

グローバルポリシー

独占禁止と公正競争 グローバルポリシー

文書所有者 アンナ・ロンバーグ

バージョン v3

取締役会にて採択 2024年6月19日

1. 概要

本方針は、独占禁止法に関する重要な規則の概要を、実践的な「すべきこと」と「すべきでないこと」の形で従業員に提供するものです。世界各国における独占禁止法の重要な違いを反映するため、必要に応じて個別のローカルルールが策定される。

2. 範囲と目的

本グローバルポリシーは、すべてのゲティング社、その子会社、および共同事業体（以下、総称して「ゲティング」）に対して有効であり、ゲティングの施設内またはゲティングの指示の下で働く、当社のすべての従業員および取締役、ならびにコンサルタントおよび代理店要員（本グローバルポリシーでは、すべて「従業員」と呼びます）に適用されます。

本方針は、ベンダーやサプライヤー、販売代理店、代理店、その他の販売仲介業者などのビジネスパートナーにも適用され、ゲティングは、当社に代わって行動する第三者に対して責任を負います。

本方針は、公正な競争に対するゲティングのコミットメントの概要を従業員に提供するもので、以下の点に重点を置いています：

- バリューチェーンにおける競合他社やその他の関係者（例えば、ディストリビューター、代理店、サプライヤー、物流業者など）との相互作用。
- 支配力／市場支配力の乱用のリスク。
- 電子メールやその他の形式での適切なコミュニケーション。

競争相手との接触に関する規則は常にゲティンゲに適用されるのに対し、優越性の乱用に関する規則は、ゲティンゲが特定の市場において市場支配力（支配的地位）を有する可能性がある場合にのみ適用される。ゲティンゲは、製品やサービスを取り扱う際に、支配に関する規則が適用されるかどうかを常に考慮しなければなりません。

独占禁止法違反に関与しているかのような誤解を招く文書を作成したり、その他の方法で（社内外の電子メール、報告書、プレスリリースなど）ゲティンゲの立場を弱めたりすることを避けるため、以下の「コミュニケーション・ガイドライン」の章を参照してください。

関連ガイダンス独占禁止法当局は、独占禁止法違反の立証に役立つ情報を収集するために、企業（または個人）の敷地内に抜き打ち検査（「夜明けの家宅捜索」）を実施する権限を有する。夜明けの襲撃を管理するために、ゲティンゲは別途夜明けの襲撃ガイドラインを用意している。

合併規制に関する情報は、法務チームまでお問い合わせください。

3. 原則

コミットメントと期待

ゲティンゲは、誠実さ、製品の品質、価格、顧客サービスに基づく公正な取引と誠実な競争を信条としています。ゲティンゲは、日々の事業活動において、事業を展開する各国の独占禁止法を完全に遵守することを方針としています。ゲティンゲは、ゲティンゲが経営権を持つすべての事業において、これらの原則を全面的に採用することを約束します。また、ゲティンゲが所有権を持つ他の企業においても、影響力を行使して原則を推進していきます。

独占禁止法違反の結果は非常に深刻だ。反トラスト当局は多額の制裁金を科すことができ、協定は無効となり執行不能となる可能性がある。また、公的機関は公共調達プロセスから侵害当事者を排除することができ、反競争的行為によって悪影響を受けた民間当事者からの損害賠償請求訴訟は一般的であり、費用もかさむ。さらに、独占禁止法違反は企業の評判に悪影響を及ぼすだけでなく、個人の刑事責任を誘発し、罰金、禁固刑、一部の法域では取締役の資格剥奪につながる。ゲティンゲの全従業員は、本方針と独占禁止法を理解し、厳守して行動することが求められます。

4. 競合他社とのコンタクト管理

概要

競合他社（潜在的な競合他社を含む）との接触は、独占禁止法の観点から非常にデリケートである。競争の制限を目的または効果とする独立企業間の協力は違法である。例えば、競合他社が価格の固定、テリトリーの分割、顧客の割り当て、生産量の制限（カルテル）に合意したり、談合（競合他社と協力して調達プロセスを操作すること）に関与したりすることが含まれる。

