独禁法主要ガイドライン

2013-04

作成：白石忠志

排除型私的独占ガイドライン

流通取引慣行ガイドライン

不当廉売ガイドライン

優越的地位濫用ガイドライン

下請法リニエンシーについて

知的財産ガイドライン

企業結合ガイドライン

企業結合手続方針

告発犯則調査方針

排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針

目　次

はじめに 1
　１　本指針の趣旨 1
　２　本指針の構成 2
第１　公正取引委員会の執行方針 3
第２　排除行為 4
　１　基本的考え方 4
　　（１）排除行為の性質 4
　　（２）排除行為の類型 4
　２　商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定 7
　　（１）排除行為に該当し得る行為 7
　　（２）判断要素 9
　　（３）参考例 11
　３　排他的取引 11
　　（１）排除行為に該当し得る行為 11
　　（２）判断要素 12
　　（３）排他的リベートの供与 14
　　（４）具体例 16
　４　抱き合わせ 17
　　（１）排除行為に該当し得る行為 17
　　（２）判断要素 18
　　（３）参考例 20
　５　供給拒絶・差別的取扱い 21
　　（１）排除行為に該当し得る行為 21
　　（２）判断要素 23
　　（３）具体例 25
第３　一定の取引分野における競争を実質的に制限すること 26
　１　一定の取引分野 26
　　（１）基本的考え方 26
　　（２）商品の範囲 27
　　（３）地理的範囲 28
　２　競争の実質的制限 29
　　（１）基本的考え方 29
　　（２）判断要素 29
　　ア　行為者の地位及び競争者の状況 29
　　イ　潜在的競争圧力 30
　　ウ　需要者の対抗的な交渉力 31
　　エ　効率性 32
　　オ　消費者利益の確保に関する特段の事情 32

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２８日
公 正 取 引 委 員 会

はじめに

１　本指針の趣旨

「事業者が，単独に，又は他の事業者と結合し，若しくは通謀し，その他いかなる方法をもつてするかを問わず，他の事業者の事業活動を排除し，又は支配することにより，公共の利益に反して，一定の取引分野における競争を実質的に制限すること」は，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和２２年法律第５４号。以下「独占禁止法」という。）第２条第５項の規定において，私的独占であると定義されている。私的独占は，独占禁止法第３条の規定によって禁止されている。

私的独占に対しては，公正取引委員会は，独占禁止法第７条の規定に基づき，違反行為を排除するために必要な措置を命ずることができる。また，他の事業者の事業活動を支配することによる私的独占（以下「支配型私的独占」という。）について，公正取引委員会は，同法第７条の２第２項の規定に基づき，課徴金の納付を命じなければならない。

平成２１年６月に独占禁止法改正法（平成２１年法律第５１号）が成立したことにより，他の事業者の事業活動を排除することによる私的独占（以下「排除型私的独占」という。）について，公正取引委員会は，独占禁止法第７条の２第４項の規定に基づき，課徴金の納付を命じなければならないことになった（注１）。

排除型私的独占とは，事業者が他の事業者の事業活動を排除する行為（以下「排除行為」という。）により，公共の利益に反して，一定の取引分野における競争を実質的に制限するものである。排除型私的独占に関しては，我が国においてこれまで法的措置をとった事例は必ずしも多くなく，問題となる行為の態様も多様かつ不定型である。また，あらゆる競争過程において，事業者の事業活動の結果として，他の事業者の商品（資金の貸付け，特許権等についての実施許諾，施設・設備機器の利用許諾その他の役務を含む。以下同じ。）が市場から淘汰されることは，当然に起こり得る。このため，排除型私的独占を課徴金の対象行為とすることについては，通常の事業活動の結果として他の事業者の事業活動を排除するに至った行為と排除行為とを区分することが容易ではないことから，事業者に対していわゆる萎縮効果を

生じさせ，公正かつ自由な事業活動の支障となるのではないかとの指摘があった。

これらの事情に照らし，公正取引委員会は，「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」（以下「本指針」という。）を策定する。本指針は，排除型私的独占が成立するための要件に関する解釈を可能な限り明確化することにより，法運用の透明性を一層確保し，事業者の予見可能性をより向上させることを目的とする。

２　本指針の構成

本指針では，公正取引委員会が排除型私的独占に係る事件として審査を行う際の方針を示すとともに，排除型私的独占が成立するための要件である「排除行為」及び「一定の取引分野における競争の実質的制限」の該当性についてそれぞれ記載する。事業者による排除行為が認められる場合であっても，一定の取引分野における競争を実質的に制限するといえない場合であれば，排除型私的独占は成立しない。

具体的には，まず，公正取引委員会が排除型私的独占に係る事件として優先的に審査を行うか否かの判断において，一般的に考慮する事項について記載する（後記第１）。次に，「排除行為」として問題となりやすい行為のうち主なものを類型化した上で，それぞれの行為類型ごとに，排除行為に該当するか否かを判断する際の検討の枠組みと判断要素について記載する（後記第２）。最後に，排除行為により一定の取引分野における競争が実質的に制限されたか否かを判断するため，一定の取引分野を画定するに当たっての考慮要素と，競争の実質的制限の存否を判断するに当たっての考慮要素について記載する（後記第３）。

なお，本指針は，現時点において想定される排除型私的独占についての独占禁止法上の考え方を明らかにするものである。今後，市場の状況の変化，技術革新等に伴い，市場における競争に悪影響を与える事業活動も変化していくことであろう。したがって，公正取引委員会は，今後の具体的な法運用及び市場の状況等を注視しつつ，必要に応じて本指針の見直しを行っていく。

（注１）排除型私的独占をした事業者に対しては，独占禁止法第７条の２第４項の規定に基づき，売上額の６パーセント（小売業の場合は２パーセント，卸売業の場合は１パーセント）に相当する額の課徴金の納付が命じられる。

なお，他の事業者の事業活動を支配し，かつ，排除することによ

って，商品の対価に影響することとなる私的独占をした事業者に対しては，独占禁止法第７条の２第２項の規定に基づき，支配型私的独占に係る売上額の１０パーセント（小売業の場合は３パーセント，卸売業の場合は２パーセント）に相当する額の課徴金の納付が命じられる。

第１　公正取引委員会の執行方針

独占禁止法の目的は，市場における公正かつ自由な競争を促進し，事業者の創意を発揮させることにあり，その結果，一般消費者が良質・廉価な商品を幅広く選択することができるようにすることにある。

排除型私的独占に係るこれまでの事件のほとんどにおいて，排除行為の対象となった商品についてシェアが大きい事業者が審査の対象とされてきた。このように，他の事業者の事業活動を排除し，市場を閉鎖する効果を持つこととなるのは，行為者が供給する商品のシェア（注２）がある程度大きい場合がほとんどである。また，行為者が供給する商品のシェアが大きいほど，問題となる排除行為の実効性が高まりやすく，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなりやすいといえる。

これらを踏まえ，公正取引委員会は，排除型私的独占として事件の審査を行うか否かの判断に当たり，行為開始後において行為者が供給する商品のシェアがおおむね２分の１を超える事案であって，市場規模，行為者による事業活動の範囲，商品の特性等を総合的に考慮すると，国民生活に与える影響が大きいと考えられるものについて，優先的に審査を行う。ただし，行為の態様，市場の状況，競争者の地位等によっては，これらの基準に合致しない事案であっても，排除型私的独占として事件の審査を行う場合がある。

なお，問題となる事案について排除型私的独占に係る事件として審査した結果，それが排除型私的独占に該当すると認められない場合であっても，独占禁止法第２条第９項に規定する不公正な取引方法その他の独占禁止法の規定に違反する行為として問題になり得ることはいうまでもない。

（注２）後記第２の４の「抱き合わせ」にあっては，主たる商品のシェアをいい，後記第２の５の「供給拒絶・差別的取扱い」にあっては，川上市場における商品のシェアをいう。

また，複数の事業者が結合又は通謀して行為者となる場合のシェアは，各行為者の供給する商品のシェアを合算した値による。

第２　排除行為

１　基本的考え方

（１）排除行為の性質

排除行為とは，他の事業者の事業活動の継続を困難にさせたり，新規参入者の事業開始を困難にさせたりする行為であって，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つながる様々な行為をいう。事業者が自らの効率性の向上等の企業努力により低価格で良質な商品を提供したことによって，競争者の非効率的な事業活動の継続が困難になったとしても，これは独占禁止法が目的とする公正かつ自由な競争の結果であり，このような行為が排除行為に該当することはない。

事業者の行為が排除行為に該当するためには，他の事業者の事業活動が市場から完全に駆逐されたり，新規参入が完全に阻止されたりする結果が現実に発生していることまでが必要とされるわけではない。すなわち，他の事業者の事業活動の継続を困難にさせたり，新規参入者の事業開始を困難にさせたりする蓋然性の高い行為は，排除行為に該当する。事業者が市場の状況等から事業経営上必要であると判断した行為であっても，そのことをもって排除行為に該当しなくなるわけではない。

また，行為者が他の事業者の事業活動を排除する意図を有していることは，排除行為に該当するための不可欠の要件ではない。しかし，主観的要素としての排除する意図は，問題となる行為が排除行為であることを推認させる重要な事実となり得る。さらに，排除する意図の下に複数の行為が行われたときには，これらの行為をまとめて，排除する意図を実現するための一連の，かつ，一体的な行為であると認定し得る場合がある。

なお，「他の事業者の事業活動を排除する」行為には，行為者が当該他の事業者に対して直接行うものだけでなく，行為者がその取引先を通じて間接的に行うものも含まれる。さらに，複数の事業者が結合し，通謀するなどによって行うものも含まれる。

（２）排除行為の類型

排除行為の典型としては，まず，独占禁止法第２条第９項各号に掲げる不公正な取引方法と同様の行為類型がある。したがって，不公正な取引方法のうち一部の行為については，排除行為に該当することがある。他方，これまでの排除型私的独占の事例においては，排除行為は必ずしも不公正な取引方法と同様の行為に限られず，そのような行為以外の行為類型も排除行為とされている。

このように，排除行為に該当し得る行為は多種多様であることから，これらのすべてを類型化することは困難である。しかし，排除行為に該当するか否かを判断する際に考慮すべき要素は行為類型によって異なることから，可能な限り排除行為を類型化して，行為類型ごとに判断要素を掲げることが，法運用の透明性の確保及び事業者の予見可能性の向上の観点から有益であると考えられる。

このため，本指針においては，これまでの事件において問題となった行為を中心に，排除行為として典型的な行為を「商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定」，「排他的取引」，「抱き合わせ」及び「供給拒絶・差別的取扱い」の４つに類型化し，それぞれの行為類型ごとに排除行為の該当性についての判断要素を記載する。もちろん，排除型私的独占を構成する排除行為はこれら４つの類型に当てはまるものに限られない。例えば，競争者と競合する販売地域又は顧客に限定して行う価格設定行為（注３）や，他の事業者の事業活動を妨害する行為（注４）を排除行為と評価することがある。また，複数の行為をまとめて，一連の，かつ，一体的な排除行為と評価することもある（注５）。

なお，後記２から５までに示した具体例は，排除行為の該当性について具体的に理解することを助けるために，過去の審判決において排除型私的独占として問題となった行為を例として掲げるものである。また，参考例は，同じく排除行為の該当性について具体的に理解することを助けるために，過去の審判決等において不公正な取引方法として問題となった行為を例として掲げるものである。本指針に取り上げられていない行為を含め，具体的な行為が排除行為に該当するか否かはすべて，独占禁止法の規定に照らして，個別の事案ごとに判断されるものであることはいうまでもない（注６）（注７）。

（注３）競争者と競合する販売地域又は顧客に限定して行う価格設定行為の具体例としては，競争者であるＹ社から短期間で大量の顧客を奪い，その音楽放送事業運営を困難にすることを企図して，Ｙ社の商品と顧客層が重複する商品について，Ｙ社の顧客のみを対象に，月額聴取料の無料期間を長期間としたり，最低月額聴取料を大幅に引き下げたりするなどのキャンペーンを実施する行為がＹ社の音楽放送事業に係る事業活動を排除するものであると認定された事例（平成１６年１０月１３日勧告審決，平成１６年（勧）第２６号）がある。

（注４）他の事業者の事業活動を妨害する行為の具体例としては，次のようなものがある。

① 我が国における総供給量の約５６パーセントのシェアを有する食缶製造業者であるＸ社（Ｘ社が事業活動を支配していたＡ社，Ｂ社，Ｃ社及びＤ社のシェアをＸ社のシェアに加えると７４パーセントとなる。）が，缶詰製造原価の引下げを目的として自家消費用の食缶の製造（自家製缶）を企図する缶詰製造業者Ｙ社に対し，これを断念させるため，Ｙ社が自家製缶できない食缶の供給を停止する行為が缶詰製造業者の自家製缶についての事業活動を排除するものであると認定された事例（昭和４７年９月１８日勧告審決，昭和４７年（勧）第１１号）

② 医療用食品の検定機関であるＸ財団が，医療用食品を販売するＹ社から，医療機関向け医療用食品の販売を一手に行いたい旨の要請を受け，医療用食品の製造業者間及び販売業者間の競争を生じさせないようにするため，医療用食品の登録品目等を限定するとともに，医療用食品の製造工場認定制度及び販売業者認定制度に基づき，販売地域，販売先等の制限を行う行為が医療用食品を製造又は販売しようとする事業者の事業活動を排除するものであると認定された事例（平成８年５月８日勧告審決，平成８年（勧）第１４号）

（注５）複数の行為をまとめて，一連の，かつ，一体的な排除行為と評価された具体例としては，函館地区で発行される一般日刊新聞朝刊及び夕刊においてそれぞれの総発行部数の大部分を占めるＸ社が，Ｙ社の同地区への参入を妨害し，その新聞発行事業の継続を困難にさせるための具体的な対策を決定し，これに基づき行った①Ｙ社が使用すると目される複数の新聞題字の商標登録の出願，②Ｙ社からのニュース配信要請に応じないよう求めたこと，③Ｙ社の広告集稿対象事業者への大幅な割引広告料金等の設定，④Ｙ社のテレビコマーシャル放映の申込みに応じないことの要請からなる函館対策と称する一連の行為がＹ社の事業活動を排除するものであると認定された事例（平成１２年２月２８日同意審決，平成１０年（判）第２号）等がある。

（注６）技術の利用に係る制限行為が排除行為に該当するか否かについては，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２８日公正取引委員会）第３の１を参照。また，規格の統一又は標準化につながるような技術の共同研究開発が排除行為に該当するか否かについては，共同研究開発に係る独占禁止法上の指針（平成５年４月２０日公正取引委員会）第１の２（２）及び標準化に伴うパテントプールの形成等に関する独占禁止法上の考え方（平成１７年６月２９日公正取引委員会）第２の２を参照。

（注７）ノウハウ（非公知の技術的知識と経験又はそれらの集積であって，その経済価値を事業者自らが保護・管理するものをいう。以下同じ。）の秘密性を保護するために，当該ノウハウの供与先の事業者に対し，原材料・部品の購入先，商品の販売先等を制限するなどの行為が行われることがある。このような行為が排除行為に該当するか否かを判断するに当たっては，後記２から５までの判断要素のほか，当該ノウハウの性質，当該分野における技術水準，原材料や商品の性質，当該ノウハウの取引価値がなくなるまでの期間等の諸事情が総合的に考慮される。

例えば，ある製造業者が他の製造業者に対してノウハウを供与して商品の製造を委託する場合や，複数の事業者による共同研究開発によってノウハウを使用した製品を開発し，製造・販売する場合がある。このような場合において，当該ノウハウの供与先の事業者に対し，原材料・部品の購入先，商品の販売先等の制限を課すことは，当該ノウハウの秘密性保持のために必要不可欠な範囲内及び期間内であれば，排除行為に該当するものとはいえない。

２　商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定

（１）排除行為に該当し得る行為

自由競争経済は，需給の調整を市場メカニズムに委ね，事業者が市場の需給関係に適応しつつ価格決定を行う自由を有することを前提とするものであり，企業努力による価格引下げ競争は，本来，競争政策が維持・促進しようとする能率競争（良質・廉価な商品を提供して顧客を獲得する競争をいう。）の中核をなすものである。このことを踏まえれば，公正かつ自由な競争を促進する独占禁止法の目的に照らし，価格引下げ競争に対する介入は最小限にとどめられるべきである。

しかし，一般に，商品を供給しなければ発生しない費用さえ回収できないような対価を設定すれば，その商品の供給が増大するにつれ損失が拡大することとなるため，このような行為は，特段の事情がない限り，経済合理性のないものである（注８）。したがって，ある商品について，このような対価を設定することによって競争者の顧客を獲得することは，企業努力又は正常な競争過程を反映せず，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせ，競争に悪影響を及ぼす場合がある。このように，ある商品について，その商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価を設定する行為は，排除行為に該当し得る（注９）。

どのような費用が「商品を供給しなければ発生しない費用」となるかについては，実情に即して合理的と考えられる期間において，商品の供給量の変化に応じて増減する費用であるか否か，商品の供給と密接な関連性を有する費用項目であるか否かという観点から判断される。

商品の供給量の変化に応じて増減する費用であるか否かという観点からは，例えば，変動費（操業度に応じて総額において比例的に増減する原価をいう。）は，「商品を供給しなければ発生しない費用」となる。また，明確に変動費であると認められなくても，費用の性格上，供給量の変化に応じてある程度増減するとみられる費用は，「商品を供給しなければ発生しない費用」と推定される。

また，商品の供給と密接な関連性を有する費用項目であるか否かという観点からは，例えば，企業会計上の費用項目のうち，製造原価（商品の製造に要した費用の合計額をいう。）や仕入原価（商品の実質的な仕入価格と運賃等の商品仕入れに付随する諸経費の合計額をいう。）は，「商品を供給しなければ発生しない費用」と推定される。また，同様の観点から，例えば，販売費及び一般管理費のうち，運送費，倉庫費等の注文の履行に要する費用は，「商品を供給しなければ発生しない費用」となる。

なお，ある商品について，その供給に要する費用（注１０）（注１１）を下回り，かつ，「商品を供給しなければ発生しない費用」以上の対価を設定する行為は，当該商品の供給が長期間かつ大量に行われているなどの特段の事情が認められない限り，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせるものとして排除行為となる可能性は低い。

（注８）経済合理性があるか否かについては，概念的には，設定された対価が平均回避可能費用（行為者が商品の追加供給をやめた場合に生じなくなる商品固有の固定費用及び可変費用を合算した費用を追

加供給量で除することによって得られる商品一単位当たりの費用をいう。）を回収することができるか否かにより判断される。実務上は，これに相当するものとして「商品を供給しなければ発生しない費用」を用いる。

（注９）生鮮食料品のようにその品質が急速に低下するおそれがあるもの，季節商品のようにその販売の最盛期を過ぎたもの，不良品のようにその品質に瑕疵（かし）のあるもの等について，相応の低い対価を設定することは，供給に要する費用を下回る対価を設定しても不当とはいえず，排除行為に該当しない。また，価格が需給関係から低落しているときに，これに対応した対価を設定することも同様である。

（注１０）商品の供給に要する費用とは，商品の供給に要するすべての費用を合算した総費用をいう。企業会計上は，総販売原価がこれに当たり，通常，製造業においては，製造原価に販売費及び一般管理費を加えた費用が，小売業においては，仕入原価に販売費及び一般管理費を加えた費用が総販売原価に該当する。

（注１１）複数の事業に共通する費用については，これが各事業にどのように配賦されるかが問題となるところ，企業会計上は，当該費用の発生により各事業が便益を受ける程度等に応じ，各事業者が実情に即して合理的に選択した配賦基準に従って配賦されることが一般的である。複数の事業に共通する費用の配賦基準については，このほかにも様々な方法があるが，行為者が実情に即して合理的に選択した配賦基準を用いていると認められる場合には，当該配賦基準に基づき各事業に費用の配賦を行った上で，総販売原価の算定を行うものとする。

（２）判断要素

「商品を供給しなければ発生しない費用」を下回る対価を設定する行為により，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせる場合には，当該行為は排除行為となる。自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせるか否かを判断するに当たっては，次のような事項が総合的に考慮される。

ア　商品に係る市場全体の状況

　商品の特性，規模の経済（供給量が増大するにつれ商品一単位当たりの費用が低減することをいう。以下同じ。），商品差別化の程度，流通経路，市場の動向，参入の困難性等が，当該行為が排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

　例えば，商品差別化が進んでいる場合は，そうでない場合と比較して，行為者の商品と競争者の商品のいずれを購入するかの選択に際して需要者が価格に依拠する程度が小さい。したがって，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせると認められにくくなる。

イ　行為者及び競争者の市場における地位

　行為者及び競争者の商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模（事業所数，営業地域，多角化の状況等），全事業に占める商品の割合等が，当該行為が排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

　例えば，事業規模の大きな事業者が，他の商品の販売による利益その他の資金を投入して損失を補てんしている場合は，そうでない場合と比較して，「商品を供給しなければ発生しない費用」を下回る対価で長期間にわたって供給することが可能であり，効率的な事業者であったとしても通常の企業努力によってこれに対抗することが困難である。したがって，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

ウ　行為の期間及び商品の取引額・数量

　「商品を供給しなければ発生しない費用」を下回る対価が設定されている期間，当該対価で供給される商品の取引額・数量等が，当該行為が排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

　例えば，「商品を供給しなければ発生しない費用」を下回る対価で長期間にわたって供給している場合は，そうでない場合と比較して，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

エ　行為の態様

行為者の意図・目的，広告宣伝の状況（廉売に係る行為者の評判を含む。）等が，当該行為が排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，行為者が他の地域又は他の商品においても「商品を供給しなければ発生しない費用」を下回る対価で長期間にわたって供給しているような場合には，行為者による更なる当該対価での供給を警戒して他の事業者が新規参入を躊躇する可能性が高くなる。このように，行為者による当該対価での供給が評判となっていると認められる場合は，そうでない場合と比較して，自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

（３）参考例

Ｘ社は，国内における住宅地図等の大部分を販売している事業者であり，それまで甲市住宅地図等の販売をしていたのはＸ社のみであった。北陸地区において住宅地図等の販売を行っているＹ社が甲市住宅地図等の販売活動を開始したため，Ｘ社は，Ｙ社による販売活動を困難にさせる意図の下，①Ｘ社の特約店をして，甲市ガス局等が指名競争入札の方法等により発注した甲市住宅地図を製造原価を大幅に下回る価格で受注させ，また，②Ｘ社の全額出資子会社をして，Ｙ社の主な販売区域である北陸地区の主要都市において，総販売原価を下回る価格（一部に製造原価を下回る価格を含む。）で平成１０年版の住宅地図等を販売させた。このようなＸ社の行為は，不公正な取引方法（昭和５７年公正取引委員会告示第１５号）の第６項に該当し，独占禁止法第１９条に違反するおそれがあるとされた。（平成１２年３月２４日警告）

３　排他的取引

（１）排除行為に該当し得る行為

事業者が，相手方に対し，自己の競争者から商品の供給を受けないことを取引の条件としたとしても，競争者が当該相手方に代わり得る取引先を容易に見いだすことができる場合には，競争者は，価格，品質等による競争に基づき市場での事業活動を継続して行うことができる。したがって，当該行為は，それ自体で直ちに排除行為となるものではない。

しかし，ある事業者が，相手方に対し，自己の競争者との取引を禁止し，又は制限することを取引の条件とすることにより，競争者が当該相手方に

代わり得る取引先を容易に見いだすことができない場合には，その事業活動を困難にさせ，競争に悪影響を及ぼす場合がある。このように，相手方に対し，自己の競争者との取引を禁止し，又は制限することを取引の条件とする行為（以下「排他的取引」という。）は，排除行為に該当し得る（注１２）。

排他的取引には，自己の競争者と取引しないことを明示的な契約内容とする行為だけでなく，自己の競争者との取引を禁止し又は制限することを実質的に取引の条件とする行為も含まれる。例えば，自己との取引について一定の取引数量を達成することを条件とする際に，当該取引数量を取引先の取扱能力の限度に近い水準に設定する場合には，自己の競争者との取引を禁止し又は制限することを実質的に取引の条件としているとみることができ，当該行為は排他的取引となる。また，例えば，自己の競争者と取引することについて事前に承諾を得ることを要求する場合なども，経済上何らかの利益又は不利益を伴わせることにより，競争者と取引させないようにする効果を実質的に生じさせているときには，排他的取引となる。

（注１２）例えば，卸売業又は小売業を営む者が，製造業者に対し，自己の競争者との取引を禁止し又は制限することを条件として取引する行為も，「排他的取引」に含まれる。

（２）判断要素

排他的取引により，他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせる場合には，当該行為は排除行為となる。他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせるか否かを判断するに当たっては，次のような事項が総合的に考慮される。

ア　商品に係る市場全体の状況

市場集中度，商品の特性，規模の経済，商品差別化の程度，流通経路，市場の動向，参入の困難性等が，排他的取引が排除行為に該当するか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，商品の特性としてネットワーク効果（注１３）が認められる場合は，そうでない場合と比較して，排他的取引により競争者の商品を取り扱う事業者が減少するのに伴って競争者の商品の利用価値が低下し，そのことが更なる利用者の減少を招くこととなる。したがって，他

に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

イ　行為者の市場における地位

行為者の商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模等が，排他的取引が排除行為に該当するか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，行為者の商品が強いブランド力を有している場合は，そうでない場合と比較して，行為者の商品の需要が高くなりやすく，行為者から商品の供給を受けることが取引先にとってより重要となる。したがって，他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

ウ　競争者の市場における地位

競争者の商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模等が，排他的取引が排除行為に該当するか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，競争者の商品の供給余力が総じて小さい場合は，そうでない場合と比較して，競争者から商品の供給を受けることによって行為者から受けている供給量のすべてを代替することができないため，行為者から商品の供給を受けることが取引先にとってより重要なものとなる。したがって，他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

エ　行為の期間及び相手方の数・シェア

排他的取引を行っている期間，排他的取引の相手方の数・シェア等が，排他的取引が排除行為となるかを判断するに当たって考慮される。

例えば，排他的取引が長期間にわたって行われている場合や排他的取引の相手方の数が多い場合は，そうでない場合と比較して，他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

オ　行為の態様

取引の条件・内容，行為者の意図・目的等が，排他的取引が排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，取引先が競争者と取引をする場合に，取引した分だけ追加的な負担が生じたり，高額の違約金が生じたりするような取引の条件・内容であるときは，そうでない場合と比較して，取引先が競争者の商品を取り扱う際の障害がより大きくなる。したがって，他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

（注１３）ネットワーク効果とは，ある技術又は仕様を利用する者が増えることにより，その技術又は仕様の利用価値が高まり，更に多くの利用者を獲得することができる効果をいう。

（３）排他的リベートの供与

リベートは，販売促進を目的とするもの，仕切価格の修正としての性格を有するもの等，様々な目的のために利用されている。実際に，リベートは，需要を刺激したり，価格の一要素として市場の実態に即した価格形成を促進させたりするという競争促進的な効果も有する。したがって，リベートの供与自体が直ちに排除行為となるものではない。

しかし，ある事業者が，相手方に対し，当該事業者からの購入額や購入量，購入額（購入量）全体に占める当該事業者からの購入額（購入量）の割合等が一定期間において一定以上に達することを条件としてリベートを供与することは，取引先に対する競争品の取扱いを制限する効果を有する場合がある。このように，相手方に対し，自己の商品をどの程度取り扱っているか等を条件とすることにより，競争品の取扱いを制限する効果を有するリベートを供与する行為（以下「排他的リベートの供与」という。）は，排他的取引と同様の機能を有するものとして，前記（２）の判断要素に基づき，排除行為に該当するか否かが判断される（注１４）。

リベートの供与が，取引先に対する競争品の取扱いを制限する効果を有し，排他的取引と同様の機能を有するものといえるか否かを判断するに当たっては，次のような事項が総合的に考慮される。

ア　リベートの水準

リベートの金額や供与率の水準が高く設定されている場合は，そうでない場合と比較して，取引先が行為者からより多くの商品を購入する可能性が高くなる。したがって，競争品の取扱いを制限する効果が高くなる。

イ　リベートを供与する基準

リベートを供与する基準が取引先の達成可能な範囲内で高い水準に設定されている場合は，そうでない場合と比較して，行為者の商品を競争品よりも優先的に取り扱わせる機能が強く働き，取引先が行為者からより多くの商品を購入する可能性が高くなる。したがって，競争品の取扱いを制限する効果が高くなる。

また，取引先ごとにリベートを供与する基準が設定されている場合は，取引先全体に対して一律の基準が設定されている場合と比較して，行為者は，自らの商品を競争品よりも優先的に取り扱わせる機能が最も強く働くように，リベートを供与する基準を取引先の個別事情に応じて設定することができるため，取引先が行為者からより多くの商品を購入する可能性が高くなる。したがって，競争品の取扱いを制限する効果が高くなる。

ウ　リベートの累進度

一定期間における取引数量等に応じて累進的にリベートの水準が設定されている場合は，そうでない場合と比較して，行為者の商品を競争品よりも優先的に取り扱わせる機能が強く働き，取引先が行為者からより多くの商品を購入する可能性が高くなる。したがって，競争品の取扱いを制限する効果が高くなる。

エ　リベートの遡及性

実際の取引数量等がリベートを供与する基準を超えた際に，リベートがそれまでの取引数量等の全体について供与される場合は，設定された基準を超えて取引された取引数量等についてのみ供与される場合と比較して，行為者の商品を競争品よりも優先的に取り扱わせる機能が強く働き，取引先が行為者からより多くの商品を購入する可能性が高くなる。したがって，競争品の取扱いを制限する効果が高くなる。

（注１４）排他的リベートの供与自体が排他的取引と同様の機能を有する場合のほか，排他的取引による競争品の取扱いの制限の実効性を確保するための手段としてリベートが用いられる場合もある。

（４）具体例

ア　Ｘ社は，専ら放射性医薬品の原料として使用されるモリブデン９９の世界における生産数量の過半を製造し，世界における販売数量の大部分を販売していた。当該放射性医薬品は，モリブデン９９以外の原料によって製造することはできないところ，我が国においてモリブデン９９を購入して当該放射性医薬品を製造している事業者は２社であり，当該２社はモリブデン９９の全量をＸ社から購入してきた。Ｘ社は，当該２社との間で，その取得，使用，消費又は加工するモリブデン９９の全量をＸ社から購入しなければならない旨の規定を含む１０年間の契約を締結することにより，他のモリブデン９９の製造販売業者が当該２社との取引をできないようにした。このようなＸ社の行為は，他のモリブデン９９の製造販売業者の事業活動を排除するものであると認定された。（平成１０年９月３日勧告審決，平成１０年（勧）第１６号）

イ　Ａ社は，注射液等の容器として使用されるアンプル用生地管の我が国で唯一の製造業者である。アンプル用生地管を加工してアンプルを製造販売する業者（アンプル加工業者）は，需要者である製薬会社が使用を望むＡ社製生地管を取り扱うことが必要不可欠であった。このような状況のもとで，Ａ社から西日本における供給を一手に受けているＸ社は，Ａ社製生地管とともに輸入生地管を購入し加工して製薬会社に販売するＹ社グループに対し，輸入生地管の取扱いの継続又は拡大を牽制し，これに対して制裁を加える目的で，①Ｙ社グループに対してのみ，販売価格の引上げ，手形サイトの短縮及び特別値引きの取りやめを申し入れ，②Ｙ社グループが輸入している生地管と同品種のアンプル用生地管の供給を拒絶し，③Ｙ社グループの生地管購入代金債務に対する担保の差入れ又は現金決済のいずれかの条件を満たさない限り生地管の取引には応じないとした。これらのＸ社の行為は，Ｙ社グループの輸入生地管を取り扱う事業活動を排除し，Ｘ社の競争者である外国の生地管製造業者の事業活動を排除するものであると認定された。（平成１８年６月５日審判審決，平成１２年（判）第８号）

ウ　Ｘ社は，ＣＰＵを製造販売するＡ社の日本子会社であり，我が国においてＡ社製ＣＰＵの販売を行っている。Ｘ社が販売するＡ社製ＣＰＵは，国内のパソコン製造販売業者に対するＣＰＵの総販売数量の大部分（約８９パーセント）を占めており，強いブランド力を有している。Ｘ社は，

ＣＰＵを購入している国内のパソコン製造販売業者５社（合計でＣＰＵの国内総販売数量の約７７パーセント）に対し，①製造販売するパソコンに搭載するＣＰＵの数量のうちＡ社製ＣＰＵの数量が占める割合を１００パーセントとし，競争者製ＣＰＵを採用しないこと，②同割合を９０パーセントとし，競争者製ＣＰＵの割合を１０パーセントに抑えること，③生産数量の比較的多い複数の商品群に属するすべてのパソコンに搭載するＣＰＵについて競争者製ＣＰＵを採用しないことのいずれかを条件として，割戻金又は資金を提供することを約束した。このようなＸ社の行為は，競争者製ＣＰＵを採用しないようにさせるものであり，国内のパソコン製造販売業者５社に対するＣＰＵの販売に係る競争者の事業活動を排除するものであると認定された。（平成１７年４月１３日勧告審決，平成１７年（勧）第１号）

４　抱き合わせ

（１）排除行為に該当し得る行為

複数の商品を組み合わせることにより，新たな価値を加えて相手方に商品を提供することは，技術革新・販売促進の手法の一つである。したがって，当該行為は，それ自体で直ちに排除行為となるものではない。

しかし，ある事業者が，相手方に対し，ある商品（主たる商品）の供給に併せて他の商品（従たる商品）を購入させることは，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせ，従たる商品の市場における競争に悪影響を及ぼす場合がある。このように，相手方に対し，ある商品の供給（又は購入）に併せて他の商品を購入（又は供給）させる行為（以下「抱き合わせ」という。）は，排除行為に該当し得る（注１５）。

ある商品の供給に併せて購入させる商品が「他の商品」といえるか否かについては，組み合わされた商品がそれぞれ独自性を有し，独立して取引の対象とされているか否かという観点から判断される。具体的には，判断に当たって，それぞれの商品について，需要者が異なるか，内容・機能が異なるか（組み合わされた商品の内容・機能が抱き合わせ前のそれぞれの商品と比べて実質的に変わっているかを含む。），需要者が単品で購入することができるか（組み合わされた商品が通常一つの単位として販売又は使用されているかを含む。）等の点が総合的に考慮される。例えば，携帯電話機にデジタルカメラを組み合わせて販売されるカメラ付携帯電話機は，携帯電話機やデジタルカメラそれぞれと比べてカメラ付携帯電話機の内

容・機能に実質的な変更がもたらされることから，別個の特徴を持つ単一の商品と評価することができる。この場合，購入させられる商品（デジタルカメラ）が「他の商品」であるとはいえない。

　また，行為者の主たる商品と従たる商品を別々に購入することができる場合であっても，従たる商品とは別に購入することができる行為者の主たる商品の供給量が少ないため，多くの需要者が行為者の主たる商品とともにその従たる商品をも購入することとなるときは，実質的に他の商品を購入させているのと同様であると認められる。また，抱き合わせによって組み合わされた商品の価格が行為者の主たる商品及び従たる商品を別々に購入した場合の合計額よりも低くなるため多くの需要者が引き付けられるときも，実質的に他の商品を購入させているのと同様であると認められる（注１６）。

（注１５）事業者がある商品を供給するのに併せて相手方に他の商品を供給させる行為も，事業者がある商品を購入するのに併せて相手方に他の商品を購入させる行為も，それぞれ，「抱き合わせ」に含まれる。

　また，ある商品を購入した後に必要となる補完的商品に係る市場（いわゆるアフターマーケット）において特定の商品を購入させる行為も，「抱き合わせ」に含まれる。

（注１６）主たる商品と従たる商品を組み合わせて供給する場合に価格を割安とする行為にあっては，行為者と従たる商品の市場における競争者との間に，抱き合わせによって組み合わされた商品（主たる商品と従たる商品のセット）についての競争関係が成り立つ場合がある。例えば，従たる商品の市場における競争者が，行為者の主たる商品と同程度の品質・ブランド力を有する商品を，従前から組み合わせて供給している場合や特段の追加的な費用を生ずることなく組み合わせて供給することが可能な場合がこれに当たる。このような場合には，当該競争者との間の競争関係については，前記２の「商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定」の観点から排除行為に該当するか否かが判断される。

（２）判断要素

　抱き合わせにより，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を

容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせる場合には，当該行為は排除行為となる。従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせるか否かを判断するに当たっては，次のような事項が総合的に考慮される。

ア　主たる商品及び従たる商品に係る市場全体の状況

主たる商品及び従たる商品についての市場集中度，商品の特性，規模の経済，商品差別化の程度，流通経路，市場の動向，参入の困難性等が，抱き合わせが排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，従たる商品の市場における商品差別化が進んでいない場合は，そうでない場合と比較して，行為者の従たる商品が購入されることにより競争者の従たる商品が購入されなくなるおそれが高い。したがって，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

イ　主たる商品の市場における行為者の地位

行為者の主たる商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模等が，抱き合わせが排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，行為者の主たる商品のシェアが大きい場合は，そうでない場合と比較して，より多くの従たる商品が抱き合わせによって供給されやすくなる。したがって，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

ウ　従たる商品の市場における行為者及び競争者の地位

行為者及び競争者の従たる商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模等が，抱き合わせが排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，行為者の従たる商品の供給余力が十分に認められる場合は，そうでない場合と比較して，抱き合わせによって供給される従たる商品の取引数量が限定されることがない。したがって，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

エ　行為の期間及び相手方の数・取引数量

抱き合わせを行っている期間，抱き合わせの対象となる取引の相手方の数・取引数量等が，抱き合わせが排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，抱き合わせが長期間にわたって行われている場合や，抱き合わせの対象となる取引の相手方の数が多い場合は，そうでない場合と比較して，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

オ　行為の態様

抱き合わせによって組み合わされた商品の価格，抱き合わせの条件・強制の程度，行為者の意図・目的等が，抱き合わせが排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，抱き合わせによって組み合わされた商品について，主たる商品の機能を害さずに従たる商品を取り外し又は無効にすることができるとしても，これに多くの費用や時間を要する場合は，そうでない場合と比較して，多くの需要者が組み合わされた従たる商品をそのまま使用することが予想される。したがって，従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

（３）参考例

ア　Ｘ社及びＹ社はパソコン用ソフトウェアの開発及びライセンスの供与に係る事業を営む者である。Ｘ社の表計算ソフト及びＹ社のワープロソフトは，それぞれ，市場シェア第１位であった。Ｘ社は，自社と競合するＹ社のワープロソフトのみがパソコン本体に搭載されて販売されることは，Ｘ社のワープロソフトの市場シェアを高める上で重大な障害となるものと危惧し，パソコン製造販売業者に対し，Ｘ社の表計算ソフトとワープロソフトを併せてパソコン本体に搭載して出荷する契約を受け入れさせた。これにより，パソコン製造販売業者はＸ社の表計算ソフトとワープロソフトを併せて搭載したパソコンを発売し，Ｘ社のワープロソフトの市場シェアが拡大して市場シェア第１位を占めるに至った。このようなＸ社の行為は，不公正な取引方法（昭和５７年公正取引

委員会告示第１５号）の第１０項に該当し，独占禁止法第１９条の規定に違反するとされた。（平成１０年１２月１４日勧告審決，平成１０年（勧）第２１号）

イ　Ｘ社は，エレベーターの製造販売業を営むＡ社の子会社であり，主としてＡ社製エレベーターの保守点検業を営むとともに，Ａ社製エレベーターの部品を一手に販売していた。Ｂ社は，Ａ社製エレベーターを設置するビルを所有し，独立系保守業者Ｙ社との間で保守点検契約を締結していた。Ｂ社所有のＡ社製エレベーターを修理するには部品の交換が必要であるため，Ｂ社がＸ社に部品を注文したところ，Ｘ社は，①部品のみの販売はしない，部品の取替え・修理・調整工事をＸ社に併せて発注するのでなければ注文には応じない，また，部品の納期は３か月先である旨の回答をし，②その後の再度の注文にもかかわらず，Ｂ社に部品を供給しなかった。このようなＸ社の行為は，不公正な取引方法（昭和５７年公正取引委員会告示第１５号）の第１０項に該当し，独占禁止法第１９条の規定に違反するとされた。（大阪高判平成５年７月３０日，平成２年（ネ）第１６６０号）

５　供給拒絶・差別的取扱い

（１）排除行為に該当し得る行為

事業者が，誰に商品を供給するか，どのような条件で商品を供給するかは，基本的には事業者の自由である。したがって，事業者が独立した事業主体として，商品の供給先を選択し，供給先事業者（新たに供給を受けようとする事業者を含む。以下同じ。）との間で供給に係る取引の内容，実績等を考慮して供給の条件を定めることは，原則として排除行為となるものではない。

しかし，ある事業者が，供給先事業者が市場（川下市場）で事業活動を行うために必要な商品を供給する市場（川上市場）において，合理的な範囲を超えて，供給の拒絶，供給に係る商品の数量若しくは内容の制限又は供給の条件若しくは実施についての差別的な取扱い（以下「供給拒絶等」という。）をすることは，川上市場においてその事業者に代わり得る他の供給者を容易に見いだすことができない供給先事業者（以下「拒絶等を受けた供給先事業者」という。）の川下市場における事業活動を困難にさせ，川下市場における競争に悪影響を及ぼす場合がある。このように，供給先事業者が市場（川下市場）で事業活動を行うために必要な商品について，

合理的な範囲を超えて供給拒絶等をする行為（以下「供給拒絶・差別的取扱い」という。）は，排除行為に該当し得る（注１７）（注１８）。

供給する商品が「供給先事業者が市場（川下市場）で事業活動を行うために必要な商品」といえるか否かについては，供給先事業者が川下市場で事業活動を行うに当たって他の商品では代替できない必須の商品であって，自ら投資，技術開発等を行うことにより同種の商品を新たに製造することが現実的に困難と認められるものであるか否かの観点から判断される。また，規模の経済又はネットワーク効果が強く認められる事業分野においては，国その他の公的主体が排他的に利用権等を割り当てていた施設等を有する機関が民営化されて事業を営んでいる場合がある。このような場合，当該施設等を利用することができなければ，事業者が川下市場において事業活動を行うことは困難であることが多い。したがって，当該施設等の利用許諾は，「供給先事業者が市場（川下市場）で事業活動を行うために必要な商品」に該当するものが多いと考えられる。

供給拒絶等をすることが「合理的な範囲」を超えているか否かを判断するに当たっては，供給に係る取引の内容及び実績，地域による需給関係等の相違が具体的に考慮される。例えば，行為者が一部の供給先事業者に対して供給する川上市場における商品の価格が，他の供給先事業者との取引数量の相違等に基づく正当なコスト差を著しく超えて廉価となっている場合には，このような価格の差は合理的な範囲を超えているといえる。他方，例えば，川上市場における商品について行為者が長期間にわたって継続的に供給を行ってきた事業者に対する決済条件，配送条件その他の供給に係る条件が，新規に供給を受けようとする事業者に対する条件と異なっている場合であっても，それが過去の実績の相違に基づく正当なものであるときは，このような取扱いの差は合理的な範囲を超えているとはいえない。

なお，事業者が独立した事業主体として行った供給先の選択や供給に係る条件の設定は，基本的には，事業者による自由な事業活動として尊重されるべきである。したがって，事業者が単独で行う「供給拒絶・差別的取扱い」については，排除行為に該当するか否かが特に慎重に判断される必要がある。

（注１７）川下市場で事業活動を行うために必要な商品を供給する川上市場における事業者が，自ら川下市場においても事業活動を行っている場合がある。このような場合において，供給先事業者に供給する

川上市場における商品の価格について，自らの川下市場における商品の価格よりも高い水準に設定したり，供給先事業者が経済的合理性のある事業活動によって対抗できないほど近接した価格に設定したりする行為（いわゆるマージンスクイーズ）は，「供給拒絶・差別的取扱い」と同様の観点から排除行為に該当するか否かが判断される。

（注１８）例えば，川下市場において卸売業又は小売業を営む者であって，川上市場における商品を川下市場で販売するために必須の販売網等の流通経路を有する者が，これを新たに構築することが現実的に困難な川上市場における製造業者等に対し，合理的な範囲を超えて，購入の拒絶や差別的な取扱いをすることについては，「供給拒絶・差別的取扱い」と同様の観点から排除行為に該当するか否かが判断される。

（２）判断要素

供給拒絶・差別的取扱いにより，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせる場合には，当該行為は排除行為となる。当該行為によって，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせるか否かを判断するに当たっては，次のような事項が総合的に考慮される。

ア　川上市場及び川下市場全体の状況

川上市場及び川下市場における市場集中度，商品の特性，規模の経済，商品差別化の程度，流通経路，市場の動向，参入の困難性等が，供給拒絶・差別的取扱いが排除行為に該当するか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，川上市場が市場集中度の高い高度に寡占的な市場である場合は，そうでない場合と比較して，供給先事業者は川上市場において行為者に代わり得る他の供給者を容易に見いだすことができず，行為者から川上市場における商品の供給を受けることが供給先事業者の事業活動にとってより重要となる。したがって，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

イ　川上市場における行為者及びその競争者の地位

川上市場における行為者及びその競争者の商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模等が，供給拒絶・差別的取扱いが排除行為に該当するか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，行為者の川上市場における商品が強いブランド力を有している場合は，そうでない場合と比較して，供給先事業者は川上市場において行為者に代わり得る他の供給者を容易に見いだすことができず，行為者から川上市場における商品の供給を受けることが供給先事業者の事業活動にとってより重要となる。この場合，行為者の競争者の事業規模が小さく，その商品の供給余力が乏しければ，より一層行為者の重要性が増す。したがって，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

ウ　川下市場における供給先事業者の地位

川下市場における供給先事業者の商品のシェア，その順位，ブランド力，供給余力，事業規模等が，供給拒絶・差別的取扱いが排除行為に該当するか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，供給先事業者の川下市場における商品のシェアが大きく，その商品が強いブランド力を有している場合は，そうでない場合と比較して，供給先事業者は川上市場において行為者に代わり得る他の供給者を容易に見いだすことができ，行為者から川上市場における商品の供給を受けることが供給先事業者の事業活動にとって重要とはならない。したがって，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせると認められにくくなる。

エ　行為の期間

供給拒絶・差別的取扱いを行っている期間等が，供給拒絶・差別的取扱いが排除行為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，供給拒絶・差別的取扱いが長期間にわたって行われている場合は，そうでない場合と比較して，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

オ　行為の態様

行為者の川上市場における商品の価格，供給先事業者との取引の条件・内容，行為者の意図・目的等が，供給拒絶・差別的取扱いが排除行

為となるか否かを判断するに当たって考慮される。

例えば，行為者が一部の供給先事業者に対して供給する川上市場における商品の価格が，供給の内容その他の条件の相違に基づく合理的な範囲を超えて他の供給先事業者に対する価格よりも高く設定されている場合は，当該一部の供給先事業者にとって仕入原価が高くなるため，その販売する川下市場における商品の価格をより高く設定せざるを得なくなる。この場合において，特に，当該一部の供給先事業者にとっての仕入原価が，他の供給先事業者が販売する川下市場における商品の販売価格（行為者自ら川下市場における商品を販売している場合は，当該商品の販売価格を含む。）を上回るようなときは，当該一部の供給先事業者は経済的合理性のある事業活動によって他の供給先事業者（又は行為者）に対抗することができないと考えられる。したがって，拒絶等を受けた供給先事業者の川下市場における事業活動を困難にさせると認められやすくなる。

