

## 事例7 (株)ゼンリン及び(株)アイシンによる(株)トヨタマップマスターの株式取得

### 第1 当事会社

株式会社ゼンリン（法人番号5290801002046）（以下「ゼンリン」という。）は、主に住宅地図帳等の各種地図や地図データベースの提供事業を営む会社である。

株式会社アイシン（法人番号6180301013611）（以下「アイシン」という。）は、主に自動車部品の製造、カーナビゲーションシステム（以下「カーナビ」という。）用のソフトウェアの開発・提供事業を営む会社である。

株式会社トヨタマップマスター（法人番号4180001047184）（以下「トヨタマップマスター」という。）は、主にカーナビ向け地図データや関連地図データの企画・調査・制作・販売事業を営む会社である。

トヨタ自動車株式会社（法人番号1180301018771）（以下「トヨタ自動車」という。）は主に自動車の製造販売事業を営む会社である。

以下、下表の左欄の用語は右欄のとおり記載する。

左欄	右欄
ゼンリンを最終親会社として既に結合関係が形成されている企業の集団	ゼンリングループ
アイシンを親会社として既に結合関係が形成されている企業の集団	アイシングループ
トヨタ自動車を最終親会社として既に結合関係が形成されている企業の集団（トヨタマップマスター及びアイシングループを含む。）	トヨタグループ
ゼンリングループ及びトヨタグループを併せた企業の集団	当事会社グループ
カーナビ用の地図データベース（詳細は後記第4の1(1)イ(ア)参照）	カーナビDB
スマートフォン用の地図アプリケーション（以下「地図アプリ」という。）及びインターネット上で提供される地図閲覧サービス（以下「ウェブ地図サービス」という。）用の地図データベース（詳細は後記第4の1(1)イ(イ)参照）	ネットDB
カーナビ用のソフトウェア（詳細は後記第4の1(2)参照）	カーナビソフト

### 第2 本件の概要及び関係法条

本件は、ゼンリン及びアイシンが、トヨタマップマスターの株式に係る議決権の20%を超えて取得することを計画したものである（以下、両社の株式取得行

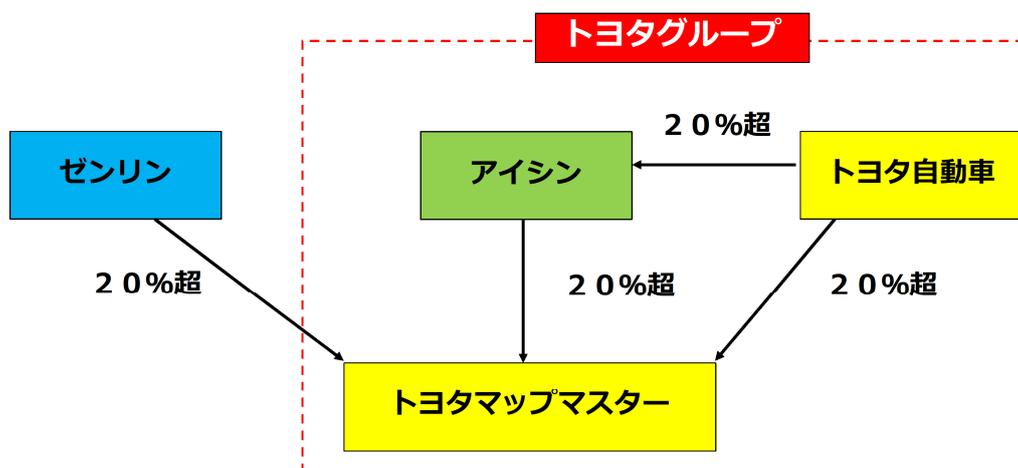
為を併せて「本件行為」という。)

本件行為後において、ゼンリン、アイシン及びトヨタ自動車が、トヨタマップマスターの議決権を20%超保有することとなるなどの事情を踏まえて、企業結合ガイドライン第1の1(1)アないしウに照らすと、ゼンリングroup、アイシングループ及びトヨタ自動車とトヨタマップマスターとの間の結合関係並びにトヨタマップマスターを通じたゼンリングroupとトヨタグループ(トヨタマップマスターを除く。)との間の間接的な結合関係が、それぞれ形成・維持・強化される<sup>1</sup>と考えられることから、公正取引委員会は、当該結合関係を企業結合審査の対象とした(本件行為後の当事会社グループの主な資本関係は図1のとおり。)

