

流通市場における買手パワーの競争への影響について
— 法学的考察 —

大宮法科大学院大学非常勤講師
渕川和彦

法学的考察の目的とその手法

- 経済学的考察をどのように法適用に活かしていくべきか、そして、どのような法適用が可能なのか。

- 経済学的な考察により明らかになったこと
 1. ウォーターベッド効果による第三者効果の懸念
 2. 事前規制としての企業結合規制が重要

- 分析手法：日本の買手パワー規制の現状と課題を明らかにし、企業結合規制による買手パワー規制を積極的に行なうEU競争法の判例分析を行う

目次

1. 日本における買手パワー規制の現状
2. 日本における買手パワー規制の課題
3. EU競争法における買手パワー規制
4. 結びに代えて
—我が国独禁法への示唆—

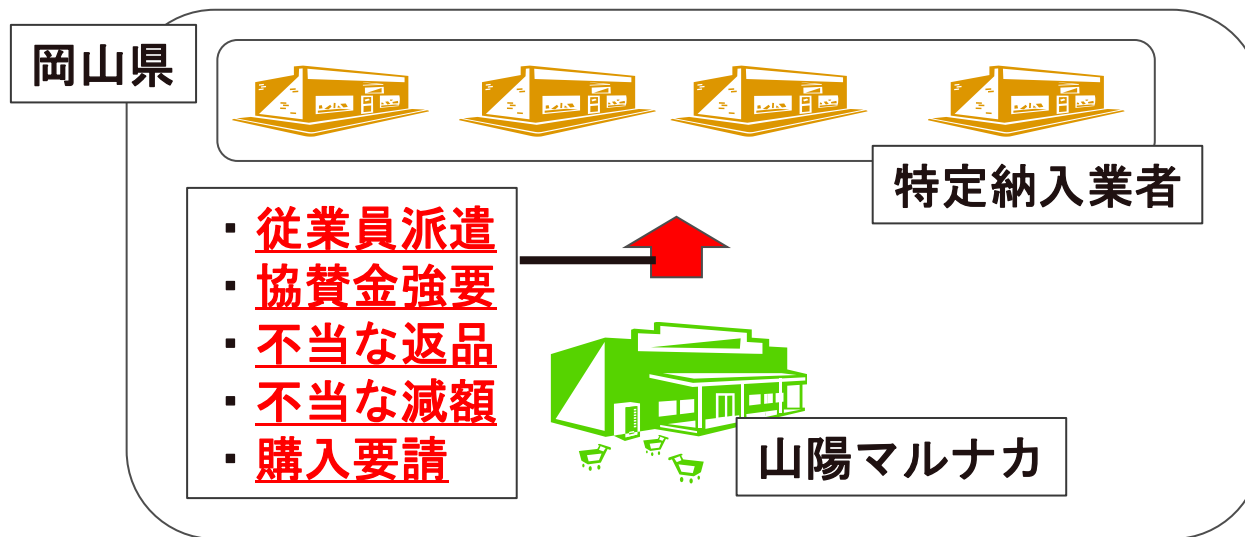
1. 日本における買手パワー規制の現状

1.1 我が国における買手パワー規制

- 日本の買手パワー規制は主に購買力濫用規制として、**優越的地位の濫用規制**により行われている。
- 根拠条文・法令
 - **優越的地位の濫用規制** (独禁法2条9項5号)
 - **大規模小売業告示**
- 主な事例
 - 三越事件 (公取委同意審決昭57・6・17)
 - ローソン事件 (公取委勧告審決平10・7・30)
 - ドン・キホーテ事件 (公取委同意審決平19・6・22)
 - セブン-イレブン事件 (公取委排除措置命令平21・6・22)

1.2山陽マルナカ事件 (公取委排除措置命令平23・6・22)

- 山陽マルナカは、岡山県の百貨店及び総合スーパーで最大手の事業者であり、同県の小売業に係る売上高のマルナカの割合は小売業者の中で最も高い。マルナカは、遅くとも平成19年1月以降、特定納入業者に対し、**従業員派遣要請**、**協賛金の強要**、**不当な返品**、**不当な減額**、**購入要請**を行った。



