

平成16年 サンプル

〔新司法試験サンプル問題（経 済 法）〕

○ 科目全般について

経済法においては、独占禁止法関係の分野を中心に出题する。

〔問 題〕 甲市は、造園工事について、予定価格が1億円以上の工事、5,000万円以上1億円未満の工事、2,000万円以上5,000万円未満の工事及び2,000万円未満の工事に分けて、指名競争入札の方法により発注を行っている。甲市において造園工事業を営む事業者（以下、「事業者」という。）60社は、各社の規模、実績等から、予定価格が1億円以上の工事を行う事業者をAランク、5,000万円以上1億円未満の工事を行う事業者をBランク、2,000万円以上5,000万円未満の工事を行う事業者をCランク、2,000万円未満の工事を行う事業者をDランクに区分し、60社は、自社の属するランクより上位のランクの事業者が行うとしている工事を受注することはできず、予定価格1億円以上の工事については、Aランクに属する事業者だけが受注することができるというルールの下に相互に協力してきた。

公正取引委員会の調査の結果、予定価格1億円以上の工事については、遅くとも5年前から、①入札の指名を受けた事業者（以下「指名業者」という。）は、各自が幹事会社であるY1に指名通知を受けた旨連絡する、②Y1は、指名業者のうちAランクの事業者のうち1社を受注予定者として決定し、受注予定者とした指名業者に連絡する、③当該指名業者は他の指名業者に対し、自社が受注予定者になった旨を告げて協力を求め、入札すべき価格等を連絡する、④他の指名業者は受注予定者が受注できるように協力するというルールで受注調整が行われていたことを認めるのに十分な証拠が収集された。他方、予定価格1億円未満の工事の入札においては、受注予定者を決定し、受注予定者が受注できるように協力していることを認めるのに十分な証拠は収集できなかった。

予定価格1億円以上の工事の入札について指名実績のある事業者はAランクに属するY1～Y7及びBランクに属するY8～Y20であるが、このうち受注実績があるのは、Y1～Y7のみであった。

公正取引委員会に対し、Y8～Y20は、自分たちがこれらの物件について指名を受けても自ら受注しようとせずにY1の決定した受注予定者に協力してきたのは、予定価格1億円未満の工事における入札においてAランク業者の協力を得ることを期待するとともにAランク業者に協力しなければ業界ぐるみの制裁を受けるおそれがあったからであると供述しており、そのような事実があったものと認められた。

また、Y8～Y20は、受注実績がなく何ら利益を得ていないし、一方的に拘束を受けているだけであるから、独占禁止法違反にはならないと主張している。他方、Y1～Y7は、Y8～Y20も入札予定者が受注できるよう協力してきたのであり、またいわゆる市場は予定価格5,000万円以上の工事というべきであり、Y8～Y20の法的責任も追及するか、さもなくばY1～Y7の法的責任も追及すべきでないとして主張している。

1. Y1～Y20の前記各行為は、独占禁止法違反に当たるか。理由を付して述べよ。
2. 公正取引委員会の立入検査は13か月前に行われたところ、Y1～Y20は、立入検査後

は受注調整をやめている。公正取引委員会はいかなる法的措置を採ることができるかについて説明せよ。

(配点：50点)

【出題趣旨】

本問においては、60の事業者が各ランクに属する事業者を区分し、各ランクにおいて入札談合を行っている疑いがあるとして公正取引委員会が調査を開始した。しかし、その結果、予定価格1億円以上の工事についての入札談合のみを立証できる証拠があった事案である。

1は、この場合に不当な取引制限が成立するかどうかという独占禁止法第2条第6項の要件の具体的な当てはめを問うている。予定価格1億円以上の工事だけで一定の取引分野が成立するかどうか、成立するとすればY8～Y20の行為は一方的な拘束にすぎず相互拘束の要件を満たすのか否か、逆に予定価格が1億円以上の工事と5,000万円以上1億円未満の工事を含めた広い一定の取引分野しかないのか、それらの場合、Y1～Y7及びY8～Y20の行為は相互拘束性があるのか、及び競争の実質的制限の要件を満たすかなど、独占禁止法第2条第6項の要件を正確に検討できるかどうかを問うている。新司法試験の問題には、基本的な知識を問う基本問題と応用問題が有り得る。応用問題では、例えば、事実関係を法律上の要件に当てはめるという作業の前に、受験者の側で様々な事実関係を想定して、場合分けをして解答を作成するなどにより、事例の問題点の抽出とその論理的な整理も必要となる。本問では場合分けまでは求めていないが、本問も応用問題に属する。

2は、入札談合に対する法的措置に何があるかという基本的知識を問う問題である。本問では、排除措置（勧告又は審判開始決定）、課徴金納付命令及び刑事告発が検討されるが、本問では違反行為終了後1年を経ており排除措置を採り得ないこと（独占禁止法第7条第2項）、仮にY8～Y20の行為が第3条後段の違反に当たるとしても、Y8～Y20には独占禁止法違反行為による売上高がないので課徴金を課し得ないこと、Y1～Y7については、違反行為を終了した時点からさかのぼって3年間の受注実績（売上高）をもって課徴金の額が算定されること（独占禁止法第7条の2第1項）、などを指摘することが求められる。

平成17年 プレテスト

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

国内において使用される軟式テニス(ソフトテニス)ラケットは、国内メーカー4社及びその他の国内メーカーの製品が、国内の商品の大部分を占めており、外国製品はほとんど輸入されていない状況にある。このうち4社の軟式テニスラケットの国内におけるシェアは、それぞれA社が29%、B社が17%、C社が15%、D社が10%である。これらメーカーの商品のほとんどは、卸問屋(一次卸・二次卸)を通して全国のスポーツ用品店等の小売店に納入され、多くの小売店は複数のメーカーの軟式テニスラケットを販売している。

このうち、A社は、その製造したラケットのすべてを、主に東日本を販売地域とする甲社、及び主に西日本を販売地域とする乙社の2社(一次卸)に販売しており、甲社及び乙社は、それぞれ卸問屋(二次卸)又は小売店に販売していた。

A社は、甲社及び乙社との間の取引基本契約において、甲社及び乙社が、A社以外の商品を取り扱わずA社の商品のみを取り扱う旨の約定及び甲社及び乙社が他のメーカーの商品を取り扱った場合にはA社は催告の上で契約を解約することができる旨の約定を設けていた。さらに、A社の指示を受けて、甲社及び乙社は、卸問屋(二次卸)との間の取引基本契約において、A社以外のメーカーの商品を扱うことを認めない旨の約定を設けていた。なお、このような約定は小売店に対しては設けられておらず、小売店はA社の商品と一緒に他の3社等の軟式テニスラケットを販売することもでき、多くの小売店は、前記のように、複数のメーカーのラケットを販売している。

〔設 問〕 前記の場合において、A社の行為には、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(独占禁止法)上、どのような問題があるか、次の1及び2の点に留意しつつ述べなさい。

1. A社は、このように甲社及び乙社との間の取引基本契約において、他社の商品の取扱いを認めない方針を設け、また、両社に対して、二次卸との間の取引基本契約に同様の約定を設けるように指示しているのは、A社の軟式テニスラケットに関して、ガット(ラケットの網)を張る方法、各ラケットに合ったメンテナンスなどについて特別のノウハウがあり、これが他社に流出することを防ぐという合理的な理由がある旨主張している。この主張はどのように考慮されるべきであるか。
2. A社と同様に、B社、C社及びD社も、卸問屋(一次卸)との間の取引基本契約、及び、これらの3社の商品に関する一次卸と二次卸との間の取引基本契約において、他のメーカーの商品を扱うことを認めない約定を設けている場合(場合1)と、このような約定を設けておらず、他のメーカーの商品を扱うことを許容している場合(場合2)とで、どのような違いがあるか。

【第2問】（配点：50）

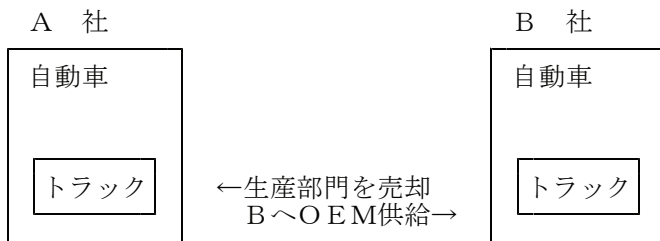
弁護士であるあなたは、自動車メーカーであるA社の法務担当者から次のような相談を受けた。私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）についてA社に対してどのように助言をするか説明しなさい。

我が社は、B社から、乗用車部門に力を注ぐためトラック製造部門を我が社に売却したい旨の申出を受けています。各社の市場占拠率（シェア）は、生産ベースでも販売ベースでもほぼ同じであり、後記のとおりです。B社はできればトラックの販売をやめたいと言っており、我が社としてもそれは望むところです。

しかし、我が社の内部には、この売却方式だと独占禁止法に違反するのではないかと指摘する声があります。確かに我が社はトラックの製造には自信があり顧客の支持も得ていますが、残念なことに、我が社の乗用車部門は今一步の状況にあり、自動車メーカーとしては4位又は5位であるにすぎません。本当に独占禁止法に違反するのでしょうか。

もし独占禁止法に違反するのであれば、不本意ではあるのですが、B社がトラック製造部門を我が社に売却した後も、我が社がB社に対してOEM（相手先ブランドによる受注生産）供給をし、両社は、トラックの販売及びサービスを独立して行うことも考えています。ただし、我が社の内部では、OEM供給をする場合、我が社がB社のトラックを生産しているにもかかわらず、B社がその販売面においてで好き勝手に活動した場合、我が社の販売数量が減少したり販売価格に悪影響が出ることになるおそれがあるので、B社に対して一定の縛りをかけておくべきだという意見が大勢を占めています。

そこで、OEM供給をする場合、例えば、B社の販売先、販売先への販売価格・販売数量を毎週我が社に情報提供させることとし、B社の販売動向等を把握できるようにしておくようなことを考えています。独占禁止法上何か問題があるのでしょうか。



自動車	
	生産シェア
C	32%
B	30%
D	20%
A	5%
E	5%
外国事業者	8%

トラック	
	生産シェア
A	32%
C	23%
B	20%
D	15%
E	5%
外国事業者	5%

平成18年

[経 済 法]

(第1問) (配点：50)

化学製品の製造業者であるA社は、化学製品の甲製品において市場占拠率（シェア）50%を有している。甲製品の製造業者には、A社のほか、シェア15%のB社、シェア10%のC社など数社ある。甲製品の中で輸入品の占める割合は10%程度であり、輸送費が比較的高いため、当面、輸入が大幅に増える見込みはない。国内製造に係る甲製品は、製造業者各社から20社の卸売業者を通じて需要者に販売されている。A社は、これらの卸売業者のうち15社との間で、甲製品の継続の販売に関する取引基本契約を締結し、この15社にのみ甲製品を販売している。なお、甲製品の用途は限定されており、また、他の製品での代替は困難であるとされている。

ところで、A社は、適正な価格で販売されることが製品の安定的な供給につながるとの観点から、取引先の卸売業者に、A社から卸売業者への販売価格（以下「仕切価格」という。）に8%を加えた価格で需要者に販売させるとの営業方針を立てた。

(7) A社は、上記営業方針に基づき、取引基本契約を締結している卸売業者15社に対し、仕切価格に8%を加えた価格で需要者に販売してもらいたい旨の希望を表明した。これに対して、15社のうち10社は、A社の営業方針に理解を示し、仕切価格に8%を加えた価格で需要者に販売していたが、残りの5社（以下「5社」という。）は、A社の希望に応じず、仕切価格に4%を加えた価格で甲製品を需要者に販売していた。A社は、5社に対しては、当面、様子を見ることとした。

(4) その後、A社は、近い将来、甲製品の供給がやや過剰気味となるとの予測を得たこと等から、取引先の卸売業者に対し、上記営業方針を徹底する必要性が高くなったと考え、当面様子を見ることとしていた5社に対する対応を改め、5社に対し、再三、仕切価格に8%を加えた価格で需要者に販売するよう強く求めた。しかし、5社はこれに応じなかったため、A社は、5社に対し、下記の取引基本契約第6条第3号に基づき、同契約を解除して甲製品の供給をやめる旨通告し、5社に対し甲製品の供給を停止した。

取引基本契約第6条

甲（A社）は、乙（卸売業者）に、以下の各号に該当する事実があるときは、本契約を解除することができる。

- 1 乙が、本契約上の義務に違反したとき。
- 2 乙が、手形小切手の取引停止処分を受けたとき、破産、民事再生、会社更生の手続開始の申立てをし又は申立てを受けたとき。
- 3 乙が、このほか、甲との信頼関係を著しく損なう行為を行ったとき。

(設 問)

1. (1) 上記(7)に係るA社の行為には、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）上、どのような問題があるか。
(2) 上記(7)に係る行為に加えて、上記(4)の行為が行われた場合にはどうか。
2. A社から甲製品の供給の停止を受けた5社のうちの1社であるX社としては、どのような民事裁判手続をとることができるか。請求の趣旨及び請求の原因となる事実についても述べること。

(第2問) (配点：50)

A県における生コンクリート（以下「生コン」という。）の製造業者は、大手事業者10社（以下「10社」という。）と小規模事業者40社（以下「40社」という。）からなる。A県において販売される生コンの総販売数量のうち、10社が占める割合は約60%、40社が占める割合は約40%であり、10社及び40社ではほぼ100%を占めている。なお、生コンは、一般に、その性質上長距離輸送が難しいので、県内で消費される生コンのほとんどは同一県内で製造されている。

A県生コンクリート事業者協議会（以下「生コン協議会」という。）は、A県に所在する生コンの製造業者が、会員相互の親睦及び業界の健全な発展を目的として設立した社団法人であり、その会員は10社及び40社である。生コン協議会には幹事会が置かれ、10社が幹事会の構成員である。

10社は、業界の当面する課題について意見交換を行ってきたが、生コンの販売価格の引上げ問題及び廃業する会員の生産設備の買取り問題について、緊急に対処する必要がある旨の認識を共有するに至った。販売価格の引上げ問題とは、最近、生コンの需要者である建設業者からの価格引下げ圧力が強くなり、生コンの販売価格が下がり、経営が苦しくなった会員が増えていることに対処するため、共同して価格を引き上げようとするものである。会員の生産設備の買取り問題とは、隣接するB県で営業を行っている複数の生コン事業者が、後継者がいないことや経営破綻状態にあることなどから廃業しようとするA県の事業者の生産設備を買取ってA県に参入しようとするものに対処しようとするものである。すなわち、これらB県の生コン事業者は、B県において低価格で販売することにより競争事業者の顧客を奪う行動に出ており、これらの事業者がA県に参入すればA県においても同様の行動に出ることが懸念されることから、生コン協議会側で先んじて生産設備を買取ることによりこのような事態の発生を回避しようとするものである。

10社は、平成18年3月1日、会合を持ち、下記<決定1>の内容の合意をした。10社は、<決定1>の1に基づいて、同年3月6日から価格の引上げを実施し、<決定1>の2については、10社のうち1社が、3月中に1名の会員の生産設備を自社の費用で買取った。

<決定1>

1. 1立方メートル当たりの現地引渡し価格を従来の相場である6000円前後から6250円に引き上げ、工場渡し価格を6050円とすること。(注)
2. 廃業しようとする会員については、10社のうちで生産設備に最も近い場所に所在する1社がその生産設備を買取ること。

(注) 現地引渡し価格とは、工事現場において生コンを引き渡す場合の価格であり、工場渡し価格とは、生コン製造工場において生コンを引き渡す場合の価格である。

10社が価格を引き上げたことを知った生コン協議会の会員は、ほとんどが10社の価格引上げに追従して価格を引き上げたが、数社は従来の価格で販売し続けた。さらに、10社は、自社の費用で生産設備を買取っていくのは負担が大きすぎることから、同年4月30日に開催された生コン協議会の幹事会において、生コン協議会の通常総会に下記<決定2>の内容の決議を行うよう提案することを決めた。

これを受けて、同年5月8日に全会員が出席して開催された生コン協議会の通常総会において、10社が提案した<決定2>を内容とする決議案が全会一致で可決された。

その後、10社が会員の販売価格の実態を調査したところ、遅くとも5月15日以降には、すべての会員が<決定2>の1に記載された金額に価格引上げを行っていることが判明した。さらに生コン協議会は、5月中に<決定2>の2に従って2社の生産設備を買取って当該生産設備を廃棄した。

<決定2>

1. 5月15日以降、1立方メートル当たりの現地引渡し価格を6250円とし、工場渡し価格を6050円とすること。
2. 生コン協議会は、廃業しようとする会員から生産設備の買取りを行うこと。買取り資金は、生コン協議会の積立基金から支出し、買い取った設備は直ちに廃棄すること。

(設問)

1. <決定1>に関する行為について、だれに対して、いかなる独占禁止法違反を問うことができるか。その法的根拠も示しなさい。
2. <決定2>に関する行為について、だれに対して、いかなる独占禁止法違反を問うことができるか。その法的根拠も示しなさい。

平成19年

[経 済 法]

(第1問) (配点：50)

都市部のマンション等では、多数の自動車の駐車スペースを確保するため、二段・多段方式の機械式の駐車場装置（以下「駐車場装置」という。）が利用されることが多い。駐車場装置の製造を行う事業者（以下「製造業者」という。）は国内に6社存在し、甲社もその一つである。甲社の駐車場装置（以下「甲社製装置」という。）の売上げは、国内における駐車場装置の総販売台数の30%を占め、第一位の市場占有率（シェア）を有している。

駐車場装置は耐用年数が長く、安全に使用し続けるためには定期的な保守点検（駐車場装置の点検、給油、調整、破損部品の交換及び修理等）を必要とする。駐車場装置は、製造業者によって仕様が異なり、その取替部品も汎用品は少なく、駐車車両を乗せるためのパレット（車両を乗せる金属製の板）の落下防止設備、電子制御基盤など、製造業者ごとに仕様の異なる部品が大部分である（以下、これらの製造業者ごとに仕様の異なる部品を「構成部品」という。）。構成部品の故障・トラブルの発生は重大な事故の原因となり得るため、マンション等の駐車場の所有者・管理者にとって上記の故障・トラブルへの対応が最も重要であり、かかる故障・トラブルが発生した場合における迅速な対応の可否が保守業者の選定に当たって重視されることが多い。

甲社は、北海道地区から九州・沖縄地区まで全国を幾つかの地区に分けて、子会社を設立し、子会社において、甲社製装置の販売・据付け、甲社製装置の部品の販売を行っている。X社はそのような子会社の一つであり、関東地区において甲社製装置を独占的に販売し、その据付けを行うとともに、甲社製装置の部品（構成部品を含むすべての部品）を販売している。X社による甲社製装置の販売台数は、関東地区では6製造業者の駐車場装置全体の総販売台数の40%を占めており、第一位のシェアを有している。

駐車場装置の保守業者には、製造業者系列の保守業者と、製造業者と資本関係のない保守業者（以下「独立系保守業者」という。）があり、関東地区においても、甲社系列の保守業者である乙社（乙社は甲社及びX社が共同で出資して設立した会社である。）と、独立系保守業者のA社、B社及びC社が存在している。A社、B社及びC社は、いずれも乙社に比べて規模の小さい事業者であるが、乙社等の製造業者系列の保守業者に比べて低廉な料金で保守業務を行うことで、近時人気を集めている。関東地区における甲社製装置に係る保守業務契約に関して、A社、B社及びC社の合計シェアは70%を占め、乙社のシェア（30%）よりも高くなっている。

X社は、従来、構成部品を含む甲社製装置の部品をすべて自ら保管し、保守業者からの発注に応じて、その都度、部品の引渡しを行っていたが、この度、構成部品に関する販売方針を変更しようと考え、以下に述べるそれぞれの販売方針について、弁護士に私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）上の問題点の検討を依頼した。

あなたが弁護士としてX社から上記の依頼を受けたとして、独占禁止法上の問題点の有無を検討し、回答しなさい。なお、個々の設問に記載した事実関係は、それぞれが独立しており、他の設問の前提とはならないものとして検討しなさい。

(設問1)

X社の担当者は、「駐車場装置は製造業者によって仕様が異なり、それに依拠して構成部品の仕様も本来異なるものがほとんどであるが、構成部品の中には他の製造業者の駐車場装置の構成部品として転用可能なものがあり、独立系の保守業者が、それを他の製造業者の駐車場装置の構成部品として転用する事例がしばしば見られる。この点に関して、国土交通省のガイドラインは、特定の製造業者の駐車場装置に他の製造業者の構成部品を使えば安全性が確保できないおそれがあるから、特定の製造業者の駐車場装置には当該製造業者製の構成部品を使用すべきであると勧告している。当社としては、この点に着目して、甲社製装置の構成部品を、独立系保守業者に販売

すると、どの製造業者の駐車場装置に使用されるのか確認できず、これが甲社製装置に使用されることを確保するためには、独立系保守業者からの甲社製装置の構成部品の発注に対しては、系列の乙社において取替工事を行うことを販売の条件とするという方針を採りたい。」と説明した。

あなたがX社の担当者に尋ねたところ、独立系保守業者が甲社製装置の構成部品を他の製造業者製の駐車場装置の構成部品として転用した事例がどの程度あるか、これまでに転用による事故が起きた例があるか否か、転用による具体的な危険性の程度などについては、いずれも調査を行っていないため不明であり、また、独立系保守業者に、文書や口頭で、他の製造業者製の駐車場装置に自社の部品を転用しないように注意するなどの措置を採ったことはなく、今後もそのような計画はないとのことであった。また、あなたが乙社の担当者にも尋ねたところ、担当者は「乙社は、独立系保守業者から甲社製装置の構成部品の取替えの依頼があった場合、できる限り迅速に対応したいと考えているが、乙社の顧客からの依頼があった場合にはこれを優先する。乙社の顧客に対する甲社製装置の修理に比べて、独立系保守業者の顧客に対する甲社製装置の修理は平均して2週間程度の遅れが生じることが見込まれる。」と回答した。

(設問2)

X社の担当者は、設問1に述べた計画に代えて、「独立系保守業者から甲社製装置の構成部品の発注を受けた場合、当該業者自身で構成部品の取替工事を行うことは認めるが、構成部品の引渡時期について条件を付したいと考えている。従来は甲社で余分の在庫を抱えて、独立系保守業者か乙社かを問わず、発注を受けた場合には直ちに当該構成部品を引き渡していたが、今後は、当社において一定の計画在庫数量を設定し、その数量の8割を基準数量とする。発注を受けた時点で、在庫数量が基準数量を下回っている場合、又は独立系保守業者への引渡しによって基準数量を下回る場合は、独立系保守業者から当該構成部品の発注を受けても、これを直ちに引き渡さず、甲社に構成部品の生産を発注し、その納入を待って構成部品を引き渡すこととしたい。その場合、甲社への生産発注から納入までは2か月程度が見込まれる。なお、引渡しによっても基準数量を確保できる場合には直ちに引渡しを行う。一方、乙社に対しては、いかなる場合であっても直ちに引渡しを行う。」と説明した。

あなたがX社の担当者に尋ねたところ、担当者は「従来の保管費用が過大になってきたため、保管費用を削減するために計画在庫数量を設定し、不必要な在庫を減らすこととした。計画在庫数量は、乙社の契約者数に、それらの契約者に2か月間に生じる構成部品の故障・トラブルの平均発生頻度を乗じて得られる数量とする。」と説明した。

(第2問) (配点: 50)

電機メーカーのX社は、平成13年に、家庭用電気製品に関する小売業者向け価格カルテルについて独占禁止法違反により課徴金納付命令を受け、以後、会社内に独占禁止法遵守体制(コンプライアンス体制)を置いていた。平成17年12月にX社の代表取締役社長Aは、コンプライアンス部門を担当する取締役Bから次のような報告を受けた。すなわち、「平成15年初めから、X社が甲省発注の重電製品であるα電気製品の納入について同業他社である5社(Y社、P社、Q社、R社、S社)との間で入札に関して会合を開いて話し合いを行っていることが判明した。X社の営業部門のCが、他社の営業担当者との年1回の会合に参加して、甲省発注のα電気製品の入札(年間150億円程度の予算が確保されており、各四半期ごとに甲省本省・地方支分部局ごとに入札が行われる。)に関し、前年度の実績に応じて各社が受注する旨の基本ルールを確認している。また、各年度の個別の入札に当たっては、その都度、基本ルールに沿って落札できるように、各入札に参加する各社は話し合いにより落札予定者と落札価格を決め、実際の入札時にも落札予定者以外の会社は落札価格より高い入札価格で応札することにより落札予定者の落札に協力してきた。」(以下「Bの報告」という。)という報告であった。

