

いずれも解答のポイントであり、文章化された解答の例ではありません。

今後気づいた点を特に説明なく追加修正することがあります。

期末テスト1と期末テスト2のうち評価の高いほうを成績として採用しています。

### 期末テスト1 第1問

例えば、以下のいずれかを具体例で示し、排除効果がない理由を説明する。

▼抱き合わされる従たる商品役務の量が限られている（例：車とガソリン）

▼不要品強要型抱き合わせ

### 期末テスト1 第2問

引用した論述には次のように疑問があり、説得的でない。もし、そのような疑問を退ける反論が可能なら、説得的であるとする答えは高く評価される。

▼2条4項の「競争」の定義は、需要の代替性を中心とするという市場画定の考え方を条文で示している点に意義がある。そのような「競争」がどのくらい制限・阻害されたら反競争性があるかは、「実質的に制限する」「阻害する」の内容の問題であると考えればよい。「競争」が少しでもあれば必ず「競争を実質的に制限する」等が不成立となるわけでもないし、「競争」が部分的に消滅すれば必ず「競争を実質的に制限する」等が成立するわけでもない。

▼「需要者」を「事業者」に限定するという解釈は、誰もとっていない。（もしそのような論者がいたとしても、実態から乖離しており、無視し得る。）

▼そもそも、労働者やフリーランスは2条4項2号における供給者として独禁法の議論に登場するのが通常である。

### 期末テスト2 第1問

下記の理由により、先例として重視すべきでない。もし、下記の理由を退ける反論が可能なら、先例として重視すべきであるとする答えは高く評価される。

▼添付資料によれば、存在感が小さい2社の水平型企业結合であり、いずれの市場画定を採用しても違反なしの結論を容易に得ることのできる事案である。

▼Amex米国最高裁判決よりも前の時期のものであり、まとめて1つの市場を画定すると競争当局が不利になるという現実が理解されていなかったものと考えられる。

（授業において、「Amex米国最高裁判決 → 企業結合ガイドライン改定 → Zホールディングス/LINE」という流れを説明したことを前提とすれば、上記のような解答で足りる。）

## 期末テスト2 第2問

例えば、下記のような事実に関する資料。

### ▼糖質ゼロビールだけの市場が画定されるか否か

糖質ゼロビールを好む需要者における他のビールとの代替性や、ビールメーカーにおける他のビール製造設備の糖質ゼロビール製造への転用可能性。

### ▼画定された市場での内発的牽制力

第1に、クロスライセンスされる特許の価値が糖質ゼロビール全体に占める割合。第2に、本件行為を機に両社の間で糖質ゼロビールの価格等の競争変数について情報が共有されないようにする仕組みの存否・内容。

(ビール全体の市場のみが画定される場合の糖質ゼロビール以外のビールでの両社の競争に言及するのも一案。)

### ▼画定された市場での他の供給者による牽制力

他のビールメーカーのビールの現在の市場シェアや供給余力。新規参入者の可能性や供給余力。それらの者との間の協調的行動の可能性。

(隣接市場として、(糖質ゼロビールに市場を限定した場合の)糖質ゼロビール以外のビール、他のアルコール飲料等の飲料、などに触れるのも一案。)

### ▼画定された市場での需要者による牽制力

消費者はどれほど厳しいか。

(メーカーと消費者の間に入る小売店によるメーカーに対する牽制力はどうか、に触れるのも一案。)

以上はいずれも例であり、また、これらに全て言及していなければならないわけでもありません。それぞれの答えを、適切に評価しています。考えられる細かい指摘に全て対応すると、読みにくく学びにくい資料が出来上がってしまいます。

以上