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

Title	米国反トラスト法における買手市場支配力規制：企業結合規制を中心として
Sub Title	Regulation of buyer power under the U.S. antitrust law: focusing on the merger regulation
Author	渕川, 和彦(Fuchikawa, Kazuhiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院法学研究科
Publication year	2012
Jtitle	法學政治學論究 : 法律・ 政治・ 社会 (Hogaku seijigaku ronkyu : Journal of law and political studies). Vol.95, (2012. 12) ,p.1- 34
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN10086101-20121215-0001

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.

米国反トラスト法における買手市場支配力規制

——企業結合規制を中心として——

渕川和彦

一　はじめに
二　買手市場支配力規制
(一)　買手独占理論
(二)　買手市場支配力の推定について
(三)　拮抗力（Countervailing Power）
三　水平合併ガイドライン
(一)　一九九二年水平合併ガイドライン
(二)　二〇一〇年水平合併ガイドライン
四　買手市場支配力に関する事例
(一)　初期の事例
(二)　一九九二年水平合併ガイドライン改正後の事例
(三)　二〇一〇年水平合併ガイドライン改正後の事例
(四)　有力な買手の抗弁（Powerful Buyer Defense）の事例
五　考察——買手市場支配力規制とその課題
(一)　買手市場支配力の認定
(二)　有力な買手の抗弁
六　おわりに

一　はじめに

従来、競争法は、市場への反競争効果に対する規制という観点から見ると、製造業者を代表とした、主に売手の行為に着目した規制を行なってきた。[1] 我が国でも、買手の行為に対しては、市場への直接的な影響ではなく、取引当事者間の地位の優越性を不当に利用した購買力の濫用の問題として優越的地位の濫用（独禁法二条九項五号）が主に用いられている。しかしながら、昨今の大規模小売業者の台頭に伴い、供給業者に対して交渉力を有する小売業者の存在は、競争法上の新たな課題を生じさせている。[2] そして、大規模小売業者のような交渉力を有する買手に関する規制を検討する上で、買手市場支配力が注目されている。買手市場支配力には、二つの意義があるとされる。[3] まず、第一の意義は、買手独占であり、競争水準以下に購入数量を引下げ、購入価格を下げることで、社会厚生の損失を生じさせるというものである。[4] 第二の意義は、バーゲニング・パワーであり、供給者の通常の契約条件よりも有利な契約条件を得る力であると定義される。[5] 第一の意義としての買手市場支配力では、買手市場支配力の行使により、供給者の平均総費用以下の価格が提示される場合、中長期的には供給者の市場退出、あるいは製品開発や技術開発への投資の減少により産出量が減少し、社会厚生の損失が生じることとなるとされる。[6] また、第二の意義としての買手市場支配力は、バーゲニング・パワーの問題だけでなく、[7] 売手間の企業結合の際の正当化事由として検討されることがある。[8]

我が国独禁法における企業結合規制では、旧独禁法二条四項但書において買手競争を適用除外としていた。しかし、買手独占を形成する企業結合を適用除外する根拠がないことから、一九八八年改正によりこの適用除外は廃止されている。[9] 昨今、我が国でも買手間の企業結合や事業統合が行われており、大規模小売業の企業数が、特に食品や日用品について減少する傾向が見られる。[10] このような傾向を窺わせる事例として、家電量販店間の合併による競争への影響

が検討されたエディオン・ミドリ電化の株式取得に関する事前相談例がある。[11] 公取委は、家電量販店は、家電用品を幅広く取り扱う一方で、一般の大型スーパーやホームセンターなどの家電取扱店は、品揃えが限定されていること、家電量販店の競合相手や一般消費者の代替先は他の家電量販店であることを鑑みて、家電量販店における家電の小売販売を一定の取引分野として画定している。

また、需要者による競争圧力が認められた日清・明星の事例[12]では、カップめんの売上高の二割前後を占めるコンビニエンスストアがメーカーに競争圧力を行使しているとされ、また、スーパーは、特売の機会を通じて、メーカーに競争圧力を行使しているとされ、最終的に日清と明星の合併が認められている。このように買手市場支配力の問題は我が国でも生じてきており、今後買手市場の寡占化に伴い買手市場支配力規制の重要性はさらに増してくるものと考えられる。

他方、欧米では、買手市場の寡占化の問題は既に現実化している。[13] 大規模小売業をはじめとした買手市場の寡占化が進む我が国にとって、既に小売市場の寡占化への対応が進んでいる欧米の買手市場支配力規制に関する比較法的考察から示唆を受ける点は多いと考えられる。

この点、買手市場における寡占化の問題を抱える国の一つであり、我が国独禁法の母法とも言うべき米国反トラスト法では、買手市場支配力に関する企業結合規制について、判例・学説が蓄積している。[14] そこで、以下では、米国反トラスト法の企業結合規制における買手市場支配力規制について、まず、買手市場支配力規制に関する議論を明らかにし（第二章）、次に、米国水平合併ガイドラインでの買手市場支配力の取扱いについて分析した上で（第三章）、買手市場支配力が判例にどのように影響を与えたかを検討する（第四章）。そして、以上の検討を通じて、企業結合規制による買手市場支配力規制の課題を明らかにする（第五章）。

二　買手市場支配力規制

(一)　買手独占理論

買手独占の古典的なモデルはスティグラー教授が『価格の理論』の中で明らかにしている。[15] しかし、買手独占は稀な現象であるとされ、注目されてこなかった。[16] 一九九一年、ブレア教授とハリソン教授は、古典的な買手独占のモデルを発展させ、競争政策における買手独占規制の重要性を示した。[17] ブレア教授とハリソン教授が提示した買手独占理論は、最高裁もその重要性を認めるに至っている。[18]

買手独占（monopsony）は、自己の利益となるように競争水準以下に購入量を減少させ、購入価格を競争水準以下に決定することで社会厚生の損失を生じさせる。[19] 他方、売手独占は、自己の利益となるように競争水準以下に販売量を減少させ、販売価格を競争水準以上に決定することで社会厚生の損失を生じさせる。このことから買手独占と売手独占とは経済分析において「経済的に対称（economically symmetrical）」[20] であるとされる。そして、買手独占者が生産品（以下、「産出物」）の市場においても独占的地位を占めている場合には、独占価格が設定され、死重損失（dead weight loss）がさらに拡大するとされる。[21] 買手独占は、上流市場からの投入物要素の購入価格を低廉にする効果があるが、経済分析によれば、上流市場で低廉な価格で購入されたものが、最終消費者にそのまま安価で売られることは稀であるとされる。[22] そして、供給者の平均総費用以下の価格が提示される場合、中長期的には供給者が市場から退出するため、産出量が減ることとなる。[23] また、投入物の価格が下げられている場合には、その価格低下が、効率性によるものか、買手独占によるものかを区別する必要がある。[24]

(二) 買手市場支配力の推定について

カールステンセン教授は、売手の結合がもたらす反競争効果のおそれを分析するために高い市場シェアが用いられてきたのは、買手が供給者を変更する選択肢があることにより、売手側の合併の潜在的な市場支配力を抑制するためであるとしている。[25] カールステンセン教授によれば、買手間の企業結合により、一〇―二〇％の市場シェアを有することとなる場合には、単独効果（unilateral effect）を持ち得ると指摘している。[26]

しかし、買手市場支配力に対して売手の市場支配力と比べ相対的に低い市場シェアで足りるとする見解は、経済学的証拠が乏しいため、売手と買手の区別なく、買手側の企業結合に関しては売手側の企業結合と対称的な取扱いをするべきとの見解もある。[27]

このように、学説上、買手市場支配力の推定に関しては、売手の市場支配力とは異なる推定基準を用いるのか、それとも買手と売手の市場支配力を区別なく対称的に捉えて、同じ推定基準を用いるのかについて争いがある。この点、Weyerhaeuser 事件最高裁判決では、「独占と買手独占との間の共通性は、同種の法的基準が独占化の請求と買手独占化の請求に対して適用されるべきことを示唆している」としており、後者の見解を採っているものと考えられる。[28]

