

平成21年度における主要な企業結合事例について

平成22年6月2日
公正取引委員会

1 企業結合計画に関する独占禁止法上の届出制度等

平成21年の独占禁止法改正により、従前は、一定の要件を満たす株式取得又は所有について、公正取引委員会に事後に報告することとされていたが、改正後は、あらかじめ公正取引委員会に届け出ることとされた。現在、企業結合を行う会社の国内売上高合計額が200億円を超えるなどの要件を満たす企業結合については、あらかじめ公正取引委員会に届け出るとともに、届出受理の日から30日を経過するまでは、当該届出に係る企業結合をしてはならないこととされている。

公正取引委員会は、届出のあった企業結合について、独占禁止法上の検討を行い、届出会社からの報告や資料が必要な場合は、届出受理の日から30日以内に届出会社に対して報告等を求め、原則として、報告等を受理した日から90日以内に独占禁止法上の判断を行う。

当該企業結合が独占禁止法に違反す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あて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（「平成21年度における主要な企業結合事例」参考1）。また、排除措置命令に不服がある場合は、公正取引委員会の審判及び裁判による判断を求めることもできる。

2 企業結合計画に関する事前相談

上記1の独占禁止法の規定に基づく届出制度とは別に、企業結合計画に関する事前相談が行われることがある。これは、企業結合を計画する会社から、届出前に、当該計画が独占禁止法の規定に照らして問題があるか否かについての相談を受け、これに対して公正取引委員会が回答するものである。事前相談の申出要件や手続等については、「企業結合計画に関する事前相談に対する対応方針」（以下「対応方針」という。）において、事前相談の申出が行われた場合には、必要があれば原則20日以内に追加資料リストを提示し、追加資料が提出された日をもって第1次審査（原則30日以内）を開始し、更に詳細な審査（第2次審査）が必要な場合は、その旨当事会社に通知するとともに第2

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>

次審査を行うために必要と判断される具体的な資料の提出を要請し、当該資料が提出された日から原則90日以内に審査結果を回答すること等を明らかにしている。

事前相談は、企業結合の準備を会社が円滑に進めることができるようにするために設けられているものであるが、相談を行うかどうかは会社の任意であり、平成21年度の場合、届出件数は985件であるのに対して、独占禁止法上の問題の有無について回答し、容認した企業結合案件は24件（約2%）となっている。

3 主要な企業結合事例について

公正取引委員会は、企業結合審査の透明性・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や事前相談への対応方針を「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（以下「企業結合ガイドライン」という。）や「対応方針」として策定・公表（それぞれ平成22年1月に改定）するとともに、これまでの主要な企業結合事例に係る審査結果について取りまとめて公表してきたところである。

本年度についても、平成21年度における主要な企業結合事例に係る審査結果を公表するとともに、同年度の企業結合事例に係る関連データを提示することとした。

公正取引委員会では、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の審査結果等を併せて活用することを期待している。

平成 21 年度における主要な企業結合事例

事例 1	(株)三菱ケミカルホールディングスによる三菱レイヨン(株)の株式取得	1
事例 2	新日本石油(株)と新日鉱ホールディングス(株)の経営統合	6
事例 3	三井金属鉱業(株)と住友金属鉱山(株)による伸銅品事業の統合	16
事例 4	共英製鋼(株)と東京鐵鋼(株)の経営統合	22
事例 5	(株)エクシングによる(株)BMBの株式取得	27
事例 6	NECエレクトロニクス(株)及び(株)ルネサステクノロジーの合併	30
事例 7	パナソニック(株)による三洋電機(株)の株式取得	36
事例 8	三井住友海上火災保険(株)、あいおい損害保険(株)及びニッセイ同和損害保険(株)による経営統合並びに(株)損害保険ジャパン及び日本興亜損害保険(株)による経営統合	43
参考 1	企業結合に係る独占禁止法上の届出制度	49
参考 2	平成 21 年度における合併、分割、共同株式移転、事業譲受け等の届出受理件数及び株式所有報告書の提出件数	50
参考 3	平成 21 年度の企業結合審査の実績について	51

(注 1) 各事例の掲載順は、当事会社の取扱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、アルファベット等に置き換えることにより、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) 各事例に記載の市場規模、市場シェア、行為後のHHIの水準、行為によるHHIの増分等の数字は、当事会社から提出された資料に基づいて算出したものを、当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。

事例1 (株)三菱ケミカルホールディングスによる三菱レイヨン(株)の株式取得

第1 本件の概要

本件は、化学品の製造販売業を営む三菱化学株式会社（以下「三菱化学」という。）等を子会社とする株式会社三菱ケミカルホールディングス（以下「三菱ケミカルHD」という。）が、化学品の同業を営む三菱レイヨン株式会社（以下「三菱レイヨン」という。）の発行済株式のすべてを取得し子会社とするものである。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

当事会社間で競合する7品目のうち、市場規模が大きい、競争に及ぼす影響が大きいなどと考えられる品目は、PBT樹脂配合品、アクリルアミド及びUV硬化型ハードコーティング材料である。

地理的範囲については、輸送上の制約がなく国内の地域によってユーザーが購入できる商品に差異はないこと、当事会社が全国的に事業を展開していること等から、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

1 PBT樹脂配合品

PBT樹脂は、ブチレングリコールとテレフタル酸の重合によって生成される樹脂で、熱安定性、強度、絶縁性に優れるなどの特徴を有している。PBT樹脂は単独で用いられることは少なく、ほとんどの場合、PBT樹脂に添加剤やガラス繊維等を配合（コンパウンド）して、自動車・車両部品（ドアミラーのステー部分等）、電気・電子部品（DVDドライブのフレーム部分等）等に使用される。PBT樹脂配合品には、ユーザーのニーズにきめ細かく対応する様々なグレードの商品が存在するところ、グレードの異なる商品間において、備えられた機能が異なっているため、需要の代替性は高くはないと考えられる。

しかしながら、PBT樹脂配合品メーカーは、配合材又は配合比率の変更と製造設備内部の清掃を行うことで、容易に異なるグレードの商品を製造することが可能である。そして、実際に、各メーカーは、随時、製造する商品のグレードを変更して様々なグレードの商品を製造している。したがって、グレードの異なる商品間における供給の代替性が高いと考えられる。

したがって、「PBT樹脂配合品」全体を商品範囲として画定した。

2 アクリルアミド

アクリルアミドは、アクリルニトリルの誘導品であり、主に、紙力増強剤として紙の繊維同士の結合力を強め、紙の強度を高める用途で使用される。アクリルアミドについて

ては、品質差はなく、また、どの用途においても同質のアクリルアミドが使用されていることから、「アクリルアミド」を商品範囲として画定した。

3 UV硬化型ハードコーティング材料

プラスチックは、成形加工が容易であることを主な理由に、金属やガラスからの代替が進んできたが、金属やガラスに比べて、硬度、耐摩耗性、耐薬品性、耐久性等の物性が劣る。この物性を改良するためにプラスチックの表面に塗付する材料（塗料）を「ハードコーティング材料」（プラスチックハードコーティング材料）という。ハードコーティング材料は、自動車の内外装品やヘッドライト、携帯電話の躯体、光学フィルム、プラスチックレンズといった様々な用途で使用されるプラスチックのコーティングに使用されている。

ハードコーティング材料のうち、紫外線（UV）を照射することによって硬化させるものをUV硬化型といい、そのほか、熱硬化型、電子線硬化型等があるところ、これらの用途間で代替性が認められないため、当事会社間で競合している「UV硬化型ハードコーティング材料」を商品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 PBT樹脂配合品

(1) 市場シェア

平成19年度におけるPBT樹脂配合品の国内市場規模は約570億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約25%・第3位となる。また、本件行為後のHHIは約2,800、HHIの増分は約200であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	A社	約35%
2	B社	約30%
3	三菱ケミカルHD（三菱化学）	約20%
4	三菱レイヨン	約5%
5	C社	約5%
	その他	約5%
(3)	当事会社合算	約25%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が複数存在する。

(3) 輸入

現在のところ市場シェアはわずかであるが、PBT樹脂配合品の海外メーカーが、日本国内に参入している。当該海外メーカーが販売するPBT樹脂配合品と国内メーカーが販売するPBT樹脂配合品は、ほぼ共通のグレードの設定となっており、品質面における差異もほとんどない。

したがって、輸入圧力が一定程度存在すると認められる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

PBT樹脂配合品には、用途ごとにポリアミド樹脂、ガラス繊維強化ポリエチレンテレフタレート、液晶ポリマーといった競合品が存在する。

したがって、隣接市場からの競争圧力が一定程度存在すると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

PBT樹脂配合品のユーザー（プラスチック加工メーカー）の大半は、複数のPBT樹脂配合品メーカーと取引を行っている。各メーカーとも、製造する商品のグレードの切替えを行うことにより、ユーザーのニーズにきめ細かく対応することが可能であるため、各メーカーの商品間で、品質面における差異はほとんどない。そして、ユーザーは、複数のメーカーに引き合いを出して競争させ、商品の品質や価格などを比較した上で、最適な取引条件で供給を受けられるメーカーからPBT樹脂配合品を調達しており、どのユーザーも、メーカーに対しては、強い価格交渉力を有している。

したがって、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

(6) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(5)までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 アクリルアミド

(1) 市場シェア

平成20年におけるアクリルアミドの国内市場規模は約100億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約60%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約5,100、HHIの増分は約1,400であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	三菱ケミカルHD（三菱化学）	約 45%
2	D社	約 35%
3	三菱レイヨン	約 15%
4	E社	0-5%
(1)	当事会社合算	約 60%
	合計	100%

（出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成）

（2）競争事業者の状況

市場シェアが 10%を超える有力な競争事業者が存在するが、市場における事業者数は 4 社から 3 社に減少する。

（3）輸入

アクリルアミドは毒性があるため、結晶状態ではなく、ほとんどが 50%水溶液で運搬されているところ、重合を防止するための温度管理が難しいことからほとんど輸入はされておらず、輸入圧力が存在しないものと認められる。

（4）参入

アクリルアミドの製造について、当事会社が特許を有しているなどの事情から、アクリルアミド市場に新規参入するためには、当事会社又は競争事業者から新たに製造技術に関する実施許諾等を得る必要があり、新規参入は困難と考えられ、参入圧力が存在しないものと認められる。

（5）独占禁止法上の評価

ア 競争上の懸念

上記（2）から（4）までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるおそれがある。

イ 問題解消措置

上記アの競争上の懸念を解消するため、当事会社から問題解消措置の申出があった。

(ア) 内容

現在、三菱レイヨンが行っている紙力増強剤向けのアクリルアミド販売事業を当事会社と資本関係のない会社（以下「譲受会社」という。）に譲渡する。当事会社は、紙力増強剤向けのアクリルアミドを、譲受会社の求めに応じてその必要とする数量を適切な条件で提供する。