以上の行為は、優越的地位の濫用（独禁法2条9項5号）に該当し、独禁法19条に違反するものとして、排除措置命令および課徴金納付命令が行われ、2億2216万円の課徴金納付が命じられた。

2. 日本における買手パワー規制の課題

2.1 優越的地位の濫用に関する主な学説

- 正田説：取引当事者間の地位の優越性を不当に利用することを違法とする見解。
- ⇔ 今村説：濫用行為を排除しても、優越的地位は残るため、当該行為を排除することで自由競争基盤が確保される理由なし。
- 折衷説(金井説)：優越的地位の濫用は、現実の市場において競争が機能していない状況で不当な要求を行う場合に規制するものであり、競争への影響は、濫用行為の性格を説明したとものとする。
- 有力説(白石説)：優越的地位の濫用をEU競争法102条と同じく搾取的濫用規制と位置づける。

2.2 経済学からみる優越的地位の濫用

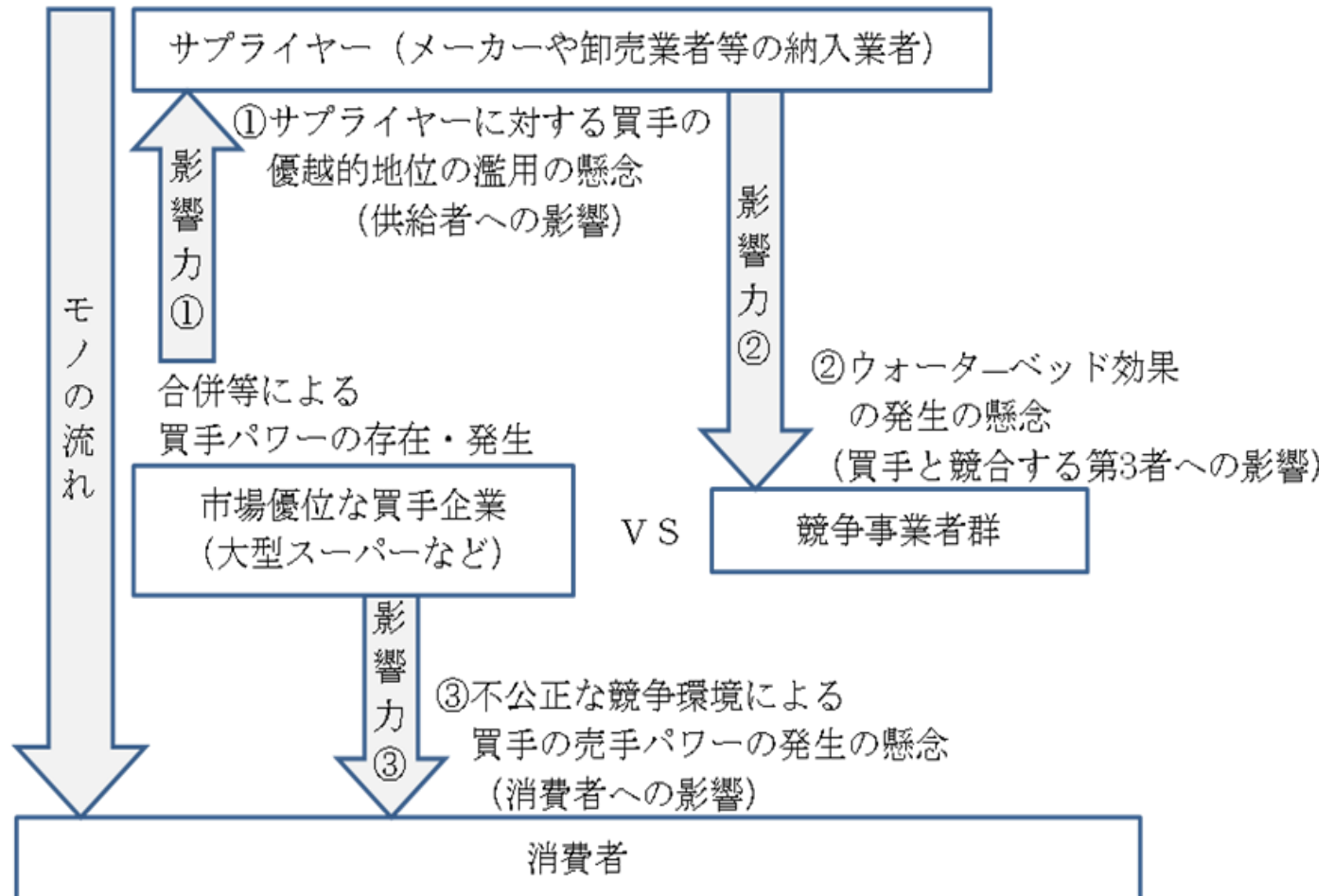
- 経済学的視点から優越的地位の濫用の説明を試みる見解として、**不完備契約**における事後的な機会主義的行動により、過少投資となることの問題を回避するための規制とする見解(泉水説)、**ロックイン**された市場における力の押しつけの問題とする見解(大録説)などがある。

