慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	共同調達・購入カルテルに関する競争法上の考察
Sub Title	Consideration of joint purchase in competition law
Author	奥田, 真世(Okuda, Mayo)
Publisher	慶應義塾大学大学院法務研究科
Publication year	2016
Jtitle	慶應法学 (Keio law journal). No.35 (2016. 8) ,p.3- 26
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	特集：法曹リカレント教育
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1203413X-20160825-0003

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

特集：法曹リカレント教育

共同調達・購入カルテルに関する競争法上の考察

奥　田　真　世

1　はじめに
2　共同調達の特徴
3　米国における共同調達・購入カルテルの考え方
⑴　判例の考え方
⑵　競争者間の提携に関する反トラストガイドライン
4　日本における共同調達・購入カルテルの事例とその考え方
⑴　3条後段事件
⑵　8条事件
⑶　ガイドライン
⑷　相談事例
5　終わりに

1　はじめに

世界規模で企業のＭ＆Ａや提携が進む昨今、それによる競争制限の効果は製品市場だけでなく調達市場にも影響を及ぼすことがある。例えば、比較的記憶に新しい新日鐵住金株式会社の合併では、その必要性の一つとして寡占化が進む原料メーカー、すなわち調達市場に対する規模による調達効率の向上が掲げられていた。これ以外にも、複数の競争者がジョイントベンチャー（以下、「JV」という。）を設立、JVを通して原材料や資材等をまとめて調達することにより、あるいは単に事業者間で購入提携をすることにより、規模による経済性

を調達市場に及ぼす例もある。

このような企業間における共同調達は、事業者が他の事業者と共同して目的調達物に対する価格を決定している以上、本質的に独占禁止法上の問題を含んでいるとはいえ、最終消費者に与える影響が直接的でない場合が多いゆえにこれまで大きな議論となってこなかったように見受けられる。

確かに、調達市場における競争の実質的制限が直ちに製品市場に競争の実質的制限を生じさせるわけではない。とりわけ、共同調達を行った事業者間に不当な目的があるのであれば、製品市場においても相互にその事業活動を拘束し、不当な取引制限を行う可能性が高いであろうから、一般消費者の利益を確保するという独占禁止法上の究極の目的を達するにはその製品市場さえ問題にすればよく、そこにおける不当な取引制限が解消されれば、付随的に調達市場における不当な取引制限も解消される場合が多いといえるであろう。

しかし、製品市場の競争の実質的制限を解消すれば、必ずしも調達市場の競争の実質的制限が解消されるとは限らない。例えば、多角経営を行っている企業のように、ある調達市場とある製品市場が必ずしもパラレルに連動しておらず、製品市場の不当な取引制限を解消しただけではそれとは別の調達市場における不当な取引制限は解消されない、といった場合も考えられるであろう。このような場合、やはり調達市場における影響を単独で考える必要性がある。

そこで、本論文では、共同調達特有の特徴を踏まえた上で、この分野において日本よりも議論の進んでいる米国の判例やガイドラインの考え方を俯瞰し、さらに日本におけるこれまでの判例・ガイドライン・相談事例について考察することとしたい。

2　共同調達の特徴

共同調達は、第一に規模の経済性（economies of scale）を発揮することを目的に行われることが多い。すなわち、1 社で購入するよりも数社共同で購入することで 1 回当たりの取引量が多くなり、買い手側の交渉力が強くなる上、売り

手側としてもスケールによる効率的な生産につながることから価格を下げやすい。しかして、全体として価格が下がる、というメリットがある。

また、第二に、調達にかかる付随的な費用を下げるということを目的に行われることもある。例えば、1社で少量のものを輸送するよりも、数社共同で多量のものを輸送する方が輸送費用は低減する上、その管理コストも削減することができるだろう[1)2)]。

このように共同調達は、調達物資自体、あるいは調達にかかる付随的な費用を下げることができることから、その調達物資を用いて作られた製品の価格自体も下げることができる。したがって、通常、共同調達は製品市場（以下、「川下市場」ともいう。）において競争の活発化をもたらすことにつながる。すなわち、共同調達は、一般的に効率性という競争促進効果の側面が強い行為であるといえる。

一方で、共同調達は、必要な原材料を共同して購入する協定に基づき行われることから、そこにはいわゆる購入カルテルが必然的に存在することとなる。日本の独占禁止法上、この購入カルテルは不当な取引制限（独占禁止法（以下、「独禁法」という。）2条6項、3条後段）、事業者団体（独禁法8条）の問題として規制される。

典型的な不当な取引制限は、川下市場において競争事業者間が共同して価格等を決定し、競争の実質的制限をもたらすことをいうが、不当な取引制限は、事業者が他の事業者と共同して価格・数量等を決定し、市場に競争制限的な効果をもたらしていれば原則成立するのであるから、それは調達市場（以下、「川上市場」ともいう。）においても生じうるものである（共同の買手独占、collusive monopsony）。

1）この他にも、資材及び部品の共通化を推進し、互換性を高めることによる効率化の推進（平成12年相談事例10　輸送用機械の資材及び部品の共同購入）という競争促進効果もあると考えられる。

2）この点について言及した米国連邦最高裁判決として、Northwest Wholesale Stationers, Inc. v. Pacific Stationery & Printing Co. 472 U.S. 284（1985）.

