

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会
報告書（案）
（修正履歴付き）

平成28年12月 日

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会

目 次

はじめに	1
第1 流通・取引慣行ガイドラインの見直しについて（総論）	3
1 最近の流通・取引慣行の実態の変化	3
(1) Eコマースの発展・拡大	3
(2) メーカーと流通業者の取引関係等の変化	5
(3) 総代理店・並行輸入品の実態等	6
2 流通・取引慣行ガイドラインの更なる明確化	7
(1) 多様化するビジネスモデルに対する対応	7
(2) 構成の分かりにくさ	8
3 その他	8
第2 流通・取引慣行ガイドラインの見直しの各論（具体化）	9
1 構成の変更	9
2 適法・違法性判断基準の更なる明確化	10
(1) 分析プロセスの明確化	10
(2) オンライン取引に関連する垂直的制限行為について	10
3 その他	11
(1) 原則違法となる行為類型の考え方の整理等	11
(2) 審判決例や相談事例の積極的な活用	11
終わりに	12
審議経過	13
流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会構成員	14

はじめに

流通・取引に関する慣行は、歴史的、社会的背景の中で形成されてきたものであり、その在り方は、時代とともに見直され、変化していくものである。

昭和から平成に変わる頃、我が国の経済は急速な発展を遂げ、国際的地位が一層向上し、経済活動のグローバル化が進んだ。これに伴い、内外価格差や市場アクセスの問題に関連して、我が国の流通・取引慣行等に関する内外の関心は一層高まりを見せてきた。

こうした問題に対処するため、公正取引委員会は、平成3年7月、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(以下「流通・取引慣行ガイドライン」という。)を制定した。この流通・取引慣行ガイドラインは、公正取引委員会の従来の法運用の成果を集大成して、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ようとしたものである。

それから約25年、時代は更に変化している。

数次にわたる独占禁止法の改正等が行われ、競争政策の強化が行われた。また、平成9年に再販指定商品の指定は全て取り消され、平成12年に大規模小売店舗法が廃止されるなど、規制緩和が進んだ。

一方、大手メーカー主導で構築された流通系列化は崩れ、合併・買収等による流通業者の上位集中度の高まりといった様々な要因によって、次第にメーカーと流通業者との相対的な力関係は変化していった。

さらには、インターネットの商用利用が開始され、我が国におけるインターネット接続環境は劇的に変化した。特に近年、スマートフォンの普及等により、いわゆるEコマース(電子商取引市場)はより一層発展・拡大していった。Eコマースの新しいビジネスモデルは、現在も次々に出現している。

このような変化の中において、流通・取引慣行ガイドラインは、長らく内容の見直しを伴う改正は行われなかったが、平成27年3月30日、垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準の考え方や、再販売価格維持行為の「正当な理由」についての考え方等について明確化を行うための改正がなされた。しかし、改正は流通・取引慣行ガイドラインの一部にとどまり、全体としては、制定当時の流通・取引慣行の実態を踏まえた記載が多く残されている。このため、現在までの流通・取引慣行の実態の変化の結果、制定当時の考え方では対応しきれない問題が生じている可能性がある。また、現行の流通・取引慣行ガイド

ラインの記載では必ずしも明確でない点について、分析プロセスの明確化等により考え方を明らかにすることで、事業者の適切な事業活動の促進につながる可能性がある。

「流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会」では、このような問題意識から、平成28年2月以降、計11回の会合を開催し、Eコマースの発展・拡大等も踏まえた、流通・取引慣行の実態の変化に関する競争政策の観点からの評価と、これを踏まえた流通・取引慣行ガイドラインの見直しの方向性について検討を行った。

まず、本研究会第1回及び第2回では、流通・取引慣行ガイドラインにおけるいわゆるセーフ・ハーバーに関する基準や要件等について検討を行った。公正取引委員会は、これらの検討を踏まえ、平成28年5月27日、流通・取引慣行ガイドラインの一部改正を行い、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こととした。

そして、本研究会第3回以降からは、流通・取引慣行ガイドラインの全体見直しに関する検討を行った。まず最近の流通・取引慣行の実態の変化（Eコマースの発展・拡大、メーカーと流通業者の取引関係の変化等）を把握するため、様々な立場の関係者からヒアリングを行った。そして、これらのヒアリング結果等から判明した最近の流通・取引慣行の実態の変化を踏まえつつ、流通・取引慣行ガイドラインの更なる明確化等に向けた検討を行った上で、最近の流通・取引慣行に即した独占禁止法上の考え方を示したガイドラインものとなるよう、議論を行った。

