

日本エネルギー法研究所 2018年度第2回特別研究講座 講演録

- I 日 時 : 2019年1月29日(火) 14:00~16:00
- II 場 所 : スタンダード会議室五反田ソニー通り店 6B会議室
東京都品川区東五反田2-3-5 五反田中央ビル
- III 講 師 : 大阪大学大学院法学研究科法学・政治学専攻教授 武田 邦宣 様
- IV 演 題 : 「電力・ガス小売市場の競争環境整備に係る議論の現状について」
- V 内 容 :

◇開講挨拶

日本エネルギー法研究所理事長の野村でございます。2018年度第2回の特別研究講座の開会にあたりまして一言ご挨拶を申し上げます。

本日は皆様ご多用の中、本講座にご出席くださいまして誠にありがとうございます。また、平素は当研究所の活動に対しましても格別のご高配を賜り、この場をお借りして厚く御礼を申し上げます。

本日は、大阪大学大学院教授としてご活躍されていらっしゃいます武田邦宣先生を講師にお招きして、「電力・ガス小売市場の競争環境整備にかかる議論の現状について」というテーマでご講演をいただきます。

武田先生の略歴については、先ほど紹介が有りましたように、皆様のお手元にお配りしておりますが、神戸大学大学院法学研究科の博士課程を修了された後、大阪大学大学院法学研究科助教授・准教授、同大学院高等司法研究科助教授・准教授を経て2013年より大阪大学大学院法学研究科の教授としてご活躍中でございます。先生のご専門は経済法でいらっしゃいます。

さて、電気・ガスの小売が全面自由化されて以来、事業者間の競争環境を整備すべく、政府により様々な施策が実施されて参りましたが、現在においても、次なる競争施策を見据えた議論が経済産業省中心的に日々重ねられているところでございます。本日のご講演では、今後の競争政策をめぐる議論の論点等につきまして、武田先生から貴重なお話が伺えるものと存じます。

最後になりますが、本日の報告を皆様にとって有意義なものとなることを祈念いたしまして、簡単ではございますが、開会の挨拶にかえさせていただきます。

◇講演

本日はお招きいただきまして誠にありがとうございます。大阪大学の武田邦宣でございます。

昨年8月9日に競争的な電力ガス市場研究会の中間論点整理というものが発表されましたが、私はこの研究会に参加しておりました。

野村先生からご紹介いただきましたように、私の専門は経済法で、まさに、この報告書、テキストを解説するのに、ふさわしいとは言いませんが、最も近い者の1人ではないかと思えます。今日はこの中間論点整理の内容につきまして、私の専門である経済法の立場から解説をしていきたいと思えます。

レジュメの最初に断りを入れておりますが、本日の私の話は、研究会の中での議論や、経済産業省等の意見を示すものではありません。経済法研究者として、この報告書の内容を忠実に解説するものでございます。

早速ですが時間も限られておりますので報告に移ります。

まずお手元の中間論点整理をご覧ください。この内容は、大きく分けて、経過措置料金規制の解除について、その基本的な考え方、今後、電力・ガスエネルギー市場の規制改革を進めていく中での競争法の原理、またその競争法における基本的な方法論について解説しています。

ただ、少しわかりにくいと思われるかもしれません。何故かと言うと、個々の事例ごとに解説を加えているという形になっており、一体どういう原理で説明されているのかということが、特に経済法を専門とされている方以外にとっては難しかろうと思えます。

反面、経済法をやっていると、すんなり入ってくる場所がありますので、そのギャップを経済法的な考え方から今日説明できればと思えます。どういうことかと言うと、何かのケースが出てきた際に、場当たりの何かを解決しているとは私は思いません。そこで示されていることには、中心となるような考え方があると私は思えますので、そのところをご説明申し上げたいということでございます。

I 電力及びガス市場における競争の状況

レジュメにはこの報告書の内容に沿って要旨を列挙しております。まず、レジュメの1頁をご覧ください。横に報告書を並べてご参照いただければと思えます。

まずこの報告書は、第1章におきまして電力及びガス市場における競争の状況と題して、エネルギー市場の現状について説明しております。

1つ目は電力でございまして、ここでは新規参入者からの意見と旧一般電気事業者からの意見が並置されております。

まず、パラグラフの3には新規参入者からの意見が記載されております。ここで新規参入者は電力市場について、どういうことを懸念しているか、どういうことで困っているのかということが書かれています。電源保有構造の偏り、特にベースロード電源、また参入について負荷率の低い業務用高圧部門などにしか入れないということ、さらには限定された特定の

顧客に対しての差別対価ということが書かれています。ここには色々な意見が並置されているように思われますが、この部分を統合している考え方とは、後にこの報告書の中でも出てきますが、「コンテストナブルな領域における競争者排除」と我々が呼んでいるものがあります。コンテストナブルとは何かと言うと、市場には参入ができる範囲と参入ができない範囲があります。ここで述べられている考え方というのは、参入できる範囲においても、その競争者を排除しようとしているのではないかということが懸念されている、ということです。

特に4つ目の「限定された特定の顧客に対しての差別対価」、そしてこれはなぜ可能になっているのかについては、1つ目と2つ目にありますように、ベースロード電源の保有に起因しているのではないかということが書かれています。

他方、パラグラフの4におきましては、旧一般電気事業者からの意見が書かれています。ここでは余剰電力の限界費用ベースでの全量供出、グロスビディング、予備力削減等が書かれています。またベースロード市場については、それによってベースロード電源へのアクセスを確保しているということが書かれています。

ガスについては排他的取引による競争者排除ということが懸念されています。すなわち、特に旧一般ガス事業者の方が小売事業者に対して排他的な取引を行っているということです。私とだけ取引をし、という取引を行うことで競争者を排除しているということが主に懸念されています。この排他的取引というものも独占禁止法上、禁止される行為です。その規制基準はかなり明確になっておりますので、ガス市場における問題についても、独占禁止法に照らせば違法になるのかという問題については、少なくともクリアに判断できると考えられます。ガスについては、排他的取引の中に長期契約、尺取り営業、包括契約等々が書かれています。繰り返しになりますが、すべて排他的取引の問題とまとめられます。

それ以外にも色々な問題がありますが、結局のところ、電力についてはコンテストナブルな領域における競争者排除、それを可能にしているベースロード電源へのアクセスの拒否ということが競争政策上の問題として新規参入者から意見が出されており、ガスについては小売部門において顧客を囲い込んでいるということが懸念として出ています。それだけでありませんが、主にそれらが市場における競争上の課題としてプレイヤーから意見が出ているということでございます。

