p>あるメーカーがセーフ・ハーバーに該当する場合に、単独では競争阻害効果が大きくなかったとしても、類似の市場シェアを有する他のメーカーが同様の行為を行うことで、累積的な効果を生じ、流通業者や一般消費者に不利益をもたらすこともあり得ると考えられる。そのため、EUのように、セーフ・ハーバーに該当する場合であっても、累積的效果を勘案し、事後的にセーフ・ハーバーを撤回し</p>	<p>セーフ・ハーバーの見直しに当たっては、国際的整合性の観点も考慮すべきとの意見があることも承知しており、米国連邦レベルでは垂直的制限行為についてセーフ・ハーバーが設定されていないところ、一括適用免除規則第6条において累積的效果の考え方を導入しているEUにおけるセーフ・ハーバーについて参考としたものです。しかしながら、我が国においては、垂直的制限行為を取引の相手方に対する事業活動等の制限と捉えて</p>

		<p>得る仕組みにすべきである。具体的には、セーフ・ハーバーの記載の後ろに「但し、複数のメーカーが同様の行為を並行的に行い累積的な効果が認められ、当該複数のメーカーの市場シェアの合算が20%を超える場合には、この限りでない。」旨追記すべきである。(団体)</p>	<p>不公正な取引方法(独占禁止法第19条)として規制しているのに対し、EUにおいては、まず、垂直的制限行為を事業者間の協定と捉えてカルテルなどの水平的協定と同じくEU機能条約第101条第1項によって規制されるものとし、その上で、同条第3項によって一定の場合には同条第1項の規定を適用しない旨を宣言できるという制度となっています。このように、EUと我が国では規制体系が異なることから、EUにおけるセーフ・ハーバーの制度だけを本指針のセーフ・ハーバーと比較することは適切ではないと考えます。</p>
13	<p>第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)</p>	<p>業界の状況に応じて、一般的なセーフ・ハーバーよりも高い市場シェア基準を設けることも一案ではないか。(団体)</p>	<p>セーフ・ハーバーも含めた垂直的制限行為についての不公正な取引方法に関する考え方は、全ての業種や商品に共通するものであり、特定の業種について、異なるセーフ・ハーバーを設けることは困難と考えます。</p> <p>なお、個別事案の適法・違法性判断においては、業種ごとの個別具体的な実態を踏まえて判断することとなります。</p>
14	<p>第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)</p>	<p>流通側が商品企画を行っている場合も踏まえると、流通業者の影響力も考慮すべきであり、メーカー側の市場シェアのみをセーフ・ハーバーの基準とすることは不相当である。(個人)</p>	<p>御意見については、今後の参考とします。</p>
15	<p>第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4)</p>	<p>セーフ・ハーバーに該当する場合であっても、「通常、違法とはならない」ということにとどまり、公正取引委員会に裁量の余地が残されている。市場シェアが20%以下である事業者や新規参入者が違法となる場合について、判</p>	<p>「通常、違法とはならない」とは、特段の事情がない限りは、独占禁止法上問題となるものではないという意味です。特段の事情については、個別具体的な事案ごとに判断されますので、具体的に例示することは困難です。</p>

	第2部の第2の2(2)(注7)	断要素や例示を記載すべきである。例えば、海外で人気の商品を製造する海外メーカーが、日本市場に参入するに当たって、競争品の取扱い制限を行うことは違法とすることができる余地を残しておくべきである。(団体)	
16	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	参入業者が少ない分野について、市場シェアで判断するのは公平感を欠く。(個人)	本指針におけるセーフ・ハーバーは、参入業者の多寡や、市場の規模にかかわらず、通常問題とはならない場合についての考え方を示したものです。
17	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	業種によって市場の規模等に違いがあるにもかかわらず、市場シェアだけで「市場における有力な事業者」を決めてよいのか疑問である。(事業者、団体)	
18	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	市場シェアはどこで公表された数字を根拠とするのか。(個人)	事業者が、自社のセーフ・ハーバーへの該当可能性を判断するに当たっては、自社の売上高等のほか、例えば、公的な統計資料や事業者団体の出す統計資料などを通じて、おおよその自社の市場シェアを推定することとなると考えられます。
19	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)	今回の改正で、セーフ・ハーバーの順位基準を廃止するのはどのような理由によるものか。(事業者、団体)	今回の改正により、市場シェア基準を「10%未満」から「20%以下」に引き上げるに際して、業界によって市場の構造がまちまちであり、上位3位以内に該当する事業者の市場シェアの

