

平成27年度における主要な企業結合事例について

平成28年6月8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」（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。）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27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27年度における主要な企業結合事例

事例1	日本製紙(株)と特種東海製紙(株)による段ボール原紙等の共同販売会社の設立等	1
事例2	旭化成(株)によるポリポアインターナショナルインクの株式取得	16
事例3	大阪製鐵(株)による東京鋼鐵(株)の株式取得	20
事例4	インテルコーポレーションとアルテラコーポレーションの統合	28
事例5	エヌエックスピー・セミコンダクターズ・エヌバイとフリースケール・セミコンダクターズ・リミテッドの統合	39
事例6	ウェスタンデジタルコーポレーションとサンディスクコーポレーションの統合	43
事例7	デナリホールディングスインクとEMCコーポレーションの統合	58
事例8	ヤフー(株)による(株)一休の株式取得	67
事例9	(株)ファミリーマートとユニグループ・ホールディングス(株)の経営統合	73
事例10	(株)肥後銀行及び(株)鹿児島銀行による共同株式移転	82
事例11	損保ジャパン日本興亜ホールディングス(株)による(株)メッセージの株式取得	87
参考1	企業結合規制について	90
参考2	形態別の届出を要する場合の概要、企業結合審査のフローチャート及びセーフハーバー基準	91
参考3	最近の株式取得等の届出受理及び審査の状況	93

(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 日本製紙㈱と特種東海製紙㈱による段ボール原紙等の共同販売会社の設立等

第 1 当事会社

日本製紙株式会社（法人番号8011501009422）（以下「日本製紙」といい、同社と既に結合関係が形成されている企業の集団を「日本製紙グループ」という。）は、紙・板紙・パルプを製造販売する会社である。

特種東海製紙株式会社（法人番号3080001014336）（以下「特種東海製紙」といい、同社と既に結合関係が形成されている企業の集団を「特種東海製紙グループ」という。）は、紙・板紙・パルプを製造販売する会社である。

以下、日本製紙と特種東海製紙を併せて「当事会社」という。

第 2 本件の概要及び関係法条

本件は、①日本製紙が、特種東海製紙が新設する子会社（筆記・図画用紙、その他特殊印刷用紙、その他加工原紙、重袋用両更クラフト紙、一般両更クラフト紙、ライナー及び中芯原紙を製造する。以下「本件製造会社」という。）の株式を取得し、また、②日本製紙と特種東海製紙が共同新設分割によりそれぞれの重袋用両更クラフト紙、一般両更クラフト紙、ライナー及び中芯原紙に係る販売部門を統合した会社（以下「本件販売会社」という。）を新設することを計画しているものである（以下、株式取得と共同新設分割を併せて「本件企業結合」という。）。

なお、本件企業結合では、日本製紙から、上記①について、独占禁止法第 10 条第 2 項の規定に基づき株式取得に関する計画の届出が、日本製紙及び特種東海製紙から、上記②について、独占禁止法第 15 条の 2 第 2 項の規定に基づき共同新設分割に関する計画の届出があった。

関係法条は、独占禁止法第 10 条及び第 15 条の 2 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 27 年 9 月以降、本件企業結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 9 月 18 日に、独占禁止法の規定に基づき日本製紙から株式取得計画の届出書が、日本製紙及び特種東海製紙から共同新設分割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、上記届出書その他の当事会社から提出された資料を踏まえつつ、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 10 月 16 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

にわたり会合を持ち論点等の説明及び議論を行った。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、本件企業結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27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、本件企業結合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。

第4 本件企業結合による結合関係について

1 本件製造会社の設立

特種東海製紙が、段ボール原紙、クラフト紙等を製造する島田工場を子会社（本件製造会社）として分社化し、日本製紙が、本件製造会社の株式に係る議決権について20%を超えて（33.4%から50%未満の範囲）取得し、同社を特種東海製紙の連結子会社、日本製紙の持分法適用会社とする（本件製造会社の役員について、その総数等については未定であるが、議決権保有割合に基づいて、当事会社から派遣される予定である。）。

本件製造会社においては、これまで特種東海製紙の島田工場が製造していた、「①筆記・図画用紙」¹、「②その他特殊印刷用紙」²、「③その他加工原紙」³、「④重袋用両更クラフト紙」⁴、「⑤一般両更クラフト紙」⁵、「⑥ライナー」⁶及び「⑦中芯原紙」⁷をこれまでどおり製造する（本件製造会社では日本製紙グループの製品は製造しない。）。

2 本件販売会社の設立

日本製紙及び特種東海製紙が、共同新設分割により段ボール原紙及びクラフト紙の販売部門を統合して本件販売会社を設立し、同社を日本製紙の連結子会社、特種東海製紙の持分法適用会社とすることを計画しているものである（本件販売会社の役員について、その総数等については未定であるが、議決権保有割合に基づいて、当事会社から派遣される予定である。）。

本件販売会社では、本件製造会社で製造される特種東海製紙の「④重袋用両更クラフト紙」、「⑤一般両更クラフト紙」、「⑥ライナー」及び「⑦中芯原紙」並びに日本製

¹ ノート、便箋、帳簿などの仕様に適するよう製造された筆記用紙及び製図、スケッチブックなどの仕様に適するよう製造された図画用紙

² 小切手、手形、証券、グリーティングカード、地図、製図用紙、ファンシーペーパーなどの特殊な用途に使われる紙

³ 硫酸紙、耐油紙、防錆紙等の塗布、含浸などの加工を施して使用される紙

⁴ セメント、肥料、米麦、農産物などを入れる大型袋に使用される紙

⁵ 粘着テープ、角底袋、包装用及び加工用などに使用される紙

⁶ 段ボールシートの表裏や段ボール箱の中仕切りに使用される段ボール原紙

⁷ 段ボールシートの内側（波状）部分に使用される段ボール原紙

紙グループが同グループの工場で製造した「④重袋用両更クラフト紙」、「⑤一般両更クラフト紙」、「⑥ライナー」及び「⑦中芯原紙」の販売を担当する。

なお、本件製造会社が製造した特種東海製紙の「①筆記・図画用紙」、「②その他特殊印刷用紙」及び「③その他加工原紙」については、従来どおり全量を特種東海製紙グループが引き取り、特種東海製紙の三島工場が製造する「②その他特殊印刷用紙」及び「③その他加工原紙」並びに岐阜工場が製造する「②その他特殊印刷用紙」と併せて販売する。

3 結合関係

本件製造会社及び本件販売会社に対して日本製紙及び特種東海製紙が出資することにより、本件製造会社と日本製紙及び特種東海製紙との間、本件販売会社と日本製紙及び特種東海製紙との間で結合関係が生じるほか、本件製造会社及び本件販売会社を通じて日本製紙と特種東海製紙との間に間接的な結合関係が形成されることとなる。

本件企業結合により、本件製造会社を通じて、①筆記・図画用紙、②その他特殊印刷用紙及び③その他加工原紙について、日本製紙と特種東海製紙の間に間接的な結合関係が形成されることとなる。この点について、当事会社は、本件製造会社において、情報遮断措置を講じ、上記①から③に関する製造原価等の競争上有意な情報について日本製紙に開示しないこと等としている。

以上のように、①筆記・図画用紙、②その他特殊印刷用紙及び③その他加工原紙については、当事会社は従来どおりそれぞれ独自に販売すること及び本件製造会社において上記の措置等が採られることを前提とすれば、本件企業結合が、①筆記・図画用紙、②その他特殊印刷用紙及び③その他加工原紙の競争に与える影響は小さいと考えられる。

したがって、以下では、④重袋用両更クラフト紙、⑤一般両更クラフト紙、⑥ライナー及び⑦中芯原紙について検討した。

第5 製紙業界等の概要

1 製品概要

(1) 段ボール原紙（ライナー及び中芯原紙）

板紙のうちライナー及び中芯原紙はいずれも段ボール原紙に分類され、波形に成形した中芯原紙の片面又は両面にライナーを貼り合わせたものが段ボールシートになり、この段ボールシートを使用して箱状に成形したものが段ボールケース（段ボール箱）となる。

(2) クラフト紙（重袋用両更クラフト紙及び一般両更クラフト紙）

重袋用両更クラフト紙及び一般両更クラフト紙は、パルプを原料とした紙のうち、漂白工程を経ないクラフト紙である。クラフト紙は、日本製紙連合会（以下「連合会」という。）が公表している紙及び板紙の各品種分類表（以下「連合会分類表」という。）では包装用紙に分類されている。連合会分類表において、重袋用両更クラフト紙及び

一般両更クラフト紙は、未ざらし包装紙に分類され、一般両更クラフト紙は、さらに細分類としてその他両更クラフト紙の一つに分類されている。

主な用途としては、重袋用両更クラフト紙は米麦等の農作物、肥料、セメント等を入れる大型のクラフト紙袋に、一般両更クラフト紙は角底袋、粘着テープ等に使用される。

2 市場規模

紙・板紙の国内需要量は、平成12年（3196万トン）をピークに3000万トン台で推移していたが、平成21年に2791万トンまで大幅に落ち込み、以降は約2700万トンから2800万トン台で推移している。

製紙業者による紙の国内販売金額（平成26年）は約1兆7900億円、板紙は約6990億円である。そのうち本件で検討対象となっている重袋用両更クラフト紙は約339億円、一般両更クラフト紙は約150億円、ライナーは約2979億円、中芯原紙は約1790億円である。

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。

4 価格交渉の方法

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、需要者）と交渉を行う。

製紙業者の値上げは、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及び値上げ幅並びに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単位で後ろ倒しになっていることが多い。）。

以上のとおり、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（一斉価格改定）。

第6 製品ごとの検討

1 段ボール原紙（ライナー及び中芯原紙）

(1) 一定の取引分野

ア 商品範囲

(ア) 需要の代替性

ライナーは段ボールシートの表裏に使用され、表面に内容物表示等が印刷されることも多いことから、印刷適性を持たせた平滑性のある板紙である必要があり、

中芯原紙よりも外観上の品質も高い。他方、中芯原紙はほぼ人目には触れない段ボールシートの中の「段」に使用されることから、ライナーと違って表面の平滑性等の品質は特段求められない。そのため、ライナーが段ボールシートの中心層に、中芯原紙が段ボールシートの外層に使われることはなく、ライナーと中芯原紙の間に需要の代替性はない。

(イ) 供給の代替性

段ボール原紙のうちライナーは、多層抄きの抄紙機で生産され、ライナーを生産している抄紙機で中芯原紙を生産することは可能である。他方、中芯原紙を生産している抄紙機は、通常、一層抄きの抄紙機であり、また、ライナーの製造工程の一部が省略されている場合もあるため、大幅な改造や機器の増設を施さない限り、ライナーを生産するのは困難である。このように、ライナーと中芯原紙の間の供給の代替性は限定的である。

(ウ) 小括

したがって、段ボール原紙については、「ライナー」及び「中芯原紙」をそれぞれ商品範囲として画定した。

イ 地理的範囲

主要な段ボール原紙メーカーは、全国各地に段ボール原紙を販売できる体制を構築している状況にあり、競争事業者や需要者によれば、多くの場合、生産拠点の遠隔地に販売する場合であっても、全国同程度の価格で販売しているとのことである。また、大口需要者等は、全国各地の製紙業者から段ボール原紙を調達している。

以上から、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

(2) 競争の実質的制限についての検討

ア 競争状況

(ア) 当事会社の地位

平成26年におけるライナー及び中芯原紙の国内市場の状況は下表のとおりであり、本件企業結合後の当事会社のそれぞれの市場シェアはライナー約25%（第2位）、中芯原紙約10%（第5位）である。

本件企業結合後の中芯原紙市場全体のHHIは約1,800、HHIの増分は約50であることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当する。これに対し、ライナー市場全体のHHIは約2,100、HHIの増分は約300であることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

したがって、以下の項目では、ライナーについて検討する。

【平成26年における中芯原紙市場における市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約25%
2	B社	約25%
3	C社	約15%
4	D社	約15%
5	日本製紙	5-10%
6	E社	0-5%
7	F社	0-5%
8	特種東海製紙	0-5%
	その他	0-5%
	輸入	0-5%
合計		100%

【平成26年におけるライナー市場における市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	G社	約30%
2	日本製紙グループ	約20%
3	H社	約20%
4	I社	約15%
5	特種東海製紙	5-10%
6	J社	0-5%
7	K社	0-5%
	その他	0-5%
	輸入	0-5%
合計		100%

(イ) 競争事業者の存在

上記(ア)のとおり、ライナーの取引分野には、有力な競争事業者としてG社（市場シェア約30%）、H社（同約20%）、I社（同約15%）が存在するほか、J社（同約5%）等の競争事業者が存在する。

(ウ) 競争事業者の供給余力

競争事業者の中には、過去5年以内に、段ボール原紙に係る抄紙機の新設備を設置し、生産能力を高めているもの、また、段ボール原紙に係る抄紙機の設備を更新して生産量を増加させているものが存在しており、ライナーの分野は、新規の設備投資が行われている分野である。

供給余力の状況は抄紙機ごとに異なり、また、製紙業者は、需要に応じて、同一の抄紙機で併抄している紙を組み替えて、特定の種類の紙の生産量を増加させることができる。そして、競争事業者においてライナーの生産に用いられる抄紙

機に関し、その生産余力をライナーの生産に投入することを想定したとすると、一定の供給余力が存在すると考えられる。

イ 輸入

ライナーの国内市場において輸入品が占める割合が、直近において最も高くても5%以下であり、現在でも僅少である。

また、需要者及び代理店に対するヒアリング及び書面調査においても、ライナーについては、品質、納期等の問題により、今後、輸入品が大きく増加するとの意見はみられなかった。

したがって、国内で生産されるライナーに対する輸入圧力は認められない。

ウ 参入（他の品種からの切替えについて）

ライナー市場については、多層抄きの抄紙機を保有している事業者であれば、新規参入は可能であると考えられる。

しかしながら、ライナーの市場規模は、他の紙に比べて横ばい又は微増傾向にあるものの、競争事業者からのヒアリングでは、ライナーを新たに生産するためには相当程度の設備投資等が必要となるとのことであり、実際、少なくとも過去5年において、ライナー市場に新たに参入した事例は見当たらず、今後参入が行われることが見込まれるという特段の事情も存在しない。

したがって、参入圧力は限定的と考えられる。

エ 需要者からの競争圧力

需要者からのヒアリングでは、主に需要者間の販売競争が激しいことや、購買力を背景として、一定の価格交渉力を有していると回答するものが複数存在する。実際、上記第5の4記載の一斉価格改定の際にも、購買力のある需要者については、個別の交渉のときに値上げ幅を公表されたものから抑えて提示されていたり、提示額が小幅であれば、値上げを受け入れないという状況もみられている。さらに、比較的規模の小さい需要者の中にも、値上げに対してはメーカーを切り替えることなどにより対応するとしているものも存在している。

したがって、比較的規模の大きい需要者を中心として、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

(3) 独占禁止法上の評価

国内のライナー市場における競争単位が一つ減少するものの、市場シェアが20%を超えるG社を含む有力な競争事業者が3社存在する。また、比較的規模の大きい需要者を中心とした需要者からの競争圧力が一定程度認められることから、本件株式取得により、当事会社が単独で、ライナー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。

また、上記に加え、新規の設備投資が行われている分野であることなども考慮すれば、上記第5の4記載の一斉価格改定の状況はみられるものの、本件企業結合により、同一斉価格改定がよりやりやすくなるとは言えず、当事会社が他社と協調してライナー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。

2 クラフト紙（重袋用両更クラフト紙及び一般両更クラフト紙）

(1) 一定の取引分野

ア 重袋用両更クラフト紙

(ア) 商品範囲

a 需要の代替性

重袋用両更クラフト紙の主な用途は、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の原料である。包装用紙の中でも特に強度が要求される品種であるため、当該用途においては、他の品種の紙で代替することはできない。したがって、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。

b 供給の代替性

製紙業者では、1台の抄紙機で複数の品種の包装用紙（未ざらし包装紙・ざらし包装紙）を製造している実態が認められた。

ただし、未ざらし包装紙のうち筋入クラフト紙及び片艶クラフト紙、ざらし包装紙のうち、純白ロール紙、片艶ざらしクラフト紙及び薄口模造紙はヤンキーマシン⁸がないと生産できないため、これらの品種とその他の包装用紙の間には供給の代替性が存在しない。

以上から、筋入クラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶ざらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く包装用紙全般に一定の供給の代替性が認められた。

c 小括

上記bから、筋入クラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶ざらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く包装用紙全般に一定の供給の代替性が認められた。しかしながら、供給の代替性が認められる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、一定の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適当ではない。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

⁸ ヤンキーマシンは抄紙機の一つであり、ドライヤーパートにヤンキードライヤーが設置されているもの。ヤンキードライヤーは表面が鏡面仕上げされた円筒形シリンダーであり、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。

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。

(イ) 地理的範囲

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いる。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。したがって、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

イ 一般両更クラフト紙

(ア) 商品範囲

a 需要の代替性

一般両更クラフト紙は角底袋等包装用の原料として使用される。連合会分類表において、一般両更クラフト紙と同じその他両更クラフト紙に分類される紙に特殊両更クラフト紙があるが、一般両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙の相違点は、前者が未ざらしであるのに対して、後者は（やや白い）半ざらしであるという点のほか、特殊両更クラフト紙は封筒用途に多く使用されており、需要者の中にも封筒の原材料といえば圧倒的に特殊両更クラフト紙であると述べるものがあつた。したがって、両者の間の需要の代替性は限定的であると考えられる。

また、未ざらし包装紙全体は、重袋用両更クラフト紙、その他両更クラフト紙（一般両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙）及びその他未ざらし包装紙（筋入クラフト紙、片艶クラフト紙等）の三つに大別される。その他両更クラフト紙は両面が滑らかでないのに対し、その他未ざらし包装紙である筋入クラフト紙及び片艶クラフト紙は、いずれも片艶加工が施されているため片面が滑らかであり、見た目や印刷適性に大きな違いがある。したがって、その他両更クラフト紙とその他未ざらし包装紙（筋入クラフト紙、片艶クラフト紙）の間の需要の代替性も限定的である。

b 供給の代替性

製紙業者では、1台の抄紙機で複数の品種の包装用紙（未ざらし包装紙・ざらし包装紙）を製造している実態が認められた。

ただし、未ざらし包装紙のうち筋入クラフト紙及び片艶クラフト紙、ざらし包装紙のうち、純白ロール紙、片艶ざらしクラフト紙及び薄口模造紙は、ヤンキーマシンがないと生産できないため、これらの品種とその他の包装用紙の間には供給の代替性が存在しない。

以上から、筋入クラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶ざらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く包装用紙全般に一定の供給の代替性が認められた。

c 小括

上記bのとおり、筋入クラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶さらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く包装用紙全般に一定の供給の代替性が認められる。しかしながら、供給の代替性が認められる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、一定の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適当ではない。そこで本件では、上記aから、その他両更クラフト紙（一般両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙）とその他未ざらし包装紙の間の需要の代替性は限定的であること、一般両更クラフト紙と特殊両更クラフト紙の間の需要の代替性が限定的であると考えられることを踏まえ、「一般両更クラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、一般両更クラフト紙の用途によっては、同じ用途に用いられている紙等が存在しており、これらについては、隣接市場からの競争圧力として検討した。

また、筋入りクラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶さらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く包装用紙については、一般両更クラフト紙との間で一定の供給の代替性を有することから、参入圧力として評価できるか否か検討した。

(イ) 地理的範囲

大口需要者等は、全国の製紙業者から一般両更クラフト紙を調達している。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。したがって、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

(2) 競争の実質的制限についての検討

ア 重袋用両更クラフト紙

(ア) 競争状況

a 当事会社の地位

平成26年における重袋用両更クラフト紙の国内市場の状況は下表のとおりであり、本件企業結合後の当事会社の市場シェアは約25%（第2位）となる。本件企業結合後の市場全体のHHIは約3,400、HHIの増分は約200であることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

当事会社の市場シェアの推移をみると、過去5年において、特種東海製紙についてはほぼ横ばい、日本製紙については減少しており、当事会社の市場における地位は近年においては低くなっている。

【平成26年における重袋用両更クラフト紙市場における市場シェア】

順位	会社名		市場シェア
1	Lグループ		約50%
		a社	約30%
		b社	約20%
2	特種東海製紙		約15%
3	M社		約15%
4	N社		約10%
5	日本製紙		5-10%
	輸入		0-5%
合計			100%

b 競争事業者の存在

本件企業結合後も、市場シェア約30%（第1位）を有するa社が存在するほか、b社、M社、N社といった市場シェア10%以上の有力な競争事業者が複数存在する。

なお、Lグループについては、a社がb社の議決権の20%超（議決権保有比率は単独で第1位）を保有しており、a社とb社との間には結合関係が形成されている。しかし、同議決権保有比率は20%をわずかに超えるものであること、過去の企業結合審査において、重袋用両更クラフト紙の製造・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・販売に関する非公知の情報であって競争上有意な情報を共有しないこと等を当委員会に約束していること等によりa社とb社の間には独立して事業活動を行う関係が維持されていることを踏まえて審査を行った。

c 競争事業者の供給余力

供給余力の状況は抄紙機ごとに異なり、また、製紙業者は、需要に応じて、同一の抄紙機で併抄している紙を組み替えて、特定の種類の紙の生産量を増加させることができる。そして、競争事業者において重袋用両更クラフト紙の生産に用いられる抄紙機に関し、その生産余力を重袋用両更クラフト紙の生産に投入することを想定したとすると、相当程度の供給余力が存在すると考えられる。また、競争事業者の中には、供給余力を解消すべく、販売強化を図っているものが存在している。

(イ) 輸入

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が、直近において最も高くても5%以下であり、現在においても僅少である。

また、需要者及び代理店に対するヒアリング及び書面調査においても、重袋用両更クラフト紙については、品質及び納期の問題により、今後、輸入紙が増加す

るとの意見はみられなかった。

したがって、国内で生産される重袋用両更クラフト紙に対する輸入圧力は認められない。

(ウ) 参入（他の品種からの切替えについて）

包装用紙の品種間に供給の代替性が認められることから（筋入クラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶さらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く。）、重袋用両更クラフト紙以外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と考えられる。

しかしながら、重袋用両更クラフト紙の需要は今後低減していくことが予想されており、積極的に重袋用両更クラフト紙の生産に切り替えるインセンティブは乏しいと考えられるほか、少なくとも過去5年において、新たに参入した事例は見当たらず、今後参入が行われると思われる特段の事情もない。

したがって、参入圧力は限定的と考えられる。

(エ) 需要者からの競争圧力

流通業者等からのヒアリングでは、需要者が価格交渉力を有しているという者はほとんどみられず、上記第5の4記載の価格改定時期には、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、ほとんどのケースにおいて、値上げが行われている。

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認められない。

イ 一般両更クラフト紙

(ア) 競争状況

a 当事会社の地位

平成26年における一般両更クラフト紙の国内市場の状況は下表のとおりであり、本件企業結合後の当事会社の市場シェアは約35%（第1位）となる。本件企業結合後の市場全体のHHIは約2,900、HHIの増分は約500であることから、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26年における一般両更クラフト紙市場における市場シェア】

