第５章　競争環境の整備

第１　ガイドラインの策定・公表等

1　「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の改正

⑴　経緯

公正取引委員会は，「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日公表。以下「流通・取引慣行ガイドライン」という。）が制定されてから約25年が経過しており，我が国における流通・取引慣行の実態が大きく変化していることから，そうした実態に即したガイドラインの見直しに関して必要な検討を行うことを目的として，平成28年２月から平成29年３月までの間，各界の有識者からなる「流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会」を開催した。

そして，同研究会により取りまとめられた報告書（平成28年12月16日公表）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べき」とされたことを受け，公正取引委員会は流通・取引慣行ガイドラインを改正し，平成29年６月16日に公表した。

⑵　改正内容

ア　構成の変更

全体の構成について，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，改正前の流通・取引慣行ガイドラインの第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」を中心として再構築し，「取引先事業者の事業活動に対する制限」といった，より一般的な整理の下で構成変更を行った。また，過去に問題となった審判決例等がない項目や他のガイドラインが存在する項目は原則として削除する一方，具体的措置事例や相談事例が複数ある「抱き合わせ販売」を項目として新たに記載した。

イ　適法・違法性判断基準の更なる明確化

⑺　分析プロセスの明確化

「垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準の考え方」，「公正な競争を阻害するおそれ」といった分析プロセスについて，構成を整理し，その考え方を明確化した。また，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内容を更に明確化し，特に市場閉鎖効果の考え方について，経済学的な考え方を踏まえ，内容を充実化した。さらに，原則として違法となる行為類型の考え方及びセーフ・ハーバーの対象となる行為類型についてそれぞれ明確化した。

⑷　オンライン取引に関連する垂直的制限行為

インターネットを利用した取引は，実店舗の場合と比べ，より広い地域や様々な顧客と取引することができるなど，事業者にとっても顧客にとっても有用な手段で

ある旨，インターネットを利用した取引か実店舗を利用した取引かで基本的な考え方を異にするものではない旨明記した。また，プラットフォーム事業者に係る考え方を追記し，適法・違法性判断に当たっての基本的な考え方は同じである旨，その適法・違法性判断に当たっての考慮事項としてネットワーク効果を踏まえた市場における地位等も含まれる旨明記した。

(ｳ)　**審判決例や相談事例の積極的な活用**

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等，可能な限り事業者の理解の助けになるようなものを追加した。

2　その他のガイドラインの策定・公表

公正取引委員会は，事業者及び事業者団体による独占禁止法違反行為の未然防止とその適切な活動に役立てるため，事業者及び事業者団体の活動の中でどのような行為が実際に独占禁止法違反となるのかを具体的に示した「共同研究開発に関する独占禁止法上の指針」（平成５年４月公表），「公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」（平成６年７月公表），「事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」（平成７年10月公表），「農業協同組合の活動に関する独占禁止法上の指針」（平成19年４月公表），「知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針」（平成19年９月公表），「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」（平成21年10月公表），「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（平成21年12月改定），「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月公表。以下「優越ガイドライン」という。）等を策定・公表している。

第２　実態調査等

1　液化天然ガスの取引実態に関する調査

(1)　調査趣旨

液化天然ガス（以下「ＬＮＧ」という。）の需給については，近年，①東日本大震災後に停止していた原子力発電所の再稼動及び今後のエネルギー供給構成の多様化に伴う国内需給の緩和，②電力小売市場及びガス小売市場の全面自由化に伴う国内需給の見通しの不透明化，③アジアを始めとする世界的な需要量の増加，④非在来型天然ガスの開発等による世界的な供給量の増加といった要因による大きな環境変化が指摘されている。

前記①及び②により，国内需要者は，現在，ＬＮＧの余剰発生を見込んでいるものの，供給者の仕向地制限等により，今後，国内外にＬＮＧの余剰を再販売することが妨げられること等を懸念している。

また，政府は，仕向地制限の撤廃等を働きかけるという方針を閣議決定している。

公正取引委員会は，このような状況を踏まえ，ＬＮＧの取引における独占禁止法又は競争政策上問題となるおそれのある取引慣行，契約条件等の有無等を明らかにするため，ＬＮＧの取引実態に関する調査を実施した。

⑵　調査方法

ア　需要者に対する書面調査

ＬＮＧの取引慣行，契約条件等の詳細について，国内需要者14社（合計シェア約96％）に対し，独占禁止法第40条に基づく報告命令を実施した（回答数14社。回答率100％）。また，ＬＮＧの取引慣行及び契約条件に関する見解について，国外需要者６社に対し，報告依頼を実施した（回答数４社。回答率約67％）。

イ　供給者に対する書面調査

ＬＮＧの取引慣行及び契約条件に関する見解について，国内外供給者32社（合計シェア約95％）に対し，報告依頼を実施した（回答数24社。回答率75％）。

ウ　聴取調査

需要者17社（国内需要者14社，国外需要者３社），供給者10社（国内供給者３社，国外供給者７社）及びその他４社の合計31社に対し，聴取調査を実施した。

⑶　ＬＮＧの取引実態

ア　概要

㈠　天然ガスの輸送方法

天然ガスは常温常圧で気体であるため，一般に，パイプラインを用いて生産地から消費地まで輸送することが多い。他方，生産地と消費地が相当程度離れている場合，長距離のパイプラインは敷設コストが高く，費用対効果が低下するため，ＬＮＧに液化した上で船舶により輸送することが多い。ＬＮＧの船舶輸送においては，約マイナス162℃の低温の液体を輸送又は貯蔵するための特別な輸送施設として，①天然ガスをＬＮＧに液化する出荷基地，②ＬＮＧを天然ガスに気化する受入基地，③ＬＮＧを輸送する専用のＬＮＧ船がそれぞれ必要となる。

㈡　ＬＮＧプロジェクト

ＬＮＧプロジェクトとは，石油会社によるＬＮＧ生産・販売の事業計画及び計画に基づく事業活動をいう。天然ガスの生産施設の建設等には数百億円から数千億円規模の資金が必要となるほか，ＬＮＧの出荷基地の建設等には数千億円から数兆円規模の巨額の資金が必要となるため，石油会社が開発段階において事業性を評価する必要があるとともに，融資の可否を審査する金融機関に対し，事業収益による返済の確実性を示す必要がある。そのため，石油会社は，最終投資決定前にＬＮＧの販売先を確保しておく必要がある。

㈢　世界事情

天然ガスの長期契約による輸出入取引は，現状，主に輸送距離の関係上，北米域内，欧州向け及びアジア向けに大きく区分できる。しかし，ＬＮＧのスポット輸出入取引は，販売価格とコストが見合えば世界全体で取引が実施されている。

アジアにおいては，一般に天然ガスの生産地から離れていること，島国であること等の理由から，パイプラインに経済性がない国も少なくないなどの事情により，

ＬＮＧ取引が基本である国が多い。

イ　ＬＮＧ売買契約

⑺　契約期間・契約数量

ａ　概要

ＬＮＧ売買契約は，一般に，契約期間の長短により，期間契約（長期契約，中期契約及び短期契約）（注１）とスポット契約（注２）に区分されている。世界のＬＮＧの大部分は，長期契約により取引されている。期間契約においては，通常，１年間当たりの取引数量を「年間契約数量」として規定しており，売主と買主には年間契約数量の供給義務と引取義務がそれぞれ課されている。

（注１）ここでは，１年以上４年未満の契約を短期契約，４年以上10年未満の契約を中期契約，10年以上の契約を長期契約という。

（注２）ここでは，カーゴ単位又は１年未満の契約をスポット契約という。

ｂ　数量弾力条項

期間契約においては，通常，年間契約数量のうち一定の範囲について，一定の条件の下，買主が引取数量を増減させることを可能とする「数量弾力条項」を規定している。買主が引取数量を削減することができる範囲を「削減許容量」といい，買主が引取数量を増加することができる範囲を「増加許容量」という。

ｃ　Take or Pay 条項

期間契約においては，数量弾力条項に基づき買主が年間契約数量を増減した後の年間取引数量について買主に引取義務が発生するところ，この引取義務数量について，買主の現実の引取数量が不足する場合，買主が当該不足分の代金全額を支払う義務を負うとする「Take or Pay 条項」を規定している。

⑴　引渡条件

ＬＮＧ売買契約のほとんど全ては，ＤＥＳ（Delivered Ex Ship）条件又はＦＯＢ（Free On Board）条件を採用している。ＤＥＳ条件は，引渡地点を輸入国の仕向港とする揚地渡しの取引条件をいい，売主が仕向港まで物品を輸送するとともに，輸送に伴う一切の費用と危険を負担する。ＬＮＧ売買契約においては，輸入国の受入基地が仕向港に該当する。ＦＯＢ条件は，引渡地点を輸出国の船積港とする積地渡しの取引条件をいい，買主が船積港から物品を輸送するとともに，輸送に伴う一切の費用と危険を負担する。ＬＮＧ売買契約においては，輸出国の出荷基地が船積港に該当する。

⑵　仕向地条項

「仕向地条項」とは，契約書において，仕向地すなわちＬＮＧ船の目的地である仕向港として，一定の範囲の受入基地を指定している条項をいう。

ＤＥＳ条件の契約においては，引渡地点が受入基地であり，受入基地までの輸送責任を売主が負うことから，売主の輸送先となる引渡地点を特定するため，引渡地点を定める仕向地条項は必要不可欠な条項である。

ＦＯＢ条件の契約においては，引渡地点が出荷基地であり，出荷基地からの輸送責任を買主が負うことから，売主の引渡地点ではない受入基地を定める仕向地条項

は必要不可欠な条項とはいえない。

㈾　仕向地変更

期間契約を締結している買主は，個別のカーゴの仕向地について，仕向地として指定している範囲外の受入基地に変更することを希望する場合がある。

契約書を改定することなく，個別のカーゴの仕向地について，仕向地条項で指定した仕向地の範囲外の受入基地へ運用上変更することを「仕向地変更」といい，このような仕向地変更の条件を定める条項を契約書に規定している場合，当該条項を「仕向地変更条項」という。

仕向地変更の条件としては，①売主同意（売主が同意すること），②安全性（仕向地変更先の受入基地の安全性が確認されていること），③追加コスト支払（仕向地変更により売主に発生する追加費用を買主が全額支払うこと），④配船上の許容性（売主が配船上対応可能であること。具体的には，仕向地変更により年間配船計画に支障が生じないこと），⑤操業理由限定（買主の操業上の理由による仕向地変更の場合に限定すること），⑥商業理由禁止（買主の商業上の理由による仕向地変更でないこと），⑦売主顧客再販売禁止（売主の他の顧客への再販売を目的とした仕向地変更ではないこと）又は⑧買主直接再販売禁止（売主が仕向地変更先の第三者に直接販売すること）が挙げられる。

㈿　仕向地制限

契約上又は運用上，買主が仕向地を自由に設定・変更することに対する一定の制限を「仕向地制限」といい，契約上又は運用上，買主が仕向地を自由に設定・変更することができる程度を「仕向地柔軟性」という。

㈶　利益分配条項

「利益分配条項」とは，買主が第三者にＬＮＧを再販売した場合に，買主が取得した利益の一部を売主に分配することを義務付ける条項をいう。分配の対象となる「利益」の算定方法として，売上総利益による場合と純利益による場合がある。

ウ　取引価格

㈦　概要

長期契約におけるＬＮＧの取引価格は，通常，一定の算定式を用いて決定されている。代表的な算定式は，Ｙ＝ａＸ＋ｂ（Ｙ：取引価格，Ｘ：価格指標，ａ：係数，ｂ：定数）である。基本的に，価格指標Ｘは，石油価格又は天然ガス市場価格が採用されている。係数ａ及び定数ｂは，個別交渉により決定されている。

日本の長期契約においては，現在，ＪＣＣ価格（注３）を価格指標とする石油価格連動方式を採用する契約が大部分である。ただし，今後，ＨＨ価格（注４）等を価格指標とする市場価格連動方式を採用する契約が増加していく見込みである。また，石油価格連動方式と市場価格連動方式を組み合わせて用いるハイブリッド方式の契約も増加していく見込みである。

なお，北米域内取引においては，市場価格連動方式が基本である。また，欧州向け取引においては，従来は石油価格連動方式が多かったものの，近年は市場価格連

動方式が増加している。アジア向け取引においては，石油価格連動方式が基本である。

（注３）ＪＣＣ価格（Japan Crude Cocktail）は，財務省が貿易統計で月次公表している日本輸入原油平均価格。

（注４）ヘンリーハブ価格。ヘンリーハブは，北米における代表的な天然ガス現物価格形成地点である。

㈠　価格動向

天然ガスの価格指標は，特に平成21年以降，北米域内取引，欧州向け取引，アジア向け取引で大きく異なる水準にあり，ＬＮＧの平均輸入価格は，欧州とアジアで大きく異なる傾向がみられる。

また，ＬＮＧのスポット契約における取引価格は，平成26年以前の原油価格高騰期において，特に東アジアの需要が多いこともあり，地域に応じた価格差が存在した。しかし，平成27年以降の原油価格下落期において，新規プロジェクトの稼動や短期的な需要の拡大により，スポット契約が増大した結果，現在，スポット契約における取引価格の水準は世界的に同一となっている。

㈡　実証分析

一部の供給者は，仕向地制限を緩和すると取引価格が高くなる可能性を指摘している。そのため，期間契約において，仕向地柔軟性を含む契約条件が取引価格に与えている影響等について，計量分析（重回帰分析等）を行った。その結果，一部の契約条件を除き，仕向地柔軟性を含む契約条件と取引価格の間には，有意な関係が認められなかった。

⑷　ＬＮＧ取引の市場環境

ア　商品の範囲

日本の需要者は，基本的には一定数量の期間契約を締結して安定的にＬＮＧ需要を満たしているものの，需給変動に対応することや，予測しない需要の増加に対応することを目的として，カーゴ単位のスポット契約を締結している。このため，期間契約とスポット契約の間には，基本的に代替性は存在しないと考えられる。

以上を踏まえると，商品の範囲は，期間契約のＬＮＧ（以下「期間契約市場」という。）とスポット契約のＬＮＧ（以下「スポット契約市場」という。）とすることができる。

イ　地理的範囲

ＬＮＧについては，既に出荷基地を有している供給国と受入基地を有している需要国の間であれば，巨額の初期投資を要せず取引可能である。ただし，輸送距離が大きくなる場合に，燃料費，人件費等の変動費が高くなることや航海日数の不確実性が高まることとの関係上，需要者は，通常，比較的近距離の供給国から期間契約によりＬＮＧを調達している。

したがって，アジアの需要者は，主に，中東，東南アジア，豪州等から期間契約によりＬＮＧを調達している。他方，欧州の需要者は，主に，欧州域内，アフリカ，中東等から期間契約によりＬＮＧを調達している（注５）。

期間契約におけるＬＮＧの価格決定方式及び価格水準は，欧州とアジアで大きく異なる。アジアでは，各国の国内消費量，国内生産量等の条件は異なるものの，価格決定方式は各国共通で主に石油価格連動方式を採用しているほか，例えば日本と韓国では価格水準にも大きな差異はない。

他方，スポット契約については，裁定取引による利益が見込める場合や，急な需要に対応する場合，カーゴ単位の取引が行われているため，輸送距離は重要な要素ではあるものの，世界の供給者と需要者の間でＬＮＧのスポット契約による取引が行われている。また，スポット契約におけるＬＮＧの価格は，世界的に相対交渉で決定されている。スポット契約による取引の価格水準は，平成26年までの原油価格高騰時においては欧州とアジアで異なるものの，平成27年以降の原油価格下落時においては世界的に同一水準となっている。

以上を踏まえると，期間契約市場における地理的範囲は，日本を含むアジアの需要者を対象とする中東，東南アジア，豪州等の供給者によるＬＮＧ販売市場（以下「アジア市場」という。）とすることができる（注６）。

また，スポット契約市場における地理的範囲は，世界の需要者を対象とする世界の供給者によるＬＮＧ販売市場（以下「世界市場」という。）とすることができる（注７）。

（注５）アジア及び欧州の需要者は，今後，北米等からもＬＮＧを調達する見込みである。

（注６）日本を含むアジアの需要者を対象とする北米等の供給者によるＬＮＧ販売は，今後増加することが確実と見込まれており，近い将来のアジア市場への競争圧力として考慮することが適当と考えられるものの，現時点でほとんど取引が開始されていないため，地理的範囲には含めていない。