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営む事業の間で競争関係又は取引関係にあるものは複数存在するところ、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カーナビDB事業及びネットDB事業における水平型企业結合並びにカーナビDB事業を川上市場、カーナビソフト事業を川下市場とする垂直型企业結合の検討結果について詳述したものである。

【図1】本件行為後の当事会社グループの主な資本関係



### 第3 一定の取引分野

#### 1 商品の概要等

##### (1) 地図データベースの概要等

地図データベースが作成される手順は、おおむね次のとおりである。

<sup>1</sup> 本件行為前において、トヨタマップマスターはトヨタ自動車の子会社(独占禁止法第10条第6項において規定している「子会社」をいう。以下この脚注において同じ。)であるが、アイシンはトヨタ自動車の子会社ではないことから、アイシンとトヨタマップマスターは、トヨタ自動車を最終親会社とした同一の企業結合集団(独占禁止法第10条第2項において規定している「企業結合集団」をいう。以下この脚注において同じ。)に属する会社ではない。したがって、「株式所有会社と株式発行会社が同一の企業結合集団に属する場合」には「通常、企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられる」としている企業結合ガイドライン第1の1(4)イに該当しないため、公正取引委員会は、アイシンによるトヨタマップマスターの株式取得も企業結合審査の対象とした。

まず、国土地理院や地方自治体が測量を実施することによって、海岸線、公共施設の境界線、標高点、建築物の外周線等が記載された「基盤地図」が作成されている。

次に、地図データベースの作成・販売事業者(以下「地図ベンダー」という。)は、基盤地図に、自社で現地調査や高精度計測に基づく調査を実施して収集した用途に応じた情報(コンテンツ)を付加して地図データを作成している。

また、地図ベンダーは、道路や市街地の地図データといった複数種類の地図データの集合体の編集、検索ツールの付加等を行い、地図データベースを作成し、販売している。

地図データベースは、「住宅地図データベース」、「ナビゲーション向け地図データベース」及び「高精度3次元地図データベース」の3種類に大別されるところ、その概要は以下のとおりである。

#### **ア 住宅地図データベース**

住宅地図データベースは、地方自治体や企業などに対して販売されている住宅地図帳の電子版であり、居住者名、建物名称、テナント情報、住所等の情報が付加されている。

#### **イ ナビゲーション向け地図データベース**

ナビゲーション向け地図データベースは、交通規制、道路種別、道路幅員、道路標識位置、信号機位置、施設等の情報が付加された地図データベースである。ナビゲーション向け地図データベースは、カーナビソフト、地図アプリ、ウェブ地図サービス等に用いられている。

本件対象商品であるカーナビDBとネットDBは、いずれもナビゲーション向け地図データベースの一種であり、ベースとなる地図データは共通している。しかし、両者は付加される情報が異なっており、例えば、カーナビDBには踏切、料金所、駐車場といった自動車の運転で必要とされる情報が、ネットDBには歩行や公共交通機関での移動を支援するための情報が付加されている。

#### **(7) カーナビDB**

カーナビDBは、カーナビソフトメーカーに対して販売されている。

カーナビソフトメーカーは、カーナビDBを用いてカーナビソフトを作成してカーナビメーカーに販売し、カーナビメーカーは、カーナビソフトを搭載したカーナビを製造している。

#### **(イ) ネットDB**

ネットDBは、地図アプリメーカーやウェブ地図サービスの運営事業者

に対して販売されている。

地図アプリメーカーやウェブ地図サービスの運営事業者は、ネットDBを用いた地図アプリやウェブ地図サービスを、消費者や企業などに対して販売・提供している。

#### ウ 高精度3次元地図データベース（HDマップ）

高精度3次元地図データベース（以下「HDマップ」という。）は、実在地物（標識、区画線等の実在する物）と仮想地物（車線中心線等の実在しない物）が付加された地図データであり、主に自動車メーカーに対して販売されている。