順位	会社名		市場シェア
1	Lグループ	a社	約20%
		b社	約15%
			約35%
2	O社		約25%
3	特種東海製紙		約25%
4	日本製紙		約10%

5	P社	5 - 10%
	輸入	0 - 5%
合計		100%

b 競争事業者の存在

一般両更クラフト紙の取引分野には、有力な競争事業者としてLグループ(市場シェア約35%)及びO社(同約25%)が存在するほか、P社(同約10%)が競争事業者として存在する。Lグループについては、上記(2)ア(ア)記載のとおり、a社とb社との間に結合関係が認められるところ、一般両更クラフト紙について、重袋用両更クラフト紙と同様の約束は存在しないこと、当該結合関係が生じてから間もないこと等を踏まえ、本件企業結合をより慎重に審査する観点から、一般両更クラフト紙におけるa社とb社との結合関係の程度については判断せずに、Lグループとして審査を行った。

なお、過去10年の競争事業者のシェアの変動をみると約10%変動しているものが複数みられる。

c 競争事業者の供給余力

供給余力の状況は抄紙機ごとに異なり、また、製紙業者は、需要に応じて、同一の抄紙機で併抄している紙を組み替えて、特定の種類の紙の生産量を増加させることができる。そして、競争事業者において一般両更クラフト紙の生産に用いられる抄紙機に関し、その生産余力を一般両更クラフト紙の生産に投入することを想定したとすると、相当程度の供給余力が存在すると考えられる。また、競争事業者の中には、供給余力を解消すべく、販売強化を図るとしているものが存在している。

(イ) 輸入

一般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が、直近において最も高くても5%以下であり、現在でも僅少である。

また、需要者及び代理店に対するヒアリング及び書面調査においても、一般両更クラフト紙については、品質及び不良品対応の問題により、今後、輸入紙が増加するとの意見はみられなかった。

以上から、国内で生産される一般両更クラフト紙に対する輸入圧力は認められない。

(ウ) 参入(他の品種からの切替えについて)

一般的な非塗工印刷用紙との間や包装用紙の品種間に一定の供給の代替性が認められることから(筋入クラフト紙、片艶クラフト紙、純白ロール紙、片艶さらしクラフト紙及び薄口模造紙を除く。)、非塗工印刷用紙や他の品種の包装用紙

を生産している事業者は、当該品種の生産を一般両更クラフ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。

しかしながら、一般両更クラフト紙の需要は今後低減していくことが予想されており、積極的に一般両更クラフト紙の生産に切り替えるインセンティブは乏しいと考えられる。実際、少なくとも過去5年において、新たに参入した事例はほとんどなく、今後参入が行われると思われる特段の事情もない。

したがって、参入圧力は限定的と考えられる。

(イ) 隣接市場からの競争圧力

一般両更クラフト紙は、主に角底袋や粘着テープ等に使用される。紙袋やショッピングバッグなどの用途において、特殊両更クラフト紙や両更さらしクラフト紙や純白ロール紙など様々な包装用紙等を原紙としたものが存在するほか、粘着テープ用途においては、ポリプロピレンが存在するなど、ほとんどの用途に代替品が存在している。

一般両更クラフト紙はこれらの紙等と競合している状況にあることから、一般両更クラフト紙市場に対し、両更さらしクラフト紙等の複数の隣接市場からの競争圧力がそれぞれ一定程度働いていると考えられる。

(オ) 需要者からの競争圧力

需要者からのヒアリングでは、価格を重視して取引先を選択している様子はいかがえる。しかしながら、取引量が小さいことなどを考えて、上記第5の4記載の価格改定時期には、価格交渉をそもそも行わない、値上げはそのまま受け入れるといった需要者が目立った。

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認められない。

(3) 独占禁止法上の評価

ア 重袋用両更クラフト紙

国内の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するものの、市場シェアが30%を超えるa社が依然市場シェア1位で存在しているほか、市場シェア10%を超える有力な競争事業者が3社存在していることから、本件企業結合により、当事会社が単独で、重袋用両更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はならないと考えられる。

また、上記に加え、当事会社の市場シェアが減少傾向にあることも考慮すれば、上記第5の4記載の一斉価格改定の状況はみられるものの、本件企業結合により、同一斉価格改定がよりやりやすくなるとは言えず、当事会社が他社と協調して重袋用両更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はならないと考えられる。

イ 一般両更クラフト紙

国内の一般両更クラフト紙市場における競争単位が一つ減少するものの、市場シェアが20%を超えるLグループ及びO社の2社の有力な競争事業者が存在すること、そのほかにも一定の市場シェアを有する競争事業者が1社存在すること、また、隣接市場からの競争圧力が一定程度働いていると考えられることから、本件企業結合により、当事会社が単独で、一般両更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はならないと考えられる。

また、上記に加え、一般両更クラフト紙の市場規模は縮小傾向であるものの、市場シェアの変動が比較的大きい分野であることをも考慮すれば、上記第5の4記載の一斉価格改定の状況はみられるものの、本件企業結合により、同一斉価格改定がよりやりやすくなるとは言えず、当事会社が他社と協調して一般両更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はならないと考えられる。

第7 結論

本件企業結合により、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考えられる。

事例2 旭化成㈱によるポリポアインターナショナルインクの株式取得

第1 本件の概要

本件は、持株会社である旭化成株式会社（法人番号5120001059606）（以下「旭化成」といい、同社と結合関係のある企業集団を「旭化成グループ」という。）の米国子会社が、持株会社であるポリポアインターナショナルインク（本社米国。以下「ポリポア」といい、同社と結合関係のある企業集団を「ポリポアグループ」という。また、ポリポアと旭化成を併せて「当事会社」といい、ポリポアグループと旭化成グループと併せて「当事会社グループ」という。）の全株式を取得すること（以下「本件行為」という。）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。

第2 一定の取引分野

1 商品の概要

当事会社グループが競合している商品は、リチウムイオン電池（以下「LIB」という。）の原材料として使用されるセパレータである。

セパレータは、リチウムイオンを通すための微細な孔が多数空いているフィルム状の部材（通常はポリオレフィン¹の平膜）であり、LIB内の正負極間に配置され、リチウムイオンのみを通すことで電池反応を進めるとともに、正極と負極との間を絶縁する機能を有する。

セパレータは、基本的な製造方法に応じて、①湿式セパレータ（以下「ウェット」という。）と②乾式セパレータ（以下「ドライ」という。）に大別される。

ウェットは、高強度で非常に薄く作ることが可能であるが、製造工程が長く、可塑剤を抽出するための有機溶媒が必要となることなどから、製造コストがドライよりも高くなる傾向にある。他方、ドライは、ウェットよりも強度が落ち、一定以上の厚みが生じるものの、製造コストの点ではウェットよりも優位にある。当事会社グループのうち、旭化成グループはウェットのみ、ポリポアグループは主にドライを製造販売している。

また、LIBの用途は、大きく①民生用、②車載用及び③蓄電用に分かれているところ、以下のとおり用途に応じてセパレータの要求性能も異なる。

①民生用LIBは、通常、携帯電話やノートパソコンなどの小型の製品に使用されるものであるため、セパレータには、薄く高強度であることが求められることから、主にウェットが使われ、ドライが使われることはほとんど無い。

②車載用LIBは、電気自動車に使用されるものであり、セパレータには、民生用ほどの薄さは求められない反面、民生用LIB用セパレータよりも大型であり取引ロットが大きいこと、車載用LIBが電気自動車全体のコストの約20%を占めていることから、コストダウンの要請も高い。そのため、かつては専ら低価格のドライが用いられていたが、ウェットの生産性が向上して製造コスト・販売価格が下がったため、現在はウ

¹ 水素と炭素から構成される高分子化合物のことをいい、ポリエチレンやポリプロピレンなどがある。

ェットも用いられるようになっている。

③蓄電用LIBは、主に産業用、住宅用の停電時の非常電源として使われる比較的大型のものであるため、蓄電用LIBに使用されるセパレータは、厚くても差し支えなく、①民生用LIBや②車載用LIBに使用されるものよりも要求性能が低い。

2 商品範囲

セパレータは、LIBの用途ごとに需要者層や要求性能が異なることから、各用途ごとのLIB用セパレータ間に需要の代替性はないと考えられる。

また、車載用LIB用セパレータの種類として、ウェット及びドライの他、不織布²が存在している。上記1のとおり、ウェットとドライには性能やコスト面の違いがあり、不織布は、ウェット及びドライよりも電気抵抗が小さく、熱等に対する耐久性が高いという特性を有していることを踏まえると、ウェット、ドライ及び不織布についてそれぞれ市場を画定することも考えられる。しかしながら、上記1のとおり旭化成グループはウェットのみを、ポリポアグループは主にドライを製造している一方、需要者であるLIBメーカーは、新型のLIBを開発する際にウェット、ドライ及び不織布の中から価格や機能を総合的に考慮して製品を選択しており、一定の需要の代替性は存在するとみられることも踏まえ、「民生用LIB用セパレータ」、「車載用LIB用セパレータ」、「蓄電用LIB用セパレータ」を商品範囲として画定した。

なお、以下では、当事会社が共に製造を行っており、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた車載用LIB用セパレータについて検討を行う。

3 地理的範囲

車載用LIB用セパレータは、軽量・高付加価値製品であり輸送上の制約等の特段の事情もなく、需要者であるLIBメーカーは、当事会社を含む海外メーカーからも購入しているが、国内メーカーと海外メーカーを無差別に選択しているとみられるだけの根拠はないことから、「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 当事会社の地位

正確な市場シェアは不明であるものの、当事会社グループは、いずれも市場における有力な事業者であることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しないものとして検討した。

2 競争事業者の状況

車載用LIB用セパレータは、各車種のフルモデルチェンジに伴う車載用LIBの新製品の開発時に、車載用LIBメーカーにより選定されるが、セパレータの選択に当た

² 繊維を積層してシート状に広げ、交絡、融着、接着等により繊維間を適度に結合させて布状に仕上げたものをいう。

っては、まず、車載用L I Bメーカーにおいて、必要な仕様等を踏まえてウェット、ドライ又は不織布のいずれのタイプを採用するか決定した後に、各タイプのメーカー間で競争が行われる。そのため、ウェットのみを製造する旭化成グループと主にドライを製造するポリポアグループが直接的に競合する機会は少ない。

また、正確な市場シェアは不明であるが、ドライを製造するA社が有力な事業者として存在するほか、不織布を製造するB社が競争事業者として存在しており、いずれも十分な供給余力を有していると考えられる。

3 輸入

車載用L I B用セパレータの輸入に係る制度上の障壁は特になく、軽量・高付加価値の商品であるため、輸送コスト等の制約もない。また、海外には、韓国、中国等に複数のセパレータメーカーが存在しているところ、輸入品と国内品には品質差が無く、実際に、当事会社以外の海外メーカーの製品を採用した国内の車載用L I Bメーカーも存在する。

したがって、一定程度の輸入圧力が認められる。

4 参入

L I B用セパレータの製造設備やノウハウを持たない事業者による新規参入については、多額の設備投資と5年程度の期間、生産における高度なノウハウや品質管理が求められることから、かかる新規参入は期待できない。

他方、他の用途のL I B用セパレータの製造設備やノウハウを持つ事業者は、より容易に参入することが可能であること、車載用L I B用セパレータに係る既存の特許の存在が参入を困難にしているといった事情も認められないこと、また、車載用L I B用セパレータは、今後、需要増が見込まれていることから、他用途用L I B用セパレータメーカーによる参入が期待できる。なお、実際に、過去数年の間を見ても、民生用L I B用セパレータを取り扱う複数の国内メーカーが車載用L I B用セパレータ事業に参入することを表明し、順次生産体制の整備を行っている。

したがって、一定程度の参入圧力が認められる。

5 隣接市場からの競争圧力

民生用L I B用セパレータとして採用されているアラミド樹脂塗工セパレータは、ウェット及びドライよりも融点温度が高く、耐熱性が高いといった特性を持ち、基本的な性能はウェットに類似しているため、車載用L I B用セパレータとしての要求性能を満たしている。そのため、今後、新たに車載用L I B用セパレータとして採用される可能性がある。実際に、アラミド樹脂塗工セパレータを車載用L I B用セパレータとして供給する旨を表明しているアラミド樹脂塗工セパレータメーカーも複数存在する。

したがって、相当程度の隣接市場からの圧力が認められる。

6 需要者からの競争圧力

車載用LIBは自動車のコスト全体の約20%を占めることから、自動車メーカーからLIBメーカーへの値下げ圧力は強く、これを受けたLIBメーカーは、LIB用のセパレータメーカーに対して採用後も常に値下げを求めており、セパレータメーカーはこれに応じて値下げを行っている。

また、車載用LIB用セパレータは、いったん車載用LIBメーカーに採用されると、次のフルモデルチェンジがなされるまでの間、継続して使用されるのが一般的であるが、値下げに応じない場合次のモデルチェンジの際に失注するリスクがあること、また、輸入品も含め、複数のセパレータメーカーが存在しておりLIBメーカーはモデルチェンジに際して採用するセパレータメーカーを容易に切り替えることができる。このため、LIBメーカーは強い価格交渉力を有していると考えられる。

したがって、相当程度の需要者からの競争圧力が認められる。

7 小括

以上のとおり、当事会社グループの競合関係は限定的であり、競争に与える影響は大きくないと考えられるところ、複数の競争事業者がおり、一定程度の輸入圧力及び参入圧力、相当程度の隣接市場及び需要者からの競争圧力が働いていることから、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、車載用LIB用セパレータに係る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

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 大阪製鐵(株)による東京鋼鐵(株)の株式取得

第1 当事会社

大阪製鐵株式会社(法人番号1120001028390)(以下「大阪製鐵」という。)は、^{いっぽんかたこう}一般形鋼、棒鋼等を製造販売する会社である(以下、大阪製鐵の親会社である新日鐵住金株式会社〔法人番号3010001008848〕〔以下「新日鐵住金」という。〕と既に結合関係が形成されている企業の集団を「新日鐵住金グループ」という。)

東京鋼鐵株式会社(法人番号1010001034144)(以下「東京鋼鐵」という。)は、一般形鋼を製造販売する会社である。

以下、大阪製鐵と東京鋼鐵を併せて「当事会社」といい、新日鐵住金グループと東京鋼鐵を併せて「当事会社グループ」という。

第2 本件の概要及び関係法条

本件は、大阪製鐵が、東京鋼鐵の株式に係る議決権を50%を超えて取得することを計画しているものである(以下「本件株式取得」という。)

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27年7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8月20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、上記届出書その他の当事会社から提出された資料を踏まえつつ、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9月18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、当事会社グループに属する事業者、競争事業者¹、卸売業者及び需要者に対するヒアリング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11月10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

¹ 「競争事業者」には、当事会社グループに属する事業者を含まない。

本件においては、本件株式取得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。当該審査においては、新日鐵住金の少数株式保有会社²である共英製鋼及びトピー工業並びにトピー工業の少数株式保有会社³である北越メタル（以下、3社を併せて「共英製鋼等」という。）を当事会社に対する一定程度の競争圧力として評価した。このため、当委員会は、今後、当事会社グループ（共英製鋼等を除く。以下第3の2において同じ。）が共英製鋼等の議決権を追加取得し、又は役員兼任の範囲を拡大するなどして、当事会社グループと共英製鋼等との間の結合関係が強まり、当事会社グループと共英製鋼等との間の競争関係の程度が弱まったり、当事会社グループが共英製鋼等との間で業務提携を行うことなどにより、中小形一般形鋼に係る取引分野における競争を実質的に制限することとならないかについて、今後とも注視していくこととした。

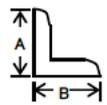
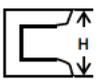
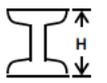
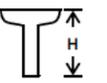
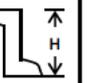
第4 一定の取引分野

1 商品範囲

(1) 形鋼の概要

形鋼とは、半製品であるブルームやビレット等を出来上がり形状に合わせた溝が掘られたカリパーロール（孔型ロール）を付けた圧延機又はユニバーサル圧延機で一定の形の断面となるように圧延して製造した鋼材である。

形鋼は、断面形状により、鋼矢板、H形鋼、山形鋼、I形鋼、溝形鋼等に分類される。また、鋼矢板及びH形鋼を除く形鋼を一般形鋼といい、一般形鋼は断面の形状ごとに、二辺の合計値や高さ等に応じて大形形鋼及び中小形形鋼に分類される。山形鋼は中小形が多く、I形鋼及び溝形鋼等は大形が多い。

山形鋼	溝形鋼	I形鋼	T形鋼	Z形鋼
				
大形形鋼	A+B>200mm(除<125x90)		H>100mm	
中小形形鋼	A+B≤200mm(含む125x90)		H≤100mm	

形鋼の断面形状ごとの用途についてみると、鋼矢板は、連続壁が形成できるように断面の両側に嵌合継手が設けられた板状の杭の総称であり、土留めや止水等の用途に用いられる。また、H形鋼は、断面がHの形状となるように圧延して製造された長い構造用鋼材であり、建築・土木・橋梁用の主要構造部材として利用され、形鋼全体の過半を占める代表的品種である。他方、一般形鋼には、山形鋼、I形鋼、溝形鋼等の種類が存在するところ、H形鋼とは異なり建築・土木工事用の補助部材や船舶の構造材等に用いられている。

² 新日鐵住金の少数株式保有会社として、共英製鋼株式会社（法人番号5120001062898）（以下「共英製鋼」という。新日鐵住金の議決権保有比率26.7%・単独第1位）及びトピー工業株式会社（法人番号2010701019419）（以下「トピー工業」という。新日鐵住金の議決権保有比率20.5%・単独第1位）が存在する。

³ トピー工業の少数株式保有会社として、北越メタル株式会社（法人番号9110001023162）（以下「北越メタル」という。トピー工業の議決権保有比率36.0%・単独第1位）が存在する。

一般形鋼に係る取引には、電炉メーカーが、商社又は特約店等（以下、併せて「商社等」という。）に対して需要者やその取引条件（価格等）を指定せずに商品売り切る場合（「店売り」と呼ばれる。）と、電炉メーカーが需要者と直接取引条件に関する交渉を行い、直接又は商社等を通じて商品を販売する場合（「紐付き」と呼ばれる。）があり、大半は店売りの取引となっている。

上記のとおり、形鋼にはH形鋼及び鋼矢板も含まれるものの、H形鋼及び鋼矢板については、当事会社は競合していないことから、本件では、H形鋼及び鋼矢板を除いた一般形鋼について検討した。

(2) 需要の代替性

一般形鋼には、断面形状・寸法等に応じて多様な品種が存在し、用途によって使い分けられていることから、個々の一般形鋼製品間に需要の代替性はない。

(3) 供給の代替性

一般形鋼には様々な寸法があるところ、カリバーロール（孔型ロール）の付替え等により、同一の生産設備で寸法の異なる製品を製造することができるため、基本的には供給の代替性が認められる。他方、中小形一般形鋼と大形一般形鋼は、同一の設備で製造されている場合があるものの、両者の生産効率が異なること等の理由により、別々に製造ラインを設けることが多いことから、中小形一般形鋼と大形一般形鋼の間の供給の代替性は限定的である。また、実際に主に中小形一般形鋼を製造している事業者と主に大形一般形鋼を製造している事業者では顔ぶれ及び市場シェアの分布が異なる。したがって、大形と中小形との供給の代替性は限定的である。

他方、一般形鋼の断面形状については、カリバーロール（孔型ロール）の付替え等により、同一の生産設備で断面形状の異なる製品を製造することが可能であることから、異なる断面形状間には供給の代替性がある。

以上から、本件では、「中小形一般形鋼」及び「大形一般形鋼」を商品範囲として画定した。

2 地理的範囲

中小形一般形鋼及び大形一般形鋼は、日本全国の製造拠点において製造され、製造された地域にかかわらず日本全国で販売されているという実態があることから、地理的範囲を「日本全国」と画定した。

第5 競争の実質的制限についての検討

上記第4のとおり、本件では、商品範囲を「中小形一般形鋼」及び「大型一般形鋼」、地理的範囲を「日本全国」と画定したが、大型一般形鋼についてはセーフハーバー基準に該当したことから、以下では、中小形一般形鋼について検討する。

1 当事会社グループの地位

(1) 市場シェア

本件株式取得により、中小形一般形鋼について、当事会社グループの合算市場シェア・順位は約60%・第1位、HHIの増分は約1,300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26年における中小形一般形鋼の市場シェア】

順位	事業者名	市場シェア	
1	新日鐵住金 グループ	約45%	
		大阪製鐵	約25%
		共英製鋼	約15%
		トピー工業	0-5%
	北越メタル	0-5%	
2	A社	約35%	
3	東京鋼鐵	約15%	
4	B社	0-5%	
5	その他	0-5%	

(2) 当事会社間の従来競争の状況

本件では、当事会社は日本全国においていずれも10%超の市場シェアを有しており、競合関係がみられる一方で、地域ごとにみると市場シェアの分布が一定程度異なっている。本件において実施した計量経済分析⁴によれば、生産拠点と需要地との近接性がコスト競争力に有意な影響を与えていることを示す結果が得られており、地域ごとの市場シェアの分布の違いは、コスト競争力の違いを反映しているものと考えられる。そのため、当事会社間の実際の競合の程度は地域ごとに異なっていることが考えられたことから、地域ごとの市場シェア分布の違いによる競合の程度の強弱等について検討した。

当事会社双方の生産拠点から離れている北海道及び東北（国内出荷量の約10%）においては、日本全国の市場シェア分布とほぼ同等（ただし、東京鋼鐵の生産拠点から近い東北においては大阪製鐵と東京鋼鐵のシェアは逆転している。）であり、日本全国で見た場合と同等の水準で競合していると考えられる。他方、当事会社のいずれか一方の生産拠点から需要地の距離が離れているなどの事情が認められるその他の地域においては、一方の市場シェアが極めて低く競合の程度が強くないなどの事情が認められることから、当事会社間の競争が失われることが市場に与える影響はそれほど大きくないと考えられる。

⁴ 後掲注5における計量経済分析。

2 競争事業者等の状況

(1) 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35%を有するA社が存在しているほか、複数の競争事業者が存在し、各社とも一定程度の供給余力を有している。

(2) 当事会社グループ内の結合関係の評価（共英製鋼等）

ア 概要

大阪製鐵の親会社である新日鐵住金は、共英製鋼及びトピー工業の株式に係る議決権の20%を超えて保有し、かつ、株主順位が単独第1位であることから、新日鐵住金と共英製鋼及びトピー工業の間には、それぞれ結合関係が認められる（企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針〔最終改定：平成23年6月。以下「ガイドライン」という。〕第1の1(1)ア(イ)）。

これに対して、当事会社は、新日鐵住金と共英製鋼及びトピー工業との間の結合関係は、「完全に一体化して事業活動を行う関係」とはいえず、緩やかな結合関係にとどまることから、当事会社に対する競争圧力として働く旨主張した。