(三) 拮抗力（Countervailing Power）

拮抗力とは、競争を回復させるために、取引段階の異なる市場における、集中により生じた力を制限することを指す。[29] 拮抗力は、双方独占（上流市場、下流市場それぞれで市場支配力を有する事業者が存在し、お互い利益を得るためには、上流市場での独占者と下流市場で独占的な買手が取引きする必要がある状態）において生じる。[30] 独占者（あるいは買手独占者）に対抗するため、買手間（あるいは売手間）で企業結合が行われる場合、販売量が増加し、最終製品の販売量も増加す

る可能性があるため、消費者厚生に資するとして当該企業結合が許容される余地があることになる。

1　拮抗力に対する批判

アリーダ教授は、有力な買手が新たに合併する供給者に対して、買手の競争事業者よりも低い値段で販売するように要求し、買手の競争事業者の費用を引き上げる可能性があるとして、拮抗力による抗弁に反対している。[31] そして、ホーベンカンプ教授は、合併規制における拮抗力による抗弁について、投入物を購入する事業者間の合併により独占に至れば、最終製品市場での独占に繋がるとして、拮抗力による抗弁を認めるべきでないとしている。[32] また、拮抗力は、供給者である売手と消費者である買手が共同利潤を分配する誘因が働くことから批判がなされている。[33] 各州の検事総長（Attorney General）が職責を果たし、高い法的サービスを提供することを補助するために設立されたNational Association of Attorneys Generalが一九九三年に発行したMerger Guidelinesでも、供給者と買手との利潤の分配が懸念されている。[34]

2　拮抗力に対する肯定論

アリーダ教授の主張に対しては、ライバル事業者の費用を引上げる行為は、合併から生じるものではなく、合併後に行なわれた独立した行為として、反トラスト法上違法となると再反論されている。[35] また、ホーベンカンプ教授の主張に対しては、拮抗力が抗弁として用いられるのは、投入物の販売者の合併に際して用いられるため、最終製品市場における競争法上の問題は、有力な買手が、有力な売手でもあるからであり、拮抗力に対する批判に当たらないとの指摘がある。[36] 供給者と買手との間の共同利潤の分配については、追加的な産出量について話し合いがなされることにより、社会厚生が増大する可能性が指摘されている。また、小売市場の高い競争性と買手市場支配力を回避する供給者の利潤最大化行動により産出物価格が低下するとして、拮抗力を支持する見解がある。[37]

三　水平合併ガイドライン

拮抗力については、二㈢で見てきたように賛否両論がある。しかし、その一方で、拮抗力の抗弁は、「有力な買手の抗弁」として企業結合の判例で用いられてきており、買手市場支配力に関する議論の進展とともに、競争当局の執行方針にも変化が見られる。特に、水平合併ガイドラインでは、一九九二年水平合併ガイドラインで買手市場支配力に関する競争法上の取扱いについて明記されて以降、裁判所にも徐々に買手市場支配力に関する言及が見られるようになる。[38] そこで、以下では、一九九二年水平合併ガイドライン（一九九七年に効率性の部分を改訂）と、二〇一〇年水平合併ガイドラインを分析することで、競争当局において、買手市場支配力規制がどのように取り入れられていったかを検討する。[39]

㈠　一九九二年水平合併ガイドライン

一九九二年水平合併ガイドラインでは、買手独占に関する言及が見られる。一九九二年水平合併ガイドラインによれば、「市場支配力は、単独の買手（買手独占者）、複数の買手の調整グループ又は買手独占者ではない単独の買手が競争価格以下の水準まで製品に支払われる価格を引き下げ、それにより産出量を減らすことができる能力も含む。買手による市場支配力の行使（「買手独占力」）は、売手による市場支配力の行使に伴う反競争効果に相当する反競争効果を生ずる。潜在的な買手独占の懸念を分析するためには、競争当局は、これらのガイドラインの枠組みに類似した分析枠組みを適用する」としている。[40] 一九九二年水平合併ガイドラインでは、買手市場支配力を買手独占と捉えて、売手による市場支配力の行使と類似した分析枠組みを買手による市場支配力の行使に適用するとしている。

(二)　二〇一〇年水平合併ガイドライン

二〇一〇年に改定された水平合併ガイドラインでは、「競合する売手間の合併が売手側の市場支配力を高めるのと同様に、競合する買手間の合併は、買手側の市場の市場支配力を高め得る。買手の市場支配力は、時に買手独占力と呼ばれる」として、買手独占力に言及している[41]。そして、「買手側の市場において市場支配力を高める可能性があるかどうかを評価するために、競争当局は売手側の市場支配力を高める可能性があるかどうかを評価する枠組みを主として用いる。関連市場の画定において、競争当局は、仮想的な買手独占者により支払われる価格の減少に売手が直面した場合、代替的な取引先が存在するかに焦点を当てる。……競争当局は、短期的な購入量の減少を合併により買手市場支配力を高める唯一又は一番の指標として判断しない。また、競争当局は、完全に、あるいは、何よりまず、合併当事者が販売する下流市場の効果を根拠に、競争する買手間の合併の競争効果（competitive effects）を評価もしない」としている。

このように二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、一九九二年水平合併ガイドラインの流れを踏襲し、売手と買手の区別なく同種の枠組みを用いるとした上で、関連市場の画定の際に、売手に代替的な取引先となる買手が存在するのかを重視すること、買手間の合併による下流市場での競争効果については評価しないとしている。

また、同ガイドラインは、「有力な買手（powerful buyer）」の抗弁について言及している。同ガイドラインによれば、「有力な買手は、多くの場合、供給業者に対して、有利な契約条件で交渉することができる。このような契約条件は、供給を受けているこれらの買手の低コストを反映しているかもしれないが、買手に有利な価格差別を反映している可能性もある。競争当局は、有力な買手が、企業結合当事者の価格の引上げの能力を制限するかもしれない可能性を考慮する。例えば、仮に有力な買手が上流市場を垂直統合する、あるいは新規参入を後押しする能力とインセンティブ

を有する場合、又は、大規模な買手の行為又は存在が協調効果を弱める場合にこのようなことが生じ得る」として[42]いる。しかし、有利な契約条件で交渉できる買手でさえ、合併当事者の市場支配力の増加により害される可能性があるため、有力な買手の存在のみでは合併によってもたらされる反競争効果を未然に防ぐと推定しないとしている。[43]

二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、「有力な買手」が、「有利な契約条件で交渉できる」と言及しており、買手市場支配力の第二の意義としてのバーゲニング・パワーとその評価の在り方について水平的合併ガイドラインに明記したものと考えられる。そして、有力な買手が、企業結合当事者の価格の引上げの能力を制限する場合として、（1）上流市場を垂直統合する場合、（2）新規参入を後押しする能力とインセンティブを有する場合、（3）大規模な買手の行為又は存在が協調効果を弱める場合が挙げられている。

四　買手市場支配力に関する事例

米国では、企業結合規制においてクレイトン法七条が中心的な役割を担っている。クレイトン法七条の目的は、反競争的な企業結合を防ぐことにより競争を保護することである。クレイトン法七条は、合併及び株式・資産取得である買収を規制対象とし、問題となる一連の通商又は通商に影響を及ぼす活動のいずれかにおいて、競争を実質的に減殺することとなり、又は独占を形成するおそれがある時は、かかる買収はしてはならないと規定している。以下では、クレイトン法七条が適用された買手市場支配力に関する企業結合事例を検討していく。

(一)　初期の事例

1　Consolidated Foods事件

まず、Consolidated Foods事件最高裁判決（一九六五年）[44]では、食品製造・販売業者であるConsolidated Foodsが、乾燥タマネギと乾燥ニンニクを主に製造する食品製造業者Gentryを買収したことにより、乾燥タマネギ及び乾燥ニンニク市場の競争を減殺し、クレイトン法七条に違反するかが問題となった。Gentryは、Consolidated Foodsに買収される直前の一九五〇年に、乾燥タマネギと乾燥ニンニクの総販売の三二％のシェアを有していた。主要な競争者であるBasic Vegetable Productsを加えると、産業全体の売上のおよそ九〇％を占めていた。

FTCは、当該買収により、買手事業者らが相互的な購入をするおそれがあり、乾燥タマネギ及び乾燥ニンニクに関する市場において実質的な市場シェアを得ることで、囲い込むことができる力を獲得し、競争を実質的に減殺するとして、クレイトン法七条に違反すると決定を下した。しかし、第七巡回区控訴裁判所は、合併後の証拠を重視し、乾燥タマネギについて七％のシェアの増加がある一方で、乾燥ニンニクの市場シェアが一二％減少していること、相互的な購入の試みがうまくいっていないことを挙げ、FTCが競争を実質的に減殺する可能性を立証できていないとしてFTCの決定を取り消した。当該事件は、最高裁に裁量上訴された。