（３）具体例

ア　Ｘ社ら１０社は，ぱちんこ機の製造に関する多くの特許権等を所有すると同時に，国内において販売されるぱちんこ機のほとんどを供給する製造販売業者である。Ｘ社ら１０社は，その所有する特許権等の管理をＹ連盟に委託するとともに，これらに係る発明等の実施許諾の意思決定に実質的に関与していた。Ｙ連盟が所有又は管理運営する特許権等は，ぱちんこ機の製造を行う上で重要な権利であり，これらに係る発明等の実施許諾を受けることなくぱちんこ機を製造することは困難な状況にあった。Ｘ社ら１０社及びＹ連盟は，ぱちんこ機の製造分野（川下市場）への参入を排除する旨の方針に基づき，Ｙ連盟が所有又は管理運営する特許権等の集積を図り，これらに係る発明等の実施許諾に係る市場（川上市場）において，既存のぱちんこ機製造業者以外の者に対しては実施許諾を拒絶するなどにより，参入を希望する事業者がぱちんこ機の製造を開始できないようにした。このようなＸ社ら１０社及びＹ連盟の行為は，ぱちんこ機を製造しようとする者の事業活動を排除するものであると認定された。（平成９年８月６日勧告審決，平成９年（勧）第５号）

イ　Ｘ社は，東日本地区を業務区域として地域電気通信事業を営む者であり，光ファイバ通信サービスの提供基盤となる加入者光ファイバの保有量においても，戸建て住宅向け光ファイバ通信サービスの開通件数にお

いても，東日本地区のほぼ全域において極めて大きなシェアを占めていた。そのため，加入者光ファイバ設備を保有しない者にとって，戸建て住宅向け光ファイバ通信サービス市場（川下市場）においてサービスを提供するには，加入者光ファイバ設備接続市場（川上市場）においてＸ社の保有する加入者光ファイバ設備に接続することが極めて重要であった。このような状況において，Ｘ社は，自ら光ファイバ通信サービスを提供するに当たり，他の電気通信事業者がＸ社に支払う接続料金を下回るユーザー料金を設定した。このため，新規事業者は，ユーザーを獲得するためには，Ｘ社に接続料金を支払いながらＸ社のユーザー料金に対抗するユーザー料金を設定しなければならず，逆ざやが生じて大幅な赤字を負担せざるを得ないこととなり，戸建て住宅向け光ファイバ通信サービス事業に参入することは事実上著しく困難となった。このようなＸ社の行為は，Ｘ社の加入者光ファイバ設備に接続して戸建て住宅向け光ファイバ通信サービスを提供しようとする事業者の事業活動を排除するものであると認定された。（東京高判平成２１年５月２９日，平成１９年（行ケ）第１３号）

第３　一定の取引分野における競争を実質的に制限すること

１　一定の取引分野

（１）基本的考え方

排除型私的独占に該当するか否かについては，前記第２の排除行為により一定の取引分野における競争に与える影響がどのようなものであるかという観点から判断される。

この場合における一定の取引分野とは，排除行為によって競争の実質的制限がもたらされる範囲をいい，その成立する範囲は，具体的な行為や取引の対象・地域・態様等に応じて相対的に決定されるべきものである。したがって，一定の取引分野は，不当な取引制限と同様，具体的行為や取引の対象・地域・態様等に応じて，当該行為に係る取引及びそれにより影響を受ける範囲を検討し，その競争が実質的に制限される範囲を画定して決定されるのが原則である。

また，排除型私的独占は，単独の事業者によって行われることが多く，加えて，排除行為は多種多様であり，排除行為として複数の行為がなされることもある。このため，排除型私的独占に係る一定の取引分野の画定については，排除行為に係る取引及びそれにより影響を受ける範囲を検討する際に，必要に応じて，需要者（又は供給者）にとって取引対象商品（注

１９）と代替性のある商品の範囲（後記（２））又は地理的範囲（後記（３））がどの程度広いものであるかとの観点を考慮することになる。

（注１９）排除行為が前記第２の４の「抱き合わせ」に該当する場合は従たる商品を指し，前記第２の５の「供給拒絶・差別的取扱い」に該当する場合は川下市場における商品を指す。

（２）商品の範囲

商品の範囲は，主として需要者からみた商品の代替性という観点から画定される。需要者にとっての商品の代替性の程度は，当該商品の効用等の同種性の程度と一致することが多く，商品の範囲は当該商品の効用等の同種性の程度により判断できることが多い。

また，商品の範囲が画定されるに当たり，需要者からみた代替性の程度のほかに，必要に応じて，供給者が多大な追加的費用やリスクを負うことなく，短期間のうちに，ある商品から他の商品に製造・販売を転換し得るか否かが考慮されることがある。

商品の効用等の同種性の程度について評価を行うに当たっては，次のような事項が考慮される。

ア　用途

ある商品と取引対象商品が同一の用途に用いられているか否か，又は用いることができるか否かが考慮される。

同一の用途に用いることができるか否かを判断するに当たっては，商品の大きさ，形状等の外形的な特徴や，強度，可塑性，耐熱性，絶縁性等の物性上の特性，純度等の品質，規格，方式等の技術的な特徴等が総合的に考慮される（ただし，これらの特徴がある程度異なっていても，同一の用途に用いることができると認め得る場合がある。）。

なお，取引対象商品が複数の用途に用いられている場合には，それぞれの用途ごとに，商品が同一の用途に用いられているか否か，又は用いることができるか否かが考慮される。

イ　価格・数量の動き等

価格水準の違い，価格・数量の動き等が考慮される場合がある。

例えば，ある商品と取引対象商品との間で，価格水準が大きく異なることから，又は価格水準に差はないが取引対象商品の使用から切り替え

るために設備の変更，従業員の訓練等の費用を要することから，取引対象商品の代わりとして当該商品が用いられることが少ないために，取引対象商品と当該商品とは効用等が同種であると認められない場合がある。

また，例えば，取引対象商品である甲商品の価格が上昇した場合に，需要者が甲商品に代えて乙商品を購入する結果として，乙商品の販売数量が増加し，又は乙商品の価格が上昇するといった関係がある場合には，甲商品は乙商品と効用等が同種であると認められる。

ウ　需要者の認識・行動

需要者の認識・行動が考慮される場合がある。

例えば，取引対象商品である甲商品と乙商品に物性上の特性等に違いがあっても，需要者が，商品丙を製造するための原料として甲商品と乙商品を併用しているため，甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められる場合がある。

また，取引対象商品の価格が過去に引き上げられたときに，需要者が取引対象商品に代えて別の商品を用いたことがあるか否かが考慮されることがある。

（３）地理的範囲

地理的範囲についても，商品の範囲と同様に，主として各地域の需要者からみた商品の代替性の観点から判断される。商品の代替性については，需要者及び供給者の行動や商品の輸送に係る問題の有無等から判断できることが多い。

需要者及び供給者の行動や商品の輸送に係る問題の有無等について評価を行うに当たっては，次のような事項が考慮される。

ア　供給者の事業地域，需要者の買い回る範囲等

需要者が，通常，どの範囲の地域から商品を購入することができるかという点については，需要者の買い回る範囲（消費者の購買行動等）や，供給者の販売網等の事業地域及び供給能力等が考慮される。

また，商品の価格が過去に引き上げられたときに，需要者がどの範囲の地域の供給者から当該商品を購入したかが考慮されることがある。

イ　商品の特性

鮮度を維持しやすいものであるか，破損しやすいものであるか，重量物であるか等の商品の特性は，商品について輸送可能な範囲や輸送の難易の程度に影響を与える。

ウ　輸送手段・費用等

輸送手段，輸送に要する費用が価格に占める割合，輸送に要する費用が輸送される地域間における商品の価格差より大きいか否か等の事情は，需要者が，通常，どの範囲の地域から商品を購入することができるかにおいて考慮される。

2　競争の実質的制限

（1）基本的考え方

独占禁止法第２条第５項に規定する「一定の取引分野における競争を実質的に制限する」の意義については，裁判例上，競争自体が減少して，特定の事業者又は事業者集団がその意思で，ある程度自由に，価格，品質，数量，その他各般の条件を左右することによって，市場を支配することができる状態を形成・維持・強化することをいうものと解される旨判示されている（東京高判平成２１年５月２９日，平成１９年（行ケ）第１３号）。

このような趣旨における市場支配的状態が形成・維持・強化されていれば，現実に価格の引上げ等が行われていない場合であっても，競争を実質的に制限すると認められる。

（2）判断要素

競争の実質的制限の存否は，一律に特定の基準によって判断されるのではなく，個別具体的な事件ごとに，次の事項を総合的に考慮して判断される（注２０）。

ア　行為者の地位及び競争者の状況

（ア）行為者の市場シェア及びその順位

供給者たる行為者の市場シェア（注２１）が大きく，その順位が高い場合には，一般に，行為者が取引対象商品の価格を引き上げようとしたときに，競争者が行為者に代わって当該商品を十分供給することが容易ではない。したがって，行為者が市場シェアの大きい第一位の事業者である場合や，行為者の市場シェアと競争者の市場シェアとの

格差が大きい場合は，そうでない場合と比較して，行為者の取引対象商品の価格引上げに対する競争者の牽制力は弱くなると考えられることから，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

特に，これらの状況が過去から継続し，将来においても容易に変化すると見込めない場合は，そうでない場合と比較して，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

（イ）市場における競争の状況

従来,排除された事業者との間で競争が活発に行われてきたことが，市場全体の価格引下げや品質・品揃えの向上等につながってきたと認められる場合は，そうでない場合と比較して，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

また，排除行為により，少数の有力な事業者に市場シェアが集中する場合は，そうでない場合と比較して，各事業者の利害が共通することが多いため，協調的な行動が取られやすくなることから，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

（ウ）競争者の状況

価格・品質面で優れた商品を販売する競争者や原材料調達力，技術力，販売力，信用力，ブランド力，広告宣伝力等の総合的な事業能力が高い競争者が，市場において競争的な行動をとることが困難となる場合は，そうでない場合と比較して，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

また，競争者の供給余力が十分でない場合は，そうでない場合と比較して，行為者が取引対象商品の価格を引き上げることに対して牽制力が働かないことがある。したがって，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

イ　潜在的競争圧力

一般に，参入が容易ではなく，行為者が取引対象商品の価格を引き上げても一定の期間に他の事業者が新たに参入する可能性が低い場合は，行為者が価格等をある程度自由に左右することが可能となることから，そうでない場合と比較して，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

潜在的な競争圧力が十分働いているか否かについては，次の事項を総

合的に考慮して，一定の期間に他の事業者が新たに参入する可能性が，行為者が価格等をある程度自由に左右することを妨げる要因となり得るか否かが判断される（注２２）。

（ア）制度上の参入障壁の程度

法令等に基づく規制が参入の障壁となっている場合は，そうでない場合と比較して，行為者が取引対象商品の価格を引き上げたとしても参入が行われないこととなるため，潜在的な競争圧力は働きにくい。

（イ）実態面での参入障壁の程度

参入のための必要資本量が大きく，立地条件，技術条件，原材料調達の条件，販売面の条件等について参入者が既存事業者に比べて不利な状況に置かれている場合は，そうでない場合と比較して，潜在的な競争圧力は働きにくい。

（ウ）参入者の商品と行為者の商品との代替性の程度

参入者の商品と行為者の商品との代替性が高い場合には，そうでない場合と比較して，需要者は躊躇なく参入者の商品を購入・使用することができると考えられるため，潜在的な競争圧力は働きやすい。

他方，参入者が行為者と同等の品質の商品を同等の品揃えで製造・販売することが困難であるような場合や，需要者の使い慣れの問題から参入者の商品が選好されないような場合は，そうでない場合と比較して，潜在的な競争圧力は働きにくい。

ウ　需要者の対抗的な交渉力

需要者が取引先を変更することが困難であるなどの事情により，行為者に対して対抗的な交渉力を有していない場合には，そうでない場合と比較して，行為者が価格等をある程度自由に左右することが可能となることから，競争を実質的に制限していると判断されやすい。

他方，需要者が供給先を切り替えることが容易である場合や切替えの可能性を供給者に示すことによって需要者の価格交渉力が生じている場合のように，需要者の調達方法，供給先の分散の状況，変更の難易の程度等からみて需要者の価格交渉力が強い場合は，そうでない場合と比較して，行為者が価格等をある程度自由に左右することをある程度妨げる要因となる。したがって，競争を実質的に制限していると判断されに

くい。

エ　効率性

行為者の排除行為に付随して，規模の経済，生産設備の統合，工場の専門化，輸送費用の削減，研究開発体制の効率化等により，生産性の向上，技術革新，事業活動の効率性の向上がもたらされ，行為者が競争的な行動をとることが見込まれる場合には，競争の実質的制限の判断に際してこのような事情が考慮されることがある。

この場合において，効率性の向上が考慮されるのは，①行為に固有の効果として効率性が向上し，それがより競争制限的でない他の方法によっては生じ得ないものであることが認められ，かつ，②当該効率性の向上により，商品の価格の低下，品質の向上，新商品の提供等の成果が需要者に還元され，需要者の厚生が増大するものであることが認められるときである。

例えば，抱き合わせについて，従たる商品に規模の経済が認められる場合であって，主たる商品と抱き合わせて販売する以外の方法では従たる商品の需要を高めることができない場合が考えられる。このような場合において，実際に従たる商品の供給量が増大し，それに伴って需要者に安い価格で提供され，市場における競争が促進されることにより需要者厚生が増大していると認められるときは，このような事情を考慮した上で，競争を実質的に制限するか否かが判断される。

ただし，排除行為が独占又は独占に近い状態をもたらす場合には，通常，競争を実質的に制限すると判断される。

オ　消費者利益の確保に関する特段の事情

問題となる行為が，安全，健康，その他の正当な理由に基づき，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ものである場合には，例外的に，競争の実質的制限の判断に際してこのような事情が考慮されることがある。すなわち，独占禁止法第１条に記載された，公正かつ自由な競争を促進し，もって，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という目的から首肯され得るような特段の事情がある場合には，当該行為が「競争を実質的に制限すること」という要件に該当しないこともあり得る（注２３）。

例えば，ある地域においてシェア約５０パーセントのガス機器販売業

者が，一酸化炭素中毒による重大事故を防止する観点から，不完全燃焼防止装置付きのガス機器への買替え需要を喚起するために，不完全燃焼防止装置が装備されていないガス機器を使用する者に対し，供給に要する費用を下回る価格で自社の不完全燃焼防止装置付きのガス機器を販売するような場合には，その行為は重大事故を未然に防止するという目的に基づくものであって，一般消費者の利益につながるとともに，それが競争に与える影響は限定的であることが多いと考えられることから，このような事情を勘案した上で，競争を実質的に制限するか否かが判断される。

ただし，排除行為が独占又は独占に近い状態をもたらす場合には，通常，競争を実質的に制限すると判断される。

（注２０）排除行為が前記第２の５の「供給拒絶・差別的取扱い」に該当する場合における競争の実質的制限の存否については，川下市場における市場支配的状態が形成・維持・強化されているか否かによって判断されるため，川下市場における供給先事業者とその競争者を中心にそれぞれの事項が判断される。

（注２１）市場シェアは，一定の取引分野における商品の取引数量に占める各事業者の商品の取引数量の百分比による。ただし，当該商品にかなりの価格差がみられ，価額で供給実績等を算定するという慣行が定着していると認められる場合など，数量によることが適当でない場合には，取引額により市場シェアを算出する。

また，複数の事業者が結合又は通謀して行為者となる場合の市場シェアは，各行為者の市場シェアを合算した値による。

（注２２）前記第２の２の「商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定」による排除行為については，行為者が取引対象商品の価格を引き上げたとしても，法令等に基づく規制や立地，技術，原材料調達等の諸条件による参入障壁が低いため有効な牽制力のある事業者が短期間のうちに参入することが現実的に見込める場合がある。このような場合には，当該行為が競争を実質的に制限するものであると判断されることはない。

（注２３）独占禁止法第１条の目的規定の位置付けに関しては，判例上，

同法第２条第６項にいう「公共の利益に反して」の解釈において，原則としては同法の直接の保護法益である自由競争経済秩序に反することを指すが，現に行われた行為が形式的にこれに該当する場合であっても，この法益と当該行為によって守られる利益とを比較衡量して，「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」という同法の究極の目的に実質的に反しないと認められる例外的な場合を，この規定にいう「不当な取引制限」行為から除外する趣旨と解すべき旨判示されている（最判昭和５９年２月２４日，昭和５５年（あ）第２１５３号）。

流通取引慣行ガイドライン

はじめに

第１部　事業者間取引の継続性・排他性に関する独占禁止法上の指針
第一　顧客獲得競争の制限
第二　共同ボイコット
第三　単独の直接取引拒絶
第四　取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限
第五　不当な相互取引
第六　継続的な取引関係を背景とするその他の競争阻害行為
第七　取引先事業者の株式の取得・所有と競争阻害

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
第一　再販売価格維持行為
第二　非価格制限行為
第三　リベートの供与
第四　流通業者の経営に対する関与
第五　小売業者による優越的地位の濫用行為

第３部　総代理店に関する独占禁止法上の指針
第一　競争者間の総代理店契約
第二　総代理店契約の中で規定される主要な事項
第三　並行輸入の不当阻害

（付）親子会社間の取引

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
公正取引委員会事務局

改正：平成１７年１１月　１日
改正：平成２２年　１月　１日
改正：平成２３年　６月２３日

はじめに

１　流通・取引に関する慣行は、歴史的、社会的背景の中で形成されてきたものであり、世界の各国において様々な特色を持っているが、その在り方については、常に見直され、より良いものへと変化していくことが求められているものである。我が国の流通・取引慣行についても、国民生活に真の豊かさが求められ、また、経済活動がグローバル化し我が国の国際的地位も向上する中で、消費者の利益が一層確保され、我が国の市場が国際的により開放的になるようなものへと変化していくことが求められている。そのためには、公正かつ自由な競争を促進し、市場メカニズムの機能を十分に発揮し得るようにしていくことが重要であり、具体的には、①事業者の市場への自由な参入が妨げられず、②それぞれの事業者の取引先の選択が自由かつ自主的に行われ、③価格その他の取引条件の設定がそれぞれの事業者の自由かつ自主的な判断で行われ、また、④価格、品質、サービスを中心とした公正な手段による競争が行われることが必要である。

本指針は、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ようとするものである。

２　本指針第１部は、主として生産財・資本財の生産者と需要者との間の取引を念頭に置いて、事業者間取引の継続性・排他性に関する独占禁止法上の指針を、第２部は、主として消費財が消費者の手元に渡るまでの流通取引を念頭に置いて、流通分野における取引に関する独占禁止法上の指針を示したものである。

しかし、生産財・資本財と消費財とで独占禁止法上の考え方を異にするものではない。すなわち、消費財について、第２部で考え方が示されていない事項であっても、第１部で示されているものについては、第１部と同様の考え方によって判断される。また、生産財・資本財について、第１部で考え方

が示されていない事項であっても、第２部で示されているものについては、第２部と同様の考え方によって判断される。

　また、第３部は、財の性格にかかわらず国内市場全域を対象とする総代理店に関する独占禁止法上の指針を示したものであり、第３部で考え方が示されていない事項であっても、第１部又は第２部で示されているものについては、第１部又は第２部と同様の考え方によって判断される。

　本指針は、主として財の取引について独占禁止法上の考え方を示したものであるが、役務の取引についてもその考え方は基本的には同様である。

３　本指針で取り上げた行為類型のうち、第１部の「顧客獲得競争の制限」及び「共同ボイコット」並びに第２部の「再販売価格維持行為」等については、原則として独占禁止法上違反となるものである。一方、それ以外の行為類型については、当該行為が市場における競争に与える影響を個別具体的に検討した上で、独占禁止法に違反するか否かが判断されるものである。

　また、本指針は、流通・取引慣行に関し、独占禁止法上問題となる主要な行為類型についてその考え方を示したものであるが、独占禁止法上問題となる行為はこれに限られるものではない。例えば、価格カルテル、供給量制限カルテル、購入数量カルテル、入札談合などは原則として独占禁止法に違反するものであることはいうまでもない。したがって、本指針に取り上げられていない行為が独占禁止法上問題となるかどうかは、同法の規定に照らして個別具体的に判断されるものである。

第１部　事業者間取引の継続性・排他性に関する独占禁止法上の指針

１　生産財・資本財を中心とした事業者間の取引では、特定の取引先事業者と継続的に取引が行われている場合がある。

　事業者が公正かつ自由な競争を通じ、価格、品質、サービス等の取引条件の優劣に基づいた自主的判断によって取引先の選択を行い、その結果、事業者間の取引が継続的なものとなっているのであれば、独占禁止法上問題となるものではない。

　また、事業者は取引先を選択するに当たり、個々の取引における価格、品質、サービス等の取引条件の優劣に加え、供給の安定性、技術開発力、自己の要求への対応の弾力性など購入先の事業者総体としての評価をも併せ考慮する場合がある。事業者が取引先から購入しようとする商品・役務の取引条件の優劣の判断をかかる観点からも行い、その結果、事業者間の取引が継続的なものとなっているのであれば、独占禁止法上問題となるものではない。

　しかし、事業者が、既存の取引関係の継続を確実にするために他の事業者との間で相互に既存の取引関係を尊重しこれを優先させることを話し合った

り、他の事業者と共同して競争者を排除するような行為を行えば、顧客の獲得をめぐって行われる競争が制限されたり、新たな競争者の参入が妨げられ、市場における競争が制限されることとなる。また、事業者が、自己の競争者と取引しないことを条件として取引先事業者と取引したり、取引先事業者が自己の競争者と取引しないよう圧力をかけたりすれば、新規参入者の参入阻害など市場における競争に悪影響を及ぼすこととなる。

2　事業者は、いわゆる安定株主作りのために取引先事業者と株式を相互に持ち合ったり、取引の円滑化のために取引先事業者の株式を所有したりする場合がある。

　会社が他の会社の株式を取得し、又は所有することは、競争秩序に影響を及ぼす場合もあることから、独占禁止法上各種の規制がなされているが、これらの規制に抵触しない限り、会社は原則として自由に他の会社の株式を取得し、又は所有することができる。

　しかし、株式の取得又は所有自体が規制の対象とならない場合であっても、事業者が取引先事業者の株式を所有していることを手段として株式を所有されている取引先事業者が自己の競争者と取引しないようにさせて取引を継続したり、株式所有関係にある事業者との取引を優先して取引を継続したりすれば、新規参入者等の株式所有関係にない事業者の参入阻害など市場における競争に悪影響を及ぼすことになる。

　また、特定の事業者が多くの取引先事業者の株式を所有したり、種々の業種に属する事業者が相互に株式を持ち合い、役員を派遣することなどによって、いわゆる企業集団が形成されている場合があるが、同一の集団に属する事業者間の取引についても同様に考えられる。

3　以下では、主として生産財・資本財の生産者と需要者との間の取引を念頭において、継続的な取引関係を形成・維持するために行われ、又はこれを背景として行われる、競争者の新規参入を阻止し又は競争者を排除するおそれのある行為を中心に、主として不当な取引制限及び不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしている。

第一　顧客獲得競争の制限

1　考え方

　事業者が他の事業者と共同して、又は事業者団体が構成事業者の活動を制限して、既存の取引関係を尊重し相互に顧客の争奪を行わないこととしたり、相互に他の事業者が既に事業活動を行っている市場に進出しないこととする行為は、多くの事業者が継続的に取引を行っている場合に、既存の取引関係の継続を確実にするために行われることがある。また、このような行為

が行われると、その実効性を確保するため、新規参入者等を市場から排除しようとする行為が行われやすくなると考えられる。

　このような行為は、顧客の獲得をめぐって行われる競争を制限するものであり、原則として違法となる。

2　事業者が共同して行う顧客獲得競争の制限

　事業者が他の事業者と共同して、例えば次のような行為を行い、これによって事業者間の顧客の争奪が制限され、市場における競争が実質的に制限される場合には、当該行為は不当な取引制限に該当し、独占禁止法第三条の規定に違反する（注１）。

(1)取引先の制限

①製造業者が共同して、相互に他の事業者の顧客と取引しないことを取り決めること

②販売業者が共同して、相互に他の事業者の販売価格を下回る価格で売り込むことによって顧客を奪取することを制限すること

③販売業者が共同して、他の事業者の顧客と取引した場合には調整金を支払うことを取り決めること

④製造業者が共同して、各事業者が顧客を登録し、登録した顧客以外とは取引しないことを取り決めること

⑤販売業者が共同して、各事業者別にその販売先を制限すること

(2)市場の分割

①製造業者が共同して、各事業者別にその販売地域を制限すること

②販売業者が共同して、相互に他の事業者が既に販売活動を行っている地域で新たに販売活動を行わないことを取り決めること

③製造業者が共同して、各事業者別にその製造する商品の規格・品種を制限すること

④製造業者が共同して、相互に他の事業者が既に製造している種類の商品を新たに製造しないことを取り決めること

（注１）明示の決定がなされなくても、事業者間に取引先の制限又は市場の分割に関する暗黙の了解又は共通の意思が形成され、これによって市場における競争が実質的に制限されれば独占禁止法に違反する。以下、第１部において同じ。

3　事業者団体による顧客獲得競争の制限

　事業者団体が、構成事業者の活動について上記２（1）①～⑤又は（2）①～④のような行為を行い、これによって構成事業者間の顧客の争奪が制限され、市場における競争が実質的に制限される場合には、当該行為は独占禁止法第八条第一号の規定に違反する。また、これによって市場における競争が実質的に制限されるまでには至らない場合であっても、このような行為は構

成事業者の機能活動を不当に制限するものであり、原則として独占禁止法第八条第四号の規定に違反する。

第二　共同ボイコット

1　考え方

市場における公正かつ自由な競争の結果、ある事業者が市場から退出することを余儀なくされたり、市場に参入することができなかったとしても独占禁止法上問題となることはない。

しかし、事業者が競争者や取引先事業者等と共同して又は事業者団体が、新規参入者の市場への参入を妨げたり、既存の事業者を市場から排除しようとする行為は、競争が有効に行われるための前提条件となる事業者の市場への参入の自由を侵害するものであり、原則として違法となる。

共同ボイコットには、様々な態様のものがあり、それが事業者の市場への参入を阻止し、又は事業者を市場から排除することとなる蓋然性の程度、市場構造等により、競争に対する影響の程度は異なる。共同ボイコットが行われ、行為者の数、市場における地位、商品又は役務の特性等からみて、事業者が市場に参入することが著しく困難となり、又は市場から排除されることとなることによって、市場における競争が実質的に制限される場合には不当な取引制限として違法となる。市場における競争が実質的に制限されるまでには至らない場合であっても、共同ボイコットは一般に公正な競争を阻害するおそれがあり、原則として不公正な取引方法として違法となる。また、事業者団体が共同ボイコットを行う場合にも、事業者団体による競争の実質的制限行為又は競争阻害行為（一定の事業分野における事業者の数を制限する行為、構成事業者の機能活動を不当に制限する行為又は事業者に不公正な取引方法に該当する行為をさせるようにする行為）として原則として違法となる。

2　競争者との共同ボイコット

(1)競争関係にある事業者が共同して、例えば次のような行為を行い、これによって取引を拒絶される事業者が市場に参入することが著しく困難となり、又は市場から排除されることとなることによって、市場における競争が実質的に制限される場合（注２）は、当該行為は不当な取引制限に該当し、独占禁止法第三条の規定に違反する。

①製造業者が共同して、安売りをする販売業者を排除するために、安売り業者に対する商品の供給を拒絶し、又は制限すること

②販売業者が共同して、競争者の新規参入を妨げるために、取引先製造業者をして新規参入者に対する商品の供給を拒絶させ、販売業者は新規参入者に対する商品の供給を拒絶すること

③製造業者が共同して、輸入品を排除するために、取引先販売業者が輸入品を取り扱う場合には商品の供給を拒絶する旨通知して、当該販売業者をして輸入品を取り扱わないようにさせること

④完成品製造業者が共同して、競争者の新規参入を妨げるために、取引先原材料製造業者が新規参入者に対し原材料を供給する場合には取引を拒絶する旨通知して、当該原材料製造業者をして新規参入者に対する原材料の供給を拒絶させること

（注２）共同ボイコットによって、例えば、次のような状況となる場合には、市場における競争が実質的に制限されると認められる。

①価格・品質面で優れた商品を製造し、又は販売する事業者が市場に参入することが著しく困難となる場合又は市場から排除されることとなる場合

②革新的な販売方法をとる事業者などが市場に参入することが著しく困難となる場合又は市場から排除されることとなる場合

③総合的事業能力が大きい事業者が市場に参入することが著しく困難となる場合又は市場から排除されることとなる場合

④事業者が競争の活発に行われていない市場に参入することが著しく困難となる場合

⑤新規参入しようとするどの事業者に対しても行われる共同ボイコットであって、新規参入しようとする事業者が市場に参入することが著しく困難となる場合

(2)競争関係にある事業者が共同して、上記（1）①～④のような行為を行うことは、これによって市場における競争が実質的に制限されるまでには至らない場合であっても、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第一九条違反）（独占禁止法第二条第九項第一号又は一般指定一項（共同の取引拒絶））。

３　取引先事業者等との共同ボイコット

(1)事業者が取引先事業者等と共同して、例えば次のような行為を行い、これによって取引を拒絶される事業者が市場に参入することが著しく困難となり、又は市場から排除されることとなることによって、市場における競争が実質的に制限される場合には、当該行為は不当な取引制限に該当し（注３）、独占禁止法第三条の規定に違反する。

①複数の販売業者と複数の製造業者とが共同して、安売りをする販売業者を排除するために、製造業者は安売り業者に対する商品の供給を拒絶し、又

は制限し、販売業者は安売り業者に対し商品を供給する製造業者の商品の取扱いを拒絶すること

②製造業者と複数の販売業者とが共同して、輸入品を排除するために、販売業者は輸入品を取り扱わず、製造業者は輸入品を取り扱う販売業者に対する商品の供給を拒絶すること

③複数の販売業者と製造業者とが共同して、販売業者の新規参入を妨げるために、製造業者は新規参入者に対する商品の供給を拒絶し、販売業者は新規参入者に対し商品を供給する製造業者の商品の取扱いを拒絶すること

④複数の原材料製造業者と完成品製造業者とが共同して、輸入原材料を排除するために、完成品製造業者は輸入原材料を購入せず、原材料製造業者は輸入原材料を購入する完成品製造業者に対する原材料の供給を拒絶すること

（注３）不当な取引制限は、事業者が他の事業者と共同して「相互にその事業活動を拘束」することを要件としている（独占禁止法第二条第六項）。ここでいう事業活動の拘束は、その内容が行為者（例えば、製造業者と販売業者）すべてに同一である必要はなく、行為者のそれぞれの事業活動を制約するものであって、特定の事業者を排除する等共通の目的の達成に向けられたものであれば足りる。

なお、取引先事業者等との共同ボイコットにより、市場における競争が実質的に制限されると認められる場合の例については、上記（注２）を参照されたい。

(2)事業者が取引先事業者等と共同して、上記（1）①～④のような行為を行うことは、これによって市場における競争が実質的に制限されるまでには至らない場合であっても、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第二条第九項第一号若しくは一般指定一項（共同の取引拒絶）又は二項（その他の取引拒絶））。

４　事業者団体による共同ボイコット

事業者団体が、例えば次のような行為を行い、これによって取引を拒絶される事業者等が市場に参入することが著しく困難となり、又は市場から排除されることとなることによって、市場における競争が実質的に制限される場合（注４）には、当該行為は独占禁止法第八条第一号の規定に違反する。また、事業者団体が次のような行為を行うことは、これによって市場における競争が実質的に制限されるまでには至らない場合であっても、原則として独占禁止法第八条第三号、第四号又は第五号（独占禁止法第二条第九項第一号若しくは一般指定一項（共同の取引拒絶）又は二項（その他の取引拒絶））の規定に違反する。

①販売業者を構成事業者とする事業者団体が、輸入品を排除するために、構成事業者が輸入品を取り扱うことを禁止すること（独占禁止法第八条第一号又は第四号）
②販売業者及び製造業者を構成事業者とする事業者団体が、構成事業者である製造業者をして構成事業者である販売業者にのみ商品を供給し、アウトサイダーには商品を供給しないようにさせること（独占禁止法第八条第一号又は第四号）
③販売業者を構成事業者とする事業者団体が、アウトサイダーを排除するために、構成事業者の取引先である製造業者に対し、アウトサイダーに対し商品を供給しないよう要請する等によって圧力を加えること（独占禁止法第八条第一号又は第五号）
④販売業者を構成事業者とする事業者団体が、構成事業者の競争者の新規参入を妨げるために、構成事業者の取引先である製造業者に対し、新規参入者に対し商品を供給しないよう要請する等によって圧力を加えること（独占禁止法第八条第一号又は第五号）
⑤販売業者を構成事業者とする事業者団体が、事業者団体への新規加入を制限するとともに、構成事業者の取引先である製造業者をして、アウトサイダーに対する商品の供給を拒絶させること（独占禁止法第八条第一号、第三号又は第五号）
⑥役務を供給する事業者を構成事業者とする事業者団体が、当該事業者団体に加入しなければ事業を行うことが困難な状況において、事業者の新規加入を制限すること（独占禁止法第八条第一号又は第三号）

（注４）事業者団体による共同ボイコットにより、市場における競争が実質的に制限されると認められる場合の例については、上記（注２）を参照。

第三　単独の直接取引拒絶

１　考え方

事業者がどの事業者と取引するかは、基本的には事業者の取引先選択の自由の問題である。事業者が、価格、品質、サービス等の要因を考慮して、独自の判断によって、ある事業者と取引しないこととしても、基本的には独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、事業者が単独で行う取引拒絶であっても、例外的に、独占禁止法上違法な行為の実効を確保するための手段として取引を拒絶する場合には違法となり、また、競争者を市場から排除するなどの独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として取引を拒絶する場合には独占禁止法上問題となる。

２　単独の直接取引拒絶

事業者が、独占禁止法上違法な行為の実効を確保するための手段として、例えば次の①のような行為を行うことは、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項（その他の取引拒絶））。

また、市場における有力な事業者が、競争者を市場から排除するなどの独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として、例えば次の②～③のような行為を行い、これによって取引を拒絶される事業者の通常の事業活動が困難となるおそれがある場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項）。

①市場における有力な製造業者（注５）が、取引先販売業者に対し、自己の競争者と取引しないようにさせることによって、競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるようにするとともに、その実効性を確保するため、これに従わない販売業者との取引を拒絶すること（一般指定一一項（排他条件付取引）にも該当する。）

②市場における有力な原材料製造業者が、自己の供給する原材料の一部の品種を取引先完成品製造業者が自ら製造することを阻止するため、当該完成品製造業者に対し従来供給していた主要な原材料の供給を停止すること

③市場における有力な原材料製造業者が、自己の供給する原材料を用いて完成品を製造する自己と密接な関係にある事業者（注６）の競争者を当該完成品の市場から排除するために、当該競争者に対し従来供給していた原材料の供給を停止すること

（注５）「市場における有力な事業者」については、下記（注７）を参照。

（注６）「自己と密接な関係にある事業者」とは、自己と共通の利害関係を有する事業者をいい、これに該当するか否かは、株式所有関係、役員兼任・派遣関係、同一のいわゆる企業集団に属しているか否か、取引関係、融資関係等を総合的に考慮して個別具体的に判断される。以下、第１部において同じ。

第四　取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限

１　考え方

事業者が、自己の競争者と取引しないことを条件として取引先事業者と取引する場合には、当該取引先事業者は他の事業者と取引できないこととなり、競争者の取引の機会も減少するおそれがある。また、事業者が継続的に取引を行っている場合には、既存の取引関係を維持するために、取引先事業者が自己の競争者と取引しないよう圧力をかけるような行為が行われやすくなるとの懸念がある。

このような行為は、取引先事業者の取引先選択の自由を侵害するとともに、競争者の取引の機会を減少させるおそれがあるものであり、独占禁止法上問題となる。

2　取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限

市場における有力な事業者（注７）が、例えば次のように、取引先事業者に対し自己又は自己と密接な関係にある事業者の競争者と取引しないよう拘束する条件を付けて取引する行為（注８）又は取引先事業者に自己又は自己と密接な関係にある事業者の競争者との取引を拒絶させる行為を行い、これによって競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には（注９）、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項（その他の取引拒絶）、一一項（排他条件付取引）又は一二項（拘束条件付取引））（注10）。

①市場における有力な原材料製造業者が、取引先製造業者に対し、自己以外の原材料製造業者と取引する場合には原材料の供給を打ち切る旨通知し、又は示唆して、自己以外の原材料製造業者とは取引しないよう要請すること（一般指定一一項）

②市場における有力な完成品製造業者が、有力な部品製造業者に対し、自己の競争者である完成品製造業者には部品を販売せず、又は部品の販売を制限するよう要請し、その旨の同意を取りつけること（一般指定一一項又は一二項）

③市場における有力な金融業を営む事業者が、有力な販売業者に対し、自己と密接な関係にある製造業者とのみ取引することを条件として融資すること（一般指定一二項）

④市場における有力な製造業者が、取引先販売業者に対し、新規参入しようとする特定の製造業者からの取引の申込みに応じないようにさせること（一般指定二項）

（注７）「市場における有力な事業者」と認められるかどうかについては、当該市場（行為の対象となる商品と機能・効用が同様であり、地理的条件、取引先との関係等から相互に競争関係にある商品の市場）におけるシェアが一〇％以上又はその順位が上位三位以内であることが一応の目安となる。

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、「競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合」に違法となる。

市場におけるシェアが一〇％未満であり、かつ、その順位が上位四位以下である下位事業者や新規参入者が行う場合には、通常、競争者の取

引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことが困難となるおそれはなく、違法とはならない。

なお、「市場における有力な事業者」と認められるかどうかについては、下記第１部第五～第七の場合も同様である。

（注８）自己の競争者と取引しないこと等が取引先事業者との間で契約等で取り決められている場合だけでなく、何らかの人為的手段によってその行為の実効性が確保されている場合にも、自己の競争者との取引を拘束する条件を付けて、取引先事業者と取引しているものと認められる。

（注９）「競争者の取引の機会が減少し、 他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合」に当たるかどうかは、次の事項を総合的に考慮して判断することとなる。

①対象商品の市場全体の状況（市場集中度、商品特性、製品差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性等）

②行為者の市場における地位（シェア、順位、ブランド力等）

③当該行為の相手方の数及び市場における地位

④当該行為が行為の相手方の事業活動に及ぼす影響（行為の程度・態様等）

上記①の市場全体の状況としては、他の事業者の行動も考慮の対象となる。例えば、複数の事業者がそれぞれ並行的に自己の競争者との取引の制限を行う場合には、一事業者のみが行う場合に比べ市場全体として競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれが生じる可能性が強い。

なお、「競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合」に当たるかどうかについては、下記第一部第五～第七の場合も同様である。

（注10）例えば、次のように、自己の競争者と取引することを制限することについて独占禁止法上正当と認められる理由がある場合には、違法とはならない。

①完成品製造業者が部品製造業者に対し、原材料を支給して部品を製造させている場合に、その原材料を使用して製造した部品を自己にのみ販売させること

②完成品製造業者が部品製造業者に対し、ノウハウ（産業上の技術に係るものをいい、秘密性のないものを除く。）を供与して部品を製造させている場合で、そのノウハウの秘密を保持し、又はその流用を防止するために必要であると認められるときに自己にのみ販売させること

第五　不当な相互取引

1　考え方

(1)事業者間で継続的な取引が行われている場合には、既存の取引関係を極力継続させ、取引先事業者との信頼関係を維持するため、それぞれ相手方の必要とする商品を販売している取引の両当事者間で相互取引（取引の相手方からの商品の購入と、相手方への自己の商品の販売が関連付けられている取引をいう。）が行われることがある。なお、このような取引は、直接の当事者間だけではなく、一方の当事者と密接な関係にある事業者との間で行われることもある。

(2)事業者がそれぞれ価格、品質、サービス等が最も優れる商品を供給する取引先を自由に選択した結果、取引が相手方と相互に行われることとなったとしても、独占禁止法上問題とはならない。

　しかし、事業者が購買力を利用して取引先事業者に相互取引を条件付け、又は強制することは、当該取引先事業者の取引先選択の自由を侵害したり、当該事業者の競争者や相互取引に応じられない事業者の取引の機会を減少させるおそれがあるものであり、不当な相互取引として独占禁止法上問題となる。

(3)なお、事業者が、社内に購入・販売を統括する部門や担当者等を置き、購入・販売データの比較・突き合わせ、特定の取引先の購入・販売数量を記載したリストの体系的保持等を行うことや、購入部門・販売部門間で取引先リストの交換等を行うことは、債権保全等のためではなく、自己の特定の事業者からの購入実績を当該特定事業者への自己の商品等の販売に反映させるために行う場合には、不当な相互取引を誘発しやすい。

2　購買力を利用した相互取引

(1)購買市場における有力な事業者が、例えば次のように自己の商品を購入する旨の条件を付けて自己に商品を販売する継続的な取引の相手方と取引し、これによって当該有力な事業者から商品を購入せず、若しくは購入できない事業者又は当該有力な事業者の競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項（拘束条件付取引））（注11）。

①購入しなければ、相手方からの購入を打ち切り、又は購入数量を削減する旨申し出て、相手方に購入を要請すること

②調達担当者等が自己の購入取引に影響を及ぼす旨示唆して相手方に購入を要請すること

③各取引先事業者からの購入額を基礎として取引先事業者ごとに自己の商品の販売目標額を定め、これに達しない場合には相手方からの購入数量を削

減する旨申し出て、各取引先事業者に当該目標額を満たす購入を要請すること

④各取引先事業者における自己からの購入実績と自己に対する販売実績の比較表を公表し、自己からの購入実績の低い者からは、それに応じた数量しか購入しない旨示唆して、追加的購入を要請すること

⑤相手方の自己に対する販売の申込みに対し、自己又は自己の指定する事業者から役務の提供を受ければ相手方の商品を購入する旨申し出て、自己の商品の購入を要請すること

（注11）取引の一方の当事者が、取引先事業者から供給を受ける商品の品質の確保を図る等のためには、当該取引先事業者に対して当該商品の原材料を供給することが必要と認められるなど独占禁止法上正当と認められる理由がある場合には、違法とはならない（下記３の場合も同様である。）

(2)さらに、事業者がその購買力を利用して（注12）取引の相手方に対し、上記（1）①～⑤のような行為又は次のような行為を行い、その行われた状況（行為者の市場における地位、行為者と相手方との関係、市場構造、要請又は申入れの程度・態様等）から、相手方が当該事業者からの商品の購入を余儀なくされることとなる場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一〇項（抱き合わせ販売等））。

①購入の意思のない旨を明らかにした者に対して、自己が相手方から役務の提供を受けていることを告げて自己の商品の購入を要請し、これを購入させること

②相手方から購入する旨の申出がないにもかかわらず、一方的に商品を送付し、その販売代金を買掛金と相殺すること

（注12）行為者が自らの購買力のみならず、自己と密接な関係にある事業者の購買力を利用する場合には、これらが併せ考慮されることとなる（次の（3）においても同じ。）。

(3)また、継続的な取引関係にある事業者間で、取引上の地位が相手方より相対的に優越している（注13）一方の当事者が、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に、自己が商品を購入する相手方に対して自己又は自己の指定する事業者の販売する商品を購入させることは、取引の相手方の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するとともに、取引の相手方はその競争者との関係において競争上不利となる一方で、行為者はその競争者との関係において競争上有利となるおそれがあるものである。したがって、取引上優越した地位にある事業者が、例えば上記（1）①～⑤又は（2）①～②のような行為を行って自己が商品を購入する取引先事業者に自己又は自己の指定する事業者の販売する商品を購入させる場合には、当該行為は不公正な取

引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第二条第九項第五号（優越的地位の濫用））。

（注13）取引の一方の当事者（甲）が他方の当事者（乙）に対し取引上優越した地位にある場合とは、乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障をきたすため、甲が乙にとって著しく不利益な要請等を行っても、乙がこれを受け入れざるを得ないような場合であり、その判断に当たっては、甲に対する取引依存度、甲の市場における地位、取引先変更の可能性、その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実（取引対象商品の需給関係等）を総合的に考慮する。

3　事業者間の任意の取決めに基づいて行う相互取引

継続的な取引関係にある事業者間で、それぞれ自己の商品を相手方が購入する旨の条件を付けて相手方から商品を購入することを相手方と任意に取り決めて相互取引が行われる場合には、上記２の場合とは異なり、事業者が一方的に自己の商品を取引先事業者に購入させるものではないので、市場を閉鎖する程度が大きい場合にのみ問題となる。このような相互取引が行われると、取引の当事者は、自己の商品を購入している相手方との取引を優先し、相手方の競争者から取引の申込みがあっても消極的な対応しかせず、その結果、当該競争者は、当該取引の当事者との取引の機会を失うこととなろう。したがって、任意の取決めに基づいて行われる相互取引であっても、次のような場合には違法となる。

(1)市場における有力な事業者が、継続的な取引の相手方と、それぞれ自己の商品を相手方が購入する旨の条件を付けて相手方から商品を購入することを任意に取り決めて相互取引を行い、これによって当該相互取引の対象となる商品を販売する他の事業者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項（拘束条件付取引））。

(2)事業者が、任意に取り決めて、相手方が自己と密接な関係にある事業者の商品を購入することを条件として、相手方から商品を購入する場合等には上記（1）の考え方に従って判断されることとなる。同一のいわゆる企業集団に属する事業者間で任意に取り決めて相互取引が行われる場合も同様である。

第六　継続的な取引関係を背景とするその他の競争阻害行為

上記第五までに掲げた行為のほか、継続的な取引関係を背景として、例えば次のような行為をすることは、独占禁止法上問題となる。

1　対抗的価格設定による競争者との取引の制限

(1)事業者が、自己の商品の価格を市場の状況に応じて引き下げることは、まさに競争の現れであり、競争政策の観点から積極的に評価できよう。しかし、次の（2）のように競争者に対抗して価格を引き下げた場合には自己との取引を継続することを相手方に約束させることは、競争者の取引の機会を減少させるおそれがあるものであり、市場を閉鎖する程度が大きい場合には独占禁止法上問題となる。

(2)市場における有力な事業者が、継続的な取引関係にある取引の相手方に対し、その取引関係を維持するための手段として、自己の競争者から取引の申込みを受けたときには必ずその内容を自己に通知し、自己が対抗的に販売価格を当該競争者の提示する価格と同一の価格又はこれよりも有利な価格に引き下げれば、相手方は当該競争者とは取引しないこと又は自己との従来の取引数量を維持することを約束させて取引し、これによって当該競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一一項（排他条件付取引）又は一二項（拘束条件付取引））。

2　継続的な取引関係を背景とする優越的地位の濫用行為

継続的な取引関係を背景として取引上優越した地位にある事業者が、取引先事業者に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施する場合には、取引先事業者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するとともに、当該取引先事業者はその競争者との関係において競争上不利となる一方で、行為者はその競争者との関係において競争上有利となるおそれがあるものである。