（注７）スポット契約の増加を希望する需要者の声はみられるものの，現時点では限定的であり，期間契約の市場に対する競争圧力としても十分には機能していないと考えられる。

ウ　小括

本実態調査においては，以上を踏まえ，主に，期間契約市場のうち日本向けの仕向地制限が，①期間契約市場（アジア市場）及び②スポット契約市場（世界市場）における競争に与えている影響を検討している。

なお，多くのＬＮＧが期間契約により取引されている現状においては，需要者にとっては，スポット契約市場で調達可能な数量は限られており，かつ，期間契約においては売主の供給義務及び買主の引取義務があるため，需要者が新たに調達することの可能なＬＮＧの数量は，①供給者が供給可能なＬＮＧの数量から期間契約締結済みの数量を除いた残余の数量と，②供給者と期間契約を締結済みの需要者から再販売されるＬＮＧの数量に限られている。

⑸　競争政策上の考え方

ア　仕向地制限

⑺　競争制限効果

ＬＮＧの期間契約の売主である供給者が，仕向地制限によって買主である需要者が行うＬＮＧの再販売を制限することにより，再販売を行おうとする又は行っている需要者が，期間契約の売主である供給者の競争者として期間契約市場（アジア市

場）に参入する機会を排除し若しくは当該市場で取引する機会を減少させ，又は，供給者若しくはトレーダーの競争者としてスポット契約市場（世界市場）に参入する機会を排除し若しくは当該市場で取引する機会を減少させるような状態をもたらすおそれ（以下「市場閉鎖効果」という。）が生じる場合には，原則として，独占禁止法上問題となる（拘束条件付取引）。

ＬＮＧの期間契約の売主である供給者の期間契約市場（アジア市場）又はスポット契約市場（世界市場）におけるシェアは，個々にみれば必ずしも高いとはいえないが，ＬＮＧの期間契約における仕向地制限は，複数の供給者がそれぞれ並行的に行っていることから，一の供給者のみが行う場合と比べ，期間契約市場（アジア市場）又はスポット契約市場（世界市場）全体として市場閉鎖効果が生じる可能性が高い。

また，多くのＬＮＧが長期契約により取引されている現状においては，多くの需要者にとっては，契約中の期間契約の期間満了・更新の機会においても，期間契約により調達している規模の数量について代替的な供給者を見出すことは容易でない。すなわち，契約中の期間契約においては，売主の供給義務及び買主の引取義務があるため，需要者が期間契約市場において新たに供給者から調達することの可能な数量は，供給者が供給可能な数量から期間契約締結済みの数量を除いた残余の数量に限られている。また，現状ではスポット契約市場の規模が小さいため，需要者がスポット契約市場において供給者から調達可能な数量をもって，期間契約により調達している規模の数量を満たすこともできない。加えて，他の需要者が供給者と締結中の期間契約により購入しているＬＮＧを当該他の需要者から期間契約市場又はスポット契約市場で調達することも，多くの場合は当該他の需要者が供給者から仕向地制限を受けているために困難である上，仕向地制限の問題がない場合であっても調達可能な数量は，当該他の需要者から再販売される数量に限られている。このように，需要者が新たに調達することの可能なＬＮＧの数量が限られていることから，一の供給者のみが行う仕向地制限であっても，期間契約市場（アジア市場）又はスポット契約市場（世界市場）全体として市場閉鎖効果が生じる可能性が高い。

なお，市場閉鎖効果が生じる場合は，それ自体，原則として独占禁止法上問題となるものであるが，再販売先の市場価格よりも低い価格による再販売が制限されることから，仕向地制限を行っているＬＮＧの期間契約の売主である供給者の期間契約市場（アジア市場）又はスポット契約市場（世界市場）における販売価格を維持する効果も生じるものと考えられる（注８）。

（注８）スポット契約市場（世界市場）の価格低下は期間契約市場（アジア市場）の価格低下につながる競争圧力として一定程度機能すると考えられる。

㈾　ＦＯＢ条件

ＦＯＢ条件の契約においては，引渡地点は船積港の出荷基地であり，出荷基地からの輸送責任等を買主が負うことから，仕向地条項は引渡地点を定める条項ではないという意味において，売主の引渡地点ではない受入基地を定める仕向地条項は必要不可欠な条項とはいえない。

ＦＯＢ条件の契約においては，通常，出荷基地の引渡時点でＬＮＧの所有権，危険負担等が売主から買主へと移転する。したがって，ＦＯＢ条件の契約においては，仕向地制限は，既に買主に所有権，危険負担等が移転したＬＮＧについて，買主が自ら適切と判断する形で再販売する自由を制限するものであることから，仕向地条項を定めた上で仕向地変更を制限することに，通常，合理性は認められない。

以上を踏まえれば，通常，ＦＯＢ条件の期間契約において，仕向地条項を規定すること自体，必要性があるとまではいえず，合理性があるともいい難いと考えられ，独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

また，仕向地条項を規定するとともに仕向地変更を制限することは，ＤＥＳ条件の場合に比して必要性・合理性が認められる範囲がより狭いと考えられ，独占禁止法上問題となるおそれが強い（拘束条件付取引）。

㈾　ＤＥＳ条件

ＤＥＳ条件の契約においては，引渡地点は仕向港の受入基地であり，仕向港までの輸送責任等を売主が負うことから，仕向地条項が引渡地点を定める条項であるという意味において，仕向地条項は必要不可欠な条項である。ただし，買主が，操業上又は商業上の理由により，個別のカーゴの仕向地を運用上変更することを希望する場合があり，このような場合，買主は，仕向地変更の希望を売主に伝えて売主の同意を得ることができれば，個別のカーゴの仕向地を変更することができる。

ＤＥＳ条件の期間契約において，仕向地変更の条件を契約に規定していなくても，運用上合理的な変更が認められていれば，独占禁止法上問題となるものではない。ただし，仕向地変更の条件を明示することにより，買主の予見可能性を高めることが望ましい。

ａ　売主同意

仕向地変更条項を規定している契約についても，契約書に「売主が同意すること」が必要という条件しか定められていないため，同意を得るための具体的な条件が不明確な場合がある。

供給者からは，ＤＥＳ条件では売主が輸送責任等を負うため，仕向地変更の内容が売主として責任を負担できるものかどうか，事前に調査した上で同意する必要があるという指摘がみられるところ，「売主が同意すること」は，必要性・合理性を満たしていることを売主が確認するという意味において，自然な手続であると考えられる。

他方，需要者からは，売主に操業上の支障が生じる場合を除き，売主が同意を留保することに合理性があるとは考えられないという指摘や，同意しない理由について売主から説明がなされない場合もあるという指摘もみられるところ，必要性・合理性のある条件を満たしているにもかかわらず同意しない場合には，運用上合理的な変更が認められていないものと考えられる。

ｂ　一定の必要性・合理性が認められる条件

安全性の条件について，紛争当事国や経済制裁対象国の受入基地その他安全性に問題のある受入基地への仕向地変更は，スケジュールの遅延等が発生し，売主

のオペレーションに支障が生じるおそれがあるとする供給者の指摘には，合理性が認められる。また，買主が仕向地変更を希望するカーゴのＬＮＧ船が，変更後の受入基地のある仕向港に過去に入港したことのない場合についても，売主が船陸整合性を確認する必要があり，確認できない場合には売主のオペレーションに支障が生じるおそれがあるという限りにおいて，供給者の指摘には，合理性が認められる。

追加コスト支払の条件について，買主が希望した仕向地変更に伴い売主に実際に生じた追加コストの範囲内であれば，買主が追加コストを支払うよう求められることには，合理性が認められる。

配船上の許容性の条件について，当初の仕向地と比較して輸送距離や輸送時間が増加する受入基地への仕向地変更は，売主のオペレーションに支障が生じるおそれがあるという供給者の指摘には，合理性が認められる。ただし，具体的に，ＬＮＧ船が出荷基地に到着するタイミングが何日又は何時間遅延するとその後のスケジュールに影響が及ぶこととなるかは出荷基地により異なり，また，その時点の具体的な配船日程の状況次第と考えられる。買主の負担において売主のオペレーションに支障が生じない代替的な措置（買主が別の船を用意するなど）が可能な場合には，売主が仕向地変更を拒否することに合理性は見出し難い。

ｃ　競争制限的な条件

操業理由限定の条件及び商業理由禁止の条件は収益目的の再販売のための仕向地変更を禁止するものであり，売主顧客再販売禁止の条件は売主と競合する顧客への再販売のための仕向地変更を禁止するものであり，買主直接再販売禁止の条件は一切の再販売を禁止するものであり，いずれも競争制限的な目的を有することは明らかと考えられる。

ｄ　小括

以上を踏まえれば，ＤＥＳ条件の期間契約において，引渡地点を定めるために，仕向地条項を規定すること自体は，独占禁止法上問題となるものではない。

また，仕向地変更条項に「売主が同意すること」を条件として定めることや，一定の必要性・合理性のある条件を定めること自体は，直ちに独占禁止法上問題となるものではない。ただし，仕向地変更条項を規定していない場合も含め，運用において，必要性・合理性のある条件を満たしているにもかかわらず，条件を満たしていないものと主張して同意を拒否する場合，独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

他方，仕向地変更条項に競争制限的な条件を定めることや，運用において，競争制限的な条件を仕向地変更の条件とすることは，通常，合理性がないと考えられ，独占禁止法上問題となるおそれが強い（拘束条件付取引）。

イ　利益分配条項

⑺　競争制限効果

ＬＮＧの期間契約における利益分配条項は，売主に分配する再販売利益の算定方

法及び分配割合に応じて，買主の収益が悪化するため，収益目的の場合を中心に，再販売の機会を喪失させる効果があり，事実上，日本の需要者がＬＮＧを他の需要者等に再販売することを間接的に制限しているものと考えられる。

また，再販売利益の算定方法及び分配割合が不明確な場合や，売主が買主に競争上機微な情報を提供するよう求める場合には，再販売の機会を喪失させる効果は更に強くなるものと考えられる。

ＬＮＧの期間契約の売主である供給者が，利益分配条項によって買主である需要者が行うＬＮＧの再販売を間接的に制限することにより，市場閉鎖効果が生じる場合には，原則として，独占禁止法上問題となる（拘束条件付取引）。

(ｲ)　ＦＯＢ条件

ＦＯＢ条件の契約においては，通常，出荷基地の引渡時点でＬＮＧの所有権，危険負担等が売主から買主へと移転する。したがって，ＦＯＢ条件の契約においては，利益分配条項は，既に買主に所有権，危険負担等が移転したＬＮＧについて，買主が自ら適切と判断する形で再販売する自由を間接的に制限するものであることから，利益分配条項を規定することに，通常，合理性は認められない。

以上を踏まえれば，ＦＯＢ条件の期間契約において，利益分配条項を規定することは，通常，合理性がないと考えられ，独占禁止法上問題となるおそれが強い（拘束条件付取引）。

(ｳ)　ＤＥＳ条件

ＤＥＳ条件の契約においては，通常，受入基地の引渡時点でＬＮＧの所有権，危険負担等が売主から買主へと移転する。したがって，ＤＥＳ条件の契約においては，利益分配条項は，まだ買主に所有権，危険負担等が移転していないＬＮＧについて，買主が売主の同意を得て契約条件（仕向地）を変更して再販売を行うことの引換えとして，売主に再販売利益を分配するものであることから，買主が再販売することを間接的に制限しているものの，買主には自ら適切と判断する形で再販売する自由があるわけではないため，一概に合理性がないとはいえない。買主の希望する仕向地変更により，売主に生じる定量化が困難なリスクについて，事前に利益の分配方法を定めることで，迅速かつ円滑な解決を図るという考え方にも，一定の合理性は認められる。

以上を踏まえれば，ＤＥＳ条件の期間契約において，買主の希望に応じて契約条件（仕向地）を変更することに同意し，買主の再販売を可能にすることの代償を売主が求めることに，一概に合理性がないとはいえず，その手段として利益分配条項を規定すること自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない。ただし，後記ａ又はｂの場合，独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

ａ　算定方法及び分配割合

再販売の実現に対する売主の具体的な貢献の如何にかかわらず売主への分配割合を高くすることや，再販売「利益」として売上総利益を用いることによって，合理性が認められない分配結果をもたらす場合には，独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

また，再販売「利益」の算定方法及び分配割合が事前に明確にされていない場合には，一層，独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

したがって，あらかじめ契約書上に再販売「利益」の算定方法及び分配割合を規定しておくことが望ましい。

ｂ　再販売に係る情報開示

ＤＥＳ条件の場合，船積港を出港後の輸送責任等は売主にあることから，買主は変更後の受入基地を売主に伝える必要があるものの，再販売先が誰かという情報は，売主が輸送責任等を果たす上でも再販売利益を算定する上でも，必要な情報とまではいえないと考えられる。また，利益分配を行う場合，買主は再販売利益を売主に伝える必要があるが，再販売「利益」として純利益を用いるときは，再販売価格及び（再販売利益から除く）再販売コストはいずれも，再販売利益を算定する上で，必要な情報とまではいえないと考えられる。

一般に，利益構造やコスト構造は，事業者の価格交渉力を確保する観点から重要な情報であることから企業秘密として管理されており，当該情報を売主に片務的に開示させることは，買主が価格交渉において不利な立場に立つため，買主の再販売を妨げる効果を有するものである。

以上を踏まえれば，売主が買主に対し，買主の利益構造やコスト構造の開示を要求することにより買主の再販売を妨げる効果を有する場合には，独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

したがって，少なくとも，再販売コストの詳細な内訳やその証拠まで提供するよう求めることはせず，必要最小限の情報の共有にとどめることが望ましい。

ウ　Take or Pay条項

巨額の初期投資と融資を必要とするＬＮＧプロジェクトにおいては，需要者による安定的な代金全額の支払保証が最終投資決定の重要な要素となる。この意味において，ＬＮＧ取引の期間契約にTake or Pay条項を規定することには，一定の必要性・合理性は認められ，直ちに独占禁止法上問題となるものではない。ただし，売主の取引上の地位が買主に対して優越している場合に，初期投資回収後において，買主と十分協議することなく一方的に，厳格な引取義務数量を定めた上でTake or Pay条項を課すことは，独占禁止法上問題となるおそれがある（優越的地位の濫用）。

⑹　今後の対応

ＬＮＧの売主においては，本実態調査を踏まえ，新規契約締結時や契約期間満了後の更新時において，再販売の制限等につながる競争制限的な契約条項や取引慣行を定めないことが必要である。また，契約期間満了前の既存契約においても，少なくとも，再販売の制限等につながる競争制限的な取引慣行を見直すことが必要である。

ＬＮＧの買主においては，期間契約市場及びスポット契約市場の競争が促進されることで，ＬＮＧ調達コストの低減が実現した場合，電気料金や都市ガス料金に適正に反映し，消費者利益の向上を図ることを期待する。

公正取引委員会としては，引き続き，ＬＮＧに関する取引の動向を注視していくとともに，独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処していく。

2　公立中学校における制服の取引実態に関する調査

⑴　調査趣旨

公立中学校の制服は，学校が指定することが一般的であるところ，その価格は入学に当たって準備する品目の中でも比較的高額なものとなっており，また，制服の販売価格は，近年，上昇傾向にある。

公正取引委員会は，このような状況を踏まえ，公立中学校の制服取引において，制服を指定する学校が制服の製造業者及び販売業者に対して行う行為のほか，製造業者及び販売業者が行う行為について，独占禁止法又は競争政策上問題となるおそれのある取引慣行等の有無を明らかにするため，公立中学校における制服の取引実態に関する調査を実施した。

⑵　調査対象等

ア　調査対象

入学者選抜（学力検査，適性検査等）を実施していない公立中学校の制服に関する取引について調査を行った。

イ　調査方法

㈠　書面調査

全国の公立中学校約１万校の中から，600校に対し，制服の指定・仕様，学校と制服の製造業者との関係，学校と制服の販売業者との関係，制服の販売価格等に関して，書面調査を行った（回答数447校／回収率74.5％）。