(イ) 評価

譲受会社は、アクリルアミド等を原料とする高分子凝集剤に特化した世界最大級の水処理用高分子ポリマーメーカー（海外）の子会社であり、その日本国内における販売拠点として高分子凝集剤を中心とした化学品の輸入販売を行っている。

したがって、当事会社が申し出た問題解消措置が確実に履行されれば、譲受会社は、有力な競争事業者となり得るものと評価できる。

ウ 独占禁止法上の評価

当事会社が申し出た問題解消措置が確実に履行された場合には、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

3 UV硬化型ハードコーティング材料

UV硬化型ハードコーティング材料については、本件行為後のHHIの水準及び本件行為によるHHIの増分が水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当することから、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

事例2 新日本石油(株)と新日鉱ホールディングス(株)の経営統合

第1 本件の概要

本件は、石油製品の製造販売業を営む新日本石油株式会社（以下「新日石」という。）と、同業を営む株式会社ジャパンエナジー等を子会社とする新日鉱ホールディングス株式会社（以下「新日鉱」という。）が、持株会社を設立し経営統合するものである。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

当事会社間で競合する29品目のうち、市場規模が大きい、競争に及ぼす影響が大きいなどと考えられる品目は、ガソリン、ニードルコークス、パラキシレン及びナフサである。

1 ガソリン

(1) 商品範囲

ガソリンは、オクタン価の高低により、ハイオクガソリンとレギュラーガソリンの2種類に分類されるところ、需要及び供給の代替性が一定程度認められることから、両者を合わせた「ガソリン」を商品範囲として画定した。

(2) 地理的範囲

当事会社を含む石油元売会社各社は、実態として全国にガソリンを供給できる仕組み・能力を有している一方、ガソリンの仕切価格の決定に当たり、現在でも都道府県ごとの小売市況を考慮している石油元売会社がいること等から、本件においては、ガソリンの元売市場における地理的範囲として「日本全国」及び「各都道府県」を重層的に画定した^(注)。

2 ニードルコークス

(1) 商品範囲

ニードルコークスとは、炭素の固形物である生コークスを^{かしょう}煨焼（蒸し焼き）したもののうち、炭素が縦方向に発達し針状性（針状の組織）を有するものをいう。ニードルコークスには、石油精製工程で発生する重質油を原料とした石油系ニードルコークスと、石炭を乾留（熱分解）する際に発生するコールタール等を蒸留した際の^{ざんま}残渣であるピッチを原料とした石炭系ニードルコークスがあるところ、両者は、その用途、

^(注) 旧日本石油と旧三菱石油との合併（平成10年度・事例7）及びエクソン・コーポレーションとモービル・コーポレーションの統合（平成11年度・事例10）においても、ガソリンの仕切価格が各都道府県の小売市況を参考に設定されていること等を理由に、ガソリンの地理的範囲は、日本全国のほか、都道府県ごとに画定していた。

価格・数量の動き及びユーザーの認識・行動が、基本的に同一又は類似しており、需要の代替性が一定程度認められる。

したがって、石油系ニードルコークス及び石炭系ニードルコークスを合わせた「ニードルコークス」を商品範囲として画定した。

(2) 地理的範囲

ニードルコークスのメーカーは、海外に2社いるところ、①海外のメーカーは、供給能力の問題から日本のユーザーにニードルコークスを供給していないこと、②日本のユーザーは、品質の問題により輸入品が国内品の代替品にならない、日本国内への供給能力が不足している等の理由により、海外のメーカーから調達していないことなどから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 パラキシレン

(1) 商品範囲

パラキシレンは、高純度テレフタル酸（以下「PTA」という。）及びジメチルテレフタレート（以下「DMT」という。）の原料となる液体の炭化水素である。PTA及びDMTは、共に、ポリエステル繊維及びポリエチレンテレフタレート樹脂の原料である。パラキシレンは、いわゆる汎用的な基礎化学品であり、単一の化学構造の物質から成ることから、種類やグレードは存在しない。一方、PTA及びDMTの原料となる基礎化学品は、パラキシレン以外には存在しない。

したがって、「パラキシレン」を商品範囲として画定した。

(2) 地理的範囲

①アジア地域においては、パラキシレンの統一の指標価格が存在しており、当該指標価格に基づき販売価格が決定されること、②日本を含むアジア地域のパラキシレンのユーザーは、制度面及び実質面において輸入の障壁は低いことから、比較的容易にパラキシレンを輸入できること、③アジア地域のパラキシレン製造会社がアジア域内の各国にパラキシレンを供給できる仕組み及び能力を有していることから、「アジア地域」を地理的範囲として画定した。

4 ナフサ

(1) 商品範囲

ナフサは、分留範囲が30℃～230℃の軽質の炭化水素の総称であり、主に石油化学製品の原料として用いられる。ナフサは留分の違いにより重質ナフサ、軽質ナフサ及びホールナフサに分類されるが、市場に流通しているのは軽質ナフサのみであるため、「ナフサ（軽質ナフサ）」を商品範囲として画定した。

(2) 地理的範囲

石油元売会社はタンカーによって、ナフサを日本全国のユーザーに供給することが可能であり、また、ユーザーにおいても、多くは近隣の製油所からパイプラインによって供給を受けているものの、タンカーを用いれば、日本全国から商品を調達することは可能である。また、ナフサの卸売価格は、日本全国で統一的な方法で決定している。

したがって、「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 ガソリン

(1) 日本全国

ア 市場シェア

平成20年度におけるガソリンの国内市場規模は約7兆9000億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約35%・第1位となる。

また、本件行為後のHHIは約2,100、HHIの増分は約500であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	新日石	約25%
2	A社	約20%
3	B社	約15%
4	C社	約15%
5	D社	約10%
6	新日鉱	約10%
7	E社	約5%
8	F社	約5%
9	G社	0-5%
	その他	0-5%
(1)	当事会社合算	約35%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

イ 競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が複数存在する。

ガソリンの市場規模は、平成16年度までは拡大傾向にあったものの、原油価格の高騰、環境問題への意識の高まり等の影響を受け、ガソリンのユーザーである一般消費者の自動車離れや乗り控えが進むとともに、ハイブリッド自動車や低燃費車

の普及が拡大したことから、平成 17 年度以降、縮小傾向に転じている。

今後は、ハイブリッド車が更に普及することが予想されることや、電気自動車の普及が徐々に進んでいること等から、ガソリンの需要減退傾向はより顕著になっていくことが予想される。

したがって、競争事業者の供給余力は十分存在すると認められる。

ウ 輸入

海外で生産されたガソリンは、揮発油等の品質の確保等に関する法律（昭和 51 年法律第 88 号）等の規定に基づき定められた品質を満たさないものが多く、当該ガソリンを日本国内で販売するに当たっては品質調整が必要とされる。輸入ガソリンの日本市場におけるシェアは、近年減少傾向にあり、平成 20 年度時点において 0-5%にとどまっている。しかしながら、一部には、日本国内で販売可能な品質を有するガソリンを生産する能力を有する海外事業者が存在しており、石油元売会社以外でも、こうした品質のガソリンを当該海外事業者から輸入し、日本国内で販売することも可能であり、国内外のガソリン価格の状況次第では、今後輸入数量が増大する可能性もあると考えられる。さらに、アジア・太平洋地域及び中東地域において、製油所の新設計画が相次いでおり、海外におけるガソリンの供給能力は今後拡大すると見込まれる。

したがって、輸入圧力が一定程度存在すると認められる。

エ 需要者からの競争圧力

ガソリンについては、当事会社を含む石油元売会社各社間でほぼ品質差がないところ、下記（ア）及び（イ）の理由から、需要者からの競争圧力が一定程度存在すると認められる。

（ア）特約店間の価格競争

当事会社のガソリンの販売先は 90%以上が特約店であるところ、特約店は、自己又は販売店が運営するサービスステーションにおいて、一般消費者に対してガソリンを販売している。そして、一般消費者は、価格を意識してガソリンを購入する傾向にあるため、ガソリンの小売販売においては、特約店の間で活発な価格競争が行われており、特約店は当事会社からできるだけ低い価格でガソリンを購入しようとしている。

（イ）直売相手先による取引先変更の容易性

当事会社は、運送会社に対しては、特約店を経由せず直接ガソリンを販売しているところ、運送会社等の直売相手先との取引において、元売会社の商標は関係

なく、そのため運送会社は、価格等の取引条件に応じて取引先を自由に切り替えることができる。

オ 独占禁止法上の評価

上記イからエまでの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

(2) 各都道府県

各都道府県の中には、本件行為後のHHIの水準及び本件行為によるHHIの増分が、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない都道府県があり、当事会社の合算市場シェア・順位が上昇するが、各都道府県において、有力な競争事業者等が複数存在することに加え、上記(1)イからエまでの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 ニードルコークス

(1) 市場シェア

平成19年度におけるニードルコークスの国内市場規模は約200億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約55%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約4,200、HHIの増分は約1,500であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	新日鉱	約35%
2	H社	約25%
3	新日石	約20%
4	I社	約20%
(1)	当事会社合算	約55%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が複数存在するが、市場における事業者数は4社から3社に減少する。

ニードルコークスの大部分は、電気炉製鋼法において用いられる電気炉の陰極である

人造黒鉛電極の原料となる。電気炉製鋼法は、電気炉の電極に超高圧の電流を流すことにより、炉の中で雷に似た放電（アーク放電）を人工的に発生させ、その放電熱によって鉄スクラップを融解し、酸素や硫黄などの不純物を取り除いた上で、製鉄を行う。このアーク放電熱は超高温に達するため、人造黒鉛電極に使用可能な原料はニードルコークスのみである。

今後、世界的に電炉鋼の需要拡大が予想される一方で、ニードルコークス製造販売市場への新規参入は容易ではないことから、中長期的には、人造黒鉛電極の原料としてのニードルコークスの需給がひっ迫した状態が続くことが予想されており、競争事業者の供給余力は十分には存在しないものと認められる。

（３）輸入

電炉鋼を生産する電炉メーカーに対して人造黒鉛電極を供給する電極メーカーにとって当事会社の製品と代替し得るニードルコークスを製造できる海外メーカーは１社だけであるところ、同社は供給能力の問題から、現在及び近い将来にわたって、日本の電極メーカーへの供給を行うことはないものと考えられることから、輸入圧力は弱いものと認められる。

（４）参入

ニードルコークスの市場に参入するためには、①ニードルコークスの生産設備の設置、②原料となる重質油（以下「原料油」という。）の調達、③製造ラインの操業条件等の製造ノウハウの獲得、④販路の開拓といったことが必要になると考えられる。このうち、生産設備の新設は可能であるものの、良質な原料油の安定調達、製造ノウハウの獲得、国内ユーザーに対する販路開拓は容易ではないことから、国内のニードルコークスの市場への参入障壁は高く、参入圧力は存在しないものと認められる。