このような行為は、不公正な取引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第二条第九項第五号（優越的地位の濫用））。

なお、継続的な取引関係を背景とする優越的地位の濫用は、親事業者と下請事業者との取引（下請取引）においても行われやすいが、下請取引においてこのような行為が行われる場合には、下請代金支払遅延等防止法第四条の規定に違反する。

（参考）

○下請代金支払遅延等防止法（昭和三一年法律第一二〇号）　（抄）

第四条　親事業者は、下請事業者に対し製造委託等をした場合は、次の各号（役務提供委託をした場合にあつては、第１号及び第４号を除く。）に掲げる行為をしてはならない。

一　下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付の受領を拒むこと。

二　下請代金をその支払期日の経過後なお支払わないこと。

三　下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減ずること。

四　下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付を受領した後、下請事業者にその給付に係る物を引き取らせること。

五　下請事業者の給付の内容と同種又は類似の内容の給付に対し通常支払われる対価に比し著しく低い下請代金の額を不当に定めること。

（以下略）

第七　取引先事業者の株式の取得・所有と競争阻害

1　考え方

(1)会社が他の会社の株式を取得し、又は所有することは、競争秩序に影響を及ぼす場合もあることから、独占禁止法上、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合には株式の取得又は所有を禁止する規定のほか、事業支配力の過度の集中を防止する観点から、事業支配力が過度に集中することとなる会社を設立すること等を禁止する規定及び銀行又は保険会社の議決権の取得又は保有を制限する規定が設けられている（注14）。しかし、これらの規定に抵触しない限り、会社は原則として自由に他の会社の株式を取得し、又は所有することができる。

(2)会社の株式の取得又は所有自体が規制の対象とならない場合であっても、事業者が取引先事業者の株式を所有していることを手段として、取引先事業者が自己の競争者と取引することを制限する行為や、自己が株式を所有していない事業者との取引を不当に拒絶する行為は、新規参入者等の株式所有関係のない事業者の取引の機会を減少させるおそれがあるものであり、独占禁止法上問題となる。

　また、事業者は、取引の円滑化等のために取引先事業者と株式所有関係を形成する場合があるが、その際に、取引上優越した地位を利用して取引先事業者の株式を取得する等の行為を行うことは独占禁止法上問題となる。

(3)不公正な取引方法に該当する行為が行われる場合には、公正取引委員会は、違反行為の差止めのほか、当該行為を排除するために必要な措置を命ずることができる（独占禁止法第二〇条）。したがって、取引先事業者との株式所有関係を手段又は理由として不公正な取引方法に該当する行為が行われる場合に、違反行為を差し止めることとなるが、違反行為の差止めを命じても株式所有関係があれば、違反行為が反復され、又は反復されるおそれが強い等、違反行為を排除するために株式を処分させることが必要であると認められる場合には、株式の処分を命じることがある。

また、不公正な取引方法により取引先事業者の株式を取得し、又は所有する行為が行われた場合には、公正取引委員会は、株式の処分等違反行為を排除するために必要な措置を命ずることができる（独占禁止法第一七条の二）。

（注14）会社の株式の取得又は所有に対する独占禁止法上の規制

①競争を実質的に制限することとなる株式所有の禁止（独占禁止法第一〇条）

国内の会社の株式を取得し、又は所有することにより一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合には、当該株式の取得又は所有が禁止されている。

②事業支配力が過度に集中することとなる会社の設立等の禁止（独占禁止法第九条）

他の国内の会社の株式を所有することにより事業支配力が過度に集中することとなる会社を設立すること及び会社が国内においてこのような会社となることは禁止されている。

③銀行又は保険会社の議決権保有の制限（独占禁止法第一一条）

銀行又は保険会社は、国内の会社の議決権を五％（保険会社は一〇％）を超えて取得し、又は保有することを禁止されている。

2　不公正な取引方法による株式所有関係の形成

事業者は、取引の円滑化等を目的として、取引先事業者の株式を取得し、若しくは所有し、又は取引先事業者に自己の株式を取得させ、若しくは所有させる場合があるが、その際に、その手段として次のような行為が行われれば、当該行為は違法となる。

(1)不公正な取引方法により取引先事業者の株式を取得すること

会社は、不公正な取引方法によって国内の会社の株式を取得し、又は所有することを禁止されている（独占禁止法第一〇条）。不公正な取引方法によって取引先事業者の株式を取得する場合としては、株式の取得の方法それ自体が不公正な取引方法に該当する場合のほか、不公正な取引方法によって取引先事業者の通常の事業活動を困難にさせて株式を取得する場合がある。

事業者が、例えば次のような手段を用いて取引先事業者の株式を取得することは、不公正な取引方法による株式取得に該当し、独占禁止法第一〇条の規定に違反する。

①取引上優越した地位にある完成品製造業者が、取引先部品製造業者に対し、自己に株式を取得させることを要求し、要求に従わない場合には取引を拒絶し、又は不当に不利益な条件を押し付けることを示唆する等によって、当該部品製造業者に第三者割当増資等を行うことを余儀なくさせて株式を取得すること（独占禁止法第二条第九項第五号（優越的地位の濫用））

②市場における有力な完成品製造業者が、株式所有関係のない部品製造業者の取引先原材料製造業者をして、当該部品製造業者に対し原材料を供給することを拒絶させることによって、当該部品製造業者の通常の事業活動を困難にさせて、その株主から株式を取得すること（一般指定二項（その他の取引拒絶））

(2)取引上優越した地位を利用して取引先事業者に自己の株式を所有させること

取引上優越した地位にある事業者が、その取引上の地位を利用して、例えば次のような行為を行い、これによって取引先事業者に対し正常な商慣習に照らして不当に経済上の利益を提供させ、又は取引の条件について取引先事業者に不利益を与えることとなる場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第二条第九項第五号）。

①取引上優越した地位にある完成品製造業者が、取引先部品製造業者に対し、自己の発行する株式の募集に応じない場合には取引を停止する旨示唆する等、その取引上の地位を利用して、自己の発行する株式の募集に応じさせること

②取引上優越した地位にある製造業者が、その取引上の地位を利用して、自己の株式を所有する取引先販売業者に対し、自己の株式を処分しないことを条件として商品を供給すること

3　取引先事業者の株式所有を手段又は理由とする排他的行為

事業者が取引先事業者の株式を所有し、又は取引先事業者と株式を相互に持ち合っている場合には、株式所有比率がそれほど高くなくても、株主であるという立場を利用して当該取引先事業者の意思決定に影響力を及ぼし、取引先の選択等について当該取引先事業者の自主的な判断を阻害する行為を行うことがあり得る。また、取引先事業者との間に株式の所有や相互持合いといった関係がある場合には、自己と株式所有関係のない事業者を市場から排除するために取引を拒絶する行為が行われることもあり得る。このような行為は、価格、品質、サービス等の取引条件の優劣に基づいた自主的な判断による取引先の選択を妨げるとともに、株式所有関係のない新規参入者等の取引の機会を減少させるおそれがあるものであり、独占禁止法上問題となる（行為者と取引先事業者が親子関係にある場合については、（付）「親子会社間の取引」を参照。）。

(1)株式所有を手段とする取引先事業者に対する自己の競争者との取引の制限

取引先事業者の株式を所有している市場における有力な事業者が、例えば次のような行為を行い、これによって競争者の取引の機会が減少し、他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができなくなるおそれがある場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる。

①市場における有力な完成品製造業者が、自己が株式を所有している取引先部品製造業者に対し、新規参入しようとする自己の競争者に対し部品を販売した場合には株式を処分し取引を停止する旨通知し、又は示唆して、当該競争者と取引しないようにさせること（一般指定二項（その他の取引拒絶））

②市場における有力な製造業者が、自己が株式を所有している取引先販売業者に対し、株主としての地位を利用して、自己の商品のみを取り扱う旨の同意を取りつけること（一般指定一一項（排他条件付取引））

(2)株式所有関係の有無を理由とする取引拒絶

事業者がどの事業者と取引するかは、基本的には事業者の取引先選択の自由の問題である。

しかし、市場における有力な事業者が、例えば次のように自己と株式所有関係のない事業者を市場から排除するために取引を拒絶し、これによって取引を拒絶される事業者の通常の事業活動が困難となるおそれがある場合には、当該行為は不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項）。

①市場における有力な完成品製造業者が、自己と株式所有関係のある部品製造業者の競争者を市場から排除するために、自己と株式所有関係のない部品製造業者からの部品の購入を打ち切ること

②完成品製造業者と株式所有関係がある市場における有力な部品製造業者が、完成品市場に新規参入しようとする事業者からの取引の申入れに対し、自己と株式所有関係がないことを理由に部品の販売を拒絶すること

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

１　対象範囲

メーカーは、自社商品の販売のため、直接の取引先のみならず末端の小売段階、消費者に至るまで、各種のマーケティングを行う場合がある。メーカーがこのようなマーケティングの一環として、流通業者の販売価格、取扱い商品、販売地域、取引先等に関与し、影響を及ぼす場合には、流通業者間の競争やメーカー間の競争を阻害する効果が生じやすい。

一方、大規模な小売業者がメーカー等に対して購買力を背景とした優越的な地位を利用して取引するような場合にも、競争阻害的効果が生じやすい。

以下では、主として消費財が消費者の手元に渡るまでの流通取引を念頭において、メーカー（注１）が流通業者に対して行う、販売価格、取扱い商品、販売地域、取引先等の制限、リベートの供与及び経営関与について、不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしている。

（注１）メーカーには、製造業者のほか、マーケティングの主体となっている総代理店、卸売業者等を含む。

２　不当廉売・差別対価

上記１のほか、流通に関する独占禁止法上の問題としては、不当廉売及び差別対価の問題がある。

不当廉売及び差別対価については、次のような行為が独占禁止法上の不公正な取引方法として禁止されている。

（１）不当廉売

①正当な理由がないのに、商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの（独占禁止法第二条第九項第三号）

②法第二条第九項第三号に該当する行為のほか、不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること（一般指定六項）

（２）差別対価

①不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品又は役務を継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの（独占禁止法第二条第九項第二号）

②法第二条第九項第二号に該当する行為のほか、不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品若しくは役務を供給し、又はこれらの供給を受けること（一般指定三項）

なお、小売業における不当廉売及びこれに関連する差別対価については、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（平成二一年一二月一八日）によって、その規制の考え方を明らかにしているところであり、これに基づき厳正に対処するものとする。

第一　再販売価格維持行為

１　考え方

(1)事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定することは、事業者の事業活動において最も基本的な事項であり、かつ、これによって事業者間の競争と消費者の選択が確保される。

メーカーがマーケティングの一環として、又は流通業者の要請を受けて、流通業者の販売価格を拘束する場合には、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることになることから、このような行為は原則として不公正な取引方法として違法となる。

(2)メーカーが設定する希望小売価格や建値は、流通業者に対し単なる参考として示されているものである限りは、それ自体は問題となるものではない（注２）。しかし、参考価格として単に通知するだけにとどまらず、その価格を守らせるなど、メーカーが流通業者の販売価格を拘束する場合には、上記（1）の行為に該当し、原則として違法となる。

（注２）メーカーが希望小売価格を設定する場合においては、「正価」、「定価」といった表示や金額のみの表示ではなく、「参考価格」、「メーカー希望小売価格」といった非拘束的な用語を用いるとともに、希望価格を流通業者や消費者に通知する場合は、通知文書等において、希望価格はあくまでも参考であること、流通業者の販売価格はそれぞれの流通業者が自主的に決めるべきものであることを明示することが望ましい。

２　再販売価格の拘束

(1)メーカーが流通業者の販売価格（再販売価格）を拘束することは、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第二条第九項第四号（再販売価格の拘束））。

(2)再販売価格の拘束の有無は、メーカーの何らかの人為的手段によって、流通業者がメーカーの示した価格で販売することについての実効性が確保されていると認められるかどうかで判断される。

次のような場合には、「流通業者がメーカーの示した価格で販売することについての実効性が確保されている」と判断される。

①文書によるか口頭によるかを問わず、メーカーと流通業者との間の合意によって、メーカーの示した価格で販売するようにさせている場合

（例）

ａメーカーの示した価格で販売することが文書又は口頭による契約において定められている場合

ｂメーカーの示した価格で販売することについて流通業者に同意書を提出させる場合

ｃメーカーの示した価格で販売することを取引の条件として提示し、条件を受諾した流通業者とのみ取引する場合

ｄメーカーの示した価格で販売し、売れ残った商品は値引き販売せず、メーカーが買い戻すことを取引の条件とする場合

②メーカーの示した価格で販売しない場合に経済上の不利益を課し、又は課すことを示唆する等、何らかの人為的手段を用いることによって、当該価格で販売するようにさせている場合

（例）

ａメーカーの示した価格で販売しない場合に出荷停止等の経済上の不利益（出荷量の削減、出荷価格の引上げ、リベートの削減、他の製品の供給拒

絶等を含む。以下同じ。）を課す場合、又は課す旨を流通業者に対し通知・示唆する場合

ｂメーカーの示した価格で販売する場合にリベート等の経済上の利益（出荷価格の引下げ、他の製品の供給等を含む。以下同じ。）を供与する場合、又は供与する旨を流通業者に対し通知・示唆する場合

ｃ次のような行為を行い、これによってメーカーの示した価格で販売するようにさせている場合

(ａ)メーカーの示した価格で販売しているかどうかを調べるため、販売価格の報告徴収、店頭でのパトロール、派遣店員による価格監視、帳簿等の書類閲覧等の行為を行うこと

(ｂ)商品に秘密番号を付すなどによって、安売りを行っている流通業者への流通ルートを突き止め、当該流通業者に販売した流通業者に対し、安売り業者に販売しないように要請すること

(ｃ)安売りを行っている流通業者の商品を買い上げ、当該商品を当該流通業者又はその仕入先である流通業者に対して買い取らせ、又は買上げ費用を請求すること

(ｄ)安売りを行っている流通業者に対し、安売りについての近隣の流通業者の苦情を取り次ぎ、安売りを行わないように要請すること

(3)再販売価格の拘束の手段として、取引拒絶やリベートの供与等についての差別取扱いが行われる場合には、その行為自体も不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項（その他の取引拒絶）又は四項（取引条件等の差別取扱い））。

(4)上記（2）において、メーカーが流通業者に対し示す価格には、確定した価格のほか、次のような価格も含まれる。

（例）

ａメーカー希望小売価格の○％引き以内の価格

ｂ一定の範囲内の価格（□円以上△円以下）

ｃメーカーの事前の承認を得た価格

ｄ近隣店の価格を下回らない価格

ｅ一定の価格を下回って販売した場合には警告を行うなどにより、メーカーが流通業者に対し暗に下限として示す価格

(5)上記（2）、（3）及び（4）の考え方は、メーカーが直接の取引先に対して行う場合のみならず、メーカーが間接の取引先である小売業者や二次卸等に対し、卸売業者を通じて、あるいは自ら直接に、その販売価格を拘束する場合にも当てはまる（独占禁止法第二条第九項第四号、一般指定二項又は四項）。

(6)なお、次のような場合であって、メーカーの直接の取引先が単なる取次ぎとして機能しており、実質的にみてメーカーが販売していると認められる場合には、メーカーが当該取引先に対して価格を指示しても、通常、違法とはならない。

①委託販売の場合であって、受託者は、受託商品の保管、代金回収等についての善良な管理者としての注意義務の範囲を超えて商品が滅失・毀損した場合や商品が売れ残った場合の危険負担を負うことはないなど、当該取引が委託者の危険負担と計算において行われている場合

②メーカーと小売業者（又はユーザー）との間で直接価格について交渉し、納入価格が決定される取引において、卸売業者に対し、その価格で当該小売業者（又はユーザー）に納入するよう指示する場合であって、当該卸売業者が物流及び代金回収の責任を負い、その履行に対する手数料分を受けとることとなっている場合など、実質的にみてメーカーが販売していると認められる場合

第二　非価格制限行為

１　考え方

(1)メーカーは、直接の取引先のみならず末端の小売段階に至るまで、自社商品を取り扱う流通業者に対して、各種のマーケティングを行う場合があり、メーカーの流通業者に対するこのようなマーケティングについては、各種の経営上の利点が指摘されているが、メーカーがマーケティングの手段として流通業者の取扱い商品、販売地域、取引先等の制限（以下「非価格制限行為」という。）をする場合には、次のような問題を生じる場合がある（注３）。

①流通業者の創意工夫による事業活動を妨げる。

②流通業者のメーカーに対する依存性を高め、流通業者がメーカーと協調的行動をとることによって末端価格が維持される。

③いわゆるブランド間競争（メーカー間の競争及び異なるブランドの商品を取り扱う流通業者間の競争）やブランド内競争（同一ブランドの商品を取り扱う流通業者間の競争）が減少・消滅する。

④メーカーや流通業者が新規に参入しようとする場合の障壁が高くなる。

⑤消費者の商品選択が狭められる。

（注３）特に、流通業者の取扱い商品の制限については、上記のような問題を生じやすいことから、流通業者がより消費者ニーズに適合した商品をその自主的な判断によって取り扱うことができるようになっていることが望ましい。

(2)メーカーの流通業者に対する非価格制限行為については、一般的に、その行為類型及び個別具体的なケースごとに市場の競争に与える影響が異なる。すなわち、非価格制限行為の中には、①行為類型のみから違法と判断されるのではなく、個々のケースに応じて、当該行為を行うメーカーの市場における地位等から、新規参入者など競争者を排除することとならないかどうか、当該商品についての価格競争を阻害することとならないかどうかなど、市場の競争に与える影響から違法となるか否かが判断されるもの及び②通常、価格競争を阻害するおそれがあり、当該行為を行うメーカーの市場における地位を問わず、原則として違法と判断されるものがある。

(3)メーカーが非価格制限行為を行っているかどうかについては、前記第一の２で述べた再販売価格についての拘束と同様、メーカーが流通業者に対し契約等で制限している場合だけでなく、メーカーの要請に従わない流通業者に対し経済上の不利益を課すなど何らかの人為的手段を用いることによって制限の実効性が確保されている場合にも、制限行為が行われていると判断される。

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として、例えば、

①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

②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

③メーカーが流通業者に対して、自己の商品と競争関係にある輸入品など特定の商品又は特定事業者の商品の取扱いを禁止し、又は制限すること

④メーカーが流通業者の取扱い能力の限度に近い販売数量の義務付けを行うことによって、競争品の取扱いを制限すること

等が挙げられる。

(2)市場における有力なメーカー（注４）が競争品の取扱い制限を行い、これによって新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合（注５）には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一一項（排他条件付取引）又は一二項（拘束条件付取引））。

（注４）「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、当該市場（制限の対象となる商品と機能・効用が同様であり、地理的条件、取引先との関係等から相互に競争関係にある商品の市場）におけるシェアが一〇％以上、又はその順位が上位三位以内であることが一応の目安となる。

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「新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合」に違法となる。

市場におけるシェアが一〇％未満であり、かつ、その順位が上位四位以下である下位事業者や新規参入者が競争品の取扱い制限を行う場合には、通常、新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれはなく、違法とはならない。

なお、「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、以下第２部において同様である。

（注５）「新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合」に当たるかどうかは、以下の事項を総合的に考慮して判断することになる。

①対象商品の市場全体の状況（市場集中度、商品特性、製品差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性等）

②当該制限を実施するメーカーの市場における地位（シェア、順位、ブランド力等）

③制限の対象となる流通業者の数及び市場における地位

④当該制限が流通業者の事業活動に及ぼす影響（制限の程度・態様等）

上記①の市場全体の状況としては、他のメーカーの行動も考慮の対象となる。例えば、複数のメーカーがそれぞれ並行的に競争品の取扱い制限を行う場合には、一メーカーのみが行う場合と比べ市場全体として新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれが生じる可能性が高い。

なお、「新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合」に当たるかどうかについては、以下第２部において同様である。

(3)上記（2）の考え方は、メーカーが卸売業者をして小売業者の競争品の取扱いを制限させる場合にも当てはまる（一般指定一二項）。

３　流通業者の販売地域に関する制限

(1)流通業者の販売地域に関する制限として、例えば、

①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（主たる責任地域を設定するのみであって、下記③又は④に当たらないもの。以下「責任地域制」という。）

②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（販売拠点を制限するのみであって、下記③又は④に当たらないもの。以下「販売拠点制」という。）

③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（以下「厳格な地域制限」という。）

④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（以下「地域外顧客への販売制限」という。）

等が挙げられる。

(2)責任地域制及び販売拠点制

メーカーが商品の効率的な販売拠点の構築やアフターサービス体制の確保等のため、流通業者に対して責任地域制や販売拠点制を採ることは、厳格な地域制限又は地域外顧客への販売制限に該当しない限り、違法とはならない。

(3) 厳格な地域制限

市場における有力なメーカー（注６）が流通業者に対し厳格な地域制限を行い、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合（注７）には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項（拘束条件付取引））（注８）。

（注６）「市場における有力なメーカー」と認められるかどうかについては、当該市場におけるシェアが一〇％以上、又はその順位が上位三位以内であることが一応の目安となる。

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「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に違法となる。

市場におけるシェアが一〇％未満であり、かつ、その順位が上位四位以下である下位事業者や新規参入者が厳格な地域制限を行う場合には、通常、当該商品の価格が維持されるおそれはなく、違法とはならない。

（注７）「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たるかどうかは、以下の事項を総合的に考慮して判断することになる。

①対象商品をめぐるブランド間競争の状況（市場集中度、商品特性、製品差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性等）

②対象商品のブランド内競争の状況（価格のバラツキの状況、当該商品を取り扱っている流通業者の業態等）

③制限の対象となる流通業者の数及び市場における地位

④当該制限が流通業者の事業活動に及ぼす影響（制限の程度・態様等）

例えば、市場が寡占的であったり、ブランドごとの製品差別化が進んでいて、ブランド間競争が十分に機能しにくい状況の下で、市場における有力なメーカーによって厳格な地域制限が行われると、当該ブランドの商品をめぐる価格競争が阻害され、当該商品の価格が維持されるおそれが生じることとなる。

なお、「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たるかどうかについては、以下第２部において同様である。

（注８）新商品のテスト販売や地域土産品の販売に当たり販売地域を限定する場合は、通常、これによって当該商品の価格が維持されるおそれはなく、違法とはならない。

(4)地域外顧客への販売制限

メーカーが流通業者に対し地域外顧客への販売制限を行い、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項）。

(5)上記（2）、（3）及び（4）の考え方は、メーカーが卸売業者をして小売業者の販売地域を制限させる場合にも当てはまる（一般指定一二項）。

４　流通業者の取引先に関する制限

(1)流通業者の取引先に関する制限として、例えば

①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（以下「帳合取引の義務付け」という。）

②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（以下「仲間取引の禁止」という。）

③メーカーが卸売業者に対して、安売りを行う小売業者への販売を禁止すること

等が挙げられる。

(2)帳合取引の義務付け

メーカーが流通業者に対し帳合取引の義務付けを行い、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項（拘束条件付取引））。

(3)仲間取引の禁止

仲間取引の禁止が、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など、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項）。

(4)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（注９）に小売業者へ販売しないようにさせることは、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがあり、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項（その他の取引拒絶）又は一二項）。

なお、メーカーが従来から直接取引している流通業者に対して、安売りを行うことを理由（注９）に出荷停止を行うことも、これによって当該商品の価格が維持されるおそれがあり、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定二項）。

（注９）「安売りを行うことを理由」にしているかどうかは、他の流通業者に対する対応、関連する事情等の取引の実態から客観的に判断される。

５　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として、具体的には、メーカーが小売業者に対して、

①商品の説明販売を指示すること

②商品の宅配を指示すること

③商品の品質管理の条件を指示すること

④自社商品専用の販売コーナーや棚場を設けることを指示すること

等が挙げられる。

(2)メーカーが小売業者に対して、販売方法（販売価格、販売地域及び販売先に関するものを除く。）を制限することは、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用の維持等、当該商品の適切な販売のための合理的な理由が認められ、かつ、他の取引先小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、メーカーが小売業者の販売方法に関する制限を手段として、小売業者の販売価格、競争品の取扱い、販売地域、取引先等についての制限を行っている場合（注10）には、前記第一及び第二の２から４において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される（独占禁止法第二条第九項第四号（再販売価格の拘束）、一般指定一一項（排他条件付取引）又は一二項（拘束条件付取引））。

（注10）例えば、当該制限事項を遵守しない小売業者のうち、安売りを行う小売業者に対してのみ、当該制限事項を遵守しないことを理由に出荷停止等を行う場合には、通常、販売方法の制限を手段として販売価格について制限を行っていると判断される。

(3)また、販売方法の一つである広告・表示の方法について、次のような制限を行うことは、これによって価格が維持されるおそれがあり、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項）。

①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

②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

(4)上記（2）及び（3）の考え方は、メーカーが卸売業者をして小売業者の販売方法を制限させる場合にも当てはまる（一般指定一二項）。

第三　リベートの供与

１　考え方

(1)メーカーの流通業者に対するリベート（一般的には、仕切価格とは区別されて取引先に制度的に又は個別の取引ごとに支払われる金銭をいう。）の供与の実態をみると、仕切価格の修正としての性格を有するもの、販売促進を目的としたもの等様々である。このように、リベートは、様々な目的のために支払われ、また、価格の一要素として市場の実態に即した価格形成を促進するという側面も有することから、リベートの供与自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、リベートの供与の方法によっては、流通業者の事業活動を制限することとなり、独占禁止法上問題となる場合がある（注11）。

（注11）メーカーが供与の基準の不明確なリベートを裁量的に提供する場合、特に、そうした不透明なリベートが流通業者のマージンの大きな割合を占める場合には、流通業者に対してメーカーの販売政策に従わせやすくするという効果を生じ、流通業者の事業活動を制限することとなりやすい。このため、メーカーにおいては、リベートの供与の基準を明確にし、これを取引の相手方に示すことが望ましい。

2　独占禁止法上問題となる場合

(1)流通業者の事業活動に対する制限の手段としてのリベート

流通業者に対し、メーカーの示した価格で販売しないためにリベートを削減する場合など、リベートを手段として、流通業者の販売価格、競争品の取扱い、販売地域、取引先等についての制限が行われる場合には、前記第一及び第二において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される（独占禁止法第二条第九項第四号（再販売価格の拘束）、一般指定一一項（排他条件付取引）又は一二項（拘束条件付取引））。

また、流通業者がいくらで販売するか、競争品を取り扱っているかどうか等によってリベートを差別的に供与する行為それ自体も、流通業者に対する違法な制限と同様の機能を持つ場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定四項（取引条件等の差別取扱い）以下（2）、（3）及び（4）も同様。）。

なお、いわゆる払込制（メーカーが流通業者からマージンの全部又は一部を徴収し、これを一定期間保管した後に、当該流通業者に払い戻すこと）が、流通業者に対する違法な制限の手段となっている場合又は違法な制限と同様の機能を持つ場合も、上記と同様に判断される。

(2)占有率リベート

メーカーは、流通業者の一定期間における取引額全体に占める自社商品の取引額の割合や、流通業者の店舗に展示されている商品全体に占める自社商品の展示の割合（占有率）に応じてリベートを供与する場合がある。

このような占有率リベートの供与が、競争品の取扱い制限としての機能をもつこととなる場合は、前記第二の２（流通業者の競争品の取扱いに関する制限）（2）において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される。

すなわち、市場における有力なメーカーが占有率リベートを供与し、これによって流通業者の競争品の取扱いを制限することとなり、その結果、新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定四項、一一項又は一二項）。

(3)著しく累進的なリベート

メーカーは、例えば、数量リベートを供与するに当たり、一定期間の流通業者の仕入高についてランクを設け、ランク別に累進的な供与率を設定する場合がある。累進的なリベートは、市場の実態に即した価格形成を促進するという側面を有するものであるが、その累進度が著しく高い場合には、自社製品を他社製品よりも優先的に取り扱わせる機能をもつ。

流通業者に対する著しく累進的なリベートの供与が、競争品の取扱い制限としての機能をもつこととなる場合は、前記第二の２（流通業者の競争品の取扱いに関する制限）（2）において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される。

すなわち、市場における有力なメーカーがこのようなリベートを供与し、これによって流通業者の競争品の取扱いを制限することとなり、その結果、新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定四項、一一項又は一二項）。

(4)帳合取引の義務付けとなるようなリベートを供与する場合

メーカーは、間接の取引先である小売業者に対しても、小売業者の当該メーカー商品の仕入高に応じて、直接に、又は卸売業者を通じてリベートを供与する場合がある。メーカーがこのようなリベートを供与する場合において、小売業者に対するリベートの供与額を計算するに当たって、当該メーカーの商品の仕入高のうち、特定の卸売業者からの仕入高のみを計算の基礎とする場合には、帳合取引の義務付けとしての機能をもつこととなりやすい。

このようなリベートの供与が、帳合取引の義務付けとしての機能をもつこととなる場合は、前記第二の４（2）（帳合取引の義務付け）において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される。

すなわち、このような機能をもつリベートの供与によって当該商品の価格が維持されるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定四項又は一二項）。

第四　流通業者の経営に対する関与

1　考え方

メーカーは、流通業者との取引に当たり、契約条項等によって、メーカーが流通業者の経営に関与する旨を条件とする場合がある。具体的な義務付けの内容は様々であるが、例えば、流通業者が定款、事業内容、資本の額、役員、主たる株主、取扱い商品、販売方法などを変更する場合には、メーカーの事前の承認なり協議等を義務付ける場合や、流通業者の販売状況に関する帳簿等の書類の提出を義務付ける場合がみられる。流通業者の経営に対する関与は、メーカーの販売政策を浸透させるためのほか、経営指導、債権保全、マーケティング情報の収集等様々な理由によって行われ、その行為自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、経営関与の方法、程度によっては、流通業者の事業活動を制限し、又は流通業者に不当に不利益を与えることとなり、独占禁止法上問題となる場合がある。

2　独占禁止法上問題となる場合

(1)メーカーが流通業者の経営に対する関与を手段として、流通業者の販売価格、競争品の取扱い、販売地域、取引先等について制限を行っている場合には、前記第一及び第二において述べた考え方に従って違法性の有無が判断される（独占禁止法第二条第九項第四号（再販売価格の拘束）、一般指定一一項（排他条件付取引）又は一二項（拘束条件付取引））。

(2)メーカーによる流通業者の経営に対する関与が、自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、兼業内容、販売数量等について過度の制限や義務を課すなどによって、正常な商慣習に照らして不当に相手方に不利益を与えることとなる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（独占禁止法第二条第九項第五号（優越的地位の濫用））。

(3)なお、フランチャイズ・システムにおける、フランチャイザー（フランチャイズの本部）のフランチャイジー（加盟店）に対する経営関与については、「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について」（平成十四年四月二十四日公表）を参照されたい。

第五　小売業者による優越的地位の濫用行為

1　事業者が、どのような条件で取引するかは基本的には取引当事者間の自主的な判断に委ねられるものであるが、小売業者が、納入業者に対し取引上優越した地位にある場合において、その地位を利用して、納入業者に対し押し付け販売、返品、従業員等の派遣の要請 、 協賛金等の負担の要請 、 多頻度

小口配送の要請等を行う場合には、優越的地位の濫用として独占禁止法上問題を生じやすい。

なお、独占禁止法による優越的地位の濫用の規制は、このような行為によって小売業者間あるいは納入業者間等における公正な競争が阻害されるおそれがある場合に当該行為を排除しようとするものである。

2　「小売業者が納入業者に対し取引上優越した地位にある場合」とは、当該納入業者にとって当該小売業者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障をきたすため、当該小売業者の要請が自己にとって著しく不利益なものであっても、これを受け入れざるを得ないような場合であり、その判断に当たっては、当該小売業者に対する取引依存度、当該小売業者の市場における地位、販売先の変更可能性、その他当該小売業者と取引することの必要性を示す具体的事実（商品の需給関係等）を総合的に考慮する。

3　小売業者による納入業者に対する優越的地位の濫用行為については、独占禁止法第二条第九号第五号によって規制されるほか、第二条第九項第六号の規定に基づき、公正取引委員会が指定する「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」(平成十七年公正取引委員会告示第十一号。一般消費者が日常使用する商品を販売する小売業者であって、①前事業年度における売上高が百億円以上、又は②一定以上の店舗面積の店舗を持つ者が対象。)によっても規制される。

なお、小売業者と納入業者との取引が、下請代金支払遅延等防止法にいう親事業者と下請事業者の取引に該当する場合であって、小売業者のブランドを表示した商品(いわゆるプライベート・ブランド商品)を製造し、納入する場合など、物品の製造委託に該当する場合には、同法の規制の対象となる。下請代金支払遅延等防止法に関しては、同法の運用に当たっての基本的な考え方を定めた「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」（平成十五年十二月十一日事務総長通達第十八号）を定めているので、これを参照されたい。

第３部　総代理店に関する独占禁止法上の指針

1　事業者は、国内事業者であると外国事業者であるとを問わず、自己の取り扱う商品を供給するに当たって、ある事業者に国内市場全域を対象とする一手販売権を付与する場合がある。このような一手販売権を付与される事業者は総発売元、輸入総代理店等と呼ばれるが（以下一手販売権を付与する事業者を「供給業者」、付与される事業者を「総代理店」、これらの間の契約を「総代理店契約」という。）、総代理店契約は、市場に参入するコストや参入に伴うリスクの軽減を図ることができ、また、総代理店となる事業者の組

織的販売活動が期待されるところから、外国事業者が国内市場に参入するために活用されることが多い。

2　このように、総代理店契約は一般的に競争促進に寄与し得るものであるが、契約対象商品や契約当事者の市場における地位又は行動いかんによっては、市場における競争を阻害することがある。以下では、総代理店契約という取引形態に着目して、不公正な取引方法に関する規制の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしている。

なお、「輸入総代理店契約等における不公正な取引方法に関する認定基準」（昭和四七年一一月二一日公表）及び「並行輸入の不当阻害に関する独占禁止法上の考え方について」（昭和六二年四月一七日公表）は、廃止される。

3　第３部の第二は総代理店契約の一方が他方に対して課す制限を対象としており、総代理店がマーケティングの主体となって流通業者に対して行う再販売価格維持行為、非価格制限行為等については、第２部の対象となる。

また、第３部の第三は、総代理店契約の中で規定される場合であると、供給業者又は総代理店の行為として行われる場合であるとを問わないものであり、総代理店が自らの判断で流通業者に対して行う行為も対象となる。

第一　競争者間の総代理店契約

1　考え方

競争関係にある事業者間において総代理店契約が締結されることがある。供給業者が自ら又は他の事業者を通じて参入すればより有効な競争単位としての機能を発揮し、市場における競争がより一層促進されることが期待されるところ、競争者間で総代理店契約が締結されると、これらの間の競争がなくなったり、また、総代理店となる事業者の市場における地位が一層強化、拡大されたりすることにより、市場における競争が阻害されることがある。競争者間の総代理店契約がこのような競争阻害効果を有するかどうかは、総代理店となる事業者の市場における地位、供給業者の総合的事業能力、当該市場の状況等によって異なるものである。

2　独占禁止法上問題となる場合

(1)総代理店となる事業者が契約対象商品と同種の商品（契約対象商品と機能・効用が同様であり、相互に競争関係にある商品をいう。以下第一において同じ。）を製造又は販売している場合であって、その市場におけるシェアが一〇％以上であり、かつ、その順位が上位三位以内であるときに、当該契約対象商品の供給業者と総代理店契約をすることは、競争阻害効果が生じる場合がある。競争阻害効果が生じるかどうかは、個別具体的なケースに即

し、以下の事項を総合的に考慮して、市場の競争に与える影響の程度を判断することとなり、競争阻害効果が生じると認められる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項（拘束条件付取引））。

①総代理店となる事業者のシェア、順位及びその競争者との格差の程度並びにそれらの変化の程度

②供給業者の総合的事業能力（売上高、ブランド力、市場における地位等）

③契約対象商品の国内市場におけるシェア及び順位

④当該市場における競争の状況（競争者の数、シェアの変動状況、新規参入の難易性等）

⑤契約対象商品の財としての特質、総代理店となる事業者の製造又は販売する商品と契約対象商品との競合の程度・密接な代替品の有無及び契約対象商品の販売価格の状況

⑥契約対象商品の流通に関する状況（流通への新規参入の難易性等）

(2)総代理店となる事業者のシェアが二五％以上、かつ、その順位が第一位である場合においても、上記（1）と同様に個別具体的なケースに即して判断するものであるが、このような地位にある事業者が競争関係にある供給業者と総代理店契約をすることは、通常、競争阻害効果が生じることとなるおそれが強いので、特に次の事項を重点的に考慮して判断することとなる。

①供給業者の総合的事業能力が大きくないかどうか。

②契約対象商品が既に国内市場においてある程度の地位を占めているものでないかどうか。

３　独占禁止法上問題とはならない場合

(1)上記２（1）、（2）のいずれにおいても、契約対象商品を国内市場で新たに販売開始するために行われるものであって、契約期間が短期間（契約期間が短期間であるかどうかは商品によって異なるが、三年ないし五年が一応の目安となる。）である場合、又は契約対象商品が総代理店となる事業者から技術供与を受けて製造され、若しくは当該事業者から製造委託されたものである場合は、原則として独占禁止法上問題とはならない。

(2)総代理店となる事業者が契約対象商品と同種の商品を製造又は販売している場合であって、その市場におけるシェアが一〇％未満又はその順位が第四位以下であるときに、当該契約対象商品の供給業者と総代理店契約をすることは、原則として独占禁止法上問題とはならない。

第二　総代理店契約の中で規定される主要な事項

１　独占禁止法上問題となる場合

(1)再販売価格の制限

供給業者が契約対象商品について、総代理店の販売価格を制限し、又は総代理店をして契約対象商品をそれから購入して販売する事業者（その事業者から当該商品を購入して販売する事業者を含む。以下「販売業者」という。）の販売価格を制限するようにさせることについては、第２部の第一（再販売価格維持行為）で示した考え方が適用される。

(2)競争品の取扱いに関する制限

①契約期間中における競争品の取扱い制限

供給業者が契約期間中において、総代理店の競争品の取扱いを制限し、又は総代理店をして販売業者の競争品の取扱いを制限するようにさせることについては、第２部の第二の２（流通業者の競争品の取扱いに関する制限）で示した考え方が適用される。ただし、契約期間中において、既に総代理店が取り扱っている競争品の取扱いを制限するものでない場合は、原則として独占禁止法上問題とはならない。

②契約終了後における競争品の取扱い制限

供給業者が契約終了後において総代理店の競争品の取扱いを制限することは、総代理店の事業活動を拘束して、市場への参入を妨げることとなるものであり、原則として独占禁止法上問題となる。ただし、秘密情報（販売ノウハウを含む。）の流用防止その他正当な理由があり、かつ、それに必要な範囲内で制限するものである場合には、原則として独占禁止法上問題とはならない。

(3)販売地域に関する制限

①供給業者が契約対象商品について、総代理店をして販売業者の国内における販売地域を制限するようにさせることについては、第２部の第二の３（流通業者の販売地域に関する制限）で示した考え方が適用される。

②供給業者が総代理店に対し許諾地域（総代理店に一手販売権が付与される地域をいう。以下同じ。）外において契約対象商品を自ら積極的に販売しない義務を課し、又は総代理店が供給業者をして許諾地域外における当該供給業者の直接の取引先が契約対象商品を許諾地域において自ら積極的に販売しないようにさせることは、原則として独占禁止法上問題とはならない。

(4)取引先に関する制限

①供給業者が契約対象商品について、総代理店の販売先を制限し、又は総代理店をして販売業者の取引先を制限するようにさせることについては、第２部の第二の４（流通業者の取引先に関する制限）で示した考え方が適用される。

②供給業者が総代理店に対し契約対象商品を自己又はその指定する者からのみ購入する義務を課すことは、原則として独占禁止法上問題とはならない。

(5)販売方法に関する制限

供給業者が契約対象商品について、総代理店の販売方法を制限し、又は総代理店をして販売業者の販売方法を制限するようにさせることについては、第２部の第二の５（小売業者の販売方法に関する制限）で示した考え方が適用される。

２　独占禁止法上問題とはならない場合

供給業者は、契約対象商品の一手販売権を付与する見返りとして、総代理店に対し、次のような制限・義務を課すことがあるが、これらは原則として独占禁止法上問題とはならない。

①契約対象商品の最低購入数量若しくは金額又は最低販売数量若しくは金額を設定すること

②契約対象商品を販売するため最善の努力をする義務を課すこと

第三　並行輸入の不当阻害

１　考え方

(1)総代理店契約が輸入品について行われる場合において、第三者が契約当事者間のルートとは別のルートで契約対象商品を輸入することがある（以下これを「並行輸入」といい、商標権を侵害しないいわゆる真正商品の輸入を前提としている。）。

並行輸入は一般に価格競争を促進する効果を有するものであり、したがって、価格を維持するためにこれを阻害する場合には独占禁止法上問題となる。

(2)並行輸入品と称する商品が真正商品でなく偽物である場合には、商標権侵害を理由にその販売を差し止めることができる。このほか、次のような場合において、商標の信用を保持するために必要な措置を採ることは、原則として独占禁止法上問題とはならない。

①商品仕様や品質が異なる商標品であるにもかかわらず、虚偽の出所表示をすること等により、一般消費者に総代理店が取り扱う商品と同一であると誤認されるおそれのある場合

②海外で適法に販売された商標品を並行輸入する場合に、その品質が劣化して消費者の健康・安全性を害すること等により、総代理店の取り扱う商品の信用が損なわれることとなる場合

(3)国内品について並行輸入の不当阻害と同様の行為が行われる場合においても基本的な考え方は上記と同様であるので、以下の考え方が適用される。

2　独占禁止法上問題となる場合

(1)海外の流通ルートからの真正商品の入手の妨害

並行輸入業者が海外の流通ルートから真正商品を入手してくることを妨げて、契約対象商品の価格維持を図ろうとすることがある。このような行為は、総代理店が取り扱う商品と並行輸入品との価格競争を減少・消滅させるものであり、総代理店制度が機能するために必要な範囲を超えた行為である。

したがって、総代理店又は供給業者が以下のような行為をすることは、それが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項（拘束条件付取引）又は一四項（競争者に対する取引妨害））。

①並行輸入業者が供給業者の海外における取引先に購入申込みをした場合に、当該取引先に対し、並行輸入業者への販売を中止するようにさせること

②並行輸入品の製品番号等によりその入手経路を探知し、これを供給業者又はその海外における取引先に通知する等の方法により、当該取引先に対し、並行輸入業者への販売を中止するようにさせること

(2)販売業者に対する並行輸入品の取扱い制限

並行輸入品を取り扱うか否かは販売業者が自由に決定すべきものである。総代理店が並行輸入品を取り扱わないことを条件として販売業者と取引するなど、販売業者に対し並行輸入品を取り扱わないようにさせることは、それが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項又は一四項）。

(3)並行輸入品を取り扱う小売業者に対する契約対象商品の販売制限

卸売業者が総代理店から仕入れた商品をどの小売業者に販売するかは卸売業者が自由に決定すべきものである。卸売業者たる販売業者に対し、並行輸入品を取り扱う小売業者には契約対象商品を販売しないようにさせることは、それが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項又は一四項）。

(4)並行輸入品を偽物扱いすることによる販売妨害

商標権者は、偽物の販売に対しては商標権侵害を理由として、その販売の差止めを求めることができる。

しかし、並行輸入品を取り扱う事業者に対し、十分な根拠なしに当該商品を偽物扱いし、商標権の侵害であると称してその販売の中止を求めることは

（注１）、それが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一四項）。

（注１）このような行為が行われると、当該商品が真正商品であり、並行輸入業者がその旨を証明できるときであっても、当該小売業者は、訴えられること自体が信用を失墜するおそれがあるとして並行輸入品の取扱いを避ける要因となる。

(5)並行輸入品の買占め

小売業者が並行輸入品の販売をしようとすると、総代理店が当該小売業者の店頭に出向いてこれを買い占めてしまい、これによって並行輸入品の取引が妨げられることがあるが（注２）、このような行為が契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一四項）。

（注２）小売業者としては、例えば、一般消費者向けに広告しているのに総代理店に買い占められると、その購入を目的に来店した消費者からおとり広告ではないかとのクレームがつき、次の販売についての信用を失うことになる場合がある。また、小売業者にとって並行輸入品を販売しないようにとの心理的圧迫となり、この取扱いを避ける要因となる。

(6)並行輸入品の修理等の拒否

総代理店は自己の供給する数量に対応して修理体制を整えたり、補修部品を在庫するのが通常であるから、並行輸入品の修理に応じることができず、また、その修理に必要な補修部品を供給できない場合もある。したがって、例えば、総代理店が修理に対応できない客観的事情がある場合に並行輸入品の修理を拒否したり、自己が取り扱う商品と並行輸入品との間で修理等の条件に差異を設けても、そのこと自体が独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、総代理店もしくは販売業者以外の者では並行輸入品の修理が著しく困難であり、又はこれら以外の者から修理に必要な補修部品を入手することが著しく困難である場合において、自己の取扱商品でないことのみを理由に修理若しくは補修部品の供給を拒否し、又は販売業者に修理若しくは補修部品の供給を拒否するようにさせることは、それらが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一四項）。

(7)並行輸入品の広告宣伝活動の妨害

並行輸入品の広告宣伝活動の態様によっては商標権を侵害したり、また、広告宣伝の類似性などから総代理店の営業との間に混同が生じて不正競争防止法に違反することがある。このような場合には当該広告宣伝活動の中止を求めることができる。

しかし、このような事由がないのに、総代理店がその取引先である雑誌、新聞等の広告媒体に対して、並行輸入品の広告を掲載しないようにさせるなど、並行輸入品の広告宣伝活動を妨害することは、それが契約対象商品の価格を維持するために行われる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる（一般指定一二項又は一四項）。

（付）親子会社間の取引

事業者（親会社）が他の事業者（子会社）の株式を所有している場合において、親子会社間の取引が不公正な取引方法による規制の対象となるかどうかという点については、次のとおりである。

1　親会社が株式の一〇〇％を所有している子会社の場合には、通常、親子会社間の取引は実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められ、親子会社間の取引は、原則として不公正な取引方法による規制を受けない。

2　親会社の株式所有比率が一〇〇％に満たない子会社（原則として株式所有比率が五〇％超）の場合についても、親子会社間の取引が実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められるときには、親子会社間の取引は、原則として不公正な取引方法による規制を受けない。

3　親子会社間の取引が実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められる場合において、例えば、子会社が取引先事業者の販売価格を拘束していることが親子会社間の契約又は親会社の指示により行われている等、親会社が子会社の取引先である第三者の事業活動を制限する場合には、親会社の行為は不公正な取引方法による規制の対象となる。

4　上記２及び３において、親子会社間の取引が実質的に同一企業内の行為に準ずるものと認められるかどうかは、

①親会社による子会社の株式所有の比率
②親会社からの子会社に対する役員派遣の状況
③子会社の財務や営業方針に対する親会社の関与の状況
④親子会社間の取引関係（子会社の取引額に占める親会社との取引の割合等）

等を個別具体的な事案に即して、総合的に判断する。

なお、親会社が子会社以外の取引先事業者に対しても同様の制限を課している場合には、通常は、子会社に対しても一取引先事業者として制限を課していると認められ、原則として不公正な取引方法による規制の対象となる。

