

投資情報

自動車業界の独占禁止法ガイドライン

～自動車メーカーに対する規制の強化～

2016年3月23日、中国国家発展改革委員会が関連部門と共同で「自動車業界の独占禁止法ガイドライン(意見徴収稿)」(以下、「意見徴収稿」と表記)を公開しました。¹

近年、自動車業界において中国当局による独占禁止法(以下、「独禁法」と表記)違反の調査が頻繁に行われており、日本を含む諸外国の大手自動車事業者が独禁法違反で多額の罰金を科される事案が相次ぎ発生しました。中国当局は独禁法違反の調査結果を踏まえ、いわゆる「垂直型独占的合意」や、「アフター市場における支配的地位の濫用」が危惧される取引が多いことに着目し、今回のガイドラインを策定することになりました。これは、2008年の独禁法施行以来、初めての個別業界向けガイドラインの作成となります。

「意見徴収稿」は独禁法の原則規定に対し、垂直型独占的合意とアフター市場における支配的地位の濫用行為の内容を重点的に補足しています。その中心となっているのが自動車メーカー²のディーラーやアフターサービス提携業者等との協議に対する規制です。

以下、「垂直型独占的合意」と「市場における支配的地位の濫用行為」について、「意見徴収稿」規定の概要を紹介します。

1. 垂直型独占的合意

一般的な垂直型合意は、サプライチェーンにおいて競争しない事業者間の合意を指しますが、自動車業界における垂直型合意は、実務上自動車メーカーがディーラーやアフターサービス提携業者等との間で締結されるのが一般的です。ここでいう合意について、独禁法にその明確な定義がないため、「意見徴収稿」により補足しています。具体的には、直接的な合意³、間接的な合意⁴ともに、その形式を問わず全てを合意とみなすことを明確にしました。

独禁法では、市場独占行為となるすべての垂直型独占的合意を禁止しています。但し、その違反認定は当局が一方的に実施するのではなく、事業者に救済措置、すなわち抗弁の機会を与える二段構えの構造となっています。具体的には、独禁法第14条において、垂直型独占的合意を、①第三者に対する商品再販売価格の固

¹ 但し、意見徴収期間は4月12日までとなっている

² 自動車メーカーとは、自動車完成車メーカーと部品メーカーを指し、ディーラーやアフターサービス提携業者を含まない

³ 例えば、協議の締結、ビジネスポリシーの通達、業務会議、電話等の手段により形成されたもの

⁴ 例えば、ディーラー等の利益率や割引率の制限、販売価格方針に従わないディーラー等に対する商品供給の停止、提携契約の早期切り上げ等により間接的に合意を促す行為

定、②第三者に対する商品再販売最低価格の制限、③その他管轄当局が認定したもの、と定義しています。また、垂直型独占的合意であるかどうかの認定については、事業者に同法第 15 条の救済措置が適用され、提携業者間の合意が同条規定の取引に相当し、関連市場を著しく制限したものではなく合意によるメリットを最終消費者が享受できると立証できた場合、垂直型独占的合意の認定を回避することができます。以下、「意見徴収稿」により例示された「垂直型合意」を、市場独占の認定除外が困難なケースと、市場独占の認定除外が可能なケースに分けてまとめました。

表1 市場独占の認定除外が困難なケース

カテゴリー	ケース
1. 価格設定の指導や提案	指導または提案された価格設定が多数または全ての提携業者により採用された場合
2. 地域限定または顧客限定	① 顧客からのサービス提供要求に応じることを制限する場合 ② ディーラー等による商品の相互供給を制限する場合 ③ 最終消費者に交換用部品等の直接販売を制限する場合 ④ 部品・修理器具・検査器具その他設備供給業者が部品・備品の直接供給を制限する場合
3. アフターサービス保証条項による制約	① 保証範囲外のアフターサービス業務を提携業者に依頼することを、アフターサービスを受ける条件として要求する場合 ② 保証範囲外の関連部品についての純正部品の購入をアフターサービスを受ける条件として要求する場合 ③ 並行輸入車へのアフターサービスの提供を正当な理由なく制限する場合
4. その他ディーラー等のサービス提供能力の制約	① ディーラー等が注文していない自動車、交換用部品、修理器具等の抱き合わせ販売を強制する場合 ② 自動車、交換用部品等について不合理な販売目標・在庫種類や数量を強制する場合 ③ ディーラー等に対し、自動車メーカーの名義で行われる広告費用を強制的に負担させる場合、またはディーラー等が自主負担で宣伝する際に特定の実施方法やメディアの採用を強制する場合 ④ ディーラー等に対し、インテリアデザイナーや建築業者、オフィス用品等について特定のメーカーや供給業者の採用を強制する

