

2017-07試験問題の解答例等（白石忠志）

- 2017-07-25公表
- 箇条書きでポイントのみ掲げる。あくまで例であり、他にも適切な回答はあり得る。
- 時間内に無理なく下書き・清書できる範囲内の過不足ない解答を求めている。
-
-
- 第1問
 - 以下のようなポイントを織り交ぜる
 - 一般法律家向けの説明とするためのポイント
 - カルテルは2条6項（→3条）で違反となり課徴金（7条の2）がある（刑罰に触れてもよい）
 - 立入検査（47条1項4号）について簡単に
 - 減免制度（7条の2第10項以下）について簡単に
 - 「なぜか」についてのポイント
 - 商品甲に関するカルテルの疑いが生ずる可能性がある
 - 公取委の職権探知（B社資料の分析）
 - B社による商品甲に関する減免申請（商品乙に関する立入検査を契機とするB社の社内調査）
 - A社としては、上記の可能性を踏まえると、商品甲について自社が先駆けて減免申請をするほうが得策である可能性がある
 - 補足
 - 減免申請について、B社による減免申請とA社による減免申請の両方に触れるのが望ましいが、そのような答案は多くなかった。
- 第2問
 - 不当な取引制限（2条6項）に該当するか否かが問題となるところ、一定の取引分野における競争の実質的制限が成立しないことを、以下の要素の総合考慮によって説明
 - （市場画定は、本問では加工製品Aの市場であることが当然の前提となるので、触れていくともよい）
 - 内発的牽制力
 - 共通化割合が低い
 - 互いの販売価格等には一切関与しない
 - 他の供給者による牽制力
 - X社・Y社の合計市場シェアが低い
 - 有力な競争事業者が多数存在
 - （それにより協調的行動が起きにくい）
 - （需要の減退により需要者による牽制力が働くと述べてもよい）
 - 効率性
 - 効率性が勘案される3条件に触れる

- 補足
 - 違反しないという結論が決まっているのであるから、満たされない要件のみに触れればよい。他の要件に触れる必要はない。
 - 例えば、本件業務提携をすることについて意思の連絡があるのは当たり前であり、それを長々と論じても意味はない。
 - 互いの販売価格等に一切関与しないことは、別枠で、「隠れ蓑」カルテルをしていない、として触れてよい。
 - 授業最終盤で、検討対象商品役務（本問では加工製品A）に関して販売価格等に関与しないことについては内発的牽制力があることの補足として触れ、検討対象商品役務以外の商品役務に関して販売価格等に関与しないことについてのみ別枠で「隠れ蓑」として触れたほうがよいかもしれない、と説明した（これが上記解答例）。それによっている答案が多くかった。
 - 効率性は、次のような構造によって触れてもよい。そのような答案が多かった。
 - コスト削減を除く要素によっても競争変数が左右されないことがわかるが、念のため、かりに競争変数が左右されるとしても、正当化理由が成立する可能性があるので検討する、という形で、効率性に触れる。

- 第3問(1)

- 日公取委も実際には採用している自国所在需要者説により、日本所在需要者を需要者とする市場が問題となる
- 以下のような論法があり得る（反論のあり得る箇所もある）
 - 一般指定12項（私的独占では支配型・排除型の両方あり得る）
 - 需要者が転売できないことにより、日本所在需要者に向けた競争において「日本所在の他の需要者」や「日本以外所在の需要者」が供給者として排除され排除効果がある
 - 3社が協調的行動を取っており、市場シェアも同じであるから、各社の行為は、それぞれ、弊害（排除効果等）に対する寄与度（因果関係）の観点からも十分である
 - （私的独占を論ずる場合には、A社・B社・C社の3社に協調的行動があるので競争変数が左右されており競争の実質的制限を満たすことに触れる）
 - 優越的地位濫用の観点
 - 市場シェア33%であり、それぞれ、優越的地位がある
 - 転売できないという不利益を課されており濫用行為にも当たる

- 補足

- 試験の前月に公表され実務家ご講演でも言及のあったLNG報告書を念頭に置いているが、種々の事実関係を単純化している。
- 優越的地位濫用の観点には、触れていくともよい
- 日本所在需要者を需要者とする市場を問題とするとしても、日本以外のアジア所在需要者が転売禁止条項を課されることとは、日本所在需要者を需要者とする市場における供給者の排除を意味する。
- 問題文において、「意思の連絡はない」としているのであるから、実は意思の連絡があるのではないか（黙示の意思の連絡を含む）という議論は不要。問題文の前提を否定する議論である。

- 第3問(2)

- 例えば、以下のようなことがあり得る
 - 英語で発信することにより、日本以外の需要者が所在する国の競争当局における関心を高め、アジア全体としての政策運動に高める。
 - その際、「アジア市場」を掲げたほうが、議論のスケールが大きくなり、各国に利害関係を自覚させるだけでなく、検討枠組みをアジア各国競争当局において共通化できることによって議論を発展させやすくなる。
- 補足
 - 供給者が各国需要者を差別していないので、自国所在需要者説をとる場合の厳密な法律論の結論と、「アジア市場」をとった場合の結論が、一致するから、自国所在需要者説の観点からも実質的な問題はない。
 - 「アジア市場」「世界市場」という「市場画定」は、課徴金のない企業結合規制であるからこそ通常も使われている手法。課徴金のある類型でこれをやると、自国所在需要者説を超える形で課徴金を計算することになるので、各国当局もそのような命令はしないと考えられる。
 - つまり、課徴金のある非企業結合規制で「アジア市場」と言うということは、実際に取り上げることまで考えておらず、政策運動を高めることのほうに重点があるということを窺わせている。(・・・このようなことまで答案で言及する必要は全くないが。)
 - 「アジア市場」とするか否かにかかわらず、この問題について報告書にまとめて発信することで、需要者がA社・B社・C社と交渉する際の武器を提供する、という意味合いがあると考えられる。