さて、2頁の競争促進に向けたこれまでの取り組みについては割愛させていただきます。これまでも取り組みがされてきたということが書かれています。

Ⅲ 競争政策の役割

第3章では、競争政策の役割ということが挙げられてございます。

まず1つ目に自由化された電力・ガス市場における競争政策の役割ということで、競争政策がどういう役割を果たすのかということについてまとめられています。

ここでは、料金を抑制する、選択肢を拡大する、事業者には事業機会の拡大の機会を与えるということが書かれております。その中で競争的な市場という言葉が報告書本文の2行目にありまして、その次の行に市場支配力という言葉が出てきております。報告書だと10頁の上から3行目の、「市場支配力が不当に行使される」というところで市場支配力という言葉が出てきております。この市場支配力という言葉は、競争政策、経済法、独占禁止法の最も重要な概念です。競争政策には様々な役割がありますが、どの立場に立っても同意しているものは市場支配力のコントロールが独占禁止法、競争法、競争政策の役割であるということについては異論がありません。したがって、この市場支配力というのは大変重要な競争政策の原理ということになります。

10頁では定義もなく市場支配力という言葉が使われていますが、これは一体何かということ。この市場支配力というのは、独占禁止法の中では競争の実質的制限という言葉と言い換えられる言葉となっておりまして、その市場支配力の内容につきましては、古い判例で、東宝スバル事件というのがあり、我々もこの東京高裁の判示に依拠して市場支配力を考えております。そこでは以下のことが言われております。「特定の事業者または事業者集団が、その意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することによって、市場を支配することができる形態が現れているか、または少なくとも現れようとする程度に至っている状態をいう」と。ゴシックの後に「市場を支配することができる形態」という言葉が出ています。その前段では、事業者がある程度自由に、価格や品質を左右することできると言っています。これでもまだ漠然としているかもしれません。この内容については、さらに先んじて経済学でいう価格支配力、産出量を削減して価格を引き上げる力と理解するのが通説であります。すなわち、報告書のパラグラフ13にあります市場支配力が行使されないような競争的な市場というのは、ある単独の事業者または複数の事業者が、価格支配力を持つことはないとされます。価格支配力というのは、価格をある程度自由に引き上げる力ですが、それを持つことはない市場というものを、競争的な市場として求めようとしているということ。すなわち、この市場支配力という言葉は、価格をある程度自由に引き上げる力を持つ事業者が存在しない市場を指しているというように理解する必要があります。

さて、その方法論としてパラグラフ15を見ますと、「事前規制」と「事後規制」という言葉がございます。また、「非対称規制」、「比例原則」という言葉も出てきています。これはどういうことなのかと言うと、市場支配力をコントロールするというのが、目的であるということが分かった。しかし、その市場支配力のコントロールの方法について、2つの方法があるのではないかということで、「事前規制」と「事後規制」が書かれております。このパラグラフの15で書かれていますのは、一般に規制改革の基本理念として、事後規制への移行ということが掲げられることが多い。そして、電力・ガスについてもそうであるということ。そしてその後に、事後規制を基本としつつも、事後規制で解決できないものについては、しっかり事前規制で規制を行う必要がありますということが書いてございます。裏

を返しますと、事後規制で可能なことは事前規制で行わないということが書かれているわけ
でございます。

その次に非対称規制という言葉が出てきます。特にヨーロッパの公益事業、テレコム
の市場について最も顕著なのですが、この非対称規制についてご説明します。先ほど上で述べ
ました価格支配力の中でも、高度な市場支配力、SMPと言ったりしますが、MPとはマーケ
ットパワーの略で、市場支配力です。この市場支配力という概念は日本だけではなくて、ア
メリカもヨーロッパもすべて共通する言語になっています。SというのはSignificantの頭
文字なので、日本語だと「顕著な市場支配力」ということです。市場支配力のコントロール
も、事後規制で行えるものは事後規制で行おうということが書かれているわけですが、
事後規制で解決できないような市場支配力については、例えばアクセスを求めたり、非差別
の扱いを求めたりと事前に規制をかけるということで、基本となるのがこのSMPという考
え方です。すなわち顕著な市場支配力を持っている者だけに事前規制を課すということにな
ります。

繰り返しになりますが、皆平等で事後規制である、等しく競争法でやろう、電力取引委員
会の規制でやろうというのが基本なのですが、事後規制ではコントロールできないものにつ
いては、事前規制でやらなければならない。その状況を見ますと、結局大きな市場支配力を
持っているものだけに事前規制が課せられています。その状況をとらまえて、SMP規制で
あるとか非対称規制と呼ばれています。

さて、ここでは競争の目的と方法論について書かれているわけですが、パラグラフ 17 以
下には、独占禁止法との関係が書かれております。一般法としての独占禁止法が適用される
とあり、これは事後規制で皆が独占禁止法に服することになりますということが書かれてお
ります。

この中で同等効率性基準という言葉が出てきます。これもよく役所の文章でありますとか、
会議の議論の中でも出てくる言葉ですが、これについては後で述べさせていただきたい
と思います。同等効率性基準というものは元々ヨーロッパの競争法の考え方から出てきたも
のです。その他、そこに書いてあるようなことが書かれております。

今まで述べてきたことは競争政策の重要性ということで、原則として全て事後規制で行う
と。ただ、事後規制で解決出来ないものについては事前規制でやるしかありませんというこ
とが書かれておまして、その基本となる考え方は市場支配力、マーケットパワーというも
のでございます。マーケットパワーというのは、競争法の基本的な考え方でありまして、こ
の考え方はアメリカでも欧州でも共通しているということを申し上げました。

さて、初めに述べましたようにこの報告書は、大きく分けて2つの構成となっております
で、1つは今述べたような競争政策の考え方を、現在生じているような個別の事件に当ては
めるということで、これが前段です。それから、後段には経過措置の解除についての基準が

書かれています。経過措置の解除の基準というのは、まさしくこの市場支配力があるかないかの判断を行うものでございますので、まずはこの市場支配力の内容について理解を深めていただくために、そちらから話をさせていただければと思います。

VII 市場構造の特徴及び競争政策上の課題

まず、市場支配力の基本的な考え方を知っていただくために、8章から話をさせていただきます。

パラグラフ 60 から解除基準に関する基本的考え方ということが述べられてございます。パラグラフの 61 をご覧いただきますと、市場支配力の行使によって、不当な値上げが行われない状況なのであれば、電気料金についても市場の規律に委ねることが適切であると書かれています。