このため、新日鐵住金が共英製鋼等の競争行動に影響を与えたり、共英製鋼等を除く当事会社グループが共英製鋼等の利害を考慮して行動するようになったり、株式保有関係を通じて新日鐵住金と共英製鋼等との間で非公開のセンシティブ情報が共有されたりすることなどにより、共英製鋼等を除く当事会社グループと共英製鋼等が協調的な行動を採るようになるか否かについて検討を行った。

イ 結合関係

(ア) 共英製鋼について

新日鐵住金の議決権保有比率は20%を超える程度であり、兼任役員は非常勤社外監査役のみである。また、共英製鋼の代表取締役及び相談役が合計14.65%の株式を保有している。その他、業務提携関係はなく、取引関係もごく小額にとどまる。

また、新日鐵住金は大阪製鐵及び共英製鋼の双方の事業の成果に強い利害を有していると考えられるものの、中小形一般形鋼においては、市場シェア約35%の有力な競争事業者であるA社が存在しており、下記(3)の状況等を考慮すれば協調的行動を採らせるインセンティブに対する牽制力となると考えられる。

さらに、新日鐵住金においては、共英製鋼に対する少数株式保有関係に基づいて、共英製鋼の競争上センシティブな情報にアクセスすることはできないと認められる。

(イ) トピー工業について

新日鐵住金の議決権保有比率は20%を僅かに超える程度であり、兼任役員はいない。また、一般形鋼事業に関する業務提携関係はなく、取引関係も一般的な

ものに過ぎない。

また、新日鐵住金は大阪製鐵及びトピー工業の双方の事業の成果に強い利害を有していると考えられるものの、中小形一般形鋼においては、市場シェア約35%の有力な競争事業者であるA社が存在しており、後記(3)の状況等を考慮すれば協調的行動を採らせるインセンティブに対する牽制力となると考えられる。

さらに、新日鐵住金においては、トピー工業に対する少数株式保有関係に基づいて、トピー工業の競争上センシティブな情報にアクセスすることはできないと認められる。

(ウ) ヒアリング結果

競争事業者、卸売業者及び需要者に対するヒアリングによれば、共英製鋼及びトピー工業は、新日鐵住金の持分法適用会社ではあるものの、当事会社に対する一定程度の競争圧力として働いているとのことであった。

(エ) 小括

以上から、新日鐵住金と共英製鋼及びトピー工業との間の結合関係は強いとはいえず、共英製鋼及びトピー工業を当事会社に対する一定程度の競争圧力として評価することとし⁵、トピー工業と結合関係の認められる北越メタルについても同様に一定程度の競争圧力として評価することとした。

ウ 競争圧力の評価

共英製鋼は約15%、トピー工業及び北越メタルはそれぞれ0-5%程度の市場シェアを有しており、いずれも一定程度の供給余力を有している。

(3) 従来競争状況

電炉メーカー間における、過去の市場シェアの変動は相当大きく、電炉メーカー間で協調的な行動が採られ、市場シェアが固定化しているといった事情は認められない。

3 輸入

⁵ 本件では、共英製鋼を除く新日鐵住金グループと共英製鋼との間の競合の程度と、共英製鋼を除く新日鐵住金グループと共英製鋼以外の事業者との間の競合の程度が異なるか否かを分析するため、旧新日本製鐵株式会社（以下「旧新日鐵」という。）と旧住友金属工業株式会社（以下「旧住金」という。）との合併（以下「平成24年合併」という。）により、旧新日鐵グループに属する大阪製鐵及びトピー工業と、旧住金グループに属する共英製鋼が同一グループの構成企業となったことで、商品ごとのプライスコストマージン（プライスコストマージンは、数式「 $\{(商品価格 - 限界費用) / 商品価格\} \times 100$ 」によって定義される値をいい、以下「PCM」という。）にどのような変化が生じたかについて計量経済分析を行った。当該分析によれば、平成24年合併により新日鐵住金グループのプレゼンスが上昇した品種群（中形等辺山形鋼のうち一辺の長さが50mm以上75mm以下のもの）よりも、プレゼンスが上昇していない品種群（中形溝形鋼のうち2辺の和が150mm以上のもの）の方が平成24年合併後のPCMの上昇幅が大きいとの結果が得られた。かかる結果は、共英製鋼を除く新日鐵住金グループと共英製鋼との間の競合の程度と、共英製鋼を除く新日鐵住金グループと共英製鋼以外の事業者との間の競合の程度に有意な差が認められないことを示すところ、第5の2(2)における調査結果と整合するものであり、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。

輸入に係る制度的な障壁はないものの、品質やデリバリー能力等の観点から、需要者が輸入品に切り替える可能性はほとんどない。

したがって、輸入圧力はほとんど働いていないと考えられる。

4 参入

高炉メーカー及び大形の形鋼を主に取り扱う電炉メーカーによる参入は期待できないものの、棒鋼メーカーが参入する可能性がある。

したがって、一定程度の参入圧力が働くと考えられる。

5 隣接市場からの競争圧力

中小形一般形鋼の一部の用途（ソーラーパネル用の架台、配管・空調ダクト、輸出用パレット、無線通信基地局の構造部材等）において、薄鋼板を冷間でロールフォーミング成形（折り曲げ加工）することにより製造する軽量形鋼が代替品として使用されることがある。

したがって、用途によっては一定程度の隣接市場からの競争圧力が働くと考えられる。

6 需要者からの競争圧力

基本的に国内メーカーの商品間に品質差はなく、商社等や需要者にとってメーカーの切替えは比較的容易であり、商社等や需要者は価格や納期対応を重視してメーカーを選択する傾向がある。

複数購買を行う商社等や需要者は、需給動向、鉄スクラップの価格動向及び他メーカーの価格を引き合いに出して価格交渉を行っており、価格引下げ圧力が働いているといえる。

また、店売りの場合、1社購買を行う中小規模の特約店が存在するところ、かかる特約店は、他の商社等と価格競争を行っており、競争的な価格で商品を仕入れることができなければ、販売先を他の商社等に奪われることになる。そのため、電炉メーカーは、かかる特約店を通じて需要者からの価格引下げ圧力を受けているといえる。

さらに、鉄鋼製品の需要は縮小傾向にあり、東京オリンピック・パラリンピック需要が期待できるものの、それ以降は減少が一段と加速するおそれがあるため、供給量が需要量を構造的に上回ることにより、需給動向の変動が価格に反映されやすい中小形一般形鋼については、更に価格引下げ圧力が強まると考えられる。

以上のとおり、商社等や需要者から十分な競争圧力が働いている。

7 独占禁止法上の評価

以上のとおり、実質的に当事会社間の競争が失われることによる影響は限定的であるところ、有力な競争事業者1社を含む複数の競争事業者が存在すること、共英製鋼等が当事会社に対する一定程度の競争圧力として働くこと、一定程度の参入圧力及び隣接市場からの競争圧力があること、需要者からの相当程度の競争圧力が働くと考えられるこ

とから、単独行動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認められる。

また、上記に加えて、当事会社間の従来競争状況を踏まえれば競争単位の減少に伴って競争者の行動の予測可能性の確度が高まる程度も限定的と考えられること、十分な供給余力を有する競争事業者や共英製鋼等が価格の引下げによる売上拡大のインセンティブを有すると考えられること、過去の市場シェアの変動は相当大きく、従来から電炉メーカー間で協調的行動が採られていたといった事情も認められないことから、協調的行動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もならないと認められる。

第6 結論

本件株式取得により、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考えられる。

事例4 インテルコーポレーションとアルテラコーポレーションの統合

第1 本件の概要

本件は、①半導体の製造販売業等を営むインテルコーポレーション（本社米国。以下、同社が属する企業結合集団を「インテルグループ」という。）の子会社と半導体の製造販売業等を営むアルテラコーポレーション（本社米国。以下、同社が属する企業結合集団を「アルテラグループ」といい、「インテルグループ」と「アルテラグループ」を併せて「当事会社」という。）が、アルテラコーポレーションを存続会社として合併し、②合併後の会社の株式をインテルコーポレーションが全部取得したものである（以下、当該合併と当該株式取得を併せて「本件行為」という。）。

関係法条は独占禁止法第10条及び第15条である。

（参考）海外競争当局との連絡調整

本件については、欧州委員会等も審査を行っており、当委員会は、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2 一定の取引分野

1 対象商品・役務の概要

(1) CPU

CPU (Central Processing Unit) とは、デジタルデータをインプットとして受領し、メモリに保存された指示に従って処理する集積回路をいい、コンピュータの頭脳として機能している。

CPUは、インテルグループ及びA社が製造する「x86」並びにB社が開発した「ARM」の2つに大別される。x86は、主にPCの心臓部やサーバー向けの機器に用いられている。一方、ARMは、一般にプログラムROM (Read Only Memory) を内蔵しており、産業用機械や家電等の制御用として用いられる。

x86とARMについては、需要者ヒアリングの結果、理論上は代替は可能であるものの、例えば情報量の多いデータセンターやPCにはARMは余り用いられないこと、一方、産業用機械についてはx86ではスペックオーバーでありコスト等の観点から通常は利用されないことなどの事情から、x86及びARMの用途は異なるとしている。

当事会社からはx86が主に用いられている分野として、PC、サーバー（データセンター内で使用されるサーバーを含む。）が挙げられている。

(2) FPGA

FPGA (Field Programmable Gate Array) とは、特別な機能を発揮させるために、製造後に需要者が回路を設計することができる半導体をいう。基板上の回路のほとんどをFPGAで実現することで基板の開発を迅速に進められたり、トラブル等による基板の再開発の時間が削減できるなど様々な利点がある。

ある。

FPGAは、携帯電話の基地局やバックボーンを支える各種ネットワーク機器、データセンターで使用されるサーバー、地上波デジタル局の装置、計測器、業務用ゲーム機器、プラズマテレビなどあらゆる機器で利用されている。

FPGAと一部同様の機能として用いられることのあるASIC¹及びASSP²は下表のような特徴がある。

(FPGA, ASIC及びASSPの比較表)

	FPGA	ASIC	ASSP
カスタマイズ	顧客ごと	顧客ごと	用途ごと (複数顧客向け)
販売単価	高	低	低
顧客側の開発費	低	高	なし
顧客側の開発期間	短	長	なし
購入後の回路変更	可	不可	不可

(3) CPLD

CPLDはFPGAと同様に製造後に需要者が回路を設計することができるという点は共通しているが、いくつかの機能において相違がある。具体的な相違点は下表のとおりとなっており、需要者がFPGAとCPLDを同一の用途に使うことは通常ない。

また、インテルグループは、自社の製造設備においてCPLDの製造を行っていない。

(FPGAとCPLDとの違い)

	揮発性 ³	回路書換	仕様	サイズ	コスト	用途
FPGA	有	可	外付メモリ 必要	大	高 (2~3倍)	多様な処理をこな す設定が可能
CPLD	無	不可	メモリ内蔵	小	低	装置内の他の回路 との接続用

(4) 半導体受託製造サービス

インテルグループは、小規模な半導体メーカーに対して半導体受託製造サービスを提供している。ファブレス⁴の半導体企業及び自社で設計を行うシステム開発会社は、

¹ ASIC (Application Specific Integrated Circuit: エーシック) とは、特定顧客の用途に合わせてカスタマイズされたロジックICである。集積回路の機能・性能が特定顧客の用途に最適化されることで、顧客は、ASICを搭載した自社の製品と、既製の集積回路を搭載した他の製品との差別化を図ることができる。

² ASSP (Application Specific Standard Product: エーエスエスピー) とは、不特定多数の顧客に特定用途向けの汎用製品として販売されるロジックICである。

³ 揮発性があるとは、装置の電源を切った際に当該半導体の設定も消えるものである。不揮発性があるとは逆に装置の電源を切っても保存された設定は消えないものである。

⁴ 自社の製造施設を持たない半導体メーカーをいう。

自社の半導体製品を設計し、当該設計を外部の製造会社に提供する。この外部の製造業者を「ファブ」といい、一般的にはファウンドリーと呼ばれている。半導体受託製造事業者は通常半導体ウェハ⁵のみを製造する。当事会社によれば、半導体受託製造事業者間の競争はウェハの製造において行われているとしている。

(5) データセンター向けの用途

ア データセンター

データセンターは、多様なコンピューターサーバーシステム、ネットワーキング及び保存システムを含む関連システムの集合する大規模な施設であり、クラウドサービス⁶プロバイダー（CSP）やその他主要な金融機関など大規模なサーバーネットワークオペレーターに用いられている。

イ サーバー

サーバーは、ネットワークを管理するソフトウェアとの相互運用によってPCやプリンタを管理する専用コンピュータである。CPUやRAM（記憶装置）等のハードウェア、オペレーションシステム及びアプリケーションソフトウェアで構成されている。

サーバーは、使用されているCPUの種類により、x86CPUを用いるx86サーバー⁷とそれ以外のCPUを用いるその他のサーバーに大きく分けられ、国内におけるサーバーの販売金額の約70%（数量ベースではほとんど全て）はx86サーバーである。

ウ データセンター向けサーバー用途におけるCPU及びFPGAの組合せ

CPUは、コンピュータにおける脳のような役割を有し、ソフトウェアプログラムから受け取った指示を実行している。CPUは汎用装置であるため、幅広い機能を発揮することができ、多様な計算処理を実行するように設計されている。データセンターで用いられるサーバーにおいては、現状、CPUとFPGAはCPUの処理能力を向上させるためにPCIe等の相互接続技術を用いてCPUとFPGAを接続して用いられる関係にあるが、更なるCPUの処理能力の向上を行う方法の一つとして、インテルグループは、いずれx86とFPGAを融合させることを計画している。なお、CPLDはFPGAとの性能の違いから、CPUの処理能力の向上に用いられることはない。

⁵ ウェハはシリコン製の板状の回路基板であり、分割等の製造工程を経て顧客の半導体チップとなる。

⁶ クラウドサービスとは、従来は利用者が手元のコンピュータで利用していたデータやソフトウェアを、ネットワーク経由でサービスとして利用者に提供するものをいう。利用者側が最低限の環境（PCや携帯情報端末などのクライアント、その上で動くWebブラウザ、インターネット接続環境など）を用意することで、どの端末からでも様々なサービスを利用することができる。

⁷ 名称は、インテル社製のx86CPUを使用して開発されたサーバーであることに由来するが、現在はインテル社以外のx86CPUを用いたサーバーもx86サーバーと呼ばれている。

2 商品又は役務の範囲

(1) CPU及びFPGA

FPGAは、需要者自身がその用途に応じ、FPGA購入後に回路を設定・変更できる半導体であり、需要者はFPGAにその機能を求めていることから、回路の設定・変更ができないASIC・ASSPとの商品間で需要の代替性は認められない。また、FPGAとASIC・ASSPの間では、回路設計・製造方法が異なり、当該設計・製造に要するノウハウも異なっていることから、これらの商品間で供給の代替性は認められない。

需要者は、電子機器等の製造に当たり、その用途に応じた機能を有する半導体を用いており、CPU及びFPGAはそれぞれ、その特徴、機能が異なることから、これらの商品間で需要の代替性は認められない。

また、CPU及びFPGAの間では、回路パターン等の設計・製造方法が異なり、設計・製造に要するノウハウも異なっていることから、これらの商品間で供給の代替性は認められない。

次に、CPUについては、上記1(1)のとおり、x86とARMに大別され、それぞれ用途が異なる(x86は主にサーバー用〔データセンター内で使用されるサーバーを含む。〕及びPC用、ARMは主にスマートフォン・タブレット用、情報通信用及び産業用機器用)ことから、これらの商品間で需要の代替性は認められない。また、x86CPUの特許はインテルグループとA社が保有しており、ARMを製造している他のCPUメーカーはx86CPUを供給できる状況にないことから、供給の代替性も認められない。

さらに、FPGAについては、データセンター向けサーバー用、スマートフォン・タブレット用、情報通信用及び産業用機器用に用いられているが、データセンター向けサーバー用に用いられるFPGAは他の用途に用いられるFPGAとは要求される性能が異なっており、需要の代替性は認められない。

本件においては、上記1(5)ウのとおりCPUとFPGAの接続・融合が進められている中で、このような行為が行われることによる市場閉鎖効果を検討することとなるところ、このような接続・融合が進められているのはデータセンター向けサーバー用に用いられるCPU及びFPGAであり、そのサーバーのほとんどはx86サーバーであるため、CPUとFPGAを併せて必要とする者を需要者とする「データセンター向けx86サーバー用CPU」及び「データセンター向けx86サーバー用FPGA」を商品範囲として画定した。

なお、FPGAについての半導体受託製造サービスは、必ずしも特定の用途に係るFPGAを製造するものではないため、垂直型企業結合については「FPGA」全体を商品範囲として画定した。

(2) CPLD

CPLDは、上記1(3)のとおり、FPGAとは異なる目的で通常使用されることか

ら、CPLDとFPGAの間で需要の代替性は限定的である。

また、FPGAの設計はCPLDの設計よりもはるかに複雑であるため、FPGAメーカーはCPLDの製造は可能であるが、CPLDサプライヤーは相当な開発コスト又は開発リスクを抱えることなしに短期間で容易にFPGAの設計に切り替えることができないことから、供給の代替性は限定的であり、本件については「CPLD」を商品範囲として画定した。

(3) 半導体受託製造サービス

半導体受託製造事業者は、様々な顧客向けに幅広い半導体を生産しており、必ずしもFPGAやCPLDといった個別の半導体のみを製造しているものではない。また、半導体受託製造事業者は、当事会社等の半導体メーカーが設計を行うことにより、容易に他の半導体の受託製造サービスを提供できるものと考えられる。

よって、本件については、「半導体受託製造サービス」を役務範囲として画定した。

3 地理的範囲

(1) データセンター向けx86サーバー用CPU，データセンター向けx86サーバー用FPGA及びCPLD

上記2(1)及び(2)で画定した「データセンター向けx86サーバー用CPU」，「データセンター向けx86サーバー用FPGA」及び「CPLD」のいずれについても、輸送費、関税等がほとんどかからないため、国内外で価格差がほとんどみられず、需要者は国内外の供給者を差別することなく取引していること、供給者も需要者の所在する国を問わず取引していることから、「世界全体」を地理的範囲として画定した。

(2) 半導体受託製造サービス

上記2(3)で画定した「半導体受託製造サービス」は、主要サプライヤーが世界中に販売していること、当事会社等の主要顧客が世界中で事業を展開していること、上記(1)のとおり半導体は輸送費等のコストがほとんどかからないことから、「世界全体」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 垂直型企業結合

(1) 当事会社の地位

ア 川上市場

インテルグループは、半導体受託製造サービスを提供しており、FPGA及びCPLDについても製造する可能性があることから、半導体受託製造サービスを川上市場、FPGA及びCPLDを川下市場とした企業結合に該当する。

HHIは最大で約3,900、当事会社のシェアは5%未満であることから、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

【平成26年における半導体受託製造サービスの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	C社	約50%
2	D社	約10%
3	E社	約10%
4	F社	約5%
-	インテルグループ	0-5%
	その他	約25%
合計		100%

イ 川下市場（FPGA）

アルテラグループとG社が市場の約9割のFPGA⁸を供給している。

HHIは最大で約4,300、当事会社の市場シェアは約40%であることから、垂直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FPGAの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	G社	約55%
2	アルテラグループ	約40%
3	H社	0-5%
	その他	約5%
合計		100%

ウ 川下市場（CPLD）

アルテラグループとH社が市場の約9割のCPLDを供給している。

HHIは約4,400、当事会社の市場シェアは約35%であることから、垂直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CPLDの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	H社	約55%
2	アルテラグループ	約35%
3	G社	約10%
合計		100%

(2) アルテラグループによるインテルグループ以外の事業者からのFPGA及びCPL

⁸ インテルが半導体受託製造サービスを提供しているのは全てのFPGAについてであるため、上記2(1)のとおり、FPGA全体についてのシェアを元に検討を行う。なお、FPGAの用途、価格帯等により大きく各社のシェアが異なっていることはない。

Dの購入拒否等（以下「顧客閉鎖」という。）

ア 顧客閉鎖の能力

インテルグループは半導体受託製造サービスの提供を開始して間がなく、直ちにアルテラグループ向けの製造を本格的に開始することが困難であることから、アルテラグループがインテルグループ以外の事業者に半導体製造を委託しないことは事実上不可能⁹である。

さらに、仮にアルテラグループが顧客閉鎖を行ったとしても、川上市場で半導体受託製造サービスを提供する事業者は、容易にアルテラグループ以外に半導体受託製造サービスを提供することができる¹⁰。

以上から、本件行為によりアルテラグループがインテルグループの競争事業者に対して顧客閉鎖を行う能力はないと考えられる。

イ 顧客閉鎖のインセンティブ

インテルグループは半導体受託製造サービス事業に参入したばかりであり、直ちにアルテラグループ向けの製造を本格的に開始することが困難である上、現在他の半導体受託製造事業者が製造している既存のFPGAと同じFPGAを直ちに製造するためには大幅なコストを要する。

以上から、本件行為によりアルテラグループがインテルグループの競争事業者に対して顧客閉鎖を行うインセンティブはないと考えられる。

ウ 小括

以上から、本件行為により、アルテラグループがインテルグループの競争事業者に対する顧客閉鎖を行うことによる市場の閉鎖性・排他性の問題は生じないと認められる。

2 混合型企業結合（商品拡大）

(1) 当事会社の地位

データセンター向けx86サーバー用CPUについては、正確な市場シェアは不明であるものの、市場の状況は下記のx86サーバー用CPUにおける状況と大きく変わりがないと当事会社や競争事業者は述べていることから、下記の市場シェアを元に検討すると、HHIは約9,600、当事会社の市場シェアは95%以上である。また、データセンター向けx86サーバー用FPGAについても、正確な市場シェアは不明であり、またFPGAはデータセンター向けとしてはCPUの処理能力の向上の用途で用いられるものであり現時点では採用され始めたばかりであるが今後大きな需要の拡大が見

⁹ 現在、アルテラグループで取り扱う半導体の大半について製造受託しているのはC社である。

¹⁰ アルテラグループとの取引金額が半導体受託製造事業者の売上げに占める割合は極めて小さい。半導体受託製造事業者はFPGA以外にも複数の半導体を製造しており、FPGA以外の半導体への切り替えは容易であると考えられる。

込まれている。このため、混合型サーバーベースに該当しないものとして検討する。

【平成26年におけるサーバー用x86CPUの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	インテルグループ	95-100%
2	A社	0-5%
合計		100%

(2) 混合型企業結合（商品拡大）

上記第2の1(5)ウのとおり、CPUとFPGAはデータセンター向けサーバー用途において接続して組み合わせて使用され、また、CPUの処理能力の向上の方法として将来的には融合して使用される予定であることから、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じること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なるか検討する。

ア データセンター向けx86サーバー用CPU

当事会社が本件行為により、インテルグループ製x86しか使用できないアルテラグループ製FPGAを製造販売する、又はインテルグループ製x86しか100%の性能を発揮できないアルテラグループ製FPGAを製造販売するといった行為を行うことにより、データセンター向けx86サーバー用CPUに係る取引分野において市場の閉鎖性・排他性等の問題を生じさせる可能性がある。

