

流通・取引慣行ガイドラインの見直しに当たっての論点②
～適法・違法性判断基準について～

◇ 適法・違法性判断基準についての総論的な考え方

現行のガイドラインにおいては、いわゆる「市場閉鎖効果」と「価格維持効果」に係る記載が注となっているなど、分析プロセスが分かりにくいといった意見があり、現行のガイドラインの記載の組み換え等を行い、分析プロセスの明確化を図る必要がある。また、オンラインのプラットフォーム事業者等についてもガイドラインの対象範囲であることを示すために所要の修正等を行う必要がある。

上記を踏まえ、議論のたたき台として、総論的な考え方（（1）から（5）の分析プロセス）、それぞれの論点等について整理を行った。

（1）対象範囲

- 現行ガイドライン第2部のメーカーと流通業者を念頭に置くのではなく、「取引段階が異なる事業者間の取引」といった一般的な「事業者による取引先事業者に対する垂直的制限行為」を対象とする。
- プラットフォーム事業者による垂直的制限行為も基本的な考え方を異にするものではない旨を明記する。

（論点等）

- ・ プラットフォーム事業者の定義等について
例：電子商取引において、自社が商品を購入して供給又は販売するのではなく、消費者と販売業者の間に介在し、両者を引き合わせて取引を成立させるなどの役務を提供する、いわゆるプラットフォーム事業者が、当該役務の提供を受ける事業者に対して行う垂直的制限行為についても、その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。

（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

- 垂直的制限行為は、その程度・態様等により、競争に様々な影響を及ぼすものであり、競争阻害効果を生じることあれば、競争促進効果を生じることもあること、ブランド内競争とブランド間競争のいずれも重要であることなどを示す。

- ・ 現行のガイドラインの考え方で原則対応可能。

- (3) 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準についての考え方
- 垂直的制限行為は、公正な競争を阻害するおそれ（以下「公正競争阻害性」という。）がある場合に、不公正な取引方法として禁止されることを明示する。
 - 公正競争阻害性がある場合とはどのような場合かについて整理する。
 - (ア) 再販売価格維持行為は原則として公正競争阻害性がある行為
 - (イ) 非価格制限行為は、①行為類型のみから違法と判断されるのではなく、当該行為を行う事業者の市場における地位等から、公正競争阻害性（「市場閉鎖効果」や「価格維持効果」等）がある場合には違法とされる行為と、②行為それ自体が反競争的性格を有し、事業活動の自由に属するものではなく、通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法とされる行為がある。
 - 上記の公正競争阻害性のうち、主なものとして「市場閉鎖効果」と「価格維持効果」についての考え方を経済学的な知見を踏まえて明確にする（注として記載するのではなく本体記載事項とする。）。
 - 公正競争阻害性があるか否かの判断に当たっては
 - (ア) ブランド間競争
 - (イ) ブランド内競争
 - (ウ) 垂直的制限行為を行う事業者の市場における地位
 - (エ) 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
 - (オ) 垂直的制限行為の対象となる取引先事業者の数及び市場における地位の現行のガイドラインにおける5つの基準、競争阻害効果に加えて競争促進効果（下記（5）参照）を考慮する（現行のガイドラインの考え方の整理については別紙1を参照）。
 - プラットフォーム事業者の行為が市場に与える影響を考慮する際に留意する点等について明記する。

（論点等）

- ・ 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

例1：市場閉鎖効果

非価格制限行為により、行為者の潜在的な競争者である新規参入者や既存の競争者が排除されることにより、競争単位が減少するなど、競争を減殺する効果をもたらす場合がある。

例2：価格維持効果

非価格制限行為により、当該行為の被行為者の競争に対するイン

センティブが妨げられることにより、当該被行為者が供給又は販売する商品の価格が引き上げられるなど、競争を減殺する効果をもたらす場合がある。

- ・ 価格維持効果に係るいわゆる累積効果について
並行的に同様の制限が行われた場合には、価格維持効果が生じる可能性が高まるか否か。

- ・ プラットフォーム事業者の行為が市場に与える影響を考慮する際に留意する点について（記載内容と記載場所を検討する際には、下記（４）も合わせて検討する必要がある。）

プラットフォーム事業者の垂直的制限行為が市場の競争に与える影響を検討するに当たって、例えば、当該プラットフォーム事業者の市場における地位を考慮する場合には、間接ネットワーク効果等も考慮する必要があると考えられる。

大分大山町農業協同組合に対する件（平成21年（措）第24号。別紙2参照）においては、木の花ガルテン（違反行為者の運営する農産物直売所）の地位について「多くの木の花ガルテンの出荷登録者にとって、木の花ガルテンは知名度が高く、ブランド力が高いことなどから他の農産物直売所に比して集客力があること及び木の花ガルテン大山店等の集荷場に直売用農産物を搬入すると木の花ガルテン8店舗に当該直売用農産物が配送され店頭陳列されるため販売機会が多くなることから、木の花ガルテンとの取引においては安定した収入が見込まれ、木の花ガルテンは直売用農産物の重要な出荷先となっている」と認定されている。

本件では、農産物の品ぞろえの良い農産物直売所はより魅力的であるため消費者を引き付ける一方、直売用農産物を生産する農家としても集客力の高い直売所に出荷することが販売機会も多くなるためより有利であるというように、双方向に間接ネットワーク効果が働いており、違反の認定に当たって、違反行為者の運営する農産物直売所（プラットフォーム）の消費者にとっての知名度・ブランド力、集客力が考慮要素となっている。

- ・ 5つの考慮要素について
更に追記すべき項目はあるか（特にプラットフォーム事業者間の競争について、上記の留意点の追記のみで十分か等）

(4) 市場における有力な事業者

- 垂直制限行為は、市場における有力な事業者によって行われることにより、市場の競争に与える影響が大きくなることがある。「市場における有力な事業者」とは、市場シェアが20%超の事業者をいう。
- 垂直制限行為の行為類型によっては、市場シェアが20%以下の事業者によるものである場合、通常、公正競争阻害性はなく、違法とはならないものもある（注として記載するのではなく本体記載事項とする。）。

(論点等)

- ・ プラットフォーム事業者の市場シェアの捉え方について
現行ガイドラインの「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…」という考え方では、プラットフォーム事業者のような仲介業者の市場シェアを捉えられるか。

(5) 垂直的制限行為によって生じ得る競争促進効果

- 公正競争阻害性があるか否かの判断に当たって考慮すべき競争促進効果の典型例を記載する。
 - (ア) フリーライダー問題への対応
 - (イ) 自社の商品が高品質であるとの評判の形成
 - (ウ) 商品の販売促進に有益な特有の投資の促進
 - (エ) ブランドイメージの向上

(論点等)

- ・ 現行のガイドラインの考え方で原則対応可能と考えられるが、更に追記すべきものがあるかは要検討。