まさに、この市場支配力というのは、今述べました価格支配力の話でございますので、結局ここでは、地域毎に市場支配力が発生しているかどうかを観察して、市場支配力が無くなっているならば、それを解除しようという考え方でございまして、市場支配力をどのように認定していくのかということが、以下で論じられてます。

どうやって市場支配力を認定するのか。価格支配力というのはわかったけれども、価格支配力というのはどのように確認するのかという問題が出てきます。

これは、パラグラフの 62 に書いてございますけれども、独占禁止法上は、企業の合併、つまり株式取得や役員兼任等々いわゆる企業結合の規制でこの市場支配力の分析に関わる議論が進展しておりまして、ここでもそれが使えるのではないかとということが書かれてございます。すなわち、市場支配力の行使が可能かどうか、その前提として市場支配力があるかどうかの観察・確認が必要なのですが、それについてはすでに公正取引委員会が企業結合規制においてその判断を行っているので、その分析枠組みを使えるのではないかとということがパラグラフの 62 に書いてあります。

そのあとにもいろいろと書いていますが、それでは立ち返って公正取引委員会はどのような判断枠組みを持っているのか、そしてその公正取引委員会による判断枠組みと、現在経過措置料金の解除の会議で議論されている内容とどのような違いがあるのかということをご考えてみたいと思います。

レジュメの最後に企業結合審査のフローチャートというものがあると思います。これをご覧ください。

これは、例えば企業が合併をする場合に、公正取引委員会が、合併が市場支配力をもたらすか否かということをごどういうふうにご判断するのかということについて、その考え方を示したものです。簡単に説明しておきますと、上は企業結合審査の対象になるか否かということでご合併であれば問題ありません。ここで言っているのは、例えば株式を取得する場合にどの

程度の株式を持てば一体となるのかという判断ですので、解除基準の話については問題になりません。

次に、一定の取引分野の確定でございます。これは重要でございます、この競争的な電力・ガス市場研究会の報告書の中でも詳しく論じられています。独占禁止法（競争法、競争政策）は市場支配力のコントロールを基本原理としています、そのスタートはどこで市場が成立しているかということの確認です。まずは市場を画定する、つまり誰と誰が競争しているのかということを見るということです。これがスタートになっておりまして、公正取引委員会もここで一定の取引分野の画定ということで示しています。

次に、画定された一定の取引分野ごとに競争を実質的に制限することとなるか否かを判断します。これが、市場支配力が形成されるかどうかの判断であります。3つ目のブロックを参考として、現在経過措置における解除基準についても論じられています。このブロックが、例えば合併後に市場支配力が発生するかどうかという判断で、経過措置の判断は市場支配力を前提に、それがどの段階でなくなりますかという判断です。方向性は違いますが、市場支配力というものを基準にしていることでは共通しています。

また、独占禁止法では問題解消措置というものもあり、公正取引委員会と交渉した上で、資産を譲渡するなどという話があるのですが、その場合は、合併後はありうる市場支配力を前提に、どういうことをすれば市場支配力がなくなるかということを検討しますので、やはり共通すると思います。

そこで、この中身を見ていただきたいのですが、一定の取引分野ごとに競争を実質的に制限するかどうか、市場支配力が発生するかどうかについて2つの観点から検討するということが書かれています。これは大変重要な点です。市場支配力というのは、2つのもたらされ方があり、1つは、単独でそれをもたらす場合、つまり単独行動による競争の実質的制限と書いてあるところで、これは単独による市場支配力と呼んでいるものです。

次に右を見ますと、協調的行動による競争の実質的制限とあります。これは、協調、つまり共同による市場支配力ということです。どういうことかと言いますと、市場支配力、価格を引き上げるかどうかというのは、シェア8～9割を持っている企業がライバルのことを考えずに1人で価格を引き上げることもできるし、それが不可能でも、例えば3社が協力して引き上げることもできます。そして、それぞれが判断を行うときの考慮要素は異なります。それを分けています。

そして経過措置の場合には、この協調的行動についても問題になり得ますが、基本はその区域における大きなシェアを持つ旧一般電気事業者が今まで法定独占であった市場についてどれほど競争が入ってくるかという話ですので、基本的には左側（単独行動による競争の実質的制限についての検討）を見ます。

ここは大きなポイントの1つとして、当事会社グループの地位及び競争者の状況というの

は、平たく言えば、極めて有力な大きなシェアを持つ事業者がいるかどうかということです。そして、大きな市場シェアを持つ企業が存在したとしても、それが価格を引き上げた場合に、ライバルがお客さんを奪っていけば、その価格引き上げ自体を断念せざるを得なくなります。その判断のためのルールが書いてあります。

どういうことかと言うと、当事会社グループの地位及び競争者の状況と書いてありますが、市場シェア及びその順位ということです。そのあと競争者の市場シェアとの格差、競争者の供給余力と書いてあります。その後、輸入や参入とありますけれども、これも結局は競争者のことです。新しく違う市場から入ってくる競争者のことを参入と言って、外国から入ってくる競争者を輸入と呼んでいるだけです。ここで書いているのは、ある事業者が価格を引き上げた場合にどれほど競争者が牽制力を持つか、その判断の事項を列挙しているということになります。この考え方をもって経過措置の話についても議論が進められています。

どういうことかは、レジュメの7頁に書いてあります。また報告書本体ですと、36頁の2.解除基準の具体的内容、(1)消費者等の状況、以下です。

ここでは、具体的な解除基準に係る考慮要素について、パラグラフの63などにまとめられていますが、消費者等の状況、十分な競争圧力の存在、そして競争の持続的確保ということが書かれています。これは先ほどの企業結合ガイドラインと齟齬がない考え方です。

消費者等の状況とは何を見ているのかと言いますと、独占的な事業者が価格を引き上げる場合に、今までこの独占的な事業者から買っていた需要者が、代替的なライバルに取引先を転換できるならば、この独占的な事業者というのは、値上げができません。どういうことか簡単に説明しますと、どんな独占者でも、例えばダイヤモンドの独占者でも、無限に価格を引き上げ得るわけではありません。独占者が価格を引き上げると、需要者は二つのグループに分かれます。すなわち、独占者からも買い続けるグループと、もう買わないグループ、ライバルに流れてしまう、もしくはそもそも買わないという二つのグループに分かれます。

