

平成26年度における主要な企業結合事例について

平成27年6月10日

公正取引委員会

公正取引委員会は、企業結合審査の透明性を確保し、予見可能性の向上を図る観点から、これまで、企業結合審査における独占禁止法の適用の考え方を「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（以下「企業結合ガイドライン」という。）として策定・公表するとともに、各年度における主要な企業結合事例の審査結果を取りまとめ、公表してきたところである。

平成26年度についても主要な企業結合事例の審査結果及び関連データを公表することとした。

公正取引委員会は、企業結合を計画する会社が、企業結合ガイドラインとともに、今回公表する主要な企業結合事例を併せて活用することを期待している。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局企業結合課

電話 03-3581-3719（直通）

ホームページ <http://www.jftc.go.jp/>

平成26年度における主要な企業結合事例

事例1	佐藤食品工業(株)による(株)きむら食品の包装餅製造販売事業の譲受け	1
事例2	リッジバック アクイジション エルエルシーによるプロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)の事業譲受け	4
事例3	王子ホールディングス(株)による中越パルプ工業(株)の株式取得	10
事例4	ノバルティス アーゲーによるグラクソ・スミスクライン(株)からの事業譲受け	33
事例5	コスモ石油(株), 昭和シェル石油(株), 住友商事(株), 東燃ゼネラル石油(株)等によるLPガス事業の統合	39
事例6	(株)CKサンエツによる日本伸銅(株)の株式取得	46
事例7	ジンマーとバイオメットの統合	52
事例8	(株)KADOKAWA及び(株)ドワンゴによる共同株式移転	68
事例9	マックスバリュ関東(株)と(株)マルエツ及び(株)カスミによる経営統合	74
事例10	(株)東京都民銀行及び(株)八千代銀行による共同株式移転	78
参考1	企業結合規制について	80
参考2	形態別の届出を要する場合の概要及び企業結合審査のフローチャート	81
参考3	最近の株式取得等の届出受理及び審査の状況	83

(注1) 事例の掲載順は、企業結合審査の対象となった製品の日本標準産業分類上の順序による。

(注2) 各事例では、当事会社に関する秘密情報や競争事業者名等を伏せている。

(注3) 各事例に記載している市場シェア、行為後のHHI（ハーフィンダール・ハーシュマン指数をいう。以下同じ。）の水準、行為によるHHIの増分等の計数は、当事会社から提出された資料等に基づいて算出したものを、公正取引委員会において概数として表記している。その際、市場シェアについては、原則として5%単位で表記している。

(注4) 各事例において、水平型企业結合とは、同一の一定の取引分野において競争関係にある会社間の企業結合をいい、垂直型企业結合とは、例えば、メーカーとその商品の販売業者との間の合併など取引段階を異にする会社間の企業結合をいい、混合型企業結合とは、例えば、異業種に属する会社間の合併、一定の取引分野の地理的範囲を異にする会社間の株式保有など水平型企业結合又は垂直型企业結合のいずれにも該当しない企業結合をいう。

事例1 佐藤食品工業(株)による(株)きむら食品の包装餅製造販売事業の譲受け

第1 本件の概要

本件は、包装餅の製造販売業を営む佐藤食品工業株式会社（以下「佐藤食品」という。）が平成26年8月に設立した子会社である宝町食品株式会社（以下、佐藤食品を最終親会社とする企業結合集団を「佐藤食品グループ」という。）が、同じく包装餅の製造販売業を行う株式会社きむら食品（以下「きむら食品」といい、佐藤食品グループと併せて「当事会社」という。）の包装餅の製造及び販売事業を譲り受けることを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第16条である。

第2 一定の取引分野

1 商品の範囲

包装餅は、無菌包装した常温保存可能な餅であり、その形状、厚み、加熱殺菌の有無等により複数の種類が存在するが、それらの成分、味、効能等に大きな差異はなく、各製品間の価格水準の差異も大きくないため、包装餅の種類の間では需要の代替性が認められる。

包装餅のうち、鏡餅については、年末年始の装飾用途という側面が強いため、鏡餅とその他の包装餅との間の需要の代替性は限定的である。しかし、鏡餅は、装飾用の包装容器に包装餅が入れられているものが主流であり、また、鏡餅の包装容器等の製造に特別な設備・技術・工程等は要しない。よって、鏡餅とその他の包装餅の間では供給の代替性が認められる。

したがって、本件では、鏡餅も含めて「包装餅」を商品範囲として画定した。

2 地理的範囲

当事会社は包装餅を日本全国で販売し、需要者も全国の事業者から包装餅を調達している。また、地域により販売されている製品や販売価格が異なるといった事情も認められない。

したがって、本件では、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の市場シェアは約40%（第1位）、HHIの増分は約750となることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における包装餅の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約25%
2	佐藤食品グループ	約25%
3	きむら食品	約15%
4	B社	約10%
5	その他	約25%
合計		100%

2 競争の状況

包装餅の製造販売分野には、A社及びB社が有力な競争事業者として存在する。また、A社及びB社以外にも、一定規模の競争事業者が多数存在し、これらの競争事業者の中には、大手流通事業者のプライベートブランド商品（以下「PB商品」という。）を生産している者も複数存在する。さらに、近年、PB商品の売上げが拡大しており、こうした競争事業者は、当事会社に対する十分な競争圧力になると認められる。

3 競争事業者の供給余力

有力な競争事業者の中には、供給余力を一定程度有する事業者が存在する。

4 需要者からの競争圧力

包装餅の主な販売チャネルは量販店であり、当事会社の主な販売先は、当事会社よりも規模の大きい大手商社や大手量販店である。量販店は、包装餅を含め、価格・品ぞろえ等について激しい競争にさらされており、集客力の高い商品をより安く購入する必要に迫られている。こうしたところ、包装餅は、需要期が年末から年明けに偏っているほか、日本人のライフスタイルの変化により餅を食する機会が若い世代を中心に減少してきており、量販店にとって必ずしも魅力的な商品とはいえない。また、当事会社の包装餅は他社の包装餅に容易に代替できるとする量販店も存在し、近年では、PB商品の売上げも拡大している。こうした事情から、当事会社の販売先は強い価格交渉力を有しており、需要者からの価格引下げ圧力は強いと考えられる。

したがって、需要者からの競争圧力が働いていると認められる。

5 きむら食品の経営状況

きむら食品は、本件審査当時、民事再生手続中であり、包装餅の需要期である冬場・年末商戦に向けた原材料の仕入れ・生産及び販売活動が本格化する時期に当たり、第三者の支援がなければ、追加の資金融資を受けることができず、原材料の仕入れ自体ができなくなる状況にあった。

したがって、他の包装餅製造販売事業者と比較して、本件審査当時のきむら食品の事業能力は限定的であったと考えられる。

第4 結論

以上から、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例2 リッジバック アクイジション エルエルシーによるプロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)の事業譲受け

第1 本件の概要

本件は、ペットフードの製造販売業を営むマースインコーポレイテッド（本社米国。以下「マース」という。また、マースを最終親会社とする企業結合集団を「マースグループ」という。）が設立した子会社であるリッジバック アクイジション エルエルシー（本社米国）が、ペットフードの製造販売業を営むプロクター・アンド・ギャンブル（本社米国）の日本法人であるプロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社（以下「P&G」といい、マースグループと併せて「当事会社」という。）から、同社の日本国内におけるペットフードの販売事業の全部を譲り受けることを計画したものである。関係法条は独占禁止法第16条である。

第2 一定の取引分野の画定

1 商品の範囲

(1) ペットフードの一般的な分類

ペットフードは、一般的に、ドッグフードとキャットフードに大別される。また、それぞれについて、形状の相違によりドライタイプとウェットタイプに分けられ、さらに、価格帯や用途等により一般的な製品（以下「一般製品」という。）とプレミアムフードと療法食に大別できる。ただし、プレミアムフード及び療法食は、いずれもドライタイプが多く、ドライタイプとウェットタイプで一般製品ほどの相違はない。

(2) 商品の範囲の画定

犬又は猫が健康的に成長するために必要とする栄養素や栄養量はそれぞれ異なるほか、犬と猫の味に対する嗜好の差も存在する。ペットフードメーカーは、これらの違いを考慮し、ドッグフードとキャットフードをそれぞれ別個に開発・商品化して販売しており、消費者もドッグフードとキャットフードを買い分けている。

ドライタイプとは、カロリーが高く、効率よく栄養を摂取できるという特徴のある製品であり、一般的に大袋等の大きな単位で販売されており、単価も安い。一方、ウェットタイプとは、水分量を多く含んでおり、風味が良く食べやすいという特徴のある製品であり、一般的に缶詰や袋詰等の小さな単位で販売されており、単価も割高である。このため、消費者は、ドライタイプを主食として、ウェットタイプを副食として、両者を買分けしている傾向にある。

プレミアムフードとは、一般製品と比して高品質な原材料を使用した高価格帯の高級品・嗜好品であり、ペットフードメーカーは、他の製品と差別化して開発・商

品化して販売している。他方、消費者は、価格・品質等を考慮し、その時々嗜好等に応じて一般製品又はプレミアムフードを代替的に選択している傾向にある。

療法食とは、犬又は猫の特定の疾患に対して、その疾患の症状に合わせて栄養素を調整することにより症状の改善を促す商品であり、ペットフードメーカーは、他の製品と差別化して開発・商品化し、主に動物病院等において販売している。ただし、療法食は医薬品ではなく、製造販売に係る許認可等や表示上の規制等もない。このため、ペットフードメーカーは、独自の判断基準で療法食と表した製品を開発・商品化して販売している。消費者は、療法食の特別な効能等に注目し、療法食とその他の製品を買い分けている傾向にある。

また、ドライタイプとウェットタイプとでは、製造設備が異なるため、相互の供給の代替性はほとんどない。

したがって、本件では、下表のとおり分類し、それぞれについて商品範囲を画定した。

当事会社は、下表の取引分野の全てにおいて競合しているところ、以下では、下表のうち水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しないドッグフードのドライタイプ（以下「ドライドッグフード」という。）及びドッグフードの療法食（以下「犬用療法食」という。）について検討を行う。

【本件における取引分野と当事会社の競合関係】

	ドライタイプ	ウェットタイプ	療法食
ドッグフード	●		●
キャットフード			

(注) ●は、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない取引分野である。

2 地理的範囲

前記1で画定した各商品については、一般的に地理的な限定なく日本全国で取引が行われており、当事会社も共に日本全国を営業区域としている。また、地域により販売価格が異なるといった事情も認められない。

したがって、本件では、前記1で画定した商品範囲のいずれについても、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 ドライドッグフード

(1) 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の合算シェア・順位は約40%・第1位となる。また、本件行為により、HHIは約2,400、HHIの増分は約650であり、水平型企业

結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年のドライドッグフードの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	マースグループ	約30%
2	A社	約25%
3	B社	約10%
4	P&G	約10%
5	C社	約5%
	その他	約20%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

当事会社以外に、有力な競争事業者として、市場シェア約25%を有するA社及び市場シェア約10%を有するB社が存在するほか、数十社の競争事業者が存在する。

また、各競争事業者が十分な供給余力を有するとまではいえないものの、有力な競争事業者であるA社及びB社は一定の供給余力を有している。

(3) 輸入圧力

日本で流通しているドライドッグフードの多くは、海外の工場において、外国で流通している製品と同じ原材料・製造設備で製造されている。日本で流通しているドライドッグフードと外国製品は一般的にパッケージが異なるのみであるため、パッケージを変更すれば容易に日本向け製品を製造することができる。また、日本国内にペットフードを輸入するには、「愛がん動物用飼料の安全性の獲得に関する法律」（平成20年法律第83号。以下「ペットフード安全法」という。）に基づき、事前に農林水産大臣及び環境大臣に届出を行う必要があるものの、これが制度上の輸入障壁になるとは認められない。また、ドライドッグフードの中には関税が課される製品があるが、関税率自体が低い上、関税の対象となる製品はほとんどない。さらに、通常船便で輸送されるため、販売価格に占める輸送コストの割合は僅少である。

その他の制度上又は実態上の輸入障壁もほとんどないため、外国製品の製造販売業者が日本市場に参入することは比較的容易である。実際に、最近新たに日本市場に参入した外国事業者やこれから日本市場に参入しようとする外国事業者も存在する。

したがって、一定の輸入圧力が認められる。

(4) 参入圧力

ペットフードの製造販売業を開始するためには、ペットフード安全法に基づき農林水産大臣及び環境大臣への届出が必要になるものの、これが制度上の参入障壁になるとは認められない。また、ドライドッグフードを製造するためには専用設備が必要になるが、投資規模は1億円ないし10億円程度であり、一般的に3年ないし4年程度で回収できる金額であるとされている。その他の制度上又は実態上の参入障壁もほとんどないため、他の事業者が参入することは比較的容易である。実際にも、最近新たにドライドッグフード製造販売業に参入した事業者が存在する。

したがって、一定の参入圧力が認められる。

(5) 小括

以上から、本件行為により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、ドライドッグフードの取引分野における競争が実質的に制限されることとはならないと認められる。

2 犬用療法食

(1) 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の合算シェア・順位は約55%・第1位となる。また、本件行為によりのHHIは約4,500、HHIの増分は約300であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成26年における犬用療法食の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	マースグループ	約50%
2	A社	約40%
3	P&G	約5%
	その他	約5%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

当事会社以外に、有力な競争事業者として、市場シェア約40%を有するA社が存在するほか、競争事業者が5社以上存在する。

また、各競争事業者が十分な供給余力を有するとまではいえないものの、有力な競争事業者であるA社は一定の供給余力を有している。

(3) 輸入圧力

ドッグフードのドライタイプと同様、犬用療法食については制度上又は実態上の輸入障壁はほとんどなく、外国製品の製造販売業者が日本市場に参入することは比較的容易である。実際にも、最近新たに犬用療法食について日本市場に参入した外国事業者やこれから日本市場に参入しようとする外国事業者が存在する。

したがって、一定の輸入圧力が認められる。

(4) 参入圧力

ドッグフードのドライタイプと同様、犬用療法食の製造販売業を開始するためには、ペットフード安全法に基づき農林水産大臣及び環境大臣への届出が必要になるものの、表示等を含め、その他の制度上の規制はない。また、犬用療法食は一般製品と同様の製造設備で製造することが可能であるほか、特定の疾患の症状に効果のある成分、栄養素、配合率等については一般に研究成果が公表されており、それらの公表成果等を基に犬用療法食の製品開発や製造を行うことは十分可能である。特に、既存のドッグフードの製造販売業者であれば、犬用療法食を製造することは比較的容易と認められる。実際にも、最近新たに犬用療法食の製造販売事業に参入した事業者やこれから参入しようとする事業者が存在する。

さらに、療法食の市場規模は年々拡大しており、高価格帯の製品が多く他の製品と比べて高い利益率を確保できる可能性が高いなど、参入のインセンティブは比較的大きいと認められる。

したがって、一定の参入圧力が認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

前記第2の1(2)のとおり、療法食は主に動物病院等で販売されているが、最近ではインターネットやペットショップを併設した大型量販店等でも療法食が販売されるようになってきていることから、これらのチャネルにおける販売価格を比較してより安いところから購入する消費者も増加している。ペットフード製造販売業者に比して大型量販店は強い交渉力を有しているほか、動物病院等も、需要者を他のチャネルに奪われないようにするため、卸売業者等に対して犬用療法食の価格を下げるよう強く要求していることから、需要者は、当事会社による価格の引上げを牽制することが可能であると考えられる。

したがって、需要者からの競争圧力が一定程度働いているものと認められる。

(6) 小括

以上から、本件行為により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、犬用療法食の取引分野における競争が実質的に制限されることとはならない

と認められる。

第4 結論

以上のとおり、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例3 王子ホールディングス(株)による中越パルプ工業(株)の株式取得

第1 当事会社

王子ホールディングス株式会社（以下「王子ホールディングス」という。）は、傘下に紙・パルプ製品の製造販売業等を営む会社を有する持株会社である（以下、王子ホールディングス及び同社と既に結合関係が形成されている会社を「王子グループ」という。）。

中越パルプ工業株式会社（以下「中越パルプ工業」という。）は、紙・パルプ製品の製造販売業を営む会社である（以下、中越パルプ工業及び同社と既に結合関係が形成されている会社を「中越パルプ工業グループ」という。）。

以下、王子グループと中越パルプ工業グループを併せて「当事会社」という。

第2 本件の概要及び関係法条

本件は、王子ホールディングスが、中越パルプ工業の株式を取得し、議決権の20.9%を取得することを計画しているものである。

関係法条は独占禁止法第10条である。

第3 本件審査の経緯及び審査結果の概要

1 本件審査の経緯

当事会社は、平成26年10月以降、本件株式取得が競争を実質的に制限することとはならないと考える旨の意見書及び資料を自主的に公正取引委員会に提出し、当委員会は、当事会社の求めに応じて、当事会社との間で数次にわたり会合を持った。その後、同年11月4日に届出会社から、独占禁止法の規定に基づき本件株式取得の届出書が提出されたので、当委員会はこれを受理し、第1次審査を開始した。当委員会は、前記届出書その他の当事会社から提出された資料等を踏まえつつ、第1次審査を進めた結果、より詳細な審査が必要であると認められたことから、同年12月3日に届出会社に対し報告等の要請を行い、第2次審査を開始するとともに、同日、第2次審査を開始したこと及び第三者からの意見書を受け付けることを公表した。

第2次審査において、当委員会は、当事会社の求めに応じて、当事会社との間で数次にわたり会合を持った。また、届出会社から順次提出された報告等のほか、需要者、流通業者、競争事業者等に対するヒアリング及び書面調査の結果等を踏まえて、本件株式取得が競争に与える影響について審査を進めた。

なお、届出会社に対する報告等の要請については、平成27年2月25日に提出された報告等をもって、全ての報告等が提出された。

2 審査結果の概要

当委員会は、当事会社が競合又は取引関係に立つ約35の取引分野について審査を行い、そのうち^{うすよう}薄葉印刷紙、アート紙、^{じゅうたいようりょうざら}裏カーボン原紙、^{じゅうたいようりょうざら}重袋用両更クラフト紙、特殊両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙の各分野については当事会社が当委員会に申し出た問題解消措置を前提とすれば、本件株式取得が競争を実質的に制限することとはならないと判断した。前記各分野に関する各審査結果は、後記第6から第11のとおりである。

前記以外の取引分野については、いずれも、本件株式取得により競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 本件株式取得による結合関係についての検討

王子グループは、現在、中越パルプ工業の議決権10%弱を保有しているところ、本件株式取得の結果、同議決権の20%超を保有することとなり、議決権保有比率の順位は単独で第1位となるので、王子グループと中越パルプ工業の間には結合関係が形成される。

当事会社は、本件株式取得の目的は中越パルプ工業グループの経営方針の支配ではないこと、議決権保有比率の増加分が限定的であること、役員兼任による影響は限定的であること等を理由に、当事会社間で形成される結合関係の程度は強くない旨主張している。当事会社の主張する事実関係のみであれば、当事会社の結合関係の程度は必ずしも強くないものと考えられる。

