

事例10 (株)MPDによるカルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)のフランチャイズチェーンの本部事業の吸収分割

第1 当事会社

株式会社MPD¹ (法人番号4010001098525) (以下「MPD」という。)は、日販グループホールディングス株式会社(法人番号2010001033269) (以下「日販グループHD」という。)及びカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社(法人番号2120001077107) (以下「CCC」という。)の共同出資会社であり、主に、TSUTAYAチェーン²と称する書店のフランチャイズチェーン(以下「本件FC」という。)の加盟者に対し、商材を供給する卸売業を営む会社である。また、CCCは、主に本件FCの本部事業(以下「本件対象事業」という。)を営む会社である。

以下では、MPDの最終親会社である日販グループHDと既に結合関係が形成されている企業の集団を「日販グループ」という。

第2 本件の概要及び関係法条

本件は、CCCが営む本件対象事業を、MPDが吸収分割の方法により承継すること(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2である。

なお、日販グループが営む事業と本件対象事業と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書店業における水平型企业結合の検討結果について詳述したものである。

第3 フランチャイズ・システムの特徴及び本件審査での考え方

日販グループは書店業を営んでおり、日販グループの一部店舗は本件FCに加盟している。本件対象事業は、本件FCの本部事業であることから、本件行為が競争に与える影響をどのように検討すべきかを特定するため、フランチャイズ・システムの特徴を含め、以下のとおり整理した。

1 フランチャイズ・システムの特徴

フランチャイズ・システムは、一般的には、本部が加盟者に対して、特定の商標、商号等を使用する権利を与えるとともに、加盟者の物品販売、サービス提供その他の事業・経営について、統一的な方法で統制、指導、援助を行い、これらの対価として加盟者が本部に金銭を支払う事業形態であるとされている。また、

¹ 株式会社MPDは、令和5年10月1日に「カルチュア・エクスペリエンス株式会社」に商号変更を行った。

² TSUTAYAチェーンの店舗は、「TSUTAYA」、「蔦屋書店」又は「草叢BOOKS」の屋号を掲げている。

フランチャイズ・システムにおいては、本部と加盟者がいわゆるフランチャイズ契約を締結し、この契約に基づいて、本部と各加盟者があたかも通常の企業における本店と支店であるかのような外観を呈して事業を行っているものが多いが、加盟者は法律적으로는本部から独立した事業者である³⁾。

上記のとおり、加盟者は本部から独立した事業者であるものの、過去の企業結合審査においては、本部は、消費者の信頼を得るためには店舗間のサービス等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の遵守を加盟店に求めており、加盟店における営業の実態は、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ことから、本部及び加盟店からなるフランチャイズチェーンが加盟店を通じて競争していると評価した事例が存在する⁴⁾。

2 フランチャイズ・システムの特徴を踏まえた本件での考え方

(1) 本件FCにおける競争の実態

本件FCにおいて、加盟者は、フランチャイズ契約に基づき、加盟者の運営する書店（以下「本件FC加盟書店」という。）について、本部の提示する推奨商品を、本部の指定する業者から仕入れ、また、本部の承諾の下で独自の仕入れを行い、本部が提示する参考価格を参照して価格を決定し、販売している。また、加盟者は、本件FC加盟書店の新規出店、店舗の改装、棚割り等についても、本部から指導、援助を受けている。

以上を踏まえれば、本件FCは、本件FC加盟書店を通じて本件FC以外の書店と競争しているものと考えられる。

(2) 本件審査方針

ア 本件の企業結合類型

本件対象事業は本件FCの本部事業であり、本件行為により、書店業自体がCCCから日販グループに承継されるわけではないことから、一見すると書店業の水平型企业結合には該当しないとも考えられる。