HDマップを用いると自動車の位置を車線レベルで特定できることから、HDマップは専ら自動車の運転支援システム及び自動運転システムに用いられている。

#### (2) カーナビソフト

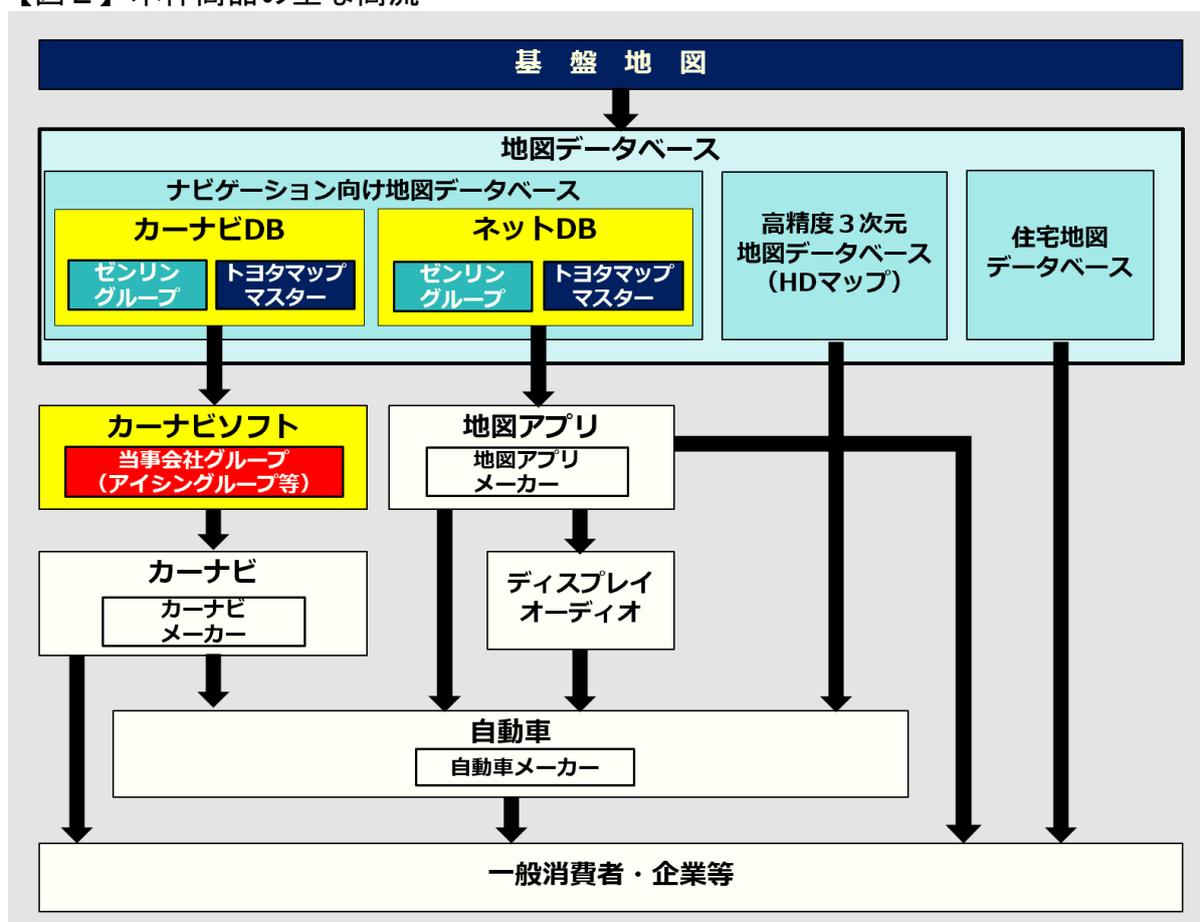
カーナビソフトは、自動車に搭載するカーナビ（以下「車載用カーナビ」という。）及び持ち運び可能なカーナビ（以下「ポータブルカーナビ」という。）に搭載されるソフトウェアであり、カーナビソフトメーカーからカーナビメーカーを通じて自動車メーカー及び消費者に販売されている。

なお、車載用カーナビは、メーカーオプション（自動車の製造段階で搭載されるもの）、ディーラーオプション（自動車の購入時に搭載オプションとして選択されるもの）及び市販品（自動車用品店で消費者に販売されるもの）に分類される。

#### (3) ディスプレイオーディオ

ディスプレイオーディオは、スマートフォン用のアプリケーションを操作できるカーオーディオである。自動車の利用者は、ディスプレイオーディオに普段使用しているスマートフォンを接続することで、スマートフォンにインストールされているアプリケーション（カーナビアプリケーションや地図アプリなど）をディスプレイオーディオ上で使えるようになる。

