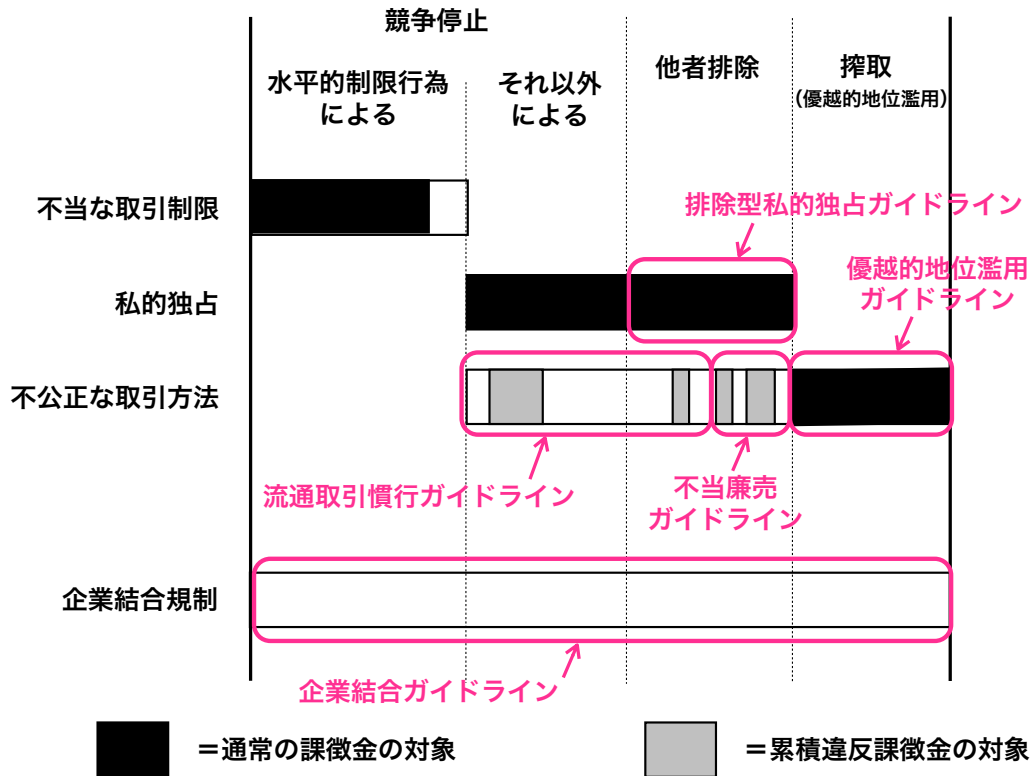


# I 化粧品再販売価格拘束大阪地裁判決

当事者名等

控訴取下げで確定

## 1 独禁法 24 条による差止請求



### 独禁法 24 条のポイント

不公正な取引方法のみが対象

利益侵害・著しい損害

侵害の停止又は予防を請求できる

全国の地裁で提起可能

東京地裁では民事 8 部に原則として集中

訴えが提起されたら裁判所は公取委に通知 (現 79 条)