これを受け、X社は、取締役会を開催し、法令遵守の観点からこの会合に参加しない旨を決議した。BとCは、平成17年12月末に開催された上記5社との会合に出席した上、X社が平成18年以降この会合に参加せず、さらに、当分の間、甲省発注のα電気製品の入札から撤退する旨を告げた。その際、X社は、甲省や公正取引委員会にこれらの事実を申し出ることとはしないと述べ、実際にも、申し出ることとはなかった。

Y社も、平成19年6月に法令遵守の監査を実施した結果、上記の話し合いの事実を把握し、同月20日、公正取引委員会に対し、課徴金の減免のための事実の報告を行い、更に資料も提出した。

他方、X社は、平成18年1月以降、甲省発注のα電気製品の入札に参加していなかったところ、α電気事業部門の営業利益が落ちてきたため、平成19年8月、甲省の実施する入札に再参入することを決定したが、その際、他社から上記の話し合いに参加するよう申入れが来てもこれに従わないこととした。X社は、同年9月末の甲省発注に係るα電気製品の入札に参加し、P社らからの話し合いの申入れを拒絶し5億円で受注した。

公正取引委員会は、Y社の報告の結果、6社による上記の話し合いの事実を把握することとなり、平成19年12月28日、独占禁止法第47条第1項第4号に基づいて参加事業者の事業所及び担当者の自宅に一斉に立ち入り、必要な物件の検査を行った。これに伴い、各社は、それぞれ、以後、かかる入札に関する会合に参加しない旨の通知を他社に対して発出した。

なお、以下の各設問の解答に当たっては、平成15年以降の行為のすべてについて現行の独占禁止法が適用されるものと仮定し、平成17年改正独占禁止法の経過措置を含め、経過措置は考慮しないものとする。

(設問1)

公正取引委員会の審査の結果、次のような証拠が得られた。それぞれの場合において、いかなる行為が独占禁止法に違反すると認定できるか、条文を踏まえつつ具体的に述べよ。

- (1) X社と5社がBの報告のとおり行為を行っていた事実を認める証拠が得られた場合
- (2) X社と5社が、毎年度の会合において前年度実績に応じて各社の受注割合を決定する旨の基本ルールを確認していたことを否定し、甲省発注のα電気製品に係る個々の入札のいずれにおいても、入札に参加する事業者があらかじめ落札予定業者を決定し、他社はそれより高い入札価格で応札していた事実を認める証拠のみが得られた場合。なお、この場合において、公正取引委員会に対するY社の報告はなかったものと仮定する。

(設問2)

公正取引委員会は、審査の結果、X社、Y社らの6社がいずれも独占禁止法に違反する行為を行っていたと認定し、課徴金の納付を命ずることとした。

X社は、資本金が2億円で従業員が400名の電機メーカーであり、Y社は、資本金が4億円で従業員が600名の電機メーカーである。また、両社のα電気製品に係る売上額及び事業全体の売上額（総売上額）はそれぞれ以下のとおりである。以上を前提として、X社及びY社が納付すべき課徴金額を算定し、その理由及び算定の過程を述べよ。

X 社	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
甲省発注α電気製品売上額	10億円	20億円	20億円	0円	5億円
乙県等自治体発注α電気製品売上額	30億円	30億円	40億円	20億円	20億円
X社総売上額	1200億円	1000億円	900億円	800億円	600億円

Y 社	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
甲省発注α電気製品売上額	8億円	16億円	16億円	18億円	10億円
乙県等自治体発注α電気製品売上額	28億円	35億円	42億円	21億円	19億円
Y社総売上額	800億円	1200億円	1300億円	900億円	900億円

(注)

これらの金額は、独占禁止法施行令で定められた基準に基づいて算定されたものである。
乙県等自治体発注の入札については入札に関する話合いの事実は確認されていない。

(設問3)

X社は、公正取引委員会が発した課徴金納付命令に不服があり、同命令について審判を請求した。審判において、X社は、「甲省発注のα電気製品の売買契約においては、平成17年以降、納入業者が独占禁止法に違反する行為により入札に参加した場合には、受注した業者は売買代金額の20%を違約金として国に支払うとの約定が設けられている。そして、X社は、国からこの約定により平成17年の売上額の20%の支払請求を受け、既にこれを支払った。課徴金制度は、カルテルによる不当な利得を国が徴収することにより、違反行為者がこれを保持することを防ぐ制度であるから、既に売上額の20%を国に支払った平成17年分の売上について、売上額全額を基礎として課徴金を課すことは、不当な利得の剥奪という制度趣旨を超えて、過大な経済的不利益を与えることになるから許されず、課徴金の算定に当たっては、平成17年分の売上額の20%を算定の基礎から外すべきである。」と主張した。この主張の当否を論ぜよ。

平成20年

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

以下の事例を前提として、各設問に答えなさい。

【事 例】

A社及びB社は乗合バス事業を営む会社である。A社の主要な営業地域は甲市であり、B社の主要な営業地域は乙市である。甲市は、東北地方の中央に位置する甲県の県庁所在地であり、その人口は約20万人である。乙市は、東北地方の太平洋側に位置する乙県の県庁所在地であり、人口約100万人の政令指定都市である。甲市と乙市との間の主要な移動手段には鉄道(JR)と自動車があるが、その移動に鉄道で約2時間30分、高速道路を利用した自動車で約3時間を要する。

甲市ではA社及びX社の2社の乗合バス事業者が、乙市ではB社、C社、Y社及びZ社の4社の乗合バス事業者が営業しており、所有バス台数による市場占有率(シェア)は、A社が甲市で75%、B社が乙市で50%である。なお、C社は乙市で30%のシェアを有している。

最近、高速バス(都市間を結び、停車する停留所を限定して運行する急行系統で、運行系統キロがおおむね50キロメートル以上の乗合バスをいう。)の運行について、国土交通省の規制が緩和され、新規参入が原則として自由となった。この結果、鉄道よりも料金が安いことから、高速バスの人気上昇している。市場調査によれば、甲市-乙市間についても、高速バスに対する相当の需要が見込める状況にある。A社は、当初自社単独で甲市-乙市間の高速バスを運行する計画を立てたが、同社は乙市に営業地域を有しないため、乙市内のバス乗場及び車庫、乙市に在住する職員の確保等が困難であって、自社のみではその運行が困難であることが明らかとなった。同時に、他社の参入可能性についても調査したところ、甲市、乙市を主要な営業地域とする各社は、いずれも単独で甲市-乙市間の高速バスを運行することは事業経営上困難であろうとの予測結果が出た。

そこで、A社から、B社に対して甲市-乙市間の高速バスの共同運行を打診したところ、同社は関心を示し、この2社の間で高速バスの共同運行を行う計画が検討された。

ところで、甲市で一日のバス乗降客数が圧倒的に多いのは甲駅バスターミナルであるが、同ターミナルはA社の所有に係る施設であり、X社はその運行に係るバス路線のバス乗場をA社から賃借しているところ、その賃貸借契約においては、X社が当該乗場をどの運行路線の停留所として利用するかについてA社の承認が必要であるとされている。また、乙市において、ビジネス街、学校等に近接し、一日のバス乗降客数が格段に多いのは乙駅バスターミナルであるが、同バスターミナルにバス乗場を設置し、保有しているのは、乙市を主要な営業地域とする乗合バス事業者の中でB社及びC社の2社のみであり、ほかの2社は、乙駅から約1キロメートル離れた繁華街に2社共同のバスターミナルを設置し、主として郊外の住宅地との間の路線を運行している。

A社及びB社は、協議の結果、2社で甲市-乙市間の高速バスを共同運行することで合意に達した。その共同運行計画として合意した事項は次のとおりである。

- (1) 2社は、2社間で決定した運行時刻表に従って、各社のバス及び運転手を提供して高速バスを運行する。
- (2) 2社は、それぞれ自社の発券所において高速バスの乗車券を販売するが、乗客の混乱を避けるため、乗客は2社が販売した切符によりいずれのバスにも乗車できることとする。

一方、運賃の設定方法等については合意に達せず、なお複数の案を検討中である。それらの案とは、①案(共同運行である以上、2社の公平の観点から2社で協議して運賃を決定する。)、②案(運賃は各自で決定し、運賃の配分も行わない。)、③案(運賃は各自で決定することとするが、運賃売上げは共同でプールした上で、各社の運行回数比によって配分する。)の3案であり、いまだ決着をみていない。

〔設問 1〕

あなたはA社から相談を受けた弁護士である（ただし、設問1に限る。）。

A社の担当者は、①案ないし③案について、「A社とB社がJR、自家用車に対抗して高速バスを共同運行するものであり、共同で運行時刻表を決定し、その決定に従って、それぞれのバスを運行させるのであるから①案が自然であり、また運営上も最も支障がないので望ましいということになった。他方で、バスの機材、人件費等を各社で負担するものであり、①案については法的リスクがあるかもしれないという危惧が呈され、②案が提出された。しかし、②案では、いずれのバスに乗客が乗車するか否かにかかわらず、発券した会社が売上げを保持し得ることとなり、バスの運行と無関係に収益が定まるから、不公平となるという反論が出された。そこで、折衷的に③の案が提案された。」と説明した。

上記(1)、(2)の内容の共同運行計画を前提として、運賃の設定等に関する①案ないし③案を比較しつつ、それらの案についての私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点とその考え方を論じ、最大の利益が確保でき、かつ独占禁止法に抵触しないような案を示しなさい。

〔設問 2〕

その後、A社及びB社は、独占禁止法に抵触しないような内容で運賃の設定方法を定めた共同運行事業協定を締結し、甲市－乙市間の高速バスの運行を開始したところ、人気を博し、当初期待した以上の売上げを達成した。また、高速バスへの乗換えを希望する乗客が、一般道においてもA社又はB社の乗合バスを利用する例が多くなったため、A社の甲市、B社の乙市におけるシェアは、それぞれわずかながら増加した。

そのような状況をみたX社は、甲市－乙市間の高速バスへの参入を企画し、C社に対して、共同で新規に甲市－乙市間の高速バスを運行することを提案した。C社も、X社の提案に対して前向きに応じ、両社による協議が開始された。

他方、C社は、X社の提案を契機に既存のA社及びB社による共同運行への参加についても検討したところ、A社及びB社の共同運行への参加の方がより採算性が高いとの試算結果が出た。そのため、C社は、A社及びB社に対して、その共同運行への参加を申し入れたところ、両社がこれに応じたため、X社との協議を打ち切り、A社及びB社の共同運行に参加することとした。

A社、B社及びC社の3社は、協議を進め、本件共同運行事業の協定に以下のような条項を盛り込んだ。すなわち、「本件共同運行に、3社以外のほかの事業者を加入させないものとする。また、甲市－乙市間の高速バスを運行し、又は運行しようとする3社以外のほかの事業者から甲駅又は乙駅内のバスターミナル内のバス乗場の利用の申出があった場合は、これを拒否する義務を負う。これに反した場合には、ほかの2社にそれぞれ違約金1億円を支払うものとする。」という条項である。その趣旨は、各社にとって、この高速バス事業は初めての試みであって、当該事業に必要な初期投資、すなわち、トイレ設備を有し、リクライニング仕様に優れた新車両の導入や新路線の停留所の設置、広告宣伝などかなりの費用が必要であるため、相応の利益を確保し、投資金額を最大限回収し得るようにすることにあった。

以上のA社、B社及びC社の共同運行事業の協定について、独占禁止法上の問題点を論じなさい。

【第2問】(配点：50)

以下の事例を前提として、各設問に答えなさい。

【事例】

1 X社は、東京都内において「A」という商号、商標を用いてピザ等の宅配を行うフランチャイズシステムによる事業活動を行っている。

Aは、人気タレントを起用した広告・宣伝活動を行い、低価格でカジュアルなブランドイメージを訴求することにより、一気にそのシェアを伸ばしたが、競合業者の行う同様の宅配ピザ・フランチャイズであるB、Cが急速にAを追い上げてきている。A、B、Cは、それぞれピザ等の宅配を行うフランチャイズシステムであるが、そのピザ等の品質、販売促進活動等について現時点で有意な差はない。

各加盟店は、X社とフランチャイズ基本契約(以下「本件契約」という。)を締結して、Aフランチャイズシステムに加盟した上、拠点となる営業店舗1個所を設け、ここからピザ、サラダ類、ドリンク、デザート等の宅配を行うこととなる。

2 本件契約の内容は、①X社は加盟店に対し、そのピザ等の宅配に係る営業に関し、Aという商号、商標を使用することを許諾すること、②X社は、Aフランチャイズシステム本部として、顧客に対して統一的形象を確保し、各加盟店の営業を維持するため、加盟店に対する営業指導、統制を行うことができること、③加盟店は、ピザ等の売上げを基礎として一定の方式で算定されるロイヤルティをX社に支払うことを根幹としている。

また、本件契約では、加盟店の義務として、本部であるX社の定める営業方針等に従って営業を行うことなどが定められており、加盟店が本件契約上の義務に違反した場合には、X社は、本件契約を解除できるとされている。

3 本件契約に基づいて本部が定めた営業細則には、加盟店が従うべき営業方針等が規定されており、本部はそれに沿って加盟店に対する営業指導と統制を行っている。その営業方針等と営業指導・統制は、下記の(1)ないし(3)のとおりである。

記

(1) 加盟店が営業店舗で調理して顧客に提供するピザ、サラダ類については、本部において、その品目、価格等を定めることとされ、加盟店が、これと異なる品目又は価格等でピザ、サラダ類の提供をすることは認められていない。このため、本部において、それらの品目、価格等を記載したチラシを印刷し、これを、加盟店に配布して使用させている。

また、加盟店が顧客に提供するドリンク、デザートは、Aという商標が使用された同フランチャイズ固有の規格の商品であり、X社が、加盟店にこれらを卸売し、加盟店は、これらを本部の定めた価格で顧客に販売提供することとされ、これらの品目、価格等も前記のチラシに記載されている。

(2) 加盟店が顧客から受注してピザ等の商品の宅配を行う範囲(以下「営業範囲」という。)については、加盟店間で競合が生じないように、本部において、各加盟店の拠点となる営業店舗からの配達時間、距離、人口数等を勘案して、それぞれの営業範囲を具体的に指定している。そして、X社のホームページにおいても、地域ごとに各加盟店の営業範囲が地図上に色分けして表示されており、また、本部が加盟店に配布して使用させる前記(1)のチラシにも、各加盟店の営業範囲が明示され、チラシの配布もその営業範囲に限って認められている。その上で、加盟店の営業範囲外の顧客から電話等による注文がされたときは、注文を受けた加盟店はその地域を営業範囲とする加盟店にその注文を転送し、その転送先加盟店が受注して宅配を行うこととされている。

(3) 本部は、加盟店が提供するメニューの統一性を確保し、食材の安全性を保障し、また食材を一括購入することによるスケールメリットを生かす必要があるという理由から、加盟店に対し、ピザの生地、具材等の原材料となる食材、調味料等をX社と提携関係にある輸

入食材卸売業者Y社から仕入れることを義務付けている。

4 ところで、甲社は、平成16年2月1日、X社との間で本件契約を締結し、Aフランチャイズシステムの加盟店として、東京都世田谷区内において店舗を設け、ピザ等の宅配の業務を開始したが、平成17年夏ころ、その営業範囲内に相次いでB、Cの新店舗が開店したため、次第に甲社の客足が減少し、営業成績が落ち込む事態となった。

そこで、甲社は、本部の了承を得ることなく、平成18年初めころから、①甲社にピザ等の注文をした顧客に対し、次回以降の甲社のピザ等の宅配の注文時に、ピザ、サラダ類、ドリンク、デザートなどの代金の20%を割引するという有効期間無期限・利用回数無制限のクーポン券を配布すること、②甲社店舗の営業範囲には、同じくAフランチャイズシステムに加盟する乙社の店舗の営業範囲が隣接しているところ、乙社店舗の営業範囲のうち、甲社店舗からバイクで15分程度（Aフランチャイズシステムが各加盟店の営業範囲を定めるに当たっては、配達時間に関しては15分程度を目安としている。）の所要時間で宅配が可能である地域に、甲社が独自に作成し、甲社店舗の営業範囲を記載しない折り込みチラシを配布し、当該地域の顧客からのピザ等の宅配の注文も受注すること、③甲社がY社から仕入れている外国製のハムやチーズなどの食材については、食材輸入商社であるW社から同一製品を約2割低い価格で購入できることから、これらについてはW社から仕入れることによって仕入経費を削減するなどの対策を講じたところ、同年末ころまでに営業成績が好転した。

ちなみに、クーポン券の利用者は甲社の顧客の8割程度に上っているほか、W社からの食材の購入金額は甲社の食材の仕入金額の半分程度になっている。

5 前記甲社の行為が開始された後、乙社店舗の売上げの30%が、売上粗利益の50%がそれぞれ減少した。X社は、平成19年夏ころ、乙社から自己の営業範囲内の顧客が甲社に奪われているとの苦情を受けて調査をしたところ、前記4の事実を確認したため、甲社に対し、平成20年4月1日、3か月以内に前記4の①ないし③の各行為をやめなければ、契約上の義務違反により甲社との契約を解除すると通知した。

〔設問1〕

あなたは弁護士として甲社から、前記の事例について公正取引委員会に独占禁止法違反による申告ができないかという相談を受けた。X社による前記3の(1)ないし(3)の各営業方針等とそれに基づく営業指導・統制が独占禁止法に違反するか否かを検討しなさい。

〔設問2〕

さらに、あなたは弁護士として甲社から、X社による本件契約の解除を回避するための法的措置を依頼された。そのための独占禁止法に基づく訴訟の提起の可否について検討しなさい。

平成21年

[経 済 法]

[第1問] (配点：50)

1 A、B及びCの各社はいずれも、事業者向けの商品Xを製造販売する機械メーカーであり、各社のXの市場占有率(シェア)は、Aが50%、B及びCが各25%である。A及びB(以下「両社」という。)は、Xに関し、最近、需要が低迷し部品の値上がりが著しいことから、コスト削減の方策として、①部品の共同購入及び②共同物流会社の設立を計画している。

2 部品の共同購入について

両社の製造販売するXの主要部品の規格や仕様は共通している。そこで、両社は、共同購入によるスケールメリットを活用して、部品の購入費用を引き下げること考えている。具体的には、個々の部品ごとに両社の購入予定数量を合計した上で、部品メーカーとの交渉窓口をA又はBに一本化し、その合計数量で単価をどこまで引き下げることができるかを交渉し、両社にとって最も有利な条件の購入先1社から同一単価で当該部品を購入することにする。その際、両社は、部品メーカーとの交渉のベースとなる各部品の調達予定金額の目安を設けることにするが、さらに、この調達予定金額の目安を検討する前提資料とするために、Xの販売量が落ち込まない範囲内で想定できるXの販売価格の上限を協議し決めておくことも検討している。

なお、両社のいずれにおいても、この共同購入の対象となる部品の購入費用は、Xの製造コストの約80%であり、Xの製造コストは、製品価格の約80%である。また、この共同購入の対象となる部品は、Xのみに使用されており、我が国でこれを製造している部品メーカーは3社である。

3 共同物流会社の設立について

Aは千葉県千葉市内にある自社の工場、Bは大阪府堺市内にある自社の工場それぞれXの製造をしているが、両社の需要家は全国に散在しているため、従来は、Aは九州の需要家へも千葉市内の工場から、Bは北海道の需要家へも堺市内の工場から、それぞれ自社トラックで配送していた。そこで、両社は、トラックの利用効率の向上や配送時間の短縮等を図るため、Aが51%、Bが49%の割合で出資してXの物流業務を行う共同出資会社甲を設立し、それぞれ保有しているX配送用のトラックを甲に譲渡して、甲において以下のような方法で配送することを考えている。なお、両社とも、物流コストは、製品価格の約10%を占めている。

(1) 甲の従業員は、両社からの出向者とし、いずれからの出向であるかを問わず、両社製のXについて配送業務に従事する。

(2) 千葉市及び堺市の各工場に甲が運営する共同物流センターを設け、各共同物流センターは、両社製のXを一定数在庫し、1台のトラックが両社製のXを積載して配送する混載方式を採る。

(3) 両社は、それぞれの受注に関し、需要家の名称及び所在地並びに受注数量、納期及び販売価格(単価及び値引き額等)を記載した納品書を甲に送付し、甲の従業員は、各共同物流センターの輸送能力や両社製のXの在庫状況を勘案して、最も効率的に配送できるよう、トラック配備及び配送ルート进行调整する。

[設 問]

前記の①部品の共同購入及び②共同物流会社の設立の各計画について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(以下「独占禁止法」という。)上の問題点を分析して検討しなさい。

〔第2問〕（配点：50）

A電機株式会社（以下「A」という。）は、東京都に本店を置き、家電製品の小売業を営む者である。Aは、平成12年ころから、その販売する家電製品が低価格であることにより顧客の支持を獲得し、関東地方を中心に東日本地域全域で店舗数を急速に拡大するとともに、売上高を伸ばしている。Aは、平成18年以降、東日本地域の家電小売業において売上高第1位になっている。

東日本地域では、Aのような業態をとるいわゆる家電量販店には、AのほかB及びCなどが存在する。A、B及びCはそれぞれ東日本地域の主要な都市に参入しており、各社の都市部におけるシェアは多少異なるが、おおむね次のとおりである。家電小売業全体で見ると、いわゆる家電量販店の合算シェアは50%程度を占め、Aは第1位でシェア25%から30%、Bが第2位でシェア10%前後、Cが第3位でシェア5%前後である。家電小売業全体における家電量販店を除く家電小売店（以下「家電専門店」という。）の合算シェアは50%程度であるが、ほとんどが小規模事業者でありシェア0.5%を超える家電専門店は存在しない。

このような状況において、Aは、5年後には全国の主要な地域において売上高第1位になることを目標に掲げ、全国に本格的に進出することとした。また、Aは、そのため東日本地域における経営基盤を強化することとした。そこで、Aは、次の(1)及び(2)の方針を採ることとした。

(1) Aは、まず中部地方に進出することとし、平成21年6月1日に名古屋に3店舗を開店する。その新規開店セールとして、今後1か月間、毎週末に販売キャンペーンを行い、週末ごとに各店において先着50名に対していわゆる格安パソコンを2000円で販売する。なお、Aはこの格安パソコンを3万円で仕入れたが、その後新型製品が販売されたために、旧型製品となっている。

(2) Aは、その地盤である東日本地域において販売活動を強化するために以下の販売キャンペーンを行う。①我が国で販売されている主要な液晶テレビのメーカー4社（以下「4社」という。）の37インチ及び40インチの液晶テレビ（以下「本件液晶テレビ」という。）を、今後3か月間、それぞれおおむね14万円及び19万円で販売する。②本件液晶テレビの販売台数には制限を設けない。本件液晶テレビをキャンペーンの対象にしたのは、Aが有力市場調査会社Dに依頼して行ったアンケート調査により、消費者が購入したいとする家電製品中トップにあったことから、消費者にアピールすると考えたためである。

Aは、本件液晶テレビを4社から直接仕入れているが、このキャンペーンに際して4社と個別に仕入価格の交渉をした結果、4社からそれぞれ毎月1万台以上を仕入れることを条件に、1台当たりの仕入価格を37インチテレビについては15万円、40インチテレビについては18万円で購入することに成功している。他の家電量販店及びすべての家電専門店は、Aのような大量購入ができないために、本件液晶テレビの仕入価格は37インチテレビでは16万円、40インチテレビでは21万円をいずれも上回るものと見込まれる。

なお、Aにおいて、本件液晶テレビの販売に係る経費及び総務部門や店舗全体を運営し管理するために要する経費等の諸費用は、テレビ1台当たり2万円である。したがって、Aの本件液晶テレビの総販売原価、すなわちテレビの仕入価格にこの諸費用2万円を加えた金額は、37インチテレビについては17万円、40インチテレビについては20万円である。

〔設問〕

弁護士甲は、Aの前記方針が独占禁止法に違反しないかどうかAから相談を受けた。甲は弁護士としていかなる回答をすべきか述べなさい。なお、解答するに当たり付加的な事情を考慮すべき場合には、そのような事情を補って述べなさい。

平成22年

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

A社は、若手デザイナーの手作りアクセサリを販売する携帯電話専用のウェブサイトα（以下「サイトα」という。）を運営する事業者である。同様のウェブサイト（以下「アクセサリサイト」という。）を運営している事業者としては、ほかにBないしDの3社があるが、これらのアクセサリサイトで販売されるアクセサリ（以下「本件アクセサリ」という。）は、①若手デザイナーによる崭新なデザインであること、②手作りであるため同じものが2つとないオリジナル商品であること、③価格が5000円前後と比較的低廉であることなどから、高校生を中心に人気を博している。