(7) 市場閉鎖の能力

FPGAについては全量半導体受託製造事業者が製造しており、半導体受託製造事業者各社の供給余力については明らかにされていない。また、需要者ヒアリングによれば、各FPGAメーカーの仕様に特徴があり、一度製品に組み込んだメーカーのFPGAを当該製品自体の切り替えまでの間に別のメーカーのFPGAに変更することは困難である。一方、需要者が新製品を開発する際に他社のFPGAに切り替えることは容易であり、実際に新製品の開発時にそれまで取引していたFPGAメーカーを別のFPGAメーカーに切り替えることもある。このような状況の中で、FPGA市場においては、上記1(1)イのとおり、市場シェア50%を超えるG社といった有力な競争事業者が存在しており、データセンター向けx86サーバー用FPGA市場についても今後FPGA市場と同様の市場の状況となることが見込まれると当事会社や競争事業者が説明していることから、仮に当事会社がインテルグループ製x86しか使用できないアルテラグループ製FPGAを製造販売する、又はインテルグループ製x86しか100%の性能を発揮できないアルテラグループ製FPGAを製造販売しても、需要者はアルテラグループ以外からFPGAを購入することができる。

また、平成27年10月に、FPGA市場において市場シェア50%を超える

G社とCPUの製造販売業者であるI社は、CPUとFPGA間の接続に基づいたCPUの処理能力の向上を実現する製品の開発に向けた戦略技術協力を発表しており、当事会社以外のCPUサプライヤーは当事会社との協力によることなく引き続きFPGAと組み合わせて用いるためのCPUを供給することは可能であると考えられる。

以上のとおり、FPGAの需要者においては、アルテラグループ以外からFPGAを調達することは可能であり、当事会社が本件行為により、インテルグループ製x86しか使用できないアルテラグループ製FPGAを製造販売する、又はインテルグループ製x86しか100%の性能を発揮できないアルテラグループ製FPGAを製造販売することにより、データセンター向けx86サーバー用CPU市場を閉鎖する能力は有しないと考えられる。

(イ) 市場閉鎖を行うインセンティブ

上記第2の1(5)のとおり、主にCPUとFPGAとを補完的に用いる市場はデータセンターのみである。CPUとFPGAとの融合（次世代技術）については、需要者ヒアリングによれば、実現したとしても相当程度先の未来の技術であり、また、データセンターにおいてCPUの処理能力の向上を実現するためにCPUと組み合わせられる半導体としてはFPGA以外にもASIC及びGPU¹¹が有力であり、これらの半導体は半導体製造各社が技術開発を行っている段階である。FPGAがデータセンターにおいてCPUとの組合せにおけるデファクトスタンダードになっていないことから、データセンター向けx86サーバー用CPU市場を閉鎖するインセンティブは有しないと考えられる。

(ウ) 小括

以上のとおり、当事会社が本件行為により、インテルグループ製x86しか使用できないアルテラグループ製FPGAを製造販売する、又はインテルグループ製x86しか100%の性能を発揮できないアルテラグループ製FPGAを製造販売することにより、データセンター向けx86サーバー用CPU市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる蓋然性が認められるとはいえないことから、データセンター向けx86サーバー用CPU市場において、競争を実質的に制限することとはならないと認められる。

イ データセンター向けx86サーバー用FPGA

当事会社が本件行為により、アルテラグループ製FPGAしか使用できないインテルグループ製x86を製造販売する、又はアルテラグループ製FPGAしか100%の性能を発揮できないインテルグループ製x86を製造販売するといった行為を行う

¹¹ グラフィック用のCPU

ことで、データセンター向けx86サーバー用FPGAに係る取引分野において市場の閉鎖性・排他性等の問題を生じさせる可能性がある。

(7) 市場閉鎖の能力

CPUと他の半導体を組み合わせてCPUの処理能力の向上を実行しようとする際に使用される可能性のあるCPUと他の半導体のインターフェースとしては、PCIe、QPIといった相互接続技術が存在し、中でも標準規格が設定され、FRAND条件に従ったライセンスの義務が必須特許の保有者に課されているPCIeが、インテル独自の相互接続技術（QPI等）に代わる実行可能な代替手段となると考えられる。

また、インテルグループはFPGAメーカーに対して、独自の相互接続技術に係るライセンスの付与を行っており、インテルグループ製のデータセンター向けx86サーバー用CPUと接続して使用するためのデータセンター向けx86サーバー用FPGAを、当該FPGAメーカーは引き続き供給することができる。

さらに、平成27年10月に、FPGA市場において市場シェア50%を超えるG社とCPUの製造販売業者であるI社は、CPUとFPGA間の接続に基づいたCPUの処理能力の向上を実現する競合製品の開発に向けた戦略技術協力を発表しており、当事会社以外のFPGAサプライヤーは当事会社との協力によることなく引き続きCPUと組み合わせて用いるためのFPGAを供給することは可能であると考えられる。

以上のとおり、FPGAに係る当事会社の競合他社はCPUの処理能力の向上のためにCPUと組み合わせて使用されるFPGAを提供することが可能となり、当事会社がアルテラグループ製FPGAとしか組み合わせて使用することができないCPUを製造販売する等の行為を行ったとしても、CPUの処理能力の向上のために使用されるFPGAに係る競合他社を排除することはできないと考えられることから、データセンター向けx86サーバー用FPGA市場を閉鎖する能力は有しないと考えられる。

(イ) 市場閉鎖を行うインセンティブ

データセンターにおいてCPUの処理能力を向上させるためにCPUと組み合わせられることが今後見込まれる半導体はFPGA以外にもASIC及びGPUが有力であり半導体製造各社が技術開発を行っている段階である。したがって、現時点でFPGAがデータセンターにおいてCPUとの組合せにおけるデファクトスタンダードになっているとはいえない。

さらに、当事会社及び需要者によれば、当事会社を含む半導体メーカーが新製品を開発する際には需要者の協力（製品テスト）が必要不可欠であるところ、当事会社が上記のような行為を強行した場合、需要者の協力が得られなければ、次世代製品の開発に多大な影響を及ぼす可能性がある。

このような状況の中で、当事会社がデータセンター向けx86サーバー用FPGA

市場を閉鎖するような行為を強行するインセンティブはないと考えられる。

(ウ) 小括

以上のとおり、仮に当事会社がアルテラグループ製FPGAとしか組み合わせ使用することができないCPUを製造販売する等の行為を行ったとしても、当事会社以外のFPGAサプライヤーは当事会社との協力によることなく引き続きCPUと組み合わせ用いるためのFPGAを供給することは可能であること等によりFPGAに係る当事会社の競合他社はCPUの処理能力の向上に使用されるFPGAを引き続き提供することが可能となっていること、FPGAが現時点においてデータセンターにおいてCPUとの組合せにおけるデファクトスタンダードになっているわけではないこと、当事会社の新技術開発への影響に鑑みると、アルテラグループ製FPGAとしか組み合わせ使用することができないCPUを製造販売する等の行為によって、当事会社グループの競争事業者を排除することは困難である。よって、当事会社がこのような行為を行うことにより、データセンター向けx86サーバー用FPGA市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる蓋然性が認められるとはいえないことから、データセンター向けx86サーバー用FPGA市場において、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認められる。

第4 結論

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 エヌエックスピー・セミコンダクターズ・エヌバイとフリースケール・セミコンダクターズ・リミテッドの統合

第1 本件の概要

本件は、①半導体の開発及び製造販売業を営むエヌエックスピー・セミコンダクターズ・エヌバイ（本社オランダ。以下、同社が属する企業結合集団を「NXPグループ」という。）の子会社と半導体の製造販売業を営むフリースケール・セミコンダクターズ・リミテッド（本社イギリス。以下、同社が属する企業結合集団を「FSLグループ」という。）が、フリースケール・セミコンダクターズ・リミテッドを存続会社として合併し、②合併後の会社の株式をエヌエックスピー・セミコンダクターズ・エヌバイが全部取得したものである（以下、NXPグループとFSLグループを併せて「当事会社」といい、当該合併及び当該株式取得を併せて「本件行為」という。）。

関係法条は、独占禁止法第10条及び第15条である。

（参考）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2 一定の取引分野

1 商品範囲

当事会社は、半導体の製造販売業を営む会社であり、当事会社が製造販売する特定の商品間で水平関係にあるものが存在する。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RFパワートランジスタ（Radio Frequency Power Transistor）について検討した。RFパワートランジスタは、アンテナに高周波帯で電波を飛ばす特殊な半導体であり、携帯端末のための通信インフラ（基地局等）、レーダー、衛星等に搭載される製品に使用されている半導体である。

2 地理的範囲

上記1で画定した「RFパワートランジスタ」は全世界で販売されているところ、輸送費、関税等がほとんど掛からないため、国内外で価格差がほとんどみられず、需要者は国内外の供給者を差別することなく取引していること、供給者も需要者の所在する国を問わず取引していることから、「世界全体」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

HHIは約4,300、当事会社の市場シェアは60%以上であることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成26年におけるRFパワートランジスタの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	FSLグループ	約35%
2	NXPグループ	約25%
3	A社	約10%
4	B社	約10%
	その他	約20%
合計		100%

2 競争事業者の状況

競争事業者はA社、B社等が存在するが、いずれも市場シェアは10%に満たず、当事会社との乖離は非常に大きい。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 独占禁止法上の評価

本件行為後、RFパワートランジスタにおける当事会社のシェアは60%以上となり、競争事業者との間に著しい格差が生じることとなる。

しかしながら、本件については当初より当事会社から第三者への事業の譲渡が申し出られており、当委員会との議論も踏まえ、最終的に当事会社からは下記第4のとおり事業譲渡（以下「本件事業譲渡」という。）の申出があったことから、その内容を踏まえて独占禁止法上の評価を行うこととした。

第4 当事会社による本件事業譲渡の申入れ

当事会社からは、RFパワートランジスタに係るNXPグループの事業譲渡が以下のとおり提案された。

1 譲渡資産等

譲渡対象事業は、下記のとおりであり、現在NXPグループが保有しているRFパワートランジスタ事業の運営に関する全ての資産及び従業員を含むものである。

- ① 購入又は供給に関する全ての契約、研究開発に関する全ての契約、RFパワートランジスタ事業を運営するために必要な全ての記録及び全ての関係書類
- ② RFパワートランジスタ事業の運営及び同事業における製造及び販売に必要な全ての有形資産（同事業における製品製造のために利用されている製造施設等を含む。）
- ③ RFパワートランジスタ事業の運営及び同事業における製造及び販売に必要な全ての無形資産（同事業に独占的又は優先的に使用されている全ての特許及び技術、これ以外のRFパワートランジスタ事業に必要な特許又は技術のライセンス等を含む。）

2 事業売却先に係る要件

本件事業譲渡の中で、当事会社は次の5要件を満たす事業者をRFパワートランジスタ事業の売却先として、当委員会に提案するとしている。

- ① 譲渡先が、十分な経験及び能力を有していること
- ② 譲渡先が、当事会社と資本上無関係であり独立していること
- ③ 譲渡先が、譲渡対象事業を維持し、発展させるための財源、専門性及びインセンティブを有していること
- ④ 譲渡先が、譲渡対象事業の取得によって、日本における競争上の懸念が生じるおそれがなく、本件事業譲渡が遅れるリスクを生じさせるおそれがないこと
- ⑤ 自らが提示した譲渡先について、当委員会がその適格性について承認を与えるまでは、当事会社間の統合を行わないこと¹

3 譲渡対象事業の競争力及び継続性の維持

譲渡対象事業の経済的な成長可能性等を保護又は維持し、譲渡対象事業の潜在的な競争能力の損失リスクを最小限に抑える。

4 譲渡対象事業の分離独立性の維持

譲渡対象事業をNXPグループの継続する事業から分離させ、同対象事業の分離独立性を維持する。

5 機密情報の非共有化

NXPグループと譲渡対象事業者間で機密情報が共有されないようにあらゆる措置を実行する。

第5 本件事業譲渡に対する評価

本件事業譲渡によるRFパワートランジスタ市場のシェアへの影響は下表のとおりである。

	本件行為前		本件行為後	
	FSL グループ	NXP グループ	本件事業 譲渡なし	本件事業 譲渡あり
RFパワートランジスタ	約35%	約25%	約60%	約35%

上表のとおり、本件事業譲渡が履行された場合、RFパワートランジスタ市場において、当事会社の一方であるNXPグループのシェアがそのまま譲渡されることから、本件行為による当事会社の市場シェアの増加はなく、結果、RFパワートランジスタ

¹ その後、当事会社から提案された事業譲渡先について検討を行った結果、本件事業売却先に係る要件を満たし、事業譲渡先として適格であると判断した。

市場におけるシェアに関して変動はない。

また、NXPグループが譲渡する中身としては、上記第4の1のとおり、RFパワートランジスタ事業に関係していた従業員を含め、これまでNXPグループが行っていたRFパワートランジスタ事業をそのまま切り離して譲渡するものであり、譲渡の内容としては十分なものであると考えられる。

さらに、譲渡先については、上記第4の2の各要件を満たしていれば、RFパワートランジスタ市場における独立した有力な競争事業者となると考えられるが、当事会社は、当該要件を満たす譲渡先にRFパワートランジスタ事業を譲渡するとしている。

また、上記第4の3及び4のとおり、譲渡先については譲渡対象事業の競争力維持及び分離独立性の維持等についても担保するとしている。

上記のことから、当事会社から提示された本件事業譲渡は適切なものであると評価した。

第6 結論

当事会社が申し出た本件事業譲渡を行うことを前提とすれば、本件行為により、当事会社が単独行動又は協調的行動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 ウェスタンデジタルコーポレーションとサンディスクコーポレーションの統合

第1 本件の概要

本件は、ハードディスクドライブ（HDD）等の製造販売業を営むウェスタンデジタルコーポレーション（本社米国。以下「ウェスタンデジタル」といい、同社を最終親会社とする企業結合集団を「ウェスタンデジタルグループ」という。）と、メモリーカード等の製造販売業を営むサンディスクコーポレーション（本社米国。以下「サンディスク」といい、同社を最終親会社とする企業結合集団を「サンディスクグループ」といい、ウェスタンデジタルグループとサンディスクグループを併せて「当事会社」という。）が、統合した（以下「本件行為」という。）ものである。

関係法条は、独占禁止法第10条及び第15条である。

（参考）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等も審査を行っており、当委員会は、米国連邦取引委員会との間で情報交換を行いつつ審査を進めた。

第2 一定の取引分野

1 商品範囲

(1) 商品概要

当事会社は共に、電子データを保存するための装置であるソリッドステートドライブ（以下「SSD」という。）のうち、企業向けであるエンタープライズSSDを製造販売している。SSDはインターフェース¹により、さらに3種類に分類できる。当事会社間で重複して製造販売している商品は、SSDのうち、SASエンタープライズとPCIeエンタープライズと呼ばれる商品である。

ア SSD

SSDは、電子データを保存するための装置である。これまでデータを保存する装置、例えば、個人向けのパソコンや企業向け（エンタープライズ）のサーバーやストレージとしては、ハードディスクドライブ（HDD）が広く利用されてきた。一方で、SSDはNAND型フラッシュメモリというICを内蔵しており、HDDと比較して価格は高いものの²、データの保存（書込み）や読込速度が速く、HDDのような可動部分がないことから物理的な衝撃に強いといった特徴³を持つ。このような特徴から、データを保存する装置は、HDDからSSDに移行しつつある⁴。

¹ 他の機器との接続部のことをいう。

² HDDの一般的な価格は、1GB当たり0.04～0.18米ドルである。これに対して、SSDの一般的な価格は、1GB当たり0.42～2.45米ドルである。

³ 他方、データの保存容量の大きさという点では、一般にHDDのほうがSSDよりも優れているが、近年、SSDの性能向上により、その差は縮まりつつあるとされている。

⁴ この点について、（エンタープライズ）SSDの需要者は、HDDはSSDと同様に記録媒体であるが、情報の読込・書込速度がSSDより遅く、（エンタープライズ）SSDの機能代替はできないと述べている。

SSDは、データ保存の機能を有する「NAND型フラッシュメモリ」、SSDにおけるデータの読み書きと削除の制御及びエラーの修復の機能を担う「コントローラー」、SSDと接続先の装置やシステム等とのデータ通信の役割を担う接続部である「インターフェース」で構成されている。SSDの部品のうち、NAND型フラッシュメモリーが最も重要な部品であり、SSD全体のコストのうち、5割以上を占めている。SSDの性能は、主に耐久性⁵、読込・書込速度⁶、信頼性⁷、容量⁸という4つの要素で評価される。

上記のように、HDDとSSDの間には性能差や価格差等があることから、需要者は両製品を異なる製品と認識しており、両製品を場面に応じて使い分けている（需要の代替性は一定程度存在するものの、限定的である。）。また、HDDとSSDは物理的な構造が全く異なることから、両製品の製造工程やプロセス、製造設備やラインは全く異なる（供給の代替性はない。）。

イ エンタープライズSSD

SSDは、用途別に、主に個人向けであるクライアントSSDと企業向けであるエンタープライズSSDの2種類に分類できる。

当事会社がともに製造しているのはエンタープライズSSDであり、主に、企業のデータセンター等の高負荷環境で用いられる、サーバーやストレージに組み込まれている。

当事会社の顧客（エンタープライズSSDの需要者）は、サーバーやストレージを製造する大手のメーカー⁹である。これらの顧客はエンタープライズSSDを当事会社から購入し、自社が販売するサーバーやストレージに組み込んで、銀行等の一般事業者や官公庁等に販売している。

一方で、クライアントSSDは、パソコンや携帯型電子機器等用のSSDであり、一般消費者の用に供する製品に用いられている。

エンタープライズSSDは、クライアントSSDと比べて高性能であり、読込・書込速度及び信頼性等の点で優れた性能を有する。

表1：クライアントSSDとエンタープライズSSDとの比較

	容量	平均価格（1GB当たり）	全世界における売上高
クライアント	30GB～2TB	0.42米ドル	約68.8億米ドル

⁵ 耐久性は、SSDが信頼性を失う（故障が起きる確率が増加し、自然寿命を迎える。）までに、SSDにデータの書込みを行うことができる合計回数を指す。

⁶ 読込・書込速度は、データをSSDから読み込む速度及びデータをSSDに書き込む（保存）速度を指す。

⁷ 信頼性は、データが失われるシステムの故障が起きる確率を指す。

⁸ 容量は、ドライブ上に保存できるデータの量を指す。

⁹ 当事会社によると、上位の需要者5社で、SASエンタープライズSSDの需要の大部分を占めるとしている。また、この他の需要者として、大規模なクラウドサービスプロバイダー（以下「CSP」という。）があるとしている。

SSD			
エンタープライズSSD	1 0 0 G B ~6. 4 T B	1. 0 5米ドル	約4 5. 4 億米ドル

上記のように、クライアントSSDとエンタープライズSSDの間には性能差や価格差等があり、その用途も異なる（需要の代替性はない。）。

一方で、供給の代替性について、当事会社によると、クライアントSSDとエンタープライズSSDは、構成部品に共通するものもあり、類似した組立てラインで生産されるため、一定程度の供給の代替性があると認められる。

なお、エンタープライズSSDの市場規模は、年々売上高及び販売数量とも増加しており、HDDからの切替需要を勘案すると今後もこの傾向は続くと思われる。

ウ エンタープライズSSDの異なるインターフェース

エンタープライズSSDは、インターフェース別に、SATAエンタープライズ、SASエンタープライズ、PCIeエンタープライズに区別することができる。

上記3種類のインターフェースのうち、当事会社がともに製造販売しているのは、SASエンタープライズSSD及びPCIeエンタープライズSSDである。

それぞれのインターフェースの特徴は以下のとおりである。

(ア) SATA

SATAは3種類のインターフェースの中では最も旧式であり、このインターフェースを採用したエンタープライズSSDは一般的に他の2つのインターフェースを採用したエンタープライズSSDと比較すると、安価であるもののデータへのアクセス速度（データのやり取り速度）が遅く、信頼性が低い（故障の可能性が高い。）とされている¹⁰。そのため、SATAインターフェースを採用するエンタープライズSSDは、通常、コスト重視のユーザー向けのサーバー等に使用される。なお、大部分の一般消費者向けのクライアントSSDには、SATAのインターフェースが用いられている。

(イ) SAS

SASは上記SATAの後に登場したインターフェースであり、このインターフェースを採用したエンタープライズSSDは、SATAを採用したエンタープライズSSDと比べるとデータのやり取り速度が高速で、信頼性も高いとされている。そのため、SASエンタープライズSSDは、データの管理等について、高度な信頼性を求められる企業向けのハイエンドサーバー等に組み込まれている。

¹⁰ 需要者によると、データ管理について非常に高い信頼性が求められる顧客（銀行等）に対して納入するサーバー等には、SATAエンタープライズSSDは通常用いないとしている。一方で、SATAエンタープライズSSDの需要がないというわけではなく、安価なサーバー等を求める顧客に対しては、SATAエンタープライズSSDを組み込むことで、価格対応を行うとしている。

(ウ) P C I e

P C I eは、元来、H D DやS S Dといった記憶装置専用のインターフェースとしてではなく、様々な種類のハードウェアをシステム等と接続するための多目的なインターフェースとして開発された¹¹。

P C I eインターフェースの特徴の一つとして、搭載する装置に応じてレーン（伝送路）の数を変えられるという点があり、一般に、レーン数が多いほど高速なデータ通信が可能である反面、コストも高くなる。

P C I eインターフェースによって、高速でのデータの保存（書込み）と読み込みが可能となり、一般的に、P C I eインターフェースを採用したエンタープライズS S DはS A Sインターフェースを採用したエンタープライズS S Dと同等かそれ以上の信頼性があるとされている。

当事会社からの説明及び需要者からのヒアリング結果から、各インターフェースを採用したエンタープライズS S Dの特徴をまとめると以下のとおりである。

表2：各インターフェースを採用したエンタープライズS S Dの特徴

	通信速度の 目安	各インターフェースを採用したエンタープライズS S D間の平均価格差（S A T Aの価格を1とした場合）	信頼性	用途
SATA	6 G b p s ¹²	1	低	ローエンド向け
SAS	1 2 G b p s	1. 8	高	ミドルからハイエンド向け
PCIe	4 0 G b p s	3	高	ハイエンド向け

(イ) エンタープライズS S Dのインターフェース別の全世界における売上高は以下の表のとおりである。

¹¹ 当事会社によると、2011年に、S S D向けに開発された、N V M e（Non-Volatile Memory Express）というオープンで標準化されたP C I eインターフェース用の通信インタフェース/プロトコルがリリースされたことをきっかけに、近年、エンタープライズS S Dメーカーの多くが、N V M eプロトコルを採用したP C I eエンタープライズS S Dを提供するようになったとしている。

¹² G b p sとは、データ転送速度の単位で、1秒間に何十億ビット（何ギガビット）のデータを送れるかを表したものである。毎秒10億ビット（1ギガビット）のデータを伝送できるのが1 G b p s。

