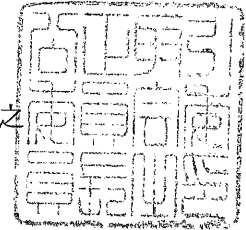


公審第650号  
令和3年9月16日

東京地方裁判所民事第8部  
裁判長裁判官 林 史高 殿

公正取引委員会  
代表者 委員長 古谷 一之



令和2年(ワ)第12735号差止請求事件に係る求意見について

令和3年7月1日付けの標記事件に係る求意見に対し、下記のとおり回答します。

記

第1 はじめに

標記事件において、被告が運営する飲食店ポータルサイト「食べログ」に掲載されている焼肉チェーン店を運営している原告は、被告が、令和元年5月21日頃、「食べログ」において各店舗に付されている点数の算出方法について、チェーン店の店舗の点数をチェーン店であることを理由に下方修正するようなルール(アルゴリズム。以下「本件アルゴリズム」という。)を設定・運用したと主張し、これが独占禁止法第2条第9項第6号イ及び一般指定第4項の差別取扱い又は同法第2条第9項第5号ハの優越的地位の濫用に該当し、同法に違反するとして、同法第24条に基づき本件アルゴリズムの運用の差止めを求めているところ、本件に関する同法の適用その他の必要な事項について意見を述べる。

第2 独占禁止法第2条第9項第6号イ及び一般指定第4項(差別取扱い)の適用について

1 差別取扱い規制の法令の定め、趣旨及び判断基準

(1) 法令の定め

独占禁止法は、第19条において「事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。」と定め、同法第2条第9項柱書において「この法律において『不公正な取引方法』とは、次の各号のいずれかに該当する行為をいう。」として第1号から第5号まで規定するとともに、第6号において「前各号に掲げるもののほか、次のいずれかに該当する行為であって、公正な競争を阻害するおそれがあるもののうち、公正取引委員会が指定するもの」と定めている。そして、同号イにおいて「不当に他の事業者を



差別的に取り扱うこと。」を規定している。これを受けて、当委員会が指定する一般指定(昭和57年6月18日公正取引委員会告示第15号)第4項において「不当に、ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利な又は不利な取扱いをすること。」として取引条件等の差別取扱いに当たる行為を規定している。

## (2) 差別取扱い規制の趣旨

差別取扱い規制は、商品・役務の取引条件等に差があること自体を問題とするものではなく、差別取扱いを通じて市場における競争(行為者とその競争者との競争のほか、差別を受ける事業者とその競争者との間の競争も含まれる。)を減殺するおそれがあるかどうかを問題とするものであるため、行為の競争に及ぼす影響を個別に判断する必要がある(昭和57年7月8日独占禁止法研究会報告「不公正な取引方法に関する基本的な考え方」8頁参照)。

## (3) 差別取扱い規制の判断基準

ア 「ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利な又は不利な取扱いをすること」

「ある事業者」とは、特定の事業者を指すが、差別取扱いが、例えば特定の業態に属する複数の事業者に対して行われている場合は、当該複数の事業者も「ある事業者」に含まれる。

「取引の条件」とは、取引の対象となる商品等の品質、規格、取引数量、決済条件、支払条件、引渡条件、取引時期(時間)、運送条件、販売促進費、リベート等を指し、「取引の実施」とは、取引の条件とはなっていないが、取引をめぐる事実行為等として、配送の順序に差をつけること、売れ行きの良い商品を優先的に提供すること、商品の陳列を有利に取り扱うことなど、取引に関連して実際に行われる各種の取扱いを指す。また、「有利な又は不利な」とは、差別を設けられる事業者の間における相対的な関係を表すものであり、客観的に一方が他方に比して有利又は不利な関係にあることをいう(田中寿編著「不公正な取引方法—新一般指定の解説—」〔商事法務研究会、昭和57年9月〕50頁)。

また、一般指定第4項は行為主体について何ら定めていないが、例えば、「有力な事業者が同一の商品について、取引価格やその他の取引条件等について、合理的な理由なく差別的な取扱いをし、差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合」は、独占禁止法上問題となる(「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」5(1)イ)、市場における有力な事業者と認められるか否かは、当該市場におけるシェアが20パーセントを超えることが一応の目安となる(「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(以下「流通・取引慣行ガイドライン」という。)第1部3(4))。