しかし、王子ホールディングスは、本件株式取得の目的として、中越パルプ工業を王子ホールディングスの会計上の持分法適用会社とすることにより、中越パルプ工業が王子グループの一員であることを鮮明にすることを挙げていること、また、当事会社は、本件株式取得を契機として、事業提携を実施することを計画していることから、本件株式取得によって形成される当事会社間の結合関係の程度は、必ずしも弱いものではないと判断した。

第5 製紙業界の概観

1 市場規模

紙・板紙の国内需要量は、平成12年をピークにその後3000万トン台で推移していたが、リーマン・ショック後の平成21年に約2800万トンまで大幅に落ち込み、それ以降は約2700から2800万トン台で推移している。

このうち紙の国内需要量についてみると、1900万トン台であった平成18年をピークに、人口減少、電子化などの影響を受けて減少傾向にあり、平成26年には1600万トンを下回っている。

2 主要な製紙業者の供給余力

紙・板紙の生産における中心的設備は、パルプから紙を抄く機械である抄紙機である。抄紙機には様々な種類がある。通常は一つの抄紙機で複数の品種の紙・板紙を生産しているが、一方で、抄紙機の種類によって生産可能な品種は限定される。

主要な製紙業者の供給余力の状況を見ると、王子グループの供給余力は一定程度存在するが、競争事業者各社は総じて供給余力がない。

3 商流

紙・板紙は製紙業者から代理店や卸商を通じて販売される。

このうち「代理店」は、紙の流通を専門に扱う卸売販売業者であって、主に大口需要者や、後述する卸商向けに販売している。代理店は通常複数の製紙業者の紙を取り扱っている。

他方、「卸商」は、主に中小口需要者向けに販売する流通業者であり、製紙業者から紙を直接調達することは少なく、代理店経由で調達した上で需要者に販売する。卸商には、代理店に比較すると事業規模の小さい事業者が多い。

4 紙・板紙の価格状況と協調的行動

(1) 製紙業者による一斉値上げ

製紙業者は、紙・板紙の値上げを行う場合には、値上げの旨、希望する値上げ幅及び出荷時期を公表する。これを受けて、代理店は川下事業者（卸商、最終需要者等）と交渉を行う。

製紙業者の値上げ公表は、いずれの品種についても、大手製紙業者間でほぼ同時期に一斉に行われること並びに値上げ幅及び値上げ時期がほぼ同一であることが特徴的である。ただし、製紙業者の公表したとおりに値上げが実現しているわけではなく、前述の交渉の結果、値上げ幅は当初の公表内容より縮減され、かつ値上げ時期も数か月後ろ倒しになっていることが多い。

(2) 検討

前記(1)のとおり、製紙業者間では、一斉にほぼ同内容の値上げを表明し、引き続いて各社が値上げに向けた既存の取引先との交渉を開始するという協調的行動がみられる。このような慣行は長期間にわたり行われているものと考えられる。

「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（平成16年5月31日公正取引委員会。以下「企業結合ガイドライン」という。）は、水平型企業結合における協調的行動による競争の実質的制限の検討に当たり勘案すべき判断要素を列挙しているところ（企業結合ガイドライン第4の3）、その判断要素に照らすと、本件においては以下の事情が認められる。

- ① 当事会社が競合している取引分野においては、後記第6以下で詳述するとおり、当該一定の取引分野における競争事業者の数が少ないか、少数の有力な事業者に市場シェアが集中している状況がみられるものが複数存在する。
- ② 製紙業者各社の供給余力についてみると、供給余力は総じて限定的であるが、王子グループの供給余力は一定程度存在する。

供給余力の多寡は、競争事業者と協調的行動を採る誘因の大小に影響する要素となり得る。他方で、これまでの製紙業者の企業行動をみると、供給余力の如何にかかわらず、価格引上げは各社そろってほぼ一斉に行われており、他社の値上げの機会を利用して取引量を拡大しようとするような行動はほとんどみられない。すなわち、仮に製紙業者に供給余力があったとしても、そのような供給余力を活用して、価格を引き下げて市場シェアを拡大し、競争事業者の市場シェアを奪うという行動はこれまでほとんどみられないところ、本件株式取得によって寡占度が一層高まった市場において、取引量を拡大しようとするような行動がこれまで以上に採られるようになるとは考えられない。
- ③ 代理店は複数の製紙業者の商品を取り扱っていることから、製紙業者は代理店を通じて他社商品の販売価格に関する情報を入手することが可能な状況が認められる。
- ④ 製紙業界は需要が縮小傾向にあるものの、需要の変動は大きくない。また技術革新が頻繁又は商品のライフサイクルが短いといった事情も存在しないので、これらの要因から競争事業者と協調的な行動が採られにくいと判断することはできない。
- ⑤ 製紙業者各社は、ほぼ同時期に値上げを表明しており、しかもその内容はほぼ同一であって、かつこのような慣行が長期間にわたり継続的に行われている。この点、製紙業者が公表したとおりに値上げを実現できていない状況が認められるが、これは個別の交渉の結果にすぎないと考えられる。

そして、王子グループは国内製紙業界における二大グループの一つであり、複数の品種において高い市場シェアを有していること、及び当事会社間に本件株式取得によって結合関係が形成され、前記第4のとおり当該結合関係の程度は必ずしも弱いものではないと判断されることから、少なくとも後記第6以降において検討した各一定の取引分野については、本件株式取得により当事会社及び競争事業者による協調的行動がより採られやすくなると考えられる。

第6 薄葉印刷紙

1 概要

薄葉印刷紙は、辞書などのページ数の多い書籍や保険約款等に用いられる、極薄の非

塗工印刷用紙の総称である。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

薄葉印刷紙は、辞書などのページ数の多い書籍等に用途が絞られるため、他の品種との間で十分に代替的に使用されている状況にない。

供給の代替性について、当事会社は、薄葉印刷紙を含む非塗工印刷用紙等は、いずれも同じ製造設備で製造可能と主張するが、実際には、同じ抄紙機で薄葉印刷紙と他の非塗工印刷用紙が生産されている事例は多くはないため、薄葉印刷紙と他の非塗工印刷用紙の間には供給の代替性は必ずしも認められないと考えられる。仮に供給の代替性が認められるとしても、これらの品種間において供給者の構成が一致しているわけではなく、供給者の市場シェアも相当程度異なっているため、この点のみをもって、一定の取引分野の商品範囲を薄葉印刷紙を含む非塗工印刷用紙等とすることは必ずしも適切ではないと考えられる。そこで、本件では、「薄葉印刷紙」を商品範囲として画定した。

なお、薄葉印刷紙と裏カーボン原紙との間の代替性については後記第8のとおりである。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から薄葉印刷紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約4,500、当事会社の合算市場シェア・順位は約60%・第1位、HHIの増分は約800であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における薄葉印刷紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約50%
2	A社	約35%
3	B社	5-10%
4	中越パルプ工業グループ	5-10%

順位	会社名	市場シェア
5	C社	0－5%
	輸入	0－5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア約35%を有するA社が存在する。

競争事業者の供給余力は一定程度存在するが、前記第5の4記載のとおり、これまでの製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社が価格を引き上げたときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できない。

(2) 輸入

薄葉印刷紙について、輸入紙の割合は限定的である。円高基調のために印刷・情報用紙の輸入量がピークを迎えた平成24年においてさえ、国内出荷量に占める輸入品のシェアが4%未満にとどまっていたこと及び現状においても輸入が増えている状況にはないことに鑑みれば、仮に今後当事会社が価格を引き上げることにより国内価格が上昇したとしても、輸入量が大幅に増加するとは考え難い。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 隣接市場からの競争圧力

薄葉印刷紙が使用される用途のうち、保険の約款等の用途においては、薄い上級印刷紙や微塗工印刷用紙に切り替えられた事例があるものの、辞書などのページ数の多い書籍等の用途においては、他の品種が代替的に使用されることはほとんどなく、隣接市場からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、薄葉印刷紙の市場は縮小傾向にあること等の事情から、薄葉印刷紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

この点、印刷・情報用紙全般については、商業印刷（チラシ、カタログ、パンフレット等）と出版の両分野において、取引先変更の容易性、取引数量等を背景とした需要者からの競争圧力が一定程度働いているとも考えられる。

しかしながら、薄葉印刷紙については、極めて限定された用途に使用されること等から、主要な流通業者等は、薄葉印刷紙の需要者が価格交渉力を有しているとは認識していない。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、国内の薄葉印刷紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約60%となる。約35%の市場シェアを有するA社が有力な競争事業者として存在するものの、輸入圧力が認められないことに加えて、隣接市場からの競争圧力が十分に働いているとは認められないこと、需要者からの競争圧力も限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社が単独で又は競争事業者との協調的行動によって、薄葉印刷紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなると認められる。

第7 アート紙

1 概要

アート紙とは、紙の表面に印刷の発色を良くするために塗料を塗布した紙（以下「塗工紙等」という。）の一種であり、カタログ、雑誌の表紙等に用いられる。

塗工紙等には、アート紙の他にコート紙、軽量コート紙、微塗工印刷用紙等が含まれる。これらは塗料の塗工量と原紙の紙質によって区別されるところ、アート紙は塗料の塗工量が多く、また、原紙に上質紙を使用している。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

塗工紙等の間においては、特にアート紙と上質コート紙といった隣接する品種間に一定程度の需要の代替性が認められるものの、各品種がそれぞれ別個の独立した商品として流通業者や需要者に認識されている実態や、アート紙と上質コート紙の間の価格差が小さくないこと、経済分析の結果、両者の価格間の相関関係¹が弱く価格比の定常性²も認められないことから、アート紙と上質コート紙の間の需要の代替性は限定的と評価できる。

他方、塗工紙等は、標準的な塗工紙用抄紙機の生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することが可能であるため、塗工紙等の間には一定の供給の代替性があると考えられる。しかし、塗工紙等のうちの各品種間において供給者の構成が一致しているわけではなく、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっているため、この点のみをもって、一定の取引分野の商品範囲を塗工紙等として画定する

¹ 相関関係とは、相関係数で記述される2変数間の関係である。相関係数は-1から1の間を取り、絶対値が1に近いほど強い連動性がある。

² 定常性とは、ある系列が、ある時点において一定水準から乖離しても、時間の経過とともに一定水準へ復帰する性質である。

ことは必ずしも適切ではないと考えられる。そこで、本件では、流通業者や需要者がアート紙を別個の独立した商品として認識している実態等を踏まえ、「アート紙」を商品範囲として画定した。

なお、アート紙以外の塗工紙等については、隣接市場からの競争圧力又は参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者からアート紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約6,100、当事会社の合算市場シェア・順位は約75%・第1位、HHIの増分は約1,100であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年におけるアート紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約70%
2	D社	約20%
3	中越パルプ工業グループ	5-10%
	その他	0-5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア約20%を有するD社が存在するが、D社のアート紙に関する供給余力はほとんどない。

(2) 輸入

流通業者に対する書面調査等の結果によれば、アート紙について、現状において輸入が増えている状況はみられない。また、近年では輸入紙全般の品質の向上がみられるものの、高級品のカタログや美術書等に使用されるアート紙については、品質上の要求水準が高く、輸入品が代替的に選択されている状況はみられないことから、仮に今後当事会社が価格を引き上げることにより国内価格が上昇したとしても、アート紙

の輸入量が大幅に増加するとは考え難い³。
したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

当事会社によれば、アート紙は、その他の塗工紙等の生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することが可能とのことであり、これらの品種の生産をアート紙の生産に切り替えることは可能であると考えられる。しかし、前記(1)イのとおり競争事業者の供給余力は十分ではなく、また、国内のアート紙の需要が長期的な減少傾向にあり、市場規模の縮小傾向が続いているため、積極的にアート紙の生産に切り替えるインセンティブも乏しいと考えられる。

したがって、アート紙以外の塗工紙等が、アート紙市場に対する参入圧力として働いているとは認められない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

アート紙は、ポスター、カタログ、パンフレット、カレンダー等の商業印刷用途や、写真集、美術書等の出版用途において使用され、塗料の塗工量は少ないもののより安価な上質コート紙との間で、その用途が共通している。また、アート紙から上質コート紙への切替えが行われた事例も見受けられる。

しかしながら、前記2(1)のとおり、アート紙と上質コート紙の間には小さくない価格差が存在することに加え、経済分析の結果、両者の価格間の相関関係は弱く、価格比の定常性も認められなかったことから、隣接市場からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

当事会社は、アート紙の販売先として大手印刷業者が相当の割合を占めること等の事情から、アート紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

この点、印刷・情報用紙全般については、商業印刷と出版の両分野において、取引先変更の容易性、取引数量等を背景とした需要者からの競争圧力が一定程度働いているとも考えられる。

しかし、アート紙については、需要者の取引単位が小さいこと等から、主要な流通

³ 貿易統計上、アート紙単独としてのデータは存在せず、アート紙、上質コート紙及び軽量コート紙を一括りにした商品分類（以下、当該商品分類を「上質コート紙等」という。）としてのデータが存在する。同データを用いて、上質コート紙等の輸入に関して経済分析を行ったところ、上質コート紙等の輸入増加に伴って、国内で生産されるアート紙の販売量が減るような傾向は見出されなかったことから、両者の間に代替的な関係は確認できなかった。よって、経済分析の結果は、上質コート紙等の輸入が、国内で生産されるアート紙に対して有意な競争圧力を発揮していることを示唆するものとはなっていない。

業者等はアート紙の需要者が価格交渉力を有しているとは認識していない。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、国内のアート紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約75%となり、約20%の市場シェアを有する有力な競争事業者が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、隣接市場からの競争圧力及び需要者からの競争圧力も限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社が単独で又は競争事業者との協調的行動によって、アート紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなると認められる。

第8 裏カーボン原紙

1 概要

裏カーボン原紙は、複写のためのカーボンを裏面に塗布することにより裏カーボンペーパーを製造する用途において使用される原紙である。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

裏カーボン原紙は、裏カーボンペーパー専用で作られた紙であり、他の品種との間で代替的に使用されることは想定されていない。

この点、当事会社は、裏カーボン原紙は薄葉印刷紙との間で紙質に大きな差異はないと述べているが、競争事業者及び流通業者に対する書面調査においては、薄葉印刷紙を裏カーボン原紙と代替的に使用することは紙の適性上困難である旨の見解が示されていることから、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙との間で需要の代替性はないと考えられる。

他方、供給の代替性についてみると、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙は、標準的な生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することができるため、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙には一定の供給の代替性があると考えられる。しかし、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙の間において供給者の構成が一致しているわけではなく、供給者の市場シェアも相当程度異なっているため、この点のみをもって、一定の取引分野の商品範囲を薄葉印刷紙に併せて画定することは必ずしも適切ではないと考えられる。そこで、本件では、薄葉印刷紙を裏カーボン原紙と代替的に使用することは紙の適性上困難であると認識されている実態を踏まえ、「裏カーボン原紙」を商品範囲として画定した。

なお、薄葉印刷紙については、参入圧力として評価できるか否か検討することとす

る。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から裏カーボン原紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約5,500、当事会社の合算市場シェア・順位は約65%・第1位、HHIの増分は約2,100であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における裏カーボン原紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約40%
2	E社	約35%
3	中越パルプ工業グループ	約30%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として、市場シェア約35%を有するE社が存在しているが、E社において裏カーボン原紙について十分な供給余力が存在するとは認められない。

(2) 輸入

裏カーボン原紙について、現状において輸入が行われている状況はみられないこと、需要者に対する書面調査において、情報用紙分野においては品質面から国産品に代替可能な輸入品は少なく、輸入品の市場競争力は小さいとの回答が得られたことから、仮に今後当事会社が価格を引き上げることにより国内価格が上昇したとしても、裏カーボン原紙の輸入量が大幅に増加するとは考え難い。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

当事会社によれば、裏カーボン原紙は、薄葉印刷紙の生産設備において、特段の設

備対応を要することなく生産することが可能とのことであり、薄葉印刷紙の生産を裏カーボン原紙の生産に切り替えることは可能であると考えられるが、本件株式取得により、薄葉印刷紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなることから、薄葉印刷紙について参入圧力としては評価できない。

また、競争事業者の供給余力は存在しないわけではないが、前記第5の4記載のとおり、製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社の価格が引き上がったときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できないこと、国内の裏カーボン原紙の需要が長期的な減少傾向にあり、市場規模の縮小傾向が続いているため、積極的に裏カーボン原紙の生産に切り替えるインセンティブも乏しいと考えられることから、裏カーボン原紙以外の品種について、裏カーボン原紙市場に対する参入圧力として期待できない。

したがって、裏カーボン原紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

当事会社は、裏カーボン原紙について、薄葉印刷紙との間で紙質に大きな差異はないと述べており、薄葉印刷紙が裏カーボン原紙に対して隣接市場として競争圧力を有している可能性も考えられる。

しかしながら、競争事業者及び流通業者からは、裏カーボン原紙を薄葉印刷紙などで代替することについては否定的な回答が得られたこと、本件株式取得により、薄葉印刷紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなることを踏まえると、隣接市場（競合品）からの競争圧力は認められない。

(5) 需要者からの競争圧力

当事会社は、裏カーボン原紙の市場は縮小傾向にあること等の事情から、需要者が強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかしながら、裏カーボン原紙については、限定された用途に使用され、かつ定期的な取引が多いことから、主要な流通業者等は裏カーボン原紙の需要者が価格交渉力を有しているとは認識していない。

一方、裏カーボン原紙の用途が裏カーボンペーパーの原材料に限られているところ、川下製品においては、裏カーボンペーパーがノーカーボンペーパーや感熱紙と競合している状況にあることから、限定的ではあるが川下市場からの競争圧力が認められる。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、国内の裏カーボン原紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約65%となる。約35%の市場シェアを有する有力な競争事業者が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、隣接市場からの競争圧力も認められないこと、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社が単独で又は競争事業者との協調的行動によって、裏カーボン原紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなると認められる。

第9 重袋用両更クラフト紙

1 概要

重袋用両更クラフト紙は、未ざらし包装紙に分類され、米麦等の農作物、肥料、セメント等を入れる大型のクラフト紙袋に使用される。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

重袋用両更クラフト紙は、包装用紙のうち、特に強度が要求される品種であり、他の品種の紙で代替することはできないことから、重袋用両更クラフト紙とその他の品種の紙の間に需要の代替性は存在しない。

他方、包装用紙のうち、重袋用両更クラフト紙、一般両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙は、包装用紙の抄造に用いられる標準的な抄紙機において、特段の設備対応を要することなく生産が可能であり、両更さらしクラフト紙も一定の設備対応をすれば生産が可能であることから、これらの品種の間で一定の供給の代替性が認められる。しかし、それらの品種間において供給者の構成が異なっていたり、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっていたりするため、供給の代替性が認められる点のみをもって、これらの品種全体をまとめて一つの商品範囲として画定することは必ずしも適切ではない。そこで、本件では、重袋用両更クラフト紙とその他の包装用紙の間には需要の代替性が認められないことを踏まえ、「重袋用両更クラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、重袋用両更クラフト紙との間で一定の供給の代替性を有する品種については、重袋用両更クラフト紙に対する参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から重袋用両更クラフト紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が