本報告書は、主に本研究会第3回以降に行われた、流通・取引慣行ガイドライン全体見直しに関する検討の結果を取りまとめたものである。本研究会は、本報告書の提言が、公正取引委員会の流通・取引慣行ガイドラインの見直しに的確に反映されるよう期待する。

第1 流通・取引慣行ガイドラインの見直しについて（総論）

流通・取引慣行ガイドライン制定後四半世紀が経過し、日本の流通・取引慣行を取り巻く環境が変化した今日においても、流通・取引慣行ガイドラインは、独占禁止法違反行為の未然防止の観点から事業者及び事業者団体に引き続き活用され、その役割を果たし続けており、その見直しに当たっては、従来の位置付け・目的自体を変える必要は必ずしも認められない。

一方、日本の流通・取引慣行を取り巻く環境は、Eコマースの発展・拡大等により大きく変化し、今後もその流れは更に大きなものとなっていくと考えられる。このような状況において、最近の流通・取引慣行の実態に適合し、事業者及び事業者団体にとってより利便性の高いガイドラインとすることは急務である。

以下では、上記の方向性を踏まえ、それぞれの各論点について検討を行った。

1 最近の流通・取引慣行の実態の変化

(1) Eコマースの発展・拡大

Eコマースは、新たなビジネスモデルが創出され、発展・拡大してきている。特に、電子商店街マーケットプレイスやソーシャルネットワーキングサービスを提供するいわゆるオンラインのプラットフォーム事業者の台頭は、消費者にとっては商品の検索・比較といった利便性が向上し、販売業者にとっては販売チャネルが拡大するなど、消費者及び販売業者の行動や採り得る選択肢、競争の状況に大きな影響をもたらした。そして、最近においては、このようなオンラインのプラットフォーム事業者が、主に消費者への流通経路において大きな力を発揮するようになってきていると考えられる。

また、このようなオンラインのプラットフォーム事業者を通じた実店舗を有しないオンライン専売の事業者の出現等によって、価格の透明性が高まり、価格競争をより活発化する一方、対面での商品説明や品質のアピールといった非価格競争を減退させているという指摘もある。例えば、実店舗で商品の説明等を受けつつ、そこでは当該商品を購入せず、より価格の安いオンライン販売で当該商品を購入するという、いわゆるショールーミングといわれる現象などがある¹。価格競争だけでなく非価格競争も活発であることが望ましく、オンライン取引に係るこうした現象が、事業者の販売戦略に変化を生じさせ、競争に大きな影響を及ぼす

¹ ショールーミングとは逆に、オンラインで商品に係る情報を収集しつつ、オンライン販売では当該商品を購入せず、実店舗で当該商品を購入するという、いわゆるウェブルーミングといわれる現象もある。

ことも考えられる。

このような状況の中、オンライン取引に関連する垂直的制限行為については、欧米を中心に次の から のような競争上の問題点が指摘されるようになってきており、特に、EU及び欧州各国においては厳しい対応がなされている²。それに基づく分析も進められ、下記 のような、新たなビジネスモデルに係る行為類型を中心として、オンライン取引に関連する垂直的制限行為に係る判断や考え方について、現在も様々な議論が行われている。

オンラインのプラットフォーム事業者による価格均等条項³

オンライン販売に関連する再販売価格維持行為

再販売価格の維持を容易にする行為⁴

オンライン販売の禁止又は制限

一方、日本においては、オンライン取引に関連する垂直的制限行為に対し、再販売価格維持行為を中心に、いくつかの審判決事例や相談事例が存在するものの⁵、EU及び欧州各国と比較すると具体的な事例は少ない状況である。上記 から のような行為類型については、現行の流通・取引慣行ガイドラインを含めたこれまでの独占禁止法上の考え方を当てはめることで対応は可能であると考えられるものの、例えば、上記 のような、新たなビジネスモデルに係る行為類型については、具体的事例がなく、その考え方は明らかとなっていない。

