

嘉庫 嘉悦大学学術リポジトリ Kaetsu

University Academic Repository

EC競争法におけるリベート制度に係る諸問題

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2008-12-19 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 杉田, 一真, スギタ, カズマ, Sugita, Kazuma メールアドレス: 所属:
URL	https://kaetsu.repo.nii.ac.jp/records/236

EC 競争法におけるリベート制度に係る諸問題

Rebate schemes under EC Competition Law

杉 田 一 真

Kazuma Sugita

<要 約>

日本においては、これまでリベート制度に関する競争法上の問題点について、その全体的な整理・分析を試みた研究はほとんどなされてこなかった。これは、①忠誠リベート、数量リベート、目標リベートなど、リベートの給付時期や給付基準が多種多様であり、具体的な行為態様を網羅的に検討することが困難な点、②リベートを供与する目的も販売促進目的や報奨目的、流通系列化目的など様々であり、その目的・機能・効果を判別することが難しい点、③リベートは、他の独占禁止法違反行為の実効性確保の手段として用いられることも多く、日本独占禁止法においては、排他条件付取引（一般指定 11 項）、差別対価（同 3 項）など、適用条項が多岐にわたる点などが、理由と考えられる。

これに対して、EC 競争法においては、リベートは市場支配的地位を有する事業者に対する行為規制の一環として、EC 条約 82 条の適用を受ける代表的な行為のひとつに位置づけられ、事例も多く蓄積され、研究も積極的に行われてきている。そこで、本稿では、先駆的事例・研究の多い EC 競争法におけるリベート規制についての全体的な整理・分析を試み、もって日本独占禁止法におけるリベート規制のあり方についての検討材料を提供することを目的としたい。

<キーワード>

リベート、独占禁止法、EC 競争法、EC 条約 82 条、支配的事業者、濫用行為

I. はじめに

リベートとは、一般に「仕切価格とは区別されて取引先に制度的に又は個別の取引ごとに支払われる金銭」のことをいう¹²⁾。このリベートは、販売・流通戦略の一環として古くから用いられ、販売促進機能や報酬機能等に優れ、価格の一要素として競争促進効果も有している。しかし、他方でリベートは、支払い基準が不明確であることも多く、また、流通系列化

の手段として用いられ、流通合理化の阻害要因ともなってきたことから、しばしば競争法上問題にされてきた³⁾。日本においては、特に1990年の日米構造協議において、リベート制度が日本的商慣行のひとつとして、透明性の欠如等により外国企業の日本市場への参入を困難にしているとして問題視された⁴⁾。これを受けて、公正取引委員会は1991年に「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（以下「流通取引慣行ガイドライン」とする）の中でリベート供与に関する規定を定め、「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」（2000年）や「ガソリン等の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」（2001年）等においてリベート制度に関する独占禁止法上の問題点を指摘している。

しかし、これまで日本においては、リベート制度に関する競争法上の問題点について、その全体的な整理・分析を試みた研究はほとんどなされてこなかった。これには、以下のような理由があると考えられる。第一に、リベートには、忠誠リベート、数量リベート、目標リベート、累進リベート、選別リベートなど様々な類型があり、その給付時期（代金支払い直後・期末など）や給付基準（金額基準・数量基準、累進的など）等が多種多様であり、具体的な行為態様を網羅的に検討することが困難な点がある。第二に、リベートを供与する目的も、販売促進目的や報奨目的、流通系列化目的など様々であり、また、複数の目的を有する場合も多く、さらにリベートの供給者の意図とその実際上の機能・効果が一致しない場合もあり、その目的・機能・効果を判別することが難しい点がある⁵⁾。さらに、第三に、リベートが、他の独占禁止法違反行為の実効性確保の手段として用いられることが多く、特に日本独占禁止法においては、リベートを価格維持を目的に用いた場合には再販売価格維持（一般指定12項）、競争者の排除を目的とした場合には排他条件付取引（同11項）や不当廉売（同6項）、取引の相手方の販売地域の拘束を目的とした場合には拘束条件付取引（同13項）、取引の相手方によって差別的なリベートを設定している場合には差別対価（同3項）や差別条件（同4項）、あるいは不当誘引（同9項）に該当するなど、適用条項が多岐にわたる点がある。

以上のような理由から、従来、日本においては、リベート制度に関してその競争法上の諸問題について全体的検討を試みた例は少なく、リベート制度は他の独占禁止法違反行為に付随して取り上げられることが多かった。これに対して、EC競争法においてリベートは、市場支配的地位（dominant position）を有する事業者（以下「支配的事業者」とする）に対する行為規制の一環としてEC条約82条の適用を受ける代表的な行為のひとつに位置づけられている。

そこで、本稿では、先駆的事例・研究の多いEC競争法におけるリベート規制についての全体的な整理を試み、もって日本独占禁止法におけるリベート規制のあり方についての検討材料を提供することを目的としたい。まず、次章において、様々な態様で供与されるリベートについて、その代表的な類型に関して過去の欧州委員会および欧州裁判所の判断を概観する。つぎに、EC条約（the Treaty establishing the European Community）82条における

リベート制度に対する違法性判断について、過去の判例の分析等を通じて検討を試みる。最後に、それまでの検討を踏まえて、EC競争法におけるリベート制度に対する規制態度とその背景にある「競争」に対する考え方について考察を行い、EC競争法との比較の観点から、日本のリベート規制に関する問題点等について若干の検討を試みることとする。

II. リベートの諸類型に関する検討

EC競争法は、共同行為（EC条約 81 条）および支配的地位の濫用行為（同 82 条）に関する規定を置き、さらに支配的地位を形成・強化する企業結合を禁止している（合併規則 17 号）。このうち、EC競争法の主要な柱の一つである EC 条約 82 条によれば、共同市場又はその実質的部分における支配的地位を濫用する事業者の行為により、加盟国間の取引に悪影響の生じるおそれがある場合に、当該行為を禁止することとしている。そして、82 条は、支配的地位の濫用の例として、①不公正な価格又は取引条件の強制、②需要者に不利となる生産・販売・技術開発の制限、③取引の相手方を競争上不利にする差別的取扱い、④抱き合わせを挙げている。EC競争法は、1990 年まで本格的な企業結合規制を持たなかったことから分るように、元来、支配的地位を「形成」する行為に対する規制よりも、形成された支配的地位の「行使」に対する規制（濫用行為規制）に重点を置いた規制方針を採用してきた⁶⁾。EC 条約 82 条は、多様かつ広範な行為をその適用範囲に含めており、リベートも、不当な高価格販売、購入強制、取引拒絶、抱き合わせ等とともに同条の適用範囲とされている⁷⁾。