⇔ 単純な**ホールドアップ**の問題の存在だけでは、優越的地位の濫用の経済学的な理論的説明にはならず、**第三者効果**による説明が必要であるとの指摘もなされている。

2.3 ウォーターベッド効果への独禁法による対処

- 買手パワーを背景とした小売業者による優越的地位の濫用行為は、独占禁止法の優越的地位の濫用規制で取り締まる必要がある。
- ウォーターベッド効果自体を独占禁止法における、優越的地位の濫用により規制することには限界がある。
- 買手パワーの増大によるウォーターベッド効果の発生を抑止するため、企業結合規制による事前規制が重要となる。

2.4 買手パワーをめぐる3つの概念



第1図 買手パワーをめぐる3つの懸念

出典) 小島泰友、淵川和彦「流通市場における買手パワー(Buyer Power)の競争への影響について」公取委CPRC共同研究報告書CR04-10、5頁 (2010)

3. EU競争法における買手パワー規制

3.1 EU競争法

- 合併規則 (企業間結合の規制に関する理事会規則4064/89号)

- 買手パワーが問題となる場合

1. 買手間の合併により市場支配的地位を獲得するおそれがある場合

- 「合併した事業者は、投入物の購入量を減らすことにより、価格を引き下げる地位に立つことがある。このことは、同様に、合併した事業者が、最終製品市場において産出量の水準を下げることに繋がり、これにより、消費者厚生を害する。このような効果は、特に、上流の売手が相対的に細分化されている場合に生ずる。下流市場における競争もまた、不利な影響を受ける可能性がある。特に、合併した主体は、競合事業者を困り込むために、サプライヤーに対して買手パワーを行使する可能性がある」[水平的合併ガイドライン(2004) (para.61)]

2. 売手間の合併において、対抗的買手パワーが正当化事由として挙げられる場合 [水平的合併ガイドライン(2004) (para.64)]

3.2 買手間合併により市場支配的地位を獲得する場合

3.2.1 Kesko/Tuko 事件

Kesko/Tuko, Case No IV/M.784 (Nov. 20,1996)

- 欧州委員会は合併規則22条に従って、KeskoによるTukoの買収について検討するよう、フィンランドの競争当局から要請を受けた。欧州委員会は、合併規則6条1項c号に従って手続を開始。KeskoとTukoのシェアを併せれば、フィンランドの日用品の小売市場において、国内レベルで少なくとも**55%**に、地域レベルで**40~90%**に達するとされた。