㈡　聴取調査

制服の製造業者４社，制服の販売業者７社，公立中学校27校及びその他７名に対し，聴取調査を行った。

⑶　制服の取引実態

ア　制服の概要

㈠　制服について

公立中学校（以下「学校」という。）が指定する制服には，男子生徒の場合，詰め襟又はブレザー（いずれもスラックスを含む。以下同じ。）があり，また，女子生徒の場合，セーラー服，ブレザー又はイートン服　（いずれもスカート等を含む。以下同じ。）がある。制服の製造業者（以下「制服メーカー」という。）は，いずれの種類の制服も製造することができる。

制服は，一般に，学校単位の小ロット生産であり，スケールメリットが小さい商品である。また，制服は一般的な既製服とは異なり，通常，制服を着用する生徒の保護者から，①制服を購入した後の生徒の成長に伴うサイズ直し，補修等のアフ

ターサービス，②在学中の３年間着用できる品質，③入学式に着用可能となるための確実な納品が求められるといわれている。さらに，④制服の仕様は定期的に変更されることは少なく，長期間同じ仕様となる場合が多いため，制服を指定する学校は，一定期間，同じ仕様の制服を常時提供できることを制服メーカーに求めている。

(ｲ)　制服の市場

中学校，高等学校等における制服，夏服の学生服，体操服等を含んだ制服等の市場規模は，約1100億円とされているところ，制服メーカーの大手４社（以下，単に「大手４社」という。）が制服等の市場の７割以上のシェアを占めているとみられ，学校の制服の市場においても大手４社が高いシェアを有しているものと考えられる。

制服は，洋品店，スポーツ用品店，学生服専門店，量販店，百貨店といった販売業者（以下「販売店」という。）で販売されているほか，最近では，インターネット通信販売や中古販売店でも制服が販売されている。制服の仕様は学校ごとに異なるため，学校ごとで販売店間による競争が行われている。

(ｳ)　制服の流通

制服は，一般に，制服メーカーが，直接又は卸売業者（制服メーカーの販売子会社を含む。）を経由して，販売店に卸売を行い，生徒・保護者は販売店から制服を購入している。

学校は，通常，自ら直接制服を購入することはないが，学校活動に必要な制服を生徒・保護者に購入させることにより生徒・保護者に一定の経済的負担を負わせているため，生徒や保護者の要望を考慮して，制服メーカー及び販売店に対して，制服の取引に関し一定の関与を行っている場合がある。

イ　制服の指定

書面調査において回答があった学校（447校）のうち，制服を指定していると回答した学校は98.4％であり，全国のほとんど全ての学校で制服が指定されていた。

学校が制服を指定する理由としては，「秩序維持，生徒指導のため」が最も多く，次いで，「学校への所属意識を高めるため」，「生徒や保護者の経済的負担を軽減するため」であった。

ウ　制服の仕様

制服の各種類における学校の指定状況は，男子生徒の制服については，詰め襟を指定する学校が一番多く，次いでブレザーであり，女子生徒の制服については，セーラー服，ブレザー，イートン服の順であった。

学校が指定する制服の具体的な仕様の内容は，学校独自の仕様（学校が制服メーカーによるコンペ等の選定手続を実施して採用するなど，広く一般には製造，販売されていない制服の仕様）を定めるもの，色・種類のみを定めるもの等，学校間でまちまちであった。詰め襟には，日本被服工業組合連合会が一定の仕様を定めた標準型学生服があり，当該標準型学生服を制服の仕様として定めている学校も全国的に多くみられたが，女子生徒の制服には，標準型学生服のように統一された仕様の制服はな

かった。

エ　制服の仕様変更

㈦　仕様変更の手続

制服の仕様変更は，制服検討委員会（注）を設置して，新制服を導入する数年前から検討を行い，複数の制服メーカー等が参加するコンペを開催するなどして実施されている。その後，制服メーカーから提案を受けた制服のデザイン，機能性，販売価格，制服メーカーの生産能力等の検討，生徒，保護者，学区に所在する小学生等へのアンケートの実施をするなどして，新制服を決定する例が多い。

制服を指定している学校（441校）のうち，制服の仕様変更は，直近５年度（平成24年４月から平成29年３月までの期間をいう。以下同じ。）において，39校で行われていた。制服の仕様変更に当たり，制服メーカー又は販売店が参加するコンペ等の選定手続を実施した学校が56.4％，次いで，コンペ等の選定手続を実施せず，特定の制服メーカーに依頼した学校が20.5％であった。

（注）学校長，教職員，生徒の代表，ＰＴＡの代表者等から構成される組織をいう。

㈠　仕様変更の際の価格条件

直近５年度において，制服の仕様変更を行った学校（39校）のうち，制服の仕様変更に当たり，価格条件を提示した学校は23.1％であった。

オ　学校と制服メーカーとの関係

㈦　制服メーカーの指定

学校は，特定の制服メーカーを指定し，自校の制服の製造を依頼している場合があるところ，制服を指定している学校（441校）のうち，制服メーカーを指定している学校は，21.3％であった。

㈠　指定する制服メーカーの見直し

制服メーカーを指定している学校は，指定した制服メーカーの見直しを行っていないことが多く，また，いつ，どのような経緯で制服メーカーの指定を行ったのか分からないまま，今も同じ制服メーカーを指定し続けている事例も一部あった。

カ　学校と制服の販売店との関係

㈦　学校による販売店の案内

学校は，新入生及びその保護者に対して実施する入学説明会等において，制服の仕様，制服の採寸方法，自校の制服を取り扱っている販売店の案内を行うことが多い。

学校による販売店の案内方法は，以下のとおり大別される（学校が指定する制服の仕様を満たすのであれば，どこの販売店から購入してもよいとする場合もある。）。

①　学校が指定する販売店から制服を購入するよう案内する（当該販売店を以下「指定販売店」という。）。

②　制服を取り扱う販売店の案内はするものの，学校の制服の仕様を満たすのであ

れば，学校が案内する販売店以外で制服を購入してもよいと案内する（当該販売店を以下「取扱販売店」という。）。

⑴　販売店の新規参入・見直し

a　販売店から学校への申入れ

直近５年度において，販売店が学校に対し，制服の販売店として案内してほしいと申入れを行った件数は30件あり，このうち，当該申入れを受け入れた学校が63.3％，当該申入れを受け入れたものの，既存の販売店との調整等を求めた学校が13.3％，多忙等の理由により申入れに対する回答を保留した学校が6.7％であった。

b　今後販売店から申入れがあった場合の学校の対応

今後，販売店から自校の制服を取り扱っている旨を生徒・保護者に案内してほしいとの申入れがあった場合，どのような観点から検討するかについては，直近５年度において，販売店から学校に対し，制服の販売店として案内してほしい旨の申入れが行われなかった学校（410校）のうち，販売価格（26.6％），利便性（22.4％），仕様（17.1％），安定供給（8.3％），品質，機能性（7.6％），アフターサービス（4.6％）といった制服の価格・品質，販売店の利便性・信頼性の観点から検討するという回答が多くみられた。

他方，制服の価格・品質や販売店の利便性・信頼性ではなく，既に案内している販売店や複数の販売店が集まり組織された組合（法律の規定に基づいて設立されたものではない任意の組合をいい，以下「任意組合」という。）との協議，加入等を条件とする学校も一部（7.6％）あった。

c　指定販売店等の見直し

指定販売店又は取扱販売店（以下「指定販売店等」という。）を案内している学校（323校）のうち，指定販売店等の定期的な見直しを行っていない学校は83.6％であり，大部分の学校は指定販売店等の定期的な見直しを行っていなかった。

キ　制服の販売価格の決定者

指定販売店等を案内している学校（323校）のうち，制服の販売価格の決定者は，「販売店が決定」が35.3％で最も多かったものの，学校が販売価格の決定に関与する場合もあり，「学校が決定」が1.2％，「学校，販売店が協議の上決定」が8.4％，「学校，制服メーカーが協議の上決定」が4.6％，「学校，制服メーカー，販売店が協議の上決定」が12.1％であり，合計で26.3％の学校が販売価格の決定に関与していた。

なお，販売価格の決定者に関する回答は，学校の認識によるものである。

ク　制服の販売価格

⑺　制服一式の販売価格

制服一式の販売価格は，男子生徒，女子生徒ともに，最も多い販売価格帯は３万

円以上３万5000円未満，次いで，男子生徒の場合は，２万5000円以上３万円未満，女子生徒の場合は，３万5000円以上４万円未満であった。

制服一式の種類別に販売価格をみると，男子生徒，女子生徒ともにブレザー一式が高い傾向がみられた。

⑴　自治体が制服の仕様の共通化を行っている場合の販売価格

制服は学校ごとに仕様が定められているが，一部の市では，同一市内における学校の制服の仕様について共通化を行っているところ，仕様の共通化を行っている自治体の平均販売価格は，行っていない自治体の平均販売価格よりも安い傾向がみられた。

⑵　指定販売店等の販売店数の違いによる販売価格

案内する指定販売店等が４販売店以上の場合の平均販売価格は，イートン服を除いて，案内する指定販売店等が１販売店の場合の平均販売価格よりも安い傾向がみられた。

⑶　学校が販売価格の決定に関与している場合の販売価格

学校が制服の販売価格の決定に関与する場合の平均販売価格は，イートン服を除いて，関与しない場合の平均販売価格よりも安い傾向がみられた。

ケ　実証分析

制服の販売価格について，指定販売店等の販売店数等による制服の販売価格への影響について，計量分析（重回帰分析）を実施した結果，以下の場合には，制服の販売価格が統計的に有意に安くなるという分析結果が得られた。

①　自治体が制服の仕様の共通化を行っている場合
②　学校が案内する指定販売店等の販売店数が増加した場合
③　指定販売店等を案内している学校のうち，学校が販売価格の決定に関与した場合

⑷　制服の取引における公正な競争の確保

ア　制服メーカー及び販売店の販売活動等に対する学校の関与

⑺　留意する必要がある行為

学校が制服の取引に関与する際に，関与の方法によっては，制服メーカー又は販売店の独占禁止法違反行為を誘発するおそれがあり，次の点に留意する必要がある。

ａ　制服メーカーの販売活動に対する学校の関与

①学校が，制服メーカーに対して，コンペや見積り合わせにおいて，制服メーカーが提示した価格を実際に保護者が購入する際の販売店における販売価格にするように求めること，②学校，制服メーカー及び販売店の三者で制服の販売価格を取り決めること又は③学校が制服メーカーに対して販売店の販売価格を統一させるように求めることにより，制服メーカーが販売店の販売価格の自由な決定を拘束する場合は，制服メーカーの行為が独占禁止法上問題となり得る（再販売価格の拘束）。

b　販売店の販売活動に対する学校の関与

学校が販売店に対して販売価格を抑制するよう一般的に依頼することがあるが，①学校が制服の仕様変更時に制服メーカーが提示した販売価格を販売店に提示すること又は②学校が販売店間で販売価格を合わせることを依頼することにより，販売店が共同して販売価格の決定を行う場合は，販売店の行為が独占禁止法上問題となり得る（不当な取引制限）。

c　販売店の参入に対する学校の関与

①学校が指定販売店等の選定基準として既存の指定販売店等の意見や了承を求めることを設け，新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店について，既存の指定販売店等に対して意見，了承を求めること，②学校が新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店に対して，既存の指定販売店等との調整等を求めることに対して，既存の指定販売店等が不当に対応を拒む場合は，既存の指定販売店等の行為が独占禁止法上問題となり得る（競争者に対する取引妨害）。

また，学校が新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店に対して任意組合との協議，加入等を求めた際に，任意組合が応じない場合は，任意組合の行為が独占禁止法上問題となり得る（競争者に対する取引妨害，事業者団体の一定の事業分野における現在又は将来の事業者の数の制限）。

(イ)　学校に対して期待する取組

学校が制服の取引に関与する際には，制服メーカー間及び販売店間の競争が有効に機能するよう，次の取組が行われることを期待する。

a　制服メーカー及び指定販売店等の選定について

制服メーカー間や販売店間の競争を促すことは，生徒・保護者に対して安価で良質な制服が提供される可能性を高めることとなるため，学校においては，①コンペ，入札，見積り合わせといった方法で制服メーカーや指定販売店等を選ぶこと，②制服の仕様が学校独自であることを理由に制服メーカーを指定している場合においては，その指定の必要性を確認すること，③新規参入希望者から制服の仕様開示を求められた際には特段の事情がない限り仕様の開示に応じること，④販売店から参入希望の申入れが行われた際には合理的な理由のない限り回答の保留は行わないことが望まれる。

また，学校が，指定販売店等を案内している状況において，新規の販売店から指定販売店等としての案内の申入れを受け入れるなどして指定販売店等を増やすことは，制服の購入窓口の増加を通じて，生徒・保護者にとってより好ましい取引環境を作り出すこととなるため，指定販売店等を案内している状況では，指定販売店等を増やすことが望まれる。

b　制服の販売価格への関与について

学校が制服メーカーに対してコンペや見積り合わせを行う際に，学校が制服の販売価格に関与する場合には，①コンペや見積り合わせにおいて制服メーカーに求める提示価格を販売店への卸売価格とすること，②コンペの参加要件の基準として，既存の制服又は他の中学校の制服の販売価格と同程度以下の想定販売価格

を提示できることを定めること，③コンペにおいて，新制服の販売価格を既存の制服の販売価格以下の価格にするよう要望することといった方法によることが望まれる。

また，学校が販売店に対して販売価格を抑制するよう依頼する場合には，販売店が共同して販売価格の決定を行うといった独占禁止法違反行為を誘発しない方法で行われることが望まれる。

イ　制服メーカー及び販売店に対して期待する取組

制服メーカー及び販売店においては，自ら独占禁止法違反行為を行う場合はもちろんのこと，学校の関与を契機として行われた行為であっても，当該行為が独占禁止法違反行為の要件に該当する場合には直接法的責任を問われることに留意して，適正な取引が行われることを期待する。

⑸　今後の対応

公正取引委員会は，制服の取引について，競争が促進されることによって生徒・保護者に良質で安価な制服が提供されることを期待している。また，学校も制服の購入者たる生徒の保護者の経済的負担を軽減させる観点から取組を行っているところ，当委員会としては，学校関係者等に対して積極的に調査結果の周知を図るとともに，引き続き，学校における制服の取引の動向を注視し，独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処していく。

3　大規模小売業者との取引に関する納入業者に対する実態調査報告書

⑴　調査の趣旨・方法

ア　調査の趣旨

公正取引委員会は，独占禁止法上の優越的地位の濫用規制及び下請法に基づき，納入業者に不当に不利益を与える行為に対し厳正に対処するとともに，違反行為の未然防止に係る取組を行っている。また，この未然防止の取組の一環として，当委員会は，優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る事例が見受けられる取引分野について，取引の実態を把握するための調査を実施している。

大規模小売業者の間では，消費者のニーズに対応するための競争が活発に行われる一方で，公正取引委員会は，優越的地位の濫用行為について，平成25年度から平成28年度までの間，毎年度20件前後の注意を小売業者に対して行っている。このような実情を踏まえ，当委員会は，大規模小売業者との取引に関する納入業者に対する実態調査を実施した。

イ　調査方法

特定地域で高いシェアを有する小売業者との取引も対象とするため，大規模小売業告示の規制対象となる大規模小売業者（注１）だけでなく，年間売上高70億円以上の全国の小売業者いずれかと取引があると思われる納入業者３万1955名を無作為に抽出

し，調査票を送付して，書面調査を実施した（調査票の発送数，回答者数及び大規模小売業者との取引があると回答した者の数は第１表参照）。

（注１）一般消費者により日常使用される商品の小売業者で，次の①又は②のいずれかに該当する者（コンビニエンスストア本部等のフランチャイズチェーンの形態を採る事業者を含む。）

①　前事業年度の売上高が100億円以上の者

②　次のいずれかの店舗を有する者

・東京都特別区及び政令指定都市においては店舗面積が3,000㎡以上

・その他の市町村においては店舗面積が1,500㎡以上

第１表　調査票の回答状況

発送数（A）	回答者数（B） （回答率B/A）	大規模小売業者との取引があると回答した者（C） （回答率C/A）
31,955	11,233 （35.2%）	8,201 （25.7%）