以下では、EC競争法におけるリベート制度に関する違法性判断の検討にあたり、まず、リベートに関する主要な類型およびこれに対する欧州委員会・欧州裁判所の過去の判断を概観する⁸⁾。

(1) 排他性を有するリベート制度

支配的事業者は、しばしば取引先事業者が購入する商品のすべてまたは大部分を自社から購入させることを目的にリベートを供与することがある。この点、Suiker Unie 事件⁹⁾において欧州委員会および欧州裁判所は、南ドイツを拠点とする砂糖製造業者で組織される団体（SVZ）のリベート制度は、結果的に取引先が SVZ の会員企業からのみ商品を購入することになるような年度要求に従うようにさせるものであり、EC 条約 82 条に反するとした。このように支配的事業者が取引先の商品調達に関する自社への依存度をあげる目的でリベートを供与することは、排他性のある行為として、一般に EC 条約 82 条違反とされる¹⁰⁾。以下において、このような排他性を有するとされる主要なリベート制度について順次検討を試みる。

① 忠誠リベート

忠誠リベート（fidelity rebates または loyalty rebates）とは、販売価格の維持、指定の販

売先・地域あるいは販売方式の遵守等、供給者の販売政策に対する購入者の協力の程度（忠誠度）に応じて供与されるリベートのことをいう¹¹⁾。支配的事業者は、忠誠リベートによって、取引先にその取扱商品の全てまたは大部分を自社に依存させるようにすることがあり、そのような場合には、当該リベートは排他性を有する行為として、EC条約 82 条の濫用行為に該当する。

忠誠リベートについて、**British Gypsum** 事件において欧州委員会は、イギリスおよびアイルランドにおいて石膏ボードの支配的事業者である **British Gypsum** 社が輸入品の取り扱いを控え、自社製品に対する忠誠を維持する取引先に対して販売促進給付金（**promotional payment**）を給付した行為は、EC条約 82 条に違反するとした¹²⁾。これについて欧州裁判所は、たとえ販売促進給付金制度の目的が、広く石膏製品の販売を促す点にあったとしても、かかる販売促進給付金が **British Gypsum** 社に対する忠誠を醸成するものである以上、EC条約 82 条に違反するとして、欧州委員会の判断を支持した¹³⁾。

② トップスライスリベート

Soda-ash 事件¹⁴⁾において問題となったリベート制度は、支配的事業者が購入者に対して、当該事業者が通常必要とする数量については通常価格で商品を提供し、通常は他の供給業者から商品を購入している数量については割引価格で商品を提供するというものであった（**top-slice rebates** または **marginal tonnage rebates**）。これについて欧州委員会は、かかるリベート制度によって、支配的事業者の競争者である他の供給業者はコスト割れ販売を余儀なくされており、当該リベート制度は、市場を固定化し、競争業者の市場参入を阻害するものであり、EC条約 86 条（現 82 条）の濫用行為に当たるとした。

③ 数量リベート・目標リベート

British Airways 事件¹⁵⁾において、支配的事業者が取引先に対して取引数量・金額あるいは販売数量・金額に応じてリベートを供与する数量リベート（**volume rebates** または **quantity rebates**）¹⁶⁾が EC条約 82 条に違反するかが問題とされた。本件において、支配的事業者である **British Airways** 社は、航空券販売において一定の目標を達成した旅行代理店に対してボーナスを支給する代理店手数料制度を採用していた。当該制度は、旅行代理店ごとに多段階の販売目標を定め、より高い目標を達成した場合には、より高いボーナス率が航空券の総売上高に対して適用されるというものであった。これについて欧州裁判所は、当該代理店手数料制度は、より高い目標を達成することにより顕著に旅行代理店の手数料収入が増加するように設計されており、旅行代理店の支配的事業者に対する忠誠度を上げる性格を有しているとして、本件制度は EC条約 82 条に違反する旨判示した¹⁷⁾。

また、**Michelin II** 事件¹⁸⁾において、**Michelin** 社が、取引先に対して 50 段階の売上レベルを設定し、より高い売上レベルを達成した場合にはより高いリベート率を適用する制度を採

用していたことに対して、欧州委員会および欧州裁判所は、当該制度は、リベート算出の対象となる売上の集計期間が1年など長期に渡り、また、基準となる売上高を超えた場合には、かかる基準を超えた分の売上に対してのみ高いリベート率が適用されるのではなく、総売上高に対して高いリベート率が適用されることから、当該リベート制度は取引先の支配的事業者に対する忠誠度を上げる性格を有しているとして、EC条約82条に反するとした。

なお、商品の購入額や売上等の総額や増加額、占有率等に関して目標が設定され、その目標を達成した場合に供与されるリベートのことを、特に目標リベート(target rebates)と呼ぶことがある。目標リベートは、販売数量等に比例してリベートが供与される単なる数量リベートに比べ、目標の設定の仕方によって支配的事業者に対する忠誠度を上げる効果が高いとされる。支配的事業者は、前年度を上回る売上額や購入量の増加率を目標に設定することにより、取引先事業者が支配的事業者からの商品の購入量を増やし、反対に当該支配的事業者の競争者からの商品の購入量を減らす結果をもたらすことができるとされる。

(2) 包括性を有するリベート制度

支配的事業者は、市場を異にする様々な種類の商品の総売上高に対してリベートを供与すること(bundled rebates や across-the-board rebates と呼ばれる)がある。

この点、Hoffmann-La Roche 事件において、Roche 社は、商品の全取扱数量のうち全てあるいは大部分を同社から購入している取引先事業者、すなわち Roche 社から優先的または排他的に購入する契約(以下「排他的購入契約」とする)を締結した取引先事業者に対してリベートを供与していたが、当該リベートは、様々な種類のビタミン剤の購入量の合計をもとにその額が決定されることになっていた。これについて欧州委員会は、世界最大の医療品メーカーグループである Roche 社が、ビタミン剤の供給にあたり、Roche 社が取引先事業者との間で排他的購入契約を締結し、忠誠リベートを供与していたことは、EC条約86条(現82条)に違反するとした。

これについて欧州裁判所は、まず、ビタミン剤は、その種類ごとに固有の機能を有し、互いに他のビタミン剤との間に競争関係はなく、それぞれ別個の市場が成立するとし、ビタミンA、B₂、B₃、B₆、C、EおよびHの各ビタミン市場を関連市場として確定した。また、欧州裁判所は、関連市場における Roche 社の市場占有率が高いこと、Roche 社と競争者、特に第2位の競争者との間の市場占有率の格差が大きいことなどから、ビタミンB₃を除く市場において、Roche 社の市場支配的地位を認定した。そして、欧州裁判所は、濫用行為とは、市場支配的事業者の存在によってすでに競争が弱まっている状況の中で、通常の競争手段とは異なる手段を用いることによって、市場にいまだに存在している競争の維持・促進を妨げる効果を有する支配的事業者の行為であるとした上で、Roche 社が①22の大口購入者(総売上高の25%に相当)との間で排他的購入契約を締結したこと、②取引の相手方との合意によるものあるいは Roche 社が一方的に実施するもののいずれかを問わず、排他的購入契約締結