しかし、前記(1)のとおり、本件FCは本件FC加盟書店を通じて本件FC以外の書店と競争していると考えられるところ、本件行為後、日販グループは、従来から運営している本件FCに加盟していない書店（以下「本件FC非加盟書店」という。図1の(c)）に加え、本件FCの本部として、本件FC加盟書店（日販グループ以外の本件FC加盟書店（図1の(a)）及び日販グループの本件FC加盟書店（図1の(b)））の運営に関与することとなる。このため、実質的には日販グループ（MPD）が本件FC加盟書店を運営することとなると捉え、書店業の水平型企业結合の観点から審査を行うこ

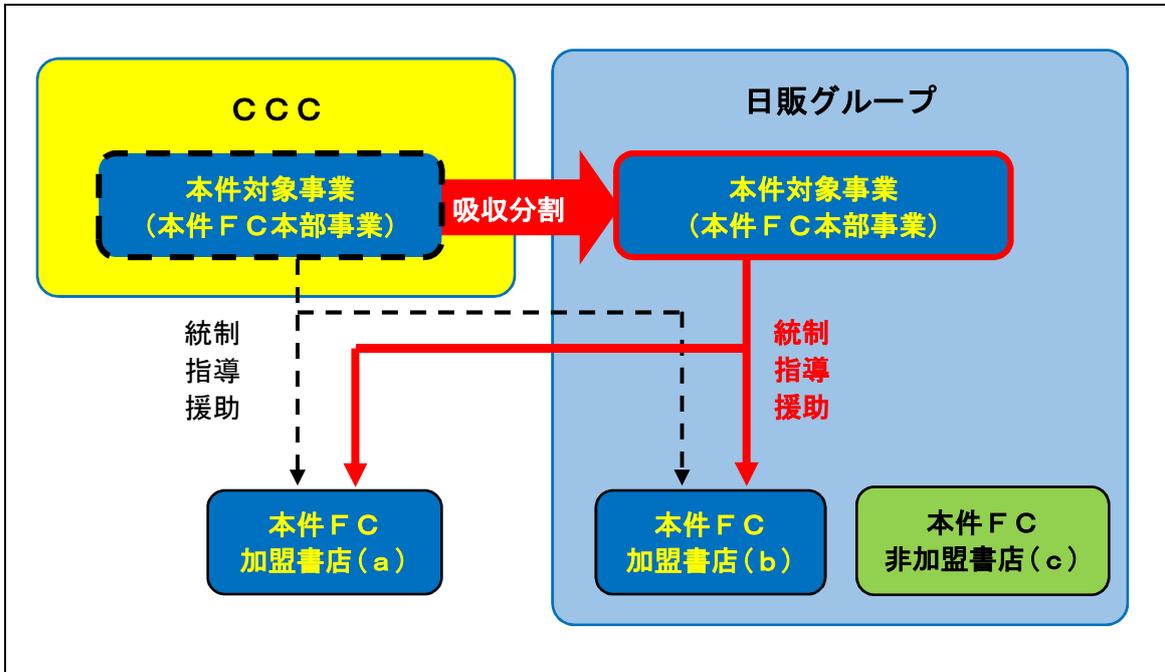
³ 「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方」（平成14年4月24日公正取引委員会）1(1)及び(2)参照。

⁴ 「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）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」

