

令和6年度における主要な企業結合事例について

令和7年6月18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。

令和6年度についても主要な企業結合事例の審査結果を公表することとした。

企業結合を計画する会社におかれては、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していただきたい。

(注1) 事例の掲載順は、企業結合審査の対象となった商品・役務に係る事業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者名等を伏せている。競争者名については、任意のアルファベットを用いている。

(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、例えば37.5%以上42.5%未満を「約40%」とするなど、原則として5%単位で表記している。このため合計値は必ずしも100になるとは限らない。

(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。

(注5) 公正取引委員会は、令和4年6月、「デジタル化等社会経済の変化に対応した競争政策の積極的な推進に向けて—アドボカシーとエンフォースメントの連携・強化—」において、第三者からの情報・意見の募集、内部文書の活用、経済分析の活用といった取組により迅速かつ的確なエンフォースメントを推進していくことを明らかにしている。

令和6年度に審査を終了した企業結合案件のうち各審査手法を用いたものの件数は、以下のとおり。

- ・ 第三者からの情報・意見の募集： 1件
- ・ 内部文書の活用： 6件
- ・ 経済分析の活用： 3件
- ・ 海外当局との意見交換： 6件

事例 1 前田工織(株)による三井化学産資(株)の株式取得

第 1 当事会社

前田工織株式会社（法人番号621000100371）（以下「前田工織」という。）及び三井化学産資株式会社（法人番号6010001007624）（以下「三井化学産資」という。）は、いずれも主に土木資材の製造販売業を営む会社である。

以下、前田工織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を「前田工織グループ」、三井化学産資とその子会社から形成されている企業の集団を「三井化学産資グループ」、前田工織と三井化学産資を併せて「当事会社」、前田工織グループと三井化学産資グループを併せて「当事会社グループ」という。

第 2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、前田工織が三井化学産資の株式に係る議決権の50%を超えて取得する（以下「本件行為」という。）というものである。

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、道路建設に用いられる土木資材であるジオグリッドの製造販売業及びジオテキスタイルの輸入販売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 一定の取引分野

1 盛土の構築及び軟弱地盤等を補強する工法

道路建設においては、盛土を構築する工事が多く行われている。盛土は、その法面勾配¹⁾によって「擁壁」²⁾、「急勾配盛土」³⁾又は「緩勾配盛土」⁴⁾に分類される（図 1 参照）。また、地盤沈下防止を目的とした軟弱地盤を補強する工事が行われている。

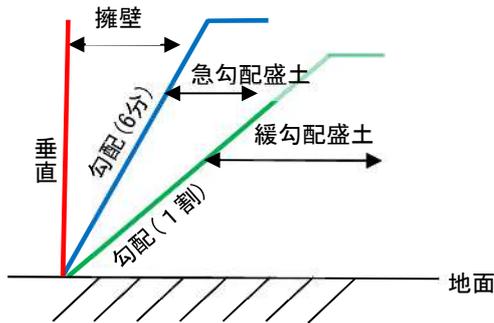
¹⁾ 盛土により作られる斜面の勾配のこと。

²⁾ 勾配が垂直から 6 分勾配未満を指し、角度に変換すると地面に対し 90 度から約 59 度の範囲未満。

³⁾ 6 分勾配から 1 割勾配未満を指し、角度に変換すると地面に対し約 59 度から 45 度の範囲未満。

⁴⁾ 1 割以上の緩い勾配とする場合。

【図 1】盛土の名称



(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

(1) 擁壁を構築する工法

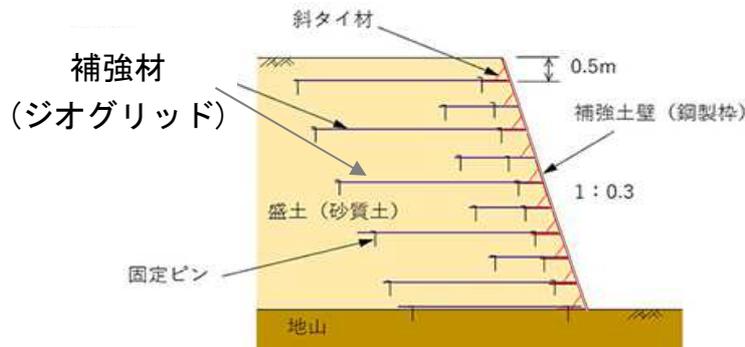
擁壁は、土砂崩壊を防ぐために設ける構造物のことであり、主に、その構造形式や設計方法の違いによって、コンクリート擁壁、補強土壁及び軽量材を用いる擁壁に分けられる(図2参照)。これらのうち、補強土壁は、アンカープレート付鉄筋やジオグリッドなどの補強材を盛土の中に埋め込むことで盛土の安定を保ち、垂直又は垂直に近い勾配の構造物である。補強土壁を構築する代表的な工法としては、アンカープレート付鉄筋を埋め込む「多数アンカー式補強土壁工法」、ジオグリッドを敷設する「ジオグリッド補強土壁工法」(図3参照)がある。

【図 2】擁壁の例



(出所：一般社団法人日本擁壁保証協会ウェブサイト)

【図3】 ジオグリッド補強土壁工法の例



(出所：一般財団法人建設業技術者センターウェブサイトを基に当委員会にて作成)

(2) 急勾配盛土を構築する工法

急勾配盛土は、擁壁と同様、土砂崩壊を防ぐために設ける構造物であり、構築するための工法は擁壁と重複している。

急勾配盛土の構築において補強材にジオグリッドを用いる工法は「ジオグリッド補強盛土工法」と呼ばれている。

(3) 緩勾配盛土を補強する工法

緩勾配盛土は、法面勾配が1割以上という緩やかな斜面であるため、擁壁及び急勾配盛土とは異なり、土が滑るのを防ぐために土中からの排水が必要となることが多い。このため、例えば、盛土内に透水性の優れた砂や碎石等を設置して盛土材の圧密を促進する工法、盛土材を良質材に置き換える置換工法、セメント系固化材で盛土材を固める工法、ジオテキスタイルを盛土の中に敷設することで排水を促し盛土を補強する工法などがある。

(4) 軟弱地盤を補強する工法

地面の下にある地盤が軟弱であり、その上に盛土や構造物を建てると沈下等のおそれがある場合には、地盤を補強するため、土中からの排水が必要となる。このため、例えば、軟弱地盤全体をセメント系固化材で固める工法、地盤の表層を生石灰等で固める表層処理工法、支持地盤まで小口径鋼管杭を圧入する工法、軟弱層を良質な材料に置き換える置換工法のほか、ジオテキスタイルを軟弱地盤の中に敷設することで排水を促し軟弱地盤を補強する工法などがある。

2 商品の概要等

(1) ジオグリッドの概要等

ア ジオグリッドの概要

ジオグリッドは、ポリプロピレン、ポリエチレン、アラミド繊維等の高分子材料を原料として製造する格子状のネットであり(図4参照)、前記1(1)及び(2)のとおり、「ジオグリッド補強土壁工法」及び「ジオグリッド補強盛

土工法」(以下、両工法を併せて「ジオグリッドを用いる工法」という。)において補強材として盛土内に敷設されている。

ジオグリッドには、原材料である高分子材料等が異なる複数の種類の製品があるが、いずれも耐候性、耐久性等の基本的な特徴の多くは共通している。また、多様な施工条件に対応できるように、上記の種類ごとにそれぞれ引張強度⁵が異なる製品が多数取り揃えられており、ジオグリッドは、擁壁用と急勾配盛土用で同じ製品が用いられる。

【図4】ジオグリッドの例



(出所：当事会社ウェブサイト)

イ ジオグリッドの調達等(図5参照)

(7) 発注者による工法の選択

盛土の構築工事の多くは、発注前に、発注者(国及び地方自治体)又は発注者から工事の設計を委託された設計コンサルタント会社(以下「設計コンサルタント」という。)によって工法の検討・選択が行われている。

工法を選択に際して、設計コンサルタントは、現場ごとに、発注者が重視する考慮要素(経済性、現場の状況(地理的な位置、現場の地形、土の密度・水分率等)、工事期間、土地の利用目的等)を踏まえつつ、擁壁及び急勾配盛土を構築する各工法を代替的に比較検討し、構築する擁壁や盛土について、最適な勾配とそれに応じた工法を同時に選択している。

(イ) 土木工事業者によるジオグリッドの調達

発注者は、設計コンサルタントが作成した設計図書等を基に盛土の構築工事(実際には当該工事を含む道路工事等)を入札の方法により発注し、受注した土木工事業者は、必要な工事資材を調達して盛土の構築工事を施工している。

設計図書等においては、工法は指定されているが、土木資材は施工上要求される性能等(ジオグリッドを用いる工法が選択されている場合には引張強度や寸法など)が指定され、特定のメーカーや製品が指定されることはない。そのため、ジオグリッドを用いる工法が採用された工事を受注し

⁵ 材料が引っ張られる際にどの程度の力に耐えられるかを示す機械的強度の値をいう。

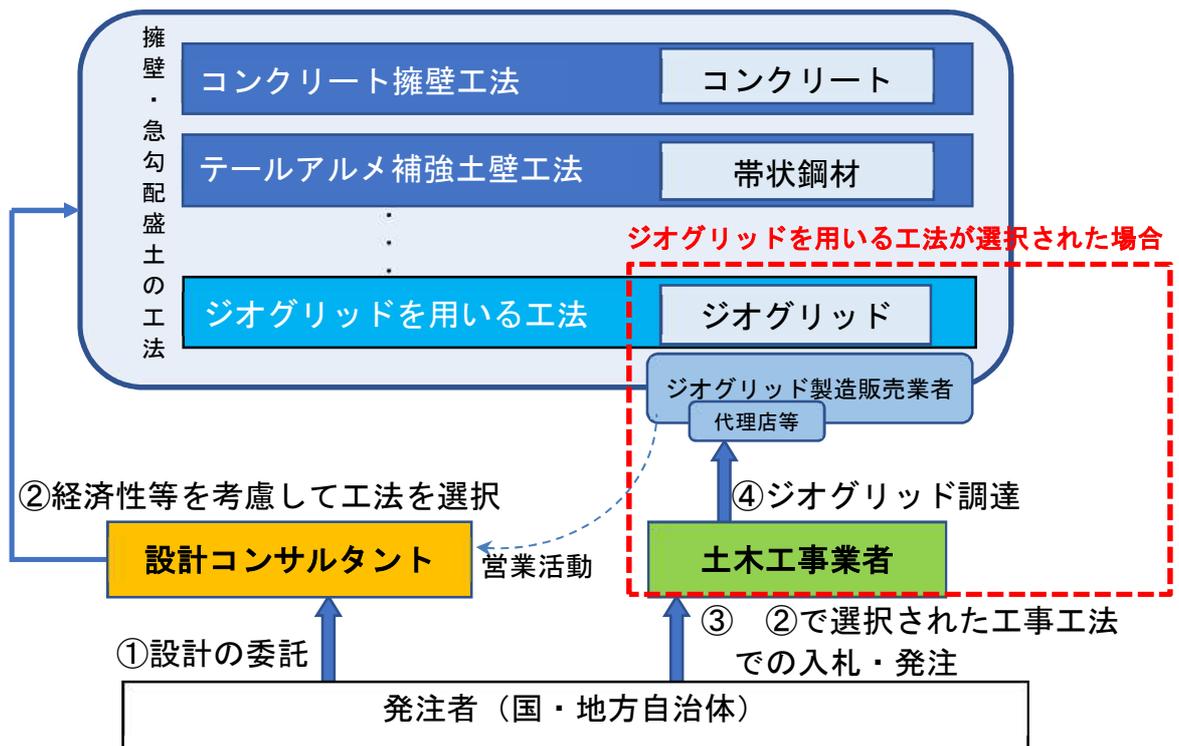
た土木工事業者は、ジオグリッドを扱う販売代理店や商社との間で見積り合わせや価格交渉を重ねるなどして、仕様に合致する製品の調達先等を決定している。

(ウ) ジオグリッドを用いる工法・ジオグリッドの需要者

前記(ア)のとおり、設計段階においては、設計コンサルタント及び発注者が工法の検討・選択を行っており、設計段階でジオグリッドを用いる工法が選択されてはじめてジオグリッドの販売につながるため、ジオグリッド製造販売業者にとって、設計コンサルタント等は顧客(営業先)となる。

また、工事の入札後は、前記(イ)のとおり、落札した土木工事業者がジオグリッドの製品を調達することになるため、土木工事業者がジオグリッドの製品の需要者となる。

【図5】公共工事の例



(2) ジオテキスタイルの概要等

ア ジオテキスタイルの概要

ジオテキスタイルは、ポリエステル繊維等の高分子材料を原料として製造する織物状の土木用繊維材であり(図6参照)、緩勾配盛土や軟弱地盤の排水や補強のために、勾配が緩やかな盛土や軟弱地盤の中に敷設されている。

ジオテキスタイルには、原材料である高分子材料等が異なる複数の製品があるが、いずれも排水や補強という用途は共通している。また、緩勾配盛土

用と軟弱地盤用で同じジオテキスタイルの製品が用いられる。

ジオテキスタイルは、ジオグリッドと比較すると製造における技術的な難易度は低く、日本国内で製造すると人件費などのコストが掛かり経済的ではない。そのため、土木資材向けのジオテキスタイルは日本国内では製造されておらず、当事会社グループを始めとするジオグリッド製造販売業者は、海外のジオテキスタイル製造販売業者が製造したジオテキスタイルを輸入している。

【図6】ジオテキスタイルの例



(出所：当事会社ウェブサイト)

イ ジオテキスタイルの調達等

(7) 発注者による工法の選択

設計コンサルタントによる工法の検討・選択の過程は、前記(1)イ(7)と同様であるが、擁壁及び急勾配盛土を構築する際は、擁壁の構築に用いる工法(ジオグリッド補強土壁工法等)と急勾配盛土の構築に用いる工法(ジオグリッド補強盛土工法等)の両方の工法の中から最適な工法を比較検討して決定しているのに対し、緩勾配盛土の補強に際しては、前記1(3)の各工法の中から、軟弱地盤の補強に際しては、前記1(4)の工法の中から、それぞれ比較検討して最適な工法を決定している。

(イ) 土木事業者によるジオテキスタイルの調達

前記(1)イ(イ)と同様である。

(ウ) ジオテキスタイルを用いる工法・ジオテキスタイルの需要者

前記(1)イ(ウ)と同様である。

3 商品範囲

(1) ジオグリッド

ア ジオグリッドと他の工法で用いられる土木資材との代替性

ジオグリッドは、ジオグリッドを用いる工法においてのみ用いられるところ、前記2(1)イ(イ)のとおり、土木事業者は、受注した工事の設計図書等

で指定された工法において用いる土木資材しか調達できないことから、ジオグリッドと他の工法で用いられる各土木資材との間には、需要の代替性は認められない。

また、ジオグリッドと他の工法で用いられる土木資材とでは、製造設備がそれぞれ異なることから供給の代替性は認められない。

したがって、本件では、ジオグリッドと他の工法で用いられる各土木資材とでは、異なる商品範囲を構成すると整理した。

イ ジオグリッドの製品間の代替性

ジオグリッドには、原材料である高分子材料等が異なることなどにより異なる特徴を持つ複数の種類の製品があるが、いずれの製品も耐候性、耐久性など基本的な特徴の多くは共通している。また、設計コンサルタントからのヒアリングによれば、設計段階では、各ジオグリッドの製品の特徴の違いを意識して工法を検討・選択しておらず、現場の状況等によって使用できる製品に限られるということはないとのことである。さらに、ジオグリッドの製品を調達している需要者（土木工事業者）においても、各製品の特徴を意識していないとのことである。

したがって、各ジオグリッドの製品間には、需要の代替性が認められる。

ウ 小括

以上から、本件では、「ジオグリッド」を商品範囲として画定した。

なお、設計コンサルタントからのヒアリングによれば、前記 2 (1) イ (7) のとおり、擁壁又は急勾配盛土を構築する工法の選択において、ジオグリッドを用いる工法と他の工法とを代替的に捉えているとのことである。すなわち、ジオグリッドを用いる工法の価格が代替的な工法と比較して相対的に上昇した場合、他の工法に切り替えられてしまう関係にあることを踏まえれば、ジオグリッドを用いる工法に対しては、他の各工法からの競争圧力が及んでいるといえる。

したがって、擁壁又は急勾配盛土を構築する工法のうち、ジオグリッドを用いる工法以外の工法は、ジオグリッドの製造販売市場への間接的な隣接市場からの競争圧力として評価することとした。

(2) ジオテキスタイル

ア ジオテキスタイルと他の工法で用いられる土木資材との代替性

ジオテキスタイルは、緩勾配盛土の補強及び軟弱地盤の補強に用いられる工法のうち、ジオテキスタイルを用いる工法にのみ用いられるところ、前記 2 (2) イ (1) のとおり、土木工事業者は、受注した工事の設計図書等で指定された工法において用いる土木資材しか調達できないことから、ジオテキスタ

イルと緩勾配盛土及び軟弱地盤を補強する他の工法で用いられる各土木資材との間には、需要の代替性は認められない。

また、ジオテキスタイルと緩勾配盛土及び軟弱地盤の各工法において用いられる土木資材とでは、製造設備がそれぞれ異なることから供給の代替性は認められない。

したがって、本件では、ジオテキスタイルと緩勾配盛土又は軟弱地盤を補強する他の工法で用いられる各土木資材とでは、異なる商品範囲を構成すると整理した。

イ ジオテキスタイルの製品間の代替性

ジオテキスタイルには、原材料である高分子材料等が異なることなどにより異なる特徴を持つ複数の製品があるが、いずれも排水性といった性質は共通している。設計コンサルタントからのヒアリングによれば、設計段階では、各ジオテキスタイルの製品の特徴の違いを意識して工法を検討・選択しておらず、現場の状況等によって使用できる製品が限られることはないとのことである。

したがって、各ジオテキスタイルの製品間には、需要の代替性が認められる。

ウ 小括

以上から、本件では、「ジオテキスタイル」を商品範囲として画定した。

なお、前記 2 (2) イ (7) のとおり、緩勾配盛土の補強に際しては、前記 1 (3) の各工法を代替的な工法として、軟弱地盤の補強に際しては、前記 1 (4) の工法を代替的な工法として、それぞれ比較検討して最適な工法を決定しているとのことである。すなわち、ジオテキスタイルを用いる工法の価格が代替的な工法と比較して相対的に上昇した場合、緩勾配盛土の補強に際しては、前記 1 (3) の他の工法に切り替えられてしまう関係にあり、軟弱地盤の補強に際しては、前記 1 (4) の他の工法に切り替えられてしまう関係にある。以上のことを踏まえれば、緩勾配盛土の補強のためにジオテキスタイルを用いる工法に対しては、緩勾配盛土を補強する他の工法からの競争圧力が、軟弱地盤の補強のためにジオテキスタイルを用いる工法に対しては、軟弱地盤を補強する他の工法からの競争圧力が及んでいるといえる。

したがって、緩勾配盛土を補強する工法又は軟弱地盤を補強する工法の各工法のうち、ジオテキスタイルを用いる工法以外の工法は、ジオテキスタイルの輸入販売市場への間接的な隣接市場からの競争圧力として評価することとした。

4 地理的範囲

(1) ジオグリッド

ジオグリッドは、日本国内における輸送に制約はないことから、日本全国の需要者（土木工事業者）は地域性の影響を受けることなく同等の価格条件で調達することが可能である。

したがって、本件では、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

(2) ジオテキスタイル

ジオテキスタイルは、当事会社グループや商社等が輸入し、日本国内の販売代理店等を通じて需要者（土木工事業者）に販売されているが、日本国内における輸送に制約はないことから、需要者（土木工事業者）は地域性の影響を受けることなく同等の価格条件で調達することが可能である。

したがって、本件では、「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

1 本件行為の企業結合類型

当事会社グループは、いずれも擁壁等の構築において用いられる土木資材であるジオグリッドの製造販売業を営み、また、同じく軟弱地盤等の補強において用いられる土木資材であるジオテキスタイルの輸入販売業を営んでいることから、本件行為は、①ジオグリッド製造販売業に係る水平型企业結合及び②ジオテキスタイル輸入販売業に係る水平型企业結合に該当する。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

(1) 水平型企业結合①（ジオグリッド製造販売業）

日本国内のジオグリッド製造販売業の市場シェアは表2のとおりであり、本件行為後のHHIは約7,500、HHIの増分は約1,900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。

【表2】 ジオグリッド製造販売業の市場シェア（令和5年度）

順位	会社名	市場シェア
1	前田工織グループ	約75%
2	三井化学産資グループ	約15%
3	A社	約5%
4	B社	約5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約85%・第1位		
本件行為後のHHI：約7,500		
HHIの増分：約1,900		

(2) 水平型企業結合② (ジオテキスタイル輸入販売業)

日本国内のジオテキスタイル輸入販売業の市場シェアは表3のとおりであり、本件行為後のHHIは約4,800、HHIの増分は約200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。

【表3】ジオテキスタイル輸入販売業の市場シェア (令和5年度)

順位	会社名	市場シェア
1	C社	約50%
1	前田工織グループ	約50%
3	三井化学産資グループ	0～5%
4	D社	0～5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約50%・第1位		
本件行為後のHHI：約4,800		
HHIの増分：約200		

3 水平型企業結合① (ジオグリッド製造販売業)

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

ア 市場シェア及びその順位

前記2(1)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85% (第1位) となり、他の競争者との格差は大きくなる。

イ 競争者の状況⁶

A社(産業資材商社)は、かねてより韓国のジオグリッド製造販売業者の輸入販売代理店として当該製造販売業者が製造するジオグリッド(以下「A製品」という。)を輸入販売しているところ、A製品の品質は、日本のジオグリッド製造販売業者が製造するジオグリッドと比べ差がないとされている。

また、需要者(土木工事業者)にヒアリングしたところ、仮に、本件行為後、当事会社グループの製品の価格が上昇した場合等には、日本国内において既に十分な使用実績のあるA製品であれば切り替えることに問題はない旨を述べていた。また、A製品の製造販売業者には供給余力があるため、A

⁶ 同項目において検討しているA製品については、A社が韓国の特定のジオグリッド製造販売業者の製品を輸入して販売しているところ、国内での販売開始から相当年数が経過しており使用実績もある。後記(2)のとおり、同じ輸入品であっても、これまで日本国内で使用実績がなく新規で入ってくる可能性のある外国製品と、既に使用実績のある外国製品とでは、需要者の認識が大きく異なる。このため、A製品については「競争者の状況」の中で検討し、「輸入」の項目では、これまで国内における使用実績のない(新規で輸入される)製品を検討対象としている。

社にも供給余力があると認められる。

したがって、競争者からの牽制力が一定程度認められる。

(2) 輸入

海外で製造されるジオグリッドの輸入において、制度上の障壁はなく、輸送コストが販売価格に占める割合は日本製と大きく変わらないとされている。

しかし、盛土の主な材料となる土や岩は、地域、自然条件、時間の経過などによってその性質が異なるため、斜面の補強材として用いられる土木資材の採用においては、使用実績が重要視される傾向にある。実際、需要者（土木工事業者）からのヒアリングによれば、ジオグリッドを調達する際に、使用実績のない輸入品を採用することには抵抗があり、選択肢としてほとんど考えられないとのことである。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 隣接市場からの競争圧力

設計コンサルタントからのヒアリングによれば、近年、用地取得に制約がある中で、勾配のある盛土よりも使用する土地面積が少なくて済む等の事情により、垂直壁の盛土が選択されやすい傾向にある。また、日本においては、コンクリート擁壁が古く伝統的な工法として広まっており、特に、盛土の壁高が低い場合には、コンクリート擁壁の方がコストが低くなり選択される傾向にあること等から、擁壁又は急勾配盛土を構築する全工法の中で、ジオグリッドを用いる工法が採用される割合は、1～2割弱程度とされている。さらに、ジオグリッドを用いる工法でなければ施工できない現場というのは存在しないとされている。このため、ジオグリッドを用いる工法が擁壁又は急勾配盛土を構築する全工法の中で採用されている割合は大きいとはいえない。

以上を踏まえると、ジオグリッドの製造販売市場には、ジオグリッドを用いる工法の隣接市場（擁壁又は急勾配盛土を構築する他の工法）からの競争圧力が間接的に働いていると認められる。

(4) 小括

以上のとおり、ジオグリッド製造販売業においては、競争者（A社）からの牽制力が一定程度認められること、設計段階における隣接市場（擁壁又は急勾配盛土を構築する各工法）からの間接的な競争圧力が認められることから、本件行為により、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争者との協調的行動により、ジオグリッド製造販売業における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

4 水平型企业結合②(ジオテキスタイル輸入販売業)

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

前記2(2)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50%(第1位)となるが、三井化学産資の市場シェアは0~5%であり、本件行為による市場シェアの増分は僅かである。また、市場における有力な競争者として、C社(市場シェア約50%(第2位))が存在している。

したがって、競争者からの牽制力が認められる。

(2) 隣接市場からの競争圧力

ア 緩勾配盛土を補強する他の工法からの競争圧力

設計コンサルタントからのヒアリングによれば、ジオテキスタイルを用いる工法は比較的新しい後発の工法であるため、従前の工法(前記第3の1(3)の工法のうち、盛土材を良質材に置き換える置換工法やセメント系固化材で盛土材を固める工法)よりも設計に時間や費用を要することもあり、直近年度の日本国内の盛土工事におけるジオテキスタイルを用いる工法の採用割合は高くはないとのことである。また、ヒアリングを行った需要者(日本全国で事業を営む土木工事業者)においても、直近数年間の調達実績がない又は過去10年間に於けるジオテキスタイルの調達実績が数件である。

加えて、現場の地質条件等において、ジオテキスタイルを用いる工法でなければ施工できない現場は存在しないとのことである。

以上を踏まえると、ジオテキスタイルの輸入販売市場には、ジオテキスタイルを用いる工法の隣接市場(緩勾配盛土を補強する他の工法)からの競争圧力が間接的に働いていると認められる。

イ 軟弱地盤を補強する他の工法からの競争圧力

設計コンサルタントからのヒアリングによれば、前記第3の1(4)の工法のうち、ジオテキスタイルは、地盤に水分量が多いなど軟弱である度合いが大きい場合には使用が困難となるため、このような場合には地盤の表層を生石灰等で固める表層処理工法や支持基盤を良質な材料に置き換える置換工法が広く利用されているとのことである。また、ジオテキスタイルを用いる工法でなければ施工できない現場というのは存在しないとのことである。

以上を踏まえると、ジオテキスタイルの輸入販売市場には、ジオテキスタイルを用いる工法の隣接市場(軟弱地盤を補強する他の工法)からの競争圧力が間接的に働いていると認められる。

ウ 小括

以上を踏まえると、ジオテキスタイルの輸入販売市場には、間接的な隣接市場(緩勾配盛土を補強する他の工法及び軟弱地盤を補強する他の工法)か

らの競争圧力が認められる。

(3) 需要者からの競争圧力

土木工事業者は、工事を受注するためには入札に参加する必要があることから、需要者間の価格競争は一定程度あると考えられる。また、需要者（土木工事業者）は、受注後、前記第3の2(1)イ(イ)のとおり、販売代理店等に対し、見積り合わせや価格交渉を複数回行ってから最終的な調達先を選定していることから、ジオテキスタイル輸入販売業者に対する需要者（土木工事業者）からの価格引下げ圧力は大きいと考えられる。

したがって、需要者（土木工事業者）からの競争圧力が認められる。

(4) 小括

以上のとおり、ジオテキスタイル輸入販売業においては、競争者からの牽制力が認められること、隣接市場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、三井化学産資の市場シェアは0～5%であり、本件行為による市場シェアの増分は僅かであることから、本件行為により、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争者との協調的行動により、ジオテキスタイル輸入販売業における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

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いえないと判断した。

事例2 ノボホールディングス・エーエス及びキャタレント・インクの統合

第1 当事会社

ノボホールディングス・エーエス（本社デンマーク。以下「ノボHD」という。）は、主に医療用医薬品（以下「医薬品」という。）製造販売業のほか、医薬品製造開発受託機関サービス（以下「CDMO¹サービス」という。）提供事業を営む会社を有する持株会社である。

キャタレント・インク（本社米国。以下「キャタレント」という。）は、CDMOサービス提供事業を営んでいる。

以下、ノボHD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を「ノボグループ」、キャタレント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を「キャタレントグループ」、ノボHD及びキャタレントを併せて「当事会社」、ノボグループ及びキャタレントグループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、当事会社グループが、株式取得及び合併によって、ノボグループとキャタレントグループを統合する（以下「本件行為」という。）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。

また、本件行為については海外競争当局も審査を行っており、公正取引委員会、欧州委員会及び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。

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（取引関係が生じる可能性のあるものを含む。）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、CDMOサービス提供事業を川上市場、肥満症治療薬及び糖尿病治療薬製造販売業を川下市場とする垂直型企业結合に関する検討結果を中心に詳述したものである。

第3 一定の取引分野

1 商品・役務の概要等

(1) CDMOサービス

ア CDMOサービスの概要

CDMOサービスは、医薬品製造販売業者向けに主に原薬や医薬品の開発から製造に係る様々な業務²を受託するサービスである。

¹ Contract Development and Manufacturing Organizationの略。

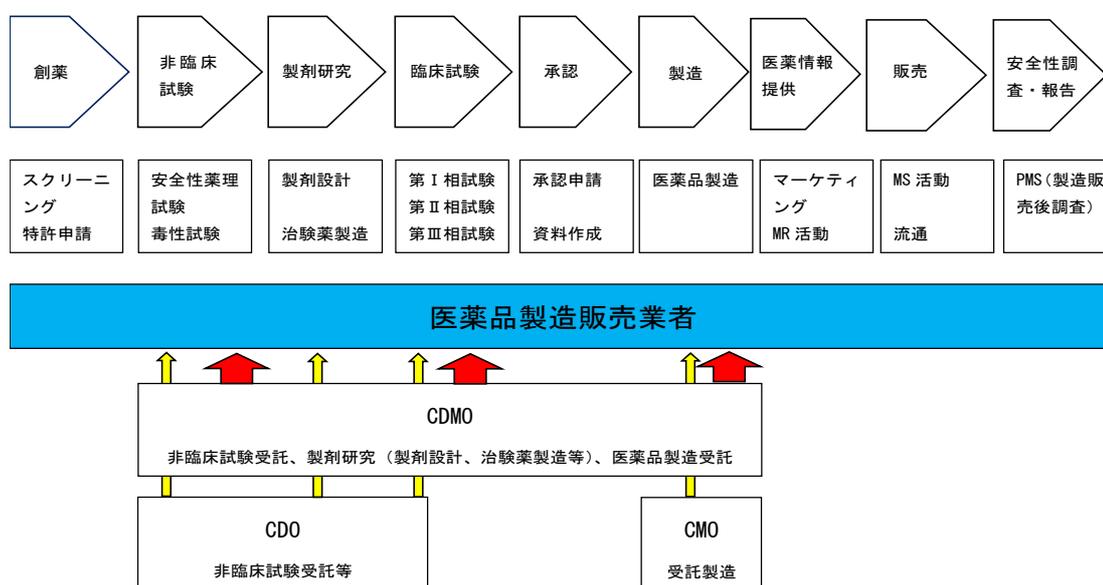
² 原薬及び医薬品の開発、並びに製造に関する原薬の精製、医薬品の製剤化、充填・仕上げサービス、

また、CDMOサービスに類似したサービスとしては、主に原薬や医薬品の「製造」を受託する医薬品製造受託機関サービス（以下「CMO³サービス」という。）、主に原薬や医薬品の「開発」を受託する医薬品開発受託機関サービス（以下「CDO⁴サービス」という。）がある。

さらに、CDMOサービスは、原薬に関する「API向けCDMOサービス」⁵と、医薬品に関する「FDP向けCDMOサービス」⁶に大別される。

医薬品の創薬から製造・販売までの流れとCDMOサービス等との関係については、下図のとおりである。

【図】 医薬品の創薬から製造・販売までの流れとCDMOサービス等の関係



（出所：当事会社提出資料等を基に当委員会にて作成）

イ 当事会社グループにおけるCDMOサービス

(ア) ノボグループにおけるCDMOサービス

ノボグループは、ノボHDの複数の日本国外に所在する子会社において、世界各地の医薬品製造販売業者に対してAPI向けCDMOサービス及びFDP向けCDMOサービスを提供している。

包装等が含まれる。なお、CDMOサービスは、特定の医薬品に対してのみ提供されるものではなく、様々な原薬又は医薬品がその対象となる。

³ Contract Manufacturing Organizationの略。

⁴ Contract Development Organizationの略。

⁵ API (Active Pharmaceutical Ingredientsの略) 向けCDMOサービスとは、原薬の特性評価、臨床製造及び商業製造等を受託するサービスである。

⁶ FDP (Finished Dose Productsの略) 向けCDMOサービスとは、薬物送達技術、製剤化、完成医薬品の臨床製造及び商業製造等を受託するサービスである。

(イ) キカタレントグループにおけるCDMOサービス

キカタレントグループは、世界各地の医薬品製造販売業者に対してAPI向けCDMOサービス及びFDP向けCDMOサービスを提供している。

(2) 医薬品製造販売業

ノボグループは、日本国内で主に肥満症治療薬及び糖尿病治療薬の製造販売業を営んでいる⁷。

2 商品・役務範囲

(1) CDMOサービス

ア CDMOサービス、CMOサービス及びCDOサービス間の代替性

CDMOサービスは、基本的には開発から製造までの一連の業務を網羅的に受託するサービスであるのに対し、CMOサービス及びCDOサービスは開発から製造までのうち一部の業務を受託するサービスであることから、需要者である医薬品製造販売業者は、目的に応じてCDMOサービスとCMOサービス及びCDOサービスを使い分けている。したがって、これらの各サービス間の需要の代替性は限定的である。

次に、CMOサービスとCDOサービスは、受託する工程が異なり、サービス提供に必要となる設備やノウハウが異なることから、両者の間で供給の代替性は認められない。また、CDMOサービスの提供に必要となる設備やノウハウにはCMOサービスとCDOサービスの提供に必要となる設備やノウハウが含まれるのでCDMOサービスからCMOサービス及びCDOサービスへの供給の代替性は認められるが、その逆は認められない。したがって、CDMOサービス、CMOサービス及びCDOサービス間の供給の代替性は限定的である。

以上のことから、CDMOサービス、CMOサービス及びCDOサービスは、それぞれ異なる役務範囲を構成する。

イ API向けCDMOサービス及びFDP向けCDMOサービスにおける代替性

API向けCDMOサービスは、「原薬」の製造において、原薬の特性評価⁸、臨床製造及び商業製造などを提供するものである。他方、FDP向けCDMOサービスは、「医薬品」の製造において、適切な剤形の開発及び最終製品としての

⁷ 日本国内における医薬品製造販売業については、厚生労働省等の規制当局の許可・承認を得る必要があるところ、医薬品の製造販売を業として行うには厚生労働大臣の許可を、医薬品の製造を業として行うには製造所ごとに厚生労働大臣の許可をそれぞれ受ける必要がある。また、医薬品ごとに厚生労働大臣の製造販売承認が必要である（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第14条第1項）。承認を受けるためには、承認申請者が製造販売業の許可を受けていること（同条第2項第1号）、承認を受ける医薬品を製造する製造所が製造業の許可等を受けていること（同項第2号）、製造所が適切な製造管理及び品質管理を行い、承認において要求されている品質の医薬品を製造できる体制となっていること（同項第4号）が必要である。

⁸ 有効成分の分子構造、物理的・化学的性質や安定性などを評価すること。

医薬品の大規模製造に関連するサービスなどを提供するものである。このため、需要者である医薬品製造販売業者は、委託対象に応じて両者を使い分けられていることから、両者間には需要の代替性が認められない。

次に、API向けCDMOサービスとFDP向けCDMOサービスは、受託する工程が異なり、必要となる設備やノウハウが異なることから、両者間には供給の代替性が認められない。

以上のことから、API向けCDMOサービスとFDP向けCDMOサービスは異なる役務範囲を構成する。

ウ 小括

前記ア及びイを踏まえ、本件では、「API向けCDMOサービス」及び「FDP向けCDMOサービス」を役務範囲として画定した。

(2) 医薬品製造販売業

医薬品については、適応症が同一である医薬品につき、診療ガイドライン等に記載されている患者への投与方法や医師の処方判断などにより、需要者である医師・医療機関等からみて機能・効用が同じであるものごとに画定することが適当であり、欧州医薬品市場調査協会（EphMRA）が設定するATC分類法⁹により分類された医薬品について、需要者からみた機能・効用が同種である場合には、それらの医薬品を同一の商品範囲として画定している。

ノボグループ及びノボグループの競争者が日本国内で製造販売する医薬品のうち、肥満症治療薬はATCコードレベル3の「肥満症治療薬（A8A）」に、糖尿病治療薬は「糖尿病（主に2型）治療薬（A10S）」又は「糖尿病（主に1型）治療薬（A10C）」のいずれかに分類され¹⁰、同じATCコードレベル3に分類される各治療薬は、同種の効能・効果が認められる。

したがって、本件では、ATCコードレベル3の「肥満症治療薬（A8A）」、「糖尿病（主に2型）治療薬（A10S）」及び「糖尿病（主に1型）治療薬（A10C）」を、それぞれ商品範囲として画定した（以下、これらを併せて「本件3治療薬」という。）¹¹。

⁹ Anatomical Therapeutic Chemical Classification System。分類基準は、医薬品の解剖学上の作用部位、適応症及び用途並びに科学的組成及び作用機序となっている。同分類法では、医薬品にレベル1からレベル4までの記号を付して分類されている（レベル1が大分類～レベル4が小分類）。なお、本文では、レベル3における記号を「ATCコードレベル3」と記載する。

¹⁰ ノボグループ及びノボグループの競争者は、上記以外のATCコードレベル3に分類される糖尿病治療薬も日本国内で製造販売している。

¹¹ ノボグループは、本件3治療薬以外にも、日本国内で糖尿病治療薬を製造販売しているが、以下では、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた本件3治療薬に関する検討結果について詳述した。

3 地理的範囲

(1) CDMOサービス

当事会社グループによれば、医薬品製造販売業者は、API向け及びFDP向けCDMOサービスのいずれについても、CDMOサービス提供事業者が自国の事業者であることにこだわるといった傾向はないとのことであり、実際、ノボグループは日本国内で販売する肥満症治療薬等の製造に関して世界各地のCDMOサービス提供事業者からCDMOサービスの提供を受けている。また、ノボグループ及びカタレントグループは、世界各地の医薬品製造販売業者に対して、CDMOサービスを、国内外を問わず同程度の価額で提供している。

したがって、本件では、「API向けCDMOサービス」及び「FDP向けCDMOサービス」は、いずれも「世界全体」を地理的範囲として画定した。

(2) 医薬品製造販売業

国内における本件3治療薬の製造販売業者は、いずれも国内各地に医薬品を供給できる仕組み・能力を有しており、国内の需要者は、いずれの製造販売業者からも同等の価格で医薬品を調達することが可能である。また、国内において医薬品を販売するには、厚生労働大臣の承認等が必要となる¹²。

したがって、本件では、本件3治療薬の製造販売業について、いずれも「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

1 本件行為の企業結合類型

当事会社グループは、いずれも世界全体においてAPI向けCDMOサービス提供事業及びFDP向けCDMOサービス提供事業を営んでいることから、本件行為は、世界全体におけるAPI向けCDMOサービス提供事業及びFDP向けCDMOサービス提供事業の水平型企业結合に該当する。

また、ノボグループは、日本国内において本件3治療薬の製造販売業を営んでいるため、本件行為は、世界全体におけるFDP向けCDMOサービス提供事業を川上市場、日本国内における本件3治療薬の製造販売業を川下市場とする垂直型企业結合に該当する¹³。

¹² 医薬品を日本国内で販売するためには、品目ごとに厚生労働大臣の承認を受ける必要があるところ、当該承認の申請には、原則として日本人を対象とした臨床試験データの添付が必要であり、当該臨床試験には数年間を要するという制度上の制約が存在する。

¹³ 世界全体におけるAPI向けCDMOサービス提供事業を川上市場、日本国内における本件3治療薬の製造販売業を川下市場とする垂直型企业結合については、①後記第4の2(1)アのとおり、川上市場における当事会社グループの市場シェアは10%以下であるため垂直型企业結合のセーフハーバー基準に該当すること、②本件3治療薬に関して、ノボグループはカタレントグループの競争者からAPI向けCDMOサービスの提供を受けていないため、ノボグループには顧客閉鎖を行う能力がなく、顧客閉鎖により川上市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられることから、詳細な検討は省略する。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

(1) 水平型企业結合（API向けCDMOサービス及びFDP向けCDMOサービス）

ア API向けCDMOサービス

世界全体におけるAPI向けCDMOサービス提供事業における当事会社グループの市場シェアは表1のとおりであり、本件行為によるHHIの増分が150以下となることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当する。

【表1】世界全体におけるAPI向けCDMOサービスの市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約5%
2	B社	0～5%
3	C社	0～5%
—	キャタレントグループ	0～5%
—	ノボグループ	0～5%
—	その他	約90%
合計		100%
合算市場シェア・順位：0～5%・不明		
本件行為後のHHI：不明		
HHIの増分：150以下		

イ FDP向けCDMOサービス

世界全体におけるFDP向けCDMOサービス提供事業の当事会社グループの市場シェアは表2のとおりであり、本件行為によるHHIの増分が150以下となることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当する。

【表2】世界全体におけるFDP向けCDMOサービスの市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	D社	約10%
2	キャタレントグループ	約5%
3	E社	0～5%
—	ノボグループ	0～5%
—	その他	約85%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約5%・第2位		
本件行為後のHHI：不明		
HHIの増分：150以下		

(2) 垂直型企業結合

ア FDP向けCDMOサービス（川上市場）

前記(1)イのとおり、世界全体におけるFDP向けCDMOサービス提供事業における当事会社グループの市場シェアは10%以下であるため垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当するレベルである。

イ 本件3治療薬の製造販売業（川下市場）

日本全国における本件3治療薬製造販売市場のノボグループの市場シェア（令和5年）は、以下(ア)から(ウ)までのとおりである。

(ア) 肥満症治療薬

日本国内ではノボグループ以外の肥満症治療薬は販売されておらず、肥満症治療薬製造販売市場におけるノボグループの市場シェアは100%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。

(イ) 糖尿病（主に2型）治療薬

糖尿病（主に2型）治療薬製造販売市場のノボグループの市場シェアは表3のとおりであり、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表3】日本国内における糖尿病（主に2型）治療薬の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	ノボグループ	約70%
2	F社	約30%
3	G社	0～5%
4	H社	0～5%
合計		100%

(ウ) 糖尿病（主に1型）治療薬

糖尿病（主に1型）治療薬製造販売市場のノボグループの市場シェアは表4のとおりであり、垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表4】日本国内における糖尿病（主に1型）治療薬の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	ノボグループ	約60%
2	I社	約20%
3	J社	約20%
—	その他	0～5%
合計		100%

ウ 小括

川上市場及び川下市場における当事会社グループの市場シェアは、前記ア及びイのとおりであり、表5に記載の各垂直型企業結合は、いずれも川下市場が垂直型企業結合のセーフハーバー基準に該当しないことから、後記3において垂直型企業結合に係る判断要素の検討を行う。

【表5】判断要素の検討を行う垂直型企業結合

番号	川上市場 ^当		川下市場 ^ノ	
	商品範囲	地理的範囲	商品範囲	地理的範囲
1	FDP向けCDMOサービス	世界全体	肥満症治療薬	日本全国
2			糖尿病（主に2型）治療薬	
3			糖尿病（主に1型）治療薬	

（^当…当事会社グループ、^ノ…ノボグループ）

3 垂直型企業結合（川上市場：FDP向けCDMOサービス、川下市場：本件3治療薬の製造販売業）

(1) 投入物閉鎖

前記2(2)アのとおり、川上市場における当事会社グループの市場シェアは、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レベルであることから、当事会社グループには投入物閉鎖を行う能力がなく、投入物閉鎖により川下市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

(2) 顧客閉鎖

前記第4の2(2)イのとおり、川下市場における当事会社グループの市場シェアは、肥満症治療薬が100%、糖尿病（主に2型）治療薬が約70%、糖尿病（主に1型）治療薬が約60%と、いずれも高い。また、当事会社グループは、本件3治療薬について、当事会社グループの競争者からFDP向けCDMOサービスの提供を受けている。

しかし、当事会社グループの本件3治療薬の製造におけるFDP向けCDMOサービスの調達割合¹⁴は限定的である。加えて、本件3治療薬の製造に利用されるFDP向けCDMOサービスは、特定の治療薬の製造に対して提供されるものとは限らない。

そのため、仮に当事会社グループが購入拒否等を行ったとしても、川上市場であるFDP向けCDMOサービス提供市場におけるキャタレントグループの競争者は、当事会社グループ以外の医薬品製造販売業者の他の治療薬に当該サービスの提供先を容易に切り替えることができると考えられる。

したがって、当事会社グループには顧客閉鎖を行う能力がなく、顧客閉鎖により川上市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

4 小括

以上から、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争者との協動的行動により、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ならないといえない。

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らないといえないと判断した。

¹⁴ 調達割合とは、ノボグループが製造した当該製品の全体の製造数量を分母とし、同グループがFDP向けCDMOサービス提供事業者（キャタレントグループ及びキャタレントグループの競争者）からFDP向けCDMOサービスの提供を受けて製造した数量を分子として算出した割合をいう。

事例3 (株)クボタによる日本鑄鉄管(株)の新設製造子会社の株式取得

第1 当事会社

株式会社クボタ（法人番号1120001037978）（以下「クボタ」という。）及び日本鑄鉄管株式会社（法人番号3010001016859）（以下「日本鑄鉄管」という。）は、いずれもダクタイル鉄管等の製造販売業を営む会社である。

以下、クボタと既に結合関係が形成されている企業の集団を「クボタグループ」、日本鑄鉄管と既に結合関係が形成されている企業の集団を「日本鑄鉄管グループ」、クボタと日本鑄鉄管を併せて「当事会社」、クボタグループと日本鑄鉄管グループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、クボタが、日本鑄鉄管が自社のダクタイル鉄管製造工場を分社化して設立する製造子会社（以下「新設製造子会社」という。）の株式に係る議決権の19.9%を取得する（以下「本件行為」という。）というものである。本件行為により、新設製造子会社は、クボタ及び日本鑄鉄管の共同出資会社となる。

関係法条は、独占禁止法第10条である。

第3 本件の経緯等

本件行為は独占禁止法第10条第2項に規定する届出要件を満たさないが、当事会社から、具体的な企業結合計画の内容を示した相談があった。そこで、公正取引委員会は、「企業結合審査の手續に関する対応方針」（平成23年6月14日）6(1)に基づき、届出を要する企業結合計画への対応に準じて本件を審査した。その結果、後記第7記載の措置が講じられることを前提とすれば、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いえないと認められたので、本件審査を終了した。

なお、当事会社は、本件行為による二酸化炭素排出量の削減効果に係る効率性の向上を具体的に主張したことから、当委員会は、「グリーン社会の実現に向けた事業者等の活動に関する独占禁止法上の考え方」（令和5年3月31日）（以下「グリーンガイドライン」という。）に沿った検討を行った。

第4 本件の検討対象

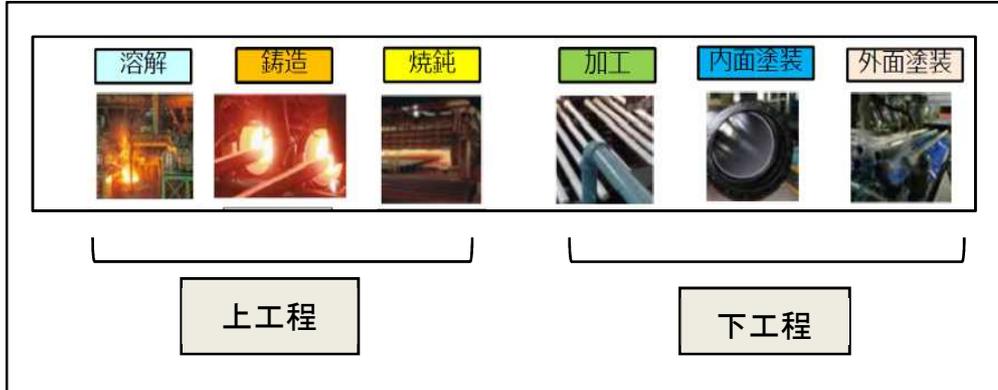
1 当事会社グループにおけるダクタイル鉄管の製造・販売体制

後記第5の1(1)のとおり、ダクタイル鉄管は小口径管、中口径管及び大口径管に分類されているところ、当事会社グループは、いずれも全てのダクタイル鉄管を製造販売している。

本件行為後、クボタは小口径管の上工程（図1参照）を、日本鑄鉄管は全ての

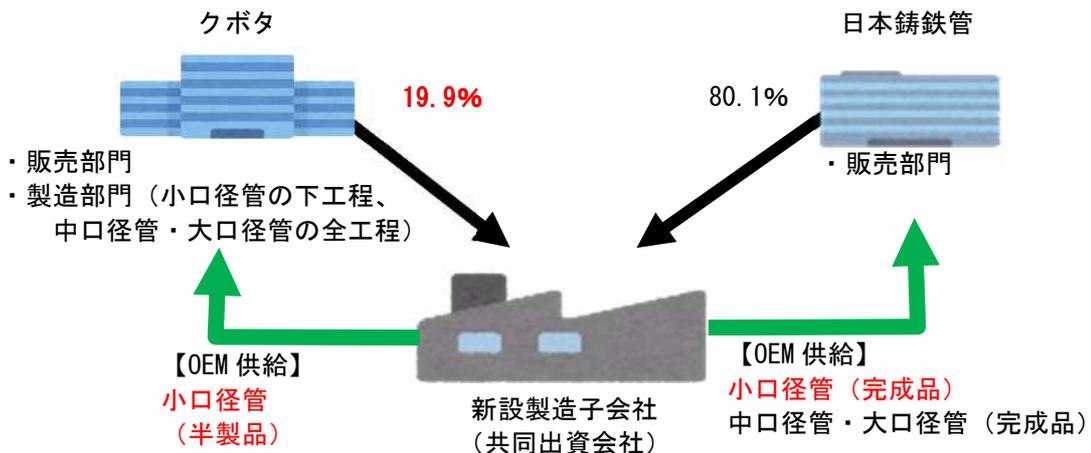
ダクタイト鉄管の製造を新設製造子会社に委託し、販売は当事会社グループそれぞれが独自に行うことを計画している¹⁾(図2参照)。

【図1】ダクタイト鉄管の製造工程



(出所：当事会社提出資料等を基に当委員会にて作成)

【図2】本件行為後におけるダクタイト鉄管の製造・販売体制



2 本件の検討対象

新設製造子会社は共同出資会社であり、当該子会社を通じてクボタと日本鑄鉄管の間で間接的に企業結合関係が形成される。本件行為後、当事会社のいずれもが新設製造子会社に製造委託を行う小口径管のダクタイト鉄管に関して、当事会社間で上工程の部分のコストが共通化されるとともに、新設製造子会社を通じて機微情報が共有されるおそれがあるため、当事会社間で協調関係が生じる²⁾。

したがって、本件においては、小口径管のダクタイト鉄管の製造販売業を検討対象とする。

¹⁾ 本件行為後も、クボタは自社でダクタイト鉄管中口径管及び大口径管の製造を行う。

²⁾ ただし、本件においては、後記第7のとおり、当事会社は、当事会社グループ間で新設製造子会社を通じた機微情報の共有が生じないように措置を講じていることから、機微情報の共有による協調関係は生じない。そのため、以下では、上工程の部分のコストが共通化されることにより生じる当事会社間の協調関係が競争に与える影響を検討する。

第5 一定の取引分野

1 商品の概要等

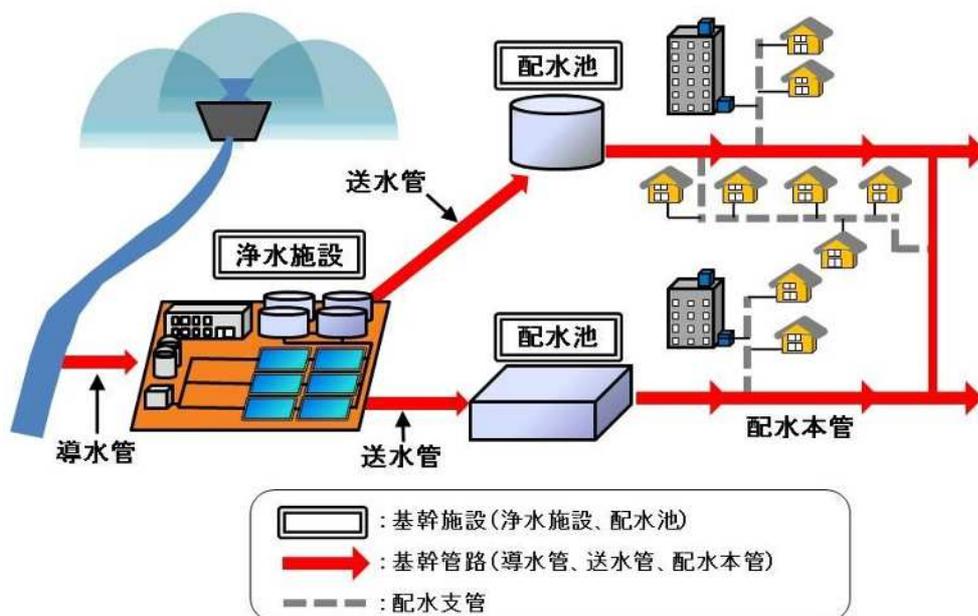
(1) 商品の概要

ダクタイル鉄管は、通常の鑄鉄³⁾の強度や延性を改良したダクタイル鑄鉄を用いた鉄管であり、主に上水道用途の水道管として使用されている。

水道管に用いられるダクタイル鉄管の口径は、日本水道協会規格により、50mm～2600mmと定められており、一般的に、口径が50mm～250mmの管は小口径管、300～800mmの管は中口径管、900mm以上の管は大口径管と分類されている。

上水道用途の水道管は、図3のとおり、水源から浄水施設及び配水池を経て各給水場所に至るまでの様々な場所で使用されている。また、使用される管は、ダクタイル鉄管のほかにも、ポリエチレン管、塩化ビニル管及び鋼管がある(各管の特徴は表1参照)。

【図3】上水道用途の水道管が使用される場所



(出所：厚生労働省ウェブサイト⁴⁾)

³ 鉄を主成分として、2.0%を超える炭素を含有する鑄物の製造に用いる合金をいう。

⁴ <https://www.mhlw.go.jp/content/10908000/001228272.pdf>

【表1】上水道用途の水道管に使用される管の特徴

名称	特徴
ダクタイト鉄管	<ul style="list-style-type: none"> ・幅広い口径の規格がある。 ・耐震性あり。 ・他の管と比べ高価。 ・施工しやすい。
ポリエチレン管	<ul style="list-style-type: none"> ・小口径の規格のみ。 ・耐震性あり。 ・ダクタイト鉄管と比べ安価。 ・ダクタイト鉄管と比べ使用実績が少ない。
塩化ビニル管	<ul style="list-style-type: none"> ・小口径の規格のみ。 ・耐震性なし。 ・ダクタイト鉄管と比べ非常に安価。
鋼管	<ul style="list-style-type: none"> ・中口径及び大口径の規格のみ。 ・耐震性あり。 ・ダクタイト鉄管と比べやや安価。 ・現場溶接が必要。

ダクタイト鉄管は、耐震性があり、施工しやすく、幅広い口径の規格があることから、各所で幅広く使用されている。

ポリエチレン管は、小口径の水道管（図3の配水池から各給水場所までの間の水道管。以下同じ。）として規格が定められている。ダクタイト鉄管と同じく耐震性があり、より安価であることから、小口径の水道管においては、ダクタイト鉄管からポリエチレン管への切替えが生じている。

なお、ポリエチレン管について、耐震性が認められるようになったのは比較的最近であり、使用実績が少ないため、耐震性の検証が十分でないとして採用に消極的な水道事業者が一定程度存在する。