を事実上の条件として、あるいは排他的購入契約の締結を誘引するためにリベートを供与したことは、EC条約82条の濫用行為にあたるとした。欧州裁判所は、①排他的購入契約は、取引の相手方から取引先選択の自由を奪い、競争業者の市場へのアクセスを妨げるものであり、また、②様々な種類のビタミンの購入量の合計がリベート算定の基礎とされることで、購入者はリベートを失うことをおそれて、ビタミンの種類によって納入業者を変更しようとする気がおきなくなるものと考えられ、様々な種類のビタミンの購入量の合計をもとにリベートを供与するような制度を採用していた事実から Roche 社の取引先事業者の自社に対する忠誠度を高めたいとの意図は明らかであり、③当該リベートは、取引先事業者をその忠誠度に応じて差別するものであり、健全な競争を歪めるものであると判示した¹⁹⁾。

また、包括性を有するリベート制度に関する代表的な事件として、Michelin I 事件がある。本件において、世界最大のタイヤ製造業者である Michelin 社のオランダ法人 Michelin NV 社は、取引先事業者に対して年間の販売目標を設定し、この目標を達成した場合には、前年の販売実績に応じて特別ボーナスを与える売上関連値引きリベート制度 (turnover related discount rebate) を採用していた。本件において欧州委員会は、まず、商品市場として、バス・トラック等の重量車両向けタイヤ市場と乗用車向けタイヤ市場を区別し、さらに新規タイヤ市場と再生タイヤ市場を区別した上で、本件における関連市場は、バス・トラック等の重量車両向け新規タイヤ市場であるとし、Michelin NV 社の市場占有率が 57~65% であるのに対して、競争事業者の市場占有率が 4~8% に過ぎなかったことから、Michelin NV 社の当該市場における市場支配的地位を認定した。そして、欧州裁判所は、かかる欧州委員会の判断を支持した上で、EC条約86条(現82条)の濫用行為にあたるか否かは、当該行為が取引の相手方の取引先選択の自由を制限するものか否か、同一の取引に関して取引の相手方によって異なる条件を適用するものか否か、競争者の市場への参入を阻害し、競争を歪め、市場支配的地位を強化するものであるか否かの観点から決せられるとした。そして、本件売上関連値引きリベートは、販売目標を達成することを条件にリベートを支払うものであり、このような制度は、取引の相手方に対して目標達成に向けて Michelin NV 社のタイヤを積極的に購入する誘引を与えるものである。また、販売目標は、取引の相手方に文書等で通知されることはなく、リベートの支払額の詳細な決定基準も公表されなかったことから、透明性を欠き、取引の相手方に販売目標が達成できなくなる危険を避けようとする強い心理的圧力を与えるものであるとして、本件リベート制度は、取引の相手方の取引先選択の自由を阻害し、競争事業者が市場にアクセスすることを困難にするものであり、濫用行為にあたることと判示した。

III. EC条約82条の濫用行為該当性の判断

前章でも述べたように、支配的事業者が行う排他性あるいは包括性を有するリベート制度

は、支配的地位の濫用行為としてEC条約 82 条の適用範囲に含まれるとされている。もっとも、EC競争法上、いかなるリベートが、いかなる場合に、82 条の濫用行為にあたるかに関しては、現在のところ必ずしも明確な判断基準は確立されていない。しかし、近時、欧州委員会は、支配的事業者のリベート制度がEC条約 82 条違反にあたるかは、当該リベートが特定の期間の取引の相手方すべてに対して供与されるものであるか、目標リベートにおいて目標を達成した取引先事業者に対して供与されるリベート額が当該期間の総売上高を基準に決定されるのか、設定された目標値を超えた購入量を基礎に決定されるのか、さらに、当該リベートが単一の基準に基づいて供与されるものか、複合的な基準によって供与されるものであるか等を総合的に考慮して判断するとの立場を示唆しており²⁰⁾、EC条約 82 条の適用に関する検討要素は明確になりつつある。そこで、以下において、支配的事業者のリベート制度に対するEC条約 82 条の濫用行為該当性の判断における主要な検討要素について分析を試みることにする。

(1) 目的・意図

先にも述べたように、リベート制度はそれ自体が直ちに濫用行為にあたるわけではなく、当該行為が濫用行為にあたるか否かは、競争者を市場から排除する等のリベートの目的および効果に鑑みて決せられるとされている (Michelin I 事件および Soda-ash 事件参照)。Hoffmann-La Roche 事件において欧州裁判所は、Roche 社が様々な種類のビタミンの購入量の合計をリベート算定の基礎とすることで、取引先事業者がリベートを失うことをおそれ、ビタミンの種類によって納入業者を変更しようとすることを防ごうとしていたとして、Roche 社が採用していたリベート額の算定基準から Roche 社の自社に対する忠誠度を高めたいとの意図を推定している。この点、確かに当該支配的事業者のリベート制度採用の目的・意図が、当該リベート制度がEC条約 82 条の濫用行為に当たるか否かの判断において重要な検討要素であることに間違いはない。しかし、同じく Hoffmann-La Roche 事件において欧州裁判所は、当該事業者が市場支配的地位にあり、それが意図されたものではないにせよ、事実上、取引の相手方に対してその取扱商品の全部または大部分を当該支配的事業者から購入するような要求または強制を行い、取引の相手方を拘束するようリベートを供与している場合には、EC条約 82 条違反となると判示している²¹⁾。

したがって、私見によれば、支配的事業者のリベート制度採用の目的・意図については、リベートの性質・効果を見極める上で重要な検討要素となるが、事実上、当該リベート制度が競争事業者を排除する等の効果を伴っている場合には、当該支配的事業者の目的・意図にかかわらず、EC条約 82 条違反となり得るものと考えられる。