とが適切であると考えられる。

書店業の水平型企业結合の審査においては、店舗単位で競争していることを踏まえ、店舗ごとの競合状況を検討することとなる。

【図1】本件行為の概要



注 黒点線は本件行為前の本件FCを、赤太線は本件行為後の本件FCを表す。

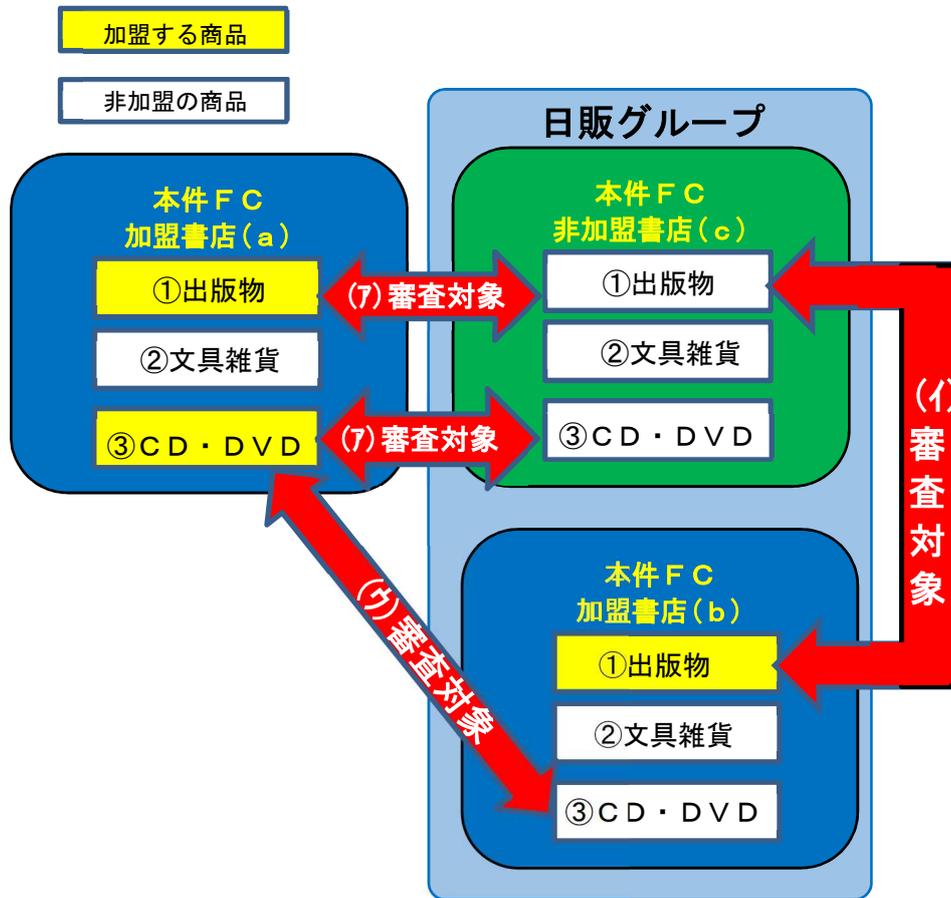
イ 店舗ごとの取扱い商品カテゴリを踏まえた審査対象の整理

本件FC加盟店では、書籍及び雑誌（以下「出版物」という。）のほか、文具雑貨、CD・DVD等を取り扱っているところ、本件FC固有の事情として、本件FC加盟店においては、①出版物、②文具雑貨、③CD・DVD等の商品カテゴリごとに本件FCへの加盟・非加盟を選択することができるため、ある商品カテゴリでは本件FCに加盟しているが、別の商品カテゴリでは本件FCに加盟していないという場合がある。その結果、本件FC加盟店同士であっても、特定の商品カテゴリでは加盟と非加盟の関係に立つ場合があり、当該FC加盟店のいずれもが本件FCに加盟している商品カテゴリについては競争関係にはないものの、当該FC加盟店のいずれか一方が本件FCに加盟していない商品カテゴリ又はいずれもが本件FCに加盟していない商品カテゴリについては、一定の競争が行われてきたと考えられる。

ウ 小括

前記ア及びイから、本件行為による書店業の水平型企业結合による競争への影響を踏まえ、以下のとおり審査を行うこととした。

【図2】本件水平型企业結合における審査対象の商品カテゴリーのイメージ



(7) 日販グループ以外の本件 F C 加盟店と本件 F C 非加盟店の間【図 1 の (a) 及び (c) 間】

本件行為により、日販グループ以外の本件 F C 加盟店（図 1 の (a)）は、本件 F C に加盟している商品カテゴリーについて、本件 F C の本部である日販グループ（MPD）の統制下に置かれることとなる。これにより、従前から日販グループの傘下にある本件 F C 非加盟店（図 1 の (c)）と日販グループ以外の本件 F C 加盟店（図 1 の (a)）との間で、日販グループ以外の本件 F C 加盟店が本件 F C に加盟している商品カテゴリー（例えば、図 2 の (a) 及び (c) が取り扱う①出版物及び③ CD・DVD）における競争が失われる可能性がある。

