

基調講演資料

京都大学大学院法学研究科
川濱 昇 教授

「競争評価における市場画定の意義」

京都大学法学研究科教授川濱 昇

1. はじめに 「市場画定」問題の性格

(1) なぜ、セクタースペシフィックな規制で市場画定か

- ・ 反トラスト（独禁）政策から派生した問題としての「市場画定」
- ・ セクタースペシフィックな規制への「競争評価の導入」を契機とした「市場画定」概念の継受

(2) 法律の問題か経済の問題か？

- ・ 法律問題としての「市場画定」= 市場画定の規範的性格

Franklin M. Fisher, Industrial Organization, Economics, and The Law (1990) p37

「市場画定は反トラスト訴訟が作り出した人工物である。経済分析の他の目的には、特定の製品なり企業が市場に属するか否かの二項対立問題は意味がない。」

- ・ 特定の定式化を金科玉条とすることの危険性
理論でなく、規範・実践
- ・ 市場画定問題にのみ集中することの問題点 → 2. (3)
- ・ SSNIP の普及とその限界

2. 「市場画定」とは何か

(1) 市場支配力分析と「市場画定」表裏の関係

市場支配力の行使を抑制できるものの範囲 = 境界を画定する作業

(2) 市場支配力とは

「競争の抑制からある程度自由に、単独又は協調して自己に有利に、販売価格、数量、品質を設定できる地位」

独禁法では特定の行為により、この形成、維持、強化されることが問題とされる。

セクタースペシフィックな規制ではこれの存在が事前規制のトリガーとなる。

SMP との関連性

(3) なぜ、市場画定が必要か

- ・ 市場支配力の抑制を行うものの境界という視点はそれほど古いものではない。

1970年代終盤まで一般的ではなかった(3. 参照)

- ・ 市場画定をしなくとも抑制を補足できるのでないか。
- ・ 市場画定は、シェアと集中度を重視しすぎる危険性はないのか

← 競争の境界を可視化することによる、議論の透明化。

市場支配力を抑制する要因についての情報を「関連市場」に集約することの有益さ

3 . 「市場画定」概念の変遷

1940年代、シェア、集中度計測の前提として反トラスト法の焦点に

1956年、セロファン事件最高裁判決

United States v. E.I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377, 391 (1956)

交差弾力性による判定方法

見失われた意義、代替商品の範囲をめぐる神学問答

市場支配力の抑制が可能な境界の

市場支配力分析の前提という理解の再生

1982年合併ガイドライン

SSNIPの採用、

1997年EC委員会告示「関連市場画定の告知」

COMMISSION NOTICE on the definition of the relevant market for the purposes of Community competition law.(Official Journal: OJ C 372 on 9/12/1997)

4 . SSNIP型市場画定の手法と特徴

4 - 1 . 反トラスト法適用の前提としての側面

違法判断のための必要条件→問題を惹起する最低水準の判断→反トラスト市場
5%、1年

(2) この範囲で、需要の代替性と供給の代替性を判断する。
供給の代替性と参入分析の差異→タイムスパン

(3) 独禁法違反との関係性
経路に依存して範囲が変わる

4 - 2 . 適用の実際

(1)ルールか否か

直接的にこの数値の充足を立証するためのものではない。厳格なルールではない
通常は間接的手法

(2)間接的手法での焦点

需要面

近時における代替の証拠。

顧客と競争者の見解、相対価格の上昇に対する対応に関する筋の通った見解。

顧客の選好、消費者向け財の場合、企業が行ったマーケティング研究、小売店の見解、
当事者もしくは競争者が行ったマーケティング研究

潜在的な代替品へと転換するのに伴う障壁とコスト

異なったカテゴリーの顧客と価格差別 ← サブマーケット（下位市場問題）

代替の可能性を意識的に考察対象として、幅広いデータを取り上げる。

転換コスト（ロックイン）の評価

供給面

供給者の代替の即時性

サックコストが不要であることなど。

(3)直接手法の発展

・ 臨界需要弾力性

「利潤最大化を目指す仮定的独占者が SSNIP（ $t\%$ 1 年の値上げ）分の値上げをする弾力性の値。」

需要曲線が等弾力性であるなら、 $(1 + t) / (m + t)$

需要曲線が線形であるなら、 $1 / (m + 2t)$

m は事前のマークアップ

・ 臨界販売損失（臨界損失）分析

「利潤最大化を行う仮定的独占者が行う価格引き上げを一定値（SSNIP）に等しくするのに必要な売上減少の値。」

需要曲線が線形の場合、 $t / (m + 2t)$

・ 利用例

弾力性とマークアップ率の測定が必要。

費用がかかりかつ良いデータが入手可能な場合に可能

FTC v Tenet Healthcare Corp 186 F. 3d 1045 (Eight Circuit 1999)

（規制される側からの利用）

FTC v Swedish Match 131 F. Supp. 2d 151 (D.D.C. 2001).

US v SunGard and Comdisco 172 F. Supp. 2d 172, (D.D.C. 2001).

英国での例

P&O Princess Cruises plc and Royal Caribbean Cruises Ltd., Cm. 5536 (June 2002)

EUでの例

Case COMP/M.2706 Carnival Corporation/P&O Princess, July 2002

日本

「電気通信事業分野における競争状況の評価」わが国では最初の例

(4) S S N I P 利用の限界

・セロファンファラシー

既に市場支配力が行使されている場合のベンチマーク

・ small でない価格引上げで始めて利益になる場合

・ 最小限反トラスト市場を超えた競争の補足
すべてを市場外の要因とすることで良いのか。

2 . (3)参照。

市場で補足する方が把握が容易となる例。

航空市場

第一次市場、空港間市場 需要の代替性、短期の供給の代替性

第二次市場、混雑空港発着市場、中期的な供給の代替性

タイムスパンが長いときを参入分析に一元化するのが妥当か否か

S S N I P 基準の墨守のもたらす問題点

(5)イノベーション市場概念

5 . 結語