表3：エンタープライズSSDのインターフェース別の全世界における売上高（2014年）

	数量ベース		売上高ベース	
	Unit (百万)	%	売上高(米ドル)	%
SATAエンタープライズ SSD	6.2	79.6	22億米ドル	50.4
SASエンタープライズ SSD	1.3	16.7	13億米ドル	29.7
PCIeエンタープライズSSD	0.29	3.7	8.7億米ドル	19.9

なお、現在はSATAエンタープライズSSDが数量ベースでも売上高ベースでも主流であるが、将来的には、SATAエンタープライズSSDに代わって、SASエンタープライズSSD及びPCIeエンタープライズSSDの採用が見込まれる等の理由で、SASエンタープライズSSD及びPCIeエンタープライズSSDの需要が顕著に伸びると予測されている¹³。

(オ) エンタープライズSSDのインターフェース別の平均価格の推移は以下の表のとおりである。

表4：インターフェース別の1GBあたりの平均価格の推移

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
SAS エンタープライズSSD	8.00	4.84	30.3	1.80	1.24	0.84	0.54	0.45	0.39	0.31
PCIe エンタープライズSSD	7.44	4.86	4.23	2.92	1.92	1.35	0.89	0.58	0.49	0.38
SATA エンタープライズSSD	3.35	1.67	1.14	0.81	0.66	0.50	0.36	0.28	0.24	0.21

表4のとおり、異なるインターフェースのSSD間の価格差は年とともに収斂してきており、将来的には小さくなっていくとされているものの、現在では、もっとも安価なSATAエンタープライズSSDとSASエンタープライズSSD及びPCIeエンタープライズとの価格は大きく異なっている。

(カ) 需要の代替性について

エンタープライズSSDの需要者によると、①SATAエンタープライズSS

¹³ 需要者によると、SSD向けに開発されたNVMの開発により、今後はPCIeエンタープライズSSDの需要が急激に伸びていくことが予想されるとしている。

Dは安価であるが信頼性が低い、②SASエンタープライズSSDやPCIeエンタープライズSSDはSATAエンタープライズSSDに比べて信頼性は高いが高価である、③PCIeエンタープライズSSDはSASエンタープライズSSDよりもさらに信頼性が高く、PCIeエンタープライズSSDはSASエンタープライズSSDからシェアを奪い、ハイエンドサーバー等に使用されることが多いとしている。

エンタープライズSSDの需要者は、エンタープライズSSDのメーカーからエンタープライズSSDを購入し、サーバーやストレージに組み込んで、一般企業（銀行等）や官公庁等に販売している。需要者によると、エンタープライズSSDの性能¹⁴は、どのインターフェースを用いているかに大きく影響を受けるため、採用に当たってインターフェースの種類は重要であるとしている¹⁵。

エンタープライズSSDの需要者によるとサーバー等を製造するに当たり、エンタープライズSSDのメーカーとも相談しながら、需要者の顧客が求めるサーバーやストレージのパフォーマンスを満たしつつ、コスト条件に見合うエンタープライズSSDを決定するとしている。例えば、性能や信頼性をより重視する顧客に対してはSASあるいはPCIeを使用したエンタープライズSSDを採用することとし、価格をより重視する顧客に対してはSATAを使用したエンタープライズSSDを採用したサーバーやストレージにするとしている¹⁶。

(キ) 異なるインターフェースの製造ラインについて（供給の代替性について）

当事会社によると、エンタープライズSSDを構成する部品は基本的に同一のものを使用しており、いずれのインターフェースのエンタープライズSSDも同じ製造設備を用いて製造することが可能であり、ある種類のインターフェースのエンタープライズSSDを製造しているラインを、別のインターフェースのエンタープライズSSDの製造ラインに切り替えることは容易であり、大した労力もコストもかからないとしている。

その理由として、エンタープライズSSDの製造に当たっては、製造工程のほとんどが自動化され、ロボットによって製造されていることから、製造するエンタープライズSSDのインターフェースの種類に応じた適切な指示をロボットに入力し、ロボットに適切な部材をセットすれば済むからであるとしている。

¹⁴ 当事会社によると、顧客によって、エンタープライズSSDに対するニーズは若干異なり、大規模なCSPの提供事業者は、先に述べたエンタープライズSSDの性能評価基準のうち、容量と価格を重視し、高負荷サーバーを提供する顧客は読込・書込速度と信頼性を重視する傾向にあるとしている。

¹⁵ 一方で、エンタープライズSSDの性能は使用するインターフェースの種類だけで決定されるわけではなく、内蔵されるコントローラーやNANDによっても性能が異なってくる。

¹⁶ 需要者によると、実際の採用に当たっては、エンタープライズSSDメーカーから提出されたサンプル（エンタープライズSSDメーカーは自社製品の開発や製造に関するロードマップを作成し、需要者であるサーバーやストレージメーカーに新商品を提案してくる。）を使って、自社のサーバーやストレージに試験的に組み込み、他のデバイスやシステムとの相性や必要となるパフォーマンスを得られるかどうかの確認を行っており、このような作業はサーバーやストレージの製品化に当たって不可欠であるとしている。

(ク) 小括

①需要の代替性

上記(ア)から(カ)のように、インターフェースはエンタープライズSSDの性能差に大きな影響を与えること、それぞれのインターフェースを採用したエンタープライズSSDは性能・価格・信頼性が異なることから、需要者の選択に当たってインターフェースの種類は重要である。実際、需要者はエンタープライズSSDの性能を考慮する際、インターフェースの種類を重視している。一方で、需要者の要求する仕様や価格によっては、異なるインターフェースを採用したエンタープライズSSDであっても、対応できる部分に重なりが生じる場合もあり、需要の代替性が全くないとまではいえない。

これらの事情に鑑みれば、各インターフェース間で需要の代替性は全くないとまではいえないものの、現在はほとんどないと考えられる。

②供給の代替性

上記(キ)のとおり、当事会社は、ある種類のインターフェースのエンタープライズSSDを製造しているラインを、別のインターフェースのエンタープライズSSDの製造ラインに切り替えることは容易であり、エンタープライズSSDの異なるインターフェース間で一定程度の供給の代替性は認められると主張している。

エ NAND

NAND型フラッシュメモリ¹⁷は、SSDのほか、タブレット、携帯電話機、USBメモリ、SDカード等の製品に広く使用されている集積回路（IC）であり、データを保存する機能を有する。NANDは、製品によってコスト、耐久性、パフォーマンス、品質等の要素¹⁸や2D NANDと3D NAND¹⁹という構造上の違いがある。

当事会社によると、一般に、消費者向けの製品に使用されるNANDは、サイズが小さく、消費電力が小さい。一方、企業向けであるエンタープライズSSDに使

¹⁷ フラッシュメモリは、データを記録するための不揮発性メモリである。フラッシュメモリには、NAND型フラッシュメモリとNOR型フラッシュメモリの2種類がある。NAND型はSSDのような大容量のデータ保存用途に最適であるのに対して、NOR型はコードの保存と実行に向いていて、通常小容量のものが用いられる。NAND型とNOR型にはこのような違いがあるため、SSDには、耐久性、価格、及びデータの書込・削除速度等において優れるNAND型が専ら用いられている。以下、NAND型フラッシュメモリをNANDという。

¹⁸ NANDにおける情報を蓄積するために必要最低限の回路構成をセルといい、セルに1bitの情報を蓄積するものをSingle-Level Cell（SLC）、2bitのものをMulti-Level Cell（MLC）、3bitのものをTriple-Level Cell（TLC）という。NANDにはこのような区別があるものの、当事会社によると、需要者はこれらの種類の商品を代替的に用いているとしている。

¹⁹ NANDは、1998年頃の発売以来、微細化等を進めることにより、小型化、単位容積当たりの容量の増大及び低コスト化が図られてきた。しかし、微細化による限界（ムーアの法則の限界）がみえてきたことから、近年、トランジスタを立体的に積層する構造をした3D NANDが登場した。3D NANDは、2D NANDと比べて、その構造上、性能、信頼性及び耐久性において優位であるとされている。

用されるNANDは、信頼性がより高く、記憶容量が大きい傾向がある。しかしながら、両者に明確な区分があるわけではないとしている。

NANDの全世界における売上高は以下のとおりであり、売上高、販売数量とも年々増加している。

表5：NANDの全世界における売上高及び販売数量（自家消費分含む）

	2012年	2013年	2014年
売上高（百万米ドル）	24,322	29,745	31,271
販売数量（百万GB）	31,769	44,922	64,684

(7) 当事会社のNANDの調達先及び販売先（需要先）

ウェスタンデジタルは、ほとんどエンタープライズSSDを製造する目的だけのためにNANDを調達している。

サンディスクは、自社（別のNAND製造業者との合弁工場）で製造するNANDのほとんど全てを自らが製造するSSDやUSBメモリ等に使用（自家消費）しており、その調達先はほとんど全てがA社との合弁工場からである。

(イ) NAND製造に係るサンディスクとA社の関係について

サンディスクとA社は、それぞれA社が50.1%、サンディスクが49.9%の株式を保有する形で共同出資会社（以下、「本件JV」という。）を組成している。

サンディスク及びA社は調達したNANDをそれぞれ独立して販売（又は自家消費）している²⁰。

当事会社によると、上記のようなNAND製造に係るサンディスクとA社の関係については、本件統合後も引き続き継続されるとしている。

上記のように、A社とサンディスクは共同で販売を行うわけではないこと、商品は両社で異なり、A社とサンディスクが販売する製品の製造コストは異なることに鑑みれば、本件統合後、両社が共同で販売を行うとみられる特段の事情はみられない。

このため、下記第3における垂直型企業結合の競争に与える影響の評価に当たっては、A社の販売は引き続きサンディスクとは独立して行われることを前提に検討する。

(2) 商品範囲についての検討

上記(1)から、クライアントSSDとエンタープライズSSDの間には需要の代替性

²⁰ サンディスクは、NANDの調達を本件JVから行っており、調達したNANDのほとんど全てを自家消費して、自社で販売する製品（SSD、USB、メモリカード等）に使用している一方で、A社は調達したNANDを自家消費する他、NANDそのものの外販を行っている。

がなく、インターフェースの異なるエンタープライズSSDの間には、需要の代替性はほとんどない。一方、当事会社は供給の代替性が存在するとしているが、クライアントSSDとエンタープライズSSDの間、及びインターフェースの異なるエンタープライズSSDの間では製造業者の顔ぶれや各社のシェアはかなり異なっていることも踏まえ、一定の取引分野として検討を行うべき市場における商品範囲はエンタープライズSSDのうち、両当事会社が製造販売している「SASエンタープライズSSD」及び「PCIeエンタープライズSSD」として画定した。

また、垂直型企业結合に関して、一定の取引分野として検討を行うべき市場における商品範囲は、川上市場については、「NAND」を商品範囲として画定し、川下市場については、NANDが必ずしも特定のインターフェースに係るエンタープライズSSDに組み込まれるわけではないため、「エンタープライズSSD」全体を商品範囲として画定した。

2 地理的範囲

上記1(2)で画定した「SASエンタープライズSSD」、「PCIeエンタープライズSSD」及び「NAND」は全世界で販売されている。また、いずれの商品も軽量で、輸送費がほとんどかからないため、国内外で価格差がほとんどみられず、需要者は国内外の供給者を差別することなく取引している。したがって、供給者も需要者の所在する国を問わず取引していることから、「世界全体」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 市場シェア

上記第2で画定した各商品について、当事会社が提出したデータに基づき算出した市場シェア及びセーフハーバーの状況は、次のとおりである。

<水平関係>

(1) SASエンタープライズSSD

本件行為により、当事会社のシェアは約75%（1位）、HHIは約5,700、HHIの増分は約2,600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26年におけるSASエンタープライズSSDの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	ウェスタンデジタル	約45%
2	サンディスク	約30%
3	A社	約10%
4	B社	約10%
5	C社	0-5%

6	D社	0-5%
合計		100%

(2) P C I eエンタープライズSSD

本件行為により、当事会社のシェアは約40%（1位）、HHIは約2,300、HHIの増分は約70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する。

【平成26年におけるP C I eエンタープライズSSDの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	サンディスク	約35%
2	D社	約20%
3	E社	約20%
4	F社	約5%
5	C社	0-5%
6	B社	0-5%
7	A社	0-5%
8	ウェスタンデジタル	0-5%
	その他	約10%
合計		100%

<垂直関係>

(3) 川上市場：NAND

サンディスクのNAND市場におけるシェアは約20%（3位）、HHIは最大約2,000であることから、垂直型企业結合のセーフハーバー基準に該当する。

【平成26年におけるNAND（自家消費分含む）の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	B社	約30%
2	A社	約25%
3	サンディスク	約20%
4	C社	約15%
5	G社	約10%
6	F社	0-5%
	その他	0-5%
合計		100%

(4) 川下市場：エンタープライズSSD

本件行為により、エンタープライズSSD市場における当事会社のシェアは約30%（1位）、HHIは最大2,000となることから、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成26年におけるエンタープライズSSDの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	F社	約25%
2	サンディスク	約15%
3	B社	約10%
4	ウェスタンデジタル	約10%
5	C社	約5%
6	D社	0-5%
7	A社	0-5%
8	E社	0-5%
	その他	約15%
合計		100%

2 判断要素の検討

(1) 水平型企業結合（SASエンタープライズSSD）

ア 当事会社グループの地位及び競争者の状況

有力な競争事業者として、シェア10%を超えるA社（シェア約10%、第3位）、B社（シェア約10%、第4位）が存在する。また、その他にC社（シェア0-5%、第5位）、D社（シェア0-5%、第6位）等の競争事業者が複数存在する。

なお、A社はここ数年でシェアを増加させており、同社はNANDを自製（NANDの市場シェア約25%：第2位）している有利性に鑑みれば、今後もシェアを大きく伸ばしていくことが見込まれている。このように、SASエンタープライズSSD市場は、各事業者の市場シェアが変動しやすい状況にあると認められる。

また、A社のほかにNANDを自製している事業者として、B社（NANDの市場シェア約30%：第1位）及びC社（NANDの市場シェア約15%：第4位）がいる。これらの競争事業者は、SASエンタープライズSSDを製造するに当たりNANDの調達価格を低く抑えることができる、また、自社が製造するNANDの性能を上げることでより高性能なSASエンタープライズSSDを製造できるといった理由から、本件統合後、NANDを自社で調達することが可能となる当事会社に対抗する能力は十分にあると考えられる。

さらに、NANDが使用されているのはエンタープライズSSDだけではなく、当事会社によると、NANDの総需要のうち、エンタープライズSSDに使用されている割合は10%程度であるとしており、本件統合後、仮に当事会社がSASE

エンタープライズSSDの価格を上昇させた場合、NANDを自製しているB社及びC社は、エンタープライズSSD以外に使用しているNANDをSASエンタープライズSSDにまわすことにより、安価なSASエンタープライズSSDを製造するインセンティブが出てくる。このような事情が当事会社がSASエンタープライズSSDの価格引上げに関する牽制力になり得る²¹。

イ 需要者からの競争圧力

SASエンタープライズSSDの需要者は、サーバーやストレージ等を製造する大手のメーカーや大規模なCSPであり、上位5社の需要者で、SASエンタープライズSSDの需要の大部分を占めている。

これらの需要者は、SASエンタープライズSSDの調達を行うに当たり、自らが求める仕様・性能を満たす製品を製造しているSASエンタープライズSSDのメーカーに対して、見積依頼を行い、見積結果（価格）と技術提案の内容の両面から検討し、まず供給する候補者となるメーカーを複数選定する（第一段階）。その後、需要者は供給資格を得た各メーカーから提示された価格に基づいて、通常四半期ごとに供給量を割り振る（第二段階）。そして、需要者は見積りを経た第一段階で複数のメーカーに供給資格を与えた後、特段の追加コストを必要とせずに、少なくとも四半期ごとに当該メーカー間で、実際に供給するメーカーを切り替えることができるとしている。

この点について、需要者HはSASエンタープライズの供給先をA社とウェスタンデジタルの2社からの複数購買としているところ、通常四半期ごとに1回開催するメーカーとの価格交渉の機会をとらまえて、これらの事業者間で調達割合の変更を行っているとしており、供給するメーカーや割り振る供給量を変更することは容易であるとしている。

また、エンタープライズSSDのコストの大半を占めるNANDの価格についてはその価格動向が公にされており²²、需要者からすれば、エンタープライズSSDの価格（コスト）をある程度把握できる状況にある²³。

さらに、エンタープライズSSDの需要者の多くは併せてHDDを購入しているところ、仮に当事会社がSASエンタープライズSSDの価格を引き上げるようなことを行えば、当事会社（ウェスタンデジタル）からHDDを購入している需要者はHDDを当事会社から購入しないという対抗手段をとることができることから、当該事情は、当事会社がSASエンタープライズSSDの値上げを牽制する力にな

²¹ 当事会社によると、エンタープライズSSDの製造に当たっては、そのほとんどが、製造受託業者により製造されているとしており、当該製造受託業者の正確な供給余力については不明であるとしているものの、数多くの製造受託業者がいること、製造受託業者は幅広い範囲の電子機器を製造しており、エンタープライズSSDの需要が高まれば、フレキシブルにその需要に対応できるとしており、一定程度の供給余力があることが推測される。

²² 当事会社によると、調査会社が収集した市場情報及び情報源により、最新のNANDの価格報告及び顧客に関する情報が提供されているとしている。

²³ この点については、需要者も同趣旨のことを述べている。

り得る。

なお、エンタープライズSSDの需要者のうち、一部の需要者はエンタープライズSSDを内製することが可能であり、このような需要者においては、仮に本件取引後に当事会社がエンタープライズSSDの価格を引き上げたとしても、エンタープライズSSDの外部からの調達量を減らし、エンタープライズSSDの内製比率を高めることで、対抗することが可能である。

このように、需要者からの競争圧力は十分に働いているといえる。

ウ 参入圧力

SASエンタープライズSSDに係る特許は当事会社及び競合他社とも保有しているものの、本件行為により当事会社が保有する特許が参入障壁となるような事実関係は認められない。

また、近年、SASエンタープライズSSD市場に参入したメーカーとして、B社（平成24年に参入）、D社（平成26年に参入）があり、平成26年のシェアは売上高ベースで、B社が約10%、D社が0-5%を占めている。このように、近年、複数の事業者が参入していること等から、一定程度の参入圧力が認められる。

エ 隣接市場からの競争圧力

SASエンタープライズSSDと比較して、一般にPCIeエンタープライズSSDは通信速度が速く、より高性能向けであり、高価格である。一方、SSD向けに開発されたNVMe²⁴の開発により、今後、PCIeエンタープライズSSDの需要は急激に伸びていくことが見込まれ、両者の用途や機能には、現段階では差があるものの、この差は収斂していくと考えられる。

よって、SASエンタープライズSSDの価格の上昇は、当事会社の市場シェアが低い類似の機能を持つPCIeエンタープライズSSDとの差異を縮小させることを意味し、PCIeエンタープライズSSDへの移行を進めることになることから、SASエンタープライズSSDと比して市場規模は現時点では小さいものの、PCIeエンタープライズSSDは、SASエンタープライズSSDの隣接市場として有力な競争圧力と認められる。

オ 技術革新の動向

当事会社によると、エンタープライズSSDの商品サイクルは約15か月と比較的短く（商品陳腐化のサイクルが短い。）²⁵、今後、エンタープライズSSDの需要は年々伸びていくこととあいまって、新製品には新たな技術（例えば、PCIeインターフェースにおけるNVMeや3DNAND）が導入され、性能の向上や価格

²⁴ 脚注11参照

²⁵ この点について、需要者Hは、エンタープライズSSDの各メーカーは既存製品の発売から1年程度経過すると当該製品をEOL（End Of Life：生産終了）にして、次世代製品に切り替えるとしている。

低減の競争が事業者間で常に行われているとしている。

また、需要者によると、調達過程においてエンタープライズSSDのメーカーから示された技術・新規提案も考慮される。すなわち、サンプルテスト等により、エンタープライズSSDの性能等を競わせた上で、調達先を選定するとしており、需要者はエンタープライズSSDメーカーに対し高い性能等を求める慣行がある。

よって、SASエンタープライズSSD市場は性能・品質競争が活発に行われており、技術革新が頻繁に行われている市場であると認められる。

カ 小括

①単独行動による競争の実質的制限

本件統合後、当事会社はSASエンタープライズSSD市場において約75%のシェアを有することとなる。

しかし、有力な競争事業者としてA社及びB社が存在すること、SASエンタープライズSSDの需要者は、いずれも非常に有力な事業者であり、これらの需要者は同商品を調達する当たり、複数購買の方法で、定期的に見積りを行って調達先を見直していることから、需要者からの値下げ圧力や調達先の切替圧力は非常に強いこと、さらに、SASエンタープライズSSDの隣接市場として今後需要が大きく伸びていくことが予想されているPCIeエンタープライズSSDが有力な競争圧力になり得ること、近年、複数の事業者がSASエンタープライズSSDの市場に参入していることにも鑑みれば、当事会社が単独で価格等のある程度自由に左右することができる状態が現出するおそれはない。

よって、本件統合は、当事会社の単独行動により、SASエンタープライズSSD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認められる。

②協調的行動による競争の実質的制限

上記①でも述べたように、SASエンタープライズSSD市場においては、需要者は、複数購買を行っており、需要者からの値下げ圧力や調達先の切替圧力が非常に強いこと、近年、複数の事業者がSASエンタープライズSSDの市場に参入していること、さらに、技術革新が頻繁に行われ、各事業者の市場シェアが変動しやすい状況であることから、各事業者が互いの行動を予測することが困難であるといった事情がみられる。これらの事情が事業者間の協調的行動に対する有効な牽制力になると考えられ、SASエンタープライズSSDのメーカー間で、協調的行動が採られる可能性は低いと考えられる。

よって、当事会社が競争事業者と協調的行動をとることにより、価格等のある程度自由に左右することができる状態が現出するおそれはなく、本件統合は、当事会社と他の競争事業者の協調的行動により、SASエンタープライズSSD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認められる。

(2) 垂直型企業結合（NAND）

ア サンディスクが当事会社以外の競争事業者に対して行うNANDの供給拒否等（以下「投入物閉鎖」という。）に関する検討

投入物閉鎖に関しては、NANDの供給市場（川上市場）で垂直型サーバー基準に該当することから、詳細な検討は行わない。

なお、サンディスクはA社との合併によって製造したNANDのほとんど全てを自らが製造するSSDやUSBメモリ等で自家消費しており、この点からいっても、投入物閉鎖の問題が生じるとは考えられない。

イ 当事会社によるサンディスク以外の競争事業者からのNANDの購入拒否等（顧客閉鎖）に関する検討

当事会社によると、ウェスタンデジタルは、現在、エンタープライズSSDを製造するだけの目的でNANDを調達している。また、NANDはエンタープライズSSD以外（クライアントSSD、タブレット、携帯電話機、USBメモリ等）にも広く使用されている。さらに全てのNANDの供給者によるNANDの供給量（自家消費分を加えた総供給量）に占める当事会社のNAND調達量（購入量）のシェアは合計で約20%（ウェスタンデジタル0-5%、サンディスクが約15%）であるとしている。仮に本件統合後、当事会社（ウェスタンデジタル）がサンディスクからのみNANDを購入することとした場合、サンディスクの競争事業者はウェスタンデジタルとの取引を失うとしても、当該市場シェアに鑑みれば、直ちに市場から排除されるわけではないといえる。