→ 対象年度 (前年度) 係属事件を年次報告に掲載。審決集にも掲載。

## 2 垂直的制限

行為要件

拘束（不公正な取引方法）＝制限（流取 G）＝支配（私的独占）

維持（23 条）も同様

相手方の意思決定の自由を制約する

弊害要件

価格維持効果があり、正当化理由がない

拘束の内容が価格に関するものである場合、「原則違反」

「原則違反」＝原則として弊害要件を満たす

→ 行為要件を満たす「拘束」が価格関連か否かによって弊害要件論が異なる

通常、価格拘束が認定されればアウト、という前提で、価格拘束の有無が議論される。

実際には、例外的に弊害要件を満たさない、という議論が可能だが、そこまで注意深く説明されることは少ない。

## 3 本件の争点

被告が行った供給拒絶が、

価格拘束（→「原則違反」）か

原告の値引販売に原因のある供給拒絶

そうでない（→ 弊害要件の成否を丁寧に見る）か

原告のインターネット販売（＝「コンサルティング販売」（454）をしない販売方法）に原因のある供給拒絶

価格拘束を否定する側にとって

ネット販売原因の拒絶だと言える必要はないが、  
ネット販売原因の拒絶だと言えれば強い。

かりにネット販売原因の拒絶だとすると、弊害要件の成否は、

「それなりの合理的な理由」があれば違反なしとされる

資生堂最高裁判決（平成 10 年）

化粧品のブランドイメージ維持も含む

流通取引慣行ガイドライン

## 4 争点に関する事実認定

（454 の金額は、当初 22 万円、最盛期 4033 万円）

### (1) 経緯

原告はネット販売を開始、そこでは値引販売 458

被告はネット販売をしないよう繰り返し要請 458

発注書には被告の設定した小売価格等が印字されていた 454、458

被告は、被告の設定した小売価格で販売するよう要請したことがあった 458

本件供給拒絶以前には、供給を停止することはなかった 458

H27.4 から新商品供給停止

被告は、原告がネット販売をしているから、と説明 458

被告は、原告がネット販売をやめないと H28.3 以降は全商品の供給を拒絶する旨を伝え、現に実行 458-459

## (2) 原告のインターネット販売の状況

459 の(4)

## (3) 被告のインターネット販売の状況

459 の(5)

## (4) 市場シェア

459 の(6)

被告商品における原告のシェア 0.55%

「敏感肌コスメ」における被告商品のシェア 5.14%

## (5) 「不本意だが定価販売」の旨を掲示した他の販売業者の存在

460

## 5 本判決の判断

### (1) 459 (2) 値引販売に対する不利益賦課を意図したものであることを否定

経緯からみてそのような判断は困難 459-460

「不本意だが定価販売」の他の販売業者は、いわゆる忖度 460

原告と被告のカウンセリング体制を比較すると原告のは不十分 460

これも、値引販売が真の原因とは言えないことを支える認定

### (2) 460 (3) インターネット販売を中止しない者に対するものと認定

経緯等 460

ブランドイメージ維持の重要性 460

上記の2種のシェア小 460

小売業者間の価格競争が制限されるおそれなし

「上記認定を裏付けるもの」

白石補足 反競争性がなく、正当化理由（それなり）がある

以前はネット販売をする業者にも供給していた事実は、上記認定を左右せず

## II 王子ホールディングス/三菱製紙

### 1 一般的な枠組み

#### (1) 企業結合規制の違反要件

行為要件

株式取得（少数株式取得でも満たす）・・届出義務は別の問題

弊害要件

懸念される行動（価格同一化）が起こりやすくなる

水平型企业結合では通常は当たり前とされ議論されない

少数株式取得では問題となり得るが本件は前提とされたか

懸念される行動が行われたら弊害が起こる

市場画定

需要の代替性

供給の代替性（教科書的には2つめの柱だが）

競争の実質的制限（反競争性あり・正当化理由なし）

単独行動・協調的行動の2分法について

他の供給者による牽制力（競争圧力）

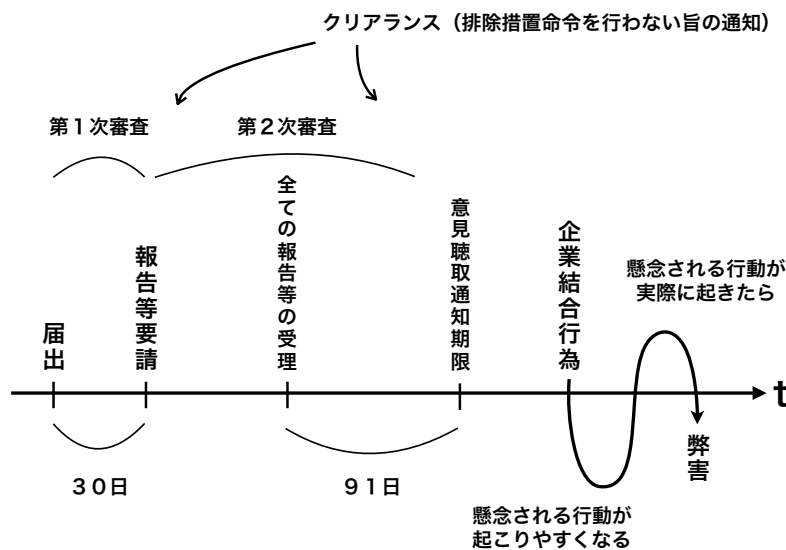
需要者による牽制力（競争圧力）

その他の牽制力（競争圧力）

因果関係

並行的企業結合、既に競争制限的、対馬理論、など

#### (2) 企業結合審査手続



## 2 審査結果・総論

最近の同業種の主な企業結合事例

王子ホールディングス／中越パルプ工業（平成 26 年度事例 3）

日本製紙／特種東海製紙（平成 27 年度事例 1）

供給余力がある 2-3

需要の減少

複数のメーカーと取引する代理店等 3

一斉価格引き上げとその打消し要因 3

「王子 HD グループ」

王子 HD と既に結合関係

中越パルプ工業（20%超・第 1 位の模様）

## 3 アート紙

### (1) まずは 3-6 頁を追って基礎を具体例で確認

当事会社が共に扱っている（競争関係にある）商品であるため取り上げる

商品の概要の把握 3-4

市場画定（一定の取引分野の画定）

商品範囲 4

上質コート紙に照らし合わせた考察

一部において需要の代替性

需要の代替性は限定的

「より高い印刷再現性が求められる印刷物には」

供給の代替性も限定的

地理的範囲 4-5

「日本全国」・・・ここでは日本を細分化しない、という意味

競争の実質的制限

他の供給者による牽制力

市場シェア表

当事会社の地位

既存競争者の牽制力の状況

輸入

隣接市場からの競争圧力

需要者による牽制力

市場画定と競争の実質的制限

市場画定で外された上質コート紙が、競争の実質的制限で重要な役割  
両者のあいだに、時間軸という補助線を引くとわかりやすい

市場画定：篩い分けの段階

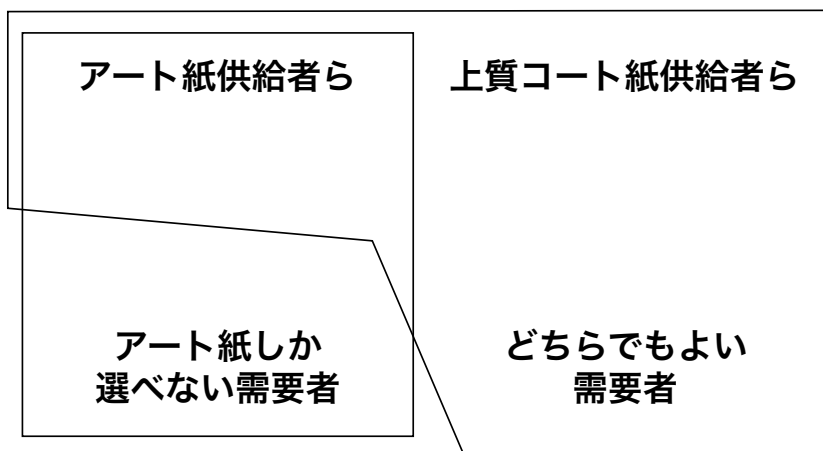
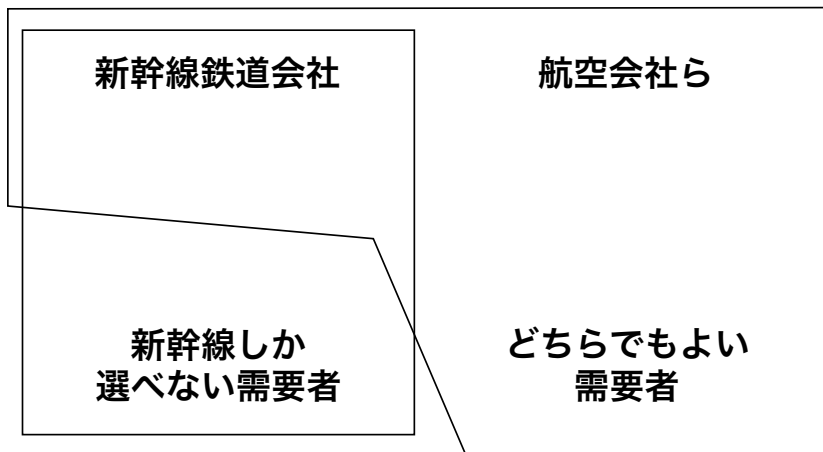
明確、かつ、狭め