表2 市場独占の認定除外が可能なケース

カテゴリー	ケース
1. 価格設定を制約した場合	<ul style="list-style-type: none"> ① 新エネルギー自動車の販促期(9か月等)における価格設定の制約 ② 事務的ディーラー⁵に対する価格設定の制約 ③ 政府購買の入札にあたり、入札資格のない自動車メーカーがディーラー経由で価格提示するにあたり、事前にディーラーと提示価格に関して行う合意
2. 地域限定または顧客限定 * なお、以下の条件を同時に満たす必要がある: a) マーケットシェアが 25%~30%以下の自動車事業者によるもの b) 正当な理由を有するもの	<ul style="list-style-type: none"> ① ディーラーに対し、顧客からのサービス提供要求に応じることを制限しない場合、或いはディーラー間における商品の相互供給を制限しない場合 ② 他のディーラーの為に、特定の販売地域や販売ターゲットに対する積極的な営業活動を制限する場合 ③ 卸売業者による最終消費者への直接販売を制限する場合 ④ 事業者の商品を模倣するリスクのある顧客に対して、該当商品の販売を制限する場合

2. アフター市場における支配的地位の濫用

独禁法第 17 条では、市場における支配的地位を有する大手業者による不公平な高値または安値販売、正当な理由のない原価割れ販売や取引の制限または抱き合わせ販売等を、支配的地位の濫用行為であると定義しています。

また、市場における支配的地位の判定においては、独禁法ではマーケットシェア等の基準を提示していますが関連市場の定義については明確に規定していません。これに対し「意見徴収稿」では、自動車業界の市場を自動車販売市場とアフター市場とを区分し、アフター市場を更にアフターサービス市場と中古車市場とに細分しています。

これにより、ある自動車ブランドが新車販売市場において高いマーケットシェアを有さない場合であっても、アフターサービス市場においては、そのブランドの部品を使用せざるを得ない等の制限を受けることにより依存度が高いと認められる場合には、当該ブランドが支配的地位を有すると認定される可能性があります。また、「意見徴収稿」では、①アフターサービス用部品の生産、②アフターサービス部品の供給と流通、③アフターサービスに必要な情報や器具の獲得、について自動車アフター市場における支配的地位濫用行為を以下の

⁵ ディーラーだが、消費者との価格折衝を担当せず、自動車メーカーを代理して自動車の引渡し、代金の回収や領収書の発行等事務的役割のみを担う

通り具体的に示しています。

カテゴリー	市場における支配的地位濫用行為
① アフターサービス用 部品の生産	自動車メーカーは提携の部品生産者に対して、正当な理由なく「ダブル標識部品」(自動車メーカーの商標と部品生産者の商標を同一の部品に標記すること)の生産を制限する場合(注)
② アフターサービス部 品の供給と流通	A) ディーラーやアフターサービス提携業者が、自動車メーカー指定以外のルートでの部品調達を制限する場合 具体的に、ディーラーに不合理な部品販売目標や在庫数量等を強制することで自動車メーカー指定以外のルートで部品を調達する能力を制限しているとみなされる可能性がある B) 部品メーカー、ディーラーまたはアフターサービス提携業者による部品の直接販売対象を制限する場合
③ アフターサービスに 必要な情報や器具 の獲得	提携業者でないアフターサービス業者等がアフターサービスに必要な情報や器具を獲得するためのルートを正当な理由なく制限する場合

(注)：但し、「委託加工協議」に該当する場合は除く。「委託加工協議」とは、委託者が生産に必要な技術・設備等を提供し、受託者が製品を完成させることを指し、受託者が生産における独立性を有していない点が、通常の部品生産提携業者と異なる

3. まとめ

今回の「意見徴収稿」は自動車市場、特に影響力の大きい自動車メーカーによるディーラーやアフターサービス提携業者への制約に対する規範を強化しようとする意図があります。今後ガイドラインが正式に公布された場合には、独禁法の実務指針として、これまで独禁法では禁止対象として明文化されていなかった取引も独禁法違反となるリスクが増加すると考えられます。一方で、独禁法では曖昧だったいくつかの定義が明確となり、実務上の具体的な取引等が列挙されることにより、事業者が自己評価を行いやすくなり法令遵守コストの軽減を期待できるとも考えられます。

デロイト トーマツ グループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームおよびそのグループ法人(有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人および DT 弁護士法人を含む)の総称です。デロイト トーマツ グループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査、税務、法務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー等を提供しています。また、国内約 40 都市に約 8,700 名の専門家(公認会計士、税理士、弁護士、コンサルタントなど)を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト(www.deloitte.com/jp)をご覧ください。

Deloitte (デロイト)は、監査、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクマネジメント、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界 150 を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを Fortune Global 500® の 8 割の企業に提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約 225,000 名の専門家については、[Facebook](#)、[LinkedIn](#)、[Twitter](#) もご覧ください。

Deloitte (デロイト)とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(“DTTL”)ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTL および各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL(または“Deloitte Global”)はクライアントへのサービス提供を行いません。DTTL およびそのメンバーファームについての詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異にする可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的事案をもとに適切な専門家にご相談ください。

© 2016. For information, contact Deloitte Touche Tohmatsu LLC.

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited