

# 排他性を伴う垂直的行為：シカゴ学派の行き過ぎを糾す

スティーヴン・C・サロップ

安達貴教

名古屋大学大学院経済学研究科

2016年2月23日

# お断り

- 原題は、“Economic Analysis of Exclusionary Vertical Conduct: Where Chicago Has Overshot the Mark”です (Pitofsky編*How the Chicago School Overshot the Mark: The Effect of Conservative Economic Analysis on U.S. Antitrust*, Oxford University Press, 2008年、所収)。
- 本章には邦訳があり(石原敬子・宮田由紀夫訳『アメリカ反トラスト政策論—シカゴ学派をめぐる論争—』晃洋書房)、以下のスライドにおける訳語の選定の際、参考にさせていただきました。
- 以下のスライドにおいては(と言うか、既にタイトルの訳し方からして)、部分的に、サロップ教授が本文中で述べてない事項や主張、あるいは使用していない修辞についても、私が本章を読んで受けた印象や私自身の独自の情報を織り交ぜるという形式で、適宜挿入しています点、ご注意願います。

## はじめに

- Bork (1978)に代表されるシカゴ学派の革命は、排他性を伴う垂直的制限の経済分析とともに始まったと言えよう。
- シカゴ学派の主張：
  - レヴァレッジ(ある市場での支配力を「梃子」にして、他の市場での支配力を獲得しようとする事)
  - フォアクロージャー(市場から競争者を締め出す事)

が「反競争的」とされるのは、根拠がない。

むしろ、排他的な契約を結ばれる際の競争まで考えてあげると、商品・役務における競争と同様、消費者に便益がもたらされる。

## はじめに

- 従って、排他性があるからと言っても、垂直的制限は、競争促進的 (pre-competitive) なのでであり、競争政策当局は、「当然合法」 (per se legal)、あるいはそれに近いスタンスを持つべき。
- この寄稿において、サロップ教授は、経済学的論点にフォーカスし、「ロバート・ボークのようなシカゴ学派の論客が強力に主張した経済学的根拠は、現実をより見据えた広範な視点に立つ経済分析には到底耐えうるようなものではない」という見解を提示する。

## はじめに

- そもそも、レヴァレッジやフォアクロージャーという概念は、シカゴ学派が主張するように無内容なものではない。
- また、「排他的な契約を結ばれる際の競争」を強調することが、排他性を伴う垂直的行為に対する批判を全て乗り越える訳でもない。
- 「同等に効率的な参入者 (Equally Efficient Entrant; **EEE**)」基準のように、略奪的価格設定に基づく分析枠組みは、排他性を伴う垂直的行為を考える際の分析枠組みとして、適当ではない。  
その代わりとなる、より適切な枠組みにおいては、消費者への損害を考慮する「合理の原則」(rule of reason) が適用されることとなる。

# 本章の構成

## ○ 第1節

他者排除行為に関する二つの一般的枠組み：

(1) 略奪的価格設定

(2) ライバル企業のコスト引き上げ

「何故、略奪的価格設定の枠組みが、排他性を伴う垂直的的行為に関する基礎理論として不適當なのか」

## ○ 第2節

反競争的なレヴァレッジに対する批判の際にしばしば依拠される、「独占利潤拡張不能理論」(Single Monopoly Profit Theory; SMP理論)に関して、その適用可能性には限界があることを指摘。

# 本章の構成

- 第3節、第4節

フォアクロジャヤーを反競争的と看做す議論に対して批判的に応酬したり、あるいは、排他的な契約を巡って生じうる競争まで念頭に置いたからといって、これらだけで、垂直的行為の反競争性を払拭できるというものではないことを議論する。

- 第5節

上述の二つの枠組みに関する問題を再び取り上げて、「同等に効率的な参入者;EEE」基準の誤りを指摘。

# 1.(1) 略奪的価格設定と、(2) 反競争的な排除行為としてのライバル企業のコスト引き上げ理論、両者の基本的な差異

## ○ 略奪的価格設定

- 多くの保守的な論者が依拠
- 「略奪的価格販売は通常成功しない」という認識から、  
→ 「垂直的行為の排他性は取るに足らない」と考えがちになる。
- 略奪的価格設定が当てはまらない状況においても、そのような態度を保持しがち。

## ○ 他方、「ライバル企業のコスト引き上げ (Raising Rivals' Costs; RRC)」理論

- 排他性を伴う垂直的行為がもたらす競争上の懸念を明らかにする。
- 上述とは異なる「合理の原則」を提示。



# 1. 略奪的価格設定理論と、RAISING RIVALS' COSTS (RRC) 理論

- 略奪的価格設定のストーリー:

「市場からライバルを追い出すことを目的に、価格をぐっと引き下げ、消耗戦を勝ち抜いて、その後、しれっと価格を引き上げて、独占的な利潤を確保」

## 米最高裁の基準 (Brooke Group 事件)

- (1) 当該行為が原価割れの価格設定だったのかについての判断
- (2) 「埋め合わせ」(独占価格によって、初期の原価割れ分を回収すること)ができたかどうかについての判断

# 1. 略奪的価格設定理論と、RAISING RIVALRS' COSTS (RRC) 理論

- 「ライヴァルのコスト引き上げ」のストーリー：  
「ライヴァルの価格を引き上げさせたり、生産を減らさせることを目的に、ライヴァルのコストを上げる」  
「これによって、排除行為を行っている企業は、競争水準を上回る価格を付け、過大な利潤を得る」  
(Salop & Scheffman (1986, AER))

※ 両者の区分が重要

RRC行動の方が、消費者便益をより一層損ないやすい。

よって、排他的行為に関する競争法的論点は、略奪的価格設定に目を向けるよりも、RRC行動により多くの関心を示すべき。

# 1. 略奪的価格設定理論と、RAISING RIVALRS' COSTS (RRC) 理論

- 「RRC行動の方が、略奪的価格設定よりも、消費者便益をより一層損ないやすい」理由：
  - (1) 将来の「埋め合わせ」を要しない。
  - (2) ライヴァルを敢えて退出まで追い込む必要は無い。
  - (3) 行為者にとっての損失は少ない。  
例えば、ある種の脅しも、ライヴァルのコストを実質的に引き上げるのに十分かも知れない。

# 1. 略奪的価格設定理論と、RAISING RIVALRY COSTS (RRC) 理論

- 「RRC行動の方が、略奪的価格設定よりも、消費者便益をより一層損ないやすい」理由：
  - (4) 略奪的価格設定とは異なり、短期的な消費者便益がもたらされるという訳でもない。
  - (5) RRC行動は、価格カルテルのような側面を伴っていることがある。

# 1. 略奪的価格設定理論と、RAISING RIVALRS' COSTS (RRC) 理論

- 故に、反トラスト法は、**RRC**行動により告発された被告の行動については、略奪的価格設定の場合よりも、より厳しい立証責任基準を適用すべき。
- 「誤った有罪判決 (**False Positive**); 問題が無いにも関わらず違反にしてしまうこと」よりも、「誤った無罪判決 (**False Negative**); 問題があるにも関わらず違反無しにしてしまうこと」をより懸念すべき。

# 1. 略奪的価格設定理論と、RAISING RIVALS' COSTS (RRC) 理論

- そもそも、RRCの考え方は、シカゴ学派の始祖達にルーツがあるのだ！

- Director & Levi (1956)

- Tullock (1967), Posner (1975)

- Bork (1978):

最も効率的な流通システムからライヴァルを締め出すことが持つ反競争的効果について強調していた。

RRCを軽んじるシカゴ学派は、先祖に足を向けて寝る輩と言えよう。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- 垂直的合併 (vertical integration) や抱き合わせ (tying) を反競争的と看做す論者：  
「そういった「統合」によって得た独占力は、梃子のようにして、別の市場における独占力の形成に利用されるだろう」
- 対して、シカゴ学派は、このようなレヴァレッジは生じないだろうと論じる。

例えば、川上が独占だったとすると、川下の企業に対して、独占の卸売価格を付ければ良いだけ。

同様に、抱き合わせる商品役務 (従たる商品役務) の独占者は、抱き合わせられる商品役務 (主たる商品役務) の市場では競争に晒されても、抱き合わせる商品役務 (従たる商品役務) の価格を独占水準にすれば、そもそも抱き合わせに及ぶ必要なし。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

→ 「独占利潤拡張不能 (Single-Monopoly-Profit;  
SMP)」理論:

「独占者は、高々、その市場での独占利潤を「一度  
だけ」得て、他の市場での利潤に影響を与えられない」

「故に、垂直的統合が生じているとしたら、それは効率的  
な動機から生じているに違いない」



## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 数値例:

川上: 独占。投入財を川下に販売。

川下: 完全競争的

川上: 限界費用 = 40ドル

川下: 限界費用 = 10ドル

もし川下が独占になったとすれば、川下の独占価格は  
100ドルであるものとする。

(1) もし、独占企業が川下企業群を垂直統合すると、

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- 数値例:

この場合、川下価格は100ドルになるだろう。

この垂直的に統合された独占者は、 $100 - 40 - 10 = 50$ ドルの利潤を得る。

(2) 次に、川上の独占者が、垂直的統合をせず、川上でだけ独占している状態に留まっているものとする  
と、

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 数値例

川上独占者は、その投入財価格を90ドルとすれば良い。

川上企業が投入財に90ドルを付けると、川下での価格は100ドルになるが、これは、(1)での独占価格と一致。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 別の数値例

企業が、抱き合わせる(従たる)商品役務Aの市場で独占、抱き合わされる(主たる)商品役務Bの市場では完全競争的とする。

商品役務Aの限界費用 = 10ドル

商品役務Bの限界費用 = 50ドル

競争者の商品役務Bの限界費用 = 40ドル

もし両者が完全独占である場合のセット価格 = 100ドルと仮定。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 別の数値例(続)

商品役務AをBに抱き合わせずとも90ドル(=90-10-40)で売る時の利潤(=90-10-40; 商品役務Bは市場から調達)は、抱き合わせをして100ドルで売る時の利潤(=100-10-50; 商品役務Bは自社で内製)と同じ。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- しかし、垂直的合併と抱き合わせに関するこのような経済分析は、政策的含意を導くためのものとしては、過度に単純化されたものでしかない。
- SMP理論の無批判な適用は、レヴァレッジやフォアクロージャーに基づく反トラスト理論をないがしろにする。
- 他者排除行為は多くの状況下で、消費者に害を与えるので、「合理の原則」で考えるべき。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- SMP理論の理論的前提:

- (1) 一つの商品役務市場で独占者
- (2) 二つの商品役務の消費比率は一定
- (3) 全ての消費者は同一の選好
- (4) 統合自体に伴う効率性の改善が無い

- これらの前提が満たされない場合は、統合は競争促進的傾向と反競争的傾向とを併せ持つと考えられる。

- 従って、「当然合法」ではなく、「合理の原則」が適用されるべき。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- 反競争的状况を考えるために、抱き合わせに即した三つの分類

A. 主たる商品役務のみを購入する消費者に対する当該商品役務の販売独占

- **SMP理論**：抱き合わせる商品役務（従たる商品役務）の価格を引き上げ、なおかつ、抱き合わされる商品役務（主たる商品役務）の購入者から全ての独占利潤を吸収。



## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- しかし、「従たる商品役務を買わず、主たる商品役務のみを買うような消費者」もいるとする。
- そうすると、(従たる商品役務の)独占者が抱き合わせを行うことで、主たる商品役務の市場においても、市場支配力を持つようになる。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 理論的前提:

- 主たる商品役務の市場で十分な規模の経済性
  - 主たる商品役務のみを購入する消費者のみに販売する企業の数、十分な競争を保証するだけの数には不十分にしかならないとすると、上のことが言える。
- Whinston (1990, AER)
- Carlton & Waldman (2002, RAND)
- Mathewson & Winter (2002)

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 具体例:

- ある一つの企業がパソコン用OSを独占している状況
- この企業は、携帯電話用OS市場においては、数多くの企業の中の単なる一企業
- 更に、映像再生ソフトもある。
- この映像再生ソフトは、パソコンでも携帯でも使える。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 具体例

SMP理論を単純に当てはめると・・・

パソコン用OSの独占者は、自社の映像再生ソフトと  
(自社の)パソコン用OSとを抱き合わせるという反競争的  
インセンティブを持っていない。

OSの価格を引き上げることによって、独占利潤を吸収  
できるので。

携帯電話のみの購入者には影響を及ぼさない。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### ○ 具体例

しかし、この企業が、自社製の映像再生ソフトを、自社のPC用OSと抱き合わせると・・・

もし、携帯電話用の映像再生ソフト市場が相対的に小規模なら、固定費用を回収できなくて、映像再生ソフト企業が退出。

→ PC用OSの独占者は、このようにして、携帯電話向け映像再生ソフトの市場においても、市場支配力を形成できるようになるだろう。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

### B. 従たる商品役務での独占の維持

- SMP理論：従たる商品役務市場において、独占が崩れないと仮定。
- もしそうでないとすると・・・
- 抱き合わせが無い時、主たる商品役務を生産する企業は、従たる商品役務の市場への参入を試みるかも知れない。
- しかし、従たる商品役務の独占者が抱き合わせを行うことで、参入者は両市場への参入を強いられることになるので、参入障壁として機能する。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