(2) リベート額算定の基礎・基準

British Airways 事件において、支配的事業者である British Airways 社は、航空券の販売

目標を達成した旅行代理店に対して航空券の総売上高を基礎にしてリベート額を算出していた。ここにおいて、目標を達成した場合に「総売上高」に対して高いリベート率が適用される方が、「目標額を超えた売上」についてのみ高いリベート率が適用されるのに比べ、旅行代理店はより強い目標達成意欲をかきたてられることになる。そこで、欧州委員会および欧州裁判所は、本件代理店手数料制度は支配的事業者に対する忠誠度を上げる効果を有するとして、**British Airways** 社の行為はEC条約 82 条の濫用行為にあたるとした。また、同様に、**Michelin II** 事件において欧州裁判所は、**Michelin** 社のリベート制度が、基準となる売上高を「超えた分」についてのみ高いリベート率を適用するのではなく、売上高が一定の基準を超えた場合、高いリベート率が「総売上高」に対して適用される点に着目し、当該リベート制度には支配的事業者に対する忠誠度を上げるような性格があるとして、EC条約 82 条に反するとした²²⁾。

これらの事件から、欧州委員会および欧州裁判所は、目標リベートにおいて、目標を達成した取引先に対して、「目標額を超える売上」を基礎にリベート額を算定する場合よりも、「売上高全体」を基礎にリベート額を算定する場合の方が、取引先事業者に与える影響が大きく、取引先事業者の目標達成意欲も高まり、結果として、支配的事業者に対する忠誠度を高める効果が大きくなり、EC条約 82 条の濫用行為にあたるおそれが大きいと考えていることが伺える。もっとも、取引先事業者の目標達成意欲に関係する最終的なリベートの支払額は、算定の基礎となる売上高およびリベート率によって決定される。

したがって、たとえ算定の基礎が目標額を超えた分の売上高のみを対象として少額であったとしても、リベート率が極端に大きい高い場合には、最終的に支払われるリベート額は高額になる。このように考えれば、結局、最終的には、取引額に対してどの程度のリベート額が支払われているか、そして、かかるリベート額が取引先事業者の経営および取引先選定の決定にどの程度の影響を及ぼすかによって、支配的事業者に対する忠誠度を高める効果を測り、EC条約 82 条の濫用行為該当性が検討されるものとする。

また、欧州委員会および欧州裁判所は、長期間にわたる売上高の合計を基礎にリベート額を算定する場合、当該リベート制度の支配的事業者に対する忠誠度を高める効果は大きくなると評価しているものと考えられる²³⁾。この点、たとえば、**Michelin I** 事件において欧州裁判所は、比較的長期にわたる期間についての売上高を基礎にして割引額を決定する場合、取引先は当該期間の終了間際になると、割引を獲得するために設定された目標額まで当該支配的事業者から商品を購入しようとするプレッシャーを強く受けることになると述べている²⁴⁾。同じリベート率であれば、算定期間が長期（1年など）であろうと短期（3ヶ月など）であろうと、最終的に支払われるリベートの合計額（1年間の合計額など）は同一である。しかし、通常、企業がリベートを用いた販売促進キャンペーン等を行う場合は、期間を限定して実施し、また、取引先事業者に対し次回のキャンペーン実施時期を告知することはほとんどない。

したがって、かかる状況の下において取引先事業者は、次回以降のキャンペーンおよびその際のリベート収入を予測し、長期的な視点から当該キャンペーンに積極的に参加してリベートを獲得するか否かを判断することはできず、当該キャンペーン期間中に、設定された目標売上を達成できなかったことで失われる目先の収益機会に敏感にならざるを得ないのである。そして、リベート額算定の基礎となる期間が長期にわたる場合には、リベートの支払額も大きくなり、取引先事業者はかかるリベートを失うことに敏感にならざるを得ないのである。この点、Michelin II 事件において欧州裁判所は、リベート制度の忠誠度を高める効果は、リベート額算定の対象期間の長さに応じて強くなると述べている²⁵⁾。

もっとも、どの程度が「比較的長期」といえるのかというルールは必ずしも明らかではない²⁶⁾。過去において欧州委員会は、1年以上の期間がリベート額算定の対象期間となっていた場合にもこれを許容していたが²⁷⁾、近年、Michelin II 事件において欧州委員会は、支配的事業者が3ヶ月以上の合理的な期間を超える期間に対してリベートを供与する場合、かかる数量リベートは違法になるとした。しかし、同事件において欧州裁判所は、リベート額算定の期間が3ヶ月を超えてはならないと明示したことはないとして、欧州委員会の判断を否定した²⁸⁾。したがって、欧州委員会および欧州裁判所は、3ヶ月または1年を一つの目安と考えていることが伺えるが、この点についてはいまだ明確な基準は確立されていないといえる。

(3) 排他性の有無・程度

前述のように、リベートの違法性は、当該リベート制度を採用している支配的事業者の目的・意図、リベート額算定の基礎・基準などに鑑み、かかるリベート制度がいかに関取引先事業者の支配的事業者に対する忠誠度を高める効果があるかにより判断されていることが明らかになった。ところで、ここでいう取引先事業者の支配的事業者に対する忠誠度とは、取引先事業者が支配的事業者の競争者である他の供給業者よりも支配的事業者との取引を望む程度であり、いいかえれば、取引先事業者の支配的事業者に対する依存度、あるいは、他の供給業者に対する排他性の程度であるといえる。当該リベートが相手方事業者の取引先（供給元）選択の自由を制限するものであれば、当該リベート制度は、支配的事業者の競争者の事業活動を困難にし、新規事業者の市場参入を阻害することになる。そうすると、市場は固定化し、支配的事業者の市場における支配的地位はより強固なものになってしまうおそれがある。そこで、リベート制度の排他性の有無および程度は、EC条約 82 条の濫用行為該当性に判断における大きな検討要素となってくるのである。

この点、リベートの排他性を強める最も単純な手段は、リベート率を高く設定する、あるいはリベート額算定の基礎となる売上の期間を長期に設定するなどして、リベートの支払額自体を大きくすることである。リベートが極端に高額である場合、取引先事業者にとってリベート収入に対する魅力は高まり、設定された目標の達成意欲も強くなり、結果として、当該支配的事業者に対する依存度および他の供給事業者に対する排他性は強まる。また、当該