なお、当委員会が令和2年3月18日に公表した「飲食店ポータルサイトに関する取引実態調査報告書」（以下「本件報告書」という。）第2の3（4頁）では、飲食店ポータルサイトは、デジタル・プラットフォームの特徴を有しているとされているところ、流通・取引慣行ガイドライン第1部「取引先事業者の事業活動に対する制限」に関する考え方は、プラットフォーム事業者による、当該プラットフォームを利用する事業者に対する行為についても該当する（流通・取引慣行ガイドライン第1部1（1））。

#### イ 「不当に」

差別取扱いにおける「不当に」とは、「公正な競争を阻害するおそれ（公正競争阻害性）」と実質的に同義であり、事業者相互間の自由な競争が妨げられていること及び事業者がその競争に参加することが妨げられていること（自由な競争の侵害〔競争の滅殺〕）をその内容とする（昭和57年7月8日独占禁止法研究会報告「不公正な取引方法に関する基本的な考え方」2～3頁参照）。

すなわち、差別取扱いの公正競争阻害性は、その行為が客観的な競争滅殺のおそれを有する際に認められ、例えば、自己の競争者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合、取引の相手方を競争上著しく有利又は不利にさせるおそれがある場合、競争者の商品の取扱い制限、廉売の防止等独占禁止法上違法又は不当な目的を達成するために用いられる場合が違法とされる典型的な場合である（昭和57年7月8日独占禁止法研究会報告「不公正な取引方法に関する基本的な考え方」8頁参照）。

#### 2 本件アルゴリズムの設定・運用は原告に対し取引の条件又は実施について不利な取扱いをしているかについて（前記1（3）ア）

被告は、「食べログ」における店舗の点数は、被告との間で何らの取引関係にない非会員の飲食店に対しても付されており、また、被告と取引関係にある店舗会員（有料店舗会員又は無料店舗会員）であることによって店舗の点数が上下することはないことを明確にしていることから、店舗会員との「取引の条件」に当たらず、店舗会員契約に基づく取引に付随して行われる種々の取扱いたる「取引の実施」にも当たらないと主張している（被告「準備書面（2）」7頁）。

まず、被告が本件アルゴリズムの設定・運用により原告に対し「取引の条件又は実施」について不利な取扱いをしているか否かを判断するに当たっては、被告が「食べログ」において付している店舗の点数が、原告との関係で「取引の条件又は実施」に当たるかを検討することとなるところ、この場合において、店舗の点数が原告のほかに非会員の飲食店に対しても同様に付されているとしても、そのことを理由として、原告との関係で「取引の条件又は実施」に当たらないということにはならない。

次に、原告の店舗はいずれも被告の有料店舗会員であるところ、被告と有料店舗会員及び無料店舗会員との契約の内容についてみると、無料店舗会員は、「食べログ」において店舗情報のアップデートを行える「プロフィール登録」を行うことができ、有料店舗会員はそれに加えて、標準検索において上位に表示させる「アクセスアップ」といったサービスの提供を受けることができる。

他方、「食べログ」における「点数」については、有料店舗会員及び無料店舗会員との契約の内容にはなっていない（被告「被告〔株式会社カカコム〕プレゼンテーション資料」2～3頁）ものの、「食べログ」における「点数」は、掲載された飲食店について、「その時点でユーザーからの評価がどのくらい集まっているのか」という見方を示す指標（被告「準備書面（1）」6頁）であることを前提とすれば、それが「あくまで飲食店選びの一つの指標でしかない」（前同）としても、飲食店としてはこれらの店舗会員となり、「プロフィール登録」や「アクセスアップ」によって店舗情報のアップデートや消費者の露出度を高めることによってより多くの集客を図り、また、それにより利用者の評価・口コミ投稿が増えて店舗の点数を上げ、更なる集客を図るということは、取引に関連して行われている取扱いといえる。

