

流通・取引慣行ガイドラインの見直しについて (いわゆるセーフ・ハーバーの基準や要件等)

平成28年3月23日
公正取引委員会

流通・取引慣行ガイドラインの概要①

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, 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(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。)に関する制限
「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ときは、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ときに違法となる。
- 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。

流通・取引慣行ガイドラインの見直し(各論①)

セーフ・ハーバーの見直し①

【現行】

市場シェア10%未満

かつ

市場における順位が上位4位以下

- ・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。

【改正案】

市場シェア20%以下

- ・過去の審判決例における違反行為者の市場シェア（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違反行為者の市場シェアが30%以下のものがある。）
- ・知的財産ガイドラインにおけるセーフ・ハーバー（市場シェア20%以下）

廃止

- ・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。

第2部(消費財の流通取引)だけでなく第1部(生産財・資本財の取引)も併せて改正

流通・取引慣行ガイドラインの概要②

流通業者の競争品の取扱いに関する制限

①流通業者の競争品の取扱いに関する制限

(例)

- ・メーカーが流通業者に対して、自社商品のみの取扱いを義務付けること
- ・メーカーが流通業者に対して、競争者の商品の取扱いを制限すること

流通業者の販売地域に関する制限

- ①責任地域制(メーカーが流通業者に対して、一定の地域を主たる責任地域として定め、当該地域内において、積極的な販売活動を行うことを義務付けること)
- ②販売拠点制(メーカーが流通業者に対して、店舗等の販売拠点の設置場所を一定地域内に限定したり、販売拠点の設置場所を指定すること)
- ③厳格な地域制限(メーカーが流通業者に対して、一定の地域を割り当て、地域外での販売を制限すること)
- ④地域外顧客への販売制限(メーカーが流通業者に対して、一定の地域を割り当て、地域外の顧客からの求めに応じた販売を制限すること)

小売業者の販売方法に関する制限

①小売業者の販売方法に関する制限

(例)

- ・商品の説明販売を指示すること
- ・商品の宅配を指示すること

②価格に関する広告・表示の制限

- ・メーカーが小売業者に対して、店頭、チラシ等で表示する価格について制限し、又は価格を明示した広告を行うことを禁止すること
- ・メーカーが自己の取引先である雑誌、新聞等の広告媒体に対して、安売り広告や価格を明示した広告の掲載を拒否させること

流通業者の取引先に関する制限

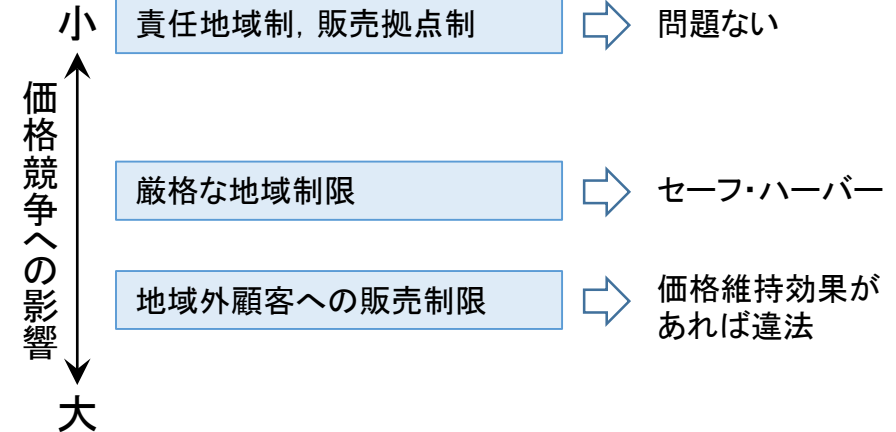
- ①帳合取引の義務付け(メーカーが卸売業者に対して、その販売先である小売業者を特定させ、小売業者が特定の卸売業者としか取引できないようにすること)
- ②仲間取引の禁止(メーカーが流通業者に対して、商品の横流しをしないよう指示すること【安売りを行っている流通業者に対して自己の商品が販売されないようにするために行われる場合】)
- ③安売り業者への販売禁止(メーカーが卸売業者に対して、安売りを行うことを理由に小売業者に販売しないようにさせること及びメーカーが流通業者に対して、安売りを行うことを理由に出荷停止を行うこと)