すなわち価格引き上げというのは、常に利益が出るのではなく、プラスの面とマイナス面があります。プラスの面というのは、高くても買ってくれる人から、独占的なマージンを追加的にポケットに入れるという利益。ところが、価格を引き上げることによって必ず売上の数量は減ります。この比較衡量で、独占者であっても普通の競争者であっても、価格を決定します。

ある問題の事業者が、価格を引き上げた場合に、多くの人、多くの人というのはすべての人である必要なく、無視できない数の人、競争者に代替できるならば、この値上げというのは不可能になるわけです。もちろん値上げしても買い続けるグループはあるわけです。しかし、代替するグループが無視できない程度であるならば、売り上げ1つあたりのマージンは増えるものの、数量自体は減るので、利益になりません。そういうわけで、まず、ある事業者が価格を引き上げるかどうか、すなわち、この事業者が市場支配力を持つかどうかというのは、どれほど需要者が代替的な取引先を確保できるか、実際に乗り換えられるかによって規律されます。

すなわち、よくエネルギーの分野でスイッチングと言いますが、スイッチングとは、どれほど価格を引き上げたときに、顧客を失うことになるのかということ、代替先があるかということ、ユーザーの目線で眺めるものになっています。ここではレジュメ7頁にまとめてありますけれども、「2(1)消費者等の状況」ということが書かれているわけでございます。具体的には、現在の消費者の関心（認識可能な事業者数）や、現在の消費者の満足度、スイッチング率等々、これらはある事業者が価格を上げた時に、ユーザーがどれほど代替し得るのかということを見る要素であります。

もう1つは、十分な競争圧力の存在ということが書かれています。これは、先ほど企業結合ガイドラインの説明において述べました、ライバルの牽制力の話です。旧一般電気事業者の地位と有力で独立した複数の競争者、また、競争者の供給余力ということが書かれています。ライバルに乗り換えようと思っても、このライバルに供給余力がないというようなことがあれば、そもそも乗り換えることはできません、また、供給余力の話だけではなく、ライバルが、ある事業者よりも、見劣りするような商品や役務を提供しているのであれば、そもそも乗り換える対象にならないということがあります。このライバルの状況について述べているということでもあります。

または、価格を引き上げたときに、今はその地域で活動し得ないけれども、その地域に入ってくる能力があるのかどうかということを見ていくということです。先ほど公正取引委員会の企業結合ガイドラインのフローチャートを見ましたが、有効な牽制力を持つかどうかということで論じられていますが、結局は、ある事業者が価格を引き上げた場合に、このライバルがその価格引き上げを牽制できるかどうかということを見るということです。例えば、完全自由化前の事例ですが、中部電力とダイヤモンドパワーの株式取得の事例において、中部電力はダイヤモンドパワーの株式を取得した場合に市場支配力が発生するかどうかを、公正取引委員会が先ほど見たフローチャートに従って判断しました。結論として、市場支配力が発生することはないとしたわけですが、その理由というのは、次のようなものでした。

「競争者として、ダイヤモンドパワーよりも市場シェアが大きいA社及びB社が存在するほか、80社程度の競争者が存在する。一般電気事業者である中部電力は、これらの競争者が新たな需要者への託送供給を希望する場合、これを正当な理由なく拒否し、また不当な差別的取り扱いをすることは困難である。したがって、競争者の市場シェアは現状において必ずしも高くないものの、競争者からの一定程度の競争圧力が認められる」としております。これは、既存のライバルの存在のほか、託送供給を中部電力は拒否できないことから、入ってこようと思えば入ってこられる、参入が容易であるということ、既存の競争者または参入の蓋然性等を考えるならば、ライバルの市場シェアが低くとも、また合併当事者のシェアが高くとも、市場支配力が発生することはないということで、ここでも競争者の牽制力が注目されています。

この報告書で示されたような考え方に従って、現在経過措置の議論がされていますが、基本的にはライバルがどれくらいいるのかをチェックします。アイルランドを参考に始めました、

め、シェア 10%のライバルが 2社ということから始まっています。なぜライバルが必要なのかと言いますと、事業者が価格引き上げた場合に代替できる、もしくは価格を引き上げようとした時に、競争者の面から、それを牽制し得るものがあるかどうかということを確認しようとしているためです。

協調行動が疑われるときは、有力な競争者が 3社以上必要という話があります。それは、企業結合審査のフローチャートのうち、今は単独行動による競争の実質的制限についての検討を見るだけですが、右側の協調的行動による競争の実質的制限についての検討にも関心が必要だということをおっしゃっています。市場支配力というのは、1人で価格を上げられなくても皆で上げることができます。カルテルがその例の一つです。その恐れも必要です。そしてこの協調は、競争者が増えれば増えるほど難しくなります。なぜなら、思惑は皆違いう上、価格を引き上げることについての利得も異なるからです。

従って1人で価格を引き上げる場合の話ではなく皆で価格を引き上げるような場合には、ある程度数がいないとその恐れがあります。逆に言うと、ある程度の競争者、具体的には 3社以上の競争者がいますと、皆で価格を引き上げることは難しいということから、単独の場合と協調の場合によって、競争者の数を変えているということをごさいます。

経過措置撤廃基準の考え方は、このフローチャートにおける、価格を引き上げる市場支配力とは1人で上げ得る場合もあり、皆で上げ得る場合もあり、そしてそれぞれのメカニズム、考慮要素は異なるということから始まっているわけです。

シェア 10%とか 5%という基準についても問題になっていますが、アイルランドでは 10%だったという話があります。また、独占禁止法の企業結合規制においても、公正取引委員会は 10%で有力だと見るという実務があります。ところが、昔は 5%で有力だと見ていました。5%か 10%かというのは決定的なものではありません。5%とか 10%というものを一応のスクリーニングにして、最終的には市場支配力が発生するかどうかをケースごとに精査しようという話ですので、そのスタートの話として 5%とか 10%ということが出ています。そして、何故 10 或いは 5なのかと、例えば何故 7 や 15 ではないのかということですが、その根拠としては、1つにはアイルランドの話があり、もう 1つには、公正取引委員会における企業結合に関する法運用に、競争者を一人前として評価する基準として 10 や 5 という数字が出てきているので、それを借用して議論が進んでいます。