塩化ビニル管は、ポリエチレン管と同様、小口径の水道管として規格が定められているが、耐震性がないため、採用されることはまれである。

鋼管は、中口径又は大口径の水道管（図3の水源から配水池までの間の水道管）として規格が定められているが、現場溶接が必要なため、ほとんど使用されていない。

(2) ダクタイト鉄管小口径管の需要推移

我が国における上水道の普及率は非常に高いことから、主たる需要は更新需要である。

水道事業は、主に市町村単位の水道事業者により独立採算制で運営されているところ、多くの水道事業者では人口減少等による需要減の影響で料金収入が

減少している。そのため、敷設管の更新先送りと、更新時の小口径管のダクタイル鉄管（以下「ダクタイル鉄管小口径管」という。）からより安価なポリエチレン管への切替えが生じている。その結果、ダクタイル鉄管小口径管の需要は大きく減少している⁵。

(3) 水道管敷設工事の発注及びダクタイル鉄管の取引の流れ

上水道用途の水道管の敷設工事は、水道事業者が入札の方法により発注し、受注した水道工事業者は管材商社からダクタイル鉄管を購入して施工している。

ダクタイル鉄管の取引について管材商社にヒアリングしたところ、水道工事業者は相見積りで管材商社を選定している旨及び管材商社は特定のダクタイル鉄管製造販売業者1社と取引を行う慣行にある旨を回答した。

2 商品範囲

(1) ダクタイル鉄管とそれ以外の管との間の代替性

前記1(1)のとおり、ダクタイル鉄管、ポリエチレン管、塩化ビニル管及び鋼管は、いずれも上水道用途の水道管として使用されるものの、ダクタイル鉄管とそれ以外の管では耐震性、価格、使用実績等が異なることから、一部の例を除き代替的に用いられる状況にはない。したがって、ダクタイル鉄管とそれ以外の管との間の需要の代替性は限定的である。

次に、ダクタイル鉄管とそれ以外の管では、製造技術、製造設備及び原材料が異なることから、ダクタイル鉄管とそれ以外の管の間には供給の代替性が認められない。

よって、ダクタイル鉄管とそれ以外の管は、異なる商品範囲を構成する。

(2) 異なる口径のダクタイル鉄管の代替性

上水道用途の水道管は、設置場所によって内部を流れる水の流量や水圧等に対応できる口径の管が必要となるため、水道事業者は、水道管の設置場所を踏まえて、必要な口径のダクタイル鉄管を採用している。したがって、異なる口径のダクタイル鉄管の間での需要の代替性は限定的である。

次に、ダクタイル鉄管は、小口径管、中口径管及び大口径管で製造設備が異なる。したがって、同一種類の口径管として分類される管（小口径管であれば口径が50mm～250mmの管）の間では供給の代替性が認められるが、小口径管、中口径管及び大口径管の間では供給の代替性が認められない。

よって、ダクタイル鉄管は、小口径管、中口径管及び大口径管それぞれで商

⁵ 小口径の水道管について、過去16年間における管種別の需要動向は、ダクタイル鉄管及び塩化ビニル管が減少傾向、ポリエチレン管が増加傾向となっており、平成30年度にはポリエチレン管の需要がダクタイル鉄管の需要を上回った。

品範囲を構成する。

(3) 小括

以上のことから、本件では、ダクティル鉄管小口径管、中口径管のダクティル鉄管及び大口径管のダクティル鉄管を商品範囲として画定し、本件の検討対象であるダクティル鉄管小口径管についてのみ以下詳述する。

3 地理的範囲

ダクティル鉄管小口径管の製造販売業者は、日本全国で販売を行っており、地域によって販売価格や輸送の難易度に違いが生じるといった事情は存在しない。したがって、本件では、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

第6 本件行為が競争に与える影響

1 本件行為の企業結合類型

当事会社グループは、いずれも日本全国において、ダクティル鉄管小口径管の製造販売業を営んでいるため、本件行為は、日本全国におけるダクティル鉄管小口径管の製造販売業に係る水平型企业結合に該当する。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

日本全国におけるダクティル鉄管小口径管の製造販売分野の市場シェアは表2のとおりであり、本件行為後のHHIが約5,800、HHIの増分が約1,700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。

【表2】ダクティル鉄管小口径管の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	クボタグループ	約55%
2	A社	約30%
3	日本鑄鉄管グループ	約15%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約70%・第1位		
本件行為後のHHI：約5,800		
HHIの増分：約1,700		

3 単独行動による競争の実質的制限

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

当事会社グループの合算市場シェアは約70%（第1位）と高いが、市場における有力な競争者として、A社（市場シェア約30%、第2位）が存在する。また、A社には一定程度の供給余力があると認められる。したがって、競争者の牽制力が一定程度認められる。

次に、クボタの製造委託の範囲はダクティル鉄管小口径管の上工程のみであるため、当事会社グループ間でコストが共通化されるのは上工程の部分に限られる。加えて、後記第7記載の措置が採られることを前提とすれば、当事会社グループ間において新設製造子会社を通じた機微情報（新設製造子会社から当事会社へのダクティル鉄管の販売価格等）の共有が生じるという懸念が解消される。よって、本件行為後においても、当事会社グループ間の競争関係は一定程度維持されると考えられる。

(2) 輸入

海外で製造されるダクティル鉄管小口径管は、耐震性がなく、日本と規格が異なるため、ダクティル鉄管小口径管の輸入は行われていない。したがって、本件行為後の一定期間内に輸入が行われるようになるとは考えにくい。

よって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入

ダクティル鉄管小口径管市場に新規参入するためには設備等への多大な投資が必要であり、日本におけるダクティル鉄管小口径管の需要が減少していることを踏まえると、本件行為後の一定期間内に参入が生じることは考えにくい。

したがって、参入圧力は認められない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

前記第5の1(1)のとおり、ポリエチレン管はダクティル鉄管と同様に耐震性があり、かつ、ダクティル鉄管よりも安価であることから、ダクティル鉄管からポリエチレン管への切替えが相当程度生じている。耐震性の検証が十分でないといった理由でポリエチレン管の採用に消極的な水道事業者も一定程度存在するものの、その傾向は今後も継続するものと考えられる。

上水道用途の水道管向けポリエチレン管については、クボタグループの市場シェアが約60%（第1位）であるものの、有力な競争者としてB社（市場シェア約40%、第2位）が存在し、同社には一定程度の供給余力が認められる。

したがって、隣接市場であるポリエチレン管からの競争圧力が一定程度認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

水道事業者は、入札の方法により上水道用途の水道管敷設工事を発注して水道工事業者を選定し、水道工事業者は相見積りで管材商社を選定していることから、水道工事業者間及び管材商社間のそれぞれにおいては競争がある程度活発に行われていると考えられる。

一方、管材商社は特定のダクティル鉄管製造販売業者1社と取引を行う慣行

にある。管材商社に対するヒアリングの結果、ダクタイト鉄管製造販売業者は、管材商社との取引において値下げや販売奨励金の提供を行い、取引先管材商社が水道工事業者からの発注を受注できるように支援しているものの、水道工事業者からの値下げ圧力がダクタイト鉄管製造販売業者にまで十分働いているとまではいえない状況であった。

したがって、需要者からの競争圧力は限定的である。

(6) 効率性

当事会社グループは、ダクタイト鉄管の原材料である鉄スクラップを溶かすためにキューポラ炉⁶を現在使用している。他方で、当事会社グループは、本件行為により、二酸化炭素排出量がキューポラ炉より少ない電気炉に切り替えた上で、新設製造子会社に導入することを計画している（以下「切替計画」という。）。このため、本件行為によって、当事会社グループは、切替計画を実行し、二酸化炭素排出量削減を達成できるとしている。

そこで、切替計画による効率性の向上について、当事会社の内部文書、当事会社が具体的に算定した二酸化炭素排出量の削減効果等を基に、グリーンガイドライン⁷を踏まえて、以下のとおり検討した。

ア 企業結合に固有の効率性向上であるか否か

切替計画と同等の効率性を達成し得る、より競争制限的でない他の方法としては、例えば、①一方の当事会社が単独で電気炉を導入すること及び②日本鑄鉄管が、自社の工場に電気炉を導入し、企業結合行為を伴わない業務提携により、クボタからダクタイト鉄管小口径管の製造を受託することが考えられる。

まず、当事会社の内部文書では、切替計画及び一方の当事会社単独での電気炉導入をそれぞれ実行するために必要な投資額及びダクタイト鉄管小口径管の製造開始が可能となる時期が検討されており、これらの検討結果を踏まえると、切替計画の方が、一方の当事会社単独での電気炉導入よりも投資額が少なく、かつ、早期の製造開始が可能である旨が認められた。したがっ

⁶ コークスの燃焼熱を利用して鉄スクラップを溶かす溶解炉。

⁷ 「グリーン社会の実現に向けた事業者等の取組は、多くの場合、事業者間の公正かつ自由な競争を制限するものではなく、新たな技術や優れた商品を生み出す等の競争促進効果を持つものであり、温室効果ガス削減等の利益を一般消費者にもたらすことが期待されるものでもあり、「優れた商品」には、当該商品の生産段階…における温室効果ガス削減に資する商品も含まれ得る」（グリーンガイドラインの「はじめに」の2）ところ、「グリーン社会の実現に向けた企業結合が、…温室効果ガス削減に貢献する新しい商品の市場を創り出すといった競争促進効果をもたらすことが見込まれる場合には、…「効率性」の観点も評価される。」（グリーンガイドライン第4の2(2)ウ(ア)(i)）

「効率性については、①企業結合に固有の効果として効率性が向上するものであること、②効率性の向上が実現可能であること、及び③効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであることの三つの観点から判断される。」（グリーンガイドライン第4の2(2)ウ(ア)(i)）

て、一方の当事会社単独での電気炉導入では、切替計画と同等の効率性を達成できないと考えられる。

次に、企業結合行為を伴わない業務提携の場合、クボタは、資本関係のない日本鑄鉄管に自社の従業員を出向させて製造ノウハウを開示することが難しいのに対し、切替計画では、クボタと日本鑄鉄管との間に資本関係が生じることから自社の従業員を新設製造子会社に出向させ、電気炉の稼働に関するノウハウを提供できる旨を説明している。日本鑄鉄管は電気炉の稼働経験がないため、クボタから出向者を通じて電気炉の稼働に関するノウハウの提供を受けることが電気炉の稼働の早期実現において有益であると考えられ、実際、日本鑄鉄管の内部文書では、クボタから技能社員の出向を受け入れることを希望していることが確認された。したがって、企業結合行為を伴わない業務提携では、切替計画と同等の効率性は達成できないと考えられる。

よって、当事会社が新設製造子会社にダクタイル鉄管の製造を委託することによる二酸化炭素排出量の削減は、本件行為固有の効率性向上であるといえる。

イ 効率性の向上が実現可能であるか否か

日本鑄鉄管の内部文書では、新設製造子会社に設置する電気炉の発注を完了していることが確認されており、今後、電気炉の設置や試運転等、電気炉でのダクタイル鉄管小口径管の製造計画が進められるものと考えられる。したがって、新設製造子会社に設置する電気炉でのダクタイル鉄管小口径管の製造は実現可能であるといえる。

また、キュポラ炉はコークスを熱源とするのに対し、電気炉は電気を熱源とするため、キュポラ炉から電気炉に切り替えることで、コークスの燃焼に伴う排出量相当分の二酸化炭素排出量が削減される。また、電気炉の稼働で使用する電気の発電に伴い発生する二酸化炭素排出量を加味しても、電気炉の方がキュポラ炉よりも二酸化炭素排出量が少ない。この点につき、当事会社は、環境省や地方公共団体が定める算定方法⁸に基づき、キュポラ炉から電気炉に切り替えることによる二酸化炭素排出量の削減効果を具体的に算定しており、当該算定結果を前提とすれば、キュポラ炉から電気炉への切替えにより二酸化炭素排出量の大幅な削減が見込まれる。

したがって、本件行為による効率性の向上は実現可能であるといえる。

⁸ 「脱炭素の効果（温室効果ガス排出量・吸収量）については、温暖化対策推進法又はエネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律（昭和54年法律第49号）に基づく算定方法や、国際的な標準であるGHGプロトコル、GXリーグ算定・モニタリング・報告ガイドライン（令和5年4月26日GXリーグ事務局）等を用いて算定することができる」（グリーンガイドラインの「はじめに」の4・脚注14）。本件において当事会社が用いた環境省が定める算定方法は地球温暖化対策の推進に関する法律（平成10年法律第117号）（上記「温暖化対策推進法」をいう。）に基づく算定方法であり、また、当該地方公共団体が定める算定方法は環境省が定める算定方法と同じである。

ウ 効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであるか否か

グリーンガイドラインに基づく、本件行為によるダクタイル鉄管小口径管の製造過程における二酸化炭素排出量の大幅な削減は品質の向上と評価⁹でき、需要者の厚生は増大すると考えられる。

したがって、本件行為による効率性の向上により需要者の厚生が増大するものといえる。

エ 小括

以上のことから、本件行為による「効率性」の向上が認められる。

(7) 小括

当事会社グループの合算市場シェアは約70%と高いこと、輸入圧力及び参入圧力は認められないこと並びに需要者からの競争圧力は限定的であることが認められる。しかし、①競争者であるA社（市場シェア約30%）の当事会社グループに対する牽制力が一定程度認められること、②当事会社グループ間でコストが共通化されるのは上工程の部分に限られることに加えて、後記第7記載の措置が採られることを前提とすれば当事会社グループ間の競争関係は一定程度維持されると考えられること、③隣接市場（ポリエチレン管）からの競争圧力が一定程度認められること、④効率性の向上が認められることを総合的に考慮すると、当事会社グループの単独行動により、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なるとはいえない¹⁰。

4 協調的行動による競争の実質的制限

(1) 当事会社グループ及び競争者の地位並びに市場における競争の状況等

ア 競争者の数等

本件行為後、当事会社グループのダクタイル鉄管小口径管の製造は新設製造子会社が行うことから、製造分野における見掛け上の事業者数は3社から2社になる。しかし、当事会社グループ間でコストが共通化されるのは上工

⁹ グリーンガイドライン第1の1（想定例5）は、「製造過程の転換によって温室効果ガス排出量を大幅に削減できることが明らかである場合には、競争促進効果が認められるので、需要者にとって使用上の価値に直接の変化がない場合であっても、品質の向上と評価できる」としている。

¹⁰ ダクタイル鉄管小口径管について、当事会社グループの年次の売上データ、月次の費用データ、市場シェア等を用いて、簡易的に、企業結合による価格引上げのインセンティブの有無とその程度を評価するために用いられる指標であるGUPPI（Gross Upward Pricing Pressure Index）を計算した結果、当事会社グループが本件行為後に完全に一体化することを前提とするならば当事会社グループが単独で日本鑄鉄管のダクタイル鉄管について値上げをするインセンティブがあることが確認された。ただし、本件行為は当事会社グループが本件行為後に完全に一体化することを前提としていないこと、ダクタイル鉄管は同質的な商品であるのに対しGUPPIは基本的に差別化財を前提とした分析手法であること等から、本分析結果は参考に留める。

程の部分に限られることに加えて、後記第7記載の措置が採られることを前提とすれば当事会社グループ間の競争関係は一定程度維持されると考えられる。

イ 供給余力

当事会社グループ及びA社にはそれぞれ供給余力が一定程度認められるため、当事会社グループ及びA社は単独で利益を拡大するインセンティブを有すると考えられる。しかし、供給余力があることは、協調的行動から逸脱した者に対して報復行動をとることができることにもつながるため、供給余力の観点から協調的行動をとる懸念の有無を判断することはできない。

(2) 取引の実態等

ア 需要動向、技術革新の動向等

ダクティル鉄管小口径管の需要は、主に上水道用途の水道管の更新需要であることから、その予測は比較的容易と考えられる。また、ダクティル鉄管小口径管は成熟商品であるため、技術革新の余地は小さいと考えられる。さらに、ダクティル鉄管小口径管は規格品であるため、各製造販売業者のダクティル鉄管小口径管の品質に差はほとんどない。

したがって、当事会社グループ及びA社は、互いの行動を予測しやすい状況にあると考えられる。

イ 過去の競争の状況

ダクティル鉄管小口径管の製造販売分野において、過去数年間にわたり当事会社グループ及びA社の市場シェアに大きな変動はないこと等から、競争が活発に行われていたとは言い難い。

(3) 各種の競争圧力等

前記3(4)及び(6)のとおり、隣接市場からの一定程度の競争圧力及び効率性の向上が認められる。

(4) 小括

ダクティル鉄管小口径管の製造販売分野では、商品が同質的であること、需要動向の予測は比較的容易で技術革新の余地も小さいと考えられること、過去数年間にわたり当事会社グループ及び競争者の市場シェアに大きな変動はない等の競争状況であったことを踏まえると、本件行為前から、当事会社グループ及びA社が互いの行動を予測することが容易な状況にあることは否定できない。

しかし、当事会社グループ間でコストが共通化されるのは上工程の部分に限

られることに加えて、後記第7記載の措置が採られることを前提とすれば当事会社グループ間の競争関係は一定程度維持されることが考えられること、隣接市場からの一定程度の競争圧力及び効率性の向上が認められることから、当事会社グループと競争者との協調的行動により、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いえない。

5 小括

以上のとおり、後記第7記載の措置が採られることを前提とすれば、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争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なるとはいえない。

第7 当事会社による問題解消措置の申出及びそれに対する評価

1 問題解消措置の概要

当事会社からは、当事会社グループ間において新設製造子会社を通じて機微情報が共有される懸念を解消するべく、大要以下の措置（以下「問題解消措置」という。）を講じる旨の申出があった。

なお、製造委託の範囲は前記第4の1を前提とする。

- ① 当事会社は、当事会社グループのダクタイル鉄管の販売部門の役職員が他方の当事会社グループのダクタイル鉄管に関する機微情報を知得する可能性のある業務（以下「本件業務」という。）を兼務させない。
- ② 当事会社は、本件業務の従事者以外の者が機微情報にアクセスできないように、システム上・物理上の障壁を設ける。
- ③ 当事会社は、本件業務の従事者を、本件業務の従事者でなくなったときから2年間、当事会社グループのダクタイル鉄管の販売部門に所属させない。
- ④ 当事会社は、本件業務の従事者から、本件業務の従事者以外の者に機微情報を開示しない旨を遵守すること等を定めた誓約書を取得する。
- ⑤ 当事会社は、少なくとも年1回、上記①ないし④に定める措置（以下「本件情報遮断措置」という。）の遵守状況を確認し（以下「定期検査」という。）、その結果についての報告書を作成する。
- ⑥ 当事会社は、当委員会の承認を得た上で、当事会社グループから独立し、かつ、専門性を有する第三者を監視受託者として選任し、監視受託者を選任するまでは本件行為を実行しない。監視受託者は、当事会社が本件情報遮断措置を遵守するための適切かつ十分な体制を構築する際の監修を行う。また、監視受託者は、合計5年分の定期検査において、定期検査の計画の監修及び結果の監査を行い、その結果についての報告書に監査意見を付して、当委員会に提出する。