（５）隣接市場からの競争圧力

ニードルコークスは生コークスを^{かしょう}煅焼したもののうち針状性を有するものをいうが、通常の煅焼コークス（針状性を有しないもの）を原料として人造黒鉛電極を製造することも物理的には可能である。しかし、通常の煅焼コークスから製造した人造黒鉛電極は品質的に劣ることから、国内電極メーカーは、人造黒鉛電極の原料として、ニードルコークス以外の通常の煅焼コークスは使用していない。そのため、国内電極メーカーにとって、通常の煅焼コークスはニードルコークスの競合品とはならない。

したがって、競争圧力は存在しないものと認められる。

（６）独占禁止法上の評価

ア 競争上の懸念

上記（２）から（５）までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の

単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるおそれがある。

イ 問題解消措置

上記アの競争上の懸念を解消するため、当事会社から問題解消措置の申出があった。

(ア) 内容

いずれかの当事会社のニードルコークス事業を当事会社とは別の会社（以下「ニードルコークス製造会社」という。）に分離した上で、当事会社が保有するニードルコークス製造会社の議決権を第三者に譲渡し、当該第三者が保有するニードルコークス製造会社の議決権保有比率を 90%以上とする（以下「本件譲渡」という。）。議決権の譲渡先は、現在、ニードルコークスを、当事会社又はその関連会社のいずれかから購入し、国内外のユーザーに対して販売を行っている大手商社（以下「譲受会社」という。）とする。

本件行為について当委員会から問題ない旨の回答を得た後 6 か月以内に、譲受会社と本件譲渡に係る契約を締結し、当該契約締結後 6 か月以内に本件譲渡を完了する。

また、譲渡完了までの間、当事会社は、本件行為の前後を問わず、譲渡対象事業の事業価値を維持するよう努めるとともに、毎月、当委員会に対して、当該事業に係る販売数量を報告する。

(イ) 問題解消措置の実効性を担保する措置

- ① ニードルコークス製造会社が希望する場合、製油所全体の操業上、合理的に供給可能な品質及び数量の生コークス（ニードルコークスの原料）を、適切な価格で供給すること
- ② 譲受会社が希望する場合、ニードルコークスの製造を適切な条件で受託すること
- ③ ニードルコークス製造会社との間で、ニードルコークス事業における競争上有意な情報が交換されることがないように、適切な情報遮断措置を採ること
- ④ 譲受会社が希望する場合、本件譲渡実行時点までに、ニードルコークス事業に関連して培ってきた研究開発成果やノウハウについて、適切な条件で提供すること

(ウ) 評価

ニードルコークスを含む石油製品は、同一原料（原油）から同時に生産される

連産品であり、当事会社の石油製品全体の生産計画に基づいて生産されていること、また、ニードルコークス製造設備が当事会社の製油所の製造設備全体の一部として運営されていることから、ニードルコークス事業のみを切り離すことは困難である。

しかし、問題解消措置及びその実効性を担保する措置により、ニードルコークス事業の譲渡先が、主体的にニードルコークス事業を行うことができるものと考えられる。

したがって、当事会社が申し出た問題解消措置が確実に履行されれば、譲受会社は、有力な競争事業者となり得るものと評価できる。

ウ 独占禁止法上の評価

当事会社が申し出た問題解消措置が確実に実施された場合には、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

3 パラキシレン

(1) 市場シェア

平成19年度におけるパラキシレンのアジア地域の市場規模は約2兆4500億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約20%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約1,000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。

なお、平成19年度のパラキシレンの日本市場における当事会社の合算市場シェアは、約40%・第1位である。

順位	会社名	シェア
1	J社（外国）	約15%
2	K社（外国）	約15%
3	新日石	約10%
4	新日鉱	約10%
5	L社（外国）	約5%
6	M社（外国）	約5%
7	N社	0-5%
8	O社	0-5%
9	P社（外国）	0-5%
	その他	約30%

(1)	当事会社合算	約 20%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 独占禁止法上の評価

水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当することから、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

4 ナフサ

(1) 市場シェア

平成 19 年度におけるナフサの国内市場規模は約 2 兆 9800 億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約 30%・第 1 位となる（平成 20 年度）。また、本件行為後の HHI は約 2,100、HHI の増分は約 400 であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	新日石	約 20%
2	Q 社	約 15%
3	R 社	約 15%
4	新日鉱	約 10%
5	S 社	約 5%
6	T 社	0-5%
7	U 社	0-5%
8	V 社	0-5%
	輸入	約 25%
(1)	当事会社合算	約 30%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが 10% を超える有力な競争事業者が複数存在する。

ナフサの需要量は、その最高量を記録した平成 18 年度と比較して、平成 25 年度においては 10% 程度減少することが見込まれる。

また、石油元売会社は、ナフサを自社で製造するほか、海外から輸入して、国内の需要家に供給している。今後、海外において需給が緩む見通しであるため、石油元売

会社は、輸入により自らのナフサの供給能力を増大させることができると考えられる。
したがって、競争事業者の供給余力は十分存在すると認められる。

(3) 輸入

ナフサは、国内品と海外品に品質差がないところ、ユーザーは自らナフサを海外から輸入することが容易であり、輸入圧力が存在すると認められる。実際、輸入ナフサの日本国内におけるシェアは、平成20年度において約25%である。

(4) 隣接市場からの競争圧力

ユーザーは、昨今の原油価格の乱高下を受け、石油化学原料を、ナフサから、ブタン、重質天然ガス液といった非ナフサ系化学原料に置き換え始めている。平成9年度当時、石油化学原料に占めるナフサの割合が約98%だったところ、平成19年度においては、約93%に減少しており、非ナフサ系化学原料は、ナフサの競合品となりつつある状況があり、隣接市場からの競争圧力が一定程度存在すると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

主要なユーザーは、大規模な化学メーカーであり、当事会社以外の石油元売会社からのスポット品や海外からの輸入によりユーザー自ら調達することが容易であることから、ユーザーは、価格等の取引条件に応じて取引先を自由に切り替えることができ、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

(6) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(5)までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

事例3 三井金属鉱業(株)と住友金属鉱山(株)による伸銅品事業の統合

第1 本件の概要

本件は、三井金属鉱業株式会社（以下「三井金属」という。）が、その営む伸銅品事業を、住友金属鉱山株式会社（以下「住友鉱山」という。）の子会社で同業を営む住友金属鉱山伸銅株式会社に統合するものである。関係法条は独占禁止法第15条の2（吸収分割）である。

第2 一定の取引分野

本件行為により、当事会社は伸銅品事業を営むことを目的として、同業を営む会社に共同出資することとなり、当事会社間には共同出資会社（以下「本件共同出資会社」という。）を通じた結合関係が形成されることとなることから、伸銅品について、本件行為による競争上の影響が生じるものと考えられる。

一方、当事会社は、統合対象である伸銅品に限らず、多くの商品について事業上競合しているが、電気銅（電解精製等により銅成分99.99%以上に精製した銅製品をいう。以下同じ。）以外については、伸銅品との関わりが薄いことから、本件行為による競争上の影響はないものと考えられる。

しかしながら、電気銅^(注1)については、電気銅が伸銅品にとって不可欠の原材料であること、及び、電気銅の約40%は伸銅品に使用され、電気銅メーカーにとって伸銅品メーカーは重要な顧客となっていることから、電気銅と伸銅品は密接に関連する商品であると認められる。

したがって、本件行為により、当事会社間で電気銅に係る情報が共有化されることで、電気銅について、競争上の影響が生じるものと考えられるため、伸銅品だけでなく、電気銅についても独占禁止法上の検討を行った。

地理的範囲については、いずれの商品についても、物流面による制約はなく、全国の利用者に対して販売されていることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

1 伸銅品

伸銅品には様々な形状があるところ、住友鉱山は条（コイル状に巻かれた形状の製品で、厚さ0.1mm以上3.0mm以下のものをいう。以下同じ。）のみを製造販売しているが、三井金属は条、板、棒及び線を製造販売している。そして、形状ごとに製造方法が異なり、また、ユーザーは、加工目的に応じて形状を選択しており、異なる形状の伸銅品間には代替性は認められないため、当事会社間で競合している「条」の伸銅品について以下検討する。

^(注1) 三井金属は同社が約34%出資するパンパシフィック・カッパー株式会社（以下「PPC」という。）において、また、住友鉱山は自ら、それぞれ電気銅事業を営んでいる。

(1) 純銅条

銅の含有率が99.90%以上のものを純銅といい、純銅条には、タフピッチ銅条、りん脱酸銅条及び無酸素銅条の3種類がある。3種類の純銅条は、それぞれ成分及び特性が異なることから、需要の代替性は認められないものの、いずれも原材料として調達すべき電気銅の仕様が異なるだけであり、純銅条の製造工程はほとんど同様である。多くのメーカーは、これら3種類の純銅条をともに製造販売していることから、これら3種類の純銅条間には供給の代替性があるものと考えられる。

したがって、「純銅条」全体を商品範囲として画定した。

(2) 黄銅条

銅に亜鉛を加えた合金を黄銅といい、黄銅条には、丹銅条1種～4種、黄銅条1種～3種等10種類以上の種類があるところ、これらの各種黄銅条は、純銅条と同様、それぞれ成分、特性が異なり、ユーザーはそれぞれの用途に応じてこれらの黄銅条を使い分けしていることから、各種黄銅条の間に需要の代替性はないものと考えられる。

一方、黄銅条1種及び2種は同一の製造設備で製造することが可能であるのに対して、黄銅条3種及び丹銅条1種～4種については、必ずしも同一の製造設備で製造することはできず、必要とされる製造ノウハウ等も異なる。

したがって、「黄銅条1種及び2種」、「黄銅条3種」及び「丹銅条1種～4種」を、それぞれ商品範囲として画定した。

(3) 特殊銅合金条

微量の金属を含有した特殊銅合金条については、それぞれの特殊銅合金条ごとにユーザーが用途に応じて使い分けしていることから、各種特殊銅合金条の間に需要の代替性は認められない。また、それぞれの特殊銅合金条の種類ごとに含有金属が異なり、焼鈍条件等製造技術も異なることから、供給の代替性も認められない。

したがって、各種特殊銅合金条の間には代替性が認められないため、当事会社間で競合している「すず入り銅合金条」を商品範囲として画定した。

2 電気銅

国内で販売されている電気銅は、いずれもLME（ロンドン金属取引所）規格を満たす高純度の電気銅であるが、電気銅の販売形態としては、地金のまま販売される電気銅地金と、電気銅メーカーにおいて一次加工を行って型銅（地金を溶解して鑄型に流し込んだ鑄塊をいう。以下同じ。）として販売される電気銅型銅がある。

