

経済法 第 26 回 07/13

担当 中川晶比兒

I 拘束条件付取引の規制

【関連する規定】

[1] 定義規定:独禁法 2 条 9 項 6 号に基づく一般指定 12 項

「(拘束条件付取引)

12 法第二条第九項第四号又は前項に該当する行為のほか、相手方とその取引の相手方との取引その他相手方の事業活動を不当に拘束する条件をつけて、当該相手方と取引すること。」

[2] 違反に対する独禁法上の措置:排除措置命令(20 条)のみ。

※ 「拘束」や「相手方」の解釈については、再販の場合と同様。

※ 拘束条件付取引は、

A 相手方事業者(複数事業者)間の競争を制限する場合

B 自己(または自己の指定する事業者¹⁾)の直面する競争の制限(相手方との取引の独占)に協力させる場合に分けられる。

【拘束条件付取引の公正競争阻害性 A】

[A1] 販売地域制限

[A1-1] 「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」(厳格な地域制限)や、「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(地域外顧客への受動的販売の制限)は、「これによって価格維持効果が生じる場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる」。²

[A1-2] 「「価格維持効果が生じる場合」とは、非価格制限行為により、当該行為の相手方とその競争者間の競争が妨げられ、当該行為の相手方がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合をいう。」³

①その判断にあたっては、

- (a-1) 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)
- (a-2) 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等の業態等)
- (a-3) 垂直的制限行為を行う事業者の市場における地位(市場シェア, 順位, ブランド力等)
- (a-4) 垂直的制限行為の対象となる取引先事業者の事業活動に及ぼす影響(制限の程度・態様等)
- (a-5) 垂直的制限行為の対象となる取引先事業者の数及び市場における地位

を総合的に考慮する。⁴

¹ 私的独占で扱った、雪印・北海道バターにおける金融 2 社を参照。

² 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 3(3)及び(4)(H29.06.16)

³ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 3(2)イ(H29.06.16)

⁴ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 3(1)(H29.06.16)

②「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事業者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巡る価格競争が阻害され、価格維持効果が生じることとなる。また、この判断に当たっては、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このような制限を行う場合には、一事業者のみが行う場合と比べ市場全体として価格維持効果が生じる可能性が高くなる。」⁵

[A1-3] 「事業者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受動的販売の制限に該当しない限り、通常、これによって価格維持効果が生じることとはなく、違法とはならない。」⁶

[A2] 相手方事業者の取引先制限

[A2-1] 取引先制限の種類

①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(帳合取引の義務付け)。このうち、小売業者が 1 社の卸売業者としか取引できない場合を「一店一帳合制」という。 ←卸売業者間の小売業者獲得競争を制限するもの

②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(仲間取引の禁止)

③卸売業者に対して、安売りをを行う小売業者への販売を禁止すること

[A2-2] 取引先制限の公正競争阻害性

上記のものはいずれも、「価格維持効果が生じる場合」に公正競争阻害性を持つ。⁷このうち、安売り業者への販売禁止は、「通常、価格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に該当し、違法となる」⁸とされる。

※ [A1]と[A2]はメーカーにとってはブランド内競争制限。相手方流通業者に、競合流通業者からの競争が弱いことを理解させることにより、出荷価格(メーカーの請求価格)を引き上げることができる。そのような値上げができる場合に、公正競争阻害性が認められる。

[A3] 相手方の価格競争を制限するが、商品の再販売に当たらないため、再販では規制できないもの

[A4] 価格広告の制限

「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、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という事業者の事業活動において最も基本的な事項に関与する行為であるため、…通常、価格競争が阻害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…

①事業者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事業者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」⁹

⁵ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 3(2)イ(H29.06.16)

⁶ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 3(2)(H29.06.16)

⁷ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 4(2)及び(3)(H29.06.16)。後述する B のタイプも取引先の制限だが、そこでは市場閉鎖効果を見た方がよい。

⁸ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 4(4)(H29.06.16)

⁹ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 6(3)(H29.06.16)

[A5] 販売方法の制限

[A5-1] 販売方法の制限とは、小売業者に対して「商品の説明販売」「商品の宅配」「品質管理」「自社商品専用の販売コーナーや棚場設置」などをさせること。¹⁰

[A5-2] 最三小判平成 10 年 12 月 18 日民集 52 卷 9 号 1866 頁(資生堂)、最三小判平成 10 年 12 月 18 日判時 1664 号 14 頁(花王):化粧品の特約店契約解除に対して地位の確認及び商品の引渡しを求めた民事訴訟。