2 問題解消措置に対する評価

前記1の問題解消措置を講じることを前提とすれば、当事会社グループ間において新設製造子会社を通じて機微情報が共有される懸念は解消され、当事会社グループ間の競争は一定程度維持されることが考えられる。

第8 結論

以上を前提とすれば、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いえないと判断した。

事例4 三浦工業(株)による(株)ダイキンアプライドシステムズの株式取得

第1 当事会社

三浦工業株式会社(法人番号7500001003977)は、蒸気ボイラー等の製造販売業を営む会社である。

株式会社ダイキンアプライドシステムズ(法人番号8010401054611)は、各種工場の空気・熱に関わる様々なエンジニアリング業を営む会社である。

ダイキン工業株式会社(法人番号8120001059660)は、空調・冷凍機、化学、油機等の製造販売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
三浦工業株式会社	三浦工業
三浦工業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	三浦工業グループ
株式会社ダイキンアプライドシステムズ	DAPS
ダイキン工業株式会社	ダイキン
ダイキ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(DAPSを含む。)	ダイキングループ
三浦工業及びDAPSを併せた2社	当事会社
三浦工業グループ及びダイキングループを併せた企業の集団	当事会社グループ
一定の温度帯の冷水を作り出す大型の機械(詳細は後記第3の1(1)参照)。	チラー

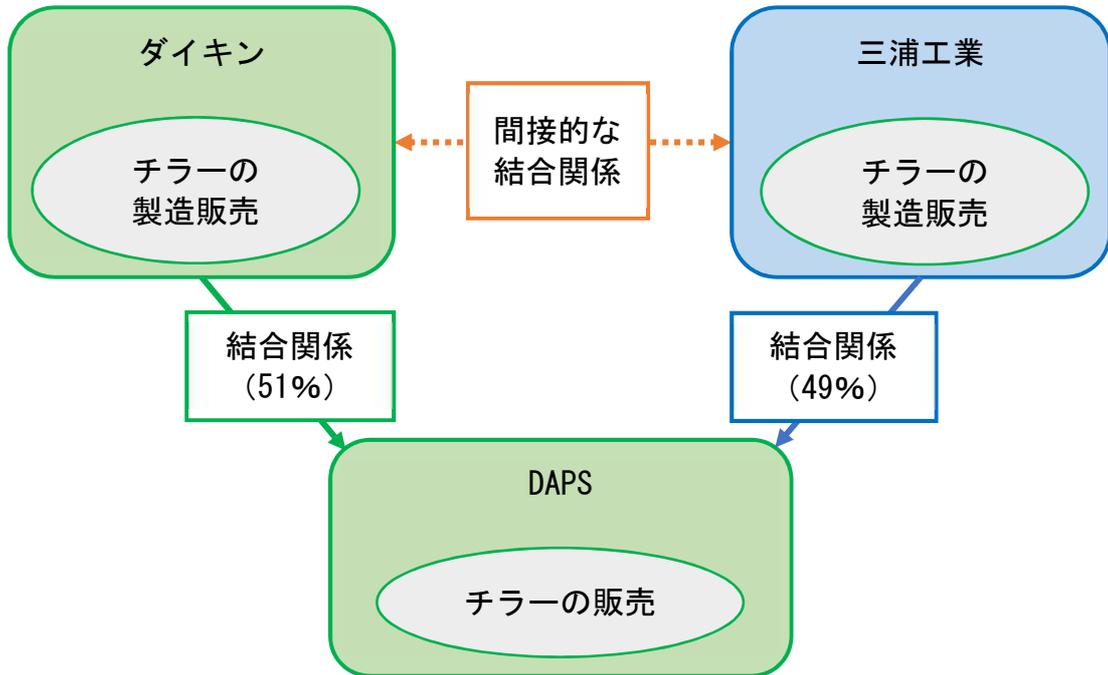
第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、三浦工業がダイキンの完全子会社であるDAPSの株式に係る議決権の20%を超えて取得する(以下「本件行為」という。)というものである。

本件行為後、ダイキン及び三浦工業がDAPSの株式をそれぞれ50%超及び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、DAPSと三浦工業グループとの間の結合関係及びDAPSを通じたダイキングループ(DAPSを除く。)と三浦工業グループとの間の間接的な結合関係が、それぞれ形成されると考えられることから、公正取引委員会は、当該各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。

【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

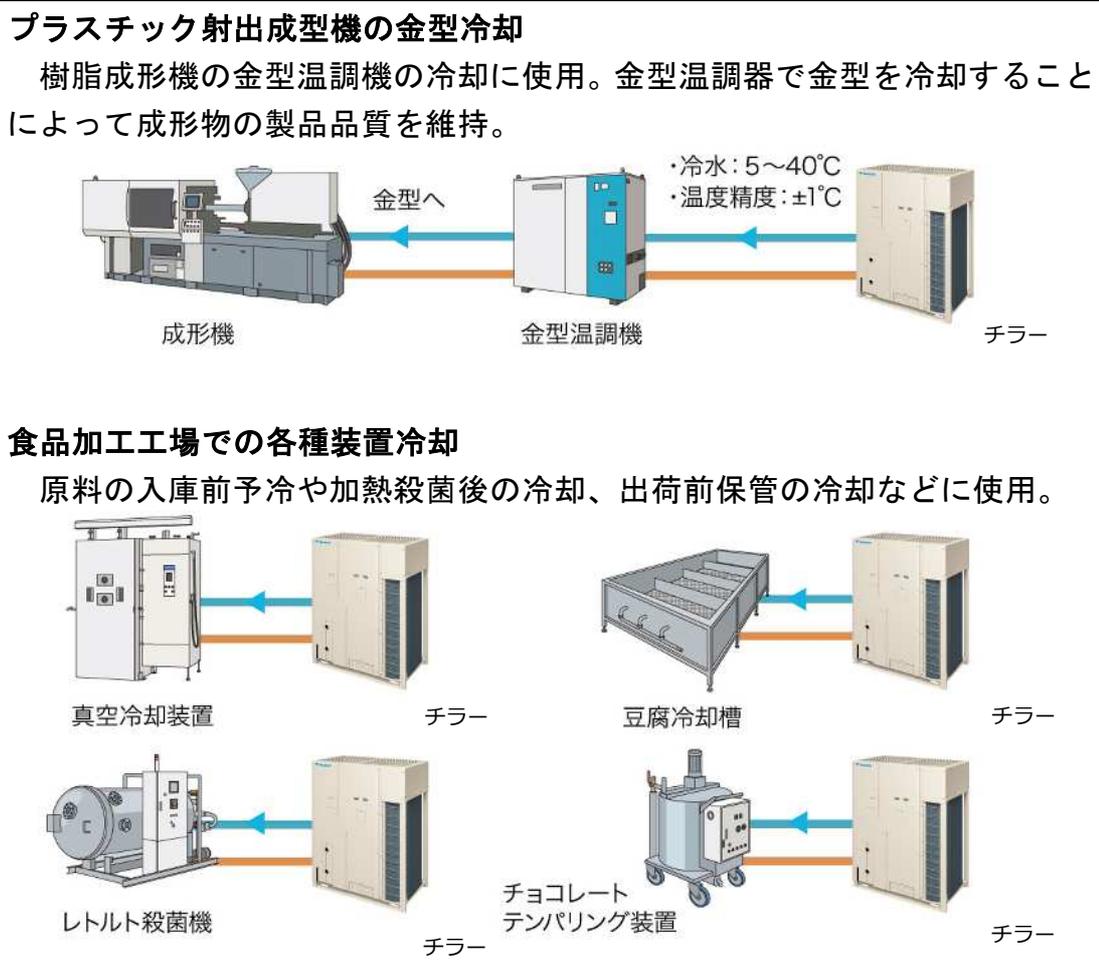
(1) チラーの概要

チラーとは、冷凍サイクル（凝縮、蒸発、圧縮、膨張）により、その内部の液体又は気体の冷媒を循環させて冷熱を発生させ、水を冷やすことで、一定の指定された温度の冷水を作り出す大型の機械であり、「チリングユニット」とも呼ばれる。

チラーの機能は、一定の温度帯の冷水を作ることであり、チラーで作られた冷水は、パイプ等を経由して運ばれ、接続した先の工場や建物内の冷却・温度管理の機械で利用される。そのため、最終的な冷却対象や温度管理は、チラーに接続した先の冷却・温度管理の機械の機能によって決まる。

チラーを用いた冷却の例は図2のとおりである。

【図2】チラーを用いた冷却の例



(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

チラーは、次のとおり、排熱方式によって水冷式チラーと空冷式チラーに商品区分されることがある。

ア 水冷式チラー

水冷式チラーは、冷水を製造する際に発生する熱を、装置内の冷却用水に排熱するもので、後記イの空冷式チラーに比べると、冷却効率や排熱により周囲の温度を上昇させることがない点などで優れるといわれる。一方、構造が複雑であり、冷却塔（空気と水を直接接触させて水を冷却する装置）の設置や配管が別途必要になる。そのため、導入に当たり広い設置スペースが必要であり、また、配管等の工事内容次第ではあるものの設置費用がかさむ傾向にある。

イ 空冷式チラー

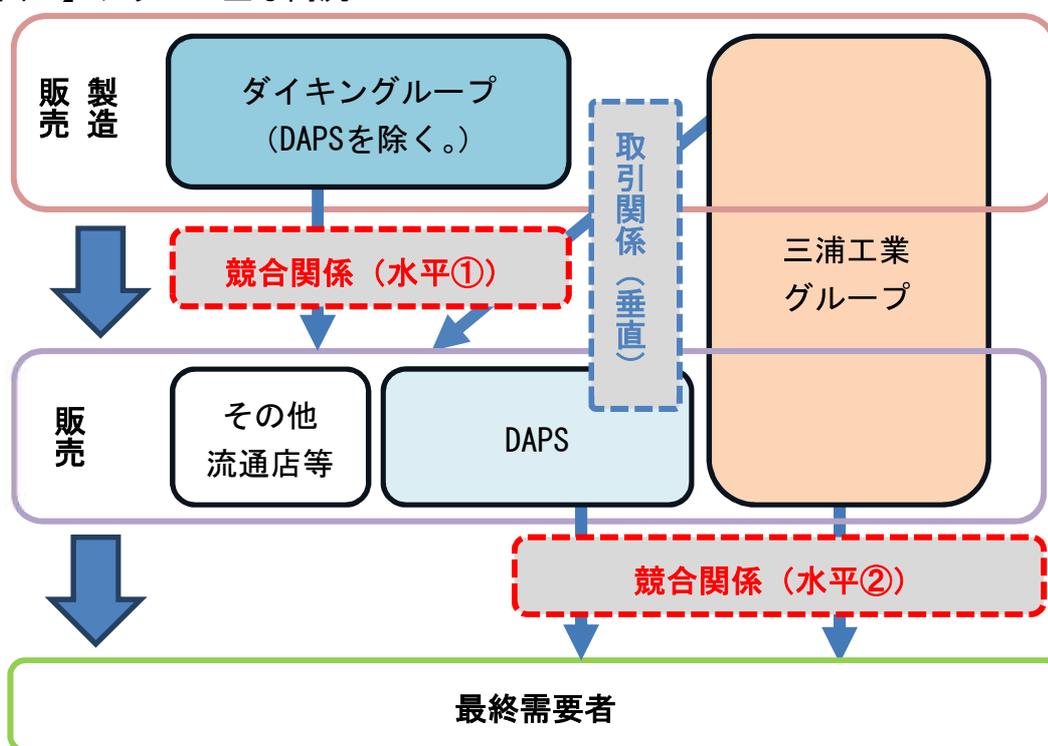
空冷式チラーは、冷水を製造する際に発生する熱を、ファンによって装置内に取り込んだ外気に排熱するもので、前記アの水冷式チラーに比べると、

限られたスペースでの設置が可能であるものの、室内に設置する場合は排熱により室温が上昇するため、設置場所によっては排気設備が必要となる場合がある。

(2) チラーの商流

チラーの主な商流は図3のとおりであり、製造販売業者によって製造されたチラーは、販売代理店、サブコンと呼ばれる設備関連の工事を請け負う業者、生産設備業者、工場設備の設計等を行うエンジニアリング業者といった中間事業者（以下「流通店等」という。）を通じて、最終需要者に提供される。

【図3】チラーの主な商流



(出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成)

ダイキングループ（DAPSを除く。）が製造販売するチラーの全ては、DAPSをはじめとする流通店等を提供先としており、DAPSは流通店等として、製造販売業者から調達したチラーを、自社のエンジニアリング業を通じて設置工事等を施すことにより、最終需要者に提供している。

三浦工業グループが製造販売するチラーは、DAPSをはじめとする流通店等を提供先としているほか、自らも流通店等の立場で、設置工事と併せて、最終需要者に直接チラーを提供している。

2 商品範囲

前記1ア及びイのとおり、チラーについては、排熱方式による商品区分が存在

し、水冷式チラーと空冷式チラーとでは、設置費用、冷却効率、設置に必要なスペース等において違いがある。しかし、いずれも冷水により対象物を冷却するという機能は同じであり、用途が異なるものではない。また、需要者は、プロジェクトごとに、水冷式と空冷式のメリット・デメリットを比較衡量して、どちらの方式のチラーを利用するか選択していることから、排熱方式の違いは需要者にとってチラー購入時の考慮要素の一部に過ぎないと考えられる。

したがって、水冷式チラーと空冷式チラーの間には需要の代替性が認められることから、本件では、「チラー」を商品範囲として画定した。

3 地理的範囲

前記2で画定したチラーは、日本国内で販売されているものであり、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ため、需要者は供給者の所在する地域を問わず購入することが可能である。

したがって、本件では、「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

1 本件行為の企業結合類型

三浦工業グループとダイキングループは、いずれもチラーを製造販売していることから、本件行為は、チラーの製造販売に係る水平型企业結合に該当する(図3における「競合関係(水平①)」部分)。

次に、三浦工業グループとダイキングループは、いずれもチラーを最終需要者向けに販売していることから、本件行為はチラーの最終需要者向け販売に係る水平型企业結合に該当する(図3における「競合関係(水平②)」部分)。

さらに、三浦工業グループとダイキングループは、チラーについて取引関係にあることから、本件行為は、チラーの製造販売を川上市場、チラーの最終需要者向け販売を川下市場とする垂直型企业結合に該当する(図3における「取引関係(垂直)」部分)。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

(1) 水平型企业結合①(チラーの製造販売)

チラーの製造販売市場における当事会社グループの市場シェアは表1のとおりであり、本件行為後のHHIの増分は約80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。

【表1】チラーの製造販売の市場シェア（令和4年度）

順位	会社名	市場シェア
－	ダイキングループ	約25%
－	三浦工業グループ	0～5%
－	その他	約75%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約25%・不明		
本件行為後のHHI：不明		
HHIの増分：約80		

(2) 水平型企业結合②（チラーの最終需要者向け販売）

チラーの最終需要者向け販売市場における当事会社グループの市場シェアは表2のとおりであり、本件行為後のHHIの増分は僅少であることから、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当する。

【表2】チラーの最終需要者向け販売の市場シェア（令和4年度）

順位	会社名	市場シェア
－	ダイキングループ	0～5%
－	三浦工業グループ	0～5%
－	その他	95～100%
合計		100%
合算市場シェア・順位：0～5%・不明		
本件行為後のHHI：不明		
HHIの増分：僅少		

(3) 垂直型企业結合（川上市場：チラーの製造販売、川下市場：チラーの最終需要者向け販売）

川上市場であるチラーの製造販売市場及び川下市場であるチラーの最終需要者向け販売市場における当事会社グループの市場シェアは、表1及び表2のとおりである。川上市場については当事会社グループの市場シェアが10%を超えており、本件行為後のHHIが不明であるため、垂直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検討する。

3 垂直型企业結合

(1) 投入物閉鎖

本件行為後のチラーの製造販売市場における当事会社グループのシェアは約25%となるが、市場には少なくとも6社以上の競争者が存在している。また、これらの競争者の中にはチラーの製造販売における推計販売台数が、当事会社

グループの実績を大きく上回っている事業者も存在する。そのため、当事会社グループによる供給拒否等が行われたとしても、川下市場における当事会社グループの競争者を含め、需要者は容易に他の調達先からチラーを調達することができると考えられる。

したがって、当事会社グループには投入物閉鎖を行う能力がなく、川下市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

(2) 顧客閉鎖

本件行為後のチラーの最終需要者向け販売市場における当事会社グループの市場シェアは5%未満であり、垂直型企业結合におけるセーフハーバー基準に該当するレベルである。

したがって、当事会社グループには顧客閉鎖を行う能力がなく、川上市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

(3) 小括

以上のとおり、本件行為を契機として投入物閉鎖及び顧客閉鎖が生じる可能性がないことから、当事会社グループの単独行動又は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における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

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いえないと判断した。

事例5 ヒューレット・パカード・エンタープライズ・カンパニー及びジュニパー・ ネットワークス・インクの統合

第1 当事会社

ヒューレット・パカード・エンタープライズ・カンパニー（本社米国。以下「HPE」という。）は、ネットワーク機器を含む情報技術製品等の製造販売業を営む会社である。

ジュニパー・ネットワークス・インク（本社米国。以下「ジュニパー」という。）は、ネットワーク機器等の製造販売業を営む会社である。

以下、HPEと既に結合関係が形成されている企業の集団を「HPEグループ」、ジュニパーと既に結合関係が形成されている企業の集団を「ジュニパーグループ」、HPEとジュニパーを併せて「当事会社」、HPEグループとジュニパーグループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、当事会社グループが、株式取得及び合併によって、HPEとジュニパーを統合する（以下「本件行為」という。）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。

また、当事会社グループが営む事業の間で競争関係等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スイッチ及び無線LAN機器に関する検討結果について詳述したものである¹。

なお、本件行為については海外競争当局も審査を行っており、公正取引委員会は、欧州委員会等との間で情報交換を行いつつ審査を進めた。

第3 一定の取引分野

1 商品の概要

(1) スイッチ

スイッチとは、PC等の複数のデバイスを接続させ、デバイス間におけるデータの送受信及び処理を行うネットワーク機器であり、処理できるデータの容量や速度といった機能の違いにより、データセンタースイッチとイーサネットスイッチに大別される。

