

令和3年

1 【第2問】（配点：50）

2 甲製品は、主要な家庭用電動器具の一つであり、特有の機能・効用を有し、代替品は存在しない。
3 甲製品には、その安全性に関する公的規格が設定されている。

4 甲製品の国内メーカーとして、従来からX社、A社及びB社の3社があり、令和元年における甲
5 製品の国内販売台数のシェアは、X社が45パーセント、A社が25パーセント、B社が15パー
6 セントであった。また、近年、Y社が参入し、その甲製品のシェアは毎年漸増しており、令和元年
7 において15パーセントであった。先発の3社及びY社以外には、上記の公的規格による甲製品を
8 製造・販売するものはいない。

9 甲製品は、各種の家庭用電動器具を専門に取り扱う販売店のほか、ホームセンター等の販売店で
10 販売されており、これらの販売店では2社以上の甲製品を取り扱う併売が一般的であるが、後発の
11 Y社の甲製品を取り扱っている販売店は限定的である。甲製品の販売店にとっては、メーカーによ
12 る販売促進や技術面の支援が重要な意味を持っている。また、甲製品のユーザーは、販売店の助言
13 や推奨によってメーカーを選定する傾向が強い。

14 X社は、家庭用電動器具の総合メーカーとしてブランド力が強く、また、国内における甲製品の
15 最先発のメーカーとしてユーザーからの知名度も高く、販売店にとってはX社の甲製品を取り扱う
16 ことが不可欠である。X社は、その取引先販売店のうち、家庭用電動器具全体を対象にその販売力
17 や技術力等を評価して選定したものをX社の「特約店」として認定し、家庭用電動器具の販売促進
18 や技術面での支援策を総合的に提供する特約店制度を実施しており、X社の甲製品を取り扱う取引
19 先販売店の約60パーセントが特約店となっている（なお、特約店にあっても併売が一般的であ
20 る。）。こうした事情から、X社は、甲製品について大きなシェアを確保してきたが、近年参入して
21 きたY社の伸長により、そのシェアをやや低下させてきていた。また、A社及びB社は、いずれも
22 甲製品を主体とするメーカーであり、X社に比べればブランド力は強くないが、一定のシェアを維
23 持してきた。他方、Y社の甲製品は、先発の3社の甲製品と比較して相対的に低価格であり、Y社
24 は、そのことを強調した販売戦略により、甲製品の販売台数を増加させてきていた。

25 こうした状況において、Y社では、その甲製品の更なる販売拡大を目指すこととし、令和2年1
26 月以降、従来Y社の甲製品を取り扱っていない販売店に対して新規の取引を申し入れる取組を強化
27 し始めた。その結果、販売店の中には、Y社の甲製品の取扱いを新たに始めるものが出てきた。こ
28 れに対し、従来から甲製品のシェアがやや低下してきていたX社は、その原因がY社の甲製品の伸
29 長にあり、特にY社の甲製品をユーザーに積極的に推奨する販売店が存在していること、Y社が新
30 たな取引先販売店の開拓に乗り出したこと、これまで甲製品の価格競争は限定的であったにもか
31 わらず、相対的に廉価なY社の甲製品の伸長が甲製品全体の価格水準に影響しかねないことに危機
32 感を抱き、次の二つの措置を講じることとした。

33 まず、X社は、直ちに実施できる措置として、令和2年4月から、Y社の甲製品も取り扱う取引
34 先販売店のうち、Y社の甲製品を積極的にユーザーに推奨しているものに対して個別に、このまま
35 Y社の甲製品の積極的な推奨を続けると、X社の家庭用電動器具の販売促進や技術面の支援におい
36 て不利な扱いをする旨示唆している（以下「措置1」という。）。そして、実際にX社から不利な扱
37 いを受けた販売店も出てきており、また、X社の取引先販売店の間では、X社から不利な扱いを受
38 けた販売店があるとの情報が流布している。このため、販売店の中には、X社との取引上不利にな
39 ることを恐れて、ユーザーに対するY社の甲製品の積極的な推奨を取りやめるものが出てきてお
40 り、Y社の甲製品の取扱いを検討していたX社の取引先販売店の中には、Y社の甲製品の取扱いを
41 断念したものもある。