流通・取引慣行ガイドラインの概要③

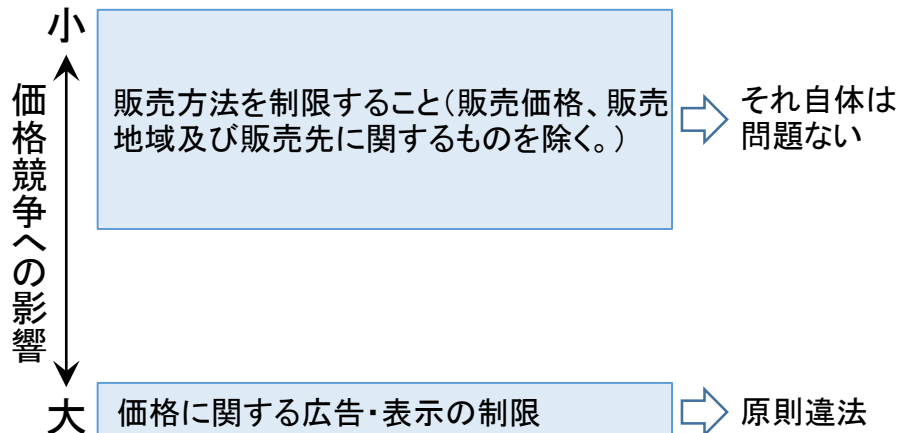
流通業者の競争品の取扱いに関する制限

流通業者の競争品の取扱いに関する制限 ⇒ セーフ・ハーバー

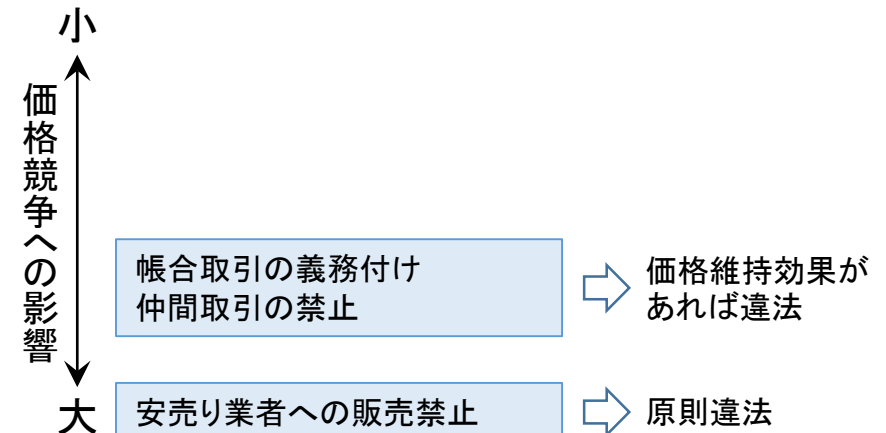
流通業者の販売地域に関する制限



小売業者の販売方法に関する制限



流通業者の取引先に関する制限



流通・取引慣行ガイドラインの見直し(各論②)

セーフ・ハーバーの見直し②

対象行為類型については、現行の対象行為を維持

- 現在、第2部のセーフ・ハーバーの対象は、「流通業者の競争品の取扱いに関する制限」及び「流通業者の販売地域に関する制限」のうち「厳格な地域制限」の2類型

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

- ① 「地域外顧客への販売制限」は、「メーカーが流通業者に対して、一定の地域を割り当て、地域外の顧客からの求めに応じた販売を制限すること」と記載しており、これはすなわち、メーカーが指定した地域以外の顧客との取引を一切禁止するものである。
これにより、メーカーが指定した地域においては、顧客はエリア外の流通業者から購入することができなくなるため、流通業者が顧客に対して、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。
- ② 「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ある。
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。
- ③ 「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」であり、かかる横流しの禁止は「安売りを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」が対象となっている。
これらの行為類型は、価格競争への影響が大きい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。