したがって、「点数」の表示のサービスは、少なくとも取引の「実施」に当たることから、これは「取引の条件又は実施」に当たると考えられる。

なお、本件求意見において指摘があった留意事項1（1）「本件報告書の第4の3（3）イ（57頁）には、飲食店ポータルサイトに掲載される店舗の評価（評点）に関する独占禁止法上の考え方として、差別取扱いとなるおそれがある場合（以下「本件枠組み①」という。）に関する記載があるところ、本件枠組み①は、飲食店ポータルサイトにおける店舗の点数の算出方法が、飲食店ポータルサイトと有料の加盟店契約を締結している飲食店だけでなく、無料の加盟店契約を締結している飲食店及び加盟店契約を締結していない飲食店も含めて、飲食店ポータルサイトに掲載される店舗の全てに一律に適用されている場合において、適用されるのか」について、前記のとおり、「点数」の表示サービスは、それが契約の内容となっておらず、また、契約の有無にかかわらず付されるものであっても、加盟店契約を締結している飲食店にとって「取引の条件又は実施」に当たると考えられる。したがって、本件枠組み①は、飲食店ポータルサイトにおける店舗の点数の算出方法が、有料の加盟店契約を締結している飲食店だけでなく、無料の加盟店契約を締結している飲食店及び加盟店契約を締結していない飲食店も含めて一律に適用されている場合においても適用されると考えられる。

### 3 本件アルゴリズムの設定・運用は「不当に」行われたものであるかについて（前記1（3）イ）

原告は、本件アルゴリズムの設定・運用は、チェーン店を合理的な範囲を超えて差別的に取り扱うものであると主張し（「食べログの『チェーン店ディスカウント』を通じ

た差別取扱い及び優越的地位の濫用による損害賠償請求・差止訴訟に関する原告の主張の概要」9頁)、被告は、アルゴリズムの変更は、ユーザーのお店選びを更に便利にするという「食べログ」のポリシーに基づく、不正対策を含めた継続的なアップデートの結果であると主張している(「被告主張要点メモ」3頁)。

本件アルゴリズムの設定・運用が「不当に」行われたものであるかを判断するに当たっては、店舗の点数に適用されるアルゴリズムの全体的な内容及び変更の状況(どのような要素が勘案されているか、要素の見直し・変更がどのような頻度で行われているか等)に加え、本件アルゴリズムが、いつ、どのような目的で、いかなる範囲の飲食店を対象に、どのような内容で設定され、運用されているかを踏まえ、それが原告を競争上著しく不利にさせるおそれがあるものであるかが考慮されると考えられる。

なお、本件求意見において指摘があった留意事項1(2)「本件枠組み①によれば、本件アルゴリズムを設定・運用したことにより、チェーン店が競争上著しく不利になり、チェーン店の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼし、飲食店間の公正な競争秩序に悪影響を及ぼすか否かが問題となるところ、この判断に際しては、本件アルゴリズムの設定・運用によりチェーン店の点数を落とした程度、消費者の飲食店の選択における当該飲食店ポータルサイト上の点数の影響力の程度(消費者の飲食店の選択に影響を及ぼす他の要素との関係、他の飲食店ポータルサイトとの比較における当該飲食店ポータルサイトの影響力の大きさ)等が考慮要素となるという理解でよいか。他に考えられる考慮要素としてはどのようなものがあるか。」について、特定の飲食店が競争上著しく不利になるか否かを判断するに当たっては、本件アルゴリズムの設定及び運用により特定の飲食店の店舗の点数をどの程度落としたか、消費者の飲食店の選択における当該飲食店ポータルサイト上の点数の影響力の程度(消費者の飲食店の選択に影響を及ぼす他の要素との関係)、他の飲食店ポータルサイトとの比較における当該飲食店ポータルサイトの影響力の大きさは、いずれも考慮要素となると考えられる。他に考えられる考慮要素としては、点数引下げによって予想される店舗情報の閲覧者数の減少や売上げの減少がある。また、同様に指摘があった留意事項1(2)「また、本件アルゴリズムの設定・運営の理由が合理的であるか否か、その設定・運営が恣意的になされたか否かについても考慮要素となるのか。」については、いずれも考慮要素となる。