不当廉売ガイドライン

１　はじめに
２　不当廉売規制の目的
３　独占禁止法第２条第９項第３号の規定
４　不公正な取引方法第６項の規定
５　廉売問題に関連するその他の規制

不当廉売に関する独占禁止法上の考え方

平成２１年１２月１８日
公正取引委員会

改正：平成２３年　６月２３日

１　はじめに

不当廉売は，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和２２年法律第５４号。以下「独占禁止法」という。）において，不公正な取引方法の一つとして禁止されている。不当廉売の規定は，平成２１年法律第５１号及び不公正な取引方法（昭和５７年公正取引委員会告示第１５号）の改正によって，次のようになった。

①　独占禁止法第２条第９項第３号

正当な理由がないのに，商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

②　不公正な取引方法第６項

法第２条第９項第３号に該当する行為のほか，不当に商品又は役務を低い対価で供給し，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

このうち，独占禁止法第２条第９項第３号に規定する不当廉売（以下「法定不当廉売」という。）を行った事業者が，過去１０年以内に法定不当廉売を行ったとして行政処分を受けたことがあるなど一定の条件を満たす場合には，課徴金の納付が命じられることになった（注１）。このため，不当廉売に係る法運用の透明性，事業者の予見可能性を向上させる観点から，公正取引委員会は，法定不当廉売の要件のうち，特に「供給に要する費用を著しく下回る対価」に重点を置いて，不当廉売に関する独占禁止法上の考え方を従

前よりも明確化するため，「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（昭和５９年１１月２０日公正取引委員会事務局）を一部改定することとした。

なお，これは不当廉売の規定の適用に当たり，留意すべき事項を示したものであり，具体的なケースについては，個々の事案ごとに判断を要するものであることはいうまでもない。

（注１）　法定不当廉売に該当する行為に対しては，独占禁止法第２条第９項第３号の規定だけを適用すれば足りるので，当該行為に不公正な取引方法第６項の規定が適用されることはない。

２　不当廉売規制の目的

独占禁止法の目的は，いうまでもなく公正かつ自由な競争を維持・促進することにあり，事業者が創意により良質・廉価な商品又は役務（以下単に「商品」という。）を供給しようとする努力を助長しようとするものである。この中でも，企業努力による価格競争は，本来，競争政策が維持促進しようとする能率競争（良質・廉価な商品を提供して顧客を獲得する競争をいう。）の中核をなすものである。この意味で，価格の安さ自体を不当視するものではないことは当然であるが，逆に価格の安さを常に正当視するものでもない。企業の効率性によって達成した低価格で商品を提供するのではなく，採算を度外視した低価格によって顧客を獲得しようとするのは，独占禁止法の目的からみて問題がある場合があり，そのような場合には，規制の必要がある。正当な理由がないのにコストを下回る価格，いいかえれば他の商品の供給による利益その他の資金を投入するのでなければ供給を継続することができないような低価格を設定することによって競争者の顧客を獲得することは，企業努力又は正常な競争過程を反映せず，廉売を行っている事業者（以下「廉売行為者」という。）自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあり，公正な競争秩序に影響を及ぼすおそれがある場合もあるからである。

３　独占禁止法第２条第９項第３号の規定

独占禁止法第２条第９項第３号の規定は，次のとおりである。

> 三　正当な理由がないのに，商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

同号の要件は，①廉売の態様（価格・費用基準及び継続性），②「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」，③正当な理由の三つの面からとらえることができる。

（１）　廉売の態様

ア　価格・費用基準

（ア）　価格・費用基準すなわち「供給に要する費用を著しく下回る対価」という要件は，前記２の不当廉売規制の目的に即して解釈すべきである。

（イ）　すなわち，不当廉売規制の目的の一つは，廉売行為者自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるような廉売を規制することにある。仮に，廉売行為者自らと同等に効率的な事業者，例えば，廉売行為者と同じ費用で商品を供給することができる事業者が存在し，又は参入を検討していたとしても，商品の供給が増大するにつれ損失が拡大するような価格でしか供給することができないのであれば，むしろ，供給をしない方が費用の負担を免れることができることから，供給を継続せずに撤退し，又は参入を断念する方がよいことになる。つまり，廉売行為者自身がその費用すら下回る価格で供給を行えば，他の事業者も廉売行為者と同じ価格で供給せざるを得なくなり，仮に，他の事業者が同じ費用で供給することができたとしても，早晩，撤退又は参入断念を余儀なくされることを意味する。このように，廉売行為者自らと同等に効率的な事業者の事業の継続等に係る判断に影響を与える価格であるかどうかは，それが当該廉売行為者自身にとって直ちに損失をもたらす水準にあるかどうかに左右されることになる。したがって，「供給に要する費用」とは，廉売行為者の「供給に要する費用」であり，業界一般の「供給に要する費用」又は現実に存在する特定の競争者の費用ではない。

（ウ）　前記２の不当廉売規制の目的からみて，事業者が自らの企業努力又は正常な競争過程を反映した価格設定を行うことは妨げられていない。例えば，商品の価格が「供給に要する費用」，すなわち総販売原価（注２）を下回っていても，供給を継続した方が当該商品の供給に係る損失が小さくなるときは，当該価格で供給することは合理的である。このような観点から，価格・費用基準は，廉売行為者にとって明らかに経済合理性のない価格設定であるかを判断することができるものとすることが適切である。この点，商品の供給が増大するにつれ損失が拡大するような価格設定行動は，特段の事情がない限り，経済合理性のないものであるということができる。したがって，価格設定についての経済合理性の有無は，廉売の対象となった商品（以下「廉売対象商品」という。）を供給することによって発生する費用と価格との比較により判断することが適当である（注

３）。これにより，事業者が採算に合うと考えて設定した価格が違法とされることを懸念し事業活動に影響が生じる可能性をできるだけ少なくすることができる。

（注２）　総販売原価とは，廉売対象商品の供給に要するすべての費用を合計したものであり，通常の製造業では，製造原価に販売費及び一般管理費を加えたもの，通常の販売業では，仕入原価に販売費及び一般管理費を加えたものである。

ここでの「製造原価」とは，当期の製造活動によって完成した全製品の製造に要した費用の合計である製造原価報告書上の当期製品製造原価ではなく，当該廉売によって販売された製品の製造に要した費用の合計額のことである。仕入原価，販売費及び一般管理費についても同様であり，当該廉売によって販売された製品の仕入れ，販売及び管理に要した費用の合計額のことである。

販売費及び一般管理費のように複数の事業に共通する費用については，これが各事業にどのように配賦されるかが問題となるところ，企業会計上は，当該費用の発生により各事業が便益を受ける程度等に応じ，各事業者が実情に即して合理的に選択した配賦基準に従って配賦されることが一般的である。複数の事業に共通する費用の配賦基準については，このほかにも様々な方法があるが，廉売行為者が実情に即して合理的に選択した配賦基準を用いていると認められる場合には，当該配賦基準に基づき各事業に費用の配賦を行った上で，総販売原価の算定を行うものとする。その上で，複数の商品に共通する費用についても，実情に即して合理的に配賦することにより，廉売対象商品の総販売原価の算定を行うものとする。

また，研究開発費等のように一括して計上される費用については，廉売行為者が実情に即して合理的な期間において当該費用を回収することとしていると認められる場合には，当該期間にわたって費用の配賦を行った上で，廉売対象商品の総販売原価の算定を行うものとする。

（注３）　経済合理性があるかどうかについては，概念的には，設定された価格が平均回避可能費用（廉売行為者が廉売対象商品の追加供給をやめた場合に生じなくなる廉売対象商品固有の固定費用及び可変費用を合算した費用を追加供給量で除することによって得られる廉売対象商品一単位当たりの費用をいう。）を回収することができるかどうかによって判断される。実務上は，これに相当するものとして，後記（エ）に示した考え方を用いる。

（エ）　総販売原価を著しく下回る価格であるかどうかは，廉売対象商品を供給することによって発生する費用を下回る収入しか得られないような価格であるかどうかという観点から，事案に即して算定されることになる。この算定に当たっては，次の点に留意する。

a　供給に要する費用には，廉売対象商品を供給しなければ発生しない費用（以下「可変的性質を持つ費用」という。）とそれ以外の費用とがある。可変的性質を持つ費用でさえ回収できないような低い価格を設定すれば，廉売対象商品の供給が増大するにつれ損失が拡大する。したがって，可変的性質を持つ費用を下回る価格は，「供給に要する費用を著しく下回る対価」であると推定される（他方，可変的性質を持つ費用以上の価格は「供給に要する費用を著しく下回る対価」ではないので，その価格での供給は，法定不当廉売に該当することはない。）。

b　可変的性質を持つ費用に該当する費用かどうかについては，廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用か，廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用かという観点から評価する。

(a)　変動費（操業度に応じて総額において比例的に増減する原価をいう。）は，可変的性質を持つ費用となる。また，明確に変動費であると認められなくても，費用の性格上，廉売対象商品の供給量の変化に応じてある程度増減するとみられる費用は，特段の事情（注４）がない限り，可変的性質を持つ費用と推定される。例えば，変動費としては製品の製造に直接用いられる材料費や仕入価格が挙げられ，費用の性格上廉売対象商品の供給量の変化に応じてある程度増減する費用としては運送費，検収費等の商品仕入れに付随する諸経費が挙げられる。

　さらに，費用の性格からそのように推定するまでは至らないものであっても，個別の事案において，廉売期間中，供給量の変化に応じて増減している費用は，原則として，可変的性質を持つ費用として取り扱われる。

（注４）　継続的な廉売ではあるものの，廉売期間が比較的短く，期間中の廉売対象商品の供給によってはその費用が増減し得ないといった事情は，特段の事情に該当する事由である。

(b)　企業会計上の各種費用項目のうち，廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用項目は，以下に示すように，可変的性質を持つ費用となる又は推定される場合がある。

(i)　製造原価

　製造原価は製造業者が廉売を行うことにより販売した当該製品の「売上原価」を構成する重要な一要素である。製造原価は，製造業者が，ある製品について廉売を行った場合に，当該製品の供給と密接な関連性を有するものとして算定される費用項目であり，その性格上，特段の事情（注５）がない限り，可変的性質を持つ費用と推定され

る。製造原価のうち製造直接費（直接材料費，直接労務費及び直接経費）は，可変的性質を持つ費用となる。

（注５）　特段の事情に該当する事由としては，製造原価の中に，明らかに当該製品の供給と関連性のない費用項目があるといった事情（例えば，当該製品を製造する工場敷地内にある福利厚生施設（テニスコート，プール等）の減価償却費が製造原価に含まれている場合）が挙げられる。

(ii)　仕入原価

仕入原価とは，仕入価格（注６）と，運送費，検収費等の仕入れに付随する諸経費との合計額である。仕入原価は，販売業者が，ある製品について廉売を行った場合に，当該製品の供給と密接な関連性を有するものとして算定される費用項目であり，その性格上，特段の事情がない限り，可変的性質を持つ費用と推定される。仕入原価のうち仕入価格は，可変的性質を持つ費用となる。

（注６）　ここでの「仕入価格」とは，名目上の仕入価格ではなく，実際の取引において当該製品に関して値引き，リベート，現品添付等が行われている場合には，これらを考慮に入れた実質的な仕入価格をいう。

(iii)　営業費

営業費は，販売費及び一般管理費から構成されるところ，これに含まれる費用項目のうち，廉売対象商品の注文の履行に要する費用である倉庫費，運送費及び掛売販売集金費は，事業者が，ある商品について廉売を行った場合に，廉売対象商品の供給と密接な関連性を有するものとして算定される費用項目であり，その性格上，可変的性質を持つ費用となる。

(c)　廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用か，廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用かという観点から，費用の性格上，特段の事情がない限り可変的性質を持つ費用には該当しないと推定される費用（注７）又は可変的性質を持つ費用とはならない費用（注８）がある。

（注７）　廉売対象商品の注文の獲得に要する費用（例えば，広告費，市場調査費，接待費）は，特段の事情がない限り，可変的性質を持つ費用には該当しないと推定される。特段の事情に該当する事由としては，廉売対象商品の供給を開始又は継続するために不可避的に発生した費用であるといった事情が挙げられる。

例えば，廉売対象商品の需要創出のために発売開始前に集中的に支出した宣伝広告費については，その費用の支出なくして廉売対象商品の供給自体が行われなかったと認められる場合があり得る。このような廉売対象商品の供給を開始又は継続するために不可避的に発生した費用であるといった事情があれば，当該費用は，廉売対象商品の供給と密接な関

連性を有する費用であり，廉売対象商品を供給しなければ発生しなかったものとして，可変的性質を持つ費用とされる。

（注８）　本社組織である人事部や経理部における人件費，交通費及び通信費は，費用の性格上，廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用ではなく，廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用でもないので，可変的性質を持つ費用とはならない。

イ　継続性

前記２のとおり，不当廉売に該当するためには，廉売が廉売行為者自らと同等に効率的な事業者の事業の継続等に係る判断に影響を与え得るものである必要がある。したがって，不当廉売となるのは，一般的には，廉売がある程度「継続して」行われる場合である。このため，独占禁止法第２条第９項第３号の規定は，「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給すること」と規定している。

「継続して」とは，相当期間にわたって繰り返して廉売を行い，又は廉売を行っている事業者の営業方針等から客観的にそれが予測されることであるが，毎日継続して行われることを必ずしも要しない。例えば，毎週末等の日を定めて行う廉売であっても，需要者の購買状況によっては継続して供給しているとみることができる場合がある。

（２）　「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」

ア　「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある」にいうところの「他の事業者」とは，通常の場合，廉売対象商品について当該廉売を行っている者と競争関係にある者を指すが，廉売の態様によっては，競争関係にない者が含まれる場合もあり得る。例えば，卸売・小売業者による廉売によって製造業者等の競争関係に影響が及ぶ場合であれば，「他の事業者」に，廉売対象商品と同種の商品を供給する製造業者等が含まれる場合もある。

イ　「事業活動を困難にさせるおそれがある」とは，現に事業活動が困難になることは必要なく，諸般の状況からそのような結果が招来される具体的な可能性が認められる場合（注９）を含む趣旨である。このような可能性の有無は，他の事業者の実際の状況のほか，廉売行為者の事業の規模及び態様，廉売対象商品の数量，廉売期間，広告宣伝の状況，廉売対象商品の特性，廉売行為者の意図・目的等を総合的に考慮して，個別具体的に判断される。

（注９）　例えば，有力な事業者が，他の事業者を排除する意図の下に，可変的性質を持つ費用を下回る価格で廉売を行い，その結果，急激に販売数量が増加し，当該市場において販売数量で首位に至るような場合には，個々の事業者の事業活動が現に困難になっているとまでは認められなくとも，「事業活動を困難にさせるおそれがある」に該当する。

（３）　正当な理由

前記（１）及び（２）の要件に当たるものであっても，廉売を正当化する特段の事情があれば，公正な競争を阻害するおそれがあるものとはいえず，不当廉売とはならない。例えば，需給関係から廉売対象商品の販売価格が低落している場合，廉売対象商品の原材料の再調達価格が取得原価より低くなっている場合において，商品や原材料の市況に対応して低い価格を設定したとき，商品の価格を決定した後に原材料を調達する取引において，想定しがたい原材料価格の高騰により結果として供給に要する費用を著しく下回ることとなったときは，「正当な理由」があるものと考えられる（注１０）。

（注１０）　生鮮食料品のようにその品質が急速に低下するおそれがあるものや季節商品のようにその販売の最盛期を過ぎたものについて，見切り販売をする必要がある場合は，可変的性質を持つ費用を下回るような低い価格を設定することに「正当な理由」があるものと考えられる。きず物，はんぱ物その他の瑕疵(かし)のある商品について相応の低い価格を設定する場合も同様に考えられる。

４　不公正な取引方法第６項の規定

（１）　不公正な取引方法第６項の規定は，次のとおりである。

（不当廉売）
６　法第２条第９項第３号に該当する行為のほか，不当に商品又は役務を低い対価で供給し，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

法定不当廉売の要件である価格・費用基準及び継続性のいずれか又は両方を満たさない場合，すなわち，廉売行為者が可変的性質を持つ費用以上の価格（総販売原価を下回ることが前提）で供給する場合や，可変的性質を持つ費用を下回る価格で単発的に供給する場合であっても，廉売対象商品の特性，廉売行為者の意図・目的，廉売の効果，市場全体の状況等からみて，公正な競争秩序に悪影響を与えるときは，不公正な取引方法第６項の規定に該当し，不当廉売として規制される。

（２）　「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の有無については，前記３（２）イに掲げる事項を総合的に考慮して，個別事案ごとに判断することとなるが，例えば，市場シェアの高い事業者が，継続して，かつ，大量に廉売する場合，又はこのような事業者が，他の事業者にとって経営上重要な商品を集中的に廉売する場合は，一般的には，他の事業者の事業活動に影響を与えると考えられるので，可変的性質を持つ費用以上の価格での供

給であっても，不公正な取引方法第６項の規定に該当する場合がある。この場合には，廉売対象商品の供給と関連のある費用（製造原価又は仕入原価及び販売費）を下回っているかどうかを考慮する。

５　廉売問題に関連するその他の規制

廉売問題に関連する独占禁止法上の規制のうち，主要なものを挙げると次のとおりである。

（１）　差別対価，取引条件等の差別取扱い

ア　独占禁止法が禁止する差別対価等

差別対価については，独占禁止法第２条第９項第２号において「不当に，地域又は相手方により差別的な対価をもつて，商品又は役務を継続して供給することであつて，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの」と（注１１），不公正な取引方法第３項において「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第２条第９項第２号に該当する行為のほか，不当に，地域又は相手方により差別的な対価をもつて，商品若しくは役務を供給し，又はこれらの供給を受けること。」と規定されている。独占禁止法第２条第９項第２号は，商品を供給するケースに限られ，供給を受ける行為は含まれていないことに留意する必要がある。

また，取引条件等の差別取扱いについては，不公正な取引方法第４項において，「不当に，ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利又は不利な取扱いをすること。」と規定されている。

（注１１）　独占禁止法第２条第９項第２号に規定する差別対価を行った事業者が，過去１０年以内に同号に規定する差別対価を行ったとして行政処分を受けたことがあるなど一定の条件を満たす場合には，課徴金の納付が命じられる。

独占禁止法第２条第９項第２号に規定する差別対価に該当する行為に対しては，同号の規定だけを適用すれば足りるので，当該行為に不公正な取引方法第３項の規定が適用されることはない。

イ　差別対価等の規制の基本的な考え方

（ア）　経済活動において，取引数量の多寡，決済条件，配送条件等の相違を反映して取引価格に差が設けられることは，広く一般にみられることである。また，地域による需給関係の相違を反映して取引価格に差異が設けられることも通常である。

このような観点からすれば，取引価格や取引条件に差異が設けられても，それが取引数量の相違等正当なコスト差に基づくものである場合や，商品の需給関係を反映したものである場合等においては，本質的に公正な競争を阻害するおそれがあるとはいえないものと考えられる。

しかし，例えば，有力な事業者が，競争者を排除するため，当該競争者と競合する販売地域又は顧客に限って廉売を行い，公正な競争秩序に悪影響を与える場合は，独占禁止法上問題となる。

また，有力な事業者が同一の商品について，取引価格やその他の取引条件等について，合理的な理由なく差別的な取扱いをし，差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合にも，独占禁止法上問題となる。

（イ）　個々の行為がどのような場合に独占禁止法上の差別対価等に該当するかは，個別具体的な事案において，行為者の意図・目的，取引価格・取引条件の格差の程度，供給に要する費用と価格との関係，行為者及び競争者の市場における地位，取引の相手方の状況，商品の特性，取引形態等を総合的に勘案し，市場における競争秩序に与える影響を勘案した上で判断されるものである。

（２）　優越的地位の濫用行為

自己の取引上の地位が相手方に優越している事業者が，その地位を利用して，取引の相手方に対し，自己に対する低価格での納入や自己の決算対策のための協賛金の支払いを強要すること等は，独占禁止法第２条第９項第５号（優越的地位の濫用）に該当するおそれがある。

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日公正取引委員会事務局），「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針」（平成１０年３月１７日公正取引委員会），「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」の運用基準（平成１７年事務総長通達第９号），「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３０日公正取引委員会）で明らかにした考え方等を踏まえ，厳正に対処する（注１２）。

（注１２）　独占禁止法第２条第９項第５号に規定される優越的地位の濫用を行った事業者に対しては，当該行為が継続してするものであるなど一定の条件を満たす場合には，課徴金の納付が命じられる。

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３０日
公 正 取 引 委 員 会

はじめに

優越的地位の濫用は，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和２２年法律第５４号。以下「独占禁止法」という。）において，不公正な取引方法の一つとして禁止されている。優越的地位の濫用の規定は，独占禁止法の一部を改正する法律（平成２１年法律第５１号。以下「独占禁止法改正法」という。）によって，独占禁止法第２条第９項第５号として法定化された（注１）。

（注１）独占禁止法第２条第９項第５号のほか，同項第６号の規定により公正取引委員会が指定する，①すべての業種に適用される「不公正な取引方法」（昭和５７年公正取引委員会告示第１５号）第１３項（取引の相手方の役員選任への不当干渉），及び②特定業種にのみ適用される不公正な取引方法（以下「特殊指定」という。）にも，優越的地位の濫用の規定が置かれている。

なお，優越的地位の濫用の規定がある特殊指定は次のとおりである。

○　新聞業における特定の不公正な取引方法
（平成１１年公正取引委員会告示第９号）

○　特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法
（平成１６年公正取引委員会告示第１号）

○　大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法
（平成１７年公正取引委員会告示第１１号）

独占禁止法第２条第９項第５号の規定は，次のとおりである。

自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して，正常な商慣習に照らして不当に，次のいずれかに該当する行為をすること。

イ　継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。）に対して，当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

ロ　継続して取引する相手方に対して，自己のために金銭，役務その他の経済上の利益を提供させること。

ハ　取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み，取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ，取引の相手方に対して取

引の対価の支払を遅らせ，若しくはその額を減じ，その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し，若しくは変更し，又は取引を実施すること。

独占禁止法改正法が成立したことにより，独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用であって，一定の条件を満たすものについて，公正取引委員会は，課徴金の納付を命じなければならないこととなった（注２）。そこで，優越的地位の濫用に係る法運用の透明性，事業者の予見可能性を向上させる観点から，公正取引委員会は，独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方を明確化するため，この「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」を策定する（注３）（注４）。

（注２）独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用に対しては，同号の規定のみを適用すれば足りるので，当該行為に独占禁止法第２条第９項第６号の規定により指定する優越的地位の濫用の規定が適用されることはない。

（注３）公正取引委員会は，特定の業種等における優越的地位の濫用等の独占禁止法違反行為の未然防止を図るため，次のガイドライン等を策定・公表してきている。

＜優越的地位の濫用に係る主なガイドライン等＞

○　「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」の運用基準（平成１７年事務総長通達第９号）

○　フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について（平成１４年４月２４日公正取引委員会）

○　役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針（平成１０年３月１７日公正取引委員会）

（注４）以下，第１から第４までにおける「優越的地位の濫用」とは，独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用を指す。

第１　優越的地位の濫用規制についての基本的考え方

１　事業者がどのような条件で取引するかについては，基本的に，取引当事者間の自主的な判断に委ねられるものである。取引当事者間における自由な交渉の結果，いずれか一方の当事者の取引条件が相手方に比べて又は従前に比べて不利となることは，あらゆる取引において当然に起こり得る。

しかし，自己の取引上の地位が相手方に優越している一方の当事者が，取引の相手方に対し，その地位を利用して，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることは，当該取引の相手方の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するとともに，当該取引の相手方はその競争者との関係において競争上不利となる一方で，行為者はその競争者との関係において競争上有利となるおそれがあるものである。このような行為は，公正な

競争を阻害するおそれがあることから，不公正な取引方法の一つである優越的地位の濫用として，独占禁止法により規制される（注５）。

どのような場合に公正な競争を阻害するおそれがあると認められるのかについては，問題となる不利益の程度，行為の広がり等を考慮して，個別の事案ごとに判断することになる。例えば，①行為者が多数の取引の相手方に対して組織的に不利益を与える場合，②特定の取引の相手方に対してしか不利益を与えていないときであっても，その不利益の程度が強い，又はその行為を放置すれば他に波及するおそれがある場合には，公正な競争を阻害するおそれがあると認められやすい。

（注５）当事者間の取引が，下請代金支払遅延等防止法（昭和３１年法律第１２０号。以下「下請法」という。）にいう親事業者と下請事業者の取引に該当する場合であって，下請法に規定する①製造委託，②修理委託，③情報成果物作成委託，④役務提供委託に該当する場合には，下請法の規制の対象となる。下請法に関しては，運用に当たっての基本的な考え方を定めた「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」（平成１５年事務総長通達第１８号）を策定・公表している。

２　優越的地位の濫用として問題となる行為とは，「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して，正常な商慣習に照らして不当に」行われる，独占禁止法第２条第９項第５号イからハまでのいずれかに該当する行為である。

そこで，以下，第２及び第３において，この「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して，正常な商慣習に照らして不当に」の考え方を示した上で，次に，第４において，独占禁止法第２条第９項第５号イからハまでのそれぞれに該当する行為の態様ごとに，優越的地位の濫用の考え方を示す。

また，第２以下において，どのような行為が優越的地位の濫用に該当するのかについて具体的に理解することを助けるために，「具体例」及び「想定例」を掲げている。「具体例」とは，過去の審決又は排除措置命令において問題となった行為等の例である。また，「想定例」とは，あくまでも問題となり得る仮定の行為の例であり，ここに掲げられた行為が独占禁止法第２条第９項第５号に該当すれば，優越的地位の濫用として問題となる。

なお，ここに示されていないものを含め，具体的な行為が優越的地位の濫用として問題となるかどうかは，独占禁止法の規定に照らして個別の事案ごとに判断されるものであることはいうまでもない（注６）。

（注６）親子会社間の取引が優越的地位の濫用として規制の対象となるかについては，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日公正取引委員会事務局）の「（付）親子会社間の取引」記載のとおりである。

第２　「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方

１　取引の一方の当事者（甲）が他方の当事者（乙）に対し，取引上の地位が優越しているというためには，市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位である必要はなく，取引の相手方との関係で相対的に優越した地位であれば足りると解される。甲が取引先である乙に対して優越した地位にあるとは，乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため，甲が乙にとって著しく不利益な要請等を行っても，乙がこれを受け入れざるを得ないような場合である。

２　この判断に当たっては，乙の甲に対する取引依存度，甲の市場における地位，乙にとっての取引先変更の可能性，その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実を総合的に考慮する（注７）。

（注７）甲が乙に対し，取引上の地位が優越しているかどうかは，次の(1)から(4)までに記載された具体的事実を総合的に考慮して判断するので，大企業と中小企業との取引だけでなく，大企業同士，中小企業同士の取引においても，取引の一方当事者が他方の当事者に対し，取引上の地位が優越していると認められる場合があることに留意する必要がある。

(1) 乙の甲に対する取引依存度

乙の甲に対する取引依存度とは，一般に，乙が甲に商品又は役務を供給する取引の場合には，乙の甲に対する売上高を乙全体の売上高で除して算出される。乙の甲に対する取引依存度が大きい場合には，乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため，乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

(2) 甲の市場における地位

甲の市場における地位としては，甲の市場におけるシェアの大きさ，その順位等が考慮される。甲のシェアが大きい場合又はその順位が高い場合には，甲と取引することで乙の取引数量や取引額の増加が期待でき，乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため，乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

(3) 乙にとっての取引先変更の可能性

乙にとっての取引先変更の可能性としては，他の事業者との取引開始や取引拡大の可能性，甲との取引に関連して行った投資等が考慮される。他の事業者との取引を開

始若しくは拡大することが困難である場合又は甲との取引に関連して多額の投資を行っている場合には，乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため，乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

(4) その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実

その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実としては，甲との取引の額，甲の今後の成長可能性，取引の対象となる商品又は役務を取り扱うことの重要性，甲と取引することによる乙の信用の確保，甲と乙の事業規模の相違等が考慮される。甲との取引の額が大きい，甲の事業規模が拡大している，甲が乙に対して商品又は役務を供給する取引において当該商品又は役務が強いブランド力を有する，甲と取引することで乙の取り扱う商品又は役務の信用が向上する，又は甲の事業規模が乙のそれよりも著しく大きい場合には，乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため，乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

＜具体例＞

① Ｘ社は，チェーン店を全国に６，６４９店展開しており，その店舗数は我が国におけるコンビニエンス・ストア・チェーン業界において第２位の地位にある。Ｘ社のチェーン店の年間売上高の合計は約１兆１０００億円であり，これは，コンビニエンス・ストア・チェーン業界においては第２位，小売業界全体においては第５位の地位を占めている。Ｘ社チェーン店の店舗数及び売上高は，毎年増加している。また，Ｘ社のチェーン店は，消費者から需要の多い商品をそろえているものとして高い信用を得ている。

Ｘ社は，全国的に店舗を展開し，それらの売上高が多く，Ｘ社チェーン店が取り扱う日用雑貨品の製造販売業者又は卸売業者（以下「日用品納入業者」という。）にとって極めて有力な取引先であるとともに，日用品納入業者は，自己の販売する商品がチェーン店において取り扱われることにより当該商品に対する消費者の信用度が高まること等から，Ｘ社との納入取引の継続を強く望んでいる状況にある。このため，Ｘ社と継続的な取引関係にある日用品納入業者の大部分は，Ｘ社との納入取引を継続する上で，納入する商品の品質，納入価格等の取引条件とは別に，Ｘ社からの種々の要請に従わざるを得ない立場にある（平成１０年７月３０日勧告審決・平成１０年（勧）第１８号）。

② Ｘ銀行は，その年度末の総資産額が約９１兆円であり，総資産額につき我が国の銀行業界において第１位の地位にある。

Ｘ銀行と融資取引を行っている事業者，特に中小事業者の中には，

・ 金融機関からの借入れのうち，主としてＸ銀行からの借入れによって資金需要

を充足している

・　Ｘ銀行からの借入れについて，直ちに他の金融機関から借り換えることが困難である

・　事業のための土地や設備の購入に当たってＸ銀行からの融資を受けられる旨が示唆された後，当該土地や設備の購入契約を進めたことから，当該融資を受けることができなければ他の方法による資金調達が困難である

など，当面，Ｘ銀行からの融資に代えて，Ｘ銀行以外の金融機関からの融資等によって資金手当てをすることが困難な事業者（以下「融資先事業者」という。）が存在する。融資先事業者は，Ｘ銀行から融資を受けることができなくなると事業活動に支障を来すこととなるため，融資取引を継続する上で，融資の取引条件とは別に，Ｘ銀行からの種々の要請に従わざるを得ない立場にあり，その取引上の地位はＸ銀行に対して劣っている（平成１７年１２月２６日勧告審決・平成１７年（勧）第２０号）。

③　Ｘ社が自ら経営するコンビニエンスストア（以下「直営店」という。）及びＸ社のフランチャイズ・チェーンに加盟する事業者（以下「加盟者」という。）が経営するコンビニエンスストア（以下「加盟店」という。）は，一部の地域を除き全国に所在している。店舗数は，直営店が約８００店，加盟店が約１万１２００店の合計約１万２０００店であり，年間売上額は，直営店が約１５００億円，加盟店が約２兆４２００億円の合計約２兆５７００億円であるところ，Ｘ社は，店舗数及び売上額のいずれについても，我が国においてコンビニエンスストアに係るフランチャイズ事業を営む者の中で最大手の事業者である。これに対し，加盟者は，ほとんどすべてが中小の小売業者である。

Ｘ社は，加盟者との間で，加盟店基本契約を締結しているところ，同契約においては，加盟店基本契約の終了後少なくとも１年間は，コンビニエンスストアに係るフランチャイズ事業を営むＸ社以外の事業者のフランチャイズ・チェーンに加盟することができないこととされている。

Ｘ社は，加盟店基本契約に基づき，加盟店で販売することを推奨する商品（以下「推奨商品」という。）及びその仕入先を加盟者に提示している。加盟者が当該仕入先から推奨商品を仕入れる場合はＸ社のシステムを用いて発注，仕入れ，代金決済等の手続を簡便に行うことができるなどの理由により，加盟店で販売される商品のほとんどすべては推奨商品となっている。

Ｘ社は，加盟店が所在する地区に経営相談員を配置し，加盟店基本契約に基づき，経営相談員を通じて，加盟者に対し，加盟店の経営に関する指導，援助等を行っているところ，加盟者は，それらの内容に従って経営を行っている。

以上の事情等により，加盟者にとっては，Ｘ社との取引を継続することができな

くなれば事業経営上大きな支障を来すこととなり，このため，加盟者は，Ｘ社からの要請に従わざるを得ない立場にある。したがって，Ｘ社の取引上の地位は，加盟者に対し優越している（平成２１年６月２２日排除措置命令・平成２１年（措）第８号）。

３　また，優越的地位にある行為者が，相手方に対して不当に不利益を課して取引を行えば，通常，「利用して」行われた行為であると認められる。

第３　「正常な商慣習に照らして不当に」の考え方

「正常な商慣習に照らして不当に」という要件は，優越的地位の濫用の有無が，公正な競争秩序の維持・促進の観点から個別の事案ごとに判断されることを示すものである。

ここで，「正常な商慣習」とは，公正な競争秩序の維持・促進の立場から是認されるものをいう。したがって，現に存在する商慣習に合致しているからといって，直ちにその行為が正当化されることにはならない。

第４　優越的地位の濫用となる行為類型

ここでは，優越的地位の濫用につながり得る行為であることが，独占禁止法第２条第９項第５号イからハまでの規定から明らかな行為を中心に，行為類型ごとに，優越的地位の濫用の考え方について明らかにする。

なお，優越的地位の濫用として問題となるのは，これらの行為類型に限られるものではない。優越的地位の濫用として問題となる種々の行為を未然に防止するためには，取引の対象となる商品又は役務の具体的内容や品質に係る評価の基準，納期，代金の額，支払期日，支払方法等について，取引当事者間であらかじめ明確にし，書面で確認するなどの対応をしておくことが望ましい。

１　独占禁止法第２条第９項第５号イ（購入・利用強制）

独占禁止法第２条第９項第５号イの規定は，次のとおりである。

> イ　継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。）に対して，当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

この規定における「当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務」には，自己の供給する商品又は役務だけでなく，自己の指定する事業者が供給する商品又は役務が含まれる。

また，「購入させる」には，その購入を取引の条件とする場合や，その購入をしない

ことに対して不利益を与える場合だけではなく，事実上，購入を余儀なくさせていると認められる場合も含まれる（注８）。

（注８）独占禁止法第２条第９項第５号ロにおける「提供させる」の考え方も，これと同様である。

(1) 取引上の地位が相手方に優越している事業者が，取引の相手方に対し，当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務の購入を要請する場合であって，当該取引の相手方が，それが事業遂行上必要としない商品若しくは役務であり，又はその購入を希望していないときであったとしても，今後の取引に与える影響を懸念して当該要請を受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる。

(2) 他方，取引の相手方に対し，特定の仕様を指示して商品の製造又は役務の提供を発注する際に，当該商品若しくは役務の内容を均質にするため又はその改善を図るため必要があるなど合理的な必要性から，当該取引の相手方に対して当該商品の製造に必要な原材料や当該役務の提供に必要な設備を購入させる場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 購入しなければ相手方との取引を打ち切る，取引数量を削減するなど，今後の取引に影響すると受け取られるような要請をすることにより，購入させること。

② 購買担当者等取引の相手方との取引関係に影響を及ぼし得る者が購入を要請することにより，購入させること。

③ 取引の相手方に対して，組織的又は計画的に購入を要請することにより，購入させること。

④ 取引の相手方から購入する意思がないとの表明があった場合，又はその表明がなくとも明らかに購入する意思がないと認められる場合に，重ねて購入を要請することにより，又は商品を一方的に送付することにより，購入させること。

⑤ 自己が部品の加工を発注する取引の相手方に対し，自己の取引先であるメーカーの製品の販売先を紹介するよう要請し，販売先を紹介することができなかった取引の相手方に対して，当該製品を購入させること。

⑥ 取引の受発注を電子化するに当たって，取引の相手方はその電子化に対応し得るインターネットサービスを既に別の事業者と契約しその提供を受けているため，新たに同サービスの提供を受ける必要がないにもかかわらず，今後取引を継続し

ないことを示唆しながら，自己の指定するより高価なインターネットサービスを提供する事業者を利用することを要請し，当該事業者から利用させること。

＜具体例＞

① Ｘ社は，道内６ホテルにおいて，閑散期における稼働率の向上及び収益確保を目的として，一定期間に限り当該ホテルで使用できる宿泊券について，納入業者等に対し，あらかじめ納入業者等ごとに購入を要請する枚数を設定し

・ 文書で宿泊券の購入を要請し，購入の申込みが無いなどの場合には，事業部長ら納入取引等に影響を及ぼし得る者から購入するよう重ねて要請する

・ 宿泊券の購入を要請する文書とともに購入を要請する枚数の宿泊券を納入取引等に影響を及ぼし得る者から手渡す

等の方法により宿泊券を購入するよう要請している。これらの要請を受けた納入業者等の多くは，Ｘ社との納入取引等を継続して行う立場上，その要請に応じることを余儀なくされている（平成１６年１１月１８日勧告審決・平成１６年（勧）第３１号）。

② Ｘ銀行は，融資先事業者から新規の融資の申込み又は既存の融資の更新の申込みを受けた場合に，融資に係る手続を進める過程において，融資先事業者に対し，金利スワップの購入を提案し，融資先事業者が同提案に応じない場合に

・ 金利スワップの購入が融資を行うことの条件である旨，又は金利スワップを購入しなければ融資に関して通常設定される融資の条件よりも不利な取扱いをする旨明示する

・ 担当者に管理職である上司を帯同させて重ねて購入を要請するなどにより，金利スワップの購入が融資を行うことの条件である旨，又は金利スワップを購入しなければ融資に関して通常設定される融資の条件よりも不利な取扱いをする旨示唆する

ことにより金利スワップの購入を要請し，融資先事業者に金利スワップの購入を余儀なくさせる行為を行っている（平成１７年１２月２６日勧告審決・平成１７年（勧）第２０号）。

③ Ｘ社は，Ｙ店及びＺ店において，毎年開催する販売企画を約１か月間実施するに際し，あらかじめ店舗ごとに設定した販売目標金額を達成するため，Ｙ店及びＺ店の仕入担当者から，Ｙ店又はＺ店において販売される商品の納入業者及び当該納入業者の従業員に対し，電気製品，衣料品等を購入するよう要請していた。この要請を受けた納入業者及び当該納入業者の従業員の多くは，納入業者がＸ社との取引を継続して行う立場上，こうした要請に応じざるを得ない状況にあり，

当該商品を購入していた（平成２１年３月５日排除措置命令・平成２１年（措）第３号）。

2　独占禁止法第２条第９項第５号ロ

独占禁止法第２条第９項第５号ロの規定は，次のとおりである。

ロ　継続して取引する相手方に対して，自己のために金銭，役務その他の経済上の利益を提供させること。

この規定における「経済上の利益」の提供とは，協賛金，協力金等の名目のいかんを問わず行われる金銭の提供，作業への労務の提供等をいう。

(1) 協賛金等の負担の要請

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が，取引の相手方に対し，協賛金等の名目による金銭の負担を要請する場合であって，当該協賛金等の負担額及びその算出根拠，使途等について，当該取引の相手方との間で明確になっておらず，当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合や，当該取引の相手方が得る直接の利益（注９）等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた負担となり，当該取引の相手方に不利益を与えることとなる場合（注１０）には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる。

（注９）「直接の利益」とは，例えば，広告に取引の相手方の納入する商品を掲載するため，広告を作成・配布する費用の一部を協賛金として負担させることが，取引の相手方にとってその納入する商品の販売促進につながる場合など実際に生じる利益をいい，協賛金を負担することにより将来の取引が有利になるというような間接的な利益を含まない。

（注１０）この場合は，協賛金等の負担の条件について取引の相手方との間で明確になっていても優越的地位の濫用として問題となる。

イ　事業者が，催事，広告等を行うに当たり，取引の相手方に対し，その費用の一部として協賛金等の負担を要請することがある。このような要請は，流通業者によって行われることが多いが，流通業者が商品の納入業者に協賛金等の負担を要請する場合には，当該費用を負担することが納入商品の販売促進につながるなど当該納入業者にとっても直接の利益となることがある。協賛金等が，それを負担することによって得ることとなる直接の利益の範囲内であるものとして，取引の相手方の自由

な意思により提供される場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 取引の相手方の商品又は役務の販売促進に直接寄与しない催事，売場の改装，広告等のための協賛金等を要請し，これを負担させること。

② 決算対策のための協賛金を要請し，取引の相手方にこれを負担させること。

③ 自己の店舗の新規オープン又は改装オープンに際し，当該店舗の利益を確保するため，事前に負担額，算出根拠，目的等について明確にすることなく，一定期間にわたり，取引の相手方からの当該店舗に対する納入金額の一定割合に相当する額を協賛金として負担させること。

④ 一定期間に一定の販売量を達成した場合にリベートの提供を受けることをあらかじめ定めていた場合において，当該販売量を達成しないのに当該リベートを要請し，負担させること。

⑤ 自己の店舗の新規オープンセール又は改装オープンセールにおける広告について，当該広告を行うために実際に要する費用を超える額の協賛金を取引の相手方に要請し，負担させること。

⑥ 物流センター等の流通業務用の施設の使用料（センターフィー）について，その額や算出根拠等について納入業者と十分協議することなく一方的に負担を要請し，当該施設の利用量等に応じた合理的な負担分を超える額を負担させること。

⑦ 継続して行ってきた取引について，専ら「新規導入協賛金」という名目で金銭を得るために，商品の納入の受入れをいったん取りやめた後，同一の商品につき納入を再開させることにより，取引の相手方に金銭の提供を要請し，これを負担させること。

＜具体例＞

Ｘ社は，自社及び子会社３社の店舗の開店に際し，惣菜等の各仕入部門に係る納入業者に対し，当該店舗の粗利益を確保するため，事前に算出根拠，目的等について明確に説明することなく，「即引き」と称して，開店に当たって当該納入業者に納入させる商品のうち特定のものについて，その納入価格を通常の納入価格に一定割合を乗じた価格等通常の納入価格より低い価格とすることにより，当該価格と通常の納入価格との差額に相当する経済上の利益の提供を要請していた。この要請を受けた納入業者の多くは，Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上，その要請に応じることを余儀なくされ，経済上の利益を提供していた（平成２０年６月２３日排除措置命令・平成２０年（措）第１５号）。

(2) 従業員等の派遣の要請

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が，取引の相手方に対し，従業員等（注１１）の派遣を要請する場合であって，どのような場合に，どのような条件で従業員等を派遣するかについて，当該取引の相手方との間で明確になっておらず，当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合や，従業員等の派遣を通じて当該取引の相手方が得る直接の利益（注１２）等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた負担となり，当該取引の相手方に不利益を与えることとなる場合（注１３）には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる。

取引の相手方に対し，従業員等の派遣に代えて，これに相当する人件費を負担させる場合も，これと同様である。

（注１１）「従業員等」には，当該取引の相手方が当該要請に応じるために雇用したアルバイトや派遣労働者等が含まれる。

（注１２）「直接の利益」とは，例えば，取引の相手方の従業員等を小売店に派遣して消費者に販売させることが，取引の相手方が納入する商品の売上げ増加，取引の相手方による消費者ニーズの動向の直接把握につながる場合など実際に生じる利益をいい，従業員等の派遣をすることにより将来の取引が有利になるというような間接的な利益を含まない。

（注１３）この場合は，従業員等の派遣の条件について取引の相手方との間で明確になっていても優越的地位の濫用として問題となる。

イ　メーカーや卸売業者が百貨店，スーパー等の小売業者からの要請を受け，自己が製造した商品又は自己が納入した商品の販売等のためにその従業員等を派遣する場合がある。こうした従業員等の派遣は，メーカーや卸売業者にとって消費者ニーズの動向を直接把握できる，小売業者にとって専門的な商品知識の不足が補われる等の利点を有している場合がある。従業員等の派遣が，それによって得ることとなる直接の利益の範囲内であるものとして，取引の相手方の自由な意思により行われる場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。また，従業員等の派遣の条件についてあらかじめ当該取引の相手方と合意（注１４）し，かつ，派遣のために通常必要な費用を自己が負担する場合も，これと同様である。

（注１４）「合意」とは，当事者の実質的な意思が合致していることであって，取引の相手方との十分な協議の上に当該取引の相手方が納得して合意しているという趣旨である。「返品」（第４の３(2)）における「合意」の考え方も，これと

同様である。

＜想定例＞

① 取引の相手方に対し，派遣費用を負担することなく，自己の利益にしかならない業務を行うよう取引の相手方に要請し，その従業員等を派遣させること。

② 自己の店舗の新規オープンセール又は改装オープンセールに際し，販売業務に従事させるために納入業者の従業員を派遣させ，当該納入業者の納入に係る商品の販売業務に併せて他の納入業者の商品の販売業務にもその従業員を従事させることにより，その従業員を派遣した納入業者に対して，直接の利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた負担をさせること。

③ 取引の相手方が従業員等を派遣するための費用を自己が負担するとしながら，派遣費用として一律に日当の額を定めるのみであって，個々の取引の相手方の事情により交通費，宿泊費等の費用が発生するにもかかわらず，当該費用を負担することなく，従業員等を派遣させること。

④ 取引の相手方が従業員等を派遣するための費用を自己が負担する場合において，日当，交通費，宿泊費等の費用を負担するとしながら，日当については，当該従業員等の給与や当該派遣に係る業務の内容に見合った適正な額を下回る額に一律に定めること。

⑤ 自己の棚卸業務のために雇用したアルバイトの賃金を取引の相手方に負担させること。

⑥ 契約上，取引の相手方が自己の倉庫まで運送することのみが契約内容とされている場合において，当該取引の相手方に対して，あらかじめ契約で定められていない自己の倉庫内における荷役等の業務について，無償で従事させること。

＜具体例＞

Ｘ社は，店舗の新規オープン及び改装オープンに際し，納入業者に対し，当該納入業者の納入に係る商品であるか否かを問わず，当該店舗における商品の陳列，商品の補充，接客等の作業（以下「オープン作業」という。）を行わせることとし，あらかじめ当該納入業者との間でその従業員等の派遣の条件について合意することなく，オープン作業を行わせるためにその従業員等の派遣を受けることを必要とする店舗，日時等を連絡し，その従業員等を派遣するよう要請している。この要請を受けた納入業者の多くは，Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上，その要請に応じることを余儀なくされ，その従業員等を派遣しており，Ｘ社は，当該派遣のために通常必要な費用を負担していない（平成２０年６月３０日排除措置命令・平成２０年（措）第１６号）。

(3) その他経済上の利益の提供の要請

ア　協賛金等の負担の要請や従業員等の派遣の要請以外であっても，取引上の地位が相手方に優越している事業者が，正当な理由がないのに，取引の相手方に対し，発注内容に含まれていない，金型（木型その他金型に類するものを含む。以下同じ。）等の設計図面，特許権等の知的財産権，従業員等の派遣以外の役務提供その他経済上の利益の無償提供を要請する場合であって，当該取引の相手方が今後の取引に与える影響を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる（注１５）。