電気銅のユーザーは、電気銅の使用用途や自社の設備・製造工程等に応じて、両者を使い分けており、電気銅地金と電気銅型銅との間の需要の代替性は低いと考えられ

る。一方、電気銅メーカーが地金を電気銅型銅に一次加工するには電気銅型銅鑄造設備一式が必要であることから、供給の代替性も低いと考えられる。

したがって、電気銅地金と電気銅型銅の間には、代替性が認められないため、当事会社間で競合している「電気銅地金」を商品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 伸銅品

伸銅品については、純銅条、黄銅条1種及び2種、黄銅条3種、丹銅条1～4種並びにすず入り銅合金条の5商品いずれも、本件行為後のHHIの水準及び本件行為によるHHIの増分が水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当することから、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 電気銅地金

(1) 市場シェア

平成19年度における電気銅地金の国内市場規模は約1兆円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約55%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約3,500、HHIの増分は約1,400であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	三井金属（PPC）	約35%
2	住友鋳山	約20%
3	A社	約15%
4	B社	約10%
5	C社	約10%
6	D社	約5%
	輸入	約10%
(1)	当事会社合算	約55%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が複数存在する。

(3) 輸入

日本市場における輸入品のシェアは 10%未満で推移している。海外メーカーの電気銅地金と国内メーカーの電気銅地金との間には最終的な調達価格に差がないところ、ユーザーは、安定調達を優先して、輸送時間が掛かる海外メーカーよりも国内メーカーから購入しており、今後もこうしたユーザーの調達傾向に大きな変化があるとは考えにくく、輸入圧力は弱いものと認められる。

(4) 参入

電気銅地金市場への新規参入に当たっては数百億円規模の巨額の投資が必要とされることから参入は容易ではなく、参入圧力は存在しないものと認められる。実際、過去 40 年間新規参入はない。

(5) 隣接市場からの競争圧力

用途によっては、電気銅地金が軽量のアルミニウムや大容量通信が可能な光ファイバー等に代替されるケースも増えているものの、銅には他の素材に比べて電気伝導率が高く、軟かく加工が容易である等の固有のメリットがあることから、必ずしもすべての用途において他の商品に代替されるわけではなく、隣接市場からの競争圧力は弱いものと認められる。

(6) 需要者からの競争圧力

電気銅地金のユーザー（電線メーカー及び伸銅品メーカー並びにその顧客である電気機器メーカー及び自動車部品メーカー等）は大企業であるものの、過去の価格交渉の状況によれば、ユーザーの価格交渉力は必ずしも大きくないとみられる。

したがって、需要者からの競争圧力は弱いものと認められる。

(7) 独占禁止法上の評価

ア 競争上の懸念

上記（2）から（6）までの状況にかんがみれば、本件行為による当事会社間における電気銅地金に関する情報の共有化により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるおそれがある。

イ 問題解消措置

上記アの競争上の懸念を解消するため、当事会社から問題解消措置の申出があった。

(ア) 内容

- ① 三井金属及び本件共同出資会社は、本件行為により、当事会社間で電気銅地金に関する情報が共有されることを防ぐため、情報遮断措置の設計、実行及び監視を責任を持って行う体制を構築すること
- ② 三井金属及び本件共同出資会社は、電気銅に係る秘密情報^(注2)(電気銅の研究、開発、製造、販売及びマーケティングに係る非公知の情報をいう。以下同じ。)に接する必要性のある者(以下「アクセス者」という。)がそれ以外の者に対して電気銅に係る秘密情報を開示又は漏洩すること及び目的外に使用することを禁止するとともに、アクセス者以外の者による電気銅に係る秘密情報へのアクセスを禁止し、パスワード管理、施錠管理等により、アクセス者以外の者によるアクセスを防止すること
- ③ 当事会社は、上記②に違反した者に対する懲戒事項を設けること
- ④ 当事会社は、P P Cと本件共同出資会社との間で、一方の会社の役員である者(過去に役員であった者を含む。)を他方の会社の役員に選任しないこと及び一方の会社のアクセス者のうち電気銅に係る秘密情報を知得した者は、他方に出向又は転籍させないこと^(注3)

(イ) 評価

本件行為における競争上の懸念は、本件行為によって当事会社間で電気銅地金に関する情報が共有化されることである。このような情報の共有化を防ぐためには、いずれかの当事会社の電気銅事業と伸銅品事業との間で情報遮断を徹底し、両事業の間の人的関係を制限することが必要である。

したがって、当事会社が申し出た問題解消措置が確実に履行されれば、上記懸念は払拭されるものと評価できる。

ウ 独占禁止法上の評価

当事会社が申し出た問題解消措置が確実に実施された場合には、本件行為による当事会社間の電気銅地金に関する情報の共有化により、当事会社の単独行動又は当

(注2) 三井金属においては、P P Cにおいて営む電気銅事業に係る秘密情報を指し、本件共同出資会社においては、住友鉱山において営む電気銅事業に係る秘密情報を指す。

(注3) 過去に一方の会社のアクセス者であった者については、原則として、他方の会社に出向又は転籍させないこととし、やむを得ず出向又は転籍させる必要がある場合には、電気銅に係る秘密情報を知得した最後の日から起算して5年を経過した日以降に、出向又は転籍させることとしている。

事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

事例4 共英製鋼(株)と東京鐵鋼(株)の經營統合

第1 本件の概要

本件は、電炉品の製造販売業を営む共英製鋼(株)（以下「共英製鋼」という。）と同業を営む東京鐵鋼(株)（以下「東京鐵鋼」という。）が經營統合するものである。關係法条は独占禁止法第10条である。

なお、本件については、当事会社から事前相談の申出があり、公正取引委員会が、第1次審査を行った結果、更に詳細な審査（第2次審査）が必要であると判断し、その旨当事会社に対して通知したところ、当事会社から、本件行為を取り止める旨の申出があったものである。

第2 第1次審査における検討

当事会社間で競合する8品目のうち、市場規模が大きいなどと考えられる品目は、一般鉄筋及びねじ節鉄筋である。

1 一定の取引分野

(1) 商品範囲

ア 建築土木構造の一つである鉄筋コンクリート構造とは、鉄筋を内部に配して引張り力を補強したコンクリートの柱、梁及び壁によって構造を支えるものである。遮音性や機密性に優れ、居住性が良いこと等から、特に集合住宅を始めとする建築土木の多くの用途において広く採用されている。

鉄筋は一定の長さで製造販売されているため、建造物の施工に当たっては、鉄筋を接合して所要の長さにする必要がある。鉄筋は、ガス圧接資格を有する職人が端部を突き合わせて圧力を加えながら炎で加熱し、ふくらみを形成して接合することが一般的であるが、近年では、接合をより容易にするために、あらかじめ表面をねじ状に加工した特殊な鉄筋（以下「ねじ節鉄筋」という。その他の鉄筋を「一般鉄筋」という。）が開発されており、かん合性^(注1)を有する同一のねじ形状に加工された筒状の部品（以下「ねじ節鉄筋継手」という。）を用いて効率的に接合することができる。ねじ節鉄筋継手を始めとする機械式継手は、職人の技能に依存せずに継手としての一定の信頼性が確保でき、高強度鉄筋の接合の安全性が確認されており、縮みがなく、雨天時の作業が可能で工期が短縮できるといった長所を有することから、近年では、使用が増加している。

(注1) かん合性とは、ねじ節鉄筋の表面のねじ状の凹凸部分が、筒状のねじ節鉄筋継手の内側の凹凸部分としっかりかみ合わさり、ねじり込んで締めることができることを指す。ねじ節鉄筋においては、かん合性を確保するために、ねじ節鉄筋の凹凸とねじ節鉄筋継手の凹凸との対応が確保されていることが重要である。一方、一般鉄筋にも表面に凹凸が存在するが、これはコンクリートとの付着性を高めるためのものであるため、ねじとしての役割はない。

ユーザー（建設業者）に対するヒアリング調査によれば、ユーザーは、高層の鉄筋コンクリート建造物を施工する際には、工期や品質、安全性等を考慮して、プレキャストコンクリート工法や先組み鉄筋工法等の工法を選択し、これらの工法に適する機械式継手、特にねじ節鉄筋継手とねじ節鉄筋を採用する割合が高い。

また、一般鉄筋にはJIS規格で定められる4種類の鋼種が存在するが、ねじ節鉄筋には、JIS規格の4鋼種に加えて、より強度を高めたJIS規格外の超高強度鋼種も存在する。高層の建造物を施工する場合など超高強度の鉄筋を必要とする場合は、ねじ節鉄筋のみが用いられる。

このため、現在、ねじ節鉄筋を選択し、使用しているユーザーは、ねじ節鉄筋の必要性が高い場合に使用しており、一般鉄筋との需要の代替性は限定的である可能性が高い。

また、競争事業者等に対するヒアリングによれば、ねじ節鉄筋を新たに製造販売するには、かん合性を有する同一のねじ形状のねじ節鉄筋継手と組み合わせて開発する必要があるところ、ユーザーは小型で薄く、施工しやすいねじ節鉄筋継手を好むことから、こうした特性と安全性とを両立させることのできるねじ節鉄筋継手を開発するには一定の時間を要する。メーカーがねじ節鉄筋及びねじ節鉄筋継手に十分な安全性が確保されることを実験で証明し、公的な性能証明を獲得するまでには2年程度を要するといわれている。このように、競争事業者等に対するヒアリングによると、ねじ節鉄筋市場への参入には相応の技術力・ノウハウ等が求められることから、新たにねじ節鉄筋の製造販売を開始するためには、数年程度はかかると思われる。

したがって、現在ねじ節鉄筋を製造していない会社が、直ちに製造販売することは困難であり、一般鉄筋とねじ節鉄筋の間の供給の代替性は十分ない可能性が高い。

イ これに対して当事会社からは、ねじ節鉄筋の販売数量、価格、当事会社の利潤等を基にして、ねじ節鉄筋の仮想的独占者が、現行価格よりも5%価格を引き上げた場合には利潤を減少させることとなるとのSSNIPテスト^(注2)の考え方に基づいた経済分析結果が提出され、ねじ節鉄筋のみで商品範囲を画定することが適当ではないこと等から、一般鉄筋とねじ節鉄筋は同一の商品範囲として画定す

(注2) 商品範囲及び地理的範囲の確定に係る考え方について企業結合ガイドラインにおいては、「ある事業者が、ある商品を独占して供給しているという仮定の下で、当該独占事業者が、利潤最大化を図る目的で、小幅ではあるが、実質的かつ一時的ではない価格引き上げをした場合に、当該商品及び地域について、需要者が当該商品の購入を他の商品又は地域に振り替える程度を考慮する。他の商品又は地域への振替の程度が小さいために、当該独占事業者が価格引き上げにより利潤を拡大できるような場合には、その範囲をもって、当該企業結合によって競争上何らかの影響が及ぶ範囲ということになる」としている（いわゆるSSNIP (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price) テスト）。