よって、日販グループ以外の本件 F C 加盟店が本件 F C に加盟している商品カテゴリーに着目して審査を行う（例えば、図 2 の「(7) 審査対象」）。

(イ) 日販グループの本件 F C 加盟店と本件 F C 非加盟店の間【図 1 の (b) 及び (c) 間】

本件行為により、日販グループの本件 F C 加盟店（図 1 の (b)）は、

本件FCに加盟している商品カテゴリについて、本件FCの本部である日販グループ(MPD)の統制下に置かれることとなる。これにより、従前から日販グループの傘下にある本件FC非加盟書店(図1の(c))と日販グループの本件FC加盟書店(図1の(b))との間で、日販グループの本件FC加盟書店が本件FCに加盟している商品カテゴリ(例えば、図2の(b)及び(c)が取り扱う①出版物)における競争が失われる可能性がある。

よって、日販グループの本件FC加盟書店が本件FCに加盟している商品カテゴリに着目して審査を行う(例えば、図2の「(イ)審査対象」)。

(ウ) 日販グループ以外の本件FC加盟書店と日販グループの本件FC加盟書店の間【図1の(a)及び(b)間】

本件行為により、日販グループ以外の本件FC加盟書店(図1の(a))は、本件FCに加盟している商品カテゴリについて、本件FCの本部である日販グループ(MPD)の統制下に置かれることとなる(本件FCに加盟していない商品カテゴリについては、本件行為後も日販グループの統制は及ばない。)。これにより、日販グループ以外の本件FC加盟書店(図1の(a))と日販グループの本件FC加盟書店(図1の(b))との間で、日販グループ以外の本件FC加盟書店(図1の(a))が本件FCに加盟し、かつ、日販グループの本件FC加盟書店(図1の(b))が本件FCに加盟していない商品カテゴリ(例えば、図2の(a)及び(b)が取り扱う③CD・DVD)における競争が失われる可能性がある。

よって、日販グループ以外の本件FC加盟書店が本件FCに加盟し、かつ、日販グループの本件FC加盟書店が本件FCに加盟していない商品カテゴリに着目して審査を行う(例えば、図2の「(ウ)審査対象」)。

第4 一定の取引分野

1 役務範囲

(1) 出版物の形態・販売における業態ごとの代替性

本件の検討対象となる書店では、紙媒体の出版物(以下「紙出版物」という。)を販売している。紙出版物を消費者向けに販売する主な業態としては、書店業のほかに、インターネット上のウェブサイトで販売するインターネット通信販売業が存在する。

また、近年は、タブレット等の端末を用いて閲覧する電子媒体の出版物(以下「電子出版物」という。)を配信する電子出版物配信業が存在し、販売金額を大きく伸ばしている⁵。

⁵ 「令和4年度 電子商取引に関する市場調査報告書」(令和5年8月経済産業省商務情報政策局情報経済課)によると、「電子出版(電子書籍・電子雑誌)」の市場規模は増加傾向にあるが(1276億円(平成26年)から6253億円(令和4年))、増加分のほとんどはコミック(単行本)であるとされている。

したがって、以下では、これらの代替性についてそれぞれ検討を行った。

ア 需要の代替性

出版物の需要者である消費者の視点からは、紙出版物と電子出版物との間であれば媒体が異なることから、書店業とインターネット通信販売業及び電子出版物配信業との間であれば出版物の提供方法が異なることにより、次のような違いがある。