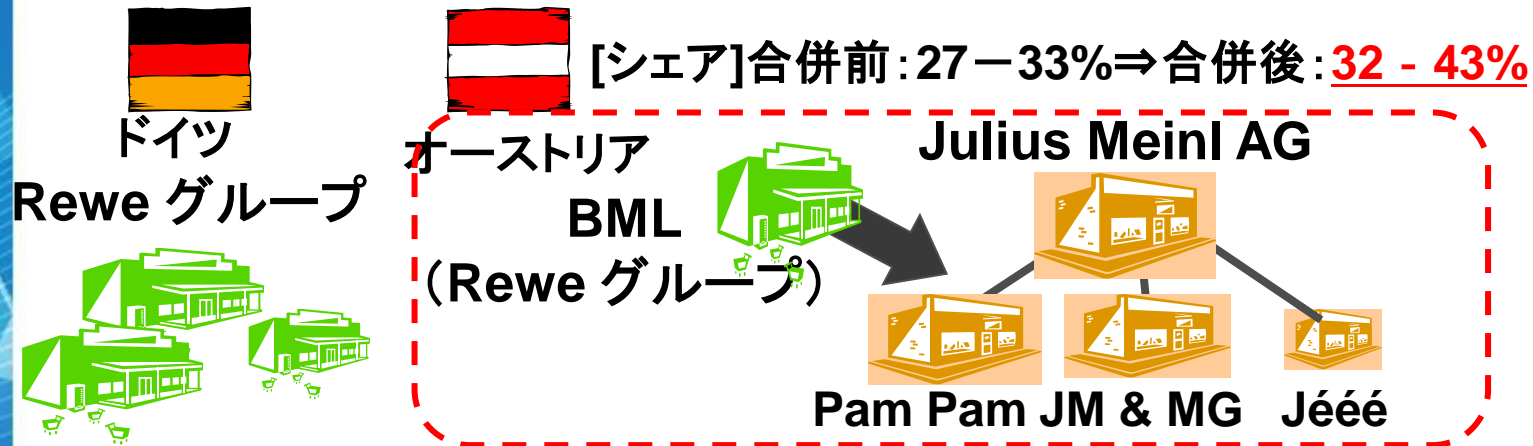


欧州委員会は、当該合併が、Keskoを独占的な地位に至らせ、合併事業者の買手パワーによる値下げが新規参入をさらに困難なものにするとした。欧州委員会は、市場集中の結果、Keskoは、フィンランドにおける日用品の小売市場とキャッシュ・アンド・キャリー（現金払い、商品持ち帰り）販売市場において、支配的な地位を獲得するであろうと結論付け、**Kesko/Tukoの合併は禁止**された。

3.2.2 Rewe/Meinl事件

Rewe/Meinl, Case No IV/M.1221 (Feb. 3,1999)

- Reweグループは、Julius Meinl AGの全株式資本を取得により、合併規制4条に従い事前届出を欧州委員会に行なった。当該合併により、オーストリアの食料品小売の市場シェアが32 - 43%になる。欧州委員会は、地理的市場は、個々の販売店を中心として車で約半径20分の円として画定され得るが、主要な小売店チェーン間の競争は、より広い地理的範囲で成立しているとした。 Reweは、オーストリアの食料小売取引において主要な地位にあり、上位5位の事業者は市場の80%、上位2位のみで約60%を占めており、高い市場集中度となっている。