	(注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)		分布も様々である点を踏まえ、各市場において必ず上位3社が一律にセーフ・ハーバーの適用対象外となる順位基準を廃止することとしたものです。
20	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	小売業者には様々な形態が存在するが、そもそも「市場」とは何を指すのか。「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」とのことだが、供給者にとっての代替性を考慮した結果、考慮しない場合と異なる市場が画定されることもあるのか。(事業者、団体)	現行の本指針では、「行為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」としていましたが、今回の改正において、明確化の観点から、「行為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、 <u>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。</u> 」としたところです。 なお、具体的にどのような範囲で市場が判断されるかについては、個別具体的な事案によって異なります。
21	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	「市場」に関して、メーカーが、自社の市場シェアが低くなるように恣意的な市場画定を行えるような記載振りとなっている。(団体)	
22	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4) 第2部の第2の 2(2)(注7)	商品分類の曖昧な商品群の場合、市場シェアや市場における順位も曖昧になるのではないか。(個人)	
23	第1部の第4の 2(注7) 第2部の3(3) (注4)	相当程度に差別化された商品については、実態に即して、個別・具体的かつ実証的な市場画定が行われるべきであり、たとえ広いセグメント(例えば、掃除機全体)で市場シェアが20%を下回る事業者であっても、差別化され	

	第2部の第2の2(2)(注7)	た一定の取引分野(例えば、ロボット型掃除機)においてセーフ・ハーバーを超えるのであれば、セーフ・ハーバーの適用は受けないとすべきである。(事業者)	
24	第1部の第4の2(注7) 第2部の3(3)(注4) 第2部の第2の2(2)(注7)	「市場」の考え方について、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、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との考え方を示したことは、企業結合ガイドラインといった他のガイドラインとの整合性もとれており評価できるが、SSNIP基準を明示した企業結合ガイドラインと比べると、依然として抽象的な表現にとどまるため、更に明確な基準を採用すべきである。(弁護士)	御意見については、今後の参考とします。
25	第3部の第1の2(2)	今回の改正で、「競争者間の総代理店契約」におけるセーフ・ハーバーを改正しないのは、①規制改革実施計画で指摘されたセーフ・ハーバーの見直し対象にはそもそも第3部が含まれないとの理解に基づき検討を行っていないためか、それとも②検討の結果あえて改正の必要はないと考えたためか。(弁護士)	本指針第3部では、「競争者間の総代理店契約」について、「独占禁止法上問題とはならない場合」として「市場におけるシェアが10%未満又はその順位が第4位以下」との基準を示しています。 しかしながら、これは、水平的な販売提携が市場の競争に及ぼす影響の大きさを問題にするものであり、第1部及び第2部の非競争者間の非価格制限行為のセーフ・ハーバーとは性質が異なります。実際、セーフ・ハーバーの基準も、第1部及び第2部の「市場シェア10%未満かつ上位4位以下」とは異なる基準を採用しています。 このため、第3部の「独占禁止法上問題とはならない場合」については今回の改正の対象には含めないこととしたものです。
26	その他	今回の改正案では、再販売価格維持行為や流通業者の取引先に関する制限及び小売業者の販売方法に関する制限	再販売価格維持行為については、行為者の市場における地位にかかわらず、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることに

		<p>は、セーフ・ハーバーの適用対象となっていない。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「市場シェアが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これらの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。(団体)</p>	<p>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考えられることから、独占禁止法において、「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規定されています。このため、セーフ・ハーバーの適用対象とすることは適当ではないと考えます。</p>
27	その他	<p>流通業者の取引先に関する制限及び小売業者の販売方法に関する制限といった本指針上の他の非価格制限行為についてもセーフ・ハーバーの適用対象とすべきである。(事業者, 団体)</p>	<p>流通業者の取引先に関する制限については、本指針において、「帳合取引の義務付け」、「仲間取引の禁止」及び「安売り業者への販売禁止」に関する考え方を示しています。</p> <p>このうち、「帳合取引の義務付け」は、「メーカーが卸売業者に対して、その販売先である小売業者を特定させ、小売業者が特定の卸売業者としか取引できないようにすること」と記載しており、これはすなわち、メーカーが指定した小売業者以外の小売業者との取引を一切禁止するものです。そして、これにより、メーカーが指定した卸売業者と小売業者との取引関係においては、小売業者はメーカーが指定した卸売業者以外の卸売業者から購入することができなくなるため、卸売業者が小売業者に対して、いわば独占的な地位を得て、価格を高く維持することにつながりやすいと考えられます。</p> <p>また、「仲間取引の禁止」は、「メーカーが流通業者に対して、商品の横流しをしないよう指示すること」と記載しており、かかる横流しの禁止が「安売りを行っている流通業者に対して自己の商品が販売されないようにするために行われる場合など」についての考え方を記載しています。</p> <p>このように、これらの行為類型は、価格競争への影響が大きい</p>
28	その他	<p>「規制改革に関する第3次答申～多様で活力ある日本へ～」(平成27年6月16日規制改革会議)において、セーフ・ハーバーの適用対象行為を拡大すべきとの指摘があると言及されている流通業者の取引先に関する制限や小売業者の販売方法に関する制限について、今回の改正で、これらの行為類型をセーフ・ハーバーの適用対象行為としないのはどのような理由によるものか。(団体)</p>	