①「拘束条件付取引が規制されるのは、相手方の事業活動を拘束する条件を付けて取引すること、とりわけ、事業者が自己の取引とは直接関係のない相手方と第三者との取引について、競争に直接影響を及ぼすような拘束を加えることは、相手方が良質廉価な商品・役務を提供するという形で行われるべき競争を人為的に妨げる側面を有しているからである。」「しかし、拘束条件付取引の内容は様々であるから、その形態や拘束の程度等に応じて公正な競争を阻害するおそれを判断し、それが公正な競争秩序に悪影響を及ぼすおそれがあると認められる場合に、初めて相手方の事業活動を「不当に」拘束する条件を付けた取引に当たるものというべきである。」

②「メーカーや卸売業者が販売政策や販売方法について有する選択の自由は原則として尊重されるべきであることにかんがみると、これらの者が、小売業者に対して、商品の販売に当たり顧客に商品の説明をすることを義務付けたり、商品の品質管理の方法や陳列方法を指示したりするなどの形態によって販売方法に関する制限を課することは、それが当該商品の販売のためのそれなりの合理的な理由に基づくものと認められ、かつ、他の取引先に対しても同等の制限が課せられている限り、それ自体としては公正な競争秩序に悪影響を及ぼすおそれはなく、一般指定の 13 にいう相手方の事業活動を「不当に」拘束する条件を付けた取引に当たるものではないと解するのが相当である。」¹¹

③「本件特約店契約において、特約店に義務付けられた対面販売は、化粧品の説明を行ったり、その選択や使用方法について顧客の相談に応ずる(少なくとも常に顧客の求めにより説明・相談に応じ得る態勢を整えておく)という付加価値を付けて化粧品を販売する方法であって、被上告人が右販売方法を採用する理由は、これによって、最適な条件で化粧品を使用して美容効果を高めたいとの顧客の要求に応え、あるいは肌荒れ等の皮膚のトラブルを防ぐ配慮をすることによって、顧客に満足感を与え、他の商品とは区別された資生堂化粧品に対する顧客の信頼(いわゆるブランドイメージ)を保持しようとするところにあると解されるところ、化粧品という商品の特性にかんがみれば、顧客の信頼を保持することが化粧品市場における競争力に影響することは自明のことであるから、被上告人が対面販売という販売方法を採用することにはそれなりの合理性があると考えられる。そして、被上告人は、他の取引先との間においても本件特約店契約と同一の約定を結んでおり、実際にも相当数の資生堂化粧品が対面販売により販売されていることからすれば、上告人に対してこれを義務付けることは、一般指定の 13 にいう相手方の事業活動を「不当に」拘束する条件を付けた取引に当たるものということとはできないと解される。」

④「販売方法の制限を手段として再販売価格の拘束を行っているとは認められる場合には、そのような販売方法は…独占禁止法上問題となり得ると解される。」「本件についてみると、販売方法に関する制限を課した場合、販売経費の増大を招くことなどから多かれ少なかれ小売価格が安定する効果が生ずるが、右のような効果が生ずるというだけで、直ちに販売価格の自由な決定を拘束しているということとはできないと解すべきであるところ、被上告人が対面販売を手段として再販売価格の拘束を行っているとは認められないとした原審の認定判断は、原判決挙示の証拠関係に照らし、正当として是認することができる。」

[A5-3] 「事業者が小売業者の販売方法に関する制限を手段として」、「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。¹²

¹⁰ 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 6(1)(H29.06.16)

¹¹ 公取委の流通取引慣行ガイドラインはこの部分をそのまま採用している。「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それなりの合理的な理由が認められ、かつ、他の小売業者に対しても同等の条件が課せられている場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない。」流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 6(2)(H29.06.16)

¹² 流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針第 1 部第 2 の 6(2)(H29.06.16)

【拘束条件付取引の公正競争阻害性 B】

[B1] 行為者が売り手の場合

《具体例》(株)ホビージャパンに対する件・勧告審決平成 9 年 11 月 28 日審決集 44 卷 289 頁

①H 社は、米国 W 社が製造しているマジック: ザ・ギャザリング」と称するトレーディングカードゲーム(以下「マジック」という。)を購入し、主として国内の卸売業者を通じて小売業者に販売している。H 社はマジックの英語版と日本語版を国内で独占的に販売することを内容とする契約を W 社との間で締結している。