アクセサリサイトに出品するデザイナーは、専ら本件アクセサリの製作と販売のみを行っているが、これらのデザイナーには一定レベル以上のデザインセンスや製作技術が求められ、そのようなデザイナーの数は限られている現状にある。ちなみに、このようなアクセサリは、A社等が運営するアクセサリサイトでのみ販売されており、それ以外のデパート、宝飾店、ブティック等で入手することは困難である。

A社は、サイトαに出品するデザイナーを登録制とし、以下の態様でサイトαを運営している。

- (1) A社に登録したデザイナーは、出品するアクセサリの写真、材質等の商品情報及び自らが設定した販売価格を電子データでA社に送付し、A社は、これをサイトαに掲載する。
- (2) A社は、サイトαに出品されるアクセサリの更新情報を消費者に対して電子メールで提供し、登録デザイナーに対しては本件アクセサリの売筋情報（以下「売筋情報」という。）を提供する。なお、売筋情報は、登録デザイナーにとって消費者の嗜好を把握する上で貴重な情報源になっている。
- (3) 本件アクセサリの購入希望者は、サイトαの画面を通じて商品を注文し、A社は、その注文を出品者である登録デザイナーに取り次ぎ、商品は、当該デザイナーが購入者に直接宅配便で納品する。また、商品代金は、携帯電話会社の料金課金システムを通じてA社に支払われ、A社は、その販売価格に一定率を乗じた手数料相当額を差し引いて出品者である登録デザイナーに送金する。なお、購入された本件アクセサリの売買契約は、当該デザイナーと購入者間で成立し、商品のクレーム等の責任は、当該デザイナーの負担とすることがサイトα上に明記されている。

AないしD社のアクセサリサイトにおける売上高の比率は、A社が40%、B社が25%、C社が20%、D社が15%となっており、A社の手数料率は25%、BないしD社のそれは21%である。しかし、サイトαは、アクセサリサイトの先駆的存在で知名度が高く、そのアクセス数も最多で、携帯電話のディスプレイ上、最上段に表示されることなどから、消費者へのアピールが強く、デザイナーにとって最も重要な出品先と認識されており、有力な国内若手デザイナーのほとんどは、A社に登録している。

以上の状況下、E社は、AないしD社と同様の事業を始めた。E社は、AないしD社と異なり、消費者への更新情報や登録デザイナーへの売筋情報の提供を行わないが、その手数料を15%に抑えているため、近時、E社のアクセサリサイトにおける売上高が急速に伸びてきている。

そこで、A社が調査した結果、A社のみならずE社にも登録したデザイナー（以下「A・E登録者」という。）が相当数存在することが判明した。A社としては、A・E登録者がA社の提供する売筋情報を利用して本件アクセサリを製作し、その販売は、より手数料の安価なE社のサイトを利用するというのでは、自社が提供した売筋情報を無償で利用される結果となるので容認できないとの考えから、今後、A・E登録者に対し、A及びE社の双方に登録することは認めない旨申し入れ、仮にA社に登録しているにもかかわらずE社のアクセサリサイトに出品した場合は、以後、当該デザイナーのアクセサリの商品情報等をサイトαに掲載しないこととし、そのことをE社に登録していないA社の登録デザイナーにも周知するとの方策を考えている。

〔設 問〕

弁護士甲は、A社から、前記対策が私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）に違反しないかどうかを相談された。甲は弁護士としていかなる回答をすべきか述べなさい。

〔第2問〕（配点：50）

Y市では、昭和30年代に下水道を整備したが、近時、下水道管が老朽化し水漏れ事故が急増している。このような状況は各自治体で起きているが、多くの自治体では、下水道管の取替えよりも大幅な経費の節約となることから、下水道管の内部を補修する下水道管更生工事を行うようになり、その発注件数が増えている。下水道管更生工事には、甲工法及び乙工法の2つの工法がある。甲工法が従来採用されていた工法であるが、この数年、甲工法より高い技術を求められるものの、甲工法より約20%費用を節約できる乙工法が普及しつつあり、大規模及び中規模の建設会社は乙工法を施工できるようになっている。Y市内には、甲工法を施工できる建設業者がA、B、C、D、E及びFの6社あり、乙工法を施工できる建設業者は、そのうちのA、B、C及びD（以下「4社」という。）である。Y市は、下水道管更生工事の契約者を市内業者の中から指名競争入札の方法によって決定しており、工法については甲工法又は乙工法のいずれを採用してもよいこととしている。

Aの営業部長rは、B、C及びDの営業部長s、t及びuに呼び掛けて交渉した結果、平成21年2月1日、Aの会議室で開かれた会合において、これらの間で、(1)同年4月1日以降入札が行われるY市発注に係る下水道管更生工事については、あらかじめr、s、t及びuの間で話し合いにより4社のうち各入札で指名された者の中から受注予定者を決定すること、(2)4社の間でその受注金額ができる限り均等になるようにすること、(3)受注予定者の落札金額については、その者におおむね20%程度の粗利が確保できる水準とし、受注予定者とrの協議により受注予定者を含めた4社のうち各入札で指名された者の入札金額を決定し、rにおいて事前にその金額を当該入札参加者に連絡することを合意した。rが、E及びFの担当者に参加を呼び掛けなかったのは、E及びFの担当者はそれらの従来の入札態度からいずれにせよ談合に協力すると予想されたとし、協力しなくても甲工法はコストが高いことから大部分の談合は成功すると考えたからである。

ところが、AがY市内において労働災害を起こしたことから、Y市は、平成21年3月1日から1年6か月の間、Aを指名停止とした。そこで、rは、同月5日、Aの会議室においてs、t及びuと再度会合を開き、B、C及びDの受注する下水道管更正工事の半分についてAが下請に回り、受注者からその利益の50%を受け取るよう求めたところ、s、t及びuはこれに同意した。

Y市の下水道管更生工事の入札は、平成21年4月1日から平成22年5月9日まで25件が行われ、rが上記の方法で受注調整を行った結果、B、C及びDがそれぞれ8件を落札し、そのうち12件についてAは下請となった。

E及びFの担当者は、これに先立つ平成21年1月20日、Dの営業部長uと偶然会った際に、uから、談合を行うべくr、s及びtと交渉中である旨を聞いた。E及びFの担当者は、それぞれ、近い将来、自ら乙工法の技術を取得できる見込みであることから、談合に協力しておけば、その後は談合に参加させてもらい談合により落札できるようになると考えて、自らは落札できないと考えられる価格で入札してきた。しかし、1件については、Fが想定落札価格の計算を誤り、落札した。

公正取引委員会は、平成22年5月10日、関係各社に立入検査を行った。

〔設問1〕 A、B、C、D、E及びFの行為は独占禁止法に違反するといえるか検討しなさい。

〔設問2〕 上記の事案で、仮に、平成21年3月15日に公正取引委員会が立入検査を行ったことにより、同年4月1日からの入札につき1件も受注調整をすることができなかった場合、A、B、C、D、E及びFの行為は独占禁止法に違反するといえるか検討しなさい。

平成23年

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

A社とB社は、いずれも、化学メーカーである。A、B両社は、多くの競合する化学製品を製造販売しているが、このうち、甲製品の需要が、近年、減退傾向にあり、収益が悪化していることから、共同新設分割の方法により、出資比率各50%の共同出資会社C社を設立し、それぞれが営む甲製品の製造販売事業を全てC社に承継させることを計画している。A、B両社は、甲製品に不可欠の原料である乙製品の製造販売も行っている。国内で製造されている乙製品の約40%が甲製品の原料として使用され、乙製品の製造販売業者にとって甲製品の製造販売業者は重要な顧客である。そこで、C社には、A、B各社から、乙製品の開発及び営業に長年従事してきた従業員についても、数名ずつを、従業員として出向させることなどが予定されている。

甲製品の製造販売分野は、次のような状況にある。甲製品は、4種類のグレードに分かれ、それぞれ用途が異なっているが、甲製品の製造販売業者は、4種類全てのグレードの甲製品を製造販売しており、設備、コスト、時間のいずれの面においても、それぞれ異なる種類のグレードに転換して製造販売することが容易である。甲製品の製造販売業者の市場占有率(シェア)は、平成22年度末現在、A社20%、B社20%、L社13%、M社10%、N社10%、O社7%、輸入20%となっている。近年、甲製品の需要が減退傾向にあり、L社、M社、N社、O社は、いずれも、甲製品の製造設備の稼働率は低く、製造設備に余裕がある。また、数年前までは、甲製品の輸入品は、低価格であるものの、品質面で劣り、供給も不安定であったことから、ほとんどなかったが、近年では、韓国、中国からの輸入品の品質が向上し、輸入品と国産品との間に品質の差がなくなり、安定的に輸入が増加している。甲製品の輸入についての法規制も存在しない。甲製品のユーザーは、全国的に所在しており、甲製品の製造販売業者は、これに対応して甲製品を供給している。ほとんどのユーザーは、複数の取引先から購入しており、甲製品の品質に差がないことから、購入先を変更することは容易であり、実際にも、購入先を変更することが珍しくない。

一方、乙製品の製造販売分野は、次のような状況にある。乙製品の製造販売業者のシェアは、平成22年度末現在、A社35%、B社30%、S社10%、T社10%、U社7%、V社6%、輸入2%となっている。乙製品の需要も減退気味であるが、S社、T社、U社、V社は、いずれも、近年、乙製品の製造設備を縮小させてきており、製造設備に余裕がない。乙製品のユーザーは、甲製品の製造販売業者を含め、安定調達を優先する傾向が強く、輸送時間が掛かる海外メーカーよりも国内メーカーから購入しており、今後もこの傾向に大きな変化はないものと認められる。乙製品の製造販売には、数百億円規模の巨額の投資が必要とされるところ、過去40年間、新たに乙製品の製造販売事業に進出した事業者は存在しない。用途によっては、丙製品が乙製品に競合し得ることもあるが、現在のところ、その程度は、小さいものにとどまっている。乙製品の製造販売業者とそのユーザーとの取引は、甲製品の製造販売業者との取引の場合を含め、比較的固定的な関係にあり、取引先が変更されることは少ない。

〔設 問〕

A、B両社によるC社の設立について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(以下「独占禁止法」という。)上の問題を検討し、併せて独占禁止法上の問題を解消するための対策についても検討しなさい。

〔第2問〕（配点：50）

X1～X20の20社（以下「本件20社」という。）は、甲市において、道路運送法上の一般乗用旅客自動車運送事業を営む事業者（以下「タクシー事業者」という。）である。甲市は、タクシー事業について独立した市場（交通圏）を形成しており、同市における本件20社のタクシー保有台数の合計は、全タクシー事業者の保有台数の約80%を占めている。

A社は、甲市におけるタクシーの「共通乗車券事業」を営む株式会社であり、その株主の大部分は本件20社で占められている。なお、ここで、「共通乗車券」とは、タクシー事業者の集金合理化及びタクシーの乗客の利便を図るために発行されるもので、タクシーに乗車する客が、その券面に、タクシー事業者を支払うべき料金・運賃の額を記載して、当該タクシー事業者に手交することにより、複数のタクシーの中から選択して乗車することができる乗車券である。そして、「共通乗車券事業」とは、特定のタクシー事業者のタクシーに乗車し得る対象とする共通乗車券を発行するとともに、あらかじめ共通乗車券の使用に関する契約を締結した官公庁・企業等から、当該タクシー事業者に代わって、使用された共通乗車券の券面に記載された額に係る金銭を回収する事業である。また「共通乗車券事業に係る契約」とは、A社とタクシー事業者との間で締結される、共通乗車券の発行方法や手数料等に関して定めた契約である。

共通乗車券が利用できるタクシーは、そうでないタクシーに比べて乗客の獲得上有利であることから、甲市のタクシー事業者の大部分が、A社と共通乗車券事業に係る契約を締結し、同事業を利用している。なお、甲市におけるA社の共通乗車券の利用率は、全タクシー事業者の運賃・料金収入の合計の約25%であり、他は、現金やクレジットカードによる支払である。また、甲市においてA社以外に同様の共通乗車券事業を営む者は存在しない。

タクシー事業者は、タクシーの運賃・料金につき、道路運送法に基づく国土交通大臣の認可を受けてこれを適用しているが、近年は、あらかじめ設定された上限額と下限額の範囲内であればほぼ自動的に認可がなされる「自動認可運賃」制度が採用されている。そこで、かつては、認可された運賃・料金が全てのタクシー事業者間で同一であった甲市においても、同制度を利用して、初乗り運賃が他社より低い運賃（以下「低額運賃」という。）の認可を受ける事業者が現れた。

これに対し、かねてから、A社の共通乗車券を利用する乗客が低額運賃タクシーに奪われていることに不満を持っていた本件20社は、低額運賃による客の奪い合いが、歩合制で働く乗務員に収入減による過重労働を強いて、交通事故の増加につながる危険があることが問題にされるようになったことから、A社を交えて低額運賃タクシーに対する対策を話し合う会合を開催することにした。そして、話し合いの結果、本件20社は、タクシー事業の収益を維持し安全性を確保するためには、低額運賃タクシーの抑制を図ることが必要であり、そのために、低額運賃のタクシー事業者には、A社の共通乗車券事業を利用させないようにするとの方針を採用することで一致し、会合の席上、A社に対して、今後は、低額運賃のタクシー事業者と共通乗車券事業に係る契約を締結しないよう要請した。A社は、本件20社が共通乗車券事業の主要な利用者であり、かつ同社の株主の多数を占めることから、この要請に従い、以下の具体的な措置を講じた。

- (1) 従来から低額運賃を適用していたP、Q、Rの3社との共通乗車券事業に係る契約を解約し、以後、新たな契約の申込みにも応じないことにした。
- (2) 新たに甲市のタクシー事業に参入したS社とT社が、共通乗車券事業に係る契約の申込みを行ったのに対し、低額運賃を適用しているS社については、これに対する回答を留保し、その後、当該契約を締結していない。

〔設問〕

上記の、X1～X20の20社及びA社の行為について、独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

平成24年

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

A社、B社、C社及びD社(以下「4社」という。)は、いずれも石油を原料とする化学製品甲の製造販売をしている。国内における甲製造販売業者には、4社のほかにX社、Y社及びZ社があり、我が国における市場占有率は、上位から順に、X社30%、A社15%、B社14%、Y社14%、Z社13%、C社6%、D社4%となっているほか、輸入製品が4%となっている。上記各社の甲の品質にはほとんど差はない。また、輸入製品は、国内製品よりも若干低価格であるものの、その分品質がやや劣っていることもあって、購入者は特定の需要者に限られており、ここ10年ほど輸入製品の市場占有率に変化はない。なお、甲に代替する商品はない。

甲製造販売業者は、甲を直接需要者に販売しており、需要者との間で価格交渉を行い、個別に価格を決定している。甲は、石油製品である乙を分解して得られる化学物質を原料としているため、乙の市場における価格(以下「乙価格」という。)が甲の製造コストに大きく影響する関係にあり、従来から、甲製造販売業者は、甲の販売価格を引き上げる際、乙価格の上昇を理由としてきている。

甲の市場占有率の状況は、工場立地等の関係から、東日本地区と西日本地区で大きく異なっており、X社及びY社は、主に東日本地区において販売しており、A社、B社及びC社は、主に西日本地区において販売しており、Z社は東日本地区でしか、また、D社は西日本地区でしか販売していない。西日本地区における市場占有率は、上位から順に、A社32%、B社24%、C社14%、X社10%、D社10%、Y社8%となっている。以上のような市場状況は、ここ十数年変化はなく、各社の製造設備は基本的に従前の取引量を前提としたものとなっているため、短期的に製造量を増やすことは各社とも難しい状況にある。また、甲製造販売業者とその需要者との取引は、固定的な関係にあって取引先が変更されることは少ない。

以上のような市場状況の下で、4社は、かねてから、3か月に1回程度の割合で、営業部長による会合(以下「部長会」という。)を開催し、主として西日本地区における甲の販売に関する情報交換を行っていた。平成16年には、乙価格が高騰したため、部長会において、西日本地区における甲の販売価格の値上げについて合意し、この合意に基づいて各社が顧客との値上げ交渉を行い、一部顧客との間で値上げに成功したことがあった。また、平成18年春頃から再び乙価格が上昇してきたことから、同年6月に開催された部長会において、西日本地区における甲の販売価格の値上げについて合意し、この合意に基づいて各社が顧客との値上げ交渉を行い、一部顧客について同年8月販売分からの値上げに成功したことがあった。

〔設問1〕

その後、乙価格は安定していたが、平成20年に入ってから上昇が続いたことから、同年6月15日に開催された部長会(出席者は、A社のP部長、B社のQ部長、C社のR部長、D社のS部長)において、P部長は、「A社としては、乙価格の上昇傾向が深刻なので、今年の8月販売分から、西日本地区の顧客に対する甲の販売価格を1キログラム当たり10円をめぐりに引き上げたいと考えている。これまでも4社が同調して値上げした場合には、ある程度値上げに成功しているので、今回もB社、C社、D社にも同時に値上げをお願いしたい。」旨を述べたところ、S部長も賛同した。これに対して、Q部長は、「B社としては、需要が伸び悩み値下げ要求も出されている中で、値上げについて取引先の理解を得ることは難しいと考えている。値上げは時期尚早である。」と述べ、R部長は値上げの是非についての態度を明らかにしなかった。そのため、同日の部長会は明確な結論を出すことなく終了した。

上記部長会を終えて帰社したP部長は、それまでの経緯から、「A社が先行して値上げを実施すれば、他社も追随するのではないか。」と考えた。そこで、A社は、以後、B社、C社及びD社との間で部長会等の会合を開催することなく、同年8月販売分について西日本地区の顧客との値上げ

交渉を開始した。もっとも、A社は、顧客との交渉開始に先立って、「8月販売分から甲の販売価格を1キログラム当たり10円の値上げをすべく、まず西日本地区の顧客との交渉を開始する。」旨の新聞発表を行い、P部長は、上記新聞発表と同じ頃に、Q部長、R部長及びS部長に対し、「A社は、8月販売分から甲の販売価格を値上げいたします。」という内容のメールを一方向的に送信した。B社、C社及びD社は、いずれもA社の値上げ交渉開始から数日ほど遅れて、同年8月販売分について西日本地区の顧客との値上げ交渉を開始し、結果として、4社ともおおむね1キログラム当たり10円近い値上げに成功した。Y社は、上記新聞発表によってA社の値上げを知り、直ちに同年8月販売分について西日本地区の顧客との値上げ交渉を行い値上げに成功した。

この場合の4社及びY社の行為は、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）に違反するといえるか検討しなさい。

〔設問2〕

平成21年になると乙価格は低下し、しばらく安定していたが、平成22年暮れ頃から上昇に転じ、平成23年になってもその傾向に変化はなかった。4社は、同年2月15日に開催された部長会（出席者は、A社のE部長、B社のF部長、C社のG部長、D社のH部長）において、乙価格の上昇によるコスト増を甲の販売価格に転嫁する必要があるとの結論に達し、同年4月販売分から、西日本地区の顧客に対する甲の販売価格を1キログラム当たり10円をめぐりに引き上げること、顧客との値上げ交渉の進捗状況について情報交換するために、同年4月10日に再度部長会を開催することを合意した。

上記2月15日の部長会を終えて帰社したG部長は、部長会における合意の内容を上司に報告したところ、「独占禁止法上の問題があるのではないか。以後、他社とは関わりを持たないように。」との指示を受けた。そこで、C社は、他の3社に何ら連絡をすることなく、同年4月販売分について西日本地区の顧客との値上げ交渉を行わなかった。また、G部長は、急に別の予定が入ったという虚偽の連絡を入れて、同年4月10日に開催された部長会を欠席した。C社を除く3社は、同年4月販売分について西日本地区の顧客との値上げ交渉を行った。その結果、A社及びB社は、一部顧客との間で値上げに成功したが、D社は、大口取引先に拒否されるなどしたために、結果として値上げに成功しなかった。

この場合の4社の行為は、独占禁止法に違反するといえるか検討しなさい。

〔第2問〕（配点：50）

X社は、特殊な植物から抽出した栄養成分を主とする栄養機能食品（注）αを製造・販売する大手食品メーカーであり、自社製品を甲というブランド名で販売している。

αは、近年の健康志向の増大により市場が拡大しているが、独自の製法を必要とすること、原料である植物の調達が可能ではないことから、αを製造・販売するメーカーは6社に限定されている。また、価格より品質を優先する消費者の傾向とあいまって、メーカー間の価格競争はほとんど行われていない。なお、αの類似品としてβがあり、栄養機能食品の対象となる栄養成分はαとほとんど異ならないが、当該栄養成分を抽出する植物が異なることから、多くの消費者にとってβの栄養機能はαよりも大きく劣ると考えられており、仮にαの価格が大幅に引き上げられたとしても、αに代えてβを購入しようとする消費者はほとんど存在しない。

甲は、他社製品に比べて栄養成分の体内吸収率が高いこと、X社の知名度の高さ、テレビでの有名タレントを使ったコマーシャルなどから人気商品となっており、その市場占有率は40%で第1位で、2位以下を大きく引き離している。なお、他社の市場占有率は、A社18%、B社15%、C社11%、D社9%、E社7%である。そして、甲を指名して購入する消費者も少なくないことから、栄養機能食品の販売業者にとっては、これを取りそらしておくことが不可欠の製品となっている。

甲の流通経路は、(1)卸売業者を経て、薬事法上の許可を受けた薬局及び店舗販売業者（以下「薬局・薬店」という。）の店頭で販売されるものが9割以上を占めているほか、(2)インターネットを通じた販売（以下「ネット販売」という。）が新たに登場してきている。(1)に関しては、X社は、資本・人員・保管設備などの良否を勘案して、各都道府県ごとに卸売業者1社を選んで代理店とし、それらの者のみに甲を販売している（以下「代理店卸売業者」という。）。代理店卸売業者は、各都道府県を担当地域として当該地域内で積極的な販売を行うよう義務付けられているが、他の都道府県での販売に特に制約は課されていない。(2)に関しては、インターネットのホームページを通じて注文を受け、宅配業者が配送するもので、無店舗のインターネット販売業者（以下「ネット販売業者」という。）がこれを手掛けている。その場合、ネット販売業者は、薬局・薬店相互の間で在庫調整や換金の必要性などから低価格で取引されている甲を、薬局・薬店から購入してその販売に充てている。ネット販売は、店舗や人員のコストが節約できることなどから、薬局・薬店の店頭での販売価格に比べて5%～10%ほど安いことが多く、最近、その売上高は増加傾向にある。

X社は、当初から、ネット販売業者によるネット販売が、薬局・薬店による店頭での販売と異なり、①甲の摂取目安量や摂取方法について、顧客の求めに応じて説明やアドバイスを行う機会がなく、製品の栄養機能が十分に発揮できなくなるおそれがあること、②甲は、品質保持のため摂氏15度以下の冷暗所での保存が必要なところ、その配送や保管における温度管理が不十分となり、品質が劣化するおそれがあることを理由に、これに消極的な姿勢を採ってきた。そして、このままネット販売業者によるネット販売が拡大すると、上記①②により甲のブランドイメージが損なわれる危険が大きいと考え、今後はこれを行わせないようにするとの方針を決定し、そのために以下のような方策を採ることを考えている。

- ① ネット販売業者に甲が販売されないようにするため、甲を扱っている薬局・薬店に対し、甲を、専ら一般消費者に対してのみ販売するよう要請する。
- ② ①の要請を遵守させるため、代理店卸売業者に対し、肉眼では見えない製品の隠しロット番号を用いた取引先の薬局・薬店の監視を義務付け、同要請に従わない薬局・薬店には甲を販売しないようにさせる。

〔設問〕

X社が実施しようとしている上記①及び②の方策について、独占禁止法上の問題点を指摘して検討しなさい。

(注)「栄養機能食品」とは、栄養成分（ビタミン・ミネラル）の補給のために利用される食品であり、同食品として、その栄養成分の機能を表示して販売するためには、健康増進法に基づき、一日当たりの摂取目安量に含まれる当該栄養分量が、定められた上・下限値の基準の範囲内である必要がある。また、摂取目安量や摂取方法等についての注意喚起表示を行う必要がある。他方、それは、薬事法上の許可を受けた薬局及び店舗販売業者でなければ販売することができない「医薬品」には該当しないから、これ以外の者であっても販売することができる。

平成25年

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

X社は、自動車の重要な構成部品甲（以下「甲」という。）のメーカーであり、主な取引先は、日本国内の自動車メーカーである。X社の甲の日本国内における販売シェアは40%であり、甲のメーカーは日本国内には他に5社存在している。なお、甲に代替し得る製品は存在しない。