（注１５）無償で提供させる場合だけでなく，取引上の地位が優越している事業者が，取引の相手方に対し，正常な商慣習に照らして不当に低い対価で提供させる場合には，優越的地位の濫用として問題となる。この判断に当たっては，「取引の対価の一方的決定」（第４の３(5)ア）に記載された考え方が適用される。

イ　一方，前記アに列記した経済上の利益が無償で提供される場合であっても，当該経済上の利益が，ある商品の販売に付随して当然に提供されるものであって，当該商品の価格にそもそも反映されているようなときは，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 取引に伴い，取引の相手方に著作権，特許権等の権利が発生・帰属する場合に，これらの権利が自己との取引の過程で得られたことを理由に，一方的に，作成の目的たる使用の範囲を超えて当該権利を自己に譲渡させること。

② 発注内容に金型の設計図面を提供することが含まれていないにもかかわらず，取引の相手方に対し，金型の設計図面を無償で提供させること。

③ 補修用部品，金型等自己が保管すべきものについて，自己の一方的な都合により，取引の相手方に無償で保管させ，また，保管に伴うメンテナンス等をさせること。

④ 自己が支給した部品・原材料の不具合，自己が行った設計の不備等自己に責任があるにもかかわらず，最終ユーザーからクレームがあった際，自己は一切責任を負わず，取引の相手方に最終ユーザーに対する損害賠償を含むクレーム対応を無償ですべて行わせること。

⑤ 商品を納入するに当たって，取引の相手方と十分協議することなく一方的に，当該取引の相手方が回収する義務のない産業廃棄物や他の事業者の輸送用具等を取引の相手方に無償で回収させること。

3　独占禁止法第２条第９項第５号ハ

独占禁止法第２条第９項第５号ハの規定は，次のとおりである。

> ハ　取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み，取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ，取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ，若しくはその額を減じ，その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し，若しくは変更し，又は取引を実施すること。

この独占禁止法第２条第９項第５号ハには，「受領拒否」，「返品」，「支払遅延」及び「減額」が優越的地位の濫用につながり得る行為の例示として掲げられているが，それ以外にも，取引の相手方に不利益を与える様々な行為が含まれる。

(1) 受領拒否

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が，取引の相手方から商品を購入する契約をした後において，正当な理由がないのに，当該商品の全部又は一部の受領を拒む場合（注１６）であって，当該取引の相手方が，今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる（注１７）。

（注１６）「受領を拒む」とは，商品を納期に受け取らないことである。納期を一方的に延期すること又は発注を一方的に取り消すことにより納期に商品の全部又は一部を受け取らない場合も，これに含まれる。

（注１７）取引の相手方から役務の提供を受ける契約をした後において，正当な理由がないのに，当該役務提供の全部又は一部の受取りを拒む場合については，独占禁止法第２条第９項第５号ハ「その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を（中略）変更し，又は取引を実施すること」として優越的地位の濫用の問題となり得る（第４の３(5)ウ参照）。

イ　他方，①当該取引の相手方から購入した商品に瑕疵（かし）がある場合，注文した商品と異なる商品が納入された場合，納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等，当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由がある場合，②商品の購入に当たって当該取引の相手方との合意により受領しない場合の条件を定め，その条件に従って受領しない場合（注１８），③あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て（注１９），かつ，商品の受領を拒むことによって当該取引の相手方に通常生ずべき損失（注２０）を負担する場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を

与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

（注１８）当該商品について，正常な商慣習の範囲内で受領を拒む条件を定める場合に限る。

（注１９）「同意を得て」とは，了承という意思表示を得ることであって，取引の相手方が納得して同意しているという趣旨である。「返品」（第４の３(2)），「支払遅延」（第４の３(3)）及び「やり直しの要請」（第４の３(5)イ）における「同意を得て」の考え方も，これと同様である。

（注２０）「通常生ずべき損失」とは，受領拒否により発生する相当因果関係の範囲内の損失をいう。例えば，①商品の市況の下落，時間の経過による商品の使用期限の短縮に伴う価値の減少等に相当する費用，②物流に要する費用，③商品の廃棄処分費用が挙げられる。「返品」（第４の３(2)），「支払遅延」（第４の３(3)）及び「やり直しの要請」（第４の３(5)イ）における「通常生ずべき損失」の考え方も，これと同様である。

＜想定例＞

① 取引の相手方が，発注に基づき商品を製造し，当該商品を納入しようとしたところ，売行き不振又は売場の改装や棚替えに伴い当該商品が不要になったことを理由に，当該商品の受領を拒否すること。

② あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして，発注内容と異なること又は瑕疵（かし）があることを理由に，当該商品の受領を拒否すること。

③ 特定の仕様を指示して商品の製造を発注した後であるにもかかわらず，自己の顧客から当該商品の注文が取り消されたことや，自己の販売計画を変更したことを理由に，当該商品の受領を拒否すること。

④ 取引の相手方が仕様の明確化を求めたにもかかわらず，正当な理由なく仕様を明確にしないまま，取引の相手方に継続して作業を行わせ，その後，取引の相手方が商品を納入しようとしたときになって，発注内容と異なることを理由に，当該商品の受領を拒否すること。

⑤ 発注した後になって，あらかじめ合意した納期を，取引の相手方の事情を考慮せず一方的に短く変更し，その納期までに納入が間に合わなかったとして商品の受領を拒否すること。

⑥ ロット単位で商品の検査を行い，不良品があったロットのみ受領しない契約であるにもかかわらず，あるロットで不良品が見つかった際，他のロットの検査をせず，すべてのロットの受領を拒否すること。

⑦ 取引の相手方に対し，特定の仕様を指示して継続的に部品の製造を発注しているところ，従来の納入時には仕様を満たしているとして検査に合格させていた部

品と同水準の部品について，自己の一方的な都合により不要になったことから，耐久性，耐靭性等の部品の性能に全く影響を及ぼさない微細な傷，打痕等を理由に，当該部品の受領を拒否すること。

(2) 返品

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が，取引の相手方に対し，当該取引の相手方から受領した商品を返品する場合であって，どのような場合に，どのような条件で返品するかについて，当該取引の相手方との間で明確になっておらず，当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合，その他正当な理由がないのに，当該取引の相手方から受領した商品を返品する場合であって，当該取引の相手方が，今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる。

イ　他方，①当該取引の相手方から購入した商品に瑕疵（かし）がある場合，注文した商品と異なる商品が納入された場合，納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等，当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由により，当該商品を受領した日から相当の期間内に，当該事由を勘案して相当と認められる数量の範囲内（注２１）で返品する場合，②商品の購入に当たって当該取引の相手方との合意により返品の条件を定め，その条件に従って返品する場合（注２２），③あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て，かつ，商品の返品によって当該取引の相手方に通常生ずべき損失を自己が負担する場合，④当該取引の相手方から商品の返品を受けたい旨の申出があり，かつ，当該取引の相手方が当該商品を処分することが当該取引の相手方の直接の利益（注２３）となる場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

（注２１）「相当の期間」については，個々の事情により判断されるべきであるが，例えば，直ちに発見できる瑕疵（かし）がある場合や注文品と異なっている場合には，商品の受領後，検品に要する標準的な期間内に速やかに返品する必要がある。「減額」（第４の３(4)）における「相当の期間」の考え方も，これと同様である。

また，相当の期間内に返品する場合であっても，無制限に返品することは認められない。例えば，瑕疵（かし）のある商品や注文と異なる商品であれば，その商品を返品することは認められるが，これに併せて他の商品も（セットでなければ販売の用をなさないものを除く。）返品することは，「相当と認められる数量の範囲内」の返品とは認められない。

（注２２）当該商品について，その受領の日から一定の期間内における一定の数量の範囲内での返品又は受領した商品の総量に対して一定の数量の範囲内での返品が，正常な商慣習となっており，かつ，当該商慣習の範囲内で返品の条件を定める場合に限る。

（注２３）「直接の利益」とは，例えば，取引の相手方の納入した旧商品であって取引先の店舗で売れ残っているものを回収して，新商品を納入した方が取引の相手方の売上げ増加となるような場合など実際に生じる利益をいい，返品を受けることにより将来の取引が有利になるというような間接的な利益を含まない。

＜想定例＞

① 展示に用いたために汚損した商品を返品すること。

② 小売用の値札が貼られており，商品を傷めることなくはがすことが困難な商品を返品すること。

③ メーカーの定めた賞味期限とは別に独自にこれより短い販売期限を一方的に定める場合において，この販売期限が経過したことを理由に返品すること。

④ 自己のプライベート・ブランド商品を返品すること。

⑤ 月末又は期末の在庫調整のために返品すること。

⑥ 自己の独自の判断に基づく店舗又は売り場の改装や棚替えを理由に返品すること。

⑦ セール終了後に売れ残ったことを理由に返品すること。

⑧ 単に購入客から返品されたことを理由に返品すること。

⑨ 直ちに発見できる瑕疵（かし）であったにもかかわらず，検品に要する標準的な期間をはるかに経過した後になって，瑕疵（かし）があることを理由に取引の相手方に返品すること。

＜具体例＞

Ｘ社は，店舗の閉店又は改装に際し，当該店舗の商品のうち，当該店舗及び他の店舗において販売しないこととした商品について，当該商品の納入業者に対し，当該納入業者の責めに帰すべき事由がなく，あらかじめ当該納入業者との合意により返品の条件を定めておらず，かつ，当該商品の返品を受けることが当該納入業者の直接の利益とならないにもかかわらず，当該商品の返品に応じるよう要請している。この要請を受けた納入業者の多くは，Ｘ社との取引を継続して行う立場上，その要請に応じることを余儀なくされ，当該商品の返品を受け入れており，Ｘ社は，当該商品の返品によって当該納入業者に通常生ずべき損失を負担していない（平成２１年６月１９日排除措置命令・平成２１年（措）第７号）。

(3) 支払遅延

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が，正当な理由がないのに，契約で定めた支払期日に対価を支払わない場合であって，当該取引の相手方が，今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる。

また，契約で定めた支払期日より遅れて対価を支払う場合だけでなく，取引上の地位が優越している事業者が，一方的に対価の支払期日を遅く設定する場合や，支払期日の到来を恣意的に遅らせる場合にも，当該取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなりやすく，優越的地位の濫用として問題となりやすい。

イ　他方，あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て，かつ，対価の支払の遅延によって当該取引の相手方に通常生ずべき損失を自己が負担する場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 社内の支払手続の遅延，製品の設計や仕様の変更などを理由として，自己の一方的な都合により，契約で定めた支払期日に対価を支払わないこと。

② 分割して納入を受ける取引において，初期納入分の提供を受けた後に対価を支払うこととされているにもかかわらず，一方的に支払条件を変更し，すべてが納入されていないことを理由として対価の支払を遅らせること。

③ 商品の提供が終わっているにもかかわらず，その検収を恣意的に遅らせることなどにより，契約で定めた支払期日に対価を支払わないこと。

④ 取引に係る商品又は役務を自己が実際に使用した後に対価を支払うこととされている場合に，自己の一方的な都合によりその使用時期を当初の予定より大幅に遅らせ，これを理由として対価の支払を遅らせること。

⑤ 非常に高額な製品・部品等の納入を受けている場合において，当初，契約で一括払いとしたにもかかわらず，支払の段階になって自己の一方的な都合により数年にわたる分割払いとし，一括払いに応じないこと。

(4) 減額

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が，商品又は役務を購入した後において，正当な理由がないのに，契約で定めた対価を減額する場合であって，当該取引の相手方が，今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位

の濫用として問題となる。

契約で定めた対価を変更することなく，商品又は役務の仕様を変更するなど対価を実質的に減額する場合も，これと同様である。

イ　他方，①当該取引の相手方から購入した商品又は提供された役務に瑕疵（かし）がある場合，注文内容と異なる商品が納入され又は役務が提供された場合，納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等，当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由により，当該商品が納入され又は当該役務が提供された日から相当の期間内に，当該事由を勘案して相当と認められる金額の範囲内（注２４）で対価を減額する場合，②対価を減額するための要請が対価に係る交渉の一環として行われ，その額が需給関係を反映したものであると認められる場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

（注２４）相当の期間内に対価を減額する場合であっても，無制限に対価を減額することは認められない。例えば，商品に瑕疵（かし）がある場合であれば，その瑕疵（かし）の程度に応じて正当に評価される金額の範囲内で減額を行う必要があるが，これを超えて減額を行うことは，「相当と認められる金額の範囲内」の対価の減額とは認められない。

＜想定例＞

① 商品又は役務の提供を受けた後であるにもかかわらず，業績悪化，予算不足，顧客からのキャンセル等自己の一方的な都合により，契約で定めた対価の減額を行うこと。

② あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして，発注内容と異なる又は瑕疵（かし）があることを理由に，納入価格の値引きをさせること。

③ 自己の一方的な都合により取引の対象となる商品若しくは役務の仕様等の変更，やり直し又は追加的な提供を要請した結果，取引の相手方の作業量が大幅に増加することとなるため，当該作業量増加分に係る対価の支払を約したにもかかわらず，当初の契約で定めた対価しか支払わないこと。

④ セールで値引販売したことを理由に，又は当該値引販売に伴う利益の減少に対処するために，値引販売した額に相当する額を取引の相手方に値引きさせること。

⑤ 毎月，一定の利益率を確保するため，当該利益率の確保に必要な金額を計算して，それに相当する額を取引の相手方に値引きさせること。

⑥ 商品の製造を発注した後であるにもかかわらず，自社で策定したコスト削減目標を達成するために必要な金額を計算して，それに相当する額を取引の相手方に値引きさせること。

⑦　自己の要請に基づいて設備投資や人員の手配を行うなど，取引の相手方が自己に対する商品又は役務の提供の準備のための費用を負担しているにもかかわらず，自己の一方的な都合により，当該商品又は役務の一部の取引を取りやめ，契約で定めた対価から取引の減少分に係る対価の減額を行うこと。

⑧　同一商品が他店で安く販売されていることを理由に，納入業者と協議することなく，自店と他店の販売価格の差額分を納入価格から差し引いた対価しか支払わないこと。

⑨　消費税・地方消費税相当額を支払わないことにより，又は支払時に端数切捨てを行うことにより，契約で定めた対価の減額を行うこと。

⑩　自己の一方的な都合による設計変更，図面提供の遅延等があったにもかかわらず，取引の相手方の納期延長を認めず，納期遅れのペナルティの額を差し引いた対価しか支払わないこと。

＜具体例＞

Ｘ社は，食品，菓子及び雑貨の各仕入部門が取り扱っている商品について，商品回転率が低いこと，店舗を閉店することとしたこと，季節商品の販売時期が終了したこと又は陳列棚からの落下等により商品が破損したことを理由として，商品の割引販売を行うこととし，割引販売を行うこととした商品の納入業者に対し，その納入価格から当該割引販売前の価格に１００分の５０を乗じるなどの方法により算出した額の値引きをするよう要請していた。この要請を受けた納入業者の多くは，Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上，その要請に応じることを余儀なくされ，値引きをしていた（平成２０年５月２３日排除措置命令・平成２０年（措）第１１号）。

(5) その他取引の相手方に不利益となる取引条件の設定等

前記第４の１，第４の２及び第４の３(1)から(4)までの行為類型に該当しない場合であっても，取引上の地位が優越している事業者が，取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益となるように取引の条件を設定し，若しくは変更し，又は取引を実施する場合には，優越的地位の濫用として問題となる。

一般に取引の条件等に係る交渉が十分に行われないときには，取引の相手方は，取引の条件等が一方的に決定されたものと認識しがちである。よって，取引上優越した地位にある事業者は，取引の条件等を取引の相手方に提示する際，当該条件等を提示した理由について，当該取引の相手方へ十分に説明することが望ましい。

ア　取引の対価の一方的決定

(ｱ) 取引上の地位が相手方に優越している事業者が，取引の相手方に対し，一方的に，著しく低い対価又は著しく高い対価での取引を要請する場合であって，当該

取引の相手方が，今後の取引に与える影響等を懸念して当該要請を受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる（注２５）。

この判断に当たっては，対価の決定に当たり取引の相手方と十分な協議が行われたかどうか等の対価の決定方法のほか，他の取引の相手方の対価と比べて差別的であるかどうか，取引の相手方の仕入価格を下回るものであるかどうか，通常の購入価格又は販売価格との乖離（かいり）の状況，取引の対象となる商品又は役務の需給関係等を勘案して総合的に判断する。

（注２５）取引の対価の一方的決定は，独占禁止法第２条第９項第５号ハの「取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定（中略）すること。」に該当する。

(ｲ) 他方，①要請のあった対価で取引を行おうとする同業者が他に存在すること等を理由として，低い対価又は高い対価で取引するように要請することが，対価に係る交渉の一環として行われるものであって，その額が需給関係を反映したものであると認められる場合，②ある品目について，セール等を行うために通常よりも大量に仕入れる目的で，通常の購入価格よりも低い価格で購入する場合（いわゆるボリュームディスカウント）など取引条件の違いを正当に反映したものであると認められる場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 多量の発注を前提として取引の相手方から提示された単価を，少量しか発注しない場合の単価として一方的に定めること。

② 納期までの期間が短い発注を行ったため，取引の相手方の人件費等のコストが大幅に増加したにもかかわらず，通常の納期で発注した場合の単価と同一の単価を一方的に定めること。

③ 通常の発注内容にない特別の仕様を指示したり，配送頻度の変更を指示したりするなどしたため，取引の相手方の作業量が増加し，当該取引の相手方の人件費等のコストが大幅に増加したにもかかわらず，通常の発注内容の場合の単価と同一の単価を一方的に定めること。

④ 自己の予算単価のみを基準として，一方的に通常の価格より著しく低い又は著しく高い単価を定めること。

⑤ 一部の取引の相手方と協議して決めた単価若しくは不合理な基準で算定した単価を他の取引の相手方との単価改定に用いること，又は取引の相手方のコス

ト減少を理由としない定期的な単価改定を行うことにより，一律に一定比率で単価を引き下げ若しくは引き上げて，一方的に通常の価格より著しく低い若しくは著しく高い単価を定めること。

⑥　発注量，配送方法，決済方法，返品の可否等の取引条件に照らして合理的な理由がないにもかかわらず特定の取引の相手方を差別して取り扱い，他の取引の相手方より著しく低い又は著しく高い対価の額を一方的に定めること。

⑦　セールに供する商品について，納入業者と協議することなく，納入業者の仕入価格を下回る納入価格を定め，その価格で納入するよう一方的に指示して，自己の通常の納入価格に比べて著しく低い価格をもって納入させること。

⑧　原材料等の値上がりや部品の品質改良等に伴う研究開発費の増加，環境規制への対策などにより，取引の相手方のコストが大幅に増加したにもかかわらず，従来の単価と同一の単価を一方的に定めること。

⑨　ある店舗の新規オープンセールを行う場合に，当該店舗への納入価格のみならず，自己が全国展開している全店舗への納入価格についても，著しく低い納入価格を一方的に定めること。

⑩　取引の相手方から，社外秘である製造原価計算資料，労務管理関係資料等を提出させ，当該資料を分析し，「利益率が高いので値下げに応じられるはず」などと主張し，著しく低い納入価格を一方的に定めること。

＜具体例＞

Ｘ社は，年２回行われる特別感謝セール及び年間約５０回行われる火曜特売セールに際し，一部の店舗において，売上げ増加等を図るため，当該店舗の仕入担当者から，仲卸業者に対し，当該セールの用に供する青果物について，あらかじめ仲卸業者との間で納入価格について協議することなく，例えば，火曜特売セールの前日等に，チラシに掲載する大根，きゅうり，トマト等の目玉商品を連絡し，同商品について仲卸業者の仕入価格を下回る価格で納入するよう一方的に指示する等して，当該セールの用に供する青果物と等級，産地等からみて同種の商品の一般の卸売価格に比べて著しく低い価格をもって通常時に比べ多量に納入するよう要請している。この要請を受けた仲卸業者の多くは，Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上，その要請に応じることを余儀なくされている（平成１７年１月７日勧告審決・平成１６年（勧）第３４号）。

イ　やり直しの要請

(ｱ) 取引上の地位が相手方に優越している事業者が，正当な理由がないのに，当該取引の相手方から商品を受領した後又は役務の提供を受けた後に，取引の相手方に対し，やり直しを要請する場合であって，当該取引の相手方が，今後の取引に

与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり，優越的地位の濫用として問題となる（注２６）（注２７）。

（注２６）「やり直し」は，独占禁止法第２条第９項第５号ハの「取引の相手方に不利益となるように取引の条件を（中略）変更し，又は取引を実施すること。」に該当する。

（注２７）取引の相手方から商品を受領する前又は役務の提供を受ける前に，給付内容を変更し，当初の給付内容とは異なる作業をさせる場合については，「減額」（第４の３(4)参照）又は「その他取引の相手方に不利益となる取引条件の設定等」（第４の３(5)ウ参照）として優越的地位の濫用の問題となり得る。

(ｲ) 他方，①商品又は役務の内容が発注時点で取り決めた条件に満たない場合，②あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て，かつ，やり直しによって当該取引の相手方に通常生ずべき損失を自己が負担する場合，③具体的な仕様を確定させるために試作品を作製することを含む取引において，当該試作品につきやり直しを要請し，かつ当該やり直しに係る費用が当初の対価に含まれていると認められる場合には，正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず，優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 商品又は役務の受領前に，自己の一方的な都合により，あらかじめ定めた商品又は役務の仕様を変更したにもかかわらず，その旨を取引の相手方に伝えないまま，取引の相手方に継続して作業を行わせ，納入時に仕様に合致していないとして，取引の相手方にやり直しをさせること。

② 委託内容について取引の相手方に確認を求められて了承したため，取引の相手方がその委託内容に基づき製造等を行ったにもかかわらず，給付内容が委託内容と異なるとして取引の相手方にやり直しをさせること。

③ あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして，発注内容と異なること又は瑕疵（かし）があることを理由に，やり直しをさせること。

④ 取引の相手方が仕様の明確化を求めたにもかかわらず，正当な理由なく仕様を明確にしないまま，取引の相手方に継続して作業を行わせ，その後，取引の相手方が商品を納入したところ，発注内容と異なることを理由に，やり直しをさせること。

ウ　その他

(ｱ) 前記第４の３(1)から(4)まで並びに第４の３(5)ア及びイの行為類型に該当しない場合であっても，取引上の地位が優越している事業者が，一方的に，取引の条件を設定し，若しくは変更し，又は取引を実施する場合に，当該取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなるときは，優越的地位の濫用として問題となる。

(ｲ) 次に掲げる想定例は，通常，これまでに述べた行為類型のいずれにも当てはまらないものと考えられるが，独占禁止法第２条第９項第５号ハに該当すれば，優越的地位の濫用として問題となる。

＜想定例＞

① 取引の相手方が取引に係る商品を実際に使用し，又は役務の提供を実際に受けた後に対価の支払を受けることとされている場合において，自己の一方的な都合により，当該取引の相手方がまだ実際に商品を使用していない又はまだ役務の提供を実際に受けていないにもかかわらず，当該取引の相手方に対価を前倒しして支払わせること。

② 特定の仕様を指示して部品の製造を発注し，これを受けて取引の相手方が既に原材料等を調達しているにもかかわらず，自己の一方的な都合により，当該取引の相手方が当該調達に要した費用を支払うことなく，部品の発注を取り消すこと。

③ 取引の相手方に対し，新たな機械設備の導入を指示し，当該機械設備の導入後直ちに一定数量を発注することを説明して発注を確約し，当該取引の相手方が当該機械設備の導入等の取引の実現に向けた行動を採っているのを黙認していたにもかかわらず，自己の一方的な都合により，発注数量を著しく減少する又は発注を取り消すこと。

④ 取引の相手方に対し，債務超過等業績が不振な会社の振り出した手形，手形サイトが著しく長い手形等の支払期日までに一般の金融機関による割引を受けることが困難な手形を交付し，通常よりも割高な割引料を負担させること。

⑤ 取引の相手方に対し掛け売りに伴う債権保全のために必要な金額を超えた，著しく高額な保証金を一方的に定め，当該保証金を預託させること。

⑥ 取引の相手方が納期までに納品できなかった場合又は取引の相手方が納入した商品に瑕疵(かし)があった場合に，当該取引の相手方に対して課すペナルティについて，その額や算出根拠等について当該取引の相手方と十分協議することなく一方的に定め，納品されて販売していれば得られた利益相当額又は当該瑕疵(かし)がなければ得られた利益相当額を超える額を負担させること。

(ｳ) なお，次のとおり，フランチャイズ・チェーンの本部が，加盟者に対し，見切り販売の取りやめを余儀なくさせ，加盟者が自らの合理的な経営判断に基づいて自己の負担を軽減する機会を失わせている行為が，優越的地位の濫用として問題となったことがある（注２８）。

（注２８）このような行為も，独占禁止法第２条第９項第５号ハに該当する行為である。なお，フランチャイズ取引における優越的地位の濫用についての考え方の詳細については，「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について（平成１４年４月２４日公正取引委員会）」を参照されたい。

＜具体例＞

Ｘ社は，自己のフランチャイズ・チェーンの加盟者が経営するコンビニエンスストアで廃棄された商品の原価相当額の全額が加盟者の負担となる仕組みの下で，

ア　経営相談員は，加盟者がデイリー商品（品質が劣化しやすい食品及び飲料であって，原則として毎日店舗に商品が納入されるものをいう。以下同じ。）の見切り販売を行おうとしていることを知ったときは，当該加盟者に対し，見切り販売を行わないようにさせる

イ　経営相談員は，加盟者が見切り販売を行ったことを知ったときは，当該加盟者に対し，見切り販売を再び行わないようにさせる

ウ　加盟者が前記ア又はイにもかかわらず見切り販売を取りやめないときは，経営相談員の上司に当たる従業員らは，当該加盟者に対し，加盟店基本契約の解除等の不利益な取扱いをする旨を示唆するなどして，見切り販売を行わないよう又は再び行わないようにさせる

など，見切り販売を行おうとし，又は行っている加盟者に対し，見切り販売の取りやめを余儀なくさせ，もって，加盟者が自らの合理的な経営判断に基づいて廃棄に係るデイリー商品の原価相当額の負担を軽減する機会を失わせている（平成２１年６月２２日排除措置命令・平成２１年（措）第８号）。

以上

下請法違反行為を自発的に申し出た親事業者の取扱いについて

平成２０年１２月１７日
公 正 取 引 委 員 会

公正取引委員会は，下請代金支払遅延等防止法（以下「下請法」という。）に違反し下請事業者に重大な不利益を与えた親事業者に対して，下請法第７条の規定に基づき，下請事業者が受けた不利益を回復するために必要な措置を採ることなどを勧告することとしているところ，最近，下請法違反行為を行っていた親事業者が当委員会に対して自発的に違反行為を申し出た事案があった。

公正取引委員会は，親事業者の自発的な改善措置が下請事業者が受けた不利益の早期回復に資することにかんがみ，当該事案については，以下のような事由が認められたことから，下請事業者の利益を保護するために必要な措置を採ることを勧告するまでの必要はないものとした。

今後，当該事案と同様の自発的な申出が親事業者からなされ，かつ，以下のような事由が認められた場合には，親事業者の法令遵守を促す観点から，同様の取扱いをすることになる。

１　公正取引委員会が当該違反行為に係る調査に着手する前に，当該違反行為を自発的に申し出ている。
２　当該違反行為を既に取りやめている。
３　当該違反行為によって下請事業者に与えた不利益を回復するために必要な措置（注）を既に講じている。
４　当該違反行為を今後行わないための再発防止策を講じることとしている。
５　当該違反行為について公正取引委員会が行う調査及び指導に全面的に協力している。

（注）　下請代金を減じていた当該事案においては，減じていた額の少なくとも過去１年間分を返還している。

問い合わせ先	公正取引委員会事務総局経済取引局取引部下請取引調査室 電話　０３－３５８１－３３７４（直通）
ホームページ	http://www.jftc.go.jp

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２８日
公正取引委員会
改正：平成２２年１月　１日

第１　はじめに

１　競争政策と知的財産制度

技術に係る知的財産（注１）制度（以下「知的財産制度」という。）は、事業者の研究開発意欲を刺激し、新たな技術やその技術を利用した製品を生み出す原動力となり得るものであり、競争を促進する効果が生ずることが期待される。また、技術取引が行われることにより、異なる技術の結合によって技術の一層効率的な利用が図られたり、新たに、技術やその技術を利用した製品の市場が形成され、又は競争単位の増加が図られ得るものであり、技術取引によって競争を促進する効果が生ずることが期待される。このように、知的財産制度は、自由経済体制の下で、事業者に創意工夫を発揮させ、国民経済の発展に資するためのものであり、その趣旨が尊重されるとともに、円滑な技術取引が行われるようにすることが重要である。

他方、知的財産制度の下で、技術に権利を有する者が、他の事業者がこれを利用することを拒絶したり、利用することを許諾するに当たって許諾先事業者の研究開発活動、生産活動、販売活動その他の事業活動を制限したりする行為（以下「技術の利用に係る制限行為」という。）は、その態様や内容いかんによっては、技術や製品をめぐる競争に悪影響を及ぼす場合がある。

したがって、技術の利用に係る制限行為についての独占禁止法の運用においては、知的財産制度に期待される競争促進効果を生かしつつ、知的財産制度の趣旨を逸脱した行為によって技術や製品をめぐる競争に悪影響が及ぶことのないようにすることが競争政策上重要であると考えられる。

（注１）知的財産基本法では、知的財産とは、「発明、考案、植物の新品種、意匠、著作物その他の人間の創造的活動により生み出されるもの（発見又は解明がされた自然の法則又は現象であって、産業上の利用可能性があるものを含む。）、商標、商号その他事業活動に用いられる商品又は役務を表示するもの及び営業秘密その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報」（第２条第１項）とされており、一般に知的財産とは、技術に関するものに限られないが、本指針では、知的財産のうち技術に関するもののみを対象としている。

２　本指針の適用対象

本指針は、知的財産のうち技術に関するものを対象とし、技術の利用に係る制限行為に対する独占禁止法の適用に関する考え方を包括的に明らかにするものである。

(1)本指針において技術とは、特許法、実用新案法、半導体集積回路の回路配置に関する法律、種苗法、著作権法及び意匠法によって保護される技術（注２）並びにノウハウ（注３）として保護される技術を指す。

これらの技術の利用とは、法的には当該技術に係る知的財産の利用にほかならないから、本指針では、以下「技術の利用」と「知的財産の利用」とは同義のものとして用いる。

（注２）著作権法ではプログラム著作物、意匠法では物品の形状に係る意匠として保護される技術がこれに当たる。

（注３）本指針においてノウハウとして保護される技術とは、非公知の技術的知識と経験又はそれらの集積であって、その経済価値を事業者自らが保護・管理するものを指し、おおむね、不正競争防止法上の営業秘密のうちの技術に関するものがこれに該当する。ノウハウは特定の法律で独占的排他権が付与されるものではないため、特許権等によって保護されるものと比べ、保護される技術の範囲が不確定であること、保護の排他性が弱いこと、保護期間が不確定であること等の特質を有する。

(2)本指針で対象とする技術の利用に係る制限行為には、ある技術に権利を有する者が、①他の者に当該技術を利用させないようにする行為、②他の者に当該技術を利用できる範囲を限定して許諾する行為及び③他の者に当該技術の利用を許諾する際に相手方が行う活動に制限を課す行為がある（注４）。

技術の利用に係る制限行為には、技術を有する者が、自ら単独で制限を行う場合もあれば、他の事業者と共同で行う場合もあり、技術を利用しようとする者に対して直接に制限を課す場合もあれば、第三者を通じて制限を課す場合もある。また、これらの制限には、契約中の制限条項として規定されるもののほか、事実上の制限もある。

本指針では、その態様や形式にかかわらず、実質的に技術の利用に係る制限行為に当たるものは、すべてその対象としている。

（注４）以下では、ある技術の利用を他の者に許諾することをライセンス（プログラム著作物の使用を許諾する行為を含む。）、当該ライセンスをする者をライセンサー、ライセンスを受ける者をライセンシーという。また、ライセンスされる技術のことをライセンス技術ということがある。ライセンサーがライセンシーに対して、第三者に対してサブライセンスをする権利を付与する場合があるが、この場合にライセンシーが当該第三者（サブライセンシー）に対して課すこととしている制限については、基本的には、ライセンサーがライセンシーに課す制限と同様に取り扱う。

(3)本指針で示される考え方は、事業者の事業活動が行われる場所が我が国の内外のいずれであるかを問わず、我が国市場に影響が及ぶ限りにおいて適用される。

3　本指針の構成等

本指針第２では、技術の利用に係る制限行為に独占禁止法を適用する際の基本的な考え方を明らかにしている。次に、第３において私的独占又は不当な取引制限の観点から、第４において不公正な取引方法の観点から、独占禁止法上の考え方を明らかにしている。

本指針第３及び第４に示した＜具体例＞は、本指針の記述についての具体的な理解を助けるために、過去の審決における違反行為を例示として掲げたものであり、また、＜参考例＞は、公正取引委員会が警告を行った事件の被疑事実を参考として掲げたものである。

なお、本指針の策定に伴い、「特許・ノウハウライセンス契約に関する独占禁止法上の指針」（平成11年７月30日公表）は、廃止する。

第２　独占禁止法の適用に関する基本的な考え方

１　独占禁止法と知的財産法

独占禁止法第21条は、「この法律の規定は、著作権法、特許法、実用新案法、意匠法又は商標法による権利の行使と認められる行為にはこれを適用しない。」と規定している（注５）。したがって、技術の利用に係る制限行為のうち、そもそも権利の行使とはみられない行為には独占禁止法が適用される。

また、技術に権利を有する者が、他の者にその技術を利用させないようにする行為及び利用できる範囲を限定する行為は、外形上、権利の行使とみられるが、これらの行為についても、実質的に権利の行使とは評価できない場合は、同じく独占禁止法の規定が適用される。すなわち、これら権利の行使とみられる行為であっても、行為の目的、態様、競争に与える影響の大きさも勘案した上で、事業者に創意工夫を発揮させ、技術の活用を図るという、知的財産制度の趣旨を逸脱し、又は同制度の目的に反すると認められる場合は、上記第21条に規定される「権利の行使と認められる行為」とは評価できず、独占禁止法が適用される（注６）。

なお、一定の行為が、権利の行使と認められるかどうかの判断に当たっては、権利の消尽にも留意する必要がある。すなわち、技術に権利を有する者が、当該技術を用いた製品を我が国の市場において、自らの意思によって、適法に拡布した後においては、他の者がそれを我が国の市場で取引する行為は、当該権利の侵害を生じるものではない（特許権等の国内消尽）。したが

って、権利者が、自らの意思で拡布した製品について他の者が取引をする際に、各種の制限を課す行為への独占禁止法の適用は、一般の製品の販売に関する制限の場合と何ら異なるものではない。

（注５）独占禁止法第21条の規定は、同条に掲げられた法律以外の法律で排他的利用が認められる技術にも適用されると解される。また、ノウハウとして保護される技術はこれらの法律によって排他的利用権を付与されるものではないため、同条の規定は適用されないが、前記注３の特質を有していることから、それらの特質を踏まえつつ、独占禁止法第21条が適用される技術と同様に取り扱われる。

（注６）知的財産基本法においては、「知的財産の保護及び活用に関する施策を推進するに当たっては、その公正な利用及び公共の利益の確保に留意するとともに、公正かつ自由な競争の促進が図られるよう配慮するものとする。」（第10条）と規定されている。

２　市場についての考え方

(1)技術の利用に係る制限行為について独占禁止法上の評価を行うに当たっては、原則として、当該制限行為の影響の及ぶ取引を想定し、当該制限行為により当該取引の行われる市場における競争が減殺（競争減殺には、競争の実質的制限の観点から検討する場合と、不公正な取引方法のうち第４－１－（２）に記載の観点から検討する場合があり、本項ではこれらの両方を指す。）されるか否かを検討する。

なお、不公正な取引方法の観点から検討する際には、競争減殺とは別に、競争手段として不当か、又は自由競争基盤の侵害となるかについて検討を要する場合がある（後記第４－１－（３）参照）。

(2)技術を利用させないようにする行為又は技術を利用できる範囲を限定してライセンスをする行為は、当該技術の市場又は当該技術を用いた製品（役務を含む。以下同じ。）の市場における競争に影響を及ぼす。また、技術のライセンスに伴ってライセンシーの事業活動に制限を課す行為は、当該技術又は当該技術を用いた製品の取引以外に、当該技術又は当該技術を用いた製品を用いて供給される技術又は製品の取引、当該技術を用いた製品の製造に必要な他の技術や部品、原材料の取引など様々な取引に影響を及ぼす。

したがって、技術の利用に係る制限行為について独占禁止法上の評価を行うに当たっては、制限行為の影響が及ぶ取引に応じ、取引される技術の市場、当該技術を用いて供給される製品の市場、その他の技術又は製品の市場を画定し、競争への影響を検討することになる。

(3)技術の市場（以下「技術市場」という。）及び当該技術を用いた製品の市場（以下「製品市場」という。）の画定方法は、製品又は役務一般と異なるところはなく、技術又は当該技術を用いた製品のそれぞれについて、基本的には、需要者にとっての代替性という観点から市場が画定される。その際、

一般に技術取引は輸送面での制約が小さく、また、現在の用途から他の分野へ転用される可能性があることを考慮し、技術市場の画定に際しては、現に当該技術が取引されていない分野が市場に含まれる場合がある。また、ある技術が特定の分野で多数の事業者により利用されており、これら利用者にとって迂回技術の開発や代替技術への切換えが著しく困難な場合、当該技術のみの市場が画定される場合がある。

なお、技術の利用に係る制限行為が、技術の開発をめぐる競争にも影響を及ぼす場合もあるが、研究開発活動自体に取引や市場を想定し得ないことから、技術開発競争への影響は、研究開発活動の成果である将来の技術又は当該技術を利用した製品の取引における競争に及ぼす影響によって評価することになる。

3　競争減殺効果の分析方法

技術の利用に係る制限行為によって市場における競争が減殺されるか否かは、制限の内容及び態様、当該技術の用途や有力性のほか、対象市場ごとに、当該制限に係る当事者間の競争関係の有無（注７）、当事者の占める地位（シェア（注８）、順位等）、対象市場全体の状況（当事者の競争者の数、市場集中度、取引される製品の特性、差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性等）、制限を課すことについての合理的理由の有無並びに研究開発意欲及びライセンス意欲への影響を総合的に勘案し、判断することになる。

技術の利用に関して複数の制限が課される場合、それら制限が同じ市場に影響を及ぼすのであれば、各制限が当該市場における競争に及ぼす影響を合わせて検討することになる。また、これらの制限が、それぞれ異なる市場に影響を及ぼす場合には、各市場ごとに競争への影響を検討した上で、当該市場の競争への影響が他の市場の競争に対して二次的に及ぼす影響についても検討することになる。

また、他の事業者が代替技術を供給している場合には、これらの事業者が同様の制限行為を並行的に行っているかどうかについても検討する。

（注７）制限行為前から当事者が競争関係にある場合、ライセンスにより初めて競争関係を生じる場合及びライセンスによっても競争関係を生じない場合が考えられる。

（注８）技術市場におけるシェアの算定方法については、当該技術を用いた製品の市場におけるシェアにより代替できる場合が多いと考えられる。

4　競争に及ぼす影響が大きい場合の例

(1)競争者間の行為

技術の利用に係る制限行為が競争者間で行われる場合には、非競争者間で行われる場合と比べて、これら当事者の間における競争の回避や競争者の排除につながりやすいため、競争への影響が相対的に大きいと考えられる。

(2)有力な技術

有力と認められる技術は、それ以外の技術に比べて、技術の利用に係る制限行為が競争に及ぼす影響は相対的に大きい。一般に、ある技術が有力な技術かどうかは技術の優劣ではなく、製品市場における当該技術の利用状況、迂回技術の開発又は代替技術への切替えの困難さ、当該技術に権利を有する者が技術市場又は製品市場において占める地位等を、総合的に勘案して判断される。

例えば、技術市場又は製品市場で事実上の標準としての地位を有するに至った技術については、有力な技術と認められる場合が多い。

5　競争減殺効果が軽微な場合の例

技術の利用に係る制限行為については、その内容が当該技術を用いた製品の販売価格、販売数量、販売シェア、販売地域若しくは販売先に係る制限（注９）、研究開発活動の制限又は改良技術の譲渡義務・独占的ライセンス義務を課す場合を除き、制限行為の対象となる技術を用いて事業活動を行っている事業者の製品市場におけるシェア（以下、本項において「製品シェア」という。）の合計が20%以下である場合には、原則として競争減殺効果は軽微であると考えられる。

ただし、一定の制限が技術市場における競争に及ぼす影響を検討する場合は、原則として、製品シェアの合計が20%以下であれば競争減殺効果は軽微であると考えられるが、製品シェアが算出できないとき又は製品シェアに基づいて技術市場への影響を判断することが適当と認められないときには、当該技術以外に、事業活動に著しい支障を生ずることなく利用可能な代替技術に権利を有する者が４以上存在すれば競争減殺効果は軽微であると考えられる。

（後記第４－１－（３）の観点からの検討については本項の考え方は当てはまらない。）

（注９）ライセンサーがライセンシーに対して、ライセンス技術を用いた製品の販売数量、販売地域を制限する行為は、技術を利用できる範囲を限定する行為として、権利の行使とみられるものである。しかし、後記（第３－２）のとおり、複数の当事者が相互にこれらの制限を課す行為は権利の行使とは認められない。

第３　私的独占及び不当な取引制限の観点からの考え方

技術の利用に係る制限行為に対しては、独占禁止法第３条（私的独占又は不当な取引制限）又は第19条（不公正な取引方法）の適用が問題となり、当該行為が後述する一定の行為要件を満たし、かつ、公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、第３条の規定に違反することになる。また、事業者団体が一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、第８条の規定に違反することになる（第19条の観点からの考え方は第４において述べる。）。

一定の取引分野は、前記第２－２の市場についての考え方を基本とし、技術市場又は製品市場における取引の対象、相手方、取引される地域、取引の態様等を踏まえ、当該行為の影響の及ぶ範囲に即して画定することになる。

競争に及ぼす影響の分析方法は、前記第２－３に述べたとおりであり、「競争を実質的に制限する」とは、市場支配的状態（注10）を形成・維持・強化することをいう。

（注10）独占禁止法第２条第５項に規定する「一定の取引分野における競争を実質的に制限すること」の意義については、裁判例上、「市場における競争自体が減少して、特定の事業者又は事業者集団が、その意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することによって、市場を支配することができる形態が現れているか、又は少なくとも現れようとする程度に至っている状態をいう」などとされている（東宝・スバル事件判決（昭和26年９月19日東京高等裁判所）及び東宝・新東宝事件判決（昭和28年12月７日東京高等裁判所）参照）ところ、このような趣旨における市場支配的状態を形成・維持・強化することをいうものと解される（平成19年３月26日審決（平成16年（判）第２号））。

１　私的独占の観点からの検討

技術の利用に係る制限行為が、「他の事業者の事業活動を排除し、又は支配する」（独占禁止法第２条第５項）ものである場合には、私的独占の規定の適用が問題となる。

技術の利用に係る制限行為が「排除」又は「支配」に該当するか否かは、行為の態様により一義的に決まるものでなく、それぞれの行為の目的や効果を個別に検討して判断することになる。

以下では、技術を利用させないようにする行為、技術の利用できる範囲を制限する行為及び技術の利用に条件を付す行為に大別して、私的独占に該当するか否かの考え方を述べる。

(1)技術を利用させないようにする行為

ある技術に権利を有する者が、他の事業者に対し当該技術の利用についてライセンスを行わない（ライセンスの拒絶と同視できる程度に高額のライセンス料を要求する場合も含む。以下同じ。）行為や、ライセンスを受けずに

当該技術を利用する事業者に対して差止請求訴訟を提起する行為は、当該権利の行使とみられる行為であり、通常はそれ自体では問題とならない。

しかしながら、これらの行為が、以下のように、知的財産制度の趣旨を逸脱し、又は同制度の目的に反すると認められる場合には、権利の行使とは認められず、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、私的独占に該当することになる。

ア　パテントプール（後記２－（１）参照）を形成している事業者が、新規参入者や特定の既存事業者に対するライセンスを合理的理由なく拒絶することにより当該技術を使わせないようにする行為は、他の事業者の事業活動を排除する行為に該当する場合がある。

＜具体例＞

◯パチンコ機を製造するＸ社ら10社及びＹ連盟がパチンコ機製造に関する特許権等を所有し、そのライセンスなしにはパチンコ機を製造することが困難な状況にあったところ、Ｘ社ら10社がこれらの権利の管理をＹ連盟に委託し、Ｘ社ら10社及びＹ連盟が第三者にはライセンスをしないこと等の方法により新規参入を抑制していたことが独占禁止法第３条違反とされた（平成９年８月６日審決（平成９年（勧）第５号））。

イ　ある技術が一定の製品市場における有力な技術と認められ、多数の事業者が現に事業活動において、これを利用している場合に、これらの事業者の一部の者が、当該技術に関する権利を権利者から取得した上で、他の事業者に対してライセンスを拒絶することにより当該技術を使わせないようにする行為は、他の事業者の事業活動を排除する行為に該当する場合がある。（横取り行為）

例えば、多数の事業者がパテントプールに参加し、プールの管理者から一定の製品市場において事業活動を行うために必要な技術のライセンスを受けて事業活動を行っている場合に、プールに参加する事業者の一部が、他の参加者に知らせることなく、プールの管理者からプールされている技術を買い取って他の参加事業者に使わせないようにする行為はこれに該当する場合がある。

ウ　一定の技術市場又は製品市場において事業活動を行う事業者が、競争者（潜在競争者を含む。）が利用する可能性のある技術に関する権利を網羅的に集積し、自身では利用せず、これらの競争者に対してライセンスを拒絶することにより、当該技術を使わせないようにする行為は、他の事業者の事業活動を排除する行為に該当する場合がある。（買い集め行為）

例えば、製品市場において技術Ａと技術Ｂが代替関係にあり、技術Ａに権利を有する者と技術Ｂに権利を有する者が、それぞれの技術が事実上の標準となることを目指して競争している状況において、技術Ａに権利を有

する者が、技術Ｂを利用するためにのみ必要であり、かつ、技術Ａを利用するためには必要のない技術について、その権利を買い集め、製品市場において技術Ｂを利用して事業活動を行う事業者に対して、ライセンスを拒絶して使わせないようにする行為は、これに該当する。

エ　多数の事業者が製品の規格を共同で策定している場合に、自らが権利を有する技術が規格として採用された際のライセンス条件を偽るなど、不当な手段を用いて当該技術を規格に採用させ、規格が確立されて他の事業者が当該技術についてライセンスを受けざるを得ない状況になった後でライセンスを拒絶し、当該規格の製品の開発や製造を困難とする行為は、他の事業者の事業活動を排除する行為に該当する。

　また、公共機関が、調達する製品の仕様を定めて入札の方法で発注する際、ある技術に権利を有する者が公共機関を誤認させ、当該技術によってのみ実現できる仕様を定めさせることにより、入札に参加する事業者は当該技術のライセンスを受けなければ仕様に合った製品を製造できない状況の下で、他の事業者へのライセンスを拒絶し、入札への参加ができないようにする行為についても同様である。