【図2】本件商品の主な商流



## 2 商品範囲

### (1) 地図データベース

#### ア 地図データベースの種類間の代替性

前記1(1)のとおり、地図データベースには住宅地図データベース、ナビゲーション向け地図データベース及びHDマップがあるところ、各データベースでは付加される情報の種類が異なるため、需要者にとっての効用は異なる。したがって、地図データベースの種類間には需要の代替性が認められない。

次に、各地図データベースは、基盤地図が用いられることは共通しているが、地図データベースの種類によって付加される情報・機能が異なることから、地図データベースの作成工程が異なるため、ある地図データベースを作成していれば別の地図データベースが容易に作成できるということにはならない。したがって、地図データベースの種類間には供給の代替性が認められない。

#### イ カーナビDBとネットDBとの間の代替性

ナビゲーション向け地図データベースの一種であるカーナビDBとネット

トDBは、地図データが共通しているものの、前記1(1)イのとおり、用途に応じて付加される情報が異なっている。また、需要者に対するヒアリングの結果によれば、両DBを代替して使用することは不可能ではないものの、提供しているカーナビソフト等のサービスレベルの維持まで考えると容易に代替することができず、切替えには数年程度要することもあるとのことであった。したがって、カーナビDBとネットDBとの間には需要の代替性が認められない。

次に、カーナビDBとネットDBは、付加される情報・機能が異なることから、地図データベースの作成工程が異なるため、一方を作成していれば他方を容易に作成できるということにはならない。したがって、カーナビDBとネットDBとの間には供給の代替性が認められない。

## ウ 小括

以上から、本件では、「住宅地図データベース」、「カーナビDB」、「ネットDB」及び「HDマップ」を商品範囲として画定した。

なお、一部の地図アプリメーカーでは、ネットDBのように地図アプリメーカー等が消費者等の需要者に提供するための付加価値を自社で付けなくても、ほぼそのまま消費者等の需要者に提供できる地図アプリ用のデータ（以下「セットマップデータ」という。）を、地図アプリメーカー等に提供している。セットマップデータは、ネットDBの需要者である地図アプリメーカー等においてネットDBに代えて利用されることもあり、ネットDBとの間に需要の代替性が一部あると認められることから、ネットDBと類似の効用等を有する商品として、隣接市場からの競争圧力の評価において考慮した。

## (2) カーナビソフト

カーナビソフトは、カーナビに搭載するために開発されるソフトウェアであり、他のソフトウェアで代用できる性質のものではない。

したがって、本件では、「カーナビソフト」を商品範囲として画定した。

## 3 地理的範囲

前記2記載の各商品は、いずれも国内各地での使用を想定して日本国内で販売されており、地域によって価格や料金体系が異なるという事情はない。また、当該商品の需要者も、基本的に国内各地での使用を想定して、日本国内の供給者から、当該供給者の所在する地域を問わず購入していると考えられる。

したがって、本件では、前記2記載の各商品の地理的範囲は、全て「日本全国」として画定した。

## 第4 本件行為が競争に与える影響

### 1 水平型企業結合

#### (1) 水平型企業結合①(カーナビDB事業)

##### ア セーフハーバー基準の該当性

カーナビDBの市場シェアは表1のとおりであり、本件行為後のHHIは約3,000、HHIの増分は約2,000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。

したがって、本件行為がカーナビDB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について後記イ及びウで検討する。

【表1】カーナビDBの市場シェア(令和4年度)

順位	会社名	市場シェア
1	ゼンリングroup	約30%
2	トヨタマップマスター	約30%
—	その他	約35%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約65%・第1位		
本件行為後のHHI：約3,000		
HHIの増分：約2,000		

### イ 単独行動による競争の実質的制限

#### (7) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

##### a 市場シェア及びその順位

当事会社グループ以外に競争者は複数存在するが、前記アのとおり本件行為後における当事会社グループの合算市場シェアは約65%(第1位)となり、他の競争者との格差は大きくなる。

##### b 当事会社グループ間の従来競争の状況

カーナビDBの取引実態をみると、例えば、トヨタマップマスターは、ゼンリングroupとは異なり、カーナビDBの多くについてカーナビソフトメーカー及びカーナビメーカーを通じてトヨタグループの自動車メーカーに販売しており、取引関係が固定化している傾向がみられ、必ずしも当事会社グループ相互間の競争が活発に行われていたとは認められなかった。また、需要者に対するヒアリングの結果においても、カーナビDBの需要者がカーナビDBの調達先をゼンリングroupとトヨタマップマスターとの間で頻りに切り替えていた事実は認められなかった。