以上、経過措置の基本となる企業結合の話をしていただきました。しかし、これらは経過措置の話だけではなく、競争政策の基本原則です。すなわち競争政策というのは、価格支配力・市場支配力をコントロールするもので、そしてこれらの発生仕方としては、一人で上げ得る場合と全員で上げ得る場合があり、それぞれで考慮要素は異なるということをお話しました。

そこで、その考え方をもって、経過措置以外の現在問題となっている行為それぞれについて

て、考え方が前半で示されておりますので、そこにフォーカスを当てた説明をしていきたいと思えます。

V. 市場の画定について

市場の画定については、後で時間があれば説明をさせていただきます。若しくは質疑応答の際にご希望があれば説明をさせていただければと思えます。この市場の画定について簡単に申し上げますと、書かれている内容は特段違和感があるものではありません。すなわち、恣意的な市場の画定の仕方がされているのではなく、競争政策・競争法の考え方を基本に、或いは諸外国での事例を参考になされているように思えます。

例えば、時間ごとの市場というものが論じられています。これは何か恣意的ではないかと、時間ごとに市場を画定するというのは何か場当たりの判断が示されているのではないかと思われるかもしれませんが、アメリカのFARCのガイドラインにはピーク・オフピーク等々の時間に応じた市場というのが画定されていまして、そういうものに照らすと、理解可能なものではないかと思えます。

市場の問題についてはこれぐらいしておきまして、具体的な課題として掲げられている行為について検討していきたいと思えます。

VI. 小売市場における競争政策上の課題

パラグラフの 36 から小売市場における競争政策上の課題ということが書かれております。

まず、小売市場における競争政策上の課題として、長期契約が挙げられています。これは、冒頭に申しあげましたように、特にガス市場において問題になっているのではないかという話であり、これについて競争政策上どのように判断すべきか、ということが書かれています。

このパラグラフの 36 には排他的取引の競争制限効果について書かれており、その中でも重要なのは、パラグラフ 36 の上から 3 行目にある市場閉鎖という言葉です。この市場閉鎖とはどのような考え方かという、ある者、仮にAが顧客であるBと排他的取引を結ぶ、つまりBに対してAとだけ取引をするようにさせた場合、このAのライバルであるCは、当然ですがBに対して売込みができないということになります。そうすると、Cは、これまでBと行っていた取引ができなくなりますので、新しく顧客を開拓しなければならず、そのための費用がかかります。また、何とか代替的な取引先を見つけたとしても、この取引先はBよりも魅力が無いということもあるかもしれません。これは産業組織論でRRC (Raising Rivals' Costs)、競争者費用引上げと言うのですが、その代替的な取引先を見つけなければならない、または見つけた代替取引先が魅力的な相手方ではないということになりますと、その分だけCが要する費用が引き上がることとなります。まさにAとしては、Bを囲い込むことによってCの費用を引き上げることができ、Cとの競争において、牽制力を弱めること

ができるということになります。これが、小売市場において課題となっている市場閉鎖という問題です。

ここで問題となっている排他条件付取引として、尺取り営業、包括営業等々の長期契約と呼ばれているものがありますが、これは伝統的な独占禁止法でも十分議論の蓄積があり、規制基準が明確になっております。例えば、その先例として東洋精米機事件というものがあります。東京高裁は、「有力な立場にある事業者が……相当数の物との間で排他条件付取引を行う場合に」、それにより例えばCが代替的な取引先を見出すことが難しいのならば、これは競争政策上、独占禁止法上問題になると言っています。

そして、独占禁止法上、この「有力な事業者」とはどのように定義されるのかということ、公正取引委員会のガイドラインによれば、20%の市場シェアを有する者となっています。そしてこの20%をどこで計算するのかと言いますと、先ほどの市場画定の話に戻るわけです。すなわち、公正取引委員会の分析や独占禁止法の考え方は、まず市場がどこにあるか、そしてそこでのシェアは何%か、というところが入口になるということです。従って、先ほどはスキップさせていただきましたが、市場画定というのは最も重要なものとなります。そして、その画定された市場の中で20%のシェアを持つ者が相当数の顧客との間で、とありますが、この場合の顧客とはどの範囲を指すのかということも問題になると思います。大口の顧客なのか、或いはすべての顧客を指すのかということですが、これもまた、その考え方を市場画定することになります。そして、それらの顧客に対して自分とだけ取引をしろということを書いて、それによってライバルが影響を受けるならば、それは問題であるという考え方がありまして、ここでも、まさにそういった考え方が示されているということになります。

もちろん、take or pay の考え方、取引実務についても、注の 34 にて触れられております。これは天然ガスのフローニンゲンモデルという、ある程度仕入れた天然ガスを捌ける状況を確認してから資源の開拓を行うというもので、天然ガスについてはこういった取引構造が伝統的に存在しております。この take or pay、フローニンゲンモデルの話にありますように、排他条件付取引が正当化される場合もあるということです。つまり、このAがBと、自分とだけ取引をするという状況を確認して、初めてAが投資可能となる場合があります。例えばガスにおいては、買い手を確保して初めて開発に乗り出すことができるのです。

この投資ですが、回収不可能な投資をするためにこの排他条件付取引というものが有効であるならば、排他条件付取引は、競争促進的として評価されるということが書かれています。ただ、注の 34 を見ますと、それについて慎重な見方も示されているように感じます。

さて、パラグラフの 38 では、そういった排他的な取引の他に、特定の顧客に対する廉売ですとか、対抗価格条項等についても書かれています。「特定の顧客に対する廉売」と書かれておりますが、これはどういうことを言うかということ、BとCという買い手があって、この人には高く売るけれどもこの人には安く売る。ある人には高く、ある人には安く売るとい

うのは差別であり、そして、その安くしている方を問題にして「差別的廉売」と言います。

例えば、AにDというライバルがいて、DがCにアクセスしているのを知って、Cにだけ安い値段で販売してDを排除するというような構図です。それが差別的な廉売です。この差別的な廉売について、「何が悪いんだ」という話があります。お客さんが取られそうだからその人により良い条件を提示するというのは、競争そのものではないかということです。BとCでは取引条件が全く違うのに同じ値段をつけるのはおかしいのではないかということです。ある競争法の研究者の方は、「需要条件が違うのに全ての価格が同一になっているのは、むしろカルテルを疑わせる」というようなこともおっしゃっています。競争があったときに、局所的に価格が安くなるというのは、市場が競争的であることの証左ではないかという議論があるわけです。