よって、本件統合により、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるとは考えられない。

第4 結論

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 デナリホールディングスインクとEMCコーポレーションの統合

第1 本件の概要

本件は、持株会社であるDenali Holdings Inc.（本社米国。以下、同社を「Denali」といい、同社が属する企業結合集団を「Denaliグループ」という。主にコンピュータ等の製造販売業を営むDell Inc.（以下「Dell」という。）を子会社に持つ。）の子会社である特定目的会社と主にソフトウェア等の製造販売業を営むEMC Corporation（本社米国。以下、同社を「EMC」といい、同社が属する企業結合集団を「EMCグループ」という。また、「Denaliグループ」と「EMCグループ」を併せて「当事会社」という。）が、EMCを存続会社として合併し、合併後の株式をDenaliが全部取得するものである（以下、当該合併及び当該株式取得を「本件行為」という。）。

関係法条は、独占禁止法第10条及び第15条である。

（参考）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2 一定の取引分野

1 対象商品の概要

当事会社間で競合する商品は、①外付けエンタープライズ・ディスク・ストレージ・システム（以下「EEDSS」という。）、②バックアップ・ソフトウェア、③アイデンティティ&アクセス・マネジメントソリューション（以下「IAMソリューション」という。）となっている。また、④Dellが製造販売するx86サーバー及び⑤EMCグループ傘下のVMware, Inc.（以下「VMware」という。）が製造販売する仮想化ソフトウェアについては、共通の需要者に販売される場合がある。

以下では、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当するバックアップ・ソフトウェア及びIAMソリューションを除いた3商品について検討を行う。

(1) 当事会社間で競合する商品の概要（EEDSS）

EEDSSとは、複数のディスクドライブ（HDD、SSD等）、コントローラー、電源ファンユニットが搭載された1台の筐体をいう。EEDSSはサーバーに接続して使用され、容量、効率性、冗長性（情報の安全性）を向上させるシステムである。

EEDSSは、性能、キャパシティ、拡張性、データ可用性等の特徴により差別化され、スペックごとに価格が異なっている。当事会社によれば、その価格帯に応じて①Entry-Level（平均販売価格25,000米ドル未満）、②Mid-Range（平均販売価格25,000米ドル以上249,999米ドル以下）、③High-End（平均販売価格250,000米ドル以上）の3つに分けられるとしている。

(2) 共通の需要者に販売する商品の概要

ア サーバー

サーバーは、ネットワークを管理するソフトウェアとの相互運用によってPCやプリンタを管理する専用コンピュータである。CPUやRAM（記憶装置）等のハードウェア、オペレーションシステム及びアプリケーションソフトウェアで構成されている。

サーバーは、使用されているCPUの種類により、大きくx86サーバー¹とその他のサーバーに分けられ、国内におけるサーバーの販売金額の約70%（数量ベースでほとんど全て）はx86サーバーである。なお、これらサーバーの概要は次表のとおりである。

	x86サーバー	その他のサーバー
特徴	A社製x86CPU又はB社製互換CPUを使用した比較的低価格なサーバー	x86CPU以外のCPUを使用した高度な情報処理を行うことができるハイエンドサーバー
用途	(従来) 低性能システム向け (現在) 複数台を接続することでハイエンドサーバーと同様の用途に拡大	24時間365日、停止や誤作動などが発生しないことが求められる複雑かつ広範な情報処理システム向け
需要者	一般企業に加え、複数台を接続することで従来のハイエンドサーバーの需要者にも用いられるようになっている	通信関連会社、金融機関、政府機関等

イ 仮想化ソフトウェア

仮想化とは、①サーバー、②ストレージ・システム、③ネットワーク機器などのコンピューター資源を実際の物理的な構成とは異なるもののように見せかけて動作させることをいい、仮想化のためには仮想化ソフトウェアが必要となる。需要者は、仮想化ソフトウェアを利用して、コンピューターやサーバーの中に仮想マシン環境を生成したり、1台のサーバーを複数のサーバーのように扱えるようにしたり、複数のハードディスクをあたかも1台の大きなハードディスクのように機能させるなど様々な仮想化技術を利用している。サーバーのうち、極めて高い性能が要求されるサーバーにはセキュリティ等の観点から仮想化ソフトウェアが用いられることはなく、実際に仮想化ソフトウェアが用いられるサーバーのほとんどはx86サーバーである。

また、仮想化ソフトウェアの性能の優劣は、使いやすさと管理能力、信頼性、性能等により様々であるが、ソフトウェア開発者は需要者がどのようなx86サーバーを

¹ 名称は、A社製のx86CPUを使用して開発されたサーバーであることに由来する。

保有していたとしても支持を得られるよう全てのx86サーバーに対応できる「汎用性」を持つようソフトウェアの設計を行っている。実際、現在、各メーカーから販売されている仮想化ソフトウェアについてはいずれのx86サーバーでも利用可能な汎用性は備わっている。

2 商品範囲

(1) EEDSS

前述のとおり、EEDSSは価格帯に応じて①Entry-Level、②Mid-Range及び③High-Endに分類できる。需要者は、ワークロード処理能力、拡張性のパフォーマンス、信頼性、データ処理効率性、データ復元可能性、データ共有特性、データセキュリティ又はエネルギー効率性といった機能のうち、どの部分を重視するかにより①～③を注文することになる²。また、例えば、DeIIが①に区分しているEEDSSの一部については、EMCが②として考えているといった事情があるなど事業者によって①～③の区分の定義は異なっており、EEDSSを3つの区分に分けることは困難である。

また、①Entry-Level、②Mid-Range、③High-Endの3つはいずれも共通の機能を備えており、特定の供給者しか製造ができないような特殊な機能を有したEEDSSはない。いずれの商品についても容易に製造ラインを替えることで製造することができることから、これら3つの間に供給の代替性はあると考えられる。

よって、本件については、商品範囲を「EEDSS」として画定した。

(2) x86サーバー

x86サーバーとその他のサーバーは上記1(2)アのとおり、共通する用途に用いられる場合があり、両者の間には必ずしも代替性がないわけではないが、サーバーについての検討は下記第3の2(2)のとおり仮想化ソフトウェアを利用する需要者が購入するサーバーについて行う必要があるものであり、仮想化ソフトウェアが用いられるサーバーのほとんどはx86サーバーであることから、x86サーバーについて検討を行えば足りるものと考えられる。

x86サーバーは、使用する需要者のタイプにより、オンプレミス型とクラウド型の2つに大別される。前者はx86サーバーを購入した事業者が自社内で自らがサーバーを構築し管理する方法により使用するサーバーをいい、後者はクラウド事業者（クラウドサービスプロバイダー〔以下「CSP」という。〕）がサーバーを購入してクラウドスペースを顧客に提供する方法により使用するサーバーをいう。

しかしながら、次の理由からオンプレミス型とクラウド型の間に需要の代替性及び供給の代替性があると考えられることから、本件については、商品範囲を「x86サーバ

² 需要者及び競合他社によれば、ある特定の機能が①～③のいずれかのものにしか備わっていないということはなく、事業者ごとに①～③の区分が異なっていることから、①～③を明確に区分することはできないとしている。

一」として画定した。

ア x86サーバーを購入する需要者は、x86サーバーをオンプレミス型又はクラウド型のどちらで運用する場合においても同じx86サーバーを使用すること

イ x86サーバーは、オンプレミス型かクラウド型かに関わらず同一の製品であり製造ラインが異なるという事情はないこと

(3) 仮想化ソフトウェア

前述のとおり、仮想化を行う対象は①サーバー、②ストレージ・システム、③ネットワーク機器などであり、それぞれを仮想化するソフトウェアが存在する。例えば、サーバーを仮想化する手段としては、サーバー用仮想化ソフトウェアを用いるしか方法はなく、それ以外の仮想化ソフトウェアではサーバーを仮想化することはできないことから、これらの商品間に需要の代替性は認められない。

また、①サーバー、②ストレージ・システム、③ネットワーク機器などの仮想化ソフトウェアについては、異なる分野のソフトウェアを開発するために、相当な開発期間、相当数の人員、相当な投資額及び製品テストが必要であることから、これらの商品間で供給の代替性は認められない。また、当事会社が有力な仮想化ソフトウェアを有している分野はサーバー用であることから、サーバー用のみ検討することで足りると考えられる。

よって、本件については、商品範囲を「サーバー用仮想化ソフトウェア」として画定して検討を行った。

3 地理的範囲

(1) E E D S S 及びサーバー用仮想化ソフトウェア

上記2で画定したE E D S S 及びサーバー用仮想化ソフトウェアはいずれについても、輸送費、関税等がほとんど掛からないため、国内外で価格差がほとんどみられず、需要者は国内外の供給者を差別することなく取引していること、供給者も需要者の所在する国を問わず取引していることから、地理的範囲を「世界全体」として画定した。

(2) x86サーバー

サーバーの供給業者が国内でサーバーを販売するに当たり、日本語のキーボード、ソフトウェア及びオペレーションシステムを搭載したり、電源アダプター等の部品を日本仕様に変更したりするなど、サーバーを国内向けに仕立てた上で販売し、国内の需要者も、専ら国内向けに仕立てられたサーバーを、国内の供給業者から購入している。

しかしながら、当事会社及び競合他社によれば、基本仕様は各国同様でそれを国ごとにカスタマイズしているだけであり、日本特有のコストがかかるものではない³とし

³ 競合他社によれば、日本の需要者はx86サーバーを長期間使用する傾向にある点、製品とともにサービス内容も重視して製品を選択する点が海外と異なるとしている。

ている点、当事会社のシェアは世界市場でみた場合の方が大きい点を踏まえ、本件についてはより慎重に検討する観点から地理的範囲を「世界市場」として画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 水平型企業結合

(1) 当事会社の地位

本件行為により、当事会社のシェアは約35%（1位）、HHIの増分は約400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しない。

【平成26年におけるEEDSSの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	EMCグループ	約30%
2	C社	約15%
3	D社	約10%
4	E社	約10%
5	F社	約10%
6	Denaliグループ	約5%
	その他	約20%
合計		100%

(2) 競争事業者の状況

シェア10%以上の有力な競争事業者が複数存在している。なお、国内市場でみた場合であってもシェア20%を有するF社のほか、シェア10%以上の有力な競争事業者が複数存在している。

また、当事会社及び競合他社によれば、EEDSSは、需要者の注文を受けてから製造を行う製品であり製品完成まで時間を要する場合もあるが、天災等の事情により半導体等が不足するような事態にならない限り各社の供給余力が不足する事態に陥ることはないとしていることから、競争事業者は一定程度の供給余力を有していると認められる。

(3) 新規参入

当事会社によると、EEDSSに係る特許は当事会社及び競合他社とも保有しているものの、本件行為により当事会社が保有する特許が参入障壁となるような事実関係は認められない。また、実際、過去5年間で少なくとも多数の企業が参入していることから、参入圧力は働いていると認められる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

需要者は、一般的にストレージ容量を拡大する際に、EEDSSを買い足すという

選択肢のほかに、CSPからストレージスペースを借りる等の方法により自社のデータセンターを拡大することを避けつつ、ストレージ容量を拡大することができる。

CSPは自らのインフラストラクチャを利用して、顧客に対してクラウド上でサービスとしてストレージを提供している。

なお、当事会社及び競合他社によれば、CSPが提供するクラウドによるストレージの約90%は、x86サーバー本体に内蔵されたストレージをソフトウェア・ディファインド・ストレージ（以下「SDS」という。）⁴を用いてクラウドによるサービスを提供できるように加工しており、必ずしもEEDSSを必要としていない状況にあるとしている。

EEDSSからCSPが提供するクラウドサービスへの移行事例は実際に生じてきており、また、以下のような事情も見られることからクラウドサービスはEEDSSの隣接市場における有力な競争圧力として働くものと認められる。

- ① 当事会社が提出した民間調査会社のレポートによれば、ストレージ業界は現在、オンプレミス型からクラウド型への移行段階にあり、クラウド市場は2014年から2018年までの間に既存のIT技術の5倍以上の比率で成長するとされている。
- ② 総務省が平成27年7月に公表した「平成26年度通信利用動向調査の結果」によれば、クラウドサービスを利用する事業者は年々増加⁵している中で、需要者が利用するクラウドサービスとしては「ファイル管理・データ保有」の割合が46.3%（平成26年）と最も多く、ストレージ利用に当たって一定程度国内にクラウドによるサービスが普及していると考えられる。当該報告書によれば資本金の大きい企業ほどクラウドサービスの利用に積極的な傾向にあり、今後もクラウドサービスを利用する企業が増加していく傾向にあると考えられる。

(5) 協調的行動による競争の実質的制限

上記(3)のとおり新規参入が比較的容易である点、CSPが提供するクラウドによるサービスが台頭してきた点等の事情が事業者間の協調的行動に対する有効な牽制力になると考えられ、EEDSSメーカー間で、協調的行動が採られる可能性は低いと考えられる。よって、当事会社が競争事業者と協調的行動を採ることにより、価格等のある程度自由に左右することができる状態が現出するおそれはなく、本件企業結合により、当事会社グループが他の競争事業者と協調し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考えられる。

⁴ SDSとは複数のサーバーに内蔵されたストレージを一つの共有ストレージのように共有化し、アプリケーションの必要に合わせて自動的・効率的に分配されることを可能とするソフトウェアをいう。

⁵ クラウドサービス利用者は、平成22年が14.1%、平成23年が21.6%、平成24年が28.2%、平成25年が33.1%、平成26年が38.7%となっている。

(6) 小括

以上から、本件行為により、単独行動又は協調的行動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認められる。

2 混合型企業結合（商品拡大）

(1) セーフハーバー該当性

下表のとおり、サーバー用仮想化ソフトウェアについては、HHIは最大で約3,200、当事会社のシェアは約45%（1位）であり、また、x86サーバーについては、HHIは最大で約1,700、当事会社のシェアは約20%である。したがって、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成26年におけるサーバー用仮想化ソフトウェアの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	EMCグループ（VMware）	約45%
2	G社	約30%
3	H社	約5%
4	I社	0-5%
5	J社	0-5%
	その他	約15%
合計		100%

【平成26年におけるx86サーバーの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	E社	約30%
2	Denaliグループ	約20%
3	K社	約10%
4	L社	約10%
5	D社	約10%
6	N社	約5%
	その他	約15%
合計		100%

(2) 市場閉鎖効果の検討（x86サーバー）

当事会社は本件行為により、Dell製x86サーバーしか使用できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェアを製造販売する、又はDell製x86サーバーでしか100%の性能を発揮できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェアを製造販売することにより、x86サーバーに係る取引分野において市場の閉鎖性・排他性等の問題を生じさせる可能性がある。

ア 市場閉鎖能力について

サーバー用仮想化ソフトウェアについては、①上記第2の1(2)イのとおり、どのx86サーバーにも汎用的に用いられる設計となっていること、②需要者が一度サーバーに組み込んだ仮想化ソフトウェアメーカーのソフトウェアを別の仮想化ソフトウェアメーカーのものに切り替えることは容易⁶であること、③仮想化ソフトウェアはソフトウェアのライセンスを許諾することにより販売しているものであり、どの仮想化ソフトウェアメーカーも供給余力が不足することはないという事情がある。

このような状況の中で、仮想化ソフトウェア市場においては、上記(1)のとおり、市場シェア約30%(第2位)を有するG社等の有力な競争事業者が存在⁷しており、仮に当事会社がDell製x86サーバーしか使用できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェアを製造販売する、又はDell製x86サーバーでしか100%の性能を発揮できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェアを製造販売しても、需要者はVMware以外から容易にサーバー用仮想化ソフトウェアを購入することができる。

さらに言えば、G社の仮想化ソフトウェアはここ数年でシェアを伸ばしており、CSPは無料のサーバー用仮想化ソフトウェアを使用する傾向もある。このような状況で上記のような行為を行ったとしても、当事会社以外のx86サーバーの供給者はx86サーバーの需要者を容易に見出すことが出来ると考えられる。

以上のとおり、サーバー用仮想化ソフトウェアの需要者においては、VMware以外からサーバー用仮想化ソフトウェアを調達することは可能であり、当事会社が当事会社のx86サーバーでしか使用できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェアを販売する等の行為を行うことにより、x86サーバー市場を閉鎖する能力は有しないと考えられる。

イ 市場閉鎖を行うインセンティブ

上記アの事情に加え、サーバー用仮想化ソフトウェアの開発に当たっては様々なx86サーバーを有する需要者から支持を受けることが重要であり、汎用性を捨て、VMwareがDell製のx86サーバー以外のx86サーバーに対して閉鎖的な仕様に変更することは当事会社にとってデメリットが大きいと考えられる⁸。

また、当事会社及び競合他社によれば、一般的にサーバー用仮想化ソフトウェアとx86サーバーではサーバー用仮想化ソフトウェアの方が利益率が高く、利益率の低いx86サーバーを多く売るためにDell製x86サーバーしか使用できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェアを製造販売する、又はDell製x86サーバーでしか100%の性能を発揮できないVMware製サーバー用仮想化ソフトウェア

⁶ 移行に係る技術的な障壁はない中で競争事業者の中にはVMwareの仮想化ソフトウェアからの移行を容易にする移行ツールを無償で提供している事業者もいる。

⁷ I社の国内のシェアは約40%(第1位)である。

⁸ 競合他社も同趣旨のことを述べている。

アを製造販売するインセンティブはないとしている。

したがって当事会社にはこのような結論に至るような閉鎖的な仕様にするインセンティブは持たないと考えられる。

ウ 小括

以上のとおり、当事会社が仮想化ソフトウェアの仕様を当事会社以外のx86サーバーに対して閉鎖的なものとするにより、x86サーバー市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる蓋然性が認められるとはいえないことから、x86サーバー市場において、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認められる。

第4 結論

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8 ヤフー(株)による(株)一休の株式取得

第1 本件の概要

本件は、主にインターネット広告事業等を営むヤフー株式会社（法人番号4010401039979）（以下「ヤフー」という。）が、主にインターネット上の旅行や飲食店の予約サービス事業を営む株式会社一休（法人番号9010401053430）（以下「一休」といい、ヤフーと併せて「当事会社」という。）の全株式を取得すること（以下「本件行為」という。）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。

第2 一定の取引分野

1 役務の範囲

(1) オンライン旅行予約サービス業

オンライン旅行予約サービスとは、オンライン旅行取引事業者（以下「OTA」という。）が、インターネット上の旅行予約サイトを設けて以下の①及び②を提供し、ホテル業者、旅館業者、航空運送業者等（以下「ホテル業者等」という。）とユーザーを仲介するサービスをいう。

① ホテル業者等に対して提供される、宿泊、運送等の旅行サービスに係るユーザーの勧誘、予約受付及び予約管理を可能にするサービス（以下「旅行仲介サービス」という。）

② ユーザー（一般消費者）に対して提供される、宿泊、運送等の旅行サービスに係る情報提供や予約を可能にするサービス

オンライン旅行予約サービス業の収益は、ホテル業者等からの手数料（通常、成約した旅行サービスに係る代金の一定割合）である。

他方、各OTAは、自社の旅行予約サイトを通じて予約したユーザーに対して、成約額の一定割合のポイントを付与している。

当事会社は、ホテル業者等から旅行に関する情報（宿泊施設及び交通機関等の情報）の掲載委託を受け、当該情報を自己の旅行予約サイトに掲載することにより、上記①及び②のサービスをそれぞれのユーザーに提供している。

オンライン旅行予約サービスと類似するサービスとして、店舗を通じた旅行商品販売業が考えられるところ、ユーザー及びホテル業者等の双方の需要者からみて、インターネット環境が必要となること等の違いがあり、需要の代替性がない。

また、オンライン旅行予約サービス業においては、予約サイトのシステムの構築や保守管理体制を整える必要があり、他方、店舗における旅行商品販売業については店舗設備及び人的体制の整備などが必要となるため、供給の代替性は限定的と考えられる。

以上の点に加えて、当事会社は共にオンライン旅行予約サービス業のみを営んでいることから、本件においては、ユーザー及びホテル業者等を需要者とする2つの異な

る役務範囲から構成される「オンライン旅行予約サービス業」を役務範囲として画定した。

(2) オンライン飲食店予約サービス業

オンライン飲食店予約サービスとは、オンライン飲食店予約サービス事業者（以下「飲食店予約事業者」という。）が、インターネット上の飲食店予約サイトを設けて以下の①及び②を提供し、飲食店とユーザーを仲介するサービスをいう。

- ① 飲食店に対して提供される、飲食店に係るユーザーの勧誘、予約受付及び予約管理を可能にするサービス（以下「予約仲介サービス」という。）
- ② ユーザーに対して提供される、飲食店の空席状況やメニューの検索、座席・飲食メニューの予約等を可能にするサービス

オンライン飲食店予約サービス業の収益は、飲食店からの手数料（通常、月額固定費及び成約に対する変動課金のいずれか又はその組合せ）である。

他方、飲食店予約事業者のうち、自社の飲食店予約サイトを通じて予約したユーザーに対して、ポイントを付与している事業者も存在する。

当事会社は、飲食店業者から飲食店情報の掲載委託を受け、当該情報を自己の飲食店情報サイトに掲載することにより、上記①及び②のサービスをそれぞれのユーザーに提供している。

オンライン飲食店予約サービスについては、他に代替するサービスがないことから、ユーザー及び飲食店を需要者とする2つの異なる役務範囲から構成される「オンライン飲食店予約サービス業」を役務範囲として画定した。

(3) メタサーチサービス業

メタサーチとは、複数のサイトを横断的に検索するサービスであり、複数のOTAや飲食店予約事業者のサイトに掲載されている情報を一覧できるように表示し、複数の旅行商品や飲食店サービスの内容や価格などを比較しやすいようにして見せた上で、そこからユーザーがOTAや飲食店予約事業者のサイトを選択してそのサイトを通じて予約等をできるようにすることで、以下の①及び②を提供し、OTAや飲食店予約事業者とユーザーを仲介するサービスのことである。

ヤフーは、OTA及び飲食店予約事業者（以下、併せて「OTA等」という。）向けのメタサーチサービスを提供している。

- ① OTA等に対して提供される、ユーザーの検索結果に応じて表示されるOTA等のサイトの比較情報の一つとして掲載されるようにすることでユーザーの勧誘等を行うことを可能にするサービス
- ② ユーザーに対して提供される、複数のOTA等の提供する情報を一覧表示した上で比較し、その中からOTA等を選択して予約することを可能にするサービス

メタサーチサービス業においては、ヤフーのように複数の業種向けにサービスを提供している事業者のほか、特定の業種向けに限定してサービスを提供している事業者

も存在し、対象とする業種によって、供給者の顔ぶれが異なる。また、本件では、一休の事業のうち、メタサーチサービスの提供を受けている事業はオンライン旅行予約サービス及びオンライン飲食店予約サービスのみであることから、「旅行予約メタサーチサービス業」及び「飲食店予約メタサーチサービス業」を役務範囲として画定した。

なお、メタサーチサービス業は、いずれもOTA等及びユーザーを需要者とする2つの異なる役務範囲から構成される。

(4) 双方向市場¹について

上記(1)及び(2)については、①ユーザーとホテル業者等及び飲食店（以下、併せて「サービス提供事業者」という。）という異なる2つの利用者層を持ち、②OTA等が予約サイトを通じて両利用者間の取引（サービス提供事業者のユーザーに対する旅行商品及び飲食の供与）を仲介する機能を有し、かつ、③一方の利用者数の増加が他方へのサービスの質を高めるという間接ネットワーク効果を有している（利用するユーザーが多いほどユーザーがサービスを利用する可能性が高まるため、サービス提供事業者にとっての魅力が高まり、他方、サービスの選択肢が多いほどユーザーにとっての魅力が高まるという関係にある。）ことから、双方向市場としての特性を踏まえて検討を行った。

また、上記(3)については、上記(1)及び(2)のような仲介機能を有するサービスとユーザーを仲介するサービスであるが、上記①～③と同様の性質を有しており、同様に双方向市場としての特性を踏まえて検討を行った。

2 地理的範囲

上記1(1)ないし(3)で画定した役務の需要者は、いずれも、自己の所在にかかわらず、インターネット環境さえあれば、全国どこからでも当該サービスを利用することが可能であることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

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、上記1(1)及び(2)の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) 垂直型企業結合

ヤフーは、OTA等に対して、メタサーチサービスを提供しており、他方、一休はメタサーチサービスの一方の需要者として、オンライン旅行予約サービス業及びオン

¹ 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、①異なる2つ以上の利用者層が存在すること、②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③間接ネットワーク効果が存在すること、という3要素を持つ市場をいう。

ライン飲食店予約サービス業を営んでいる。

したがって、ヤフーが運営するメタサーチサービス業と当事会社が運営するオンライン旅行予約サービス業又はオンライン飲食店予約サービス業との関係について、メタサーチサービス業を川上市場、各オンライン予約サービス業を川下市場とする垂直型企業結合と類似するものとみなして、垂直型企業結合の判断基準を参考にして検討を行った。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 水平型企業結合（オンライン旅行予約サービス業）

OTAは、ホテル業者等に対しては、OTAのサイトのユーザー数又は当該サイトを通じた取扱高の多寡による獲得競争を行っていると考えられること、及びOTAのホテル業者等に対する売上高は、取扱高に一定割合を乗じたものであること、また、OTAは、ユーザーに対しては、取扱いホテル業者等の多寡又は取扱高に対する一定割合のポイントをユーザーに付与することによる獲得競争を行っていると考えられる。

このため、取扱高ベースの市場シェアは、2つの異なる役務範囲双方における事業者の競争上の地位を示すものとして用いることができると考えられ、当該市場シェアを算出すると、本件行為により、オンライン旅行予約サービス業の合算市場シェアは、約5%、HHIの増分が約6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。

【オンライン旅行予約サービス業の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約25%
1	B社	約25%
3	C社	約10%
4	一休	0-5%
-	ヤフー	0-5%
	その他	約40%
合計		100%

2 水平型企業結合（オンライン飲食店予約サービス業）

飲食店予約事業者は、飲食店に対しては、専ら送客数の多寡による獲得競争を行っており、また、飲食店予約事業者は、ユーザーに対しては、登録飲食店の多寡又は質による獲得競争を行っていると考えられる。

このため、送客数ベースの市場シェアは、2つの異なる役務範囲双方における事業者の競争上の地位を示すものとして用いることができると考えられ、当該市場シェアを算出すると、本件行為により、オンライン飲食店予約サービス業の合算市場シェアは、約10%、HHIの増分が約15になることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

【オンライン飲食店予約サービス業の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	B社	約65%
2	D社	約15%
3	一休	約10%
4	E社	約5%
5	F社	0-5%
-	ヤフー	0-5%
	その他	0-5%
合計		100%

3 垂直型企業結合

本件においては以下の垂直関係に類似する関係が存在する。

	川上市場		川下市場	
	商品範囲	地理的範囲	商品範囲	地理的範囲
①	旅行予約メタサーチサービス業	日本全国	オンライン旅行予約サービス業	日本全国
②	飲食店予約メタサーチサービス業	日本全国	オンライン飲食店予約サービス業	日本全国

(1) 川上市場①及び②

川上市場①及び②におけるヤフーの市場シェアはいずれも不明であり、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

(2) 川下市場①及び②

本件行為後の川下市場①及び②における合算市場シェアはいずれも10%以下となるため、いずれも垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

(3) 判断要素の検討

垂直型企業結合①及び②に係る判断要素はおおむね共通することから、以下では併せて検討を行う。

ここでは、ヤフーが、一休以外の競争事業者（OTA等）に対して、メタサーチサービスの供給拒否等（以下「投入物閉鎖」という。）を行うことにより、川下市場①及び②において、市場の閉鎖性・排他性の問題を生じさせるおそれがあるところ、以下のとおり、ヤフーには投入物閉鎖を行う能力もインセンティブもないと考えられることから、市場の閉鎖性・排他性の問題は生じないと考えられる。

まず、各メタサーチサービス業において、ヤフー以外にも競争事業者が複数存在していること、また、新規参入に係る特段の法的規制はなく、多大な設備投資も必要なく、過去数年の間に海外事業者等の新規参入も見られることを踏まえると、OTA等は容易に他のメタサーチサービス業者からサービスの供給を受けることができると考えられる。したがって、ヤフーは投入物閉鎖を行う能力がないと考えられる。

また、メタサーチサービス業においては、①メタサーチサービスの提供に係る限界費用は限りなく小さいため、表示させるOTA等を増やすことが容易に可能であり、かつ、表示させるOTA等を増やせば増やすほどユーザーに対する魅力が高まるという特徴があること、また、②ヤフーのメタサーチサービス業による総売上高に占める一休に対する売上高の割合は僅かに過ぎず、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大きいといえることから、ヤフーには投入物閉鎖を行うインセンティブもないと考えられる。

(4) 小括

以上から、本件行為により、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるとは考えられない。

4 その他の検討

本件行為後、一休のオンライン旅行予約サービス業・オンライン飲食店予約サービス業において、ヤフーがインターネット広告業等の事業活動を通じて得た消費者の購買行動等に関する情報を利用することが可能となることにより、当事会社の事業能力が向上する可能性がある。しかしながら、ヤフーはこれまでも自身が行ってきたオンライン旅行予約サービス業やオンライン飲食店予約サービス業を行うに当たり、当該情報を用いることが可能な立場にあったにもかかわらず、これら取引分野には、当事会社よりもシェアの高い事業者がそれぞれ複数存在している。さらに、当事会社以外の事業者も、様々な方法により、消費者の購買行動等に関する情報を得ることができるものと考えられることから、本件行為によりオンライン旅行予約サービス業・オンライン飲食店予約サービス業における競争が実質的に制限されることとはならないものと考えられる。

第4 結論

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 (株)ファミリーマートとユニーグループ・ホールディングス(株)の経営統合

第1 本件の概要

本件は、

- ① 株式会社ファミリーマート（法人番号2013301010706）（以下「ファミリーマート社」という。）を存続会社、ユニーグループ・ホールディングス株式会社（法人番号5180001086231）（以下「ユニーGHD」という。）を消滅会社とする合併を行い（以下、当該合併後のファミリーマート社を「統合会社」という。）、
 - ② その後、当該合併の効力発生を条件として、統合会社を分割会社、ユニーGHDの完全子会社である株式会社サークルKサンクス（法人番号9180001085915）（以下「CKS」という。）を承継会社とする吸収分割を行うことにより、統合会社のコンビニエンスストア事業をCKSに承継させる
- ことを計画したものである（以下、当該合併及び当該吸収分割を併せて「本件行為」という。）。

関係法条は、独占禁止法第15条及び第15条の2である。

なお、以下では、ファミリーマート社を最終親会社とする企業結合集団、ファミリーマート社の国内エリアフランチャイザー及びファミリーマート社が展開するコンビニエンスストアに係るフランチャイズチェーンの加盟店を総称して「ファミリーマートグループ」といい、ユニーGHDを最終親会社とする企業結合集団、CKSの国内エリアフランチャイザー及びCKSが展開するコンビニエンスストアに係るフランチャイズチェーンの加盟店を総称して「ユニーGHDグループ」という。また、ファミリーマートグループ及びユニーGHDグループを総称して「当事会社グループ」という。

第2 一定の取引分野

1 役務の範囲

ファミリーマートグループは、「ファミリーマート」、「ココストア」及び「エブリワン」のコンビニエンスストアをフランチャイズ方式によりチェーン展開するほか、国内の一部地域及び海外においてはエリアフランチャイズ方式によりチェーン展開を許諾し、エリアフランチャイザー各社がそれぞれの地域においてコンビニエンスストア業を営んでいる。また、ユニーGHDグループにおいては、コンビニエンスストア「サークルK」及び「サンクス」をフランチャイズ方式によりチェーン展開するほか、国内の一部地域においてはエリアフランチャイズ方式によりチェーン展開を許諾し、エリアフランチャイザー各社がそれぞれの地域においてコンビニエンスストア業を営んでいる。

フランチャイズ加盟店は、フランチャイザーから経営についての統制・指導・援助を受けながらコンビニエンスストアを営んでいる。フランチャイズ契約上では取扱商品、価格等に関する決定権は加盟店が有している。しかしながら、当事会社グループに限らず、いずれのフランチャイザーも、消費者の信頼を得るためには店舗間の統一性が必要であるとして、フランチャイズ契約等で定めたルール遵守を加盟店に求めており、コ

コンビニエンスストアの営業の実態としては、本部から提示される推奨商品、推奨価格等による販売がほとんどである。したがって、同一のコンビニエンスストアチェーン（以下「CVSチェーン」という。）内では商品の販売価格、品ぞろえ等に関する競争は限定的であり、コンビニエンスストア業においては、各CVSチェーンが加盟店を通じて競争しているものと考えられる。

コンビニエンスストアが取り扱っている商品は、基本的にスーパーマーケット等の他業態の小売業でも販売されている。しかしながら、コンビニエンスストアと他業態の小売店の間では、利便性、品ぞろえ、価格帯等に違いがあり、一般消費者は、コンビニエンスストアと他業態の小売店を、目的に応じて使い分けていると考えられる。したがって、コンビニエンスストアと他の業態の小売業の需要の代替性は限定的であると考えられる。

したがって、「コンビニエンスストア業」を役務範囲として画定した。

なお、ユニーGHDグループが運営している「miniピアゴ」は、ミニスーパーと呼ばれる業態の店舗であるが、店舗の売場面積が小さい、営業時間が長い、飲食料品を中心とする店舗であるなど、コンビニエンスストアと共通点が多いことから、本件行為に係る審査においては、「miniピアゴ」はコンビニエンスストアとして取り扱うこととした。

2 地理的範囲

コンビニエンスストアの商圈は一律に定まるものではなく、立地状況、周辺施設、人口、隣接道路の交通量等によって店舗ごとに異なるものであるが、一般的にコンビニエンスストアの商圈は500m程度といわれていること、また、CKSも、店舗開店時には、店舗からおおむね半径500m程度の範囲を商圈設定の基準していること等を踏まえ、本件では、当事会社グループのコンビニエンスストアを中心とする半径500mの範囲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 水平型企業結合

(1) 検討対象について

上記第2の2で画定した地理的範囲内にファミリーマートグループ及びユニーGHDグループのコンビニエンスストアがいずれも存在する地域は、全国に2,222地域存在する¹。これらの地域においては、本件行為により、競合関係にあるCVSチェーンの数（以下「競合CVSチェーンの数」という。）が1つずつ減少することとなる。このうち、本件行為により、競合CVSチェーンの数が2から1になる地域（395地域）や競合CVSチェーンの数が3から2に減少する地域（546地域）については、商品の販売価格等をめぐる競争に与える影響が比較的大きいと考えられ

¹ この項に記載した地域数は、全て審査時点のものである。

る。

ただし、CVSチェーンの数が3から2に減少する地域のうち、当事会社グループ以外のコンビニエンスストア（以下「競合コンビニエンスストア」という。）の店舗数が当事会社グループの店舗数を上回っているもの（78地域）に関しては、引き続き活発な競争が行われることが期待される。そこで、以下では、これらの地域を除外した863地域について、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なるか否かについて検討した。

(2) 値上げ等を行うインセンティブに係る経済分析

ア アンケート調査の実施

当委員会は、コンビニエンスストアの消費者需要を把握するため、当事会社グループと協力して、一般消費者を対象とする店頭アンケート調査を実施した。

調査の実施店舗については、当委員会において、それぞれの地理的範囲内における本件行為後の競合CVSチェーンの数と近接地域における競合コンビニエンスストアの有無を基準に、上記(1)において検討対象とした863地域を

- ① 本件行為により、各店舗の半径500m以内における競合CVSチェーンの数（以下「500m内チェーン数」という。）が3から2となり、かつ、半径500mから1kmの範囲内（以下「隣接1km圏内」という。）に競合コンビニエンスストアの店舗が存在するグループ
- ② 本件行為により、500m内チェーン数が3から2となり、かつ、隣接1km圏内に競合コンビニエンスストアが存在しないグループ
- ③ 本件行為により、500m内チェーン数が2から1となり、かつ、隣接1km圏内に競合コンビニエンスストアが存在するグループ
- ④ 本件行為により、500m内チェーン数が2から1となり、かつ、隣接1km圏内に競合コンビニエンスストアが存在しないグループ

の4グループに分類し、それぞれのグループの中から実施店舗を複数選定した。

アンケート調査においては、店舗来店者が当該店舗を利用する頻度や、仮に当該店舗において一定程度の値上げが行われた場合に購買行動にどのような変化が生じるのか（当該店舗において引き続き購買を行うのか、また、別の店舗に切り替える場合、どの店舗で購買を行うのか）といった内容について調査を行った。

イ GUPPIの推定

本件行為後に当事会社グループのコンビニエンスストアが値上げ等を行う誘因を有するか否かを把握するため、上記アにおいてアンケートを行った店舗について、それぞれGUPPI（Gross Upward Pricing Pressure Index, グロス価格上昇圧力インデックス）と呼ばれる指標を推定した。

仮に一方の当事会社グループ（ α 社）の店舗が、微小な値上げを行った場合、一部の顧客がもう一方の当事会社グループ（ β 社）の店舗に流れることにより、 β 社

の店舗は追加的利益を得ることになる。この追加的利益は以下の①式により計算される。

$$(\beta \text{ 社の店舗における追加的利益}) = (\text{転換率}) \times (\beta \text{ 社の店舗における限界利益}) \dots \textcircled{1}$$

ここで、「転換率」とは、 α 社の店舗が微小な値上げを行った場合における、 α 社の店舗の販売数量の減少分に占める β 社の店舗の販売数量の増加分の割合である。また、「 β 社の店舗における限界利益」とは、 β 社の店舗において商品を追加的に1単位販売したときに得られる利益を表している。

「 β 社の店舗における追加的利益」は、企業結合後においてはそのまま当事会社グループの利益となる²。したがって、この追加的利益の大きさは、企業結合後における α 社の店舗の価格引上げ圧力の強さを表しているものと考えることができる。

GUPPIは、「 β 社の店舗における追加的利益」を α 社の店舗における価格で除した以下の②式で表される。

$$\text{GUPPI} = \frac{(\text{転換率}) \times (\beta \text{ 社の店舗における限界利益})}{\alpha \text{ 社の店舗における価格}} \dots \textcircled{2}$$

仮に、 α 社の店舗における価格と β 社の店舗における価格が等しいと仮定した場合、GUPPIは以下の③式のとおり変形することができる。

$$\text{GUPPI} = (\text{転換率}) \times (\beta \text{ 社の店舗における限界利益率}) \dots \textcircled{3}$$

本件では、当事会社グループの店舗間で価格が等しいと仮定し、③式によりGUPPIを推定することとし、転換率の推定は、上記アの店頭アンケートの結果を、限界利益率の推定は、当事会社グループから提出のあった財務データを用いて行った。

このGUPPIの推定結果では、ほとんどの店舗はGUPPIがいずれも3%未満であったのに対し、上記ア④のグループに属する1店舗で約4.8%という比較的高い値だったため、当該店舗が属した上記④のグループ(68地域)に関しては、より詳細な審査を行うこととした³。

なお、GUPPIの数値が低かった店舗が属する上記①から③のグループ(794地域)については、詳細な審査は行わなかったものの、GUPPIの値が小さかったことに加え、上記第2の2で画定した地理的範囲又は隣接1km圏内に競合コンビニエンスストアが存在しており、当該競合コンビニエンスストアから競争圧力が一定程度働いていると考えられることなどから、本件行為によって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。

(3) 他業態からの競争圧力に係る経済分析

上記(2)アの店頭アンケート調査の結果からは、仮に当事会社店舗において一定程度

² 仮に α 社の店舗が、自社の店舗の利益が最大となるように価格設定を行っている場合、 α 社の店舗の利益は、微小な値上げの前後でほとんど変化は生じない。

³ 上記ア④のグループに属する地域は全部で69地域であるところ、同グループに属する1地域においては、当事会社グループの一方の店舗が既に閉鎖されているため、同地域を除く68地域について検討を行ったものである。

の値上げが行われた場合、買い物先をスーパーマーケットの店舗に切り替えるとしている顧客の比率は、有力な大手競合コンビニエンスストアチェーンの店舗に切り替えるとしている顧客の比率と比べて遜色がないことが判明し、スーパーマーケットの店舗が当事会社による値上げに対して一定の牽制力を発揮していることが示唆された。そこで、当委員会は、当事会社グループのコンビニエンスストアが競合する地域が比較的多い石川県、岐阜県、愛知県、三重県及び愛媛県の5県について、コンビニエンスストアとスーパーマーケットをはじめとする他業態の小売店舗の間の競合の度合いを定量的に把握する目的で、計量経済分析を行った。

分析に当たっては、当事会社グループの各店舗の1日当たりの平均来店客数を、競争環境（店舗周辺に所在するコンビニエンスストア、チェーンスーパー⁴等の店舗数）、店舗属性（売場面積、駐車場の有無、各種商品又はサービスの有無等）及び商圈属性（店舗の所在地、店舗周辺の人口等）の違いによって説明する計量経済モデルを観念した上で、パラメータ（各説明変数の係数）を回帰分析によって推定した。

その結果、当事会社グループの店舗周辺に所在するチェーンスーパーの店舗数を説明変数とするモデルの分析では、当事会社グループの店舗から半径1,500m圏内のチェーンスーパーの店舗数が多くなるほど、平均来店客数が有意に減少するという結果が得られた。さらに、当事会社グループの店舗周辺に所在するチェーンスーパーの店舗数ごとにダミー変数を設定したモデルの分析では、当事会社グループの店舗から半径1,500mの圏内にチェーンスーパーが3店舗以上所在する場合、当事会社グループの店舗への来店客数が顕著に減少するという関係が認められた。

そこで、上記(2)イの68地域のうち、店舗から半径1,500mの圏内にチェーンスーパーが3店舗以上存在する22地域については、チェーンスーパーからの競争圧力によって本件行為後も競争が実質的に制限されることとはならないと考えられたため、検討が必要となる地域から除外した。その結果、より詳細な検討が必要となる地域の数は、46地域となった（以下、当該46地域を単に「46地域」という。）。

(4) 46地域に係る競争の実質的制限に関する検討

ア 当事会社グループの店舗間の従来の競争の状況

46地域のうちの4地域については、当事会社グループの店舗の一方が高速道路のサービスエリア、パチンコ店の敷地内等に所在しているため、立地状況からみて、他方の店舗との競合の度合いが低く、従来から当事会社グループの店舗間での競争は不活発であったと推測される。

したがって、当該4地域については、本件行為が競争に及ぼす影響は限定的であると考えられる。

⁴ ここでいう「チェーンスーパー」とは、経済分析に使用した「日本スーパー名鑑'15」（2014年11月20日、株式会社商業界発行）においてチェーンスーパーと分類されている店舗（同名鑑では、5店舗以上展開しているスーパーマーケットをチェーンスーパーと分類している。）をいう（ただし、ユニーGHDグループの店舗については除く。）。

イ 隣接市場からの競争圧力

(ア) 地理的隣接市場からの競争圧力

コンビニエンスストアの実際の商圈は、道路状況、人口密度、施設（駅、教育機関、勤務地、宿泊施設、公共施設等）との距離等により、必ずしも店舗を中心とした円とはならない。また、店舗からの距離も上記第2の2で設定した500mとは必ずしもならない。特に、コンビニエンスストアの場合、自動車での来店客の割合が比較的高い店舗では、利用客の移動距離が長くなるため、商圈が広範囲となる傾向がある。

その点、残る46地域から上記アの4地域を除いた42地域は、いずれも、駐車場や隣接道路の状況からみて、自動車での来店客が一定程度存在すると考えられる。したがって、当該42地域の商圈は広範囲に及んでいることがうかがわれる。

当該42地域に関しては、当事会社グループの店舗から半径1kmの範囲には他のCVSチェーンのコンビニエンスストアが存在しない。しかし、そのうちの30地域については、比較的近隣の地域に他のCVSチェーンのコンビニエンスストアが存在しており、自動車であれば当該コンビニエンスストアに短時間で移動することが可能であると認められるため、当該コンビニエンスストアからの競争圧力が一定程度働いていると考えられる。

(イ) 他業態からの競争圧力

スーパーマーケットは、コンビニエンスストアと比べ、駐車場から店舗までの距離や店内の面積が広く、商品を探し、会計を済ませて店舗を出るまでの移動距離や時間が長くなるため、利便性という点ではコンビニエンスストアに劣る面があると考えられる。

他方で、一般消費者にとって、スーパーマーケットは、コンビニエンスストアと比べても、取扱商品の豊富さ（品ぞろえの便利さ）に関しては遜色のない場合が多いと考えられる。また、スーパーマーケットは、販売価格の安さなど、コンビニエンスストアにはない訴求力も有している。このため、コンビニエンスストアの近隣にスーパーマーケットがある地域に関しては、コンビニエンスストアに対し、スーパーマーケットからの競争圧力が一定程度働いていると考えられる。事実、上記(2)アの店頭アンケート調査では、スーパーマーケットへの転換率が高いという結果が得られており、また、上記(3)の経済分析でも、チェーンスーパーからの競争圧力が認められるという結果が得られている。

この点、上記(ア)の42地域のうちの31地域については、当事会社グループのコンビニエンスストアの近隣に事業規模、営業時間等の面で競争的牽制力と評価することのできるスーパーマーケットが存在しており、これらのスーパーマーケットからの競争圧力が一定程度働いていると考えられる。

(ウ) 小括

上記(ア)及び(イ)により、46地域のうちの39地域については、他業態の店舗（スーパーマーケット）又は地理的隣接市場に所在する競合CVSチェーンの店舗から一定程度競争圧力が働いていると考えられる。