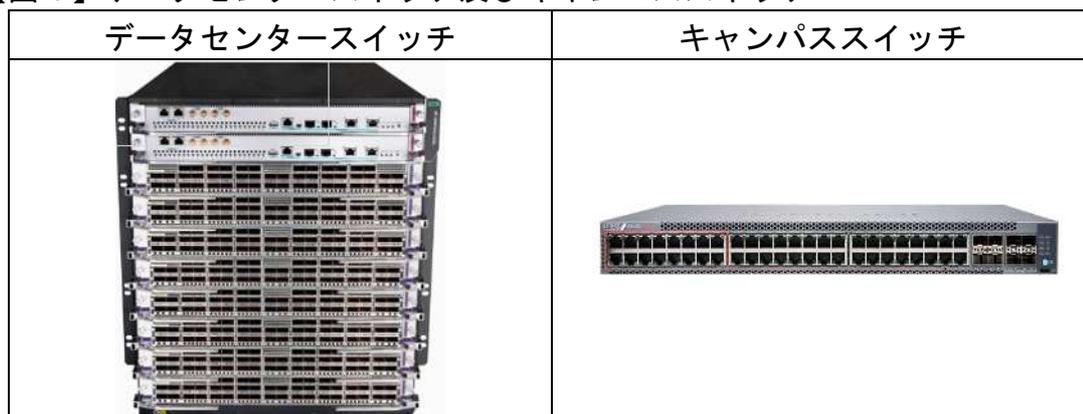
データセンタースイッチは、通信速度が速く、単位時間あたりに送信できるデータの容量が大きいといったように、大量のデータを高速で処理できる機能

¹ 公正取引委員会は、デジタル分野における競争上の問題への取組を効果的に行うため、デジタル分野に関する専門的な知見を有する民間人材をデジタルアナリストとして採用しており、本件行為の審査においても、デジタルアナリストが審査業務を支援した。

を有している。

イーサネットスイッチは、データセンタースイッチほどの高度な処理機能を有していないが、データセンタースイッチよりも安価であり、管理できるデバイスの数といった機能の違いにより、キャンパススイッチとSMB²スイッチに分類される。キャンパススイッチは、SMBスイッチよりも、規模の大きなLANにおいて比較的多数のデバイスを接続させるための機能を有しており、高価である。

【図1】 データセンタースイッチ及びキャンパススイッチ



(出所：当事会社グループ提出資料)

(2) 無線LAN機器

LANを構成する際、ネットワークに各デバイスを無線で接続するためには、無線LANアクセスポイント、無線LANコントローラーといった無線LAN機器が必要となる。

無線LANアクセスポイントとは、無線接続に対応したデバイスをLANに接続できるようにするネットワーク機器である。また、無線LANコントローラーとは、複数の無線LANアクセスポイントを管理するネットワーク機器であり、例えば、近接する無線LANアクセスポイント同士で相互干渉が生じないように調整を行うために用いられる。

【図2】 無線LANアクセスポイント及び無線LANコントローラー

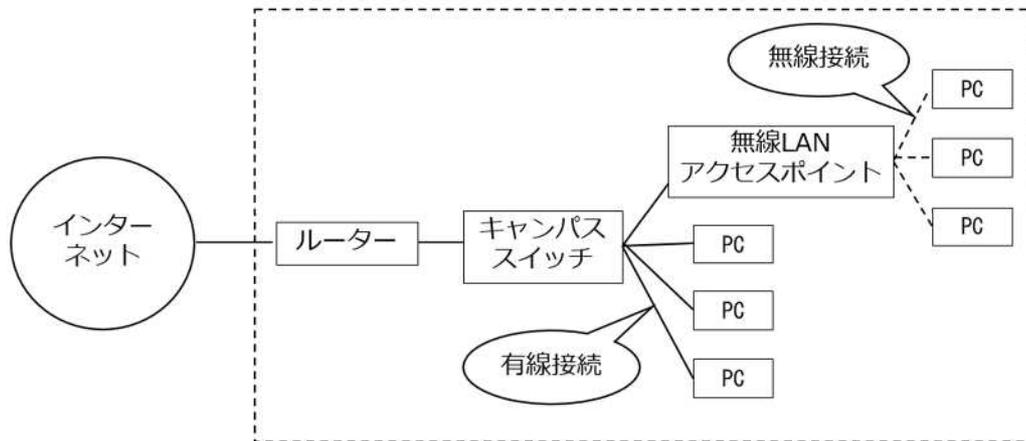


(出所：当事会社グループ提出資料)

² Small to Medium-sized Businessの略。

LANにおいて、キャンパススイッチと無線LANアクセスポイントがどのように接続されるかを示した例は以下のとおりである。

【図3】LANの構成図³⁾
LAN



2 商品範囲

(1) スイッチ

ア データセンタースイッチとイーサネットスイッチの代替性

データセンタースイッチは、大量のデータ処理等の高度な処理が要求されるデータセンターネットワーク⁴⁾において使用され、イーサネットスイッチは、高度な処理が要求されない自宅、学校、オフィスビル、工場等のLANで使用される。したがって、データセンタースイッチとイーサネットスイッチの間には需要の代替性が認められない。

次に、データセンタースイッチはイーサネットスイッチよりも高機能であることから、データセンタースイッチの製造販売業者がイーサネットスイッチを新たに製造することは比較的容易であるものの、イーサネットスイッチの製造販売業者が多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間でデータセンタースイッチを製造することは容易ではない。したがって、データセンタースイッチとイーサネットスイッチとの間の供給の代替性は限定的である。

よって、データセンタースイッチとイーサネットスイッチは、異なる商品範囲を構成する。

³⁾ ルーターとは、LANとインターネットといったネットワーク同士を接続するネットワーク機器であり、ネットワーク間の通信において、複数の経路の中から最も効率の良い経路を選択する機能（ルーティング）を有する。

⁴⁾ 社内の重要なアプリケーションやデータの保管等に利用される施設であるデータセンターで構築されるネットワーク。

イ キャンパススイッチとSMBスイッチの代替性

キャンパススイッチは、より多くのデバイスを管理し、より複雑なネットワークを有している大企業で使用される傾向にあり、SMBスイッチは大規模で複雑なネットワークを有していない中小企業で使用される傾向にある。したがって、キャンパススイッチとSMBスイッチとの間の需要の代替性は限定的である。

次に、前記アと同様の理由から、キャンパススイッチとSMBスイッチとの間の供給の代替性は限定的である。

よって、キャンパススイッチとSMBスイッチは、異なる商品範囲を構成する。

ウ 小括

前記ア及びイの事情並びに当事会社グループ間で競合するスイッチはデータセンタースイッチ及びキャンパススイッチのみであることを踏まえ、本件では、「データセンタースイッチ」及び「キャンパススイッチ」を商品範囲として画定した。

(2) 無線LAN機器

無線LANアクセスポイントと無線LANコントローラーの用途は前記1(2)のとおり異なるため、無線LANアクセスポイントと無線LANコントローラーとの間には需要の代替性が認められない。また、当事会社グループが競合する商品は無線LANアクセスポイントのみである。

したがって、本件では、「無線LANアクセスポイント」を商品範囲として画定した。

3 地理的範囲

「データセンタースイッチ」、「キャンパススイッチ」及び「無線LANアクセスポイント」のいずれについても、供給者は需要者の所在する国及び地域を問わず販売しており、需要者も国内外の供給者を差別することなく調達していること、輸送費も安価であること等から、本件では、「世界全体」を地理的範囲として画定した⁵。

第4 本件行為が競争に与える影響

1 本件行為の企業結合類型

当事会社グループは、いずれも世界全体において、データセンタースイッチ、

⁵ なお、データセンタースイッチ、キャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイントのいずれについても、地理的範囲を日本全国として画定した場合の当事会社グループの市場シェアは、地理的範囲を世界全体として画定した場合よりも小さい。

キャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイントの製造販売業を営んでいるため、本件行為は、世界全体における当該各商品の製造販売業に係る水平型企業結合に該当する。

また、図3のとおり、当事会社グループが製造販売するキャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイントはいずれもLANにおいて使用され、需要者が重複しているため、本件行為は、キャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイントの製造販売業に係る混合型企業結合（商品拡大）に該当する⁶。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

(1) 水平型企業結合①（データセンタースイッチ）

世界全体におけるデータセンタースイッチの製造販売分野の市場シェアは表1のとおりであり、本件行為後のHHIが約1,500、HHIの増分が僅少であることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

【表1】データセンタースイッチの市場シェア（令和4年）

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約30%
2	B社	約20%
3	C社	約10%
4	D社	約5%
5	ジュニパーグループ	0～5%
⋮		
10	HPEグループ	0～5%
—	その他	約15%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約5%・第5位		
本件行為後のHHI：約1,500		
HHIの増分：僅少		

(2) 水平型企業結合②（キャンパススイッチ）

世界全体におけるキャンパススイッチの製造販売分野の市場シェアは表2のとおりであり、本件行為後のHHIが約2,900、HHIの増分が僅少であることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当する。

⁶ なお、キャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイント以外にも組合せ供給の対象となり得る当事会社グループの商品は複数存在するが、以下は、競争に与える影響が比較的大きいと考えられたキャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイントの製造販売業に係る混合型企業結合に関する検討結果について詳述した。

【表2】 キャンパススイッチの市場シェア（令和4年）

順位	会社名	市場シェア
1	E社	約50%
2	F社	約10%
3	HPEグループ	約10%
4	G社	約5%
5	H社	0～5%
6	ジュニパーグループ	0～5%
—	その他	約20%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約10%・第2位		
本件行為後のHHI：約2,900		
HHIの増分：僅少		

(3) 水平型企业結合③（無線LANアクセスポイント）

世界全体における無線LANアクセスポイントの製造販売分野の市場シェアは表3のとおりであり、本件行為後のHHIが約2,400、HHIの増分が約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する。

【表3】 無線LANアクセスポイントの市場シェア（令和4年）

順位	会社名	市場シェア
1	I社	約40%
2	HPEグループ	約15%
3	J社	約10%
4	ジュニパーグループ	約5%
5	K社	0～5%
6	L社	0～5%
—	その他	約20%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約20%・第2位		
本件行為後のHHI：約2,400		
HHIの増分：約200		

(4) 混合型企業結合（キャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイント）

キャンパススイッチの製造販売分野における当事会社グループの地位は、表2のとおり、当事会社グループの合算市場シェアが約10%（第2位）、本件行為後のHHIが約2,900である。

次に、無線LANアクセスポイントの製造販売分野における当事会社グループの地位は、表3のとおり、当事会社グループの合算市場シェアが約20%、本件

行為後のHHIが約2,400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ため、後記3において、キャンパススイッチ市場及び無線LANアクセスポイント市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じることとなるかについて検討する。

3 混合型企業結合（キャンパススイッチ及び無線LANアクセスポイント）

キャンパススイッチの製造販売分野においては、当事会社グループの合算市場シェアは約10%にとどまる一方、有力な競争者として、E社（市場シェア約50%）やF社（市場シェア約10%）が存在する。また、無線LANアクセスポイントの製造販売分野においては、当事会社グループの合算市場シェアは約20%にとどまる一方、有力な競争者として、I社（市場シェア約40%）やJ社（市場シェア約10%）が存在する。

また、無線LANアクセスポイントはキャンパススイッチに比べて更新サイクルが短いため両者を同時に更新する需要者は少なく、ネットワーク機器は共通規格に沿って製造販売されていることを踏まえると、仮に、当事会社グループがキャンパススイッチと無線LANアクセスポイントの組合せ供給を行った場合には、需要者は調達先を当事会社グループからそれぞれを単体で供給する競争者に切り替えることが容易と考えられる。

したがって、当事会社グループは、市場の閉鎖性・排他性の問題をもたらす組合せ供給（混合型市場閉鎖）を行う能力を有さないと考えられることから、キャンパススイッチ市場及び無線LANアクセスポイント市場における市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

以上より、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争者との協動的行動により、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いえない。

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はいえないと判断した。

事例6 シノプシス・インクによるアンシス・インクの買収

第1 当事会社

シノプシス・インク（本社米国）は、主に半導体チップの設計、解析及び製造を支援するために使用されるソフトウェア（Electronic Design Automationソフトウェア、以下「EDAソフトウェア」という。）や光学設計用ソフトウェアの提供業等を営む会社である。また、アンシス・インク（本社米国）は、製品の構造強度や熱の分散等の工学的問題を解析等するために使用されるソフトウェア（Simulation & Analysisソフトウェア、以下「S&Aソフトウェア」という。）の提供業等を営む会社である。

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
シノプシス・インク	シノプシス
アンシス・インク	アンシス
シノプシス及びアンシスを併せた2社	当事会社
シノプシス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及びアンシス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を併せた企業の集団	当事会社グループ
キーサイト・テクノロジーズ・インク	キーサイト

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、株式取得及び合併の方法により、シノプシスがアンシスを買収する（以下「本件買収」という。）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。

第3 本件の経緯

当事会社は、令和6年1月16日に、本件買収の計画について公表し、同年5月以降、本件買収が競争を実質的に制限することとならないと考える旨の意見書及び資料を公正取引委員会に順次提出した。

当委員会は、当事会社が提出した当該意見書の内容や資料を精査するとともに、当事会社に対し、内部資料（当事会社グループの取締役会等の各種会議で使用された本件買収に関する資料、当事会社グループ内部における競争分析に係る資料等）の提出を求め、提出された内部資料も精査した。

また、当委員会は、令和6年7月26日に、第三者からの情報・意見の募集を開始（提出期限：同年8月30日）したほか、競争者及び需要者に対するアンケート及びヒアリングを実施した。

加えて、当委員会は、当事会社との間で数次にわたり意見交換を行った。

その後、令和7年2月12日に、当事会社から、独占禁止法の規定に基づき本件買収に関する計画届出書が提出されたため、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、当該計画届出書、当事会社から提出された意見書や資料等のほか、競争者及び需要者に対するヒアリング等を踏まえて、本件買収が競争に与える影響について審査を進めた¹。

なお、本件買収については海外競争当局も審査を行っており、当委員会は、英国競争・市場庁、欧州委員会及び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4 一定の取引分野等

1 半導体設計解析ソフトウェア事業

(1) 半導体設計解析ソフトウェアの概要等

ア 半導体設計解析ソフトウェアの定義

シノプシスが提供するEDAソフトウェアは、電子デバイスに使用される半導体チップを設計し、その性能や動作等をシミュレーション及び検証するために使用される。EDAソフトウェアは、設計作業の自動化、設計時にその性能や動作等のシミュレーション及び検証を実施することによる早期の問題発見、手動では対応しきれない複雑な設計等を可能とするため、半導体設計の時間短縮、品質向上やコスト削減につながるとされている。

他方、アンシスが提供するS&Aソフトウェアは、半導体チップ等の設計時に設計の品質や性能を評価し、問題を事前に発見するために使用される。S&Aソフトウェアは、実際に試作や実験を行わなくても、デジタルモデルによって、物理的な作用（熱、電磁等）のシミュレーション、解析を可能とするものであり、半導体だけではなく、電化製品、自動車、光学製品等、様々な製品分野で使用される。

上記のとおり、EDAソフトウェア及び半導体向けS&Aソフトウェアは、いずれも半導体の設計解析に使用される点が同一であることから、EDAソフトウェア及び半導体向けS&Aソフトウェアをまとめて「半導体設計解析ソフトウェア」という。

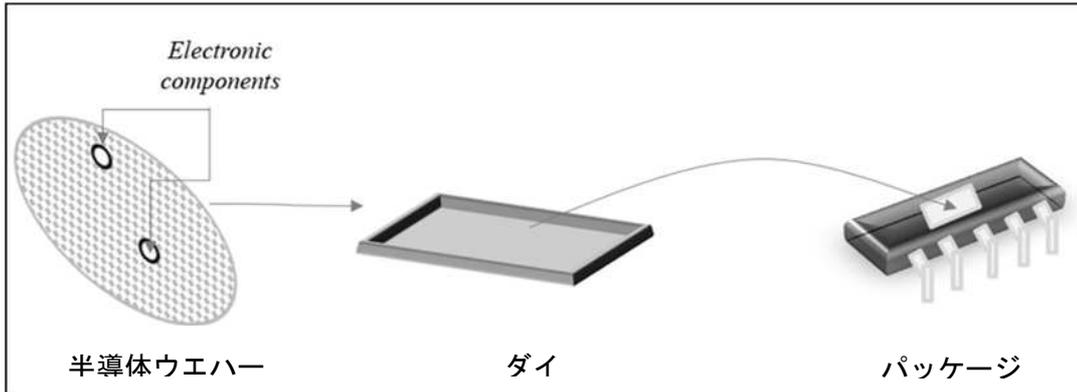
イ 半導体チップの種類

半導体設計解析ソフトウェアは、設計解析を行う半導体チップの種類ごとに提供されるため、以下半導体チップの種類について説明する。半導体チップとは、小型の電子部品であり、相互接続された複数の素子（トランジスタ、

¹ 当委員会は、デジタル分野における競争上の問題への取組を効果的に行うため、デジタル分野に関する専門的な知見を有する民間人材をデジタルアナリストとして採用しており、本件買収の審査においても、デジタルアナリストが審査業務を支援した。

抵抗器、コンデンサ等）で構成されている。半導体チップは一般的に、1枚の半導体ウエハー（基板）上で大量に作成された上で、多数の小片に裁断される。各小片には回路のコピーが含まれており、その小片は「ダイ」と称される。ダイは外部端子と接続可能な状態にパッケージングされ、半導体チップとして製品化される。

【図1】半導体ウエハー、ダイ、パッケージ



（出所：当事会社提出資料）

半導体チップは、デジタルチップ、アナログチップ、ミックストシグナルチップ、マルチダイチップ及びフォトニックチップ向けの大きく5種類に分けることができ、各半導体チップの概要は、以下のとおりである。

(ア) デジタルチップ

デジタルチップとは、デジタル信号を処理する半導体チップであり、メモリ、データ保存領域等に使用できるため、GPU²（中央処理装置）、MPU³（マイクロプロセッサ）、MCU⁴（マイクロコントローラ）等で使用される。

(イ) アナログチップ

アナログチップとは、アナログ信号（速度、温度、電流等）を処理する半導体チップであり、増幅器、発振器、電圧調整器等として使用できるため、オーディオ機器、通信機器、医療機器等で使用される。

(ウ) ミックストシグナルチップ

ミックストシグナルチップとは、1つの基盤上にアナログ信号を処理する回路とデジタル信号を処理する回路の両方が含まれる半導体チップであり、デジタル信号をアナログ信号へ、またはその逆へ変換するために使

² Central Processing Unitの略。

³ Micro Processing Unitの略。

⁴ Micro Controller Unitの略。

用される。ミックストシグナルチップは、ペースメーカー、MCU等で使用される。

(E) マルチダイチップ

マルチダイチップとは、複数枚のダイを重ねて作成された半導体チップである⁵。

マルチダイチップは、シングルダイチップと同等の性能を出した場合、消費電力の低減が可能である等コスト・パフォーマンスが高いため、高性能コンピューター、モバイル機器、自動車等で使用される。

(F) フォトニックチップ

フォトニックチップとは、電子の代わりに光子を使用して、情報を移転・処理・感知する半導体チップである。

フォトニックチップは、電子を使用する半導体チップと比較して、処理速度、データ転送量、エネルギー効率といった点で優位性があるため、データ通信、車両の自動運転等で使用される。