したがって、買い手が川上市場において市場支配力を行使する、買手独占（monopsony）[3]・買手寡占（oligopsony）と呼ばれる状態が生じると、競争力が正常に機能している状態よりも低価格・低数量でしか取引が成立しなくなるため、死重損失（deadweight loss、競争制限のために実現しなかった取引にかかる資源配分上の非効率性、又は厚生上の損失）が生じることとなる[4]。また、共同調達は同じ原材料・資材を取り扱う競争関係にある事業者によって行われることが多いため、必然的に競争事業者間の接触が生まれ、取引に係る価格や数量等の情報交換が容易となりやすく、共同調達自体とは別の、川下市場における市場支配力を形成・維持・強化する機会を与えることになる。特に、川下市場における製品に占める調達材料の比率が高く、買い手市場支配力を行使している者のマーケットシェアも高い場合、そのような新たなカルテルが形成されやすいといえる。さらには、川下市場における製品を製造するために特定の原材料が必要な場合であって、当該原材料を共同調達元以外が容易に購入できないような場合（共同調達元がその原材料のほとんどすべてを購入し、その他の事業者が共同調達に参加できないような場合）、共同調達事業者以外の競争者を事実上川下市場から排除することもできることになる。

以上からすると、購入カルテルを含む共同調達は、必ずしも競争制限を目的としているわけではなく、むしろ川上市場・川下市場に対しても競争促進的側面が多分にある一方で、市場支配力を行使しやすい素地を生むという側面もあり、一度市場支配力を有することとなれば、川上市場だけでなくときとして川下市場における競争にも悪影響を及ぼすという側面がある点に、価格等に関する合意の存在がすぐさま違法と結び付く販売カルテルとの違いがあるといえるであろう。

3）買手が単独で川上市場において独占力を持つこともあるが、これは極めて稀であるため、本論文では共同の買手独占について議論することとする。

4）金井貴嗣ほか編『独占禁止法』（弘文堂、第 5 版、2015 年）107 頁参照。

3　米国における共同調達・購入カルテルの考え方

⑴　判例の考え方

米国では、購入カルテルはシャーマン法第1条（15 U.S.C. 1）、第2条（15 U.S.C. 2）、FTC法第5条によって規制されている。

シャーマン法第1条、第2条違反が問題となったMandeville事件連邦最高裁判決（1948）[5]では、「たとえ、価格協定が買手によりなされたとしても、また、三倍額賠償の制度の下で被害を被ったとされているのが顧客でも消費者でもなく、売り主であったとしても、本件合意がシャーマン法の下で非難を受けるべきことは明らかである」として、反トラスト法の保護は、売手・買手の区別なく及ぶとしており、買手間のカルテルも売手間のカルテル同様、当然違法（per se illegal）であると解されている。

FTC法第5条が問題となったNational Macaroni事件第7巡回区控訴審判決（1965）[6]でも、価格協定に対して当然違法の原則を示したSocony-Vacuum事件連邦最高裁判決（1940）[7]を引用しつつ、市場支配力の有無は購入カルテルの成否に影響しない、としていることから、これも当然違法の原則をもとに判断しているとされている[8]。

一方、下級審では、買い手間のカルテルについては合理の原則（rule of reason）に基づいて判断される、とするものもある[9]。特にJVにおける競争の

5）Mandeville Island Farms, Inc. v. American Crystal Sugar Co., 334 U.S.219（1948）.
　カリフォルニア州における砂糖精製業者3社が原料である砂糖を同一価格で買い取るという協定を結んだことが問題となった事案である。

6）National Macaroni Manufacturers Ass'n v. FTC, 345 F.2d 421（7th Cir. 1965）.
　マカロニ製造業者と小麦粉製造業者とからなる事業者団体が、マカロニの主要な原材料であるデュラム小麦の価格を下げるために、マカロニの原材料として最高級とされ、当時不作で価格が高騰していたセモリナの100％の使用を禁じ、他の小麦粉と半分ずつブレンドしたもののみを原材料として使用する旨を共謀したことが問題となった事案である。

7）United States v. Socony-Vacuum Oil Co., 310 U.S.150（1940）.

8）渕川和彦「米国反トラスト法における買手事業者間の共同行為規制―買手独占理論を素材として―」11頁。

制限が問題となる場合、あからさまな制限（naked restrictioin）か付随的な制限（ancillary restraint）か否かによって当然違法の原則と合理の原則の適用を判断する場合があり、すなわちあからさまな制限か付随的な制限かが当然違法の原則と合理の原則の適用の一つの分水嶺となっているものと思われる[10)]。

⑵　競争者間の提携に関する反トラストガイドライン[11)][12)]

2000 年に制定された競争者間の提携に関する反トラストガイドライン（以下、「米国ガイドライン」という。）では、まず当然違法の原則で提訴される協定と合理の原則で分析される協定とを区別する。

価格を引き上げ、又は数量を減少させる傾向のある協定については、そのほとんどが当然違法の原則で判断される。しかし、効率性を高めるための経済活動の統合（integration）と合理的に関連し、競争促進的利益を達成するのに合理的に必要な協定であり、もしそうでなければ当然違法として考慮されるような協定については、合理の原則により分析される[13)][14)]。

共同購入、すなわち購入提携についていえば、次の合理の原則で多数言及されていることからみるに、数量を減少させる側面も有するが、基本的に当該提携により、価格を引き下げ、又は品質、サービス等を高めることにより消費者に利益（潜在的利益を含む）を与えるものであるから、通常効率性を高めるための経済活動の統合と合理的に関連し、競争促進的利益を達成するのに合理的に必要な協定であるとして合理の原則により分析される、ということが想定されていると考えられる。

9）In re Beef Industry Antitrust Litigation, 907 F.2d 510（5th Cir Tex.1990）, Fraser v. Major League Soccer, L.L.C., 7 F. Supp. 2d 73（D. Mass. 1998）et.

10）渕川和彦「米国反トラスト法における買手事業者間の共同行為規制―買手独占理論を素材として―」。

11）U.S. DOJ and FTC, Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors §3.31（a）（2000）.

12）本ガイドラインは、競争事業者間における一もしくは複数の協定及び、一もしくは複数の協定に基づいて経済活動を営むものであり、合併を除外したものに対して適用される。

13）Arizona v. Maricopa Country Medical Soc'y, 457 U.S.332, 339 n.7, 356-57（1982）.

この合理の原則による分析は、関連協定がない場合と比較して、関連協定がある場合の競争状態に焦点があてられる[15)]。

まず、協定の性質が審査される。ここでは、協定の事業目的が問題とされ、協定の内容がすでに実施されているのであれば、それにより反競争的阻害がもたらされたか否かも審査される（これをここでは「第一段階審査」という。）。この第一段階審査により競争上の懸念があるとされた場合、当局はさらに市場を画定し、市場シェア及び集中度、提携当事者が独立して競争する能力、動機、提携の存続期間、新規参入の容易性、提携の競争促進的利益の程度等を詳細に分析する（これをここでは「第二段階審査」という。）。

ガイドラインでは、多くの場合、購入提携は反トラスト法上の懸念を引き起こすことはなく、むしろ競争促進的であり、参加者に注文を集中させ、倉庫への搬入、流通機能をより効率的に統合する、または他の効率性を達成すること

14）これに関する事例として、以下が紹介されている。

【事例】A 社及び B 社（以下、「両者」という。）は新規に設立された会社であり、両者は特定の事業のユーザー相互間、あるいは、場合によっては外部の事業者とリンクするためのソフトウェアを単独で開発し、販売を始めた。両社の社員はビジネスの専門的知識を有していないコンピュータの専門家により構成され、両者はマーケティング戦略の実行や、在庫の流通、販売力のマネジメントに関して苦戦している。そこで、両者はそれぞれのソフトウェアのマーケティング及び流通を唯一の機能とする JV（C 社）を立ち上げることを決めた。C 社は両者により生産されるソフトウェアの独占販売者となる。両者はそれぞれ C 社に対して 50％の支配権を有し、それぞれの商品の売上の割合に応じて C 社から収益を受けることとなっている。C 社の設立文書には、C 社が販売する商品の価格について両者が合意する、と明記されている。

【分析】この場合、両者が独立して生産したソフトウェアを C 社が販売する価格について両者で合意するということは、価格について競争しないということであり、それはほとんどの場合、価格を引き上げ、又は数量を減少させる傾向のある合意である。したがって、この共同で価格を設定する旨の合意は、効率性を高める経済活動の統合と合理的に関連し、競争促進的利益を達成するのに合理的に必要なものでない限り、当然違法により提訴されることとなる。

15）このときの中心的な問題点は、当該協定がない場合に比して、収益を増大させながら価格を引き上げ、又は数量、品質、サービスあるいは技術開発を低下させる能力又は動機が高まり、それにより競争を阻害するおそれがあるか否かである。

ができるとされている。もっとも、このような協定は、協定が存在しない場合の状態よりも市場支配力を拡大させ、また購入した商品の価格を引き下げさせ、またそれによって数量を減少させる能力と動機を高めることにより、市場支配力を形成・強化あるいはその行使を容易にすることができる、としている。また、購入提携は、参加者のコストを標準化することにより、又は参加者の原材料の購入情報からその産出量の水準を予測又はモニターする能力を高めることにより、価格、数量、顧客、取引地域、その他の競争上重要な要素について共謀を容易にするおそれもあるとされている。

したがって、そのような競争上の懸念があるとされた場合、購入提携は第二段階審査にて詳細にその効果が分析されることとなる。

第二段階審査では、上記のように、市場の画定に始まり、市場シェアやその集中度等が分析されるが、かかる分析事項の一つに、反競争的な情報共有のおそれがある。ここでは、提携によって影響を受ける市場に関する競争上重要な情報がどの程度開示されるおそれがあるかが評価される。競争上重要な情報がどの程度開示されるか否かは、とりわけ提携の性質、その組織や管理体制（governance）、またそのような開示を防止又は最小化するために導入された安全措置（safeguards）に依拠するとされ、特に購入提携では、参加者の情報提供義務又は他者の競争上重要な情報が明らかとなる交渉に独立した第三者を使っているかが検討対象となる。一般的には、情報共有を管理するために適切な安全措置が取られていれば、提携により競争上重要な要素に関する共謀が容易になるおそれは少ないとされている。

また、新規参入に関して、購入提携の場合、購買力の濫用は新規購入者の参入により阻止又は打ち消すことができるとされている。購入提携によりその参加者が購入量を減らす程度によっては、提携前の水準よりも商品の価格を引き上げることなく新規購入者が購入することができる機会を作り出すことがある。参入及び退出に相当な埋没費用の支出が必要な新しい購入競争――例えば、鉄鋼価格の下落に呼応して、建設された新しい製鉄所――については、水平合併ガイドライン[16] 3において明らかにされた原則と類似の原則で分析される。

すなわち、その分析において、当局は、買手独占による価格の引下げが、関連協定締結前の価格において収益を上げることができ、それらの価格で関連協定締結前に起きなかったであろうコミットした購入市場への参入を引き起こすか否かを評価する（価格の下落に対する需要者側の反応が1年内に、しかも参入及び退出に相当な埋没費用の支出なしに生じる可能性があれば、提携に参加していない新規購入者は関連市場における参加者として認識される。）[17]。

以上から考えるに、米国ガイドラインは、基本的に購入提携を当然違法としておらず、競争制限効果がどれだけ表面化して市場に悪影響を与えているかを分析して当該購入提携の違法性を検討しているものと考えられる。

4　日本における共同調達・購入カルテルの事例とその考え方

我が国の審決・相談事例で共同調達・購入カルテルにつき検討されたものは必ずしも多くはないが、以下で適用法条別に検討する。

(1)　3条後段事件

ア　牛乳共同購入事件[18]

飲用牛乳製造業者5社が団体交渉において共同で原料となる牛乳の購入価格

16）Horizontal Merger Guidelines（amended in 1997）.