異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約3,100、当事会社の合算市場シェア・順位は約50%・第1位、HHIの増分は約1,100となり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における重袋用両更クラフト紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約30%
2	中越パルプ工業グループ	約20%
3	F社	約15%
4	G社	約15%
5	H社	10-15%
6	I社	5-10%
	輸入	0-5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア10%を超えるF社、G社及びH社が存在するほか、I社も一定の市場シェアを有している。しかし、これらの競争事業者の供給余力は限定的である。

(2) 輸入

当事会社は、今後、国内で生産される重袋用両更クラフト紙の価格が上昇すれば、需要者は容易に輸入品に切り替えられる状況にあり、輸入圧力が十分に働いている旨主張している。

しかし、重袋用両更クラフト紙の分野における輸入紙の割合は限定的であり、平成25年の重袋用両更クラフト紙の国内市場において輸入品が占める割合は1%未満と僅少である。また、当該割合が過去最高となった平成24年においても約1%でしかない。さらに、競争事業者及び流通業者に対するヒアリングにおいても、日本の需要者は高品質の製品について少量・高頻度での納入を短納期で求める傾向があるところ、輸入紙は品質、配送等の観点からこのような要請に対応できないとの意見が多く、重袋用両更クラフト紙について、今後、輸入紙が大きく増加するとの意見はなか

った。

以上を踏まえると、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

前記2(1)のとおり、包装用紙の一部の品種間に一定の供給の代替性が認められることから、他の品種の包装用紙を生産している事業者は、当該品種の生産を重袋用両更クラフト紙の生産に切り替えることは可能である。しかし、これらの包装用紙を生産している競争事業者の供給余力は総じて十分ではなく、また、本件株式取得により、これらの包装用紙のうち、特殊両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなることから、重袋用両更クラフト紙市場に対する参入圧力として評価することは困難である。

したがって、重袋用両更クラフト紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、製紙業者間の品質差が限定的であること、市場が縮小傾向にあること等の事情から、重袋用両更クラフト紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかし、重袋用両更クラフト紙の需要者には中小規模の製袋業者が多数存在しているところ、流通業者に対する書面調査において、重袋用両更クラフト紙の需要者が強い価格交渉力を有しているとは感じられないと述べるものが目立った。

また、製紙業者は重袋用両更クラフト紙を含む各種包装用紙について一斉に値上げを公表した上で、流通業者との値上げ交渉を行い、流通業者は値上げを転嫁するために需要者と交渉を行っている。その結果、製紙業者は、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、一定程度の値上げに成功している。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、重袋用両更クラフト紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約50%となること、有力な競争事業者3社を含む競争事業者4社が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなると認められる。

第10 特殊両更クラフト紙

1 概要

特殊両更クラフト紙は、未ざらし包装紙の中の「その他両更クラフト紙」の一種である。

「その他両更クラフト紙」に分類される品種には、特殊両更クラフト紙のほかに、一般両更クラフト紙がある。特殊両更クラフト紙と一般両更クラフト紙の相違点は、特殊両更クラフト紙は原料パルプに多少の漂白が施されているため、一般両更クラフト紙よりもやや白い点である。一般両更クラフト紙は、粘着テープ、角底袋等に使用され、特殊両更クラフト紙は封筒に多く使用される。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

前記1のとおり、特殊両更クラフト紙と一般両更クラフト紙は色が異なっているほか、特殊両更クラフト紙は封筒に多く使用される点でも、一般両更クラフト紙と異なる。また、経済分析の結果、両者の価格比は定常的であるが、明確な下落傾向が存在し、価格同士が乖離していることから、特殊両更クラフト紙と一般両更クラフト紙の需要の代替性は限定的であると考えられる。

他方、前記第9の2(1)のとおり、包装用紙のうち、特殊両更クラフト紙を含む一部の品種は、包装用紙の抄造に用いられる標準的な抄紙機において、特段の設備対応を要することなく生産が可能であることから、これらの品種の間で一定の供給の代替性が認められる。しかし、これらの品種間において供給者の構成が異なっていたり、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっていたりするため、供給の代替性が認められる点のみをもって、これらの品種全体をまとめて一つの商品範囲として画定することは必ずしも適切ではない。そこで、本件では、特殊両更クラフト紙と同じくその他両更クラフト紙に分類される一般両更クラフト紙の間の需要の代替性は限定的であると考えられることを踏まえ、「特殊両更クラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、特殊両更クラフト紙との間で一定の供給の代替性を有する品種については、特殊両更クラフト紙に対する参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から特殊両更クラフト紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約3,600、当事会社の合算市場シェア・順位は約45%・第1位、HHIの増分は約700となり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における特殊両更クラフト紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約35%
2	J社	約30%
3	K社	約25%
4	中越パルプ工業グループ	約10%
	その他	僅少
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア10%を超えるJ社及びK社が存在する。これらの競争事業者の供給余力は一定程度存在するが、前記第5の4記載のとおり、製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社の価格が引き上がったときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できない。

(2) 輸入

当事会社は、今後、国内で生産される特殊両更クラフト紙の価格が上昇すれば、需要者は容易に輸入品に切り替えられる状況にあり、輸入圧力が十分に働いている旨主張している。

しかし、特殊両更クラフト紙の輸入紙の割合は限定的である。また、競争事業者及び流通業者に対するヒアリングにおいても、日本の需要者は高品質の製品について少量・高頻度での納入を短納期で求める傾向があるところ、輸入紙は品質、配送等の観点からこのような要請に対応できないとの意見が多く、特殊両更クラフト紙について、今後、輸入紙が大きく増加するとの意見はなかった。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

前記第9の2(1)のとおり、包装用紙の一部の品種間に一定の供給の代替性が認められることから、他の品種の包装用紙を生産している事業者は、当該品種の生産を特殊両更クラフト紙の生産に切り替えることは可能である。しかし、これらの包

装用紙を生産している競争事業者の供給余力は総じて十分ではなく、また、本件株式取得により、これらの包装用紙のうち、重袋用両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙の取引分野における競争を実質的に制限することとなることから、特殊両更クラフト紙市場に対する参入圧力として評価することは困難である。

したがって、特殊両更クラフト紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、製紙業者間の品質差が限定的であること、市場が縮小傾向にあること等の事情から、特殊両更クラフト紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかし、需要者に対するヒアリング及び書面調査において、包装用紙の場合は需要者が継続的に使用しており、他社への切替えは困難であるという意見があったほか、流通業者に対する書面調査において、特殊両更クラフト紙の需要者が強い価格交渉力を有しているとは感じられないと述べるものが目立った。

また、製紙業者は特殊両更クラフト紙を含む各種包装用紙について一斉に値上げを公表した上で、流通業者との値上げ交渉を行い、流通業者は値上げを転嫁するために需要者と交渉を行っている。その結果、製紙業者は、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、一定程度の値上げに成功している。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、特殊両更クラフト紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約45%となる。有力な競争事業者2社が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなると考えられる。

第11 両更さらしクラフト紙

1 概要

包装用紙のうち、原料パルプを漂白して製造する白い包装用紙はさらし包装紙に分類される。さらし包装紙は、原料パルプが漂白されていない未ざらし包装紙とは大きく見た目が異なっている。さらし包装紙は、さらに純白ロール紙、さらしクラフト紙及びその他さらし包装紙に分類され、さらしクラフト紙はさらに両更さらしクラフト紙及び片艶さらしクラフト紙に分類される。

両更さらしクラフト紙及び片艶さらしクラフト紙は、片艶加工の有無により見た目や

印刷適性に大きな違いがある。両更さらしクラフト紙は手提げ袋等に使用される。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

前記1のとおり、両更さらしクラフト紙を含むさらし包装紙と未ざらし包装紙は大きく見た目が異なっており、両者の間の需要の代替性は限定的である。また、さらし包装紙のうち、さらしクラフト紙に分類される両更さらしクラフト紙と片艶さらしクラフト紙についても、片艶加工の有無により見た目や印刷適性に大きな違いがあるため、両者の間の需要の代替性は限定的であると考えられる。

他方、片艶さらしクラフト紙の生産にはヤンキーマシン（抄紙機の一つであり、ドライヤーパートに表面が鏡面仕上げされたヤンキードライヤーが設置されているもの。湿紙をヤンキードライヤーの表面に張り付けて乾燥させることで、片面だけ艶のついた紙になる。）が必要であるため、両更さらしクラフト紙と片艶さらしクラフト紙の間に供給の代替性はないが、両更さらしクラフト紙は、一定の設備対応を行えば、包装用紙の抄造に用いられる標準的な抄紙機において生産が可能なため、一定の品種との間で一定の供給の代替性が認められる。しかし、それらの品種間において供給者の構成が異なっていたり、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっていたりするため、供給の代替性が認められる点のみをもって、これらの品種全体をまとめて一つの商品範囲として画定することは必ずしも適切ではない。そこで、本件では、さらし包装紙と未ざらし包装紙の間の需要の代替性が限定的であること及び両更さらしクラフト紙と同じくさらしクラフト紙に分類される片艶さらしクラフト紙の間の需要の代替性も限定的であると考えられることを踏まえ、「両更さらしクラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、両更さらしクラフト紙との間で一定の供給の代替性を有する品種については、両更さらしクラフト紙に対する参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から両更さらしクラフト紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約3,700、当事会社の合算市場シェア・順

位は約55%・第1位、HHIの増分は約1,200となり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における両更さらしクラフト紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約40%
2	L社	約15%
3	M社	約15%
4	中越パルプ工業グループ	約15%
5	N社	5-10%
6	O社	0-5%
7	P社	0-5%
	輸入	0-5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア10%を超えるL社及びM社が存在する。

これらの競争事業者の供給余力は一定程度存在するが、前記第5の4記載の製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社は価格を引き上げたときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できない。

(2) 輸入

当事会社は、今後、国内で生産される両更さらしクラフト紙の価格が上昇すれば、需要者は容易に輸入品に切り替えられる状況にあり、輸入圧力が十分に働いている旨主張している。

しかし、両更さらしクラフト紙の輸入割合は限定的であり、平成25年の両更さらしクラフト紙の国内市場において輸入品が占める割合は約1%と僅少である上、同年までの5年間をみても同程度であった。また、競争事業者及び流通業者に対するヒアリングにおいても、日本の需要者は高品質の製品について少量・高頻度での納入を短納期で求める傾向があるところ、輸入紙は品質、配送等の観点からこのような要請に対応できないとの意見が多く、両更さらしクラフト紙について、今後、輸入紙が大きく増加するとの意見はなかった。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

前記(1)のとおり、包装用紙の一部の品種間に一定の供給の代替性が認められることから、他の品種の包装用紙を生産している事業者は、当該品種の生産を両更さらしクラフト紙の生産に切り替えることは可能である。しかし、本件株式取得により、これらの包装用紙のうち重袋用両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙の取引分野の競争を実質的に制限することとなることから、両更さらしクラフト紙市場に対する参入圧力として評価することは困難である。

したがって、両更さらしクラフト紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、製紙業者間の品質差が限定的であること及び市場が縮小傾向にあること等の事情から、両更さらしクラフト紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかし、需要者に対するヒアリング及び書面調査において、包装用紙の場合は需要者が継続的に使用しており、他社への切替えは困難であるという意見があったほか、流通業者に対する書面調査において、両更さらしクラフト紙の需要者が強い価格交渉力を有しているとは感じられないと述べるものが目立った。

また、製紙業者は両更さらしクラフト紙を含む各種包装用紙について一斉に値上げを公表した上で、流通業者との値上げ交渉を行い、流通業者は値上げを転嫁するために需要者と交渉を行っている。その結果、製紙業者は、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、一定程度の値上げに成功している。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、両更さらしクラフト紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約55%となる。有力な競争事業者2社を含む競争事業者5社が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなると考えられる。

第12 当事会社による問題解消措置の申出と当該措置に対する評価

1 当事会社が申し出た措置

当事会社に対し、前記第6の4、第7の4、第8の4、第9の4、第10の4及び第11の4について論点等の説明を行ったところ、当事会社は、問題解消措置とし

て、次のような措置を講じることを申し出た。

- ① 当事会社は、前記第6から第11記載の6品種（薄葉印刷紙、アート紙、裏カーボン原紙、重袋用両更クラフト紙、特殊両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙をいう。以下同じ。）の製造・販売に関し、他方当事会社から独立して事業活動を行う。当事会社間において、6品種の製造・販売に関し企業結合又は事業提携を行う場合には、実行に先立って、当委員会の了解を得る。
- ② 当事会社は、6品種の製造・販売に関する非公知の情報であって競争上有意な情報（以下「秘密情報」という。秘密情報には、6品種の製造原価、製造量、販売価格、販売数量及び販売先が含まれるが、これらに限られない。）を他方当事会社に開示しない。
- ③ 王子グループの役員又は従業員が、中越パルプ工業グループの取締役役に就任する場合、当該取締役役の数1名とし、中越パルプ工業グループにおける役職は業務執行に携わらない社外取締役とする。
- ④ 前記②の一環として、当事会社は、兼任役員が派遣先の秘密情報を出身元に開示しない義務を負うことを確認し、当該役員に遵守させるほか、当事会社間の出向者が出向先の秘密情報を出身元に開示した場合には懲戒処分の対象になることを確認・周知する。また、王子ホールディングス及び当事会社の6品種を製造・販売している会社の役員が秘密情報を他方当事会社に開示しない義務を負うことを確認するほか、6品種の製造・販売部門に所属する従業員（以下「担当者」という。）が秘密情報を他方当事会社に開示した場合には懲戒処分の対象となることを確認・周知する。
- ⑤ 当事会社は、就業規則を整備し、独占禁止法を遵守すべきこと及び独占禁止法に違反する行為が懲戒の対象となることを明確に規定し、王子ホールディングスの役員並びに当事会社において6品種の販売事業を行っている会社の役員及び担当者に対し、前記①から④及び自社の商品の販売活動に関する独占禁止法の遵守についての行動指針を周知徹底するとともに、6品種の製造・販売活動に関する独占禁止法の遵守について定期的な（年1回以上）研修を行う。
- ⑥ 当事会社は、毎年1回、問題解消措置の実施状況について調査し、当委員会に対し報告する。
- ⑦ 王子ホールディングス及び中越パルプ工業は、前記①から⑥について取締役会で決議し、平成27年7月1日までに当委員会に対し報告する。

2 独占禁止法上の評価

当事会社は、前記1の問題解消措置の中で、本件株式取得後、当事会社が6品種の製造・販売に関しそれぞれ独立して事業活動を行うこと、同製造・販売に関する秘密情報を共有しないこと等を当委員会に約束している。これに加え、本件株式取

得により王子グループが保有することとなる中越パルプ工業グループの議決権は20%をわずかに超える程度であること、兼任役員数は1名であること等を考慮すると、今後も、6品種の製造・販売について当事会社が独立して事業活動を行う関係が維持されるものと認められる。

第13 結論

当事会社が申し出た措置等を踏まえれば、本件株式取得が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと考えられる。

事例4 ノバルティス アーゲーによるグラクソ・スミスクライン⁴からの事業譲受け

第1 本件の概要

本件は、持株会社であるノバルティス アーゲー（本社スイス。以下「ノバルティス」という。）を最終親会社とする企業結合集団（以下「ノバルティスグループ」という。）が、主に医療用医薬品製造業を営むグラクソ・スミスクライン株式会社が属する持株会社であるGlaxoSmithKline plc（本社英国。以下「GSK」という。）を最終親会社とする企業結合集団（以下「GSKグループ」といい、ノバルティスグループと併せて「当事会社」という。）から、抗がん剤製品関連事業の重要部分を譲り受けることを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第16条である。

第2 一定の取引分野

1 がんの治療方法

がん治療には、外科手術、放射線治療、化学療法、分子標的療法、免疫療法等様々な治療方法があり、これらが単独で又は併用して用いられる。

分子標的療法は、化学療法や免疫療法と同じく薬物療法の一種であり、がん細胞の成長及び増殖に関与する特定の分子を標的としてその作用を阻害することにより、がん細胞の成長及び増殖を防止する治療法である。分子標的療法は、がん特有の分子や細胞の変異に焦点を絞るため、化学療法や放射線療法を含む他の治療法に比べて、正常細胞への薬物有害反応（副作用）が軽減されるという特性を有している。他方、複数の種類のがんに共通する原因となる分子を標的分子とする分子標的療法薬であっても、特定のがんの派生型にのみ有効であり、複数のがんに対して広く有効とならないことが多い。

医師は、臨床ガイドライン及び承認の内容に基づいて、がんの種類、疾患のステージ（病期）、従前の治療に対する患者の反応及び予後等を考慮して治療方法を選択している。また、ステージごとに二つ以上の治療方法が併用され、さらに、異なる治療方法を一定の順序に従って行うこともある⁴。

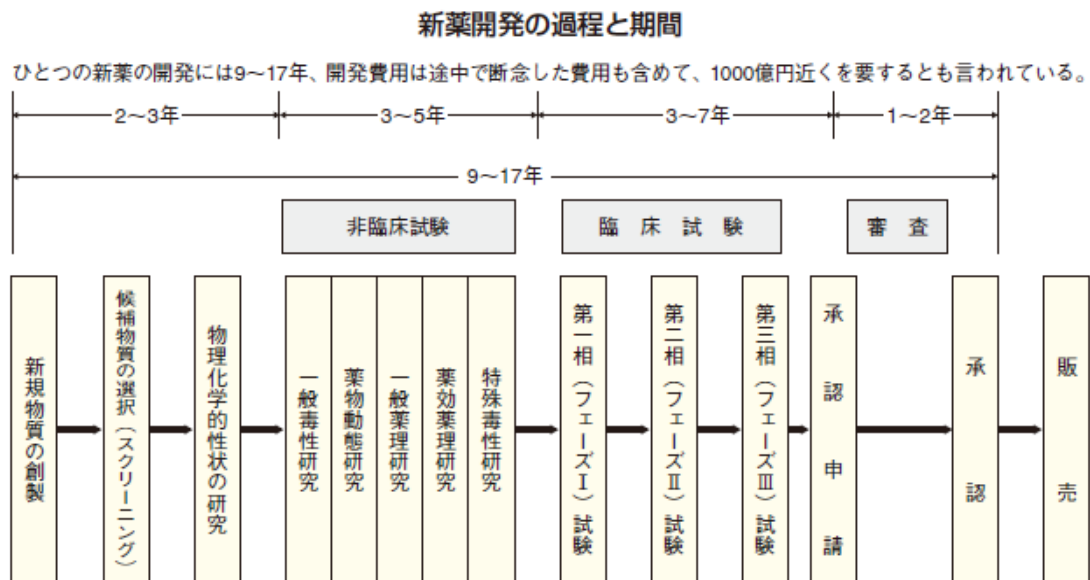
2 医薬品の研究開発及び承認プロセス

医薬品の研究開発及び承認は、①新規化合物の探索、②薬効、物性、体内動態及び毒性を確かめる非臨床試験、③医療機関における臨床試験、④非臨床試験・臨床試験の結果をまとめて、独立行政法人医薬品医療機器総合機構（以下「PDMA」という。）に対する製造販売承認申請、PDMA及び厚生労働省による審査、厚生労働大臣による承認というプロセスで行われる。