(2)技術の利用範囲を制限する行為

　ある技術に権利を有する者が、他の事業者に当該技術を利用する範囲を限定してライセンスをする行為は、権利の行使とみられる行為であり、通常はそれ自体では問題とならない。しかしながら、技術を利用できる範囲を指示し守らせる行為（具体的な行為の態様は第４－３参照）は、ライセンシーの事業活動を支配する行為に当たり得るので、前記第２－１の考え方に従い検討した結果、知的財産制度の趣旨を逸脱する等と認められる場合には、権利の行使とは認められず、一定の取引分野における競争を実質的に制限するときには、私的独占に該当することになる。

(3)技術の利用に条件を付す行為

　ある技術に権利を有する者が、当該技術を他の事業者にライセンスをする際に条件を付す行為は、その内容によっては、ライセンシーの事業活動を支配する行為又は他の事業者の事業活動を排除する行為に当たり得るので、一定の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、私的独占に該当することになる。

ア　ある技術に権利を有する者が、当該技術を用いて事業活動を行う事業者に対して、マルティプルライセンス（後記２－（２）参照）を行い、これら複数の事業者に対して、当該技術を用いて供給する製品の販売価格、販売数量、販売先等を指示して守らせる行為は、これら事業者の事業活動を支配する行為に当たり得る。

＜参考例＞

○Ａ商品の生産に利用できる栽培方法及び栽培装置に関する特許権等の専用実施権を取得したＸ協会が、協会員の当該商品の生産量を制限して需給調整を行うことで市況安定を図ることとし、その手段として、協会員との通常実施権許諾契約の中において、実施量は地区会議において決定し、理事会の承諾を得ること、実施権者が実施量を超えて生産したときは、契約を解除することができることなどを定め、これを実施している疑いが認められた事案において、Ｘ協会の行為は独占禁止法第８条の規定に違反するおそれがあるとされた（平成６年２月17日警告）。

イ　製品の規格に係る技術又は製品市場で事業活動を行う上で必要不可欠な技術（必須技術）について、当該技術に権利を有する者が、他の事業者にライセンスをする際、当該技術の代替技術を開発することを禁止する行為は、原則として、ライセンシーの事業活動を支配する行為に当たる。また代替技術を採用することを禁止する行為は、原則として、他の事業者の事業活動を排除する行為に当たる（注11）。

（注11）ライセンシーによる代替技術の開発又は採用を明示的に禁止する場合に限らず、例えば代替技術の開発等を行わない事業者にのみ、著しく有利な条件を設定するなど、実質的にみて、代替技術の開発等を制限する場合も同様である。

ウ　製品の規格に係る技術又は製品市場で事業活動を行う上で必要不可欠な技術（必須技術）について、当該技術に権利を有する者が、他の事業者に対してライセンスをする際に、合理的理由なく、当該技術以外の技術についてもライセンスを受けるように義務を課す行為、又はライセンサーの指定する製品を購入するように義務を課す行為は、ライセンシーの事業活動を支配する行為又は他の事業者の事業活動を排除する行為に当たり得る。

２　不当な取引制限の観点からの検討

技術の利用に係る制限行為が、「事業者が他の事業者と共同して、相互にその事業活動を拘束し又は遂行する」（独占禁止法第２条第６項）ものである場合は、不当な取引制限の規定の適用が問題となる。

特に、技術の利用に係る制限行為の当事者が競争関係にある場合、例えば、競争者間で行われるパテントプールやクロスライセンス、多数の競争者が同一の技術のライセンシーとなるマルティプルライセンスなどにおける制限行為については、不当な取引制限の観点から検討が必要となる。

(1)パテントプール

ア　パテントプールとは、ある技術に権利を有する複数の者が、それぞれが有する権利又は当該権利についてライセンスをする権利を一定の企業体や組織体（その組織の形態には様々なものがあり、また、その組織を新たに設立する場合や既存の組織が利用される場合があり得る。）に集中し、当

該企業体や組織体を通じてパテントプールの構成員等が必要なライセンスを受けるものをいう。パテントプールは、事業活動に必要な技術の効率的利用に資するものであり、それ自体が直ちに不当な取引制限に該当するものではない（なお、標準化に伴うパテントプールについては「標準化に伴うパテントプールの形成等に関する独占禁止法上の指針」（平成17年６月29日公表）参照）。

イ　しかしながら、一定の技術市場において代替関係にある技術に権利を有する者同士が、それぞれ有する権利についてパテントプールを通じてライセンスをすることとし、その際のライセンス条件（技術の利用の範囲を含む。）について共同で取り決める行為は、当該技術の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

　また、これらの事業者が、プールしている技術の改良を相互に制限する行為や、ライセンスをする相手先を相互に制限する行為は、当該技術の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

ウ　一定の製品市場で競争関係に立つ事業者が、製品を供給するために必要な技術を相互に利用するためにパテントプールを形成し、それを通じて必要な技術のライセンスを受けるとともに、当該技術を用いて供給する製品の対価、数量、供給先等についても共同して取り決める行為は、当該製品の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

エ　一定の製品市場において競争関係にある事業者が、製品を供給するために必要な技術についてパテントプールを形成し、他の事業者に対するライセンスは当該プールを通じてのみ行うこととする場合において、新規参入者や特定の既存事業者に対するライセンスを合理的理由なく拒絶する行為は、共同して新規参入を阻害する、又は共同して既存事業者の事業活動を困難にするものであり、当該製品の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

(2)マルティプルライセンス

　マルティプルライセンスとは、ある技術を複数の事業者にライセンスをすることをいう。

　マルティプルライセンスにおいて、ライセンサー及び複数のライセンシーが共通の制限を受けるとの認識の下に、当該技術の利用の範囲、当該技術を用いて製造する製品の販売価格、販売数量、販売先等を制限する行為は、これら事業者の事業活動の相互拘束に当たり、当該製品の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。また、同様の認識の下に、当該技術の改良・応用研究、その成果たる技術（以下「改良技

術」という。）についてライセンスをする相手方、代替技術の採用等を制限する行為も、技術の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

＜具体例＞

○Ｘ社が、ある地方公共団体の調達に係る公共下水道用鉄蓋について、Ｘ社の実用新案を取り入れた仕様が当該実用新案を他の事業者にもライセンスをすることを条件に採用されていたところ、Ｘ社が他の事業者６社に対してライセンスをするとともに、６社が当該地方公共団体に提出する当該鉄蓋の見積価格はＸ社の見積価格以上とすることとしたこと、Ｘ社及び６社の工事業者渡し価格及び工事業者のマージン率を決定したこと、Ｘ社の販売数量比率を20％とし、残りをＸ社及び６社で均等配分することとしたことなどが独占禁止法第３条違反とされた（平成５年９月10日審決（平成３年（判）第２号））。

(3)クロスライセンス

ア　クロスライセンスとは、技術に権利を有する複数の者が、それぞれの権利を、相互にライセンスをすることをいう。クロスライセンスは、パテントプールやマルティプルライセンスに比べて、関与する事業者が少数であることが多い。

イ　関与する事業者が少数であっても、それらの事業者が一定の製品市場において占める合算シェアが高い場合に、当該製品の対価、数量、供給先等について共同で取り決める行為や他の事業者へのライセンスを行わないことを共同で取り決める行為は、前記のパテントプールと同様の効果を有することとなるため、前記（１）と同様に、当該製品の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

ウ　技術の利用範囲としてそれぞれが当該技術を用いて行う事業活動の範囲を共同して取り決める行為は、技術又は製品の取引分野における競争を実質的に制限する場合には、不当な取引制限に該当する。

第４　不公正な取引方法の観点からの考え方

１　基本的な考え方

(1)技術の利用に係る制限行為については、私的独占又は不当な取引制限の観点からの検討のほか、不公正な取引方法の観点からの検討を要する。

以下では、技術の利用に係る制限行為について、不公正な取引方法として問題となるかどうかについて、①技術を利用させないようにする行為、②技術の利用範囲を制限する行為、③技術の利用に関し制限を課す行為、④その

他の制限を課す行為に分けて述べることとする。なお、この４つの区分は記述の便宜上のものである。

(2)不公正な取引方法の観点からは、技術の利用に係る制限行為が、一定の行為要件を満たし、かつ、公正な競争を阻害するおそれ（以下「公正競争阻害性」という。）があるか否かが問題となるところ、本指針において、公正競争阻害性については、第２－３に述べた競争減殺効果の分析方法に従い、

①行為者（行為者と密接な関係を有する事業者を含む。以下同じ。）の競争者等の取引機会を排除し、又は当該競争者等の競争機能を直接的に低下させるおそれがあるか否か、

②価格、顧客獲得等の競争そのものを減殺するおそれがあるか否か、

により判断されるものを中心に述べることとする（公正競争阻害性についてのその他の判断要素については後記（３）参照）。

　その際、①に関しては、制限行為の影響を受ける事業者の数、これら事業者と行為者との間の競争の状況等、競争に及ぼす影響について個別に判断する。また、②に関しては、どの程度の実効性をもって行われるかについて判断する。

　なお、①及び②の判断において、当該制限行為による具体的な競争減殺効果が発生することを要するものではない。

(3)公正競争阻害性については、上記①及び②のほか、競争手段として不当かどうか、また、自由競争基盤の侵害となるかどうかを検討すべき場合があり、その際は、ライセンシーの事業活動に及ぼす影響の内容及び程度、当該行為の相手方の数、継続性・反復性等を総合的に勘案し判断することになる。

　なお、これらの観点からの検討については、第２－５の考え方は当てはまらない。

ア　競争手段として不当かどうかについては、例えば、技術取引において、自己が権利を有する技術の機能・効用や権利の内容について誤認させる行為や、競争者の技術に関して誹謗中傷を流布する行為について問題となる（一般指定第８項、第９項、第14項）。また、自らが有する権利が無効であることを知りながら差止請求訴訟を提起することによって競争者の事業活動を妨害する行為についても同様である。

イ　自由競争基盤の侵害となるかどうかについては、主として、ライセンサーの取引上の地位がライセンシーに対して優越している場合に、ライセンスに当たりライセンシーに不当に不利益な条件を付す行為について問題となる（独占禁止法第２条第９項第５号、一般指定第10項）。

後記２ないし５において述べる行為類型については、前記（２）の公正競争阻害性（競争減殺のおそれ）のほか、個別の事案によっては、自由競争基盤の侵害となるか否かについても検討する場合がある。

なお、ライセンサーの取引上の地位がライセンシーに対して優越しているかどうかの判断に当たっては、当該ライセンスに係る技術の有力性（前記第２－４－（２）参照）、ライセンシーの事業活動における当該ライセンスに係る技術への依存度、ライセンサー及びライセンシーの技術市場又は製品市場における地位、当該技術市場又は製品市場の状況、ライセンサーとライセンシーの間の事業規模の格差等を総合的に考慮する。

(4)以下では個別の制限行為に即し、前記（２）の公正競争阻害性（競争減殺のおそれ）の有無を中心とした考え方を述べる。

なお、一般指定の該当項を付記する場合があるが、主として適用が想定される項であって、それに限られるものではない。

２　技術を利用させないようにする行為

ある技術に権利を有する者が、他の事業者に対して当該技術の利用についてライセンスを行わないことや、ライセンスを受けずに当該技術を利用する事業者に対して差止請求訴訟を提起することは、通常は当該権利の行使とみられる行為であるが、前記第２－１の考え方に従い、以下のような場合には、権利の行使とは認められず、不公正な取引方法の観点から問題となる。

(1)自己の競争者がある技術のライセンスを受けて事業活動を行っていること及び他の技術では代替困難であることを知って、当該技術に係る権利を権利者から取得した上で、当該技術のライセンスを拒絶し当該技術を使わせないようにする行為は、競争者の事業活動の妨害のために技術の利用を阻害するものであり、知的財産制度の趣旨を逸脱し、又は同制度の目的に反するものと認められる。したがって、これらの行為は競争者の競争機能を低下させることにより、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第２項、第14項）。

例えば、多数の事業者が製品市場における事業活動の基盤として用いている技術について、一部のライセンシーが、当該技術に権利を有する者から権利を取得した上で、競争関係に立つ他のライセンシーに対して当該技術のライセンスを拒絶することにより当該技術を使わせないようにする行為は、不公正な取引方法に該当する場合がある。

(2)ある技術に権利を有する者が、他の事業者に対して、ライセンスをする際の条件を偽るなどの不当な手段によって、事業活動で自らの技術を用いさせるとともに、当該事業者が、他の技術に切り替えることが困難になった後に、当該技術のライセンスを拒絶することにより当該技術を使わせないようにする行為は、不当に権利侵害の状況を策出するものであり、知的財産制度

の趣旨を逸脱し、又は同制度の目的に反するものと認められる。これらの行為は、当該他の事業者の競争機能を低下させることにより、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第２項、第14項）。

例えば、共同で規格を策定する活動を行う事業者のうちの一部の者が、自らが権利を有する技術について、著しく有利な条件でライセンスをするとして、当該技術を規格として取り込ませ、規格が確立して多くの事業者が他の技術に切り替えることが困難になった後になって、これらの事業者に対してライセンスを拒絶することにより、当該技術を使わせないようにする行為は、不公正な取引方法に該当する場合がある。

(3)ある技術が、一定の製品市場における事業活動の基盤を提供しており、当該技術に権利を有する者からライセンスを受けて、多数の事業者が当該製品市場で事業活動を行っている場合に、これらの事業者の一部に対して、合理的な理由なく、差別的にライセンスを拒絶する行為は、知的財産制度の趣旨を逸脱し、又は同制度の目的に反すると認められる。したがって、このような行為が、これらの事業者の製品市場における競争機能を低下させることにより、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（注12）（一般指定第４項）。

（注12）一定の制限行為が差別的に行われる場合に、当該制限行為自体が競争に及ぼす影響に加え、差別的であることによる競争への影響を検討することは、以下３ないし５に述べる行為類型についても同様である。

３　技術の利用範囲を制限する行為

ある技術に権利を有する者が、他の事業者に対して、全面的な利用ではなく、当該技術を利用する範囲を限定してライセンスをする行為は、前記第２－１に述べたとおり、外形上、権利の行使とみられるが、実質的に権利の行使と評価できない場合がある。したがって、これらの行為については、前記第２－１の考え方に従い権利の行使と認められるか否かについて検討し、権利の行使と認められない場合には、不公正な取引方法の観点から問題となる。

(1)権利の一部の許諾

ア　区分許諾

例えば、特許権のライセンスにおいて生産・使用・譲渡・輸出等のいずれかに限定するというように、ライセンサーがライセンシーに対し、当該技術を利用できる事業活動を限定する行為は、一般には権利の行使と認められるものであり、原則として不公正な取引方法に該当しない。

イ　技術の利用期間の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、当該技術を利用できる期間を限定することは、原則として不公正な取引方法に該当しない。

ウ　技術の利用分野の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、当該技術を利用して事業活動を行うことができる分野（特定の商品の製造等）を制限することは、原則として不公正な取引方法に該当しない。

(2)製造に係る制限

ア　製造できる地域の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、当該技術を利用して製造を行うことができる地域を限定する行為は、前記（１）と同様、原則として不公正な取引方法に該当しない。

イ　製造数量の制限又は製造における技術の使用回数の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、当該技術を利用して製造する製品の最低製造数量又は技術の最低使用回数を制限することは、他の技術の利用を排除することにならない限り、原則として不公正な取引方法に該当しない。

他方、製造数量又は使用回数の上限を定めることは、市場全体の供給量を制限する効果がある場合には権利の行使とは認められず、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

(3)輸出に係る制限

ア　ライセンサーがライセンシーに対し、当該技術を用いた製品を輸出することを禁止する行為は、原則として不公正な取引方法に該当しない。

イ　当該製品を輸出し得る地域を制限することは、原則として不公正な取引方法に該当しない。

ウ　当該製品を輸出し得る数量を制限することについては、輸出した製品が国内市場に還流することを妨げる効果を有する場合は、後記４－（２）－アと同様に判断される。

エ　ライセンサーが指定する事業者を通じて輸出する義務については、後記４－（２）－イの販売に係る制限と同様に判断される。

オ　輸出価格の制限については、国内市場の競争に影響がある限りにおいて、後記４－（３）と同様に判断される。

(4)サブライセンス

ライセンサーがライセンシーに対し、そのサブライセンス先を制限する行為は、原則として不公正な取引方法に該当しない。

４　技術の利用に関し制限を課す行為

ある技術に権利を有する者が、当該技術の利用を他の事業者にライセンスをする際に、当該技術の利用に関し、当該技術の機能・効用を実現する目

的、安全性を確保する目的、又は、ノウハウのような秘密性を有するものについて漏洩や流用を防止する目的で、ライセンシーに対し一定の制限を課すことがある。これらの制限については、技術の効率的な利用、円滑な技術取引の促進の観点から一定の合理性がある場合が少なくないと考えられる。他方、これらの制限を課すことは、ライセンシーの事業活動を拘束する行為であり、競争を減殺する場合もあるので、制限の内容が上記の目的を達成するために必要な範囲にとどまるものかどうかの点を含め、公正競争阻害性の有無を検討する必要がある。

(1)原材料・部品に係る制限

ライセンサーがライセンシーに対し、原材料・部品その他ライセンス技術を用いて製品を供給する際に必要なもの（役務や他の技術を含む。以下「原材料・部品」という。）の品質又は購入先を制限する行為は、当該技術の機能・効用の保証、安全性の確保、秘密漏洩の防止の観点から必要であるなど一定の合理性が認められる場合がある。

しかし、ライセンス技術を用いた製品の供給は、ライセンシー自身の事業活動であるので、原材料・部品に係る制限はライセンシーの競争手段（原材料・部品の品質・購入先の選択の自由）を制約し、また、代替的な原材料・部品を供給する事業者の取引の機会を排除する効果を持つ。したがって、上記の観点から必要な限度を超えてこのような制限を課す行為は、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第10項、第11項、第12項）。

(2)販売に係る制限

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンス技術を用いた製品（プログラム著作物の複製物を含む。）の販売に関し、販売地域、販売数量、販売先、商標使用等を制限する行為（価格に係る制限については次項を参照）は、ライセンシーの事業活動の拘束に当たる。

ア　ライセンス技術を用いた製品を販売できる地域及び販売できる数量を制限する行為については、基本的に前記３の柱書及び同（２）の考え方が当てはまる。しかし、当該権利が国内において消尽していると認められる場合又はノウハウのライセンスの場合であって、公正競争阻害性を有するときは、不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

イ　ライセンス技術を用いた製品の販売の相手方を制限する行為（ライセンサーの指定した流通業者にのみ販売させること、ライセンシーごとに販売先を割り当てること、特定の者に対しては販売させないことなど）は、前記アの販売地域や販売数量の制限とは異なり利用範囲の制限とは認められないことから、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（注13）（一般指定第12項）。

（注13）種苗法上の品種登録がされた種苗について、種苗の生産に係るライセンシーが生産した種苗の販売先を種苗を用いた収穫物の生産に係るライセンシーに限ることは、収穫物の生産に係る権利の侵害を防止するために必要な制限と考えられる。

ウ　ライセンサーがライセンシーに対し、特定の商標の使用を義務付ける行為は、商標が重要な競争手段であり、かつ、ライセンシーが他の商標を併用することを禁止する場合を除き、競争を減殺するおそれは小さいと考えられるので、原則として不公正な取引方法に該当しない。

(3)販売価格・再販売価格の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンス技術を用いた製品に関し、販売価格又は再販売価格を制限する行為は、ライセンシー又は当該製品を買い受けた流通業者の事業活動の最も基本となる競争手段に制約を加えるものであり、競争を減殺することが明らかであるから、原則として不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

(4)競争品の製造・販売又は競争者との取引の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンサーの競争品を製造・販売すること又はライセンサーの競争者から競争技術のライセンスを受けることを制限する行為は、ライセンシーによる技術の効率的な利用や円滑な技術取引を妨げ、競争者の取引の機会を排除する効果を持つ。したがって、これらの行為は、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第２項、第11項、第12項）。

なお、当該技術がノウハウに係るものであるため、当該制限以外に当該技術の漏洩又は流用を防止するための手段がない場合には、秘密性を保持するために必要な範囲でこのような制限を課すことは公正競争阻害性を有さないと認められることが多いと考えられる。このことは、契約終了後の制限であっても短期間であれば同様である。

(5)最善実施努力義務

ライセンサーがライセンシーに対して、当該技術の利用に関し、最善実施努力義務を課す行為は、当該技術が有効に使われるようにする効果が認められ、努力義務にとどまる限りはライセンシーの事業活動を拘束する程度が小さく、競争を減殺するおそれは小さいので、原則として不公正な取引方法に該当しない。

(6)ノウハウの秘密保持義務

ライセンサーがライセンシーに対して、契約期間中及び契約終了後において、契約対象ノウハウの秘密性を保持する義務を課す行為は、公正競争阻害性を有するものではなく、原則として不公正な取引方法に該当しない。

(7)不争義務

ライセンサーがライセンシーに対して、ライセンス技術に係る権利の有効性について争わない義務（注14）を課す行為は、円滑な技術取引を通じ競争の促進に資する面が認められ、かつ、直接的には競争を減殺するおそれは小さい。

しかしながら、無効にされるべき権利が存続し、当該権利に係る技術の利用が制限されることから、公正競争阻害性を有するものとして不公正な取引方法に該当する場合もある（一般指定第12項）。

なお、ライセンシーが権利の有効性を争った場合に当該権利の対象となっている技術についてライセンス契約を解除する旨を定めることは、原則として不公正な取引方法に該当しない。

（注14）「権利の有効性について争わない義務」とは、例えば、ライセンスを受けている特許発明に対して特許無効審判の請求を行ったりしないなどの義務をいい、ライセンシーが所有し、又は取得することとなる権利をライセンサー等に対して行使することが禁止される非係争義務（後記５－（６）参照）とは異なる。

5　その他の制限を課す行為

前記４のほか、ライセンスをする際に、ライセンシーの事業活動に様々な制限を課すことがあり、これらについての考え方は以下のとおりである。

なお、ライセンサーがライセンシーに一定の制限を課すことがライセンサーの権利の行使とみられる行為である場合には、前記第２－１の考え方に従い検討することになる。

(1)一方的解約条件

ライセンス契約において、ライセンサーが一方的に又は適当な猶予期間を与えることなく直ちに契約を解除できる旨を定めるなど、ライセンシーに一方的に不利益な解約条件を付す行為は、独占禁止法上問題となる他の制限行為と一体として行われ、当該制限行為の実効性を確保する手段として用いられる場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第2項、第12項）。

(2)技術の利用と無関係なライセンス料の設定

ライセンサーがライセンス技術の利用と関係ない基準に基づいてライセンス料を設定する行為、例えば、ライセンス技術を用いない製品の製造数量又は販売数量に応じてライセンス料の支払義務を課すことは、ライセンシーが競争品又は競争技術を利用することを妨げる効果を有することがある。したがって、このような行為は、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第11項、第12項）。

なお、当該技術が製造工程の一部に使用される場合又は部品に係るものである場合に、計算等の便宜上、当該技術又は部品を使用した最終製品の製造・販売数量又は額、原材料、部品等の使用数量をライセンス料の算定基礎

とすること等、算定方法に合理性が認められる場合は、原則として不公正な取引方法に該当しない。

(3)権利消滅後の制限

ライセンサーがライセンシーに対して、技術に係る権利が消滅した後においても、当該技術を利用することを制限する行為、又はライセンス料の支払義務を課す行為は、一般に技術の自由な利用を阻害するものであり、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

ただし、ライセンス料の支払義務については、ライセンス料の分割払い又は延べ払いと認められる範囲内であれば、ライセンシーの事業活動を不当に拘束するものではないと考えられる。

(4)一括ライセンス

ライセンサーがライセンシーに対してライセンシーの求める技術以外の技術についても、一括してライセンスを受ける義務を課す行為（注15、16）は、ライセンシーが求める技術の効用を保証するために必要であるなど、一定の合理性が認められる場合には、前記４－（１）の原材料・部品に係る制限と同様の考え方によって判断される。

しかしながら、技術の効用を発揮させる上で必要ではない場合又は必要な範囲を超えた技術のライセンスが義務付けられる場合は、ライセンシーの技術の選択の自由が制限され、競争技術が排除される効果を持ち得ることから、公正競争阻害性を有するときには、不公正な取引方法に該当する（一般指定第10項、第12項）。

（注15）このような義務が課されているかどうかは、ライセンサーが指定する技術以外の技術をライセンシーが選択することが、実質的に困難であるかの観点から判断することになる。

（注16）複数の特許権等について一括してライセンスを受ける義務を課す場合であっても、そのうち使用された特許権等についてのみ対価を支払う契約となっている場合には、ここでいう一括ライセンスには該当しない。

＜具体例＞

○Ｘ社が、取引先パソコン製造販売業者に対し、①表計算ソフトをパソコン本体に搭載又は同梱して出荷する権利についてライセンスをする際に、不当にワープロソフトを併せて搭載又は同梱させていたこと、②表計算ソフト及びワープロソフトをパソコン本体に搭載又は同梱して出荷する権利についてライセンスをする際に、不当にスケジュール管理ソフトを併せて搭載又は同梱させていたことが、それぞれ独占禁止法第19条（一般指定第10項）違反とされた（平成10年12月14日審決（平成10年（勧）第21号））。

(5)技術への機能追加

ライセンサーが、既にライセンスをした技術に新機能を追加して新たにライセンスをする行為は、一般的には改良技術のライセンスにほかならず、それ自体はライセンスに伴う制限とはいえない。

しかしながら、ある技術がその技術の仕様や規格を前提として、次の製品やサービスが提供されるという機能（以下「プラットフォーム機能」という。）を持つものであり、当該プラットフォーム機能を前提として、多数の応用技術が開発され、これら応用技術の間で競争が行われている状況において、当該プラットフォーム機能を持つ技術のライセンサーが、既存の応用技術が提供する機能を当該プラットフォーム機能に取り込んだ上で新たにライセンスをする行為は、ライセンシーが新たに取り込まれた機能のライセンスを受けざるを得ない場合には、当該ライセンシーがその他の応用技術を利用することを妨げ、当該応用技術を提供する他の事業者の取引機会を排除する効果を持つ。したがって、このような行為は、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第10項、第12項）。

(6)非係争義務

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンシーが所有し、又は取得することとなる全部又は一部の権利をライセンサー又はライセンサーの指定する事業者に対して行使しない義務（注17）を課す行為は、ライセンサーの技術市場若しくは製品市場における有力な地位を強化することにつながること、又はライセンシーの権利行使が制限されることによってライセンシーの研究開発意欲を損ない、新たな技術の開発を阻害することにより、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

ただし、実質的にみて、ライセンシーが開発した改良技術についてライセンサーに非独占的にライセンスをする義務が課されているにすぎない場合は、後記（９）の改良技術の非独占的ライセンス義務と同様、原則として不公正な取引方法に該当しない。

（注17）ライセンシーが所有し、又は取得することとなる全部又は一部の特許権等をライセンサー又はライセンサーの指定する事業者に対してライセンスをする義務を含む。

(7)研究開発活動の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンス技術又はその競争技術に関し、ライセンシーが自ら又は第三者と共同して研究開発を行うことを禁止するなど、ライセンシーの自由な研究開発活動を制限する行為は、一般に研究開発をめぐる競争への影響を通じて将来の技術市場又は製品市場における競争を減殺するおそれがあり、公正競争阻害性を有する（注18）。したが

って、このような制限は原則として不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

ただし、当該技術がノウハウとして保護・管理される場合に、ノウハウの漏洩・流用の防止に必要な範囲でライセンシーが第三者と共同して研究開発を行うことを制限する行為は、一般には公正競争阻害性が認められず、不公正な取引方法に該当しない。

（注18）プログラム著作物については、当該プログラムの改変を禁止することは、一般的に著作権法上の権利の行使とみられる行為である。しかしながら、著作権法上も、ライセンシーが当該ソフトウェアを効果的に利用するために行う改変は認められており（著作権法第20条第２項第３号、第47条の２）、このような行為まで制限することは権利の行使とは認められない。

(8)改良技術の譲渡義務・独占的ライセンス義務

ア　ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンシーが開発した改良技術について、ライセンサー又はライセンサーの指定する事業者にその権利を帰属させる義務、又はライセンサーに独占的ライセンス（注19）をする義務を課す行為は、技術市場又は製品市場におけるライセンサーの地位を強化し、また、ライセンシーに改良技術を利用させないことによりライセンシーの研究開発意欲を損なうものであり、また、通常、このような制限を課す合理的理由があるとは認められないので、原則として不公正な取引方法に該当する（注20）（一般指定第12項）。

イ　ライセンシーが開発した改良技術に係る権利をライセンサーとの共有とする義務は、ライセンシーの研究開発意欲を損なう程度は上記アの制限と比べて小さいが、ライセンシーが自らの改良・応用研究の成果を自由に利用・処分することを妨げるものであるので、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

ウ　もっとも、ライセンシーが開発した改良技術が、ライセンス技術なしには利用できないものである場合に、当該改良技術に係る権利を相応の対価でライセンサーに譲渡する義務を課す行為については、円滑な技術取引を促進する上で必要と認められる場合があり、また、ライセンシーの研究開発意欲を損なうとまでは認められないことから、一般に公正競争阻害性を有するものではない。

（注19）本指針において独占的ライセンスとは、特許法に規定する専用実施権を設定すること、独占的な通常実施権を与えるとともに権利者自身もライセンス地域内で権利を実施しないこと等をいう。権利者自身がライセンス技術を利用する権利を留保する形態のものは非独占的ライセンスとして取り扱う。

（注20）ライセンシーが特許等の出願を希望しない国・地域について、ライセンサーに対して特許等の出願をする権利を与える義務を課すことは、本制限には該当しない。

(9)改良技術の非独占的ライセンス義務

ア　ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンシーによる改良技術をライセンサーに非独占的にライセンスをする義務を課す行為は、ライセンシーが自ら開発した改良技術を自由に利用できる場合は、ライセンシーの事業活動を拘束する程度は小さく、ライセンシーの研究開発意欲を損なうおそれがあるとは認められないので、原則として不公正な取引方法に該当しない。

イ　しかしながら、これに伴い、当該改良技術のライセンス先を制限する場合（例えば、ライセンサーの競争者や他のライセンシーにはライセンスをしない義務を課すなど）は、ライセンシーの研究開発意欲を損なうことにつながり、また、技術市場又は製品市場におけるライセンサーの地位を強化するものとなり得るので、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（注21）（一般指定第12項）。

（注21）ライセンシーが開発した改良技術がライセンサーの技術なくしては利用できない場合において、他の事業者にライセンスをする際にはライセンサーの同意を得ることを義務付ける行為は、原則として不公正な取引方法に該当しない。

(10)取得知識、経験の報告義務

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンス技術についてライセンシーが利用する過程で取得した知識又は経験をライセンサーに報告する義務を課す行為は、ライセンサーがライセンスをする意欲を高めることになる一方、ライセンシーの研究開発意欲を損なうものではないので、原則として不公正な取引方法に該当しない。ただし、ライセンシーが有する知識又は経験をライセンサーに報告することを義務付けることが、実質的には、ライセンシーが取得したノウハウをライセンサーにライセンスをすることを義務付けるものと認められる場合は、前記（8）又は（9）と同様の考え方により、公正競争阻害性を有するときには、不公正な取引方法に該当する（一般指定第12項）。

企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針

はじめに ---------- 1

第１　企業結合審査の対象 ---------- 3
　１　株式保有 ---------- 3
　（１）会社の株式保有 ---------- 3
　（２）会社以外の者の株式保有 ---------- 4
　（３）結合関係の範囲 ---------- 4
　（４）企業結合審査の対象とならない株式保有 ---------- 5
　２　役員の兼任 ---------- 5
　（１）役員の範囲 ---------- 5
　（２）役員兼任による結合関係 ---------- 5
　（３）結合関係の範囲 ---------- 6
　（４）企業結合審査の対象とならない役員兼任 ---------- 6
　３　合併 ---------- 6
　（１）合併 ---------- 6
　（２）結合関係の範囲 ---------- 7
　（３）企業結合審査の対象とならない合併 ---------- 7
　４　分割 ---------- 7
　（１）共同新設分割・吸収分割 ---------- 7
　（２）結合関係の範囲 ---------- 7
　（３）事業の重要部分 ---------- 7
　（４）企業結合審査の対象とならない分割 ---------- 8
　５　共同株式移転 ---------- 8
　（１）共同株式移転 ---------- 8
　（２）結合関係の範囲 ---------- 8
　（３）企業結合審査の対象とならない共同株式移転 ---------- 8
　６　事業譲受け等 ---------- 9
　（１）事業等の譲受け ---------- 9
　（２）結合関係の範囲 ---------- 9
　（３）事業又は事業上の固定資産の重要部分 ---------- 9
　（４）企業結合審査の対象とならない事業等の譲受け ---------- 9
　（５）事業の賃借等 ---------- 9

第２　一定の取引分野 ---------- 9
　１　一定の取引分野の画定の基本的考え方 ----------10
　２　商品の範囲 ----------11

（１）用途 ----------11
（２）価格・数量の動き等 ----------12
（３）需要者の認識・行動 ----------12
３　地理的範囲 ----------12
（１）基本的考え方----------12
（２）国境を越えて地理的範囲が画定される場合についての考え方----13
４　その他 ----------14

第３　競争を実質的に制限することとなる場合 ----------14
１　「競争を実質的に制限することとなる」の解釈 ----------14
（１）「競争を実質的に制限する」の考え方 ----------14
（２）「こととなる」の考え方 ----------15
２　企業結合の形態と競争の実質的制限 ----------15

第４　水平型企業結合による競争の実質的制限 ----------16
１　基本的考え方 ----------16
（１）単独行動による競争の実質的制限 ----------16
（２）協調的行動による競争の実質的制限 ----------17
（３）競争を実質的に制限することとならない場合 ----------18
２　単独行動による競争の実質的制限についての判断要素 ----------19
（１）当事会社グループの地位及び競争者の状況 ----------19
（２）輸入 ----------22
（３）参入 ----------24
（４）隣接市場からの競争圧力 ----------26
（５）需要者からの競争圧力----------26
（６）総合的な事業能力 ----------27
（７）効率性 ----------28
（８）当事会社グループの経営状況 ----------28
３　協調的行動による競争の実質的制限についての判断要素 ----------29
（１）当事会社グループの地位及び競争者の状況 ----------29
（２）取引の実態等 ----------30
（３）輸入，参入及び隣接市場からの競争圧力 ----------31
（４）効率性及び当事会社グループの経営状況 ----------32

第５　垂直型企業結合及び混合型企業結合による競争の実質的制限 -----32
１　基本的考え方 ----------32
（１）単独行動による競争の実質的制限 ----------33
（２）協調的行動による競争の実質的制限 ----------34

（３）競争を実質的に制限することとならない場合 ----------34
２　垂直型企業結合及び混合型企業結合による競争の実質的制限の判断要素 ----------34
（１）単独行動による競争の実質的制限の判断要素 ----------35
（２）協調的行動による競争の実質的制限の判断要素 ----------35

第６　競争の実質的制限を解消する措置 ----------35
１　基本的な考え方 ----------35
２　問題解消措置の類型 ----------36
（１）事業譲渡等 ----------36
（２）その他 ----------36

（付）禁止期間の短縮について ----------37

（参考）企業結合審査のフローチャート ----------39

企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針

平成１６年５月３１日
公 正 取 引 委 員 会
改定　平成１８年５月　１日
改定　平成１９年３月２８日
改定　平成２１年１月　５日
改定　平成２２年１月　１日
改定　平成２３年６月１４日

はじめに

独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和 22 年法律第 54 号)。以下「法」という。）第４章は，会社の株式（社員の持分を含む。以下同じ。）の取得若しくは所有（以下「保有」という。）（法第 10 条)，役員兼任（法第 13 条)，会社以外の者の株式の保有（法第 14 条）又は会社の合併（法第 15 条)，共同新設分割若しくは吸収分割（法第 15 条の２)，共同株式移転（法第 15 条の３）若しくは事業譲受け等（法第 16 条）（以下これらを「企業結合」という。）が，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合及び不公正な取引方法による企業結合が行われる場合に，これを禁止している。禁止される企業結合については，法第 17 条の２の規定に基づき，排除措置が講じられることになる。

公正取引委員会は，企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かについての審査（以下この審査を「企業結合審査」という。）に関し，平成 10 年 12 月 21 日，「株式保有，合併等に係る『一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合』の考え方」を公表し，その考え方を明らかにしてきたところであるが，これまでの公正取引委員会の企業結合審査の経験を踏まえ，企業結合審査に関する法運用の透明性を一層確保し，事業者の予測可能性をより高めるため，「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（以下「本運用指針」という。）を策定することとした。

また，公正取引委員会では，届出を受理した事案等のうち，企業結合を計画している事業者の参考に資すると思われる事案については，その審査内容を公表してきているところ，今後とも，企業結合審査の予見可能性及び透明性を確保する観点から，公表の充実を図っていくこととしている。企業結合を計画する場合には，本運用指針だけでなく，過去の事案の審査結果についても参照すべきものと考えられる。

本運用指針は，まず，第１において，企業結合審査の対象となる企業結合の類型を示すとともに，第２において，一定の取引分野を画定するに当たっての

判断基準を示し，第３において，「競争を実質的に制限することとなる」の意義を明らかにしている。さらに，第４及び第５において，企業結合の類型等に応じて競争を実質的に制限することとなるかどうかの検討の枠組みと判断要素を示し，第６において競争を実質的に制限することとなる企業結合の問題を解消する措置について例示している。

公正取引委員会は，法第４章の規定に基づく届出の対象となるか否かにかかわらず，本運用指針に即して企業結合審査を行い，法第４章の規定に照らして，個々の事案ごとに，当該企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるかどうかを判断する。

なお，本運用指針の策定に伴い，「株式保有，合併等に係る『一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合』の考え方」（平成 10 年 12 月 21 日公正取引委員会。平成 13 年４月１日付けの追補を含む。）は，廃止する。

第１　企業結合審査の対象

法第４章は，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合には，企業結合を禁止している。これは，複数の企業が株式保有，合併等により一定程度又は完全に一体化して事業活動を行う関係（以下「結合関係」という。）が形成・維持・強化されることにより，市場構造が非競争的に変化し，一定の取引分野における競争に何らかの影響を及ぼすことに着目して規制しようとするものである。したがって，複数の企業間で株式保有又は役員兼任が行われても，当該複数の企業が引き続き独立の競争単位として事業活動を行うとみられる場合，従来から結合関係にあったものが合併して単に組織変更したにすぎない場合などについては，市場における競争への影響はほとんどなく，法第４章の規定により禁止されることは，まず想定し難い。

以下では，どのような場合が企業結合審査の対象となる企業結合であるのかを，行為類型ごとに明らかにする。

１　株式保有

(1) 会社の株式保有

ア　会社が他の会社の株式を保有することにより，株式を所有する会社（以下「株式所有会社」という。）と株式を所有される会社（以下「株式発行会社」という。）との間に結合関係が形成・維持・強化され，企業結合審査の対象となるのは，次のような場合である。

(ｱ) 株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の属する企業結合集団（法第 10 条第２項に規定する企業結合集団をいう。以下同じ。）に属する会社等が保有する株式に係る議決権を合計した議決権の割合が 50%を超える場合。ただし，株式発行会社の総株主の議決権のすべてをその設立と同時に取得する場合は，通常，企業結合審査の対象とはならない（後記(4)ア参照）。

(ｲ) 株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の属する企業結合集団に属する会社等が保有する株式に係る議決権を合計した議決権の割合が 20%を超え，かつ，当該割合の順位が単独で第１位となる場合

イ　前記ア以外の場合については，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，次に掲げる事項を考慮して結合関係が形成・維持・強化されるか否かを判断する。ただし，議決権保有比率（株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の保有する株式に係る議決権の割合をいう。以下同じ。）が 10%以下又は議決権保有比率の順位が第４位以下のときは，結合関係が形成・維持・強化されず，企業結合審査の対象とならない。

(ｱ) 議決権保有比率の程度

(ｲ) 議決権保有比率の順位，株主間の議決権保有比率の格差，株主の分散の状況その他株主相互間の関係

(ｳ) 株式発行会社が株式所有会社の議決権を有しているかなどの当事会社相互間の関係

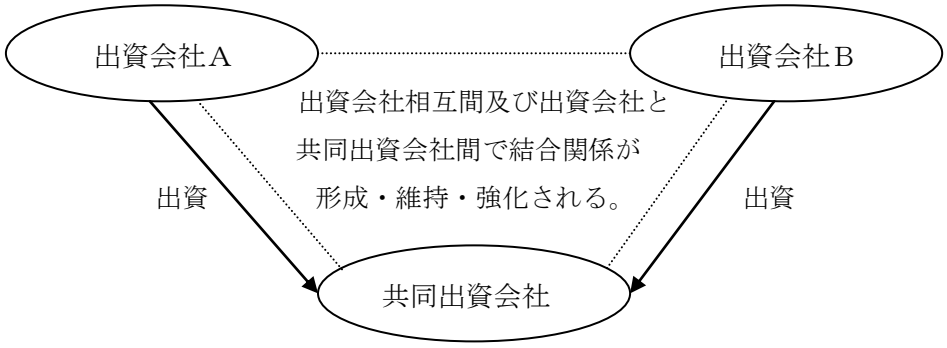
(ｴ) 一方の当事会社の役員又は従業員が，他方の当事会社の役員となっているか否かの関係

(ｵ) 当事会社間の取引関係（融資関係を含む。）

(ｶ) 当事会社間の業務提携，技術援助その他の契約，協定等の関係

(ｷ) 当事会社と既に結合関係が形成されている会社を含めた上記(ｱ)～(ｶ)の事項

ウ　共同出資会社（２以上の会社が，共通の利益のために必要な事業を遂行させることを目的として，契約等により共同で設立し，又は取得した会社をいう。以下同じ。）の場合は，当事会社間の取引関係，業務提携その他の契約等の関係を考慮して企業結合審査の対象となる企業結合であるか否かを判断する（共同出資会社の場合には，共同出資している株式所有会社相互間には，直接の株式所有関係はなくとも，共同出資会社を通じて間接的に結合関係が形成・維持・強化されることとなる。また，共同出資会社の設立に当たり株式所有会社同士の事業活動が共同化する場合には，そのこと自体競争に影響を及ぼすことにも着目する（後記第４の２(1)ウ及び３(1)エ参照）。）。



(2) 会社以外の者の株式保有

「会社以外の者」とは，会社法等で規定される株式会社，相互会社，合名会社，合資会社，合同会社又は外国会社以外の者をいい，事業者であるか否かを問わない。具体的には，財団法人，社団法人，特殊法人，地方公共団体，金庫，組合，個人等株式を保有し得るすべての者が含まれる。

会社以外の者の株式保有の場合についても，(1)に準じて判断することとなる。

(3) 結合関係の範囲

株式保有により当事会社（者）間に結合関係が形成・維持・強化され

る場合には，各当事会社（者）と既に結合関係が形成されている会社（者）を含めて結合関係が形成・維持・強化されることとなる。

(4) 企業結合審査の対象とならない株式保有

次のアの場合は，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない。また，次のイの場合についても，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，当事会社の属する企業結合集団に属する会社等以外の他の株主と当該企業結合集団に属する会社等との間に結合関係が形成・強化される場合には，その結合関係が企業結合審査の対象となる。

ア　株式発行会社の総株主の議決権のすべてをその設立と同時に取得する場合（前記(1)ア(ｱ)参照）

イ　株式所有会社と株式発行会社が同一の企業結合集団に属する場合

2　役員の兼任

(1) 役員の範囲

「役員」とは，法第２条第３項において「理事，取締役，執行役，業務を執行する社員，監事若しくは監査役若しくはこれらに準ずる者，支配人又は本店若しくは支店の事業の主任者をいう」と定義されている。すなわち，株式会社・相互会社の取締役・監査役，合名会社・合資会社・合同会社の業務を執行する社員，会社法上の支配人（会社法第 10 条），会社法で支配人と同じ権限を有するとみなされる会社の使用人（例えば，本店総支配人，支店長，営業本部長）等である。

「これらに準ずる者」とは，取締役，監査役等に当たらないが，相談役，顧問，参与等の名称で，事実上役員会に出席するなど会社の経営に実際に参画している者をいう。

部長，課長，係長，主任等の名称のみを有する者は，従業員であって役員ではない。

なお，会社の役員又は従業員が退職手続を経て他の会社の役員に就任する場合は，兼任規制の対象とはならない。

（注１）「従業員」とは，法第 13 条第１項かっこ書に「継続して会社の業務に従事する者であって，役員以外の者」とあり，臨時雇いは含まれないが，出向者については従業員に含まれる。

(2) 役員兼任による結合関係

ア　会社の役員又は従業員が他の一の会社の役員を兼任することにより，兼任当事会社間で結合関係が形成・維持・強化され，企業結合審査の対象となるのは，次の場合である。

(ｱ) 兼任当事会社のうちの１社の役員総数に占める他の当事会社の役

員又は従業員の割合が過半である場合

(ｲ) 兼任する役員が双方に代表権を有する場合

イ　前記ア以外の場合は，次に掲げる事項を考慮して，結合関係が形成・維持・強化されるか否かを判断する。

(ｱ) 常勤又は代表権のある取締役による兼任か否か

(ｲ) 兼任当事会社のうちの１社の役員総数に占める他の当事会社の役員又は従業員の割合

(ｳ) 兼任当事会社間の議決権保有状況

(ｴ) 兼任当事会社間の取引関係(融資関係を含む。)，業務提携等の関係

(3) 結合関係の範囲

役員兼任により兼任当事会社間に結合関係が形成・維持・強化される場合には，各当事会社と既に結合関係が形成されている会社を含めて結合関係が形成・維持・強化されることとなる。

(4) 企業結合審査の対象とならない役員兼任

ア　次の(ｱ)，(ｲ)のような場合は，原則として，結合関係が形成・維持・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない。

(ｱ) 代表権のない者のみによる兼任であって，兼任当事会社のいずれにおいても役員総数に占める他の当事会社の役員又は従業員の割合が 10%以下である場合

(ｲ) 議決権保有比率が 10%以下の会社間における常勤取締役でない者のみによる兼任であって，兼任当事会社のいずれにおいても役員総数に占める他の当事会社の役員又は従業員の割合が 25%以下である場合

イ　兼任当事会社が同一の企業結合集団に属する場合は，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，当事会社の属する企業結合集団に属する会社等以外の他の株主と結合関係が形成・強化される場合には，その結合関係が企業結合審査の対象となる。

３　合併

(1) 合併

合併の場合は，複数の会社が一つの法人として一体となるので，当事会社間で最も強固な結合関係が形成されることとなる。したがって，株式保有や役員兼任を通じて一定の結合関係がありながら，競争への影響をみる上では，結合関係がそれほど強くないことから問題ないとされた場合でも，合併により結合関係が強まり，問題とされる場合もあり得る。