また、同様に指摘があった留意事項3「本件において、飲食店ポータルサイトにおいて店舗に付される点数の算出方法に関する従前のルール(アルゴリズム)を変更して本件アルゴリズムを設定・運用したことが差別取扱い又は優越的地位の濫用に該当するか否かを判断するに当たり、本件アルゴリズムの設定・運用により店舗の評価に係る重要な要素が変更されることにつき、事前に飲食店及び消費者に対して可能な限り明らかにするなどの措置が執られたか否かは考慮されるか。」については、差別取扱いに関してはそのような点は考慮されない。

### 第3 独占禁止法第2条第9項第5号ハ（優越的地位の濫用）の適用について

#### 1 優越的地位の濫用規制の法令の定め、趣旨及び判断基準

##### (1) 法令の定め

独占禁止法は、第19条において「事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。」と定め、同法第2条第9項柱書において「この法律において『不公正な取引方法』とは、次の各号のいずれかに該当する行為をいう。」と定めている。そして、同項第5号において「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、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。」として優越的地位の濫用に当たる行為を規定し、その行為の一類型として、「ハ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。」を定めている。

##### (2) 優越的地位の濫用規制の趣旨

独占禁止法第19条において、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、正常な商慣習に照らして不当に同法第2条第9項第5号に該当する行為をすることが不公正な取引方法の一つとして規制されているのは、自己の取引上の地位が相手方に優越している一方の当事者が、取引の相手方に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることは、当該取引の相手方の自由かつ自主的な判断による取引を阻害し、自由な競争基盤を侵害するとともに、当該取引の相手方はその競争者との関係において競争上不利となる一方で、行為者はその競争者との関係において競争上有利となるおそれがあり、このような行為は公正な競争を阻害するおそれ（公正競争阻害性）があるといえるからである

（優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方（以下「ガイドライン」という。）第1の1、東京高等裁判所令和3年3月3日判決〔平成31年（行ケ）第13号株式会社ラルズに対する審決取消請求事件〕）。

##### (3) 優越的地位の濫用の判断基準

ア 「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」

前記(2)のような優越的地位の濫用規制の趣旨に照らせば、取引の一方当事者（甲）が他方の当事者（乙）に対し、取引上の地位が優越しているというためには、甲が市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位にある必要はなく、乙との関係で相対的に優越した地位にあれば足りると解される。また、甲が乙に対して優越した地位にあるとは、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来すため、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をいうと解される（ガイドライン第2の1，東京高等裁判所令和3年3月3日判決）。

この判断に当たって、乙の甲に対する取引依存度（乙の売上げに占める甲との取引の割合）が大きい場合には、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、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来すことになりやすく（ガイドライン第2の2（1））、甲の市場におけるシェアが大きい場合又はその順位が高い場合には、甲と取引することで乙の取引数量や取引額の増加が期待でき、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、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来すことになりやすい（同（2））。

また、乙が他の事業者との取引を開始若しくは拡大することが困難である場合又は甲との取引に関連して多額の投資を行っている場合には、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、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来すことになりやすく（同（3））、甲との取引の額が大きい、甲の事業規模が拡大している、甲と取引することで乙の取り扱う商品若しくは役務の信用が向上する、又は甲の事業規模が乙のそれよりも著しく大きい場合には、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、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来すことになりやすいものといえる（同（4））。

したがって、甲が乙に対して優越した地位にあるといえるか否かについては、①乙の甲に対する取引依存度、②甲の市場における地位、③乙にとっての取引先変更の可能性、④その他甲と取引することの必要性、重要性を示す具体的事実を総合的に考慮して判断するのが相当である（ガイドライン第2の2，東京高等裁判所令和3年3月3日判決）。

そして、甲が乙に対して優越的な地位にあると認められる場合には、甲が乙に不利益行為を行えば、通常は、甲は自己の取引上の地位が乙に対して優越していることを利用して行ったと認められる（ガイドライン第2の3）。

イ 「正常な商慣習に照らして不当に」、独占禁止法第2条第9項第5号ハ所定の不利益な行為をすること

優越的地位の濫用における「正常な商慣習に照らして不当に」とは、「公正な競争を阻害するおそれ（公正競争阻害性）」と実質的に同義であり、取引主体の自由かつ自主的な判断による取引が行われるという自由な競争の基盤が侵害されること（自由競争基盤の侵害）をその内容とする（昭和57年7月8日独占禁止法研究会報告「不公正な取引方法に関する基本的な考え方」2～5頁参照）。