17）米国ガイドライン以外にも、米国では「ヘルスケアにおける反トラスト執行政策に関するステイトメント」の中でも共同購入についての言及がなされている。

そこでは、(1) 問題となる共同購入が、関連市場において購入対象の商品・役務の総売上高の35％未満の場合であり、かつ (2) 共同購入される商品・役務の費用が、共同購入に参加する各競争事業者により販売される全商品・役務からの総売上高の20％未満の場合、競争当局は原則として当該共同購入に関する合意について訴追しないとしている。この35％という基準は、売り手市場支配力行使のおそれに関するセイフティゾーンであり、20％という基準は、カルテル等形成のおそれに関するセイフティゾーンである。

当該ステイトメントは、ヘルスケア業界に対して示されたものであるが、他の業界における共同購入にも同様の基準にて運用されているようである（長澤哲也「企業間の共同購入における独占禁止法上の問題点（2）」NBL No.726）。

を引き上げたことに伴い、飲用牛乳の販売価格も共同で引き上げたという事案である。この飲用牛乳製造業者5社の飲用向け原料乳の購入量の合計及び飲用牛乳の販売量の合計は、それぞれ我が国における原料乳の総購入量及び飲用牛乳の総販売量の大部分を占めていた。

審決では、原料牛の購入分野と飲用牛乳の販売分野の双方において競争の実質的制限が認定されている。

イ　ソーダー灰輸入カルテル事件[19)]

我が国における合成ソーダー灰の生産者であり、米国からの天然ソーダー灰の輸入のすべてを取り扱っていた4社が、米国から天然ソーダー灰の輸入をするにあたり「我が国へ輸入されるソーダー灰の輸入数量、引き取り比率及び輸入経路を決定することにより、……我が国のソーダー灰の輸入取引分野における競争を実質的に制限し」たとして3条後段違反とされた事案である。

ウ　溶融メタル等の入札等参加業者による購入カルテル事件[20)]

溶融メタル等を含む非鉄金属スクラップの購入・販売業を営む6社が、地方公共団体が競争入札又は随意契約の方法により売却する溶融メタルについて、購入価格の上昇を防止するため、過去の購入実績等を勘案してあらかじめ購入者を決定、当該購入予定者以外のものはそもそも営業活動を自粛したり、入札等に参加する場合であっても購入予定者があらかじめ定めた購入予定価格で購入できるよう協力していたという事案である。

この溶融メタル等は、銅及び金、銀等の貴金属の製錬用原料として用いられており、地方公共団体が競争入札又は随意契約の方法により売却する溶融メタル等の購入を希望する上記6社は、いずれも自社又は自社の子会社等に溶融メタル等を製錬する施設を有していた。

18）公取委勧告審決昭和49年5月22日審決集21巻30頁。

19）公取委勧告審決昭和58年3月31日審決集29巻104頁。

20）公取委排除措置命令・課徴金納付命令平成20年10月17日審決集55巻692頁・754頁。
　これは、購入カルテルに関する不当な取引制限として課徴金納付命令が行われた初の事案である。

ここでは、「地方公共団体が競争入札又は随意契約の方法により売却する溶融メタル等の購入分野」について競争の実質的制限が認められている。

エ　小括

購入カルテルにおける3条後段違反の成否が問題となった上記3事件のうち、ソーダー灰輸入カルテル事件及び溶融メタル等の入札等参加業者による購入カルテル事件は、いずれも川上市場のみが問題とされている。その背景としては、両事案とも購入カルテルを行った事業者が川上市場において圧倒的なシェア（ほぼ100％）を有し、それを背景として購入カルテルを実行していたという事情があるように思われる。すなわち、川下市場への影響を考慮するまでもなく、川上市場における市場支配力の形成・維持・強化による違法性が認められる事案だったということである。これに対して、牛乳共同購入事件は川上市場のみならず川下市場の競争の実質的制限も問題視されている。もともと川上市場における牛乳価格の値上げに起因して川下市場の販売カルテルが行われていたため、川下市場のカルテルを解消するだけでは川上市場における購入カルテルを解消することはできない事案であったことから、川上・川下両市場が問題視されたと考えられる。他方、そうであるなら、川上市場の購入カルテルのみを解消すれば川下市場の販売カルテルもそれに伴って解消されうるとも考えられるが、本件では、まず消費者に対する小売価格を決定し、その中で製造業者と販売店とが取り分の配分を交渉するという形で価格形成がなされており、小売価格の決定と5社の販売価格の決定とは不可分の関係にあったという事情があり、最終の小売価格のカルテルを解消するには川上市場だけではなく、川下市場のカルテルをも解消する必要があったものと考えられる。

⑵　8条事件

ア　羊蹄山麓アスパラガス振興会事件[21)]

羊蹄山麓6町村で生産されるアスパラガスを羊蹄山麓アスパラガス振興会が

21）公取委勧告審決昭和40年6月23日審決集13巻46頁。

ほぼ全量を購入し、それをクレードル興農株式会社に55％、羊蹄山麓アスパラガス協議会に45％を配分、同協議会はそれを更に一定の配分比率に基づいて会員に配分していたという事案である。審決では、羊蹄山麓周辺地区で生産されるアスパラガスの取引分野における競争を実質的に制限していたとして振興会が1号違反、また、構成事業者の機能又は活動を不当に制限していたとして協議会が4号違反とされている。

イ　四国食肉流通協議会事件[22)]

肉用の豚を購入して食肉の処理及び販売業を営む者等を会員とする団体が、肉豚の購入に際し、購入価格を安定させるため、建値（1キログラム当たりの基準単価）を決定していたという事案である。当該団体に所属する会員全体の肉豚の購入量は、四国地区における肉豚の総購入量の大部分を占めていた。

審決では、当該団体の行為は、四国地区における肉豚の購入分野における競争を実質的に制限していたとして1号違反とされている。

ウ　西日本特殊ゴム製版工業組合事件[23)]

2府4県の印刷用彫刻ゴム製版業者及び印刷用鋳造ゴム製版業者のほとんどすべてが加入する西日本特殊ゴム製版工業組合が、その組合員に対して組合以外からの原材料を購入しないこと、組合が共同購入する製品とその購入先を指定していたという事案である。審決では、4号違反とされている[24)]。

エ　紀州田辺梅干協同組合及び紀州みなべ梅干協同組合に対する警告[25)]