独占禁止法では、企業は伝統的な競合企業概念を超えた状況で「競争」しているとみなされることがある。垂直的に構築された買い手-売り手/供給者-顧客、あるいはその他のそのような関係は、競争関係を検討する必要性を排除するものではない。独立企業は、ゲティングと同じビジネスチャンスを探求して競合する可能性があるという証拠があれば、潜在的な競合企業として扱われます。これは、ゲティングが特定の入札や市場に直接対応する可能性がある限りにおいて、ディストリビューターにも適用される可能性があります。このルールの例外は、適切な商業方針と有効な契約によってカバーされ、かつ支配力の濫用にあたらぬ範囲において、特定の製品ラインまたはテリトリーに関する独占販売権です。テリトリーや製品に基づく独占販売契約を結ぶ前に、倫理・コンプライアンス（E&C）オフィスおよび法務部に相談しなければなりません。

競技者間のすべての交流が違法というわけではない。協力の形態によっては、消費者に利益をもたらす効率性を生み出すため、競争促進的なものとなる。このような提携には、研究開発、共同購買、下請け契約などが含まれる。作業を進める前に、必ず E&C オフィスに助言を求めること。

やるべきこととやってはいけないこと

どのような状況であれ、競合他社と取引する場合、ゲティングは次のように行動すべきである：

DO だ：	
	競争相手と接するときは（会議、Eメール、電話、社交など）、慎重に行動すること。
	反競争的な申し出や提案に対しては、ゲティングが関与したくないことを明確にするよう対応すること。議論や接触を終了し、あなたの回答がファイルに保管されていることを確認する。
	業界団体の会合や関連連絡先への参加を監視し、会員資格や参加したイベントの記録を残す。不適切な議論の最中には会議に残らず、反対意見を表明してその場を去り、議事録にその旨記載するよう主張する。
	戦略的提携、共同入札（コンソーシアム入札）、下請け契約において競合他社と協力する前に、法的助言を求めること。特定の状況下では、これは競争促進につながるが、いつ、どのように受け入れられるかについては 厳しいルール がある。例えば、単独で入札する能力・スキルがある場合（ロットに分かれている場合、入札の全部または一部）、共同入札は、たとえ透明性を持って行われたとしても、正当化するのが難しくなる。
	独占禁止法の責任について不明な点がある場合は、指導を仰いでください。まずは倫理・コンプライアンス部にご連絡ください。
やめてくれ：	
	競合他社と価格やその他の商取引条件について協議しないこと（特定の状況においては、ディストリビューターがゲティングの競合他社と見なされる可能性があることを理解するために、グローバル入札指令を参照してください）。これには、タイミング、リベート、割引、その他の戦略的パラメーターが含まれる。誰がどのように入札するかなど、入札の状況にも同じルールが適用される。

	競合他社と顧客、数量、供給の共有、地理的市場の分割について議論し、合意しないこと。
	競合他社と入札戦略について議論したり、合意したり、情報交換したりしないこと。入札の準備と提出は、独立したプロセスであるべきだ。機密情報を交換すべきではない。
	競合他社との間で、次のような入札方式に合意しないこと：(i) カバー入札 - 負けるために入札に応じる、(ii) 入札抑制 - 入札を辞退する、または全く入札しない、(iii) 入札交代 - 数量や契約を配分して交代で落札する、(iv) 市場配分 - 特定の顧客や地域の入札に参加しない。入札協力の報酬として、支払いやその他の利益（下請け契約など）を授受しないこと。
	競合他社と商業上の機密情報（市場行動に影響を与えるような情報）を共有しない。例えば、個々の顧客の価格、リベート、信用条件、コスト、生産量、生産能力、在庫、売上高、市場シェア、入札・調達データ、設計、生産、流通、マーケティング計画など。これは、戦略的提携、ベンチマーキング、業界団体や同様のネットワークへの参加など、どのような状況でも起こりうる。 競合他社からこの種の機密情報入手した場合は、異議申し立てに応じ、法務部門に警告を発し、その資料を社内で閲覧しないこと。
	競合他社と協力して、他の技術や競合他社、組織を市場から排除しない（集团的ボイコット）。
	競合他社と生産、流通、数量の制限について話し合わないこと。
	不適切な議論が行われている会議には、たとえ沈黙していても同席しないこと。懸念を口にし、その場を去る。議事録が作成された場合は、これを記録するよう主張する。倫理・コンプライアンス部に報告すること。