商品の取引数量・金額の多寡に応じて累進的に供与されるリベートである累進リベート (progressive rebates)²⁹⁾は、取引先事業者がより高いリベート率の適用を目指して、当該支配的事業者の商品への依存度が高まる傾向が強く、特に排他性が強いとされている。また、British Airways 事件において、British Airways 社が、リベートの支払いの際、旅行代理店が British Airways 社の航空券にかわって他社の航空券を販売していた事実が判明にした場合に厳しい罰則を課していたが、このようにリベート制度に付随して、競争業者に対する排他性を強める措置が採られていた場合には、EC条約 82 条違反となる可能性が高まるものと考えられる。さらに、リベート制度とあわせて低金利での融資等を行うなどして、取引先事業者の経営に対する影響力を強め、これによりリベートの排他性が強められている場合にも EC条約 82 条違反となる可能性が高まるものと考えられる。この点、Suiker Unie 事件において欧州裁判所は、金融面での支援あるいは他の供給業者から商品を購入しないことを条件に供与される忠誠リベートは違法であるとした。また、Michelin II 事件において欧州裁判所は、入会したタイヤ販売事業者が、タイヤの再生を Michelin 社に依頼することを条件に、Michelin 社から投資や社員教育に関する指導を受けることができ、また、Michelin 社の製品・サービスに関する総売上高の 0.75%の範囲で経済的支援を受けることができる Michelin 社の会員制度 (Michelin Friends Club) は、事実上、Michelin 社に再生用タイヤを返却することを強制し、他のタイヤ再生事業者が再生用タイヤを回収することを困難にし、再生タイヤ市場への参入を阻害するものであるとして、EC条約 82 条に違反するものとした³⁰⁾。

なお、リベートの違法性判断において、当該リベート制度が取引先との合意によって実施されているものであるか、単に支配的事業者によって一方的に実施されているものであるか、また、契約等により公の強制が課されているか否かは、重要ではないと考える³¹⁾。この点、確かに、支配的事業者と取引先事業者の間でリベート制度に関して合意・契約がなされていた場合、他の競争業者を排除する等の実効性が高まり、排他性の有無・程度の判断に影響を及ぼすとも考えられる。しかし、取引先事業者は、依然として設定された目標を達成し当該支配的事業者からリベートを受け取るよりも、他の供給業者から安く商品を購入したほうが収益を向上させることができると判断した場合には、そのような行動を選択する自由を有しているのであり、この点において支配的事業者によって一方的に実施されているリベート制度と何ら違いはないのである。したがって、当該リベート制度が EC条約 82 条の濫用行為に当たるか否かは、契約・合意の存否にかかわらず、基本的に制度の内容如何によって判断されるものと考えられる。

(4) 透明性の有無・程度

欧州委員会および欧州裁判所は、リベート制度における透明性の欠如は、取引先事業者に対して、当該支配的事業者の商品購入に関するプレッシャーを強めるとしている。この点、Michelin I 事件において欧州裁判所は、状況によって割引基準や目標額等が変化する

Michelin NV 社の割引制度は、取引先が目標額を達成した場合、あるいは、達成できなかった場合の影響を予測できなくしているとして、透明性の欠如がリベートの違法性判断に影響を及ぼすとした³²⁾。また、Michelin II 事件において欧州裁判所は、流通業者が割引を受けられるか否かについて支配的事業者に裁量の余地が残されている点に着目し、Michelin 社の割引制度は、EC 条約 82 条に違反するとした³³⁾。

この点、確かに、リベート額算定の基礎や基準等が不明確である場合、取引先事業者は、情報不足から支配的事業者と他の供給業者との選択が困難になる。そうすると、結果的にリベート受領の可能性のある支配的事業者を選択する事業者が増えることは容易に予想される。このことから、リベート制度に透明性が欠如している場合には、取引先事業者の支配的事業者に対する依存度が高まり、他の供給事業者に対する排他性が強まると評価することができ、結果として、EC 条約 82 条違反となる可能性は高くなるものと考えられる。具体的には、リベート算定の基礎・基準が取引先事業者に周知されていない場合や、市場支配的事業者がその裁量によって各取引先事業者に対して異なるリベート算定基準を適用する選択的リベートを実施することは、濫用行為にあたり違法とされる可能性が高いといえよう。

(5) 差別性の有無・程度

欧州委員会と欧州裁判所は、リベート制度が、同一の流通段階にある取引先事業者に対して異なるリベートを供与するなど差別的な性質を有している場合、かかる制度を非難する立場を明らかにしている³⁴⁾。

この点、数量リベートや占有率リベートは、常に差別的な効果を伴う。なぜなら、取引先事業者の購入数量あるいは全購入量に占める当該購入商品の割合等に応じて、異なるリベート額を支払うリベート制度においては、結果として、取引先事業者はそれぞれ異なる価格で同一の商品を購入することになるからである³⁵⁾。そして、支配的事業者のリベート制度が差別性を有する場合、当該リベート制度は価格差別行為として、「取引の相手方に対し、同等の給付に関して異なる条件を適用し、その結果競争上相手方に不利益となる」(EC 条約 82 条 (C)) 場合に該当し、濫用行為として違法となる。

価格が差別的であるか否かを判断するためには、まず、異なる価格の設定されている取引が同等の取引 (Equivalent transactions) があるか否かを見極める必要がある。かかる取引の同等性は、取引の対象となっている商品やサービス自体のみならず、取引時期、取引環境等を総合的に判断して決せられる³⁶⁾。

EC 条約 82 条は、「取引の相手方に対し、同等の給付に関して異なる条件を適用し、その結果競争上相手方に不利益 (Competitive disadvantage)」を与えることを濫用行為として禁じている。この点、条文の文言を素直に解釈すれば、支配的事業者がより高い価格で商品等を供給している取引先が競争上不利益を被っている場合、当該価格差は差別的とみなされ、濫用行為として違法となるものとも思われる。しかし、具体的ケースにおいて欧州裁判

所は、支配的事業者から商品を購入している取引先が競争上不利益を被っているか否かについてはあまり注目していない³⁷⁾。この点、Irish Sugar 事件において欧州裁判所は、支配的事業者からより高い価格で商品等を購入している取引先事業者が、常に、同じ支配的事業者からより安く購入している取引先事業者に比べて競争上不利な立場にたたされているとはいえず、また、このような状況を強調した場合、ほとんどの場合はかかる状況に該当してしまうだろうと述べている。

IV. 客観的な正当化

支配的事業者によるリベート制度も、これが客観的に正当化 (Objective justification) されるのであれば、E C条約 82 条違反に問われることはない。この点、British Airways 事件において欧州裁判所は、当該行為が E C条約 82 条違反にあたるか否かは、2 段階に分けて検討する必要があるとした。第一に、当該リベートが、取引先事業者の支配的事業者に対する忠誠度を上げる性格を有しているか否か。第二に、当該リベートが、経済的に正当化され得るものであるか否かである³⁸⁾。すなわち、支配的事業者によるリベート措置が、第一段階で前述した排他性の有無等の検討を通じて、E C条約 82 条の濫用行為に該当すると判断されたとしても、第二段階の検討において当該リベート行為が客観的に正当化されれば、当該行為は E C条約 82 条違反に問われないことになる。この点、Michelin I 事件において欧州裁判所は、当該リベート制度は取引の相手方を差別するものであるとの欧州委員会の認定に対して、Michelin NV 社が同等の取引について取引の相手方によって異なる取引条件を課していることに正当な理由が欠けている点について欧州委員会の立証が不十分であるとして、欧州委員会の認定を取り消している。