ウ 半導体設計解析ソフトウェアの機能別の分類

半導体チップ製造の各工程において実施される設計解析は様々であり、各工程で特有の機能が必要とされるところ、本件買収が競争に与える影響の検討のうち後記第5の1で関係する機能は以下のとおりである。

(7) RTL消費電力解析

RTL (Register Transfer Level) 消費電力解析は、半導体チップが作動するために要する電力量を確認する機能である。例えば、消費電力の低減が重要な要素となっているスマートフォンやタブレット等の小型デバイス向け半導体チップの設計において、半導体設計者は、デバイスの消費電力を抑制するためにRTL消費電力解析を実行する。

(イ) ESD解析

ESD (Electrostatic Discharge) 解析は、チップ不良の原因となる静電気の発生を解析する機能である。ESD解析機能を実行することにより、チップ設計の段階で静電放電を誘発する可能性がある箇所を特定することができる。

⁵ これに対し、デジタルチップ、アナログチップ及びミックストシグナルチップは、シングルダイチップである。

(ウ) 寄生容量解析

寄生容量とは、電子回路内の意図しない部分⁶で発生する静電容量成分であり、信号の伝送遅れやノイズなどを発生させる要因の1つである。寄生容量解析機能を実行することにより、チップの設計を修正して寄生容量による影響を最小限にすることができる。

(エ) パワーデバイス解析

パワーデバイスとは、電源から供給される電圧を電子システムが要求する電圧に転換する電子部品である。

パワーデバイス解析機能を実行することにより、パワーデバイスの効率を低下させる熱や電磁場の発生の解析及び長期間使用しても劣化しないかといった信頼性の確認をすることができる。

(オ) トランジスタレベルパワーインテグリティ解析

トランジスタレベルパワーインテグリティ解析は、通電時に半導体チップが正常に機能し続けるかどうか、電子回路を構成するトランジスタ⁷レベルで信頼性を確認⁸する機能である。

(カ) フォトニックチップシミュレーション

フォトニックチップシミュレーションは、フォトニックチップ内における光信号の動作をシミュレーション及び解析して、フォトニックチップの性能を予測及び確認する機能である。

(キ) 機能安全及び仕様解析

機能安全とは、半導体の潜在的な不具合や故障を早期に発見したり、産業規格で定められた機能安全の要件を満たしているかの確認を行ったりする機能である。また、仕様解析は、定義された要件や仕様を正確に満たしているか確認する機能である。

なお、機能安全及び仕様解析は、必要に応じて設計工程の各段階で実行される。

エ 半導体チップの製造工程

半導体チップの製造工程は、設計工程、前工程、後工程の大きく3工程に分けられるところ、半導体設計解析ソフトウェアは設計工程で使用される⁹。

⁶ 主として回路の導線が近接している箇所寄生容量が発生する。

⁷ トランジスタとは、電気回路の電流を増幅したり、スイッチとして機能したりする素子である。

⁸ 電子部品間で信号が正しく伝送されるか、信号伝送を可能にするために十分な電力が供給されているかなどを確認する。

⁹ なお、設計工程はさらに、設計、実装、機能の検証、物理的な検証及び承認の大きく4段階に分けら

オ 需要者による半導体設計解析ソフトウェアの購入

前記イ及びウのとおり、半導体設計解析ソフトウェアは半導体チップの種類及び設計解析で使用される機能に応じて多数存在し、当事会社グループが扱っている半導体設計解析ソフトウェアは70種類以上になる。

他方、需要者は、設計する半導体チップに応じて半導体設計解析ソフトウェアを数十種類程度組み合わせて使用しており、複数のベンダーの製品を価格、精度、プロジェクトの目的に適しているか等総合的に比較検討した上で、自社にとって最適と思われる半導体設計解析ソフトウェアをベンダーにこだわらず購入している（図2参照）。また、需要者は、ある半導体設計解析ソフトウェアを使用して設計・解析等したデータを次の工程で使用する半導体設計解析ソフトウェアに取り込み設計・解析を行うといった過程を繰り返し、半導体チップの最終的な設計データを完成させている。したがって、半導体設計解析ソフトウェア間では、異なるベンダーの製品同士であっても相互にデータを引き継いで使用できる環境（以下「相互運用性」という。）が必要であり、当事会社グループは相互運用性のある製品を提供している。

【図2】半導体設計解析ソフトウェアの組合せイメージ



（出所：当事会社提出資料を基に当委員会にて作成）

カ 商流

半導体設計解析ソフトウェアは、シノプシスやアンシスといったベンダーが直接又は自社の現地法人を通じて¹⁰、最終需要者であるファブレス企業¹¹、ファウンドリ¹²、IDM（Integrated Device Manufacturer）¹³、大規模システム提供企業¹⁴等に提供している。

れる。例えば、設計ではRTL消費電力解析、実装ではフォトニックチップシミュレーション、物理的な検証及び承認ではESD解析といった機能を有する半導体設計解析ソフトウェアが使用されている。

¹⁰ 一部ベンダーや国・地域によっては、現地代理店を通じて提供していることもある。

¹¹ 半導体製造施設を持たず、設計に特化した企業をいう。

¹² 半導体チップ製造の前工程を受託する企業をいう。

¹³ 半導体チップの設計、製造及び販売を自社で一貫して行う企業をいう。

¹⁴ クラウドサービスやデータセンターなどのサービスを提供する企業をいう。当該企業では、製造し

最終需要者は、複数のベンダーが提供している製品を価格、機能、精度等を総合的に比較検討した上で半導体設計解析ソフトウェアを購入している。その際、需要者によっては、バックアップ、プロジェクトごとの使い分け、一社依存を避ける等の目的から、同じ機能を有する半導体設計解析ソフトウェアを複数のベンダーから購入している。

(2) 商品範囲

ア 異なる機能を有する半導体設計解析ソフトウェア間の代替性

前記(1)ウのとおり、半導体設計解析ソフトウェアは、設計解析で使用する機能ごとに細分化され、機能によって需要者が得られる効用が全く異なる。例えば、RTL消費電力解析は、デジタルチップの設計段階において、半導体チップが機能するために要する電力量を確認するために使用され、ESD解析は、デジタルチップ又はアナログチップの物理的な検証及び承認段階において、静電気の不要な伝達によって発生するチップ不良を解析するために使用される。よって、異なる機能を有する半導体設計解析ソフトウェア間には、需要の代替性が認められない。

また、半導体設計解析ソフトウェアの開発においては、機能ごとに必要となる技術及び知識が異なることから、例えばRTL消費電力解析の開発者が、多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちにESD解析を提供するといったことは困難である。したがって、異なる機能を有する半導体設計解析ソフトウェア間の供給の代替性は限定的である。

よって、半導体設計解析ソフトウェアの機能ごとに商品範囲を画定した。

イ 異なる半導体チップ（設計対象）間の代替性

半導体チップの設計は、その種類ごとに基本となる技術が異なることから、需要者は、基本的に設計対象の半導体チップごとに半導体設計解析ソフトウェアを選択する傾向にある。よって、異なる種類の半導体チップ向けの半導体設計解析ソフトウェア間の需要の代替性は限定的である。

また、半導体チップの種類ごとに必要な技術及び知識が異なることから、特定の半導体チップを設計するための半導体設計解析ソフトウェアを提供する事業者が、多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちに別の半導体チップを設計するための半導体設計解析ソフトウェアを提供することは困難である。よって、異なる種類の半導体チップ向けの半導体設計解析ソフトウェア間の供給の代替性は限定的である。

したがって、設計対象とする半導体チップの種類ごとに商品範囲を画定した。

た半導体チップを自社のサービスに利用している。

ウ 小括

以上のことから、本件では、半導体設計解析ソフトウェアについて、設計解析で使用される機能ごと及び半導体チップの種類ごとに商品範囲を画定した。

また、当事会社グループが提供する半導体設計解析ソフトウェアの競合状況を踏まえ、以下では、表1記載の10製品（以下「10製品」という。）について検討を行った。

【表1】当事会社グループのいずれも提供する半導体設計解析ソフトウェア

	製品
1	RTL消費電力解析(デジタルチップ)
2	ESD解析(デジタルチップ)
3	寄生容量解析(アナログチップ)
4	ESD解析(アナログチップ)
5	パワーデバイス解析(アナログチップ)
6	トランジスタレベルパワーインテグリティ解析(アナログチップ)
7	ESD解析(マルチダイチップ)
8	トランジスタレベルパワーインテグリティ解析(マルチダイチップ)
9	フォトリソグラフィチップシミュレーション(フォトリソグラフィチップ)
10	機能安全及び仕様解析(全チップ(デジタルチップ、アナログチップ、ミックストシグナルチップ、マルチダイチップ及びフォトリソグラフィチップ)) ¹⁵

(3) 地理的範囲

半導体設計解析ソフトウェアは、いずれも全世界で提供されており、商品の性質上輸送費等が掛からないこと等の理由から、地域別の価格設定は行われておらず、為替によって変動はあるものの、国内外で価格差はほとんどない。そして、いずれの需要者も供給者の所在する国又は地域を問わず、容易に製品を購入することができ、また、いずれの供給者も需要者の所在する国又は地域を問わず取引していることから、地理的範囲に制限はないものと考えられる。

したがって、本件では、10製品について、「世界全体」を地理的範囲として画定した。

2 光学設計用ソフトウェア事業

(1) 光学設計用ソフトウェアの概要等

光学設計用ソフトウェアとは、カメラレンズや自動車のヘッドライトといっ

¹⁵ 本機能においては、どのチップ向けであっても参入している事業者が同じであり、市場の状況に大きな差はないことから、まとめて検討することとした。

た光関連製品の設計及びシミュレーションを行うために使用されるソフトウェアであり、オプティクスソフトウェアとフォトニクスソフトウェアの2種類に分けられる。

ア オプティクスソフトウェア

オプティクスソフトウェアは、レイトレーシング技術¹⁶を使用して、マクロスケールで光を操作するシステムを設計及びシミュレーションするものである。

オプティクスソフトウェアは、ディスプレイ、自動車、イメージングシステム及び照明等の設計工程で利用される。

イ フォトニクスソフトウェア

フォトニクスソフトウェアは、電磁ソルバー¹⁷を使用して、ナノスケールで光を操作するシステムの設計及びシミュレーションを行うものである。

フォトニクスソフトウェアは、ソーラーパネル、光ファイバー等の設計工程で利用される。

ウ 商流

光学設計用ソフトウェアは、シノプシスやアンシスといったベンダーが直接又は自社の現地法人を通じて、最終需要者である家電製品メーカーや自動車メーカーを含む光関連製品の設計を行う企業等に販売している。

(2) 商品範囲

オプティクスソフトウェアとフォトニクスソフトウェアは、光を操作するシステムであることは共通しているものの、用途（設計対象となる製品）が異なることから、両者間の需要の代替性は限定的である。

また、オプティクスソフトウェアとフォトニクスソフトウェアでは、使用される技術が異なることから、例えばオプティクスソフトウェアの開発者が、多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちにフォトニクスソフトウェアを提供することは困難なため、両者間の供給の代替性は限定的である。

したがって、本件では、「オプティクスソフトウェア」及び「フォトニクスソフトウェア」を商品範囲として画定した。

(3) 地理的範囲

オプティクスソフトウェア及びフォトニクスソフトウェアは、いずれも全世界

¹⁶ コンピュータグラフィックスでリアルな画像を作り出すために、光の挙動をシミュレートして、物体に当たる光がどのように反射、屈折、影を作るかを計算する技術をいう。

¹⁷ 電気や磁気のが力が空間でどのように働くかを計算するツール。

界で提供されており、商品の性質上輸送費等が掛からないこと等の理由から、地域別の価格設定は行われておらず、為替によって変動はあるものの、国内外で価格差はほとんどない。そして、いずれの需要者も供給者の所在する国又は地域を問わず、容易に製品を購入することができ、また、いずれの供給者も需要者の所在する国又は地域を問わず取引していることから、地理的範囲に制限はないものと考えられる。

したがって、本件では、前記(2)で画定した各製品について、「世界全体」を地理的範囲として画定した。

第5 本件買収が競争に与える影響

1 半導体設計解析ソフトウェア事業

(1) 企業結合形態

当事会社グループは、いずれも10製品を提供していることから、本件買収は水平型企业結合に該当する。

また、当事会社グループが提供する半導体設計解析ソフトウェアは、お互いに関連性のある製品であることから、本件買収は混合型企業結合（商品拡大）に該当する。

なお、半導体設計解析ソフトウェア及び光学設計用ソフトウェア分野は、頻繁に技術革新があることから、事業者間で協調的行動をとることにより競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと考えられるため、以下では、単独行動による競争の実質的制限について検討する。

(2) 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

ア 水平型企业結合

(7) RTL消費電力解析（デジタルチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表2のとおりであり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表2】RTL消費電力解析（デジタルチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	アンシス	約40%
2	シノプシス	約30%
3	A社	約15%
4	B社	約15%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約70%・第1位		
本件買収後のHHI：約5,400		
HHI増分：約2,400		

(イ) ESD解析（デジタルチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表3のとおりであり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表3】ESD解析（デジタルチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約75%
2	シノプシス	約10%
3	アンシス	約10%
4	C社	0～5%
5	B社	0～5%
6	D社	0～5%
7	E社	0～5%
—	F社	不明
—	G社	不明
合計		100%
合算市場シェア・順位：約25%・第2位		
本件買収後のHHI（最大）：約5,900		
HHI増分：約250		

(ウ) ESD解析（アナログチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表4のとおりであり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表4】ESD解析（アナログチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約55%
2	B社	約20%
3	シノプシス	約20%
4	アンシス	約10%
5	C社	0～5%
6	D社	0～5%
7	E社	0～5%
—	F社	不明
—	G社	不明
合計		100%
合算市場シェア・順位：約25%・第2位		
本件買収後のHHI（最大）：約3,800		
HHI増分：約300		

(イ) パワーデバイス解析（アナログチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表5のとおりであり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表5】パワーデバイス解析（アナログチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	シノプシス	約40%
2	H社	約25%
3	I社	約15%
4	C社	約15%
5	アンシス	約5%
6	J社	0～5%
7	K社	0～5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約50%、第1位		
本件買収後のHHI：約3,300		
HHI増分：約600		

(オ) トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表6のとおりであり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表6】トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	アンシス	約45%
2	B社	約40%
3	L社	約5%
4	A社	0～5%
5	J社	0～5%
6	シノプシス	0～5%
—	K社	不明
合計		100%
合算市場シェア・順位：約45%・第1位		
本件買収後のHHI（最大）：約3,800		
HHI増分：約300		

(カ) ESD解析（マルチダイチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表7のとおりであり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表7】ESD解析（マルチダイチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約60%
2	アンシス	約25%
3	シノプシス	約15%
4	C社	0～5%
5	D社	0～5%
6	E社	0～5%
—	G社	不明
—	B社	不明
—	F社	不明
合計		100%
合算市場シェア・順位：約40%・第2位		
本件買収後のHHI（最大）：約5,000		
HHI増分：約700		

(キ) フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表8のとおりであり、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表8】 フォトニックチップシミュレーション解析（フォトニックチップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	B社	約40%
2	アンシス	約20%
3	M社	約10%
4	E社	約10%
5	シノプシス	約10%
6	N社	0～5%
7	O社	0～5%
—	F社	不明
—	G社	不明
—	K社	不明
—	P社	不明
—	Q社	不明
合計		100%
合算市場シェア・順位：約30%・第2位		
本件買収後のHHI（最大）：約2,900		
HHI増分：約300		

(7) 機能安全及び仕様解析（全チップ）

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表9のとおりであり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表9】機能安全及び仕様解析（全チップ）の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	B社	約40%
2	A社	約25%
3	アンシス	約15%
4	シノプシス	約10%
5	R社	0～5%
6	S社	0～5%
7	T社	0～5%
8	U社	0～5%
9	V社	0～5%
10	W社	0～5%
11	Q社	0～5%
合計		100%
合算後の市場シェア・順位：約25%、第2位		
本件買収後のHHI（最大）：約2,800		
HHI増分：約300		

(ク) 寄生容量解析（アナログチップ）及びトランジスタレベルパワーインテグリティ解析（マルチダイチップ）

寄生容量解析（アナログチップ）については、本件買収後のHHIが約5,900、HHI増分が約100、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（マルチダイチップ）については、本件買収後のHHIが約4,100、HHI増分が約100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。

イ 混合型企業結合

当事会社グループの両方又は一方が提供する半導体設計解析ソフトウェアのうち、本件買収後の市場シェアが10%を超える製品は65種類存在する。そのうち、1種類（電磁モデリング¹⁸（アナログチップ））以外の64種類は全て、混合型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

¹⁸ 半導体デバイスや回路の電磁的な挙動（例えば、電磁波の放射の仕方・受取方）をシミュレーションし、予測する機能。

(3) 水平型企業結合

ア 水平型企業結合① (RTL消費電力解析 (デジタルチップ))

(7) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約70%であり、2位のA社及び3位のB社（共に市場シェア約15%）とは大きな差がある。

また、需要者に対して、半導体設計解析ソフトウェアを提供する各事業者について、価格、精度、処理速度、機能等を踏まえた評価（5段階評価）を依頼したところ、RTL消費電力解析（デジタルチップ）に関しては、シノプシスは比較的高い評価を、アンシスは需要者ごとに様々な評価を、A社は回答した需要者全員から比較的高い評価を、B社は平均的な評価を受けており、各社が平均以上の評価を受けた。当該評価を踏まえると、RTL消費電力解析（デジタルチップ）に係る市場においては、当事会社グループ、A社及びB社はいずれも需要者から見て競争力のある商品を供給してきたことがうかがわれることから、競争者の牽制力が認められる。

次に、競争者及び需要者からは、当事会社グループの製品について、一部の機能が異なるものの類似している旨の意見が複数あったことから、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いとはいえない。

(イ) 参入

シノプシス、競争者及び需要者に対するヒアリング等によれば、特定の半導体設計解析ソフトウェアに限った新規参入者が現れる可能性はあるとの回答があった。また、実際に、特定の機能の半導体設計解析ソフトウェアに特化した事業者も存在するため、RTL消費電力解析（デジタルチップ）についても新規参入の可能性はあると考えられる。一方で、既にある半導体設計解析ソフトウェアの市場に参入している事業者であっても、別の半導体設計解析ソフトウェア市場に参入するためには、開発期間・人員・予算等多くのコストが必要になり、参入は容易ではないことから、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

半導体設計解析ソフトウェアは設計対象の半導体チップごと、機能ごとに提供されており、特定の半導体設計解析ソフトウェアと類似の効用を有する製品は別の機能を有する半導体設計解析ソフトウェアを含め存在しない。

