

5-1. 独占禁止法①

必修ポイント① 独占禁止法の目的と主要項目

●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)の目的

・自由競争市場において「公正かつ自由な競争を推進すること」を目的に定められた法律であり、一般消費者の利益を確保するとともに、市場の健全な発展を促進するのが狙い。

●独占禁止法の3つの柱

・3つの柱は「私的独占の禁止」「不当な取引制限の禁止」「不正な取引方法の禁止」である。

①私的独占の禁止：市場で大きな力を持つ事業者やグループがほかの事業者を支配、排除することで市場を独占しようという行為は禁止されている。例えば、株式保有や取引上優越した地位を利用してほかの事業者を支配したり、ダンピングや取引先を拘束することで新規参入者を排除する行為などがこれに当たる。

②不当な取引制限の禁止：カルテルや入札談合など、競争を人為的に制限する行為は禁止されている。「カルテル行為」は、同業者が集って価格や販売数量などを共同で取り決め、競争しないことに合意すること。複数の小売業者(販売店)が配送料金や修理料金を話し合いで統一するようなケースもカルテル行為として不当な取引に当たる。また「入札談合」は公共事業や公共調達の入札に関して、事前に受注事業者や受注額などを決定すること。

③不正な取引方法の禁止：公正な競争を阻害する恐れがある取引は禁止されている。禁止となる取引の内容は校正取引委員会が告示して指定するが、その指定には、すべての業種に適用される「一般指定」と、特定の事業者や業界を対象とする「特殊指定」がある。なお、「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(大規模小売業告示)」(P270参照)は特殊指定である。

必修ポイント② 不正な取引方法の主な規制

・不正な取引方法として一般指定で挙げられている、課徴金の対象となる行為は次の通り。

①差別対価・取引条件等の差別取り扱い：メーカー(または販売会社)が、合理的な理由がないにもかかわらず、小売店に対して納入価格やそのほか取引条件を不当に差別すること。ただし、書籍、雑誌、新聞、音楽ソフト等の著作物は適用外である。

②不当廉売：キズ物や生鮮食品や季節商品でない原価割れ販売のうち、ほかの業者への影響が大きいもの。小売店の場合、継続的に仕入価格を割るような販売価格を設定したために活動が困難になる恐れがある行為がこれに当たる。家電ガイドラインでは、「継続して」は「毎日継続して行われることを必ずしも要しない」と

されている。

③非価格制限行為(拘束条件付取引)：取引において、取引相手の事業活動を拘束する条件を付ける行為。メーカー(または販売会社)が小売店に対し、テリトリー制のように一定のエリアを割り当て、エリア外の販売を制限することなどがこれに当たる。

④不当な抱き合わせ販売：不当にほかの商品やサービスを一緒に買わせる行為。競争力のある商品に売れない商品をセットにして販売し、単品では買えないようにすること。

⑤再販売価格の拘束：メーカーが、再販売価格(小売価格)を小売業者に示し、自由な価格設定を行えなくさせること。ただし、音楽CDや雑誌などの著作物は、公正取引委員会(公取委)の指定を受けた商品(指定再販商品)なので適用されない。

⑥ぎまんの顧客誘引・不当顧客誘引：虚偽または誇大な広告表示によって、顧客を誘引したり過大な景品を付けて商品を販売すること。

⑦優越的地位の濫用：取引上、優越した地位を利用して、説明のつかない協賛金や店員の派遣を取引先に強要すること。具体例としては大規模小売業者などがその立場を利用して、納入業者に不当に「従業員の派遣」「協賛金などの負担」「返品」などを強要すること。

⑧排他条件付取引：他のメーカーと取引してはならないと条件を付けて取引を行うなど、競争相手の取引の機会や新規参入を不当に妨げる行為。

⑨共同の取引拒絶：競争関係にある事業者同士が共謀して、ある事業者に対する取引を拒絶したり、取引する商品の数量を制限するような行為。また、ほかの事業者に対してそれを強要するような行為。

⑩不当高価購入：不当に高い対価で商品を購入し、ほかの事業者の事業活動を困難にさせるような行為。

⑪競争者に対する取引妨害：事業者が、競争者とその取引の相手方との取引について、契約成立の阻止や契約不履行の誘引など、そのほかいかなる方法であるかを問わず、不当に妨害する行為。

⑫競争会社に対する内部干渉：事業者が競争関係にある会社の株主や役員などに、金銭や地位を与える約束をして方針に反する行動をさせるなど、競争相手の不利益となる行為をするように誘引したり、強制する行為。