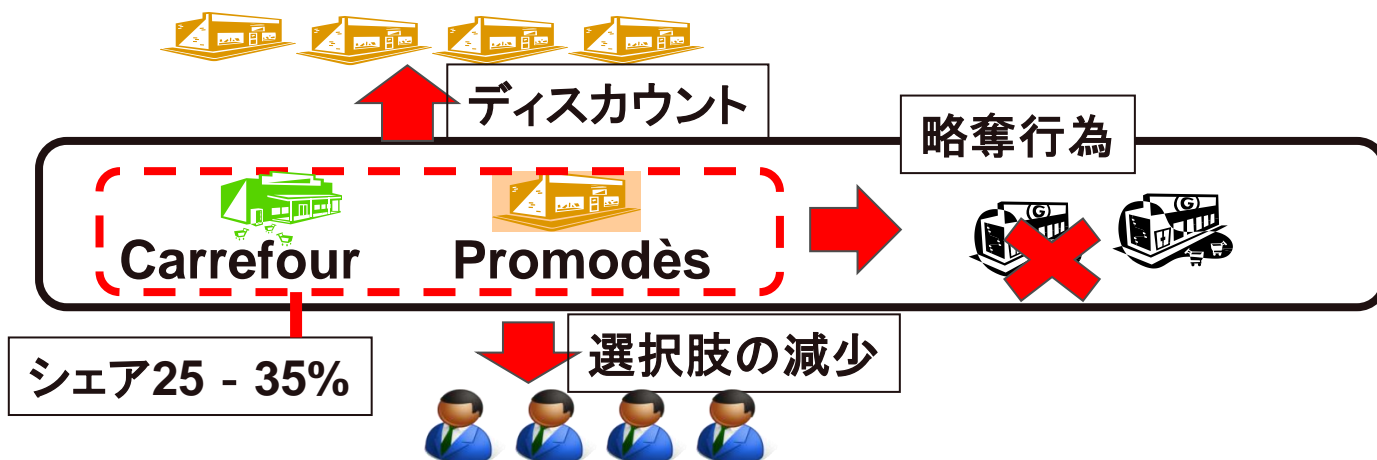


委員会は、一部の店舗の売却などの問題解消措置の実施を条件に、Rewe/Meinlの合併を承認した。

3.2.3 Carrefour/Promodès事件

Carrefour/ Promodès, Case No IV/M.1684 (Jan. 25,2000)

- Carrefourは、食料品と非食料品の流通の事業グループ、Promodèsは、フランスと他の国で食料品と非食料品製品の流通、小売業を営んでいた。欧州委員会は、地理的市場では、ハイパーマーケットは、60km以上に到達することがあり得るとした。欧州委員会は、生活必需品の市場におけるスパイラル効果について言及している。Carrefourは、ハイパーマーケットで総売上高の15-25%を占めており、合併後には、第1位の25-35%を占めることとなると認定された。
- **スパイラル効果**: 買手パワー⇒ディスカウント⇒略奪行為
⇒市場シェアの上昇⇒買手パワーが高まる



Carrefourは、競争相手Coraとの関係を断ち切り、Coraに対する出資分を全て売却することを条件に、**合併が承認**された。

3.2.4 考察

- Kesko/Tuko事件、Carrefour/Promodès事件では、欧州委員会は、将来的な参入障壁やスパイラル効果を問題としており、買手パワーの反競争効果について中長期的な視点で検討している。
- ローカル市場に関して、全て正確に画定することは困難であるため、ローカル市場のみで市場画定をすることは競争状況をかえって把握できない場合があることに留意する必要がある。

3.3 正当化事由としての対抗的買手パワー

3.3.1 Enso/Stora事件

Enso/Stora, Case No IV/M. 1225 (Nov. 25, 1998)

売手側の市場

市場シェア: 60%



Enso



Stora



買手側の市場

購入割合: 60%



Tetra Pak



対抗的買手パワー

- Enso/Stora事件において、EnsoとStoraは林業を営んでおり、Ensoは主にフィンランドを、Storaは主にスウェーデンを拠点に活動している。EnsoとStoraの合併により売手側の市場には、60%の市場シェアを占めるようになった事業者と他の2つの事業者が存在することとなる。一方、買手側の市場では、液体パッケージ紙の60%を購入するTetra Pak社とその他の2社が存在する。欧州委員会は、特別な市場状況において、買手の対抗的買手パワーを有していることを認めた。

欧州委員会は、問題解消措置として、合併当事者が価格面で一定期間、Tetra Pakとその他の2事業者に対して差別的な取扱いをしないことを条件に Enso/Storaの合併を承認した。

3.3.2 P&G/Gillett事件

Procter & Gamble /Gillette, Case No COMP/M.3732 (July 15, 2005)

電動歯ブラシ事業

市場シェア: **65-75%**



P&G



Gillette



Colgate Philips



小売業

対抗的買手パワー



プライベートブランド商品、ゲートキーパー機能

- P&G は、消費財を製造する世界有数の事業者、Gilletteは、消費財を製造する多国籍企業である。電動歯ブラシ事業について、当該合併によりEU地域の市場において**65%–75%**のシェアを有する恐れがあった。欧州委員会は、買手パワーについて、(1) **プライベートブランド商品**の存在、(2) 小売業者が**ゲートキーパー機能**を果たしていること(ブランドが取り扱われなければ消費者に認知されないリスクがある)、(3) **合併当事者の特定の小売業を通じた売上高は、合併当事者の売上高の10%以上に相当する一方で、小売業者の売上高の合併当事者の全体の売上高は平均で2%に過ぎない**ことなどを認定している。