- 先ほどの具体例においては、  
PC用OSの独占者が、抱き合わせによって、映像再生ソフトにおいても独占が実現したと想定する。

このような状況では、PC用OSへの参入は、映像再生ソフトの生産も強いることになり、PC用OSへの参入障壁が高くなる。

今度は、携帯電話用のOSとを抱き合わせることによって、携帯電話用のOSも独占できるようになるだろう。

→ このように抱き合わせは、時間と共に、次々と独占を生み出す術となる。

## 2. 統合、反競争的なレヴァレッジ、及び独占利潤 拡張不能理論

C. 主たる商品役務、もしくは従たる商品役務の販売に  
おける暗黙の協調の促進

D. 従たる商品役務への価格規制逃れ

独占者は主たる商品役務の価格を吊り上げ、消費者に二つの商品役務を一緒に購入するよう強制することによって、この種の規制を回避できる。



### 3. 垂直的統合と、反競争的なフォアクロージャー

- ボーク：垂直的合併からフォアクロージャーは生じうるだろうが、それはサプライヤーとカスタマーとの関係再構築以上のものではないと指摘。
- しかし、フォアクロージャーに対するこのような指摘を無批判に受け入れることは、垂直的合併やその他の排他的な垂直的行為に対して、過度に寛容な見解を導いたり、反競争的な市場閉鎖を懸念した反トラスト事実の陳述に過度に懐疑的な見解を生むことになる。

### 3. 垂直的統合と、反競争的なフォアクロージャー

- 近年の経済分析によれば、「垂直的合併は、実際にフォアクロージャーを生み、特定の状況下で川上もしくは川下で市場支配力を形成する」ことが明らかにされている。
  - Krattemaker & Salop (1986, Yale Law Journal)
  - Rasmussen, Ramseyer & Wiley (1991, AER)
  - Riordan & Salop (1995, Antitrust Law Journal)

### 3. 垂直的統合と、反競争的なフォアクロージャー

- 垂直的合併は、川下市場において市場支配力を形成できる。
  - 合併後、統合企業が川上市場において、川下にある非統合型の競争者との取引を拒絶したり、卸売価格を引き上げるとする。
  - そのような行動は、非統合型の競争者のコストを引き上げるであろう。
  - もし川下市場での統合型企業間、あるいは費用効率的な代替的な供給源を持つ非統合型の企業間での競争が十分に維持されていなければ、川下市場での価格は上昇するかも知れず、消費者は損害を被るであろう。

### 3. 垂直的統合と、反競争的なフォアクロージャー

- 垂直的合併は、また、川上市場においても市場支配力を形成できる。
  - 合併後、統合型企業が川下市場において、非統合型の投入物供給業者からの購入拒絶を決定し、その代わりに、川上部門から必要となる投入物全てを購入し始めたとする。
  - もし統合型企業の川下部門で大きな市場シェアを生み出すようになれば、当企業による購入拒絶が川上市場での競争者を一社あるいはそれ以上当該市場から退出させたり、高費用でニッチにしか営業できないように追い込む結果になるだろう。

### 3. 垂直的統合と、反競争的なフォアクロージャー

- 二重限界性の除去による便益を考慮したとしても、参入の可能性を減退もしくは排除することなどによって、結果として、より高い価格がもたらされるかも知れない。

→ サロップ教授のサーヴェイの後、この話題について考えてみたい。

## 4. 排他的契約を巡る競争

- 近年の反トラスト訴訟において、排他的契約(自社の商品役務のみを取り扱うことを義務付けるような契約)を巡って生じる競争が、反競争的な弊害を阻止するという議論がされてきた。
- しかし、(サロップ教授の見解では)排他的契約を巡る競争によって生み出される抑止力は、支配的企業が存在したり、市場が高度に集中的ならば、過剰に期待されてはならない。

## 4. 排他的契約を巡る競争

- 排他的契約を巡る競争が消費者を保護するという考え方に対して懐疑的であるべき理由：

① 状況によっては、排他的契約を巡る競争は、実質的には存在していないと考えられる。

- 参入者の登場以前の段階での排他的契約の締結といったケース。

## 4. 排他的契約を巡る競争

- 排他的契約を巡る競争が消費者を保護するという考え方に対して懐疑的であるべき理由：

② たとえ排他的契約を巡る競争が生じる場合でも、平等な立場では行われなないかも知れない。

- 既存企業が、もし排他的契約を獲得し、独占を維持できるのであれば、200ドル得られるものとする。
- そして、もし参入者が流通網の独占を崩すならば、参入者と既存企業はそれぞれ70ドル、計140ドルを獲得するものとする。