ることができる旨の意見が提出された。

ウ しかしながら、当事会社が提出した経済分析結果については、これに用いられたねじ節鉄筋に関するデータが、SSNIPテストにおける一般的前提から大きく離れている可能性があり、当該経済分析結果を基に商品範囲について判断することは必ずしも適当ではないこと、また、ユーザー及び競争事業者のヒアリング結果等を前提とすれば、「一般鉄筋」と「ねじ節鉄筋」は、別々の商品範囲として画定される可能性が高いと考えられる。

(2) 地理的範囲

ア 一般鉄筋

各メーカーは、地区単位で営業を行っていること、価格は各地区における需給バランスによって決定されており、地区間で価格差があること等から、当事会社間で競合している「関東地区」を地理的範囲として画定する。

イ ねじ節鉄筋

当事会社を始めとする多くのメーカーが全国的に事業を展開しており、輸送費等の制約を受けず地区をまたいで取引が行われていること等から、「日本全国」を地理的範囲として画定する。

2 本件行為が競争に与える影響

上記1のとおり、「一般鉄筋」と「ねじ節鉄筋」を別々の商品範囲として画定した場合、以下のとおりとなる。

(1) ねじ節鉄筋に関する市場シェア

平成19年度におけるねじ節鉄筋の国内市場規模は約430億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約80%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約6,100、HHIの増分は約2,500であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	東京鐵鋼	約55%
2	共英製鋼	約25%
3	A社	約10%
4	B社	約5%

5	C社	0-5%
6	D社	0-5%
7	E社	0-5%
8	F社	0-5%
(1)	当事会社合算	約80%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) ねじ鉄筋に関するその他の考慮要素

ユーザーに対するヒアリング結果によれば、ねじ鉄筋のメーカーによって、品揃え、品質等が異なっているところ、当事会社は品揃えが多く最も有力なメーカーとしてユーザーに認識されており、多くのユーザーにおいて、全調達額に占める当事会社からの調達額の割合がおおむね80%から100%に達していた。このためユーザーは、これまでは、当事会社を競わせることで価格の引下げを求めてきたことが窺われたが、本件行為後は、当事会社間で競わせることができず、ユーザーが価格交渉力を失う可能性がある。

ユーザーに対するヒアリングにおいては、このような事情を踏まえ、複数のユーザーから、本件行為によってねじ鉄筋の価格が上昇することを懸念する意見が出された。

(3) 一般鉄筋

本件行為後の当事会社の合算市場シェア・順位は約35%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約1,900、HHIの増分は約600であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

一方、市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が複数存在すること、需要者からの競争圧力が一定程度存在すると認められること等から、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断される。

第3 当事会社に対する更に詳細な審査(第2次審査)が必要な旨の通知

本件行為について、上記第2のとおり、「ねじ鉄筋」の取引分野について、本件行為後の当事会社のシェアが約80%・第1位となり、複数のユーザーから、本件行為によってねじ鉄筋の価格が上昇することを懸念する意見が出されたことにもかんがみ、更に詳細な審査(第2次審査)が必要であると判断し、その旨当事会社に対して通知した。

また、併せて当事会社に対して、ねじ鉄筋の製造販売業(全国)等について、ねじ

節鉄筋を商品範囲として画定すること（上記第2）を含め具体的な独占禁止法上の論点を説明し、第2次審査を行うために必要と判断される具体的な資料の提出を要請した。

第5 当事会社の対応

本件行為について、上記第4のとおり通知したところ、当事会社から、本件行為を取り止める旨の申出があり、併せてその旨当事会社から公表された。

事例5 (株)エクシングによる(株)BMBの株式取得

第1 本件の概要

本件は、通信カラオケ事業（通信カラオケ機器の製造、販売、賃貸並びに楽曲及び映像の配信業をいう。以下同じ。）を営む株式会社エクシング（以下「エクシング」という。）が、同業を営む株式会社BMB（以下「BMB」という。）の発行済株式のすべてを取得し、子会社とするものである。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 商品範囲

通信カラオケ事業には業務用と民生用の2種類があるが、業務用と民生用では楽曲数、音源等の品質、性能や流通経路が異なり、両者間には代替性が認められないことから、「業務用通信カラオケ事業」及び「民生用通信カラオケ事業」をそれぞれ商品範囲として画定した。

2 地理的範囲

業務用及び民生用の通信カラオケ事業者は、日本全国で当該事業を行っていることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 民生用通信カラオケ事業

民生用通信カラオケ事業については、本件行為後のHHIの水準及び本件行為によるHHIの増分が水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当することから、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 業務用通信カラオケ事業

(1) 市場シェア

平成20年度における業務用通信カラオケ事業の国内市場規模は約800億円であり、このうち約6割が業務用通信カラオケ機器の販売及び賃貸の対価で、約4割が楽曲等の配信の対価（以下「情報提供料」という。）となっている。

業務用通信カラオケ市場においては、新品の業務用通信カラオケ機器のほか、商社や代理店と呼ばれる販売業者等が供給する中古品の業務用通信カラオケ機器が流通しており、業務用通信カラオケ事業者は、業務用通信カラオケ機器の製造、販売及び賃貸を行うことに加え、新品及び中古品を問わず、自社製の業務用通信カラオケ機器に対して楽曲等の配信を継続的に行い、情報提供料による恒常的な収益を得ることを含めて事業を行っている。このため、業務用通信カラオケ事業者は、業務用通信カラ

オケ機器の出荷台数ではなく、楽曲等を配信している稼働台数により業務用通信カラオケ事業者間の競争状況を確認している状況にある。このようなことから、市場シェアについては、新品及び中古品を含めた業務用通信カラオケ事業者別の業務用通信カラオケ機器の稼働台数シェアにより検討することが適当であると考えられる。

本件行為により、業務用通信カラオケ機器の稼働台数における当事会社の合算市場シェア・順位は約40%・第2位となる。また、本件行為後のHHIは約5,200、HHIの増分は約750であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	A社	約60%
2	BMB	約25%
3	エクシング	約15%
(2)	当事会社合算	約40%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

A社は、業務用通信カラオケ市場において常に過半のシェアを有し、商品力、知名度、ブランド力、営業拠点数等の販売網において、いずれも当事会社よりも高い地位にある。

業務用通信カラオケ機器について、各業務用通信カラオケ事業者は、新品の業務用通信カラオケ機器の販売が減少傾向にあることから、供給余力を有していると考えられる。また、下記(3)のとおり、多くのユーザーが新品のほか、新品と品質差がほとんどない中古品を選択肢に含めて業務用通信カラオケ機器を調達している状況にあるところ、中古品の供給は増加傾向にあり、業務用通信カラオケ機器は、恒常的に供給過剰な状態にある。

したがって、競争事業者等の供給余力が十分存在すると認められる。

(3) 需要者からの競争圧力

業務用通信カラオケ機器のスペックや楽曲配信など基本的性能に関する技術はほぼ成熟しており、搭載楽曲数等に業務用通信カラオケ事業者間の品質、性能の格差はほとんどないことから、品質面において、ユーザーは取引先の業務用通信カラオケ事業者を変更することが容易である。また、業務用通信カラオケ機器を業務用通信カラオケ事業者から仕入れてユーザーに販売する代理店においては、新品だけでなく中古品の業務用通信カラオケ機器もユーザーに販売しており、新品の代わりに中古品に代替できるユーザーも多く存在することから、ユーザーが価格交渉を優位に進めている。

したがって、需要者からの競争圧力が一定程度存在すると認められる。

(4) 当事会社グループの経営状況

BMBは、2009年8月期連結決算等によると、その親会社も含めて、著しく業績の悪化が進んでいるものと認められる。

(5) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(4)までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

事例6 NECエレクトロニクス(株)及び(株)ルネサステクノロジーの合併

第1 本件の概要

本件は、半導体の製造販売業を営むNECエレクトロニクス株式会社（以下「NECEL」という。）と、同業を営む株式会社ルネサステクノロジー（以下「ルネサス」という。）が合併するものである。関係法条は独占禁止法第15条である。

第2 一定の取引分野

1 商品範囲

(1) メモリ

メモリは、情報を記憶・保持する機能を持つ半導体であり、主として、パソコン、携帯電話等で利用されている。メモリには、電源を切ると情報が失われる揮発性メモリと、電源を切っても情報が失われない不揮発性メモリがあるが、これらは機能が異なることから代替性が認められず、また、揮発性メモリの「DRAM」^(注1)と「SRAM」^(注2)についても、その性能や価格差等の違いにより使い分けられていることから代替性が認められない。

したがって、当事会社間で競合している「SRAM」を商品範囲として画定した。

(2) マイコン

マイコンは、CPU^(注3)を内蔵しており、コンピュータの頭脳となり、プログラム処理で動作を自由に定義する機能を持つ。パソコン、家電等の頭脳として広く利用されている。マイコンには「MPU」^(注4)と「MCU」^(注5)があるが、MPUは、CPU機能をより高めたところに特徴があり、また、MCUは、MPUよりも小型で、CPUの機能だけではなくその他の機能も合わせて1チップ化された製品である。これらの性能の違いにより、MPUは、主にパソコン向けのCPUに用いられ、MCUは、家電製品を始め自動車、携帯電話、産業用機械等幅広く用いられている。

「MPU」と「MCU」は、性能及び価格差等の違いにより使い分けられ、基本的に競争環境が異なることから、それぞれ別の商品範囲として画定した。

(注1) 「DRAM」(Dynamic Random Access Memory)

(注2) 「SRAM」(Static Random Access Memory)

(注3) 「CPU」(Central Processing Unit)

(注4) 「MPU」(Micro Processing Unit)

(注5) 「MCU」(Micro Control Unit)

(3) A S I C / A S S P

A S I C^(注6)は、特定ユーザー向けに開発・生産されるフルカスタム製品を、A S S P^(注7)は、あらかじめ複数のユーザーを念頭に置き、当該ユーザーが共通して搭載できるよう開発・生産されるセミカスタム製品を指すところ、ユーザーの要望に応じた機能を実現する製品を分類したものであり、特定の機能を持った製品分類ではない。A S I C / A S S Pは、MPUやMCUを中心として、その他の機能を組み合わせた製品である点で共通しており、他方、A S I Cとして開発した製品が販売時にはA S S Pとなることもあるように、分類基準は明確でなく、各メーカーによってもA S I CかA S S Pかを厳密に分類していないことから、「A S I C / A S S P」を1つの商品範囲として画定した。

さらに、A S I C / A S S Pは、主にMCUの機能を中心に他の機能を組み合わせたものとなることが多く、統計上、メーカーによっては、A S I C / A S S Pと区分する製品とMCUと区分する製品の分類が曖昧で、A S I C / A S S Pの売上高がMCUとして区分された製品の売上高にも計上されている可能性があり、両者を合わせた「A S I C / A S S P及びMCU」も1つの商品範囲として画定した。