→ 簡単に、かつ、多めに、残る

競争の実質的制限：最終判断の段階

審査結果（事後の清書）では、最後に同時に判断したかのように作文

(2) 6 頁 (4) の記述の意味



### (3) 王子ホールディングス／中越パルプ工業との比較

王子ホールディングス／中越パルプ工業（平成 26 年度事例 3）

アート紙は違反（独立して事業活動を行うための問題解消措置）

事実認定・評価の違い

隣接市場からの競争圧力

アート紙から上質コート紙への切替えあるが限定的

↓

一定程度働いている

需要者からの競争圧力

一定程度働いているとも考えられるが限定的

↓

競争圧力が認められる

### 4 壁紙原紙

形式的には競争関係にあるが大きなロットと小さなロット 7

需要者の違いによる隣接市場からの競争圧力の違い 8

### 5 プレスボード

川下製品（需要者が供給者となる製品）の需要者に注目した検討 10-11

需要者による川下製品の輸出も念頭に入れた需要者からの圧力の検討 11

白石先生から、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 化粧品再販売価格拘束大阪地裁判決

- 既に契約が解除されている場合に、独占禁止法上の差止請求の対象となり得るのか。本件を24条の訴訟とした意味をどう考えたらよいか。
- 値引き販売を行っていた者に対して供給を続けていたことを、本件解除が再販売価格拘束目的ではないことの根拠としているが、本件よりかなり以前の事例が挙げられており、適当か。メーカー自身もインターネット販売を行っているのであるから、インターネット販売を中止させることより、相談体制の拡充を求めることの方が適切だったのではないか。本件では、流通取引慣行ガイドラインとは異なり、シェアの小ささや小売業者間での価格競争への影響のなさも考慮されている。
- シェアが低い場合には、再販売拘束が違反としないと考えるよいか。継続的取引を停止することの問題と独占禁止法違反の問題とでは、本来、考え方は異なるのではないか。相談体制の不備を理由としているが、メーカーは単に、インターネット販売をやめさせたかっただけではないか。
- 継続的取引の解除を問題とする場合には、やむを得ない事情の有無など、独占禁止法違反の場合とは、要件は異なる。原告としては、いろいろな主張をしているが、独占禁止法の主張として、契約が解除された後で、再販売価格の拘束があったと主張することもあり得る。本件以前の事案も挙げられているが、判決において、判断を支えるために、いろいろな事例を用いることがある。本件では、メーカーのシェアが小さいことも認定されているが、そも



そも、再販売価格の拘束ではなかったとの判断であり、とりあえず記載しただけであるとも考えられる。

- 実際には、本件において、メーカーは相当程度、顧客へのカウンセリングを行っていた模様であり、そのことが判決に影響を与えたものと思われる。
- インターネット販売について、定価販売であればメーカーも許容していたのではないかとかがわせる部分もある。
- 市場を狭く画定すれば、異なった結論になったのではないか。
- どのように画定しても、メーカーのシェアは、さほど大きくはなかったのではないか、

## 2 王子ホールディングス/三菱製紙

- 本件では、議決権を33%取得するとされているが、実際には、間接的な株式保有関係も考慮すれば、それ以上の影響力の行使が考えられる。需要が減少するからと言って、競争事業者の供給余力が直ちに生じるとは言えないと思われる。
- アート紙について、シェアが85%になるけれども隣接市場を高炉して問題がないとするのであれば、何のために市場画定するのかと思わざるを得ない。もっと広く画定してもよかったのではないか。品質要求の高い需要者に対応した供給体制を整える必要があるから供給の代替性が限定的であるというのも、本当にそう言えるのか。
- 製品ごとに、単独行動と協調的行動の書きぶりが異なっており、整合

性がとれているのか。過去の中越パルプの事案では問題解消措置が採られているにもかかわらず、今回は何の措置も採られていない。今回の方がシェアが高いにもかかわらず、なぜか。

- 本件では、直接的な議決権の取得が33%であるが、それ以上の比率であっても結論が同じであったのかもしれない。供給余力といったときに、設備が余っていたとしても、直ちに人を増やせず、増産できない場合もありうる。

市場の画定については、過去の同様の事例との比較を示すという意味があったのかもしれない。

単独行動と協調的行動については、本来、区別せずに、両方まとめてみるのが適当だと考えている。

- プレスボードについて、需要者が海外向けの価格を引き合いに価格交渉を行っているので需要者からの競争圧力があるとしているが、この程度の理屈で競争圧力があると言えるのか。本件企業結合によりシェアが大幅に高まった以降も、そのような状況にあると言えるのか。

- 本来であれば、企業結合後に市場がどうなるかを分析しなければならないのに、そのことは書かれていない。