

## I United States v. Google

### 1 DOJ 等による提訴

○シャーマン法 2 条違反

○請求

- ・ 訴状 para.194 の b で「Enter structural relief as needed to cure any anticompetitive harm」
- ・ その他

### 2 DOJ の論法

○検討対象市場(次の 3 つ)

{ general search services  
search advertising  
[general search text advertising]

「general search services」について競争者を排除し、それによって自動的に (同時に) 「search advertising」について競争者を排除している、と考えるとわかりやすい。

- ・ 「general search text advertising」は「search advertising」の入れ子。
- ・ 以下では「general search services」を主に念頭に置く。

○無料市場

例えば、para.167

*>By restricting competition in general search services, Google's conduct has harmed consumers by reducing the quality of general search services (including dimensions such as privacy, data protection, and use of consumer data), lessening choice in general search services, and impeding innovation.*

○ユーザへの検索サービスの distribution channels (到達経路) の閉鎖を特に重視

#### **mobile**

iOS 機器 (Apple)

Android 機器 (各メーカー)

## computer (パソコン)

各ブラウザ

## II FTC v. Facebook

### 1 FTC 等による提訴

○FTC 法 5 条を介してシャーマン法 2 条違反 訴状 para.174

○請求

訴状 p51 X の B など (Instagram や WhatsApp に関する構造的措置的な記述を含む)

### 2 FTC の論法

○下記の合わせ技一本で「Personal Social Networking」における競争制限

{ Instagram の買収 (2012 年)  
WhatsApp の買収 (2014 年)  
外部アプリ開発者との排他的取引

○[Facebook (Bundeskartellamt)]との違い

ユーザに対する搾取行為か

競争者の排除 (による結果としてのユーザに対する弊害) か

### 3 論点

(1)市場画定

(2)実行済みの企業結合を事後に問題にすることの可否

日本法ではどうなるか

#### ア 届出義務がない場合

・通常

→ 事後的に問題にすることに対する制約なし

10 条 9 項「当該届出」 = 10 条 8 項「第二項の規定による届出」

・相談があるなどして 10 条 8 項以下に準ずる企業結合審査をしたとき

→ 下記「届出義務がある場合」と同様

#### イ 届出義務がある場合

「企業結合それ自体を」「単体で」問題にするのは難しいのではないか

#### ・「企業結合それ自体を」

企業結合審査における「懸念される行動」（川上当事会社による排他的取引等）が実際に行われた場合には、私的独占・不公正な取引方法などの事後規制の条文を用いて問題にし得る

10条9項は、17条の2による排除措置命令をブロックしているだけであり、7条や20条による排除措置命令を明示的にはブロックしていないが、だからといって、「企業結合それ自体」に対する7条や20条による排除措置命令を行うのは、潜脱的である。

#### ・「単体で」

FTC 訴状のように、他の行為との合わせ技一本である場合はどうか

他の企業結合と合わせて

他の排他的行為と合わせて

### Ⅲ リコー対ディエスジャパン

#### 1 事例を採り上げた理由

プリンタのアフターマーケット事案が他にも複数、存在する模様であるなど、実務的にも理論的にも注目される。

[令和元年度年次報告]

[エコリカ対キヤノン]

#### 2 事例の概要

プリンタメーカーが、自社プリンタに関するアフターマーケット（本件ではトナーカートリッジ）について他者排除行為をして独禁法に違反しているかどうかの問題となった事例。

法的には、プリンタメーカーによる特許侵害訴訟に対する抗弁として独禁法が持ち出されている。公表 PDF79-105 頁

独禁法 21 条は、多くの特許権に関する確認規定。例外的な特許権の場合は普通に独禁法が適用される。

アフターマーケット事案では一般指定 14 項が適用されるのが「お約束」となっているが、排除効果があること、正当化理由がないこと、が適切に認定される必要がある。

### 3 前提となる考え方 84-86 の(2) (86 頁 3 行目まで)

本件の具体的行為：

再生品トナーカートリッジの場合には、プリンタ本体の残量表示として「？」の表示が出る。

### 4 市場画定

○広い市場画定

プリンタと消耗品を総合した「システム全体」

○狭い市場画定

「リコーの C830 シリーズ及び C840 シリーズのプリンタのためのトナーカートリッジ」

### 5 排除効果

○本件特許権は必須か

○「？」の表示があると再生品を販売できないか

「品質」86-88 のイ

価格

印字品質・故障の原因にならないという意味での品質

→ 88 のウで「？」の表示がもたらす影響

キヤノン事例「カートリッジフセイ」との比較

本件における需要者

「？」の表示の影響

「予備のトナーカートリッジを常時用意しておかなければならず、トナー残量の表示がされる場合に比べ、本来不必要な保守・管理上の負担をユーザーに課すこととなる」(88 頁) ?