違反事例ではないが、全国における梅の出荷量の大部分を占める紀州地区に

22）公取委勧告審決平成4年6月9日審決集39巻97頁。

23）公取委勧告審決昭和43年5月11日審決集15巻15頁。

24）この西日本特殊ゴム製販工業組合は、中小企業団体法に基づき設立された商工組合であるため、同法17条に掲げる調整事業を行うための調整規定が同18条の定めるところにより主務官庁の認可を受けたときは、独禁法の適用を除外される（同89条）。もっとも、本件において、当該組合は、販売先の登録と登録しない販売先への販売禁止を定めた調整規定については認可を受けていたが、問題とされた行為については調整規定の範囲外であったため、独禁法の適用対象とされている（赤堀光子「西日本特殊ゴム製版工業組合事件」公正取引224号（昭和43年5月）42頁）。

25）公取委警告平成24年6月14日。

おいて、梅干加工業者により設立された協同組合が、収穫後一次加工された梅の購入価格につき情報交換を行い、毎年7月頃にその年に生産される梅について農家から購入すべき価格を決定していたという事案である。一次加工後の梅の購入分野における競争を実質的に制限していた疑いのある行為を行っていたとして、今後このような行為を行わないよう警告がなされている。

オ　小括

購入カルテルにおける8条違反が問題となった上記4事件は、いずれも川上市場のみを問題としている。羊蹄山麓アスパラガス振興会事件は、振興会とその傘下の協議会が違反事業者団体とされているが、これは川上市場と川下市場の事業者団体が独占禁止法違反とされたのでなはい。すなわち、振興会を通して羊蹄山麓のアスパラガスをほぼ全量購入するためには、その前提としてクレードルや協議会の構成者への配分比率を決定しておく必要があり、クレードルと他の小規模事業者との配分比率の決定をするのに協議会という事業者団体が用いられたのであって、実質的には、クレードルと協議会構成者が羊蹄山麓のアスパラガスをほぼ全量購入するために行われたものと考えられるからである。

したがって、これまでの審決・警告は基本的に購入カルテルによって形成された市場支配力が川上市場において行使されていることを問題視しており、特殊な事情の存在した牛乳共同購入事件を除いて川下市場への影響を少なくとも文面上検討の対象とはしていない。これは、上記の事案すべてにおいて、違反事業者が川上市場において圧倒的シェアをもって市場支配力を行使していたからであり、川下市場を検討する必要性が乏しかったことにあると考えられる。

⑶　ガイドライン

公正取引委員会（以下、「公取委」という。）は、事業者団体ガイドラインにおいて、「共同事業には、単独では大企業に対抗できない中小企業者による法律に基づく協同組合が有効な競争単位を形成するために行う共同経済事業や事業者団体が構成事業者の本来の事業内容ではない社会文化活動等について行う共

同事業等、競争促進的な効果を持つもの又は競争と直ちに関係のないものも多い」とする一方で、「共同事業は、その事業内容の範囲において事業者団体が単一の事業主体となって行う事業として市場における競争に影響を与えうるところであり、また、参加する個々の事業者の事業活動の制限につながるおそれもあるところであって、その内容、態様等によっては、」独占禁止法上問題となりうるとしている。そして、独占禁止法上問題となりうるか否かについては、共同事業の内容、共同事業参加事業者の市場シェアの合計等、共同事業の態様を総合的に勘案する、としている。

この共同事業の内容の中で共同購入についても言及されており、共同販売や共同生産と同様、「その対象となる商品又は役務の価格、数量や取引先等の重要な競争手段について決定されることとなるため、他の種類の共同事業に比べて独占禁止法上問題となる可能性が高い」とされている。

もっとも、他方で、参加事業者の市場シェアの合計が低い場合[26]は原則として違反とならないともされており、このことから共同購入が独占禁止法上問題となるか否かについてはシェアが重要視されていることがみてとれる。

⑷　相談事例

公取委が公表している相談事例の中にも共同購入に関するものが複数あるため、これらの事例についても以下で検討する。

ア　輸送用機械の資材及び部品の共同購入（平成 12 年相談事例 10）

輸送用機械メーカー 4 社が、シェア約 4 割を有する輸送用機械甲の資材及び部品の共同購入を計画した事案である[27]。

公取委は、「一般に、［1］製品の販売分野における参加者のシェアが高く、

26）対象となる商品又は役務に係る参加事業者の市場シェアの合計が市場における競争に影響を与えない程度に低い共同事業を行うことをいう（事業者団体ガイドライン 11 － 4）。

27）共同購入対象品目は、資材及び部品の専門メーカーが汎用品又はそれに準ずる普及品のうち 30 品目であり、現在各社が取引している資材及び部品メーカーから見積もりあわせを行い、価格、供給能力、品質等を総合勘案の上決定するが、供給量の確保、供給能力等の関係から共同購入の取引先は複数とすることを考えている。

製品製造に要するコストに占める共同購入の対象となる資材購入額の割合が高い場合には製品の販売分野において、また、[2] 共同購入の対象となる資材の需要全体に占める共同購入参加者のシェアが高い場合には当該資材の購入分野について、独占禁止法上問題が生じる」（以下、「相談事例における判断基準」という。）とした上で、本件相談事例において、製品の販売分野については、4社の製品製造に要する資材及び部品の購入額に占める共同購入による購入額の割合は7～8%と低く、製品製造コスト全体に占める割合はさらに低くなること、その他の生産活動、販売活動等については各社独自に実施すること、共同行為に参加していない有力なメーカーが存在することから、製品の販売分野における競争に与える影響は小さく、独占禁止法上問題ないとしている。また、資材及び部品の購入分野についても、共同購入の対象となる資材及び部品は汎用品等であること、当該資材及び部品メーカーの4社への依存度は低い[28]ことから、当該資材及び部品の需要全体に占める4社の共同購入に係るシェアの合計は低くなるものと考えられることから、独占禁止法上問題ないとしている。