最高裁は、乾燥タマネギ及び乾燥ニンニクの製造業者を買収した食品製造・販売業者は、他の事業者との取引において相互取引を試み、多数の買手が、供給源である市場シェア九〇％を占める主要な二事業者から購入する方針がうまく守られることを決定したという証拠は、当該買収により食料販売業者が相互に購入する可能性があり、クレイトン法七条違反となるというFTC決定の結論を支持するものであるとして控訴審判決を覆した。[45]

本件は、買手が売手を垂直統合した垂直型企業結合であるが、最高裁は厳しい態度で規制に臨んでいることが伺

える。

2　Von's Grocery 事件

Von's Grocery 事件最高裁判決（一九六六年[46]）では、ロサンゼルスとカリフォルニアの大規模食料雑貨小売業者二社による企業結合が競争を実質的に減殺し、クレイトン法七条に違反するかが問題となった。関連市場であるロサンゼルス地域の食料雑貨店市場において、一九五八年にVon's Groceryは第三位で、Shopping Bagは、第六位に位置していた。司法省は、一九六〇年三月二五日、カリフォルニア南部地区連邦地裁に訴訟を提起した。司法省は、当該合併の仮差止命令を申立てたが、地裁は、競争を実質的に減殺し、独占状態を生じクレイトン法七条に違反するという合理的な可能性はないと判示した。これに対して司法省は、最高裁に直接上訴（direct appeal）を行った。

最高裁は、一九六〇年、Von's GroceryとShopping Bagの販売額の合計はロサンゼルスにおける食料雑貨店の合計販売額の七・五％を占めていたこと、食料雑貨販売事業は、徐々に数少ない経営者の手の下に集中していく一方で、同時期に、一九五三年から一九六二年において、二以上の食料雑貨店のチェーン店の数は、九六から一五〇に増加したこと、さらに、ロサンゼルスの食料雑貨市場における企業結合は、当該合併後に急速に進んでいたことなどの事実から、Von's GroceryとShopping Bagの合併は、クレイトン法七条に違反すると結論付け、地裁判決を覆した。

最高裁は、ロサンゼルスの食糧雑貨店の売上の七・五％しか占めていない二つの食料雑貨店の合併を禁止しているが、当時一五〇のチェーン店が存在しており、競争を維持するには十分であると考えられる[47]。Von's Grocery 事件で反対意見を述べたスチュワート判事は、「クレイトン法七条に基づく訴訟において、私が見出せる唯一の一貫性は、規制当局が常に勝訴することである」と述べている[48]。

3　Rice Growers Ass'n of California 事件

Rice Growers Ass'n of California 事件カリフォルニア東部地区連邦地裁判決（一九八六年[49]）では、水稲の購入又は精

米等を営む事業者間の企業結合が、カルフォルニアにおける水稲の購入又は精米に関する取得に関する市場の競争を実質的に減殺するかが問題となった。被告Rice Growers Association of California（RGA）は、カルフォルニアで米の買入れ、精米、販売を行うカルフォルニアの農業協同組合であり、州際通商及び海外取引も行っている。同じく被告Pacific International Rice Mills, Inc.（PIRMI）は、ウッドランドとカルフォルニアで、米の買入れ、精米、販売を行う事業者であり、州際通商を行っていた。PIRMIは、RGAとの売買契約によりRGAの完全所有の子会社となった。米国司法省は、一九八四年八月一九日、RGAによるPIRMIの精米工場施設などを買収することで、クレイトン法七条に違反するとして、仮差止を申立てた。

裁判所は、米国司法省が主張する関連市場のうち、カルフォルニアでの水稲の購入又は精米に関する取得に関する市場が適切であるとして、カルフォルニアの米農家は、カルフォルニアの精米工場が精米されていない水稲に支払われる報酬を引下げようとした場合、代替となる適切な購入者が存在しないとした。当該買収により、カルフォルニアでの水稲の購入に関する取得に関する市場において、RGAとPIRMIの合計シェアは、一九八〇―八一年では六六％、一九八一―八二年では五九％、一九八二―八三年では六一％であった。一九八三―八四年でのカルフォルニアの水稲の購入に基づけば、RGAが四七％、Farmers Rice Cooperativeが二七％、PIRMIが一七％、Comet Rice Millsが七％であり、RGAとPIRMIの合計シェアは、六四％であった。一九八二―八三年のシェアを用いた市場集中度を示すハーフィンダール・ハーシュマン指数（以下、「HHI」）[50]は、合併前で二、四九〇、合併後で三、七八〇となり、高い数値を示した。当該買収により、カリフォルニアでの水稲の購入に関する市場は、集中度が高まり、上位四社で九五％を占めることとなる。そして、新規参入にかかる時間の長さや新工場設立の支出額を考えると新規参入の可能性が低いとした。RGAは、PIRMIの買収の動機は、さらに競争的になるため、最低コストでRGAの運営を近代化するためだけであると主張した。しかし、裁判所は、一見、興味深いが、無害な動機のみでは、当該

買収のクレイトン法七条の違法から救うことはできないとし、最終的に事業分割が適切な法的救済であるとした。

Rice Growers 事件では、買手独占と明示的に言及されていないものの、代替的な購入者が存在せず、農家に支払われる報酬が引き下げられるという買手独占に着目した企業結合規制が行われている。[51] RGAによる効率性に関する主張に対して、裁判所は、動機が効率性達成のためであったというだけでは、違法性が阻却されないとしているが、どのような場合に違法性を阻却されるのかについては明らかにされていない。

4　Syufy 事件

Syufy 事件第九巡回区控訴審判決（一九九〇年）[52]では、司法省は、買手独占の請求を行ったが、裁判所により退けられている。司法省は、ラスベガスにおいて映画館を営む被告 Syufy が競争事業者三社を相次いで買収し、ラスベガスの封切り映画の排他的上映権（exclusive exhibition rights）の九一％を確保することにより、ラスベガスの封切り映画に関する市場において映画配給事業者を害する買手独占をもたらしシャーマン法二条に違反し、競争を実質的に減殺しているとしてクレイトン法七条に違反すると主張した。

Syufy は、一九八一年にラスベガスの映画館の市場に参入した。競争事業者との激しい競争の後、全国的にメジャーな映画館だが、ラスベガスでは大きなシェアを獲得していなかった Mann Theatres と Plitt Theatres は、Syufy にラスベガスの映画館事業を売却することを決めた。さらに、Syufy は、残った最大の競争者である Cragin Industries と交渉し、Cargin Industries が、Syufy に売却したことで、小規模な封切り後の映画上映を主体とする Roberts Company がラスベガスで唯一の封切り映画館の競争者となった。しかし、当該買収後、主要な映画配給事業者 Orion は、Syufy との取引きを取りやめ、封切映画のすべてを Roberts Company に販売しはじめた。Syufy 事件の特徴的な点は、訴えられている独占者が地域的な事業者であり、その被害を被っているのが、全国的な大企業であるということであった。

司法省は、当初映画ファンに対する市場支配力を問題としていたが、審理後の準備書面において、Syufy は市場支配力を有するが、映画ファンに対してではなく、映画配給事業者に市場支配力を行使していると主張した。

カルフォルニア北部地区連邦地裁は、関連市場をより広く捉え、封切映画だけでなく、ホーム・ビデオ、ケーブル・テレビ、有料テレビを含むため参入障壁がなく、Syufy は、映画ファンに対しても映画配給事業者に対しても市場支配力を有さないと判示した。

第九巡回区控訴審は、市場画定に関して、司法省の意見に同意するとして、ラスベガスの封切り映画館としたが、重要なのは市場シェアではなく、市場シェアを維持する能力であるとした。当該買収後にラスベガスの封切り映画市場はさらに競争的になり、一九八五年にラスベガスの封切り映画の九一％の排他的上映権を有していたが、一九八八年の第1四半期には、三九％に落ち、Roberts Company から映画館を購入した United Artists が二五％を保有し、残る三六％を Syufy と United Artists の双方が上映していた。また、一九八五年に Syufy は、封切り映画から九三％のチケット売上高を得ていたが、一九八八年の第1四半期には、七五％まで落ちている。裁判所は、司法省も認めるように参入障壁がなく、競争的な市場では競争事業者を買収することは単に許容されるだけでなく、市場の安定性に寄与し、資源の効率的な配分を促進するとして、最終的に Syufy が供給者に対する市場支配力がないとした地裁判決を覆す根拠はないとした。