X社は、最近、甲の革新的な新しい製造方法（以下「新製造方法α」という。）の単独開発に成功し、そのノウハウ技術（注）を保有している。新製造方法αは、旧製造方法に比べて、甲の品質を大きく向上させ製造コストも大幅に削減させるものであることから、短期間のうちに、旧製造方法は全て新製造方法αに取って代わられるものと予測された。もともと、開発した新製造方法αを実施するためには、別途、専用の製造装置が必要であった。しかし、X社は、製造装置メーカーではなく、当該製造装置を単独では開発できないため、従来から株式の相互保有関係にあった製造装置メーカーのY社と当該製造装置を共同開発することとし、Y社に対して製造装置の開発に必要な新製造方法αのノウハウ技術を開示した上で、共同開発を行った。X社及びY社による共同開発の結果、新製造方法α向けの製造装置を製造するための技術の開発に成功し、Y社は、当該開発した技術を用いた新製造方法α向けの製造装置βを製造することにも成功するに至った。

甲の製造装置メーカーは、日本国内にY社の他に4社存在する。現時点では、X社及びY社が共同開発した新製造方法α向けの製造装置βの競合品は存在しないものの、甲の製造装置の分野は、技術開発が活発な分野であり、他の4社の技術開発能力に照らして、少なくとも数年のうちには、新製造方法α向けの代替製造装置を製造するための新技術の開発を行うとともに、当該新技術を用いた新製造方法α向けの代替製造装置を製造する見込みが高い。

X社は、今後、新製造方法αのノウハウ技術を甲の他のメーカーにも利用許諾（以下「ライセンス」という。）することを考えているが、ライセンス先のメーカーが、ライセンスを受けた新製造方法αのノウハウ技術を基に甲の他の製造装置メーカーと共同して代替製造装置に係る新技術の開発を行う場合には、甲の他の製造装置メーカーに新製造方法αのノウハウ技術が漏えいするおそれがあると考えている。また、X社は、Y社と行った製造装置βの共同開発に要した費用を回収するには数年掛かると考えている。そこで、X社は、新製造方法αのノウハウ技術の秘密性を保持するとともに、Y社との共同開発に要した費用を回収するために、甲の他のメーカーに対し新製造方法αのノウハウ技術をライセンスするに際し、新製造方法α向けの製造装置を、Y社が製造する製造装置βに限定し、Y社から購入することを義務付けることを計画している（以下「本件計画」という。）。)

〔設 問〕

X社の本件計画について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点を分析して検討しなさい。

(注) ノウハウ技術とは、公知となっていない技術的知識及び経験又はそれらの集積であって、その経済価値を事業者自らが保護・管理するものを指し、おおむね、不正競争防止法上の営業秘密のうちの技術に関するものをいう。

〔第2問〕（配点：50）

A協会は、水上スポーツ用の船舶である商品乙（以下「乙」という。）の普及と発展を目的として設立された団体であり、乙のメーカーであるX1-X5の5社及び乙を取り扱う販売店のほとんど全てがその会員となっている。A協会は規約で総会、理事会等を設けており、メーカー5社及び主要な販売店数社が理事会のメンバーになっている。

メーカー5社の合計シェアは、日本国内で販売される乙のほとんど全てを占めている。また、乙の大部分は、メーカーから販売店を経てユーザーに販売されている。なお、乙は、用途・機能が特定されていることから、他に代替品は存在しない。また、乙には大型と小型の区別があり、両者の小売価格には約1.5倍程度の開きがあるが、いずれも、ユーザーにとっての基本的な用途・機能に差異は存在しない。

乙は、マリンスポーツの人気の高まりとともに売上げを伸ばしてきたが、販売台数の増加とともに、船舶の動作不良とユーザーの操縦ミスが複合した転覆や衝突事故が増加し、これがマスコミでも報道されるようになった。また、事故時における損害賠償をめぐるトラブルが多発するようになった。そこで、A協会は、これらの事態に対処して乙に対する信頼を維持するための方策を理事会で話し合い、以下のような内容の「対策要綱」をまとめて、これを実施しようと考えている。

- (1) ユーザーによるメンテナンスの不備、並びに長期間使用されることによる船舶の経年劣化が動作不良発生の原因であると考えられたことから、メンテナンスの必要性の認識を喚起するとともに船舶の使用期間の適正化を図ることを目的として、これまでは明確に定められていなかった乙の「耐用年限」についての自主基準を設けることとする。

従来、乙の平均使用期間は約8年であったが、5、6年を経過する頃から事故発生率が上昇するというデータが得られたこと、実際に多くの会員メーカーが、修理や保守の経験に基づき、目安となる耐用年限を5年程度としていたことから、適切な保守・点検により安全性が維持できる期間として、耐用年限の自主基準を一律に5年間とする。

その場合、製品の耐用年限を設定するか否か、また耐用年限を設定する場合に上記の自主基準に従うか否かについては、会員メーカーの自由とし、これより長い、又は短い耐用年限の製品を製造し販売することは制限しないこととする。

- (2) 乙については、賠償責任保険の加入者が少ないことが、事故時に損害賠償をめぐるトラブルが多発する主因だと考えられたことから、トラブル防止のため、会員メーカーは、保険会社との間で、メーカーが保険料を負担する乙向けの商品付帯賠償責任保険Wに係る契約を締結し、自社の乙にこの保険Wを付帯して販売しなければならないこととする（注）。

乙に付帯する保険Wの保険期間は1年とし、どの保険会社の保険を選択するかは、会員メーカーの自由に任せる。また、メーカーが負担する保険料を乙の卸売価格に転嫁するかどうかについても、各社の判断に委ねることとする。なお、現在、保険Wを取り扱っている保険会社は2社であるが、本対策要綱の実施を念頭に置いて、更に数社が新たに取扱いを計画している。

〔設問〕

上記の「対策要綱」(1)、(2)について、独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

（注）乙向けの商品付帯賠償責任保険Wは、メーカーを保険契約者、当該メーカーの乙を購入したユーザーを被保険者とする保険で、この保険が付帯された乙を購入したユーザーは、保険料を負担せずに補償を受けることができる。

平成26年

[経 済 法]

〔第1問〕（配点：50）

A社は、消費財甲製品のメーカーである。

甲製品の用途には、乙製品を用いることもできるが、乙製品は甲製品に比べて品質が大きく劣ることから、甲製品の代わりに乙製品が用いられることはほとんどない。甲製品のメーカーは、日本国内には、A社のほか3社存在している。甲製品は、外国でも製造・販売されているが、外国製の甲製品は日本へほとんど輸入されていない。

日本国内では、甲製品の最終利用者には大口の利用者と小口の利用者とが存在するが、大口利用者向けと小口利用者向けとでは、甲製品の取引数量や取引価格などに大きな差が存在している。日本における甲製品の販売全体に占める割合では、数量、金額とも大口利用者向けが圧倒的割合を占めている。

甲製品は、大口利用者向けには、甲製品のメーカーが大口利用者向け販売業者に対して販売し、大口利用者向け販売業者が大口利用者に対して販売している。小口利用者向けには、甲製品のメーカーがホームセンター等の量販店に対して甲製品を販売し、量販店がその甲製品を小口利用者に対して販売している。甲製品を小口利用者向けに販売するほとんどの量販店では、A社を含め全てのメーカーの甲製品が販売されている。大口利用者向け販売業者の中には、自らの判断でA社の甲製品のみを取り扱う販売業者も存在するが、多くの大口利用者向け販売業者は複数のメーカーの甲製品を取り扱っている。A社の甲製品は、特に大口利用者間で広く認知され、強いブランド力を有しており、大口利用者向け販売業者においては、甲製品の品揃えの中にA社の甲製品を相当割合確保しておくことが重要となっている。

国内の甲製品の販売シェアは、甲製品全体、大口利用者向け、小口利用者向けのいずれにおいても、長期にわたり変化がなく、A社は、1位でおおむね70パーセントのシェアを占め、高水準の価格を維持してきた。

甲製品の国内需要は、長期にわたり低迷していたが、一昨年の終わり頃以降、経済をめぐる大きな環境の変化に伴い、その需要が急速に高まってきたことから、これまで甲製品を製造・販売したことの無い複数のメーカーが、国内で新規に甲製品を製造・販売することを計画するに至った。また、既存の甲製品のメーカーも、従来、需要低迷のため遊休状態であった製造設備を利用し、甲製品の製造を増大し始めている。A社は、このような大きな環境の変化に直面して、従来安定的に維持してきた自社の甲製品の販売シェアや販売収益に大きな影響が出てくるという危機感を抱くに至った。また、A社は、自社製品の販売先を確保することにより、自社の遊休製造設備をフル稼働させ、甲製品の製造コストを大幅に削減したいと考えた。

そこで、A社は、甲製品の大口利用者向け販売業者のうち、A社以外のメーカーの甲製品も併せ取り扱ってきた取引先販売業者の過半を占める販売業者との間において、当該販売業者の甲製品の購入全体に占めるA社の甲製品の割合の多寡に応じて販売価格からの割戻金を支払うこととし、その割合が高くなるにつれて高額な割戻金を支払い、割合が100パーセントとなる場合には最高額の割戻金を支払うことを約束するに至った。また、A社は、従来A社の甲製品のみを取り扱ってきた者との間で、今後も継続してA社の甲製品のみを取り扱う約束を取り付け、上記最高額の割戻金を支払うこととした。

その後、国内で新規に甲製品を製造・販売することを計画していたメーカーは、その計画を取りやめた。また、A社以外の甲製品の既存メーカーでは、取引先販売業者の数が減少し、取引数量も減少している。

〔設 問〕

上記のA社の行為について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止

法」という。) 上の問題点を分析して検討しなさい。なお、課徴金の賦課につき言及する必要はない。

〔第2問〕（配点：50）

X市は、X市内の道路舗装工事のうち、特定の条件を満たしたものについて、指名競争入札により発注していた。

この指名競争入札に参加できるのは、X市の資格審査に合格したA等級の建設業者（以下「A等級業者」という。）のみであり、A等級業者としては、AないしOの15社（以下、併せて「15社」という。）のほか5社（以下「5社」という。）が存在し、いずれも、X市又はX市に隣接する地域に本拠を置いていた。X市は、工事の内容、場所等を考慮して、工事ごとに15社及び5社の計20社の中から10社を指名していた。

X市は、平成24年4月1日から平成25年3月31日までの間に、上記の特定の条件を満たした道路舗装工事（以下「X市発注の特定舗装工事」という。）を50件（以下「50物件」という。）発注した。50物件のそれぞれにおいて指名された10社の中には、いずれも、15社及び5社に属する業者が含まれていた。

X市は、X市発注の特定舗装工事において、予定価格（注）を入札前に公表していたが、入札に指名した業者名は落札者との契約締結後に公表していた。

50物件中40物件（以下「40物件」という。）において、15社の中でX市から指名を受けた業者のうち当該工事の受注を希望する者は、他の14社に電話をするなどして、14社のうちの社が相指名業者になったのか、他に受注希望者がいるかを確認の上、自社が当該工事の受注を希望する旨を告げていた。40物件のうち、35物件（以下「35物件」という。）については、15社のうち受注希望を表明した業者が1社のみであったので、その業者が受注予定者とされた。

40物件のうち、5物件（以下「5物件」という。）については、15社の中に受注希望者が複数存在したため、当該受注希望者間の話合いで受注予定者が決定された。この受注希望者間の話合いにおいては、発注される工事の施工場所が自社に近い等の「地域性」、過去受注した工事の継続工事である等の「継続性」、その他の条件が考慮された。

40物件の全てにおいて、15社の中の受注予定者は、X市が公表する予定価格を参考にして自社の入札価格を決定した。受注予定者は、自社の入札価格が最低価格となるように15社の中の相指名業者の入札すべき価格をも決定し、当該相指名業者に対し、入札前までに、この価格を電話等で連絡した。

35物件のうち33物件、5物件のうち4物件は、受注予定者が落札したが、これら以外の3物件については、5社のいずれかが受注予定者より低価格で応札したため、受注予定者は落札できなかった。15社のうち、A、B、C、Dの4社は、50物件をいずれも落札しなかったが、40物件中の複数の入札において、15社の中の他の業者から、指名の有無や受注希望の有無を確認され、受注予定者から連絡を受けた価格で応札した。

50物件中、40物件以外の10物件（以下「10物件」という。）については、入札前に指名業者の確認、受注希望の表明及び価格の連絡が行われたことは、いずれも確認されていない。10物件中、15社のうちのいずれかの業者が落札した物件は7物件であった。

50物件について、落札価格が予定価格に占める割合（以下「落札率」という。）は、最高が99パーセント、最低が90パーセント、平均が97パーセントで、40物件の落札率と10物件の落札率に顕著な差はなかった。

〔設問〕

15社の行為について独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。なお、課徴金の賦課につき言及する必要はない。

（注） 予定価格は、競争入札を執行する者が、仕様書、設計書等に基づき入札に付する事項の総額について作成するものであり、予定価格の制限の範囲内で最低の価格による入札を行った者が落札

者となる。

平成27年

[経 済 法]

[第1問] (配点：50)

内装建材甲（以下「甲」という。）は、日本家屋の建築に欠かすことのできない内装建材で、日本の建材メーカーのみが製造販売しており、現在輸入はなく、近い将来輸入される見込みもない。現在のところ、甲に代替する内装建材は存在しない。甲は、その製造販売業者から建材専門商社に販売され、建材専門商社から住宅メーカーに販売される。甲は、比較的軽く、その輸送は容易である。甲の製造販売業者、甲を購入する建材専門商社及び住宅メーカーは、いずれも全国にその拠点を有している。甲の製造販売業者は、21社存在している。

X社を除く甲の製造販売業者20社（以下「20社」という。）の担当営業部長は、20年前から、「甲の会」を組織し、一般的な経済状況や景気動向、内装建材業界を取り巻く社会・経済環境、甲の安全基準などについて情報交換を行い、20社各社の事業運営に役立てている。「甲の会」の規則上の最高意思決定機関は総会であるが、実際には、会長1名及び副会長2名によって構成される幹部会において「甲の会」の方針等が決定されることが多く、20社の担当営業部長がこの幹部会による決定に異を唱えたことはない。X社は、甲の製造販売業者として比較的古参であり、高い知名度を維持する有力な事業者であるが、自社の営業担当者を「甲の会」に入会させず、20社とは一線を画する事業運営を行ってきた。なお、「甲の会」では、甲の価格、製造数量、販売数量、取引先などに関する情報交換は行っておらず、20社の間では比較的活発な価格競争が行われている。

近年、一般消費者の健康への意識が著しく高まっており、「甲の会」においても、甲の安全性への信用や評判が大きな関心事となっている。別の内装建材丙については、それに含まれる化学物質の種類や量に関する法令上の基準は遵守されていたが、昨年、一般消費者に皮膚障害をもたらすおそれのある化学物質が含まれていたということが大きく報道され、内装建材丙の需要が大幅に減退したことがあった。また、甲についても、近年、科学的根拠は不十分であるものの、一般消費者に皮膚障害をもたらすおそれのある化学物質が含まれているのではないかとという疑問を公にする消費者団体が現れている。このため、「甲の会」では、甲に含まれる化学物質の種類や量について、法令上の基準を遵守するだけでは不十分であり、法令上の基準を超える厳しい安全基準を設ける必要があるとの意見が大勢を占めるに至った。そこで、「甲の会」の幹部会は、甲に含まれる化学物質に関する新たな安全基準を設定することの是非を含めた検討を、甲に含まれる化学物質について専門的な知見があり、かつ、20社各社と利害関係のない大学の研究者3人に依頼することを決定し、これに基づいて、会長が同研究者らに依頼した。その結果、甲に含まれる化学物質に関する新たな安全基準が提言されたことから、「甲の会」の幹部会は、その提言どおりの安全基準を「甲の会」の自主基準として設定することを決定し、これに基づいて、会長が、20社の担当営業部長に伝達した。20社は、「甲の会」の自主基準であるこの新たな安全基準を採用し、これを遵守するに至っている。

しかし、X社は、「甲の会」が採用した安全基準に従っていない。「甲の会」の会長は、甲の古参の製造販売業者であるX社が「甲の会」の安全基準を遵守しないことにより、内装建材甲全体の信用や評判に悪影響が及ぶのではないかと恐れ、再三にわたり、X社に対して、「甲の会」の安全基準を遵守するよう説得を試みた。ところが、X社の経営者は、安全を軽視する発言に終始し、説得に応じなかった。そのため、「甲の会」の幹部会は、甲を取り扱う全ての建材専門商社に対して、X社から甲を購入しないよう要請することを決定し、これに基づいて、会長が、それら建材専門商社の担当者が一堂に会した会合において、その旨要請した。それら建材専門商社の担当者は、協議の上、この要請に応じることを申し合わせた。その後、それら建材専門商社のほとんどは、X社からの甲の購入を中止するに至った。このため、X社は、甲を販売する取引先を容易に見つけ出すことができなくなっている。

〔設 問〕

「甲の会」の会長が行った上記要請について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点を分析して検討しなさい。

〔第2問〕（配点：50）

A社は、電子部品甲（以下「甲」という。）のメーカーである。甲は、電子機器丙（完成品。以下「丙」という。）に搭載され、他に用途はない。甲のメーカーは、甲を製造して丙のメーカーに販売している。丙のメーカーは、甲を搭載した丙を製造して世界各国の販売代理店に販売し、販売代理店がそれを消費者に販売している。

世界中の多くの国の消費者が丙を使用している。しかし、丙の規格が国によって異なるため、消費者は一般に丙を自国で購入し、他国で丙を購入することはほとんどない。甲には、このような国ごとの規格の違いはない。

甲のメーカーは、過去には世界に10社以上存在していたが、買収や撤退などにより、平成21年末までにA社からH社までの8社に集約された。このうちA社、B社、C社は日本の企業、D社、F社は日本以外のアジアの企業、E社はヨーロッパの企業、G社、H社は米国の企業であった。その後、平成23年中にA社はB社を買収し、C社はD社を買収した。平成25年中にはE社がF社を買収した。その結果、平成25年末時点で、世界における甲のメーカーは5社となった。

これら甲のメーカーの平成22年、平成24年及び平成26年の各暦年における市場シェアの推移は、以下のとおりであった。

	平成22年	平成24年	平成26年
A社（日本）	20%	25%	25%
B社（日本）	10%	—	—
C社（日本）	15%	20%	15%
D社（アジア）	5%	—	—
E社（ヨーロッパ）	5%	15%	15%
F社（アジア）	15%	5%	—
G社（米国）	10%	25%	30%
H社（米国）	20%	10%	15%
合計	100%	100%	100%

平成24年及び平成26年のA社の数値はB社を買収した後のもの、平成24年及び平成26年のC社の数値はD社を買収した後のもの、平成26年のE社の数値はF社を買収した後のものである。日本における市場シェアの分布を見ると、日本の甲のメーカーの市場シェアが多少高くなる傾向はあるものの、上記のような世界における市場シェアの分布と有意な差異は見いだせない。

丙のメーカーは、平成26年末時点で、世界に15社存在し、日本、米国、アジア、ヨーロッパに偏りなく分布している。丙のメーカーの数や所在地は、平成22年以降ほぼ変動がない。

消費者は、丙の機能の高速化や大容量化を強く求めており、それを実現するためには、甲の機能が高速化、大容量化することが重要である。甲のメーカーは、それぞれ、甲の機能の高速化や大容量化のために既存の技術を発展させることのみならず、革新的な新技術の開発も行っている。それゆえ、甲に関する技術が進歩するスピードは速く、毎年1回以上、前のモデルより高速化、大容量化した新しいモデルの甲が発売されている。同時に、丙のメーカーに対しては、各国の丙の販売代理店及び消費者から厳しい価格引下げ要求があり、それはそのまま丙のメーカーからの甲のメーカーに対する強い価格引下げ要求に反映されている。

丙のメーカーが、特に自国の甲のメーカーのみから甲を購入する傾向はない。むしろ、丙のメーカーは、特定の甲のメーカーにおける製造設備の事故等により甲の十分な供給を受けられなくなることによって自社の丙の製造が中断する危険を回避するとともに、甲のメーカー間で価格競争を行わせることを目的として、国を問わず複数の甲のメーカーから甲を購入するのが通常である。しかも、丙のメーカーは、取引する甲のメーカーを固定化せず、甲のメーカーの技術能力や取引条件に

応じて取引する甲のメーカーを常時変更し、あるいは複数のメーカーからの甲の購入割合を常時変更している。

甲の販売価格に占める輸送費用の割合は数パーセント程度である。甲に関税を課す国は現時点では存在しない。また、甲の販売価格が、国によって大きく異なるという傾向はない。

世界における甲の需要は緩やかな増加基調にある。しかし、近年、甲とは科学的原理も技術も全く異なるが甲と同じ機能を有する新たな部品乙（国ごとの規格の違いはない。以下「乙」という。）が流通し始め、一部の丙のメーカーには、甲に代えて乙を自社の丙に搭載する動きがある。平成26年末時点で、乙の機能は、甲と比較すると20パーセント程度高速である一方、その価格は、甲より50パーセント程度高額である。これらの機能、価格の差異は技術の進歩を勘案しても当面大きく変わらないと予想され、数年のうちに丙のメーカー間で乙が広く普及する見込みはない。また、甲のメーカーは、既存の甲の製造設備を利用して乙を製造することはできない。

平成27年5月現在、A社は、甲に関する自社の技術と親和性、補完性が高い新技術を開発しているH社を買収し、甲の開発時間を大幅に短縮することを目的として、H社の株式の全部を取得することを計画している。

〔設 問〕

上記の状況において、A社が計画するH社の株式取得に関する独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

平成28年

[経 済 法]

〔第1問〕(配点：50)

A社は、日本で一般消費者向け電子機器甲（以下「甲」という。）の製造販売に従事する事業者である。甲は、平成21年に初めて販売された画期的な製品であり、世界全体で甲を製造販売している事業者は、現時点で、A社以外には、やはり日本に拠点を置くB社しか存在しない。A社とB社は激しくシェアを争っており、各社のシェアの年による変動は大きい。C社及びD社は、いずれも、日本で電子機器等に使用される部品の製造販売に従事する事業者である。平成24年に、A社は、甲の新しいバージョンを開発するに際し、C社に対して、甲の主要な部品乙（以下「乙」という。）の開発・製造を依頼し、そのために必要な技術情報を開示することを申し出た。C社は、この依頼を受け、A社が製造する新しいバージョンの甲向けに乙を開発・製造した上で、平成25年度から1四半期当たり約200万個から300万個の乙をA社に納入するようになった。平成25年には、A社は、D社に対しても、同様の依頼と申出を行い、D社は、この依頼を受けて、平成26年度から1四半期当たり約150万個から200万個の乙をA社に納入するようになった。A社が製造する甲に用いられる乙は、固有の仕様と性能を求められるため、A社が製造する甲以外の電子機器に転用することは不可能である。C社及びD社以外に、世界で乙の製造販売に従事する事業者としては、中国に拠点を置くE社が存在し、E社は、B社が製造する甲向けに乙を製造し、B社に納入していた。

平成26年12月頃、取引先の拡大を図ろうとしたE社は、A社に接近し、従来品と性能は同じだがより安価な乙を、A社が製造する甲向けにも開発できると持ち掛けた。その結果、A社は、E社に対しても乙の開発・製造を依頼し、必要な技術情報をE社に提供した。E社のA社に対する乙の納入開始は、平成27年12月頃に予定されている。E社がA社から乙の開発・製造の依頼を受けたことは、A社の調達担当者からの情報として、平成26年の年末までにはC社及びD社の取締役会において紹介されていた。

平成27年1月初旬、C社の営業担当取締役rとD社の営業担当取締役sは、C社とD社が共に参加する商品展示会に赴いた際の雑談の中で、従来のA社による乙の価格引下げ要求は極めて理不尽であり、原材料費が高騰している中でそのような要求がまかり通れば、乙の生産基盤が日本から失われかねないので、両社が一致協力してA社との交渉に当たるべきであるとの認識で一致した。そして、両社の協力の具体化のため、平成27年4月～6月期（以下「本期」という。）における乙の納入に関してA社と商談をする前に、互いにA社に提示する乙の価格について意見を交換し、かつ、A社との商談の内容について情報を交換する仕組みを構築することで一致した。なお、rとsは、それぞれC社とD社において、乙の価格を決定する権限を有していた。