	書店 (紙出版物)	インターネット 通信販売 (紙出版物)	電子出版物配信 (電子出版物)
品揃え	店舗面積やレイアウトといった物理的制約により品揃え(数量・種類)が左右される。	書店のような物理的制約がないため、品揃えが豊富。	
検索性	在庫の検索ができた場合でも目当ての出版物にたどり着くまでに手間を要する。	キーワード検索機能を利用することで容易に目的の出版物を見つけることが可能。	
他との比較	読みたい出版物を実際に手に取って他の出版物と見比べることが可能。	試し読み機能が設定されている場合は限られた範囲で内容を確認することは可能であるが、書店のように出版物を実際に見比べることができない。	
購入から入手までの所要時間	購入後すぐに読むことが可能。	注文した出版物が手元に届くまで一定の時間を要する。	購入後すぐに読むことが可能。
媒体の性質による長所	購入後いつまでも読むことが可能。		<ul style="list-style-type: none"> ・読書用端末(タブレット、スマートフォン等)で自由に閲覧することが可能。 ・当該端末内に極めて多数の出版物を保存等することが可能であり、当該端末の携行も容

	書店 (紙出版物)	インターネット 通信販売 (紙出版物)	電子出版物配信 (電子出版物)
			易であるため、保管及び持ち運びの負担が少ない。
媒体の性質による短所	重量があり、嵩張るため、冊数が増えると保管及び持ち運びの負担が大きくなる。		購入先の電子出版物配信業者が配信サービスを終了させると閲覧できなくなる可能性がある。

以上を踏まえると、消費者は、目的に応じて、書店、インターネット通信販売及び電子出版物配信を一定程度使い分けているものと考えられる。したがって、書店業、インターネット通信販売業及び電子出版物配信業間の需要の代替性は限定的である。

イ 供給の代替性

次に、書店業、インターネット通信販売業及び電子出版物配信業を営む事業者の観点から供給の代替性の有無を検討する。

まず、インターネット通信販売業及び電子書籍配信業を営むに当たって主に必要なことは、取引サイトのシステムの構築及び保守管理体制の整備であり、他方、書店業を営むに当たって主に必要なことは、土地や店舗設備、品出しや接客などを踏まえた従業員の確保等である。したがって、インターネット通信販売業及び電子書籍配信業と書店業では、必要とされる設備やノウハウが大きく異なり、相互に切替えを行うことは容易ではないと考えられることから、インターネット通信販売業及び電子書籍配信業と書店業間の供給の代替性は限定的である。

また、インターネット通信販売業と電子出版物配信業は、いずれもインターネットを通じて消費者に出版物を供給する点は共通するが、供給する出版物の媒体が異なるため、取引サイトのシステムの構築や販売ノウハウが異なり、相互に切替えを行うことは容易ではないと考えられる。したがって、両者間の供給の代替性は限定的である。

ウ 小括

以上から、書店業、インターネット通信販売業及び電子出版物配信業は、異なる役務範囲を構成する。

(2) 書店における紙出版物以外の商品の取扱い

書店では、文具雑貨、CD・DVD等が販売される場合もあるが、主として販売されている商品は紙出版物であり、書店におけるこれら文具雑貨等の扱いは、紙出版物に次ぐ商品とされている実態にあると考えられる⁶。

(3) 小括

以上から、本件では、「主として紙出版物を販売する書店業」を役務範囲として画定した。

なお、商品カテゴリごとの競合状況については、前記第3の2(2)ウの方針のとおり、後記第5の本件行為が競争に与える影響についての検討において別途考慮した。

2 地理的範囲

書店業を営む事業者間の競争は店舗ごとに行われていると認められるところ、自動車及び自転車が主たる移動手段となっているといった立地状況、本件で検討対象となる店舗が実際に設定している商圈等を踏まえ、本件では、「店舗から半径3km」を地理的範囲として画定した。

第5 本件行為が競争に与える影響

日販グループは、書店業を営んでおり、また、前記第3の2(2)アのとおり、本件対象事業の承継により、実質的には本件FC加盟書店を運営することとなると捉えられることから、本件行為は、書店業における水平型企业結合に該当する。

