

《論 説》

## EC条約82条における超過価格設定の概念

渡 辺 昭 成

### 一 本稿の目的

本稿の目的は、EC条約現行82条が市場支配的地位の濫用の一例として挙げている不当な価格設定に該当するとされる超過価格設定の概念を明らかにすることにある。

超過価格とは「供給される当該商品の経済的価値に対して合理的な関係がないことから過度である価格」であり、このような価格を設定すること自体が不当ないし他の競争に面している商品と比較して不当であるとされ<sup>(1)</sup>る。82条においては、市場支配的地位にある事業者の行為は、たとえ関連市場の競争構造に悪影響を与えなくとも、消費者に損害を発生させるために濫用となりうるとされ、その一例として超過価格設定が存在するとも考えられる。しかし、超過価格設定を82条違反として規制することに対しては、競争法による価格に対する直接的な介入である等の批判が存在する。また、先例であるとされる事件においても、委員会の主張は、最終的には適切な事実及び評価の法的証明を提示していないとして、司法裁判所において超過価格設定が確定的に82条違反とされているわけではない<sup>(3)</sup>。本稿の第一の意義は、先例とされる事件を検討することにより、不明点の多い超過価格設定の概念を可能な限り明らかにすることにある。

本稿の第二の意義は、超過価格設定の概念を、日本独禁法の解釈における援用の可能性を検討することにある。例えば、航空業界において一社の

みが運行している路線の運賃設定と他と競合している路線の運賃の格差の問題がある。この問題は、日本航空と日本エアシステムの事業統合の際に懸念された問題<sup>(4)</sup>であり、事業統合により単独化された路線については、他と競合のある路線と同様に割引運賃が設定されているが、大手航空会社が従来から単独で運航している路線に関しては割引運賃が設定されていない路線が多く存在し、消費者は当該航空会社が設定する普通運賃を支払わざるを得ない。同様の問題として、パソコンプリンターを購入した消費者が、インクカートリッジにおける特許等の存在から、当該プリンターを販売する事業者が販売するカートリッジしか購入しえず、当該事業者が設定した価格を元とした価格を支払わざるをえない。このように他に選択肢を求めることができない、ないし、その可能性が低い需要者に対する事業者の価格設定については、一般指定14項に規定される優越的地位の濫用に該当する可能性<sup>(5)</sup>があると考えられるが、公取委はそのような例を規制していない。本稿は、このような行為の優越的地位の濫用への該当可能性を検討する前段階としての研究を行うものである。

## 二 先例とされる事件における超過価格設定の概念

超過価格設定を検討する上での問題は、一つには当該概念自体の違法性の問題であり、もうひとつはその判断基準である。以下では、超過価格設定に関する先例とされる事件から、違法性の概念およびその判断基準について検討する。

### 1 GM 事件<sup>(6)</sup>

本件は、ベルギーにおいて、自動車が公道を走るために必要な手続において、特定の形式の自動車の手続に関し独占的権限を有する者が、並行輸入車に対し、当該手続に係る費用として不当な価格を設定したとされる事件である。

## （1） 委員会決定

### ① 事実の概要

1968年3月15日、新法が定める技術的基準の要件に適合した自動車、トレーラーのみがベルギーの公道において利用できるとされ、ベルギー国内で製造、組み立てられるすべての自動車、輸入車は、運輸大臣ないしその代理人の承認が必要となった。その際、ある一定の形式の自動車の承認を受けた者は、路上で使用されるその形式の自動車すべてについて適合証明書を発行することを義務付けられ、また、それぞれの自動車に type-shield を貼付が必要となった。外国の生産者は、ベルギーに存する者に権限を与え、形式承認の規制から発生する義務を引き受けさせることが必要となった。1973年3月15日以降、国家機関は、新車および外国で6ヶ月以下しか登録されていない輸入車に関し、形式承認その他の手続を行っていない。

ベルギーの General Motors Continental 社（以下、GMC 社）は、ベルギー外の GM グループの会社が生産する自動車をベルギーで販売することを決定した際には、当該形式の形式承認の申請の責任を引き受けており、そのため、GM グループ内のドイツのオペル車の唯一の代理人として、形式承認を得ていた。したがって、GM グループの自動車を並行輸入する個人客ないしディーラーは、新車に関し、形式承認ないしその後の手続を GMC 社に依頼することを義務付けられていた。

GMC 社は、1973年3月15日に GM グループで生産される車の形式承認に関する単独での権限を獲得した後、7月31日までの間、GMC 社は、以前に特定のアメリカモデルを調査するのに適用したのと同じ費用、つまり5000フランスおよび900フランの税金を、それまで特段の費用を徴収していなかった並行輸入のオペル車5台に対し、適合証明書、type-shield の発行に際して請求した。しかし、1973年6月から7月の間、その他の並行輸入のオペル車に対してはわずか1000フランしか費用を請求しなかった。1973年8月3日、GMC 社は上記で述べた5つのケースにおいて支払われ

た価格の一部を払い戻した。なお、GMC社と同様の手続を行っていた12のベルギーの事業者は、共同体内で生産され、並行輸入されたものに対し、2500フラン以上の費用を請求していなかった。

## ② GMC社の市場支配的地位

ベルギー新法およびGMC社によるオペル車の承認に係る権限により、GMC社は、ベルギーにおける、オペルの新車および外国で6ヶ月以下しか登録されていないオペル車の共同体市場の実質的部分における形式承認の申請および適合証明書の発行において、市場支配的な地位を有している。オペル車の購入者は、当該車が形式承認を得ていない、ないし、適合証明書ないし type-shield を有していない場合には、ベルギーの公道にてその自動車を使用する前に、GMC社のサービスを利用する義務がある。そのため、オペル車を並行輸入することとしたベルギーの消費者およびディーラーは、完全にGMC社に依存している。

## ③ GMC社による市場支配的地位の濫用

GMC社は、1973年3月15日から7月31日の間、オペルの新車に対し、証明書の申請に際し、実質的に超過価格を設定し、その市場支配的地位を濫用した。

超過価格の設定により市場支配的地位を濫用したという事実は、次のような数多くの状況において示されている。例えば、GMC社は、自己の並行輸入車に対し、1972年9月1日から、2500フランから5000フランへ価格を引き上げたが、その際、調査費用の関連コストのみではなく、形式承認において繰り返し発生することのない費用を含めた。また、GMC社のアメリカモデルに関係する費用は一台あたり5000フランであり、それによりオペル車の形式承認に伴う一台あたりの費用が決定されたが、実際のオペル車の一台あたりの承認費用はそれよりも低かった。事実、GMC社はベルギーにてアメリカモデルよりもオペル車をかなり多く販売する予定であり、その費用はオペル車一台あたりの費用はアメリカモデルよりもかなり低いものであった。そのため、GMC社がオペル社の調査にかかる費用を