42 次に、X社は、措置1と並行して、特約店制度を利用した措置を採ることとし、令和2年10月
43 から、X社の甲製品を取り扱う特約店に対し、ユーザーに対して専らX社の甲製品を推奨すること
44 を約束する場合には、X社の甲製品の販売台数の増加率に応じて家庭用電動器具全体の仕入額を計
45 算基礎とする累進的なりべートを供与する旨提案し、これを実施し始めた。そして、X社は、特約

46 店における上記の約束の履行状況を確認するために、自社の従業員又は第三者による特約店のモニ
47 タリングを実施し、必要に応じ、上記の約束を履行していない特約店に対する指導を行っており、
48 改善されない場合には、リポートを供与しないだけでなく、特約店に対する販売促進や技術面での
49 支援策を削減する旨通告している（以上の措置を以下「措置2」という。）。令和2年12月末時点
50 では、X社の甲製品を取り扱う特約店の約半数が上記の約束をしており、措置2により、Y社によ
51 る新たな取引先販売店の獲得に懸念が生じている。

52

53 **〔設問1〕**

54 X社による措置1及び措置2のそれぞれについて、独占禁止法に違反するか検討しなさい。

55

56 **〔設問2〕**

57 問題文に加えて、令和3年5月時点で以下の事情が認められる場合に、X社による措置1及
58 び措置2の全体について、独占禁止法に違反するか検討しなさい。

59 X社の甲製品を取り扱う特約店のうち、専らX社の甲製品の推奨を約束しているものは、約7
60 0パーセントに達している。また、Y社、A社及びB社の甲製品の販売台数にかなりの影響が出
61 ており、その結果、X社の甲製品のシェアは、令和3年第1四半期（令和3年1月から同年3月
62 まで）において60パーセントに達した。さらに、Y社の甲製品を積極的に推奨する販売店が少
63 なくなり、また、Y社の甲製品を取り扱う販売店が増えていないことから、甲製品の価格水準は、
64 従来どおり安定した状態にある。

[解説]

1. 出題の概要

- 4社寡占の甲製品市場において、45パーセントのシェアを有するX社が、後発でシェアは15パーセントにとどまるが相対的に低価格であるY社の甲製品の伸長に危機感を抱き、Y社の甲製品を積極的にユーザーに推奨する取引先販売店に対して個別に、X社による販売促進等の支援において不利に扱う旨を示唆したこと（措置1）及び取引先特約店に対して専らX社の甲製品を推奨することを約束させる活動を行ったこと（措置2）について、設問1ではそれぞれの措置が独占禁止法に違反するかを問い、設問2では追加的の事情の下で措置1及び措置2の全体が同法に違反するかを問うものである。（出題趣旨）
- 設問を分け、設問2では追加的の事情を加えることにより、設問1では「公正な競争を阻害するおそれ」（公正競争阻害性）を効果要件とする不公正な取引方法（独占禁止法第2条第9項・第19条）に、設問2では「一定の取引分野における競争を実質的に制限すること」（競争の実質的制限）を効果要件とする私的独占（同法第2条第5項・第3条）に、それぞれ該当するかについて検討することを求めていることがおのずと分かるようにしている。独占禁止法の実体規定の体系的な理解を前提に、不公正な取引方法と私的独占の行為要件及び効果要件の違いを踏まえて解答することが求められている。（出題趣旨）

（コメント）

- 私的独占が問われる問題は過去にも出題されているところ、全ての問題で、公正競争阻害性のうちの自由競争減殺と実質的制限との関係性を前提として、何故、効果要件として実質的制限に至るのかという点が問われているものと考えてよい。自由競争減殺効果が、競争の実質的制限に至る前段階の状態（つまり、自由競争減殺効果と実質的制限は、競争を阻害するというベクトルは同じで、その強弱が異なるに過ぎない。）であることを意識し、何故、今回強い効果である競争の実質的制限が認められるのかを検討することとなる。