(2) 結合関係の範囲

合併後の会社は，各当事会社と既に結合関係が形成されている会社とも結合関係が形成・維持・強化されることとなる。

(3) 企業結合審査の対象とならない合併

次のアの場合は，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない。また，次のイの場合についても，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，当事会社の属する企業結合集団に属する会社等以外の他の株主と結合関係が形成・強化される場合には，その結合関係が企業結合審査の対象となる。

ア　専ら株式会社を合名会社，合資会社，合同会社若しくは相互会社に組織変更し，合名会社を株式会社，合資会社若しくは合同会社に組織変更し，合資会社を株式会社，合名会社若しくは合同会社に組織変更し，合同会社を株式会社，合名会社若しくは合資会社に組織変更し，又は相互会社を株式会社に組織変更する目的で行う合併

イ　すべての合併をしようとする会社が同一の企業結合集団に属する場合

4　分割

(1) 共同新設分割・吸収分割

共同新設分割又は吸収分割の場合には，事業を承継させようとする会社の分割対象部分（事業の全部又は重要部分）が，事業を承継しようとする会社に包括的に承継されるので，競争に与える影響は合併に類似するものである。

また，共同新設分割又は吸収分割の場合において，事業を承継しようとする会社と当該会社の株式を割り当てられる会社との間に結合関係が形成・維持・強化され，企業結合審査の対象となるか否かは，前記１の考え方に従って判断されることになる。

(2) 結合関係の範囲

共同新設分割又は吸収分割により，事業を承継しようとする会社と当該会社の株式を割り当てられる会社との間に結合関係が形成・維持・強化される場合には，これらの会社と既に結合関係が形成されている会社を含めて結合関係が形成・維持・強化されることとなる。

(3) 事業の重要部分

共同新設分割又は吸収分割によって事業の重要部分を分割する場合における「重要部分」とは，事業を承継しようとする会社ではなく，事業を承継させようとする会社にとっての重要部分を意味し，当該承継部分

が一つの経営単位として機能し得るような形態を備え，事業を承継させようとする会社の事業の実態からみて客観的に価値を有していると認められる場合に限られる。

このため，「重要部分」に該当するか否かについては，承継される事業の市場における個々の実態に応じて判断されることになるが，事業を承継させようとする会社の年間売上高（又はこれに相当する取引高等。以下同じ。）に占める承継対象部分に係る年間売上高の割合が５％以下であり，かつ，承継対象部分に係る年間売上高が１億円以下の場合には，通常，「重要部分」には該当しないと考えられる。

(4) 企業結合審査の対象とならない分割

すべての共同新設分割又は吸収分割をしようとする会社が同一の企業結合集団に属する場合は，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，当事会社の属する企業結合集団に属する会社等以外の他の株主と結合関係が形成・強化される場合には，その結合関係が企業結合審査の対象となる。

5　共同株式移転

(1) 共同株式移転

共同株式移転は，新たに設立される会社が複数の会社の株式の全部を取得するので，合併と同様に，当事会社間で強固な結合関係が形成されることとなる。

したがって，株式保有や役員兼任を通じて一定の結合関係がありながら，競争への影響をみる上では，結合関係がそれほど強くないことから問題ないとされた場合でも，共同株式移転により結合関係が強まり，問題とされる場合もあり得る。

(2) 結合関係の範囲

共同株式移転後の複数の当事会社は，株式移転により新設する会社を通じて，各当事会社と既に結合関係が形成されている会社とも結合関係が形成・維持・強化されることとなる。

(3) 企業結合審査の対象とならない共同株式移転

すべての共同株式移転をしようとする会社が同一の企業結合集団に属する場合は，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，当事会社の属する企業結合集団に属する会社等以外の他の株主と結合関係が形成・強化される場合には，その結合関係が企業結合審査の対象となる。

6　事業譲受け等

(1) 事業等の譲受け

事業の全部譲受けは，譲渡会社の事業活動が譲受会社と一体化するという意味では，競争に与える影響は合併に類似するものであるが，譲受け後は譲渡会社と譲受会社との間につながりはないので，譲渡対象部分が譲受会社に新たに加わる点に着目すれば足りる。事業の重要部分の譲受け及び事業上の固定資産の譲受けについても，同様である。

(2) 結合関係の範囲

譲受対象部分に関しては，譲受会社と既に結合関係が形成されている会社を含めて結合関係が形成・維持・強化されることとなる。

(3) 事業又は事業上の固定資産の重要部分

事業の重要部分及び事業上の固定資産の重要部分の譲受けにおける「重要部分」の考え方は，前記４(3)と同様である。

(4) 企業結合審査の対象とならない事業等の譲受け

次のアの場合は，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない。また，次のイの場合についても，原則として，結合関係が形成・強化されるものではないので，通常，企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが，当事会社の属する企業結合集団に属する会社等以外の他の株主と結合関係が形成・強化される場合には，その結合関係が企業結合審査の対象となる。

ア　100％出資による分社化のために行われる事業又は事業上の固定資産の譲受け（以下「事業等の譲受け」という。）

イ　事業等の譲受けをしようとする会社と事業等の譲渡をしようとする会社が同一の企業結合集団に属する場合

(5) 事業の賃借等

事業の賃借（賃借人が賃借した事業を自己の名及び自己の計算において経営し，賃貸人に賃借料を支払う賃貸借契約の履行として行われる行為をいう。），事業についての経営の受任（会社が他の会社にその経営を委託する契約の履行として行われる行為をいう。）及び事業上の損益全部を共通にする契約の締結（２社以上の会社間において，一定の期間内の事業上の損益全部を共通にすることを約定する契約の締結をいう。）についても，事業等の譲受けに準じて取り扱うこととする。

なお，これらの契約の内容いかんによっては，前記(1)で述べることと異なり，両当事会社と既に結合関係にある会社すべての間に結合関係が形成・維持・強化される場合があり得る。

第２　一定の取引分野

第１で企業結合審査の対象となる企業結合については，当該企業結合により結合関係が形成・維持・強化されることとなるすべての会社（以下「当事会社グループ」という。）の事業活動について，第３～第５の考え方に従い，当該企業結合が一定の取引分野における競争に与える影響を判断する。

この場合における一定の取引分野については，以下の判断基準によって画定される。

１　一定の取引分野の画定の基本的考え方

一定の取引分野は，企業結合により競争が制限されることとなるか否かを判断するための範囲を示すものであり，一定の取引の対象となる商品の範囲（役務を含む。以下同じ。），取引の地域の範囲（以下「地理的範囲」という。）等に関して，基本的には，需要者にとっての代替性という観点から判断される。

また，必要に応じて供給者にとっての代替性という観点も考慮される。

需要者にとっての代替性をみるに当たっては，ある地域において，ある事業者が，ある商品を独占して供給しているという仮定の下で，当該独占事業者が，利潤最大化を図る目的で，小幅ではあるが，実質的かつ一時的ではない価格引上げ（注２）をした場合に，当該商品及び地域について，需要者が当該商品の購入を他の商品又は地域に振り替える程度を考慮する。他の商品又は地域への振替の程度が小さいために，当該独占事業者が価格引上げにより利潤を拡大できるような場合には，その範囲をもって，当該企業結合によって競争上何らかの影響が及び得る範囲ということとなる。

供給者にとっての代替性については，当該商品及び地域について，小幅ではあるが，実質的かつ一時的ではない価格引上げがあった場合に，他の供給者が，多大な追加的費用やリスクを負うことなく，短期間（１年以内を目途）のうちに，別の商品又は地域から当該商品に製造・販売を転換する可能性の程度を考慮する。そのような転換の可能性の程度が小さいために，当該独占事業者が価格引上げにより利潤を拡大できるような場合には，その範囲をもって，当該企業結合によって競争上何らかの影響が及び得る範囲ということとなる。

なお，一定の取引分野は，取引実態に応じ，ある商品の範囲（又は地理的範囲等）について成立すると同時に，それより広い（又は狭い）商品の範囲（又は地理的範囲等）についても成立するというように，重層的に成立することがある。また，当事会社グループが多岐にわたる事業を行っている場合には，それらの事業すべてについて，取引の対象となる商品の範囲及び地理的範囲をそれぞれ画定していくこととなる。

（注２）「小幅ではあるが，実質的かつ一時的ではない価格引上げ」とは，通常，引上げの幅については５％から 10％程度であり，期間につい

ては１年程度のものを指すが，この数値はあくまで目安であり，個々の事案ごとに検討されるものである。

２　商品の範囲

商品の範囲については，前記１で述べたように，まず，需要者からみた商品の代替性という観点から画定される。商品の代替性の程度は，当該商品の効用等の同種性の程度と一致することが多く，この基準で判断できることが多い。

例えば，甲商品と乙商品が存在する場合，需要者にとって両商品の効用等の同種性の程度が大きければ大きいほど，甲商品の価格引上げにより需要者が甲商品に代えて乙商品を購入する程度が大きくなり，当該価格引上げが甲商品の供給者の利潤の拡大につながらないことが予測されることから，乙商品が甲商品の価格引上げを妨げることとなると考えられる。このような場合，甲商品及び乙商品は同一の商品の範囲に属することとなる。

この場合において，当該商品の需要者とは，当事会社グループの事業活動の対象となる取引先であって，例えば，当事会社グループが，生産財のメーカーであれば当該商品を加工して次の商品の製造等を行う者，消費財のメーカーであれば一般消費者，流通業者であれば次の流通段階にある者がこれに当たる。

また，例えば，ある用途について甲商品と効用等が同種である乙商品群のうち，その用途の一部である特定の用途については，その効用等において甲商品との同種性の程度が特に高い丙商品が区分され得る場合には，甲商品及び乙商品群をもって商品の範囲が画定されると同時に，甲商品及び丙商品をもって商品の範囲が画定される場合がある。

さらに，商品の範囲を画定するに当たり，需要者からみた代替性のほかに，必要に応じて，供給者が多大な追加的費用やリスクを負うことなく，短期間のうちに，ある商品から他の商品に製造・販売を転換し得るか否かについても考慮される。例えば，供給に要する設備等の相違や切替えに要する費用の大きさ等を検討した結果，甲商品と乙商品について，甲商品の価格が上昇した場合に，乙商品の広範な範囲の供給者が乙商品の生産設備や販売網等を，多大な追加的費用やリスクを負うことなく，短期間のうちに，甲商品へ切り替えることが可能であると認められるときには，甲商品及び乙商品をもって商品の範囲が画定される場合がある。

商品の効用等の同種性の程度について評価を行う場合には，次のような事項を考慮に入れる。

(1) 用途

ある商品が取引対象商品と同一の用途に用いられているか，又は用いることができるか否かが考慮される。

同一の用途に用いることができるか否かは，商品の大きさ，形状等の外形的な特徴や，強度，可塑性，耐熱性，絶縁性等の物性上の特性，純度等の品質，規格，方式等の技術的な特徴などを考慮して判断される（ただし，これらの特徴がある程度異なっていても，同一の用途に用いることができると認められる場合がある（後記(3)参照）。）。

なお，取引対象商品が複数の用途に用いられている場合には，それぞれの用途ごとに，同一の用途に用いられているか，又は用いることができるか否かが考慮される。例えば，ある用途については甲商品と乙商品の効用等が同種であると認められ，別の用途については甲商品と丙商品の効用等が同種であると認められる場合がある。

(2) 価格・数量の動き等

価格水準の違い，価格・数量の動き等が考慮される場合がある。

例えば，甲商品と乙商品は同一の用途に用いることは可能ではあるが，価格水準が大きく異なり，甲商品の代わりとして乙商品が用いられることが少ないために，甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められない場合がある。

また，甲商品と乙商品は同一の用途に用いることは可能ではあり，かつ，価格水準にも差はないが，甲商品の使用から乙商品の使用に切り替えるために設備の変更，従業員の訓練等の費用を要することから，事実上，甲商品の替わりとして乙商品が用いられることが少ないために，甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められない場合がある。

他方，甲商品と乙商品の効用等が同種であれば，甲商品の価格が引き上げられた場合，需要者は甲商品に代えて乙商品を購入するようになり，その結果として，乙商品の価格が上昇する傾向があると考えられるので，甲商品の価格が上昇した場合に乙商品の販売数量が増加し，又は乙商品の価格が上昇するときには，乙商品は甲商品と効用等が同種であると認められる場合がある。

(3) 需要者の認識・行動

需要者の認識等が考慮される場合がある。

例えば，甲商品と乙商品に物性上の特性等に違いがあっても，需要者が，いずれでも同品質の商品丙を製造するための原料として使用することができるとして甲商品と乙商品を併用しているため，甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められる場合がある。

また，過去に甲商品の価格が引き上げられた場合に，需要者が甲商品に替えて乙商品を用いたことがあるか否かが考慮される場合もある。

3　地理的範囲

(1) 基本的考え方

地理的範囲についても，商品の範囲と同様に，まず，需要者からみた各地域で供給される商品の代替性の観点から判断される。各地域で供給される商品の代替性は，需要者及び供給者の行動や当該商品の輸送に係る問題の有無等から判断できることが多い。例えば，甲地域における供給者が，ある商品について価格を引き上げた場合に，甲地域の需要者が，当該商品に係る輸送上の問題を生ずることなく乙地域の供給者から当該商品を購入することが予測されるために，甲地域における価格引上げが妨げられることとなるときは，甲地域と乙地域は同一の地理的範囲に属することとなる。

また，商品の範囲を画定する場合と同様に，例えば，ある商品について，甲地域の一部である乙地域の需要者が特に乙地域の供給者から購入する傾向がみられる場合には，甲地域について一定の取引分野の地理的範囲が画定されると同時に，乙地域について一定の取引分野の地理的範囲が画定されることがある。

さらに，需要者からみた代替性のほかに，供給者にとっての代替性についても，前記２の商品の範囲の考え方に準じて判断される。

需要者及び供給者の行動や当該商品の輸送に係る問題の有無等について評価を行う場合には，次のような事項を考慮に入れる。

ア　供給者の事業地域，需要者の買い回る範囲等

需要者が，通常，どの範囲の地域から当該商品を購入することができるかという点については，需要者の買い回る範囲（消費者の購買行動等）や，供給者の販売網等の事業地域及び供給能力等が考慮される。

過去に当該商品の価格が引き上げられた場合に，需要者がどの範囲の地域の供給者から当該商品を購入したかが考慮される場合もある。

イ　商品の特性

商品の鮮度の維持の難易の程度，破損のしやすさや重量物であるかどうかなどの商品の特性は，当該商品の輸送することができる範囲や輸送の難易の程度に影響する。これらの点からも，需要者が，通常，どの範囲の地域から当該商品を購入することができるかが考慮される。

ウ　輸送手段・費用等

輸送手段，輸送に要する費用が価格に占める割合や輸送しようとする地域間における当該商品の価格差より大きいか否かなどからも，需要者が，通常，どの範囲の地域から当該商品を購入することができるかが考慮される。

また，これらの輸送に伴う費用の増加要因の検討に当たっては，原料費等輸送に伴う費用以外の地域的な差異も考慮されることとなる。

(2) 国境を越えて地理的範囲が画定される場合についての考え方

前記(1)の基本的考え方は，国境を越える場合にも当てはまる。すなわ

ち，ある商品について，内外の需要者が内外の供給者を差別することなく取引しているような場合には，日本において価格が引き上げられたとしても，日本の需要者が，海外の供給者にも当該商品の購入を代替し得るために，日本における価格引上げが妨げられることがあり得るので，このような場合には，国境を越えて地理的範囲が画定されることとなる。

例えば，内外の主要な供給者が世界（又は東アジア）中の販売地域において実質的に同等の価格で販売しており，需要者が世界（又は東アジア）各地の供給者から主要な調達先を選定しているような場合は，世界（又は東アジア）市場が画定され得る。

4　その他

取引段階，特定の取引の相手方等その他の要素についても，当事会社グループとその取引の相手方との取引の実態に応じて，前記２及び３と同様の考え方に基づいて，一定の取引分野が画定される。

例えば，当事会社グループと甲商品を直接取引している需要者に大口需要者と小口需要者が存在し，それぞれに特有の取引が行われている場合がある。このような場合において，物流面の制約等のために，小口需要者向けの甲商品の価格が引き上げられたとしても，小口需要者が大口需要者向けの甲商品を購入することができず，大口需要者向けの甲商品が小口需要者向けの甲商品の価格引上げを妨げる要因とならないときは，甲商品の大口需要者向け取引分野と小口需要者向け取引分野が，それぞれ画定されることとなる。

第３　競争を実質的に制限することとなる場合

１　「競争を実質的に制限することとなる」の解釈

(1)「競争を実質的に制限する」の考え方

判例（東宝株式会社ほか１名に対する件（昭和 28 年 12 月 7 日東京高等裁判所判決））では，「競争を実質的に制限する」について，次のような考え方が示されている。

ア　株式会社新東宝（以下「新東宝」という。）は，自社の制作する映画の配給について自ら行うこともできたが，東宝株式会社（以下「東宝」という。）との協定により，当該配給をすべて東宝に委託することとし，自らは，映画の制作のみを行っていた。新東宝は，当該協定失効後も引き続き当該協定の内容を実行していたが，昭和 24 年 11 月に，右協定の失効を理由として，新東宝の制作した映画は自らこれを配給することを言明したことから，東宝との間に紛争が生じた。この紛争の中で，右の協定が法違反であるとして，公正取引委員会による審判が開始され，公正取引委員会は，昭和 26 年６月５日の審決において，東宝

と新東宝の協定は，法第３条（不当な取引制限）及び第４条第１項第３号（注３）の規定に違反すると認定した。

（注３）法第４条第１項（現行法では，この規定は存在しない。）

事業者は，共同して左の各号の一に該当する行為をしてはならない。

第３号　技術，製品，販路又は顧客を制限すること

イ　被審人東宝の審決取消しの訴えに対して，東京高等裁判所は，競争の実質的制限に関し，「競争を実質的に制限するとは，競争自体が減少して，特定の事業者又は事業者集団がその意思で，ある程度自由に，価格，品質，数量，その他各般の条件を左右することによって，市場を支配することができる状態をもたらすことをいう」と判示した。

(2) 「こととなる」の考え方

法第４章の各規定では，法第３条又は法第８条の規定と異なり，一定の取引分野における競争を実質的に制限する「こととなる」場合の企業結合を禁止している。この「こととなる」とは，企業結合により，競争の実質的制限が必然ではないが容易に現出し得る状況がもたらされることで足りるとする蓋然性を意味するものである。したがって，法第４章では，企業結合により市場構造が非競争的に変化して，当事会社が単独で又は他の会社と協調的行動をとることによって，ある程度自由に価格，品質，数量，その他各般の条件を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられる場合には，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなり，禁止される。

２　企業結合の形態と競争の実質的制限

企業結合には様々な形態があるが，

①　水平型企業結合（同一の一定の取引分野において競争関係にある会社間の企業結合をいう。以下同じ。）

②　垂直型企業結合（例えば，メーカーとその商品の販売業者との間の合併など取引段階を異にする会社間の企業結合をいう。以下同じ。）

③　混合型企業結合（例えば，異業種に属する会社間の合併，一定の取引分野の地理的範囲を異にする会社間の株式保有など水平型企業結合又は垂直型企業結合のいずれにも該当しない企業結合をいう。以下同じ。）

に分類することができる。

水平型企業結合は，一定の取引分野における競争単位の数を減少させるので，競争に与える影響が最も直接的であり，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる可能性は，垂直型企業結合や混合型企業結合に比べ高い。これに対し，垂直型企業結合及び混合型企業結合は，一定の取引分野における競争単位の数を減少させないので，水平型企業結合

に比べて競争に与える影響は大きくなく，一定の場合を除き，通常，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるとは考えられない。

企業結合審査の対象となる企業結合が，水平型企業結合，垂直型企業結合，混合型企業結合のいずれに該当するかによって，当該企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かを判断する際の検討の枠組みや判断要素が異なる。

以下では，水平型企業結合，垂直型企業結合，混合型企業結合に分けて，当該企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かを判断する際の検討の枠組みや判断要素を明らかにする。

なお，例えば，水平型企業結合に該当する側面と垂直型企業結合に該当する側面とを併せもつ企業結合については，それぞれの側面に応じて，以下に示す検討の枠組みや判断要素に即して検討を行うこととなる。

第４　水平型企業結合による競争の実質的制限

１　基本的考え方

前記のとおり，水平型企業結合は，一定の取引分野における競争単位の数を減少させるので，競争に与える影響が最も直接的であり，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる企業結合は，水平型企業結合に多い。

水平型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるのは，当事会社グループの単独行動による場合と，当事会社グループとその一又は複数の競争者（以下「競争者」という。）が協調的行動をとることによる場合とがあり，個々の事案においては，２つの観点から問題となるか否かが検討される。したがって，例えば，ある企業結合について，単独行動による競争の実質的制限の観点からは問題とならなくても，協調的行動による競争の実質的制限の観点からは問題となる場合がある。

(1) 単独行動による競争の実質的制限

水平型企業結合が単独行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるのは，商品が同質的か差別化されているかに応じて，典型的には，次のような場合である。

ア　商品が同質的なものである場合

商品が同質的なものである場合，例えば，当事会社グループが当該商品の価格を引き上げたとき，他の事業者が当該商品の価格を引き上げなければ，需要者は購入先をそれらの他の事業者に振り替えるので，通常，当事会社グループの売上げは減少し，他の事業者の売上げが拡大することになる。したがって，当事会社グループが当該商品の価格等をある程度自由に左右することは困難である場合が多い。

しかし，当事会社グループの生産・販売能力が大きいのに対し，他

の事業者の生産・販売能力が小さい等の事情から，当事会社グループが当該商品の価格を引き上げた場合に，他の事業者が当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大することや，需要者が購入先をそのような他の事業者に振り替えることができないときがある。

このような場合には，当事会社グループが当該商品の価格等をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので，水平型企業結合が，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる。

イ　商品が差別化されている場合

例えば，商品がブランドで差別化されている場合において，あるブランドの商品の価格が引き上げられた場合，需要者はそれに代わるものとして他のブランドの商品を一様に購入の対象とするわけではなく，価格が引き上げられたブランドの商品の次に需要者にとって好ましい（代替性の高い）ブランドの商品が購入されることになると考えられる。

このような場合，当事会社グループがあるブランドの商品の価格を引き上げたとしても，当事会社グループが当該商品と代替性が高いブランドの商品も販売しているときには，価格を引き上げたブランドの商品の売上げが減少しても当該商品と代替性の高いブランドの商品の売上げの増加で償うことができるので，当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく，商品の価格を引き上げることができると考えられる。

したがって，商品がブランド等により差別化されている場合，代替性の高い商品を販売する会社間で企業結合が行われ，他の事業者が当該商品と代替性の高い商品を販売していないときには，当事会社グループが当該商品の価格等をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので，水平型企業結合が，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる。

(2) 協調的行動による競争の実質的制限

水平型企業結合が協調的行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるのは，典型的には，次のような場合である。

例えば，事業者甲が商品の価格を引き上げた場合，他の事業者乙，丙等は当該商品の価格を引き上げないで，売上げを拡大しようとし，それに対し，事業者甲は，価格を元の価格にまで引き下げ，あるいはそれ以上に引き下げて，事業者乙，丙等が拡大した売上げを取り戻そうとすることが多いと考えられる。

しかし，水平型企業結合によって競争単位の数が減少することに加え，当該一定の取引分野の集中度等の市場構造，商品の特性，取引慣行等か

ら，各事業者が互いの行動を高い確度で予測することができるようになり，協調的な行動をとることが利益となる場合がある。このような場合，事業者甲の価格引上げに追随して他の事業者が商品の価格を引き上げたときに，例えば，事業者乙が当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大しようとしても，他の事業者が容易にそれを知り，それに対抗して当該商品の価格を元の価格まで引き下げ，あるいはそれ以上に引き下げて，奪われた売上げを取り戻そうとする可能性が高い。したがって，事業者乙が当該商品の価格を引き上げないことにより獲得できると見込まれる一時的な利益は，事業者甲に追随して価格を引き上げたときに見込まれるものより小さなものとなりやすい。

このような状況が生み出される場合には，各事業者にとって，価格を引き上げないで売上げを拡大するのではなく互いに当該商品の価格を引き上げることが利益となり，当事会社とその競争者が協調的行動をとることにより当該商品の価格等をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので，水平型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる。

(3) 競争を実質的に制限することとならない場合

水平型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かについては，個々の事案ごとに後記２及び３の各判断要素を総合的に勘案して判断するが，企業結合後の当事会社グループが次の①～③のいずれかに該当する場合には，水平型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられず，第４の２及び３に記した各判断要素に関する検討が必要となるとは通常考えられない。

① 企業結合後のハーフィンダール・ハーシュマン指数（以下「ＨＨＩ」という。）が 1,500 以下である場合（注４）

② 企業結合後のＨＨＩが 1,500 超 2,500 以下であって，かつ，ＨＨＩの増分が 250 以下である場合（注５）

③ 企業結合後のＨＨＩが 2,500 を超え，かつ，ＨＨＩの増分が 150 以下である場合

なお，上記の基準に該当しない場合であっても，直ちに競争を実質的に制限することとなるものではなく個々の事案ごとに判断されることとなるが，過去の事例に照らせば，企業結合後のＨＨＩが 2,500 以下であり，かつ，企業結合後の当事会社グループの市場シェアが 35%以下の場合には，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。

（注４）ＨＨＩは，当該一定の取引分野における各事業者の市場シェアの２乗の総和によって算出される。市場シェアは，一定の取引分野における商品の販売数量（製造販売業の場合）に占める各事業

者の商品の販売数量の百分比による。ただし，当該商品にかなりの価格差がみられ，かつ，価額で供給実績等を算定するという慣行が定着していると認められる場合など，数量によることが適当でない場合には，販売金額により市場シェアを算出する。

国内需要者向けの輸入があれば，市場シェアの算出に当たり国内への供給として算入する。

なお，各事業者の生産能力シェア，輸出比率又は自己消費のウェイトについても，需要に対応して余剰生産能力，輸出分又は自己消費分を直ちに国内市場における販売に回し，その市場シェアを拡大することができると認められる場合があるので，必要に応じてこれらの点も考慮に入れる。

ごく一部の主要事業者の市場シェアしか把握できない等の理由により，ＨＨＩの値が上に示した数値を超えるか否か判断できないような場合には，生産集中度調査から得られた関係式（ＨＨＩ＝最上位企業の市場シェア（％）の２乗×0.75＋上位３社累積市場シェア（％）×24.5－466.3）を用いた推計値によって検討するものとする。

（注５）企業結合によるＨＨＩの増分は，当事会社が２社であった場合，当事会社のそれぞれの市場シェア（％）を乗じたものを２倍することによって計算することができる。

２　単独行動による競争の実質的制限についての判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して，水平型企業結合が単独行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否か判断する。

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

ア　市場シェア及びその順位

企業結合後の当事会社グループの市場シェアが大きい場合には，それが小さい場合に比べ，当事会社グループが商品の価格を引き上げようとしたときに，他の事業者が当該商品の価格を引き上げないで，当事会社グループに代わって当該商品を十分供給することが容易ではないので，当事会社グループの当該商品の価格引上げに対する他の事業者の牽制力は弱くなると考えられる。

したがって，企業結合後の当事会社グループの市場シェアが大きい場合及び企業結合による市場シェアの増分が大きい場合には，それだけ当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

同様に，企業結合後の当事会社グループの市場シェアの順位が高い場合及び企業結合により順位が大きく上昇する場合には，それだけ当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

例えば，市場シェアの順位が上位である会社間の企業結合は，その順位が下位である会社間の企業結合に比べ，競争に及ぼす影響が大きい。

企業結合による市場シェアの変化の算定に当たっては，入手可能な最新の当事会社グループの市場シェアを基に計算することを原則とするが，より長期的な販売数量や売上高の変化，需要者の選好の変化，技術革新の速さや程度，商品の陳腐化の状況，市場シェアの変動の状況等によって，当該企業結合後の市場シェアに大きな変動が見込まれる場合や競争者が投資の減退傾向を背景に既に競争圧力を形成していない状況にある場合には，その点も加味して競争に与える影響を判断する。

イ　当事会社間の従来の競争の状況等

従来，当事会社間で競争が活発に行われてきたことや当事会社の行動が市場における競争を活発にしてきたことが，市場全体の価格引下げや品質・品揃えの向上などにつながってきたと認められる場合には，企業結合後の当事会社グループの市場シェアやその順位が高くなかったとしても，当該企業結合によりこうした状況が期待できなくなるときには競争に及ぼす影響が大きい。

例えば，当事会社間で競争が活発に行われてきており，一方の市場シェアの拡大が他方の市場シェアの減少につながっていたような場合，企業結合後は，一方の当事会社の売上げの減少を他方の当事会社の売上げの増加で償うことができ，当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく，商品の価格を引き上げることができると考えられるので，当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

また，商品がブランド等により差別化されている場合であって各当事会社の販売する商品間の代替性が高い場合には，企業結合後は，一方の商品の売上げの減少を当該商品と代替性の高い商品の売上げの増加で償うことができ，当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく，商品の価格を引き上げることができると考えられるので，当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

ウ　共同出資会社の扱い

出資会社が行っていた特定の事業部門の全部を共同出資会社によって統合することにより，出資会社の業務と分離させる場合には，出資会社と共同出資会社の業務の関連性は薄いと考えられる。

したがって，例えば，ある商品の生産・販売，研究開発等の事業すべてが共同出資会社によって統合される場合には，共同出資会社について，市場シェア等を考慮することになる。

他方，出資会社が行っていた特定の事業部門の一部が共同出資会社に

よって統合される場合には，共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じる可能性がある。出資会社相互間に協調関係が生じるかどうかについては，共同出資会社に係る出資会社間の具体的な契約の内容や結合の実態，出資会社相互間に取引関係がある場合にはその内容等を考慮する。

例えば，ある商品の生産部門のみが共同出資会社によって統合され，出資会社は引き続き当該商品の販売を行う場合，共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じるときには，出資会社の市場シェアを合算する等して競争に及ぼす影響を考慮することになる。他方，出資会社は引き続き当該商品の販売を行うが，共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられている場合には，競争に及ぼす影響はより小さいと考えられる（ただし，後記３(1)エ参照)。

エ　競争者の市場シェアとの格差

企業結合後の当事会社グループの市場シェアと競争者の市場シェアとの格差が大きい場合には，それが小さい場合に比べ，当事会社グループが商品の価格を引き上げようとしたときに，競争者が当該商品の価格を引き上げないで，当事会社グループに代わって当該商品を十分供給することが容易ではないので，当事会社グループの当該商品の価格引上げに対する競争者の牽制力は弱くなると考えられる。

したがって，企業結合後の当事会社グループの市場シェアと競争者の市場シェアとの格差が大きい場合には，それだけ当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

他方，企業結合後の当事会社グループと同等以上の市場シェアを有する競争者が存在する場合には，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することを妨げる要因となり得る。

なお，競争者のシェアとの格差を考慮するに当たっては，競争者の供給余力や競争者の販売する商品と当事会社グループの販売する商品との代替性の程度を考慮する（後記オ参照)。

オ　競争者の供給余力及び差別化の程度

競争者の供給余力が十分でない場合には，当事会社グループが当該商品の価格を引き上げたとき，当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大することができず，当事会社グループが当該商品の価格を引き上げることに対して牽制力が働かないことがある。このように，競争者の供給余力が十分でない場合には，企業結合後の当事会社の市場シェアと競争者の市場シェアとの格差がさほど大きくないときであっても，当該企業結合の競争に及ぼす影響が小さいとはいえないことがある。

逆に，当該商品の需要が継続的構造的に減少しており，競争者の供

給余力が十分である場合には，当事会社グループの価格引上げに対する牽制力となり得る。

また，商品がブランド等により差別化されている場合であって当事会社の販売する商品間の代替性が高い場合には，競争者の販売する商品と当事会社グループが販売する商品との代替性の程度を考慮する。代替性が低い場合には，企業結合後の当事会社の市場シェアと競争者の市場シェアとの格差がさほど大きくないときであっても，当該企業結合の競争に及ぼす影響が小さいとはいえないことがある。

カ　国境を越えて地理的範囲が画定される商品の扱い

第２の一定の取引分野に係る検討の結果，国境を越えて地理的範囲が画定され得る商品としては，例えば，国境を越える取引における制度上・輸送上の条件が日本国内の取引と比較して大きな差異がないものであって，品質面等において内外の商品の代替性が高い商品や，非鉄金属など鉱物資源のように商品取引所を通じて国際的な価格指標が形成されている商品がある。このような商品については，当該地理的範囲における当事会社グループの市場シェア・順位，当事会社間の従来の競争の状況，競争者の市場シェアとの格差，競争者の供給余力・差別化の程度等を加味して，競争に与える影響を判断する。

(2) 輸入

輸入圧力が十分働いていれば，当該企業結合が一定の取引分野における競争を制限することとなるおそれは小さいものとなる（注６）。

需要者が当事会社グループの商品から容易に輸入品に使用を切り替えられる状況にあり，当事会社グループが当該商品の価格を引き上げた場合に，輸入品への切替えが増加する蓋然性が高いときには，当事会社グループは，輸入品に売上げを奪われることを考慮して，当該商品の価格を引き上げないことが考えられる。

輸入圧力が十分働いているか否かについては，現在輸入が行われているかどうかにかかわらず，次の①～④のような輸入に係る状況をすべて検討の上，商品の価格が引き上げられた場合に，輸入の増加が一定の期間（注７）に生じ，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することを妨げる要因となり得るか否かについて考慮する。

①　制度上の障壁の程度

輸入圧力を評価するに当たっては，当該商品について，関税その他の輸入に係る税制等の制度上の規制が存在し，それが今後とも障壁として作用するか否かを検討する必要がある。制度上の障壁が存在しなければ，それだけ輸入圧力が働きやすい。また，制度上の障壁が存在するために現時点で輸入が少ない場合であっても，近い将来に制度上の障壁が除かれることが予定されているような場合には，輸入がより

容易に行われるようになり，輸入圧力が高まる可能性がある。

他方，制度上の障壁が存在し，それが維持されるような場合には，当事会社グループが商品の価格を引き上げたとしても，輸入が増加する余地は小さく，輸入圧力は低いものにとどまるものと考えられる。

現在，相当量の輸入が行われている場合には，通常，制度上の障壁が低いことが推認されるが，例えば，輸入割当制度の存在により，輸入増加の余地が限られるような場合には，輸入圧力は限定的なものにとどまる点に留意する必要がある。

② 輸入に係る輸送費用の程度や流通上の問題の有無

輸入に係る輸送費用が低く，かつ，輸入に係る流通上の問題が存在しない場合には，それだけ国内製品の価格が引き上げられたときに輸入品が日本国内に流入しやすい環境にあると考えられる。

他方，重量物で付加価値が低い商品など，輸入に係る輸送費用がかさむ場合には，需要者にとって輸入品を購入する誘引は小さい可能性がある。また，輸入に当たって，物流・貯蔵設備等，日本国内における流通・販売体制が整備されていないために，輸入品の安定供給が期待できない場合にも，需要者は輸入品の購入を敬遠する可能性がある。このような場合には，当事会社グループが商品の価格を引き上げたとしても輸入が増加せず，輸入圧力が働きにくいと考えられる。

現在，相当量の輸入品が国内に入ってきている場合には，このような輸送や流通上の問題が少ないことを示唆しているものと考えられる。

③ 輸入品と当事会社グループの商品の代替性の程度

輸入品と当事会社グループの商品との代替性が高い場合には，それだけ需要者は躊躇なく輸入品を購入・使用することが可能と考えられる。

他方，輸入品と当事会社グループの商品に品質差がある場合，輸入品の品揃えに問題がある場合，又は需要者の使い慣れの問題がある場合には，輸入品が選好されない可能性がある。このような場合には，当事会社グループが商品の価格を引き上げたとしても輸入が増加せず，輸入圧力は働きにくいと考えられる。

輸入品と当事会社グループの商品との代替性の程度を評価するに当たっては，輸入品と当事会社グループの商品との価格水準の違いや価格・数量の動き等の過去の実績を参考にする場合がある。

例えば，当事会社の商品の価格が上昇した場合に，輸入品の販売数量が増加した実績があるときには，輸入品との代替性が高いと認められることがある。

また，主な需要者が輸入品を使用した経験の有無やその評価，輸入品採用の意向などから，当事会社グループの商品と輸入品との代替性

が高いか否かを判断できる場合がある。

④　海外の供給可能性の程度

当事会社グループが商品の価格を引き上げた場合の輸入増加の可能性の程度を評価する必要がある。

海外の事業者が安い生産費用で十分な供給余力を有している場合には，それだけ国内価格の上昇に応じて輸入が増加する蓋然性が高いと考えられる。海外製品の輸入や海外の事業者の日本向け輸出への具体的な計画がある場合には，そうでない場合に比べて，輸入増加の蓋然性が高い。また，海外に有力な競争者が存在し，現に相当程度，国内への供給を行っている場合や，近い将来にその事業者が国内に物流・販売拠点を設け，商品を供給する具体的な計画を有しており，その実現可能性が高い場合には，輸入圧力が働きやすいと考えられる。

また，日本以外の市場へ当該商品を供給しているが，国内価格次第で日本へ仕向地を変更する蓋然性が高い海外事業者が存在する場合や，国内価格次第で設備能力等の増強を行い日本への供給を行う蓋然性の高い海外事業者が存在する場合には，国内価格の上昇に応じて輸入が増加する可能性が高く，輸入圧力の要因となり得る。さらに，海外の有力な事業者が生産能力を増強する結果，海外における供給量が増加する場合に，海外での市場価格が下落し，国内製品との間に内外価格差が生じることがあるが，こうした内外価格差が生じるときには，輸入圧力が高まる可能性がある。

（注６）ここでいう「輸入」とは，前記第２の３において画定された地理的範囲以外の地域から商品が供給されることをいう。このため，国境を越えた一定の地域が地理的範囲と画定された場合は，当該地理的範囲以外の地域から当該地理的範囲に向けて行われる商品の供給をもって「輸入」とみることとする。

（注７）おおむね２年以内を目安とするが，産業の特性によりこれよりも短期間の場合もあれば長期間の場合もある。後記(3)の参入における「一定の期間」についても同様である。

(3) 参入

参入が容易であり，当事会社グループが商品の価格を引き上げた場合に，より低い価格で当該商品を販売することにより利益をあげようとする参入者が現れる蓋然性があるときには，当事会社グループは，参入者に売上げを奪われることを考慮して，商品の価格を引き上げないことが考えられる。したがって，参入圧力が十分働いていれば，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することを妨げる要因となる。

参入圧力が十分働いているか否かについては，前記(2)の輸入に係る分析と同様に，次の①～④のような参入に係る状況をすべて検討の上，参

入が一定の期間に行われ，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することを妨げる要因となり得るか否かについて考慮する。

① 制度上の参入障壁の程度

参入圧力を評価するに当たっては，当該商品について，法制度上の参入規制が存在し，それが参入の障壁となっているか否か，また，今後とも当該規制が維持されるか否かを検討する必要がある。法制度上の参入規制が存在しなければ，それだけ参入圧力が働きやすい。また，参入規制が参入の障壁となっている場合であっても，近い将来に当該規制が除かれることが予定されているような場合には，参入がより容易になり，参入圧力が高まる可能性がある。

他方，参入規制が参入の障壁となっており，それが維持されるような場合には，当事会社グループが商品の価格を引き上げたとしても，参入が行われず，参入圧力は低いものにとどまるものと考えられる。

近時，一定の参入が行われている場合には，通常，参入規制が存在しないか，存在したとしても参入の障壁となっていないものと考えられる。

② 実態面での参入障壁の程度

参入のための必要資本量が小さく，参入者にとって技術条件，原材料調達の条件，販売面の条件等において問題が存在しない場合には，それだけ参入が容易な環境にあると考えられる。また，生産設備に重要な変更を加えることなく当該商品を供給し得るような事業者が存在すれば，当該事業者にとって参入は容易であると考えられる。

参入に相当の資本量が必要である場合には，当事会社グループが商品の価格を引き上げた場合に参入が行われるか否かの企業行動について評価することとなる。

また，立地条件，技術条件，原材料調達の条件，販売面の条件等において参入者が既存事業者に比べて不利な状況に置かれているような場合には，参入が期待できない要因となる。

他方，近時，一定の参入が行われ，それが成功している場合には，通常，実態面での参入障壁が低いことを示唆しているものと考えられる。

③ 参入者の商品と当事会社の商品の代替性の程度

参入者が供給するであろう商品と当事会社グループの商品との代替性が高い場合には，それだけ需要者は躊躇なく参入者の商品を購入・使用することが可能と考えられる。

他方，参入者が当事会社グループと同等の品質の商品を同等の品揃えで製造・販売することが困難であるような場合，又は需要者の使い慣れの問題から参入者の商品が選好されないような場合には，参入が

行われにくくなる可能性があり，また，参入が行われたとしても当事会社グループの商品に対する十分な競争圧力とはなりにくいと考えられる。

④　参入可能性の程度

当事会社グループが商品の価格を引き上げた場合の参入の可能性の程度を評価する必要がある。

現に他の事業者が十分な規模で参入を計画している場合や，当該一定の取引分野における価格次第で設備の新設や変更等を行い，当該取引分野への供給を行う蓋然性の高い参入者が存在する場合には，そうでない場合に比べて，参入圧力は高いと考えられる。

また，一般的に，今後大きな需要拡大が見込まれる蓋然性の高い成長市場に供給される商品，技術革新が頻繁な商品，ライフサイクルが短い商品，既存技術を代替する有力な新技術に対する開発投資が旺盛な商品等，市場構造が動態的に変化しやすい場合には，そうでない場合よりも高い参入圧力が生じやすいと考えられる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

第２において画定された一定の取引分野に関連する市場，例えば，地理的に隣接する市場及び当該商品と類似の効用等を有する商品（以下「競合品」という。）の市場における競争の状況についても考慮の対象となる。

例えば，隣接市場において十分に活発な競争が行われている場合や，近い将来において競合品が当該商品に対する需要を代替する蓋然性が高い場合には，当該一定の取引分野における競争を促進する要素として評価し得る場合がある。

需要の減少により市場が縮小している商品について，競合品が当該商品に対する需要を代替する蓋然性が高い場合も同様である。

ア　競合品

当該商品と効用等は類似しているが別の市場を構成している競合品の市場が存在する場合には，販売網，需要者，価格等の面からみた効用等の類似性により，競合品が，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。

イ　地理的に隣接する市場の状況

当該一定の取引分野の地理的範囲が限られている場合，それに隣接して同一の商品が供給されている別の地理的市場が存在するときには，その近接度，物流手段，交通手段，当該市場の事業者の規模等により，当該隣接市場における競争が，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。

(5) 需要者からの競争圧力

当該一定の取引分野への競争圧力は，次の取引段階に位置する需要者

側から生じることもある。需要者が，当事会社グループに対して，対抗的な交渉力を有している場合には，取引関係を通じて，当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。需要者側からの競争圧力が働いているか否かについては，次のような需要者と当事会社の取引関係等に係る状況を考慮する。

① 需要者の間の競争状況

需要者の商品の市場における競争が活発であるときには，需要者は，供給者からできるだけ低い価格で当該製品を購入しようとする場合もあると考えられる。

例えば，原材料メーカーの企業結合の場合，当該原材料を使用する完成品の市場における競争が活発であるときには，当該原材料の需要者である完成品メーカーは，完成品の価格を低くするため，できるだけ低い価格で当該原材料を調達しようとするものと考えられる。この場合，当事会社グループが当該商品の価格を引き上げると売上げが大きく減少する可能性があるので，当事会社グループが価格等をある程度自由に左右することをある程度妨げる要因となり得る。

② 取引先変更の容易性

需要者が，ある供給者から他の供給者への供給先の切替えを行うことが容易であり，切替えの可能性を当該供給者に示すことによって価格交渉力が生じているときには，需要者からの競争圧力が働いていると考えられる。例えば，需要者が，電子商取引や入札購買によって競争的に供給者を選択している場合，容易に内製に転換することができる場合，当該商品以外を含めて多様に取引を変更することが容易な状況にあり購買者圧力が形成されている場合，大規模な量販店のように取引規模が大きく複数の購買先を有している場合等，需要者の調達方法，供給先の分散の状況や変更の難易の程度などからみて，当該需要者の価格交渉力が強いときには，当事会社グループが価格等をある程度自由に左右することをある程度妨げる要因となり得る。

③ 市場の縮小

当該商品の需要が減少して継続的構造的に需要量が供給量を大きく下回ることにより，需要者からの競争圧力が働いている場合には，当事会社グループが価格等をある程度自由に左右することをある程度妨げる要因となり得る。

(6) 総合的な事業能力

企業結合後において，当事会社グループの原材料調達力，技術力，販売力，信用力，ブランド力，広告宣伝力等の総合的な事業能力が増大し，企業結合後の会社の競争力が著しく高まることによって，競争者が競争的な行動をとることが困難となることが見込まれる場合は，その点も加

味して競争に与える影響を判断する。

(7) 効率性

企業結合後において，規模の経済性，生産設備の統合，工場の専門化，輸送費用の軽減，研究開発体制の効率化等により当事会社グループの効率性が向上することによって，当事会社グループが競争的な行動をとることが見込まれる場合には，その点も加味して競争に与える影響を判断する。

この場合における効率性については，①企業結合に固有の効果として効率性が向上するものであること，②効率性の向上が実現可能であること，③効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであることの３つの観点から判断する。

なお，独占又は独占に近い状況をもたらす企業結合を効率性が正当化することはほとんどない。

① 企業結合固有の効率性向上であること

当該効率性の向上は，企業結合に固有の成果でなくてはならない。そのため，規模の経済性，生産設備の統合，工場の専門化，輸送費用の軽減，次世代技術・環境対応能力など研究開発の効率性等予定される効率性に関する各要因について，それが，より競争制限的とはならない他の方法によっては生じ得ないものである必要がある。

② 効率性の向上が実現可能であること

当該効率性の向上は，実現可能なものでなくてはならない。この点については，例えば，当該企業結合を決定するに至るまでの内部手続に係る文書，予定される効率性に関する株主及び金融市場に対する説明用の資料，効率性の向上等に関する外部専門家による資料等を検討することとなる。

③ 効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであること

当該効率性の向上により，製品･サービスの価格の低下，品質の向上，新商品の提供，次世代技術・環境対応能力など研究開発の効率化等を通じて，その成果が需要者に還元されなくてはならない。この点については，前記②に示した資料のほか，例えば，価格低下等の効果をもたらし得る能力向上に関する情報，需要・供給両面の競争圧力の下で価格低下，品質向上，新商品提供等を行ってきた実績等を検討することとなる。

(8) 当事会社グループの経営状況

ア 業績不振等

当事会社グループの一部の会社又は企業結合の対象となったその事業部門が業績不振に陥っているか否かなどの経営状況も，当事会社グループの事業能力を評価する上において考慮する。

イ　競争を実質的に制限することとなるおそれは小さい場合

企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かについては，個々の事案ごとに各判断要素を総合的に勘案して判断するが，次の場合には，水平型企業結合が単独行動により一定の取引分野における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。

①　当事会社の一方が継続的に大幅な経常損失を計上しているか，実質的に債務超過に陥っているか，運転資金の融資が受けられない状況であって，企業結合がなければ近い将来において倒産し市場から退出する蓋然性が高いことが明らかな場合において，これを企業結合により救済することが可能な事業者で，他方当事会社による企業結合よりも競争に与える影響が小さいものの存在が認め難いとき。