欧州委員会は、**電動歯ブラシ事業売却を条件に、P&GとGilletteの合併を認めた。**

3.3.3 Sun Chemical Group事件

Case T-282/06 Sun Chemical Group BV, Siegwark Druckfarben AG and Flint Group Germany GmbH v EC Commission [2007]

ECR II-2149

インク原料製造業者

市場シェア：40-50%



インク製造業

対抗的買手パワー

購入割合：50-60%



購入割合：80-100%

- 欧州委員会は、インク等の原料となる熱硬化性樹脂を製造するHexionと、Akzoとの合併を、インク製造業者の**対抗的買手パワー**の存在を理由に承認。インク製造業者Sun、Siegwerk、Flintは、欧州委員会がインク製造業者による対抗的買手パワーを十分に証明しておらず、対抗的買手パワーを適切に査定していないとして、第一審裁判所(現：一般裁判所)に対して申し立てた。当該合併により、市場シェアが40-50%となる。

合併当事者の反競争行為を阻止するためには、他のサプライヤーに対して**買手の需要の實質的な部分を移行する余地**があれば、合併当事者にとって損失の恐れがあるとみなされ、合併当事者の**反競争行為を抑止し得る**とした。

3.3.4 考察

- 対抗的買手パワーについて (1) ゲートキーパー機能の有無、 (2) 合併当事者の売上高における特定の小売業を通じた売上高の割合と、小売業者の売上高における合併当事者の売上高の割合の比較、 (3) 他の供給者に買手の需要の実質的な部分を移行する余地の有無などの検討が行われる。
- Enso/Stora事件において買手であるTetra Pakとその他の2事業者に対して価格面で一定期間差別的な取扱いをしないことを条件に両社の合併を承認している。
- Enso/Storaの売手パワーの増加が予想される状況で、欧州委員会は、Tetra Pakの買手パワーを起因とするウォーターベッド効果を懸念していたと考えられる

4. 結びに代えて

4.1 EU競争法における買手規制の特徴

1. EU競争法による買手パワー規制は、主に企業結合規制によって行われている。
2. 地域的な市場画定をした上で、中長期的な競争への影響(参入障壁やスパイラル効果)を検討している。
3. 売手間の企業結合規制において対抗的買手パワーの存在を確認して、サプライヤーの合併の是非を検討する。

4.2 我が国独禁法への示唆

1. 買手パワーをめぐる議論においては、売手パワーの醸成につながりかねない買手パワーの反競争的な効果と対抗的買手パワーの競争促進的な効果とを総合的に判断することが求められる。
2. ウォーターベッド効果の規制について、Enso/Stora事件では、欧州委員会は、合併当事者(売手)による買手3社(最大手Tetra Pakを含む)に対する価格差別を一定期間しないことを問題解消措置とした。
 - 我が国におけるウォーターベッド効果の競争法上の取扱いを考える上で意義があると思われる。

4.2.1 企業結合の事前相談事例（1）

■ エディオン・ミドリ電化（平成16年度：事例6）

- エディオンがミドリ電化を株式交換により子会社化しようとするのが独禁法10条が問題となった。役務範囲として、家電量販店の家電販売分野が、地理的範囲として、個別店舗ごとに店舗から半径10Kmを基本として市場画定。

エディオン

ミドリ電化



中部地方(13地区)

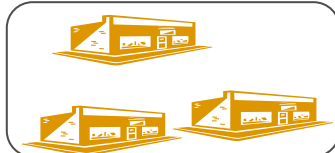
家電量販店

13地区の当事会社の合算シェアは20~80%



...