Syufy 事件において、司法省の買手独占に関する主張は斥けられているが、このような結論に至った主な理由の一つは、司法省が買手独占の主張を審理中で行なうことが出来ず、市場画定が被告に有利になりはじめた最後の段階で買手独占の主張に変更したことにあったとされる[33]。

以上のように、裁判所は、初期の段階では、買手側の市場支配力を増加させる水平合併について、厳格な態度で規制に臨んでいる[34]。Syufy 事件では、消費者である映画ファンに影響がないとして司法省の買手独占の請求が斥けられ

ており、Syufy 事件第九巡回区控訴審は、買手独占の請求に消費者への影響を必要としていたと思われる。

(二) 一九九二年水平合併ガイドライン改正後の事例

1 Staples 事件

まず、Staples 事件連邦地裁判決（一九九七年[55]）では、事務用品に関する大規模小売業間の合併がなされたが、買手側ではなく、売手側の市場に着目された規制が行なわれた。

一九九六年、事務用品市場において、Staples は米国二位、Office Depot は米国一位の事務用品スーパーストア（office supply superstores）である。Staples と Office Depot との企業結合により競争を実質的に減殺することとなりクレイトン法七条に違反するかが問題となった。Staples と Office Depot は、一九九六年一〇月二日、事前届出を行なった（以下、Staples と Office Depot を「被告ら」という）。ＦＴＣは、Staples による Office Depot の買収を差し止めるため、ＦＴＣ法一三（ｂ）条に従い暫定的差止命令を出した。Staples 事件の主な争点の一つは、市場画定であった。地理的市場は、消費者が実質的に製品の代替的な供給先に移行し得る、そして、反トラスト法訴訟の被告が競争に直面する地理的範囲であるとされる。[56] ＦＴＣは、四二のメトロポリタン地域を地理的市場と画定した。被告らは、ＦＴＣの地理的市場については争っていない。

他方、被告らは、製品市場について争っている。ＦＴＣは、この市場に対する業界の認識、スーパー・ストア・チェーンの特殊な性格、そして、特に、価格動向に関する証拠に着目し、製品市場を、事務用品全体の販売ではなく、事務用品スーパーストアを通じた消耗事務用品（consumable office supplies）であるとした。ＦＴＣの定義によれば、消耗事務用品とは、消費者が頻繁に購入し、消耗し、廃棄する商品とされる。ＦＴＣは、地理的市場ごとの Staples の価格設定を比較した「価格証拠」を提出した。ＦＴＣの価格証拠によれば、Staples の価格設定は、競争者が存在

しない地理的市場では、Office Depot やOffice Max と競争している地理的市場よりも一三％高いとされた。これに対して、被告らは、ＦＴＣの製品市場については、法や事実に基づかない、不自然な市場画定であると批判し、適切な製品市場は、事務用品全体であると主張した。

仮に製品市場が事務用品スーパーストアを通じた消耗事務用品の販売市場であると画定されれば、Staples と Office Depot の合計シェアは、一五のメトロポリタン地域で一〇〇％、二七のメトロポリタン地域で、四五―九四％のシェアとなる。そして、ＨＨＩは、合併前でさえ、ミシガン州グランド・ラピッズ、マスキーゴン、ホランドでは三、五九七、ワシントンＤＣで六、九四四、合併後では、ミシガン州カラマズー、バトルクリークでは五、〇〇三、そして多くの地区で一〇、〇〇〇、ＨＨＩの増加分の平均も二、七一五という値になり、非常に集中度が高い市場となる。一方、被告らの主張する事務用品全体の販売市場であると画定されれば、一九九六年時の北アメリカで五・五％に過ぎないこととなる。

連邦地裁は、まず地理的市場について、両当事者とも争いがないとしてメトロポリタン地域を認定した。製品市場については、合理的な消費者の利用に関する互換性又は製品それ自体とその代替製品と間の需要の交差弾力性により決定される製品市場の境界であるとされる。[57] また、広い市場内に、適切に画定された二次市場が存在し得る。[58] 裁判所は、ＦＴＣの提出した証拠により、事務用品スーパーストアの価格が、Wal-Mart、Kmart、Target などの事務用品スーパーストアではない大型小売店ではなく、主に事務用品スーパーストアにより影響されており、事務用品スーパーストアを通じた消耗事務用品の販売市場が市場画定として適切であるとした。

水平合併ガイドラインでは、新規参入の可能性は、反競争効果の懸念を緩和し得るとされている。このため、Staples は、事務用品全体の販売の急激な拡大が新規参入を促進し続けていると主張した。しかしながら、裁判所は、事務用品スーパーストアに関しては、事業者が市場から退出する傾向にあり、埋没費用も高いため、容易に新規参入

できないとして、被告らの主張を斥けた。また、被告らは、効率性の抗弁に関して、当該合併により競争する能力と動機が高まり、低価格と質やサービスの向上、新製品の開発に繋がり、五年間で四九―六五億ドルのコスト削減を生じ得ると主張した。しかし、裁判所は、被告らの主張するコスト削減は、過大に計上されており、コスト削減の大部分が証明されておらず、コスト削減の計算式についても説明できていない、として被告らの主張を斥けた。[59]

最終的に、連邦地裁は、事務用品スーパーストアが実際に外観、物理的規模、形式、数、様々な最小在庫管理単位や目標として商品を提供する顧客の類型も他の事務用品の売手とはかなり異なるとした。[60] そして、FTCが「競争を実質的に阻害する合理的な蓋然性」を証明したとして、Staples と Office Depot の合併が競争を実質的に減殺することとなり、クレイトン法七条に違反するとして、FTC法一三（b）条に基づき予備的差止の申立てを認めた。[61]

Staples 事件で重要な点は、「価格証拠」を認めた点にある。事務用品スーパーストアが、一箇所で様々なものが購入することができる、ワンストップ・ショッピングとして消費者から好まれており、Staples の価格設定は、競争者が存在しない地理的市場では、Office Depot や Office Max と競争している地理的市場よりも高いことが認定されている。[62] このような市場が存在していたことについては、当事者自身が文書において認識しており、競合する事務用品スーパーストアの価格を調査していることから裏付けされている。[63]

Staples 事件では、消費者に対する売手としての事務用品スーパーストアの側面についてのみ検討がなされている。買手としての Staples の市場支配力については、証拠上明らかにされてはいなが、仮に Staples が買手としての市場支配力を行使すると共に、売手としての市場支配力を行使していた場合、社会厚生上の損失はさらに大きなものであったと考えられる。[64]

2　Cargill 事件

米国司法省は、穀物の購入に関する買手独占の主張を含む訴えを Cargill 事件（二〇〇〇年）[65] で行っている。司法省

は、北アメリカで二番目の穀物商であるCargillによる北アメリカで三番目のContinental Grain Company（以下、「Continental」）の世界的規模の商品販売事業の買収を差止める民事訴訟を提起した。

CargillとContinentalは、トウモロコシ、大豆、小麦の購入に関して競合する穀物商であり、全国的な流通網で操業しており、年間何百万トンの穀物を農家から購入し、米国及び世界に流通している。穀物取引は、高度に寡占的であり、当該買収により、CargillとContinental間の競争がなくなり、シカゴ商品取引所のトウモロコシと大豆の先物取引の決定に関する配送能力の約八〇％を占めることとなる。ＨＨＩは、太平洋岸北西地域におけるトウモロコシと大豆の購入に関して、合併後には約五、〇〇四―八、八六八、ＨＨＩの増加分は、一、三六四―四、四〇〇の値となり、市場集中度が高まることとなる。

司法省は、当該買収が行われれば、米国の多くの地域において、農家に対する穀物の購入に関する競争が実質的に減殺されクレイトン七条違反となるとし、当該買収が差止められなければ、多くの農家がトウモロコシや大豆、小麦を含む穀物や油糧種子作物（oilseed crops）に関して価格が引下げられるであろうと主張した。