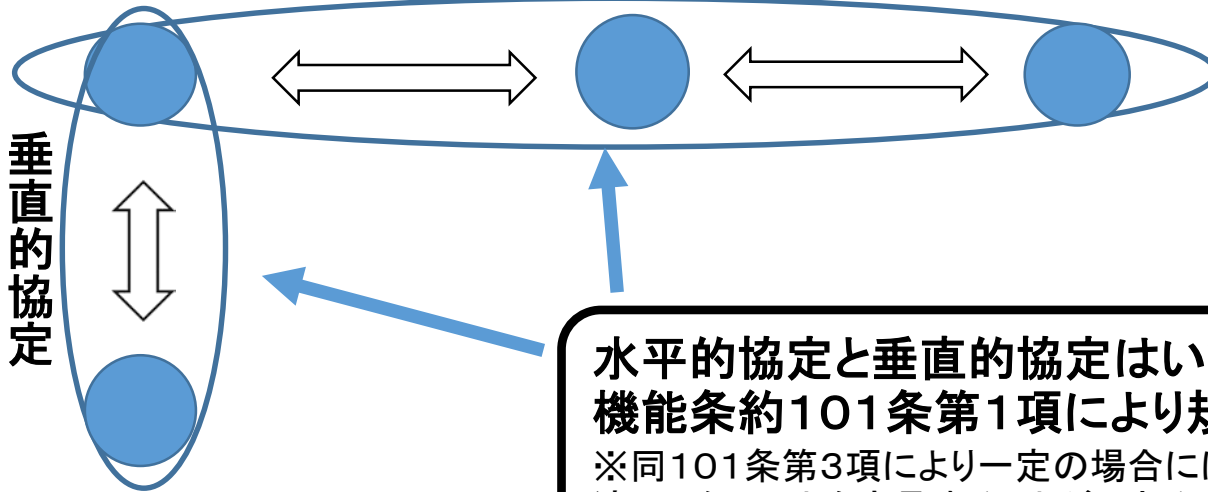
安売り業者への販売禁止、価格に関する広告・表示の制限

これらの行為は、一般的な取引先の制限や広告・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。

EU・日本の垂直制限規制

EU

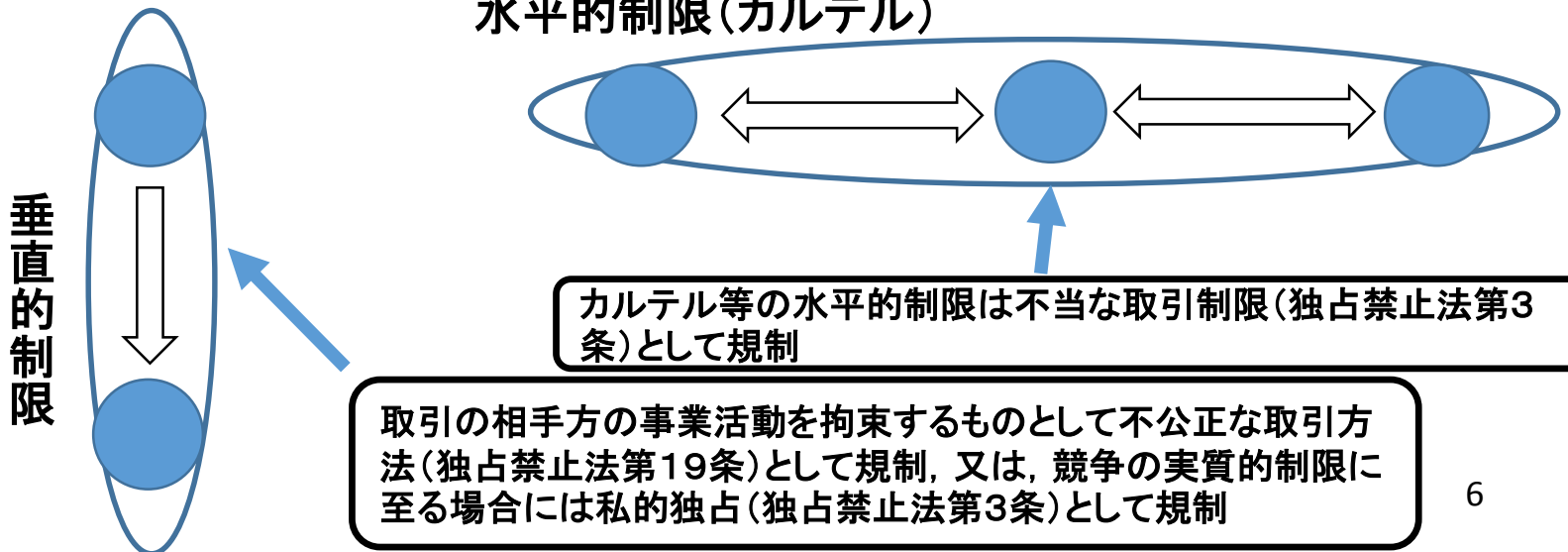
水平的協定(カルテル)



水平的協定と垂直的協定はいずれも欧州機能条約101条第1項により規制
※同101条第3項により一定の場合には同条第1項を適用しないことを宣言することができる

日本

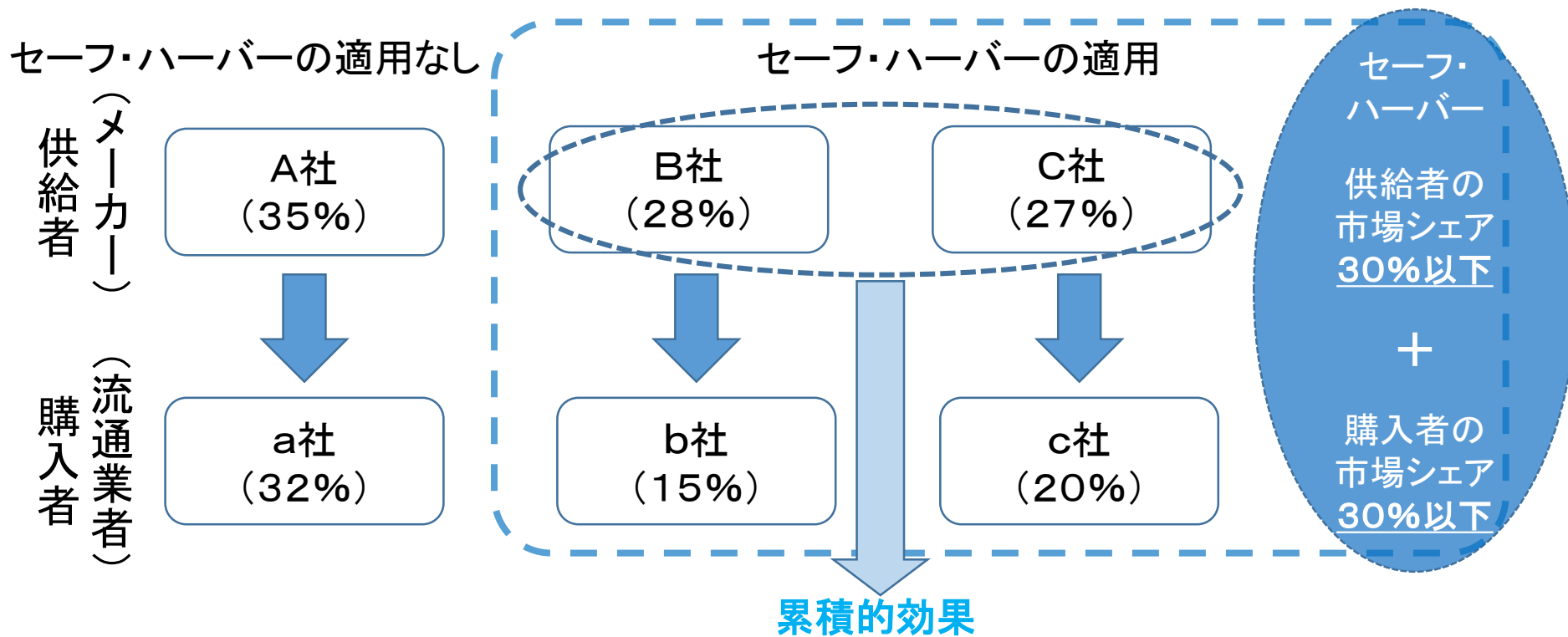
水平的制限(カルテル)