5. バリューチェーン内の人脈管理

概要

特約店、代理店、インテグレーター、グループ購買組織などのバリューチェーンとの接触（すなわち、非競合企業との垂直的關係）は、以下のガイドラインに従って慎重に取り扱わなければならない。

やるべきこととやってはいけないこと

DO だ：	
	販売代理店契約、代理店契約、その他の販売代理店契約など、使用するすべての商取引契約のテンプレートについて、独占禁止法の観点から、事前に倫理・コンプライアンスのアドバイスを求め、競業避止義務や販売代理店に課される地域その他の制限の適切な範囲を確認する。

やめてくれ：	
	ディストリビューターを含め、独立した買い手が、最初に法的助言を求めることなく、販売価格（または同様の商業的条件、例えば値引き）を決定する能力を制限してはなりません。多くの国（EU など）では、固定価格や最低再販価格（再販価格維持と呼ばれる）を課すことは違法である。
	購入者が他のサプライヤーから購入することを禁止する競争回避義務を課さない こと。
	競合他社に情報を流す手段としてサプライチェーンを利用しては ならない。同様に、競合するサプライヤーやバイヤーとのパイプ役になることも避けなければならない。
	法的助言を得ることなく、特定の地域、顧客グループ、プラットフォーム／チャンネル（オンラインまたは実店舗など）以外での販売をディストリビューターに制限しては ならない。積極的な販売は、一定の条件が満たされた場合にのみ制限されることがある。
	スペア・パーツ、メンテナンス・サービス、ソフトウェアのアップデート、または同様のものへのアクセス を、(i) 一次市場での強みを活用または拡大するため、または (ii) 割り当てられた地域外での販売を間接的に制限する ために利用しない 。
	二重販売モデル、すなわち、ゲティングが指定した販売代理店と競合して同じ市場で販売するようなモデルを、機密情報の不適切な交換に対する保護措置（例：上記参照）を十分に考慮せずに導入しない こと。
	事前の法的検討なしに、制限的な知的財産（IP）ライセンス慣行に関与しない こと。
	ディストリビューターが受動的な販売（ディストリビューターがその独占的なテリトリーまたは顧客グループ以外から未承諾の注文を受ける場合）を行うことを制限しようとしない こと。すなわち、インターネット販売を禁止することは一般的に違法である。
	ゲティングの販売代理店の顧客がどこでどのように販売するかを制限しようとしない こと。ゲティングと自社の販売代理店との間で合法とされる制限を、次の連鎖に押し付けることは通常できません。

6. 市場力を持つ企業

概要

支配的地位はそれ自体反競争的なものではないが、ゲティングがこの地位を悪用して競争を排除した場合、乱用たとみなされる。ゲティングが、競合他社、顧客、供給業者、そして最終的には最終消費者の力とは無関係に行動し、価格を設定し、関連市場を操縦する能力を有している場合、支配的地位が存在することになります。市場占有率は、企業の実際の支配的地位を評価する方法として一般的に用いられている。一般的に、ある製品やビジネスラインの市場ポジションが35%（35%）以上であれば、注目すべきポイントとして捉えるべきである。この評価に関して決定を下す前に、E&C 事務局に相談しなければならない。