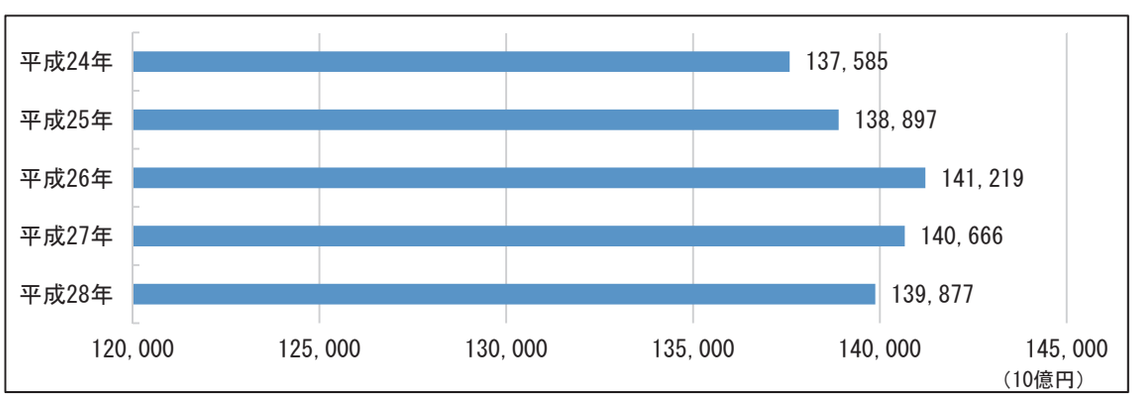
※　調査対象期間：平成28年７月１日～平成29年６月30日

⑵　小売業界の動向

小売業販売額の推移

直近５年間の国内小売業における販売額をみると，平成28年の国内小売業販売額は約140兆円であり，２年連続減少している（第１図参照）。

第１図　国内小売業販売額の推移（注２）



（注２）出所：経済産業省「商業動態統計」

⑶　調査結果

ア　納入業者の概要

㈠　資本金の額

納入業者の資本金の額は，「1000万円以下」が44.6%と最も多く，次いで「1000万円超5000万円以下」が34.6%であった（第２表参照）。

第２表　納入業者の資本金の額

資本金区分	回答者数	割合(%)
1000万円以下	3,591	44.6
1000万円超5000万円以下	2,787	34.6
5000万円超１億円以下	1,078	13.4
１億円超３億円以下	167	2.1
３億円超	422	5.2
合計	8,045	100.0（注３）

（無回答156名）

（注３）各欄の割合は少数点以下第２位を四捨五入しているため，合計が100.0%にならない場合がある。以下同じ。

㈡　主要取引先への取引依存度

主要取引先への取引依存度（納入業者の売上高に対する主要取引先の売上割合）は，「10%以下」が60.3%と最も多く，次いで「10%超30%以下」が27.3%であった（第３表参照）。

第３表　主要取引先への取引依存度

取引依存度	取引数	割合(%)
10%以下	10,874	60.3
10%超30%以下	4,924	27.3
30%超50%以下	1,062	5.9
50%超	1,163	6.5
合計	18,023	100.0

（無回答1,266取引）

㈢　主要取引先との取引年数

主要取引先との取引年数は，「20年超」が35.1%と最も多く，次いで「５年超10年以下」が19.3%であった（第４表参照）。

第４表　主要取引先との取引年数

取引年数	取引数	割合(%)
５年以下	2,405	14.4
５年超10年以下	3,225	19.3
10年超15年以下	2,419	14.4
15年超20年以下	2,818	16.8
20年超	5,879	35.1
合計	16,746	100.0

（無回答2,543取引）

イ　大規模小売業者と納入業者との取引の状況

⑺　問題となり得る行為がみられた取引数及び割合（行為類型別）

問題となり得る行為がみられた取引の状況を行為類型別にみると，「協賛金等の負担の要請」が6.7%（1,302取引）と最も多く，次いで「返品」が6.4%（1,232取引），「取引の対価の一方的決定（買いたたき）」が3.6%（693取引）と続いている。

問題となり得る行為が１つ以上みられた取引は，集計対象取引（注４）全体の15.9%（3,063取引）であった（第５表参照）。

（注４）集計対象取引は，１万9289取引である。

第５表　問題となり得る行為がみられた取引数及び割合（行為類型別）

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
協賛金等の負担の要請	1,302	6.7%（1,302/19,289）
返品	1,232	6.4%（1,232/19,289）
取引の対価の一方的決定（買いたたき）	693	3.6%（　693/19,289）
購入・利用の要請	657	3.4%（　657/19,289）
従業員等の派遣の要請	522	2.7%（　522/19,289）
減額	370	1.9%（　370/19,289）
受領拒否	214	1.1%（　214/19,289）
支払遅延	180	0.9%（　180/19,289）
合計（上記行為が１つ以上みられた取引数）	3,063	15.9%（3,063/19,289）

(イ) 主要取引先の業態における問題となり得る各行為類型の割合

主要取引先の業態別に問題となり得る各行為類型の割合をみると，他の業態と比較し，特に割合が大きいものは，「ドラッグストア」による「返品」が17.3%，「ホームセンター」による「協賛金等の負担の要請」が13.8%，「ディスカウントストア」による「従業員等の派遣の要請」が8.5%，「ドラッグストア」，「ディスカウントストア」及び「100円ショップ」による「買いたたき」がそれぞれ，7.6%，7.5%及び7.1%とほかの業態に比べて多く行われていた（第６表参照）。

第６表　主要取引先の業態における問題となり得る各行為類型の割合

	購入・利用の要請	協賛金等の負担の要請	従業員等の派遣の要請	受領拒否	返品	支払遅延	減額	買いたたき
ドラッグストア（N＝410）	2.9%	11.7%	6.6%	1.2%	17.3%	0.2%	4.4%	7.6%
ホームセンター（N＝1,170）	1.4%	13.8%	6.8%	1.6%	9.7%	1.1%	2.4%	4.1%
ディスカウントストア（N＝375）	4.0%	10.9%	8.5%	1.9%	7.7%	0.5%	4.0%	7.5%
専門量販店（N＝1,968）	2.0%	8.3%	2.9%	1.5%	7.7%	1.4%	3.3%	3.4%
食品スーパー（N＝2,971）	5.7%	8.2%	2.5%	1.0%	4.0%	0.6%	1.3%	4.2%
百貨店（N＝1,927）	3.6%	4.9%	5.8%	0.6%	7.6%	1.8%	2.1%	2.6%
コンビニエンスストア（N＝320）	3.4%	7.2%	1.6%	0.9%	5.9%	0.3%	1.9%	5.0%
総合スーパー（N＝2,176）	3.5%	6.3%	1.4%	1.0%	4.6%	0.7%	1.1%	4.0%
農協（N＝902）	5.2%	2.9%	1.2%	1.0%	6.2%	0.9%	2.8%	2.7%
通販業者（N＝882）	1.2%	4.4%	0.3%	1.2%	7.4%	0.9%	1.0%	1.9%
生協（N＝802）	2.5%	6.5%	0.6%	1.4%	4.2%	0.0%	0.6%	2.9%
100円ショップ（N＝126）	1.6%	2.4%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.8%	7.1%
その他（N＝1,771）	3.5%	3.7%	0.6%	1.1%	5.0%	0.6%	1.5%	2.5%

ウ　問題となり得る行為がみられた取引の傾向

問題となり得る行為がみられた取引について，「主要取引先と取引依存度（納入業

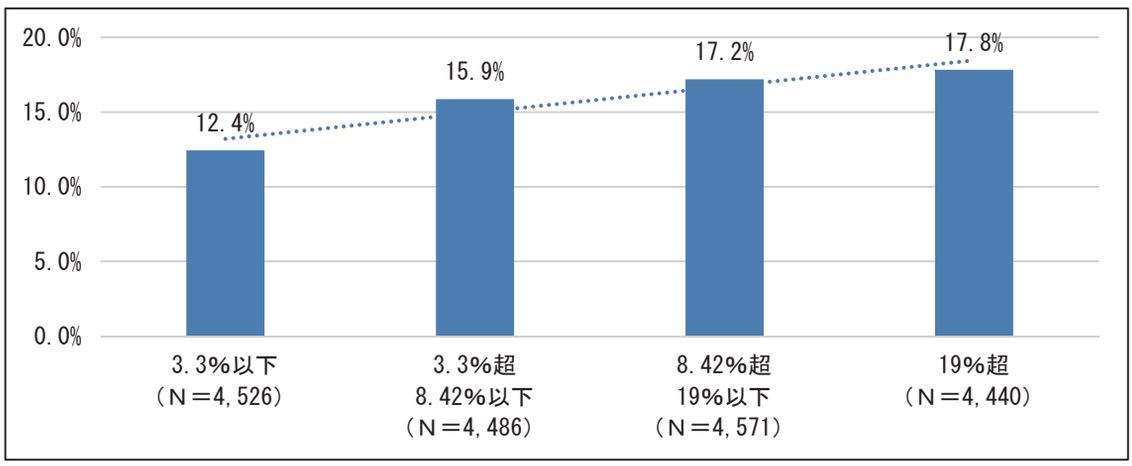
者の売上高に対する主要取引先の売上割合)」との関係，「主要取引先と納入業者の取引年数」との関係，「主要取引先と取引を継続している理由」との関係及び「主要取引先の業態」との関係について，本調査における結果のほかに，傾向を把握するため計量分析を実施した。計量分析については，問題となり得る行為が行われた場合は１，行われていない場合は０とする変数，いわゆるダミー変数を被説明変数として分析するモデルである離散選択モデルを用いた（注５）。

（注５）回帰曲線として正規分布関数を想定しているプロビットモデル（Probit モデル）と，そのような想定をしていない補対数対数モデル（complementary log-log モデル）の両方を実施した。特に記載がない場合は，両モデルにおいて結果は同じであったことを意味する。分析では，「取引年数」，「取引依存度」，「主要取引先と取引を継続している理由」及び「主要取引先の業態」のほかに納入業者の属性等（納入業者の業種，売上高等）も説明変数として用いた。

⑺　問題となり得る行為がみられた取引と取引依存度の関係

優越ガイドラインにおいては，大規模小売業者が納入業者に対して取引上の地位が優越しているかの判断に当たっては「取引依存度」などの考慮要素が示されている。そこで，問題となり得る行為がみられた取引と取引依存度との関係についてみてみると，取引依存度を基準として小さい順に並べ，取引数を４分割し，各グループで当該取引が行われる割合を求めたところ，取引依存度が高いグループほど，当該取引が行われる割合が大きかった（第２図参照)。そして，当該取引と取引依存度の関係について，計量分析を実施したところ，取引依存度が高いほど当該取引が行われる確率が高まる傾向にあるという結果が得られた（１％有意水準)。

第２図　問題となり得る行為がみられた取引と取引依存度の関係



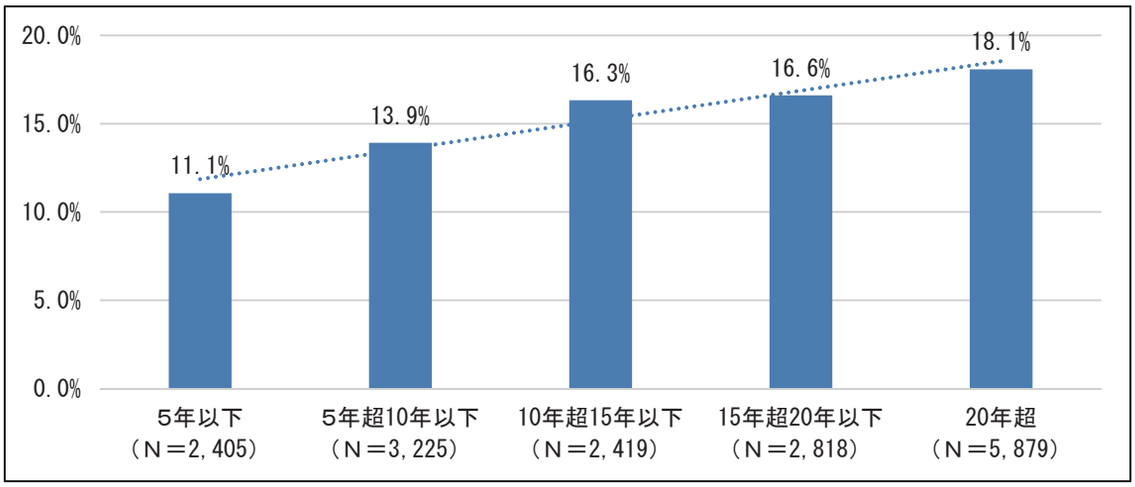
⑴　問題となり得る行為がみられた取引と取引年数の関係

納入業者の中には，大規模小売業者との取引において問題となり得る行為を受けたにもかかわらず，その取引を継続して取引年数が長い者もいる。その理由としては，そのような事業者は優越ガイドラインに示されている優越的な地位の考慮要素である取引先の変更の可能性が低い，また，取引することの必要性が高いということが影響していると考えられる。

そこで，問題となり得る行為がみられた取引と取引年数の関係について分析を

行ってみると，取引年数が長いグループほど，当該取引が行われる割合が大きかった（第３図参照）。そして，当該取引と取引年数の関係について，計量分析を実施したところ，取引年数が長いほど当該取引が行われる確率が高まる傾向にあるという結果が得られた（１％有意水準）。

第３図　問題となり得る行為がみられた取引と取引年数の関係



㈠　問題となり得る行為がみられた取引と取引継続理由の関係

納入業者は，大規模小売業者との取引において問題となり得る行為を受けたにもかかわらず，その取引を継続している実態がある。そこで，その理由について，納入業者が「取引依存度が高いことから，取引を継続しないと売上げが大幅に減少するため。」などの消極的な理由（注６）から取引を継続しているのか，それとも，「市場におけるシェアが高い事業者であることから，将来の売上増加が期待できるため。」などの積極的な理由から取引を継続しているのかという観点から分析を行った。

問題となり得る行為がみられた取引と「主要取引先と取引を継続している理由」の関係について分析を行ってみると，消極的な理由により取引を継続している場合には，積極的な理由により取引を継続している場合に比べて，当該取引が行われる割合が大きかった（第７表参照）。そこで，当該区分に従い，計量分析を実施したところ，取引継続理由として，消極的な理由により取引を継続している場合は，積極的な理由のみにより取引を継続している場合に比べて，当該取引が行われる確率が高まる傾向にあるという結果が得られた（１％有意水準）。

（注６）取引を継続している理由として，売上げの減少を防ぐためという理由であれば，消極的な理由とし，売上げの増加のためという理由であれば，積極的な理由とした。

第７表　問題となり得る行為がみられた取引と取引継続理由の関係

区分	主要取引先と取引を継続している理由	問題となり得る行為がみられた取引数	当該継続理由による取引に占める割合
消極的な理由	取引依存度が高いことから，取引を継続しないと売上げが大幅に減少するため。	1,467	23.7% (1,467/6,198)
	新たな取引先小売業者との新規の取引契約を交わすことは容易ではなく，他の取引先小売業者との取引を拡大することは困難であるため。	995	22.5% (　995/4,427)
	取引額が多いことから，取引を継続しないと売上げが大幅に減少するため。	1,918	21.6% (1,918/8,900)
	取引契約を解除する際には多額の違約金の支払が必要となるため。	8	15.1% (　　8/　53)
積極的な理由	取引先小売業者は事業規模が拡大していることから，取引を継続することが自己の事業規模の拡大につながるため。	824	16.2% (　824/5,076)
	市場におけるシェアが高く有力な業者であることから，将来の売上増加が期待できるため。	1,377	15.2% (1,377/9,057)
	取引を行うことが自己の信用力の確保になるため。	896	14.4% (　896/6,227)

㈾　問題となり得る行為がみられた取引と主要取引先の業態の関係

問題となり得る行為がみられた取引と「主要取引先の業態」の関係については，ドラッグストアについて当該取引が行われる割合が大きかった（第８表参照）。そこで，計量分析を実施したところ，ドラッグストアとの間で行われる取引は他の業態との間で行われる取引に比べて，当該取引が行われる確率が高まる傾向にあるとみられ，特に，専門量販店，百貨店，総合スーパー，農協，通販業者，生協，100円ショップとの間で行われる取引においてよりも当該取引が行われる確率が高まる傾向にあるという結果が得られた（注７）。