決定する際に、このことを考慮に入れていれば、少なくともその1台あたりの費用は5000フランの半分となっていたはずである。GMC社の自らの調査結果でも、オペル車の承認にかかる費用はアメリカモデルの3654フランに対し、わずか123フランであった。したがって、GMC社は、コスト計算を行ったうえで、その一部を払い戻したならば、5つの関連するケースにおいて調査費用の規模を正当化できただけであった。1973年6月、7月においてのみ、オペル社車の並行輸入のいくつかのケースに対しては、申請者は5000フランおよび900フランの税金を支払うことを拒んだため、1000フランしか徴収していなかった。また、GMC社は、他の同様の業務を行っていた12の業者の二倍以上の費用を徴収していた。GM社の状況は、他のベルギーの業者との二倍の差を正当化するほど、他と異なっていたわけではない。さらに、1972年1月から8月にかけて、GMC社はオペル社12台について無料でその調査を行っていた。なお、以前に政府の検査機関が実施していた同様の業務の費用は1140フランおよび100フランの税金であった。

これらの証拠は、実際の発生費用と実際に5台に請求した費用の大きな差とともに、GM社が86条1項に規定された市場支配的地位の濫用を行い、不当な価格を適用したことの証左となっている。また、86条は、次の理由によっても適用可能である。5000フランと実際のコストと、費用と価格の間の合理的かつ濫用的な関係を示す価格との間の差異は、非常に大きなものである。5000フランの請求は、オペル車を並行輸入し、GMC社が権限を与えたオペル社の正規ディーラーと競争することが可能なディーラーにとって、障害および不当な差別であり、このような独立した輸入者は、権限が与えられたディーラーとの間において、非常に不利である。というのは、新しいオペル車の承認の費用から発生する一台当たりのコストが実際には非常に低いからである。同様のことは、顧客がディーラーに支払う価格と並行輸入された車に顧客が支払う価格との間の比較においても言える。このようなGMC社により構成される濫用行為は、加盟国間の通商に影響

を実際に与えるものであり、さらには国内通商にも影響を与えるものである。商品の自由移動による EEC 条約の市場の相互作用は、上記の 5 つのケースにおいて課された濫用的な調査費用において阻害されている。超過価格を設定することに含まれる濫用行為は、消費者および独立系のディーラーが他の共同体市場においてオペル社を購入することを妨げる、ないし、販売を妨げるものである。

## (2) 司法裁判所の判断

### ① GMC 社の市場支配的地位

1968年法により GMC 社が得た GM グループで生産される自動車の形式承認およびその後の手続における法的に与えられた独占的地位は、サービスに対する価格を設定する生産者ないし単独の権限を与えられた代理人の自由と合わせ、86条がいうところの市場支配的地位の基準に合致するものである。

### ② 濫用行為

排他的な地位を有している者が、他の加盟国から輸入される自動車を購入し、承認手続に服する者の障害となる価格を設定することにより市場を濫用するということはありうることである。そのような濫用行為は、中でも、その提供するサービスの経済的な価値に関して超過している価格を課す場合、および、共同体の他の販売地域において適用されるより好ましい価格水準を無効化すること、ないし、86条第2文(a)が規定する不当な取引に導くことにより、並行輸入を阻害する効果を持つ価格を設定する場合に存在しうるものである。

しかしながら、GMC 社は、この点について、問題とされている行為は、86条が意味するところの濫用行為には該当しないと主張している。この点を主張するために、委員会が問題とする 5 つのケースについて、GMC 社は当該価格が実際に課され、その後おおむね払い戻しが行われた実際の状況に基礎をおいた数多くの主張を行った。GMC 社が市場支配的地位を濫用したか否かという問題は、委員会の判断につながったすべての要因に照

らし合わせて考える必要がある。委員会が問題とした1973年3月15日から7月31日までの5つのケースにおいて、GMC社が承認手続によって提供するサービスの実際の経済的価値に関して超過した価格を設定したということについては争いが無い。しかしながら、GMC社はこの点について、市場に対して直接的に販売するためにベルギーの新法によって課された基準に従って生産される自動車に対して日常行う手続との関係では、この期間において行われた手続は1973年3月15日からその責任を引き受けるようになったために行われた一時的な活動にすぎないものであり、また、わずかな重要性しかない。したがって、当該部門は、それまで、輸入される自動車の手続に対して通常課していた価格を設定したにすぎない。GMC社の主張で注目すべき事実は、購入者からの不満により、素早く、ヨーロッパ生産の輸入車に対して課す価格を、より実際の手続コストに沿った価格に素早く引き下げ、価格が超過していた購入者にその分を払い戻したということであり、このことは委員会が調査を開始する以前に行われたということである。GMC社のこの行為について、委員会はその真実性について争っていないが、86条が規定する「濫用」には該当するものとはみなせないものである。なぜなら、GMC社は、国家試験機関から生産者ないし権限が与えられた代理人に移転された新たな責任に合致させるために、当初の期間、それまでアメリカから輸入された自動車に対して通常適用されていた価格を適用したという状況について、適切に説明を行っているためである。また、濫用行為が存在しないことは、GMC社がすぐさまその価格を手続の実際の経済的コストに沿った形に変更し、不満を述べた者に払い戻しをすることによって、結果的にその他の者と同様の結果をそれらの者に対してもたらし、それが、委員会が介入する前に行われたという事実によっても、証明されている。問題とされた決定は、明確に市場支配的地位にある場合にそれを濫用する傾向に精力的に法を適用するという委員会の意思によって説明できるかもしれないが、一時的かつそれが生じた実際の状況において、当該介入は正当化されない。

したがって、このような状況下においては、委員会の決定は破棄される。

### (3) 判旨の検討

本件では、委員会は、並行輸入されるオペル車に対し、並行輸入される特定のアメリカモデルに対して適用される価額を適用したことをもって、それが濫用行為に該当するとしている。しかし、その認定は当該行為が一時的なものであり、かつ、払い戻しが行われたことをもって司法裁判所により否定されている。ただし、委員会、司法裁判所とも、市場支配的地位を占める事業者が、当該商品に関し、その真の経済的価値を比較して超過した価格を設定すること、および、並行輸入を阻害する価格を設定することは86条が言うところの濫用行為に該当するとしている。

委員会は、超過価格設定の加盟国間の通商への影響につき、「5000フランを課すことは、並行輸入により新しいオペル車をベルギーに輸入し、GM社の正規ディーラーと競争しうるディーラーに対する障害及び不当な差別である。正規ディーラーは、オペル車の商品費用から発生するコストが非常に低いため、そのような独立系の輸入業者は、正規ディーラーのよりも非常に不利な立場にある。同じことは、消費者が購入する価格にも言えることである。」「このように、GM社による調査費用により構成される濫用行為は、加盟国間の通商に影響を与え、さらには将来において影響を与える可能性がある。商品の自由移動により EEC 条約の下で求められている市場の経済的な相互浸透作用は、実際に上記5つのケースにおいて課された濫用的な調査費用により阻害されている。また、超過費用を課すことによる濫用行為は、さらには、他の加盟国の消費者および独立系ディーラーがオペル車を購入することを妨げる可能性があり、または、そのような販売を顕著に阻害する可能性がある<sup>(7)</sup>」としている。

このように本件においては、委員会決定においては、並行輸入車の形式承認に伴う費用に課する超価格設定の違法性は、第一にその根拠は明確ではないが、その実際の費用との価格差に求められ、第二に並行輸入の阻害により加盟国間の通商に影響を与えることに求められている。