したがって、本件行為によって当事会社グループ間の競争が失われた

としても、カーナビDBの取引分野における競争に与える影響は大きくないと考えられる。

### c 競争者の供給余力

カーナビDBの取引分野においては、当事会社グループの競争者が複数存在し、当該競争者の合算市場シェアは約35%である。また、カーナビDBは無体物であり、供給に係る限界費用が低いことから、当該競争者は供給量を容易に増やすことが可能と考えられる。

したがって、当事会社グループの競争者は供給余力を有していると認められる。

### (イ) 隣接市場からの競争圧力

近年は、カーナビを利用しなくても、スマートフォンがあれば地図アプリを利用してルートを検索し、目的地に到着することが可能となっている。また、ディスプレイオーディオや車載オペレーティングシステムが搭載された車両（以下「車載ハードウェア」という。）においても、地図アプリを使用できる機能が普及してきている（地図アプリと当該機能を総称して、以下「アプリサービス」という。）。

アプリサービスは自動車の運転者が直接の需要者である一方、カーナビDBはカーナビソフトメーカーが直接の需要者であるため、アプリサービスとカーナビDBは直接的な代替関係にないと考えられる。しかし、近年はポータブルカーナビの需要の減少傾向が顕著であり、消費者によるカーナビから地図アプリへの切替えが進んでいることがうかがわれること及び複数の自動車メーカーがカーナビではなくディスプレイオーディオや車載ハードウェアを採用し始めていることを踏まえると、当事会社グループがカーナビDBの価格を引き上げた場合、カーナビソフト及びカーナビの価格が上昇することにより、カーナビからアプリサービスへの切替えが一層進むことが考えられる。このため、カーナビDB市場からみた川下市場の商品であるカーナビソフト及びカーナビと競争関係にあるアプリサービスは、カーナビDBの価格引上げに対する牽制力になっていると考えられる。

したがって、カーナビDB市場と間接的に隣接するアプリサービス市場からの競争圧力が認められる。

### (ウ) 需要者からの競争圧力

カーナビDBの直接の需要者はカーナビソフトメーカー又はカーナビソフトの作成も行うカーナビメーカーであるが、これらの需要者にとっての主な顧客はカーナビメーカー又は自動車メーカーである。自動車メー

カーを通じて消費者に販売されるカーナビには、ディーラーオプションといった消費者が直接カーナビの価格を見て購入することができる商品があるところ、消費者はディーラーオプションを含む自動車等の購入費用を極力抑えたいと考えるため、カーナビソフトメーカーは、このような消費者の消費行動を踏まえたカーナビメーカーや自動車メーカーから値下げ圧力を受けていると考えられる。実際、需要者に対するヒアリングの結果、カーナビソフトメーカー及びカーナビメーカーは、地図ベンダーとの間で定期的に、自動車メーカーからの値下げ要請を踏まえたカーナビDBの価格交渉を行っていることが認められた。

したがって、当事会社に対して、消費者の消費行動を踏まえた自動車メーカーやカーナビメーカーから、カーナビソフトメーカーを通じて、価格上昇を抑えようとする圧力が働いていると考えられるため、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、本件行為後の当事会社グループの合算市場シェアは約65%となり、競争者とのシェア格差は大きくなるものの、当事会社間の競争が失われることによる影響は必ずしも大きくないと考えられること、当事会社グループの競争者は供給余力を有していること認められること、隣接市場及び需要者からの競争圧力が認められることから、当事会社グループの単独行動により、カーナビDB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認められない。

#### ウ 協調的行動による競争の実質的制限

前記アのとおり、カーナビDBの取引分野は、ゼンリングループ及びトヨタマップマスターがそれぞれ約30%の市場シェアを有するといった、少数の有力な事業者シェアが集中している市場であり、本件行為の結果、競争単位の数が減少するため、当事会社グループと競争者との間で協調的行動が生じるとも考えられる。

しかし、前記イ(イ)及び(ウ)のとおり、隣接市場及び需要者からの競争圧力が認められることから、これらの競争圧力が協調的行動を妨げる要因になると考えられる。

したがって、当事会社グループと競争者の協調的行動により、カーナビDB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認められない。

### (2) 水平型企業結合②(ネットDB事業)

#### ア セーフハーバー基準の該当性

ネットDBの取引分野における当事会社グループの市場シェアは不明で

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ものとして、本件行為がネットDB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について後記イ及びウで検討する。