情報通信技術の分野は技術革新が非常に早く、それに伴って今後も新たなビジネスモデルが出現し、それらに係る新たな競争上の問題点等も次々に生じてくると考えられる。

² 詳細は資料 4-5 「欧米におけるオンライン取引に関連する垂直的制限行為についての主な判決・決定等」参照。

³ 例えば、プラットフォーム事業者と当該プラットフォームに自らが提供する商品を掲載する事業者との間において、当該事業者が当該プラットフォームに商品を掲載するに当たり、最も有利な条件を掲載しなければならない旨の契約を締結する、Most Favored Nation (MFN) 条項、Most Favored Customer (MFC) 条項や Across Platform Parity Agreements (APPA) 条項などと呼ばれるものである。具体的事例については、資料 4-5 「欧米におけるオンライン取引に関連する垂直的制限行為についての主な判決・決定等」参照。

⁴ 例えば、メーカーが自社の商品を販売する小売業者に対して、当該商品の表示価格の下限を設定する Minimum Advertised Price (MAP) 条項や、特定の販売経路を用いて販売する事業者を不利にするようなリベート等を導入する差別対価などがある。具体的事例については、資料 4-5 「欧米におけるオンライン取引に関連する垂直的制限行為についての主な判決・決定等」参照。

⁵ 詳細は資料 5-6 「全体見直しの検討に資する主要な審判決例」及び資料 6-7 「全体見直しの検討に資する主要な相談事例」参照。

(2) メーカーと流通業者の取引関係等の変化

現行の流通・取引慣行ガイドライン制定当時、日本における事業者間の取引については、特定の取引先と継続的に取引する傾向があること、株式所有関係にある取引先との取引が優先される傾向があること、また、株式の相互持合いによる企業間の結び付きがみられること、いわゆる企業集団が存在し、集団内の取引を優先する傾向があること等により、外国事業者等の新規参入が困難になっているとの批判に内外からさらされていた。

最近の流通・取引慣行の実態について、様々な業種のメーカーや流通業者等からのヒアリング⁶によると、現在、事業者は取引先事業者として、品質、価格や技術力等において最も良い条件を提示した者を是々非々で選択しており、経済活動のグローバル化に伴い、外国事業者を取引先事業者として選択することも多くなっているとの意見が多くみられた。このように取引条件の優劣を判断した結果、事業者間取引が継続的になっているのであれば、独占禁止法上問題となるものではない。また、株式の相互持合いについても、いわゆる安定株主作りという理由では、株主に対する説明責任が果たせず、コーポレートガバナンスの観点から減少傾向にあるとの意見もあった。これらの点を踏まえると、現在においては、流通・取引慣行ガイドライン制定当時に問題視されたような、日本の市場の閉鎖性に係る問題は余りみられなくなっていると考えられる。

また、流通・取引慣行ガイドライン制定当時には、流通業者がメーカーに依存する流通システムが多くの業種で見られ、これを前提にメーカーが流通業者に対して制限行為を行うといった指摘もあった。これに関し、上記のヒアリングにおいて、流通・取引慣行ガイドライン制定当時と比較すると、流通業者の集中度は更に高まり、メーカーに対する流通業者の対抗力は強まってきているとの意見があった。一方、Eコマースの発展・拡大に伴い、規模の小さいオンライン専門の販売業者が出現するなど、流通・取引慣行の実態は多様化してきており、メーカーと流通業者の力関係は個別の状況によって異なるといった意見もあった。

現在、上記(1)のようなEコマースの発展・拡大を背景としたビジ

⁶ 本研究会において、流通経済研究所(第3回)、電子情報技術産業協会(第4回)、新経済連盟(第4回)、アジアインターネット日本連盟(第4回)、食品産業センター(第5回)、セブン&アイ・ホールディングス(第5回)、土田和博早稲田大学法学学術院教授(第6回)、からヒアリングを行った。また、公正取引委員会において、平成27年9月以降、流通・取引慣行ガイドラインの見直しに関して、家電、医薬品、化粧品、加工食品、日用雑貨品等の様々な業界業種のメーカー及び流通業者約40社に対してヒアリングを行った。

ネスモデルの多様化等に伴い、メーカーと流通業者が互いに協力し合うことによって、消費者に対してより良いサービスが提供できるようになるという事例も出てきている。個々の関係で事情が異なり得ることに留意は必要であるが、メーカーが流通業者の行為を一方的に制限することで流通を支配するという見方に立つのは一面的であろう。