ウ 追加の店頭アンケート調査を踏まえた経済分析等

46地域のうち、上記アの4地域及び上記イ(ウ)の39地域を除く3地域（A地域、B地域及びC地域）については、従来、当事会社グループの店舗間で活発に競争が行われてきたと考えられるものの、地理的に近接した地域に競争的牽制力と認められるようなコンビニエンスストアやスーパーマーケットが存在していないことから、本件行為後における当事会社グループの店舗に対する競争圧力の有無が不明であった。

このため、当該3地域について、上記(2)アと同様の店頭アンケートを実施し、上記(2)イと同様の方法でGUPPIを推定したところ、2.3%から3.2%の範囲に収まっていたことから、本件行為後に当事会社グループが値上げ等を行う誘因を持つ可能性は低いという結果が得られた。

このような経済分析の結果が得られた理由としては、以下のようなことが考えられる。

(ア) A地域

当事会社グループの店舗は、それぞれ、国道の反対車線沿いに位置している。

当事会社グループの店舗はJR東日本の駅の南約8km地点に存在しており、近隣に電車は通っていない。店舗周辺は田園地帯であり、国道沿いに戸建ての住宅が若干存在する程度である。また、周辺にはコンビニエンスストアが点在するのみで、スーパーマーケット等は近場には存在しない。このため、当事会社グループの店舗の利用客は、国道を通過する自動車客が中心になっている。

このように国道を通過する自動車客が主な利用者となっているため、当事会社グループの店舗の商圈範囲は広く、また利用客自身の買い回りの範囲も広がっていると考えられる。

当事会社グループの店舗の周辺には、自動車であれば5分程度で移動できる距離（直線距離で約4kmの位置）に競合CVSチェーンのコンビニエンスストアが複数あるため、これらの店舗からの競争圧力が一定程度働いていると考えられる。

(イ) B地域

当事会社グループの店舗は、それぞれ、国道の反対車線沿いに位置している。

この国道は、交通量が非常に多い。また、当事会社グループの店舗の周辺には建物が少なく、住宅が余りないような立地環境であり、商業施設も存在しない。このため、当事会社グループの店舗の利用者は、国道を通過する自動車客が中心

となっている。

このように、国道を通過する自動車客が主な利用者となっているため、当事会社グループの店舗の商圈範囲は広く、また利用客自身の買い回りの範囲も広がっているものと考えられる。

当事会社グループの店舗の周辺には、自動車であれば5分程度で移動できる距離（直線距離で約3 kmの位置）に競合CVSチェーンのコンビニエンスストア及びスーパーマーケットがあるため、これらの店舗等からの競争圧力が一定程度働いていると考えられる。

(ウ) C地域

当事会社グループの店舗の南側は新興住宅地であるが、東側には大規模な工場や研究所が立ち並ぶ工業団地があり、新興住宅地の住民以外に、工業団地への通勤者等も当事会社グループの店舗を利用していると考えられる。

新興住宅地は最寄駅から2 km程離れており、鉄道は平均して1時間に2本程度しか電車が運行されていないため、住民の主要な移動手段は自動車となっている。また、工業団地への通勤者等の多くは、自動車を利用していると考えられる。このため、当事会社グループの店舗の顧客は、日ごろから市中心部のスーパーマーケット等、ある程度距離の離れた店舗も利用しているものと考えられる。

前述の店頭アンケートではスーパーマーケットへの転換率が高いという結果が得られているところ、当事会社グループの店舗に対しては、当該店舗から直線距離で約3 kmに位置している特定のスーパーマーケットからの競争圧力が一定程度働いていると考えられる。

(5) 小括

本件行為については、単独行動又は協調的行動により、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認められる。

2 その他の検討事項

ユニーGHDグループは、東海、関東、北陸、近畿の各エリアにチェーンストアを展開している。店舗のブランドとしては、モール型ショッピングセンターのほか、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業態の「アピタ」、食品スーパー業態の「ピアゴ」等がある。このように、ユニーGHDグループはコンビニエンス業のほか、総合小売業を営んでいるところ、本件行為により、

- ① 当事会社グループがコンビニエンスストア業の競争力をてこに総合小売業の競争力を高めることを通じて、総合小売業の競争事業者が販売の機会を喪失し、総合小売業において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性
- ② 当事会社グループが総合小売業の競争力をてこにコンビニエンスストア業の競争力を高めることを通じて、コンビニエンスストア業の競争事業者が販売の機会を喪失し、

コンビニエンスストア業において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性が高くなるおそれがある。

コンビニエンスストア業及び総合小売業における競争は、いずれも、店舗ごとに行われていると考えられるが、本件統合による当事会社グループの総合事業能力の向上は、店舗ごとに達成されるのではなく、日本全国で統一的に実現される可能性が高い。

以上を踏まえ、コンビニエンスストア業及び総合小売業の日本全国における競争状況についてみると、下表のとおり、コンビニエンスストア業及び総合小売業のいずれについても、当事会社グループよりもシェアの高い事業者を含め、有力な競争事業者が複数存在する。したがって、当事会社グループがコンビニエンスストア業（総合小売業）の競争力をてこに総合小売業（コンビニエンスストア業）の競争力が高まることにより、総合小売業（コンビニエンスストア業）市場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考えられる。

【コンビニエンスストア業（日本全国）】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約35%
2	B社	約20%
3	ファミリーマートグループ	約20%
4	ユニーGHDグループ	約10%
	その他	約15%
合計		100%

【総合小売業（日本全国）】

順位	会社名	市場シェア
1	C社	約15%
2	D社	約10%
—	ユニーGHDグループ	0-5%
	その他	約70%
合計		100%

第4 結論

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 10 (株)肥後銀行及び(株)鹿児島銀行による共同株式移転

第1 本件の概要

本件は、それぞれ銀行業を営む株式会社肥後銀行（法人番号2330001001532）（以下「肥後銀行」といい、肥後銀行とその子会社を併せて「肥後銀行グループ」という。）と株式会社鹿児島銀行（法人番号7340001000826）（以下「鹿児島銀行」といい、鹿児島銀行とその子会社を併せて「鹿児島銀行グループ」という。また、肥後銀行グループと鹿児島銀行グループを併せて「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（以下「本件行為」という。）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。

第2 一定の取引分野

1 役務の範囲

銀行業務は、預金業務、貸出業務及び為替業務の3つが主な業務であり、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、当事会社の主要な業務である預金業務及び貸出業務について検討している。

預金業務とは、預金者から金銭を受け入れ、これを管理・保管する業務をいい、貸出業務とは、企業や個人に資金を貸し出す業務をいう。

本件では、「預金業務」及び「貸出業務」をそれぞれ商品範囲として画定¹した。預金業務及び貸出業務は、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が、これらの金融機関においては銀行に比べて事業活動の制限があること等も踏まえ、本件においては都市銀行及び地域銀行が行う預金業務及び貸金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熊本県又は鹿児島県であるところ、当事会社によれば、当事会社と取引関係のある需要者は当事会社の店舗が所在する市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ことから、本件では、「市町村」ごとに地理的範囲を画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 一定の取引分野ごとのセーフハーバー基準の該当性

(1) 水平型企业結合

¹ 当事会社は、為替業務、投資信託販売業務、総合リース・割賦販売等を営むが、これらの業務は、預金業務及び貸出業務に付随した取引であり、預金業務及び貸出業務の競争に与える影響を審査することにより、これらの業務についても競争に与える影響を判断できるものとする。

上記第2で画定した各一定の取引分野について、当事会社が競合している市町村のうち、福岡市、熊本市及び宮崎市においては預金業務及び貸出業務ともに、鹿児島県乙市においては預金業務のみHHIの増分が150以下であることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当する。

他方で、熊本県甲市及び鹿児島県乙市においては、下記のとおり、貸出業務に係るHHIが、それぞれ約4,700及び約3,700であり、HHIの増分がそれぞれ150を超え、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しないことから、下記2で検討する。

なお、当事会社が主に事業を営む熊本県と鹿児島県の県境の市町村について、当事会社の支店の有無で水平関係の有無を検討すると、当事会社間の水平関係は確認できないが、鹿児島県丙市に所在する鹿児島銀行の支店が、隣接する熊本県甲市に所在する法人に対して営業活動を行っており、一定の貸出実績があることが認められたことから、熊本県甲市における銀行の貸出業務については当事会社間に水平関係があるものとして検討することとした。

(2) 混合型企業結合（地域拡大）

上記第2で画定した各一定の取引分野について、肥後銀行又は鹿児島銀行のうちいずれか一方のみが店舗を設置して営業活動を行っている市町村は74地域存在し、このうち、2市においては預金業務及び貸出業務の市場シェアが、それぞれ10%以下であることから、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

他方で、74地域のうち69市町においては、預金業務及び貸出業務の市場シェアが25%を超え、また、1市においては貸出業務のHHIが約2,800、市場シェアが10%超であることから、いずれも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、下記2で検討する（なお、同1市の預金業務については、市場シェアが10%以下であることから、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当している。）。また、2市については、市場シェアが不明であることから、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当しないものとして、下記2で検討する（下記2で判断要素の検討を行う72市町を以下「72市町」という。）。

2 判断要素の検討

以下では、水平型企业結合及び混合型企業結合をまとめて検討する。水平関係で競合している地域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ため検討を行った地域（熊本県甲市及び鹿児島県乙市）は、地元となる当事会社どちらか一方の市場シェアがある程度高いことから、水平型企业結合のセーフハーバー基準非該当となった。しかし、当該地域を地元としない他方の銀行の市場シェアは僅少であり、HHIの増分も大きくないことから、水平関係にはあるものの、本件行為が競争に与える影響は軽微であると考えられる。本件統合の性格・競争分析の中心は、混合型企業結合（地域拡大）である。

(1) 競争者の状況

ア 熊本県甲市（水平型企業結合）

熊本県甲市においては、下表のとおり、一定程度のシェアを持つ第二地方銀行であるA社及びB社が店舗を設置して活発な営業活動を行っている。また、統合によるシェアの変動は僅少である。

【熊本県甲市における銀行の貸出業務シェア及び店舗数】

貸出業務		金融機関名	店舗数
順位	市場シェア		
1	約65%	肥後銀行	2
2	約20%	A社	1
3	約15%	B社	1
4	0-5%	鹿児島銀行	-
合計	100%	-	4

イ 鹿児島県乙市（水平型企業結合）

鹿児島県乙市においては、下表のとおり、一定程度のシェアを持つB社等の第二地方銀行、C社等の地方銀行及びE社等の都市銀行が店舗を設置して活発な営業活動を行っている。また、統合によるシェアの変動は僅少である。

【鹿児島県乙市における銀行の貸出業務シェア及び店舗数】

貸出業務		金融機関名	店舗数
順位	市場シェア		
1	約55%	鹿児島銀行	46
2	約15%	B社	26
3	約5%	C社	1
4	約5%	D社	2
5	約5%	E社	1
6	0-5%	F社	1
7	0-5%	G社	1
8	0-5%	肥後銀行	1
その他	0-5%	-	-
合計	100%	-	82以上

ウ 72市町（混合型企業結合〔地域拡大〕）

72市町のうち、50市町においては、A社、B社等の第二地方銀行等が店舗を

設置して営業活動を行っている。

エ 小括

以上から、熊本県甲市、鹿児島県乙市及び50市町においては、従来から当事会社以外に複数の銀行における競争が行われており、また、特に水平型企业結合となる熊本県甲市及び鹿児島県乙市ではシェアの変動は僅少であり有力な競争事業者の存在も認められる。このように、本件行為後も他の銀行からの競争圧力が一定程度働くものと考えられる。

(2) 参入

銀行が支店等の店舗を開設する場合は、金融庁へ届出を行えば自由に開設することが可能であり、この支店等の開設に特段地理的な制約は設けられていないことから、銀行が望めば支店等を開設することができる。近年では、人口の増加が見込まれる等の理由により、従来店舗を開設していなかった熊本県や鹿児島県の市町村に新規参入した競争事業者の例がある。

したがって、上記のような事情が存在する地域については、当事会社以外の銀行からの参入圧力が一定程度働いているものと考えられる。

(3) 隣接市場からの競争圧力

ア 銀行以外の他の金融機関からの競争圧力

熊本県甲市、鹿児島県乙市及び72市町のうち、ほとんど全ての地域においては、信用金庫や信用組合等の金融機関が店舗を設置して、預金業務及び貸出業務を営んでいるが、信用金庫や信用組合等の金融機関は、銀行と比較して業務を行える範囲に制限がある等の事情があると考えられることから、銀行以外の他の金融機関からの競争圧力は限定的であると考えられる。

イ 地理的隣接市場からの競争圧力

混合型企業結合のセーフハーバーに該当しない地域の中には、当事会社のほかに有力な金融機関が存在しない地域がある（なお、水平型企业結合の地域については、上記1で述べたとおり、当事会社以外に複数の銀行における活発な競争が行われている。）。しかし、当事会社によると、当該地域については、店舗が設置されている市町村に所在する需要者でなくても、「交通の便が良い」、「通勤・通学先に近い」等の理由により、隣接する市町村等に設置されている店舗を利用することであり、市町村を超えた営業活動が行われることもある。

したがって、このような事情が存在する地域においては、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考えられる。

(4) 混合型企業結合（地域拡大）

混合型企業結合（地域拡大）に関して、過去10年において、肥後銀行による鹿児島県への新規出店及び鹿児島銀行の熊本県への新規出店はなく、また具体的な計画もなかったため、当事会社相互間における潜在的競争者としての競争圧力はないものと考えられる。

(5) 小括

以上の事情を考慮すれば、本件行為を機に、当事会社が、熊本県甲市、鹿児島県乙市及び72市町において、単独行動又は協調的行動により、貸出の金利条件等のある程度自由に左右することができる状態が現出するおそれはないものと考えられる。

第4 結論

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 1 1 損保ジャパン日本興亜ホールディングス(株)による(株)メッセージの株式取得

第 1 本件の概要

本件は、介護事業を営むSOMP Oケアネクスト株式会社（法人番号7010801015197）等を子会社とする損保ジャパン日本興亜ホールディングス株式会社（法人番号9011101055980）（以下「損保ジャパン日本興亜HD」という。また、損保ジャパン日本興亜HDを最終親会社とする企業結合集団を「損保ジャパン日本興亜グループ」という。）が、同じく介護事業を営む株式会社メッセージ（法人番号1260001015656）（以下「メッセージ」という。また、メッセージ及びその子会社を「メッセージグループ」といい、「損保ジャパン日本興亜グループ」と「メッセージグループ」を併せて「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。

第 2 一定の取引分野

1 役務の範囲

(1) 当事会社において競合する介護事業の概要

ア 有料老人ホーム事業

高齢者を入居させて食事等の日常生活上の支援や機能訓練等のサービスを提供する事業である。

損保ジャパン日本興亜グループは、関東・東海・関西地方を中心とした1都1府6県において、メッセージグループは、北海道から九州まで幅広く全国においてサービスを提供している。

イ サービス付き高齢者向け住宅事業

高齢者に対し、バリアフリー構造等を有する集合住宅を賃貸方式で提供し、高齢者の安否確認、生活相談等のサービスを提供する事業である。

損保ジャパン日本興亜グループは、神奈川県において、メッセージグループは、北海道から九州まで幅広く全国においてサービスを提供している。

ウ 訪問介護事業

訪問介護員が、高齢者の自宅を訪問し、食事等の身体介護又は掃除等の生活支援サービスを提供する事業である。

損保ジャパン日本興亜グループは、神奈川県及び大阪府において、メッセージグループは、北海道から九州まで幅広く全国においてサービスを提供している。

エ 通所介護事業

介護施設に日帰りで来訪する高齢者に対して、当該介護施設において食事や入浴、リハビリテーション等のサービスを提供する事業である。

損保ジャパン日本興亜グループは、埼玉県、東京都、神奈川県及び大阪府において、メッセージグループは、東日本地域及び大阪府においてサービスを提供している。

オ 居宅介護支援事業

介護支援専門員が、高齢者の自宅を訪問し、高齢者やその家族等の希望等を勘案し、適切なケアプランを作成する等のサービスを行う事業である。

損保ジャパン日本興亜グループは、神奈川県及び大阪府において、メッセージグループは、北海道から九州まで幅広く全国においてサービスを提供している。

(2) 役務の範囲の画定

上記(1)のオからオまでの介護事業について、利用者は、必要とする介護の程度（要介護の程度）、サービスの内容（食事・入浴等の介護、リハビリ、安否確認等）、サービスの形態（施設入居、通所、訪問等）等を踏まえて、それぞれサービスの選択を行っている傾向にある。

したがって、本件では、「有料老人ホーム事業」、「サービス付き高齢者向け住宅事業」、「訪問介護事業」、「通所介護事業」及び「居宅介護支援事業」をそれぞれ役務範囲として画定した（以下、これらの事業を「本件5事業」という。）。

2 地理的範囲

(1) 訪問介護事業、通所介護事業及び居宅介護支援事業

訪問介護事業、通所介護事業及び居宅介護支援事業は、訪問介護員等の職員が、利用者の自宅等へ通う（訪問介護事業及び居宅介護支援事業）、又は利用者がサービスの提供場所に通う（通所介護事業）必要がある。このため、事業者は自動車等で移動可能な範囲（市区町村レベルの範囲）を基準に拠点を設けており、利用者も同様に自動車等で通うことが可能な範囲（市区町村レベルの範囲）に拠点を設けている事業者から利用先を選択することが多い傾向にある。

したがって、本件では、事業者のサービス提供施設の所在する「市区町村」を地理的範囲として画定した。

(2) 有料老人ホーム事業及びサービス付き高齢者向け住宅事業

有料老人ホーム事業及びサービス付き高齢者向け住宅事業は、利用者を事業者の保有する施設に長期間受け入れてサービスを提供するものである。このため、利用者は、頻りに施設に通う必要がないことから、自宅の最寄りの施設だけでなく、ある程度広範囲（都道府県レベルの範囲）を含めて入居先を検討することが多い傾向にある。

したがって、本件では、これらの施設の所在する「都道府県」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 水平型企業結合

本件5事業のいずれについても、上記第2の2で画定した各地理的範囲における当事会社のHHIの増分はいずれも150以下であり、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

本件5事業のうち、有料老人ホーム事業、サービス付き高齢者向け住宅事業及び通所介護事業については、上記第2の2で画定した各地理的範囲の全てにおいて、当事会社の市場シェアが10%以下であるか、市場シェアが25%以下、かつ、HHIが2,500以下であり、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

訪問介護事業及び居宅介護支援事業についても、上記第2の2で画定した各地理的範囲のほとんど全てにおいて、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当するが、該当しない地域があるため、下記(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、損保ジャパン日本興亜グループの営業地域は、訪問介護事業が全国で3地域、居宅介護支援事業も全国で3地域のみであり、これらの各地域における損保ジャパン日本興亜グループの市場シェアは約0-5%と僅少であることから、本件行為により、訪問介護事業及び居宅介護支援事業の競争において、当事会社の技術力、信用力及びブランド力等が著しく向上し総合的な事業能力が増大することはおよそ想定されず、仮にそれらが増大したとしても、上記のセーフハーバー基準に該当しない地域については、それぞれ有力な競争事業者が存在しており、同競争事業者が本件行為により、競争的な行動をとることが困難となることは見込まれない。

また、当事会社が、本件行為のほかに、相互にそれぞれの市場に参入する計画が検討されていた事実はなく、潜在的競争者の消滅はない。

第4 結論

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。

形態別の届出を要する場合の概要、企業結合審査のフローチャート及びセーフハーバー基準

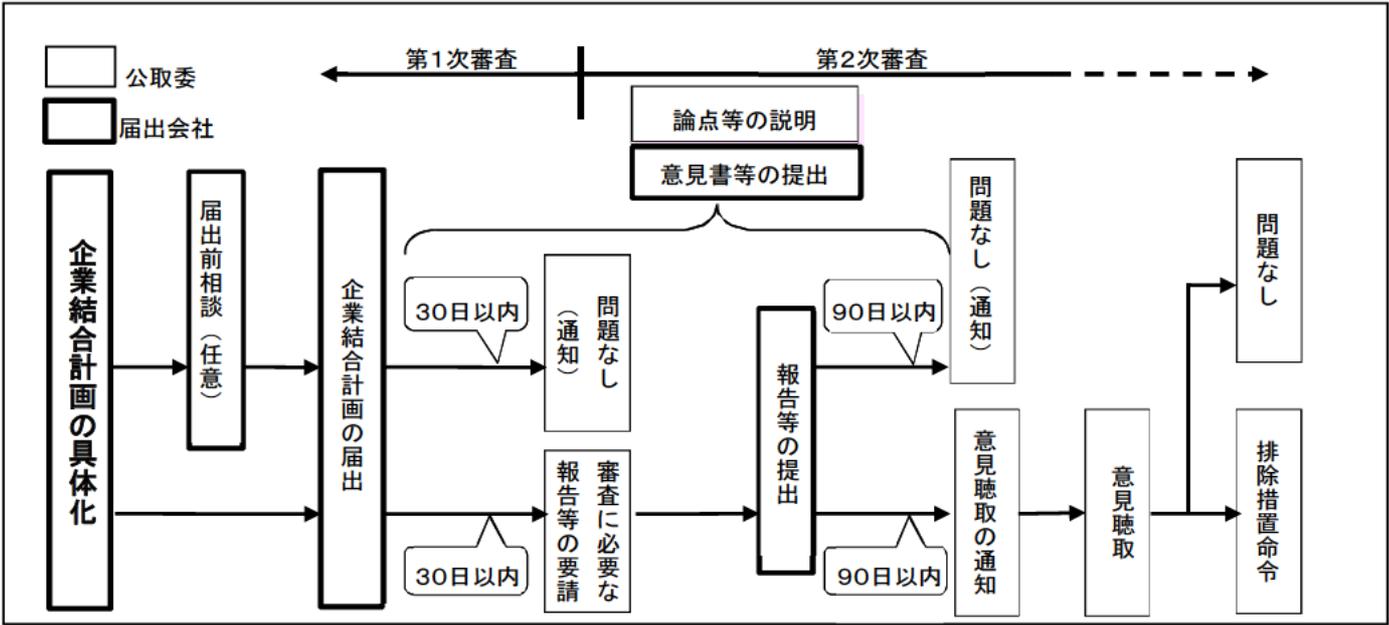
1 形態別の届出を要する場合の概要

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 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

最近の株式取得等の届出受理及び審査の状況

第1表 過去3年度に受理した届出の処理状況

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
第1次審査で終了したもの	257	275	281
うち禁止期間の短縮を行ったもの	(80)	(119)	(145)
第1次審査終了前に取下げがあったもの	3	11	8
第2次審査に移行したもの	4	3	6
合計	264	289	295

※ 平成27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/toukeishiryō/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25年度	平成26年度	平成27年度
第2次審査で終了した件数	3	2	4
問題解消措置を前提に問題なしとした件数	1	2	1
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に係る届出の推移

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
日本企業と外国企業の統合計画に係る届出	12	7	7	8
外国企業同士の統合計画に係る届出	14	18	41	45
合計	26	25	48	53