

2016年4月26日

アジアインターネット日本連盟

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の一部改正（案）に対する意見

1. セーフ・ハーバーの適用対象となる行為の拡張について

流通・取引慣行ガイドラインの見直し（セーフ・ハーバーの検討）については、セーフ・ハーバーの適用対象となる行為を「取引先制限」や「販売方法の制限」に拡張すべきであるとの一部の指摘がありました。かかる指摘を採用した場合、一般消費者が購入の選択肢と利便性を失い、高い価格の商品購入を強いられるおそれが高くなるのみならず、インターネットという新たな販路を利用されている多くの中小事業者にも不利益をもたらすおそれが高いことから、当連盟としては強く反対しておりました。この度、公正取引委員会がかかる指摘を採用せず、セーフ・ハーバーの適用対象となる行為を拡張しないとの判断をされたことを強く支持いたします。

2. セーフ・ハーバーが適用されるための市場シェア要件の拡大について

この度、セーフ・ハーバーが適用されるための市場シェア要件を「市場におけるシェアが10%未満であり、かつ、その順位が上位4位以下」から「20%以下である事業者」に改正するとの提案がされていますが、当連盟としては以下の理由から強く反対いたします。

(1) インターネットによる販売は、その性格から全国の一般消費者が利用可能なものですが、市場における有力なメーカーがインターネットによる流通業者に対して「厳格な地域制限」を行うことが許容され得ることは、事実上、インターネットによる流通業者を市場から締め出すことになる可能性があり、その結果、一般消費者やインターネットという新たな販路を利用されている多くの中小事業者に不利益がもたらされるおそれがあります。今回の改定案に関わらず、厳格な地域制限には、第2部第2の3(3)の注(9)として、「インターネット上で販売活動を行う流通事業者に対しメーカーが『厳格な地域制限』を行うことにより、事実上インターネット上での販売を制限するのと同様の効果がある場合には、市場における有力なメーカーの行為でなくとも違反となり得る。」を追加すべきと考えます。なお、現行ガイドラインでは、「地域外顧客への販売制限」にはセーフ・ハーバーは適用されませんが、インターネットによる販売の場合には、地域外顧客とは何を指すのかは明らかではありません。

(2) 市場をどう画定して、市場シェアを算出するかはそもそも容易ではなく、恣意的な主張が展開されがちな基準です。セーフ・ハーバーの適用を望むメーカーからすれば、なるべく市場シェアが低くなるような市場画定を行う誘因が働きます。現行の市場シェア要件においても、メーカーが恣意的な主張を行える余地があるにもかか

わらず、順位基準を廃止してこの市場シェア要件をさらに拡大することになれば、メーカーの恣意的な主張はより容易かつ挑戦的に行われることになると思われま。これは、結果的に、市場の画定に伴う公正取引委員会による作業により多くの煩雑さをもたらす、行政コストが増大することにもなりかねません。

- (3) あるメーカーが市場シェア要件を満たし、セーフ・ハーバーで許容される行為を行った場合、仮に当該メーカー単独では大きな効果がないとしても、類似の市場シェアを有する他のメーカーもこれに追随する行為を行うことにより、結果として、累積的な効果が生じ、小売業者や一般消費者に多大な不利益をもたらすことが十分考えられます。欧州のように累積的な効果を勘案し事後的にセーフ・ハーバーが撤回され得るような仕組みがないままに、単に市場シェア要件を拡大することは競争制限的な市場をもたらすだけです。仮に、市場シェア要件を改定する場合には、「市場におけるシェアが、(中略)違法とはならない。」とのセーフ・ハーバーの規定に、「但し、複数のメーカーが同様の行為を並行的に行い累積的な効果が認められ、当該複数のメーカーの市場シェアの合算が20%を超える場合には、この限りでない。」を追記すべきと考えます。

以上