			<p>行為に限られるよう、極めて限定的な記載としていることから、セーフ・ハーバーの適用対象とすることは適当ではないと考えます。</p> <p>さらに、「安売り業者への販売禁止」についても、一般的な取引先の制限と異なり、価格を維持するおそれがあることから、セーフ・ハーバーの適用対象とすることは適当ではないと考えます。</p> <p>小売業者の販売方法に関する制限（販売価格、販売地域及び販売先に関するものを除きます。）については、本指針において、「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が認められ、かつ、他の取引先小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない。」としています。しかしながら、価格に関する広告・表示の制限については、一般的な広告・表示の制限と異なり、価格を維持するおそれがあることから、セーフ・ハーバーの適用対象とすることは適当ではないと考えます。</p> <p>なお、企業結合ガイドラインでは、垂直型企业結合に関し「過去の事例に照らせば、企業結合後のHHIが2,500以下であり、かつ、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる」としていますが、これは企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かに関しての考え方を示したものであり、不公正な取引方法（独占禁止法第19条）に係る考え方を示した本指針に当てはめることは適切ではないと考えます。</p>
--	--	--	---

29	その他	<p>セーフ・ハーバーの適用対象行為類型を拡大することとした場合、市場閉鎖効果や価格維持効果といった悪影響がもたらされるおそれがあるほか、メーカー間の協調的な競争制限行為を誘発するおそれがある。</p> <p>したがって、今後も引き続きセーフ・ハーバーの適用対象が拡大されないことを希望する。(団体)</p>	御意見については、今後の参考とします。
30	その他	<p>セーフ・ハーバーに該当する場合であっても、市場シェアにかかわらず「競争手段として不当か、又は自由競争基盤の侵害となるかについて検討を要する場合がある」旨の考え方を知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針(第2の2(1)等)と同様に、明記すべきではないか。(弁護士)</p>	<p>今回改正するセーフ・ハーバーは、当該セーフ・ハーバーに該当する事業者が特定の非価格制限行為を行う場合に、通常、市場閉鎖のおそれや価格維持のおそれがないことを示しているものです。このため、競争手段として不当な行為や自由競争基盤を侵害することとなる行為については、当該セーフ・ハーバーの対象とならないことは明らかです。</p>
31	その他	<p>セーフ・ハーバーが民事訴訟における裁判所による独禁法違反行為の認定を拘束するものではない旨明記すべきではないか。(弁護士)</p>	<p>本指針は、公正取引委員会が策定・運用する他のガイドラインと同様に、独占禁止法の運用に当たっての公正取引委員会の考え方を示したものであり、裁判による同法の違反行為の認定を拘束するものではないことは明らかです。</p>
32	その他	<p>セーフ・ハーバーを超えたからといって直ちに違法ではないということを明確に示し、事業者の過度の萎縮を防ぐため、過去の相談事例集の中で、セーフ・ハーバーの基準を超えるにもかかわらず適法とされた事例等を整理してガイドラインに記載すべきである。(団体)</p>	<p>セーフ・ハーバーの基準を超えた場合であっても適法とされた事例については、事案ごとに個別具体的に判断した上で適法としており、相談事例集には適法とした事情を記載した上で掲載しているものであり、これを一般化して本指針に掲載することは困難です。</p>
33	その他	<p>そもそもなぜセーフ・ハーバーを見直すのかといった点が必ずしも明らかではない。(団体)</p>	<p>本指針におけるセーフ・ハーバーについては、事業者にとって適用範囲が狭く予見可能性に乏しいとの指摘も背景に、規制改革実施計画(平成27年6月30日閣議決定)において、セーフ・ハーバーに関する基準や要件等について所要の検討を行うこと</p>

