

平成 28 年 3 月 18 日

内閣府 規制改革推進室 御中

一般社団法人 電子情報技術産業協会
一般社団法人 日本電機工業会
一般社団法人 日本冷凍空調工業会

「流通・取引慣行ガイドライン」の更なる改正に向けた要望と提言

1. はじめに

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（流通・取引慣行ガイドライン、以下「ガイドライン」という）の改正をめぐって、一般社団法人 電子情報技術産業協会、一般社団法人 日本電機工業会及び一般社団法人 日本冷凍空調工業会の三団体は、一昨年以降、一貫して消費者メリットに資する新たなマーケティング施策導入を促進する観点から、ガイドライン改正を要望し続けてきたところ、昨年 3 月 30 日に改正ガイドラインが公表され、当業界の要望に一定程度応えていただけたと受け止めている。心より感謝を申し上げたい。三団体の会員各社においても、流通調査や選択的流通など、新たなマーケティング施策の検討・実施が推進されており、「消費者・流通・メーカーの win-win-win」を達成するための取組みが進められている。

一方、今回の改正では、セーフハーバーの見直しや表示価格への関与など、当業界の要望が取り入れられなかった項目が残されている。垂直的制限行為に対する事業者の予見可能性を高める観点から、これらの項目について、ガイドラインの更なる改正を要望したい。規制改革会議において取りまとめられた「規制改革に関する第 3 次答申（2015 年 6 月 30 日閣議決定）」では、セーフハーバーの検討が盛り込まれ、「いわゆるセーフハーバーに関する基準や要件等について、所要の検討を行い、結論を得る。現行の基準や要件等を見直す必要がある場合には、『流通・取引慣行ガイドライン』の改正を行う。」こととされた。当業界としては、少なくともセーフハーバーの見直しは必須と考えており、必ず更なる改正が行われることを強く要望するものである。

2. 改正ガイドラインの評価と残された課題

具体的な要望に入る前に、今回の改正に対する評価と残されている課題について総括する。

まず、評価できる内容としては、垂直的制限行為に競争促進効果があることがガイドラインに明記されたことである。流通業者とメーカーの協力体制構築に明確に大義名分が与えられたことは、観念的なものであるとは言え、非常に大きな意味を持つ。家電業界においては、過去の違反事件や旧ガイドラインの記載内容を踏まえ、メーカーが流通業者の販売施策に関与することがタブー視さ

れてきており、両者の協力体制構築の足かせになってきた。今回の改正を流通業者とメーカーが正しく理解することにより、両者の協力体制構築が進められることが期待される。また、「価格維持のおそれ」、「流通調査」、「選択的流通」に関しては、合法性の判断基準が明確にされたことから、マーケティングの選択肢が一定程度増加したことは評価に値する。

次に、残された課題としては、市場閉鎖効果など、ケースバイケースでの判断要素が残されていることが挙げられる。市場の状況等によっては、個別事案ごとに合法・違法の判断をせざるを得ないケースがあることは承知しているが、事業者の予見可能性を高める観点では、今回の改正は十分なものであるとは言えない。事業者の過度の萎縮を避ける観点から、セーフハーバーの見直しは不可欠である。また、安売り業者への販売禁止や表示価格への関与については、非価格制限行為に分類されているにも拘わらず、価格への影響が大きい行為として行為規制の対象のままとなっている。今回の改正によって明確にされた「価格維持のおそれ」の有無やセーフハーバーを適用させることにより、合法性・違法性の判断基準をより市場の実態に即したものにすべきである。

3. 要望と提言

(1) セーフハーバーの基準と要件の見直し

現行ガイドラインにおいて、一定の基準を満たせば規制の対象外となる範囲（いわゆるセーフハーバー）が設定されているのは、競争品の取扱い制限と厳格な地域制限の2つの行為類型のみである。また、セーフハーバーの要件もシェア10%未満かつ市場での順位が4位以下と極めて狭い条件と言わざるを得ない。なぜ、現行のガイドライン策定時にこのようなシェア基準が設けられたのか、その理由や経緯を改めて検証する必要があると考える。また、この機会にセーフハーバーに対する公正取引委員会の考え方も整理していただきたい。そのうえで、当業界としては、セーフハーバーは以下のような内容が望ましいと考える。