カルテル等の水平的制限は不当な取引制限(独占禁止法第3条)として規制

取引の相手方の事業活動を拘束するものとして不公正な取引方法(独占禁止法第19条)として規制, 又は, 競争の実質的制限に至る場合には私的独占(独占禁止法第3条)として規制

EUのセーフ・ハーバーの概要



事業者単独の市場シェアが30%以下の場合でも、同様の制限を行う複数のメーカーの合計市場シェアが50%超の場合には、セーフ・ハーバーを事後的に撤回(適用しない)することができる制度

- ・EUでは、供給者及び購入者の双方について市場シェアが30%以下であることが必要だが、流通・取引慣行ガイドラインの改正案は制限行為者の市場シェアのみで判断。
- ・EUでは、同様の制限を行う複数のメーカーの合計市場シェアが50%超の場合には、セーフ・ハーバーを事後的に撤回(適用しない)することができる制度となっているが、流通・取引慣行ガイドラインの改正案では当該制度は導入しない。

EU・日本のセーフ・ハーバーの対象行為類型比較(非価格制限行為)

EU		日本			
行為類型		セーフ・ハーバー※1	対応する行為類型	現行セーフ・ハーバー	改正案
単一ブランド制限 (競争品の取扱い制限)	契約期間 5年以下	30%以下	競争品の取扱い制限	10%未満, かつ, 上位4位以下	20%以下
	契約期間 5年超	15%以下※2			
地域制限	能動的販売制限等	30%以下	責任地域制・販売拠点制	なし 問題とはならない	
			厳格な地域制限	10%未満, かつ, 上位4位以下	20%以下
	受動的販売制限	なし 違法性が推定	地域外顧客への 販売制限	なし 価格維持のおそれがある場合に違法	
取引先制限	能動的販売制限等	30%以下	—	—	
	受動的販売制限	なし 違法性が推定	帳合取引の義務付け	なし 価格維持のおそれがある場合に違法	
選択的流通		30%以下	選択的流通	なし 通常, 問題とならない	

※1 EUでは、同様の制限を行う複数のメーカーの合計市場シェアが50%超の場合には、セーフ・ハーバーを事後的に撤回(適用しない)することができる制度となっているが、流通・取引慣行ガイドラインの改正案では当該制度は導入しない。

※2 「感知し得る程度に競争を制限しない重要性の低い協定に関する欧州委員会告示」(デ・ミニマス告示)による。なお、累積的効果が問題となる場合には、同告示によりセーフ・ハーバーの市場シェア基準は5%に減じられる。

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会（第1回会合）議事概要

平成28年3月14日
公正取引委員会

- 1 日時 平成28年2月24日（水）13時00分～15時00分
- 2 場所 中央合同庁舎第6号館B棟11階官房第2会議室
- 3 出席者

（研究会委員）

座長 土井 教之 関西学院大学名誉教授

イノベーション研究センター客員研究員

技術革新と寡占競争政策研究センター客員研究員

京都大学大学院法学研究科教授

東北大学大学院法学研究科准教授

大阪大学大学院法学研究科教授

パナソニック株式会社アプライアンス社日本地域コン

シューアーマーケティンク部門コンシューママーケ

ティングジャパン本部法務部法務課課長

株式会社セゾン&アイ・ホールディングス法務部法務シ

ニアオフイサー

明治学院大学経済学部教授

神戸大学大学院経営学研究科教授

青山学院大学経営学部教授

外国法共同事業ジョーンズ・デイ法律事務所 弁護士

（事務局）

公正取引委員会事務局

原経済取引局取引部長, 石谷官房参事官,

岡田経済取引局取引部取引企画課課長補佐

4 会議次第

- (1) 開会
- (2) 公正取引委員会事務局経済取引局取引部長挨拶
- (3) 研究会の運営について
- (4) いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準等について
- (5) 閉会

問い合わせ先 公正取引委員会事務局経済取引局取引部取引企画課

電話 03-3581-3371（直通）

ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

5 議事概要

(1) 冒頭，経済取引局取引部長から挨拶があり，併せて，経済取引局取引部長からの依頼に基づき，土井会員が座長に就任した。

(2) 事務局から，説明資料（配布資料3）に基づき説明があり，次に，中尾会員から，同会員が提出した資料（配布資料4及び5）に基づき説明があり，その後，議論を行った。

