

03 反競争性

04 市場と反競争性

(展望)

対面コマ前回の振り返り

- * 市場画定の部分（「一定の取引分野」）
- * 基本
 - * R2企1 三井製糖／大日本明治製糖
 - * R2企2 昭和産業／サンエイ糖化
 - * R2企7 いすゞ自動車／UDトラックス
- * リアル店舗小売業の場合
 - * R1企9 マツモトキヨシ／ココカラファイン
- * 複雑（かつ医薬品）
 - * R1企1 ブリストルマイヤーズ／セルジーン

3

ATC分類法に関する記述の法的理解

* R1企1 (2頁)

A B

C

P Q R

○ ○ ○

△ △ △

なお、医薬品の分類方法としては、欧州医薬品市場調査協会（E p h M R A）が設定するA T C分類法²があるところ、需要者からみた機能・効用に基づく商品範囲とA T C分類法による分類とが一致する場合には、A T C分類法による分類を商品範囲として用いることもある。

- * R2企1 三井製糖／大日本明治製糖
 - * 全体を。
 - * お題
 - ▶ この事例で反競争性が成立しないとされた理由を280字以内で要約してください。
- * R1企9 マツモトキヨシ／ココカラファイン
 - * 全体を。

* H30企2 王子／三菱製紙（13頁）

* 「アート紙」の市場での反競争性の成否

王	三	A	B	C	D
---	---	---	---	---	---

アート紙！ どちらでも...

また、従前に比べ、雑誌などの定期刊行物にアート紙が使われるケースは大幅に少なくなっており、現状、アート紙が使われるのは、単発で発行される出版物や、カタログ、パンフレット等の商業印刷物が中心となっている。これらの印刷物向けのアート紙の取引は、印刷物の企画の都度行われるが、引き合いを受けた取引が「上質コート紙等を代替的に使用可能」か、「アート紙のみしか選択肢にない」かを、アート紙を販売する側が把握することは困難であるため、「アート紙のみしか選択肢にない」需要者との取引を特定して価格を引き上げることも困難である。