本件において、委員会が設定した超過価格設定の判断基準は、かつて無料であった並行輸入のオペル車の形式承認に伴う費用が、1973年3月15日以降、突然5000フランに価格の引き上げられたこと、GMC社の調査により判明した実際の調査費用が123フランであること、政府の検査機関の費用が1140フランおよび100フランの税金であること、他の同様の業務を行う事業者が2500フランしか徴収していないことである。本件においては、並行輸入のオペル車の形式承認に伴う費用の参考となる指標を用い、それにより、5000フランという価格に関し、実際に発生したと考えられるコストと実際に5台の並行輸入車に対して課した価格差が明らかに大きいことから、超過価格設定の存在を認定している。本件においては、オペル車の形式承認に伴う費用そのものは認定されていない。

## 2 United Brands<sup>(8)</sup> 事件

### (1) 委員会決定

本件は、EEC諸国におけるバナナの販売において市場支配的地位を有する事業者が、取引相手に対し、不当な条件を課すとともに、各国別に販売価格を設定し、そのうちの一部の価格が超過価格であるとされる事件である。

#### ① 事実の概要

##### (a) EEC諸国におけるバナナの販売状況

バナナは枝付の状態ではなく、段ボールに入って輸入されるようになった。しかし、依然としてバナナは青い状態で輸入されることから、バナナが消費される国において人工的にバナナを熟させることが必要であった。その追熟作業は、輸入業者ないし流通業者が行う一方で、独立した追熟業者が行う場合もあった。これらの業者は、バナナが段ボールに入って輸入されるようになったことから、その設備を完全に近代化しなければならず、機密性を備えた換気および冷却システムが不可欠となった。多くの場合、それらの業者は新しい追熟設備を建設しなければならなかった。また、バ

バナナの販売は、激しい販売キャンペーンを伴う形で、ブランド名のもとに行われる傾向があった。このような大規模広告キャンペーンはアメリカに所在する United Brands Continental 社（以下、UBC 社）により、チキータのブランド名で1967年 cavenlish/valery 種のパナナの販売において導入された。

UBC 社の子会社であり、ロッテルダムに所在する UBCBV 社は、加盟国全体でのバナナのオペレーションを担当している。加盟国内における流通のために利用される主要な港は、Bremerhaven であり、第二はロッテルダムであった。UBC 社は、ベルギー、イタリア、イギリスでは、自らの追熟施設を有しているが、ドイツでは主に、ドイツ国内の3分の1以上の追熟能力を持つ Scipio グループにバナナを売り渡していた。自らが追熟施設を有していない加盟国のほとんどにおいて、UBC 社はバナナの追熟に対し自らが行うのと同様の厳格な技術管理を行っており、設備を建設ないし近代化するために必要な資金を貸し付け、洗練された技術的な援助も行い、また専門部所も開設していた。

UBC 社は、自ら大規模な宣伝活動を行い、チキータブランドの品質を小売業者に保証し、品質管理も厳重に行っていた。UBC 社の調査によると、消費者は7段階のうち、5および6段階まで熟したものを好むことから、その名声を維持するためには、その段階のものを供給する必要があった。UBC 社は、統一された品質の大量のバナナを提供する能力があることから、その供給が可能であった。その結果、UBC 社は、チキータブランドとして、自らのノーブランドのものより平均して30から40%高く販売を行っていた。

UBC 社は、UBCBV 社を通じ、オランダで約40%、ベルギー・ルクセンブルグでは約50%、ドイツで45%、デンマークで45%のシェアを有している。アイルランドで25%、フランスではブランド名を付さず、また販売されるバナナは cavendish 種に限定されていなかったが約20%、イタリアでは、常に cavendish 種を販売していたわけではないが40%、イギリ

スでは Fyffes のブランド名で常に cavendish 種のものを販売していたわけではないが40%のシェアを有している。UBC 社は、1971年から1974年まで、共同体市場全体において約40%の販売シェアを有しており、フランス、アイルランドを除き、そのシェアはどの業者よりもかなり多いものであった。ドイツ、デンマーク、アイルランド、ベルギー・ルクセンブルグ、オランダに限ってはそのシェアは約45%であり、競争者は、共同体全体で9%（キャッスル&クック）、5%（デルモンテ）であり、上記地域の一部では15から20%、10から12%である。さらに、1967年以降、UBC 社は、大規模及び定期的な広告戦略によるチキータブランドによるバナナの販売の基礎をおいた共同体内での販売戦略を追求し、この政策は、生産構造、輸送設備、マーケティングの大幅な再編を基礎に置くものであったが、非常によく成功し、市場に大きな影響を与えた。他社もこのような戦略を採用しようとしたが、失敗に終わった。さらに、新規参入者がバナナ市場に参入することは、確立するには数年必要である重い投資を伴う垂直的な事業構造が必要であるため、非常に困難である。

(b) 一般的販売条件

1967年1月以降、UBC 社は次のような販売条件を一般的に課している。第一に、UBC 社が販売するバナナの流通業者・追熟業者である間は、UBC 社により供給を受けているもの以外のバナナの販売を禁止した。第二に、UBC バナナの競争的追熟業者への再販売を禁止した。第三に青い状態でのバナナの再販売を禁止した。第四に、他の国でも同様の条件を課していることを保証することにより、他の国の流通業者のバナナを販売しないようにさせた。流通業者・追熟業者は、チキータブランドの名前をUBC 社から書面による承認を受けた場合のみ利用することが可能であった。UBC 社は、この販売条件を通じ、チキータブランド名での cavendish 種のヨーロッパでの販売に乗り出した。UBC 社はこのように、様々な販売条件を通じ、流通業者・追熟業者に競争品のバナナを流通させることを禁止することにより、チキータブランドの広告キャンペーンの効果を

強化していった。また、流通業者・追熟業者に輸出を禁止することにより、UBC社は市場を分割することが可能であり、その結果、まだオランダおよびベルギー・ルクセンブルグで販売されていた Gros Michel 種がドイツでの cavendish 種の広告キャンペーンを狂わせることを防止することができた。

(c) 価格行動

フランス、イタリア、イギリスを除き、UBC社が販売するバナナはすべてドル地域からのものであり、cavendish 種であり、すべてチキータブランドで販売されるようになった。その選別技術により、個体間の品質の差異は、すべて取り除かれた。

各国の顧客に販売されるバナナは、UBC社により二つの主要な港である Bremerhaven とロッテルダムで荷揚げされた。その後、購入者である流通業者・追熟業者の冷蔵車に移され、その販売条件および支払い条件は、二つの例外を除いて、すべての場合において同じであった。Scipio グループに対する販売は、中央・南アメリカにおける甲板渡しの価格であり、アイルランドの顧客に対してはダブリンまでの輸送費および保険代込みの価格である。荷揚げ費用は、Bremerhaven とロッテルダムでの違いが20キログラム入りの箱あたりわずか20セントであり、1974年まで一箱あたりの平均販売価格は3ドルから4ドルの間であり、1974年には5ドル近くまで引きあがった。1974年の燃料危機時でも二つの港の間の輸送代には差異がなかった。また、ロッテルダムからダブリンへの輸送費は一箱当たり1.7ドルである。