イ　保養所における食材の共同購入（平成14・15年度相談事例6）

共済組合等が甲地区にてそれぞれ経営しているA保養所らが各施設において使用する食材を共同購入することを予定しているという事案である。

公取委は、「一般に、[1] 商品又はサービスの供給分野における参加者のシェアが高く、かつその供給に要するコストに占める共同購入の対象となる品目の購入額の割合が高い場合には商品又はサービスの供給分野において、また、[2] 共同購入の対象となる品目の需要全体に占める共同購入参加者のシェアが高い場合には当該品目の購入分野において、独占禁止法上問題が生じる」とした上で、本件相談において、[1] 甲地区宿泊施設全体に占める共同購入に参加する保養所の収容人員及び利用人員の割合は数%であり、また、宿泊提供コス

28）資材及び部品メーカーの4社への依存度は、最大で12%であるが、大半は1%以下であり、4社の甲の製造に要する資材及び部品の購入額に占める共同購入対象資材及び部品の購入額の割合は7～8%であった。また、4社以外に共同購入に参加を希望するものがいる場合、これを妨げないとしていた。

トに占める共同購入の予定品目の購入予定額の割合も数％であること、［2］共同購入の対象となる食材の甲地区における需要全体に占める共同購入参加者のシェアは数％であることから、競争に与える影響は小さく、独占禁止法上問題ないとしている。

ウ　自動車部品メーカーの原材料の共同購入（平成 14・15 年度相談事例 7）

自動車用部品メーカー 5 社が、共同出資して設立した A 社を通して自動車用 a 部品の原材料を共同購入することを予定しているという事案である。

公取委は、相談事例における判断基準を示した上で、本件相談において、5 社の a 部品市場におけるシェアは約 50％であるが、a 部品の製造コストに占める共同購入を予定している各原材料の購入予定額の割合は 1％以下であること、同購入の対象となる原材料の需要全体に占める 5 社のシェアは 1％以下となっていることから、競争に与える影響は小さく、独占禁止法上問題ないとしている。

エ　経営コンサルタント会社を利用した複数の小売業者による共同購入（平成 17 年度相談事例 9）

経営コンサルティング業務を行っている A 社が、その業務の一環として、複数の小売業者の需要を取りまとめ、A 社が食料品メーカーとの価格交渉等を一括して行うことにより、スケールメリットによるコスト削減などを実現する購入事業を企画、甲地域の 100 社の小売業者のうち、60 社が参加することとなった事案である。

公取委は、「複数の事業者が特定の商品の購入に際し、価格交渉を特定の事業者に委託する行為については、これらの事業者が当該特定の事業者に価格交渉を委託するよう相互に取り決める場合には、実質的にこれら事業者による共同購入に当たり、当該行為を通じて商品の購入における競争が実質的に制限される場合には、不当な取引制限（独占禁止法第 3 条）として問題となる。また、これら事業者が当該商品の販売において競争関係に立つ場合に、共同購入を契機に当該商品の販売価格について共通の認識が形成され、商品の販売における競争が実質的に制限される場合、同様に不当な取引制限として問題となるおそ

れがある。」とした上で、本件相談において、A 社が価格交渉をする取引先メーカー 5 社には合計 2000 社の取引先が存在することからその取引先数に占める 60 社の割合は小さく、また当該 60 社はいずれも小規模事業者であることから、食料品の購入における競争が実質的に制限されるおそれがあるとは認められないが、食料品の販売については、本件購入事業に参加する小売業者が甲地域に所在しており、本件購入事業への参加率も 60％に及ぶことから、共同購入を契機として当該特定地域の食料品の販売における競争に影響を及ぼすことが懸念されるとしつつも、本件購入事業においては、多品目に及ぶ食料品を各小売業者が自らの判断で組み合わせて購入し、また本件購入事業を通じる以外にも購入が可能であり、本件購入事業を通じて小売業者間で販売価格に関する調整が行われるおそれがあるとは認められず、さらに甲地域には本件購入事業に参加していない全国展開する大規模小売業者 2 社も存在しており、食料品の販売における競争が実質的に制限されるおそれがあるとは認められない、として独占禁止法上問題ないとしている。

オ　資材購入のための電子商取引サイトの設立（平成 13 年相談事例 9）

化学製品である甲製品のメーカーであり、同製品市場の有力な事業者である B 社や他の業種の事業者など数社の出資を得て設立された、電子商取引サイトの運営等を行う A 社が、甲製品の製造に要する資材の調達のための電子商取引サイトの設置を検討しているという事案である。A 社の役員及び従業員は、すべて出資会社からの出向であり、当該サイトでは、購入業者が必要とする資材をサイト上で公開して販売業者を募り、もっとも低い販売価格を提示した販売業者と取引する、いわゆるオークションなどを行うことを予定している。また、A 社は、オークションにおいて、購入業者が共同して必要とする資材を取りまとめて購入できるシステムを導入することを検討しており、B 社に加えて、甲製品市場の他の有力な事業者である C 社に参加、さらには A 社へ出資をしてもらうことをも考えている。甲製品の製造に要する資材の多くは、甲製品以外の製品に転用ができず、汎用性がない。

公取委は、相談事例における判断基準を示した上で、2 社は、甲製品の製造

に要する資材の購入市場において合計で6割のシェアを占めるところ、2社が本件調達サイトを利用して当該資材を購入するのが一般的な場合には、当該資材の共同購入を行うことにより2社が市場支配力を行使することとなるおそれが強く、当該資材の取引における競争が制限され、独占禁止法上問題となるおそれがあるとしつつも、2社は甲製品の販売についてほとんど競争関係にはない[29]ことから、共同購入による甲製品の販売市場の競争に与える影響は小さいものと考えられる、としている。