各委員から出された主な意見の概要は次のとおり。

セーフ・ハーバーの基準として市場シェアや順位を採用すること等について

【各会員からの意見】

- 企業結合ガイドラインでは，HHIがセーフ・ハーバーの基準として導入されているところ，垂直的制限行為の是非を判断するに当たっても，行為者の市場シェアのみを考慮するのではなく，市場全体の状況を見て判断するのはどうか。
- 市場における順位は変動性が高いという点に鑑みると，セーフ・ハーバーの基準としては市場シェア基準のみではよいのではないか。
- 事業者からすると，自社の市場シェアを厳密に算出しようとするれば，分母となる市場規模を工業統計や商業統計から引用することとなるが，商業統計は毎年実施されないことを踏まえると，恒常的に自社の厳密な市場シェアを把握することは難しい。その意味では，把握することが比較的容易な，市場における順位をセーフ・ハーバーの基準とすることには意味があるのではないか。

海外（EU）におけるセーフ・ハーバーを参照することについて

【各会員からの意見】

- EUにはいくつか「セーフ・ハーバー」と呼ぶことのできる制度があり，そのうち，一括適用免除規則によるセーフ・ハーバーは，EU機能条約第101条第1項に該当するような垂直的協定について，一定の要件を満たした場合に，EU機能条約第101条第3項の要件を満たしたものとして合法の推定を与えるというものであるのに対し，デミニマス告示におけるセーフ・ハーバーは，小規模な事業者による協定について，一定の要件を満たす場合にはそもそも「感知し得る競争制限」とみなさず，EU競争法の対象から外すものであるとの違いがある。流通・取引慣行ガイドラインにおける自由競争減殺の考え方というのは，デミニマス告示でいうところの「感知し得る競争制限」に近いとも考えられるため，EUの例を参考にするのであれば，一括適用免除規則におけるセーフ・ハーバーではなく，デミニマス告示におけるセーフ・ハーバーを参考するのも一案であろう。

- EUにおいては，「agreement」の解釈として，メーカーが強制力をもって流通業者を一方的に拘束する場合であっても，多くの場合，「黙従の合意」として

「agreement」の一つに整理される。この点、我が国においても、例えば、拘束条件付取引について、「拘束条件を付して取引する」という広義の「agreement」が存在すると捉えており、「agreement」について、EUと比較的近い捉え方をしている。他方、米国においては、「agreement」の法理は一応存在するものの、単独の取引拒絶だけで取引を打ち切った場合には、取引拒絶に関する例外的なケースとして、適法とする特殊な法制度となっており、我が国やEUとは異なる立て付けになっている。

また、EUにおいては、セーフ・ハーバーに該当する場合であっても事後的に撤回することが可能であるところ、流通・取引慣行ガイドラインとはセーフ・ハーバーの性質がそもそも異なるため、こうした制度的な違いには留意する必要がある。

さらに、デミニマス告示について補足すると、同告示では、市場シェア15%を垂直的制限行為におけるセーフ・ハーバーとしているが、累積シェアが30%以上になる場合には、セーフ・ハーバーが5%に下がる立て付けになっているところ、事後的にセーフ・ハーバーが変動するという点で、流通・取引慣行ガイドラインとは異なっている。

セーフ・ハーバーの市場シェア基準の水準や対象行為類型について

【各会員からの意見】

- セーフ・ハーバーの具体的な基準を検討するに当たっては、例えば、累積的效果を勘案し事後的にセーフ・ハーバーが撤回され得るといった、EUのような例外的な取扱いを行うのか否かという点をはっきりさせる必要がある。そして、これらの例外的な取扱いについての検討と併せてセーフ・ハーバーの具体的な基準を検討すべきである。
- 現在の家電業界における流通実態を踏まえると、現行のセーフ・ハーバー基準を緩和し、メーカーによる垂直的制限行為が認められる余地を広げてほしい。具体的には、市場シェアをEU並みの30%に引き上げ、順位基準を不問とすべきである。また、セーフ・ハーバーが認められる行為を、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も含めた非価格制限行為全般に拡大するほか、流通業者の取引先に関する制限の一つである安売り業者への販売禁止及び小売業者の販売方法に関する制限の一つである広告・表示方法の制限については、セーフ・ハーバーに該当しない場合であっても、価格維持のおそれがない違法法にならないことを明記してほしい。
- セーフ・ハーバーの立て付けとして、現在は、セーフ・ハーバーに合致するか否かという1つの基準しかないが、企業結合ガイドラインにおいて「競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない」とされる基準と、「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」とされる基準の2段階構えの基準が採用されているように、複数の基準を設けることも、事業者の予測可能性に資するという観点からは、あり得るのではないか。

○ 現行の流通・取引慣行ガイドラインの市場シェア基準を引き上げること自体は、会員の総意であると考えられる。

セーフ・ハーバーの市場シェアの水準については、公正取引委員会が所管する他のガイドラインと整合性をとるべきである。流通・取引慣行ガイドラインは独占禁止法第19条に関するガイドラインなのだから、同じ独占禁止法第19条に関する他のガイドラインと基準が異なることは問題である。そうすると、整合性の観点からは、独占禁止法第19条のガイドラインである知的財産ガイドラインのセーフ・ハーバーの水準を踏まえ、少なくとも20%までは引き上げることが妥当だと考えられる。

○ 相談事例集では、市場シェアが20%程度の事業者が行う非価格制限行為を独占禁止法上問題となるおそれがあるとした事例がある。また、市場の画定の仕方によっては、単一ブランドで市場が成立したり、ある程度のカテゴリで市場が成立することがある点を踏まえると、市場シェア基準としては20%が限界ではないかと考えられる。