## 4. 排他的契約を巡る競争

- 参入者にとっての参入価値は、高々70ドル。
- しかし、既存企業にとっては、参入を阻止する排他的契約に対して130ドルの価値を持っている。
- こうして、独占が維持される。
- 参入者にとって参入に不利な立場が、「人為的」に形成されている。

## 4. 排他的契約を巡る競争

- 排他的契約を巡る競争が消費者を保護するという考え方に対して懐疑的であるべき理由：

③ 排他的契約はスイッチングコストを生む。何故かと言うと、供給業者や顧客が、一部の商品役務について、新たな参入者のものを試してみたいという可能性を排除するから。

## 4. 排他的契約を巡る競争

- 排他的契約を巡る競争が消費者を保護するという考え方に対して懐疑的であるべき理由：

④ 排他的契約が、部分的、短期的なものだったとしても、なお、参入者には参入障壁があると感じられる。

- シカゴ学派からの反論：

- 排他的契約は、既存企業にとってもコストとなる以上、排他的競争を巡る競争によって、ある程度までは独占維持が阻止されるのではないか？

## 4. 排他的契約を巡る競争

- しかしながら、その抑止効果は限定的。排他的契約が、部分的、短期的なものだったとしても、反トラスト調査を免れる根拠とはならない。
- 排他的契約は、実質的な競争促進による効率性を生じさせるのか？ そして、これらの便益が最終的に消費者に還元されるのか？
- 個々の流通業者や消費者は、自分の決定が他者に与える影響を考慮しない。他方、支配的企業は、小売業者や消費者に対して、自社以外と取引をしないことの損害を補償しても、依然として、追加的に獲得した支配力で、同業他社よりも利益を得る。

## 4. 排他的契約を巡る競争

- 参入者や、より小規模の競争者が、販路や陳列スペースに対して高値を付けて、独占企業に競り勝つ可能性があるという単純な理由は、反トラスト訴訟での被告の弁護に用いられるべきではない。

- Klein & Wright (2007, J Law Econ)

- Wright (2009, Supreme Court Econ Rev)

“Slotting Contracts”

“Category Management

などのシカゴ学派を念頭に置いているのか？

- 排他的取引は、「当然合法」とすべきではない。

## 5. 効率的でない競争者の排除－同等に効率的な参入者の基準

- 「同等に効率的な参入者 (Equally Efficient Entrant; EEE)」の基準との関係
  - 排除している企業ほど効率的ではない参入者や他の競争者が、反トラスト法の保護を受けるに値するか？
  - **EEE**基準が、垂直的な**RRC**による排除の事例に対して適切かどうか？
- (サロップ教授の見解では) 適切とは言えない。

## 5. 効率的でない競争者の排除－同等に効率的な参入者の基準

### ○ 具体例

- 優れた技術等によって、正当に独占の地位を手に入れた独占者によるリミット・プライシングの設定を考える。
- 独占者の可変費用: 20ドル
- 当初は参入の脅威に直面していなかったため、50ドルの独占価格。
- ここで、可変費用が40ドルの「効率性に劣る」企業による参入の脅威が生じたとしよう。
- 独占者は39ドルという「リミット・プライス」にまで価格を引き下げる。

## 5. 効率的でない競争者の排除－同等に効率的な参入者の基準

### ○ 具体例

- その代わりに、独占者があからさまな**RRC**行動を行い、参入者のコストを50ドルという制限されない独占価格以上に引き上げるとしよう(例えば、52ドル)。
- 結果、参入者は、もはや独占者が課す独占価格50ドルに対する抑止力を持たない。



## 5. 効率的でない競争者の排除－同等に効率的な参入者の基準

### ○ 具体例

- しかし、**EEE**基準では、この**RRC**行動を反トラスト違反に問うことができない。
  - 何故なら、12ドルのコスト上昇自体は、「同等に効率的な潜在的な参入者」(この例では可変費用が20ドルの企業)の参入を妨げるものではないと捉えられるから。
- **EEE**基準は、反競争的行動の抑止という観点から、十分なものではない。

## 5. 効率的でない競争者の排除－同等に効率的な参入者の基準

- より優れた基準は・・・

競争者が同等に効率的であるかどうかに関係なく、競争者のコストを引き上げることで消費者に害を与えるという行動に対して責任を問えるような基準

- この基準は、シカゴ学派の論客全ての見解と食い違うという訳ではない。

- 実際、ボークは、最も効率的な流通経路を競争者が利用するのを阻止することは反競争的であるという立場に立った。