また、公取委は、共同購入を行わない場合でも、A社が提供する調達サイトには、甲製品の製造に要する資材の取引に関する情報が集まることとなるから、C社がA社に出資して役員又は従業員を派遣する場合には、A社に出向している役員等を通じて、当該資材の購入数量、購入価格等について、2社間で相互に情報が交換され、共通の意思が形成されるおそれがある。したがって、このような場合には、当該資材の取引における競争が制限されるおそれがあり、独占禁止法上問題となる、としている。もっとも、A社、B社及びC社それぞれの間において、厳格な情報遮断のための措置を講じた上で、2社が、個別にA社が提供する調達サイトにおいてオークション方式によって資材購入を行うことは、独占禁止法上問題ないとしている。

カ　企業間電子商取引市場の設立（平成12年相談事例12）

X製品製造業者6社が、原材料等の調達を目的に共同で調達サイトを運営する会社を設立することを予定しているという事案である。グローバル市場で見た場合、X製品の6社のシェアの合計は50％以上であり、国内で事業を行う唯一のA社は国内のX製品の市場では上位の事業者であるが、国内にはA社の他に有力なメーカーが存在する。調達サイトへの参加は、6社以外のX製品製造業者、サプライヤーとも基本的に自由であり、サイトでの最低購入義務や他の調達サイトへの参加制限は課されていない。また、同業種においては、現在のところ、他に類似の調達サイトは存在しない。

29）製品の性質上、販売地域がある程度限定されていることから、B社とC社はほとんど競争関係にないという事情が存在した。

公取委は、本件事例について、「調達サイトの設立は、基本的には、参加者の取引機会を拡大し、受発注に伴うコストを削減すること等により企業間取引を効率的なものとし、最終的には消費者に供給される製品の低廉化に資することになるものと考えられる。しかしながら、調達サイトの仕組み・運用如何によっては、独占禁止法上の問題を生じさせ、効率化のメリットが消費者に還元されなくなる場合が考えられる。」とした上で、

⑴　オークション方式について、その対象となる原材料等の需要全体に占める共同購入参加者のシェアが高い場合又は製品の販売分野における参加者のシェアが高く、製品製造に要するコストに占める共同購入の対象となる原材料等の購入額の割合が高い場合には、独占禁止法上問題が生じる。

　カタログ購買方式について、当該原材料等の需要全体に占める共同購入参加者のシェアが高い場合、当該参加者が運営会社の価格決定過程に関与することは、独占禁止法上問題が生じる。

⑵　運営会社に集中するネット取引に係る価格、数量等重要な競争手段に関する情報について、参加者が他社に関する情報にアクセスすることができないよう、適切な秘密保護措置を講じる必要がある[30]。

⑶　運営会社が、参加者に対しサイトの利用を義務付けたり[31]、他の調達サイトの利用を制限する場合又は特定の事業者に対しサイトの利用を制限したりする場合[32]には、独占禁止法上問題が生じる。

としている[33]。

30）この点について、「ネット取引参加者が運営会社に出資したり、役員・従業員を派遣している場合には、特に慎重な検討が必要である。」としている。

31）この場合、一般指定第11項（排他条件付取引）又は一般指定第13項（拘束条件付取引）の成否が問題となるとされている。

32）この場合は、独占禁止法第3条（私的独占）又は一般指定第1項（共同の取引拒絶）の成否が問題となるとされている。

33）この他、相対取引についても検討されているが、「相対取引は、各バイヤーがサイト上の個別交渉テーブルを利用して行うものであり、調達サイトを利用する点を除けば、各バイヤーがそれぞれ独自の調達システムを使ってサプライヤーと取引するのと同じであることから、直ちに独占禁止法上問題が生じるものではない。」とされている。

キ　小括

以上のように、公取委の共同購入に関する相談事例の多くは、「一般に、製品の販売分野における参加者のシェアが高く、製品製造に要するコストに占める共同購入の対象となる資材購入額の割合が高い場合には製品の販売分野において、また、共同購入の対象となる資材の需要全体に占める共同購入参加者のシェアが高い場合には当該資材の購入分野について、それぞれ独占禁止法上問題となるおそれがある」という川上市場と川下市場双方への競争効果を考慮するという判断基準が用いられている[34)]。上記で検討したこれまでの判例と異なり、購入カルテルによる川下市場の競争への影響を考慮する可能性があることに言及している点が特徴的である。

そして、市場の競争への影響を考慮する具体的な要素として、製品の販売分野においては、製品製造に要する資材等の購入額に占める共同購入による購入額の割合や、その他の生産活動、販売活動等が各社独自に実施されるか、共同行為に参加していない有力な事業者が存在するか否か、といった点が考慮され、資材の購入分野については、対象の資材は汎用品であるか、対象の資材を供給するメーカーの共同購入事業者への依存度は高いのか、といった点が考慮されている。もっとも、購入カルテルによる川下市場への影響が川上市場の競争制限にどのように影響するか、すなわち、川上市場での購入カルテルが川下市場において有効的な競争促進効果を生み出している場合、それが川上市場における違法性にどのような影響を与えるのかは明らかでない。

これに対して、購入カルテルによって川上市場から川下市場へどのような影響があるかについては、一部の事例において検討がなされている。すなわち、共同購入を行う事業者が出資、役員・従業員もそれらの事業者から出向した者

34）平成 13 年相談事例 9　資材購入のための電子商取引サイトの設立。
平成 12 年相談事例 10　輸送用機械の資材及び部品の共同購入。
平成 14・15 年度相談事例 6　保養所における食材の共同購入。
平成 14・15 年度相談事例 7　自動車部品メーカーの原材料の共同購入。
平成 12 年相談事例 12　企業間電子商取引市場の設立。

である事業者が運営する市場において共同購入が行われる場合、上記判断基準に加えて、それら出資会社間において厳格な情報遮断のための措置を講じることが求められている[35)]。当該事業者に取引に係る価格、数量等重要な競争手段に関する情報が集中するため、それらが情報交換されると共通の意思が形成されるおそれがあるからである。