これをどのように規制するのかということが問題になるかと思います。ここでは、そういった差別的な廉売が問題になりうるということを書いてあるだけですが、では、実際にどうやって解決するかということです。これについても、少なくとも独禁法では答えが用意されていて、この差別的廉売について、差別自体を取り上げることはできません。ある人だけ安いということをもって規制するという考え方は、少なくとも独占禁止法では取られていません。では何を考えるかということ、AがCに販売するこの「安い価格」というものが費用を割っているかどうかということを見ます。費用割れかどうか、それが基本的な独占禁止法の考え方です。

例えば、LPガスのニチガスの事件があります。特定の地域だけ安い値段で販売していたという事例です。この事例の中で裁判所は、結局のところ、当該売り手が自らと同等あるいはそれ以上に効率的な事業者が市場において立ち行かなくなるような価格政策を取っているかどうかによるということを書いています。初めに「同等に効率的な競争者」という基準があるという話をしました。これは、元々はヨーロッパの基準だったのですが、日本の裁判所においても言及されるようになっていきます。ここで何を言っているかと言いますと、AがCに費用を割って安売りをしているとします。Aが、50の費用がかかっているのに45で販売しているとー5です。DはAと同等の費用50で販売できるとします。60とか70でしか販売できない、生産できない者が排除されるのは、自身が非効率なのだから仕方ありません。しかし、同じ50の費用で生産できる者も、Aが自分の費用を下回って、50で作ったものを45で販売するということによって、同等に効率的な者も排除されるということ、ここで非難しています。この前段は、このAが販売しているこの価格が費用を割っているかどうかということ論じています。このように、差別的廉売というのは、費用を割っているかどうかという不当廉売の枠組みで検討するというのがスタートになっています。

しかし、一筋縄ではいかないところもありまして、実は、それとは異なる判断を示す判例もあります。同じLPガスの事件ですg、トーカイの事件では以下のことを言っています。

差別対価は、不当廉売とは別の類型なのだから、原価割れに至らない価格であっても、その価格自体、差別すること自体に競争制限的な効果を内包すると言っています。実は、この点について裁判所は分かれていて、後者のトーカイの事件では、ある者には高くある者には安く売っているということについて、それ自体何か問題があるのではないかという立場をとっています。ただ、多くの学説や公正取引委員会は、こちらのニチガス事件の考え方を取っているのではないかと思います。

さて、次に進みます。電力市場における差別対価、マージンスクイズというものが、23頁から書かれています。このマージンスクイズというものについてここで説明申し上げたいと思います。このマージンスクイズの例として、日本では、最高裁の判例でNTT東日本事件というものがあります。ちょうどこのNTT東日本事件というものが出る頃に、アメリカでもヨーロッパでもマージンスクイズの最高裁の判例が出て、競争法というはシンクロしているなと思いましたがけれども、いわゆる公益事業における競争者排除行為の基本類型の一つということで、日米欧で共通した問題が起きたということです。

まず結論から言いますと、マージンスクイズについて、アメリカは規制することに慎重な一方、ヨーロッパは規制に積極的です。日本はどうかというと、日本の最高裁はヨーロッパと同じような考え方で、マージンスクイズの問題に対する規制の必要性について理解を示したものと思います。どういうものかと言うと、上流が独占、下流が競争という状況です。まず、マージンスクイズには二つの類型があります。競争者費用引き上げ型。これは先ほど書きましたRRC, Raising Rivals' Costsの形と、もう一つは略奪型。これは廉売型です。

まずは競争者費用引き上げ型についてです。上流市場、上の市場でAが市場を独占しているとします。この独占者は、上流市場での生産のために費用を10かけてある商品を生産しています。そして、下流の市場は競争市場なのですけれども、自分自身の下流部門には10で販売しています。Aは、上流で作った物を自分の下流部門には10で販売しているとします。しかし、ライバルには13で販売しているとします。自分の下流部門には10で、ライバルには13で販売することによって競争者の費用を引き上げます。自分の下流部門では費用がかかりますから、Aは10で上流で作ってそれを自分で買って、5の費用をかけ、結局15の費用なのだけれども、それを17で販売しています。他方で、ライバルであるBは、購入費用が13でAと同様に加工費用が5かかりますので、全体では13+5で18でしか対抗できません。Aは購入費用と加工費用を足すと15ですが、それを17で販売するので1つあたり2の利益が出ています。しかし、Bは13で購入すると18以上でないと利益が出ませんので下流でBが排除されます。こうなると、競争者の費用を引き上げているということで競争者に対して高い値段をつけるのは駄目なのではないかということになります。

次のパターンですが、自身の下流部門と競争者を同じように扱うとした場合に、13で自身

の下流部門に販売したらよいのではないかと思われませんが、13で購入し加工費用が5かかりますので18ですが、それを17で販売するということになります。これは一見すると費用割れしているように思われますが、Aは上流・下流合わせて15しか費用がかかっていないので17でも利益が出ていることになります。つまり、Aの上流市場と下流市場の費用を合わせて見るならば費用割れしていないということになります。競争者は13で購入し加工費用の5を足して18以下では対抗できないということになります。競争者に対して上流で投入物の費用を引き上げたり、下流で垂直統合企業にとっては廉売にならないが、下流だけ見れば廉売にも見えたりする行為をどうやって規制するかということが問題になります。

この点について、アメリカを例に挙げると、上の問題については、13で販売することがBに対する取引拒絶に当たるような場合にはアウトになります。しかし、アメリカは事業者の自由を認めており単独の直接取引拒絶の規制に非常に慎重ですので、こういった行為を規制することはできないとは言いませんがなかなか難しいところがあります。下の問題については、アメリカでは不当廉売としては規制できません。なぜかというと、Aは15を17で販売しており利益が出ているからです。したがって、アメリカでは規制が事実上難しいということになります。

それではヨーロッパではどうなるかということですが、ヨーロッパは規制をします。略奪型の例で説明しますが、たしかにAは費用を割っていませんが、下流だけで見ると13で購入して加工費用の5を足して、本来は18で販売しないといけないものを17で販売している部分を捉えて費用割れであるとして規制をします。このヨーロッパの考え方は、上流の市場のAとBを切り取って下流だけを見て不当廉売であるとしているのです。下流市場では、どちらも加工費用が5でありAもBも同等に効率的にも関わらずBを排除している、すなわち同等に効率的な下流市場における競争者を排除していることをマージンスクイーズとして規制するというのがヨーロッパです。