これを受けて、平成27年2月初旬から、C社の営業課長tとD社の営業課長uは、それぞれ、上司であるrとsの指示を受けて、A社に提示する乙の価格及びA社との商談の様子について、電子メール（以下「メール」という。）による情報交換を始めた。その後tとuとの間でやり取りされたメールの宛名には常にrとsのメールアドレスも含まれており、rとsは、tとuとの間で交わされたメールの内容を把握していたが、自ら情報交換に加わることはなかった。uは、同月15日にtに送信したメールの中で、乙の単価（1個当たりの納入価格）について、従来は2800円とされてきたが、原材料費の高騰に鑑みて、本期分は3000円を提示したいと考えている旨を伝えた。tは、同日、これに対する返信メールの中で、乙の単価が2950円であっても、受注数量が200万個以上であれば採算が取れることから、A社との交渉では、2950円を下回らない範囲であれば許容範囲であると答えた。uは、同日、これに対する返信メールの中で、自分も同意見である旨を伝えた。

この意見交換の後、本期分の乙の単価として、C社は2990円を、D社は3000円をA社に提示した。A社は、C社及びD社との交渉の中で、B社との競争の厳しさを強調し、C社及びD社

に対する発注数量の配分を大幅に見直す可能性にも言及しつつ、当該単価を2930円以下とするよう強く求めたが、C社及びD社の両社とも、原材料費高騰のため、その水準では採算が取れないとして、これに激しく抵抗した。それぞれA社と交渉した結果、平成27年3月初旬に、本期分の乙の単価について、C社は2960円で、D社は2970円でA社と妥結した。tとuは、C社とD社がA社との間で交渉妥結に至るまでの状況を、逐一、メールで知らせ合い、その内容は上司のrとsにも伝わっていた。C社とD社は、それぞれA社と妥結した単価で本期分の乙を受注し、その受注数量は、C社が270万個、D社が200万個であった。

〔設 問〕

C社及びD社の上記行為について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点を分析して検討しなさい。

【第2問】(配点：50)

【前提】

A社、B社及びC社は、それぞれ健康維持のための消耗品である甲（以下「甲」という。）の製造業者である。日本には、これら3社のほか甲の製造業者が数社ある。各社の甲の販売金額が日本における甲全体の販売金額に占める割合（シェア）は、A社が55パーセント程度、B社とC社はいずれもおおよそ10パーセントから15パーセント程度である。A社、B社及びC社以外の甲の製造業者のシェアはいずれも10パーセント未満である。日本において、甲の輸入品はほとんど流通していない。過去において各社の順位やシェアに大きな変動はない。

甲の製造業者は、自社の製造した甲を小売業者に販売し、小売業者は、甲を一般消費者に対して販売している。小売業者は、小売業者の店舗に来店する一般消費者に対して販売する方法をとっている。A社は、製造した甲を小売業者に対して出荷するに際して、甲に書面（以下「納品書」という。）を添付し、小売業者に納入する製品の名称（甲）やその数量、出荷する製品（甲）の小売業者に対する販売価格、支払期限等を通知している。

一度A社製の甲を購入して使用したほとんどの一般消費者は、A社製の甲を店頭で指定し、継続的に購入することが通常である。このようにA社製の甲は一般消費者に高い評価を得ており、甲を販売する小売業者にとって、A社製の甲を取り扱うことは、その営業上不可欠となっている。

【設問】 下記(1)及び(2)の設問に答えなさい。

(1) 上記の【前提】に加え、以下の事情がある場合に、A社の行為について、独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

A社は、自社製の甲を取り扱う小売業者を全国的な範囲で相当数確保し、維持するために、A社の取引先である小売業者の全てがある程度の利益を確保できることが、必須であると考えていた。

ところが、ある時期から、小売業者のうち、特に規模の大きい小売業者（以下「大規模小売業者」という。）が、甲の1個当たりの利益を少なくして一般消費者に対する販売価格（以下「小売価格」という。）を低くする一方、数量を多く販売することによってある程度の利益を確保する戦略により甲を販売し、A社製の甲もその対象とするとともに、そのように低めに設定した甲の小売価格について、一般消費者に対して大々的に広告を行って一般消費者に訴求することが常態化した。

A社は、小売業者による甲の小売価格の自由な広告は、規模の小さい小売業者をも全国的な範囲で相当数確保し、維持することが自社にとって利益になるというA社の考えに反する結果をもたらすと考え、自社の取引先小売業者が広告において一般消費者に対しA社製の甲の小売価格の表示を行った場合には、当該小売業者に対してそのような表示を行わないことを求め、これに従わない場合には、当該小売業者に対して甲の出荷を停止することを決定した。

かかる決定に基づき、A社は、納品書にあらかじめ「広告に小売価格を記載しないでください。」との文言を記載し、甲の出荷の度ごとに小売業者に通知した。また、A社の営業担当者は、取引先である大規模小売業者を度々訪問し、一般消費者に対する広告においてA社製の甲の小売価格の表示を行わないように要請するとともに、表示を継続する場合には出荷を停止する旨を説明した。

このようなA社の納品書の記載と営業担当者の説明により、A社の取引先である大規模小売業者は、おおむね、A社製の甲の小売価格を広告において表示しなくなった。

(2) 上記の【前提】に加え、以下の事情がある場合（(1)記載の事情はない）に、A社の行為について、独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

A社は、自社の甲の機能を改良し、現行の甲と比較して健康維持機能を20パーセント以上向上させ、他社製の甲に比べて高い顧客満足度を見込む甲の新製品（以下、A社製の甲の新製品を「新製品甲」という。）を開発した。A社は、新製品甲の販売開始に当たり、小売業者に対し、一般消費者に新製品甲の機能を説明することを求めることとし、具体的には小売業者の販売員がA社の定める研修を受講すること、そのように研修を受講した小売業者の販売員が一般消費者に対して新製品甲の機能や取扱方法の説明を行うこと、小売業者の販売員が新製品甲の機能の説明を行うために必要な機材を購入することを、全ての取引先小売業者に義務付け、これに応じない小売業者とは新製品甲の取引を行わないことを決定した（以下「本決定」という。）。

これ以前にA社が、取引先小売業者に対し、A社製の甲の販売に際して甲の健康維持機能や取扱方法の説明を消費者に行うことを求めたり、義務付けたりすることはなかった。

A社が本決定を行うに至ったのは、第一に、近時B社及びC社も、それぞれ自社の従来の甲の機能を改良した新製品を発売し、一般消費者を引き付け始めており、そのまま放置しておくと、近い将来、現在のA社のシェアを維持できなくなるおそれが生じていること、第二に、新製品甲の健康維持機能の向上を強く打ち出し、販売に当たって一般消費者に対して丁寧に説明することが、A社製の甲の一般消費者に対する訴求力を向上させ、A社製の甲を指定して購入する一般消費者を一層増加させると考えたことによる。

もっともA社の取引先小売業者の中には、本決定に従うと、販売コストが上昇し、それを小売価格に転嫁すると新製品甲の小売価格を引き上げざるを得ないことに懸念を有する者もいた。

このようなA社の取引先小売業者の懸念にもかかわらず、A社が本決定を小売業者に対して実施したところ、これに従ったA社の取引先小売業者の新製品甲の販売コストが上昇し、本決定がなかった場合に想定していた小売価格よりも高い小売価格で新製品甲を販売する小売業者も少なくなかった。

平成29年

[経 済 法]

〔第1問〕（配点：50）

A社、B社及びC社は、特定の化学物質の検査機器甲を製造して日本国内の検査機関に販売する事業を営んでおり、日本国内の甲の市場におけるシェアは、順に40パーセント、30パーセント及び30パーセントである。日本では当該化学物質に対する規制が特に厳しく、その規制に対応する甲が必要となるため、日本国内の検査機関においては、外国製の甲は使用されていない。A社製の甲は、他社製の甲に比してやや価格が高いものの、その機能と信頼性により高い評価を得ている。ただ、近年はB社及びC社も甲の機能向上と売り込みに力を入れており、甲の販売競争は激しくなっている。

甲は、1台数億円で販売される精密機器であり、その検査精度を維持するためには、年1回、当該甲を製造したメーカーによる定期点検を受けることが不可欠である。A社、B社及びC社は、甲の販売後10年間は無償で当該甲の定期点検を行っているが、10年経過後は、A社は1回につき600万円、B社及びC社も1回につき500～600万円の費用を徴収して定期点検を行っている。さらに、甲が古くなり不具合が度々生じるようになった場合には、当該甲を製造したメーカーにオーバーホール（部品単位まで分解して点検・洗浄を行い、新品同様の状態に戻すこと）を依頼することもできるが、その費用は、A社は1200万円であり、B社及びC社も同程度である。甲の仕様はメーカーごとに相当に異なり、当該メーカー固有の部品が使用されている箇所も多いため、当該甲を製造したメーカー以外の者が定期点検やオーバーホールを行うことは困難である。

甲を使用するには、メーカーごとの規格に適合する検査キット乙（消耗品）が必要である。A社製の甲向けの乙はB社及びC社製の甲には使用できず、B社及びC社製の甲向けの乙はA社製の甲には使用できない。A社製の甲向けの乙は、A社が製造販売しているほか、甲を製造していない日本国内の独立系事業者D社及びE社も近年製造販売を開始している。A社製の甲向けの乙1年分の販売価格は、A社は1000万円であるが、D社及びE社は800万円前後である。A社製の甲向けの乙の市場シェアは、現在はA社70パーセント、D社20パーセント、E社10パーセントであるが、D社又はE社製の乙でも使用上は特に問題ないとの評価が定着しつつあり、上記のような販売価格差もあって、A社製の乙のシェアは低下し続けている。乙の利益率（販売価格に占める利益の割合）は大きく、ここ数年、A社では乙の売上げが主要な収益源となっている。

近年、A社製の甲にD社又はE社製の乙を使用した際に異常な検査結果が出力されるトラブルが生じたとの報告が散見されるようになった。ただ、A社製の乙を使用した際に類似のトラブルが生じたとの報告もかねてより存在しており、D社又はE社製の乙の使用が上記のトラブルの原因であることが科学的に立証されるには至っていない。

A社は、D社又はE社製の乙の使用が上記のトラブルの原因である可能性は否定できず、D社又はE社製の乙が使用された場合には、定期点検だけでは甲の検査精度を保証できないとの理由により、今後販売する甲については、「顧客が当該甲に他社製の乙を使用した場合には、その使用後最初に到来する定期点検の時期においては、販売後10年経過前であっても、定期点検は行わず、600万円の追加費用の支払を条件としてオーバーホールを行う。オーバーホールの後に再び他社製の乙を使用した場合も、同様とする。」との約定を付して販売することを計画（以下「本件計画」という。）している。

〔設 問〕

本件計画の私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点について検討しなさい。

【第2問】（配点：50）

化学メーカーA社及びB社は、化学製品Xの日本国内メーカーである。A社及びB社の年間国内売上高は、それぞれ2000億円及び3000億円である。

Xは、化粧品、シャンプー等の原材料である。Xについては、かつては、別の2社も日本国内で生産を行っていたが、需要家である日本企業の工場の海外移転による内需の減退や輸入品の増加により採算性が悪化したため市場から撤退し、現在では、A社及びB社のみが国内生産を行っている。現在、A社は、Xを年間50万トン生産しており、X生産用のP工場を関東地方に保有している。他方で、B社は、Xを年間40万トン生産しており、X生産用のQ工場を関西地方に保有している。両社とも、専ら国内販売のみをしており、Xの年商はそれぞれ、A社が約100億円、B社が約80億円である。このほか、主にアジア諸国から年間10万トン前後のXが、主としてコンテナを用いて輸入されているが、日本国内の需要家のきめ細かな要求に十分応えられず輸入量が伸び悩んでいる。

Xの国産品と輸入品との間で品質差はない。Xの国産品の販売価格は輸入品の販売価格より若干割高ではあるが、A社及びB社は需要家の多頻度小口配送等のきめ細かな要求に応じているため、需要家は輸入品に比して割高な価格を受け入れている。このような事情から、国産品は、現在の市場シェアを過去5年程度は維持している。しかし、国内の需要家は、輸入通関統計などから輸入品の価格を容易に知ることができるため、この価格を参照して、A社及びB社に対して、常に、価格の引下げを求めている。

上記のとおり、日本国内におけるXの需要減退により、A社及びB社は余剰生産能力を抱えており、それぞれ稼働率は、A社が50パーセント、B社が40パーセントにすぎない。A社及びB社のいずれにおいても、生産設備維持のための固定費（生産量の変化に関わりなく生じる費用）の負担が重く、この固定費がXの製造原価の引下げ、ひいてはXの価格の引下げへの障害になっている。そして、A社及びB社のいずれにおいても、X事業については、過去3年にわたって営業赤字が継続しており、事業存続性が問題となっている。

【設問】

このような状況の中、A社及びB社は、厳しい事業環境にあるX事業の存続を図るため、次の(1)の事業統合あるいは(2)の業務提携を行うことを検討している。それぞれの事業統合案及び業務提携案について、独占禁止法上の問題点を検討しなさい。なお、Xの地理的市場は日本国内で画定されるものとする。

- (1) A社とB社は、それぞれのX事業を共同新設分割方式で切り出し、Xの製造及び販売を行う合弁会社を共同で設立する。その際、B社のQ工場は、X以外の製品の生産設備に転換することでXの生産をやめ、A社のP工場にXの生産を集約することにより、同工場の稼働率を大幅に引き上げて固定費を始めとする一単位当たりの生産コストを削減し、輸入品に価格面で対抗することを目指す。なお、この共同新設分割は、公正取引委員会に対して届出を行うことを要する。
- (2) B社は、Q工場の生産設備をX以外の製品の生産設備に転換するとともに、A社にXの生産を委託し、A社はその生産を受託するという、生産受委託（OEM）契約を締結する。そうすることにより、A社のP工場の稼働率を大幅に向上させ、生産コストの大幅な削減を目指す。なお、その際、B社は、A社によるXの生産に必要な主要原料（Xの製造原価の60パーセント程度）を、こうした委託生産に必要な量だけ、自ら生産し又は外部から調達して、A社のP工場に提供する。B社がA社に支払う生産委託費用は、主要原料費以外の製造原価の103パーセントとする。また、B社は、生産を委託したXの販売は自ら行うものの、当該販売に係る物流業務をA社に実費のみ支払って委託することとし、顧客及び出荷先に関する情報をA社に提供する。

平成30年

[経 済 法]

〔第1問〕（配点：50）

A社は、各種の合成樹脂を原料としたパイプやホースなどの管を製造販売する会社であり、資本金は200億円、年間売上げは2000億円、従業員の人数は2500人である。A社の主力商品の中には、X製品とY製品があり、両製品は合成樹脂を原料とした管製品であるが、X製品は専ら家庭用に用いられる一方で、Y製品は主として工場配管用に用いられる。また、原料価格の差を反映して、X製品はY製品の約2倍の価格となっている。なお、A社は、過去に、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）違反で排除措置命令や課徴金納付命令等の行政処分を受けたことはない。

ところで、平成30年4月1日午前、公正取引委員会の審査官がA社を訪問し、X製品とY製品の価格カルテルの疑いで立入検査を開始した。

その上で、審査官は、両製品の担当営業部長甲について、任意の事情聴取を行うために公正取引委員会への出頭を求めたが、甲は出張中でこれに直ちには応じられなかった。

同日午後になって、A社から委任を受けた弁護士乙は、甲の携帯電話に電話をかけて、事実関係を確認したところ、甲から、次のような説明を受けた。

- 1 甲がA社を代表して参加した平成29年1月中旬の業界団体の営業部長会合で、X製品とY製品の市況が話題になった。同会合には、A社ないしF社の6社の各営業部長が出席していた。なお、我が国における市場占有率は、X製品とY製品のいずれについても、ここ10年ほど、A社20パーセント、B社25パーセント、C社10パーセント、D社15パーセント、E社15パーセント、F社10パーセントとなっているほか、輸入製品が5パーセントとなっている。
- 2 同会合において、B社部長が、「最近、X製品の主要な原材料Zの価格が値上がり傾向にあり、このままでは各社とも採算が悪化してしまう。どうにか、原材料の値上がり分だけでも、平成29年4月1日以降のX製品の価格に転嫁できるよう努力したい。また、Y製品の価格も、通常X製品の価格と連動して決まるので、同時に値上げをしたい。皆さんの考えを聞きたい。」と発言した。
- 3 C社部長は、こうした話題について競争事業者と話をすることは社内では禁じられているとして、退席した。甲は、「当社では、製品価格について他社と合意をすることは禁止されているため、皆さんとの間での合意には参加できません。しかし、会議に参加することまでは禁止されていません。」と述べて同会合にとどまった。甲は、X製品の原材料Zの価格上昇にどう対応するのか日頃から悩んでいたこともあり、他社がどのようにコスト上昇分を製品価格に転嫁しようとしているのか知りたかったため、各社の議論を注意深く聞いていた。また、甲が他社から退席を求められることもなかった。
- 4 D社部長は、X製品の値上げについては原材料Zの値上がりを理由に顧客の理解を得られるだろうが、Y製品の値上げについては難しいだろうとの意見を述べた。E社部長とF社部長は、X製品とY製品のいずれについても、是非とも積極的に値上げを目指したいと発言した。
- 5 同会合の最後に、B社部長から、「大体皆さんの意見は分かりました。どうにか、原材料の値上がり分だけでも、うまく製品価格に転嫁できるように頑張りましょう。」という発言があり、散会となった。この1回を除くと、競争事業者間でX製品とY製品の値上げの議論をしたことはない。
- 6 甲は、X製品については他社も基本的には値上げの意向であると確信し、Y製品についても少なくともB社、E社及びF社の3社は値上げの意向であると判断して、これに同調すべく両製品の値上げの準備を開始した。そして、同会合の約1か月後の平成29年2月中旬に、B社がX・Y両製品について10パーセントの値上げを公表したのに続いて、同年3月1日、A社はX製品について10パーセント、Y製品について5パーセントの値上げを顧客に通告した。ほぼ同時期

に、C社もX・Y両製品について5パーセント、D社はX製品のみ10パーセント、E社及びF社はX・Y両製品について7パーセントの値上げを打ち出し、顧客との間での値上げ交渉に入った。なお、各社とも値上げ予定日を同年4月1日としていた。

7 甲は、この間の経緯をまとめた資料を自宅のパソコンに保管している。

A社におけるX製品とY製品の各売上げについては、平成29年1月中旬の業界団体の営業部長会合での話合いの翌日から平成30年3月31日までの間の総額は、X製品が100億円でY製品が80億円、値上げ予定日である平成29年4月1日から平成30年3月31日までの間の総額は、X製品が90億円でY製品が70億円であった。ただし、顧客側の値上げへの抵抗も強く、平成29年4月1日の時点で、X製品については平均で5パーセントの値上げしか実現せず、Y製品についてはほとんど値上げが実現しなかった。

〔設 問〕

- (1) 上記の甲の説明内容が全て真実であることを前提として、A社ないしF社の6社の行為について、独占禁止法に違反するといえるか論点を挙げて検討しなさい（同法第8条について言及する必要はない。）。
- (2) 仮にA社が独占禁止法に違反したと考えられる場合、想定されるA社の課徴金の金額を算出しなさい（立入検査の日の前日を課徴金算定の基礎となる実行期間の終期と仮定する。）。また、弁護士乙として、A社に対して、同社の責任を軽減するために採るべき手段及びそれに必要な行為に関して助言すべき内容を検討しなさい（助言日は平成30年4月1日とする。）。

〔第2問〕（配点：50）

個人旅行や仕事上の出張のためにホテルや旅館等，国内の宿泊施設を予約する方法は，近年様変わりしている。宿泊日数ベースで見ると，インターネットを通じて予約するものが40パーセント，旅行業者を通じて予約するものが35パーセント，電話やファクシミリで直接予約するものが15パーセント，その他が10パーセントである。インターネットを通じて予約する場合には，直接，ホテルや旅館のウェブサイト（以下「サイト」という。）において行うこともできるが，インターネット上で宿泊施設を検索，比較して予約できるサービスを提供するオンライン旅行予約サービス事業者（以下「OTA」という。）を通じて予約することもできる（その割合は，OTAを通じて予約するものが9割，宿泊施設のサイトで直接予約するものが1割である。）。国内の宿泊施設の予約について前年度にOTAが仲介した取扱高のシェア（宿泊日数ベース）は，A社35パーセント，B社30パーセント，C社20パーセント，D社10パーセント，E社5パーセントである。OTA各社は，国内の主要なホテルや旅館等と契約を結び，OTAを通じてユーザーが予約できるようにしている。国内の宿泊施設は，大規模なホテルチェーンも存在するが，大部分は中小事業者である。

OTAは，ホテルや旅館等の宿泊施設から委託を受けて，当該宿泊施設の写真や動画，文字データ等をOTAのサイト上に掲示する。宿泊施設は，ユーザーがOTAを通じて当該宿泊施設に予約した場合に，宿泊料金の一定割合に当たる手数料を当該OTAに支払う。宿泊施設は，通常，複数のOTAと契約を結ぶとともに，自らのサイトでもユーザーの予約を受け付けるものが多い。他方，OTAは，ユーザーに対して，ユーザーが宿泊を予定する日に一定地域内の宿泊施設を利用できるかどうかを検索し，他の宿泊施設と比較して予約することを可能にするサービスを無料で提供している。これらのサービスを提供するため，OTAは，相当の費用を掛けて自社のサーバーやコンピュータシステムを開発・保有・運用している。ユーザーがOTAを通じて特定の宿泊施設を選択して予約した場合，契約はユーザーと宿泊施設の間に成立する。また，OTA各社は，自社のサイトを通じて予約したユーザーに対して成約額の一定割合をポイントとして付与し，次回以降，宿泊料金の全部又は一部をポイントで支払うことを可能にすることにより，自社を通じた予約を促そうとしている（ポイントは宿泊施設のサイトで直接予約した場合には使えない。）。

ところで，A社は，宿泊料金の10パーセントを手数料として受領しているところ，最近，低い手数料しか受け取らないことにより安い宿泊料金をホテルや旅館等に提示させようとする事業者がこの分野に新規参入の準備をしていること，また，ホテルや旅館等がOTA各社のサイト上で提示するものより5パーセント程度安い宿泊料金やユーザーに有利なキャンセル条件等を当該宿泊施設自身のサイト上に提示している場合があることに気付いた。これらを放置しておくと，

ア オンライン旅行予約をめぐる競争が激化する

イ OTAのサイトを利用して宿泊施設を検索，比較しておきながら，予約は当該宿泊施設のサイトにおいて行うユーザーが増え，検索・比較サービスは無料で利用されるのにOTAには手数料が入らない

ことから，その対策として，A社は次の2つの案を検討している。

第1案は，ホテルや旅館などA社と契約する宿泊施設は，A社のサイト上で提示する当該宿泊施設の宿泊料金，朝食の有無，提供される部屋の数と等級，キャンセル条件等（以下「宿泊料金等」という。）が，当該宿泊施設自身のサイト上で提示するもの，及び，新規参入事業者を含む他のOTAのサイト上で提示するものと同じか，より有利になる（例えば宿泊料金でいえば，A社のサイト上で提示される料金が他の全てのサイト上の料金と同じかそれより安くなる）ようにしなければならない旨の契約条項を導入するというものである。

第2案は，上記イの対策として，A社と契約する宿泊施設は，A社のサイト上で提示する当該宿泊施設の宿泊料金等が，当該宿泊施設自身のサイト上で提示するものと同じか，より有利になるようにしなければならない旨の契約条項を導入するというものである。

A社がいずれかを導入すると、B社及びC社も同様の契約条項を盛り込むことが予測される。D社及びE社も上記イの問題に気付いたが、通常の手数料とは別に、ユーザーが検索・比較サービスを利用する際に自社に発生する費用を、毎月、取引相手であるホテルや旅館等に「サービス利用料」として支払ってもらうことを検討している。

〔設問〕

A社が検討している上記の両案について、独占禁止法第2条第9項第6号ニに基づく一般指定第12項に該当するかどうか、【資料】も参照しながら検討しなさい。

なお、解答に当たっては、複数のOTAの提供するサイトを横断的に検索して、これらのサイト上の情報を一覧できるサービスを提供するメタサーチサービス事業者や検索エンジンといわれる一般的な検索サービスを提供する事業者を考慮する必要はない。また、外国の宿泊施設やユーザーについても考慮する必要はない。

【資料】

○ 公正取引委員会事務局「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(抄)

第1部

3 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準

(1) 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準についての考え方

垂直的制限行為は、(略)競争に様々な影響を及ぼすものであるが、公正な競争を阻害するおそれがある場合に、不公正な取引方法として禁止されることとなる。垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかの判断に当たっては、具体的行為や取引の対象・地域・態様等に応じて、当該行為に係る取引及びそれにより影響を受ける範囲を検討した上で、次の事項を総合的に考慮して判断することとなる。