なお最近、海外において、川下（流通業者等）の支配力を背景とした川上（メーカー等）に対する制限行為が注目されている。日本においても、流通業者（川下）からメーカー（川上）への制限行為については、平成3年以降、優越的地位の濫用⁷に当たるとして24件の法的措置が採られている。、その他、川下から川上への制限行為について、不公正な取引方法に当たるとして4件の法的措置⁸が採られている。がこれらについては、基本的に「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方（平成22年11月30日）」（以下「優越ガイドライン」という。）や、現行の流通・取引慣行ガイドラインの第1部第4（取引先事業者に対する自己の競争者との取引制限）に示されている考え方に基づき対応がなされたものであるものと考え方を異にするものではない。

なおまた、上記のヒアリングにおいても、メーカーと流通業者の取引という観点からの川下から川上への制限行為に関しついで、流通・取引慣行ガイドラインにおいて、新たな行為類型に係る記載を拡充させるべきといった意見はなかった。

（3）総代理店・並行輸入品の実態等

現行の流通・取引慣行ガイドラインの第3部（総代理店に関する独占禁止法上の指針）は、流通・取引慣行ガイドライン制定当時、輸入品の内外価格差という問題が大きく取り上げられ、特に、高級ブランド品を中心に、総代理店による流通支配や、その独占的地位を背景とした高価格販売政策に原因があるのではないかと指摘を踏まえて作られたものである。しかし、現在、輸入品の内外価格差については、当時ほど問題視されておらず、海外の有力ブランドは自己の子会社等を通じて直接日本に参入することが多くなっている。

一方、Eコマースの発展・拡大等に伴い、輸入ブランド商品が多様化し、新興ブランドの商品を中心として小規模な新たな総代理店が増えて

⁷ 独占禁止法第2条第9項第5号（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の一部を改正する法律(平成21年法律第51号)の施行日である平成22年1月1日前においては平成21年公正取引委員会告示第18号による改正前の不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）の第14項）

⁸ 詳細は資料5-6「全体見直しの検討に資する主要な審判決例流通・取引慣行ガイドライン策定以降の主要な審判決例」参照。

きており、総代理店を取り巻く環境・実態は変化してきていると考えられる。

海外の有力ブランドのメーカーが、自身のブランドがを日本に確立した後において、自己の子会社等を通じて直接日本で販売するという戦略は有効であるものの、海外の事業者が初めて日本に参入する場合には、日本の流通・取引慣行の実態等を把握している日本のメーカー（競争者）との間で総代理店契約を結ぶことは十分にあり得る戦略である。最近ではこのような競争者間の総代理店契約は少なくなってきたとの意見もあるが、流通・取引慣行ガイドラインの見直しに当たっては、制定当時にはあまり見られなかった上記のような小規模な新たな総代理店を中心として、更に実態把握を行う必要がある。

なお、並行輸入品については、上記のような小規模な総代理店等によって、引き続き並行輸入品の偽物扱いや修理拒否等が行われているとの指摘があり、このような行為に対応するためにも、流通・取引慣行ガイドラインの第3部第3（並行輸入の不当阻害）の果たす役割は依然として重要であるとの意見もあった。

2 流通・取引慣行ガイドラインの更なる明確化

(1) 多様化するビジネスモデルに対する対応

上記1(2)のとおり、現行の流通・取引慣行ガイドラインは制定当時の流通・取引慣行の実態に即した記載となっているため、最近の実態に照らすと分かりにくい内容となっている部分が生じてきている。特に、情報通信技術分野の技術革新によってビジネスモデルは多様化しており、引き続きその流れは加速していくことが考えられる予測されるため、このような状況に対しては、十分に対応しきれなくなっていると考えられる。独占禁止法は、事業者の事業機会を奪うものではなく、競争上のルールを明確にするなど、競争環境を適切なものとすることにより、事業者の事業機会の創出を促す側面があるが、自身の行為が独占禁止法上問題となるか否かを判断することが困難な場面が増えてしまうと萎縮効果が生じ、新しい分野の革新的な事業者の事業機会を奪ってしまうことにもなりかねない。

また、事業者の地位やガイドラインに対する考え方等は、それぞれの事業者を取り巻く環境等によって様々であり、ある特定の業種・業界のみをみて流通・取引慣行ガイドラインの見直しを行うのは適当ではない。