			とされたことから、公正取引委員会として所要の検討を行い、見直すこととなったものです。
34	その他	本指針は、全業種に適用されるものであるところ、セーフ・ハーバーの見直しに当たっては、様々な流通実態を幅広く調査した上で慎重な検討が必要である。(団体)	セーフ・ハーバーの見直しに当たっては、昨年から事業者や有識者に対してヒアリングを行うなどして検討を行ってきたものであり、その一環として、研究会においてセーフ・ハーバーに対する考え方について会員から意見を伺ったものです。
35	その他	研究会(流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会)は、本年2月以降、わずか2回しか開催されておらず、十分な議論がなされたとはいえないのではないか。(団体)	今回のセーフ・ハーバーの改正は、これまでのヒアリングや研究会会員からの御意見なども参考にしつつ、公正取引委員会として出した結論であり、決して2回の研究会の内容だけで判断したものではありません。

#### <その他の意見>

- 市場シェア10%以上20%以下の事業者による垂直的制限行為が、直ちに公正な競争を阻害するおそれがあるとは考えられないことから、市場シェア基準を「20%以下」に引き上げることは適切な見直しであると評価する。(団体)
- 市場における上位の事業者が、取引価格や取引条件を拘束する程の支配力を持つかは、市場の範囲によって相当の差異があると考えられることから、順位基準を廃止し、セーフ・ハーバーを市場シェア基準に一本化することは妥当であると評価する。(団体)
- 一般消費者にとっての選択肢や利便性の確保、中小事業者への不利益といった観点に鑑み、セーフ・ハーバーの適用対象行為を拡大しないとの公正取引委員会の判断を強く支持する。(団体)
- 本指針については、今後、全面的な見直しを行う中で、セーフ・ハーバーの更なる見直しについて検討すべきである。(団体)
- 「厳格な地域制限」について、「インターネット上で販売活動を行う流通事業者に対しメーカーが『厳格な地域制限』を行うことにより、事実上インターネット上での販売を制限するのと同様の効果がある場合には、市場における有力なメーカーの行為でなくとも違反となり得る。」旨追加すべきである。(団体)
- インターネット販売は、消費者の購入申込みに応じて販売を行うものであることから、本指針における「地域外顧客への販売制限」に類似するものであるといえる。そして、インターネット販売業者によって多種多様な製品情報が提供される今日においては、対面販売による商品説明が不可欠であるといった特段の事情は、少なくとも一般的な家電製品には見いだしがたく、本指針における、「選択的流通」や「小売業者の販売方法に

関する制限」の条件を満たす場合は限定的であると考えられる。したがって、インターネット販売業者に対する販売制限については、「選択的流通」や「小売業者の販売方法に関する制限」の厳格な条件を満たす場合を除き、「地域外顧客に対する販売制限」としてセーフ・ハーバーの適用を受けないことを明らかにすべきである。(事業者)

- 安売り業者への販売禁止や販売方法の一つである広告・表示の方法の制限といった、現行の本指針において原則違法とされている行為について、問題にならないケースを盛り込むなど考え方をより明確にすべき。(団体)
- インターネット販売で商品が安く売られることで、実店舗での売上げ低下やブランドイメージの毀損を招いている現状を踏まえると、本指針にも価格表示に関する事項を盛り込むことが必要である。具体的には、広告における最低表示価格 (Minimum Advertised Price) に関する考え方を追記すべきである。(事業者, 団体)
- 現在、本指針に記載のない行為 (マーケティング手法) についても、今後、考え方を明らかにしてもらいたい。(団体)



## 第1 規制改革実施計画(平成27年6月30日閣議決定)の内容

### 【「流通・取引慣行ガイドライン」の見直し(セーフ・ハーバーの検討)】

いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準や要件等について、所要の検討を行い、結論を得る。現行の基準や要件等を見直す必要がある場合には、「流通・取引慣行ガイドライン」の改正を行う。

## 第2 流通・取引慣行ガイドラインの概要

### ○流通・取引慣行ガイドライン(「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(平成3年7月策定))

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ることを目的として策定されたもの。

### ○流通・取引慣行ガイドライン(第1部(生産財・資本財の取引)及び第2部(消費財の流通取引)における取扱い(垂直的制限行為))

→市場閉鎖や価格維持のおそれがある場合に違法

取扱い	具体例
通常問題ない	責任地域制及び販売拠点制、いわゆる「選択的流通」、小売業者の販売方法に関する制限(販売価格、販売地域及び販売先に関する制限並びに価格に関する広告・表示の制限を除く。)
「市場における有力な事業者」が行う場合であって、市場閉鎖や価格維持のおそれがある場合に違法	◎取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限、◎流通業者の競争品の取扱いに関する制限、●厳格な地域制限
「市場における有力な事業者」以外の事業者が行う場合であっても、価格維持のおそれがある場合に違法	●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
原則として違法	再販売価格の拘束、安売り業者への販売禁止、価格に関する広告・表示の制限