累積的效果を考慮することについて

【各会員からの意見】

○ 垂直的制限行為を行う事業者の市場シェアが低い場合であっても、他の事業者が同時並行的に垂直的制限行為を行い、例えば、その累積シェアが80%を超えるような場合には市場閉鎖効果が大きいと考えられることから、一定の場合には累積的效果を考慮すべきである。

○ セーフ・ハーバーは、事業者が安心感を持って事業活動を行うための基準であると考えられるところ、累積的效果の考え方を導入すると、セーフ・ハーバーに該当する場合であっても、事後的にセーフ・ハーバーを撤回される可能性があり、また、他の事業者の市場シェアを把握できない場合もあるため、事業者に不安感を与えることになってしまう。他方で、市場シェアの低い事業者が横並びで同様の行為を行った結果、多数の流通経路が閉鎖されるといった特殊な事案に対応するためには、累積的效果を考慮することに一定の意味がある。

ただし、先ほども申し上げたとおり、EUにおいては、セーフ・ハーバーに該当する場合であっても事後的に撤回することが可能な制度となっているところ、流通・取引慣行ガイドラインとはセーフ・ハーバーの性質がそもそも異なるため、こうした制度的な違いには留意する必要がある。

「市場」の考え方を明確化することについて

【各会員からの意見】

○ 市場画定については、単一のブランドで市場を画定できる場合と、ある程度広いカテゴリで市場が画定される場合があるところ、市場をどのように捉えるのかという点についてガイドラインに追記すべきではないか。

- 流通分野においては、一定の市場を確定的に捉えるということ自体が難しくなってきたのではないか。
- 差別化された製品の市場の場合には、市場画定が非常に難しい。この点、市場画定の方法によっては、狭い市場が画定され、市場シェアが高く算出された結果、事業者の予想に反してセーフ・ハーバーの対象から外れることもあり得る。EUの垂直的制限規制においてはSSNIPテストが用いられているが、SSNIPテストを用いる場合であっても、差別化された製品の市場を画定することは、実際には非常に難しいだろう。いずれにせよ、市場をどのように画定するのかという点については、様々な議論があるところであり、簡単に結論を出すことは極めて難しいと考えられる。

流通業者による垂直的制限行為の取扱いについて

【各会員からの意見】

- 流通業者による垂直的制限行為について考え方を盛り込む場合には、優越的地位の濫用という日本独自の観点から捉えるのではなく、自由競争減殺の観点から捉える方が対外的に説明しやすいと考えられる。また、流通業者がメーカーに対して行う垂直的制限行為の中には、優越的地位の濫用ほど強制性がないものも多いため、そうした行為についても射程に収められるような記載振りにしておく方がよいと考えられる。いずれにせよ、セーフ・ハーバーに購入者基準を導入するか否かなど、流通業者による垂直的制限行為については、全体見直しの際に考え方を整理することになるのではないか。

その他

【各会員からの意見】

- 垂直的制限行為に関する経済分析については、現状、理論的分析はそれなりにあるが、実証的分析はまだまだ数が少なく、またその分析結果も異なっており、発展途上の状況にある。また、「『合理の原則を適用するに当たってどのような手順が必要か』という点を経済学の領域から分析しなければならぬ」と主張する論文はここ2年間で現れ始めているが、具体的な研究はほとんど行われていないのが実情である。
- 家電業界からの要望書では、「安売り業者への販売禁止」について、価格維持のおそれがない場合には違法でないことを明記するよう求めているが、そもそも、安売り業者への販売を禁止して、価格維持効果がない場合というのは想定しにくいのではないか。

以上

流通・取引慣行と競争政策の在り方に関する研究会（第2回会合）議事概要

平成28年3月16日
公正取引委員会

- 1 日時 平成28年3月11日（金）13時00分～15時00分
- 2 場所 中央合同庁舎第6号館B棟11階官房第2会議室
- 3 出席者

（研究会委員）

座長 土井 教之

関西学院大学名誉教授
イノベーション研究センター客員研究員

技術革新と寡占競争政策研究センター客員研究員

京都大学大学院法学研究科教授

東北大学大学院法学研究科教授

大阪大学大学院法学研究科教授

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ユ

ーサーマーケティング部門コンシユーマーケティング

ジャパン本部法務部法務課課長

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

オフイサー

明治学院大学経済学部教授

神戸大学大学院経営学研究科教授

渡邊 新矢 弁護士
外国法共同事業ジョーンズ・デイ法律事務所

（事務局）

公正取引委員会事務局

原経済取引局取引部長，石谷官房参事官，
岡田経済取引局取引部取引企画課課長補佐

4 会議次第

- (1) 開会
- (2) いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準等について
- (3) 閉会

