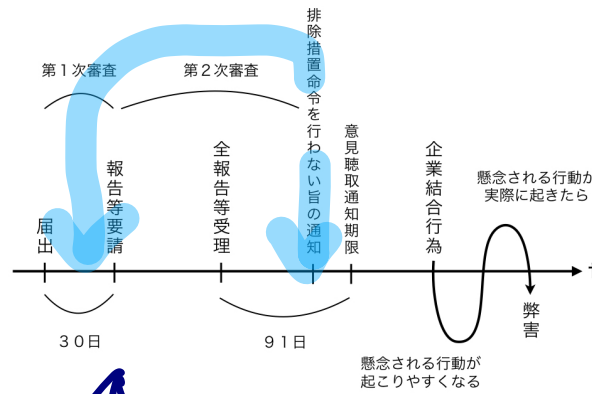


北極星  
 職

# 市場画定と反競争行為の総合的理解



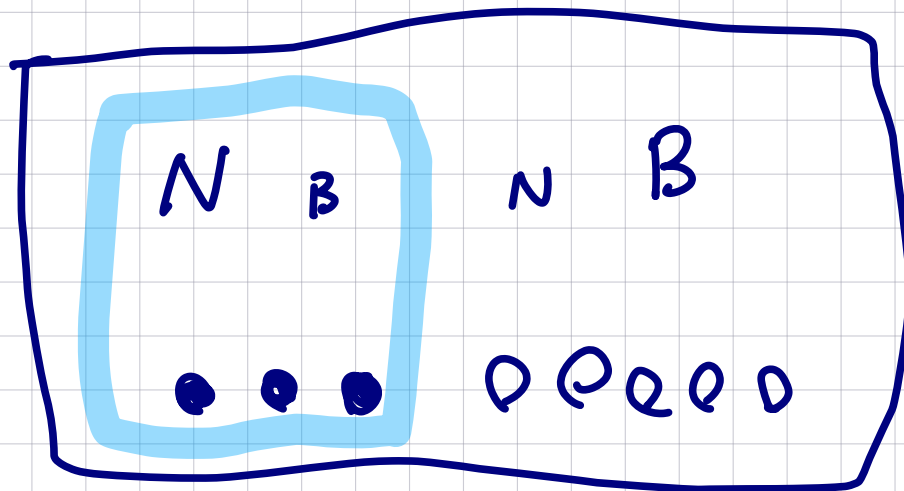
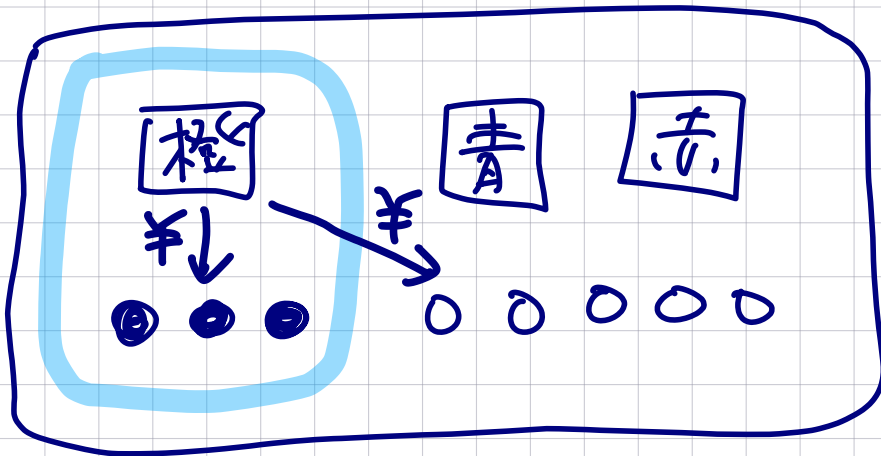
市場画定は中間段階で行う

全国取扱

熱延全国取扱

供給の代替性

# 新幹線・飛行機問題



をとった」(平林・前掲(注7)85頁) 結果にすぎないと考えられるから、そのような影響があることのみを理由に FTTH サービス市場が「一定の取引分野」として成立し得ないと解することは相当とい<sup>(注42)</sup>い難い。