1 競争者の状況

前記第4の2で画定した地理的範囲内において、日販グループ以外の本件FC加盟書店、日販グループの本件FC加盟書店又は本件FC非加盟書店のいずれかが併存し、かつ、商品カテゴリの競合がある地域は、48地域（以下「本件競合地域」という。）である。

本件行為後も本件競合地域のうち、4地域を除いては、地理的範囲内に、競合する商品カテゴリを取り扱っている競争者の書店が1店舗以上存在しており、消費者は同地域内に所在する書店を利用することが可能である。

したがって、競争者の書店からの牽制力が認められる。

⁶ 出版物における、書店業、インターネット通信販売業及び電子出版物配信業の関係と同様に、CD・DVDにおける、書店業、インターネット通信販売業、レンタルサービス業、音楽及び映像コンテンツのサブスクリプションサービス業等も、異なる役務範囲を構成する。

2 上記4地域における店舗間の従来からの競争状況

本件競合地域のうち、競合する商品カテゴリを取り扱っている競争者の書店が存在しない4地域（以下「本件4地域」という。）については、そのうち3地域が紙出版物、1地域がCD・DVDの商品カテゴリにおいて競合している。

3 隣接市場からの競争圧力

(1) 書店と同じく紙出版物等を販売する業態からの競争圧力

本件4地域を含め、競争者の書店からの牽制力が不十分と考えられる地域が存在する。

しかし、紙出版物及びCD・DVDは、その販売額に占めるインターネット通信販売の割合が増加しており⁷、インターネット通信販売は、紙出版物等を書店以外で購入する際の選択肢として一定の存在感を示しているものと考えられる。また、紙出版物のうち、特に雑誌については、総合スーパー、コンビニエンスストア等においても購入されている。このように、消費者は、書店の代わりにインターネット通信販売等で紙出版物等を購入していることがうかがわれる。

したがって、書店と同じく紙出版物等を販売する業態であるインターネット通信販売等からの競争圧力が一定程度認められる。

(2) 電子出版物等を提供する業態からの競争圧力

書店での紙出版物の販売と電子出版物の配信の間、書店でのCD・DVDの販売とCD・DVDのレンタルサービス並びに音楽及び映像コンテンツの配信サービスの間においては、それぞれ、消費者によって目的及び価格に応じて使い分けられていることがうかがわれる。

ただし、媒体の違いや所有と非所有といった違いはあるものの、消費者が出版物等から得られる情報自体には違いがないことから、消費者にとってそれぞれの存在が一定の選択肢になり得ると考えられる。

したがって、電子出版物配信業者、CD・DVDのレンタルサービス業者並びに音楽及び映像コンテンツの配信業者といった隣接市場からの競争圧力が一定程度認められる。

(3) 地理的隣接市場からの競争圧力

出版物は、毎日購入することもある食料品等と比較すると購入頻度が高くないこと、自らの趣味や嗜好に合う商品や専門的な内容の商品が必ずしも自宅から3km圏内の書店で揃うとは限らないことなどから、消費者は、通常買い回

⁷ 「令和4年度 電子商取引に関する市場調査報告書」によると、「書籍、映像・音楽ソフト（オンラインコンテンツを除く）」の令和4年のインターネット通販の割合（EC化率）は52.2%（同平成30年度調査では、平成30年のEC化率は30.8%）となっており、書籍に限った伸び率は不明であるものの、書籍をはじめCD・DVDのインターネット通信販売の割合が増加している。

る範囲を越えた地域に所在する書店を利用することも少なくないと考えられる。

本件競合地域に隣接する地域には日販グループに属さず、かつ本件FCに加盟していない書店が存在している場合もあるところ、その場合には、当該書店からの競争圧力が一定程度認められる。

4 小括

以上から、日販グループの単独行動又は日販グループと競争者との協調的行動により、書店業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るとは認められない。

第6 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。