⁴ 治療方法が使用される順序のことは「治療ライン」と呼ばれる。

通常、新規化合物の探索を開始してから承認を得て販売を開始するまでに9～17年かかり、途中で開発を断念したものの費用まで含めると、1成分当たりの薬の開発費用は、約1000億円に上るといわれる。中でも、臨床試験は、第Ⅰ相、第Ⅱ相及び第Ⅲ相の各試験からなり、多くの時間と費用を必要とする（図1参照）。

【図1：新薬開発の過程と期間】



(出所：厚生労働省「平成26年版厚生労働白書 資料編 ②保険医療」)

3 商品の範囲

(1) 医療用医薬品

医療用医薬品⁵については、需要者である医療機関等からみて医薬品の機能・効用が同種であるものごとに商品範囲が画定されると考えられる。

医療用医薬品の分類方法については、欧州医薬品市場調査協会（E p h M R A）が設定するA T C分類法⁶が広く採用されている。A T C分類法では、医薬品にレベル1からレベル4までの記号（A T Cコードと呼ばれる。）を付して分類されている。

過去の企業結合事例においては、通常、A T C分類のレベル3の分類に基づき、競合する商品を特定し、レベル3の分類において同一のA T Cコードが付される医薬品であっても、医療機関等からみて機能・効用が同種とはいえない場合（患者への投与・医師の判断などの実務に照らして代替的に使用される関係にない等）には、レベル4

⁵ 医療用医薬品とは、医師若しくは歯科医師によって使用され又はこれらの者の処方箋若しくは指示によって使用されることを目的として供給される医薬品をいう。

⁶ 「Anatomical Therapeutic Chemical Classification System」の略。分類基準は、医薬品の解剖学上の作用部位、適応症及び用途、科学的組成及び作用機序とされている。

の分類や更に細分化された分類等に基づいて商品範囲を画定している⁷。

そこで、本件においても同様の手法により商品範囲を画定した。

(2) 制吐薬と制嘔吐薬

当事会社では、ノバルティスグループがオンダンセトロン、グラニセトロン、ラモセトロン及びナボバン⁸を、GSKグループがゾフランを、それぞれ製造・販売している。これらの製品は、いずれも抗がん治療としての科学的療法薬の投与に伴う悪心や嘔吐を軽減する目的で使用される。

これらの製品はいずれも、ATC分類法に基づく、レベル3では「制吐薬と制嘔吐薬」(A4A)に分類され、レベル4では、「セロトニン拮抗薬」(A4A1)に分類される。レベル3では、セロトニン拮抗薬の他に、乗り物酔いやメニエール病等による悪心や嘔吐を軽減するために使用される「その他の制吐薬と制嘔吐薬」(A4A9)が含まれるところ、これらの医薬品は抗がん治療としての化学療法薬の投与に伴う悪心や嘔吐を軽減する目的では使用されないことから、前記各製品とは効能・効果が異なり、代替的に使用されることはない。

したがって、「セロトニン拮抗薬」(A4A1)を商品範囲として画定した。

(3) プロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬 (L1H)

ア 当事会社が競合する商品

プロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬 (L1H) は、平成26年に新たにATC分類に追加された分類であり、多種多様な異なるがんを適応症とする分子標的療法薬が含まれているため、ATC分類のレベル3による分類で商品の範囲を画定することは適切ではない。

ATC分類のレベル3で「プロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬」(L1H)に分類される分子標的療法薬のうち、当事会社では、同種のがんに対する効能・効果を有する分子標的療法薬として、ノバルティスグループがLGX818 (B-RAF阻害剤)及びMEK162 (MEK阻害剤)の研究開発 (第Ⅲ相臨床試験実施段階)を、GSKグループがタフィンラー (B-RAF阻害剤)及びメキニスト (MEK阻害剤)の研究開発 (製造販売承認申請の準備段階)をそれぞれ行っている。

これらは、①いずれもB-RAF変異陽性進行性黒色腫を適応症としており、がんの種類及び投与されるステージが共通しており、②同一の治療ラインにおいて使用される可能性があり、③タフィンラー及びメキニストは両者を併用することを前提としているところ、LGX818及びMEK162についても両者を併用又は単

⁷ 例えば、「キリンググループと協和発酵グループの資本提携」(平成20年度事例集 事例1)において、このような考え方で商品範囲を画定している。

⁸ 平成26年2月末に、日本国内における製造・販売を終了している。

剤で使用することを前提としている。このため、当事会社の製品は、当事会社の研究開発が終了し、厚生労働大臣の承認を受けて販売が開始された後は、医療機関において代替的に使用される蓋然性が高い。

したがって、「B-R A F 変異陽性進行性黒色腫を適応症とするプロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬」を商品範囲として画定した。

イ 潜在的な競争

前記アのとおり、当事会社の製品は、いずれも研究開発段階の製品である。しかしながら、①G S Kグループのタフィンラー及びメキニストについては製造販売承認申請の準備段階であり、高い確度で、上市することが予測されること、また、②ノバルティスグループのL G X 8 1 8及びMEK 1 6 2についても、第Ⅲ相臨床試験を実施している段階であり、一定程度上市の蓋然性が認められる。ゆえに、本件行為によって、当事会社間における潜在的競争が消滅すると考えられることから、その競争への影響を検討した。

4 地理的範囲

前記3で画定した商品のいずれにおいても、医療用医薬品製造販売業者は、日本全国を事業地域としており、輸送上の制約等の特段の事情がなく、医療機関等の需要者は日本全国において同等の条件で調達することができることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 セロトニン拮抗薬（A 4 A 1）

本件行為により、市場シェアは約5%以下、HHIが最大で約3,800、HHIの増分が約5となることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

【平成25年度におけるセロトニン拮抗薬の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約60%
2	B社	約10%
3	C社	約10%
7	G S K	約0-5%
10	ノバルティス	約0-5%
	その他	約15%
合計		100%

2 B-R-A-F変異陽性進行性黒色腫を適応症とするプロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬

(1) 当事会社の地位

当事会社の製品はいずれも上市されていないことから、当事会社の地位は不明である。

(2) 競争事業者の状況

日本国内において、B-R-A-F変異陽性進行性黒色腫を適応症とするプロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬の承認を受けて製造販売している事業者はいない。しかしながら、当事会社に先行して承認申請を行っている事業者が1社存在し、この製品も高い確度で上市することが予測されることから、当事会社の製品に対して一定の競争圧力となることが見込まれる。

また、現在、第Ⅲ相臨床試験段階の研究開発を行っている事業者が前記1社を含め3社存在しており、これらの医薬品についても一定程度上市の蓋然性が認められることから、競争圧力となることが見込まれる。

その他、第Ⅰ相又は第Ⅱ相臨床試験段階の研究開発を行っている事業者が4社存在している。

(3) 隣接市場からの競争圧力

B-R-A-F変異陽性進行性黒色腫を適応症とする医薬品のうち分子標的療法と同様のステージや治療ラインで使用される可能性のある医薬品として、免疫療法薬、樹状細胞療法薬又はがんワクチン等も高い効果を示すと考えられており、B-R-A-F変異陽性進行性黒色腫を適応症とするプロテインキナーゼ阻害剤に対して有効な競争圧力となると考えられる。日本では免疫療法薬については、非常に高い治療効果を示す臨床結果が示された国内メーカーの抗PD-1医薬品が平成26年に承認を受けており、既に上市している。また、その他の免疫療法薬についても、承認申請中の事業者が1社、第Ⅲ相臨床試験段階の研究開発を行っている事業者が1社存在している。

その他、樹状細胞療法薬及びがんワクチンについても第Ⅲ相臨床試験段階の事業者がそれぞれ1社ずつ存在している。

以上のとおり、隣接市場からの相当程度の競争圧力が認められる。

(4) 小括

以上から、上市後は医療機関において代替的に使用されることとなる製品について研究開発中（承認申請中及び第Ⅲ相臨床試験段階）の競争事業者が複数存在すること、隣接市場（競合品）からの競争圧力が相当程度見込まれることから、本件行為に

より、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、B-R-A-F変異陽性進行性黒色腫を適応症とするプロテインキナーゼ阻害薬抗悪性腫瘍薬の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと考えられる。

第4 結論

以上のとおり、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例5 コスモ石油(株), 昭和シェル石油(株), 住友商事(株), 東燃ゼネラル石油(株)等によるLPガス事業の統合

第1 本件の概要

本件は、液化石油ガス（以下「LPガス」という。）の元売事業等を営むコスモ石油株式会社、昭和シェル石油株式会社、住友商事株式会社、東燃ゼネラル石油株式会社等（以下、併せて「当事会社」という。）が、ジクシス株式会社（旧商号：コスモ石油ガス株式会社）にLPガスの元売事業等を吸収分割の形式¹により承継させることにより、LPガスの元売事業等を統合することを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第10条及び第15条の2である。

本件では、統合による競争への影響について経済分析を行っている。

なお、本件に類似する事例として、「JX日鉱日石エネルギー(株)及び三井丸紅液化ガス(株)による液化石油ガス事業の統合」（以下「平成23年統合」という。平成22年度事例集 事例8）が存在しており、同事例と共通の点については記載を簡素化している。

第2 一定の取引分野

1 商品の概要

LPガスは、プロパン及びブタンに分けられる。国内で流通しているLPガスの約80%は輸入されている。

プロパンは、元売業者から卸売業者又は小売業者を通じて最終需要者（一般消費者等）に販売されることが多く（約90%超）、ブタンは、プロパンと比べて、元売業者が、工場、都市ガス業者、電力会社、化学メーカー等の最終需要者に対して直接販売する割合が高い（約50%）。

LPガスの物流は、輸入品は輸入基地から、国内生産品は製油所から、それぞれ圧力調整が可能なタンクローリー又はタンカーで二次基地へ配送され、二次基地からタンクローリー又はシリンダーで直接最終需要者の下に配送されたり、タンクローリーで充填所まで配送された後、シリンダーに詰め替えた上で一般家庭等に配送されている。

LPガスの供給量の大半を輸入に依存している日本国内のLPガス元売業者は、一般的には、LPガスのCP価格²を用いた価格フォーミュラによりLPガスの販売価格

¹ 当事会社が、LPガス元売事業等をジクシス株式会社に対して吸収分割により承継させ、それぞれジクシス株式会社の株式に係る議決権の25%を取得するものである。

² Contract Price の略。CP 価格とは、サウジアラビアの国営石油会社であるサウジアラムコ社が取引先に対して毎月一方的に通告するLPガスの翌月の販売価格のことであり、プロパン及びブタンの取引において、世界的に基準価格として用いられている。

を決定している。価格フォーミュラは元売業者によって異なり、CP価格、海上フレート、為替、輸入基地の維持管理費、石油石炭税等などが含まれている。

元売業者と卸売業者等との間の契約は、大きく定期契約とスポット取引に分かれている。定期契約は、①価格決定方法（フォーミュラ）及び②取引数量（契約開始日から1年間の購入計画）を決定し、当該価格及び購入計画に基づいて取引を行っている。スポット取引については、元売業者の製油所などで石油精製の過程で、予定以上のLPガスが精製された場合等の突発的に生じた余剰分が売りに出されるものであり、基本的に、取引量は僅少であり、販売価格は定期契約よりも多少安い。

2 商品の範囲

LPガスは、炭素数の違いにより、プロパンとブタンに分類されるが、組成、性能及び主な用途が異なること、また、沸点が異なるため物流・保管・最終需要者における使用に係る設備が異なること等から、両者間の需要の代替性の程度は低いと考えられる。また、プロパンとブタンは製造又は貯蔵に係る設備・方法が異なることから供給の代替性の程度も低い。

したがって、「プロパン」及び「ブタン」を商品範囲として画定した。

3 地理的範囲

LPガスについては、価格がフォーミュラで決まっており、日本全国どこでも同じような価格で購入することができるものの、輸送費の観点から、輸送範囲は、おおむね製油所又は輸入基地が所在する地域ブロックごとに行われていること、また、LPガスの元売業者が地域ブロックごとにLPガスの営業活動を行っていることから、地域ごとにLPガスの元売市場が形成されている可能性も考えられる。

したがって、プロパン及びブタン元売業については、地理的範囲を「日本全国」として画定するとともに、重層的に「地域ブロック」（注）ごとに画定した。

（注）地域ブロックは次のとおりである。

地域ブロック	都道府県	地域ブロック	都道府県
北海道	北海道	近畿	滋賀、京都、奈良、大阪、兵庫、和歌山
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島	中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口
関東	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、新潟、長野、山梨、静岡	四国	徳島、香川、愛媛、高知
		九州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島

地域ブロック	都道府県	地域ブロック	都道府県
中部	愛知, 岐阜, 三重, 富山, 石川, 福井	沖縄	沖縄

第3 本件行為が競争に与える影響

1 当事会社の地位

(1) プロパン元売業

本件行為により、プロパン元売業における当事会社の日本全国及び地域ブロックごとの市場シェア、行為後のHHI及びHHI増分は以下のとおりである³。

【プロパン元売業】

地域	順位	合算市場シェア	行為後のHHI	HHI増分
東北	3	約10%	約4,000	約40
関東	1	約30%	約2,500	約600
中部	1	約40%	約3,000	約750
近畿	1	約40%	約3,000	約900
中国	4	約10%	約3,000	約70
四国	1	約30%	約2,500	約700
九州	3	約20%	約3,000	約150
全国	2	約30%	約2,500	約500

以上のとおり、東北、中国及び九州の各地域ブロックについては、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当する（HHI増分150以下）ことから、同基準に該当しない関東、中部、近畿、四国及び全国について検討を行った。

(2) ブタン元売業

本件行為後のブタン元売業における当事会社の日本全国及び地域ブロックごとの市場シェア、行為後のHHI及びHHI増分は以下のとおりである⁴。

³ 北海道及び沖縄の各地域ブロックにおいては、当事会社のうち、いずれか1社のみが販売を行っているので相互に競合していない。

⁴ 当事会社は、北海道ブロックにおいてブタン元売業を営んでいない。

【ブタン元売業】

地域	順位	合算市場シェア	行為後のHHI	HHI増分
東北	3	約0-5%	約7,000	約10
関東	1	約35%	約2,500	約850
中部	1	約40%	約3,500	約1,000
近畿	1	約40%	約3,500	約1,000
中国	3	約20%	約3,000	約100
四国	4	約15%	約2,500	約100
九州	4	約10%	約2,500	約50
沖縄	1	約60%	約4,500	約300
全国	1	約30%	約2,500	約650

以上のとおり、東北、中国、四国及び九州の各地域ブロックについては水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する（HHI増分150以下）ことから、同基準に該当しない関東、中部、近畿、沖縄及び全国について検討を行った。

2 競争事業者の状況

プロパン及びブタンの両方について、各地域ブロック及び全国には、いずれも、少なくとも3社以上の競争事業者がおり、市場シェア約15%を超える複数の有力な競争事業者がいる。また、各競争事業者とも十分な供給余力がある。

3 隣接市場からの競争圧力

(1) 競合品

プロパン及びブタンには用途ごとに様々な競合品があるところ、以下のとおり、都市ガス（家庭用・業務用及び工業用）、電力（家庭用・業務用及び工業用）及びガソリン（自動車用）から、相当程度の競争圧力が存在すると認められた。

ア 都市ガス

現在、全国的に、都市ガスの配管の延伸が進んでおり、それに伴い、家庭用・業務用及び工業用の需要者が、都市ガスに切り替える事例が増加している。また、近時、工業用途向けのLPガスについても都市ガスに切り替えられる事例が増加している。

イ 電力

平成24年度から開始された再生可能エネルギー電気の固定価格買取制度や創

エネ住宅⁵への関心の高まりから、太陽光発電を設置するオール電化住宅を採用する家庭が増加しており、特に、家庭用・業務用のＬＰガスの売上高について減少傾向にある卸売業者も存在している。また、家庭用・業務用に限らず、工業用途においても、需要者において保安に関する資格者が確保できない、貯蔵設備が不要になるといった理由から、電力に切り替えられる事例が存在する。

ウ ガソリン

ＬＰガス(主にブタン)を燃料とする自動車は専らタクシーのみであるところ、自動車用途のＬＰガスを供給するためのオートガススタンドが普及しなかったことなどから、ガソリン車への切替えが進んでおり、自動車用途のＬＰガスの需要は年々減少傾向にある。

(2) 地理的に隣接する市場の状況

他の地域ブロックに隣接している県などに所在する卸売業者等は、輸入基地からの距離や輸送業者の手配の可否によっては、隣接する他の地域ブロックの輸入基地等からプロパン又はブタンを調達しており、実際に、関東、中部及び四国の各地域ブロックにおいては、隣接する他の地域ブロックからの調達実績が存在する。ただし、沖縄ブロックは、他の地域ブロックと陸路でつながっておらず、隣接する地域ブロックの出荷基地から調達することは困難である。

したがって、沖縄ブロックを除く各地域ブロックにおいては、隣接する他の地域ブロックから一定の競争圧力が働いている。

(3) 小括

以上のとおり、隣接市場（競合品及び他地域ブロック）から相当程度の競争圧力が働いていると認められる。

4 需要者からの競争圧力

平成24年度現在、プロパン又はブタンの卸売業者は日本全国で約1,100社、小売業者は約21,000社いるところ、家庭用・業務用の最終需要者については他の卸売・小売業者への切替えは頻繁に生じていること、工業用途においても1か月から6か月ごとに入札が行われることなどにより、常に価格競争に晒されていることから、川下市場における競争は活発に行われているといえることができる。

次に、卸売業者及び小売業者は、一般的に、安定調達、調達先ごとの価格を比較して

⁵ 太陽光発電システム等を利用して積極的にエネルギーを作り出していくという考え方を元に作られた住宅のこと。

取引数量を調整することによる仕入原価の抑制、技術支援を受けるための取引関係創出など、様々な理由・目的から複数購買を行っていることから、容易に取引先の変更又は取引数量の調整により、当事会社の競争事業者からの調達に切り替えることができる。

以上のとおり、川下市場において競争が活発に行われていること、また、需要者は容易に取引先を変更することができ、切替え可能性に基づく価格交渉力を有する需要者が存在することから、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

5 小括

以上から、第一に、①各地域ブロック及び全国において、有力な競争事業者を含む複数の競争事業者が存在し、いずれも十分な供給余力を有していること、②隣接市場（都市ガスや電力等の競合品及び他の地域ブロック）からの相当程度の競争圧力が存在すること（関東、中部及び四国ブロックにおいては、実際に隣接地域からの調達実績があること）、③川下市場における競争が活発であり、取引先変更が容易であるなどの理由から需要者からの一定の競争圧力が認められることから、単独行動により、プロパン元売業及びブタン元売業の各地域ブロック及び全国における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