UBCが鉄道貨車渡りで毎週固定していた販売価格は、顧客が事業を行い、再販売する国によって大きく違っていた。その差は、関税や輸送費による違いによって生じたものではない。というのは、関税や輸送費は流通業者・追熟業者が負担するためである。つまり、アイルランド（ロッテルダムからダブリンまでの輸送費を含む。ただし関税は含まない。）以外では、輸送費および関税はその価格に含まれていない。この政策は1971年以

来ドイツ、オランダ、ベルギー・ルクセンブルグの顧客に関し継続しており、1973年にはデンマーク、アイルランドの顧客にも適用された。アイルランドを除き、その販売価格は競争者よりも一般的に高いものである。

その価格政策は、ドイツの顧客に対しては安く、オランダ、ベルギー・ルクセンブルグには高くというものであり、ベルギーの顧客と、アイルランドの業者への引渡し価格から輸送費を引いたものを比較すると、後者が平均して80%安かった。価格差が最大なのは、アイルランドの顧客向け価格と Bremerhaven での鉄道貨車渡しでのデンマークの顧客向け価格との間のもので、後者が最大で138%高かった。アイルランドでの利益は、他国への者と比べると非常に小さいものであった。

(d) Olsen 社への供給継続の拒絶

1967年に Olsen 社は、Kirkebye 社を吸収し、UBC 社にとって、デンマークで二番目に大きい流通・追熟業者となった。また、Olsen 社は、バナナ以外の野菜・果物の大規模な輸入業者でもあった。1969年、Olsen 社はドールバナナのオランダでの輸入者のデンマークでの排他的流通業者となった。デンマークにおいては、Olsen 社を含め他の UBC 社の商品を取り扱う業者は、チキータバナナに加えて、他のバナナも販売していた。1969年以来、Olsen 社に対して、UBC 社は徐々にその受ける注文量よりも実際に供給する量を減らし、その結果、Olsen 社は、チキータバナナよりもドールバナナの販売量が多かった。他の流通業者・追熟業者も、他のブランドのバナナの販売量のほうが多かった。

1973年9月に、UBC 社は、Olesen 社をはじめとする4つの大きな業者がチキータバナナを推奨することを基本として、広告キャンペーンをおこなった。UBC 社の競争者である Castle Cook 社も、1973年4月、9月、10月にドールブランドのために広範な広告キャンペーンを行った。1973年10月、UBC 社は Olsen 社に対し Castle 社のキャンペーンを開始したことを理由として、チキータバナナの供給を拒絶する旨を通知した。Olsen 社は、UBC 社が行うものを含めた他のバナナの広告キャンペーンと同様に、

ドールバナナの広告キャンペーンにも参加していた。

## ② UBC 社の市場支配的地位

関連市場は、商品市場としてはブランド物・非ブランド物を含めたすべての種類のバナナであり、他の果物とは区別される。地理的市場は、ベルギー・ルクセンブルグ、デンマーク、ドイツ、オランダ、アイルランドを含め共同体のかなりの部分である。共同体全体では、そのシェアは約40%であるが、上記の地域では約45%である。UBC 社の競争者は市場における力が弱く、1974年にわずかな落ち込みはあるものの、近年、UBC 社は安定したシェアを保っており、大きな変化は見られない。また、UBC 社のマーケティング政策は、チキータブランドのバナナに集中しており、生産から販売までの一貫した方策の再編成とともに、日常のかつ広範な広告活動を行っており、それに対抗できる競争者は存在せず、かつ、それらは UBC 社と同質の適切な量のバナナを供給することは困難である。現在のチキータブランドの人気は、共同体のバナナ市場の重要な部分で UBC 社を強力な地位におき、加盟国すべてに対して供給を行っていることにより、より柔軟な流通を行うことが可能であり、加盟国間の価格差を利用するために、供給を振り分けることが可能である。一国ないし共同体の一部のみ活動している競争者で、同様のことを行える者はほとんどいない。

UBC 社が、チキータブランドでのバナナを販売に基礎をおいた販売戦略を行う能力は、以下の事実によるものである。

UBC 社は、栽培から販売に至るまで、バナナ事業を強力に垂直的に統合しており、それにより、販売可能な期間の短い非常に腐りやすい製品を販売するに際して非常に有利である。また、パッケージなどバナナ事業を完成させるために必要な他分野に置いて活動していることからさらにこのことを後押ししている。UBC 社は、農場の支配、契約上及び資金面でのつながりにより、数多くのバナナ生産国でも非常に重要な地位を占めている。したがって、供給源に対しても強い支配を及ぼしており、世界におけるバナナの輸出の約35%を支配している。また、大型の冷蔵船も保有し

ており、競争者よりもより定期的かつ頻繁な供給が可能である。また、そのノウハウも豊富である。その他、資金面での優位さも存在する。UBC社は、これらすべての有利さを享受できる唯一の存在であり、したがって現存する競争者による有効な競争をかなりの程度阻害する地位を有している。潜在的な競争者は、参入障壁を克服せねばならず、UBC社と同様の利点を得るためには数年を必要とする。

したがって、UBC社は、市場において独立して行動することが可能であり、その結果、共同体内の有効な競争を阻害しうるため、市場支配的地位にあると言える。

### ③ UBC社による市場支配的地位の濫用

第一に、UBC社は、ベルギー・ルクセンブルグ、デンマーク、ドイツ、アイルランド、オランダにおいて、青いバナナの再販売を禁止している。それが販売条件として公式に契約に挿入されようと他の手段でそれが課されようと、それは市場支配的地位の濫用を指し示すものである。この結果、流通業者・加熟業者は、UBC社により供給されたバナナを熟してからではないと販売できず、それは、自らが追熟施設を持つ、ないし、少なくともそのような設備へのアクセスを持たなければいけないことを意味する。業者は、劣った追熟施設を持つ他の業者に販売することさえできず、UBC社がこの政策を導入する以前に行っていたように、再販売業者として活動することを妨げられている。その結果、業者は、しばしば加盟国の主要なバナナの追熟業者であるが、再販売の段階でUBC社および他の輸入業者・卸売業者と競争することが不可能である。なぜなら、もしそうするならば、すべての段階において、青いバナナを販売することが必要なためである。この要件は、UBC社の市場支配的地位を強化することに間接的に貢献するのと同様に、一加盟国内および加盟国間において、青いバナナを取引することを困難なものとしている。つまり、UBC社の青いバナナの販売の禁止は、輸出の禁止に等しく、したがって、有効な市場分割を維持する結果となっている。UBC社はこれを製品の品質を消費者に

保証するためであるとしているが、UBC は青いバナナの消費者への販売を禁止するだけでなく、すべての段階における再販売を禁止するものである。したがって、UBC 社の主張は正当化事由とはならない。