②　当事会社の一方の企業結合の対象となる事業部門が，継続的に大幅な損失を計上するなど著しい業績不振に陥っており，企業結合がなければ近い将来において市場から退出する蓋然性が高いことが明らかな場合において，これを企業結合により救済することが可能な事業者で，他方当事会社による企業結合よりも競争に与える影響が小さいものの存在が認め難いとき。

3　協調的行動による競争の実質的制限についての判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して，水平型企業結合が協調的行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否か判断する。

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

ア　競争者の数等

一定の取引分野における競争者の数が少ない又は少数の有力な事業者に市場シェアが集中している場合には，競争者の行動を高い確度で予測しやすいと考えられる。

また，各事業者が同質的な商品を販売しており，費用条件が類似している場合などには，各事業者の利害が共通することが多いため，協調的行動がとられやすくなり，また，競争者が協調的な行動をとるかどうかを高い確度で予測しやすいと考えられる。

したがって，企業結合によりこのような状況が生じる場合には，競争に及ぼす影響が特に大きい。

イ　当事会社間の従来の競争の状況等

互いに市場シェアを奪い合う関係にあった場合や一方が価格引下げに積極的であった場合など，従来，当事会社間で競争が活発に行われてきたことや当事会社の行動が市場における競争を活発にしてきたこ

とが，市場全体の価格引下げや品質・品揃えの向上などにつながってきたと認められる場合には，企業結合後の当事会社グループの市場シェアやその順位が高くなかったとしても，当該企業結合によりこうした状況が期待できなくなるときには競争に及ぼす影響が大きい。

ウ　競争者の供給余力

自社の供給余力が大きくない場合には，例えば，価格を引き下げて市場シェアを拡大し，あるいは競争者の市場シェアを奪うことができる余地は限られるため，それによって得られる利益は大きくなく，競争者と協調的な行動がとられやすいと考えられる。

他方，自社の供給余力は大きいが，競争者の供給余力が小さい場合には，例えば，商品の価格を引き下げて売上げを拡大しても，近い将来に競争者の価格引下げにより奪われる売上げには限りがあり，当該商品の価格を引き下げて売上げを拡大することによる利益を期待し得るので，競争者と協調的な行動をとる誘因は小さくなると考えられる。

エ　共同出資会社の扱い

出資会社が行っていた特定の事業部門の全部を共同出資会社によって統合することにより，出資会社の業務と分離させる場合には，出資会社と共同出資会社相互間の業務の関連性は薄いと考えられる。

したがって，例えば，ある商品の生産・販売，研究開発等の事業すべてが共同出資会社によって統合される場合には，共同出資会社について，競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮することとなる。

他方，出資会社が行っていた特定の事業部門の一部が共同出資会社によって統合される場合等には，出資会社についても，競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮することとなる。

出資会社間についても競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮すべきかどうかの判断に当たっては，共同出資会社に係る出資会社間の具体的な契約の内容や結合の実態，出資会社相互間に取引関係がある場合にはその内容等を考慮する。

例えば，ある商品の生産部門のみが共同出資会社によって統合され，出資会社は引き続き当該商品の販売を行う場合，共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられているときであっても，生産費用が共通となることから価格競争の余地が減少し，他の出資会社を含め競争者と協調的な行動をとる誘因が生じると考えられる。このような場合，出資会社が他の出資会社を含め競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮することとなる。

(2) 取引の実態等

ア　取引条件等

事業者団体が構成事業者の販売価格や数量に関する情報を収集・提供している場合など，価格，数量など競争者の取引条件に関する情報が容易に入手することができるときには，競争者の行動を高い確度で予測しやすく，また，競争者が協調的行動をとっているかどうか把握することも容易であると考えられる。さらに，このような場合には，例えば，価格を引き下げて売上げの拡大を図る行動がとられたときには，他の競争者は容易にそれを知り，価格引下げにより奪われた売上げを取り戻そうとする可能性が高いので，そのような行動をとる誘因は小さくなると考えられる。

他方，大口の取引が不定期に行われている場合には，例えば，価格を引き下げて大口の取引を受注することによる利益が大きく，また，その機会も頻繁ではないので，競争者と協調的な行動をとる誘因は小さくなり，また，競争者の行動を予測することが困難であると考えられる。

逆に，小口の取引が定期的に行われている場合には，競争者と協調的な行動がとられやすいと考えられる。

イ　需要動向，技術革新の動向等

需要の変動が大きい場合や，技術革新が頻繁であり，商品のライフサイクルが短い場合などは，例えば，価格を引き下げて売上げを拡大し，あるいは競争者の売上げを奪うことにより，大きな利益を得ることができる可能性が高いので，競争者と協調的な行動をとる誘因は小さくなり，また，競争者の行動を予測することが困難であると考えられるので，競争者と協調的な行動がとられにくいと考えられる。

ウ　過去の競争の状況

協調的行動がとられることとなるか否かを判断するに当たっては，過去の市場シェアや価格の変動状況も考慮される。

例えば，市場シェアや価格の変動が激しい場合には，他の事業者がどのような行動をとるか予測することは困難であることが多いと考えられるので，競争者と協調的な行動がとられにくいと考えられる。

他方，市場シェアや価格の変動があまりない場合には，他の事業者がどのような行動をとるか予測しやすく，競争者と協調的な行動がとられる可能性がより高いと考えられる。また，例えば，価格改定について協調的行動がとられたことがある場合には，当該商品について協調的行動がとられやすい取引実態等がある可能性が高いと考えられる。

(3) 輸入，参入及び隣接市場からの競争圧力等

輸入圧力が十分に働いていれば，例えば，協調的に国内品の価格を引き上げたとしても，輸入品が増加し，売上げを奪われることになるので，協調的行動がとられる可能性は低くなると考えられる。

現在相当量の輸入が行われており，海外の事業者の生産費用や事業戦略等が国内の事業者と異なる場合には，海外の事業者と国内の事業者の利害が一致しにくく，協調的な行動がとられにくい可能性がある。このような状況において国内品の価格が引き上げられた場合には，輸入品が増加するので，当事会社グループとその競争者が協調的行動により価格等をある程度自由に左右することは困難であると考えられる。ただし，海外の事業者が国内において既存業者として定着しているような場合等においては，当該事業者が当事会社を含む競争者と協調的行動をとることも考えられる。

また，現在の輸入量が小さい場合であっても，例えば，国内の事業者が協調的に国内品の価格を引き上げた場合に，輸入品が容易に増加し，国内品の売上げを奪う場合には，協調的行動がとられる可能性は低くなると考えられる。

国内の事業者が価格を引き上げた場合に，輸入圧力が働くか否かは，前記２(2)①～④と同様の観点から，制度上の障壁の程度，輸入に係る輸送費用の程度や流通上の問題の有無，輸入品と国内品の代替性の程度及び海外の供給可能性の程度を検討し，当事会社及び他の国内の事業者が協調して価格を引き上げた場合に，需要者が国内品から輸入品に容易に切り替えられるため，一定の期間（注７）に輸入が増加し，価格引上げを妨げることとなるか否かについて検討する。

また，参入についても同様に考えられる。参入の可能性については，前記２(3)①～④と同様の観点から，制度上の参入障壁の程度，実態面での参入障壁の程度，参入者の商品と既存事業者の商品の代替性の程度及び参入可能性の程度を検討し，当事会社及び他の事業者が協調して価格を引き上げた場合に，一定の期間（注７）に参入が行われ，価格引上げを妨げることとなるか否かについて検討する。

隣接市場からの競争圧力や需要者からの競争圧力も，同様に，協調的行動がとられることを妨げ，あるいは，当事会社グループとその競争者が協調的行動により価格等をある程度自由に左右することを妨げる要因となり得る。

例えば，需給状況，主な需要者の調達方法及び供給先の分散の状況又は変更の難易の程度などからみて，需要者の価格交渉力が強い場合には，当事会社グループとその競争者が協調的行動をとることが困難である場合が多いと考えられる。

(4) 効率性及び当事会社グループの経営状況

前記２(7)及び(8)に準じて判断する。

第５　垂直型企業結合及び混合型企業結合による競争の実質的制限

1　基本的考え方

前記のとおり，垂直型企業結合及び混合型企業結合は，一定の取引分野における競争単位の数を減少させないので，水平型企業結合に比べて競争に与える影響は大きくなく，市場の閉鎖性・排他性，協調的行動等による競争の実質的制限の問題を生じない限り，通常，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるとは考えられない。垂直型企業結合及び混合型企業結合についても，単独行動による競争の実質的制限と協調的行動による競争の実質的制限の２つの観点から検討される。

(1) 単独行動による競争の実質的制限

垂直型企業結合及び混合型企業結合が単独行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるのは，典型的には，次のような場合である。

垂直型企業結合が行われると，当事会社グループ間でのみ取引することが有利になるため，事実上，他の事業者の取引の機会が奪われ，当事会社グループ間の取引部分について閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。例えば，複数の原材料メーカーより原材料を購入し，かつ，大きな市場シェアを有する完成品メーカーと原材料メーカーが合併し，当事会社の完成品メーカー部門が当事会社の原材料部門からのみ原材料を調達する場合，他の原材料メーカーは，事実上，大口の需要先との取引の機会を奪われる可能性がある。また，例えば，複数の完成品メーカーに原材料を販売し，かつ，大きな市場シェアを有する原材料メーカーと当該原材料の需要者である完成品メーカーが合併し，当事会社の原材料メーカー部門がその完成品メーカー部門にのみ原材料を販売するようになる場合，他の完成品メーカーは，事実上，主要な原材料の供給元を奪われる可能性がある。有力なメーカーと有力な流通業者とが合併した場合も，他のメーカーが新規参入をするに当たって，自ら流通網を整備しない限り参入が困難となるときには，競争に及ぼす影響が大きい。

なお，垂直型企業結合後も当事会社が競争者と取引を継続する場合において，企業結合前と比較して競争者が取引上不利に取り扱われることにより，実効性のある競争が期待できなくなるときも，競争に及ぼす影響が大きい。

当事会社グループの市場シェアが大きい場合には，垂直型企業結合によって当事会社グループ間の取引部分についてこのような閉鎖性・排他性の問題が生じる結果，当事会社グループが当該商品の価格その他の条件をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るときがある。このような場合，垂直型企業結合は，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる。

混合型企業結合が行われ，当事会社グループの総合的な事業能力が増

大する場合にも，市場の閉鎖性・排他性等の問題が生じるときがある。例えば，企業結合後の当事会社グループの原材料調達力，技術力，販売力，信用力，ブランド力，広告宣伝力等の事業能力が増大し，競争力が著しく高まり，それによって競争者が競争的な行動をとることが困難になり，市場の閉鎖性・排他性等の問題が生じるときがある。

(2) 協調的行動による競争の実質的制限

垂直型企業結合及び混合型企業結合が協調的行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるのは，典型的には，次のような場合である。

例えば，メーカーと流通業者との間に垂直的企業結合が生じることによって，メーカーが垂直型企業結合関係にある流通業者を通じて，当該流通業者と取引のある他のメーカーの価格等の情報を入手し得るようになる結果，当事会社グループのメーカーを含むメーカー間で協調的に行動することが高い確度で予測することができるようになる場合がある。このような場合には，当事会社グループとその競争者が当該商品の価格等をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので，垂直型企業結合が，一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる。

混合型企業結合が行われた場合にも，同様の問題が生じる場合がある。

(3) 競争を実質的に制限することとならない場合

垂直型企業結合及び混合型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かについては，個々の事案ごとに後記２の各判断要素を総合的に勘案して判断するが，企業結合後の当事会社グループの市場シェアが下記①又は②に該当する場合には，垂直型企業結合及び混合型企業結合が一定の取引分野における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。

① 当事会社が関係するすべての一定の取引分野において，企業結合後の当事会社グループの市場シェアが 10%以下である場合

② 当事会社が関係するすべての一定の取引分野において，企業結合後のＨＨＩが 2,500 以下の場合であって，企業結合後の当事会社グループの市場シェアが 25%以下である場合

なお，上記の基準に該当しない場合であっても，直ちに競争を実質的に制限することとなるものではなく個々の事案ごとに判断されることとなるが，過去の事例に照らせば，企業結合後のＨＨＩが 2,500 以下であり，かつ，企業結合後の当事会社グループの市場シェアが 35%以下の場合には，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。

２　垂直型企業結合及び混合型企業結合による競争の実質的制限の判断要素

(1) 単独行動による競争の実質的制限の判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して，垂直型企業結合及び混合型企業結合が単独行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否か判断する。

ア　当事会社グループの地位及び競争者の状況

企業結合後の当事会社グループの市場シェアが小さく，その順位も低い場合には，市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性は小さい。

また，当事会社グループの市場シェアと競争者の市場シェアの格差が小さい場合や，競争者の供給余力が大きい場合には，代替的な取引先を確保することができる可能性が大きいので，市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性は小さい。

イ　輸入・参入，総合的な事業能力，効率性等

第４の２(2)～(8)に準じて判断する。

ウ　その他

企業結合の当事会社の一部が他の当事会社の潜在的な競争者である場合には，当該企業結合によって一部の当事会社の新規参入の可能性を消滅させることになることも考慮する。

(2) 協調的行動による競争の実質的制限の判断要素

第４の３(1)～(3)並びに２(7)及び(8)に準じて判断する。

第６　競争の実質的制限を解消する措置

１　基本的な考え方

企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合においても，当事会社が一定の適切な措置を講じることにより，その問題を解消することができる場合がある（以下，このような措置を「問題解消措置」という。）。

問題解消措置としてどのような措置が適切かは，個々の企業結合に応じて，個別具体的に検討されるべきものであるが，問題解消措置は，事業譲渡等構造的な措置が原則であり，当事会社グループが価格等をある程度自由に左右することができないように，企業結合によって失われる競争を回復することができるものであることが基本となる。ただし，技術革新等により市場構造の変動が激しい市場においては，一定の行動に関する措置を採ることが妥当な場合も考えられる。

また，問題解消措置は，原則として，当該企業結合が実行される前に講じられるべきものである。

やむを得ず，当該企業結合の実行後に問題解消措置を講じることとなる場合には，問題解消措置を講じる期限が適切かつ明確に定められているこ

とが必要である。また，例えば，問題解消措置として事業部門の全部又は一部の譲渡を行う場合には，当該企業結合の実行前に譲受先等が決定していることが望ましく，そうでないときには，譲受先等について公正取引委員会の事前の了解を得ることが必要となる場合がある。

なお，当事会社グループの申出に基づき，企業結合後の競争条件の変化を踏まえ，当該措置を継続する必要性を評価した結果，当該措置の内容を変更又は終了しても競争を実質的に制限することとなるおそれがない状況になったと判断される場合には，問題解消措置の内容を変更又は問題解消措置を終了することを認めることがある。

2　問題解消措置の類型

典型的な問題解消措置としては，次のようなものが考えられる。これらが適切な措置となるよう，単独で，あるいは組み合わせて，講じることが考えられる。

(1) 事業譲渡等

企業結合によって一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなるという問題を解消するために最も有効な措置は，新規の独立した競争者を創出し，あるいは，既存の競争者が有効な牽制力を有することとなるよう強化する措置である。

このような措置としては，当事会社グループの事業部門の全部又は一部の譲渡，当事会社グループと結合関係にある会社の結合関係の解消（議決権保有の取止め又は議決権保有比率の引下げ，役員兼任の取止め等），第三者との業務提携の解消などがある。

なお，需要が減少傾向にあるなどのために，当事会社グループの事業部門（例えば，製造販売・開発部門）の全部又は一部の譲受先が容易に出現する状況になく，商品が成熟しており，研究開発，需要者の要求に応じた商品の改良などのサービス等が競争上あまり重要でないなど特段の事情が認められる場合には，競争者に対して当該商品の生産費用に相当する価格での引取権を設定する（長期的供給契約を締結する）ことを問題解消措置とすることが有効であると判断されるときもある。

(2) その他

ア　輸入・参入を促進する措置等

需要が減少傾向にある等のために，当事会社グループの事業部門の全部又は一部の譲受先が容易に出現する状況にないなどの理由から，事業譲渡等を問題解消措置として講じることができないと認められる場合には，例外的に輸入・参入を促進すること等によって，企業結合によって一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなるという問題を解消することができると判断される場合がある。

例えば，輸入に必要な貯蔵設備や物流サービス部門等を当事会社グループが有している場合，それらを輸入業者等が利用することができるようにし，輸入を促進することにより，企業結合によって一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなるという問題を解消することができると判断される場合がある。また，当事会社が有している特許権等について，競争者や新規参入者の求めに応じて適正な条件で実施許諾等をすることにより，企業結合によって一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなるという問題を解消することができると判断される場合がある。

イ　当事会社グループの行動に関する措置

前記(1)及び(2)アのほか，当事会社グループの行動に関する措置を講じることにより，企業結合によって一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなるという問題を解消することができると判断される場合がある。

例えば，商品の生産は共同出資会社において行うが，販売は出資会社がそれぞれ行うこととしている企業結合の場合，出資会社相互間及び出資会社と共同出資会社間において当該商品の販売に関する情報の交換を遮断すること，共同資材調達の禁止など独立性を確保する措置を講じることにより，企業結合によって一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなるという問題を解消することができると判断される場合がある(ただし，前記第４の３(1)エ参照)。また，事業を行うために不可欠な設備の利用等について，結合関係にない事業者を差別的に取り扱うことを禁止することにより，市場の閉鎖性・排他性の問題が生じることを防止することができると判断される場合がある。

（付）禁止期間の短縮について

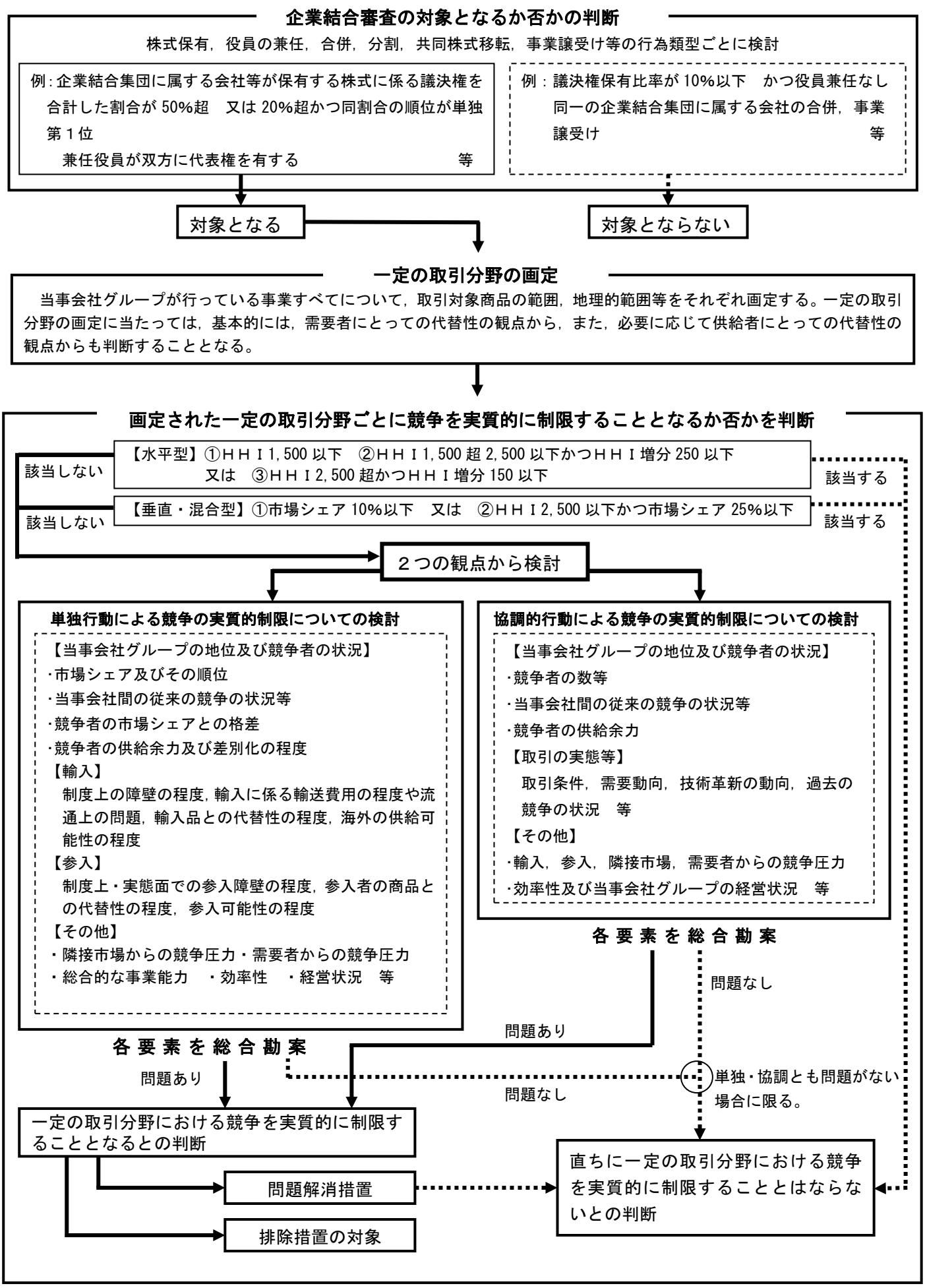
法第 10 条第８項（法第 15 条第３項，法第 15 条の２第４項，法第 15 条の３第３項及び法第 16 条第３項において読み替えて準用する場合を含む。）において，会社は，届出受理の日から 30 日を経過するまでは株式取得等（株式取得，合併，共同新設分割，吸収分割，共同株式移転及び事業等の譲受けをいう。以下同じ。）をしてはならないと規定されている。しかし，同項において，公正取引委員会は，必要があると認める場合には，当該期間を短縮することができる旨規定されている。この禁止期間の短縮は，次の①及び②の要件を満たしている場合に認めることができるものとする。

①　一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないことが明らかな場合

前記第４の１(3)及び第５の１(3)に該当する案件については，これに該当する場合が多いと考えられる。

② 禁止期間を短縮することについて届出会社が書面で申し出た場合

＜企業結合審査のフローチャート＞



企業結合審査の手続に関する対応方針

平成２３年６月１４日
公 正 取 引 委 員 会

１　趣旨

公正取引委員会は，株式取得等（株式の取得，合併，共同新設分割，吸収分割，共同株式移転及び事業等の譲受けをいう。以下同じ。）の企業結合計画（以下「企業結合計画」という。）については，私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和２２年法律第５４号。以下「独占禁止法」という。）に基づく事前届出制を採っており，独占禁止法に定められた手続に従い，企業結合計画が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるか否かについての審査（以下「企業結合審査」という。）を行っているところ，近年，企業結合審査の手続については，一層の迅速性及び透明性の向上が求められてきている。

このため，企業結合審査に対する事業者の予見可能性を高め，また，企業結合審査の手続の迅速性及び透明性を高める観点から，当委員会は，「企業結合審査の手続に関する対応方針」（以下「本対応方針」という。）を策定する。

なお，本対応方針は，平成２３年７月１日から適用し，「企業結合計画に関する事前相談に対する対応方針」（平成１４年１２月１１日公正取引委員会。以下「旧対応方針」という。）は，廃止する。

２　届出前相談

企業結合計画に関し，独占禁止法第１０条第２項（同条第５項の規定によりみなして適用する場合を含む。），第１５条第２項，第１５条の２第２項及び第３項，第１５条の３第２項並びに第１６条第２項の規定に基づく当委員会に対する届出を予定する会社（以下「届出予定会社」という。）は，当該届出を行う前に，当委員会に対し，当該企業結合計画に関する相談（以下「届出前相談」という。）を行うことができる。届出前相談において，届出予定会社は，届出書の記載方法等に関して相談することができる（届出前相談窓口は，別紙届出書提出先）（注１）。

例えば，届出書には届出会社等の国内の市場における地位を記載する項目があるところ，その記載を行うため，一定の取引分野に関する当委員会の考え方について，届出予定会社が当委員会に対し相談するなど，届出予定会社から届出書に記載すべき内容に関連した相談が当委員会に寄せられた場合には，当委員会は，当該相談に対する説明を行うために必要な情報を届出予定会社から聴取するなどした上で，「企業結合審査に関する独占禁止法の運用方針」（平成１６年５月３１日公正取引委員会。以下「企業結合ガイドライン」という。）及び

過去の事案で示した考え方に照らし，その時点での情報に基づき可能な範囲で説明を行うこととする。

また，届出予定会社は，届出前相談に対する適切な説明を得るために必要と思われる資料を当委員会に提出することができる。

なお，届出前相談における届出予定会社と当委員会とのやりとりを踏まえて届出後の審査が行われることとなるが，届出後の審査において，届出前相談における当委員会の説明が修正されることがある。

（注１）届出予定会社が届出前相談を行わなかったとしても，当該会社が，届出後の審査において不利益に取り扱われることはない。

３　届出後の手続の流れ

届出会社が企業結合計画の届出書を当委員会に提出し，当委員会がこれを受理すると，独占禁止法第１０条第８項本文（独占禁止法第１５条第３項，第１５条の２第４項，第１５条の３第３項及び第１６条第３項において読み替えて準用する場合を含む。）に規定されているとおり，届出会社は，届出受理の日から３０日を経過するまでの期間は当該株式取得等を行うことができない（以下この期間を「禁止期間」という。）。ただし，当委員会は，独占禁止法第１０条第８項ただし書の規定により，その必要があると認める場合には，禁止期間を短縮することができる（下記５(2)参照）。

当委員会は，通常，禁止期間（独占禁止法第１０条第８項ただし書の規定により短縮された場合はその期間）内に，当該企業結合計画について，①独占禁止法上問題がないと判断するか，②より詳細な審査が必要であるとして，独占禁止法第１０条第９項（独占禁止法第１５条第３項，第１５条の２第４項，第１５条の３第３項及び第１６条第３項において読み替えて準用する場合を含む。以下同じ。）に規定する必要な報告，情報又は資料の提出（以下「報告等」という。）の要請を行うか，いずれかの対応を採ることとなる（注２）。

①の場合，企業結合審査の透明性を高めるため，当委員会は，「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第９条から第１６条までの規定による認可の申請，報告及び届出等に関する規則」（昭和２８年公正取引委員会規則第１号。以下「届出規則」という。）第９条の規定による排除措置命令を行わない旨の通知（以下「排除措置命令を行わない旨の通知」という。）をする。

②の場合，当委員会が排除措置命令前の通知（以下「事前通知」という。）をすることができる期間は，独占禁止法第１０条第９項に規定されているとおり，届出受理の日から１２０日を経過した日と全ての報告等を受理した日から９０日を経過した日とのいずれか遅い日までの期間に延長される（ただし，独占禁止法第１０条第９項ただし書に掲げる場合を除く。）。この延長された期間内において，当委員会が，当該企業結合計画が独占禁止法上問題がないと判断する場合においても，①の場合と同様，排除措置命令を行わない旨の通知をする。

なお，以下においては，届出受理の日から報告等の要請を行う日の前日まで

（報告等の要請を行わない場合は，排除措置命令を行わない旨の通知の日まで）の期間に行う審査を「第１次審査」，報告等の要請を行う日から事前通知の日まで（事前通知をしない場合は，排除措置命令を行わない旨の通知の日まで）の期間に行う審査を「第２次審査」という。

（注２）独占禁止法第１０条第９項に基づき，報告等の要請を行わずに事前通知をすることも可能である。

4　当委員会による企業結合審査における論点等の説明並びに届出会社の意見書及び資料の提出

当委員会と届出会社との意思疎通を密にすることは，迅速かつ透明性の高い企業結合審査を可能とし，当委員会と届出会社の双方にとって有益であると考えられる。そのため，当委員会は，第１次審査及び第２次審査を行う期間（以下「審査期間」という。）において，届出会社から企業結合審査における論点等について説明を求められた場合又は必要と認める場合には，その時点における論点等について説明する。

また，届出会社は，届出規則第７条の２の規定に基づき，審査期間において，いつでも，当委員会に対し，意見書又は審査に必要と考える資料の提出（問題解消措置〔企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合に，届出会社が一定の適切な措置を講じることにより，その問題を解消できるような措置をいう。以下同じ。〕の申出を含む。）をすることができる。ただし，意見書又は資料の提出の時期によっては，その内容が事前通知の内容等に十分に反映されない可能性がある。

なお，当委員会は，企業結合ガイドラインにおいて，企業結合審査の判断要素等を明らかにしているところ，企業結合審査において別添の資料を参考とすることが多い。

5　第１次審査

(1) 届出書の受理

企業結合計画の届出書の様式及び届出に必要な書類については，届出規則第２条の６，第５条，第５条の２，第５条の３及び第６条において規定されている。当委員会は，これらの規定に基づき提出された届出書を受理したときは，届出規則第７条第１項及び第２項に基づき，届出会社に対し届出受理書を交付する。

(2) 第１次審査の終了

上記３において述べたとおり，第１次審査の結果，当委員会は，通常，当該企業結合計画について，①独占禁止法上問題がないとして，排除措置命令を行わない旨の通知をするか，②より詳細な審査が必要であるとして，報告等の要請を行うか，いずれかの対応を採ることとなる。

なお，届出会社が書面により禁止期間の短縮を申し出た場合であって，当

委員会が①の対応を採るときは，速やかに排除措置命令を行わない旨の通知をするとともに，当該通知の日まで禁止期間の短縮を行う（企業結合ガイドライン（付）参照）（注３）。

また，第１次審査が終了した事案のうち，例えば，第１次審査の段階で届出会社が問題解消措置を採ることを前提に当委員会が独占禁止法上問題ないと判断したものなど，他の会社等の参考となる事案については，これを公表する。

（注３）当委員会が①の対応を採り，排除措置命令を行わない旨の通知をした後に，届出会社が書面により禁止期間の短縮を申し出た場合も，速やかに禁止期間の短縮を行う。

６　第２次審査

(1) 報告等の要請

当委員会が届出会社に対し報告等の要請を行う場合には，届出会社に対し，届出規則第８条第１項に規定する報告等要請書を交付し，届出会社から全ての報告等を受理した場合には，届出会社に対し，同条第２項に規定する報告等受理書を交付する。同条第１項後段の規定により，報告等の要請を行うに当たっては，報告等を求める趣旨について，報告等要請書に記載する。

また，当委員会が届出会社に報告等の要請を行った場合，当委員会はその旨を公表する。

(2) 第三者からの意見聴取

上記(1)により当委員会が報告等の要請を行う旨を公表した企業結合計画について意見がある者は，何人も，当該公表後３０日以内に，当委員会に対して，意見書を提出することができる。

(3) 第２次審査の終了

ア　第２次審査の終了に関する通知等

第２次審査の結果，当委員会は，①独占禁止法上問題がないとして，排除措置命令を行わない旨の通知をするか，②事前通知をするか，いずれかの対応を採ることとなる。①の場合，当委員会は，独占禁止法上問題がないとする理由を書面により説明する。②の場合，その後の手続は，独占禁止法第８章第２節の規定に基づき行われる。

イ　第２次審査の終了に関する公表

第２次審査の結果，独占禁止法上問題がないとして，排除措置命令を行わない旨の通知をした場合には，当該審査結果について公表する（注４）。

（注４）当委員会が事前通知をした後，届出会社から問題解消措置の申出があるなどして，排除措置命令を行わないこととした事案についても，その企業結合審査の結果について公表する。

7　届出を要しない企業結合の計画に関する相談

国内売上高等が届出基準を満たさないために届出を要しない企業結合，又は届出の対象となっていないために届出を要しない役員兼任等の企業結合を計画している会社から，当委員会に対し，当該企業結合の計画に関して，具体的な計画内容を示して相談があった場合には，上記３～６の手続に準じて対応することとする。

なお，次の場合は，当該相談に関する審査を中止する。

(1) 当委員会が相談会社に求めた資料の提出が行われなかった場合
(2) 相談会社から相談の取下げの申出があった場合

8　旧対応方針に基づく相談の取扱い

本対応方針の適用前に，旧対応方針に基づき，企業結合の計画が独占禁止法上問題があるか否かについての相談の申出があり，当委員会が未だ回答を行っていないものに関しては，旧対応方針に基づき従前のとおり対応する。

以　上

別　紙

届出書提出先

	連絡先	管轄地域
公正取引委員会事務総局 〒100-8987 東京都千代田区霞が関 1-1-1 中央合同庁舎第６号館Ｂ棟	経済取引局企業結合課 ＴＥＬ：（０３）３５８１－３７１９ ＦＡＸ：（０３）３５８１－５７７１	茨城県・栃木県・群馬県 埼玉県・千葉県・東京都 神奈川県・新潟県・長野県 山梨県
北海道事務所 〒060-0042 札幌市中央区大通西 12 丁目 札幌第３合同庁舎	総務課 ＴＥＬ：（０１１）２３１－６３００ ＦＡＸ：（０１１）２６１－１７１９	北海道
東北事務所 〒980-0014 仙台市青葉区本町 3-2-23 仙台第２合同庁舎	総務課 ＴＥＬ：（０２２）２２５－７０９５ ＦＡＸ：（０２２）２６１－３５４８	青森県・岩手県・宮城県 秋田県・山形県・福島県
中部事務所 〒460-0001 名古屋市中区三の丸 2-5-1 名古屋合同庁舎第２号館	経済取引指導官 ＴＥＬ：（０５２）９６１－９４２２ ＦＡＸ：（０５２）９７１－５００３	富山県・石川県・岐阜県 静岡県・愛知県・三重県
近畿中国四国事務所 〒540-0008 大阪市中央区大手前 4-1-76 大阪合同庁舎第４号館	経済取引指導官 ＴＥＬ：（０６）６９４１－２１７４ ＦＡＸ：（０６）６９４３－７２１４	福井県・滋賀県・京都府 大阪府・兵庫県・奈良県 和歌山県
近畿中国四国事務所中国支所 〒730-0012 広島市中区上八丁堀 6-30 広島合同庁舎第４号館	総務課 ＴＥＬ：（０８２）２２８－１５０１ ＦＡＸ：（０８２）２２３－３１２３	鳥取県・島根県・岡山県 広島県・山口県
近畿中国四国事務所四国支所 〒760-0068 高松市松島町 1-17-33 高松第２地方合同庁舎	総務課 ＴＥＬ：（０８７）８３４－１４４１ ＦＡＸ：（０８７）８６２－１９９４	徳島県・香川県・愛媛県 高知県
九州事務所 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東 2-10-7 福岡第２合同庁舎別館	経済取引指導官 ＴＥＬ：（０９２）４３１－５８８２ ＦＡＸ：（０９２）４７４－５４６５	福岡県・佐賀県・長崎県 熊本県・大分県・宮崎県 鹿児島県
内閣府沖縄総合事務局 総務部公正取引室 〒900-0006 那覇市おもろまち 2-1-1 那覇第２地方合同庁舎２号館	公正取引室 ＴＥＬ：（０９８）８６６－００４９ ＦＡＸ：（０９８）８６０－１１１０	沖縄県

別添　公正取引委員会が企業結合審査において参考とする資料の例

企業結合ガイドラインの該当箇所		資料の例
第２－２	一定の取引分野（商品の範囲）	・商品の概要（形状，特性等） ・原材料，製法，製造工程図 ・品質・性能や規格・方式による商品の差異の程度 ・効用等が同種又は類似の商品 ・商品別価格，取引数量の動き ・需要者の認識・行動の特徴 ・工場生産設備の概要（ラインの切替可能性等） ・関連する文献，調査・分析等（以下全ての項目についても同様）
第２－３	一定の取引分野（地理的範囲）	・事業を行っている国・区域（当事会社及び競争者） ・工場・事業所の所在地・事業区域（当事会社及び競争者） ・需要者の買い回る範囲，購買行動 ・商品の特性 ・商品の輸送・提供手段，輸送費用 ・国・地域別価格，取引数量の動き ・物流・商流
第４－２(1)	当事会社グループの地位・競争者の状況（市場における競争の状況等を含む。）	・市場規模（数量・金額）の推移，需要予測 ・各当事会社（及び競争者）の生産・出荷数量及び金額の推移（用途別・需要部門別，自家消費・外販別等） ・当事会社の対象商品の売上高（利益・コスト） ・市場シェアの変動状況，当事会社間の従来の競争状況 ・製品別販売価格の月別推移（相対取引・市況の別，需要者グループ別，流通経路別等） ・価格決定の方法（販売促進費用・リベートや広告宣伝費等） ・価格交渉の頻度，価格変更のタイミングやその要因 ・商品別の流通経路図，経路別流通数量・金額，販売組織，流通系列化の状況 ・工場生産設備の概要（設備の内容，生産能力・生産数量・供給余力の推移及びそれらの算定方法，建設・計画中の設備の内容・生産能力等） ・輸出数量・輸出価格の推移（価格形成要因，国内品との価格差） ・当事会社の製品ラインアップの状況（製品カタログ等），他社製品の概要（製品ラインアップ，特色等） ・商品差別化（ブランド，グレード等）の状況，ブランドの評価 ・保有又は使用許諾を有する特許権，技術導入に関する提携の内容 ・新製品の開発状況，研究開発，技術開発の参入事例，量（額），投資額（人員，施設の概要等） ・当該商品に係る国内外の技術革新の速さや程度，商品陳腐化の状況，売上高に占める研究開発投資費の割合の推移
第４－２(2)	輸入	・輸入数量・輸入価格の推移（価格形成要因，国内品との価格差） ・国際的取引に係る関税その他の税制や法制度上の規制の有無・内容 ・輸入品の価格・品質・技術，輸入に係る費用・設備（物流・貯蔵設備等） ・輸入品の輸出国の需要動向・輸出余力，海外における有力な事業者の概要 ・今後の輸出入の予測

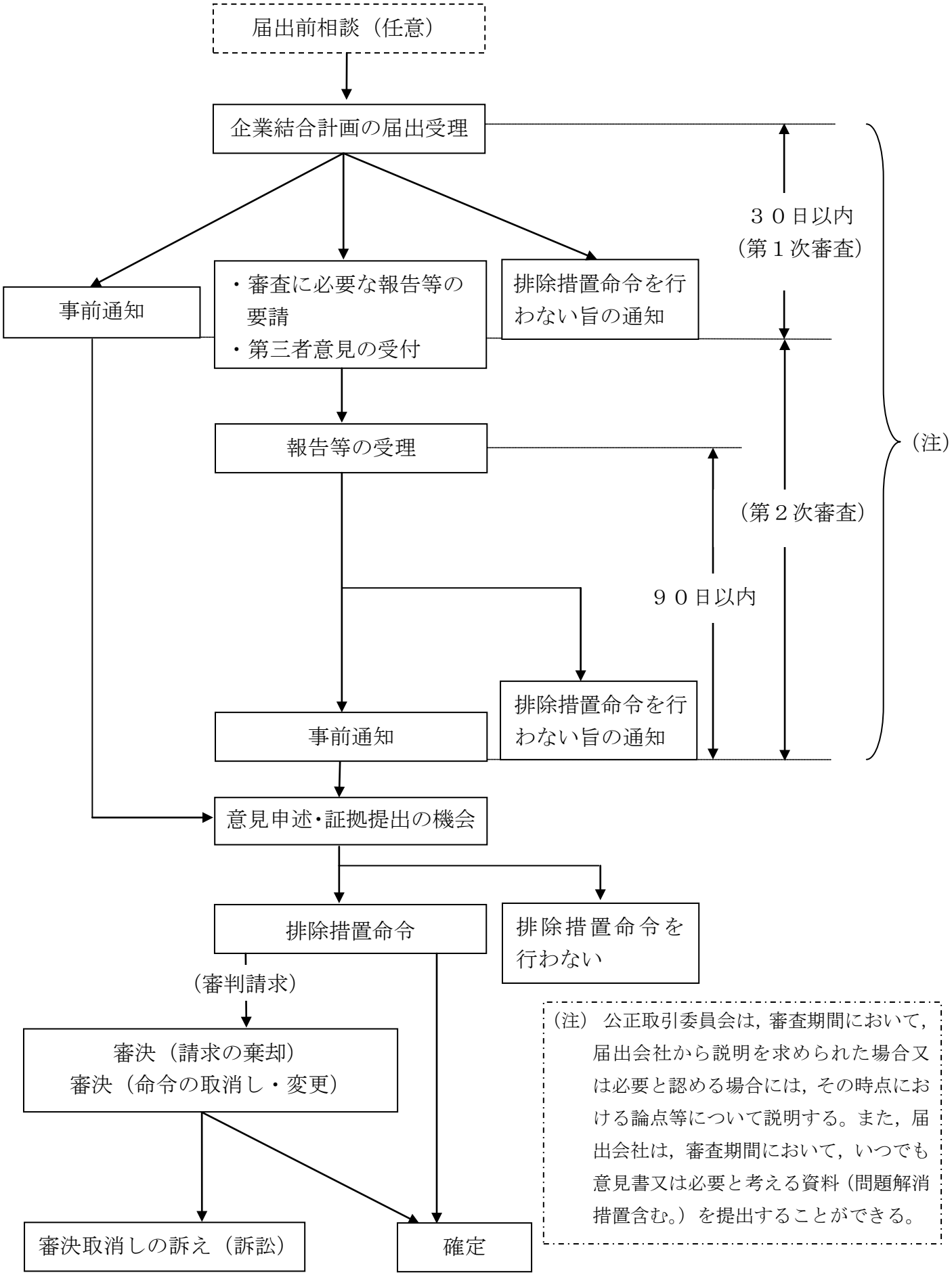
第４－２(3)	参入	・許認可等の法制度上の参入規制の有無 ・実態面での参入障壁の有無（参入に必要な生産設備の適正規模と所要資金額，立地条件，技術条件，原材料調達の条件，販売面の条件等） ・過去の参入事例及びその効果 ・参入可能性のある事業者や参入計画の有無，参入予定者の事業計画
第４－２(4)	隣接市場からの競争圧力	・隣接市場の競争状況及び隣接市場における競争が一定の取引分野における競争に与える影響の程度（競合品，隣接地域）
第４－２(5)	需要者からの競争圧力	・主要需要者名（所在地，販売数量・金額の推移） ・主要な需要者規模別販売先（大口・小口需要者）及び取引関係（販売数量〔金額〕の推移，取引方法等） ・需要者間の競争状況 ・取引先の変更容易性（取引先の切替費用，ユーザーの複数購買の状況，取引先の切替例等）
第４－２(7)	効率性	・企業結合に伴う合理化・効率化計画及び経済的効果の内容，算定根拠（規模の経済性，生産設備の統合，工場の専門化，輸送費用の軽減，研究開発の効率性等） ・当該企業結合を決定するに至るまでの内部手続に係る文書，効率性に関する株主及び金融市場に対する説明資料等 ・効率性向上による価格低下・品質向上・新商品提供等に係る過去の実績
第４－２(8)	当事会社グループの経営状況	・業績不振に陥っている当事会社に係る財務状況 ・業績不振に陥っている当事会社を救済することが可能な他の事業者との交渉の状況

（注１）上記はあくまでも例示であり，これに限定されるものではない。

（注２）市場規模，価格，数量，市場シェア等の推移については，一般的には３～５年分程度を提出することが望ましいが，事案の内容，取引の特性や入手可能なデータの有無等によって，推移をみるべき期間は異なり得る。

なお，このようなデータの収集源としては，政府統計，業界団体の統計，市場調査機関の資料，ＰＯＳデータ（消費者向けの商品の場合）などが考えられる。

（参考）企業結合審査のフローチャート



（注） 公正取引委員会は，審査期間において，届出会社から説明を求められた場合又は必要と認める場合には，その時点における論点等について説明する。また，届出会社は，審査期間において，いつでも意見書又は必要と考える資料（問題解消措置含む。）を提出することができる。

独占禁止法違反に対する刑事告発及び犯則事件の調査に関する公正取引委員会の方針

平成１７年１０月７日
公正取引委員会

改定：平成２１年１０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一部を改正する法律（平成２１年法律第５１号）により、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）第７条の２第１項に規定する違反行為をした事業者のうち二以上の事業者が共同して当該違反行為に係る事実の報告及び資料の提出を行った場合には、当該二以上の事業者について課徴金の減免をする等の改正が行われ、課徴金減免に係る改正部分は、平成２２年１月１日から施行されるところ、改正後の独占禁止法の適正な運用を図るため、公正取引委員会は、同日以降、次の方針に即して、犯則事件（独占禁止法第８９条から第９１条までの罪に係る事件をいう。以下同じ。）の調査及び告発を行っていくこととする。

１　告発に関する方針

(1)　公正取引委員会は、

ア　一定の取引分野における競争を実質的に制限する価格カルテル、供給量制限カルテル、市場分割協定、入札談合、共同ボイコット、私的独占その他の違反行為であって、国民生活に広範な影響を及ぼすと考えられる悪質かつ重大な事案

イ　違反を反復して行っている事業者・業界、排除措置に従わない事業者等に係る違反行為のうち、公正取引委員会の行う行政処分によっては独占禁止法の目的が達成できないと考えられる事案

について、積極的に刑事処分を求めて告発を行う方針である。

(2)　ただし、

ア　調査開始日前に単独で最初に課徴金の免除に係る報告及び資料の提出を行った事業者（独占禁止法第７条の２第１０項の規定による報告及び資料の提出を行った事業者をいう。ただし、当該報告若しくは資料に虚偽の内容が含まれていたこと、追加して求められた報告若しくは資料の提出をせず、若しくは虚偽の報告若しくは資料の提出をしたこと又は他の事業者に対し違反行為をすることを強要し、若しくは他の事業者が違反行為をやめることを妨害していたこと（同条第１７項各号）のいずれかに該当する事実があると認められる事業者を除く。）

イ　調査開始日前に他の事業者と共同して最初に課徴金の免除に係る報告及び資料の提出を行った事業者（独占禁止法第７条の２第１３項及び同条第１０項の規定による報告及び資料の提出を行った事業者をいう。ただし、当該報告若しくは資料に虚偽の内容が含まれていたこと、追加して求められた報告若しくは資料の提出をせず、若しくは虚偽の報告若しくは資料の提出をしたこと又は他の事業者に対し違反行為をすることを強要し、若しくは他の事業者が違反行為をやめることを妨害していたこと（同条第１７項各号）のいずれかに該当する事実があると認められる事業者及び当該事業者と共同して報告及び資料の提出を行った事業者を除く。）

ウ　前記ア又はイに該当する事業者の役員、従業員等であって当該独占禁止法違反行為をした者のうち、当該事業者の行った公正取引委員会に対する報告及び資料の提出並びにこれに引き続いて行われた公正取引委員会の調査における対応等において、当該事業者と同様に評価すべき事情が認められるもの

については、告発を行わない。

２　犯則事件の調査

公正取引委員会は、前記１(1)ア又はイに該当すると疑うに足りる相当の理由のある独占禁止法違反被疑事件について、犯則事件の調査を行う職員として指定した職員をして調査に当たらせることとし、当該調査の結果、前記１(1)ア又はイに該当する犯則の心証を得た場合に、告発する。

３　告発問題協議会

告発に当たっては、その円滑・適正を期するため、検察当局との間で、検察当局側が最高検察庁財政経済係検事以下の検事、公正取引委員会側が犯則審査部長以下の担当官で構成される「告発問題協議会」を開催し、当該個別事件に係る具体的問題点等について意見・情報の交換を行う。