また、半導体業界において、A S I C / A S S Pとマイコン(MPU及びMCU)を合わせたものが「システムLSI」と定義されることもあり、「A S I C / A S S P, MPU及びMCU」も1つの商品範囲として画定した。

したがって、「A S I C / A S S P」、「A S I C / A S S P及びMCU」、「A S I C / A S S P, MPU及びMCU」をそれぞれ商品範囲として重層的に画定した。

(4) ロジック I C

ロジック I Cは、マイコンの機能のうちロジック機能(数値計算, 論理演算, 比較・判断等)だけを行う製品であり、単純な動作を実行するなど、マイコンほど高機能である必要がない部分に用いられ、マイコンとは使い分けがなされている。

また、ロジック I Cの中でも「LCDドライバ」は、液晶パネルの液晶を駆動させる用途に特化した製品であり、業界において別個の製品として認識されていることから、当事会社間で競合している「LCDドライバ」を商品範囲として画定した。

(5) ディスクリート

ディスクリートは、各種電流・電圧の切替え機能を持ち、単一の回路要素を実現するものであり、主にトランジスタ、ダイオード、サイリスタがある。これらの用途は非常に多岐にわたり、それぞれの機能や特徴に応じ、用途が異なっている。

そのため、「トランジスタ」、「ダイオード」及び「サイリスタ」は、それぞれ別の

(注6) 「A S I C」(Application Specific Integrated Circuit)

(注7) 「A S S P」(Application Specific Standard Product)

商品範囲として画定した。

以上により、本件は、当事会社が競合する製品について、下図のとおり、10の商品範囲を画定した。

メモリ（揮発性）	SRAM	①		
マイコン	MPU	②		⑥
	MCU	③	⑤	
	ASIC/ASSP	④		
ロジックIC	LCDドライバ	⑦		
ディスクリート	トランジスタ	⑧		
	ダイオード	⑨		
	サイリスタ	⑩		

2 地理的範囲

「SRAM」、「MCU」、「LCDドライバ」、「トランジスタ」及び「サイリスタ」の5商品の主要な半導体メーカーは、おおむね世界規模で製造拠点及び販売・技術サポート拠点を有しており、各地域に半導体を供給しており、すべての半導体について世界中の販売地域における価格差を設けていない。また、半導体の輸送コストは非常に安く、各メーカーにおいて輸送コストに差がない上、関税障壁も存在しない。

そのため、世界中のユーザーが、全世界の半導体メーカーから容易に調達することが可能となっており、主要ユーザーのほとんどが、ユーザーの本社所在地にかかわらず全世界のメーカーから大規模に調達している状況にある。実際に当事会社の「SRAM」、「MCU」、「LCDドライバ」及びディスクリートの主要ユーザーにおいても、ほとんどが世界中のメーカーから複数調達している。

したがって、「SRAM」、「MCU」、「LCDドライバ」、「トランジスタ」及び「サイリスタ」の5商品について、「世界全体」を地理的範囲として画定した。

なお、これら5商品以外の上記1で画定した5商品（「MPU」、「ASIC/ASSP」、「ASIC/ASSP及びMCU」、「ASIC/ASSP、MPU及びMCU」及び「ダイオード」）についても、当事会社を含めた国内メーカーは、国内ユーザーのみならず世界中のユーザーに対して取引を行っている状況にあり、同様に、その地理的範囲が世界全体と画定される可能性はあるものの、日本全国又は世界全体のいずれの地理的範囲を画定した場合でも、本件行為後のHHIの水準及び本件行為によるHHIの増分が水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。したがって、「MPU」、「ASIC/ASSP」、「ASIC/ASSP及びMCU」、「ASIC/ASSP、

MPU及びMCU」及び「ダイオード」の5商品については、地理的範囲を画定するまでもなく、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。

第3 本件行為が競争に与える影響

上記第2において一定の取引分野を画定した「SRAM」、「MCU」、「LCDドライバ」、「トランジスタ」及び「サイリスタ」の5商品について、本件行為が競争に与える影響を検討する。

1 MCU, LCDドライバ, トランジスタ及びサイリスタ

「MCU」、「LCDドライバ」、「トランジスタ」及び「サイリスタ」の4商品についてはいずれも、本件行為後のHHIの水準及び本件行為によるHHIの増分が水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当することから、本件行為により、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 SRAM

(1) 市場シェア

平成20年におけるSRAMの世界全体の市場規模は約1300億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約30%・第1位となる。また、本件行為後のHHIは約2,000、HHIの増分は約400であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

なお、平成20年のSRAMの日本市場における当事会社の合算市場シェアは、約50%・第1位である。

順位	会社名	シェア
1	A社	約25%
2	ルネサス	約20%
3	B社	約15%
4	NECE L	約10%
5	C社	約5%
6	D社	約5%
7	E社	約5%
8	F社	約5%
9	G社	0-5%
10	H社	0-5%
	その他	約5%

(1)	当事会社合算	約 30%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が複数存在する。

(3) 参入

自社の製造ラインを持たずに開発や販売を専業として行うファブレスメーカーは、新たな種類の半導体の販売を行うに際して、製造装置に対する過大な設備投資等が必要なく固定費負担を小さくできる等の特徴を有している。したがって、ファブレスメーカーの場合、「SRAM」を始めとするどの製品についても新規参入は容易である。

また、半導体の製品寿命は半永久的にもかかわらず、最終製品の製品サイクルに連動するため短くなっており、半導体メーカーは、微細化、高速化、低消費電力化、高密度実装化及び工期短縮等の技術開発を積極的に行っている状況にある。

したがって、参入圧力が一定程度存在するものと認められる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

近年DRAMの処理スピードが向上し、SRAMの処理スピードとの格差が縮まってきた。

特に、携帯電話向けのメモリの場合、これまで、待受時間を長くするために、消費電力の少ないSRAMが、各種プログラム(通信制御、ゲーム等)を走らせる際のデータを一時的に格納する用途で使用されていた。しかし、携帯電話の取扱いデータ量の増加に伴うメモリの大容量化、低価格重視化(DRAMの価格はSRAMの3分の1から4分の1程度)、電池性能向上による待受時間の拡張といったことを背景に、最近では、SRAMに代えて、機能及び技術面で進歩したDRAMを使用する傾向がみられる。

したがって、隣接市場からの競争圧力が一定程度存在すると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

SRAMの主要ユーザー(大手コンピュータメーカーや電機機器メーカー等)は、安定した調達と価格交渉力確保のため、複数のメーカーから購買している。また、半導体は、各メーカーともにほぼ品質差がないことから、ユーザーは取引先変更が容易であり、ユーザーが製造する最終製品のモデルチェンジ等に応じて、取引先メーカーを見直している状況にある。

したがって、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

(6) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(5)までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

事例7 パナソニック(株)による三洋電機(株)の株式取得

第1 本件の概要

本件は、電気機器等の製造販売業を営むパナソニック株式会社（以下「パナソニック」という。）が、同業を営む三洋電機株式会社（以下「三洋」という。）が発行する株式に係る議決権の過半数を取得し、子会社とするものである。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

当事会社間で競合する87品目のうち、市場規模が大きい、競争に及ぼす影響が大きいなどと考えられる品目は、円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）、リチウムイオン二次電池（民生用）及びニッケル水素電池（自動車用）である。

1 円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）

（1）商品範囲

円筒形二酸化マンガンリチウム電池は、正極材に二酸化マンガン、負極材にリチウムを使用した高容量の一次電池（充電できない使い切りタイプの電池）であり、住宅用火災警報器の電源のほか、ガスメーターの電源やフィルムカメラの主電源及びストロボ電源として使用されている。これらの用途に応じて、電池の内部の処方が異なり、放電特性が大きく異なる上、品質や製造技術も異なる。

したがって、「円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）」を商品範囲として画定した。

（2）地理的範囲

円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）は、日本全域で販売されており、価格も地域によって異なる。また、海外で使用される円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）については、その電流の量が国内で使用される住宅用火災警報器に必要な量に足りないため、使用する機器自体の設計を変更しない限り海外の電池を使用することはできない。

したがって、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

2 リチウムイオン二次電池（民生用）

（1）商品範囲

リチウムイオン二次電池は、電極材料にリチウム金属酸化物（コバルト酸リチウム、ニッケル酸リチウム等）を使用し、充電して何度も使うことのできる二次電池である。携帯電話やノートパソコンに用いられる民生用のほか、電気自動車の駆動用として用

いられる自動車用が存在する。

リチウムイオン二次電池が使用される機器等は多種多様であるが、いずれもその用途としては当該機器等を起動させるための主電源である点で共通である。また、リチウムイオン二次電池の最終の利用形態は、保護回路が組み込まれた電池パックである。

したがって、電池パックと合わせて、「リチウムイオン二次電池（民生用）」を商品範囲として画定した。

（２）地理的範囲

リチウムイオン二次電池の特性、性能及び品質に関しては、電池メーカー又は電池メーカーの国籍による差がみられ、また、各国によって安全基準が異なることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

３ ニッケル水素電池（自動車用）

（１）商品範囲

ニッケル水素電池（自動車用）は、ハイブリッドカーなど自動車の駆動用の電源として使用されており、ノートパソコンや携帯電話器などの民生分野で使用されるニッケル水素電池よりも、パワー密度やエネルギー密度などにおいて高いレベルのものが求められ、民生用機器に用いられるニッケル水素電池とは代替性が認められない。

また、ニッケル水素電池（自動車用）は、車両に搭載するシステム全体として技術開発する必要があることから、各社の製品に適合する形の電池パックで取引が行われている。

したがって、電池パックと合わせて、「ニッケル水素電池（自動車用）」を商品範囲として画定した。

（２）地理的範囲

各国の自動車メーカーは、電池メーカーと共同開発を行うに当たり、細かい技術的な議論や、情報交換などを重視して、自国の電池メーカーを研究開発のパートナーとする傾向がある。その後、実際に車両の量産化が始まると、自動車メーカーは、研究開発のパートナーである自国の電池メーカーから電池を調達することとなることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第３ 本件行為が競争に与える影響

１ 円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）

（１）市場シェア

平成 19 年度における円筒形二酸化マンガンリチウム電池の国内市場規模は約 50 億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約 100%・第 1 位となる。また、本件行為後の HHI は約 10,000、HHI の増分は約 4,000 であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	三洋	約 70%
2	パナソニック	約 30%
3	A 社	0-5%
(1)	当事会社合算	約 100%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが 10% を超える有力な競争事業者は存在しない。

(3) 輸入

現状において、日本市場に輸入品はほとんどなく、輸入圧力は弱いものと認められる。

(4) 参入

参入するためには、ユーザー（住宅用火災警報器メーカー）との間における性能評価及び価格交渉、受注並びに納入に期間を要するほか、ユーザーから信用を得るための実績を築くためには更に期間を要することから、参入圧力は存在しないものと認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