したがって、最近の流通・取引慣行の実態を踏まえつつ、時代の変化にも対応し得るようなガイドラインとすることが望ましい。

(2) 構成の分かりにくさ

現行の流通・取引慣行ガイドラインは、事業者間取引の閉鎖性の問題、流通分野における取引に関する問題、輸入品の内外価格差の問題といった制定当時に問題視されたことに対して適切に対応するため、財の性質に着目するなどして3部構成となっているが、上記1(2)及び(3)のとおり、現在においてはそれほど大きな問題とはなっていないものが多くなってきている。こうした状況において、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)以外はあまり実務において活用されていないのではないかとの意見や、同一の適法・違法性判断基準に基づき判断される行為類型が部をまたいで記載されているのは分かりにくいといった意見などがある。このため、分かりやすさや利便性の向上という観点から、3部構成というガイドラインの構成自体も見直す必要があると考えられる。

なお、優越的地位の濫用に係る内容については、~~「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方(平成22年11月30日)」(以下「優越ガイドライン」という。)~~を参照すれば足りると考えられる。

3 その他

非価格制限行為のうち、原則違法となる行為類型(「安売り業者への販売禁止」及び「価格に関する広告・表示の制限」)について、原則違法となる取扱いを撤廃する(「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」には違法とする)か、例外的に問題とならない場合を明確にすべきとの意見があった。これに対し、これらの行為類型は、再販売価格維持行為の考え方に準じて原則違法とされている行為類型であり、原則違法とすることに問題はないとの意見や、特に、「安売り業者への販売禁止」については、実店舗で販売する販売業者と比べて販売費用の少ないオンラインの販売業者を排除することにもつながり得るものであり、Eコマースが発展・拡大している現状において、原則違法となる取扱いを撤廃することには慎重になる必要があるとの意見があった。

また、「安売り業者への販売禁止」等が原則違法となるとしても、メーカーによる流通業者の取引先の制限に係る「選択的流通」について、現行の流通・取引慣行ガイドラインにおいて記載されている設定基準、通常、独占禁止法上問題とならないと認められる条件(商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準が、当該商品の品質の保持、適切な使用の確保等、消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由に基づくものと認められ、

かつ、当該商品の取扱いを希望する他の流通業者に対しても同等の基準が適用される場合)では、どのような場合であれば選択的流通として認められるのか問題とならないかが分かりにくく、設定基準当該条件の具体例の追記等、更なる明確化を図るべきではないかとの意見があった。これに対し、この設定基準当該条件は汎用性が高く、あまり書き込みすぎると限定的に解釈されてしまうおそれがあるとの意見や、現状において設定基準追記すべき当該条件の具体例が明確になっているわけではないとの意見があった。

第2 流通・取引慣行ガイドラインの見直しの各論(具体化)

上記第1を踏まえ、具体的なガイドラインの見直しに当たっての留意点を次のとおり提言する。

1 構成の変更

上記第1の2(2)を踏まえ、現行の流通・取引慣行ガイドラインの第1部から第3部の記載については、事業者及び事業者団体の利便性向上の観点等から、適法・違法性判断基準が同一の行為類型を統合するなどして、現行の第2部を中心として再構築することが適当である。この場合、消費財を前提としたメーカーによる流通業者に対する垂直的制限行為を中心として整理するのではなく、事業者による取引先事業者に対する垂直制限行為といった、より一般的な整理の下で構成を検討する必要がある。

また、現行の第1部と第3部におけるその余の記載については、上記第1の1(2)及び(3)の実態等の変化も踏まえ、その必要性に応じて見直し後のガイドラインにおける位置付けを検討することが適当である。この場合、流通・取引慣行における問題は、垂直的なものだけに限らないということに十分に留意しつつ検討を行う必要がある。また、現行の流通・取引慣行ガイドラインに記載されている行為類型によっては、当時問題とされた背景がなくなり、具体的事例も少ないという状況が見られるものもあるが、現行の流通・取引慣行ガイドラインにおいて整理されている基本的な考え方によって円滑な取引が行われ、大きな問題が生じていないとも考えられ、単純に記載を削除すればよいというものではないことにも留意する必要がある。