司法省は、競争法上の問題について、独占だけでなく、買手独占に関しても検討しており、買手独占の競争法上の問題の分析は、独占のそれと「鏡像（mirror image）」の関係にあり、合併事業者が、買手の少ない製品市場と地理的市場における二つの事業者か否か、供給者に支払う価格を引下げるために十分な市場支配力を得るかどうかについて検討するとしている。また、売手が、他の製品又は他の買手に販売することにより、買手独占者が価格を引下げようとする試みを打破るものとしている。

CargillとContinentalは、国内市場、世界市場における穀物の販売に関して競争をしているが、地方又は地域的市場（local or regional markets）における穀物の購入について競争しているとされる。これは、トラックによる穀物輸送に費用と時間がかかるため、農家は、農場近くの限られた地理的範囲にトラックで輸送する傾向にあるとされるため

である。九つの地方又は地域市場において、事業者数が少ないためCargillとContinental間の競争に依存しており、したがって、当該買収により、穀物価格を引下げるのに十分な市場支配力を生じる可能性があるとしている。司法省は、穀物の購入に関する競争の減殺を防ぐためには、Cargillが自身又はContinentalの大穀物倉庫の一部を新規参入者に売却することを求め、被告らはこれを受け入れたため、コロンビア地区連邦地裁は、大穀物倉庫の一部を新規参入者に売却する旨の終局判決（final judgment）[66]を行った。消費者に対する穀物価格は、世界市場（world market）で決定されるため、買手独占による損失は、供給者に限定されている。[67]

㈢　二〇一〇年水平合併ガイドライン改正後の事例

また、最近の買手独占の事件として、George's Foods事件（二〇一一年）[68]がある。米国司法省は、George's Foods、LLC、George's Family Farms、LLC、そして、George's, Inc.（以下、まとめて「George's」という）に対するクレイトン七条違反に関する衡平法上の救済（equitable relief）を求める民事訴訟を提起した。George'sは、Tyson Foods, Inc.（以下、「Tyson」という）のヴァージニア州ハリソンバーグの鶏肉処理施設の買収により、ヴァージニアのシェナンドー渓谷地区及び西ヴァージニアにおいて働くブロイラー飼育者のサービスに関する競争を実質的に減殺し、クレイトン法七条に違反するとして訴えた。George'sとTysonは、鶏肉製品の販売だけでなく、「飼育者（growers）」とよばれる、孵化から食肉解体処理する準備が整うまでひな鳥を育てる農家のサービスについても活発に競争している。輸送費用がとても高いため、通常、加工者は、処理施設周辺の限られた地理的範囲内の農家と契約しており、処理施設から五〇―七五マイル以上の場所にいる飼育者と契約することは稀であるとされ、加工業者が飼育者と契約する地理的範囲を「渓谷地区」と呼ぶ。シェナンドー渓谷地区の農家にとって、George'sとTysonは、自分たちのサービスを提供することが可能な食肉加工業者の三社中の二社であった。George'sとTysonは、いずれも垂直統合してい

る業者（このような事業者を「垂直統合事業者（integrator）」という）であり、育種、孵化、飼育工場、食肉処理工場、加工工場を同時に経営する。孵化から食肉処理の準備が出来るまで約三五日から六〇日間鶏を育てる仕事は、飼育者に委託される。飼育者は、Packers and Stockyards 法により、加工業者に対して九〇日前に通知をすることで契約関係を終了することが可能であり、飼育者の垂直統合業者に対する交渉力の源泉は、他の垂直統合者に替えることが出来ることから生まれるものである。

二〇一一年五月七日、George's は、Tyson と George's が Tyson のヴァージニア州ハリソンバーグの鶏肉処理施設を買収するという合意を締結した。司法省は、当該買収により、George's はシェナンドー渓谷における約四三％の鶏肉を加工することが可能となり、Pilgrim's Pride Corporation（以下、「Pilgrim's Pride」という）一社のみが競争者として残ることとなる。そして、ＨＨＩは、合併後で五、〇〇〇以上、増加分が七〇〇という高い値を示すこととなる。そして、食肉加工業者間の競争は、シェナンドー渓谷地区の約五〇〇もの飼育者のサービスに対して、競争的な価格と契約条件を受けることを確保するために重要であるところ、当該買収により George's と Pilgrim's Pride は、ブロイラー飼育者のサービスに対する価格を引下げる反競争的協調を行う可能性をより高めるとして、クレイトン法七条に違反すると主張した。また、ブロイラーの生産と販売への新規参入は費用と時間がかかることから、ブロイラーの飼育者の価格の低下に対抗する要素もないとしている。司法省は、ヴァージニア州ハリソンバーグの Tyson の鶏肉処理施設の売却と当該買収による George's のさらなる資産の取得の禁止、訴訟費用の支払いなどを求めた。

司法省は、競争評価において、当該買収による加工業者の数の減少により George's が、飼育者に対して低価格と不利益な契約条項を受け入れさせる動機と能力を高める、すなわち買手独占力を行使することに繋がるであろうと主張した。終局判決の中で、George's は、買収した工場の設備拡充をすることを救済措置として合意した。司法省は、ヴァージニア州ハリソンバーグの鶏肉処理施設の数が減ったとしても、鶏肉処理施設の工場の設備を拡充することで

生産量が確保されれば、社会厚生上問題が少ないと考えたようである。但し、鶏肉処理施設の工場の設備が拡充されたとしても、必ずしも生産量を維持又は拡大するとは限らないため、行為規制としての問題解消措置の実効性が今後問われることとなると考えられる。

㈣　有力な買手の抗弁（Powerful Buyer Defense）の事例

1　Country Lake 事件

裁判所が、合併により市場において高い集中度となるとしても、有力で、洗練された買手に直面する場合には、当該合併を非難すべきではないとした事例として、まず、Country Lake Foods 事件（一九九〇年[69]）を挙げることができる。司法省は、ミネソタ州セントポールで生乳加工を営む Country Lake Foods, Inc.（以下、「Country Lake」という）が、競争事業者で、ミネソタ州ミネアポリスの生乳加工業者である Superior-Dairy Fresh Milk Co.（以下、「Superior」という）を買収しようとしたことに対して申立てを行った。

司法省は、当該合併により、ＨＨＩが合併前で二、一八六、合併後に二、八三二という高い市場集中度を示し、当該合併により関連市場であるミネアポリス―セントポール大都市統計圏（Minneapolis-St. Paul Metropolitan Statistical Area）における競争が実質的に減殺され、クレイトン法七条に違反すると主張した[70]。これに対して、被告は、有力な買手が地理的市場に存在しており反競争効果が生じることを予防すると主張した。合併後の事業者の買手となる食品流通業者は、牛乳を購入し、それを食料雑貨店に転売していた。そして、食品流通事業者は、三つの事業者が九〇％の市場を支配しており、生乳加工業者よりも市場集中度が高かった[71]。これらの買手は、通常の市場の状況ではないことを認識しており、牛乳の価格の増加が生じれば、買手は、供給者と積極的に交渉するか、代替となる液体乳の供給者を探すこととなり得る。仮に関連市場となる地理的市場において競争的な価格が見出せない場合、地理的市場の外

にいる乳業会社を探す可能性があった。[72] 被告は、買手自身が、非競争的な市場であると気付き、液体乳を競争的な価格で提供する代替となる供給者が見つけることが出来なければ、買手が乳業事業を直ちに垂直統合するであろうと主張した。[73] そして、被告は、全米の乳業の約二五％がこのようにして垂直統合されているという証拠を提出した。[74]

裁判所は、垂直統合の可能性により、被告の市場支配力の推定をそれ自体では十分に反証できないとしたが、被告が反トラスト違反の推定を覆すのに十分な証拠を提出したとし、買手が当該合併の潜在的な反競争効果を抑制する力を有しているという主張が妥当であると判示した。[75] 裁判所は、買手の市場集中と洗練された買手の存在により、買手は有意な市場支配力を持ち、通常の市場の状況とは関連のない価格の増加を強要した場合、乳業会社が大勢の顧客を失う可能性により、乳業会社の市場支配力の行使を抑止するであろうと判示している。[76]

このように Country Lake 事件では、供給者間の合併において、合併後の事業者が有力な買手に直面する場合については、当該合併を反トラスト法上違反とするべきではないと明確に判示している。[77]