(※)「◎」は市場閉鎖のおそれの観点から、「●」は価格維持のおそれの観点から、それぞれ違法性を判断。

○「市場における有力な事業者」(市場シェア10%以上又は上位3位以内であることが一応の目安)が特定の非価格制限行為を行う場合であって、市場閉鎖や価格維持のおそれがある場合は、違法となる。

ただし、この目安を超えたのみで、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、市場閉鎖や価格維持のおそれがある場合に違法となる。

○市場シェア10%未満、かつ、上位4位以下である事業者が特定の非価格制限行為を行う場合には、通常、市場閉鎖や価格維持のおそれはなく、違法とはならない。

いわゆるセーフ・ハーバー

## 第3 一部改正の概要

### 公正取引委員会の結論

「いわゆるセーフ・ハーバーの市場シェア基準の水準を10%から20%に引き上げ、順位基準を廃止する。」

現行

市場シェアが10%未満かつ  
順位が上位4位以下  
→通常問題とならない

改正

市場シェアが20%以下  
→通常問題とならない

※順位基準によって、市場シェアが10%未満の事業者であっても、上位3位は必ずセーフ・ハーバーの適用対象外となる。

※順位基準の廃止によって、第1位の事業者であっても、市場シェアが20%以下であればセーフ・ハーバーの適用対象となる。



## 「規制改革実施計画」（平成 27 年 6 月 30 日 閣議決定）（抄）

## Ⅱ 分野別措置事項

## 4 投資促進等分野

## (2) 個別措置事項

## ⑦その他民間事業者等の要望に応える見直し

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管省庁
63	「流通・取引慣行ガイドライン」の見直し（セーフ・ハーバーの検討）	いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準や要件等について、所要の検討を行い、結論を得る。現行の基準や要件等を見直す必要がある場合には、「流通・取引慣行ガイドライン」の改正を行う。	平成 27 年度検討・結論、結論を得次第措置	公正取引委員会



規制改革に関する第3次答申～多様で活力ある日本へ～  
(平成27年6月16日規制改革会議) (抄)

I (略)

II 各分野における規制改革

1～3 (略)

4. 投資促進等分野

(1) (略)

(2) 重点的フォローアップ

① (略)

② 流通・取引慣行ガイドラインの見直し

第2次規制改革会議答申及びそれに基づいた平成26年6月の規制改革実施計画を踏まえ、「流通・取引慣行ガイドライン」の改正案がパブリックコメントに付され、投資促進等ワーキング・グループでの議論を経て、改正ガイドラインが平成27年3月に公表された。この改正により、答申及び規制改革実施計画が求めていた諸点の明確化がなされたことは評価できる。

一方で、セーフ・ハーバー(※)に関する基準や要件等については、検討の緒についたばかりであり、平成27年度内の結論及びその後の速やかな措置が求められるところである。規制改革会議としては、具体的な基準や要件等の妥当性も含め、引き続きフォローアップを行うこととする( (3) ⑦イ)。

(※) 「流通・取引慣行ガイドライン」において、一部の非価格制限行為について、一定の基準や要件を満たす場合に、違法とならず規制の対象にならないとされる範囲をいう。

③～⑤ (略)

(3) 具体的な規制改革項目

①～⑥ (略)

⑦ その他民間事業者等の要望に応える見直し

ア (略)

イ 「流通・取引慣行ガイドライン」の見直し(セーフ・ハーバーの検討)【平成27年度検討・結論、結論を得次第措置】

「流通・取引慣行ガイドライン」では、一部の非価格制限行為について、一定の基準や要件を満たす場合は違法とならず規制の対象にならないとされている(いわゆるセーフ・ハーバー)。しかしながら、これについて、適用対象となる行為が「競争品の取扱い」と「販売地域制限」に限定されており、「取引先制限」や「販売方法の制限」に適用されないこと、セーフ・ハーバーが適用されるための市場シェア要件も「10%未満かつ上位4位以下」とされていること、から、事業者にとって適用範囲が狭く予見可能性に貢献していないため、適用範囲を拡大すべきであるとの指摘がある。

したがって、いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準や要件等について、所要の検討を行い、結論を得る。現行の基準や要件等を見直す必要がある場合には、「流通・取引慣行ガイドライン」の改正を行う。

ウ～ス (略)

5 (略)

III (略)

IV (略)