なお、第2部第5(小売業者による優越的地位の濫用)や、その他各行為類型における優越的地位の濫用に係る具体例については、優越ガイドラインを参照することとし、記載は削除すべきである。

2 適法・違法性判断基準の更なる明確化

(1) 分析プロセスの明確化

上記第1の2(1)を踏まえ、流通・取引慣行ガイドラインの見直しに当たっては、今後生じ得るものも含め、多様化するビジネスモデルに対応することができるよう、適法・違法性の判断に当たっての分析プロセスを明確化する必要がある。ただし、ビジネスモデルは多様化しているものの、日本において積み上げられてきた流通・取引慣行が一掃されたわけではなく、重層的に変化してきているものであり、現行の流通・取引慣行ガイドラインの基本的な枠組みは残しつつ、それを発展させる形で見直しを行っていくべきである。

流通・取引慣行ガイドラインは、平成27年の改正において、垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準の考え方の明確化を図ってきたところであり、上記の分析プロセスの明確化に当たっては、その流れを踏まえつつ、適法・違法性判断基準の考え方を更に発展・深化させていくことが望ましい。具体的には、現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準である「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」(以下「市場閉鎖効果」という。)と「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」(以下「価格維持効果」という。)について、これらはメーカーと流通業者との取引といった枠組みを前提とした記載となっているが、ビジネスモデルの多様化に対応できるようにするために、経済学的な考え方を踏まえつつ、内容の更なる充実化を図っていく必要がある。

(2) オンライン取引に関連する垂直的制限行為について

上記(1)の分析プロセスの明確化に当たっては、近年、存在感が大きくなっているオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン取引に関連する垂直的制限行為について避けて通るべきではない。海外の競争当局においては積極的に措置等が採られており、国際基準となるようなガイドラインを目指すという観点からもこれは重要である。ただし、上記第1の1(1)のとおり、日本においては具体的事例が乏しい一方、Eコマースは日進月歩で進化し続けている状況においては、今後生じ得る様々なビジネスモデルにも応用できるような汎用的な考え方を示すことが望ましい。

なお、日本においては具体的事例の蓄積が少ないとはいえ、このようなオンラインのプラットフォーム事業者による行為を含めたオンライン

取引に関連する垂直的制限行為も、現行の流通・取引慣行ガイドラインの適法・違法性判断基準の枠組みによって判断することは可能だと考えられる。しかし、その判断に当たっての考慮要素は、メーカーと流通業者との取引といった枠組みを前提としたものとなっているため、オンライン取引に関連するものとして、例えば、間接ネットワーク効果⁹などの更なる考慮要素等の記載の必要性について検討することが必要である。

3 その他

(1) 原則違法となる行為類型の考え方の整理等

非価格制限行為のうち、原則違法となる行為類型（「安売り業者への販売禁止」及び「価格に関する広告・表示の制限」）については、「事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定する」という事業者の事業活動の自由において最も基本的な事項に関与する行為であるため、事業者間の価格競争を減少・消滅させる再販売価格維持行為の考え方に準じ、「通常、価格競争を阻害するおそれがあり、原則として違法」となるという、これまでの考え方を維持することが適当である。

なお、「選択的流通」は、商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準が、当該商品の品質の保持、適切な使用の確保等、消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由に基づくものと認められ、かつ、当該商品の取扱いを希望する他の流通業者に対しても同等の基準が適用される場合には、通常、独占禁止法上問題となるものではない。特定の安売り業者等が当該基準を満たさず、結果として当該商品を取り扱うことができなかつたとしても問題となるものではない。したがって、選択的流通は上記の「安売り業者への販売禁止」等の原則違法の行為類型の考え方と矛盾するものではないが、分かりやすさの観点から、原則違法の行為類型が再販売価格維持行為の考え方に準ずるという整理も踏まえ、見直し後の流通・取引慣行ガイドラインにおけるこれらの行為類型の位置付け等について検討する必要がある。また、選択的流通については、事業者の販売戦略におけるオンライン取引の位置付けなど、世界的にも活発な議論が行われている論点であるため、具体的事例の蓄積等を踏まえて、引き続き検討を行っていくことが重要である。

(2) 審判決事例や相談事例の積極的な活用

⁹ 例えば、プラットフォームを介して取引等を行う2つの利用者グループが存在する場合、一方の側の利用者グループの数が増えることにより、他方の利用者グループにとって当該プラットフォームの価値が高まるといった効果をいう。