そうすると、本件においても、既に FTTH サービスを利用しているユー

- 825 -

(注42) 現実の FTTH サービス市場には、ADSL との価格差と無関係に FTTH サービスを選好する(し続ける)需要者と価格差により選択を変える需要者が混在し、供給者も両者を区別し得ないが、だからといって上記市場が「一定の取引分野」として成立しないということにはならないものと解される。白石・前掲(注4)68頁は、東京大阪間の高速移動の市場 $\beta$ と東京大阪間の飛行機によらない高速移動の市場 $\alpha$ を考えた場合、市場 $\alpha$ の恐らく唯一の供給者である新幹線は、「飛行機に乗りたくない需要者」と「飛行機と新幹線とを天秤に掛ける需要者」とを区別し得ないため、前者に対してだけ高価格を提示することはできず、他方で需要者全員に高価格を提示すると後者が市場 $\beta$ に逃げてしまうから、上記のような市場 $\alpha$ において独禁法上の問題が起こる可能性は低いが、飛行機に乗りたくないという需要者が確実に存在する以上、それらの人にとって新幹線のみを現存供給者とする市場 $\alpha$ は間違いなく存在する旨を説得力のある比喩を用いて説明している。なお、上記の例において、新幹線の更なる高速化及び快適化等により市場 $\alpha$ が市場 $\beta$ を侵食しつつ急速に拡大しており、かつ、一度新幹線を利用した者は(飛行機恐怖症ではなくとも)もはや飛行機に乗りたがらなくなる傾向が生じているという条件を仮定すれば、そのような市場 $\alpha$ で独禁法上の問題が生じ難いとは必ずしもいえないものと考えられる。

正当化理由

# ライセンスの制限

また、技術に権利を有する者が、他の者にその技術を利用させないようにする行為及び利用できる範囲を限定する行為は、外形上、権利の行使とみられるが、これらの行為についても、実質的に権利の行使とは評価できない場合は、同じく独占禁止法の規定が適用される。すなわち、これら権利の行使とみられる行為であっても、行為の目的、態様、競争に与える影響の大きさも勘案した上で、事業者に創意工夫を發揮させ、技術の活用を図るという、知的財産制度の趣旨を逸脱し、又は同制度の目的に反すると認められる場合は、上記第 21 条に規定される「権利の行使と認められる行為」とは評価できず、独占禁止法が適用される<sup>注6</sup>。

# 効率性

## (7) 効率性

企業結合後において、規模の経済性、生産設備の統合、工場の専門化、輸送費用の軽減、研究開発体制の効率化等により当事会社グループの効率性が向上することによって、当事会社グループが競争的な行動をとることが見込まれる場合には、その点も加味して競争に与える影響を判断する。

この場合における効率性については、①企業結合に固有の効果として効率性が向上するものであること、②効率性の向上が実現可能であること、③効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであることの3つの観点から判断する。

なお、独占又は独占に近い状況をもたらす企業結合を効率性が正当化することはほとんどない。

### ① 企業結合固有の効率性向上であること

当該効率性の向上は、企業結合に固有の成果でなくてはならない。そのため、規模の経済性、生産設備の統合、工場の専門化、輸送費用の軽減、次世代技術・環境対応能力など研究開発の効率性等予定される効率性に関する各要因について、それが、より競争制限的とはならない他の方法によっては生じ得ないものである必要がある。

### ② 効率性の向上が実現可能であること

当該効率性の向上は、実現可能なものでなくてはならない。この点については、例えば、当該企業結合を決定するに至るまでの内部手続に係る文書、予定される効率性に関する株主及び金融市場に対する説明用の資料、効率性の向上等に関する外部専門家による資料等を検討することとなる。

### ③ 効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであること

当該効率性の向上により、製品・サービスの価格の低下、品質の向上、新商品の提供、次世代技術・環境対応能力など研究開発の効率化等を通じて、その成果が需要者に還元されなくてはならない。この点については、前記②に示した資料のほか、例えば、価格低下等の効果をもたらし得る能力向上に関する情報、需要・供給両面の競争圧力の下で価格低下、品質向上、新商品提供等を行ってきた実績等を検討することとなる。