

第一章 独占禁止法関係
(運用基準等)
二 流通・取引関係

流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針

平成三年七月十一日
公正取引委員会事務局

改正
平成十七年十一月一日公正取引委員会

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ままでもない。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とする観点からも行い、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、顧客の獲得をめぐる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項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一項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つ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(独占禁止法第十九条違反)(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(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項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一項第三号、第四号又は第五号（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項第一号又は第四号）
- 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提供し、アウトサイダーには商品を提供しないようにさせること（独占禁止法第八条第一項第一号又は第四号）
- 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提供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項第一号又は第五号）
- 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提供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項第一号又は第五号）
- 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項第一号、第三号又は第五号）
- ⑥ 役務を提供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項第一号又は第三号）

（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出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）又は一三項（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一三項）

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（一般指定一三項）

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（一般指定一三項（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、事業者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するものである。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(一般指定一四項(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、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（一般指定一三項（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が、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）又は一三項（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、取引の条件又は実施について、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるような行為を行うことは、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し、また正当な条件で取引しようとする者や行為者の競争者を競争上不利にさせ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（一般指定一四項（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っては、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（一般指定一四項（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（一般指定一四項）。

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提供すること

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（一般指定一項目（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及び②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 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し、その他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（不当廉売））

② 不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもって、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（差別対価））

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、公正取引委員会は、既に昭和五九年に公表した「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」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(一般指定一二項(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（一般指定一二項、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と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（一般指定一項目（排他条件付取引）又は一三項（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(一般指定一三項)。

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(一般指定一三項(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（一般指定一三項）。

(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（一般指定一三項）。

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（一般指定一三項（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（一般指定一三項）。

(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）又は一三項）。

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（一般指定一三項（排他条件付取引）、一二項（再販売価格の拘束）又は一三項（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は判断される。

(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（一般指定一三項）。

- 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(一般指定一三項)。

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ゼ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(一般指定一一項(排他条件付取引)、一二項(再販売価格の拘束)又は一三項(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ゼ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、一一項又は一三項）。

（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りべートを供与し、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、一一項又は一三項）。

（4） 帳合取引の義務付けとなるようなりべ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りべ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。

このようなりべートの供与が、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（一般指定四項又は一三項）。

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よって違法性の有無が判断される（一般指定一―項（排他条件付取引）、一二項（再販売価格の拘束）又は一三項（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（一般指定一四項（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、商品の需給関係等を総合的に考慮する。

3 大規模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、「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正な取引方法」(平成十七年公正取引委員会告示第十一号。以下「大規模小売業告示」という。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。)によって規制されるほか、一般指定十四項(優越的地位の濫用)によっても規制される。

また、大規模小売業告示の対象とならない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、一般指定十四項(優越的地位の濫用)によって規制されるが、当該小売業者のどのような行為が優越的地位の濫用行為となるかについては、大規模小売業告示及びその運用に当たっての基本的な考え方を定めた「『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正な取引方法』の運用基準」(平成十七年六月二十九日事務総長通達第九号)と基本的には同様の考え方による(注12)。

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(注12)。

(注12) 卸売業者やユーザーが購入者としての地位を利用して同様の行為を行う場合も該当する。

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ことから、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正な取引方法に関する認定基準」(昭和四七年一月二一日公表)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

デ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こ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場所、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（一般指定一三項（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あるので、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購入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（一般指定一三項（拘

束条件付取引）又は一五項（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（一般指定一三項又は一五項）。

(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（一般指定一三項又は一五項）。

(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（一般指定一五項）。

（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時、総代理店が当該小売業者の店頭に出向いてこれを買占めてしまい、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（一般指定一五項）。

(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実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（一般指定一五項）。

(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（一般指定一三項又は一五項）。

(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。