なお、この判断に当たっては、垂直的制限行為によって生じ得るブランド間競争やブランド内競争の減少・消滅といった競争を阻害する効果に加え、競争を促進する効果(略)も考慮する。また、競争を阻害する効果及び競争を促進する効果を考慮する際は、各取引段階における潜在的競争者への影響も踏まえる必要がある。

- ① ブランド間競争の状況(市場集中度、商品特性、製品差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性等)
- ② ブランド内競争の状況(価格のバラツキの状況、当該商品を取り扱っている流通業者等の業態等)
- ③ 垂直的制限行為を行う事業者の市場における地位(市場シェア、順位、ブランド力等)
- ④ 垂直的制限行為の対象となる取引先事業者の事業活動に及ぼす影響(制限の程度・態様等)
- ⑤ 垂直的制限行為の対象となる取引先事業者の数及び市場における地位

各事項の重要性は個別具体的な事例ごとに異なり、垂直的制限行為を行う事業者の事業内容等に応じて、各事項の内容も検討する必要がある。例えば、プラットフォーム事業者が行う垂直的制限行為による競争への影響については、プラットフォーム事業者間の競争の状況や、ネットワーク効果等を踏まえたプラットフォーム事業者の市場における地位等を考慮する必要がある。

(略)

令和元年

〔経済法〕

〔第1問〕（配点：50）

A, B, C, D, E, F, G, H, I, Jの10社（以下「10社」という。）は、各地の農業協同組合（以下「農協」という。）が競争入札等の方法により発注する穀物の乾燥・調製・貯蔵施設及び精米施設（以下「穀物貯蔵等施設」という。）の建設を請け負う事業者であり、他に当該建設を請け負う事業者は存在しない。A, B, C, D, E, F, Gの7社（以下「7社」ともいう。）は、一定の技術的水準を満たした農業施設を建設できる能力を有し、かねてより、穀物貯蔵等施設工事の指名競争入札においては、7社のうち複数の者が指名されることが多かった。10社は穀物貯蔵等施設以外の施設・設備の建設工事も行っており、特にH, I, Jの3社（以下「3社」ともいう。）は、穀物貯蔵等施設を建設することもできるが、主たる事業分野は農業施設以外の建設工事であり、穀物貯蔵等施設の建設能力は相対的に低かった。

穀物貯蔵等施設工事に当たっては、農業振興のための補助金が平成28年度から3年間の予定で国や都道府県から農協に交付されることとなった（以下、当該補助金が交付される穀物貯蔵等施設工事を「特定農業施設工事」という。）。当該補助金の交付を受けるための条件として、農協は3者以上の事業者を指名して行う競争入札を実施することが必要であり、補助金事業として3年間に相当数の特定農業施設工事の指名競争入札が実施される見込みとなった。

これを受けて、A, B, C, D, E, F, Gの7社は、平成27年12月から数次の会合を経て、平成28年1月30日の会合で、特定農業施設工事の入札について、均等な受注機会の確保と受注価格の低落防止を図るため、

- (1) 指名を受けた事業者（以下「指名業者」という。）は、Aに当該特定農業施設工事を受注する意思の有無を連絡する
- (2) 受注を希望する者が1社の場合は、その者が受注予定者となり、受注を希望する者が複数の場合は、会合を開いた上、7社において受注予定者を決定する
- (3) 受注予定者以外の指名業者が入札すべき価格は、受注予定者が定めてAに連絡する
- (4) Aは受注予定者以外の指名業者に、受注予定者が定めた価格で入札するよう連絡するなどにより、受注予定者を決定し、受注予定者が受注できるようにすることに合意した（以下「本件合意」という。）。

H, I, Jの3社は、平成27年12月、Aから、特定農業施設工事の入札について競合事業者が集まって話し合いを行うので出席するよう持ちかけられたが、3社の担当者は言葉を濁して出席することを見合わせた。3社は、それぞれ、工事の規模や技術力の点から自社も受注できると考えた特定農業施設工事の入札に指名された場合には、積極的に落札を目指して低価格で入札を行おうと考えていた。一方、3社は、それぞれ、特定農業施設工事以外の分野の入札において競合事業者から協力を得たいと考えていたため、自社が受注を希望しない特定農業施設工事について、競合事業者の間で受注予定者が決定されている場合には、要請があれば、指定された価格で入札するなどの方法により当該受注予定者の落札に協力するつもりであった。

Aは、3社が特定農業施設工事の入札に指名されることは少ないと考えたが、念のため、特定農業施設工事の発注が行われるたび3社に指名の有無と受注の意思を確認し、協力が得られる場合には、3社に入札価格を連絡することとし、その方針を平成28年1月30日の上記会合でA以外の6社に伝えた。

平成28年6月に行われた甲農協発注の特定農業施設工事の指名競争入札（以下「第1回入札」という。）では、A, B, C, Dが指名され、A, B, Cが受注を希望したため開かれた会合で、Aが受注予定者に決定し、入札では、会合での調整の結果どおり、Aが落札した。

平成28年11月に行われた乙農協発注の特定農業施設工事の指名競争入札（以下「第2回入札」という。）では、B, C, D, Eが指名され、B, C, Dが受注を希望したため開かれた会合

で、Dが受注予定者に決定し、入札では、会合での調整の結果どおり、Dが落札した。

平成29年6月に行われた丙農協発注の特定農業施設工事の指名競争入札（以下「第3回入札」という。）では、E、G、Jが指名された。Jは、第1回入札及び第2回入札に際してAからの問合せに対し指名を受けていないことを回答していたところ、第3回入札に際しても、Aからの問合せに対し、指名を受けたこと及び落札を目指していないことを回答した。そして、EとGが受注を希望したため開かれた会合で、Gが受注予定者に決定し、入札では、会合での調整の結果どおり、Gが落札した。Jは、Aから指示されたとおりの価格で入札して、Gの落札に協力した。

平成29年11月に行われた丁農協発注の特定農業施設工事の指名競争入札（以下「第4回入札」という。）では、D、F、Iが指名を受けたが、受注希望者はFのみであったため、会合は開かれず、DとIがAから指示されたとおりの価格で入札した結果、Fが落札した。

平成30年7月30日に指名競争入札（以下「第5回入札」という。）が行われた戊農協発注の特定農業施設工事は、第4回入札の対象であった丁農協発注の特定農業施設工事と工事の規模や必要とされる技術力がほぼ同じであった。この第5回入札では、B、C、Jが指名されたが、それまでの入札で受注予定者になることができなかつたBとCは、これを必ず落札したいと考えた。第5回入札の受注予定者を決定するために平成30年6月15日に開かれた会合には7社が出席し、長時間の話し合いの結果、B以外の6社は、Cを受注予定者とすることに決したところ、その場でBの担当者は、「今度は本気で勝負する。値下げ競争になっても必ず仕事を取る。」「今後、一切、受注予定者を話し合っただけで決めるつもりはない。」「二度とこの会合には戻らない。」と発言し、Cの担当者との激しい口論になった。その後、Aは、Jに連絡し、Jから第5回入札の指名を受けたこと及び落札を目指していないことを確認すると、Cの落札に協力するよう要請し、Jが承諾したことから、Jが入札すべき価格を伝達した。第5回入札において、JはCに協力するためにAから指示されたとおりの価格で入札し、一方、BはJに協力を依頼しないで入札を行った結果、Bが落札した。そのため、7社のうちBを除く6社は、平成30年8月1日、本件合意のメンバーからBを除名することを決定した。

その後、Eは、このような入札談合はもはや維持できないと考え、平成30年8月10日、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）第7条の2第10項に基づいて公正取引委員会に事実の報告等を行い、それを受けて、公正取引委員会は、平成30年9月20日、関係各社に対する一斉の立入検査を実施した。以後、7社は本件合意に基づく会合を開いていない。

各回の入札における指名業者の入札価格及び農協が設定した予定価格は、以下の表のとおりである。

入札	入札価格				予定価格
第1回	A：2.91億円	B：2.94億円	C：2.97億円	D：3.06億円	3億円
第2回	B：2.97億円	C：3.03億円	D：2.94億円	E：3.06億円	3億円
第3回	E：1.94億円	G：1.90億円	J：2.02億円	—	2億円
第4回	D：0.98億円	F：0.96億円	I：1.03億円	—	1億円
第5回	B：0.72億円	C：0.75億円	J：0.90億円	—	1億円

〔設問〕

上記のB及びJの行為について、独占禁止法に違反するか、違反する場合には、違反する行為がなくなった時期も含めて検討しなさい。

【第2問】（配点：50）

各種の医療・ヘルスケア製品の研究、開発、製造及び販売を行うX社及びY社（以下「当事会社2社」という。）が、Y社を存続会社とする吸収合併を行う計画（以下「本件計画」という。）を検討している。当事会社2社は、日本法人であり、国内外に製造及び販売拠点を有し、国内外での販売拠点を經由して、製品を国内外の医療機関等に販売している。

点滴静脈注射（以下「点滴」という。）の器具（以下「点滴関連製品」という。）としては、点滴容器、点滴チューブ、点滴針等があり、点滴容器と点滴チューブと点滴針を組み立てて点滴は実施される。点滴針のうち針甲は、一時的かつ短時間の点滴に用いられる。針甲以外に、持続的に点滴を行う目的で使用される点滴針である針乙が存在するが、針甲とは形状も異なり、針乙を用いて一時的かつ短時間の点滴を行うことはできない。

点滴針の流通は、製造販売業者から流通業者を経て、需要者である病院等の医療機関が購入するという実態にある。点滴針について、国内の製造販売業者、国外の製造販売業者の日本法人又は輸入総代理店が個々の製品を国内で販売するためには、それぞれ、点滴針の種類別に用途を特定して、法律に基づく承認（以下「販売承認」という。）を受けなければならない。したがって、国内での販売が認められる針甲は、販売承認を受けたものに限定されており、需要者である医療機関も、販売承認を受けた製品のみを購入・使用している。このような承認制度の下、現時点で販売承認を受けた針甲を国内向けに供給している製造販売業者は、当事会社2社及びA社の合計3社である。

平成30年度における針甲のメーカー別国内販売シェアは、A社が45パーセント、X社が30パーセント、Y社が25パーセントである。針甲以外にも、当事会社2社のいずれもが製造販売している製品はいくつか存在するが、それらの製品については、当事会社2社のシェアは小さく順位も低く、当事会社2社以外に競合事業者が多数存在している。

A社は、国外で販売する針甲を国内向けに振り向けることで国内向け供給量を増やすことができる。ただし、針甲の全世界でのメーカー別販売シェアを見ると、当事会社2社の合算シェアは65パーセント、A社のシェアは20パーセントであり、A社の国内向けの供給余力は十分ではない。A社が針甲の生産を第三者に委託することで、国内向け供給量を増やすことは可能であるが、かかる第三者は現時点では見当たらない。

現在、国外において当事会社2社及びA社以外に針甲を製造販売している事業者は、少数である。また、当該事業者が製造する針甲については、これまで国内で販売実績はない。一般に、国内の医療機関は、国内で販売実績のない医療製品を購入することはまれである。

新規参入事業者が針甲を開発して国内で販売しようとする場合、当事会社2社及びA社の既存製品と同等の機能では、実績のない新規参入事業者から針甲を調達する医療機関は少ないため、新規参入には既存製品にはない機能を付加して参入する必要があると考えられている。しかしながら、そのような新製品の開発には一定の期間や投資を必要とする。

一定規模以上の病院では、医療製品の購入に際して、見積り合わせ等による競争的な購入方法を採ることが一般的である。医療機関は、このような購入方法により低価格での購入を試みている。反面、医療機関としての規模の大小にかかわらず、実際の製品選択は使用者である看護師等の意見を聞きながら医師が行っている場合が多く、医師は製品の品質及び使い慣れを重視して製品を選択する傾向がある。針甲についても、異なる製造販売業者の製品の間で使用方法に若干の違いがあることから、医師は頻繁には他の製造販売業者の製品に変更しない傾向がある。

【設問1】

本件計画について、独占禁止法上の問題点を検討しなさい（企業結合に関する独占禁止法上の届出基準は充足されているものとする。）。

〔設問2〕

公正取引委員会の企業結合審査において、企業結合により独占禁止法上の問題が生ずると判断される場合、当該問題を解消するために企業結合当事者が企業結合計画の修正を試みることがある。上記設例において、公正取引委員会が本件計画に対して独占禁止法上の問題が生ずると判断した場合、当事会社2社が本件計画についてどのような修正を試みることによって独占禁止法上の問題を解消できるか、以下の事実を前提に、当該修正が競争に及ぼす影響を踏まえて検討しなさい。

点滴関連製品を取り扱っている国内流通業者6社（以下「6社」という。）のうちの1社であるM社は、針甲と同時に使用される点滴関連製品である点滴チューブ丙について15パーセントの販売シェアを有している。6社の取扱製品には差異はあるものの、針甲及び点滴チューブ丙を含む点滴関連製品については競合流通業者の間で激しい販売競争が展開されており、シェアの変動もある。このような競争状況を反映して、点滴関連製品の製造販売業者も、取引先流通業者の変更や取引内容の随時見直しを行うことが可能である。

本件計画が検討されている現時点において、M社は、針甲の製造も販売も行っていない。しかし、M社は、過去にX社製の針甲を販売し、一定のシェアを獲得した実績もあり、針甲の販売を行う十分な経験及び能力を有している。なお、X社製の針甲の販売に関するノウハウの蓄積があれば、他社製の針甲についても、競合事業者との競争の中で販売を行うことは可能である。また、M社は、針甲の製造経験はないものの、製造を行うための設備や人材、ノウハウ等を包括的に取得できれば、それらを有効に活用する能力を有している。

M社は、点滴関連製品の国内販売で豊富な実績を有していたが、点滴に必要な一連の器具のうち点滴針の品ぞろえに弱点があった。M社が、針甲の製造を含む供給手段を獲得し、針甲を取り扱うこととなれば、かかる弱点を克服することができる。そのため、M社が針甲の事業を営もうとするインセンティブは高い。

M社は、当事会社2社及びA社との間に、株式の保有や役員兼任等の資本関係・人的関係を有していない。

令和2年

[経済法]

【第1問】（配点：50）

X社は、電子部品である甲（以下「甲部品」という。）のメーカーである。Y社は、電子機器である乙（以下「乙機器」という。）のメーカーである。X社及びY社は、Y社がX社の全株式を取得することを計画している（以下「本件計画」という。）。

甲部品は、乙機器の製造に不可欠な重要部品の一つである。乙機器の製造原価に占める甲部品の仕入原価の割合は大きくない。乙機器は装置である丙（以下「丙装置」という。）に組み込まれた後に、世界中の産業需要家に販売される。丙装置の製造原価に占める乙機器の仕入原価の割合はごく僅かである。甲部品には、乙機器メーカーを需要者とする組込品のほか、乙機器や丙装置の修理のための交換品も存在するが、交換品の取引規模は小さい。また、甲部品が乙機器以外の製品の製造に用いられることもあるが、それら製品の製造に係る甲部品の取引規模は僅少である。Y社が乙機器以外のそれら製品を製造することはない。

X社やY社を含む甲部品及び乙機器の各メーカーは、複数の国に製造、配送の拠点を有している。また、甲部品及び乙機器ともに、重量に比して価格が高いとの特徴から、輸送費が価格に占める割合は低く、輸送費が取引上の障壁とはならない。そのため、甲部品及び乙機器について、日本を含む世界中の需要者（甲部品については乙機器メーカー、乙機器については丙装置メーカー）は、供給者の所在する国を問わず発注しており、供給者もそれに応じ得る状況にある。次に見る乙機器の仕様の差異に基づく価格差を除けば、甲部品及び乙機器ともに、地域にかかわらず世界における販売価格は実質的に同一である。

最終製品である丙装置は、メーカーの違いにより機能や性能に大きな差異はないが、メーカーごとに仕様が異なる。丙装置の仕様ごとに、乙機器の仕様も若干異なる。ただし、仕様が異なっても、乙機器に係る基本的な製造設備や製造工程は同じであり、製造のために特別な技術を要することもない。丙装置の仕様に応じた乙機器の製造設備の調整の費用は大きなものではないが、製造設備の調整から商業的な乙機器の製造まで2か月から3か月を要する。それら調整は製造設備ごとに行われ、各製造拠点において、丙装置の仕様に対応した仕様の異なる乙機器の製造が可能である。丙装置メーカーは、乙機器メーカーに対して取引上の立場が強い。甲部品は、メーカーの違いにより機能や性能に差異はないほか、丙装置や乙機器とは異なり、いずれのメーカーの仕様も同じである。

全世界における甲部品の販売状況（販売額に基づく市場シェア）は、X社が約50パーセント、A社が約45パーセント、B社及びC社がそれぞれ約5パーセント未満である。これらメーカー間では活発な競争が行われてきたところ、製造設備の更新期にあったA社は、工場を新設するなどして製造設備を増強した。その結果、A社には十分な製造余力がある。また、B社にも若干の製造余力がある。他方、X社及びC社に製造余力はない。甲部品の製造には高額な設備を要することから、投下資本を回収するために製造設備の稼働率を高く維持することが、甲部品の各メーカーにとって、経営上重要になっている。

次に、全世界における乙機器の販売状況（販売額に基づく市場シェア）は、D社が約40パーセント、Y社が約30パーセント、E社が約20パーセント、F社が約10パーセントである。D社は甲部品のほとんどをA社から購入している。Y社は甲部品の多くをX社から購入しているが、安定調達の観点から、A社、B社及びC社から購入する分もある。E社及びF社は、いずれも甲部品のほとんどをX社から購入している。Y社及びF社に製造余力がない一方で、D社及びE社には若干の製造余力がある。D社及びE社は、製造余力を活用すべく、甲部品を含む乙機器の製造に要する部品について、入札手続の導入等によるより良い条件での調達を模索している。さらに、E社は、必要となる甲部品の一部を自ら製造することを計画しており、今後2年以内に、少量ではあるがその商業的な製造が開始される見込みである。

なお、F社は、X社から、甲部品以外の製品を相当量購入している。X社におけるF社との取引

の多くは、甲部品以外の製品に係る取引で占められており、X社にとってF社は、甲部品以外の製品について極めて重要な顧客である。他方、それら甲部品以外の製品について、F社がX社以外の取引先を確保することは容易である。

〔設 問〕

本件計画について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点を検討しなさい。

【第2問】（配点：50）

A県浄化槽協会（以下「協会」という。）は、トイレから発生するし尿や台所、風呂、洗濯機等からの生活雑排水を微生物を利用して浄化した後、側溝等に放流する設備である浄化槽の普及を図ることにより、生活環境の保全と公衆衛生の向上に寄与することを目的とする一般社団法人である。協会は、A県内で浄化槽の製造、施工、保守点検又は清掃を行う事業者を主な会員（以下、協会に所属する者を「会員」といい、所属しない者を「非会員」という。）とする県内唯一の団体であり、会員数は約450名である。協会には、会員である各事業者がそれぞれ所属する製造、施工、保守点検及び清掃の各部会があり、保守点検部会の会員は140名、清掃部会の会員は70名である。

協会は、社員総会及び理事会を置き、社員総会で各部会の入会基準を決定し、各部会において、それら入会基準に基づき、入会申請者の入会の可否を決定している。各部会への入会を認められた者は、自動的に協会への入会が認められる。協会は、浄化槽に関する説明会や講習会を開催し、その際、住宅や事業所等に浄化槽の設置を希望する者に対して会員を優先して紹介し、会員に対しても公民館や学校等の浄化槽に係る大口の取引を優先的に斡旋するため、A県内で浄化槽の製造、施工、清掃を行う各事業者は、全て会員である。保守点検を行う事業者については、140名の会員のほか、非会員であるBら15名が存在する。A県の保守点検業者全体の契約件数及び売上高に占める保守点検業者である会員の契約件数及び売上高の割合は、いずれも約9割である。

住宅や事業所等に浄化槽を設置した者は、法令上、年3回以上の保守点検（機器の調整点検、水質検査、消毒剤の補充及び害虫駆除等を行うこと）、年1回以上の清掃（汚泥を槽外に引き抜き、浄化槽を洗浄すること）、年1回の法定検査（A県においては、A県職員が浄化後の水質検査や機器の適正作動の確認を行うこと）を受けなければならない。また、法令上、保守点検を行った者は、保守点検の度に検査結果を記録票に記載しなければならない。浄化槽設置者は、これを3年間保管し、年1回の法定検査の際、これを提示する必要がある。その結果、不良な保守点検を行う者が発見された場合、都道府県知事は、その者に対し、必要な助言、指導、勧告又は改善命令を行うことができる。

A県内で保守点検業を行うためには、法令や条例上、A県知事の登録を受けなければならない。その登録の有効期間は3年である。また、条例上、その登録（更新を含む。以下同じ。）の申請を行おうとする者は、自らが浄化槽の清掃業の許可を受けていない限り、業務を行おうとする区域において現に清掃業の許可を受けている浄化槽清掃業者と提携していることを証明する書類を提出しなければならない。浄化槽の清掃業の許可は、法令上、業務区域を管轄する市町村長により行われるところ、A県下の市町村においては、清掃によって生じる汚泥等の一般廃棄物の処理業の許可を受けていることを浄化槽の清掃業の許可基準の一つとしている。一般廃棄物の処理業については、処理業務の総量を超える業者の参入を認める必要はなく、A県内では、処理業務の総量に見合った許可が既にされているため、新規に許可がされる見込みはない。その結果、A県において浄化槽の保守点検業の登録を受けようとする場合、その者が清掃業の許可を受けておらず、かつ、一般廃棄物処理業の許可も受けていなければ、新たに清掃業の許可を受けられる見込みが乏しいため、A県内の清掃業者と提携するほかない。

ところで、数年前から、A県内の河川は、その水質が全国で最も汚濁の著しいものの一つとして報道されるようになった。A県では浄化槽の保守点検業者が相当数に上るにもかかわらず、新規に浄化槽を設置する住宅や事業所等は減少している。こうした事情から、協会は、浄化槽の保守点検をめぐる競争が激化して過度な低料金化が進むと、環境保全と公衆衛生に十分配慮した事業活動ができなくなるという理由で、保守点検業者である会員に対して、会員間で既存の取引先を尊重して奪い合わないよう、協会からの除名を示唆しながら強く指導し続けている。また、協会は、平成28年4月の社員総会において、上記と同様の理由で、A県内で浄化槽の保守点検を行う他の事業者の顧客を低料金を提示して奪おうとする者から申請があっても入会を認めないこと、清掃業の許可を受けていない非会員が保守点検業を行うためA県知事に登録を申請する際、清掃業者である会員

が、有償であるが無償であるを問わず、当該登録申請者と提携してはならないこと、ただし、その者が低料金を提示して会員の既存の顧客を奪わないと確約した場合には、有償で提携してよいことをそれぞれ決定した。さらに、協会は、平成28年4月以降、上記と同様の理由で、A県内の保守点検業者が使用する水質検査薬や消毒剤のほとんど全てを供給するメーカーに対して、A県内で非会員にそれらを供給しないよう働き掛け、これに同意させている。これらのメーカーは、非会員に販売すると会員に対する販売を妨害されるおそれがあるため、それぞれ、協会の要求に同意することを余儀なくされている。非会員が別の販路や方法で浄化槽用の水質検査薬や消毒剤を入手することはできない。なお、平成28年4月以降も、A県内の浄化槽の保守点検をめぐる競争は激化しているため、その料金は一貫して下落し続けている。

A県内の浄化槽保守点検業者である非会員のBら15名は、清掃業の許可も一般廃棄物処理業の許可も受けていない者であるが、平成28年10月から平成30年10月までの間に3回ないし5回の入会申込みをそれぞれ行ったところ、他の事業者の顧客を低料金を提示して奪おうとする者であり、生活環境の保全と公衆衛生の向上に配慮した事業活動を行うことができないことを理由に、保守点検部会において、Bらの入会申込みはいずれも否決された。Bらは、協会に入会することができないため、水質検査薬や消毒剤の入手が困難となっているほか、登録期間の満了後には、保守点検業の登録の申請に必要な浄化槽清掃業者との提携を受けられなくなるため、保守点検業を継続して営むことはできなくなると見込まれる。なお、Bらが、これまでに不良な保守点検を行ったとしてA県知事から行政指導及び行政処分を受けたことはない。

【設問】

問題文において、独占禁止法に違反する行為は認められるか、認められるとすれば、誰のどのような行為か、適用条文も含めて検討しなさい。

令和3年

[経 済 法]