このような、公取委の相談事例における判断基準を見るに、上記で検討した共同調達の特徴、すなわち必ずしも競争制限を目的としているわけではなく、むしろ川上市場・川下市場に対しても競争促進的側面が多分にあるということに鑑み、共同調達それ自体をもって違法とするわけではなく、一定の合理性ある共同調達においては、それが直ちに違法となるわけではないが、市場シェアや新規参入の可否、情報共有の有無等を重視して検討した上で市場支配力の形成・維持・強化があるか否かを判断するという考え方をとっていると考えられる。このような考え方は、上記で検討したこれまでの購入カルテルに係る判例の判断にはあらわれてこなかったものである。

⑸　以上のような日本における判例、ガイドライン、相談事例からすれば、日本における共同調達に対する考え方は以下のように収斂されるように思える。

すなわち、圧倒的シェアをもって共同調達を行う場合、判例のように川上市場への影響のみをもってその市場支配力の形成・維持・強化の効果を判断しているのに対し、相談事例のように共同調達を行う場合であっても共同調達業者で圧倒的シェアを有せず、他からの競争圧力もあるような場合は、川上市場における市場支配力だけでなく川下市場における競争制限効果をも検討している。その際、共同調達に JV 等が用いられる場合は、その JV を通じた共同調達事業者間の情報共有の有無も問題とされる。厳格な遮断措置が講じられていれば問題視されないが、そうでない場合、川上市場・川下市場双方の競争制限効果が問題視されるのか否かは明らかではない。もっとも、共同調達の特徴からす

35）平成 12 年度相談事例　企業間電子商取引市場の設立。
　　平成 13 年度相談事例　資材購入のための電子商取引サイトの設立。

れば、JV で情報共有がなされていれば、川上市場のみならず川下市場への市場支配力行使は容易であろうから、川下市場における競争制限効果も問題視されることとなろう。

5　終わりに

本論考では、共同調達という実務上しばしば行われる共同行為について、その性質や米国における判例・ガイドラインの考え方、日本の審決・ガイドライン・相談事例の概要・考え方を考察してきた。

米国においては、購入カルテルは判例上当然違法の原則で考えられてきたが、近時は合理の原則の考え方も見受けられるようになっており、ガイドライン上は購入提携の競争促進効果を前提に基本的に合理の原則で詳細に競争に与える効果を分析、適法違法を判断しているものと考えられる。

日本では、圧倒的シェアをもって行われる購入カルテルについては米国でいう当然違法の原則に近い考え方で、すなわち、川上市場における購入カルテルの存在をもって違法とされ、相談事例のように圧倒的シェアではないが市場支配力を行使しうるようなシェアで行われる場合は川上市場と川下市場双方の市場に対する影響を考慮して独占禁止法上の問題を考える傾向があるといえるだろう。

もっとも、共同調達・購入カルテルに関する事件・事例はまだ多くはなく、より詳細な分析をするためには事案の集積が求められるだろう。

最後に、購入カルテル特有の問題ともいえるエンフォースメントの問題についてもふれておきたい。

平成 17 年の独占禁止法改正前は、不当な取引制限に係る課徴金の算定対象となる取引は対象商品又は役務の売上額とされていたため、違反事業者における対象商品又は役務に対する売上額が存在しない購入カルテルに対しては、そもそも課徴金を課すことができないという問題点があった[36)]。

しかし、前述のように、購入カルテルも、違反事業者が共同して自由に価格

等を決定して市場における競争の実質的制限を招き、購入額の引き下げ等の経済的利益を得るということは、通常の販売カルテルの場合となんら変わらないとして、平成 17 年の独占禁止法改正により課徴金の算定対象とされることとなった（7 条の 2 第 1 項柱書、8 条の 3）。これが適用される場合、「購入額」が課徴金額の算定基礎となるがこれを課徴金額の算定基礎とすると、市場支配力が強力に行使されればされるほど、課徴金額が低くなるという矛盾が生じる。すなわち、購入カルテルにより川上市場に及ぼす市場支配力を強化すればするほどその購入金額は下がるのであり、購入金額が下がれば下がるほど課徴金額の算定基礎となる金額は下がり、結果、課徴金額は少なくなるのである[37)]。

これは、やり得を防止するという課徴金制度の趣旨に反するものであり、このような課徴金制度の形式的な適用による矛盾を解消するためには、悪質性等も考慮して課徴金額を決定することができる裁量的課徴金制度の導入を考える必要があるのではないだろうか。この点については、TPP による独禁法制度の見直しの中で議論されることを期待したい。

このようなエンフォースメントの問題のように、共同調達・購入カルテルにはまだまだ考察・解決の余地のある問題点が残されている上、今回検討できなかったが、EU における共同調達・購入カルテルの事例・当局の考え方につい

36）独占禁止法の改正について議論した「独占禁止法研究会報告」（平成 15 年 10 月）でも、「購入カルテルについては、商品・役務の需要者間の競争を制限するものであり、違反行為者は、対象商品・役務の価格を低下させること等により経済的利得を得ているとみられるが、違反行為者に課徴金算定の基礎となる売上額が存在しないため、課徴金の対象となっていない」のは問題であるとしていた。

37）例えば、A 部品を供給する 5 社とそれを購入する 10 社がいる市場において、競争が存する状態で A 部品が 1 個 100 円で販売・購入されていたとする。7 社の購入カルテルにより一定程度の市場支配力が行使され、1 個 90 円で販売・購入された場合、課徴金の算定基礎となるのは 90 円×取引数量である。他方、10 社すべてで購入カルテルを行い、強力な市場配力を行使した結果、1 個 80 円で A 部品が販売・購入された場合、その課徴金の算定基礎となるのは 80 円×取引数量となる。

本論でも言及したように、購入カルテルは市場支配力が行使されればされるほど取引数量も基本的には減少することも考慮すると、後者の購入カルテルのほうが違法性が強いにもかかわらず、通常、前者のほうが課徴金額が高くなるという結果になる。

てもまだまだ研究の余地が残されていると考えられる。それらについては今後の研究課題としたい。