上記2(1)の分析プロセスの明確化に当たっては、様々なビジネスモデルに応用できるようにするため、ある程度抽象化した上で総論的な考え方を示していく必要があると考えられるが、流通・取引慣行ガイドラインを実際に活用する事業者及び事業者団体にとって、更なる利便性の向上に資するような見直しを行っていくという前提は常に念頭に置いておく必要がある。

審判決事例や相談事例は、具体的な行為に基づき独占禁止法上の考え方が示されているものであり、流通・取引慣行ガイドラインの更なる明確化の観点だけではなく、事業者及び事業者団体にとっての利便性の向上という観点からも、積極的に各行為類型の記載に盛り込んでいくべきである。特に、相談事例において独占禁止法上問題となるものではないと回答した事例について、流通・取引慣行ガイドラインにその考え方を盛り込むことは、萎縮効果を緩和し、一層の利便性の向上に資するものである。

終わりに

事業者及び事業者団体を取り巻く流通・取引慣行の実態は、技術革新等によって、日々目まぐるしく進展・変化していくものであり、それに伴い競争上の新たな課題も次々に生じてくると考えられる。具体的な行為に対し、法律を適用して事例を積み重ねることも重要であるものの、流通・取引慣行ガイドラインにおいて考え方を示すことによって違反行為の未然防止を図り、新たな分野に踏み出そうとする者が萎縮しない環境を作り出すことは非常に重要である。

本報告書において、最近の実態を踏まえつつ、分かりやすく、汎用性のある、事業者及び事業者団体にとって利便性の高い流通・取引慣行ガイドラインを目指すことなどを提言したところであるが、今後、更なる技術革新により、予想し得なかった新たなビジネスモデルが生まれ出され、流通・取引慣行の実態に大きな変革がもたらされる可能性もある。このような状況に迅速に対応するためにも、国内だけではなく海外の状況も注視しつつ、流通・取引慣行の実態の変化に応じた適切なガイドラインものとなるよう、今後、流通・取引慣行ガイドラインの更なる見直しの必要性の有無について、適時適切に検討を行っていくことが重要である。

以上

審議経過

開催回数	開催日時	議 題
第1回	平成28年 2月24日	(1)研究会の運営について (2)いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準等について
第2回	平成28年 3月11日	いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準等について
第3回	平成28年 6月17日	流通経済研究所からのヒアリング
第4回	平成28年 7月 8日	(1)電子情報技術産業協会からのヒアリング (2)新経済連盟からのヒアリング (3)アジアインターネット日本連盟からのヒアリング
第5回	平成28年 7月22日	(1)食品産業センターからのヒアリング (2)セブン&アイ・ホールディングスからのヒアリング
第6回	平成28年 9月16日	(1)土田和博早稲田大学法学学術院教授からのヒアリング (2)流通・取引慣行ガイドラインの見直しに当たっての論点について
第7回	平成28年10月 7日	最近の流通実態の変化(Eコマースの発展・拡大)について
第8回	平成28年10月28日	(1)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 (2)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)
第9回	平成28年11月11日	(1)最近の流通実態の変化(総代理店・並行輸入品の実態等)について (2)「安売り業者への販売禁止」及び「価格に関する広告・表示の制限」の考え方
第10回	平成28年11月25日	流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会報告書(案)について
第11回	平成28年12月 9日	流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会報告書(案)について

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会構成会員

どい 土井	のりゆき 教之（座長）	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研究センター客員研究員
かわはま 川濱	のぼる 昇	京都大学大学院法学研究科教授
たきざわ 滝澤	さやこ 紗矢子	東北大学大学院法学研究科准教授
たけだ 武田	くにのぶ 邦宣	大阪大学大学院法学研究科教授
なかお 中尾	ゆういち 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
なかむら 中村	みか 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
まるやま 丸山	まさひろ 正博	明治学院大学経済学部教授
まるやま 丸山	まさよし 雅祥	神戸大学大学院経営学研究科教授
みむら 三村	ゆみこ 優美子	青山学院大学経営学部教授
わたなべ 渡邊	しんや 新矢	外国法共同事業ジョーンズ・デイ法律事務所 弁護士

[五十音順，敬称略，役職は平成28年12月 日現在]