

2016年3月11日

公正取引委員会委員長 杉本和行 殿  
内閣府特命担当大臣（規制改革）河野太郎 殿

### いわゆるセーフ・ハーバー見直しに関する意見

一般社団法人 新経済連盟  
代表理事 三木谷 浩史

規制改革実施計画（2015年6月30日閣議決定）において、公正取引委員会が2015年度中に所要の検討を行い結論を得ることとされている、『いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準や要件等の検討』に関して、極めて重大な懸念を有しておりますので下記の通り意見を提出いたします。

#### 記

##### 1. 意見

- ①一部団体が要望しているセーフ・ハーバーの基準と要件の見直しは、すべて不適切であり、セーフ・ハーバーの対象を全ての行為類型に拡大することやシェア基準の見直しには強く反対する。
- ②幅広く流通構造の様々な関連事業者ヒアリングをしたうえで慎重に検討すべきである。当連盟としては、規制改革会議等での意見表明の機会を要望する。

##### 2. 理由

###### （1）流通構造の実態の把握

一部団体の意見によれば、『現行ガイドラインは、メーカーが流通業者に優越していることを前提としており、現状の市場実態からかけ離れたものとなっている』とあるが、シェアや市場順位が高ければ小売事業者にとって当該メーカーの商品の取扱可否が営業上極めて大きな影響をもち、シェア10%以上または3位以内のメーカーが市場における有力な事業者であるという状況は依然として変わっていない。また、流通業者が強い交渉力を一律にもっているわけではない。例えば、オンラインの流通業者が交渉しても、メーカーからの直接仕入れも実現しない場合が多い。また、インターネットの登場により、街中の小売事業者がネットを活用して販路を拡大できるようになり消費者に多大な利便をもたらしているが、それらの事業者は中小事業者が多く強い交渉力をもっているわけではない。

ガイドラインのいわゆるセーフ・ハーバーは、すべての業種に適用されることから様々な流通実態を幅広く調査し、正しく状況を把握したうえでの慎重な検討が必要不可欠である。

(2) 一部団体の提案が実施された場合の甚大な悪影響

一部団体の要望が実現された場合には、市場シェア 30%以下のメーカーであれば、流通業者の取引先の制限や小売事業者の販売方法の制限が一律に合法となってしまう。例えば、一律に以下のようなことが合法的にできるようになってしまうことになる。

- ・小売事業者が、メーカー希望小売価格よりも安く販売したことだけで、出荷を止めることなどができる
- ・小売事業者が、店頭、チラシ、ウェブ等での表示価格をいくらにするかを指示したりできる、また、価格を店頭、チラシ、ウェブ上等で記載すること自体を禁止できる
- ・新聞社、雑誌社、テレビ局などに対して、小売事業者の安売り広告を拒否させたり、価格を記載した広告を拒否させることができる

上記の行為ができることになる結果、例えば、次のようなことが起こる。通信販売において小売価格をウェブ上等で表示することが禁止され消費者が個別に電話やメール等で小売業者に価格を問い合わせる必要があるとされてしまうと、消費者にとってはいわれのない過度の負担となり、小売事業者にとっては事実上通信販売というビジネスモデル自体の否定という効果を生む。これは、小売事業者の消費者への訴求ポイントである価格設定という自由度を取り上げることであり、その意味で事実上の価格制限ともいえる行為である。公正な競争環境の確保や消費者の選択肢拡大とは真逆の方向にむかってしまう。

なお、一部団体の意見にあるように、メーカーが流通業者に優越していないということが仮に事実なのだとする、メーカーが上記の行為を実際にできる対象は、中小の小売事業者だけという事態になる。その結果、中小の小売事業者が大手の小売事業者との競争上さらに不利にされ、経営自体を脅かすものになり、競争政策・産業政策としても不適切である。

また、市場シェア基準を 30%にし、市場順位を不問にするということであれば、上記の行為を行える対象をいたずらに拡大し、甚大な影響を及ぼす範囲を拡大するものなのできわめて不適切である。

以 上