日本では、アメリカやヨーロッパの議論を直接には参考としていませんが、調査官の解説や日本の最高裁の判例を見ると、同等に効率的ではない事業者であっても保護されうる場合があるというニュアンスで書かれているので、おそらくヨーロッパと同じかそれ以上に厳しい対応をとっているのではないかと思います。

最後にもう一点、先ほどコンテストナブルな領域についてのお話をしましたが、レジュメの7頁にジャスラックの最高裁判例を載せております。これも排除型私的独占の事例なのですが、これはベースロード電源等の議論において参考になるかもしれません。この事例ではコンテストナブルな領域について論じられております。この事例がどのような事例であったかということ、ジャスラックは包括徴収制度と言って、権利者から権利を預かり、それをテレビ局やラジオ局にライセンスしておりました。昔は法定独占だったのですが、自由化されまして、新しい著作権管理団体が入ってきました。しかし、この新団体が事業に参入できなかったこ

とが問題になった事例です。これは最高裁まで争われておりまして事実概要を説明しますと、包括徴収というのは、年間の売上のうち決められた3%をジャスラックに払うならば、ジャスラックが管理している楽曲を自由に使えるというもので、いわば食べ放題のような形式でした。ここに新たなライバルが新規参入しようとしたのですが、自身の楽曲は限られており、一定額で使い放題というその料金の設定が競争者を排除しているのではないかとということが問題になりました。

最高裁の判断を要約しますと、ジャスラックが管理している楽曲の中には、ジャスラックしか持ち得ない楽曲、競争者が代替できない楽曲があります。しかし、競争者が代替できる楽曲もあるということが言われています。すなわち最高裁は、音楽は基本的に代替可能であるということを書いており、それ自体に異論が出る可能性はありますが、ある歌手の歌とよく似た歌手の歌を使えばよいということを書いています。わざわざジャスラックとは違う管理団体にお金を払って歌を使わせてもらわなくても、歌手の甲さんの歌とよく似た乙さんの歌を使えばよいということになるので、この包括徴収制度が排除効果を持つと言いました。ここでは、ライセンスを受けるという点で、ジャスラックしか持ち得ない楽曲と競争者が代替可能な楽曲があり、包括徴収制度は支払いをして全ての楽曲を利用するのですが、代替可能な楽曲についても、代替できない楽曲の力を利用して、マストストックの力を利用してコンテストナブルな領域の競争者を排除したという説明がされています。

この考え方について、ヨーロッパでの最新の競争法事例であるインテル事件でも、同じような解釈が示されていますが、対抗し得る領域における競争者を排除することについて、一定の独禁法の規律をなすいうことを、ジャスラックの最高裁判決は示したと理解されています。そこでの考え方がどういう形であるかというのは今から議論しなければいけませんけれども、電力分野でももしかすると参考なるのかもしれない。

まだお話ししたいことが多数あるのですが、時間を超過してしまいました。質疑応答でお答えできればと思います。

◇質疑応答

○【司 会】

大変貴重なお話を、ありがとうございました。それでは、質疑応答に移りたいと思います。ご質問のある方は挙手をお願いいたします。

○【質問者A】

2点ご質問させていただければと思います。先程の 아일랜드 や、公取委のスタンスというところで、シェアの基準について5%や10%というお話があったと思うのですが、もともとの 아일랜드 は、地域毎に大きな電力会社、例えば東京なら東京電力というところ

ころがあって、それ以外の小さいプレイヤーが新たに参入してきて、シェアをとっていくという日本に類似した状況であったのでしょうか。

もう1点は、市場支配力のところで、例えばKDDIが関西電力と提携して受電している場合、関西エリアでの競争を考えた時に、関西電力から電気を調達している企業が5%以上のシェアを持つことになった場合でも、電力・ガス取引監視等委員会では問題無いという話になっているのでしょうか。

○【武田】

前者については、すいませんが、アイルランドの状況はわかりません。後者についても一度言っていただけますか。

○【質問者A】

シェアの判定において電気の調達からバラバラというレベルまで求めるのか、それとも調達は同じでも、販売している企業が異なれば、5%以上のシェアを持つ企業は対抗し得る企業と言うことになるのでしょうか。すなわち、シェアの判定の線引きはあくまでも小売なのか、それとも調達まで含めるのかというご質問です。

○【武田】

ありがとうございます。おそらく、独立した競争者と言えるかどうかというところで議論されています。その独立した競争者というのは、基本は関連会社まで広げて、出資の比率で15%プラスアルファが下限だと思いますけれど、それに加えて経過措置料金に関わる事務局の資料で開示されているものを見ますと、事業提携の程度等を実態に照らして独立しているかどうかを見ますということが書かれていますね。

○【質問者A】

ありがとうございます。

○【質問者B】

本日はどうもありがとうございました。ご説明いただいたレジュメの5頁のところなのですが、マージンスクイズについて、ヨーロッパやアメリカの規制のあり方ということも含めてご説明いただきましたが、競争者費用引き上げ型について、ここでいう独占者Aが、上流市場でそれぞれ10と13で販売した場合に、アメリカでは即座に何らかの規制が入るということではないという理解でよろしいでしょうか。

○【武田】

はい、ありがとうございます。アメリカの考え方ですと、この図でいえば、Aがライバルに13で販売している。この13というのは、Bにとっては意味がないですよ。何故かという、ライバルは17で販売しているところ13で卸されても意味がない。これが取引の拒絶に当たるかどうかということを見ます。AがBに対して実質的に取引を拒絶してい

るかどうかということを考えるわけです。そして、その取引拒絶のルートに入ると、Aが自身の判断で、幾らで価格をつけようと、それはAの勝手というか、取引条件の設定の自由があるはずだから、独占禁止法で規制するというのは、例外的な場合になります。そうすると、単独の取引拒絶の問題に入ってしまうと、実質的に13という価格を規制することは難しくなるので、結果として上の行為については、米国ではなかなか規制しがたいということになります。

○【質問者B】

ありがとうございます。今の点に関連してもう1点だけお聞かせください。今のお話では13で販売した場合に、それだけで規制されるということではないということでしたが、Aが独占者でなければ、Bの立場から見ると、何らかほかのやり方も考えられる可能性があるのかなとも思えますが、Aが独占者である場合には、Aから取引を拒否されてしまえば、Bはどこからも買うことができないという状況になってしまう懸念があります。そういった場合に、別の救済手段のようなものがアメリカでは用意されているのでしょうか。