必修ポイント③ 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の改正

●流通・取引慣行ガイドライン

ガイドラインにより「市場シェアが10%未満かつ上位4位以下である事業者や新規参入者が特定の非価格制限行為を行う場合は、通常市場閉鎖や価格維持の恐れはなく、違法にはならない(セーフハーバー)」とされていたが、2016年5月27日の公表により「市場シェアが20%以下の事業者や新規参入業者であれば通常問題とはならない」と改定された。

5-10.取扱説明書の図記号

必修ポイント① 危害・損害の程度の3表示

- ①**危険**：使用者が製品の取り扱いを誤った場合、**死亡または重傷**(失明やけがなどで後遺症が残る、または入院を必要とする場合など)を負うことがあり、**かつ切迫の度合いが高い危害**の程度。
- ②**警告**：使用者が製品の取り扱いを誤った場合、**使用者が死亡または重傷**を負うことが**想定される危害**の程度。
- ③**注意**：使用者が製品の取り扱いを誤った場合、**障害**(入院を必要としないけがなど)を負うことが**想定されるか、物的損害**(家屋、家財の拡大損害など)の発生が**想定される危害・損害**の程度。

●損害の程度の3表示



必修ポイント② 消費者用警告図記号(JIS S 0101)

一般分類記号	警告図記号例						
<p>禁止図記号 製品の取り扱いにおいて、その行為を禁止する図記号。</p>	火気禁止	接触禁止	風呂・シャワー室での使用禁止	分解禁止	水ぬれ禁止	ぬれ手禁止	
<p>注意図記号 製品の取り扱いにおいて、発火、破裂、高温などに対する注意を喚起するための図記号。</p>	一般注意 特定しない一般的な注意を示す。	発火注意	破裂注意	感電注意	高温注意	回転物注意	指を挟まれないよう注意
<p>指示図記号 製品の取り扱いにおいて、指示に基づく行為を強制するための図記号。</p>	一般指示 使用者に対し指示に基づく行為を強制する。	電源プラグをコンセントから抜け	必ずアース線を接続せよ	※アース接続の指示記号についてはJIS S 0101で規定されておらず、関連の規格はない			

必修ポイント③ その他の図記号

記号	意味
<p>特別特定製品</p>	PSCマークの「特定製品」のうち「特別特定製品」を表す表示。特別特定製品は、乳幼児用ベッド、携帯用レーザー応用装置、浴槽用温水循環器の3品目であったが、2010年12月にライターが加わった。
<p>特定製品 (特別特定製品以外の特定製品)</p>	PSCマークの「特別特定商品以外の特定製品」を表す表示。家庭用の圧力釜および圧力鍋、乗車用ヘルメット、登山用ロープが指定されている。2009年4月には石油給湯機、石油ふるがま、石油ストーブが追加された。
<p>リサイクル PCリサイクルマーク</p>	資源有効利用促進法で定められたマーク。2003年10月以降にメーカーから出荷された家庭用のパソコンに貼付されている。このマークのある家庭用パソコンはリサイクル料金が購入価格に含まれているため、廃棄するときには、リサイクル料金を支払わなくてよい(前払い方式)。
<p>Ni-Cd スリーアローマーク (リサイクルマーク)</p>	資源有効利用促進法で定められたマーク。小形二次電池の回収・再資源化が義務付けられており、このマークが付いている電池はリサイクルの対象となる。左のマークはニカド電池だが、ほかにもニッケル水素電池(Ni-MH)やリチウムイオン電池(Li-ion)などのマークがある。
<p>お知らせアイコン</p>	家電メーカーのホームページなどにある「重要なお知らせ」や「大切なお知らせ」を示すマーク。このマークが付いているサイトには、製品の事故やこうした事故に伴う点検や修理、回収などの情報、製品の不具合に関する重要な情報(社告)などが掲載されている。
<p>安全点検マーク</p>	経年劣化に伴う安全点検の必要性を啓発するためのマーク。製品の取扱説明書だけでなく、必要に応じて製品本体やカタログなどに表示される。
<p>Sマーク</p>	電気用品安全法を補完し、電気製品の安全のため第三者認証機関によって製品試験および工場の品質管理の調査が行われている証のマーク。
<p>JISマーク</p>	工業標準化法に基づき、国に登録された機関(登録認証機関)から認証を受けた事業者(認証製造業者等)が、認証を受けた証のマーク。認証製造業者等から出荷される個々の製品の品質を保証する第三者認証制度。
<p>Reduce Reuse Recycle 3Rキャンペーンマーク</p>	「リデュース」「リユース」「リサイクル」活動を推進するための3Rキャンペーンマーク。

※表にあるマーク以外にも、PSEマーク(P284)や省エネ性マーク(P291)、J-Mossのマーク(P294)をチェックする。