問い合わせ先 公正取引委員会事務局経済取引局取引部取引企画課

電話 03-3581-3371（直通）

ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

5 議事概要

事務局から、説明資料（配布資料1及び2）に基づき説明があり、次に、中尾会員から、同会員が提出した資料（配布資料3）に基づき説明があり、その後、議論を行った。

各委員から出された主な意見の概要は次のとおり。

セーフ・ハーバーの見直しの範囲について

【各会員からの意見】

- 流通・取引慣行ガイドラインの第1部（生産財・資本財に関する事業者間取引）でセーフ・ハーバーが導入されているのは、第2部（消費財に関する流通取引）とほぼパラレルな記載内容となっている競争品の取扱い制限なので、このような第2部と連動する行為類型については、今般の見直しの範囲に含めてもよいのではないか。
- 流通・取引慣行ガイドラインのうち第3部（輸入総代理店）については、第1部及び第2部と性質が異なるものであり、今般の見直し対象からは除外してよいのではないか。
- セーフ・ハーバーが、「合理の原則」に基づいて競争促進効果と競争制限効果を個別に判断することなく、「競争減殺の効果は軽微である」ことを統一的に認定する基準である点や諸外国の事例を踏まえると、第1部と第2部は一律に見直しを行う方が整理しやすいのではないか。

セーフ・ハーバーの水準、順位基準について

【各会員からの意見】

- 知財ガイドラインにおけるセーフ・ハーバーは「原則、競争減殺効果が軽微である」という記載振りになっており、「違法とならない」とは言っていないため、違法となる場合について別途作文が可能なのに対して、流通・取引慣行ガイドラインにおけるセーフ・ハーバーは、「通常、違法とならない」という厳格な記載振りとなっており、そのような作文はできない。流通・取引慣行ガイドラインのセーフ・ハーバーを検討するに当たっては、作文の余地のない、知財ガイドラインよりも厳格な現行のセーフ・ハーバーの記載振りを維持するのかがという点も検討すべきではないか。
- 家電業界の流通実態が変化していることは理解するが、流通・取引慣行ガイドラインは全ての業種に適用されるため、家電業界における流通実態の変化のみを勘案して市場シェア基準を設定すると、そこまで変化の起きていない家電業界以外の業種で従来型の垂直的制限行為が行われた場合に、当該行為によって競争に悪影響が生じてしまう可能性がある。そのため、市場シェア基準の水準は低めに設定する方がよいのではないか。
- 現在、セーフ・ハーバーの適用対象となっている行為類型のうち、ブランド間競争を制限する排他条件付取引に当たるような行為類型と横並びでブランド内競争を制限

する行為類型についてもセーフ・ハーバーの市場シェア基準を引き上げてよいのかは難しいところである。

- 流通・取引慣行ガイドラインのセーフ・ハーバーは、垂直的制限行為に関するもので、企業結合ガイドラインにおける垂直型企業結合に係るセーフ・ハーバー（25%）よりも高い「30%」という水準でもよいという意見があるかもしれないが、同じ垂直型で「25%」よりも高い「30%」とすることに違和感を覚える。

- 事業者にとつての安心感の観点からは、仮に、セーフ・ハーバーの市場シェア基準を「20%」とする場合には、別途、市場シェアが「20%超30%以下」の場合には、企業結合ガイドラインを参考に（「通常、違法とはならない」基準に加えて）「通常、問題となるおそれは小さい」といった記載を追加するのも一案ではないか。

- 企業結合ガイドラインを参考に「通常、問題となるおそれは小さい」といった記載を追加すると、かえって法的安定性が低下する可能性がある。

- 家電業界だけをみても、掃除機のように成熟化が進んだ商品カテゴリーだけではなく、デジタル商材のように新規参入が盛んで成長が望める商品カテゴリーもあり、市場の状況によって、市場シェアの意味合いが異なることを踏まえると、全ての業界に適用されるセーフ・ハーバーとしては、抑制的な水準とすべきではないか。

- EUの一括適用免除規則によるセーフ・ハーバーは、累積的効果を考慮して事後的に撤回できるという制度を前提に市場シェア基準が設定されているところ、仮に、そうした制度を導入しないのであれば、「30%」という数値のみを抜き出して参照することは不適切である。

- ①同じ法第19条のガイドラインである知財ガイドラインのセーフ・ハーバー（20%）との整合性及び②過去の審判決例において市場シェア20%を境に違反事例が多くなっている点を踏まえると、流通・取引慣行ガイドラインのセーフ・ハーバーの市場シェア基準は「20%」とすることが適切である。

- 小売段階ではそもそも市場をどう画定するかが難しいため市場シェアを算出することが難しいが、その場合であっても、市場における順位であればおおよそ把握できることもあると考えられるため、順位基準は存置してもいいのではないか。

- 市場シェア基準が算出できない場合があることを考慮すれば、セーフ・ハーバーは「市場シェア20%未満又は売上高の順位が5位以下」としてはどうか。順位が5位以下であれば、市場シェアは必然的に20%を下回ることになるため、「5位以下」という基準自体に何か意味があるわけではないが、「20%」という市場シェア基準を言い換えた表現として、「5位以下」という順位基準を採用してはどうか。

- 事業者の立場からは、競争者の正確な市場シェア等は把握できないため、順位基準は望ましくないと考えている。

一方、「20%未満又は5位以下」というような基準であれば、事業者にとつて分かりやすいという面もあるので、基準の一つとしてあり得るかもしれない。

- 自分が所属する組織内で検討した際には、規制改革実施計画上の措置時期（平成27年度内）との関係で、時間的な余裕がないことは理解しているものの、価格維持効果に着目した競争回避型の行為類型と市場閉鎖効果に着目した競争者排除型の行為類型でセーフ・ハーバーの水準が同じでよいのか、また、ブランド内競争を制限する行