2　Baker Hughes 事件

Baker Hughes 事件（一九九〇年）[78] において、コロンビア特別区巡回控訴審は、地下の油田掘削機に関する市場における合併の差止めを認めなかった地裁判決を支持した。フィンランドの会社 Oy Tampella AB、が Baker Hughes Inc. の所有する、フランスの会社 Emico Secoma, S.A.（以下、「Secoma」という）を買収した。Oy Tampella AB は、子会社 Tamrok AG（以下、「Tamrok」という）を通じて、米国で油田掘削機の製造・販売を営んでいた。司法省は、当該合併が米国における油田掘削機の市場の競争を実質的に減殺するとして、クレイトン法七条違反の申立てを行った。しかし、地裁は、司法省が求めた合併の差止めを認めず、クレイトン法七条違反の申立てを棄却した。そこで、司法省が上告したのが本件である。当該合併により Tamrock と Secoma の市場シェアの合計は約七六％となり、ＨＨＩは合併前の二、八七八から四、三〇三という高い市場集中度を示すことになる。[79] しかし、裁判所は、参入が容易であり、

市場自体が年に数回のみ販売されるのみの規模が小さいものであるとして、市場シェア及びＨＨＩの数値が被告の力を誇張されたものになっているとした。[80] そして、少数の大規模で洗練された買手の存在により、売手である合併当事者が独占価格を課すことが出来ないとした地裁判決を支持した。[81]

この市場では、各販売が特別注文に応じて行われており、買手は洗練されていた。買手は、「綿密に利用可能な選択肢を吟味し、典型的には、各注文に関して多数の内密な入札を受けていることを強調した」。[82] 最終的に裁判所は、高い市場集中度であるにも拘わらず、合併当事者による独占価格の設定が生じる可能性は低い、と判示している。[83]

五　考察――買手市場支配力規制とその課題

㈠　買手市場支配力の認定

市場支配力の推定については、カールステンセン教授のように、買手に対しては相対的に低い市場シェアにより市場支配力を推定し得るとの見解があるが、最高裁や競争当局は、売手と買手の区別なく対称的な取扱いをし、売手の市場支配力の推定と同種の基準を用いるとしている。[84] 他方、Staples事件のように、市場画定の段階で、ローカルや特定の市場に狭く画定し、市場シェアを高く認定する場合が見られる。[85] Staples事件で用いられた「価格証拠」による市場画定が買手市場支配力規制において今後どのように用いられるかが注目される。これに関連して、二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、関連市場の画定において、競争当局は、仮想的な買手独占者により支払われる価格の減少に売手が直面した場合、代替的な取引先が存在するかに焦点を当てるとしている。[86]

買手の市場支配力の認定に際して、消費者への影響がある場合にのみ規制すべきかについて、消費者への影響があ

る場合のみに限定されないとする見解[87]、買手独占者が産出物市場において市場支配力を持たない場合は最終製品の価格は変化しないが、買手独占者が産出物市場において市場支配力を持つ場合は買手独占者が生産量を減少させることにより、最終製品の価格は高くなるため消費者厚生を害するとの見解がある[88]。この点、二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、買手間の合併による下流市場での競争効果については評価しないとしている。このことから、二〇一〇年水平合併ガイドラインは、買手間の合併に関して、主に上流市場に対する反競争効果について検討するものと捉えることができる[89]。このため、買手市場支配力について、消費者へ影響を与えるものに限定しないものと解される[90]。上流市場において買手独占者である買手が、同時に下流市場で売手でもある場合、下流市場でも市場支配力を有する場合は、社会厚生の損失は、単なる買手独占の場合よりも大きい。しかし、単に上流市場で買手独占である場合でも社会厚生の損失は生じるのであるから、買手市場支配力の認定に際して、消費者へ影響を与えるものに限定しないことが妥当だと思われる。

(二)　有力な買手の抗弁

二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、買手市場支配力の二つの目の意義であるバーゲニング・パワーが「有力な買手」として、企業結合規制に取入れられていることが注目される。ただし、バーゲニング・パワーの経済学的な根拠はまだ不十分であることを考えると、有力な買手の存在のみで反競争効果を解消するものではないとする二〇一〇年水平合併ガイドラインの取扱いは妥当なものであると考えられる。

有力な買手の抗弁については、学説上賛否両論があるが、供給者間の合併において、合併後の事業者が有力な買手に直面する場合については、当該合併を反トラスト法上違反とするべきではないとCountry Lake事件及びBaker Hughes事件で述べている。裁判所が有力な買手の抗弁を認める理由として、独占価格の設定を行い得ないことを挙

げており、有力な買手の存在により、供給者間の協調行動を抑止することが可能と捉えているものと考えられる。[91]

一九九二年水平合併ガイドラインでは、買手事業者が潜在的な反競争効果を緩和することを認めている。[92] さらに、二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、有力な買手の抗弁が明示的に言及されている。他方、Syufy 事件では、裁判所は、有力な売手である映画配給会社の存在により、買手である映画上映会社の価格を支配する力が制限されていると判示しており、売手と買手との双方独占により、反競争効果が抑制されると判断したものと考えられる。[93]

六　おわりに

買手市場支配力の議論の進展により、判例法や競争当局の水平合併ガイドラインを通じて買手市場支配力規制が行われていることが明らかとなった。[94] それと同時に買手市場支配力規制には課題もある。

企業結合規制においては、買手市場支配力の推定方法について、市場支配力の推定については、買手に対しては相対的に低い市場シェアにより市場支配力を推定し得るとの見解があるが、最高裁や競争当局は、売手と買手の区別なく対称的な取扱いをし、売手の市場支配力の推定と同種の基準を用いるとしている。[95] Staples 事件のように、「価格証拠」を用いて市場画定の段階で、ローカルや特定の市場に狭く画定し、市場シェアを高く認定する場合が見られる。しかし、Staples 事件のように必ずしも「価格証拠」が得られる訳ではないため、買手市場支配力の立証が困難となる。

また、買手の市場支配力の認定に際して、消費者への影響がある場合にのみ規制すべきかについて議論があるが、上流市場において買手独占者である買手が、同時に下流市場で売手独占者でもある場合、社会厚生の損失は、単なる買手独占の場合よりも大きい。しかし、単に上流市場で買手独占である場合でも社会厚生の損失は生じるのであるから、買手市場支配力の認定に際して、消費者へ影響を与えるものに限定しないことが妥当だと思われる。二〇一〇年

水平合併ガイドラインでは、買手間の合併による下流市場での競争効果については評価しないとしており、買手市場支配力の認定に際して、消費者へ影響を与えるものに限定しないものと解される。

双方独占や拮抗力については、賛否両論がある中で、有力な買手の抗弁をどのような場合に認めるべきか、そして、効率性の抗弁との異同を明らかにする必要もある。この点、二〇一〇年水平企業結合ガイドラインによれば、効率性とは別に、有力な買手の抗弁に言及しており、企業結合当事者の価格の引上げの能力を制限する場合として、（1）上流市場を垂直統合する能力がある場合、（2）新規参入を後押しする能力とインセンティブを有する場合、（3）大規模な買手の行為又は存在が協調効果を弱める場合が挙げられている。有力な買手については、我が国独禁法では、需要者の競争圧力として扱われるが、学説・判例の蓄積が少ない我が国独禁法の企業結合規制にとって、同ガイドラインは一定の示唆があるものと考える。

買手市場支配力の問題は、小売業の寡占化と共に顕在化してきたが、この問題は小売業だけに留まらず、本稿で取扱った判例からも分かるように、中間財の購入市場においても生じ得る。売手市場支配力に着目してきた競争法は、買手市場支配力を含めた理論的検討を行う必要がある。我が国では、買手事業者の行為は、主に優越的地位の濫用として規制されてきた。優越的地位の濫用規制と買手市場支配力、特に、第二の意義としてのバーゲニング・パワーとの関係性については、今後の研究課題としたい。

（1）Albert A. Foer, *Introduction to Symposium on Buyer Power and Antitrust*, 72 ANTITRUST L. J. 505, 505 (2005).

（2）John B. Kirkwood, *Buyer Power and Exclusionary Conduct: Should Brooke Group Set the Standards for Buyer-Induced Price Discrimination and Predatory Bidding?*, 72 ANTITRUST L. J. 625, 625 (2005).