官公庁の問題は、末尾でまとめて

### 6 正当化理由

○通常は残量表示をすることの合理性・必要性

他のプリンタメーカーとの競争

○再生品トナーカートリッジには残量表示をしないことの合理性・必要性

判決は、再生品トナーカートリッジには E&Q マークが付されていることを強調し、控訴人が主張するような再生品の充填量の区々な例はいずれも一部の例に過ぎない旨を述べ、「リサイクル事業者が、原告製品に充填されるトナーの規定量と同量のトナーを再充填」するという理解を前提として、控訴人の主張を退けているように見える 95-98 頁

・ E&Q マークがいう「印刷枚数が純正比 90%以上」とは何か

一定量の再生品トナーによって印刷できる枚数（の同量の純正トナーによって印刷できる枚数との比率）であるのか

トナーカートリッジにどのような品質のトナーがどれほどの量だけ充填されトナーカートリッジ全体としてどれほどの枚数を印刷できるか（の純正トナーカートリッジの総印刷枚数との比率）であるのか

・ E&Q マークが付されているが残量に問題のあるものが少しでもあればユーザーの信頼に影響する可能性

・ E&Q マークのない再生品トナーカートリッジが多数流通しているとすればどうか

・ 判決は、「仮に、E&Q マーク等を得ている再生品のトナー残量表示が不正確であるとしても、それによりユーザーの信頼を失うのは、当該再生品を製造、販売したリサイクル事業者自身であって」としている（97 頁）が、どうか。

・ 品質管理・改善の合理性・必要性 98-103 のウ

7 官公庁による調達 81-82 のケ、89-90 のオ

官公庁は「？」の表示が出る再生品を買わないか

いかに官公庁であっても、特定の需要者が残量表示のされるトナーカートリッジを望むのであれば、それで供給者側が法的責任を問われる筋合いではないのではないのか。

白石教授から、レジュメに基づき説明が行われた後、概要、以下のとおり議論が行われた。

## 1 United States v. Google、

### FTC v. Facebook

- Google 事件について、取引先との契約において、排他条件を求めること自体は、実務ではよくあることではないか。
  
- 一般的な事業者であれば、取引先に排他的な条件を付けて取引しても、競争事業者は、別の相手と取引することによって、当該市場で競争を続けることができる。独禁法が問題とするのは、ライバルにとって代替的な競争手段がないために、市場における競争が減少することを問題としている。Google の場合、検索市場において技術力が優れているうえ、市場の広範囲でデフォルト設定などの条件を付して取引したので、Google と競争する検索サービス事業者は取引機会を確保できず、問題となった。
  
- 両事件はどちらも競争者排除が問題となっているところ、Facebook は、競争者の取引先等に対し、A P I の使用を物理的に停止した点で、排他的拘束が強いと思う。一方、Google の行為のうち、お金を払って Google 検索のプリインストール、デフォルト設定における他事業者排除を求めたことについては、消費者が変えようと思えば、いつでも設定を変更し、利用サービスを切り替えられるので、排他的拘束の影響は大きくないのではないか。
  
- 例えば、iPhone の標準ブラウザである Safari においては、検索は Google がデフォルト設定されている。事実認定の問題だが、それを変更できることを知らなかったり、知っていてもわざわざ切り替えたりしない消費者も多いだろう。切り替えの可能性については、ユーザーの認識や態度も影響する。
  
- Google が Apple に巨額の対価を支払ってプリインストールを求めたようだが、検索は無料のサービスであるところ、消費者が支払う価格への転嫁はありそうにない。消費者は、当該行為によって、どのような被害を受けたのだろうか。また、当該行為は、日本の独禁法でも問題になるのか。