また、第二に、上記②及び③に加えて、④元売業者が使用する価格決定フォーミュラについても、CP価格や為替の基準時、海上フレートの具体的な金額などが元売業者によって異なるため、これらに関する他社の数値を推測し、価格や数量等に関する経営戦略上の行動について共通認識に至ることは必ずしも容易ではないことから、協調的行動により、プロパン元売業及びブタン元売業における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 経済分析

本件行為によりプロパン元売価格が上昇することとなるか否かを検討するために、統合後のHHI及びHHI増分が、本件行為と同程度の水準となる平成23年統合（平成23年3月に実行済み）において、特に行為後HHI及びHHI増分の値が大きかった地域ブロック（北海道、東北及び九州⁶）と他の地域ブロックとの間で、プロパン元売価格の動きに統計的に有意な差があったかを、差分の差分分析⁷を用いて検証した。

分析結果によれば、平成23年統合後、特に行為後HHI及びHHI増分の値が大きかった地域における元売価格の変化幅と、それ以外の地域における元売価格の変化幅と

⁶ 北海道ブロックにおいては、平成23年統合における統合新会社が、他の元売業者との間で、消費寄託契約を締結し、他の元売業者が統合新会社の出荷基地を利用できるようにすること等を内容とする問題解消措置が採られていることから、北海道地域をサンプルから除いた分析も行ったところ、後述する分析結果と同様の結果であった。

⁷ 差分の差分分析とは、ある事象の効果を推定するに当たり、当該事象の影響を強く受け得るグループとそうでないグループが存在することを利用して、当該事象の効果を検証する分析手法である。

の間には統計的に有意な差がなかった。当該分析の結果、及び平成23年後にプロパン輸入価格の変動では説明できないような元売価格の上昇傾向は確認できなかったことから、平成23年統合後はいずれの地域ブロックにおいても同程度の競争圧力が働いていたことが推認できる。このことから、本件行為においても、元売価格の上昇をもたらすこととはならないと推認できる。

かかる推認は、前記第3のとおり、十分な供給余力を有する有力な競争事業者、隣接市場及び需要者からの圧力が機能しており、当事会社が、本件行為後においてもプロパンの元売価格をある程度自由に左右することができる状態もたらずこととはならないとの検討結果とも整合している。

第5 結論

以上のとおり、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例6 (株)CKサンエツによる日本伸銅株の株式取得

第1 本件の概要

本件は、黄銅棒等の製造販売業を営む子会社を所有する株式会社CKサンエツ（以下「CKサンエツ」という。また、CKサンエツを最終親会社とする企業結合集団を「CKサンエツグループ」という。）が、同じく黄銅棒等の製造販売業を営む日本伸銅株式会社（以下「日本伸銅」といい、CKサンエツグループと併せて「当事会社」という。）の株式を取得し、議決権の過半数を取得することを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第10条である。

なお、当事会社間で水平関係にある商品は複数存在する。後記第2以下においては、これらのうち当事会社のシェアがいずれも比較的高く、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた黄銅棒、黄銅線及び錫リフローめっき線について記載した。

第2 一定の取引分野

1 伸銅品

伸銅品とは、「銅」、銅に亜鉛を加えた「黄銅」、すず及びりんを加えた「りん青銅」等の銅合金を、溶解、鑄造、圧延、引抜き、鍛造などの加工を行い、板、条、管、棒又は線の形状に成形した製品の総称である。伸銅品は、成分の配合によって異なる特性を有しており、使用する金属の特性を生かし、電気器具の配線、回路、バルブ、エアコン部品等各種用途に使用されている。伸銅品は形状ごとに製造方法が異なり、需要者は、用途・加工目的に応じ購入する形状を選択している。

2 商品の範囲

(1) 黄銅棒

黄銅棒とは、黄銅の棒形状の製品であり、鉛を2～3%添加した被削性に優れる快削黄銅棒、鉛を1～2%添加した熱間鍛造性と被削性を兼ね備えた鍛造用黄銅棒、亜鉛の溶出による腐食を防止する処理が施された耐脱亜鉛黄銅棒、錫を添加した耐食性・耐海水性を有するネーバル黄銅棒、鉄等を添加した高強度・耐食性を有する高力黄銅棒などがある。これらの製品は、その特性に応じて、電気・電子機器、自動車、水道、ガス等の分野において、ビス、ボルト、バルブ、水栓金具などの各種部品として使用されている。また、銅に亜鉛を加えた黄銅（以下「一般材」という。）を素材としているところ、鉛やカドミウムの含有量を一定量以下に抑えたカドミウムレス材や鉛レスカドミウムレス材を素材とする環境対応製品も存在する。

需要者は用途や加工目的に応じて前記製品を使い分けていることから、各製品間に需要の代替性は認められない。各製品ごとに異なる素材（一般材、カドミウムレス材又は鉛レスカドミウムレス材）を使用する製品があるものの、現時点で、日本国内で

使用される伸銅品については鉛やカドミウムの含有量に係る規制がないため、需要者は厳密に素材ごとに製品を使い分けていない。したがって、各素材間には需要の代替性が認められる。

また、前記各製品については、同一の製造設備・工程で製造することができることから、前記製品間に供給の代替性が認められる。黄銅棒と快削黄銅線（快削黄銅線については後記(2)参照）についても、溶解、鑄造及び押出の各工程が共通しているため、同一の製造設備を使用することができ、かつ引抜工程（棒）と伸線工程（線）に係る設備のみの切替えにより、製造を切り替えることができる。ゆえに、黄銅棒と快削黄銅線の間にも供給の代替性が認められる。

したがって、「黄銅棒（快削黄銅線を含む。以下同じ。）」を商品範囲として画定した。

(2) 黄銅線

黄銅線とは、黄銅の線形状の製品であり、転造性・展延性に優れる黄銅線（以下「一般黄銅線」という。）、鉛を2～3%添加した被削性に優れる快削黄銅線、溶接用黄銅線、ニップル用黄銅線などがある。黄銅線は、それぞれの特性に応じて、ワイヤーカット放電加工機用電極線、コネクタ、パチンコ鋏、ねじ、ぱちんこ釘、ニップル、溶接棒・溶接線などの幅広い分野において、各種部品等として使用されている。

需要者は、用途・加工目的・加工方法に応じて、各製品を使い分けていることから、各製品間に需要の代替性は認められない。

他方、快削黄銅線以外の製品については同一製造設備・工程で製造することができることから、快削黄銅線以外の各製品間に、供給の代替性が認められる。

したがって、快削黄銅線を除く「黄銅線」を商品範囲として画定した。

(3) 錫リフローめっき線

錫リフローめっき線とは、黄銅線、純銅線等に電気錫めっき加工を施した電気錫めっき線に対して、ショートの原因となるひげ状の結晶（ウイスキー）が発生しないよう、錫の融点付近まで再加熱するリフロー処理を施したものをいう。主に家電、電子機器、自動車などの比較的端子ピン間の間隔が狭いコネクタ用端子ピンの原材料として使用されている。他方、電気錫めっき線は建設用又は電力用電線、自動車用部品の他、比較的端子ピン間の広いコネクタ用端子ピンとして使用されている。

錫リフローめっき線は電気錫めっき線よりも価格が高く、需要者は、端子ピン間の間隔の広狭など、用途に応じ使い分けていることから、需要の代替性は認められない。また、錫リフローめっき線を製造するためには、リフロー処理設備が必要となることから、錫リフローめっき線と電気錫めっき線との間に供給の代替性も認められない。

したがって、「錫リフローめっき線」を商品範囲として画定した。

3 地理的範囲

前記2において画定した商品は、いずれも輸送に係るコストや制度上の制約がなく、日本全国で販売されていることから、本件では、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 黄銅棒

(1) 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の合算市場シェアは約45%、HHIの増分は約650となり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	市場シェア ¹
1	CKサンエツグループ	約40%
2	A社	約20%
3	B社	約20%
4	日本伸銅	約10%
	その他	約10%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

有力な競争事業者として、市場シェア約20%の有力な競争事業者が2社存在するほか、5社以上の競争事業者が存在しており、いずれも十分な供給余力を有している。

(3) 輸入圧力

黄銅棒の輸入に係る制度上の障壁はない。近年、輸入品（その大半を韓国製品が占める）と国内製品の品質差がなくなってきており、輸入品への切替えが増加し、平成20年度には約1,000tであった輸入量が、平成25年度には約4,000tと大幅に増加している。

したがって、相当程度の輸入圧力が認められる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

黄銅棒については、用途によって、アルミニウム製品（ブレーキオイルバルブ、カメラ部品等）、合成樹脂製品（給湯器等）、ステンレス製品（給水管の継手等）、鉄製品（プリンター用スタッドピン）などの他素材の競合品が存在している。これらの用

¹ 輸入を含まない。

途の需要者は、必ずしも黄銅の金属固有の特性を踏まえて黄銅棒を選択しているものではないことから、容易に競合品への切替えが可能である。

したがって、隣接市場から相当程度の競争圧力が認められる。

(4) 需要者からの競争圧力

黄銅棒の約95%を占める一般品は、JIS規格品であり、メーカー間で差別化されていないことから、取引先の変更が容易である。実際に、流通問屋及び需要者は、価格競争や安定供給を図るため、複数のメーカーと取引を行い、提示された価格によって調達量を変更している。

したがって、需要者からの一定の競争圧力が認められる。

(5) 小括

以上のとおり、本件行為後の当事会社の市場シェアが約45%となるものの、有力な競争事業者を含む多数の競争事業者が存在すること、相当程度の輸入圧力、隣接市場からの競争圧力が認められること、需要者からの競争圧力が一定程度認められることから、本件行為により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、黄銅棒の取引分野における競争が実質的に制限されることとはならないと認められる。

2 黄銅線

(1) 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の合算市場シェアは約30%、HHIの増分は約290となり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	市場シェア ²
1	CKサンエツグループ	約25%
2	C社	約15%
3	D社	約15%
4	E社	約15%
7	日本伸銅	約5%
	その他	約10%
合計		100%

² 輸入を含まない。

(2) 競争事業者の状況

市場シェア約15－20%の有力な競争事業者が3社存在するほか、5社以上の競争事業者が存在し、いずれも十分な供給余力を有している。

(3) 輸入圧力

黄銅線の輸入に係る制度上の障壁はない。近年、輸入品（うち相当数を中国製品が占める。）と国内製品の品質差がなくなってきており、中国製品への切替えが増加し、平成20年度には約2,000tであった輸入量が、平成25年度には約4,000tと大幅に増加している。

したがって、相当程度の輸入圧力が認められる。

(4) 需要者からの競争圧力

黄銅線の構成比約99%を占める一般品は、JIS規格品であり、メーカー間で差別化されていないことから、取引先の変更が容易である。実際に、流通問屋及び需要者は、価格競争や安定供給を図るため、複数のメーカーと取引を行い、提示された価格によって調達量を変更している。

したがって、需要者から一定の競争圧力が働いていると認められる。

(5) 小括

以上のとおり、本件行為後の当事会社の市場シェアが約30%となるものの、有力な競争事業者を含む多数の競争事業者が存在すること、相当程度の輸入圧力が認められること、需要者からの競争圧力が一定程度認められることから、本件行為により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、黄銅線の取引分野における競争が実質的に制限されることとはならないと認められる。

3 錫リフローめっき線

(1) 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の合算市場シェアは約70%、HHIの増分は約2,000となり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	市場シェア
1	CKサンエツグループ	約40%
2	日本伸銅	約30%
3	F社	約20%
4	G社	約5%
5	H社	約5%

順位	会社名	市場シェア
	その他	約0-5%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

市場シェア約20%の有力な競争事業者が存在するほか、4社以上の競争事業者が存在し、少なくとも、当事会社の平成25年度販売実績の5割を超える十分な供給余力を有している。また、現在は専ら自家使用している、潜在的な競争事業者が存在する。

(3) 需要者からの競争圧力

錫リフローめっき線は主にコネクタ用端子ピンの原材料として使用されているところ、コネクタ用端子ピンの原材料として使用されている競合品として、黄銅条等に電気錫めっき及びリフロー処理を施し、錫リフローめっき線と同様の特性を持つ錫リフローめっき条（市場規模は錫リフローめっき線の数十倍である。）が存在する。

錫リフローめっき線の直接の需要者である端子ピン加工業者には、線材専用の加工設備しか保有しない事業者が存在するものの、コネクタ用端子ピンの需要者であるコネクタメーカーは、コネクタの仕様・価格等を踏まえて、線材を加工した端子ピンと条材を加工した端子ピンの品質・価格等を比較して選択している。このことは、川下市場の需要者であるコネクタメーカーからの価格引下げ圧力を、端子ピン加工業者を通じて受けていると評価できるので、需要者からの競争圧力が強く働いていると認められる。

(4) 小括

以上から、本件行為後の当事会社の市場シェアが約70%となるものの、十分な供給余力を有する有力な競争事業者や潜在的な競争事業者が存在すること及び需要者からの競争圧力が強く働いていると認められることから、本件行為により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、錫リフローめっき線の取引分野における競争が実質的に制限されることとはならないと認められる。

第4 結論

以上のとおり、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例7 ジンマーとバイオメットの統合

第1 当事会社

ジンマー・インク（本社米国。以下、同社が属する企業結合集団を「ジンマー」という。）は、医療機器製造販売等を営む会社である。

バイオメット・インク（本社米国。以下、同社が属する企業結合集団を「バイオメット」という。）は、医療機器製造販売等を営む会社である。

以下、ジンマーとバイオメットを併せて「当事会社」という。

第2 本件の概要及び関係法条

本件は、①ジンマー・インクの子会社とバイオメット・インクの親会社が、バイオメット・インクの親会社を存続会社として合併し、②合併後の会社の株式をジンマー・インクが全部取得するものである（以下、当該合併と当該株式取得を併せて「本件統合」という。）。

関係法条は独占禁止法第10条及び第15条である。

なお、ジンマー・インク及びバイオメット・インクは共に医療機器製造販売等を営む会社であり、両社及び両社の子会社が製造販売する商品間で水平関係¹にあるものは多岐にわたる。後記第3以下においては、これらのうち当事会社のシェアがいずれも比較的高く、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた人工関節²（人工股関節、人工膝関節、人工肩関節及び人工肘関節。以下同じ。）について記載した。

第3 本件審査の経緯及び審査結果の概要

1 本件審査の経緯

当事会社は、平成26年6月以降、本件統合が競争を実質的に制限することとはならないと考える旨の意見書及び資料を自主的に公正取引委員会に提出し、当委員会は、当事会社の求めに応じて、当事会社との間で数次にわたり会合を持った。その後、同年8月4日に届出会社から、独占禁止法の規定に基づき本件統合計画の届出書が提出されたので、当委員会はこれを受理し、第1次審査を開始した。当委員会は、前記届出書その他の当事会社から提出された資料、需要者に対するヒアリング等を踏まえつ

¹ 同一の取引分野において競争関係にあることを指す。

² 人工関節については、医療機関（医師）が商品を選択して卸売業者を通じて購入している。また、人工関節は保険償還制度（材料価格基準制度）の対象となっている。同制度においては、各医療機器を構成する医療材料（特定保険医療材料を指す。以下同じ。）について、厚生労働省によって保険償還価格（以下「償還価格」という。）が定められており、人工関節を用いて医療行為を行った医療機関は、健康保険組合等から償還価格相当額が一律に償還される。償還価格は、2年に1度、厚生労働省が医療機関による各医療機器の購入価格や海外における同種商品の販売価格を調査した上で改定される。医療機関は、医療機器を償還価格よりも高い価格で購入した場合、償還価格と購入価格（消費税含む。）との差額が赤字（損失）となることから、ほとんどの場合、償還価格よりも一定程度安い価格で購入している。

つ、第1次審査を進めた結果、より詳細な審査が必要であると認められたことから、同年9月3日に届出会社に対し報告等の要請を行い、第2次審査を開始するとともに、同日、第2次審査を開始したこと及び第三者からの意見書を受け付けることを公表した。

第2次審査において、当委員会は、当事会社の求めに応じて、当事会社との間で数次にわたり会合を持った。また、届出会社から順次提出された報告等のほか、医療機関、卸売業者及び競争事業者に対するヒアリングの結果等を踏まえて、本件統合が競争に与える影響について審査を進めた。

なお、届出会社に対する報告等の要請については、平成26年12月25日に提出された報告等をもって、全ての報告等が提出された。

2 審査結果の概要

本件においては、人工関節のうち「UKA（人工膝関節の一種）」及び「人工肘関節」について、当事会社が当委員会に申し出た後記第7の措置を講じることを前提とすれば、本件統合がこれら以外の取引分野を含め一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

人工関節に係る審査結果の詳細は、第4及び第5のとおりである。

（参考1）本件の経緯

平成26年 8月 4日	合併に関する計画の届出及び株式取得に関する計画の届出の受理（第1次審査の開始）
9月 3日	報告等の要請（第2次審査の開始）
12月25日	全ての報告等の受理 （事前通知期限：平成27年3月26日）
平成27年 3月25日	排除措置命令を行わない旨の通知

（参考2）海外競争当局との連絡調整

本件については、米国連邦取引委員会、欧州委員会等も審査を行っており、当委員会は、米国連邦取引委員会及び欧州委員会との間で情報交換を行いつつ審査を進めた。

第4 一定の取引分野

1 商品範囲

(1) 人工股関節

ア 概要

人工股関節は、股関節の機能が損なわれた場合に、股関節の代替として用いられる医療機器である。

人工股関節の置換術には大きく分けて、股関節を構成する臼蓋側（骨盤側）と大腿骨側のいずれにも損傷がみられる場合に両方を人工関節に置換する「人工股関節全置換術」（Total Hip Arthroplasty。以下、同置換術に用いられる人工股関節を「THA」という。）と、大腿骨上部先端の骨頭の頸部が骨折した場合に大腿骨側のみを人工関節に置換する「人工骨頭置換術」がある。

THAは、骨盤側の医療材料である「臼蓋カップ」及び「臼蓋ライナー」、大腿骨側の医療材料である「大腿骨ステム」及び「大腿骨ヘッド」等で構成され、人工骨頭は、「大腿骨ステム」及び「大腿骨ヘッド」のみで構成される。

THA及び人工骨頭には、主に初回手術に用いられる「プライマリー」と、再手術に用いられる「リビジョン」と呼ばれる商品があり、大腿骨ステムや臼蓋カップには、骨との接合方法に応じて、骨融合（骨とチタンが接合する性質）を利用した直接固定に用いられるセメントレスタイプと、骨セメントを利用した間接固定に用いられるセメントタイプがある。

イ 需要の代替性

人工股関節のうち、THAは臼蓋側と大腿骨側のいずれも置換する際に用いられるのに対し、人工骨頭は大腿骨側のみを置換する際に用いられ、適応となる症状が異なるため、THAと人工骨頭に需要の代替性はない。また、プライマリーとリビジョンについては、基本的に初回手術にはプライマリーが、再手術にはリビジョンが用いられるため、これらの需要の代替性は限定的である。他方、セメントレスタイプとセメントタイプについては、医師が患者の症状や使い慣れ等を考慮して選択しているが、基本的な用途は共通しているため、需要の代替性がある。