第二に、UBC 社は、Bremerhaven およびロッテルダムにおいて、各加盟国の業者に対し、チキータブランドのバナナについて、同等の取引条件でありながら、客観的な正当化事由もなく、異なった価格を課すことにより、市場支配的地位を濫用している。その差は、ある週で30から50%に及んでいる。ドイツにおける最大顧客である Scipio クループ以外の取引については、条件は同等である。ただし、アイルランドだけは例外であるが、ロッテルダムからダブリンまでの陸路およびフェリーによるコストがかかっているにもかかわらず、アイルランドの顧客に販売する価格のほうが、上記二つの港での鉄道貨車引渡し価格よりも低い。このような価格に違いを設ける政策を UBC 社は1971年以来採用しており、当初は、ベルギー・ルクセンブルグ、ドイツ、オランダのみであったが、1973年初頭にはデンマークに、1973年11月にはアイルランドに広げた。このような行為は、加盟国間の価格の差異を維持する効果を持った。したがって、自らが存在する場所以外の国で UBC 社のバナナを販売することを望んだ場合には、最初から不平等な競争条件に置かれた。青いバナナの再販売が許されていれば、その業者のほとんどがロッテルダムないし Bremerhaven でバナナを購入し、自らの輸送手段を使うことが可能であったため、それは容易であろう。したがって、一定の業者は競争上不利であり、それにより競争が阻害された。

本件において、価格の差異は、各加盟国に広がっているが、それを客観的に正当化する理由は提示されておらず、委員会も認定しない。UBC 社は、各加盟国により熟したバナナの小売価格が異なるという事実により不平等な価格が正当化されるとするが、加盟国の市場条件は広くみると類似している。市場支配的地位にある事業者が、機械的に可能な限り高い水準で価格を設定することは、その結果価格差が広がり、特に事業者が市場分



割を維持する場合には、正当化されえない。また、輸送コスト、販売量などによっても正当化されない。したがって、このような価格政策は市場支配的地位の濫用である。

第三に、UBC社は、一定の業者に対し、不当な価格を設定することにより、市場支配的地位を濫用している。UBC社の政策は市場分割を生じさせ、それにより有効競争から保護されたチキータバナナの販売価格を設定することを可能としている。Metro事件<sup>(9)</sup>において判示されたように、広い価格の差異は、客観的に正当化されない場合には、86条にいうところの市場支配的地位の濫用の決定的な要素となりうる。本件におけるチキータバナナの価格差は、商品が広く消費される食品であるという観点から特に、大きいものである。この価格差は、客観的には正当化されない。

UBC社が設定した最低価格は、アイルランド向けである。しかし、他と比較するとその額は減少するが、利益を生じさせている。しかしながら、委員会はすべての加盟国においてアイルランドと同様の低い価格を設定することを主張しているのではなく、アイルランド向けの価格は、販売を促進のための期間を限定したキャンペーン期間中のみ適用可能なものであるということである。ダブリンに運ばれるバナナは、他と同様のコスト要素を含むものであり、ましてやダブリンまでの輸送費が必要なのである。このような状況で、UBC社のコスト構造を分析するまでもなく、ダブリン向けに販売されるバナナの価格がUBC社のコストを反映していると結論付けることは、不合理である。したがって、二つの港で販売される価格がアイルランド向けに販売される価格を超過している額は、そのまま利益を表している。アイルランド向けと比べ、他国向けの価格は、時には100%程度高いものであった。

また、UBC社の設定する価格は、その経済的価値に比較しても超過している。ノンブランドでUBC社が販売しているバナナは、品質においてチキータと比較してわずかであるにもかかわらず、30から40%価格が低い。その違いは、品質や広告費用では正当化されず、さらに同等の品質を有す

る他のバナナよりも高い。また、規模を拡大しようとしている UBC 社よりも利益率の低い競争者が販売する同等の品質を有する競争的ブランドのバナナの価格と比べ、アイルランド向けを除き、チキータバナナの価格は高いものである。したがって、現在、ベルギー・ルクセンブルグ、デンマーク、ドイツ（Scipio グループ向けを除く）、オランダでの価格は不当であり、それにより市場支配的地位の濫用を構成する。

一定の加盟国においてこのような不当な価格を顧客に課すことは、もしそのようなことがなければ各加盟国からの輸出を促進または抑制するものであるため、加盟国間において取引されるチキータバナナの量に影響を与えるものである。

第四に、UBC 社は、1967年から68年にかけて追熟設備を再構築した、業者の中で最も重要な顧客の一人に対して、チキータバナナの供給を終了したことにより、その市場支配的地位を濫用している。この供給の撤回は、業者が競争ブランドのバナナの広告キャンペーンに参加したことを理由として行われた。

## （2）司法裁判所の判断

### ① UBC 社の市場支配的地位市場

市場支配的地位の存在については委員会決定を支持している。

### ② UBC 社による市場支配的地位の濫用

司法裁判所は、上記第一、二、四の行為については、委員会決定を支持しているが、第三の行為については、次のように否定している。

委員会の主張は、以下のものである。UBC 社はドイツ、デンマーク、オランダ、ベルギー・ルクセンブルグの顧客に不当な価格を設定し、その価格は供給される商品の経済的価値と比較して超過していることにより、市場支配的地位を濫用した。UBC 社の市場分割政策は、チキータバナナを有効競争から保護し、客観的には正当化されえない大きな差としばしばなりうる価格を設定することを可能とした。これらの価格差は、最も高い価格が最も低い価格と比べて超過していることを証明するものである。特

に後者が利益を挙げている場合には、よりそれを証明する。

しかし、UBC 社が設定した価格が超過しているということを証明するために委員会が提出した主張は誤りである。なぜなら、この主張は、UBC 社がアイルランドの追熟業者に対して他国に対するのとは比べてかなりの利益を許す価格で販売したとしているが、これは UBC 社により二つの異なる根拠により取り消され、また、申請に当たって附属された文書からはアイルランドで課していた価格により UBC 社には損失が生じていたとされているためである。

また、委員会は、次の点で恣意的である。委員会は、UBC 社がアイルランド市場への参入のためにわずか数カ月間設定した価格を基礎として手続を進め、またアイルランド以外での利益を計算するために用いられたその販売量は1974年に関連市場全体に輸入されたバナナのわずか1.6%にすぎない。また、UBC 社が主張するように、UBC 社が販売するブランド物のバナナとノンブランドの物の価格差は、収穫から消費者への販売に至る過程での注意深い作業およびそれにより証明される品質の差異により正当化される。さらに、チキータバナナと競争者が販売するバナナとの価格の差異も品質の差異により正当化される。

たしかに、市場支配的地位にある事業者が直接ないし間接的に不当な価格を設定することは、例外を除いて濫用となりうる。しかし、その際には、もし通常および十分な有効競争が存在した場合には得られなかったであろう取引利益を得るように、市場支配的地位から生ずる機会を利用しているかどうかを確認することが必要である。このような場合、商品の経済的価値と比較して合理的な理由なく超過価格を設定することは、濫用となる。この超過は、中でも、販売価格と生産コストを比較し計算することが可能であれば、客観的に決することが可能である。というのは、それにより利益が明らかになるためである。しかしながら、委員会は、UBC 社のコスト構造を計算していない。したがって、決せられるべき問題は、実際に発生した価格と実際に課せられた価格の差異が超過しているかどうかという

ことであり、この問題に対する答えが肯定されるのは、その価格自体が不当であるか、競争する商品と比較して不当であるかどうかということによってである。他の方法によっても当該価格が不当か否かを決定することができるが、委員会は、少なくとも、UBC社に商品コストの要素をすべて提出させる義務があった。価格が超過しているという委員会の見解が基礎に置いているものは、異なる加盟国間でUBC社が課した価格の差異及び差別対価政策である。しかし、UBC社が提出した詳細（及び特に、1974年においてアイルランドでは損失を被っていたとする書類）は、信頼には値しないけれども、委員会はUBC社が不当な価格を設定していたことを証明しなければならない。