（注７）これらの業態はプロビットモデル及び補対数対数モデルの両モデルにおいて統計的に有意な結果が得られた（百貨店及び総合スーパーについては10%有意水準。専門量販店及び農協は５%有意水準。これら以外の業態は１%有意水準）。これら以外の業態はドラッグストアが行う取引と比べて，問題となり得る行為が行われる確率が高まる傾向にあるという結果が出たものの，統計的に有意な結果ではなかった（ただし，食品スーパーが行う取引との比較については，プロビットモデルにおいてのみ，統計的に有意な結果が得られた〔10%有意水準〕。）。

第８表　問題となり得る行為がみられた取引と主要取引先の業態の関係

主要取引先の業態	問題となり得る行為がみられた取引数	当該業態との取引に占める割合
ドラッグストア	118	28.8%（118/　410）
ホームセンター	265	22.6%（265/1,170）
ディスカウントストア	77	20.5%（ 77/　375）
専門量販店	356	18.1%（356/1,968）
食品スーパー	490	16.5%（490/2,971）
百貨店	315	16.3%（315/1,927）
コンビニエンスストア	47	14.7%（ 47/　320）
総合スーパー	317	14.6%（317/2,176）
農協	123	13.6%（123/　902）
通販業者	113	12.8%（113/　882）
生協	96	12.0%（ 96/　802）
100円ショップ	13	10.3%（ 13/　126）
その他（サービスエリア，駅ビル　等）	209	11.8%（209/1,771）

⑷　調査結果の評価

ア　問題となり得る行為の状況

問題となり得る行為は，いずれの行為類型においても一定程度存在する。その中でも，「協賛金等の負担の要請」及び「返品」は，他の行為類型より特に多く存在している。これに「取引の対価の一方的決定（買いたたき）」を加えた，上位３つの行為類型に着目すると，以下のような実態がある。

㈠　協賛金等の負担の要請

協賛金等の負担の要請については，問題となり得る行為がみられた取引は，集計対象取引の6.7%（1,302取引）と最も多くなっている。

当該要請の内容については，書面調査において，「大規模小売業者から，事前に負担額，算出根拠及び目的の３つについて明確にすることなく，一定額又は貴社からの納入金額の一定割合に相当する額の協賛金等の要請」との回答が最も多く，次いで「センターフィー（注８）について，貴社の事業経営上のメリットに応じた合理的な負担分を超える額の要請」が多かった。

（注８）物流センターを運営している小売業者が，当該センターに商品を納入している卸売業者又は製造業者に対して，当該センターの利用料等の名目で支払を要請しているもの。

㈡　返品

返品については，問題となり得る行為がみられた取引は，集計対象取引の6.4%（1,232取引）と協賛金等の負担の要請に次いで多くなっている。

当該返品の理由については，書面調査において，「売れ残り，売場の改装等を理由とした返品」との回答が最も多く，次いで，「大規模小売業者が破損・汚損した

ことを理由とした返品」が多かった。

⑺　**取引の対価の一方的決定**

取引の対価の一方的決定（買いたたき）については，問題となり得る行為がみられた取引の割合は，集計対象取引の3.6％（693取引）となっている。

当該取引の対価の一方的決定の内容については，書面調査において，「セールで販売することを理由に，通常時の取引価格を下回る価格を一方的に定めた。」との回答が最も多かった。

イ　問題となり得る行為を行っている大規模小売業者の状況

問題となり得る行為は，いずれの業態の大規模小売業者においても一定程度存在する。その中でも特に，「ドラッグストア」，「ホームセンター」及び「ディスカウントストア」は，その取引の20％超において問題となり得る行為が存在しているため，特に注意を要する。これら３つの業態に着目すると，以下のような実態がある。

⑺　**ドラッグストア**

ドラッグストアについては，問題となり得る行為がみられた取引は28.8％（118取引）と最も多くなっており，計量分析を実施したところ，他の業態との間で行われる取引に比べて当該取引が行われる確率が高まる傾向にあるという結果が得られた。

また，各行為類型別にみると，返品が17.3％と他の業態に比べて著しく多くなっている。

⑴　**ホームセンター**

ホームセンターについては，問題となり得る行為がみられた取引は22.6％（265取引）となっている。

また，各行為類型別にみると，協賛金等の負担の要請が13.8％と他の業態に比べて多くなっている。

⑺　**ディスカウントストア**

ディスカウントストアについては，問題となり得る行為がみられた取引は20.5％（77取引）となっている。

また，各行為類型別にみると，従業員等の派遣の要請が8.5％と他の業態に比べ多くなっている。

⑸　公正取引委員会の対応

本調査の結果，大規模小売業者と納入業者の一部の取引において，大規模小売業者による優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が行われている状況が認められた。公正取引委員会として，違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から，本調査結果を公表するとともに，以下の対応を行うこととした。

ア⑺　大規模小売業者の関係事業者団体に対して，本調査結果を示すとともに，大規模小売業者が取引に関する問題点の解消に向けた自主的な取組を行えるよう，改めて優越的地位の濫用規制の内容を傘下会員に周知徹底するなど，業界における取引の公正化に向けた取組を要請する。

(ｲ) 大規模小売業者を対象とする講習会を実施し，本調査結果及び優越的地位の濫用規制の内容を説明する。

(ｳ) 大規模小売業者及び納入業者に対し，優越的地位の濫用規制への理解を深められるよう，公正取引委員会のホームページ，Twitter，Facebook 等を通じ，各種講習会への参加，講習用動画の活用等を広く呼びかけていく。

イ　公正取引委員会は，今後とも，本調査結果を踏まえ，大規模小売業者と納入業者の取引実態を注視し，優越的地位の濫用規制上問題となるおそれのある行為の把握に努めるとともに，これに違反する行為に対しては，厳正に対処していく。

4　電力卸売分野に関する競争政策上の考え方について

公正取引委員会では，平成28年４月の小売全面自由化後の電力市場において公正かつ有効な競争を確保するため，引き続き，独占禁止法違反行為に厳正かつ迅速に対応していくとともに，その未然防止に努めている。また，電力市場における公正かつ有効な競争が着実に行われていくよう状況を注視し，必要に応じて，競争の在り方について検討を行っている。

公正取引委員会事務総局では，平成30年２月20日に開催された経済産業省電力・ガス取引監視等委員会の第４回「競争的な電力・ガス市場研究会」において，以下のとおり，電力市場に関する最近の当委員会の取組を紹介しつつ，電力卸売分野の現状とそれを踏まえた競争政策上の考え方について意見表明を行った。

(1)　背景

小売全面自由化後においても，電力の卸調達については，新規参入者（新電力）と既存事業者との間で構造的な格差があるとみられ，小売電気事業者間の競争を促進していくためには，そのような電力卸売分野における構造的な格差の是正が必要であると考えられる。

(2)　電力卸売分野の現状と問題点

ア　ベースロード電源の状況

いわゆるベースロード電源（原子力，石炭火力，一般水力及び地熱）のほとんどは，小売供給の全面自由化以前の旧電気事業法に基づく旧一般電気事業者，旧卸電気事業者（旧一般電気事業者に対して一定規模を超える電力を卸供給する者であり，電源開発㈱及び日本原子力発電㈱が該当する。），旧卸供給事業者（旧一般電気事業者に対して一定規模を超える電力を一定期間以上卸供給する者であり，水力発電等による公営電気事業を行う地方自治体，独立系発電事業者等が該当する。）により保有されており，自社電源としてベースロード電源を保有している新電力はごく僅かである。

一方で，今後，ベースロード電源を新設していくことは，既存事業者も含め，原子力は現実的な選択肢ではないほか，他の電源種についても，一定規模以上のものを新設しようとした場合，水力については地形等の自然条件や水利権の取得が制約となり，また，石炭火力についても，燃料調達に適した立地の確保に加え，環境アセスメント

をはじめとした環境規制が制約となって，事実上困難になっていると考えられる。

イ　ベースロード電源にアクセスできないことによる新電力への影響

新電力はベースロード電源に十分アクセスできていないため，旧一般電気事業者に比べて電力の調達費用が高くなっている場合があり，そのような電力調達面での新電力と旧一般電気事業者との間の構造的な競争条件の格差が生じることで，小売供給の全面自由化によって期待されていた小売分野での有効な競争が妨げられているおそれがある。

具体的には，例えば，高圧以上の電圧分野における小売供給については，一般的に小売供給の料金単価が低い大口かつ高負荷率の需要家（大規模工場等）が小売電気事業者にとって重要な需要家であるにもかかわらず，新電力による参入が困難になっているのではないかと考えられる。

⑶　競争政策上の考え方

小売分野での競争を有効に機能させるためには，新電力によるベースロード電源へのアクセスの機会を増やすことにより，電力卸売分野における構造的な競争条件の格差を解消することも必要である。

ア　ベースロード電源へのアクセス方法について

現在，経済産業省において，新電力によるベースロード電源へのアクセスを改善するという観点から，ベースロード市場の創設が検討されている（平成31年度に取引開始予定）。十分な数量の電力が適切な価格で市場に提供されることになれば，新電力のベースロード電源へのアクセスの機会が増え，電力調達面における新電力と旧一般電気事業者との間の構造的な競争条件の格差の改善につながると期待される。

一方で，ベースロード市場による新電力の電力調達面への効果が不十分であるとみられる場合には，例えば，旧一般電気事業者の発電部門と他の新電力等の小売電気事業者との相対取引について，合理的な範囲内において，旧一般電気事業者が自社又はグループ内の小売部門に設定する場合と同等の取引条件を，他の小売電気事業者との電力の卸供給にも義務づける旨を内容とする内外無差別規制を導入するなど，制度上の対応を検討することも必要であると考えられる。

イ　旧卸電気事業者等による卸供給について

旧卸電気事業者及び旧卸供給事業者と旧一般電気事業者との間の電力の卸供給契約については，小売供給が全面自由化された現時点においては，基本的には，旧卸電気事業者等の売電先を旧一般電気事業者に限定する必然性は無くなっている。したがって，経済合理性に基づいて再検討することが，それぞれの契約当事者の利益になると考えられ，競争政策の観点からも望ましい。

なお，売電先を変更しようとする旧卸電気事業者，旧卸供給事業者等の発電事業者に対して，旧一般電気事業者が不当にこれを妨げる場合には，公正取引委員会としては厳正に対処していく方針である。

5　携帯電話市場における競争政策上の課題について（平成30年度調査）

公正取引委員会は，平成28年８月２日に「携帯電話市場における競争政策上の課題について」（以下「平成28年度調査」という。）を公表したが，国民の消費支出における移動系通信費の割合が増加傾向にあること，携帯電話市場の競争が依然として十分ではない状況にあると考えられることから，フォローアップを含めた調査を行い，平成30年６月28日，「携帯電話市場における競争政策上の課題について（平成30年度調査）」を取りまとめ，公表した。

⑴　調査の背景・趣旨及び調査方法

携帯電話は国民生活に必要不可欠なものであり，その競争環境の整備は政府の重要課題である。

公正取引委員会は，平成28年８月２日に平成28年度調査を公表したが，今般，平成28年度調査のフォローアップを含めた調査を行った。

本調査では，平成28年度調査で取り上げた事項についてのフォローアップに加え，携帯電話市場における消費者の行動等の状況についても調査・検討を行った。また，ＭＶＮＯ（注１）の競争環境の整備の観点から重要な要素である接続料等の制度等についても，競争政策の観点から検討を行った。

この検討に際し，ＭＮＯ（注２），ＭＶＮＯ，端末事業者，中古端末販売事業者，販売代理店等の携帯電話市場の関係事業者に対してヒアリングを行うとともに，消費者に対して，ウェブアンケートを実施した。また，有識者からも意見を聴取するために「携帯電話分野に関する意見交換会」を開催した。

（注１）Mobile Virtual Network Operator（①ＭＮＯの提供する移動体通信サービスを利用して，又はＭＮＯと接続して，移動体通信サービスを提供する電気通信事業者であって，②当該移動体通信サービスに係る無線局を自ら開設しておらず，かつ，運用をしていない者）の略

（注２）Mobile Network Operator（電気通信役務としての移動体通信サービスを提供する電気通信事業を営む者であって，当該移動体通信サービスに係る無線局を自ら開設（開設された無線局に係る免許人等の地位の承継を含む。）又は運用している者）の略

⑵　通信役務及び端末の供給の現状と競争政策上の課題

ア　通信と端末のセット販売

平成28年度調査においては，ＭＮＯの端末価格の大部分を毎月の通信料金から値引きするセット販売を見直すことが望ましいとしていたが，平成28年度調査の公表以降も依然としてセット販売が常態化している。また，ＭＮＯは，端末購入補助を行わない代わりに従来提供してきたプランよりも通信料金を安くするプランを新たに導入したが，特定の端末の購入等を条件としており，必ずしも汎用的なプランとはなっていない。このため，通信料金単独では大幅には値下がりしておらず，通信役務市場の競争が十分に進んでいるとは言えない。

また，通信と端末のセット販売においては，端末価格の大幅な割引を強調して表示しているが，ＭＮＯは端末のみの販売は行っていないため，値引き前の端末価格で販売された実績は少ないと考えられる。

イ　期間拘束・自動更新付契約（いわゆる「２年縛り」）

２年間の通信契約の継続利用を条件に月々の通信料金を1,500円割り引く，いわゆる２年縛りについて，平成28年度調査においては，契約解除料（契約期間中の解約で9,500円）はスイッチングコストとなるため，必要最小限にすること等が望ましいとしていたが，平成28年度調査の公表以降も依然として契約解除料は変更されていない。

また，ＭＮＯ各社は従来のプランに加えて，平成28年６月から，当初の契約期間である２年経過後は，いつでも契約解除料なく解約できる新たなプランを導入したが，消費者にとって実質的な選択肢として機能するプランとなっていないこと等により，現在のところ，ＭＮＯ３社の利用者は，２年縛りを選択し続けることが多いと指摘されている。

ウ　将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム（いわゆる「４年縛り」）

ＫＤＤＩ㈱及びソフトバンク㈱は，平成29年７月以降，端末を４年間（48回分）の割賦払いとし，一定期間経過後，旧端末を下取りに出すこと，新端末についても同じプログラムに加入すること等を条件に，最大２年間（24回分）の端末の残債を免除するプログラム（４年縛り）を導入した。

４年縛りは，残債の免除を受けるための条件を満たさない場合の負担が大きいことから，一度４年縛りを契約してしまうと，利用者のスイッチングコストが高まり，他の通信会社への乗換えが実質的に困難になるおそれがある。

また，４年縛りは消費者に対して，あたかも端末を半額で購入できるかのような印象を与えているとも考えられる。４年縛りのプログラムの表記や，店舗での実際の説明振りによっては，利用者がプログラムのメリット・デメリットを正確に理解しないままに契約してしまうおそれがある。

エ　ＳＩＭロック

平成28年度調査においては，自社で販売する端末を用いて他社の通信役務を利用することを制限するＳＩＭロックは，スイッチングコストを増加させるものであり，ＳＩＭロックを設定しないことが望ましいとしていたが，ＭＮＯ３社は，盗難防止等の観点からＳＩＭロック自体は必要とし，平成28年度調査の公表以降も依然としてＳＩＭロックを設定している。

オ　その他解約の際のスイッチングコストになり得るもの

前記アないしエ以外にも，消費者にとってスイッチングコストとなり得るものがある。例えば，契約の解約月の通信料金等について日割り計算をせずに，１か月分の料金を支払わなければならないことや，携帯電話番号ポータビリティ（ＭＮＰ）手続における手数料等のように，消費者は解約の際に様々な手数料等を支払わなければならず，期間拘束契約の更新月に解約したとしても，これらが組み合わされることで，契約解除料以上の金額になることがある。

カ　中古端末の流通

平成28年度調査においては，ＭＮＯが下取りをした中古端末の国内での販売を端末メーカーが制限することや，ＭＮＯ等が不当に高い価格で中古端末を購入することは，独占禁止法上問題となるおそれがあるとしていたが，平成28年度調査の公表以降も依然として中古端末の流通数は増加していない状況にある。

ＭＮＯ３社は中古端末のＳＩＭロック解除に対応しておらず，これは中古端末の流通を制限する効果を持ち得る。また，一部のＭＮＯは４年縛りを提供するようになったが，これは将来の端末の下取りを前提とするものであり，現在の端末利用者が当該端末を中古市場に将来提供する機会の減少につながる可能性がある。

