

【03】 違反要件総論① 問題の整理、市場

2017-04-14

- 行為要件・因果関係・弊害要件（図説）
 - （独占禁止法は独占を禁止していない）
 - 行為要件は各論
 - 弊害要件（市場効果要件）・因果関係は総論（その他の総論もある）
- 弊害要件論の準備作業
 - 条文
 - 一定の取引分野における競争を実質的に制限する
 - 公正な競争を阻害するおそれ
 - （なぜ2種類あるか）
 - 独禁法上の弊害の各種
 - 反競争性
 - 競争停止
 - 他者排除
 - 優越的地位濫用
 - ← 搾取
 - 不正手段
 - 「市場」「反競争性」「正当化理由」
 - 公正競争阻害性のほうが競争の実質的制限より広いが、質的には似通っているの、まずはまとめて総論をする。
 - 企業結合規制は弊害要件論のリード役・・・[02]で言及
- 市場と反競争性
 - 並び立つのでなく、前者が後者の土俵
 - ↓まずゴールを確認
- 反競争性の抽象的基準
 - 競争停止事案での定説
 - 市場全体の競争変数（価格・品質・数量等）が左右される状態
 - =市場支配的状态
 - 東宝スバル、東宝新東宝、企業結合ガイドライン、H24多摩最判
 - 競争変数
 - 最近の議論で注目（無料サービスでのプライバシー保護など）
 - 他者排除事案での考え方の対立 → [11]
 - 排除効果重視説（EUに近い）
 - 原則論貫徹説（USに近い）
 - 形成・維持・強化 → 因果関係 [05]

- 市場という概念
 - 世界中で市場画定が議論されているが、市場概念の定義は誰もしない
 - 2条4項の「競争」が行われる場
 - 多くの議論から帰納すればそういえる
 - 「一定の取引分野」との関係
 - 条文読解（2条4項）
 - 3つの構成要素
 - 供給者
 - 需要者
 - 消費者とは異なる
 - 商品役務
 - 区別不能・区別不要（例外が2条9項4号）

- 市場画定（market definition）
 - 個別の事案における市場の範囲を把握する作業
 - 基本構造
 - 需要者からみて選択肢となる供給者の範囲
 - → どのような需要者が登場するのが重要
 - 固定電話の市場・携帯電話の市場・全て含めた電話の市場
 - 供給者の範囲の画定
 - 需要者からみて選択肢となるか
 - 二分法
 - 商品役務の範囲
 - 地理的範囲
 - 認定方法の一つ・・・SSNIPテスト（仮想独占者テスト）
 - 需要者の範囲の画定
 - 特定の選択肢をもつ需要者のグループ化
 - H22NTT最判
 - 平成24年度企業結合事例9〔ヤマダ電機・ベスト電器〕
 - 市場画定の結論を述べるときには、需要者と供給者の2層があることを明確にした表現をするのが望ましい。
 - 「需要者が△△で、供給者が▲▲である市場」
 - 「需要者が△△に所在し供給者が▲▲に所在する商品役務◎◎の市場」
 - （需要者と供給者の2層構造が自覚的に認識されていないので、例えば「地理的範囲」というとき、供給者の地理的範囲なのか、需要者の地理的範囲なのかが、明確に語られることは少ない。）
 - 読解
 - 東宝スバル
 - 志賀高原索道協会（担当審査官解説を含む）