【第1問】（配点：50）

Y1ないしY15は、いずれも土木工事の施工等を業とする株式会社である。

X県は、大雨により崩壊した県道の復旧工事20件（以下「本件各工事」という。）を条件付一般競争入札の方法（入札公告により、特定の入札参加資格を付して入札の参加希望者を募り、当該参加資格を満たしていると認められた者を当該入札の参加者とする方法）により発注することとし、落札方式については、入札価格を80点満点で評価する「価格評価点」と技術力を20点満点で客観的に評価する「技術評価点」を合算した点数の最も高い者を落札者とする総合評価落札方式を採用することとした。本件各工事は、いずれも同じ日に入札公告がなされ、その後、いずれも同じ日に入札がなされる。

X県が本件各工事の入札公告に先立ってその発注見通しを公表したことを受け、X県に所在する技術力の高いY1ないしY13は、受注価格の低落防止及び受注機会の均等化を図るため、それぞれの担当者による会合（以下「本件会合」という。）を開き、次の(1)ないし(3)のとおり合意した（以下「本件合意」という。）。

- (1) 本件合意の参加者は、本件各工事の入札に先立ち、Y1に対し、受注を希望する工事を知らせるとともに、当該工事について技術評価点に係る自社の予測値を提供すること
- (2) Y1は、受注希望者の中から受注予定者を決めるとともに、それ以外の入札参加者も決め、受注予定者が確実に受注できるようにするため、提供を受けた技術評価点の予測値に基づいて、受注予定者及びそれ以外の入札参加者が入札すべき価格を算出し、これらをそれぞれに伝えること
- (3) 受注予定者はY1から伝えられた価格で入札すること、それ以外の入札参加者はY1から伝えられた価格で入札し、受注予定者が受注できるよう協力すること

また、本件会合において、本件各工事の性質上、X県の隣接県に所在するY14及びY15が本件各工事の入札に参加することが予想されるとのY1の担当者の発言を受けて、Y1ないしY13は、Y1を調整役として、Y14及びY15に本件合意への参加を呼び掛けることにした。

Y1の担当者とY14又はY15の担当者との面談状況は、それぞれ以下のとおりであった。

まず、Y1の担当者は、面談したY14の担当者に対して、本件合意の内容を説明した上で、本件合意の参加者を特定することなく、X県所在の有力な業者の多くが本件合意に参加する意思を表明していると伝え、本件合意への参加を呼び掛けた。その際、Y14の担当者は、本件合意の参加者の正確な範囲を認識しておらず、それを確認することもせず、また、本件合意に参加した場合の見返りに関する質問もしなかった。Y14の担当者は、Y1の担当者に対し、会社としてY1の呼び掛けに応じる意思を表明したが、その理由は、本件各工事を受注する希望はないものの、X県による追加工事の発注があり得ると考えた上で、それらについて受注を希望することがあれば、Y1を通じてX県所在の業者から協力を得ることができると期待したからであった。

次に、Y1の担当者は、面談したY15の担当者に対して、本件合意の内容を説明した上で、本件合意の参加者がY1ないしY14であることを伝え、本件合意への参加を呼び掛けた。その際、Y1の担当者が、Y15において本件各工事の受注を希望することがあれば、Y15を受注予定者とすることもあるなどと述べたことから、Y15の担当者は、Y1の担当者に対し、会社としてY1の呼び掛けに応じる意思を表明した。

上記の各面談後、Y1の担当者は、Y2ないしY13の各担当者に対し、Y14及びY15が本件合意に参加することになったと伝えた。しかし、本件各工事の入札公告に先立ち、Y15は、コンプライアンス上の理由から本件合意への参加には応じられないこととなった。このため、Y15の担当者は、Y1の担当者に対し、会社として、上記面談時に伝えた本件合意に参加する意思を撤回する旨の連絡を行い、Y1の担当者からの再度の呼び掛けに対してもこれを拒否する姿勢を明確

に示した。Y1の担当者は、Y15の技術力や確保できる作業員数の見込みなどに照らして、Y15が本件合意への大きな脅威になることはない判断した上で静観することとし、Y15の翻意をY2ないしY13の各担当者に伝えず、また、Y14の担当者にも伝えなかった。

その後、本件各工事の入札公告がなされ、本件合意に従って受注予定者の決定等がなされた。20件の本件各工事のうち19件は、本件合意に基づく調整の結果どおり、Y1ないしY13が落札した。残る1件は、Y1に対して本件合意への参加の意思を撤回したY15が、独自の積算で入札して落札した。Y14は、本件各工事の受注希望を表明することはなかったが、特にY1より依頼のあった1件の工事について、技術評価点の予測値をY1に提供するとともに、Y1から伝えられた価格で入札した。なお、本件合意への参加を呼び掛けることのなかったY1ないしY15以外の技術力が低い数社が本件各工事の入札に参加したが、落札した工事はなかった。

〔設問〕

Y1ないしY13、Y14及びY15の行為について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点を検討しなさい。解答に当たっては、Y14及びY15による以下の主張の当否を踏まえること。なお、課徴金の賦課及び犯則事件について論じる必要はない。

Y14の主張：「本件合意の参加者の正確な範囲を知らない。また、そもそも本件各工事に受注希望はなかったし、実際、落札した工事もない。」

Y15の主張：「当初、Y1の呼び掛けに応じたが、その後、少なくともY1に対しては入札公告前に、本件合意に参加しないことを明確に伝えた。」

【第2問】（配点：50）

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。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。

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製造・販売するものはいない。

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、販売店の助言や推奨によってメーカーを選定する傾向が強い。

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。

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かわらず、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感を抱き、次の二つの措置を講じることとした。

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断念したものもある。

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

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、改善されない場合には、リベ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社による新たな取引先販売店の獲得に懸念が生じている。

【設問1】

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。

【設問2】

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。

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70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、従来どおり安定した状態にある。

令和4年 司法試験

[経 済 法]

【第1問】（配点：50）

Y社は、家庭用電化製品甲（以下、単に「甲」という。）の日本国内メーカーである。Y社のほか、日本国内メーカーであるA社、B社及びC社が甲を製造販売している。甲に代替する製品は存在しない。日本における甲の販売金額に基づく割合（シェア）は、Y社が約20パーセント、A社が約30パーセント、B社及びC社がそれぞれ約25パーセントである。新たに甲の製造販売を計画するものはいない。また、輸送費などの関係から甲の輸入品は存在せず、輸入される見込みもない。限られた個人売買を除いて、中古品甲の取引は行われていない。

甲を使用するためには、交換部品乙（以下、単に「乙」という。）が必要である。甲とは異なり、乙はそれほど高額ではなく、甲と乙の価格差は大きい。Y社製甲を使用するためには、取付け部分の形状等から、Y社製甲に専用の乙が必要である。このようなY社製甲向け乙については、Y社が製造販売する純正品のほか、甲を製造していないX社、D社及びE社が製造販売する非純正品がある。

同様に、Y社以外の3社が製造販売する甲についても、それぞれ専用の乙が必要である。A社、B社及びC社がそれぞれ自社製甲向け乙を製造販売するほか、X社、D社及びE社も、それぞれA社、B社及びC社製甲向け乙を製造販売している。輸送費などの関係から乙の輸入品は存在しない。Y社、A社、B社及びC社が自社製甲向け以外の乙を製造販売する計画はない。また、新たに非純正品の乙の製造販売又は輸入を計画するものはいない。

日本におけるY社製甲向け乙の販売金額に基づく割合（シェア）は、Y社、すなわち純正品が約40パーセントであり、X社、D社及びE社、すなわち非純正品が合計約60パーセントである。Y社製甲向け以外の乙に関しても同様の状況にあり、乙全体で見た場合、X社、D社及びE社のシェアは合計約60パーセントとなっている。X社、D社及びE社のシェアは、甲のメーカーごとに多少の差異はあるものの、それぞれほぼ同一（約20パーセント）である。

甲の買換え時期や乙の交換頻度は、ユーザーにより大きく異なる。甲の販売について、Y社、A社、B社及びC社間の競争は活発である。Y社製甲向けを含めた乙の製造販売について、かつて純正品が50パーセントを超えるシェアを有していたところ、近年、低価格を武器に、上記のとおり非純正品が約60パーセントのシェアを有するようになってきている。なお、甲の購入者は、甲の購入時には、乙の交換費用や交換時期を十分に認識していない。また、甲の購入者は、乙の交換時には、純正品又は非純正品を自ら選択して購入している。

ところで、C社製甲について、E社製乙を使用することによる数件の発火事故がメディアで報道された。調査の結果、これらの原因はC社製甲とE社製乙の取付け部分の接触不良にあり、特にE社製乙の設計上の問題であることが明らかとなった。しかし、E社がC社製甲向け乙の取付け部分を調整することにより、同問題は解決された。また、C社製甲向けのE社製乙以外には、同様の問題は無いことが確認されている。

その後も、Y社製甲については、同様の発火事故や非純正品の乙の使用に起因する作動不具合が報告されたことはなかったが、Y社は、新規に製造販売する自社製の甲及び乙に電子部品を新たに取り付けることにより、自社製の乙が使用された場合にのみ自社製の甲が作動するようにした（以下「本件行為」という。）。

Y社が本件行為を実行した結果、X社、D社及びE社共に、本件行為後に製造販売されたY社製甲向けの乙の製造販売が以後不可能となった。X社は、本件行為前に、Y社製甲向け以外の乙の製造設備について、その一部を近年シェアを伸ばしつつあったY社製甲向け乙の製造のために変更したところであり、このため、本件行為後、X社の売上高は大きく減少することが予想された。また、結局、販売できないY社製甲向け乙の在庫が生ずることが予想された。

X社は、Y社製甲向け乙の製造設備をそれ以外の乙の製造設備に変更することも資金的に困難で

あることから、Y社に対して本件行為を取りやめるよう求めたが、Y社は、これを拒否している。そこで、X社は、本件行為について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）に基づき、Y社に対する差止請求訴訟を提起することを検討している。

〔設 問〕

上記の差止請求について、以下のY社の主張に留意しつつ、独占禁止法上の問題点を検討しなさい。

Y社の主張：「当社は、甲の製造販売について約20パーセントのシェアを有するにすぎず、独占禁止法違反行為を行い得る力を有していない。また、非純正品の安全性には疑問がある。製品の安全性を確保することは何よりも重要であるはずだ。」

【第2問】（配点：50）

【前提】

甲製品は、特有の効用を有する比較的高額な家庭用機器であり、代替する製品はない。その機能やサイズ等に応じて、多様な機種がある。

日本では、X社及びY社を含む5社のメーカーが甲製品を製造しており、それらは小売業者を通してユーザーに販売されている。ユーザーは、小売業者の店舗において、装備されている機能や使用方法等に関する説明を受けながら甲製品のメーカーや機種を選定して購入することが一般的である。小売業者は、通常、複数のメーカーの甲製品を取り扱っており、甲製品のメーカーと小売業者の間に資本関係等はない。

甲製品のメーカーは、それぞれの甲製品の機種ごとに希望小売価格を設定し、取引先小売業者に通知している。各メーカーの甲製品の希望小売価格は、他社の同等の機種の希望小売価格を参照しつつ設定されており、その水準に大きな違いはない。

日本における甲製品全体の販売台数に占めるX社製甲製品の割合（シェア）は、約30パーセントで第1位である。また、Y社製甲製品は、そのシェアが約20パーセント（第3位）とやや低いものの、その特有の機能が一部のユーザーから高く評価されており、ユーザーの中にはY社を指名して購入しようとするものも少なくない。このため、甲製品の小売業者にとっては、X社製及びY社製の甲製品を取り扱うことが営業上有利である。なお、甲製品の各メーカーのシェアに大きな変動はない状況が続いている。

【設問】 下記(1)及び(2)の設問に解答しなさい。

(1) 上記の【前提】に加え、以下の事情がある場合に、X社のそれぞれの行為について、独占禁止法に違反するか、違反する場合には違反行為期間を含めて、検討しなさい。

X社は、従来、X社製甲製品の機種ごとに設定している希望小売価格について、それが参考である旨明記してきていた。X社の取引先小売業者は、通知された希望小売価格を参考に、それぞれの判断で販売価格を設定してきており、平均販売価格は希望小売価格をやや下回る水準で推移してきていた。そうした中で、X社は、平成28年4月、取引先小売業者に対し、新機種を含めた全機種の希望小売価格を通知する際に、X社製甲製品の性能やブランド力からみて、希望小売価格で販売することが十分可能であることを強調する説明を加えた。

その後、X社の取引先小売業者の中に、X社製甲製品について希望小売価格からの値引き幅を強調して販売するものが出てきた。このため、X社は、X社製甲製品の販売価格を調査することとし、令和元年10月、取引先小売業者に対し、機種ごとの希望小売価格を明記した調査表に実際の販売価格を記入する方法で回答することを求めた。その調査表には、販売価格に関する回答の正確性を確認することがある旨付記されていた。

X社が実施した価格調査の結果、大幅な値引き販売を行う取引先小売業者は少ないものの、ある程度の値引き販売を行う取引先小売業者が相当数存在することが判明した。このため、X社は、X社製甲製品の販売価格の管理を強めることとし、令和2年4月、全機種について、従来の「希望小売価格」に代えて「販価」と表記し、また、参考である旨の記述を削除して、取引先小売業者に通知した。この通知には、必要に応じ、X社において取引先小売業者の販売価格の調査を行う旨明記されていた。X社の取引先小売業者の多くは、X社からの通知が販価どおりの価格で販売してほしいという趣旨であることを理解した。

しかし、X社が令和2年4月の通知の直後に調査会社に委託して実施した価格調査の結果、引き続きX社製甲製品を販価から値引きして販売している取引先小売業者が一部存在することが判明し、その後も変わりなかった。このため、X社は、令和2年10月、取引先小売業者に対し、販価どお

りに販売するよう改めて要請し、この要請に反した取引先小売業者に対してはX社製甲製品の出荷を制限することがある旨通知した。また、この通知の直後に、X社は、従来から値引き販売を行っていた取引先小売業者に対して、実際に出荷を制限する措置を講じた。この措置が取引先小売業者の間に広く知られたこともあり、出荷制限を受けることを恐れて、取引先小売業者がX社製甲製品を値引きして販売することはほとんど見られなくなった。

その後、X社は、令和4年1月、取引先小売業者に対し、販売価格に関する従前の通知や要請、措置等を全て廃止することを表明した上で、参考である旨明記した「希望小売価格」を改めて通知したが、その価格は令和2年4月に通知した販価と全く同じであった。通知を受けた取引先小売業者は、X社からの通知の内容を理解したものの、現在に至るまで、値引き販売はほとんど行われていない。

(2) 上記の【前提】に加え、以下の事情がある場合に、Y社の行為について、独占禁止法に違反するか検討しなさい。

Y社は、Y社製甲製品が他のメーカーの甲製品にはない機能を有しており、取引先小売業者がユーザー（潜在的なユーザーを含む。）に対してY社製甲製品の特有の機能を含めて使用方法等を十分説明することが不可欠であり、また、それが甲製品の新たなユーザーを発掘するとともに、Y社製甲製品に対する評価を高め、Y社を指名して購入するユーザーを増やすことにつながると考えている。

しかし、甲製品が普及するにつれて、特に買換えをしようとするユーザーの中には、小売業者による甲製品の使用方法等の説明が不要であり、あるいは煩わしいと感じるものもいるようになってきている。また、甲製品の小売業者の中にも、甲製品の使用方法等に関する説明を丁寧に行おうとすると費用が掛かることから、こうした説明を省略し、むしろ低価格を訴求した販売を行いたいと考えるものが出てきている。

こうした中で、Y社は、令和3年4月、取引先小売業者に対し、上記のようなY社の考えを改めて説明した上で、来店するユーザーに対してY社製甲製品の使用方法等を説明することを義務付ける条項を取引先小売業者との取引契約に追加することとし、これを実施している。この条項においては、来店するユーザーの甲製品やY社製甲製品の使用歴等に応じて説明すべき事項が設定されており、例えば、甲製品を既に使用しているユーザーに対してはY社製甲製品の特有の機能を説明することで足りるものとされている。

令和4年 予備試験

[経 済 法]

X社とY社は、電子部品である甲（以下「甲」という。）を製造販売する日本の会社である。X社は、Y社から甲の製造販売事業の全てを譲り受けることを計画している（以下「本件計画」という。）。

甲は電子機器である乙（以下「乙」という。）の部品であり、乙は日本を含む世界中で販売されている。乙の部品として甲に代わるものではなく、また、乙の部品として用いる以外に甲の用途はない。乙には、据付け型（以下「据付け型乙」という。）とモバイル型（以下「モバイル型乙」という。）がある。甲には、据付け型乙向けの大型のもの（以下「大型甲」という。）と、モバイル型乙向けの小型のもの（以下「小型甲」という。）がある。

大型甲の代わりに小型甲を用いることはできないし、小型甲の代わりに大型甲を用いることもできない。また、大型甲の製造設備を小型甲の製造設備に変更することはできないし、小型甲の製造設備を大型甲の製造設備に変更することもできない。なお、甲の製造販売事業を新たに開始することは困難である。

X社及びY社を含む甲の製造販売業者は世界中に向けて甲を販売できる体制を整えており、日本に所在するものを含む乙の製造販売業者は、必要な大型甲及び小型甲を、それぞれ世界中の甲の製造販売業者から購入している。販売価格に占める輸送費や関税の割合は小さく、大型甲及び小型甲のいずれの取引においても、国ごとの価格差はない。

全世界における大型甲の販売状況（販売額に基づく市場シェア）は、X社が50パーセント、Y社が40パーセント、A社が10パーセントである。近年、据付け型乙の需要は減少傾向にあり、それに伴い大型甲に対する需要も減少傾向にある。大型甲の需要減少がY社の想定以上であることなどから、Y社の大型甲の製造販売部門は大幅な赤字が続いている。今後、本件計画が実現しなければ、近い将来においてY社が大型甲の製造販売事業から撤退する蓋然性は高い。

大型甲の需要減少に伴い、X社及びY社は、大型甲について十分な製造余力を有する。これに対して、A社は、大型甲の製造設備を縮小してきており、大型甲について製造余力を有しない。なお、A社は、本件計画に先立ちY社からなされた、大型甲を含む甲の製造販売事業の全ての譲渡に関する申出を断ったという経緯がある。

全世界における小型甲の販売状況（販売額に基づく市場シェア）は、A社が30パーセント、X社、B社及びC社が各20パーセント、Y社が10パーセントである。据付け型乙とは対照的に、近年、モバイル型乙の需要は増加傾向にあり、それに伴い小型甲に対する需要も増加傾向にある。モバイル型乙及び小型甲をめぐる技術開発を含む活発な競争が行われており、小型甲の製品サイクルは短い。

X社及びY社が小型甲について十分な製造余力を有しないのに対して、A社、B社及びC社は小型甲について十分な製造余力を有する。モバイル型乙の製造販売業者は、小型甲の製造販売業者に対して取引交渉上の地位が強く、さらに、低価格調達のために発注方法を工夫している。

[設問]

本件計画に基づいてX社がY社から甲の製造販売事業の全てを譲り受けることは、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第16条第1項に違反するか検討しなさい。

なお、Y社の当該事業は同社の事業の「重要部分」（同項第1号）に該当するものとする。

令和5年 司法試験

【経 済 法】

【第1問】（配点：50）

甲装置は、我が国において法令上求められている検査のための特有の機能を有する業務用検査装置である。また、乙機器は、甲装置の中核となる機器であり、甲装置に組み込んで使用される。

甲装置には、大型の甲装置（以下「大型甲」という。）と小型の甲装置（以下「小型甲」という。）がある。大型甲と小型甲の市場規模（販売金額）は同程度であり、それぞれの需要は安定している。大型甲と小型甲では、サイズ、処理能力等が異なり、また、大型甲と小型甲の製造設備を相互に転換するためには、かなりの投資と時間を必要とする。

甲装置の主要なメーカーとして、X社、Y社及びZ社（以下「3社」という。）があり、それぞれ複数の製造設備で甲装置を製造しているが、3社それぞれの製造能力にはかなりの余裕がある。3社のほかに、小型甲のみを製造販売するW社がある。これらのメーカーは、全国の需要者に甲装置を販売する体制を整えており、地域による価格差は存在しない。また、甲装置の輸出入は事実上行われていない。甲装置の需要者は、比較的大規模な事業者であり、交渉力が強い。甲装置の製造コストは、需要者向け販売価格の6割程度である。

甲装置全体では、Z社がシェア（販売金額に基づく割合をいう。以下同じ。）を漸増させてきており、その分、X社及びY社のシェアが漸減してきている。現在のシェアは、次表のとおりである。

	甲装置全体	大型甲のみ	小型甲のみ
X社	25%	40%	10%
Y社	25%	20%	30%
Z社	40%	40%	40%
W社	10%	—	20%
合計	100%	100%	100%

大型甲については、3社が製造販売しており、うちX社とZ社が大きなシェアを有している。これに対し、Y社のシェアは、同程度の製造能力を有する二つの大型甲の製造設備のうち一つが老朽化して高コストになっていることもあって減少傾向にあり、このままでは今後更にシェアを落とすことになるとみられている。

他方、小型甲については、3社のほか、小型甲のみを製造販売するW社を加えた4社がしのぎを削っている。X社は、小型甲については最低のシェアにとどまっている。

乙機器は、専ら甲装置に組み込まれるものであり、他に代わるものではなく、他に転用することもできない。また、大型甲向けと小型甲向けとで違いはない。

3社は、乙機器を自ら製造している。乙機器の製造コストは、甲装置全体の製造コストの5割程度を占めている。乙機器の製造には特殊な技術が必要であり、甲装置のメーカー以外には乙機器の製造技術を有するものはおらず、新規参入も困難であり、また、輸出入も事実上行われていない。3社それぞれの乙機器の製造能力にはある程度の余裕がある。

他方、小型甲のみを製造するW社は、乙機器を製造する技術を有するものの、自らは製造せず、3社に製造を委託している（必要数量のおおむね3分の1ずつ）。これは、甲装置のシェアが低いW社が乙機器を自ら製造する場合にはコスト面で不利であり、乙機器の製造余力がある3社から供給を受けることが有利であると判断しているためである。W社が乙機器の製造設備を設置し稼働させるためには3年近い期間を必要とする。また、W社は、独自の技術を用いて、他社から調達した乙機器を組み込んだ小型甲を製造しており、一部の需要者から支持を得ていることから、一定の競争力があると評価されている。

〔設 問〕

こうした中で、X社及びY社では、次の二つの計画を立案しており、その一環として、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点についても検討している。二つの計画について、独占禁止法上の問題点を分析して検討するとともに、問題があると判断される場合には、当該問題を解消するために必要と考えられる措置を具体的に提示しなさい。なお、二つの計画について、それぞれ独立して検討するものとする。

- (1) 甲装置の製造コストは、その製造数量や製造設備の稼働率に左右されるところ、X社の小型甲の製造設備やY社の二つの大型甲の製造設備のうちの一つの稼働率が低い状況にある。しかし、甲装置の需要者の中には、設置場所等により大型甲と小型甲の両方を必要とするものも少なくなく、X社及びY社では、大型甲と小型甲の両方を販売することが営業上重要であると判断している。

このため、X社とY社は、次の内容の甲装置の製造受委託（OEM）契約を締結することを計画している。すなわち、X社にあっては、小型甲の製造を取りやめ、Y社に小型甲の製造の全部を委託し、Y社から供給を受けた小型甲を自社の製品として需要者に販売する。逆に、Y社にあっては、大型甲の製造を取りやめ、X社に大型甲の製造の全部を委託し、X社から供給を受けた大型甲を自社の製品として需要者に販売する。甲装置の需要者向けの販売活動は、それぞれが独立して行う。

X社及びY社において、大型甲と小型甲の製造を担当する従業員を相互に配置転換することは容易である。それぞれの現有製造設備から他方に必要数量を供給することは可能であるが、特に大型甲についてはX社の製造余力は乏しくなる見込みである。また、大型甲及び小型甲のいずれについても、製造受託者から製造委託者に対する供給価格は、それぞれの需要者向け販売価格の8割程度と見込まれる。

なお、これによりW社に対する乙機器の供給に影響が生じることはない。

- (2) 乙機器の製造コストは、その製造数量や製造設備の稼働率に左右されるところ、甲装置のシェアが首位のZ社に比べて低いX社及びY社では、乙機器の製造コスト面で不利な状況にある。

このため、X社とY社は、それぞれの乙機器製造部門を共同新設分割方式で切り出し、乙機器の製造を行う共同出資会社としてS社を設立することを計画している。なお、この共同新設分割は、独占禁止法に基づく公正取引委員会への届出基準を充足している。