大型スーパー・
ホームセンター
(隣接市場)



13地区には**有力な事業者**が存在し、**新規参入**もみられ、家電量販店間で**価格競争**が激しく行なわれていることから10条違反にならないと判断。

4.2.2 企業結合の事前相談事例（1）

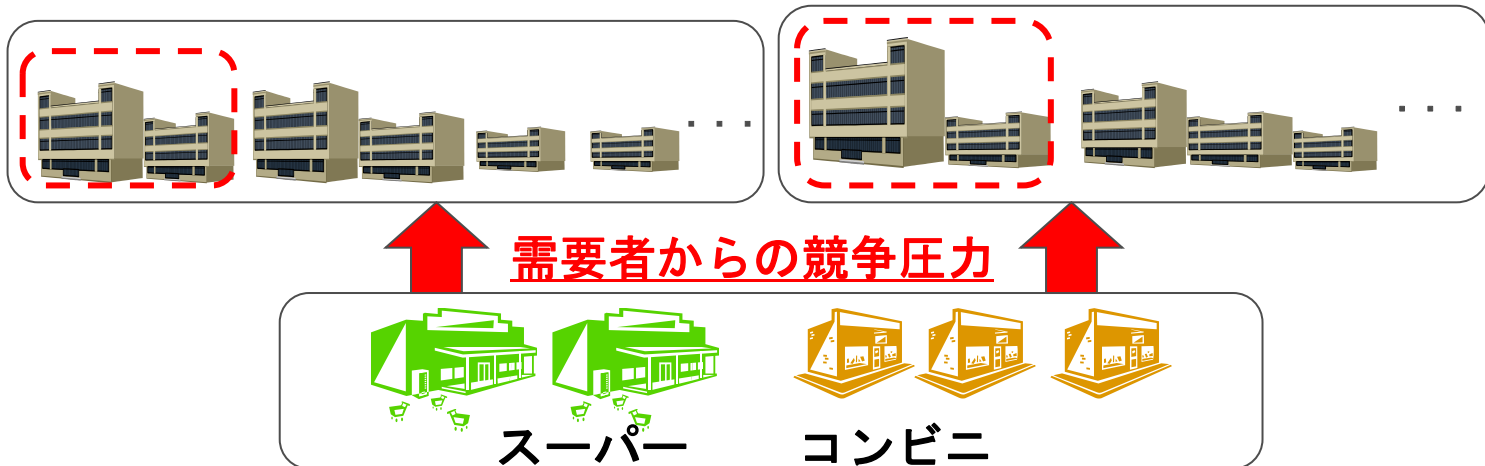
- エディオン・ミドリ電気の事例について
- 市場画定については、消費者の買い回り範囲や価格調査を行う範囲等から半径10キロメートルとしている。
 - スパイラル効果についても検討すべきだったと考えられる。
 - 当事会社の合算シェアは20～85%となっており、事業統合によって市場シェアが一定の高い水準を超える地区において、一部の店舗の売却など、どのような問題解消措置等が採られるべきか検討する余地もあったと考えられる。

4.2.3 企業結合の事前相談事例（2）

■ 日清・明星の事例（平成18年度：事例2）

- インスタンド・ヌードルを生産・販売する日清が、明星の株式を取得したものであり、独禁法10条が問題となった。我が国の袋めん及びカップめんの製品市場が検討された。

袋めん	日清 : 約25% (2位) 明星 : 約10% (4位) 合計 : 約35% (1位)	カップめん	日清 : 約50% (1位) 明星 : 約10% (4位) 合計 : 約60% (1位)
-----	---	-------	---



10%以上のシェアを有する有力事業者が複数存在していること、需要者であるスーパー、コンビニによる価格交渉力を有していることから、10条違反とならないと判断した。

4.2.4 企業結合の事前相談事例（2）

- 日清・明星の事例について
- 対抗的買手パワーについて、需要者であるスーパー、コンビニによる価格交渉力を有していることを認定している。
- 対抗的買手パワーの有無に関しては、
（1）ゲートキーパー機能の有無、（2）合併当事者の売上高における特定の小売業を通じた売上高の割合と、小売業者の売上高における合併当事者の売上高の割合の比較、（3）他の供給者に買手の需要の実質的な部分を移行する余地の有無などが判断要素となり得る。