（3）Zhiqi Chen, *Defining Buyer Power*, 53 ANTITRUST BULL. 241, 243-244 (2008).

（4）Roger D. Blair and Jeffrey L. Harrison, *Antitrust Policy and Monopsony*, 76 Cornell L. REV. 297, 301-303 (1991); Steven C.

Salop, *Anticompetitive Overbuying by Power Buyers*, 72 Antitrust L. J. 669, 672–675 (2005).

(5) OECD, Buying Power of Multiproduct Retailers 18 (1998).

(6) Roger D. Blair and Jeffrey L. Harrison, Monopsony in Law and Economics 84 (2010).

(7) *See*, e.g., Toys "R" Us, Inc. v. FTC, 221 F. 3d 928 (7th Cir. 2000).

(8) *See*, e.g., United States v. Country Lake Foods, 754 F. Supp. 669 (D. Minn. 1990); United States v. Baker Hughes, 908 F. 2d 981 (D.C. Cir. 1990); FTC v. H.J. Heinz, Co., 246 F. 3d 708, 719 (D.C. Cir. 2001).

(9) 金井貴嗣ほか編『独占禁止法』二六頁［泉水文雄］（弘文堂、第三版、二〇一二）参照。

(10) 高橋佳生「日本の流通構造の変化と米欧との違いについて」競争政策研究センター第二八回公開セミナー「流通市場における買い手パワーの競争への影響について」（二〇一一）、available at <http://www.jftc.go.jp/cprc/seminar/28/notice.html>.

(11) 公取委「平成一六年度における主要な企業結合事例」（事例六）。

(12) 公取委「平成一八年度における主要な企業結合事例」（事例二）。

(13) OECD, *supra* note 5, at 16.

(14) *See*, e.g., United States v. Rice Growers Ass'n of Cal., No. S-84-1066EJG, 1986 U.S. Dist. LEXIS 30507 (E. D. Cal. 1986); United States v. Aetna, Inc., No. 3-99CV1398-H, 1999 U.S. Dist. LEXIS 19691 (N.D Tex.1999); United States v. Cargill, Inc., No. 99-1875 (GK), 2000 U.S. Dist. LEXIS 20753 (D.D.C. 2000); United States v. George Foods, LLC, No. 5:11CV00043 (W.D.Va. 2011).

(15) George J. Stigler, The Theory of Price 216–218 (1987).

(16) 4 Phillip Areeda and Donald F. Turner, Antitrust Law ¶964B (1980); Richard A. Posner and Frank H. Easterbrook, Antitrust 146–150 (1981). また、限定的ではあるが買手独占に言及していた文献として、Herbert Hovenkamp, Economics and Federal Antitrust Law 17–18 (1985) がある。

(17) Roger D. Blair and Jeffrey L. Harrison, *Antitrust Policy and Monopsony*, 76 Cornell L. Rev. 297, 301–334 (1991). また、ブレア教授とハリソン教授は、買手の購買力を測る上で、購買力指標（Buying Power Index）を用いている。購買力指標＝1／εであり、εは供給の弾力性を表している。Blair and Harrison, *supra* note 6, at 54–55.

(18) Weyerhaeuser Company v. Ross-Simmons Hardwood Lumber Co., Inc., 549 U. S. 312, 320 (2007).

(19) 競争的な市場における買手は、価格受容者（price taker）であるが、買手独占の状況下では、買手独占者は、利潤最大化のために、限界収入生産物曲線（marginal revenue product curve: 生産要素一単位追加当たりの追加的収入）を限界要素費用曲線（marginal factor cost curve: 供給者から特定の商品を一単位追加購入するのに当たりかかる追加的費用）に等しくなるように生産量を決める。このため、買手独占者は、ある商品又は役務に対して、競争的な市場よりも少量を購入し、少額を支払う。この結果、買手独占力は、売手独占の場合と同様、社会厚生を減じるとされる。Rroger D. Blair and John E. Lopatka, *Predatory Buying and Antitrust*, 2008 UTA L. REV. 415, 415 (2008); John B. Kirkwood, *Buyer Power and Exclusionary Conduct: Should Brooke Group Set the Standards for Buyer-Induced Price Discrimination and Predatory Bidding?*, 72 ANTITRUST L. J. 625, 652 (2005); Salop, *supra* note 4, at 672.

(20) Blair and Lopatka, *supra* note 19, at 415; Roger G. Noll, *"Buyer Power" and Economic Policy*, 72 ANTITRUST L. J. 589, 591 (2005); Kirkwood, *supra* note 19, at 653.

(21) Blair and Harrison, *supra* note 17, at 306; Keith N. Hylton, *Weyerhaeuser, Predatory Bidding, & Error Costs*, 53 ANTITRUST BULL. 51, 73 (2008).

(22) Roger D. Blair and Kristine L. Coffin, *Physician Collective Bargaining: State Legislation and the State Action Doctorine*, 26 CARDOZO L. REV. 1731, 1737 (2005).

(23) BLAIR AND HARRISON, *supra* note 6, at 84.

(24) HERBERT HOVENKAMP, FEDERAL ANTITRUST POLICY 16 (4th ed. 2011); Marius Schwartz, Buyer Power Concerns and the Aetna-Prudential Merger, Address presented at 5th Annual Health Care Antitrust Forum, Northwestern University School of Law §IIA (October 20, 1999), available at <http://www.justice.gov/atr/public/speeches/3924.htm>.

(25) Peter C. Carstensen, Horizontal Merger Guidelines: The Omitted Dimension of Buyer Power Comments Submitted to the FTC and DOJ 13 (2010), available at <http://www.ftc.gov/os/comments/horizontalmergerguides/545095-00057.pdf>.

(26) Carstensen, *supra* note 25, at 13. なお、大規模小売業が主導した共同ボイコットが違法とされたToys "R" Us事件（Toys "R" Us, Inc. v. FTC, 221 F. 3d 928 (7th Cir. 2000)）では、米国内の玩具市場の約二〇％を占めていたとされている。また、イギリスでは、単独の事業者がいくつかの種類の食料雑貨の全ての購入において、わずか八％の市場シェアしか有していない場合でさえ、単独の買手市場支配力の著しい効果が生じ得るとされる。Paul Dobson, *Exploiting Buyer Power: Lessons*

from the British Grocery Trade, 72 ANTITRUST L. J. 529, 535 (2005).

(27) Richard Scheelings and Joshua D. Wright, *'Sui Generis'?: An Antitrust Analysis of Buyer Power in the United States and European Union*, 39 Akron L. Rev. 207, 230–231 (2006); Marius Schwartz, *Should Antitrust Assess Buyer Market Power Differently than Seller Market Power?*, presented at DOJ/FTC Workshop on Merger Enforcement, Washington DC 6 (February 17, 2004). シュワルツ教授によれば、Toys "R" Us 事件は、大規模小売業者が製造者間の共謀を誘引した特殊な事例であるとしている。

(28) *Weyerhaeuser*, 549 U. S. at 321–322.

(29) JOHN K. GALBRAITH, AMERICAN CAPITALISM: THE CONCEPT OF COUNTERVAILING POWER 118 (1952); Zhiqi Chen, *Dominant Retailers and the Countervailing-Power Hypothesis*, 34 RAND J. ECON. 612, 612 (2003).

(30) *See* Richard D. Friedman, *Antitrust Analysis and Bilateral Monopoly*, 1986 WISC. L. REV. 873, 873 (1986); BLAIR AND HARRISON, *supra* note 6, at 123.

(31) 4 PHILLIP E. AREEDA, HERBERT HOVENKAMP & JOHN L. SOLOW, ANTITRUST LAW: AN ANALYSIS OF ANTITRUST PRINCIPLES AND THEIR APPLICATION ¶943 (rev. ed. 1998).

(32) 12 HERBERT HOVENKAMP, ANTITRUST LAW: AN ANALYSIS OF ANTITRUST PRINCIPLES AND THEIR APPLICATION ¶2015 (1999).

(33) *See* George J. Stigler, *The Economist Plays with Blocs*, 44 AM. ECON. REV. 7, 9 (1954); Alex Hunter, *Notes on Countervailing Power*, 68 ECON. J. 89, 101 (1958).