市場における事業者は当事会社を含めた 3 社しかおらず、ユーザーにとってメーカーを容易に変更できる状況にはないことから、需要者からの競争圧力は存在しないものと認められる。

(6) 独占禁止法上の評価

ア 競争上の懸念

上記 (2) から (5) までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるおそれがある。

イ 問題解消措置

上記アの競争上の懸念を解消するため、当事会社から問題解消措置の申出があった。

(ア) 内容

三洋が国内向けに出荷している円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）の製造を行っている製造設備である、三洋の鳥取工場の当該電池製造設備、人員、取引先との契約等を大手電機メーカーの子会社で電池製造販売業を営む他の事業者に譲渡する。

平成 22 年 3 月末までに当該譲渡に係る契約を締結し、当該契約締結後 3 か月以内に譲渡を実行する。

(イ) 評価

当事会社から譲受会社に対して製造ライン及びそれに付随する商権が譲渡されることから、譲受会社が主体的に円筒形二酸化マンガンリチウム電池（住宅用火災警報器用）の事業を行うことができるものと考えられる。

したがって、当事会社が申し出た問題解消措置が確実に履行されれば、譲受会社は、有力な競争事業者となり得るものと評価できる。

ウ 独占禁止法上の評価

当事会社が申し出た問題解消措置が確実に実施された場合には、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 リチウムイオン二次電池（民生用）

(1) 市場シェア

平成 19 年度におけるリチウムイオン二次電池の国内市場規模は約 940 億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約 70%・第 1 位となる。また、本件行為後の HHI は約 5,300、HHI の増分は約 800 であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	三洋	約 65%
2	B社	約 10%
3	C社	約 10%
4	パナソニック	約 5%

5	D社	約5%
6	E社（輸入品）	0-5%
7	F社（輸入品）	0-5%
8	G社（輸入品）	0-5%
(1)	当事会社合算	約70%
	合計	100%

（出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成）

（2）競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が存在する。また、国内全体での生産設備の稼働率に余裕があるほか、競争事業者による生産能力の増強も行われていると考えられる。

したがって、競争事業者の供給余力が十分存在すると認められる。

（3）輸入

韓国及び中国からの輸入があり、これらの輸入品を評価するユーザーも多数存在する。特に、韓国メーカーの製品は、我が国のメーカーと比して価格や品質に差がなく、今後、その輸入が増加していくものと考えられる。

したがって、輸入圧力が一定程度存在するものと認められる。

（4）参入

参入するために必要な、ユーザー（ノートパソコンメーカー、携帯電話メーカー等）との間における性能評価及び価格交渉、受注並びに納入の期間は、比較的短い。

また、近年、大手電子部品メーカーを含む複数の事業者が新規参入しており、今後、供給量が増加するものと考えられる。

したがって、参入圧力が一定程度存在するものと認められる。

（5）需要者からの競争圧力

ユーザーである携帯電話、ノートパソコン等のメーカー間の競争が活発であることを反映して、リチウムイオン二次電池（民生用）の価格も下落しており、需要者からの競争圧力が存在するものと認められる。

（6）独占禁止法上の評価

上記（2）から（5）までの状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動又は当事会社と他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

3 ニッケル水素電池（自動車用）

（1）市場シェア

平成 19 年度におけるニッケル水素電池（自動車用）の国内市場規模は約 580 億円である。

本件行為により、当事会社の合算市場シェア・順位は約 100%・第 1 位となる。また、本件行為後の H H I は約 10,000、H H I の増分は約 200 であり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	パナソニックEVエナジー ^(注)	約 90%
2	パナソニック	約 10%
3	三洋	0-5%
(1)	当事会社合算	約 100%
	合計	100%

（出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成）

（2）隣接市場からの競争圧力

ニッケル水素電池（自動車用）の技術革新は実質的に終了しており、現在、電池メーカー各社は、リチウムイオン二次電池（自動車用）の研究開発に注力している。リチウムイオン二次電池（自動車用）は、ニッケル水素電池（自動車用）に比べ、パワー密度や充電効率に優れている、メモリー効果がない、高効率である、耐久性に優れているなどの利点がある。

その結果、リチウムイオン二次電池は、これまでは、安全性の面から自動車用電池として採用されなかったが、近年、自動車メーカーと電池メーカーの共同研究などにより、リチウムイオン二次電池（自動車用）の安全性が確立しつつあり、当事会社以外にも、自動車メーカーと電池メーカーとの合併で設立された有力な競争事業者が多数存在する。

今後、各自動車メーカーから、順次、リチウムイオン二次電池（自動車用）を搭載した電気自動車等の発売も予定されており、こうしたリチウムイオン二次電池（自動車用）の実用化及び量産化の動きに伴い、今後、ニッケル水素電池（自動車用）からリチウムイオン二次電池（自動車用）への代替が急速に進むと考えられる。

したがって、リチウムイオン二次電池（自動車用）は、ニッケル水素電池の市場における当事会社の価格引上げに対する牽制力となっており、隣接市場からの競争圧力が存在すると認められる。

^(注) パナソニックEVエナジー株式会社は、大手自動車メーカーが 60%、パナソニックが 40%出資している。

(3) 需要者からの競争圧力

ユーザー（自動車メーカー）間の競争は活発であり、過去の価格交渉の状況によれば、ユーザーからメーカーへの価格要請は厳しく、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

(4) 独占禁止法上の評価

上記(2)及び(3)の状況にかんがみれば、本件行為により、当事会社の単独行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

(参考) 海外競争当局との連絡調整

本件行為については、公正取引委員会のほか欧州、米国等10か国・地域の競争当局も、同時期に審査を行った。各海外競争当局は、検討対象市場の地理的範囲については各国（欧州においては、欧州経済地域）として画定しているものの、商品分野については共通点も多いことから、公正取引委員会は、審査当初より、当事会社の了解を得て、欧州及び米国の競争当局との連絡調整を行いつつ、審査した。

事例 8 三井住友海上火災保険(株)、あいおい損害保険(株)及びニッセイ同和損害保険(株)による経営統合並びに(株)損害保険ジャパン及び日本興亜損害保険(株)による経営統合

1)

第 1 本件の概要

本件は、損害保険業を営む三井住友海上火災保険株式会社(以下「三井住友」という。)、あいおい損害保険株式会社(以下「あいおい」という。)及びニッセイ同和損害保険株式会社(以下「ニッセイ同和」という。)の3社(以下、3社を総称して「3損保」という。)並びに株式会社損害保険ジャパン(以下「損保ジャパン」という。)及び日本興亜損害保険株式会社(以下「日本興亜」という。)の2社(以下、2社を総称して「2損保」という。)がそれぞれ経営統合するものである^(注2)。関係法条は独占禁止法第10条及び第15条の3である。

第 2 一定の取引分野

3損保間及び2損保間それぞれにおいて競合する7品目のうち、市場規模が大きいなどと考えられる品目は、火災保険、自動車保険及び傷害保険である。

地理的範囲については、各当事会社とも、全国的に事業を展開していることから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

1 火災保険

火災保険とは、火災等による偶然の事故によって保険の対象(補償される建物・家財等)に生じた損害を補償する保険商品であり、「火災保険」を商品範囲として画定した。

2 自動車保険

自動車保険(任意保険)とは、自動車事故によって被保険者に発生し得る賠償責任、被保険者に生じた傷害及び保険の対象である自動車に生じた損害を補償する保険商品であり、「自動車保険」を商品範囲として画定した。

3 傷害保険

傷害保険とは、急激、偶然かつ外来の事故によって被保険者に傷害が生じた損害を補償する保険商品であり、「傷害保険」を商品範囲として画定した。

(注1) これらの経営統合は、それぞれ別々に行われるものであるが、同時期に行われるため、まとめて検討を行った。

(注2) 3損保については、三井住友の親会社である三井住友海上グループホールディングス株式会社が、あいおい及びニッセイ同和を子会社として、経営統合する。2損保については、共同株式移転の方法により共同持株会社を設立して、経営統合する。

第3 本件行為が競争に与える影響

1 火災保険

(1) 市場シェア

平成 19 年度における火災保険の国内市場規模は、元受正味保険料ベースで約 1 兆 2000 億円である。

本件行為により、3 損保の合算市場シェア・順位は約 35%・第 1 位、2 損保の合算市場シェア・順位は約 25%・第 3 位となる。また、本件行為後の H H I は約 2,500、3 損保の H H I の増分は約 600、2 損保の H H I の増分は約 300 であり、いずれも水型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

なお、3 損保及び 2 損保は、同日付けで経営統合を行うことを計画していたことから、3 損保の H H I の増分は、2 損保が経営統合を行ったと仮定して計算し、2 損保の H H I の増分は、3 損保が経営統合を行ったと仮定して計算している（下記 2 (1) 及び 3 (1) においても同様。）。

順位	会社名	シェア
1	A社	約 25%
2	三井住友 (X)	約 20%
3	損保ジャパン (Y)	約 15%
4	日本興亜 (Y)	約 10%
5	あいおい (X)	約 10%
6	ニッセイ同和 (X)	約 5%
7	B社	約 5%
8	C社	0-5%
9	D社	0-5%
10	E社	0-5%
(1)	3 損保合算 (X 合算)	約 35%
(3)	2 損保合算 (Y 合算)	約 25%
	合計	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが 10%を超える有力な競争事業者が存在するほか、3 損保及び 2 損保が相互に有力な競争事業者となる。

(3) 参入

損害保険会社が新たな保険商品の販売を行うためには内閣総理大臣の認可が必要

であるが、かかる認可取得に要する期間は通常 90 日間と比較的短期間である。新規参入のためには一定程度のコストを要するが、火災保険の市場規模は大きいことから、火災保険市場に参入する誘因は大きく、近年、国内外の損害保険会社が火災保険市場に新規参入した事例が存在する。

したがって、参入圧力が一定程度存在すると認められる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

火災保険と類似する効用等を有する商品として、共済団体の組合員向けの火災共済があるが、火災共済は原則として個人を対象とした商品であることから、個人を契約者とする火災保険に対して隣接市場を形成していると考えられる。火災保険契約のうち相当程度の割合を個人向け商品が占めているが、火災共済の市場規模は、火災保険の個人向け商品の市場規模より大きい。

したがって、隣接市場からの競争圧力が存在すると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

火災保険は、保険料・補償内容などについて、各損害保険会社間で大きな差はなく、火災保険のユーザーが契約する損害保険会社を切り替えるコストは小さい。したがって、火災保険のユーザーが契約する損害保険会社を切り替えることは容易であると考えられる。

したがって、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

(6) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(5)までの状況にかんがみれば、本件行為により、3損保若しくは2損保の単独行動又は3損保、2損保及び他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