もっとも、これまでの欧州委員会および欧州裁判所の判断に鑑みると、支配的事業者がかかる正当化によって E C条約 82 条違反を免れることはかなり困難なものであるといえる³⁹⁾。そこで、以下において、客観的な正当化として支配的事業者から主張されることの多い事由について順次検討していくこととする。

(1) 効率性

リベート制度が、支配的事業者の販売活動における経済性および効率性に適うものであることは一般的に理解されている。この点、British Airways 事件において欧州裁判所は、① 支配的事業者の販売数量を増加させる数量リベートは、必ずしも購入者が他の供給業者から製品を購入することを妨げる効果を有するものではないこと、② もしリベート制度の採用によって商品の販売数量が増加したのであれば、リベートは、当該支配事業者にとって低コストでの販売促進策となり、流通業者にとっても利益獲得の機会になること、③ リベート額が取引先の販売数量に比例して増加するのであれば、かかるリベートは商品役務の供給コスト

に比例した経済的に正当な根拠に基づくものであると認められ、当該リベートが競争事業者の事業活動を阻害するものでない限り、EC条約 82 条に違反するものではないと判示した⁴⁰⁾。

この点、リベートが価格差別に問われた場合、支配的事業者によってなされる最も一般的な主張は、商品やサービスのコスト、あるいは販売地域が異なることを理由に当該価格差を正当化しようとするものである⁴¹⁾。確かに、商品やサービスの製造・販売等のコストが異なる場合に、かかるコスト差に応じて異なる価格を設定することは差別にはあたらない。この点、United Brands 事件⁴²⁾および Tetra Pak II 事件において欧州裁判所は、EC条約 82 条は、支配的事業者が地理的に異なる市場において異なる価格を設定することを防止しようとしたのではないとした⁴³⁾。確かに、地理的に異なる市場において異なる価格を設定しているのであれば、一般に当該取引は同等であるとはいえず、あるいは輸送コスト等に応じて価格差が設けられているのであれば、EC条約 82 条違反に問われることはない。しかし、United Brands 事件において欧州委員会および欧州裁判所は、地理的な価格差別は、ある状況においては支配的事業者の濫用行為を構成しようとした。本件において United Brands 社は、古くからヨーロッパ各国でそれぞれの国の流通業者に対してそれぞれ異なる価格でバナナを販売していたが、欧州委員会は、当該バナナは同じ船に積まれ、同じ港で降ろされ、同じ販売環境で、同じ販売期間に販売されていたことから、当該取引は同等であるとした上で、かかる価格差別行為は支配的事業者の濫用行為にあたり、EC条約 82 条に違反するとした。これは、商品やサービスの製造・販売コストや販売地域が異なることから、同一商品について異なる価格を設定する場合も、一般に、それだけでは価格差を正当化する理由にはならないためと考えられる。なぜなら、たとえば、支配的事業者が地理的に異なる市場において価格差を設けていた場合に、実際に低価格で販売する地域が支配的事業者の商品の生産工場から近く、輸送コストがかからない地域であったとしても、それが安価な国外からの輸入品を輸入しやすい国境付近であり、支配的事業者が輸入品を排除する目的で、形式的には輸送コストの差に応じた割引であるとして当該地域の事業者にリベートを供与して優遇するような場合があるからである (Irish Sugar 事件参照)。

つぎに、リベートが価格差別として問われた場合に、しばしば客観的な正当化の材料として用いられるのが、規模の経済性 (Economies of scale) である。販売数量の多い取引先事業者に対してはより低価格で販売することができるとする規模の経済性⁴⁴⁾について、かかる主張による正当化は認められるとする見解もみられるが⁴⁵⁾、一般に、欧州裁判所はこのような主張はほとんど認めていない⁴⁶⁾。この点、確かに、支配的事業者が規模の経済性による効率が向上したことにより、これに見合ったリベートを供与しているのか、取引先事業者の販売促進活動等への積極的な協力を理由にリベートを供与しているのかを区別することは実際上困難であり、欧州裁判所が規模の経済性による行為の正当化を認めにくいことは理解できる。

さらに、商品の供給先である流通業者の取引段階が異なることを理由に、価格差の客観的

な正当化を試みることも一般的には困難であると考えられる。なぜなら、支配的事業者が関連会社である小売業者を優遇する目的で、当該小売業者に高額のリベートを供与し、小売業者が低価格で商品を販売することを可能にし、結果として、当該商品を取り扱う卸売業者の事業活動を困難にするような場合があるからである。この点、Tetra Pak II 事件において欧州裁判所は、価格差別を行うことによって卸売業者を通じて商品が流通することを防止しようとしていたとして、取引先事業者である流通業者の取引段階が異なることを理由に価格差の客観的な正当化を試みた Tetra Pak 社の主張を退けている。

なお、近時、欧州委員会は、効率性の向上を根拠に客観的な正当化の主張が認められるためには、市場支配的事業者は、①当該効率化が当該行為によって実現された、または、実現され得るものであること、②当該行為が、当該効率化を実現するために不可欠であること、③当該効率化が、消費者の利益となること、④当該製品の補完市場における競争が失われないうことのすべてを証明する必要があることなどを示唆しており⁴⁷⁾、効率性の向上による行為の正当化が容易に認められないことを明らかにした。

(2) 競争業者との競争

一般的に、支配的事業者は、その他の取引先事業者に対して高価格を維持したまま、競争業者から割引等の申し出を受けている特定の取引先事業者に対してのみリベートを供与することも認められている⁴⁸⁾。このような場合に、もし支配的事業者がEC条約 82 条違反に問われた場合、当該支配的事業者はかかるリベート措置は、競争事業者に対抗し競争に適合しようとした結果であるとして、当該行為の客観的な正当化を試みることになる。しかし、Hilti 事件において欧州裁判所は、リベートは、競争業者の釘が出回らないようにするために必要な措置であったとの Hilti 社の主張は、客観的な正当化には当たらないと判示した⁴⁹⁾。また、Irish Sugar 事件および CEWAL 事件⁵⁰⁾において欧州裁判所は、ほぼ市場を独占している企業が、コストを上回る範囲であったとしても、競争業者の設定価格に対抗するために選択的に割引を行うことは、濫用行為にあたるかと判示した⁵¹⁾。