為類型とブランド間競争を制限する行為類型でセーフ・ハーバーの水準が同じでよいのかといった点を検討すべきではないかとの議論があった。

- 流通・取引慣行ガイドラインにおけるセーフ・ハーバーは、事業者にとっての分かりやすさの観点から一応の目安として設定されているが、これに対し、EUの一括適用免除規則におけるセーフ・ハーバーは、供給者側と購入者側の双方の市場シェアを考慮するなど複雑な立て付けとなっており、EUの一括適用免除規則におけるセーフ・ハーバーの数値のみを抜き出して参照することは不適切である。

セーフ・ハーバーの対象行為類型について

【各会員からの意見】

- セーフ・ハーバーが事業者に安心感を与える役目を果たしていることを踏まえると、現行、流通・取引慣行ガイドラインでセーフ・ハーバーの対象となっている行為類型について、引き続き適用対象とすべきではないか。
- 市場閉鎖型の行為類型については市場シェア基準の引上げを行う一方、厳格な地域制限など競争回避型の行為類型についてはそもそもセーフ・ハーバーを廃止するというのも一案ではないか。
- 販売方法に関する制限のうち流通業者のコスト負担が大きいのについては、最終商品の販売価格について価格維持効果が生じる可能性があり、特に、差別化された商品についてそのような制限が行われる場合には、市場シェアにかかわらず規制されることになると考えられることから、セーフ・ハーバーの対象行為類型の拡大には慎重とされるべきである。実際、過去の審判決例においても、市場シェア20%以下で違法とされた事案には、かなり差別化された商品が多い。事業者側として、それでもなおセーフ・ハーバーの対象行為類型を拡大すべきと考えるのであれば、全体見直しで改めて検討すれば足りるのではないか。
- 例えば、同一の流通業者に対して、「地域外顧客への販売制限」、**「帳合取引の義務付け」**及び「**仲間取引の禁止**」が並行的・重畳的に課される場合には、価格維持効果が生じることがあると考えられるため、セーフ・ハーバーの適用対象行為類型を拡大することには慎重になるべきである。
- 事業者としては、現行の流通・取引慣行ガイドラインでセーフ・ハーバーの対象とされている行為類型については、価格維持効果に着目した行為類型であっても、引き続きセーフ・ハーバーの対象行為類型としてもらいたい。
- 小売業者としては、テリトリリー制や販売先制限について、セーフ・ハーバーの対象行為類型が拡大されることには反対である。
- 「仲間取引の禁止」をセーフ・ハーバーの適用対象行為類型とした場合には、インターネット販売に与える悪影響が大きいと考えられる。具体的には、インターネット販売は商圏の制限がないため本来的には寡占化が進みやすいはずだが、中小のインターネット通販業者がどこかから商品を仕入れて、比較サイトでゲリラ的に安売りを行うことで寡占化が防がれている状況にある。この点、仲間取引による仕入れは、中小事業者がインターネット販売に参入することを容易にするという意味で参入障壁を押

し下げる効果がある。この点を踏まえると、中小事業者によるインターネット販売への参入容易性を担保するためには、仲間取引の禁止をセーフ・ハーバーの対象行為類型とすべきではない。

- 垂直的制限行為については、「合理の原則」に基づいて競争促進効果と競争制限効果の双方が勘案されるという点を踏まえると、一定の市場シェア水準までであれば、事業者にある程度自由な事業活動を認めることが適切だと考えられるところ、現行の流通・取引慣行ガイドラインでセーフ・ハーバーの適用対象となっている行為類型については、引き続きセーフ・ハーバーの適用対象とすることが適切ではないか。
- 過去の違反事例において、「帳合取引の義務付け」、「仲間取引の禁止」又は「安売り業者への販売禁止」が再販売価格維持行為の実効性確保手段として用いられていることを踏まえると、これらの行為をセーフ・ハーバーの適用対象行為類型とするとは不適切である。

「市場」の考え方について

【各会員からの意見】

- EUのガイドラインではSSNIPを採用しているが、独占禁止法は、EUと異なり、法第3条と法第19条の2本立てになっているところ、法第19条の適用に当たっては、市場画定が求められるわけではないため、「市場」の考え方については現在の記載のままではよいのではないか。
- 流通・取引慣行ガイドラインは、法第19条に関するガイドラインであることから、「市場」の考え方について、企業結合ガイドラインのような厳密な記載までは必要ないのではないか。
- 「市場」の考え方を具体的に記載すると、市場が狭く画定されやすくなると思われるため、事業者にとっては必ずしも好ましくない。
- 差別化された商品について垂直的制限行為が行われた場合、当該商品のみで市場を画定するのか、従来の商品カテゴリーの一部として市場を考えるのか悩ましいところがある。
- セーフ・ハーバーとして市場シェア基準を採用する以上、「市場」をどのように考えるべきかという論点は重要である。市場画定の方法としてSSNIPが適当かどうかという点に関しては、理論的に確定されたものではないため、参考の一つとすることはあり得るかもしれないが、SSNIPのみで「市場」を捉えることは適切ではない。

その他

【各会員からの意見】

- 今後の全体見直しにおいては、インターネット販売を流通・取引慣行ガイドライン上どのように位置付けるのかという点が大きな論点になる。EUにおいても、インターネット販売を、能動的販売制限と受動的販売制限の関係でどのように位置付けるのか苦心していると聞いている。

以上