ウ 供給の代替性

人工骨頭を構成する医療材料は基本的にTHAを構成する医療材料の一部が用いられているため、THAと人工骨頭には供給の代替性がある。

プライマリーとリビジョンについては、形状や構造に多少の違いがあるものの、基本的には同じ製造技術・設備で製造できる。また、販売に際しては、医薬

品医療機器等法³に基づく承認等が必要（後記2参照）であり、申請から承認まで半年から1年程度の期間を要するものの、類似の商品が市場に存在する場合は当該期間が相当程度短くなる。したがって、プライマリーとリビジョンのいずれか一方を販売している事業者がもう一方を新たに販売しようとする場合、同様の設備で多大な追加的費用を負うことなく短期間で製造し、販売することができると考えられることから、プライマリーとリビジョンには供給の代替性がある。

エ 小括

以上のとおり、前記各種類間には一定程度の需要の代替性及び供給の代替性が認められることから、「人工股関節」を商品範囲として画定した。

(2) 人工膝関節

ア 概要

人工膝関節は、膝関節の機能が損なわれた場合に、膝関節の代替として用いられる医療機器である。

人工膝関節の置換術には大きく分けて、膝関節の内側と外側のいずれにも損傷がみられる場合に、内側及び外側両方を人工関節に置換する「人工膝関節全置換術」(Total Knee Arthroplasty。以下、同置換術に用いられる人工膝関節を「TKA」という。)と、膝関節の内側と外側の片側のみに損傷がみられる場合に、損傷している側を人工関節に置換する「人工膝関節単顆置換術」(Unicompartmental Knee Arthroplasty。以下、同置換術に用いられる人工膝関節を「UKA」という。)がある。

TKAとUKAはいずれも、大腿骨に装着する「大腿骨コンポーネント」、脛骨に装着する「脛骨コンポーネント」、^{しゅうどう} 摺動部に装着する「関節面サーフェイス(ベアリングインサート)」等の各医療材料で構成されるが、TKAとUKAでは各医療材料の形状等が異なっている。

また、人工股関節と同様に、TKAにはプライマリーとリビジョンがあり、TKA及びUKAの前記の各コンポーネントにはセメントレスタイプとセメントタイプがある。

イ 需要の代替性

人工膝関節のうち、TKAは膝関節の全てを置換する際に用いられるのに対し、UKAは片側のみを置換する際に用いられ、適応となる症状が異なるため、T

³ 旧薬事法。平成26年11月25日に「薬事法等の一部を改正する法律」が施行され、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」(略称：医薬品医療機器等法)に改称された。

TKAとUKAに需要の代替性はない。また、人工股関節と同様に、TKAのプライマリーとリビジョンについては需要の代替性は限定的であり、セメントレスタイプとセメントタイプについては需要の代替性がある。

ウ 供給の代替性

TKAとUKAはそれぞれを構成する医療材料の形状等が異なるものの、製造のための技術は類似しており、設備はほぼ同等である。また、メーカー等がTKA及びUKAを国内で販売するためには、医薬品医療機器等法に基づく承認等が必要であり、申請から承認まで半年から1年程度の期間を要するものの、類似の商品が市場に存在する場合は当該期間が相当程度短くなる。したがって、TKA又はUKAのいずれか一方を販売している事業者がもう一方を新たに販売しようとする場合、同様の設備で多大な追加的費用を負うことなく短期間で製造し、販売することができると考えられることから、TKAとUKAには供給の代替性がある。さらに、人工股関節と同様に、TKAのプライマリーとリビジョンについても供給の代替性がある。

エ 小括

以上のとおり、TKAとUKAには需要の代替性はないものの供給の代替性があり、TKAとUKAそれぞれにおける前記各種間には需要の代替性があることから、商品範囲を「人工膝関節（TKA及びUKA）」と画定することも考えられる。しかしながら、TKAとUKAについては、適応となる症状が異なるため需要の代替性がないという事実に加え、TKAとUKAの各市場における競争環境（供給者の構成や市場シェアの状況）が大きく異なっていることから、TKAとUKAは別の市場を形成していると考えることが妥当である。

したがって、「TKA」と「UKA」を別の商品範囲として画定した。

(3) 人工肩関節

ア 概要

人工肩関節は、肩関節の機能が損なわれた場合に、肩関節の代替として用いられる医療機器である。

人工肩関節の置換術は大きく分けて、肩関節を構成する上腕骨側と肩甲骨側のいずれにも損傷がみられる場合に両方を人工関節に置換する「人工肩関節全置換術」（Total Shoulder Arthroplasty。以下、同置換術に用いられる人工肩関節を「TSA」という。）と、肩関節の上腕骨側の骨頭のみ損傷がみられる場合に上腕骨側のみを人工関節に置換する「人工肩骨頭（上腕骨頭）置換術」がある。

TSAは、上腕骨に装着する「上腕骨ステム」、「上腕骨ヘッド」及び肩甲骨に

装着する「グレノイド」の各医療材料で構成され、人工肩骨頭は上腕骨側の「上腕骨ステム」及び「上腕骨ヘッド」のみで構成される。

また、人工股関節と同様に、人工肩関節にはプライマリーとリビジョンがあり、上腕骨ステムとグレノイドについては、セメントレスタイプとセメントタイプがある。

なお、国内においては平成26年から、ヘッドとグレノイドが逆構造になっている（ヘッドが肩甲骨側に、グレノイドが上腕骨側に付属している）「リバースタイプ」の人工肩関節が販売されている。リバースタイプは、それまでTSAでは治療できなかった腱板に大きな損傷が生じている症状に適応となるものである。

イ 需要の代替性

人工肩関節のうち、TSAは上腕骨側と肩甲骨側のいずれも置換する際に用いられるのに対し、人工肩骨頭は上腕骨側のみを置換する際に用いられ、適応となる症状が異なるため、TSAと人工肩骨頭に需要の代替性はない。また、人工股関節と同様に、プライマリーとリビジョンについては需要の代替性は限定的であり、セメントレスタイプとセメントタイプについては需要の代替性がある。

なお、リバースタイプについては、TSAとは適応となる症状が異なることから、TSAとリバースタイプに需要の代替性はない。

ウ 供給の代替性

人工肩骨頭を構成する医療材料は基本的にTSAを構成する医療材料の一部が用いられているため、TSAと人工肩骨頭には供給の代替性がある。また、人工股関節と同様に、プライマリーとリビジョンについても、供給の代替性がある。

TSAとリバースタイプについては、適応となる症状が異なることから設計のための技術も異なっており、また、リバースタイプは国内では平成26年になって初めて承認された新しい商品であり、医薬品医療機器等法に基づく承認等には、TSA等の他の既存の人工関節に比して長期間を要すると考えられる。よって、TSAのメーカーが多大な追加的費用等を負うことなく短期間でリバースタイプを製造し、販売することは困難であると考えられ、これらの間に供給の代替性はない。

エ 小括

以上により、「人工肩関節（リバースタイプを除く）」を商品範囲として画定した⁴。

⁴ 当事会社の一方はリバースタイプを製造販売しておらず、当事会社間で水平関係にないことから、リバースタイプについては別途市場を画定していない。

(4) 人工肘関節

ア 概要

人工肘関節は、肘関節の機能が損なわれた場合に、肘関節の代替として用いられる医療機器である。

人工肘関節の置換術には大きく分けて、肘関節の上腕骨側と尺骨側のいずれにも損傷がみられる場合に、両方を人工関節に置換する「人工肘関節全置換術」(Total Elbow Arthroplasty。以下、同置換術に用いられる人工肘関節を「TEA」という。)と、肘関節の橈骨近位部の骨頭のみ^{とこつ}に損傷がみられる場合に、当該部分を人工関節に置換する「人工肘骨頭(橈骨頭)置換術」がある。

TEAは、上腕骨に装着する「上腕骨コンポーネント」及び尺骨に装着する「尺骨コンポーネント」の各医療材料で構成され、人工肘骨頭は橈骨に装着する「橈骨コンポーネント」で構成される。

また、TEAには、前記の両コンポーネントが完全に連結しているリンクタイプと完全には連結していないノンリンクタイプがある。基本的には、適応可能な症状は両タイプで共通しており、側副靭帯が機能する場合にはノンリンクタイプとリンクタイプのいずれもが用いられ、側副靭帯に損傷がみられる比較的重症の例外的な場合にはリンクタイプのみが用いられている。

さらに、人工股関節と同様に、TEAにはプライマリーとリビジョンがあり、前記の各コンポーネントにはセメントレスタイプとセメントタイプがある。

イ 需要の代替性

人工肘関節のうち、TEAは上腕骨側と尺骨側を置換する際に用いられるのに対し、人工肘骨頭は橈骨頭を置換する際に用いられ、適応となる症状が異なるため、TEAと人工肘骨頭に需要の代替性はない。リンクタイプとノンリンクタイプについては、医師が患者の症状や使い慣れを考慮して選択しているものの、側副靭帯が機能していないなど一部の例外を除き、基本的な適応症状は共通していることから、需要の代替性がある。また、人工股関節と同様に、TEAのプライマリーとリビジョンについては需要の代替性は限定的であり、セメントレスタイプとセメントタイプについては需要の代替性がある。

ウ 供給の代替性

TEAと人工肘骨頭は、それぞれを構成する医療材料の形状等が異なるものの、製造のための技術は類似しており、設備はほぼ同等である。また、メーカー等がTEA及び人工肘骨頭を国内で販売するためには医薬品医療機器等法に基づく承認等が必要であり、申請から承認まで半年から1年程度の期間を要するものの、類似の商品が市場に存在する場合は当該期間が相当程度短くなる。したがっ

て、TEA又は人工肘骨頭のいずれか一方を販売している事業者がもう一方を新たに販売しようとする場合、同様の設備で多大な追加的費用を負うことなく短期間で製造し、販売することできると考えられることから、TEAと人工肘骨頭には供給の代替性がある。さらに、人工股関節と同様に、TEAのプライマリーとリビジョンについても供給の代替性がある。

エ 小括

以上により、「人工肘関節」を商品範囲として画定した。

2 地理的範囲

人工股関節、TKA、UKA、人工肩関節（リバースタイプを除く）及び人工肘関節について、国内メーカー、海外メーカーの日本法人又は輸入総代理店が個々の商品を国内で販売するためには医薬品医療機器等法に基づく承認等が必要である。また、需要者である医療機関も、当該承認等を得た国内向けの商品を、卸売業者を通じて購入している実態にある。

したがって、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第5 競争の実質的制限についての検討

1 人工股関節

本件統合により、HHIは約1,400、当事会社の合算市場シェア・順位は約30%・第1位、HHIの増分は約300となり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

【平成24年度における人工股関節の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	ジンマー	約20%
2	A社	約20%
3	B社	約10%
4	C社	約10%
5	バイオメット	約10%
	その他	約30%
合計		100%

2 TKA

(1) 当事会社の地位

本件統合により、HHIは約2,400、当事会社の合算市場シェア・順位は約40%・第1位、HHIの増分は約700となり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成24年度におけるTKAの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	ジンマー	約30%
2	D社	約20%
3	バイオメット	約10%
4	E社	約10%
5	F社	約5%
6	G社	0-5%
	その他	約15%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

有力な競争事業者として市場シェア約20%を有するD社及び市場シェア約10%を有するE社が存在しているほか、複数の競争事業者が存在する。
また、各社とも一定程度の供給余力を有していると考えられる。

(3) 参入圧力

有力な海外メーカーはおおむね国内市場に既に参入していること、近年参入した事業者は一定程度の市場シェアを獲得するまでには至っていないこと、国内市場の規模が短期間で大幅に拡大する傾向もみられないことから、今後、参入が頻繁に行われる可能性は高くないと考えられる。

したがって、参入圧力が十分に働いているとはいえない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

関節に係る疾患の治療方法には、リウマチに対する生物学的製剤や自家軟骨移植による方法があるものの、これらの治療法は比較的軽症の段階で予防的に行われるものであって、人工膝関節置換術が適応となるような重症の患者にはほとんど用いられることはないため、隣接市場からの競争圧力が働いているとはいえない。

(5) 需要者からの競争圧力

需要者である医療機関においては、商品の品質及び使い慣れによって施術を行う医師が商品を選択する傾向が強い。医療機関は、近年、複数の卸売業者と価格交渉を行って値下げを要請するケースもあるなど、価格を考慮するケースも見受けられる。しかしながら、医療機関（医師）は依然として商品の品質や使い慣れを重視する傾向にある。また、人工関節置換術に際しては専用の手術用器械を使用するところ、メーカーごとに使用方法が異なるため、一定程度の技術の習得が必要であり、この点からも医師は頻繁に他メーカーの商品には変更しない傾向にある。このため、このような価格交渉の状況が競争圧力として評価できるほどには至っていないと考えられる。

なお、当事会社は、償還価格が価格引上げの抑止圧力になっている旨主張している。確かに医療機関が償還価格よりも高い価格でTKA等の人工関節を購入することはほとんどない。しかしながら、各メーカーは、償還価格より低い価格帯で価格競争を行っており、償還価格自体も2年に一度実売価格を反映して改定されている。よって、償還価格を価格引上げの十分な抑止圧力として評価することは適当ではない。

したがって、需要者からの競争圧力が十分に働いているとはいえない。

(6) 独占禁止法上の評価

本件統合後、TKA市場における当事会社のシェアは約40%となり、当該市場における競争単位が一つ減るものの、依然として有力な競争事業者であるD社及びE社が存在し、他にも複数の競争事業者が存在している。また、各競争事業者は一定程度の供給余力を有しており、さらに、各事業者が互いの行動を高い確度で予測することが容易になると考えられる事情も認められない。

したがって、本件統合により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、TKA市場における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

3 UKA

(1) 当事会社の地位

本件統合により、HHIは約7,800、当事会社の合算市場シェア・順位は約90%・第1位、HHIの増分は約3,800となり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成24年度におけるUKAの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	ジンマー	約50%
2	バイオメット	約40%
3	H社	約10%
4	I社	0-5%
	その他	0-5%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況及び当事会社間の関係

有力な競争事業者として市場シェア約10%を有するH社が存在するが、当事会社との格差が著しく、他の競争事業者のシェアも非常に小さい（他の人工関節市場における有力な競争事業者は、UKA市場においてシェアをほとんど有していない。）。また、当事会社は、従来、シェアがそれぞれ約50%と約40%で近接し、第1位及び第2位を占めているところ、それぞれを競争事業者として最も意識しており、活発に競争が行われてきたことから、本件統合により当事会社間の競争が消滅することが競争に及ぼす影響は大きいものと考えられる。

また、各社とも一定程度の供給余力を有していると考えられるものの、シェアの小さい事業者が多く当事会社への牽制力としては十分ではない。

(3) 参入圧力

UKA市場は拡大傾向にあるものの、依然として規模が小さく⁵、参入が期待できない状況であるため、参入圧力が働いているとはいえない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

TKA市場と同様の状況であることから、隣接市場からの競争圧力が働いているとはいえない。

(5) 需要者からの競争圧力

TKA市場と同様の状況であることから、需要者からの競争圧力が十分に働いているとはいえない。

⁵ 平成24年の人工関節（TKA及びUKA）市場の規模は約310億円であり、UKAの人工関節市場に占める割合は数量ベースで10%以下である。

(6) 独占禁止法上の評価

本件統合後、UKA市場における当事会社のシェアは約90%となり、競争事業者との間に著しい格差が生じるほか、従来、積極的に行われてきた当事会社間の競争が失われることとなる。一方で、当該市場に対する各競争圧力は限定的であることから、本件統合により、当事会社が価格等をある程度自由に左右することができる状態が現出し、UKA市場における競争を実質的に制限することとなると判断した。

4 人工肩関節（リバースタイプを除く）

(1) 当事会社の地位

本件統合により、HHIは約2,700、当事会社の合算市場シェア・順位は30-40%・第2位、HHIの増分は約600となり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成24年度における人工肩関節（リバースタイプを除く）の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	J社	約40%
2	ジンマー	約20%
3	バイオメット	約20%
4	K社	約10%
5	L社	5-10%
6	M社	5-10%
	その他	0-5%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

有力な競争事業者として、市場シェア約40%を有するJ社及び約10%を有するK社が存在し、他にもL社、M社等の複数の競争事業者が存在する。

また、各社とも一定程度の供給余力を有していると考えられる。

(3) 参入圧力

近年、海外メーカーによる参入がみられるものの、市場の規模が小さい⁶ことから、今後も参入が頻繁に行われる可能性は高くないと考えられる。

⁶ 平成24年の人工膝関節（TKA及びUKA）市場の規模が約310億円であるのに対し、人工肩関節市場の規模は約11億円である。

したがって、参入圧力が十分に働いているとはいえない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

T K A市場と同様の状況であることから、隣接市場からの競争圧力が働いているとはいえない。

(5) 需要者からの競争圧力

T K A市場と同様の状況であることから、需要者からの競争圧力が十分に働いているとはいえない。

(6) 独占禁止法上の評価

本件統合後、人工肩関節（リバースタイプを除く）市場における当事会社のシェアは30－40%となり、当該市場における競争単位が一つ減るものの、依然として有力な競争事業者であるJ社及びK社が存在し、他にも複数の競争事業者が存在している。また、各競争事業者は一定程度の供給余力を有していると考えられ、さらに、各事業者が互いの行動を高い確度で予測することが容易になると考えられる事情も認められない。

したがって、本件統合により、当事会社の単独行動及び競争事業者との協調的行動によって、人工肩関節（リバースタイプを除く）市場における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

5 人工肘関節

(1) 当事会社の地位

本件統合により、HHIは約4,600、当事会社の合算市場シェア・順位は60－70%・第1位、HHIの増分は約1,900となり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成24年度における人工肘関節の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	バイオメット	約40%
2	ジンマー	約20%
3	N社	約20%
4	O社	約10%
5	P社	0－5%
6	Q社	0－5%
	その他	0－5%

順位	会社名	市場シェア
合計		100%

(2) 競争事業者の状況及び当事会社間の関係

有力な競争事業者である市場シェア約20%を有するN社と、約10%を有するO社が存在するが、当事会社との乖離が非常に大きくなる（他の人工関節市場における有力な競争事業者は、シェアが僅少又は人工肘関節市場に参入していない）。また、当事会社は、従来、シェアがそれぞれ約40%と約20%であり第1位及び第2位を占めているところ、それぞれを競争事業者として最も意識しており、活発に競争が行われてきたことから、本件統合により当事会社間の競争が消滅することが競争に及ぼす影響は大きいものと考えられる。

また、各社とも一定程度の供給余力を有していると考えられるものの、シェアの小さい事業者が多く、当事会社への牽制力としては十分ではない。

(3) 参入圧力

人工肘関節市場は規模が小さく⁷、参入が期待できない状況であるため、参入圧力が働いているとはいえない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

TKA市場と同様の状況であることから、隣接市場からの競争圧力が働いているとはいえない。

(5) 需要者からの競争圧力

TKA市場と同様の状況であることから、需要者からの競争圧力が十分に働いているとはいえない。

(6) 独占禁止法上の評価

本件統合後、人工肘関節市場における当事会社のシェアは60-70%となり、競争事業者との間に著しい格差が生じるほか、従来、積極的に行われてきた当事会社間の競争が失われることとなる。一方で、当該市場に対する各競争圧力は限定的であることから、本件統合により、当事会社が価格等をある程度自由に左右することができる状態が現出し、人工肘関節市場における競争を実質的に制限することとなると判断した。