(34) NAAG Merger Guidelines, Horizontal Merger Guidelines §5.4 n.49 (1993), available at <http://www.naag.org/assets/files/pdf/at-hmerger_guidelines.pdf>.

(35) Tom Campbell, *Bilateral Monopoly in Mergers*, 74 ANTITRUST L. J. 521, 526 (2007).

(36) *Id.* at 526–527.

(37) Chen, *supra* note 29, at 624.

(38) *See*, e.g., United States v. Cargill, Inc., No. 99–1875 (D.D.C. 2000); U. S. v. George Foods, LLC, No.5:11CV00043 (W.D.Va. 2011). なお、「競争者間の提携に関するガイドライン」(二〇〇〇) でも買手独占に関する言及が見られる。競争者間の提携に関するガイドラインによれば、共同購入に関する「協定は、反トラスト法の関心を生じさせず、実際競争促進的であり

得る」が、一方で、「そのような協定は、その協定が存在しない場合に生じるよりも、市場支配力を拡大し（買手の場合には買手独占と呼ばれる）、購入した製品の価格を引下げ、それにより数量を減少させる能力と動機を増加させることにより、その市場支配力の行使を容易にする。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、参加者の原材料購入を知ることにより、参加者の産出量を計画又は監視する能力を高めることにより共謀を容易にする可能性もある」と言及している。DOJ and FTC, Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors §3.31(a)（2000）.

(39) 二〇一〇年水平合併ガイドラインの邦文の主な文献として、越知保見、グレゴリー・K・レオナード、ローレンス・ウー、石垣浩晶「企業結合審査と経済分析の最先端――米国新水平合併ガイドラインが促す分析枠組の柔軟化――（1―3）」国際商事法務三九巻五号六一五頁、三九巻六号八〇一頁、国際商事法務三九巻七号九五六頁（二〇一一）、白石忠志「企業結合規制と市場画定」ジュリスト一四二三号四六頁（二〇一一）、田平恵「水平合併における反競争効果分析の動向――二〇一〇年米国水平合併ガイドラインにみる合併審査――」同志社法学六三巻二号三二五頁（二〇一一）、植村幸也「米国新水平合併ガイドラインおよび欧州水平的協定ガイドラインがわが国の独禁法解釈に及ぼす影響」ＮＢＬ九四九号五六頁（二〇一一）、大竹理英「二〇一〇年の米国水平合併ガイドラインの改正における市場画定に関する記述の主たる変更点について」公正取引七二一号七二頁（二〇一〇）がある。

(40) DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines §0.1 (1992).

(41) DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines §12 (2010).

(42) *Id.* at §8.

(43) *Ibid.*

(44) FTC v. Consolidated Foods Corp., 380 U. S. 592 (1965).

(45) *Id.* at 600.

(46) United States v. Von's Grocery, 384 U. S. 270 (1966).

(47) *See* Robert H. Bork, The Antitrust Paradox 218 (1978).

(48) *Von's Grocery*, 384 U. S. at 288.

(49) United States v. Rice Growers Ass'n of Cal., No. S-84-1066EJG (E.D. Cal. 1986).

(50) ＨＨＩは、個々の事業者の市場シェアの二乗の総和により計算される。事件当時用いられていた一九八四年司法省合併ガ

イドラインでは、ＨＨＩが一八〇〇以上で高度に集中的な市場であるとしていたが、二〇一〇年水平合併ガイドラインでは、ＨＨＩが二五〇〇以上で高度に集中的な市場であるとされている。*See* DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines §5.3 (2010) ; DOJ, 1984 Merger Guidelines §3.11 (1984).

(51) Blair and Harrison, *supra* note 6, at 95.

(52) United States v. Syufy Enters. 903 F. 2d 659 (1990).

(53) Natalie Rosenfelt, *The Verdict on Monopsony*, 20 Loy. Consumer L. Rev. 402, 408 (2008).

(54) *Ibid.*

(55) FTC v. Staples Inc., 970 F. Supp. 1066 (1997).

(56) *See* Morgenstern v. Wilson, 29 F. 3d 1291, 1296 (8th Cir. 1994).

(57) *See* Brown Shoe v. United States, 370 U. S. 294, 325 (1962).

(58) *Ibid.*

(59) *Staples*, 970 F. Supp. at 1089–1090.

(60) *Id.* at 1078.

(61) *Id.* at 1093.

(62) *See* David A. Balto, *Supermarket Merger Enforcement*, 20 J. Pub. Pol. and Mark. 38, 40 (2001).

(63) *Staples*, 970 F. Supp. at 1076.

(64) *See* John J. Curtin, Jr., Daniel L. Goldberg, Daniel S. Savrin, *The EC's Rejection of the KESKO/TUKO Merger: Leading the way to the Application of a "Gatekeeper" Analysis of Retailer Market Power under U. S. Antitrust Laws*, 40 B.C.L. Rev. 537, 562–563 (1999) .

(65) United States v. Cargill, Inc., No. 99–1875 (D.D.C. 2000).

(66) 当事者間で紛争解決するもので、終局判決を下した裁判所には手続き後に残さない。田中英夫編『英米法辞典』三四八頁（一九九一）参照。

(67) *Schwartz, supra* note 24, at § II C.

(68) U. S. v. George Foods, LLC, No. 5:11CV00043 (W.D.Va. 2011). George's Foods 事件の邦文の解説として、北博行「ショー

ジ社によるタイソン食品鶏肉工場買収事件」公正取引七三九号六六頁（二〇一一）が挙げられる。

（69） United States v. Country Lake Foods, 754 F. Supp. 669 (D. Minn. 1990).

（70） *Country Lake*, 754 F. Supp. at 673.

（71） *Id.* at 674.

（72） *Ibid.*

（73） *Id.* at 679.

（74） *Id.* at 679–80.

（75） *Id.* at 680.

（76） *Id.* at 679.

（77） *See* Herbert Hovenkamp, *Mergers and Buyers*, 77 VA. L. REV. 1369, 1372 (1991); Mary Lou Steptoe, *The Power-Buyer Defense in Merger Cases*, 61 ANTITRUST L. J. 493, 495 (1993).

（78） United States v. Baker Hughes, 908 F. 2d 981 (D.C. Cir. 1990).

（79） *Baker Hughes*, 908 F. 2d at 983.

（80） *Id.* at 986, 988–989.

（81） *Id.* at 992.

（82） *Id.* at 986.

（83） *Id.* at 992.

（84） *See Weyerhaeuser*, 549 U. S. at 321–322; DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines §12 (2010).

（85） *See, e.g., Staples*, 970 F. Supp. at 1073–1074.

（86） *See* DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines, §12 (2010).

（87） *See, e.g.*, Schwartz, *supra* note 27, at 1; Salop, *supra* note 4, at 673.

（88） *See* Jonathan M. Jacobson and Gary J. Dorman, *Monopsony Revisited: A Comment on Blair and Harrison*, 37 ANTITRUST BULL. 151, 153 (1992).

（89） DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines §12 (2010).

(90) *See also* United States v. Cargill, Inc., No. 99-1875 (D.D.C. 2000).

(91) Paul T. Denis, *Market Power in Antitrust Merger Analysis: Refining the Collusion Hypothesis*, 60 ANTITRUST L. J. 829, 834 (1992).

(92) DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelies §2.12 (1992).

(93) *Syufy*, 903 F. 2d. at 669-671.

(94) *See, e.g.*, United States v. Cargill, Inc., No. 99-1875 (D.D.C. 2000); U. S. v. George Foods, LLC, No. 5:11CV00043 (W.D.Va. 2011).

(95) *See Weyerhaeuser*, 549 U. S. at 321-322; DOJ and FTC, Horizontal Merger Guidelines §12 (2010).

渕川　和彦（ふちかわ　かずひこ）
所属・現職　慶應義塾大学大学院法学研究科助教（有期・研究奨励）
東洋大学法科大学院非常勤講師
最終学歴　慶應義塾大学大学院法学研究科後期博士課程
所属学会　慶應義塾大学大学院法学研究科前期博士課程
日本経済法学会、日本工業所有権法学会
専攻領域　経済法
主要著作　「米国反トラスト法における略奪的高価購入（Predatory Bidding）規制」『法学政治学論究』第八六号（二〇一〇年）
「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」『法学政治学論究』第八九号（二〇一一年）