

事例7 いすゞ自動車㈱によるUDトラックス㈱の株式取得

第1 当事会社

いすゞ自動車株式会社（法人番号 5010701000904）（以下「いすゞ」という。）及びUDトラックス株式会社（法人番号 8030001043599）（以下「UD」という。）は、いずれもトラックの製造販売業を営む会社である。

以下、いすゞと既に結合関係が形成されている企業の集団を「いすゞグループ」、UDと既に結合関係が形成されている企業の集団を「UDグループ」、いすゞグループとUDグループを併せて「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、いすゞがUDの株式に係る議決権の全部を取得すること（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。

なお、当事会社グループが製造販売する商品等の中で競合又は取引関係にあるものは多数存在するところ、これらについて検討したもののうち、以下は、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた大型トラック及び中型トラックの製造販売業について詳述したものである。

第3 一定の取引分野

1 商品範囲

(1) 乗用車と商用車の代替性

自動車は、用途によって分類すると、乗用目的の乗用車と貨物の輸送目的のトラック等の商用車に大きく分けられるところ、貨物等の輸送のために商用車を購入する需要者が、商用車に代えて乗用車を用いることはできず、また、乗用目的で自動車を購入する需要者が商用車を購入することは一般的ではないことから、需要の代替性は認められない。

また、乗用車と商用車では、車体構造やその製造に必要な技術等に違いがあり、商用車の一部の小型の車種を除けば、メーカーの顔ぶれも異なっており、供給の代替性も認められない。

(2) 各種トラックの代替性

トラックメーカーは、貨物積載量や車体の大きさの異なる様々な種類のトラックを販売しているが、それらは大型トラック（最大積載量がおおむね6トン以上）、中型トラック（最大積載量がおおむね4トン以上6トン未満）及び小型トラック（最大積載量がおおむね4トン未満）の3つの区

分に大別される。

需要者は、各種のトラックの中から自らの輸送ニーズに応じたものを選択して調達している。貨物積載量に違いがあっても、その差が小さければ代替的に利用することは可能であると考えられるが、区分が異なると最大積載量が相当程度異なり、対応する輸送ニーズも異なる。また、区分が異なると、車体の大きさが異なることから、車両の取り回しやすさに影響するほか、価格帯や燃費等にも大きな違いが認められる。これらの違いは需要者の商品選択に影響することから、区分が異なるトラック間の需要の代替性は限定的と考えられる。

一方、大型トラックと中型トラックは同一の製造ラインで製造されている場合もあることなどから、供給の代替性が一定程度認められると考えられるが、当事会社グループ間の競争の状況をより慎重に検討する観点から、「大型トラック」と「中型トラック」を分けて商品範囲を画定した。

また、トラックメーカーは、シャシ部分と荷台部分が一体となっている一般的な「トラック」以外に、シャシ部分と自走できない荷台部分（トレーラー）を切り離すことができる「トラクタ」も製造している。トラクタは、大型トラックでも運べない重量物の輸送が可能であるほか、海上コンテナ等をトレーラーに乗せて連結することにより、貨物を積み替えることなく輸送できるといった特徴があり、大型貨物や大量輸送を行う場合に使用されることが多い。このため、トラクタの貨物積載量は、上記3区分の大型トラックに相当するものがほとんどである。したがって、トラックとトラクタの代替性について検討すると、トラクタは、トラックでは対応が難しい重量物や海上コンテナ等の輸送に用いられることからすれば、トラクタとトラックの間の需要の代替性は限定的と考えられる。他方で、トラックとトラクタは、車体の長さやトレーラーを連結するため牽引装置が装着されている点で異なるだけで、車両としての構造は大きく変わらず、トラックメーカーは、大型トラックと同一ラインでトラクタを製造している。このため、大型トラックとトラクタの間には、供給の代替性を認めることができることから、大型トラックと併せて商品範囲を画定することが適当である。

以上のことから、大型トラックとトラクタを併せた「大型トラック」及び「中型トラック」を商品範囲として画定した。

2 地理的範囲

トラックは、トラックの販売会社の全国各地の営業所等を通じて需要者に販売されているため、需要者はトラックメーカーの製造拠点の所在地が

どこであるかを問わず、トラックを選定することが可能であり、トラックメーカー間の競争は地域を限定することなく、全国の需要者を対象に行われている。

以上のことから、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第4 本件行為が競争に与える影響

本件行為は、いすゞグループ及びUDグループがいずれも「大型トラック」を製造販売及び「中型トラック」を販売していることから、水平型企業結合に該当する。

1 大型トラック

(1) 単独行動による競争の実質的制限

ア 当事会社の地位

大型トラックの市場シェアは下表のとおりであり、本件行為後のHHIは約3,600、HHIの増分は約900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。

【令和元年度における大型トラックの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約35%
2	いすゞグループ	約25%
3	B社	約20%
4	UDグループ	約15%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約40%・第1位		

イ 競争事業者の状況

トラックの市場においては、近年、自動運転技術などの研究・開発が活発化しており、このような状況に対応するために、業務提携、資本提携などを通じて、国際的にも系列化が進んでいる。