現在のところ、支配的事業者が競争業者に対抗するためにリベート制度を採用・実施したとする主張が、いかなる評価を受けるかは、先行事例からは必ずしも明らかではないが⁵²⁾、Irish Sugar 事件および CEWAL 事件における欧州裁判所の判断から、ほぼ市場を独占しているような市場支配的事業者 (superdominant firm) が、効率的な競争業者の発展を阻害、もしくは市場から排除することを目的に、当該競争業者の価格に対抗するために割引等を行うことは許されないものと考えられる⁵³⁾。この点、従来より、EC条約 82 条が、市場支配的事業者の排他的濫用行為によって、少なくとも市場支配的事業者と同程度に効率的な他の事業者を排除することを問題にするのか、非効率的な事業者の排除も問題にするのか、また、効率とは関係なくできるだけ多数の事業者が市場に存在することがよいと考えるのかについて議論がなされてきた⁵⁴⁾。近時、欧州委員会は、リベートが濫用行為にあたるか否かは、市

場支配的事業者と同等に効率的な競争者が市場支配的事業者のリベート制度に立ち向かうことができるかによって判断するのが原則であるとする立場を示しており⁵⁵⁾、この考え方によれば、ほぼ市場を独占している支配的事業者が、同等に効率的な競争業者が市場から排除または市場への参入を阻害されるようなリベート制度を行うことは、市場における競争を歪める行為として許されないと判断されるものと考えられる。

V. おわりに

これまでのリベートの諸類型に関する検討、リベート制度に対する違法性判断に関する分析を通じて、支配的事業者のリベート行為は、その目的・意図にかかわらず、事実上、取引先事業者の当該支配的事業者に対する忠誠度を高め、他の供給業者を排除する効果が認められるか否かによって濫用行為にあたるかが判断され、かかる行為を客観的に正当化する事由が認められなければ、EC条約 82 条違反とされることが明らかになった。

この点、Hoffmann-La Roche 事件の中で、市場支配的事業者は欧州共同体において「歪められていない競争を侵害する (impair undistorted competition) 行為をしてはならないという特別の責任 (special responsibility)」があるとの考え方が示されていることから分かるように、従来から EC 競争法は、支配的事業者がその支配的地位を行使することによって、競争事業者が排除され、あるいは新規参入が阻害され、市場が固定化することに敏感に対応してきている。なお、近年、支配的地位の中でも「高度の支配的地位 (super-dominance)」を区別して考え、高度の支配的地位を有する事業者は、前述の Hoffmann-La Roche 事件で示された「歪められていない競争を侵害する行為をしてはならないという特別の責任」がより大きくなり、より広範な行為が「濫用」とされる傾向があるとの指摘もなされている⁵⁶⁾。

リベートに対する EC 競争法の厳格な態度の背景には、EC 競争法の「競争」に対する独特の捉え方があると考えられる⁵⁷⁾。EC 競争法は、資本による淘汰から、資本力などから切り離された品質・価格等における商品力に基づく競争である有効競争を維持することをその目的としており、支配的事業者がその資本力によって取引の相手方を囲い込むことを許せば、競争者による品質改善・価格低下などの経営努力は報われず、有効競争は阻害されるのである。この考え方によると、たとえば、結果的に支配的事業者の競争者である他の供給業者から商品の供給を受けないことにさせる忠誠リベート等は、取引の相手方と排他的購入契約を締結する場合と同様に、支配的事業者の資本力による取引先事業者の囲い込みとみなされ、流通業者の自律性を害し有効競争を歪める行為であるとして、濫用行為とされるのである。

米欧に対して、日本のリベートに対する規制態度は、必ずしも明らかではない。この点、流通・取引慣行ガイドラインは、「リベートは、様々な目的のために支払われ、また、価格の一要素として市場の実態に即した価格形成を促進するという側面も有することから、リベ

トの供与自体が直ちに独占禁止法上問題となるものではない」とした上で、①流通業者の事業活動に対する制限の手段としてのリベートは排他条件付取引・再販売価格維持・拘束条件付取引・差別条件に、②占有率リベートや③著しく累進的なリベートは、排他条件付取引・拘束条件付取引・差別条件に、④帳合取引の義務付けとなるようなリベートは、排他条件付取引・拘束条件付取引に該当する可能性があるとしている。本ガイドラインにおいては、一部、本稿で整理したEC競争法上の違法性判断に類似した枠組みが示されており、たとえば、注11においては、「メーカーが供与の基準の不明確なリベートを裁量的に提供する場合、特に、そうした不透明なリベートが流通業者のマージンの大きな割合を占める場合には、流通業者に対してメーカーの販売政策に従わせやすくするという効果を生じ、流通業者の事業活動を制限することとなりやすい」とされ、リベートの法的評価における透明性の観点が示され、また、「市場における有力なメーカーがこのような(著しく累進的な)リベートを供与し、これによって流通業者の競争品の取扱いを制限することとなり、その結果、新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合には、不公正な取引方法に該当し、違法となる」として、排他性の観点が示されている。しかし、本ガイドラインにおいて示されているリベートの類型は、多様なリベート制度の一部にすぎず、また違法性の判断基準も十分に整理されているとは言い難い。さらに、EC競争法のリベート規制に照らして考えてみた場合、日本独占禁止法において、市場における有力な事業者が相手方事業者の取引先選択の自由を制限するようなリベート行為を行った場合には私的独占(同法3条前段)の「支配」行為(同法2条5項)、また、競争者である他の供給業者の事業活動を困難にした場合には「排除」行為に該当するとも考えることができるが、本ガイドラインにおいてかかる検討はなされていない。

これまで、企業間取引において用いられることが多かったリベート制度であるが、現在はIT技術の発達等により不特定多数の一般消費者に対して複雑な算定基準に基づくリベート制度を構築することも可能になってきている。今後、顧客獲得競争の激化に伴ってリベート制度を採用する大手事業者が増加するなど、日米構造協議から15年以上を経て、リベート制度が再び注目を集める可能性は大いにある。リベート制度は、日米構造協議においてはその複雑さや不透明性などから批判の対象となったが、本来は、価格競争の手段を多様化することにより企業間の協調行為を困難にし、価格引下げの誘因にもなり得る行為である⁵⁸⁾。今後、リベート制度に関する法的な判断枠組みが再整備され、明確かつ適切な法運用がなされることにより、リベート制度が競争促進的に活用され、日本市場がより競争的に発展を遂げていくことが期待される。