2. 設問1の措置1

(1) 条文選択

措置1については、設例上、広義の拘束条件付取引と直ちに評価できるだけの十分な事実関係は示されておらず、その態様（不利益措置の示唆にとどまる上、Y社の甲製品を積極的に推奨している販売店がどの程度存在するか設例上明らかにされていない。）等に照らせば、Y社の甲製品を積極的に推奨する販売店に対する個別の牽制ないしは圧力と評価できよう。そうすると、措置1は、Y社の甲製品を積極的に推奨する販売店に対する、販売促進等の支援における「取引条件等の差別取扱い」（一般指定第4項）、Y社の甲製品を積極的に推奨しないように仕向けて取引の内容を制限させる「その他の取引拒絶」（一般指定第2項）、Y社という自己の「競争者に対する取引妨害」（一般指定第14項）に該当するものと考えることがで

き、そのいずれを選択するにしても、それぞれの類型を定める条文に即して行為要件を充足するかを的確に論述する必要がある。(出題趣旨)

(コメント)

- ・当局は、特定の事業者を狙い撃ちにすることが、制度的に行われる場合には、拘束条件付取引、個別的・単発的な狙い撃ちの場合には、取引拒絶を選択する傾向と考えられている。そうすると、本件も問題文で「個別に」とされており、実際にYの製品を現時点で推奨していない取引先へ何らかの措置をとっているのかについては明らかでない点からすれば、制度的なものではなく、個別の牽制として取引拒絶(取引妨害・差別的取扱い)を選択することとなると考えられる。もっとも、本問の条文選択は難易度が高く、実際に拘束条件付取引を選択している者が半数程度いたとのことである。拘束条件付取引を選択しても大きな減点はないと思われるので、時間をかけて悩みすぎない方が得策かと思われる。
- ・排他条件付取引は、Yの製品の取扱いを禁じていないうえ、特に措置1では、Y以外の他社の製品の推奨自体は禁止していない以上、適用が困難である。

百選 85 事件・解説参照

(2) 効果要件

公正競争阻害性の意義を的確に示した上で、X社がY社の甲製品の販売台数の伸長等に危機感を抱いて2つの措置を採ることとした経緯に鑑み、競争排除(他の事業者を市場から排除したり、新規参入を妨げたりすること)ないしは市場閉鎖(代替的な取引先を容易に確保することができなくなること)による競争減殺効果を検討することになる(措置1について、競争者に対する取引妨害と捉える場合には、競争手段の不公正さの観点を加味して論述することもできよう。)(出題趣旨)

ア. 市場

前提として、自由競争減殺の観点からの公正競争阻害性を検討するには、検討対象となる市場を画定することが必要であり、市場の意義とその画定方法を的確に示した上で、設例の事実関係に即して「我が国における甲製品の製造販売市場」と画定できることを簡潔に解答することが求められる。(出題趣旨)

(コメント)

- ・問題文に事情がないため、①意義、②画定方法について、触れたうえで、端的に回答すれば足りる。

イ. 市場閉鎖効果

措置1について、設例の事実関係を踏まえて、X社による販売促進等の支援における不利な扱いの示唆によってどのような広がりのある効果がもたらされるのか、現に不利な扱いを受けた販売店が存在し、そうした販売店に関する情報が流布していることを加味して論じた上で、ユーザーは販売店の推奨によってメーカーを選定する傾向が強いことを前提に、低価格を武器にしてそのシェアを漸増させていたY社の甲製品への影響を論じる必要があろう。(出題趣旨)

(コメント)

- ・なぜ Y が市場から排除されることになるのかを丁寧に論ずる必要がある。

ウ. 正当化事由

正当化事由については、競争者に対抗することは有力な事業者においても認められるべきであるとはいえ、2つの措置はいずれも、単なる対抗策の域を超え、X社の家庭用電動器具の総合メーカーとしての地位等を背景に、Y社の甲製品を積極的に推奨する販売店を狙い撃ちにし（措置1）、また、実質的にX社の特約店を専売店化することにつながりかねない（措置2）ものであり、正当化されないであろう。（出題趣旨）

