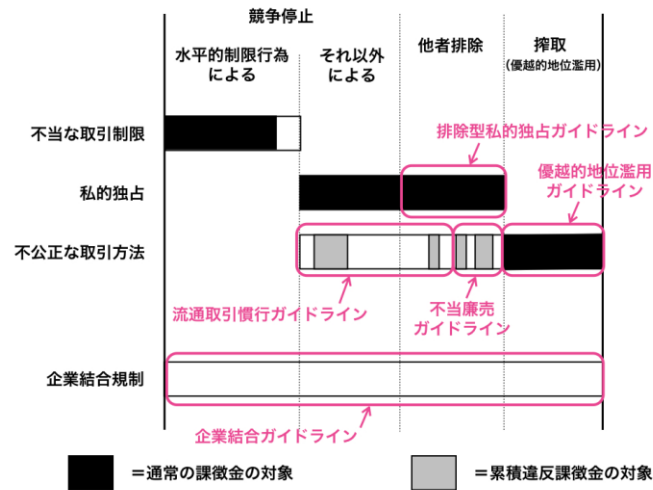


○ 垂直的制限・他者排除行為



3 違反要件の基本構造

- * 行為要件
- * 弊害要件
 - ・ 反競争性がある
 - 「価格維持効果」
 - ・ 実は「価格」に限らない
 - 「排除効果」
 - ・ 市場閉鎖効果」とも呼ばれる
 - ・ 正当化理由がない
 - 目的が正当
 - 手段が相当
- * 因果関係

4 垂直的制限

- * 取引相手方を拘束(または合意)して
 - 競争停止
 - 他者排除
 - ・ 「垂直的制限」「拘束条件付取引」などと呼称
- * 競争停止
 - ・ 価格制限行為
 - 再販売価格拘束(「再販」)が典型例

- ・非価格制限行為
販売地域の拘束、販売方法の拘束、など
- * 他者排除
 - ・次頁で他の他者排除行為と共に考えたほうがよい

5 他者排除

- * 取引拒絶系
 - ・自分で取引拒絶する
 - ・他人をして取引拒絶させる(垂直的制限の一種)
「排他的取引」「排他条件付取引」などと呼称
- * 略奪廉売系
 - ・コスト割れ廉売
コスト=「可變的性質を持つ費用」
- * その他
 - ・抱き合わせ
不要なものの抱き合わせ → 優越的地位濫用
競争者と争っているものの抱き合わせ
 - ・デジタルプラットフォーム事業者の「自己優遇」

6 第3回対象分野とグリーンガイドライン

- * グリーン G 第2 は、流通取引慣行 G のカバー
 - ・流通取引慣行 G ≡ 垂直的制限のガイドライン
 - ・したがって
排他条件付取引
販売地域の拘束
選択的流通(拘束に従う販売店のみと取引)
販売方法の拘束
取引拒絶(単独・共同)
 - ・価格拘束は黒と考えているのだろう
 - ・略奪廉売系は流通取引慣行 G に入っていない
例:環境対応商品を安値で定着・普及させることで将来の投資回収を目指す行為

白石教授からレジユメに基づき説明が行われた後、概要、以下のとおり議論が行われた。

・販売地域に関する制限

● グリーンガイドラインは、「厳格な地域制限又は地域外顧客への受動的販売の制限に該当しない限り、通常」、問題とならないとする（36頁）。しかし、これらに該当しなくても、例えば市場シェアが大きい事業者又は差別化が進んでいる製品で、責任地域制をとる場合、問題があるのではないか。

○ 責任地域制と呼ばれる制限によっても、事業者の強さ、商品の特性等により厳格な地域制限等と同様の価格維持効果が生じる場合には、問題がある。

● グリーンガイドラインにおいては、販売地域に関する制限行為を、市場シェア 20%以下である事業者や新規参入者が行う場合、問題にならないとされている。結局、これらに該当しない場合だけ、問題を検討すればいいのだろうか。

○ 理屈の上では、シェア 20%以下の事業者の行為によっても価格維持効果が生じる可能性があるが、普通はそのような事案はないので、ガイドラインのような記載になっている。新規参入についても、例えば世界的なデジタルプラットフォームが参入し、既存業者を駆逐してしまう場合等、問題が生じる極端な例も考えられるが、一般には新規参入者が顧客に商品を知ってもらうため、地域指定して売り込むことは、問題になりにくい。既存業者と新規参入者が競争し、競争が促進される面がある。

