

みずほ銀行インフォシス2015年1月号

「インド競争委員会、自動車メーカー14社に4億ドル超の課徴金を命ずる」

執筆 株式会社サン・アンド・サンズ・コンサルタンツ社長 榎 泰邦

旧聞に属するが、昨年8月インド自動車業界を震撼させる競争委員会 Competition Commission of India、わが国の公正取引委員会に相当)の審判が出た。補修部品およびアフターサービス事業で競争法違反があったとして内外のインド乗用車メーカー14社に対し、総売上額の2%に相当する総額4億ドル超の課徴金が課された。中国当局が日系部品メーカーに対し総額2億ドルの課徴金を課すニュースが流れた直後であっただけに、世界的にも大きな注目を浴びた。以下、同審判書 No.03/2011)およびZEUS法律事務所V.コーリー弁護士メモを参考に取りまとめた。

話しは、2011年にシャムシェール・カタリア Shamsher Kataria)なる個人が、補修部品およびアフターサービス市場で自由な参入を妨げているとしてホンダ、フォルクスワーゲン、フィアットの3社を訴えたことに端を発する。その後、競争委員会の調査で以上の3社に留まらず、自動車業界全体に不正取引慣行が定着しているとして、乗用車メーカー14社が審判の対象となった。ホンダ、マルチ・スズキ、日産、トヨタの日本メーカーも対象となった。念のため日系4社以外の内外10社を列挙すれば、フォルクスワーゲン、フィアット、BMW、フォード、GM、メルセデス・ベンツ、スコダ、タタ自動車、ヒンドスタン自動車、マヒンドラ・マヒンドラとなる。もっとも、話しは決着しておらず、マヒンドラ・マヒンドラが既に上訴を明らかにしているほか、多くの企業が競争委員会の審判に異議を申し立てる見通しである。

1. 訴えのポイントは以下の通りである。

- (1)各メーカーは、その影響力を行使して、系列の修理工場やサービス・ステーションで純正部品の使用を働きかける一方で、純正部品を系列外に出荷せず、アフターサービス市場への独立系業者の自由な参入を妨げている。
- (2)各メーカーは、系列業者以外に対し部品のみならず必要な技術情報や修理用具、ソフトウェアの提供を拒んでいる。自動車技術の高度化に伴い、こうした技術情報の提供なしには実際上、修理が出来ない構造になってきている。
- (3)しかも、系列外へのこうした純正部品の供給拒否、技術情報の提供拒否は個別ケースの域を超え、明らかにメーカーによる統一の方針の下で実施されている。純正部品の多くはOEMサプライヤーによって製造されているが、メーカーからの圧力で、OEMサプライヤーも一体となって自由競争を妨げている。
- (4)かかる不正競争行為により、部品およびアフターサービス価格は明らかに割高となり、消費者の利益を損なっている。

2. これに対し、メーカー側は、系列修理工場やサービス・ステーションに対し純正部品の利用を強制した事実はない、一般市場への純正部品の販売を規制したことはない等々、訴えの論点に逐一反論したが、特に強調したのは、修理、補修を含めたアフターサービスは自動車販売と一体となった事業であり、販売した以上、顧客に対し自動車会社がアフターサービスに責任をもって対応するのは当然であって、不正競争を云々するのは的外れであるとの点であった。

3. さて、競争委員会の判断であるが、反競争行為(わが国の独禁法違反)を構成する、a.特定の関係市場、b.支配的地位、c.不当利用(濫用)の3点につき、以下の通り審判した。

(1)特定の関係市場

アフターサービスは自動車販売と一体化した事業とのメーカー側主張にたいしては、製造/販売から構成される第一次市場とアフターサービスを中心とする第二次市場は相互に独立した市場であると結論づけた。従って、自動車販売の延長としてメーカーがアフターサービスにおいて特別な地位を有する

ことは正当化されず、あくまでもアフターサービス市場において自由競争が確保されているかが問われるとした。

(2) 支配的地位

自動車産業において補修用純正部品はサプライヤーによるOEM供給が実態であることから、競争委員会は、特にOEMサプライヤーにつき検証し、バッテリーやタイヤなどの汎用品を除き、多くの場合、補修用部品は一定のスペックで製造するため他で代替することは出来ず、OEM事業者は部品市場において支配的地位を有している。海外からの調達部品についても実体的にはOEM事業者を通じて契約ディーラーに供給され、自由市場に出回ることはない。また、修理用具や技術情報の提供についても同様である。

(3) 不当利用

市場の実態調査の結果、以下の通り自動車メーカーおよびOEMサプライヤーは補修用部品およびアフターサービス市場において支配的地位を不当利用しているものと判断される。

- ①自動車メーカーが、OEMサプライヤーやディーラーに対し圧力をかけ、部品が自由市場に出回らないようにし、独立系事業者がアフターサービス市場に参入できないように制限している実態がある。
- ②いくつかのケースにおいては、OEMサプライヤーとディーラーは独占供給契約を締結している。また、契約上の明文規定がない場合でも、両者の間では部品を自由市場に供給しないことにつき暗黙の了解が成立している。
- ③海外のサプライヤーについても、部品をOEM事業者以外の業者に供給することはなく、かつ海外サプライヤーの多くはOEM事業者のグループ企業である。
- ④一部の部品が自由市場に出回る例も見受けられたが、多くの場合、修理用具や技術情報がなければ、現実に補修することは出来ず、結局のところ独立系事業者は補修市場への参入を阻害されている。特に、最近のハイテック車種については、このことが当てはまる。
- ⑤以上の取引実態の結果、OEM事業者は部品価格を調達価格よりも大幅に高く設定し、不当な価格設定をしているものと判断される。

(4) 結論

以上から、自動車メーカー14社は、反競争行為によりインド競争法違反を犯していると認定し、過去3年間の平均売上額の2%に相当する額を課徴金として課する。

この2%課徴金は、14社全体で、255億4千万ルピー（米貨約4億2,200万ドル）に上る。このうち、タタ自動車が134.6億ルピー（約2.22億ドル）と最大の課徴金を課せられた。かつてのインド市場では、進出企業にとって競争法や知的財産権関連法が問題になるケースは少なかったが、1991年に始まる経済自由化により市場経済メカニズムが重視されるとともに、ルール適用の厳格化が叫ばれている。今後、進出日系企業にとっても、競争法や知財関連法規の運用につき細心の注意を払うことが求められている。

（2015.1.21記）