⑶　携帯電話市場における消費者の認識・行動の特性

ア　携帯電話の契約に対する消費者の認識

消費者アンケートの結果によると，ＭＮＯ利用者及びＭＶＮＯ利用者の多くは，契約に際し契約事項の説明を受けたことを認識し，また契約内容を少なくともある程度は理解していると自己評価している。その一方，ＭＮＯ利用者は，契約時に説明を受ける基本的な事項等であっても必ずしも十分には理解できていないか，理解していると思っていても，その理解が限定的なものにとどまっている可能性がある（なお，ＭＮＯ利用者はＭＶＮＯ利用者よりもその傾向が強い可能性がある。）。

ＭＮＯの契約プランを複雑と考える利用者は，ＭＶＮＯの契約プランを複雑と考える利用者よりも多くなっている。

イ　他の通信会社への乗換え

消費者アンケートの結果によると，ＭＮＯ利用者の約半数は通信料金や通信品質にかかわらず，現在契約している通信会社を乗り換えるつもりがないと回答している。

プランの選択については，消費者は，実質的に同じ割引額を長期間の累積した金額で示される場合と短期の金額で示された場合では前者に誘引されやすい傾向があると考えられる。

乗換えに際しては，違約金や端末の残債・端末購入補助の存在がスイッチングコストとなっている可能性がある。

ウ　ＭＮＯを想定したプラン（注３）とＭＶＮＯを想定したプラン（注４）の選択

消費者アンケートの結果によると，ＭＮＯの利用者であってもＭＶＮＯを想定したプランを選択した利用者が多く，消費者の選好と実際の選択との間に乖離が生じている可能性がある。その要因として，①現状維持バイアスが働いていること，②スイッチングコストが妨げとなっていること，③選好に沿った選択ができていないこと等が考えられる。

（注３）最新の端末を分割払いにし，ＭＮＯの平均的な通信料金を組み合わせたプラン
（注４）ＭＮＯと同じくらいの性能だが少し安価な端末を一括払いにし，ＭＶＮＯの平均的な通信料金を組み合わせたプラン

⑷　競争政策上の考え方

ア　通信と端末のセット販売

端末市場において，ＭＮＯ各社が販売する端末が約９割のシェアを占めている。また，前記⑵アの販売方法がＭＮＯ各社によって並行して採られているという状況を踏まえれば，当該販売方法が，他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には，独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占等）。

また，端末が本来の価格として表示された価格で販売された実績がないなど，根拠のない価格からの大幅な値引き額や値引き率を強調することで，他の事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者を誤認させ不当に誘引する場合には，景品表示法上問題となるおそれがある。

消費者アンケートの結果によると，契約に際して，一括で示される端末値引き額の大きさに誘引されて本来の選好に沿った選択をできていない消費者がいる可能性がある。商品・役務の選択は消費者の選好を反映して行われることが望ましく，ＭＮＯ各社は少なくとも期間拘束契約をする場合には，契約時及び契約更新時に当該期間において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい。

イ　期間拘束・自動更新付契約（いわゆる「２年縛り」）

２年縛りのプランと２年縛りのないプランがあるが，全体としてみて利用者を２年間拘束すること以外に合理的な目的はないと判断される場合であって，他の事業者の事業活動を困難にさせるときには，独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占，取引妨害等）。

また，２年縛りを自動更新することについても，実質的に消費者を拘束すること以外に合理的な目的はないと判断される場合に，他の事業者の事業活動を困難にさせるときには，独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占，取引妨害等）。

ウ　将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム（いわゆる「４年縛り」）

４年縛りのプログラムは，金銭的な負担なくプログラムの解約等を行うことができる期間がなく，一度これを選択してしまうと，端末が高額になるほど消費者にとって乗換えの実質的な負担が大きい。同プログラムが，消費者の乗換えを断念させることで利用者の選択権を事実上奪うものと判断される場合であって，他の事業者の事業活動を困難にさせるときには独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占，取引妨害等）。

また，４年縛りはあたかも端末を半額で購入できるかのような印象を与えることも懸念され，その表示や説明の内容・方法によっては，他の事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者を誤認させ不当に誘引する場合には，景品表示法上問題となるおそれがある。

エ　ＳＩＭロック

ＳＩＭロックが消費者にとって通信会社を乗り換える際の妨げとなり，他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には，独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占，取引妨害等）。

ＭＮＯ各社は一定の要件を満たす場合に利用者の申請があればＳＩＭロックの解除に応じることとしているが，そもそもＳＩＭロックはＭＮＯの都合により設定されているものであり，当該要件が満たされた場合には，ＭＮＯが自らＳＩＭロックを解除することが望ましい。

オ　中古端末の流通

ＭＮＯが下取りした端末について，その販売先の事業者に対して国内市場への販売を制限することは，ＭＶＮＯやその利用者がＭＮＯによるセット販売でしか販売されていない端末を入手することができなくなることにより，ＭＶＮＯを排除する効果を持つ場合には，独占禁止法上問題となり得る（拘束条件付取引，取引妨害等）。

また，ＭＮＯが下取りした端末を販売する場合，国内で中古端末を販売する特定の事業者に対して販売しない又は著しく不利な条件で販売するといった行為等についても独占禁止法上問題となり得る（取引拒絶，差別取扱い等）。

特に，ＭＮＯの端末下取りプログラムを利用する消費者が多い場合に，下取りした端末の国内市場への販売を制限したり，国内で中古端末を販売する特定の事業者に対して販売しない又は著しく不利な条件で販売したりするときには独占禁止法上問題となりやすい。

カ　スイッチングコストを高める行為等の組み合わせ

利用者のスイッチングコストを高める行為（ＳＩＭロック，２年縛り，４年縛り及びその他解約の際の費用を高める行為）等は，それぞれ単体の行為でも独占禁止法上問題となり得るが，このような行為が組み合わされる場合には，それぞれの行為に基づき発生する競争者排除効果が累積的に増幅され，独占禁止法上問題となるおそれが一層高まる（私的独占，取引妨害等）。また，根拠のない端末価格の値引き表示により不当に消費者を誘引する行為も，競争者排除効果を持ち得るため，前記の行為を独占禁止法上問題となりやすくさせる可能性がある。

キ　その他消費者の特性に応じた競争政策上望ましい対応

消費者の合理的な選択が妨げられないようにするため，ＭＮＯは契約プランの複雑さをもたらしている要因である通信と端末の一体販売や期間拘束・自動更新付契約等の改善をすることが望ましい。また，ＭＮＯは消費者の利用状況を把握していることから，各消費者の利用状況を踏まえ，定期的に消費者に最も適した契約プランを提示すること等を積極的に推進することも望ましいと考えられる。

⑸　ＭＶＮＯの競争環境を確保するための制度上の対応等

ＭＶＮＯは，ＭＮＯの通信回線網と接続又は通信回線網を利用することでサービスを提供しているため，ＭＶＮＯがＭＮＯの通信回線網と接続又は通信回線網を利用する際の接続条件や接続料はＭＶＮＯの事業活動にとって重要な要素である。

通信回線網の接続又は利用に係る交渉では，一般的にＭＮＯが強い交渉力を有しているが，現在の制度ではＭＮＯは，ＭＶＮＯと積極的に取引，接続するインセンティブを持たない。携帯電話市場においてＭＮＯの競争者としてＭＶＮＯが機能するためにも，ＭＮＯが接続料を引き下げ，ＭＶＮＯとの取引に積極的に取り組むインセンティブを持つような制度設計を行うことが望ましい。その具体的な手段としては，以下のアないしウが考えられる。

ア　接続料等の周波数割当への活用

周波数の割当においては，周波数を割り当てられた場合の電波の活用として，ＭＶＮＯに対する利用を促進する計画を有しているか等の審査基準が設けられている。この基準について，例えば，ＭＮＯごとの接続料の水準や，これまでどの程度接続料を低下させてきたか，ＭＶＮＯを通じたサービスの提供をどの程度行ってきたかなども考慮要素とすること等が考えられる。

イ　接続料の検証における一層の透明性の確保

接続料は，「能率的な経営の下における適正な原価に適正な利潤を加えたもの」を超えない範囲で設定することとなっていることを踏まえ，接続料の検証におけるより一層の透明化を図るために，例えば，有識者や専門家による定期的な議論を通じて，透明性・公平性を確保しつつ，ＭＮＯの算出する接続料が能率的な水準となっているか，ＭＮＯ各社は能率的な経営を持続的に行っているかどうかなどの観点から，接続料の具体的かつ定期的な検証を行うことが考えられる。

ウ　接続料の推移（トレンド）における一層の予見性の確保

ＭＮＯ各社が算出する接続料の推移（トレンド）に対するＭＶＮＯの予見性が高まれば，ＭＶＮＯがＭＮＯの通信回線網を選択する際の自由度が高まり，他方，ＭＮＯにとっては，ＭＶＮＯからの接続料収入を失う可能性が競争圧力となるため，ＭＮＯ各社に接続料を引き下げるインセンティブが生じると考えられる。したがって，接続料の推移（トレンド）におけるＭＶＮＯの予見性を向上させることが競争政策上望ましい。

⑹　公正取引委員会の今後の対応

携帯電話市場においては，ＭＮＯ及びＭＶＮＯという多様な主体が公正かつ自由な競争をする中で，消費者のニーズに応じた多様なサービスが提供され，消費者がその選好に沿って，商品・役務を選択したり，円滑に変更できたりすることが重要である。

現状では，ＭＮＯ間の競争が必ずしも十分に行われているとはいえない中，ＭＮＯ各社は利用者のスイッチングコストを高める様々な施策を講じており，市場に競争をもた

らす上で重要な役割を果たしているＭＶＮＯの参入を阻害することも懸念される。

このため，公正取引委員会は，特にスイッチングコストを高めることにより利用者を不当に囲い込む行為に対しては独占禁止法を厳正に執行していくことにより，ＭＶＮＯの競争環境の整備，更にはＭＮＯ間の競争促進をも図っていく。

また，ＭＶＮＯの競争環境の整備の観点からは接続料等の制度面での対応も欠かせないと考えられることから，総務省に対する働きかけ及び連携を引き続き行っていく。

さらに，消費者の選択が機能することも競争促進の観点からは重要である。本調査においては，比較的簡易なものであったが，行動経済学の観点も含めて，消費者の認識等についての分析を行ったが，今後はより有効な調査・分析を行うことを検討していくとともに，消費者団体との連携を通じて，有益な情報の提供に努めていく。

携帯電話市場における競争環境の確保は，一般消費者の利益の確保，国民経済の健全な発達の促進の観点から引き続き重要であるとともに，同市場は，第５世代移動通信システム（５Ｇ）の実現に向けた取組が進んでいるなど環境変化の速い市場であること，ＭＮＯとしての新規参入が予定されていることを踏まえ，今後ともフォローアップ調査等を行っていく。

第３　独占禁止法適用除外の見直し等

1　独占禁止法適用除外の概要

独占禁止法は，市場における公正かつ自由な競争を促進することにより，一般消費者の利益を確保するとともに国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とし，これを達成するために，私的独占，不当な取引制限，不公正な取引方法等を禁止している。他方，他の政策目的を達成する観点から，特定の分野における一定の行為に独占禁止法の禁止規定の適用を除外するという適用除外が設けられている。

適用除外は，その根拠規定が独占禁止法自体に定められているものと独占禁止法以外の個別の法律に定められているものとに分けることができる。

⑴　独占禁止法に基づく適用除外

独占禁止法は，知的財産権の行使行為（同法第21条），一定の組合の行為（同法第22条）及び再販売価格維持契約（同法第23条）を，それぞれ同法の規定の適用除外としている。

⑵　個別法に基づく適用除外

独占禁止法以外の個別の法律において，特定の事業者又は事業者団体の行為について独占禁止法の適用除外を定めているものとしては，平成29年度末現在，保険業法等16の法律がある。

2　適用除外の見直し等

⑴　これまでの見直し等

適用除外の多くは，昭和20年代から昭和30年代にかけて，産業の育成・強化，国際競争力強化のための企業経営の安定，合理化等を達成するため，各産業分野において創設されてきたが，個々の事業者において効率化への努力が十分に行われず，事業活動における創意工夫の発揮が阻害されるおそれがあるなどの問題があることから，その見直しが行われてきた。

平成９年７月20日，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の適用除外制度の整理等に関する法律（平成９年法律第96号）が施行され，個別法に基づく適用除外のうち20法律35制度について廃止等の措置が採られた。次いで，平成11年７月23日，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の適用除外制度の整理等に関する法律（平成11年法律第80号）が施行され，不況カルテル制度及び合理化カルテル制度の廃止，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の適用除外等に関する法律の廃止等の措置が採られた。さらに，平成12年６月19日，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12年法律第76号）が施行され，自然独占に固有の行為に関する適用除外の規定が削除された。

平成25年度においては，平成25年10月１日，消費税転嫁対策特別措置法が施行され，消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置が設けられた。また，平成26年１月27日，特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法等の一部を改正する法律（平成25年法律第83号）が施行され，認可特定地域計画に基づく一般乗用旅客自動車運送事業（タクシー事業）の供給輸送力の削減等に関する適用除外の規定が設けられた。

これらの措置により，平成７年度末において30法律89制度存在した適用除外は，平成29年度末現在，17法律24制度となっている。

⑵　規制・制度改革における適用除外制度の見直し

「規制・制度改革に係る追加方針」（平成23年７月22日閣議決定）において，「国際航空協定に関する独占禁止法適用除外制度の見直し」の項目が盛り込まれ，「国土交通省は，諸外国の国際航空に関する独占禁止法適用除外制度に係る状況等を分析・検証し，我が国の同制度の在り方について，公正取引委員会と協議しつつ，引き続き検討を行う。＜平成24年度検討＞」とされており，平成26年度末に国土交通省に対し，当委員会と協議しつつ，引き続き検討を行うよう要請し，平成28年８月以降，国土交通省との間で協議に向けた検討を進めるための論点整理等を行っているところ，平成29年度末現在，いまだ結論が得られていない。

また，「規制・制度改革に係る対処方針」（平成22年６月18日閣議決定）において，平成22年度に検討することとされた，外航海運に係る独占禁止法適用除外制度の見直しについては，「国土交通省は，同制度に係る今後の諸外国の動き，荷主の利益，日本経済への影響等を踏まえ，同制度の見直しについて，公正取引委員会と協議しつつ，平成27年度に再度検討を行う」こととなっていた。

これを踏まえ，公正取引委員会は実態調査を行い，平成28年２月４日に，外航海運に係る独占禁止法適用除外制度を維持すべき理由は存在しないとする報告書「外航海運に係る独占禁止法適用除外制度の在り方について」を公表し，同月以降，国土交通省と協議を行った。

国土交通省は，公正取引委員会との協議を踏まえ，平成28年６月14日に，「外航海運に係る独占禁止法適用除外制度に関する再検討の結果について」を公表し，運賃同盟（注１）については，届出に係る行為の存在が確認できない運賃同盟の加盟船社に対し，速やかな脱退を求めること等により，運賃同盟の締結件数が減少し，国際海上輸送サービスの安定的供給に支障がないと判断される場合には，運賃同盟に係る適用除外制度を廃止する方向で見直す旨，また，運賃同盟以外の船社間協定については，その類型ごとの状況や荷主の利益への影響等を踏まえ，必要と認められる場合には，当委員会と協議しつつ見直しを行っていく旨を示していた。

前記の国土交通省による再検討結果の公表後，運賃同盟及び協議協定（注２）から船社が脱退するなどの状況の変化が見受けられたことから，平成29年４月に国土交通省と合同で，これら船社間協定に加盟する船社等へのヒアリングを実施した。その結果，邦船社が加盟する全ての運賃同盟及び一部を除く協議協定（注３）は活用されておらず，形骸化していること等が明らかとなったことから，公正取引委員会は，同年７月に，国土交通省に対し，残存する同盟及び形骸化している協議協定については，廃止等の手続を行うよう，船社（外国船社を含む）への具体的な働きかけを行われたい旨等を要請した。

公正取引委員会は，今後も，国土交通省の対応についてのフォローアップ等を行うとともに，必要に応じ，船社間協定に係る独占禁止法適用除外制度の見直しについて，同省と協議を行っていく。