(コメント)

- ・措置1も措置2も特段、行為の目的が一般消費者からみた利益につながりうるようなものではなく、正当化されるようなものではないと考えられる。

3. 設問1の措置2

(1) 行為要件

措置2については、X社が特約店に対し、専らX社の甲製品を推奨することを約束する場合にはリベートを供与する旨提案し、これを実施するものであるから、拘束条件付取引に該当することが明らかであり、上記約束の履行状況のモニタリングや指導、指導による改善が見られない場合におけるリベートの不支給や販売促進等の支援策の削減の通告という上記約束の実効性確保措置が講じられていることも踏まえつつ、行為要件を充足するかを的確に論述する必要がある。（出題趣旨）

(コメント)

- ・拘束条件取引の行為要件を論じる際は、①誰の、②どんな事業活動が、③どのような方法（合意によるのか、実効性確保の手段によるのか）を検討する必要がある。また、単にリベートが得られないこと、支援策を削減されること自体を経済的な不利益とせず、その内容を具体的に検討する必要がある（X製品は重要なのか、リベートの利益は大きいのか、Xの行う支援策は重要なのか等。）。

(2) 効果要件

措置2については、措置1よりも特約店の事業活動に対する制約が強く働き得ることや、そのために市場閉鎖の状況がある程度具体的に発現していることに留意して論述する必要がある。すなわち、設例の事実関係に照らせば、特約店には専らX社の甲製品を推奨するという約束に応じない又はこれを履行しないという選択は考えにくく、そうすると、ユーザーは販売店の推奨によってメーカーを選定する傾向が強いことを前提に、併売が一般的である特約店が上記約束をそのとおりに実行すれば、X社の特約店が実質的にX社の専売店に近いものとなりかねないと考えられること、設例の事実関係を総合すると、販売店全体の3割程度が上記約束に依じてい

ることになり、実際にも、Y社では新たな取引先の獲得に懸念が生じていることといった事実関係を踏まえて、措置2により、Y社は代替的な取引先を容易に確保することができなくなり、取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが発現しているかを説得的に論述することが求められる。(出題趣旨)

4. 設問2の私的独占

(1) 「排除」

設問2については、X社による措置1及び措置2の全体について、私的独占の手段としての他の事業者の事業活動の「排除」に該当するかを検討することになる。NTT東日本事件・最判平成22年12月17日民集64巻8号2067頁によれば、「正常な競争手段の範囲を逸脱するような人為性」を有し、「市場への参入を著しく困難にするなどの効果」を有するかを様々な事情を総合考慮して判断することになるところ、その場合には、設例の事実関係（なお、販売店全体の4割程度が上記約束に依拠していることになる。）を踏まえて、X社が他の事業者では到底採り得ない人為的手段を用いて、Y社をはじめとする競争者にとって販売店を獲得することや販売店における推奨を確保することが容易にできない状態をもたらしているかを説得的に論述することが求められる。(出題趣旨)

(コメント)

- ・排除効果については、①人為性の部分と②排除効果の部分で分けて当てはめができるとよい。時間がなければ、実質的制限のあてはめの方に大きな配点があると考えられるため、不公正な取引方法に該当することを示すのみにすることも答案政策上はありうる。

(2) 「競争を実質的に制限する」

競争の実質的制限の意義を的確に示した上で、これまで価格競争は限定的であったものの、Y社が参入し、相対的な低価格を強調する販売戦略により販売台数を伸ばし、そのためX社のシェアが漸減し、市場に変化が現れ始めていたことを前提に、設例の事実関係を当てはめて、競争を実質的に制限するに至っているかを論述する必要がある。(出題趣旨)

(コメント)