2 自動車保険

(1) 市場シェア

平成 19 年度における自動車保険の国内市場規模は、元受正味保険料ベースで約 3 兆 6000 億円である。

本件行為により、3損保の合算市場シェア・順位は約 35%・第 1 位、2損保の合算市場シェア・順位は約 30%・第 2 位となる。また、本件行為後の HHI は約 2,600、3損保の HHI の増分は約 700、2損保の HHI の増分は約 300 であり、いずれも水型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	F社	約25%
2	損保ジャパン（Y）	約20%
3	三井住友（X）	約15%
4	あいおい（X）	約10%
5	日本興亜（Y）	約10%
6	G社	約5%
7	ニッセイ同和（X）	約5%
8	H社	0-5%
9	I社	0-5%
10	J社	0-5%
(1)	3損保合算（X合算）	約35%
(2)	2損保合算（Y合算）	約30%
	全体	100%

（出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成）

（2）競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が存在するほか、3損保及び2損保が相互に有力な競争事業者となる。

（3）参入

火災保険と同様に、新たな保険商品の販売に係る認可に要する期間は比較的短期間である。新規参入のためには相当程度のコストを要するが、自動車保険の市場規模は大きいことから、自動車保険市場に参入する誘因は大きく、近年、異業種からの参入を含め、自動車保険市場に新規参入した事例が存在する。

したがって、参入圧力が一定程度存在すると認められる。

（4）隣接市場からの競争圧力

自動車保険と類似する効用等を有する商品として、共済団体の組合員向けの自動車共済があるが、自動車共済は原則として個人を対象とした商品であることから、個人を契約者とする自動車保険に対して隣接市場を形成していると考えられる。自動車保険契約のうち相当程度の割合を個人向け商品が占めているが、自動車共済の市場規模は、自動車保険の個人向け商品の市場規模の一定割合に相当する。

したがって、隣接市場からの競争圧力が存在すると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

自動車保険についても、火災保険と同様、自動車保険のユーザーが契約する損害保険会社を切り替えることは容易であると考えられる。

したがって、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

(6) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(5)までの状況にかんがみれば、本件行為により、3損保若しくは2損保の単独行動又は3損保、2損保及び他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

3 傷害保険

(1) 市場シェア

平成19年度における傷害保険の国内市場規模は、元受正味保険料ベースで約8000億円である。

本件行為により、3損保の合算市場シェア・順位は約30%・第1位、2損保の合算市場シェア・順位は約25%・第2位となる。また、本件行為後のHHIは約2,000、2損保のHHIの増分は約200であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当するが、3損保のHHIの増分は約400であり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

順位	会社名	シェア
1	K社	約20%
2	三井住友(X)	約20%
3	損保ジャパン(Y)	約20%
4	日本興亜(Y)	約5%
5	あいおい(X)	約5%
6	L社	約5%
7	ニッセイ同和(X)	約5%
8	M社	約5%
9	N社	0-5%
10	O社	0-5%
(1)	3損保合算(X合算)	約30%
(2)	2損保合算(Y合算)	約25%
	全体	100%

(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(2) 競争事業者の状況

市場シェアが10%を超える有力な競争事業者が存在するほか、3損保及び2損保が相互に有力な競争事業者となる。

(3) 参入

火災保険と同様に、新たな保険商品の販売に係る認可に要する期間は比較的短期間である。新規参入のためには一定程度のコストを要するが、傷害保険の市場規模は大きいこと等から、傷害保険市場に参入する誘因は大きく、近年、国内外の損害保険会社や異業種からの参入など、傷害保険市場に新規参入した事例が存在する。

したがって、参入圧力が一定程度存在すると認められる。

(4) 隣接市場からの競争圧力

傷害保険と類似する効用等を有する商品として、共済団体の組合員向けの傷害共済があるが、傷害共済は原則として個人を対象とした商品であることから、個人を契約者とする傷害保険に対して隣接市場を形成していると考えられる。傷害保険契約のうち一定程度の割合を個人向け商品が占めているが、傷害共済の市場規模は、傷害保険の個人向け商品の市場規模の一定割合に相当する。

したがって、隣接市場からの競争圧力が存在すると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

傷害保険についても、火災保険と同様、傷害保険のユーザーが契約する損害保険会社を切り替えることは容易であると考えられる。

したがって、需要者からの競争圧力が存在すると認められる。

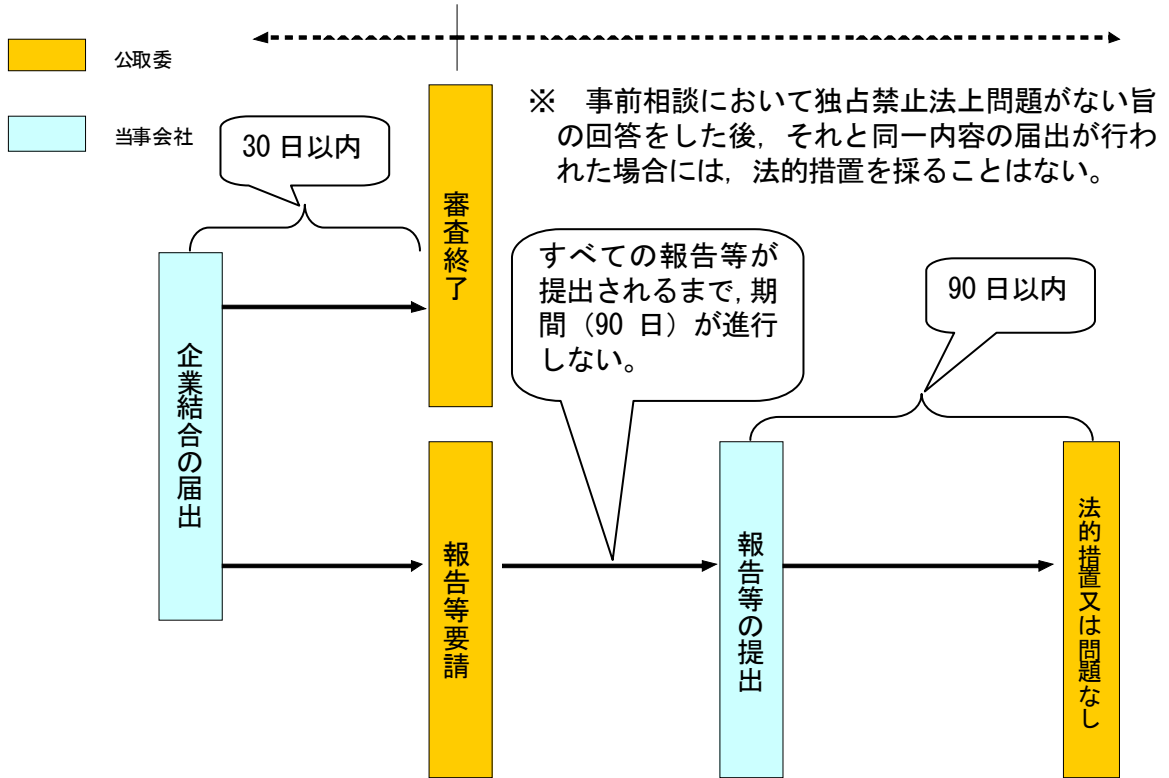
(6) 独占禁止法上の評価

上記(2)から(5)までの状況にかんがみれば、本件行為により、3損保の単独行動又は3損保、2損保及び他の競争事業者との協調的行動によって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 結論

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

企業結合に係る独占禁止法上の届出制度



平成 21 年度における合併、分割、共同株式移転、事業譲受け等の届出受理件数
及び株式所有報告書の提出件数

平成 21 年度における届出受理等の総件数は 985 件（対前年度比 2.3%減）となっており、その内訳は、合併に係る届出が 48 件、分割に係る届出が 15 件、共同株式移転に係る届出が 3 件、事業譲受け等に係る届出が 79 件、株式所有に係る報告等が 840 件であった。これらのうち、外国会社からの届出又は報告に係るものは、事業譲受け等が 1 件、株式所有が 59 件であった（過去 3 年間の推移は下表のとおり。）。

（注）合併、分割、事業譲受け等に係る届出及び株式所有に係る報告等は、いずれも一定規模を超える会社が当該行為を行う場合に義務付けられている（例えば、国内会社同士の合併については当事会社の中に総資産合計額が 100 億円を超える会社と総資産合計額が 10 億円を超える会社が含まれている場合。）。

合併、分割、共同株式移転、事業譲受け等の届出受理件数及び株式所有報告書の提出件数

	平成 19 年度	平成 20 年度	平成 21 年度
合併届出件数	76 件(100)	69 件(91)	48 件(63)
分割届出件数	33 件(100)	21 件(64)	15 件(45)
共同株式移転届出件数	-	-	3 件(-)
事業譲受け等届出件数	123 件(100)	89 件(72)	79 件(64)
株式所有報告書提出件数	1,052 件(100)	829 件(79)	840 件(80)
合 計	1,284 件(100)	1,008 件(79)	985 件(77)

（注 1）カッコ内は、平成 19 年度を 100 とした場合の件数比

（注 2）平成 21 年度の株式所有報告書提出件数（840 件）には、独占禁止法改正法（平成 21 年法律第 51 号）による改正後の独占禁止法の規定に基づく株式取得届出件数（71 件）を含む。

※ 詳細については、公正取引委員会ホームページ(<http://www.jftc.go.jp/ma/4syo.html>)を参照

平成 21 年度の企業結合審査の実績について

平成 21 年度の主要な企業結合事例として公表した事例のほかに、「企業結合計画に関する事前相談に対する対応方針」に基づき、平成 21 年度中に公正取引委員会が当事会社に回答を行った事例すべても対象に加え、審査の対象として画定した取引分野と、そのうち問題解消措置が講じられたものについて、それぞれ当事会社グループの企業結合後の HHI 及び企業結合による HHI の増分がどのような水準に該当したものであったかを示すと、以下のとおりである。

(注 1) 当事会社グループの企業結合による HHI 等の数値は、資料等から判明する範囲で数値を計算したものであり、数値が計算できないものについては含まれていない。

(注 2) 表中、HHI は当事会社グループの企業結合後の HHI、 Δ HHI は当事会社グループの企業結合による HHI の増分を示している。

(注 3) 平成 21 年度に公正取引委員会が独占禁止法上の問題の有無について回答し、容認した企業結合案件は、24 件である（うち 4 件は問題解消措置を前提に容認。）。

<HHI・ Δ HHI>

(単位：分野)

HHI Δ HHI	1,500 以下		1,500 超 2,500 以下		2,500 超		合計	
	全分野数	問題解消措置分野数	全分野数	問題解消措置分野数	全分野数	問題解消措置分野数	全分野数	問題解消措置分野数
150 以下	25	0	22	0	22	0	69	0
150 超 250 以下	5	0	10	0	7	0	22	0
250 超	8	0	28	0	47	4	83	4
合計	38	0	60	0	76	4	174	4