（注１）運賃又は料金について加盟船社を拘束する船社間協定
（注２）適正な運賃又は料金の水準等について加盟船社間での協議を伴う（拘束力はない）船社間協定
（注３）活用されている協議協定についても，運賃又は料金の水準に係る加盟船社間での協議は行われておらず，主な活動内容は一般的な情報共有にとどまっている。

3　適用除外カルテル

(1)　概要

独占禁止法は，公正かつ自由な競争を妨げるものとして，価格，数量，販路等のカルテルを禁止されているが，その一方で，他の政策目的を達成するなどの観点から，個々の適用除外ごとに設けられた一定の要件・手続の下で，特定のカルテルが例外的に許容される場合がある。このような適用除外カルテルが認められるのは，当該事業の特殊性のため（保険業法〔平成７年法律第105号〕に基づく保険カルテル），地域住民の生活に必要な旅客輸送（いわゆる生活路線）を確保するため（道路運送法〔昭和26年法律第183号〕等に基づく運輸カルテル）など，様々な理由による。

個別法に基づく適用除外カルテルについては，一般に，公正取引委員会の同意を得，又は当委員会へ協議若しくは通知を行って，主務大臣が認可を行うこととなっている。

また，適用除外カルテルの認可に当たっては，一般に，当該適用除外カルテルの目的

を達成するために必要であること等の積極的要件のほか，当該カルテルが弊害をもたらしたりすることのないよう，カルテルの目的を達成するために必要な限度を超えないこと，不当に差別的でないこと等の消極的要件を充足することがそれぞれの法律により必要とされている。

さらに，このような適用除外カルテルについては，不公正な取引方法に該当する行為が用いられた場合等には独占禁止法の適用除外とはならないとする，いわゆるただし書規定が設けられている。

公正取引委員会が認可し，又は当委員会の同意を得，若しくは当委員会に協議若しくは通知を行って主務大臣が認可等を行ったカルテルの件数は，昭和40年度末の1,079件（中小企業団体の組織に関する法律〔昭和32年法律第185号〕に基づくカルテルのように，同一業種について都道府県等の地区別に結成されている組合ごとにカルテルが締結されている場合等に，同一業種についてのカルテルを１件として算定すると，件数は415件）をピークに減少傾向にあり，また，適用除外制度そのものが大幅に縮減されたこともあり，平成29年度末現在，50件となっている（内訳は附属資料３－２表を参照）。

⑵　個別法に基づく適用除外カルテルの動向

平成29年度において，個別法に基づき主務大臣が公正取引委員会の同意を得，又は当委員会へ協議若しくは通知を行うこととされている適用除外カルテルの処理状況及びこのうち現在実施されている個別法に基づく適用除外カルテルの動向は，第９表のとおりである。

第９表　平成29年度における適用除外カルテルの処理状況

法律名	カルテルの内容		根拠条項	適用除外規定	公取委との関係	処理件数	結　果
保険業法	損害保険会社の共同行為	航空保険	第101条第1項第1号，第102条	第101条	同意（第105条第1項）	0	所要の検討を行った結果，同意した。
		原子力保険				0	
		自動車損害賠償責任保険				0	
		地震保険				1（変更1）	
		船舶保険	第101条第1項第2号，第102条			0	
		外航貨物保険				0	
		自動車保険（対人賠償保険部分）				1（変更1）	
		自動車保険（対人賠償，自損事故及び無保険車傷害保険部分）				0	
		住宅瑕疵担保責任保険				0	

法律名	カルテルの内容	根拠条項	適用除外規定	公取委との関係	処理件数	結　果
損害保険料率算出団体に関する法律	基準料率の算出 自動車損害賠償責任保険 地震保険	第7条の2第1項第2号，第9条の3	第7条の3	通知（第9条の3第3項）	0 1（変更1）	―
酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律	施設，容器その他の販売方法の規制	第42条第5号，第43条	第93条	協議（第94条第1項）	0	―
著作権法	商業用レコードの二次使用料等に関する取決め	第95条，第95条の3，第97条，第97条の3	第95条	通知（施行令第49条の2第2項）	10	―
生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律	料金，価格，営業方法の制限	第8条，第9条	第10条	協議（第13条第1項）	0	―
輸出入取引法	輸出取引における価格，数量，品質，意匠その他の協定等	第5条，第11条第2項，	第33条	通知（第34条第1項）	0	―
道路運送法	生活路線確保のための共同経営，旅客の利便向上に資する運行時刻の設定のための共同経営	第18条，第19条	第18条	協議（第19条の3第1項）	3	所要の検討を行った結果，異議ない旨回答した。
航空法	＜国内＞生活路線確保のための共同経営	第110条第1号，第111条	第110条	協議（第111条の3第1項）	0	―
	＜国際＞公衆の利便を増進するための連絡運輸，運賃その他の運輸に関する協定	第110条第2号，第111条	第110条	通知（第111条の3第2項）	4（締結0）（変更4）	―
海上運送法	＜内航＞生活航路確保のための共同経営，利用者利便を増進する適切な運航時刻等を設定するための共同経営	第28条第1～3号，第29条	第28条	協議（第29条の3第1項）	1	所要の検討を行った結果，異議ない旨回答した。
	＜外航＞運賃，料金その他の運送条件等を内容とする協定等	第28条第4号，第29条の2	第28条	通知（第29条の4第1項）	381（締結38）（変更343）	―
内航海運組合法	運賃，料金，運送条件，配船船腹，保有船腹等の調整等	第8条第1項第1～6号，第10条，第12条	第18条	協議（第65条第1項）	0	―

法律名	カルテルの内容	根拠条項	適用除外規定	公取委との関係	処理件数	結　果
特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法	供給輸送力の削減等	第8条の2	第8条の4	通知（第8条の6第1項）	16	―

ア　保険業法に基づくカルテル

保険業法に基づき損害保険会社は

①　航空保険事業，原子力保険事業，自動車損害賠償保障法（昭和30年法律第97号）に基づく自動車損害賠償責任保険事業若しくは地震保険に関する法律（昭和41年法律第73号）に基づく地震保険事業についての共同行為

又は

②　①以外の保険で共同再保険を必要とするものについての一定の共同行為

を行う場合には，金融庁長官の認可を受けなければならない。金融庁長官は，認可をする際には，公正取引委員会の同意を得ることとされている。

平成29年度において，金融庁長官から同意を求められたものは２件であった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルは９件である。

イ　損害保険料率算出団体に関する法律に基づくカルテル

損害保険料率算出団体は，自動車損害賠償責任保険及び地震保険について基準料率を算出した場合には，金融庁長官に届け出なければならない。金融庁長官は，届出を受理したときは，公正取引委員会に通知することとされている。

平成29年度において，金融庁長官から通知を受けたものは１件であった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルは２件である。

ウ　著作権法に基づく商業用レコードの二次使用料等に関する取決め

著作隣接権者（実演家又はレコード製作者）が有する商業用レコードの二次使用料等の請求権については，毎年，その請求額を文化庁長官が指定する団体（指定団体）と放送事業者等又はその団体間において協議して定めることとされており，指定団体は当該協議において定められた額を文化庁長官に届け出なければならない。文化庁長官は，届出を受理したときは，公正取引委員会に通知することとされている。

平成29年度において，文化庁長官から通知を受けたものは10件であった。

エ　道路運送法に基づくカルテル

輸送需要の減少により事業の継続が困難と見込まれる路線において地域住民の生活

に必要な旅客輸送を確保するため，又は旅客の利便を増進する適切な運行時刻を設定するため，一般乗合旅客自動車運送事業者は，他の一般乗合旅客自動車運送事業者と，共同経営に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては，国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は，認可をする際には，公正取引委員会に協議することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から協議を受けたものは３件であった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルは３件である。

オ　航空法に基づくカルテル

㈦　国内航空カルテル

航空輸送需要の減少により事業の継続が困難と見込まれる本邦内の各地間の路線において地域住民の生活に必要な旅客輸送を確保するため，本邦航空運送事業者は，他の航空運送事業者と，共同経営に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては，国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は，認可をする際には，公正取引委員会に協議することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から協議を受けたものはなかった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルはない。

㈠　国際航空カルテル

本邦内の地点と本邦外の地点との間の路線又は本邦外の各地間の路線において公衆の利便を増進するため，本邦航空運送事業者は，他の航空運送事業者と，連絡運輸に関する契約，運賃協定その他の運輸に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては，国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は，認可をしたときは，公正取引委員会に通知することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から通知を受けたものは４件であった。

カ　海上運送法に基づくカルテル

㈦　内航海運カルテル

本邦の各港間の航路において，地域住民の生活に必要な旅客輸送を確保するため，旅客の利便を増進する適切な運航日程・運航時刻を設定するため，又は貨物の運送の利用者の利便を増進する適切な運航日程を設定するため，定期航路事業者は，他の定期航路事業者と，共同経営に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては，国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は，認可をする際には，公正取引委員会に協議することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から協議を受けたものは１件であった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルは５件である。

㈠　外航海運カルテル

本邦の港と本邦以外の地域の港との間の航路において，船舶運航事業者は，他の船舶運航事業者と，運賃及び料金その他の運送条件，航路，配船並びに積取りに関する事項を内容とする協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当

たっては，あらかじめ国土交通大臣に届け出なければならない。国土交通大臣は，届出を受理したときは，公正取引委員会に通知することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から通知を受けたものは381件であった。

キ　内航海運組合法に基づくカルテル

内航海運組合法（昭和32年法律第162号）に基づき内航海運組合が調整事業を行う場合には，調整規程又は団体協約を設定し，国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は，認可をする際には，公正取引委員会に協議することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から協議を受けたものはなかった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルは１件である。

ク　特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法に基づくカルテル

一般乗用旅客自動車運送事業が供給過剰であると認められる特定地域において，一般乗用旅客自動車運送事業者等により組織された協議会は，当該地域において削減すべき供給輸送力やその削減方法等を定める特定地域計画を作成し，当該計画に合意した一般乗用旅客自動車運送事業者はこれに従い，供給輸送力の削減を行わなければならない。この計画の作成・変更に当たっては，国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は，認可をしたときは，公正取引委員会に通知することとされている。

平成29年度において，国土交通大臣から通知を受けたものは16件であった。また，平成29年度末における同法に基づくカルテルは20件である。

4　協同組合の届出状況

独占禁止法第22条は，「小規模の事業者又は消費者の相互扶助を目的とすること」（同条第１号）等同条各号に掲げる要件を備え，かつ，法律の規定に基づいて設立された組合（組合の連合会を含む。）の行為について，不公正な取引方法を用いる場合又は一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を引き上げることとなる場合を除き，同法を適用しない旨を定めている（一定の組合の行為に対する独占禁止法適用除外制度）。

中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号。以下「中協法」という。）に基づいて設立された事業協同組合及び信用協同組合（以下「協同組合」という。）は，その組合員たる事業者が，①資本金の額又は出資の総額が３億円（小売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については5000万円，卸売業を主たる事業とする事業者については１億円）を超えない法人たる事業者又は②常時使用する従業員の数が300人（小売業を主たる事業とする事業者については50人，卸売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については100人）を超えない事業者に該当するものである場合，独占禁止法の適用に際しては，同法第22条第１号の要件を備える組合とみなされる（中協法第７条第１項）。

一方，協同組合が前記①又は②以外の事業者を組合員に含む場合には，公正取引委員会は，その協同組合が独占禁止法第22条第１号の要件を備えているかどうかを判断する権限を有しており（中協法第７条第２項），これらの協同組合に対し，当該組合員が加入している旨を当委員会に届け出る義務を課している（中協法第７条第３項）。

この中協法第７条第３項の規定に基づく届出件数は，平成29年度において，240件であった（第10表及び附属資料３－10表参照）。

第10表　協同組合届出件数の推移

（単位：件）

年度	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
協同組合届出件数	179	154	142	141	184	187	227	235	273	240

5　著作物再販適用除外の取扱いについて

商品の供給者がその商品の取引先である事業者に対して再販売する価格を指示し，これを遵守させることは，原則として，独占禁止法第２条第９項第４号（再販売価格の拘束）に該当し，同法第19条に違反するものであるが，同法第23条第４項の規定に基づき，著作物６品目（書籍・雑誌，新聞及びレコード盤・音楽用テープ・音楽用ＣＤをいう。以下同じ。）については，例外的に同法の適用が除外されている。

公正取引委員会は，著作物６品目の再販適用除外の取扱いについて，国民各層から意見を求めるなどして検討を進め，平成13年３月，当面同再販適用除外を存置することが相当であると考えるとの結論を得るに至った（第11表参照）。

公正取引委員会は，著作物６品目の再販適用除外が消費者利益を不当に害することがないよう，著作物６品目の流通・取引慣行の実態を調査し，関係業界における弊害是正の取組の進捗を検証するとともに，関係業界における運用の弾力化の取組等，著作物６品目の流通についての意見交換を行うため，当委員会，関係事業者，消費者，学識経験者等を構成員とする著作物再販協議会を設け，平成13年12月から平成20年６月までの間に８回の会合を開催した。平成22年度からは，著作物再販協議会に代わって，関係業界に対する著作物再販ヒアリングを実施し，関係業界における運用の弾力化の取組等の実態を把握するとともにその取組を促している。

第11表　著作物再販制度の取扱いについて（概要）（平成13年３月23日）

⑴　著作物再販制度は，独占禁止法上原則禁止されている再販売価格維持行為に対する適用除外制度であり，競争政策の観点からは同制度を廃止し，著作物の流通において競争が促進されるべきであると考える。

しかしながら，国民各層から寄せられた意見をみると，著作物再販制度を廃止すべきとする意見がある反面，文化・公共面での影響が生じるおそれがあるとし，同制度の廃止に反対する意見も多く，なお同制度の廃止について国民的合意が形成されるに至っていない状況にある。

したがって，現段階において独占禁止法の改正に向けた措置を講じて著作物再販制度を廃止することは行わず，当面同制度を存置することが相当であると考える。

⑵　著作物再販制度の下においても，可能な限り運用の弾力化等の取組が進められることによって消費者利益の向上が図られるよう，関係業界に対し，非再販商品の発行・流通の拡大，各種割引制度の導入等による価格設定の多様化等の方策を一層推進することを提案し，その実施を要請する。また，これらの方策が実効を挙げているか否かを検証し，より効果的な方途を検討するなど，著作物の流通について意見交換をする場として，公正取引委員会，関係事業者，消費者，学識経験者等を構成員とする協議会を設けることとする。公正取引委員会としては，今後とも著作物再販制度の廃止について国民的合意が得られるよう努力を傾注するとともに，当面存置される同制度が硬直的に運用されて消費者利益が害されることがないよう著作物の取引実態の調査・検証に努めることとする。

⑶　また，著作物再販制度の対象となる著作物の範囲については，従来公正取引委員会が解釈・運用してきた６品目（書籍・雑誌，新聞及びレコード盤・音楽用テープ・音楽用ＣＤ）に限ることとする。

第４　競争評価に関する取組

1　競争評価の本格的実施

平成19年10月以後，各府省が規制の新設又は改廃を行おうとする場合，原則として，規制の事前評価の実施が義務付けられ，規制の事前評価において，競争状況への影響の把握・分析（以下「競争評価」という。）についても行うこととされ，平成22年４月から試行的に実施されてきた。

平成29年７月28日，「規制の政策評価の実施に関するガイドライン」が改正され，競争評価については，公正取引委員会が定める手法により把握すること，また，競争に影響を及ぼす可能性があるとの結果となった場合には，その旨を規制の事前評価書へ記載することが必要であるなどとされたことを受け，公正取引委員会は，競争評価の手法として，同

年７月31日に「規制の政策評価における競争状況への影響の把握・分析に関する考え方について」及び競争評価の具体的な手法である「競争評価チェックリスト」を作成し，公表した。また，これらを補完するものとして「規制の政策評価における競争状況への影響の把握・分析に係る事務参考マニュアル」を同年９月26日に公表した。改正された「規制の政策評価の実施に関するガイドライン」等が同年10月１日に施行されたことに伴い，競争評価も同日から本格的に実施された。規制の事前評価における競争評価において，各府省は，競争評価チェックリストを作成し，規制の事前評価書の提出と併せて総務省に提出し，総務省は，受領した競争評価チェックリストを公正取引委員会へ送付する。