②H 社は、我が国のトレーディングカードゲームの販売分野において有力な地位を占めるものであり、また、マジックは、一般消費者の間において人気が高まっていることから、トレーディングカードゲームを取り扱う販売業者にとってマジックを取り扱うことが営業上有利であるとされている。

③国内においてマジックの英語版の並行輸入品を取り扱う輸入販売業者(以下「並行輸入業者」という。)は、米国所在の卸売業者から直接又は同卸売業者から供給を受けて販売する販売業者を通じて、マジックの英語版を輸入し、主として自己の小売店舗において販売するほか、卸売販売している。並行輸入業者は、H 社の希望小売価格を下回る価格でマジックを販売していた。

④H 社は、平成 7 年 11 月ころから、マジックの取引開始時等に、取引先卸売業者に対し、並行輸入業者及び並行輸入業者からマジックを購入している小売業者にはマジックを販売しないよう要請している。

また、平成 8 年 4 月ころから平成 9 年 1 月ころまでの間に、マジックの日本語版に取引先卸売業者別に定めた色で印を付すとともに、並行輸入品取扱業者(並行輸入業者及び並行輸入品を扱う小売店)の店舗を調査し、取引先卸売業者のマジックの販売先を監視していた。

⑤これらの行為により、取引先卸売業者は、並行輸入品取扱業者等に対するマジックの販売を制限している。

[B2] 行為者が買い手の場合

《具体例》ホクレン農業協同組合連合会に対する件・勧告審決昭和 52 年 4 月 21 日審決集 24 卷 16 頁

①ホクレン農業協同組合連合会(以下「ホクレン」という。)は、北海道内の農業協同組合等を会員として、農業協同組合法に基づいて設立された農業協同組合連合会であって、農業機械の供給その他の経済事業を行うものである。ホクレンは、北海道内において農業を営む者のほとんどすべてを組合員としている。

②北海道において供給される農業機械は、その相当部分をホクレンが取り扱い、その余の部分を農業機械の製造業者、輸入業者又はこれらから仕入れて販売している農業機械販売業者が取り扱っている。

③ホクレンは、農業機械販売業者に、農業機械を需要者(ホクレンの会員及びその組合員)に対し直接販売させないこと及び直接販売する場合には自己の定めた価格で販売させ、同価格を下回った価格で販売したときは、自己が当該販売業者から買い受ける同一種類の機械について相当額の値引を行わせることを農業機械の購買事業に関する方針とし、株式会社ホンダオート旭川ほか 10 名とこれらの内容を含む基本契約を締結し、これらの農業機械販売業者と農業機械の取引を行っている。

※ 公正競争阻害性の判断方法

①これらの事例では、行為者が拘束条件付取引を使って相手方との取引を独占しようとしている。弊害発生シナリオでいえば、価格維持効果よりも、市場閉鎖効果(取引拒絶・排他条件付取引が典型)が問題になっていると考えて処理した方が慎重な判断となる。すなわち、流通取引慣行ガイドラインの表現によれば、「新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり、事業活動に要する費用が引き上げられる、新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれる」かどうかを問う。

②ただし、これらの事例が典型的なブランド内競争の制限と、典型的なブランド間競争制限の中間に位置するよう見える点は、独自である。行為者が自身または自身の取引相手以外の者によってブランド内競争が発生しないようにしている点では、再販や地域制限とは異なる側面を持つ。他方、一定の取引分野における競争の実質的制限とはいえない事案も(B1 のように)ありそうだ。

③[B1]の具体例で、並行輸入業者自身は H 社と取引しなくてもよいから、彼らに代替的な販路があれば並行輸入は止められない。ただし、小売店の中に並行輸入品を取り扱う者が減れば、出荷価格を引き上げても(並行輸入の量を一定とすれば)相手方との取引数量が減らないから、このような行為で利潤増加となる可能性は高い。並行輸入が急増すれば値上げできないが、そこまで丁寧に確認しなくても、このような行為はそもそも競争促進的な動機を持たないのだから、禁止してもよいという立場もありうる。