S社では、乙機器の製造設備を統廃合し（ただし、W社に対して引き続き乙機器を供給する上で必要な製造能力を維持する。）、製造コストの低減を図る。X社及びY社は、S社から製造コストベースで乙機器の供給を受ける。また、甲装置の製造や需要者向けの販売活動は、それぞれが独立して行う。

【第2問】（配点：50）

甲精密工作機械（以下「甲機械」という。）は、機械部品を効率よく高精度に自動で加工する工作機械である。我が国における甲機械のメーカー（以下「メーカー」という。）は5社あり、その売上額に基づく割合（以下「シェア」という。）はほぼ均等である。甲機械に代替する工作機械はなく、この10年間に甲機械の製造販売業に新規参入したものはなく、また、輸入もほとんど行われていない。

甲機械を使用して機械部品を加工する甲機械の需要者（以下「需要者」という。）にとっては、これをメーカーから購入する方法と、リース事業者から甲機械のリースを受ける方法がある。リースとは、需要者があらかじめ選定した甲機械をリース事業者がメーカーから購入し、これを需要者がリース事業者から中長期にわたって賃借する方法である。リースには、①初期に多額の購入費用が掛からず、毎月のリース料の支払だけで済み、費用を平準化できること、②管理や事務の負担を軽減できること、③陳腐化しやすい甲機械にあって常に最新のものを導入できることなどのメリットがあり、こうしたメリットを重視する需要者は、甲機械の購入ではなくリースを選択している。どのメーカーにおいても、甲機械の販売台数に占める購入する需要者向けとリース事業者向けの比率は、おおむね50パーセントずつとなっている。

リース事業者であるA社、B社、C社及びD社（以下「リース4社」という。）は、我が国における甲機械のリースの取引において、それぞれ約13パーセント、約11パーセント、約10パーセント及び約7パーセントのシェアを有している。その他のリース事業者も多数存在し、競争は活発に行われているが、そのシェアはいずれも5パーセント以下である。また、国内における甲機械の販売台数全体のうちリース4社が購入する割合は、それぞれ約7パーセント、約6パーセント、約5パーセント及び約4パーセントとなっている。甲機械のその他の購入者で3パーセント以上の割合を有するものはいない。

近年、甲機械に対する需要の鈍化に伴い、メーカーには甲機械の在庫が増えている。こうした中で、メーカーのうちX社及びY社（以下「メーカー2社」という。）が、それぞれ、甲機械の販売のみならず、甲機械のリースを希望する需要者に対して自ら直接リースを行うこと（以下「直接リース」という。）を始めた。これにより、リース4社の取引先である需要者の中にも、メーカー2社から甲機械の直接リースを受けるものが出てきた。

メーカー2社による直接リースによって大きな影響を受けていたD社の営業部長dは、他社の状況を知りたいと考えて、A社の営業部長a、B社の営業部長b及びC社の営業部長cに情報交換を呼び掛けた。この呼び掛けを受けて令和5年4月10日に開かれた会合では、リース4社がそれぞれ直接リースによる影響を受けていることについて情報交換が行われた後、出席者から次のような発言があった（発言順）。

- d：「メーカーによる直接リースがこのまま拡大していくと、我々リース事業者は大きな打撃を受けることになる。」
- b：「リースに関する知識や経験に乏しいメーカーがリースを行うと、需要者に対して十分な説明ができず、需要者の利益にならない。」
- d：「リース事業への需要者の信頼を失わせることにもなる。」
- a：「メーカーは、需要者に販売することは自由にできるのだから、リースについては我々に任せべきだろう。」
- c：「リースを知らないメーカーによる直接リースはやめさせるべきだ。」
- b：「メーカー2社が直接リースを続けるなら、メーカー2社からの甲機械の購入はやめたい。」
- a：「メーカー2社に直接リースをやめさせるには、ここにいるリース4社がメーカー2社からの甲機械の購入をやめることが最も有効な方策ではないか。」
- c：「確かにリース4社で協力すれば、メーカー2社への圧力になる。」
- a：「メーカーに対してリース事業者の利益を守るためには、この場にいるリース4社の結束が必

要だ。」

c：「今のところ直接リースを始めたのはメーカー2社に限られているが、他のメーカーに直接リースをさせないための牽制にもなる。」

b：「メーカー2社が直接リースをやめれば、他のメーカーも直接リースを始めようとは考えないだろう。」

情報交換を呼び掛けたdは、会合の途中から発言しなくなったが、a、b及びcの発言に異を唱えることはなかった。また、a、b及びcは、D社がメーカー2社による直接リースの影響を大きく受けていることを知っていた。

その後、A社、B社及びC社（以下「リース3社」という。）は、それぞれ、令和5年4月24日、メーカー2社に対して、直接リースを今後行わないこと、直接リースを今後も行うメーカーからは甲機械を購入しないことを申し入れた。D社も、同月26日、メーカー2社に対して、リース3社の申入れと同趣旨を申し入れた。これらの申入れを受けて、メーカー2社のうちX社は、今後、直接リースを行わないこととしたが、Y社は、引き続き直接リースを行っていた。このため、リース3社は、それぞれ、同年6月8日、Y社に対して、今後Y社から甲機械を購入しない旨通知した。D社も、同月10日、Y社に対して、リース3社の通知と同趣旨を通知した。これにより、Y社も、以後、直接リースを行わないこととするに至った。

【設問】

リース4社の上記行為について、独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

令和5年 予備試験

[経 済 法]

甲製品は特有の機能を有する事務機器であり、甲製品に代替できる製品はない。我が国における甲製品のメーカーとして、A社、B社、C社、D社及びE社の5社（以下「5社」という。）があり、令和4年における各社のシェア（甲製品の国内における総販売額に占める各社の販売額の割合）は、それぞれ、30パーセント、25パーセント、20パーセント、15パーセント、10パーセントとなっている。なお、輸入は事実上行われていない。また、5社は、甲製品事業の振興と共通の利益の増進を目的として、一般社団法人日本甲製品協会（以下「甲製品協会」という。）を設立している。

5社は、それぞれ、甲製品を直接ユーザーに販売している。甲製品の需要の大部分は買換えに伴うものであり、一般に、ユーザーは数年ごとに甲製品を買い換えている。甲製品について、メーカーごとの性能、使用方法等に大きな違いはないことから、ユーザーは買換えに際して異なるメーカーの甲製品を選択することが少なくなく、5社間でユーザーの争奪が活発に行われてきている。

使用済みとなった甲製品については、従来、メーカーがユーザーから無償で引き取り、整備等を行った上で中古品として販売することもあるが、多くは産業廃棄物処理業者に委託して廃棄していたほか、ユーザーが自ら廃棄していた。

ところが、数年前、法令により、使用済みの甲製品（整備等を行った上で中古品として販売されるものを除く。以下同じ。）について、製造販売したメーカーが回収し、再利用が可能な部品等を取り出し、洗浄・検査等を行って、甲製品の部品等としての再利用を可能とすること（以下「リサイクル」という。）が義務付けられ、所要の準備期間を置いて令和5年4月1日から施行されることとなった。リサイクルを義務付ける法令には、リサイクルに要する費用（以下「リサイクル費用」という。）について、メーカーは合理的な範囲でユーザーに負担を求めることができる旨定められている。

リサイクル費用は、回収した使用済みの甲製品から部品等を取り出して再利用が可能となるように処理すること（以下「処理」という。）に要する費用（処理施設を設置・運営する費用を含む。以下「処理費用」という。）と、回収した使用済みの甲製品の処理施設への運送及び再利用される部品等の処理施設から甲製品の製造・修理拠点への運送（以下、合わせて「運送」という。）に要する費用（以下「運送費用」という。）に大別される。また、部品等の再利用による製造費用の節減額はメーカーにより異なっているが、いずれのメーカーにおいても大きなものではない。

使用済みの甲製品のリサイクルが義務付けられるに際し、甲製品協会において専門家を交えて対応を検討した。その結果、各メーカーの甲製品はいずれも日本全国で販売されており、処理施設は運送費用との関係で全国に複数箇所設置する必要があるところ、どのメーカーも単独では効率的な規模の処理施設を設置・運営することはできないことが判明した。このため、甲製品協会は、次の内容の甲製品のリサイクルシステム（以下「本リサイクルシステム」という。）を構築し、実施することを決定し、会員5社に参加を求めた。なお、会員の本リサイクルシステムへの参加義務や会員以外の者（新規参入者を含む。）の利用等に関しては、何ら取り決められていない。

【本リサイクルシステム】

甲製品協会は全国2箇所に処理施設を設置・運営し、メーカーは同施設に使用済みの甲製品の処理を委託する。また、運送は各メーカーが行う。

甲製品協会は、令和5年4月1日から処理施設を運営することとし、処理を受託する対価として、使用済みの甲製品1台当たりの処理費用の実費額（以下「処理単価」という。メーカーごとに金額の違いは設けない。）を決定し、メーカーから徴収する。処理単価は、甲製品のユーザー向け販売価格の10パーセント程度になる。

メーカーは、令和5年4月1日以降、ユーザーから使用済みの甲製品を回収するに当たり、リサイクル費用として、処理単価の1.5倍相当額をユーザーから徴収する。

令和5年4月1日以降、5社は、いずれも本リサイクルシステムに参加しており、同システムは問題なく実施され、5社は、それぞれのユーザーから上記のリサイクル費用を徴収している。また、5社間では、ユーザーの争奪が引き続き活発に行われている。

〔設問〕

甲製品協会による本リサイクルシステムの構築・実施について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律上の問題点を分析して検討しなさい。

令和6年 司法試験

〔経済法〕

〔第1問〕（配点：50）

中部地区に所在する55の地方公共団体（以下「55団体」という。）は、各々、毎年一定期間ごとに、浄水場で使用する消毒用の製品（以下「甲製品」という。）を指名競争入札の方法により発注している（以下、この入札を「甲製品の入札」という。）。

X1社ないしX9社は、いずれも甲製品のメーカーである（以下、X1社ないしX9社を「メーカー9社」という。）。我が国における甲製品のメーカーはメーカー9社以外にも存在するが、メーカー9社の甲製品のシェア（売上額に基づく割合）は合計約9割である。

メーカー9社は、甲製品の入札について、いずれも指名資格を有しておらず、入札に当たっては、メーカー9社の各甲製品をそれぞれ専門に販売する販売業者であるZ1社ないしZ9社（Z1社ないしZ9社はいずれも指名資格を有している。X1社の甲製品を専門に販売する販売業者がZ1社、X2社の甲製品を専門に販売する販売業者がZ2社、Z3社以下についても同じ。以下、Z1社ないしZ9社を「販売業者9社」という。）に指示して、入札に参加させていた。販売業者9社は、従来から、いずれも甲製品の販売について特に営業活動をしておらず、各メーカーの指示に従った価格で甲製品を顧客に販売し、その売上額から一定率のマーヅンを受け取っていた（なお、物流上の必要等からメーカーと販売業者の間に卸業者が入ることもあった。）。メーカー9社とそれぞれの販売業者9社との間に、いずれも資本関係はない。

Y社は、メーカーから甲製品を仕入れ、それを販売業者に販売する卸業者であり、甲製品の入札について指名資格を有していない。甲製品の入札で販売業者9社のいずれかが落札した場合、当該販売業者は、指示をしたメーカーから甲製品を仕入れ、それを55団体に供給していたが、当該メーカーと当該販売業者との取引の間に卸業者としてY社が入ることもあった。

令和2年以前、メーカー9社は、甲製品の入札に関して直接に連絡交渉し合い、受注調整を行うことがあった。しかし、調整が整わないことも少なくなく、この受注調整が私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）違反として公正取引委員会に探知されることはなかった。Y社は、令和2年12月頃、甲製品の入札の各入札結果につき、発注数量、落札業者、落札金額等の情報を記載した入札一覧表と呼ばれる社内資料（以下「入札一覧表」という。）を作成するようになり、その後、入札一覧表をメーカー9社に提供するようになった。

このような状況の下、メーカー9社は、甲製品の入札の各入札結果に詳しいY社が調整することで、メーカー同士が直接に連絡交渉し合う必要がなくなると考えるようになり、また、Y社は、調整に関与し、落札した販売業者と指示をしたメーカーとの取引の間に卸業者として確実に入ること、より多くの利益を上げることができると考えるようになった。

このため、令和3年4月頃、メーカー9社とY社は、甲製品の入札に関して、以下の内容の取決め（以下「本件取決め」という。）をし、それ以降、本件取決めに基づき、55団体に甲製品を供給するようしていた。

- (1) Y社は、毎年度ごとに、メーカー9社と個別に面談し、入札一覧表を提供する。
- (2) 甲製品の各入札が実施されるごとに、メーカー9社は、入札一覧表を参考にしてY社に受注希望の有無を伝える。
- (3) Y社は、メーカー9社の受注希望の有無、入札一覧表に記載されたメーカー9社の55団体に対する甲製品の供給実績等を勘案して、各入札ごとにメーカー9社のうちいずれかを、入札を通じて55団体に甲製品を供給すべき者（以下「供給予定者」という。）に決定する。
- (4) Y社は、供給予定者の指示する販売業者が落札できるようにするため、各入札ごとに当該販売業者が提示する入札価格がそれ以外の販売業者が提示する入札価格よりも低くなるように販売業者9社の提示する各入札価格を決定し、それをメーカー9社に伝える。メーカー9社は、各々、自らが指示する販売業者にその入札価格を提示させる。

- (5) メーカー9社間では、各入札について、直接の連絡交渉を一切行わない。
- (6) 各入札後、Y社は、落札した販売業者が供給予定者から甲製品を仕入れるに当たり、必ず両者の取引の間に卸業者として入る。

その後、メーカー9社間で供給予定者の決定をめぐる対立が生じ、令和5年10月13日に実施された甲製品の入札において、X2社は、事前にY社が伝えた入札価格に従わず、Z2社に指示して独自に決定した安い入札価格を提示させ、落札させた。そして、X2社の担当者は、同年12月7日、自社以外のメーカーとY社の各担当者に対し、今後は自社で独自に決めた価格で応札していく旨を口頭で明確に表明し、それ以降、X2社は本件取決めに基づく行動を取っていない。

令和6年6月28日、公正取引委員会は、本件について関係各社の立入検査を行い、これ以降、Y社は本件取決めに基づく行為を行っていない。

なお、令和3年4月頃から令和6年6月28日までに実施された甲製品の入札200件のうち、本件取決めに基づいて決められた供給予定者の指示する販売業者が落札し、同供給予定者が甲製品を供給したものは180件であった。Y社は、その全てでメーカー9社と販売業者9社との取引の間に卸業者として入っており、その売上額は10億円であった。残りの20件については、いずれも、Y社がアウトサイダーの入札価格を見誤ったため、販売業者9社は落札できず、アウトサイダーが落札した。

〔設 問〕

令和3年4月頃以降におけるメーカー9社、Y社及び販売業者9社による上記各行為について、独占禁止法に違反するか、違反する場合には違反行為がなくなった時期も含めて検討しなさい。併せて、Y社の行為が独占禁止法に違反する場合には、Y社に対する課徴金の有無及び金額について、算定の過程を明らかにして検討しなさい（なお、Y社は、独占禁止法第7条の2第2項第2号に該当する者ではないものとする。）。

【第2問】（配点：50）

X社は、 α を含む多数の放射性医薬品を製造販売している。

α は、特別な放射線医療装置 β を検査に利用するとき用いられる放射性医薬品である。 β は、もともと悪性腫瘍などの治療用に普及している装置であるが、それを検査に利用するには α を用いる必要がある。 β と α を用いた検査（以下「 β 検査」という。）は、悪性腫瘍を始めとするいくつかの疾病の発見について非常に高い精度を示し、それ以外の検査では発見できないものを高い確度で見付け出す例が多いことで知られている。 α は、その物質特性から製造後に利用できる時間が短い上、安定した品質で製造することが難しかった。そのため、X社が α の製造販売を開始する以前は、 α を製造する特殊な装置と能力を持つ高度医療機関だけが、自ら α を製造して β 検査を行っていた。

X社は、迅速な配送を可能にする形状でかつ安定した品質で α を製造することに最初に成功し、必要な認可を得て製造販売を開始した。これによって、従来は検査を行うことができなかった医療機関でも β 検査を行うことが可能になり、 β 検査は急増した。X社は、放射性医薬品の供給に定評のある公益法人Zを通じて、全国一律の価格で α の供給を行っていた。Zは、自らが考える公益法人としての役割から、放射性医薬品の供給に関して、一定の手数料を取るだけで、メーカー等が指定する価格で、メーカー等が指定する取引先に供給することを原則としており、X社製 α についても、かかる原則に基づいて供給を行っていた。また、 α は製造後に利用できる時間が短く、一つの製造拠点から、その時間内に配送可能な範囲には限界があることから、 α を全国的に販売する場合は、全国をいくつかの地域に分割して各地域内に製造拠点を設け、各製造拠点から各地域内に所在する医療機関に対して α を供給する体制をとる必要があり、X社は、全国を12の地域に分割し、各地域内に製造拠点を設けるなどして全国的に α の製造販売を行っていた。

なお、 α を検査に用いるには、その物質特性から自動投与装置 γ を利用することが通常必要とされる。 γ はX社とは無関係の複数の会社が製造販売しているが、いずれの会社の γ もX社製 α を検査に用いる上で支障はなかった。

このように、従来、日本国内では、X社だけが α の製造販売を行っていたが、その後、放射性医薬品等の製造販売業者であるY社が α の開発に成功し、製造販売に必要な認可を得た。Y社も、X社と同様、全国をX社と同じ12の地域に分割し、各地域内に製造拠点を設けるなどして全国的に α の製造販売を開始した。

Y社は、 α の製造販売を行うに当たって、次のような経営方針を立てた。

- (1) X社はZを通じて全国一律の価格で α の供給を行っているが、Y社は、既に需要量が多く、これからも β 検査件数の伸びが期待できる南関東地域及び近畿地域（以下「両地域」という。）では、他の地域よりも低い価格で α の供給を行う。これによって需要量が多い両地域で高いシェアを獲得することを目指す。
- (2) Y社は、単に低価格販売により両地域で高いシェアを獲得するだけではこれまでの研究開発費の回収には不十分であることから、一層の需要増を目指すため、別の会社と共同開発していた低価格で使いやすい新型自動投与装置 γ （以下「新型 γ 」という。）の供給を開始する。それによって β 検査を増やし、 α の一層の需要拡大を図り、同時に γ と α の両方を提供する事業者として β 検査の分野におけるY社の信頼性を高める。また、Y社が共同開発した新型 γ が利用される場合はY社製 α が利用されることが想定できるため、新型 γ の供給を通じてY社製 α の販売を促進する。

このようなY社の方針に対して、X社は、次のような対応を決定し、実施した。

- (a) α の公平な配分には全国一律の価格が必要であるとして、ZがY社製 α について、地域ごとに価格に差を設けて取り扱うことに応じた場合は、ZへのX社製 α の販売を停止するとZに通知した。
- (b) 両地域内の α を利用している各医療機関に対し、Y社から α の供給を受けた医療機関について

は α の供給を停止すると通知した。

(c) 両地域内の β を設置している各医療機関に対し、新型 γ に関して、検査等を行わず、明確な根拠もなく、「新型 γ ではX社製 α は利用できない。」と説明した。

これらの対応の結果、Zは、定評のあるX社製 α の供給を受けることができなくなってしまうと、従来の顧客である医療機関に対して、各医療機関が必要とするだけの量の α を供給できなくなることを懸念し、Y社の方針(1)に基づくY社製 α の取扱いをちゅうちょした。そこで、Y社は、両地域以外の地域でのみZを通じた販売を行うこととし、両地域については、Zを利用した場合に比べて費用は掛かるものの、Y社が、自ら、直接、 α を他の地域よりも低い価格で販売することとした。

また、両地域内の医療機関においては、Y社から α を購入すると、今後、X社から α の供給を受けることができなくなるため、低価格は魅力であるものの、新規参入業者であるY社が今後も必要量の全てを安定的に供給することができるのかを懸念し、Y社から α を購入することを断念するものも多く、Y社によるそれらの医療機関への α の販売は難しくなった。その結果、両地域における低価格販売によるY社製 α の売上が想定より伸びなかった。

さらに、新型 γ については、それが高性能であることを認めて導入を検討した医療機関もあったが、既に定評のあるX社製 α が利用できなくなることを懸念して、新型 γ の導入を取りやめる例が見られた。そのため、新型 γ の販売実績はY社が想定した水準を大きく下回り、新型 γ の市場への投入に対応したY社製 α の販売も、当初のY社の想定水準を大きく下回ることとなった。

〔設 問〕

X社の行為について、独占禁止法上の問題点を検討しなさい。

令和6年 予備試験

〔経 済 法〕

【前提】

X社は、体勢を保持するための福祉用具である甲製品（以下「甲製品」という。）のメーカーであり、我が国の甲製品の販売分野において約35パーセントのシェア（甲製品の国内における総販売額に占める各社の販売額の割合）を有し、国内シェア第1位である。X社製甲製品は消費者から高い評価を得ており、甲製品を販売する小売業者（以下「販売業者」という。）にとってX社製甲製品を取り扱うことは営業上不可欠になっている。

メーカーは、販売業者を通じて甲製品を消費者に販売している。販売業者は、X社製甲製品だけでなく他メーカー製甲製品も販売しており、販売方法に特段の法規制はない。販売業者の販売形態には、店舗での販売とインターネットを利用した販売がある（以下、店舗での販売を行う販売業者を「店舗販売業者」、インターネットを利用した販売を行う販売業者を「ネット販売業者」という。）。その割合は、店舗での販売が約8割、インターネットを利用した販売が約2割となっており、インターネットを利用した販売の割合は漸増しつつある。X社製甲製品の小売価格は、それぞれの販売業者が独自に決定しているが、ネット販売業者の小売価格の平均は店舗販売業者の小売価格の平均より約10パーセント低い。

店舗販売業者の中には、その販売員がX社製甲製品の機能の特徴を説明して販売するもの（以下、このような販売方法を「説明販売」という。）も少数存在するが、ネット販売業者の中には説明販売を行っているものは存在しない。近年、X社製甲製品の販売額は伸び悩んでいる。その理由を、X社は、店舗販売業者の販売員が適切な説明をできておらず、X社製甲製品の機能の特徴を消費者に十分訴求できていない点にあると見ている。

〔設 問〕

- (1) 上記の【前提】に加え、以下の事実がある場合に、X社の令和6年6月1日以降の行為について、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）上の問題点を分析して検討しなさい。

令和6年6月1日以降、X社は、店舗販売業者に対してのみ、X社が指示する方法・内容に基づく販売員教育を実施して、来店した消費者にX社製甲製品の適切な説明を行う場合に限り、説明販売を支援する協力金の提供を行うこととした。ネット販売業者は説明販売を行っていないことから協力金の提供を受けていない。この協力金の金額は、店舗販売業者に対するX社製甲製品の卸売価格の約5パーセントであり、店舗販売業者が説明販売に要する費用とおおむね同等である。

なお、X社は、販売業者に対するX社製甲製品の卸売価格について、店舗販売業者とネット販売業者との間で差を設けていない。

- (2) 上記の【前提】に加え、以下の事実がある場合（上記(1)記載の事実はない。）に、X社の令和6年9月1日以降の行為について、独占禁止法上の問題点を分析して検討しなさい。

令和6年6月1日、X社は、店舗販売業者に対し、X社が指示する方法・内容に基づく販売員教育を実施して、来店した消費者にX社製甲製品の適切な説明を行うように要請した。その後、この要請に従う費用（その金額は、店舗販売業者に対するX社製甲製品の卸売価格の約5パーセントである。）を甲製品の小売価格に上乗せして販売した結果、X社製甲製品の売上が大幅に減少したため、大半の店舗販売業者からX社に対し、このままでは説明販売を維持でき

ないとの苦情が強く寄せられた。これに対応したX社による調査の結果、売上の大幅な減少の主な原因はネット販売業者への顧客流出であることが明らかとなった。

そこで、X社は、店舗販売業者に説明販売を継続してもらうため、ネット販売業者への顧客流出を阻止する必要があると考えて、同年9月1日以降、①店舗販売されるX社製甲製品の同年6月1日以降の小売価格の平均を「小売定価」と定めて、全ての販売業者に対して、X社製甲製品を「小売定価」で販売するよう求めることとし、②販売業者が「小売定価」どおりに販売しない場合、当該販売業者に対するX社製甲製品の出荷を停止することとし、その旨を全ての販売業者に通知した。その結果、全ての販売業者は、出荷停止を恐れて、X社製甲製品を「小売定価」で販売するようになった。

なお、X社は、販売業者に対するX社製甲製品の卸売価格について、店舗販売業者とネット販売業者との間で差を設けていない。