○【武田】

はい、ありがとうございます。それが不可欠施設理論であるとか、エッセンシャル・ファシリティの理論だと思います。このBにとってみると、今示していただいた例ですと、Aはもう他に代わり得るものがないものを持っている。Aから拒否されたらもうBはやっていけないという場合に、単独の直接取引拒絶だけれども、それはBにとってあまりにも気の毒だから、Bにアクセスを認めよという考え方ですよね。この不可欠施設理論というものは、アメリカの最高裁では必ずしも認められておりません。下級審のレベルだとか学説なレベルではありますけれども、アメリカでは、最高裁レベルでは明示されていないと思います。むしろ、Aの取引先選択の自由を重視して、たとえ独占者であっても誰かとの取引を強制されることはないというのが今のアメリカの最高裁の流れであるというふうに思います。

他方、質問ではありませんでしたが、ヨーロッパに行くかどうかというと、独占者というものは特別の責任を持っていて、市場における公正さを確保する義務を負うということが言われています。そのため、単にAが不可欠な施設を持っているだけで取引を強制されることはありませんけれども、追加的な事象を立証すれば、AがBに対して13で販売することは実質的な取引拒絶であるとして、それを独禁法で規制するという事は、ありうると理解しています。

○【質問者B】

ありがとうございました。

○【質問者C】

本日はどうもありがとうございます。まず2点ほどお伺いしたいのですが、1点目はトーカーのケースについてです。私も全面をよく知っているわけではないのですが、既存のお客さんには高い値段つける一方で、新規にとってくるお客さんには2割ほど安い価格で新しいお客さんを繋ぎ止めようとか、他からとってこようという戦略をとったということが差別対価とされた、というお話だと思います。しかし同じような事例、例えば、クレジットカードで新規のお客さんはポイントたくさんつけますというような事例などは山ほどある中で、逆に裁判所が今回の行為はまずいと言った理由、何を認定して今回は駄目と言ったのかということについて、お教えいただきたいと思います。

2点目は、マージンスクイズ、エッセンシャル・ファシリティについてです。Aが、Bを小売の市場から追い出したいがために、今まで10で売っていたものを急に13に上げた場合、このようなことが認定されるならば、アメリカでも一応違法な取引、要は小売市場において他社を排除するという目的があった取引拒絶があるということで、違法となる。日本でもおそらく違法になるけれども、そうではなく例えば、Bが今まで取引をしていなくて、新規の取引をお願いしたときに、Aの中では10で売ってそうであるにもかかわらず、13でないと売らないと言った場合は、取引拒絶の自由があるとするか、新規に13で売るという事自体をもって、競争排除だという話になるのか。

この2点についてお伺いできればと思います。

○【武 田】

はい、ありがとうございます。まず1つ目ですね、差別対価については、読み方にもよりましようけれども、やはり差別について注目したのではないかなというふうに私は理解しました。ただこれについては、「そんなこと言っても普通に行われているじゃないですか」という議論はあるところだと思います。そして、ここで言及しませんでしたけれども、最近の事例ですと6頁の日本テクノの事件などは、報告書では言及されていませんけれども、取り戻し営業について参考になる事件だと思います。一旦ライバルと契約したものに對して、解約金等を負担するから自分と取引をしてくださいということが、どういうふうに独禁法上評価されるのかということが問題になったのですが、それは自由競争の範囲内ではないかという話もあるわけで、その流れからすると、局所的に競合しているものに対してそれを繋ぎ止めるためのより良い条件出すということについて、それ自体をアウトと言うのはなかなか厳しかろうというのは、私も思っております。

後者については、全くその通りだと思います。すなわち、5頁で示したものについて、Bが新しくやってきて取引していただきたいというような場合には先ほどから述べているような議論が当てはまりましようけれども、例えばBが上の例ですと10で販売されたものが13に上げられた、しかし自分は10で下流市場に売っているという場合には、日本の文脈で言いますと、まずAが有力な事業者かどうかを見る。今回の例だと独占者という前提

ですからクリアしています。そして、独禁法上不当な目的をもって行ったか。これはライバルを排除するような目的というように考えられていて、これは客観的に立証できると考えられていますので、まさに今おっしゃったように、「今まで 10 で売っていて 13 に上げた。しかも自分には 10 で売っている」というような場合は、客観的に独禁法上不当な目的を立証されます。加えて、Aは独占者であり、Aから買えないと事業活動を行えないとなるとBは困りましようから、独禁法上、単独の直接取引拒絶であっても、例外的に違法になる場合だと思えます。そしてアメリカでも、そういう流れになるのではないかというふうに思います。ありがとうございます。

○【質問者C】

ありがとうございます。

○【質問者D】

ありがとうございます。先ほど日本テクノの事件について触れられておりましたけれども、ご講演の中では中略されたところだと思いますが、レジュメに書かれていることを見ると、取り戻し営業が今回の件に関しては自由競争の範囲内と解されるとされたということですが、むしろ事例として挙げられている内容を見ますと、それは当然自由競争の範囲内であろうと思ってしまうような内容のように思えまして、逆に言うと、何故この「競争政策上の課題」というところで、この取り戻し営業というものが、懸案事項として上がってくるのかというところを、お伺いしたいと思います。

○【武 田】

そうですね、それは重要なご指摘だと思います。もう今の判例百選には載っていませんけれども、昔の判例百選には東京重機事件というものが載っていました。東京重機と言うのはミシンのメーカーで、訪問販売の事例です。昭和 40～50 年代の話だと思いますけれども、訪問販売に重機が行くと、そのお客さんがあるライバルと契約していますというふうに言った。そこで重機側がライバルとの解約金を負担するから重機に乗り換えてくださいと言ったことについて、公正取引委員会が争競争者の取引の機会を奪っていると、競争手段の不公正さを問題にして独占禁止法で取り上げたという事例がありました。

これについては侃々諤々ありました。一度契約したものを解約させてまで契約を結ばせるのは競争手段と不公正だという議論もありましたし、当たり前だけじゃないですかという議論もあって、意見が分かれていました。しかし最近の日本テクノの事件では、それも活発な競争の発露ではないかという判断が示され、過去の重機の事件を否定するような判断が示されたということで、レジュメで取り上げております。取り戻し営業と呼ばれるものがどこまで規制されるのかという点は、重要な論点であろうとは思いますが、ここで言及したのは、そういった歴史的な事件があったということでもあります。

○【質問者D】

ありがとうございます。

○【司 会】

よろしいでしょうか。それでは、本日の特別研究講座を終了とさせていただきます。本日はありがとうございました。

以 上