このような状況下では、委員会が事実に関する適切な法的証明を提出できなかったことおよびUBC社が直接ないし間接的に不当な価格を設定したことにより86条に違反したとする基礎を形成する評価を提出できていないことが明らかである。

### （3） 判旨の検討

司法裁判所は、委員会と同様に、その経済的価値と比較して合理的な理由なく超過した価格を設定することは86条に違反するものであり、それは当該商品の販売価格と生産コストを比較することにより可能であるとしている。しかし、司法裁判所は、委員会の認定が、UBC社のコストを検証することなく行われたことから、本件における超過価格設定の存在を否定している。また、チキータブランドのバナナとノンブランドのバナナの価格差は、その取扱いの差異から正当化され、さらに、競争者が販売するバナナとの価格の差異が、1970年から74年までの間を平均すると実際には7.4%であり、それは品質の差異により正当化されるとしている。

司法裁判所は、超過価格設定の判断基準として、もし通常および十分な有効競争が存在した場合には得られなかったであろう取引利益を得るように、市場支配的地位から生ずる機会を利用しているかどうかを確認することが必要であるとし、この場合、商品の経済的価値と比較して合理的な理

由なく超過価格を設定しているか否かが問題となるとしている。しかし、本件における超過価格設定の存在を否定していることから、その違法性およびその性質については、必ずしも明らかになっているとは言えない。その違法性については、委員会の認定において、各国の事業者に対して設定する価格差が加盟国間の輸出入の取引量に影響を与えると考えられているのみである。また、委員会が本件において競争への悪影響を具体的に認定したのは、バナナの再販売の禁止による市場の分割、同等の取引に対する差別的な価格の設定、Olsen社のチキータバナナの販売市場からの排除であり、これにより本件におけるUBC社の行為の競争への悪影響を認定しているとも言える。

### 3 小 括

この二つの判例は、一般に、EC条約82条第2文(a)に挙げられている超過価格設定に関するリーディングケースとされる。しかし、GM事件は、委員会、司法裁判所ともは市場支配的事業者が当該商品の真の経済的価値に比較して超過した価格を設定すること、および、並行輸入を阻害するように価格を設定することは、濫用行為として82条に違反するとするが、前者の違法性の根拠となるその競争への影響については、明確ではない。また、最終的には、司法裁判所は本件におけるGMCの価格設定は、超過価格設定には該当しないとしている。United Brands事件についても、委員会、司法裁判所とも経済的価値と比較して合理的な理由なく超過した価格を設定することは超過価格設定の82条該当可能性は認めながらも、その競争への影響については明確ではなく、また、司法裁判所は、超過価格設定には該当しないとしている。

このようにしてみると、両判決とも、その真の経済的価値と比較して超過した価格を設定することが82条違反となる可能性があるとするのみであり、その競争への影響は並行輸入の阻害という点は明確であるが、それ以外は不明であり、どのようにその違法性を捉えているか、また、その判断

基準をどのように設定するかということについても明確とは言えない。ただし、United Brands 事件において委員会が示した判断は、超過価格設定行為の違法性を基礎づける根拠となりうる。つまり、超過価格設定行為が存在しなければ自由に行われたであろう当該商品の加盟国間の取引を阻害することが、加盟国間の通商に影響を与える効果として考えられる。

### 三 Metro 事件および Metro 事件が引用する判決

このように、上記二判例からは、超価格設定の概念および判断基準は明らかではない。そのため、以下では、上記 United Brands 事件で引用された Metro 事件判決および Metro 事件判決において引用されている判決およびそれ以前の判決について見ていくことにする。

#### 1 Metro 事件

本件はレコード生産者が、ドイツ国内で設定していた再販売価格が、フランスでライセンス生産され、並行輸入されたレコードの価格よりも高い場合に、当該価格設定が86条違反となるか否かが問題の一つとなった事件である。

#### (1) 事実の概要

Deutsche Grammophon 社（以下、DG 社）は、gramophone レコードを直接ないし加盟国で設立した子会社を通じて、販売している。中でも99.95%出資して設立した子会社であるポリドール・パリ社（以下、ポリドール社）は、パリおよびストラスブルグでその営業を行っていた。ドイツ国内ではレコードは直接に、小売業者ないし二つの本の卸売業者を通じて販売されている。DG 社は、それらに対して12.33マルクおよび税金で販売しており、管理された小売価格は19マルクである。当社のレコードは、価格に関する協定を遵守することに署名した事業者にのみ供給されている。他の加盟国および EFTA 諸国では、DG 社はその子会社ないし、自らの子会社等と締結したライセンス契約によりレコードを流通させている。当

該ライセンス契約の1条では、DG社は通常の商業的使用による方法において当該協定によりカバーされる地域内でレコードを使用する排他的な権利をライセンシーに付与するとしている。DG社はこのような契約をポリドール社と締結している。

1968年4月から1969年10月まで、ドイツに所在するメトロ社は、DG社よりポリドール社製のレコードの供給を受けていたが、価格協定を締結しなかったため、顧客に対し14.85マルク（1969年5月）・13.5マルク（8月）および税金でそのレコードを販売していた。1969年、DG社は、メトロ社との間で、管理価格を遵守するという契約書を持っていないことに気づき、交渉を行ったが、メトロ社は、DG社が提示する契約書にサインすることを拒否したため、DG社は商業的關係を打ち切った。その結果、メトロ社はハンブルグのロズナー社からポリドール社製のレコードを購入することとなり、顧客に対し1970年1月には11.95マルクおよび税金、1970年2月には12.95マルクおよび税金で販売した。

問題となったレコードは、ドイツ国内でプレスされ、ポリドール社に対して販売されたものである。ポリドール社は、多くのレコードを第三国で事業を行う者に販売しており、その供給を受けた者は、その一定割合をロズナー社に供給している。

DG社は、メトロ社によるレコードの販売が、ドイツ著作権法85条に違反し、ドイツでの排他的供給権を侵害していると考え、また、その権利は同法17条2項により消尽していないとも考えた。1970年3月、著作権法97条に基づいてハンブルグ地方裁判所から差止命令を得た。

1970年4月、メトロ社は連邦カルテル庁に対し、DG社による管理価格システムの検討を依頼し、管理価格条項の濫用として無効とし、かつそのような条項の適用を禁止することを求めた。同時にメトロ社は、委員会に対し、85条および86条違反が存在すること、および、DG社、ポリドール社の違反行為の終結を命ずるようを求めた。加えてメトロ社は、ハンゼ高裁に、ハンブルグ地裁による差止命令を破棄することを求め、高裁は、以

下の問題を EC 条約177条に基づき、司法裁判所に付託した。

(a) 1965年著作権法97条および85条は、レコードを生産するドイツの事業者がその流通権により、法律上は独立しているが商業的に従属しているフランスの子会社に対して供給したレコードのドイツ国内での流通を禁止する権利を有するか否か。