- ・実質的制限のあてはめについては、時間もなく薄くなりがちであるが、シェアのみならず、どのような牽制力（競争者圧力、需要者圧力、輸入圧力等）が働くのかを検討して、答案を作成する必要がある。

(3) 「公共の利益」

最後に、X社の2つの措置について、「公共の利益に反し」ないとする特段の事情がないことを簡潔に付言することが求められる。(出題趣旨)

[模範答案]

1 設問 1

2 第 1. 措置 1

3 措置 1 は、間接の取引拒絶（独禁法 2 条 9 項 6 号イ・一般指定第 2 項後段）に該当
4 し、独禁法 19 条に違反しないか。

5 1. X は、Y 社の甲製品を積極的にユーザーに推奨している取引先販売店に対し、上
6 記の推奨を続ける場合には販売促進や技術面の支援において不利な取り扱いをする
7 ことを示唆し、実際に不利益な取扱いをしている。取引先販売店にとっては、X の
8 甲製品を取り扱うことは必要不可欠であり、かつ、メーカーの上記支援を受けるこ
9 とは重要な意味を持っているから、措置 1 により、取引先販売店は Y 社の製品を積
10 極的に推奨することができなくなるといえる。したがって、X の行為は、取引先販
11 売店と Y 社との間の「取引の内容を制限」させるものに当たる。

12 2. 「不当に」とは、競争を実質的に制限するに至る前段階である公正競争阻害性を意
13 味するところ、本件では、自由競争減殺効果のうちの市場閉鎖効果が問題となる。

14 (1) 市場閉鎖効果は、新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易
15 に確保することができなくなり、これらの者が市場から排除される又は取引機会
16 が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合に認められる。

17 (2) 市場閉鎖効果を検討する前提として、行為が競争に対して影響を与える場であ
18 る市場を需要の代替性を基準に画定する必要があるところ、甲製品は、特有の機
19 能・効用を有し、代替品は存在しないから、我が国における甲製品の製造販売市
20 場が市場となる。

21 X 社は、市場において第 1 位の 45% のシェアを有しており、有力な事業者に当
22 たる。また、X のブランド力等から、取引先販売店が X の甲製品を取り扱うこと
23 は不可欠であり、取引先販売店のほとんどが X の甲製品を取り扱っていると考え

1 られることから、措置 1 は、Y の甲製品を現に推奨している販売店のほとんどに
2 対してとられることとなり、Y は自己の製品をユーザーに積極的に推奨する販売
3 店を確保することは困難である。そして、甲製品のユーザーは、販売店の助言や
4 推奨によりメーカーを選定する傾向が強いのであるから、Y の甲製品をユーザー
5 に推奨する販売店を確保できなくなれば、Y の甲製品がユーザーに選択される可
6 能性も僅少となる結果、製造販売市場における Y の取引機会も減少するといえる
7 し、実際に Y の甲製品の取り扱いを断念した事業者も存在する。以上からすれば、
8 措置 1 については、市場閉鎖効果が認められるものと考えられる。

9 なお、上記行為を行った目的が正当であり、かつ手段が相当である場合には、
10 例外的に公正競争阻害性が否定される。もっとも、X の目的は、廉価な Y の甲製
11 品の伸張が甲製品全体の価格水準に影響を及ぼすことを防ぐ点にあるのであり、
12 専ら自己の利益のために行為を行っているから、目的の正当性は認められず、正
13 当化事由が認められる余地はない。

14 3. 以上より、措置 1 は、間接の取引拒絶（独禁法 2 条 9 項 6 号イ・一般指定第 2 項
15 後段）に該当し、独禁法 19 条に違反する。

16 第 2. 措置 2

17 措置 2 は、拘束条件付取引（独禁法第 2 条 9 項 6 号ニ・一般指定第 12 項）に該当
18 し、独禁法第 19 条に違反しないか。

19 1. 「拘束」は、必ずしも契約上の義務として定められていることを要せず、それに従
20 わない場合に何らかの人為的手段により現実にその実効性が確保されていれば足り
21 る。