## イ 単独行動による競争の実質的制限

### (7) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

#### a 市場シェア及びその順位

ネットDBを供給する事業者は複数存在するとされているところ、前記アのとおり、ネットDB市場における当事会社グループの市場シェアは不明である。

#### b 当事会社グループ間の従来競争の状況

需要者に対するヒアリングの結果によると、ネットDBの需要者がネットDBの調達先をゼンリングroupとトヨタマップマスターとの間で頻繁に切り替えていた事実は認められなかった。

この点については、当事会社グループも、ネットDBの需要者がネットDBの調達先をゼンリングroupからトヨタマップマスター（又はその逆）に切り替えたことはないとのことであった。

したがって、本件行為によって当事会社グループ間の競争が失われたとしても、ネットDBの取引分野における競争に与える影響は必ずしも大きくないと考えられる。

#### c 競争者の供給余力

ネットDBは無体物であり、供給に係る限界費用が低いことから、当事会社グループの競争者は供給量を容易に増やすことが可能と考えられる。

したがって、当事会社グループの競争者は供給余力を有していると認められる。

### (イ) 隣接市場からの競争圧力

前記第3の2(1)ウのとおり、セットマップデータは、地図アプリメーカー等の需要者においてネットDBに代えて利用されることがあるため、ネットDBと類似の効用等を有する商品（ネットDB市場に隣接する市場の商品）と考えられる。

このため、仮に、当事会社グループがネットDBの価格を引き上げた場合、地図アプリメーカー等の需要者は調達する商品をネットDBからセットマップデータに切り替える可能性があるため、セットマップデータは、当事会社グループによるネットDBの価格引上げに対する牽制力になっ

ていると考えられる。

したがって、隣接市場からの競争圧力が認められる。

#### (ウ) 需要者からの競争圧力

ネットDBの主な需要者は、地図アプリメーカーやウェブ地図サービスの運営事業者である。一般的に、地図アプリやウェブ地図サービスの運営事業者は、消費者に対して無償で地図アプリ等を提供しているところ、地図アプリメーカーやウェブ地図サービスの運営事業者の中には、事業規模に鑑みると強い価格交渉力を有していると考えられる者が多く存在する。

また、需要者に対するヒアリングでは、需要者からは、仮に、ネットDBの価格が引き上げられた場合、ネットDBの需要者は、ネットDBの価格上昇分を地図アプリの提供に伴うデジタル広告枠<sup>2</sup>の販売価格に転嫁することも考えるが、デジタル広告市場（広告主を需要者とする市場）では多数の有力な競争者が存在することなどから、デジタル広告枠の販売価格を引き上げるのは困難との回答があった。このため、ネットDBの需要者が提供する役務の市場（デジタル広告市場）における競争は活発であると考えられ、上記のとおり、ネットDBの需要者の中には、強い価格交渉力を有していると考えられる者が多く存在することも踏まえれば、このことが当事会社グループに対するネットDBの価格引下げ圧力として機能し得るものと考えられる。

したがって、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、本件行為後の当事会社グループの合算市場シェアは不明であるが、当事会社グループ間の競争が失われることによる影響は大きくないと考えられること、当事会社グループの競争者は供給余力を有していると認められること、隣接市場及び需要者からの競争圧力が認められることから、当事会社グループの単独行動により、ネットDB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認められない。

### ウ 協調的行動による競争の実質的制限

ネットDBは市場シェアが不明であるものの、前記イ(イ)及び(ウ)のとおり、隣接市場及び需要者からの競争圧力が認められることから、これらの競争圧力が当事会社グループと競争者の協調的行動を妨げる要因になると考えられる。

したがって、当事会社グループと競争者の協調的行動により、ネットDB

<sup>2</sup> 無償でインストールできるアプリケーションを実行すると、画面の上下等に広告が表示される場合がある。

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認められない。

## 2 垂直型企业結合（川上市場：カーナビDB事業、川下市場：カーナビソフト事業）

### (1) セーフハーバー基準該当性等

#### ア カーナビDB事業（川上市場）

カーナビDB事業における当事会社グループの合算市場シェアは、前記1(1)アのとおり約65%である。

#### イ カーナビソフト事業（川下市場）

カーナビソフト事業における市場シェアは表2のとおりであり、当事会社グループはアイシングループだけで約30%の市場シェアを有している。

なお、当事会社グループにはアイシングループ以外にもカーナビソフト事業を営む事業者が複数存在するが、当該事業者の市場シェアは不明である。

【表2】カーナビソフトの市場シェア（令和元年度）

順位	会社名	市場シェア
1	アイシングループ	約30%
2	A社	約15%
3	B社	約15%
4	C社	約10%
5	D社	約5%
—	その他 <sup>3</sup>	約25%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約30%以上・第1位		
本件行為後のHHI：不明		
HHI増分：不明		