(b) レコードを生産している事業者は、レコードの管理小売価格が他の加盟国から再輸入された真正商品の価格よりも高く、かつ、演奏者がレコード生産者に排他的契約により拘束されている場合に、その流通権を濫用しているときみなされるか。

## (2) 司法裁判所の判断

司法裁判所は、第一の問題につき、国内法上認められた著作権法は、その内容として属地主義の原則を含むものではなく、当該対象商品が最初に流通におかれた時点で、著作権の目的が達成されていることから、当該権利に基づき、加盟国内で流通に置かれた真正商品の並行輸入を差し止めることができないと判示した後、第二の問題につき、司法裁判所は Sirena<sup>(10)</sup> 事件、Parke<sup>(11)</sup> 事件を引用し、次のように述べている。

この問題は、録音されたレコードに関する権利を有する生産者が、その国内における販売価格が、他の加盟国から並行輸入される当該国の価格よりも高く、かつ、主要な演奏家が排他的契約によりレコード生産者に拘束されている場合に、その保護の対象となっているものを流通に置く排他的な権利を濫用することになるかどうかということに関するルールである。この問題における「権利の濫用」という表現は、86条の意味での市場支配力の濫用とみなすということである。86条は、「加盟国間の通商に影響を与える限り、共同体内ないしその重要部分での市場支配的地位のいかなる濫用」をも禁止するものである。この条文からは、それにより禁止される行動は、共同体内ないしその重要部分での市場支配的地位の存在を前提とするものである。著作権に関する権利を有する録音されたレコードに関する権利を有する生産者は、単にその保護の対象となっているものを流通に



置く排他的権利を行使したからといって、単にそれだけで86条が意味するところの市場支配的な地位を保持しているというわけではない。この条文は、共同体の重要な部分において市場支配的な地位を有していることを必要としているので、単独で、ないし、他の同じグループに属する事業者と共同で関連市場の重大な部分における有効な競争の維持を妨げる力を有していることを必要とする。もし、演奏家が排他的契約により生産者に拘束されている場合には、中でもその市場における名声、義務が課される期間及び程度、同様の演奏家のサービスを獲得する他のレコード生産者が得られる機会を考慮する必要がある。また、86条の適用対象となるのは、市場支配的地位が、さらに濫用された場合である。管理された価格と並行輸入される製品の価格差は必ずしもこのような濫用行為を指し示すものではない。しかしながら、それが客観的な基準によって正当化されず、それが顕著な場合には、濫用行為の決定的な要素となりうる。

### （3） 判旨の検討

本件において、司法裁判所は、著作権者は、ただ著作権を有しているだけでは、市場支配的地位にあるとは言えないが、その他の状況を合わせて考慮し、市場支配的地位が認定された場合、その設定する価格が並行輸入された商品の価格と比較して特段に大きく、かつ、それが客観的に正当化できない場合には、市場支配的地位の濫用を認定しようとしている。しかし、本件においても、超過価格設定の違法性については、言及されておらず、超価格設定の市場への影響については明らかではない。ただし、当該商品の価格が超過しているか否かについては、並行輸入される製品と国内での管理価格の差異がその決定要素となるとしている。

本件では、Sirena 事件および Parke 事件が引用され、知的財産権者が当該商品に対し高価格を設定することにより、市場支配的地位の濫用となりうることが述べられている。そのため、以下では、両事件についてみていくこととする。

## 2 Sirena 事件

### (1) 事実の概要

本件は、イタリア国内で“sold”という美容および医療用クリームに付する商標を保持しているアメリカ企業が、イタリア国内での当該商標権をイタリアの企業に譲渡しており、そのイタリア企業が、同様の契約を結んだドイツ企業が生産した同商標を付したドイツ製品の並行輸入の差止を求めた事件である。ミラノ民事裁判所は、この問題につき、85条および86条は、条約が効力を発する前に締結された商標権の譲渡に関する契約にも適用可能かどうか、および、85条および86条は一加盟国で登録された商標権者が、第三者の他の加盟国からの真正商品の輸入を差し止めるために当該権利を行使することを妨げるように解釈するべきか否か、ということにつき、司法裁判所に先行判決を求めた。

### (2) 司法裁判所の判断

司法裁判所は、後者の問題につき、当該商標権に基づき、真正商品の並行輸入を差し止めることができないとし、前者の問題につき、当該契約が条約発効後もその効力を有している場合には適用されるとしたのち、85条および86条の適用可能性につき、次のように述べた。

商品の自由移動に関する規定の領域において、工業及び商業的財産権の保護を理由として正当化される輸入に対する禁止および制限は、36条のもとにおいて、恣意的な差別ないし偽造された加盟国間の通商の制限とならないかぎりという明白な条件のもとでのみ許されるものである。36条は、加盟国間の通商に対する量的制限を取り扱う章に存在するが、工業的および商業的財産権に関し国内法により承認されている権利は、その存在については85条および86条により影響を受けないけれども、その行使はそれらの条文により課される禁止事項に該当する可能性があるという意味において、競争に関する問題に同様に適用されうるという原理に基礎をおくものである。

解釈上の問題は、第一に、どのような状況下において商標権の行使が85

条1項に違反するかということである。商標権は、ただそれだけで85条1項がいうところの契約ないし協調行為の要素を有しているというわけではない。しかしながら、その行使はその制限的な性質をもつ目的、方法および行為の結果が明らかな場合には、禁止の対象となりうるものである。商標権が一ないし複数の加盟国の利用者に対して譲渡される際には、それぞれのケースにおいて、当該利用が85条の適用対象となる状況を導くかどうかを確定する必要がある。このような状況は特に、並行輸入を妨げることを可能とする、商標権者とその譲受人の間で制限的な合意から生ずる可能性がある。同じ製品を保護するための、それぞれの国における異なった利用者への譲渡は、国家間の突き抜けない国境を再建する結果となる場合には、国家間の通商に影響を与え、共同体市場の競争を制限する可能性がある。

したがって、85条は、商標権が、他の加盟国で生産された商品の輸入を妨げるように利用される場合には、適用可能だということである。85条は、単に国内法のもとで商標権が上記のような合意以外の状況から生じたという理由のみでその適用が排除されうるものでもない。最後に、本件における解釈の要求は、どのような状況で商標権の行使が共同体市場と調和せず、86条で禁止されるかということである。当該規定の文言から、禁止される事項は、3つの要素、つまり市場支配的地位の存在、その濫用、および加盟国間の通商に影響を与える可能性である。第一に注意する必要があるのは、単に第三者が一加盟国内で同じ商標を付した商品を流通に置くことを妨げる地位にあるということのみで、商標権者が市場支配的地位を有しているというわけではないということである。当該条文は問題となる地位が、少なくとも共同体市場の重大な部分に及んでいることを必要としており、当該所有者が共同体内のかなりの部分における有効な競争の維持を妨げる力を有していることを必要としている。また、市場支配的地位の濫用に関して、その製品の価格水準そのものは必ずしもその濫用を明らかなものとするわけではないが、それが客観的な基準により正当化されず、それがか

なり高い場合には、決定的な要素となりうる。

### (3) 判旨の検討

本件において司法裁判所は、市場支配的地位を有している商標権者の当該商品に関する高価格設定行為は、当該価格が客観的な基準により正当化されない場合には、市場支配的地位の濫用に該当する可能性があるとするのみである。この判断からも、超過価格設定の違法性については、言及されていない。また、その判断基準については、「客観的な基準」とするのみで、明確に言及されていない。