本件行為後の当事会社グループの市場シェアは約40%となるが、有力な競争事業者として約35%の市場シェアを有するA社及び約20%の市場シェアを有するB社が存在する。競争事業者からのヒアリングによれば、競争事業者の生産能力は、現在の生産数量を上回る水準と認められる。加えて、業界団体の需要予測によれば、国内トラック市場の需要は、2025年度には減少すると予想されていることから、今後、ト

トラックメーカーの供給余力は更に拡大することが見込まれる。

このように、競争事業者は、需要者による購入先の振替に対応できる供給余力を有していることからすれば、当事会社の価格引上げに対する牽制力を有していると認められる。

また、平成26年度からの大型トラックの市場シェアの推移をみると、A社の市場シェアは5%程度増加している一方で、いすゞグループ、UDグループ及びB社の市場シェアはいずれも1~数%減少しており、このようなシェア推移からは、いすゞグループとUDグループの間よりも、A社といすゞグループ（又はUDグループ、B社）の間の競争の方が相対的に活発に行われてきたことがうかがわれる。

以上のことから、競争事業者からの競争圧力が認められる。

ウ 需要者からの競争圧力

大型トラックの主な需要者である運送会社等は、大型トラックを事業用途で用いる関係上、調達コストをできるだけ抑えることを重視している。大型トラックは運航距離が長くなる傾向があるため、積載能力や取り回し性、燃費等も重要な要素ではあるが、既に一定の技術水準に達しているトラックメーカー間において、この点で大きな差別化を図ることは難しい。また、乗用車の場合、デザイン性や車両コンセプトなども需要者（一般消費者）が車両を選定する際の大きな考慮要素になっていると考えられるが、実用性が重視される大型トラックの場合、デザイン性が影響する度合いは小さい。

このため、需要者の価格に対する要求は高い。届出会社によると、大型トラックの購入に当たり、需要者のほとんどは複数のトラックメーカーからの見積り合わせ等の方法で大型トラックを購入しており、特に大手運送会社や工事車両等の大手レンタル業者等の大口需要者の場合、数十から百数十台単位の取引となるため、受注獲得のために需要者からの値下げ要求に応じているとのことである。大型トラックの需要者（当事会社グループの上位取引先）からのヒアリングにおいても、需要者が、大型トラックの購入に当たり、複数のトラックメーカーからの見積り合わせ等を行い、さらに、競合トラックメーカーの価格や過去の納入価格を材料に価格交渉を行って一層の価格引下げを図っている実態が認められた。また、大型トラックの需要者（当事会社グループの上位取引先）に対するヒアリングにおいて、本件行為について競争上の懸念を指摘する意見は聞かれなかった。これらの事実によれば、当事会社を含むトラックメーカーに対して、需要者から強い値下げ圧力がかかっていると認

められる。また、前記イのとおり、大型トラックの需要は今後減少することが予測されており、トラックメーカーにおいては、販売台数を維持するために価格競争で需要者との取引を巡る競争を行うインセンティブが、これまでよりも強く働くものと考えられる。以上のことから、需要者からの競争圧力が認められる。

エ 小括

以上のとおり、競争事業者からの競争圧力及び需要者からの競争圧力が認められることから、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。

(2) 協調的行動による競争の実質的制限

当事会社グループを含むトラックメーカー各社には十分な供給余力があり、受注量を増やして売上げを拡大するインセンティブを有していることに加え、需要者は相見積りを取った上で、見積価格を基に価格の引下げ交渉を行って、その結果により購入先を選定するなどしており、需要者からの競争圧力が働いていることから、他の事業者との協調的行動により、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考えられる。

2 中型トラック

(1) 単独行動による競争の実質的制限

ア 当事会社の地位

中型トラックの市場シェアは下表のとおりであり、本件行為後のHHIは約4,000、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。

【令和元年度における中型トラックの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	いすゞグループ	約45%
2	C社	約40%
3	D社	約15%
4	UDグループ	0-5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約45%・第1位		

しかしながら、UDグループの市場シェアは0-5%にすぎず、また、UDグループの市場シェアは減少傾向にある。

イ 競争事業者の状況

本件行為後の当事会社グループの市場シェアは約45%となるが、有力な競争事業者として約40%の市場シェアを有するC社及び約15%の市場シェアを有するD社が存在する。また、競争事業者からのヒアリングによれば、競争事業者の生産能力は、現在の生産数量を上回る水準と認められる。加えて、前記1(1)イのとおり、今後、トラックメーカーの供給余力は更に拡大することが見込まれる。

このように、競争事業者は、需要者による購入先の振替に対応できる供給余力を有していることからすれば、当事会社の価格引上げに対する牽制力を有していると認められる。

以上のことから、競争事業者からの競争圧力が認められる。

ウ 需要者からの競争圧力

前記1(1)ウと同様である。

エ 小括

前記アのとおり本件による市場シェアの増分は僅かであるほか、競争事業者からの競争圧力及び需要者からの競争圧力が認められることから、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。

(2) 協調的行動による競争の実質的制限

前記(1)アのとおり本件による市場シェアの増分は僅かであるほか、当事会社グループを含むトラックメーカー各社には十分な供給余力があり、受注量を増やして売上げを拡大するインセンティブを有している。また、需要者は相見積りによる見積価格を基に価格の引下げ交渉を行い、その結果購入先を選定するなどしており、需要者からの競争圧力が働いている。

したがって、他の事業者との協調的行動により、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考えられる。

第5 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。