・選択的流通

● 問題となる行為として挙げられた想定例 46 について、末尾の「しかし」以下が認定できなかった場合も問題だろうか。一般に、製造業者が「純正品だけを扱っている販売業者にしか卸したくない」と考えるケースはよくある。製造業者は、自社ブランドを守るため、信用できそうなところとだけ取引したいが、諸々の条件を付していくと、結局、当該条件に対応できないような安売り業者が排除されることになるため、判断が難しい。実務では、問題となる基準を設ける合理的理由が説明できるか否かで判断するようにしている。

○ ご指摘のようなグレーな事例を検討してみることは意味がある。市場シェア 20%以下であるか否か、取扱事業者選定基準の必要性が合理的に説明できるか否かがポイントになる。

・小売業者の販売方法に関する制限

● 「それなりの合理的な理由が認められ、かつ他の小売業者に対しても同等の条件が課せられている」（39 頁）という基準がうまく当てはまる事案では問題ないが、この基準は絶対の基準ではなく、使えない場合もあるのではないか。そのような場合には、むしろ原則に戻って競争制限効果と競争促進効果を考慮し、問題ないとされることはあるだろう。公取委はオンライン販売制限には厳しく対応しようとしているようだが、それ以外の販売方法の制限では、合理的理由がなくても、競争への影響がないものは色々あるのではないか。

○ 基本的な考え方としては、ご指摘のとおり、反競争性があり、正当化理由がない場合に違法となる。販売方法制限について最高裁が示した 2 つの要素は、正当化理由に関わることではあるが、これを満たしても違反でなくなるというものではない旨を調査官解説が述べているほどである。それなりの合理的理由が説明できなくても、反競争性がなく、問題ない場合はあるだろう。

・ 単独の取引拒絶

● 想定例 49 は、所管官庁が定めた努力義務を履行するための行為を問題としないとしている。他方、事業者が自主的に排出量を削減するため、削減目標を定めて取引先を選択した場合、合理的範囲の制限であることが疑われてしまうのか。

○ かつて、正当化理由が正面から議論されていなかった時期は、官庁の指導等の根拠の存在が、正当な目的と認められるための大きな支援材料となっていた。現在はそれほど限定的ではないものの、公的に定めたものであれば、正当な目的であると信頼しやすいということだろう。民間団体や事業者自身が定めた基準であっても、信頼できる理由があれば、合理性は認められ得る。

● 想定例 52 について、そもそも X が従来の部品 B の製造を止めてしまう場合はどうか。

○ 従来の部品 B の製造を止め、新たな部品 B を Y 及び Z に供給するということなら、排除効果が弱まり、正当化理由の面でも認められやすいのではないか。

・ 共同ボイコット

● 想定例 54 は、事業者団体の自主基準を満たさない商品に認証ラベルを貼らないことが問題なしとされた事例だが、一方で、想定例 18（13 頁）は、同様の行為が問題ありとされている。両事例の差は何か。

- 想定例 54 は、私なりの言い方をすれば、事業者団体の自主基準がまともに運用されているのに対し、想定例 18 は、自主基準が欺瞞的に運用されているという違いがある。想定例 18 は、原材料 C と同程度の効果がある原材料 D を用いた商品を理由なく排斥している点が問題である。日本遊戯銃協同組合事件においても、遊戯銃の団体が、他にも自主基準を満たしていない者がいたにもかかわらず、原告である事業者を、自主基準を理由に排除しており、問題となった。

- 当社の業界では、製品が販売国の環境基準をクリアしないと罰金が科される場合がある。罰金を回避するために行ったという事情は、反競争的効果のある行為をしたことの正当化理由として考慮されるか。

- 難しい問題だが、まず、公的で信頼性のある基準に基づく行為とは言いやすい。加えて、社会的に、環境基準を達成する必要性が差し迫っているため、ある程度の反競争性が生じてもやむを得ないとして、正当化理由が認められやすくなるという考え方はあり得るだろう。大阪バス協会事件の審決は、刑罰を含む道路運送法規制が有効に機能していることを前提として（立証責任論が絡むので複雑ではあるが結論としてはそのように整理できる）、それを有力な根拠として正当化理由の成立を認めた事例である。

以上