## 3 Parke 事件

### (1) 事実の概要

オランダで付与された医薬品に関する特許権に基づき、特許権者が特許権を有しない国で生産された同様の製品が輸入されることの差止を求めた事件につき、第一に特許権者が特許権に基づき並行輸入の差し止めを求めた際に、当該行為に対し85条1項ないし86条が適用可能か否か、第二に特許製品に対し特許権者が同様の特許を有しない国で販売された製品と比べて高価格を設定することに対し、同条項の適用があるか否かに関し、オランダ Gravenhage 控訴裁判所は司法裁判所に先行判決を求めた。

### (2) 司法裁判所の判断

両者の問題につき、司法裁判所は次のように述べた。

第一に、各国が付与した特許権の存在は85条および86条により影響を受けるものではなく、そのような権利の行使は、合意・決定その他協調的行為や市場支配的地位の濫用がない限り自動的に同条項により禁止されるものではない。第二に、特許権により保護された製品の価格は濫用行為の存在の可能性を判断する際に考慮する要因のひとつであると考えられるが、特許を付されていない製品と比較して単に特許製品が高価格であるからといって必ずしも濫用となるわけではない。

### (3) 判旨の検討

Metro 事件は、本判決を、著作権者が当該著作物に高価格を設定する行為が86条違反となりうる根拠として挙げているが、本判決は、上記のように、「必ずしも濫用となるわけではない」と述べるのみであり、特許製品に特許権者が高価格を設定することによる86条該当可能性を述べたものではない。

#### 四 結 語

このように、United Brands 事件判決が、超過価格設定が市場支配的地位の濫用に該当する根拠として挙げている Metro 事件判決、Metro 事件判決がその根拠として挙げている上記 2 判決は、いずれも超過価格設定の違法性について述べてはならず、Metro 事件判決、Sirena 事件判決において、知的財産権者は他の加盟国で適法に販売された商品の並行輸入を差し止めることができないこと、および、知的財産権者の行為が86条の適用対象となりうることが述べられ、また、当該商品の価格が高価格である場合、それが客観的な基準により正当化されない場合には86条の適用対象となりうるとするのみである。

それに対して、GM 事件に関する委員会決定および司法裁判所判決は、ベルギー法に基づく新車の形式承認・適合証明書の発行・type-shield の貼付に関する独占的地位を GMC 社が利用して、並行輸入車に対し高額な費用を要求する行為が、当該価格を設定する行為自体が市場支配的地位の濫用に該当し、また、並行輸入を妨げるよう価格を設定することもまた濫用に該当し、それにより加盟国間の通商に影響を与えている。この事件においては、少なくとも、GMC 社が、法的独占という特殊な地位にあり、その地位を利用した超過価格設定が、並行輸入を阻害することから、86条違反とされていると見ることができる。この事件からは、市場支配的地位にある事業者が、当該事業者が販売する商品について、単純に独占的利潤を獲得するために高価格を設定することの違法性は明確ではない。

それに対し、United Brands 事件においては、超過価格設定の違法性それ自体は必ずしも明らかではないものの、それが加盟国間の通常の輸出入を妨げることが、加盟国間の通商に影響を与えることから、86条違反とされているとみることもできる。ただし、他の行為を前提として通商への影響が認定されている可能性があり、かつ、その違法性および判断基準は明確とは言えない。

このように判例を見ると、超価格設定が違法とされるのは、それにより並行輸入を阻害する場合と独占的な地位にある者による単純な形での高価格設定とに分けることが可能であるように思われる。前者の違法性については、その真の経済的価値に比較して並行輸入品に対して高価格を設定することにより、並行輸入を阻害することが加盟国間の通商に影響を与えることに行為の悪性を認められる。それに対し、後者はその違法性は軽微ないし明確ではないが、超過した価格を設定することにより、各加盟国における本来需要と供給により決定される価格差により行われるはずの当該商品の輸出入が、人為的な価格設定により阻害されることにその悪性を認めているとみることも可能である。ただし、後者については、その競争に対する影響が明確ではないため、直接その悪性を消費者の不利益に求めることも可能であると考えられる。

また、超価格設定の判断基準としては、上記判決においては真の経済的価値と比較して超過していることが挙げられているのみである。

このように、超価格設定の概念は、そのリーディングケースとされている判例からは、その違法性はそれほど明確ではなく、また、判断基準についても同様である。したがって、これらの判決以降の超過価格設定として違法とされた例を見る必要があり、また当該概念、および、超過価格設定を EC 条約現行82条違反とすることには批判も多く、それを前提とした上で検討を行う必要があり、別稿にて検討を行う予定である。

る事業活動と法順守プログラム」(19530067)の成果の一部である。

- (1) United Brands 事件・ヨーロッパ裁判所判例集1978年207頁250、252段
- (2) 委員会決定1998 Football World Cup 事件・EC 官報2000年L5号55頁100段。United Brands 事件に関する分析として、同様の見解を示すものとして、村上政博『EC競争法 [EU競争法]』247頁(1995年)。
- (3) 上記 United Brands 事件267段
- (4) 公正取引委員会平成14年4月26日発表「日本航空株式会社及び株式会社日本エアシステムの持株会社の設立による事業統合について」
- (5) 拙稿「規制産業に対する独禁法の適用—独禁法と事業法の関係に関する試論」静岡大学法政研究10巻3・4号19、20頁
- (6) 1974年12月19日委員会決定・EC 官報1975年L29号14頁、司法裁判所1975年11月13日判決・ヨーロッパ裁判所判例集1975年1367頁。以下の判例の検討においては、EEC 条約下の条文番号を用いることとする。
- (7) 同様に並行輸入車の形式承認に係る超過価格設定について、適合証明書の発行の拒否、形式承認の更新の拒絶といった行為とともに、「他の共同体諸国での低価格での販売を利用した並行輸入を妨げる効果を持つ」ことから、加盟国間の通商に影響を与えるとしている事件もある。British Leyland 事件・1984年6月2日委員会委員会決定・EC 官報1984年L207号11ページ、司法裁判所1986年11月11日判決・ヨーロッパ裁判所判例集1986年3263頁。
- (8) 1976年4月9日委員会決定・EC 官報L95号1頁、司法裁判所1978年2月14日判決・ヨーロッパ裁判所判例集1978年207頁
- (9) Deutsche Grammophon Gesellschaft mbH 対 Metro-SB-Grossmarke GmbH & Co. KG 事件・司法裁判所1971年6月8日先行判決・ヨーロッパ裁判所判例集1971年487頁。この事件については、後に詳述することとする。
- (10) Sirena S.r.l. 対 Eda S.r.l. and others 事件・司法裁判所1971年2月28日先行判決・ヨーロッパ裁判所判例集1971年69頁。この事件については、後に詳述する。
- (11) Parke, Davis and Co. 対 Probel, Reese, Beintema-Interpharm and Centrafarm 事件・司法裁判所1968年2月29日先行判決・ヨーロッパ裁判所判例集1968年55頁。この事件については、後に詳述する。