公正競争阻害性については、①行為者が多数の取引の相手方に対して組織的に不利益を与えているか、②特定の取引の相手方に対してしか不利益を与えていないときであっても、その不利益の程度が強い又はその行為を放置すれば他に波及するおそれがあるかなど問題となる不利益の程度、行為の広がり等を考慮して判断することになる（ガイドライン第1の1）。

また、問題となる行為が公正な競争を阻害するおそれのあるものである限り、他に事業経営上の必要性や合理性等があったとしても正当化されることにはならないし（最高裁判所判例解説民事篇（昭和50年度）〔285頁〕参照）、さらに、「正常な商慣習」とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場から是認されるものをいい、現に存在する商慣習に合致しているからといって、直ちにその行為が正当化されることにはならない（ガイドライン第3、東京高等裁判所令和3年3月3日判決）。

次に、独占禁止法第2条第9項第5号ハ所定の不利益な行為のうち、「その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。」における「取引の実施」とは、前記第2の1（3）アで述べたとおり、取引の条件とはなっていないが、取引をめぐる事実行為等として、取引に関連して実際に行われる各種の取扱いを指す。

そして、優越的地位の濫用規制における不利益は、一般的に、①相手方にあらかじめ計算できない不利益を与える場合と、②相手方が得る直接の利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた不利益を与えることとなる場合に分類される。このあらかじめ計算できない不利益とは、当事者間で一旦合意された取引条件を契約後に行行為者が反故にする場合や、不利益負担の前に当事者間で十分に協議がなされず、不利益負担の条件が相手にとって明確になっていない場合に生じるものである。

以上より、本件の事実関係を踏まえ、本件アルゴリズムの設定・運用が「正常な商慣習に照らして不当に」、「取引の相手方に不利益となるように取引を実施」に該当するか否かを判断するに当たっては、相手方の意思に反しその自主性を抑圧する性格を有するようなものであるか、取引の実施（取引に関連して実際に行われる各種の取扱い）に当たるか、相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えるものであるかといったことを考慮すべきことになる。

- 2 被告の取引上の地位が原告に対して優越しているといえるかについて（前記1（3）ア）  
本件では、前記1（3）アのうち、①原告の被告に対する取引依存度、②被告の市場における地位、③原告にとっての取引先変更の可能性については、当事者双方からある程度の主張がなされているようであるが、④その他被告と取引することの必要性、重要性を示す具体的事実については、当事者双方から明示的に主張されていないようである。前記1



(3) アのとおり、被告との取引の額、被告の今後の成長可能性、被告と取引することによる原告の信用の確保、被告と原告の事業規模の相違等も、被告の取引上の地位が原告に対して優越しているといえるかに当たって考慮要素となると考えられる。

3 本件アルゴリズムの設定・運用は、原告に不利益となるように取引を実施する行為であって、独占禁止法第2条第9項第5号ハに当たるかについて（前記1（3）イ）

(1) 本件アルゴリズムの設定・運用の公正競争阻害性

原告は、本件アルゴリズムの設定・運用の公正競争阻害性について、「チェーン店に知らされないうちに秘密裡かつ一方的に実行された不利益変更行為であり」、「取引先飲食店が取引の諾否及び取引条件について自由かつ自主的に判断することによって取引が行われるという、自由な競争基盤を侵害するもの」であると主張している（「食べログの『チェーン店ディスカウント』を通じた差別取扱い及び優越的地位の濫用による損害賠償請求・差止訴訟に関する原告の主張の概要」18～19頁）。この原告の主張は、本件アルゴリズムの設定・運用が、原告の意思に反しその自主性を抑圧する性格を有するようなものであるか及び原告にあらかじめ計算できない不利益を与えるものであるかとの点に関係するものと考えられる。また、公正競争阻害性については、前記1（3）イのとおり、問題となる不利益の程度、行為の広がり等が考慮される。したがって、本件アルゴリズムの設定・運用が公正競争阻害性を有するか否かを判断するに当たっては、店舗の点数に適用されるアルゴリズムの全体的な内容及び変更の状況（どのような要素が勘案されているか、要素の見直し・変更がどのような頻度で行われているか等）に加え、本件アルゴリズムが、いつ、いかなる範囲の飲食店を対象に、どのような方法により設定され、運用されているか（飲食店との事前の協議の有無を含む。）、また、飲食店に対し、その自主性を抑圧する性格を有するものであるか、どの程度の不利益を与えるものであるかが考慮されると考えられる。