まず、セーフハーバーが認められる行為は、**安売り業者への販売禁止及び表示価格の制限を含めた非価格制限行為全般に拡大する**ことを要望する。安売り業者への販売禁止と表示価格の制限については、行為そのものは非価格制限行為に分類されるものであり、原則違法の取扱いとすることは非常に違和感がある。また、実際の販売価格に直接関与するものではないため、価格維持効果が大きくない場合もあると考えられる。昨年の改正において価格維持効果の内容が明確にされたが、安売り業者への販売禁止や表示価格の制限によって、常に「流通業者間の競争が妨げられ、流通業者がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し、又は引き上げられることができるような状態」になることはないと考えられる。かような状態になるのは、市場で優越した地位にあるメーカーが、安売り業者への販売をくまなく禁止する場合や、表示価格だけでなく実売価格も拘束する場合と考えられる。価格維持効果が大きいと断じている現行のガイドラインは、市場での力関係について、メーカーが流通業者に優越していることを前提にしていると言わざるを得ず、現状の市場実態からかけ離れた前提での考え方となっている。

次に、セーフハーバーの要件については、従来から申し上げているとおり、以下の他ガイドライン等を参考するなどして、要件を緩和すべきである。**具体的には、少なくともシェア基準は30%以下として、市場順位は不問とすべきである。**なお、EUの垂直的制限規則では、流通業者のシェアも考慮することが定められているが、通常は、メーカーによる行為の市場への影響を分析するには、メーカーのシェアを考慮すれば十分であり、流通業者のシェアが必要なケースは、かなり特殊なケースであると考えられる。流通業者のシェア基準を設けるのであれば、市場の特殊性から流通業者のシェアを考慮することが必要な場合に限るなど、通常は、メーカーのシェアのみ考慮することが明記されるべきである。

ガイドライン名	知的財産GL	パテントプールGL	排除型私的独占GL	企業結合GL	(参考)EUの垂直的制限規則
セーフハーバー対象行為	技術の利用に係る制限行為 但し、製品の販売価格/数量/シェア等の制限、研究開発活動の制限、アサインバック、グラントバックを除く	プールライセンスにおけるライセンシーの事業活動の制限 但し、販売価格や数量等に関する制限を除く	排除型私的独占に該当し得る排除行為 典型的には、①廉価販売、②排他的取引、③抱合せ、④供給拒絶・差別的取扱い	垂直型企業結合	非ハードコア垂直的制限行為
シェア	20% ※シェアが算出できない場合は、代替技術に権利を有する者が4以上存在すること。	20% ※同左	(概ね)50%	25% ※市場寡占度が高い場合は10%(HHI>2500)	30% メーカーシェアと流通業者のシェアの両方が30%以下になる必要あり。

(2) 価格維持行為の取扱いについて

今回の改正において、再販売価格維持行為が適法となる「正当な理由」が記載されたが、既述したとおり、当該理由を満たしているかどうか、事業者が判断することは極めて困難である。一方で価格制限行為は、悪質性が大きく競争に悪影響を与えるおそれが大いとの主張があるのも十分承知している。当業界として、価格維持を行いたいと要望したいわけでは決してなく、あくまで適正な商品価値を消費者に伝え、購入の納得性を高めたいということが目指すところである。

したがって、安売り業者への販売禁止と表示価格の制限をセーフハーバーの対象とすることに加えて、確認的に以下のような手当てがなされるべきである。

① 安売り業者への販売禁止

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」の定義に照らして、個別具体的に競争制限効果を判断し、価格維持のおそれがなければ、違法ではないことを明記する。

② 表示価格の拘束

セーフハーバーに該当しない場合であっても、実売価格を拘束するものではなく、メーカーの示した表示価格を流通業者が守らなかった場合にリベートの提供条件を変更するなど、拘束性が低い場合には、違法ではないことを明記する。

4. おわりに

今回の改正により、「消費者・流通・メーカーの win-win-win」を可能にするマーケティング施策の実施に向けて舵が切られた。これらのマーケティング施策により実効性を持たせて消費者利益を極大化するため、ガイドラインに「魂を込める」作業が必須である。引き続き、透明性の高いプロセスにより、ガイドラインの一層のブラッシュアップが図られることを切に要望する。

以 上