#### ウ 小括

川上市場及び川下市場いずれにおいても、当事会社グループの市場シェアが10%を超えていることから、本件行為は、垂直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、本件行為が競争を実質的に制限することとなるかについて後記(2)及び(3)で検討する。

<sup>3</sup> アイシングループを除く当事会社グループの事業者の市場シェアを含む。

## (2) 単独行動による競争の実質的制限

### ア 投入物閉鎖

ゼンリングroup及びトヨタマップマスターは、前記1(1)アのとおり、本件行為後のカーナビDBの取引分野における合算市場シェアが約65% (第1位)となり、当事会社グループの競争者との格差は大きくなる。また、需要者に対するヒアリングでは、需要者からは、カーナビDBの需要者は、カーナビDBの調達先を切り替えるには数年程度の時間と相応の開発費用を要することもあるとの回答があった。

したがって、当事会社グループによる供給拒否等が行われた場合、カーナビソフトメーカー等にとって他の調達先からカーナビDBを調達することは容易ではないと考えられることから、当事会社グループには投入物閉鎖を行う能力があると考えられる。

しかし、仮に、当事会社グループが投入物閉鎖を行い、カーナビソフト市場における市場シェアを拡大させることができたとしても、カーナビから隣接市場であるアプリサービスへの切替えの動き(前記1(1)イ(イ))が競争圧力として働くため、当事会社グループによるカーナビソフトの価格引上げ等を妨げる要因となると考えられる。

したがって、本件行為により、川下市場の競争を実質的に制限することとなるとは考えられない。

### イ 顧客閉鎖

前記(1)イのとおり、当事会社グループは、アイシングループだけでもカーナビソフト市場において約30%の市場シェアを有するが、当事会社グループ以外にも市場シェア約10~約15%を有する事業者が複数存在する。このため、カーナビDBの当事会社の競争者は、容易に他のカーナビソフトメーカーに販売先を切り替えることができると考えられることから、当事会社グループには顧客閉鎖を行う能力がないと考えられる。

したがって、本件行為により、当事会社グループがカーナビソフトの顧客閉鎖を行うことによる市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

## (3) 協調的行動による競争の実質的制限

### ア 川上市場における協調的行動の容易性

本件行為を契機に、ゼンリングroup及びトヨタマップマスターは、アイシングループ等の当事会社グループを通じて、他の地図ベンダーが供給するカーナビDBの価格等、競争上重要な秘密情報を入手することが可能となることで、当事会社グループの競争者の行動を予測することが容易になり、地図ベンダー間で協調的な行動を採る可能性が高くなることが考えられる。

しかし、カーナビDB市場においては、前記1(1)イ(イ)及び(ウ)のとおり、

隣接市場及び需要者からの競争圧力が働くと考えられることから、地図ベンダー間で協調的な行動を採る可能性は低いと考えられる。

#### イ 川下市場における協調的行動の容易性

アイシングループ等の当事会社グループは、ゼンリングroup及びトヨタマップマスターを通じて、他のカーナビソフトメーカーが供給するカーナビソフトの価格等、競争上重要な秘密情報を入手することが可能となることで、当事会社グループの競争者の行動を予測することが容易になり、カーナビソフトメーカー間で協調的な行動を採る可能性が高くなることが考えられる。

しかし、カーナビソフト市場においては、前記(1)イのとおり、当事会社グループ以外にも約10～約15%の市場シェアを有する事業者が複数存在すること、カーナビソフト市場においてもカーナビDB市場と同様に、隣接市場及び需要者からの競争圧力が働くと考えられることから、カーナビソフトメーカー間で協調的な行動を採る可能性は低いと考えられる。

#### ウ 小括

以上のことから、当事会社グループと競争者との協調的行動により、川上市場及び川下市場の競争を実質的に制限することとなるとは認められない。

### 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なるとは認められないと判断した。