以下の行為は優越的地位の濫用に該当する可能性がある：ロイヤルティ割戻し、独占取引、取引拒否、過度な価格設定、略奪的価格設定、差別、抱き合わせ／バンドル。

ゲティングが強いポジションを持つセグメントでは、以下に示すベストプラクティスを遵守するか、逸脱する場合は事前に E&C の助言を得るよう、特に注意を払う必要があります。これは、ビ

ビジネスを行う国によって異なる可能性がある分野だ。より強力なセグメントや集中市場における販売戦略を策定する際には、E&C オフィスや法務部門を関与させる。

やるべきこととやってはいけないこと

市場支配力（35%以上）を有する恐れがある場合に適用される：

DO だ：	
	見積もり、入札、価格戦略、割引、バンドルスキームの開発、新規参入などによる競争上の脅威に対処する際、支配的な企業が価格政策を自由に設定できることに課される特別な制限（以下の「してはいけないこと」に記載）を考慮すること。
	可能かつ実際的であれば、差別価格設定やリベート制度の根拠となり、それを正当化するコスト削減効果を文書化すること。
	例えば、現地の慣習で認められていない取引条件を課すなど、他社が市場に参入したり事業を展開したりすることを困難にするような商業的行為を行う前に、法的助言を求めること。
やめてくれ：	
	そのような扱いの違い（「差別的価格設定」）を客観的に正当化することなく、類似の顧客に異なる価格（またはその他の商業的条件）を適用したり、異なるタイプの顧客に同じ価格を適用したりしてはならない。
	提供されるものの経済的価値と合理的な関係を持たないほど過度に高い価格（「過度な価格設定」）を請求しないこと。
	マージン・スクイーズ（利ざやの絞り込み）を行わないこと。これは、企業が何らかの形で垂直統合され、川上のインプットを川下の競合他社に販売している場合に発生する可能性がある。川上の投入資源を川下の競合他社に過大に請求し、その利益で川下の価格を引き下げ、効率的な競合他社をも締め出すことで、川上市場における市場支配力を活用しないことが重要である。
	法的助言を求めることなく、継続的に原価を下回る価格設定（「略奪的価格設定」）を行わないこと。
	価格設定や値引きの可否を顧客のロイヤルティに依存させないこと（例えば、その顧客のビジネスのすべて、またはそれ以上のシェアを獲得するため（「フィデリティ・リベート」））。
	顧客に排他的な購買義務を課さない。
	明確な客観的正当化理由（真正な信用力不足、能力不足など）がない限り、製品やサービスの供給を拒否しないこと。これには、不合理な条件を課すことによる建設的拒否も含まれる。

	<p>しないでください 客観的な正当性（例：他では調達できない重要な入力、リソース、または施設）なしに、競合他社に重要な施設へのアクセスを拒否する。例えば、独立したメンテナンス会社に対して、必要不可欠なスペアパーツの供給を拒否するような場合だ。</p>
	<p>ゲティングが市場支配力を持つ可能性のある製品へのアクセスを得るために、買い手に両方の製品の購入を義務付けるような、（契約や価格インセンティブを通じて）異なる製品の購入を結び付けては ならない。</p> <p>例えば、主要な川上製品へのアクセスとバンドルすることで、購入者に明確なアフターケア／サービシングの取り決めにコミットすることを義務付けない（それにより、製品のみ購入を制限する）。</p>

7. コミュニケーション・ガイドライン

独占禁止法の観点からは、ゲティングの従業員が文書でどのようにコミュニケーションを取るかは非常に重要であり、調査が行われた場合、この資料はゲティングおよび/またはその従業員に対する証拠として使用される可能性があるからです。ゲティングは、他者が当社従業員との接触をどのように文書化したり報告したりするかを制御できないため、社外との口頭でのコミュニケーションにも同様の規律を適用する必要があります。