なお、本件求意見において指摘があった留意事項2（2）「本件報告書の第4の3（3）イの優越的地位の濫用に関する記載（58頁）には、『当該飲食店に対し、例えば、自らに都合のよい料金プランに変更させるなど、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合』との部分があるが、これは、正当な理由なく、通常ルール（アルゴリズム）の設定・運用を超え、特定の飲食店にのみ適用されるようなルール（アルゴリズム）を恣意的に設定・運用等し、飲食店ポータルサイトにおける店舗の評価（評点）を落としたりとしても、それだけでは『取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること』（独占禁止法2条9項5号ハ）に該当しないという趣旨か。」については、その趣旨である。すなわち、前記1（3）イのとおり、独占禁止法第2条第9項第5号ハに該当するか否かを判断するに当たっては、相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えるものであるかも考慮される。付言すれば、本件報告書の該当箇所に記載の行為は、冒頭に「例えば」とあるように、独占禁

止法第2条第9項第5号ハに該当するおそれがある場合の1つの例示にすぎない。また、同様に指摘があった留意事項2(2)「『自らに都合のよい料金プランに変更させるなど』との記載は、飲食店に生じる不利益から直接的に飲食店ポータルサイトが利益を得ていなければならないという趣旨まで含んでいるのか。」については、そのような趣旨まで含んでいない。

また、同様に指摘があった留意事項3「本件において、飲食店ポータルサイトにおいて店舗に付される点数の算出方法に関する従前のルール(アルゴリズム)を変更して本件アルゴリズムを設定・運用したことが差別取扱い又は優越的地位の濫用に該当するか否かを判断するに当たり、本件アルゴリズムの設定・運用により店舗の評価に関する重要な要素が変更されることにつき、事前に飲食店及び消費者に対して可能な限り明らかにするなどの措置が執られたか否かは考慮されるか。」については、優越的地位の濫用に関しては、本件アルゴリズムの設定・運用により店舗の評価に関する重要な要素が変更されることにつき、事前に飲食店に対して可能な限り明らかにするなどの措置が執られたか否かは、本件アルゴリズムの設定・運用が、「原告にあらかじめ計算できない不利益を与えるものであるか」を判断するに当たり考慮されると考えられる。

## (2) 「取引の実施」について

「食べログ」における店舗の点数が、取引に関連して行われている取扱いといえ、「取引の実施」に当たることについては、前記第2の2のとおりである。

なお、本件求意見において指摘があった留意事項2(1)「本件報告書の第4の1(3)イ(29頁)、第4の3(3)イ(58頁)には、飲食店ポータルサイトに掲載される店舗の評価(評点)に関する独占禁止法上の考え方として、飲食店ポータルサイトが飲食店に対して取引上、優越的地位にある可能性が高い場合及び優越的地位の濫用となるおそれがある場合(以下「本件枠組み②」という。)に関する記載があるところ、本件枠組み②は、飲食店ポータルサイトにおける店舗の点数の算出方法が、飲食店ポータルサイトと有料の加盟店契約を締結している飲食店だけでなく、無料の加盟店契約を締結している飲食店及び加盟店契約を締結していない飲食店も含めて、飲食店ポータルサイトに掲載される店舗の全てに一律に適用されている場合において、適用されるのか」について、前記第2の2のとおり、本件枠組み②は、飲食店ポータルサイトにおける店舗の点数の算出方法が、有料の加盟店契約を締結している飲食店だけでなく、無料の加盟店契約を締結している飲食店及び加盟店契約を締結していない飲食店も含めて一律に適用されている場合においても適用されると考えられる。

以上