⁷ 平成24年の人工膝関節（TKA及びUKA）市場の規模が約310億円であるのに対し、人工肘関節市場の規模は約4億円である。

第6 経済分析

人工関節は、いずれも保険償還制度の対象であり、医療機関が卸売業者から商品を購入する際は、償還価格が実質的な上限価格となっている。しかしながら、卸売業者が医療機関に販売する際の平均価格（以下「卸価格」という。）は償還価格をある程度下回っており、メーカーが卸売業者に販売する際の平均価格（以下「メーカー価格」という。）もまた卸価格を下回っているため、各流通段階におけるこれらの価格が本件統合の影響を受ける可能性がある。また、償還価格は、2年に一度改定されているところ、おおむねそのたびに卸価格の水準に合わせて引き下げられている。そのため、仮に本件統合に伴いメーカー間の競争が減退し、メーカー価格及び卸価格が引き上げられた場合、将来の償還価格が高止まりする可能性がある。

前記の点について、価格水準が、参入等を通じて市場構造に影響を与え得ること等を考慮した上で、人工関節において市場構造がメーカー価格に与える影響について計量経済学的な分析を行った。その結果、市場集中度がメーカー価格に対してプラスの効果を持つことが明らかとなった。当該分析結果を基に、本件統合がメーカー価格及び償還価格に与える影響に係るシミュレーション分析を行ったところ、本件統合と同様の統合が平成23年度に行われたと仮定した場合、翌年度のメーカー価格は、UKAについては6.2%、人工肘関節については4.3%～5.3%、人工股関節、TKA及び人工肩関節については1.5%～3.1%上昇し、結果として、2014年度の償還価格は、UKAについては4.3%、人工肘関節については1.3%～3.2%、人工股関節、TKA及び人工肩関節については0.3%～2.0%、実際の値よりも高くなっていったと推定される⁸。

この結果は前記第5の調査結果と整合しており、当委員会の判断は経済分析の結果も踏まえて行ったものである⁹。

第7 当事会社による問題解消措置の申出

当事会社に対し、前記第5の3(6)及び5(6)について論点等の説明を行ったところ、当事会社から、UKA及び人工肘関節について、次の問題解消措置（以下「本件問題解消措置」という。）の申出があった。

- ① 平成24年度におけるUKA市場の約50%分のシェアに相当する当事会社の有力なブランドに係る有形資産（在庫、設計履歴、試験・臨床データ等）、知的財産権（対象商品に使用される特許、商標、ノウハウ等）等を譲渡する。

⁸ 推定値に幅があるのは、人工関節は複数の機能区分（構造、使用目的、医療上の効能及び効果等からみて類似していると認められる医療材料を一群として、厚生労働大臣が定めた区分）に分類されるところ、機能区分ごとに推定値が異なるためである。

⁹ ただし、本分析のように企業結合審査においてシミュレーション分析を用いる際は、当該分析の結果が、一連の仮定の上に成り立っていることを認識する必要がある。したがって、本分析のシミュレーション結果は、本件統合の効果に関する決定的な結論ではなく、定性的な調査結果を補完するものとして位置付けられる。

- ② 平成24年度における人工肘関節市場の約20%分のシェアに相当する当事会社の有力なブランドに係る有形資産（同上）、知的財産権（同上）等を譲渡する。
- ③ 譲渡先は、整形外科・人工関節分野における十分な経験及び能力を有し、当事会社から独立した資本上無関係な事業者であり、かつ、処分対象事業を維持し発展させるための財源、専門性及びインセンティブを有することなどを基準に選定し、具体的な譲渡先については、譲渡先との契約締結後、当委員会に報告し、同意を得る。
- ④ 当事会社が一定期間内に譲渡先との契約締結に至らなかった場合、独立した第三者（事業処分受託者）が当委員会の同意を得た上で前記①及び②の事業を売却する。
- ⑤ 譲渡の実行期限は、譲渡先について当委員会の同意を得た日から3か月とする。

第8 問題解消措置に対する評価

本件問題解消措置を講じることを前提とすれば、本件統合後のUKA市場における当事会社の合算市場シェア・順位は、約40%・第2位、また、本件統合後の人工肘関節市場における当事会社の合算市場シェア・順位は、約40%・第1位又は第2位となるものの、本件統合後の当事会社の市場シェアは、UKA市場及び人工肘関節市場のいずれにおいても、本件統合前の当事会社のうち、市場シェアの大きい方を下回ることとなる。

譲渡先については、前記第7の③の要件を満たしていれば、UKA市場及び人工肘関節市場における独立した有力な競争者となると考えられるところ、実際の譲渡先が当該要件を満たしているかについては、当事会社からの報告を受けた後、当委員会において判断することとする。

また、本件統合後に事業譲渡が行われる場合であっても、譲渡の実行期限は当事会社が譲渡先について当委員会の同意を得た日から3か月以内に行われることとされていることなどから、問題解消措置を講じる期限は適切かつ明確に定められている。

以上を踏まえると、本件問題解消措置を講じることを前提とすれば、本件統合について、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第9 結論

当事会社が申し出た問題解消措置を講じることを前提とすれば、本件統合がUKA市場及び人工肘関節市場における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例8 (株)KADOKAWA及び(株)ドワンゴによる共同株式移転

第1 本件の概要

本件は、主に出版業を営んでいる株式会社KADOKAWA（以下「KADOKAWA」という。また、KADOKAWAを最終親会社とする企業結合集団を「KADOKAWAグループ」という。）と主にポータル事業を営んでいる株式会社ドワンゴ（以下「ドワンゴ」という。また、ドワンゴを最終親会社とする企業結合集団を「ドワンゴグループ」といい、以下KADOKAWAグループと併せて「当事会社」という。）が共同株式移転により新設持株会社を設立することを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第15条の3である。

なお、当事会社は様々な事業を行っているが、第2以降においては、これらのうち競争に与える影響が比較的大きいと考えられる「有料動画配信事業」、「有料動画提供事業」及び「niconico」について記載した。

第2 一定の取引分野

1 商品又は役務の範囲

(1) プラットフォーム事業

ア 役務の範囲

ドワンゴグループは、インターネット上のポータルサイトを通じて、ニコニコ動画、ニコニコ生放送、ニコニコ静画等のサービス（以下、併せて「niconico」という。）を提供している。ドワンゴグループは、これらのサービスにおいて、動画や電子書籍等のコンテンツ（以下、単に「コンテンツ」という。）を提供する者に対しては、niconicoを通じてその会員が視聴できる状態にするというサービスを提供し、同時に、niconicoの会員である視聴者に対しては、コンテンツを配信するというサービスを提供しており、異なる利用者層間の取引を仲介する機能（以下、かかる機能を有するサービスを「プラットフォーム」といい、コンテンツを提供する者に対してプラットフォームを通じて視聴者が視聴できる状態にするサービスと、視聴者に対してコンテンツを提供するサービスを合わせて「2つの役務範囲」という。）を果たしている（以下、コンテンツをプラットフォーム事業者に提供し、プラットフォーム事業者から、視聴者が当該コンテンツを利用することができる状態にするサービスを受けて、視聴者にコンテンツを提供する事業を総称して「コンテンツ提供事業」という。）。

niconicoにおいては、大きく、①サービスを利用する会員から得る有料動画等のコンテンツに対する課金又はプレミアム会員¹から得る月額会員登録

¹ プレミアム会員とは、月額540円（税込み）の登録料を支払っている有料会員のことであり、登録料が無料の

料, ②有料動画等のコンテンツ提供者から得る配信手数料, 及び③広告主たる事業者から得るインターネット上の広告スペース利用に対する課金などにより収益を上げている。n i c o n i c oの主な収益源は, 前記①のうち, プレミアム会員の月額会員登録料である。

n i c o n i c oに含まれるプラットフォームとしてのサービスは, 配信するコンテンツの種類により, 「無料動画配信事業」, 「有料動画配信事業」及び「電子書籍配信事業」として分類することができる。これらの事業においては, 無料又は有料の動画や電子書籍等の異なる種類のコンテンツを配信していることから, 需要者である視聴者及びコンテンツ提供者から見た需要の代替性は無い(又は限定的である)と考えられること, 及び事業ごとに同種のサービスを提供する異なる競争事業者が存在していることから, n i c o n i c oに含まれるサービスにつき, それぞれ「無料動画配信事業」, 「有料動画配信事業」及び「電子書籍配信事業」を役務範囲として画定した。また, 総合ポータルサイトとしてのn i c o n i c o全体についても, 前記のサービスの他, 例えば, インターネット通販サービスなどの多様なサービスを提供しており, かかるサービスの組み合わせにも独自性が認められること, 配信される動画等に対してコメントを付けることができる機能がある等のn i c o n i c o固有のサービスも含まれていることなどから, 他の総合ポータルサイトとの間の代替性は限定的であり, 重層的に「n i c o n i c o」を役務範囲として画定した。

他方, KADOKAWAグループも, ドワンゴグループと同様に, プラットフォームとしての機能を果たす有料動画配信事業及び電子書籍配信事業を営んでいる。

これらの事業を営む者は, 前記のとおり, いずれも視聴者とコンテンツ提供者という2つの異なる需要者に対してサービスを提供しており, これらの役務範囲はそれぞれ両者に提供される2つの役務範囲から構成されることとなる。

イ 双方向市場²についての検討

有料動画配信事業者及びn i c o n i c oは, 多様な種類の有料動画を多数取り揃えており, 特定の分野に特化したり, あらゆる分野のニーズに対応したりするなど, ラインナップの内容による競争を行っている。また, 当委員会において実施した経済分析によれば, n i c o n i c oにおいて提供されるコンテンツ数及び種類

一般会員と比較して, ①高画質な動画を楽しむことができる, ②視聴者の多い生放送も確実に視聴できる, ③見逃した生放送を後からでも見ることができる等の特典がある。ただし, 有料動画等を視聴する際には, 月額の登録料とは別途課金される。

² 双方向市場の定義としては様々な見解があるところ, ここでは, 2つ以上の異なる種類の利用者層が存在すること, 異なる利用者間の取引を仲介する機能を持つ場等を提供するプラットフォームが存在すること, 及び間接ネットワーク効果が存在すること, という3要素を持つ市場のことをいう。

が増加すると、niconicoの会員となり配信されるコンテンツを視聴するユーザーの数が増加し、また、ユーザー数が増加すると、niconicoにおいて提供されるコンテンツ数及び種類が増加するという間接ネットワーク効果³の存在を示唆する結果が得られた⁴。

そのため、本件行為が競争に与える影響については、当事会社が営むプラットフォームの双方向市場としての特性を踏まえて検討を行った。

(2) コンテンツ提供事業

個人（事業者を除く。）又は事業者（個人事業者を含む。）が、ドワンゴ等の動画配信事業者に提供し、動画配信事業者が視聴者に対して配信する動画は、視聴の際の課金の有無により、有料動画と無料動画に分かれる。また、両者には、課金の有無による違いの他、有料動画は、動画自体に収益性が求められ、その制作においても一定の費用等が投下されることが一般的であるのに対し、無料動画は、個人等の自己表現や事業者の広告宣伝等を目的として制作・配信されることが一般的であり、動画自体に収益性が求められるものではない。このため、両者は、営利性や制作の目的の違いから、内容についても質的な差異が存在するといえることから、両者が代替的に選択されているとはいえない。

したがって、「有料動画提供事業」を役務範囲として画定した。

なお、当事会社のうち、有料動画提供事業を営んでいるのは、KADOKAWAグループのみである。

2 地理的範囲

前記1のいずれの商品又は役務についても、当事会社は日本全国で事業を営んでおり、また、需要者は日本全国のどこでもほぼ同一の条件で商品又は役務の提供を受けることが可能である。

したがって、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

³ 間接ネットワーク効果とは、異なる2つの利用者層が存在する場合、一方の利用者層の数が増加することが、他方の利用者層の数や他方の利用者が提供するサービスの質を決定し、また、その逆も同様であることを通じて、異なる2つの利用者が相互に影響を与え合う効果のことをいう。

⁴ 経済分析においては、niconicoの会員数とniconico上で提供されるチャンネル数の関係を表すベクトル自己回帰モデルを推定し、当該推定の結果を用いてグレンジャー因果性検定及びインパルス反応分析を行った。グレンジャー因果性検定の結果からは、チャンネル数から会員数へと向かう因果関係及び会員数からチャンネル数へと向かう因果関係が示唆された。インパルス反応分析からは、niconico上で提供されるKADOKAWA以外のアニメチャンネルの数が増えると、その後の会員数が有意に増えるとの結果が得られた。また、会員数が増えると、その後のチャンネル数が有意に増えるとの結果も得られた。

3 企業結合の類型

(1) 水平型企業結合

当事会社はいずれも有料動画配信事業を営んでいることから、本件行為は、水平型企業結合に該当する。

(2) 有料動画配信事業及びniconicoと有料動画提供事業の結合

本件においては、当事会社が営むプラットフォームは、売り手であるコンテンツ提供者と買い手である視聴者との間の取引を仲介する機能を有することから、消費財等メーカーが、小売業者を通じて、消費者に対して消費財等を販売する商流における小売業者と類似の機能を有することになる。

そこで、本件では、有料動画提供事業と有料動画配信事業及びniconicoの関係性を川上市場と川下市場の垂直関係と類似するものとみなして、垂直型企業結合の判断基準に照らして検討を行うこととし、双方向市場の特性については個別に判断要素の検討において考慮することとした。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 水平型企業結合（有料動画配信事業）

有料動画配信事業は、前記第2の1(1)アのとおり2つの役務範囲から構成されるところ、コンテンツ提供者を需要者とする役務範囲における有料動画配信事業者の地位は、視聴者を需要者とする役務範囲における地位を反映するものと考えられるため、視聴者を需要者とする役務範囲における市場シェアを算出すると、本件行為により、有料動画配信事業の合算市場シェアは約5%、HHIが最大で約2,800、HHIの増分が約5となることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

【平成25年における有料動画配信事業の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約35%
2	B社	約30%
—	KADOKAWAグループ	約0-5%
—	ドワンゴグループ	約0-5%
	その他	約35-25%
合計		100%

2 垂直型企業結合

- (1) 有料動画提供事業を川上市場、有料動画配信事業を川下市場とした垂直関係
ア 有料動画提供事業

本件行為後のKADOKAWAグループの有料動画提供事業における市場シェアは不明であるため、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

イ 有料動画配信事業

本件行為後の当事会社の有料動画配信事業における合算市場シェアは約5%となるため、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

(2) 有料動画提供事業を川上市場、niconicoを川下市場とした垂直関係

ア 有料動画提供事業

前記2(1)アに同じ。

イ niconico

niconicoは、ドワンゴグループのみが提供する役務であることから、市場シェアは100%となるため、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

(3) 判断要素の検討

ア KADOKAWAグループによる当事会社の競争事業者に対する有料動画の提供の拒否等（以下「投入物閉鎖」という。）

有料動画を含むコンテンツ提供事業においては、一般的な消費財（物）の場合とは異なり、コンテンツの素材を提供するプラットフォームごとに新たに制作しているわけではなく、同一の素材を複数のプラットフォームで転用することができるため、限界費用が限りなく小さく、追加的な費用をかけずに、際限なく多種・多様なプラットフォームにコンテンツを提供することができ、かつ、コンテンツを提供するプラットフォームを増やせば増やすほど、より多くの利用者に視聴してもらい機会が増加し、更なる収益拡大につながるという特徴を有する。

また、有料動画配信事業における当事会社の市場シェアは約5%に過ぎないこと、及びKADOKAWAグループの有料動画の売上高のうちドワンゴグループを通じた販売による売上高の割合は僅少であることから、投入物閉鎖による売上機会の喪失の結果生じる不利益は極めて大きいものと考えられる。

以上から、KADOKAWAグループには、投入物閉鎖を行うインセンティブが無いと認められる。

イ ドワンゴグループによる当事会社の競争事業者からの各種コンテンツの調達の拒否等（以下「顧客閉鎖」という。）

ドワンゴグループが提供しているniconicoにおいて、KADOKAW

Aグループ以外の有料動画の取扱いを拒絶することが考えられる。

しかしながら、現在ドワンゴグループが取り扱っている有料動画に占めるKADOKAWAグループの有料動画の割合は僅少であり、前記第2の1(1)イのとおり、双方向市場の間接ネットワーク効果が生じるという特性を踏まえると、顧客閉鎖を行うことにより、ドワンゴグループが取り扱う有料動画の数及び種類が減少することとなり、その結果、視聴者に対して提供する有料動画配信サービスの質の低下をもたらし、ひいては視聴者数の減少をもたらすことが見込まれ、これによりドワンゴグループがniconicoの会員から得る有料動画への課金若しくはプレミアム会員から得る月額会員登録料、有料動画提供事業者から得る配信手数料、又は広告主から得る広告スペース利用への課金による収入等が減少することが見込まれる。

以上から、ドワンゴグループには、顧客閉鎖を行うインセンティブが無いと認められる。

ウ 小括

以上から、本件行為により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、前記各市場における競争を実質的に制限することとはならないと考えられる。

第4 結論

以上のとおり、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

事例9 マックスバリュ関東(株)と(株)マルエツ及び(株)カスミによる経営統合

第1 本件の概要

本件は、イオン株式会社（以下「イオン」という。また、イオンを最終親会社とする企業結合集団を「イオングループ」という。）の子会社で、関東地方においてスーパーマーケット業を営むマックスバリュ関東株式会社と、関東地方においてスーパーマーケット業を営む株式会社マルエツ（以下「マルエツ」という。）及び株式会社カスミ（以下「カスミ」といい、イオングループ及びマルエツと併せて「当事会社」という。）が、共同株式移転により持株会社を設立し、当該持株会社をイオンが連結子会社とすることを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第10条及び第15条の3である。

第2 本件行為により強化される結合関係

イオンはマルエツ及びカスミの議決権をそれぞれ30%強保有していることから、イオングループとマルエツ及びカスミの間には一定の結合関係が既に形成されている。本件行為により、イオンはマルエツ及びカスミの議決権を追加取得し、両社を子会社化することとなり、イオングループとマルエツ及びカスミとの結合関係が強まると認められることから、当該結合関係の強化が競争に与える影響について検討を行う。

第3 一定の取引分野

1 役務の範囲

(1) スーパーマーケット

スーパーマーケットには、食料品、日用品、衣料品等の幅広い商品を取り扱う総合スーパー（以下「GMS」という。）と、食料品を中心に扱う食品スーパーとがある。GMS及び食品スーパーはいずれも、生鮮食料品を中心とした食料品の品ぞろえを充実させ、そうした食料品をまとめ買いする消費者を主たるターゲットとして事業を行っている。GMSや食品スーパーを営む事業者は、GMSはGMSとの間で、また、食品スーパーは食品スーパーとの間で専ら競争しているわけではなく、形態がGMSか食品スーパーかにかかわらず競争している実態にあると認識している。また、消費者も、食料品の購入においては、スーパーマーケットの形態を区別することなく購入店舗を選択している実態にあると認められる。