22 措置 2 は、特約店に対し、販売先との取引において X の製品のみを推奨させるこ
23 とを約束させるものであり、特約店のどの製品を顧客に推奨するかという販売方法

1 の自由を制限するものである。上記の約束をした特約店については、Xの甲製品の
2 販売台数の増加率に応じて家庭用電動器具全体の仕入額を計算基礎とする累進的な
3 リベートが課されることとなっている。上述のように特約店を含め、甲の販売店と
4 しては、Xの製品を取り扱うことは必要不可欠であるところ、本件のリベートは、
5 家庭用電動器具全体の仕入額を計算基礎とされているため、リベートの金額も高額
6 となることから、リベートにより約束の実効性は確保される。加えて、Xは、約束
7 を履行していない特約店に対する指導を行い、改善されない場合には特約店に対す
8 る販売促進や技術面での支援策を削減する旨通告している。上述のように、Xの甲
9 を取り扱う販売店にとっては、上記支援が重要な意味をもっているため、特約店は
10 Xとの約束を遵守せざるをえないから、通告によっても約束の実効性は担保される。
11 以上からすれば、本件措置2に係る特約店の事業活動の制限は「拘束」に該当する。

12 2. 「不当に」については、措置2についても、措置1と同様、我が国における甲の製
13 造販売市場における市場閉鎖効果の有無が問題になる。

14 上述のように、本件では、措置2に係る多額のリベートを得るため、多くの特約
15 店が措置2に係る約束をするものと考えられ、YはYの製品をユーザーに推奨する
16 販売店を確保できなくなるといえ、措置1と同様に、取引機会が減少するといえる。
17 実際にも、後発品であるY製品を取り扱う販売店が限定的である中で、甲製品の特
18 約店の半数が約束に応じており、市場における販売店の3割が約束に応じており、
19 Yの新たな取引先の獲得に懸念が生じていることもあわせて考えれば、本件では市
20 場閉鎖効果が認められる。

21 なお、措置2についても、措置1と同様の目的で行われているものであり、措置
22 1と同様、正当化事由が認められる余地はない。

23 3. 以上より、措置2は、拘束条件付取引に該当し、独禁法第19条に違反する。

1 設問 2

2 1. 措置 1 及び措置 2 の全体については、排除型私的独占（2 条 5 項）に該当し、独
3 禁法 3 条前段に違反しないか。

4 2. 「排除」とは、正常な競争手段の範囲を逸脱するような人為性を有するもので、競
5 争者の市場への参入を著しく困難にする行為をいう。

6 措置 1 及び措置 2 は、ともに不公正な取引方法に該当する行為である、正常な競
7 争手段の範囲を逸脱するような人為性のある行為である。また、専ら X 社の製品の
8 推奨を約束している特約店が 7 割にも上っており、Y らの販売台数に影響が生じて
9 いることからすれば、設問 1 の場合よりも Y らの取引機会はより減少しているとい
10 え、競争者の市場への参入を著しく困難にしているといえる。したがって、措置 1
11 及び措置 2 は「排除」に該当する。

12 3. 「競争を実質的に制限する」とは、市場支配力を形成・維持・強化することをいう。

13 市場は我が国における甲製品の製造販売市場であるところ、X のシェアは 60% で
14 1 位である。A、B については Y が台頭する以前の甲の価格競争が限定的であった
15 ことを考えると、競争的な事業者ではなく、牽制力を有していない。また、Y も本
16 行為により販売先が増加しておらず、牽制力を失ったことと、その他輸入業者や新
17 規参入業者も存在しないことからすれば、X の価格引き上げに対抗できる事業者は
18 おらず、X は本行為により市場支配力を形成したものといえる。

19 4. なお、本件では、上述のように正当化事由が認められる余地はなく、「公共の利益
20 に反」しないとすの特段の事情も存在しない。

21 5. 以上より、措置 1 及び措置 2 の全体は、排除型私的独占に該当し、独禁法 3 条前
22 段に違反する。 以上