- Google 事件は、無料検索サービスを起点とする独占化のプロセスを通じて、消費者の受ける被害まで立証しなければならないとすれば、ハードルが高そうだと感じた。

- 訴状の範囲では、ライバルを排して市場支配力が強まれば、弊害は自然に起きるものだ、というのが当局のスタンスである。本件の検索サービスは無料のサービスなので、検索の質の低下が起きると考えられる。

Google の行為は、日本の独禁法でも排除型私的独占（3 条）や不公正な取引方法の拘束条件付取引（一般指定 12 項）として問題になりうる。

- Facebook 事件について、優れた技術やビジネスモデルを作り、G A F A に買収されることは、スタートアップ企業の目標の 1 つであり、それによりイノベーションが促進される。スタートアップの買収を規制しすぎると、イノベーションを阻害するのではないか。

- 買収の規制がスタートアップの夢を奪うのでは、との議論は常にある。訴訟で主張された場合に、当局がどう答えるか注目される。スタートアップを買収することを否定しないが、Facebook 以外のサービスが出て来られる環境があるべきだ、という考え方もあるだろう。

- 企業結合で届出義務がない場合、審査のきっかけは事業者からの相談なのか。

- 相談がなくても審査を開始する場合はあるようだ。実際のところは知らないが、例えば、先日公取委が公表した Google と Fitbit の統合について（R3.1.14 公表）の公表文には、当事会社から相談があった旨の記載がないため、相談はなかったのかもしれない。

## 2 リコー対ディエスジャパン

- 日本人は「？」の表示を気にするだろうが、例えば発展途上国のユーザーであれば

気にしないだろう。私自身は、「？」表示は気にしなくても、黄色いランプが点灯(16頁)すると、不安になると思う。本件プリンターの主なユーザーである事業者は、品質を重視するだろうから、再生品の使用にはハードルがあると思う。

○ 確かに、独禁法において、ユーザーがどう受け止めるかは、事実認定における重要な要素である。ただ、品質を重視するといっても、実際に印刷の質が純正品より低いかどうかと、表示がユーザーに不安を与えるかどうかは、区別して考えるべきではないか。

● 本判決は、原告が「？」が表示されるようにしたこと、チップの書き換えを制限したこと、そのような状況で特許権に基づく権利行使したことを、まとめて一般指定 14 項違反としているが、「？」の表示と書き換え制限だけを取引妨害行為と構成し、権利行使とは別にしておいた方が良かったのではないか。

○ 何を取引妨害行為と考えるかは、どちらの見方も可能だろう。

● 再生品メーカーに不利益が生じたからといって、取引妨害に当たるとは限らない。プリンタメーカーの立場からは、再生品の使用が想定される場合、プリンタ本体の注意事項として、「？」表示の可能性があること、その意味を記載しておけばよかったかもしれない。

● プリンタメーカーと再生品メーカーとの争いは以前から続いており、本件の争い方をみると、今後もいちごっこが続くのかなと感じた。特許権の濫用を持ち出したことに驚いた。

○ プリンタ特許関連訴訟は、終局判決が出た件数は少ないが、和解で終了したものを含めると、多い。独禁法の観点から特許権濫用を主張すること自体は、ある程度定着しているといえる。

● 特許権侵害で訴えられた事業者が、独禁法を理由に勝訴した事例はほとんどなく、非常に珍しいと思う。

● 私の感覚では、通常、裁判所が権利の濫用を認めるかどうかは、最終的には、民法



1条3項に基づき、裁判官が頭の中で判断を完結させており、理由を判決文にあれこれ記載しない。独禁法を考慮した事例は他にもあるだろうが、今回は、様々な要素を考慮した結果として、最終的に取引妨害だという理由が記載されたのではないか。

○ 確かに、滅多に見ない事例である。知財訴訟の判決において独禁法を考慮したとしても、そのことを記載するかは、個々の裁判官の判断によるだろう。今回は独禁法の枠組みを借りながら判断し、理由として記載もしたのだろう。

● 知財訴訟は、裁判官がドライに心象を伝え、和解させるイメージだ。プリンタメーカーは、自分たちに不利になる判決は出させず、和解に持ち込むことが多いと考えられる。控訴審で勝つ自信があるから、本件は判決にまで至ったのかもしれない。

以上