平成29年度においては，試行的実施に係る競争評価チェックリストを19件，本格的実施に係る競争評価チェックリストを125件，総務省から受領し，内容を精査した。

2　競争評価の普及・定着に係る公正取引委員会の取組

公正取引委員会は，競争評価チェックリストに記入するに当たっての考え方や検討方法について，随時，相談を受け付けている。

第５　入札談合の防止への取組

1　概説

公正取引委員会は，以前から積極的に入札談合の摘発に努めているほか，平成６年７月に「公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」を公表し，入札に係るどのような行為が独占禁止法上問題となるかについて具体例を挙げながら明らかにすることによって，入札談合の防止の徹底を図っている。

また，入札談合の防止を徹底するためには，発注者側の取組が極めて重要であるとの観点から，独占禁止法違反の可能性のある行為に関し，発注官庁等から公正取引委員会に対し情報が円滑に提供されるよう，各発注官庁等において，公共入札に関する当委員会との連絡担当官として会計課長等が指名されている。

公正取引委員会は，連絡担当官との連絡・協力体制を一層緊密なものとするため，平成５年度以降，「公共入札に関する公正取引委員会との連絡担当官会議」を開催している。平成29年度においては，国の本省庁との連絡担当官会議を平成29年11月21日に開催するとともに，国の地方支分部局等との連絡担当官会議を全国９か所で開催した。

また，公正取引委員会は，地方公共団体等の調達担当者等に対する独占禁止法や入札談合等関与行為防止法の研修会を開催するとともに，国，地方公共団体等が実施する調達担当者等に対する同様の研修会への講師の派遣及び資料の提供等の協力を行っている。平成29年度においては，研修会を全国で32回開催するとともに，国，地方公共団体及び特定法人（注）に対して275件の講師の派遣を行った。

（注）国又は地方公共団体が資本金の２分の１以上を出資している法人及び特別の法律により設立された法人のうち，国又は地方公共団体が法律により，常時，発行済株式の総数又は総株主の議決権の３分の１以上に当たる株式の保有を義務付けられている株式会社（政令で定めるもの等を除く。）をいう。

2　官製談合防止に向けた発注機関の取組に関する実態調査

⑴　調査趣旨

公正取引委員会は，これまで入札談合や発注機関の職員による入札談合等関与行為を防止するためには発注機関側の取組が極めて重要であるとの観点から，発注機関における入札談合等防止のための取組等について調査を実施し，現状の問題点や課題を明らかにするとともに，問題点を解決する施策等について，報告書に取りまとめ・公表を行うなどしている。

しかし，依然として，発注機関の職員が入札談合等に関与した事件が多くみられる状況にあり，また，そうした事件が発生している発注機関は国の機関，地方公共団体及び政府出資法人と様々である。特に，地方公共団体においては，そうした事件が人口５万人未満の中小規模の市町村においても発生している。

平成29年度においては，このような現状を踏まえ，発注機関におけるコンプライアンスの向上に資することを目的として，発注機関における官製談合防止に向けた取組について調査を実施し，平成30年６月13日に公表した。

⑵　調査対象等

ア　調査対象

入札談合等関与行為防止法の適用対象となる国の機関，地方公共団体及び政府出資法人を対象とした。

なお，地方公共団体については，その全てを対象としている。

イ　調査方法

⑺　アンケート調査

発注機関2,018機関に対してアンケート調査を実施した（回答数1,768機関，回収率87.6％）。

⑴　ヒアリング調査

アンケート調査の記述式回答において，他の発注機関にも参考となると思われる取組例を回答した発注機関130機関に対して，電話又は面談の方法によるヒアリング調査を実施した。

⑶　入札談合等関与行為等の防止に向けて

調査の結果，小規模な発注機関ほど取組が進んでいない結果が明らかになった。職員が入札談合等に関与した事件が一たび発生した場合に必要とされる組織の対応については，発注機関の規模の大小によって大きく異なるわけではない。小規模な発注機関においても，可能な取組から実施することが必要である。

また，国の機関や都道府県及び政令指定都市等の大規模な発注機関においても，必ずしも十分とはいえない状況も依然みられた。

職員に入札談合等に関与させないための発注機関の取組の大きな柱としては，①入札等の手続に関し，発注機関の職員が守るべきルールを定めてその旨を明文化すること

（規程の整備），②入札等に関して定めたルールが守られているかを（内部・外部を問わず）チェックする体制を作ること（体制の整備），③入札等の手続に関して定めたルール等を職員に正しく把握させる機会を設けること（研修の実施）が挙げられる。発注機関には，これらの構築に取り組むとともに，取組内容を定期的に見直し，より充実したものに改善していくことが求められる。具体的には以下のとおりである。

ア　職員が入札談合等に関与しないよう遵守すべきことを定めた規定の整備

発注機関の職員が守るべきルールを定めて明文化する取組は，発注機関の規模にかかわらず必要であると思われ，また，これらのルールをまとめたマニュアルは一度作成し，職員に周知しておくと，職員による入札談合等の関与についての未然防止効果があると考えられる。

㈦　規定の作成・見直し

職員に入札談合等に関与させないために必要と考えられる規定の整備については，以下の取組がある。これらについては，規定を整備するだけでなく職員に周知等を行うことが求められる。

- 入札等に係る秘密情報の管理
- 外部からの働きかけに対する対応

㈠　組織としての意思の明確化

発注機関は，組織としていかなる理由があろうとも，職員が入札談合等に関与する行為を認めないという意思を明確化しておくことが必要であり，それにより職員による入札談合等関与行為の抑止にもつながると考えられる。組織としての明確化の方法には，懲戒規定に入札談合等関与行為等を懲戒処分の対象にすることの明記，発注機関の長等による訓示，会議や研修等の場を利用したコミットメントなどが挙げられる。

㈩　コンプライアンス・マニュアルの作成及び見直し

入札談合等関与行為に限らず，各種の不祥事を防ぐためには，職員が遵守すべき法令・条例等の内容を理解していることが前提であり，職員に効果的・効率的に知識を習得させるため，発注機関は法令・条例等をより具体化したコンプライアンス・マニュアルを作成・整備しておくことが望まれる。また，発注機関においては，作成したコンプライアンス・マニュアルをよりわかりやすく使いやすいものとするため，発注機関において定期的な改定を行うことが望ましい。

イ　職員に入札談合等に関与させないための体制面の整備

入札談合等関与行為等を未然に防止するためには，法令遵守を推進するための体制の整備が必要である。その際には，発注機関の内部における体制整備だけでなく，外部機関を利用し，客観的な分析・検証等を随時行うための体制整備についても行うことが望ましい。

㈦　発注機関内部における体制面の整備

入札談合等関与行為等を未然に防止するためには，発注機関自身が組織として包

括的に取り組んでいくことが必要である。そのためには，体制面において，入札談合等関与行為等の発生リスクを低減させる機能を組み込んでおくことが重要である。具体的には以下の項目が考えられるが，発注機関の規模によっては全てを整えることが難しい場合もあると考えられる。例えば，契約担当部課室と発注部課室の分離が困難な発注機関においては，長期配属を行わないなどの人事上の配慮を行う又は仕様書のチェック等は複数の部課室で行うなどが重要である。

・　コンプライアンス専担部課室の設置
・　入札手続等に係る事前チェック体制の整備（発注担当部課室と契約担当部課室の分離，仕様書等のチェック）
・　入札手続等に係る事後チェック体制の整備（不自然な結果の検証）
・　公益通報窓口の設置
・　人事上の配慮

(ｲ)　外部機関（第三者機関）の活用

入札談合等関与行為等の未然防止のために，内部体制を充実させることは重要な取組であるが，内部によるチェックではその視点が固定化されてしまうなど，チェックにも限界があると思われることから，外部機関を積極的に活用する取組も重要である。また，リソースの関係から単独で外部機関を設置することが困難な発注機関においては，他の発注機関と共同で設置することも有効である。

第三者機関における審議の対象は，官製談合事件は工事以外でも発生していることも踏まえ，「物品・業務」の入札も対象とするなど，可能な範囲で対象を拡大することが望まれる。

ウ　職員等に対する研修の実施

職員の入札談合等関与行為等を未然に防止するためには，遵守すべき内容を知識として習得する機会を設けることが重要である。また，研修は単に機会を設けるだけでなく，以下の点に留意し，未然防止に向けた取組に資するように，実践的かつ実効性のあるものとすることが求められる。

(ｱ)　定期的・継続的な研修の実施

発注機関が単独で定期的に研修を開催することが困難である場合もあると考えられるが，他の発注機関と連携して研修を開催している例もみられることから，こうした取組も参考になる。

(ｲ)　対象者の選定

これまで公正取引委員会が発注機関に対して入札談合等関与行為防止法に基づく改善措置要求を行った事件においては，全て幹部・管理職による関与が認められていることから，一般職員に限らず幹部・管理職も研修の対象とすることが求められる。

(ｳ)　柔軟な周知や研修内容の見直し

一たび職員の入札談合等関与行為が認められた場合の発注機関のリスクの高さを考慮すると，研修という形式を取るかどうかは別にしても職員に対する定期的な周

知や意識付けは必要である。

また，発注機関の中には，定期的・継続的に職員に研修を実施しているにもかかわらず，職員が入札談合等に関与する事件が発生しているケースもみられる。研修の機会を設けていても，職員が受講していなかったり，受講しても正しく理解していなかったりすれば効果的な取組とはいえないことから，職員には研修を受講させるのみならず，職員の理解度を測るような取組も必要と思われる。

エ　職員に入札談合等に関与させないために必要と考えられるその他の取組

⑺　発注関係事務の外部委託先に対する取組

設計，積算，業者選定，監督，検査等の発注関係事務は，高い割合で外部に委託がされているものの，発注機関から委託先に対して入札談合等の未然防止に関する取組は十分には行われていない。取組を行っていると回答した発注機関においても，その内容をみると，契約書等に秘密情報の漏えい禁止を記載しているにとどまっている回答が多い。

委託先との契約書において秘密情報の漏えい禁止を明記したにもかかわらず，当該委託先から事業者に入札等の情報が漏えいされ，当該漏えいが入札談合につながった事件も発生していることからも，単に記載するのみでは十分とはいえず，更なる取組が求められる。

⑴　ＯＢの再就職の把握等

ＯＢの再就職については，国家公務員法又は地方公務員法においても規制がされているが，期間等の限定がなされていることから，特に長期配属の人事上の配慮を行っていない発注機関においては，再就職先を把握しているＯＢに対して取組を行うことが望ましい。また，ＯＢが関与した事件も発生していることから，近いうちに退職して入札参加事業者等に再就職する予定の職員も研修の対象とすることが望ましい。

オ　公正取引委員会の対応

本調査では，発注機関における官製談合防止に向けた取組について，平成23年の同様の調査と比べ，調査対象を大幅に拡大して調査を行った。この結果に基づき，本報告書では，発注機関にとって参考となると思われる入札談合等関与行為等の未然防止のための取組を多く紹介するとともに，多くの発注機関から研修等において使用可能な支援ツールの作成について要望があったこと，計量分析からも研修の実施が未然防止に効果があるとの結果が得られたことから，「１分で分かる官談法」，「理解度チェックテスト」などの支援ツールを作成した。

公正取引委員会としては，入札談合等に関して厳正に対処するとともに，本調査結果を踏まえながら，先に述べた支援ツール等の作成にとどまらず，今後も各種研修会や情報発信等を通じて発注機関のコンプライアンス活動を支援する取組を引き続き積極的に行っていく。

第６　独占禁止法コンプライアンスの向上に向けた取組

公正取引委員会は，市場における公正かつ自由な競争を一層促進していくためには，独占禁止法の厳正な執行とともに，企業におけるコンプライアンスの向上が重要であり，これに関連した企業の取組を促していく必要があると考えられることから，これまで，企業における独占禁止法に関するコンプライアンス活動の状況を調査し，改善のための方策等と併せて，報告書の取りまとめ・公表を行うとともに，その周知に努めている。

平成29年度においては，事業者団体における独占禁止法に関するコンプライアンスを推進するために有効と考えられる方策や留意点を取りまとめた報告書「事業者団体における独占禁止法コンプライアンスに関する取組状況について」（平成28年12月21日公表）に基づき，経済団体等からの依頼による講演（10回）及び公正取引委員会が主催する説明会（８回）を通じて周知を行った。

第７　独占的状態調査

独占禁止法第８条の４は，独占的状態に対する措置について定めている。公正取引委員会は，同法第２条第７項に規定する独占的状態の定義規定のうち，事業分野に関する考え方についてガイドラインを公表しており，その別表には，独占的状態の国内総供給価額要件及び事業分野占拠率要件（国内総供給価額が1000億円超で，かつ，上位１社の事業分野占拠率が50％超又は上位２社の事業分野占拠率の合計が75％超）に該当すると認められる事業分野並びに今後の経済事情の変化によってはこれらの要件に該当することとなると認められる事業分野を掲載している（第12表参照）。

別表については，生産・出荷集中度の調査結果等に応じ逐次改定してきている（直近では，平成28年10月11日に改定）。その中でも特に集中度の高い業種については，生産，販売，価格，製造原価，技術革新等の動向，分野別利益率等について，独占禁止法第２条第７項第２号（新規参入の困難性）及び第３号（価格の下方硬直性，かつ，過大な利益率又は販売管理費の支出）の各要件に即し，企業の動向の監視に努めている。

第12表　別表掲載事業分野（33事業分野）

一定の商品		一定の事業分野	類似の商品
同種の商品	当該同種の商品に係る通常の事業活動の施設又は態様に重要な変更を加えることなく供給することができる商品		
ビール	発泡酒，ビール風酒類	ビール類製造業	
ウイスキー		ウイスキー製造業	
紙巻たばこ	葉巻たばこ，きざみたばこ，パイプたばこ	たばこ製造業	
インクジェットカートリッジ		インクジェットカートリッジ製造業	
アスファルト		アスファルト製造業	

一定の商品		一定の事業分野	類似の商品
同種の商品	当該同種の商品に係る通常の事業活動の施設又は態様に重要な変更を加えることなく供給することができる商品		
コークス		コークス製造業	
飲料用プラスチックボトル		飲料用プラスチックボトル製造業	
石こうボード・同製品		石こうボード製品製造業	
普通鋼冷延広幅帯鋼		普通鋼冷延広幅帯鋼製造業	
住宅用アルミニウム製サッシ		住宅用アルミニウム製サッシ製造業	
電気温水洗浄便座（暖房便座を含む。）		電気温水洗浄便座（暖房便座を含む。）製造業	
自動車用照明器具		自動車用照明器具製造業	
中央処理装置		中央処理装置製造業	
タブレット		タブレット製造業	
二輪自動車		二輪自動車製造業	
輸送機械用エアコンディショナ		輸送機械用エアコンディショナ製造業	

同種の役務	一定の事業分野
固定電気通信	固定電気通信業
ブロードバンドサービス	ブロードバンドサービス業
移動電気通信	移動電気通信業
パソコン用基本ソフト（ＯＳ）	パソコン用基本ソフト（ＯＳ）業
統合オフィスソフト	統合オフィスソフト業
セキュリティソフト	セキュリティソフト業
鉄道貨物運送	鉄道貨物運送業
国内定期航空旅客運送	国内定期航空旅客運送業
宅配便運送	宅配便運送業
郵便（信書便を含む。）	郵便業
書籍・雑誌取次ぎ	書籍・雑誌取次業
ダストコントロール	ダストコントロール業
コンピュータチケッティング	コンピュータチケッティング業
通信教育	通信教育業
医療事務代行	医療事務代行業
機械警備（事業所向け）	機械警備（事業所向け）業
音楽著作権管理	音楽著作権管理業

（注１）本表は，公正取引委員会が行った平成26年の国内向け供給価額及び供給量に関する調査，その他現段階において利用し得る資料，統計等により，独占的状態の国内総供給価額要件及び事業分野占拠率要件に該当すると認められる事業分野並びに今後の経済事情の変化によってはこれらの要件に該当することとなると認められる事業分野（平成26年の国内総供給価額が950億円を超え，かつ，上位１社の事業分野占拠率が45％を超え又は上位２社の事業分野占拠率の合計が70％を超えると認められるもの）を掲げたものである。
（注２）本表の商品順は「工業統計表」に，役務順は「日本標準産業分類」による。