注

- 1) 公正取引委員会『流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針』中の「第三 リベートの供与」(2007年改正、<http://www.jftc.go.jp/dk/ryutsutorihiki.html>) より引用。なお、リベートにつき、「個々の商品の価格体系とは別に、一定期間の取引(金額、数量、回収高)などを基準とし、継続的な販売の促進を意図して行われる営業利益の分配」であるとする見解もある(上野光平「リベート制度について -小売企業経営の立場から-」公正取引 383号 32頁[1982年]参照)。また、過去の購入に関連して遡及的に払い戻されるリベートは、広義の割引(discount)に含まれるとする見解もある(村上雅博『EC競争法(第二版)』230頁[弘文堂、2001年]参照)。
- 2) リベートとして「ボーナス」を提供する場合も「割引」を行う場合も、法的評価において差異はないと考える。
See e.g. *BPB Industries plc and British Gypsum Limited v. Commission*, [1993] ECR II-389, [1995] ECR I-896, *Michelin II*, OJ 2002 L143/1, *Manufacture Francaise des Pneumatiques Michelin v. Commission*, Case T-203/01, *Virgin/British Airways*, OJ 2000 L30/1, *British Airways plc v. Commission*, Case T-219/99.
- 3) 流通問題研究会「独占禁止政策とリベート制度—流通面からとらえて—」公正取引383号23頁参照。
- 4) 「日米構造問題協議最終報告」(1990年)参照。
- 5) 金子晃「リベートと独禁政策」公正取引 383号 29頁(1982年)参照。
- 6) 泉水文雄・柴田潤子・西村暢史・横手哲二「公益分野における市場支配的地位の濫用に対するEC競争法の適用に関する調査」8頁(競争政策研究センター、2004年、www.jftc.go.jp/cprc/reports/cr0204.pdf)参照。
- 7) *Valentine Korah, An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice* 4, at 97-121 (6th ed. 1997), *Richard Whish, Competition Law*, at 270-278 (3rd ed. 1993).
- 8) 本稿で取り上げるリベートは、過去の判例で取り上げられた代表的な類型であるが、類型化の基準は必ずしも統一されていない。たとえば、忠誠リベートは取引先事業者の支配的事業者に対する忠誠度を上げる「効果」に着目した類型であり、数量リベートはリベートの「算定基準」に着目した類型である。
- 9) *Cooperative Vereniging 'Suiker Unie' UA v. Commission* [1975] ECR 1663, [1976] 1 CMLR295.
- 10) See e.g. *British Airways plc v. Commission*, Case T-219/99, *Soda ash-Solvay*, OJ 2003 L10/10.
- 11) 前掲注(3)24頁参照。
- 12) *BPB Industries plc*, OJ 1989 L10/50 recitals 58-69, 127-129.
- 13) *BPB Industries plc and British Gypsum Ltd. v. Commission* [1993] ECR II-389 at para.71.
- 14) *Soda-ash Solvey*, OJ 1991 L152/21, *Soda-ash ICI*, OJ 1991 L152/40.
- 15) *Virgin/British Airways*, OJ 2000 L30/1, *British Airways plc v. Commission*, Case T-219/99.
- 16) 前掲注(5)50頁参照。
- 17) *British Airways plc v. Commission*, Case T-219/99 at para.272.
- 18) *Supra* note 2, *Michelin II*.
- 19) *Vitamins*, OJ 1976 L223/27 recital 22, *Hoffmann-La Roche & Co. v. Commission* [1979] ECR 461 at para.110.

- 20) European Commission DG Competition, DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, at 44-45, para.151 (2005).
- 21) Hoffmann-La Roche & Co. v. Commission [1979] ECR 461 at para.110, [1979] 3 CMLR 211 at para.89.
- 22) Manufacture Francaise des Pneumatiques Michelin v. Commission, Case T-203/01 para.81.
- 23) Van Bael & Bellis, Competition Law of the European Community, at 925 (Kluwer Law International, 2005).
- 24) NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin v. Commission [1983] ECR 3461 at para.81.
- 25) Supra note 22. at para.85.
- 26) Supra note 23. at 926.
- 27) See e.g. British Gypsum, OJ 1992 C321/9-12, supra note 30.
- 28) Supra note 22. at para.85.
- 29) 前掲注(1)上野 33 頁参照。
- 30) Supra note 22. at paras.220-224.
- 31) See e.g. supra note 29, [1979] 3 CMLR 211. at para.89.
- 32) Supra note 24, [1983] ECR 3461. at para.83.
- 33) Supra note 22. at para.141.
- 34) Supra note 2, British Airways.
- 35) Supra note 21, [1979] ECR 461 at para.90, note 22, at para.65, note 2 British Airways at para.240.
- 36) John Ratliff, Abuse of Dominant Position and Pricing Practices –A Practitioner’s Viewpoint, EUI Conference, at 10-11 (2003).
- 37) Supra note 23. at 917.
- 38) Supra note 2, British Airways. at para.271.
- 39) Supra note 23. at 933.
- 40) Supra note 2, British Airways. at paras.246-247.
- 41) See e.g. AKZO chemie BV v. Commission [1999] ECR II-3359, at paras.119-120, 158-160.
- 42) Chiquita, OJ 1976 L95/1, United Brands Company and United Brands Continental BV v. Commission [1978] ECR 207.
- 43) Tetra Pak International SA v. Commission [1994] ECR II-755 at para.160.
- 44) See e.g. supra note 52. at paras.188-189.
- 45) The Digital Undertaking, reprinted in Dolmans and Pickering, ‘The 1997 Digital Undertaking’, (1998) ECLR 108.
- 46) See e.g. Portuguese Republic v. Commission [2001] ECR I-2613.
- 47) Supra note 20. at 26, 53, paras.84, 172.
- 48) See e.g. supra note 41. at paras.108, 133-137, 156.
- 49) Hilti AG v. Commission [1994] ECR I-667. at paras.115-119.
- 50) Compagnie Maritime Belge v. Commission [2000] ECR I-1365.
- 51) Irish Sugar plc v. Commission [1999] ECR II-2969 at paras.182-186. Id. at para.119.
- 52) 同様に、購買力を有する流通業者の求めに応じて供給業者がリベートを支払った場合の法定評価に

についても明らかでない。Supra note 49. at 2-4.この点、Hoffmann-La Roche 事件において欧州裁判所は、リベートが顧客の要望に基づいて供与されていたとの事実は客観的な正当化にはあたらないとしている。Supra note 21, [1979] ECR 461. at para.89.

53) Supra note 20. at 922.

54) A.Jones & B. Sufirin, EC Competition Law, at 322-323 (2001).

55) Supra note 20. at 20, para.66.

56) 前掲注(6)8 頁参照。

57) 越知保見『欧米独占禁止法の解説』28-29、318 頁（商事法務研究会、2000 年）参照。

58) 三輪芳明『日本の取引慣行 流通と消費者の利益』164 頁（有斐閣、1991 年）参照。

(平成 20 年 9 月 25 日受付、10 月 24 日再受付)