スーパーマーケットと同様の商品を取り扱う業態として、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター等があり、近年、これらの業態においても、食料品の取扱いを増やすなど、業態間の垣根は低くなってきているという実態にある。しかしながら、これらの業態では、スーパーマーケットが強みとしている生鮮食料

品等の品ぞろえは依然としてスーパーマーケットほど充実しておらず、消費者は、特に日々の食料品をまとめ買いする場合など、目的に応じてスーパーマーケットとこれらの業態とを使い分けていると認められる。

以上から、本件では、「スーパーマーケット業」を役務範囲として画定した。

(2) 小型スーパーマーケット

近年、都市部での高齢化の進行、大規模な出店余地の減少、出店コストの抑制等の事情から、通常の店舗よりも規模の小さい（おおむね売場面積が500㎡以下）小型スーパーマーケット（以下「小型スーパー」という。）が増加している。

当事会社においても、イオングループが「まいばすけっと」、マルエツが「マルエツプチ」といった小型スーパーをそれぞれ出店している。

小型スーパーは主に都市部に出店しており、店舗の規模が限られていることから、一般的なスーパーマーケットと比べて品ぞろえや数量は限定的である。また、小型スーパーは、「少量買い」や「ついで買い」が主流の単身世帯や少数世帯を主なターゲットとしていること等から、一般的なスーパーマーケットに比べて他業態の小売店舗との競争関係が強いと考えられる。しかしながら、小型スーパーマーケットも生鮮食料品を含めた一通りの食料品を取り扱っており、スーパーマーケットとしての機能は程度の差はあれ備えているものと認められる。

そこで、本件では、小型スーパーも「スーパーマーケット業」に含めた上、本件行為が競争に与える影響を検討するに際し、小型スーパーとスーパーマーケットの相違を判断要素の一つとして考慮することとした。

2 地理的範囲

スーパーマーケット業を営む事業者間の競争は店舗ごとに行われていると認められるところ、各事業者は、来店客調査等の情報から各店舗に頻繁に来店する消費者が居住している範囲を商圈として設定し、チラシ配布、競合店調査等を行う際の目安としている。この商圈の範囲は、店舗の立地状況（都市部か郊外か）や規模等によって多少の相違がある。

本件では、各店舗の立地状況や規模等に基づき、各店舗の商圈と考えられる円形の範囲（店舗により異なるが、店舗から半径500m～3kmの円の範囲）を地理的範囲として画定した。

第4 本件行為が競争に与える影響

1 各地理的範囲における競争の状況

当事会社の店舗が競合する地理的範囲は約300地域ある。これらの地理的範囲について、スーパーマーケットの各店舗の市場シェアを算出すること（したがって、水

平型企業結合のセーフハーバー基準に該当するかどうか判断すること)は技術的に困難である。しかし、一般に、同一の地理的範囲内における店舗数が多いほど競争が活発であると考えられ、これらの地理的範囲のうち競争事業者の店舗数が少ない地理的範囲ほど、本件行為が競争に与える影響は大きいといえる。

当事会社の店舗が競合する地理的範囲をみると、いずれも、当事会社以外の大手スーパーマーケット事業者ないし比較的規模の大きいスーパーマーケット事業者の店舗(以下「大手競合店」という。)が複数又は1店舗は存在する。また、大手競合店が1店舗しか存在しない地理的範囲をみると、いずれも、①当該大手競合店の規模が当事会社のいずれの店舗よりも大きい、②郊外の地理的範囲であるところ、地理的隣接市場に大手競合店が複数存在する、③当事会社の一方の店舗が小型スーパーであるところ、小型スーパーと競争関係が強い他業態の小売店舗が存在する等の事情が認められる。

(注) スーパーマーケット業を営む事業者の一般的な価格設定行動をみると、都道府県の範囲又はそれを超える範囲に立地する店舗において、基本的に統一的な価格設定を行っている実態にあることから、店舗を中心とした円形の地理的範囲の競争状況のほかに、各都道府県の範囲の競争状況についても検討を行った。しかしながら、当事会社の店舗が多数を占めるなどにより当事会社の競争力が著しく高まるような都道府県は認められなかった。

2 参入圧力

事業者が新規にスーパーマーケット業に参入する場合の障壁について、食品衛生法(昭和22年法律第233号)に基づく食肉販売業の許可等、各種法令に基づく多くの許可等を得る必要があるが、これらの許可等の取得が制度上の参入障壁となっているとは認められない。

また、スーパーマーケット業を営む事業者が新規に出店する場合の出店障壁について、標準的な売場面積の店舗を出店する場合、投資規模は数億円程度であり、一般的に数年程度で回収できる金額であるとされており、投資規模が出店障壁となっているとは認められない。

周辺地域の生活環境を保持するため、店舗面積が1,000㎡を超える小売店舗を設置しようとする者は、あらかじめ都道府県や政令指定都市に対して大規模小売店舗立地法(平成10年法律第91号)に基づく届出が必要であるところ、多くの届出が提出されている。また、届出の対象外である店舗面積が1,000㎡以下のスーパーマーケットの新規出店も多く行われている。

特に、当事会社の出店区域が重なる関東地区においては、首都圏を円形に結ぶ首都圏中央連絡自動車道(圏央道)の東京・神奈川区間が平成26年6月に開通し、埼玉

県内及び茨城県内の未開通区間も平成27年度までに開通予定とされており、これにより交通の利便性が向上し、商品の配送時間が短縮されること等から、今後は、これまで出店できなかった地域に新規出店するスーパーマーケット事業者もあると考えられる。

以上から、いずれの地理的範囲においても、参入圧力が一定程度働いていると認められる。

3 隣接市場からの競争圧力

(1) 他業態（コンビニエンスストア等）からの競争圧力

スーパーマーケットの店舗で販売されている商品については、品ぞろえに多少の差があるものの、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター等の他業態の店舗でも販売されている。これらの他業態の店舗は、スーパーマーケットが強みとしている生鮮食料品等の品ぞろえ面でスーパーマーケットの店舗に劣るが、当事会社の店舗とこれらの他業態の店舗との間では、共通して取り扱う商品について、特売の実施等による価格競争やサービス競争が一定程度行われていると認められる。特に、前記第3の1(2)のとおり、小型スーパーは、通常のスーパーマーケットに比べて他業態の小売店舗との競争関係が強いと考えられる。

したがって、いずれの地理的範囲においても、これらの他業態からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。

(2) 地理的隣接市場からの競争圧力

消費者は、通常の買い回る範囲を超えた地域に所在するスーパーマーケットを利用することもあるところ、前記第3の2で画定した地理的範囲に隣接する地域には、スーパーマーケット業を営む他の事業者の店舗が存在しており、当事会社の店舗とこれら隣接地域に所在する競争事業者の店舗の間でも、特売の実施等による価格競争やサービス競争が一定程度行われていると認められる。

したがって、いずれの地理的範囲においても、地理的隣接市場からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。

第5 結論

以上から、本件行為により、一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとはならないと判断した。

事例10 (株)東京都民銀行及び(株)八千代銀行による共同株式移転

第1 本件の概要

本件は、それぞれ地方銀行として銀行業を営む株式会社東京都民銀行（以下「東京都民銀行」という。）と株式会社八千代銀行（以下「八千代銀行」という。また、東京都民銀行と八千代銀行を併せて「当事会社」という。）が、共同株式移転の方法により、両者の事業を統合することを計画したものである。

本件は、当事会社が、いずれも銀行業を営んでいることから、水平型企业結合に該当する。また、当事会社のうち、どちらか一方のみが事業を行う地域があることから、混合型企業結合（地域拡大）にも該当する。

関係法条は独占禁止法第15条の3である。

第2 一定の取引分野

1 役務範囲

銀行業務は、預金業務、貸出業務及び為替業務の3つが主たる業務とされており、当事会社は、いずれもこれらの銀行業務を営んでいる。このうち、本件では、当事会社の主要業務である預金業務及び貸出業務に関して検討している。預金業務とは、預金者から金銭を受け入れる業務をいい、貸出業務とは、企業や個人に資金を貸し出す業務をいう。

なお、これらの銀行業務は、信用金庫、信用組合等の銀行以外の他の金融機関も行っているところ、本件においてはより丁寧に検討する観点から都市銀行及び地方銀行といった銀行法上の銀行が行う預金業務及び貸出業務を対象に検討を行い、銀行以外の他の金融機関については、必要に応じて隣接市場からの競争圧力として考慮した。

2 地理的範囲

預金業務及び貸出業務ともに当事会社の主な営業地域は、東京都民銀行においては東京都、八千代銀行においては東京都及び神奈川県であるところ、当事会社と取引関係のある需要者は当事会社の支店等が所在する市区町村に居住する個人や所在する法人が多く、また、当事会社も地域に密着して営業活動を行っている実態にある。したがって、本件においては、「市区町村」ごとに地理的範囲を画定した。

なお、地域を越えた取引もあり得るが、本件においてはより丁寧に検討する観点から市区町村ごとに地理的範囲を画定し、必要があれば地理的隣接市場からの競争圧力として検討することとした。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 水平型企业結合

預金業務及び貸出業務ともに、前記第2の2で画定した各地理的範囲におけるHH

Iの増分は約0から約40でありいずれも150以下である。したがって、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

2 混合型企業結合（地域拡大）

(1) セーフハーバー基準該当性

預金業務及び貸出業務ともに、前記第2の2で画定した地理的範囲のほとんどにおいて当事会社の市場シェアは10%以下であった。したがって、これらの地域については、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

他方、一部の地理的範囲においては、当事会社の市場シェアが約15%ないし約20%であり、HHIは不明であるため、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。したがって、後記(2)で判断要素について検討する。

(2) 判断要素の検討

当事会社のうち、どちらか一方のみが事業を行う地域については、当事会社間における将来の新規参入の可能性（潜在的な競争圧力）が消滅することとなる。しかしながら、これらの地域においては、いずれも都市銀行であるA銀行、B銀行、C銀行及びD銀行が複数の店舗を置き営業活動を行っており、その外にE銀行やF銀行等の複数の地方銀行も営業活動を行うなど、以前から活発な競争が行われており、今後も引き続き活発な競争が行われるものと認められる。また、最近では店舗を置かずインターネット上で預金、貸出業務を行ういわゆる「ネット銀行」も多数存在し、これらの銀行とも一定の競争関係にあると考えられること、信用金庫、信用組合も店舗を置いて営業活動を行っており、一定の競争圧力となっていること等から、これら隣接市場からの競争圧力も一定程度働いているものと認められる。

一方で、地方銀行の場合、貸出業務に関しては、中小企業向け融資がその中心となるところ、中小企業向け融資に限ってみれば、競争への影響は比較的大きくなることも懸念される。しかし、当事会社が事業を行う地域においては、都市銀行も中小企業向け融資を積極的に行っていること、また、地方銀行と同様に中小企業向け融資を中心に行う信用金庫や信用組合も多数存在することから、このような懸念は本件では妥当しない。

第4 結論

以上から、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

企業結合規制について

1 企業結合規制について

独占禁止法は、企業結合のうち、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる株式取得、合併、分割、共同株式移転及び事業譲受け等を禁止しているところ、公正取引委員会は、独占禁止法の規定に従い、企業結合審査を行っている。

2 企業結合計画に関する独占禁止法上の届出制度(企業結合審査のフローチャートについては参考2の2参照)

独占禁止法では、一定の条件を満たす会社が、企業結合を行う場合は、あらかじめ公正取引委員会に届け出ることを義務付けている(届出を要する場合の概要については参考2の1を参照)。

公正取引委員会は、届出のあった企業結合について、届出受理の日から30日以内に、詳細な審査を行う必要がある事案であるか否かを審査し、当該事案が、独占禁止法の規定に照らして問題がないと判断した場合は、当該期間内に審査が終了する。詳細な審査を行う必要があると判断した場合は、届出会社から報告や資料の報告等を求め、全ての報告等を受理した日から90日以内に、当該企業結合が、独占禁止法の規定に照らして問題があるか否かを判断する。

当該企業結合が独占禁止法の規定に照らして問題があると判断した場合は、予定される排除措置命令の内容等について同命令の名宛人となるべき者に対して通知し、意見を述べ、証拠を提出する機会を付与した上で、排除措置を命じることとなる。また、排除措置命令に不服がある場合は、裁判による判断を求めることができる。

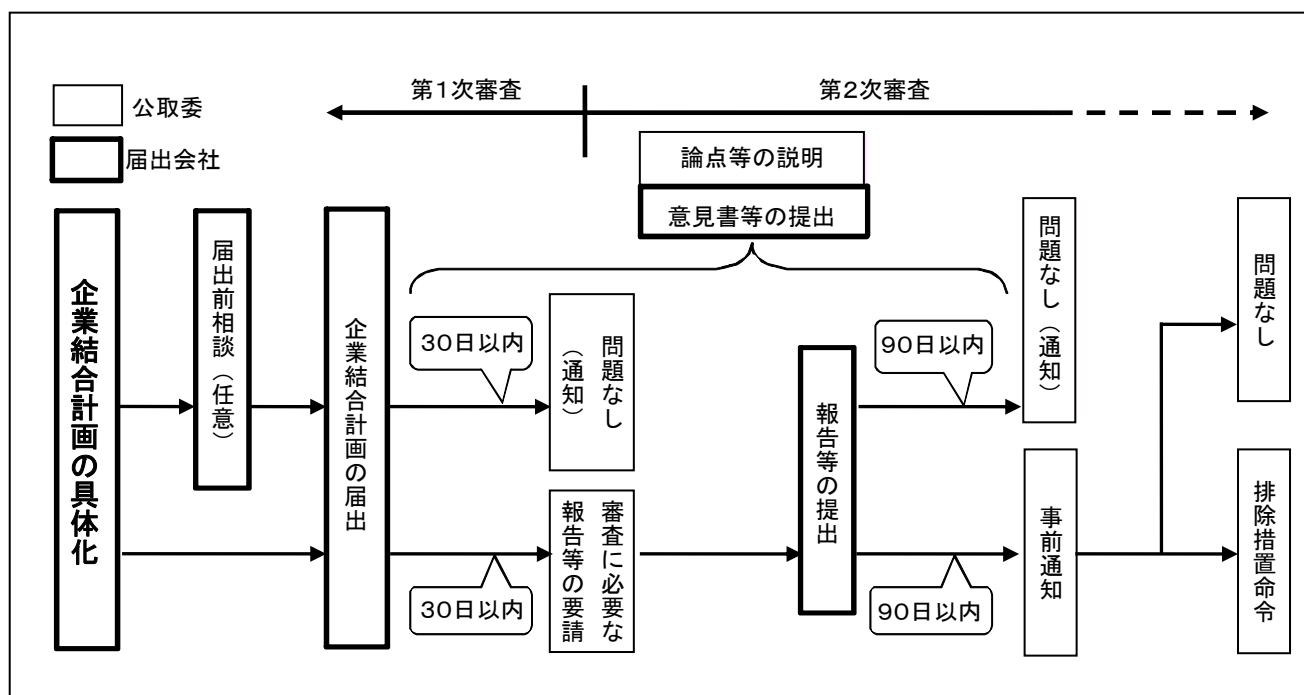
1 形態別の届出を要する場合の概要

形態（関係法条）		届出を要する場合の概要
株式取得（第10条）		① 国内売上高合計額（注1）200億円超の会社が ② 株式発行会社とその子会社の国内売上高を合計した額が50億円超の株式発行会社の株式を取得し ③ 議決権保有割合（注2）が20%又は50%を超えることとなる場合
合併（第15条）、 共同株式移転（第15条の3）		① 国内売上高合計額200億円超の会社と ② 国内売上高合計額50億円超の会社が ③ 合併（又は共同株式移転）をする場合
分割 （第15条の2）	共同新設分割	① 国内売上高合計額200億円超の会社と ② 国内売上高合計額50億円超の会社が ③ 共同新設分割により設立する会社に事業の全部を承継させる場合 等
	吸収分割	① 国内売上高合計額200億円超の会社が ② 国内売上高合計額50億円超の会社に ③ その事業の全部を承継させる場合 等
事業等譲受け（第16条）		① 国内売上高合計額200億円超の会社が ② 国内売上高30億円超の会社から事業の全部の譲受けをする場合 又は ② 国内売上高合計額200億円超の会社が ② 国内売上高30億円超の事業の重要部分（又は事業上の固定資産の全部若しくは重要部分）の譲受けをする場合

（注1）国内売上高合計額とは、企業結合集団（届出会社の「最終親会社」及びその子会社から成る集団）内の会社等の国内売上高を合計した額をいう。

（注2）議決権保有割合とは、企業結合集団に属する会社等が保有する議決権の割合をいう。

2 企業結合審査のフローチャート



3 セーフハーバー基準

(1) 水平型企業結合のセーフハーバー基準

企業結合後の当事会社グループが次の①から③のいずれかに該当する場合には、水平型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない。

- ① 企業結合後のHHI（注3）が1,500以下である場合
- ② 企業結合後のHHIが1,500超2,500以下であって、かつ、HHIの増分（注4）が250以下である場合
- ③ 企業結合後のHHIが2,500を超え、かつ、HHIの増分が150以下である場合

（注3）HHIは、当該一定の取引分野における各事業者の市場シェアの2乗の総和によって算出される。

（注4）企業結合によるHHIの増分は、当事会社が2社であった場合、当事会社のそれぞれの市場シェアを乗じたものを2倍することによって計算することができる。

(2) 垂直型企業結合及び混合型企業結合のセーフハーバー基準

企業結合後の当事会社グループの市場シェアが次の①又は②に該当する場合には、垂直型企業結合及び混合型企業結合が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない。

- ① 当事会社が関係する全ての一定の取引分野において、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが10%以下である場合
- ② 当事会社が関係する全ての一定の取引分野において、企業結合後のHHIが2,500以下の場合であって、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが25%以下である場合

第 1 表 過去 3 年度に受理した届出の処理状況

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
第 1 次審査で終了したもの	340	257	275
うち禁止期間の短縮を行ったもの	(127)	(80)	(119)
第 1 次審査終了前に取下げがあったもの	3	3	11
第 2 次審査に移行したもの	6	4	3
合計	349	264	289

※ 平成 26 年度における届出等の状況については、公正取引委員会ホームページ (<http://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/toukeishiryu/joukou.html>) を参照。

第 2 表 過去 3 年度における第 2 次審査の処理状況

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
第 2 次審査で終了した件数	5	3	2
問題解消措置を前提に問題なしとした件数	3	1	2
排除措置命令を行った件数	0	0	0

※ 当該年度に受理したか否かに関わらず、当該年度において処理したものについて記載している。

第 3 表 外国企業を当事会社を含む企業結合計画の推移

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
日本企業と外国企業の統合計画	8	12	7	7
外国企業同士の統合計画	14	14	11	23
合計	22	26	18	30

※ 表中の値は、一の統合計画（届出が複数行われている場合を含む。）を一単位としている。