この分野に関するゲティングの一般的な方針に加えて、以下のコミュニケーション・ガイドラインに留意する必要があります：

DO だ：	
	社内外の報告書、メモ、電子メールなどを送信する前に、「これは独占禁止当局に誤解されるのではないかと自問し、必要に応じて文章を明確にすること。
	競合他社とのミーティングを行う正当な理由を記録し、そのメモや議事録を保管してください。
	弁護士とのコミュニケーション（または助言を求める目的で作成された文書）には、「法的秘匿事項（Legally Privileged & Confidential）」 ¹ と明記すること。このような文書の流通は可能な限り減らすべきである。
	例えば、独占禁止法に関する問題で法務部に助言を求めるために電話をかけることは、最初の段階で電子メールを送るのと同じくらい効果的だろうか？
	文書を作成する際は、事実に忠実であること - 明確さが重要です！競争の状況を説明するときは、あいまいな表現を避け、肯定的な言葉を使う。例えば、「競合他社は当社に手が出せない」ではなく、こう考えてください：「当社の製品は常に競合他社を凌駕している」。
やめてくれ：	
	ある活動や提案が違法かどうかを推測しないでください。たとえ非公式なメールであっても）違法行為や秘密行為を示唆するような、感情的な語彙を 使わない 。

¹台湾、タイ、トルコ、日本など一部の国では、法律専門家の秘匿特権が認められていない（または完全には認められていない）。とはいえ、法的な特権としてマークすることは良い習慣であることに変わりはない。

ゲティンゲが実力競争と独自の経営判断以外に基づいて事業を行っていることを示唆するようなことは書かないでください。ユーモアや皮肉を込めた発言でも、特に何年も経ってから読むと誤解されることがある。独占、支配、無敵、参入障壁の高さ、排除などの言葉は避ける。

法律上の助言を、それを知る必要のある人以外には流さないこと。

8. 役割と責任

ゲティンゲの全従業員は、本方針を読み、理解し、遵守する責任があります。各従業員は、本ポリシーに従って行動する責任を負う。ゲティンゲの管理者は、各チームメンバーが本方針および関連する指令、指示、ガイドラインにアクセスできるようにする責任があります。

ゲティンゲの従業員は、本方針の原則を正しく理解するための研修を受ける必要があります。研修は、個人の役割、責任、所在地に適したものに調整されるべきである。

本方針の遵守を確実にするため、倫理・コンプライアンスが定める適切な研修を全従業員に定期的実施することは、ゲティンゲ経営陣および部門・地域社長の責任です。

本ポリシーに違反した場合、解雇を含む懲戒処分を受ける可能性があります。

9. グローバル・ポリシーに対する違反 - 声をあげよう

懸念を表明することをためらってはならない。このグローバルポリシーの違反が疑われるゲティンゲの社員は、ラインマネージャー、倫理・コンプライアンスオフィス、またはゲティンゲ・スピークアップ・ラインに問題を報告することが期待されています。Getinge Speak Up Line は、Getinge 社内および社外のウェブページでご利用いただけます。ゲティンゲでは、懸念を表明したり意見を述べたりした人に対するいかなる報復も認めません。

さらに見るグローバル・スピークアップと報復禁止指令

10. フレームワーク

本方針は、ゲティンゲのガバナンス・フレームワークの一部であり、これには以下が含まれます：

- 行動規範、戦略的枠組み、取締役会が承認した方針、CEO または CEO 直属の部下が承認した指令、および指示。
- 最高経営責任者（CEO）が承認した権限委譲に基づき、最高経営責任者（CEO）またはその他の者が行った決定
- 倫理・コンプライアンス室は、本ポリシーの最新版が GetBasics 上で公表され、全従業員が利用できるようにする責任を負っています。

- 本方針は隔年または必要に応じて見直される。
- 本ポリシーの原文は英語です。

11. 指導と援助

独占禁止法に関する私たちの行動の指針として、このポリシーといくつかの指令やガイドラインがあります。本方針について質問がある場合、またはどの規則が適用されるか不明な場合は、倫理・コンプライアンス部までご連絡ください。

関連文書

- 行動規範
- 夜明けの襲撃ガイドライン指令
- グローバル入札指令
- 競争相手との相互作用 指令