したがって、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(エ) 需要者からの競争圧力

需要者であるファブレス企業、IDM等は、それぞれ半導体チップの活発な開発競争に直面している。また、需要者は大手企業が多く、仮にベンダーが需要者の意にそぐわないソフトウェアの改変等を行った場合には、使用するソフトウェアを切り替えるなどと回答した需要者が存在した。需要者からは、ソフトウェアの切替えについて、他社の製品に切り替えることは可能ではあるものの、設計データの移行及び設計環境の適合に関する作業、半導体設計解析ソフトウェアを使用する設計者のトレーニングに費やす時間等を考慮すると、切替えには3ないし4年を要するとの回答や、メインで使用するソフトウェアに問題等が生じた際のバックアップ用途など、日頃から機能ごとに複数のベンダー製の半導体設計解析ソフトウェアを購入しており、短期間での切替えが可能であるとの回答があったことから、一般的に切替えは容易とまでは言い切れないものの、同一の機能で複数の半導体設計解析ソフトウェアを購入している需要者にとっては比較的容易であると認められる。さらに、前記第4の1(1)オのとおり、需要者は、異なる機能を有する半導体設計解析ソフトウェアを数十程度組み合わせで使用することが一般的であり、シノプシス等の大手ベンダーの製品に加え、特定の機能を提供する既存ベンダーや新規参入者など様々なベンダーが提供する製品を購入時の検討対象としているほか、需要者によっては同じ機能を有する半導体設計解析ソフトウェアを複数のベンダーから購入している。このことについて、需要者は、価格交渉力維持の観点から一社依存を避けるためなど¹⁹と回答している。したがって、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると認められる。

しかし、本件買収後の半導体設計解析ソフトウェア市場においては、事業者が当事会社グループ、A社及びB社の3社のみとなり、需要者の選択肢が限られるため、需要者の交渉力が弱まると認められる。

よって、需要者からの競争圧力は限定的である。

(オ) 小括

競争者からの牽制力は認められるものの、本件買収後における当事会社グループと競争者との市場シェアの格差が大きいことに加え、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いとはいえない。また、隣接市場からの競争圧力は認められず、参入圧力及び需要者からの競争圧力は限定的である。

したがって、本件買収により、RTL消費電力解析（デジタルチップ）に係

¹⁹ メインで使用するソフトウェアに問題等が生じた際のバックアップとして使用する目的や、プロジェクト（完成品）ごとに使い分ける目的がある。

る市場における競争を実質的に制限することとなる。

イ 水平型企业結合②（ESD解析（デジタルチップ））

(7) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約25%であるが、ESD解析（デジタルチップ）に係る市場には約75%の市場シェアを有するA社を含め競争者が7社存在する。

また、需要者による半導体設計解析ソフトウェア提供事業者に対する評価（前記ア(7)参照）において、ESD解析（デジタルチップ）に関しては、A社は多くの需要者から高く評価され、B社及び当事会社グループは需要者によって様々な評価を受けており、各社が高い評価を含めて一定の肯定的な評価を受けた。当該評価を踏まえると、需要者から極端に低い評価を受けた事業者はおらず、ESD解析（デジタルチップ）に係る市場においては、当事会社グループ、A社及びB社はいずれも需要者から見て競争力のある商品を供給してきたことがうかがわれることから、競争者の牽制力が認められる。

次に、シノプシスは、シノプシスの製品とアンシスの製品は解析の精密度に大きな違いがある旨を説明しており、上記評価に回答した需要者からも、シノプシス製品とアンシス製品ではパフォーマンスに差がある旨の回答があった。また、上記評価に回答した需要者の過半数が当事会社グループの製品は密接に競合していない又は競合していないと回答したことを踏まえると、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いと認められる。

(イ) 参入

前記ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

前記ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(エ) 需要者からの競争圧力

前記ア(エ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、ESD解析（デジタルチップ）に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、ESD解析（デジタルチップ）の需要者は価格交渉力を有して

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。

(オ) 小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められないものの、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いと認められ、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、ESD解析（デジタルチップ）に係る市場における競争を実質的に制限することとならない。

ウ 水平型企业結合③（ESD解析（アナログチップ））

(ア) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約25%であるが、ESD解析（アナログチップ）に係る市場には約55%の市場シェアを有するA社、約20%の市場シェアを有するB社等、複数の競争者が存在する。

また、需要者による半導体設計解析ソフトウェア提供事業者に対する評価（前記ア(ア)参照）において、ESD解析（アナログチップ）に関しては、多くの需要者からA社及びアンシスは高く評価され、B社はやや高い評価を受け、シノプシスは需要者によって様々な評価を受けており、各社が高い評価を含めて一定の肯定的な評価を受けた。当該評価を踏まえると、需要者から極端に低い評価を受けた事業者はおらず、ESD解析（アナログチップ）に係る市場においては、当事会社グループ、A社及びB社はいずれも需要者から見て競争力のある商品を提供してきたことがうかがわれることから、競争者からの牽制力が認められる。

次に、シノプシスは、シノプシスの製品とアンシスの製品は解析の精密度に大きな違いがある旨を説明し、上記評価に回答した需要者からも、シノプシス製品とアンシス製品ではパフォーマンスに差がある旨の回答があった。また、上記評価に回答した需要者の過半数が当事会社グループの製品は密接に競合していない又は競合していないと回答したことを踏まえると、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いと認められる。

(イ) 参入

前記ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

前記ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(イ) 需要者からの競争圧力

前記ア(イ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、ESD解析(アナログチップ)に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、ESD解析(アナログチップ)の需要者は価格交渉力を有し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。

(オ) 小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められないものの、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いと考えられ、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、ESD解析(アナログチップ)に係る市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

エ 水平型企业結合④(パワーデバイス解析(アナログチップ))

(7) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約50%であるが、パワーデバイス解析(アナログチップ)に係る市場には約25%の市場シェアを有するH社並びに約15%の市場シェアを有するC社及びI社等、複数の事業者が存在する。

また、需要者による半導体設計解析ソフトウェア提供事業者に対する評価(前記ア(ア)参照)において、パワーデバイス解析(アナログチップ)に関しては、購入経験がなく評価できない旨の回答が目立ったものの、購入経験がある需要者の中には、シノプシスにやや高い評価を付した者や、C社及びH社に平均的な評価を付した者が存在しており、各社が平均以上の評価を受けた。このほか、シノプシスは、パワーデバイス解析(アナログチップ)に係る市場における競争者としてC社、H社及びJ社を挙げている。これらを踏まえると、シノプシス、C社及びH社はいずれも需要者から見て競争力のある商品を供給しており、活発に競争してきたことがうかがわれることから、競争者の牽制力が認められる。

次に、シノプシスの製品はアンシスの製品にない機能を有している旨をシノプシスが説明していること、アンシスの市場シェアが約5%と低いこと、上記評価においてアンシスを評価した需要者が存在しなかったことを踏まえると、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いと認められる。

(イ) 参入

前記ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

前記ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(エ) 需要者からの競争圧力

前記ア(エ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、パワーデバイス解析（アナログチップ）に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、パワーデバイス解析（アナログチップ）の需要者は価格交渉力を有し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。

(オ) 小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められないものの、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いと考えられ、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、パワーデバイス解析（アナログチップ）に係る市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

オ 水平型企业結合⑤（トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ））

(ア) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約45%であるが、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）に係る市場には約40%の市場シェアを有するB社等、複数の競争者が存在する。

また、需要者による半導体設計解析ソフトウェア提供事業者に対する評価（前記ア(ア)参照）において、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）に関しては、アンシス、A社及びB社は比較的高く評価され、シノプシスは平均的な評価を受けており、各社が平均以上の評価を受けた。当該評価を踏まえると、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）に係る市場においては、当事会社グループ、A社及びB社はいずれも需要者から見て競争力のある商品を提供してきたことがうかがわれることから、競争者の牽制力が認められる。

次に、シノプシスの製品はアンシスの製品に比べてキャパシティ及び性能で劣っている旨をシノプシスが説明していること、シノプシスの市場シェアが0～5%であること、上記評価に回答した需要者の多くが当事会社グループ製品は競合していないと回答したことを踏まえると、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いと認められる。

(イ) 参入

前記ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

前記ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(エ) 需要者からの競争圧力

前記ア(エ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）の需要者は価格交渉力を有し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。

(オ) 小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められないものの、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いと考えられ、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、トランジスタレベルパワーインテグリティ解析（アナログチップ）に係る市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

カ 水平型企业結合⑥（ESD解析（マルチダイチップ））

(7) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約40%であるが、ESD解析（マルチダイチップ）に係る市場には約60%の市場シェアを有するA社等、複数の競争者が存在する。

また、需要者による半導体設計解析ソフトウェア提供事業者に対する評

価（前記ア(7)参照）において、ESD解析（マルチダイチップ）に関しては、A社は多くの需要者から高い評価を、B社及び当事会社グループは様々な評価を受けており、各社は高い評価を含めて一定の肯定的な評価を受けた。当該評価を踏まえると、需要者から極端に低い評価を受けた事業者はおらず、ESD解析（マルチダイチップ）に係る市場においては、当事会社グループ、A社及びB社はいずれも需要者から見て競争力のある商品を供給してきたことがうかがわれることから、競争者の牽制力が認められる。

次に、当事会社グループ及び需要者は、シノプシスの製品とアンシスの製品は解析の精密度に大きな違いがある旨を説明しており、また、上記評価に回答をした需要者の過半数が当事会社グループの製品は密接に競合していない又は競合していないと回答したことを踏まえると、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いと認められる。

(イ) 参入

前記ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

前記ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(エ) 需要者からの競争圧力

前記ア(エ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、ESD解析（マルチダイチップ）に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、ESD解析（マルチダイチップ）の需要者は価格交渉力を有し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。

(オ) 小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められないものの、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いと考えられ、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、ESD解析（マルチダイチップ）に係る市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

キ 水平型企業結合⑦（フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ））

（7）当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約30%であるが、フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）に係る市場には約40%の市場シェアを有するB社等、複数の競争者が存在する。

また、需要者による半導体設計解析ソフトウェア提供事業者に対する評価（前記ア（7）参照）において、フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）に関してはB社が比較的高い評価を受けたこと、実際に大手企業がB社の製品を購入していることを踏まえると、B社は有力な競争者であると評価することができることから、競争者の牽制力が認められる。

他方で、複数の需要者から、シノプシスの製品とアンシスの製品は機能が類似しているという意見が出されており、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いとはいえない。

（イ）参入

前記ア（イ）と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

（ウ）隣接市場からの競争圧力

前記ア（ウ）と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

（エ）需要者からの競争圧力

前記ア（エ）と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）の需要者は価格交渉力を有し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。

（オ）小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められず、当事会社グループの製品は競合していると考えられるものの、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）に係る市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

ク 水平型企业結合⑧（機能安全及び仕様解析（全チップ））

(7) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約25%であるが、機能安全及び仕様解析（全チップ）に係る市場には、市場シェア約25%を有するA社及び市場シェア約40%を有するB社が存在することから、競争者の牽制力が認められる。

また、シノプシスの製品は半導体チップの機能上の安全性の解析専用として提供されているが、アンシスの製品は半導体チップだけでなく自動運転車両、航空電子工学ソフトウェア、列車自動制御システム等幅広い分野に提供されていることから、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係は弱いと認められる。

(イ) 参入

前記ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(ウ) 隣接市場からの競争圧力

前記ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(エ) 需要者からの競争圧力

前記ア(エ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、機能安全及び仕様解析（全チップ）に係る市場には複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、機能安全及び仕様解析（全チップ）の需要者は価格交渉力を有し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。

(オ) 小括

参入圧力は限定的であり、隣接市場からの競争圧力は認められないものの、本件買収前における当事会社グループ間の競合関係が弱いと認められ、競争者の牽制力及び需要者からの競争圧力が認められる。

したがって、本件買収により、機能安全及び仕様解析（全チップ）に係る市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえない。

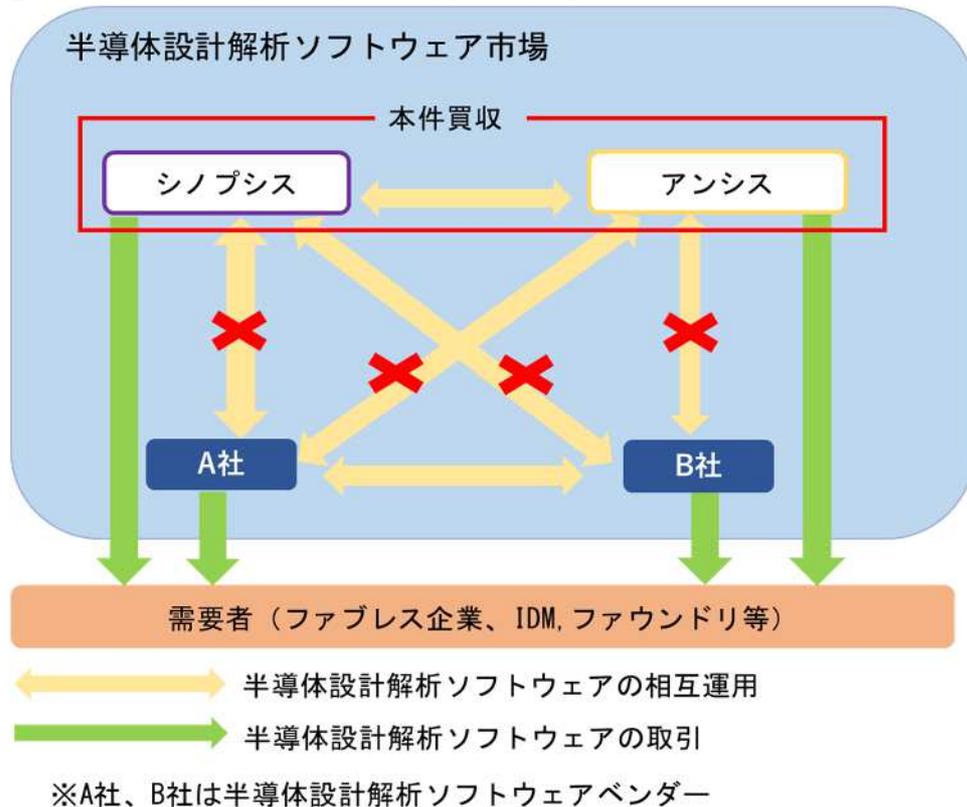
(4) 混合型企業結合

ア 市場の閉鎖性・排他性

(7) 閉鎖性・排他性が生じるメカニズム (図3)

当事会社グループは、本件買収により、①当事会社グループが提供する半導体設計解析ソフトウェアと競争者が提供する半導体設計解析ソフトウェアの相互運用性を低下させる又は遮断する、②異なる機能を有する半導体設計解析ソフトウェアの組合せ供給を行うことによって、半導体設計解析ソフトウェアに係る各市場において市場の閉鎖性・排他性の問題や競争の実質的制限を生じさせる可能性があり、この点について、一部の競争者が懸念を示している。

【図3】相互運用性の遮断・低下に関する概念図



(イ) 相互運用性の遮断・低下

a 半導体設計解析ソフトウェアにおける相互運用性の仕組み

前記第4の1(1)オのとおり、需要者は、半導体設計解析ソフトウェアを選択する際に、相互運用性を重視している。相互運用性がない場合、あるベンダーの製品で生成された設計データは別のベンダーの製品で使用又は認識することができなくなり、データ変換の手間が生じる、シミュレーションと検証のエラーが生じる、設計データそのものに不整合

が生じる等の不都合が生じる可能性がある。

半導体設計解析ソフトウェアの相互運用性は、通常、業界標準及び相互運用契約によって確保されている。

(a) 業界標準

半導体チップの設計分野では、産業全体における相互運用性の確保を目的として、独立標準化機構²⁰によって管理されている標準言語が数多くある。また、業界全体で広範に採用されることにより、事実上の業界標準（デファクトスタンダード）として確立された技術が存在する。

これらの業界標準が使用されることで、異なるベンダーが提供する半導体設計解析ソフトウェア間のデータ移行が可能となる。

(b) 相互運用性契約に基づくインターフェース

ベンダーが自社の製品をより高速に動作させる、あるいは、より信頼性の高い設計データを生み出すことを目的とした独自言語を開発する等の理由により、業界標準の採用だけでは相互運用性が確保されないことがある。そのため、ベンダー間で相互運用契約を締結して、相互運用性を確保するインターフェースを構築している。

相互運用契約を締結するためには、契約交渉、相互運用性確保のために必要なAPI²¹の開発及びライセンスの付与といった人的及び時間的コストを要することから、ベンダーは、需要者からのニーズがある場合に限って相互運用契約を締結することが一般的である。そのため、需要者からのニーズが少ない場合には、締結済の相互運用契約を終了することがある。

b 相互運用性を遮断・低下させる方法

相互運用性が相互運用契約に基づき確保されている場合、ベンダーが相互運用契約を終了させてインターフェースを遮断すれば、相互運用性は遮断・低下させられる。また、相互運用契約の締結又は更新を遅らせる、契約の相手方に対して高額な契約金額や不利な条件を設定する等の方法により、相互運用性を遮断・低下させることができる。

また、デファクトスタンダードとなっている技術の知的所有権を有しているベンダーは、特定のベンダーに対して当該技術の使用を禁止する等の方法により、相互運用性を遮断・低下させることができる。

²⁰ 半導体設計解析ソフトウェアの相互運用性確保に関係する組織としては、Si2 (Silicon Integration Initiative Inc.)、IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) 等がある。

²¹ Application Programming Interfaceの略。異なるソフトウェアやプログラムの間でデータのやり取り等を行う仕組みをいう。

c 市場閉鎖を行う能力

(a) 当事会社グループの地位等

前記(2)のとおり、当事会社グループは、半導体設計解析ソフトウェアに係る各市場において、一定の市場シェアを有している。また、競争者及び需要者に対するヒアリングの結果によれば、シノプシスは、幅広い製品ラインナップを提供する企業として認知されており、半導体設計解析ソフトウェア全体のマーケットリーダーの一つであるとした回答が多数あった。

(b) 競争者の状況

半導体設計解析ソフトウェアに係る各市場²²の中には、表10に例示のとおり、競争者の市場シェアが当事会社グループの市場シェアを上回っている市場が複数存在する。

また、競争者及び需要者に対するヒアリングでは、半導体設計解析ソフトウェア業界のマーケットリーダーはどの企業かという質問に対して、全ての回答において、シノプシス、A社及びB社が「三大ベンダー」という括りで挙げられた。

さらに、需要者に対して、当事会社グループの市場シェアが高い製品につき、代替品の有無を質問したところ、A社及びB社が提供する製品が挙げられた。

したがって、競争者の牽制力が認められる。

²² 当事会社グループの両方又は一方が提供する半導体設計解析ソフトウェアのうち、本件買収後の市場シェアが10%を超える65製品に係る市場。

【表10】競争者の市場シェアが当事会社グループの市場シェアを上回っている市場の例（令和5年）

市場	市場シェア	
回路シミュレーション ²³ （アナログチップ）	B社 シノプシス アンシス	約40% 約30% なし
設計環境 ²⁴ （アナログチップ）	B社 シノプシス アンシス	約85% 約10% なし
テスト設計 ²⁵ （デジタルチップ）	A社 シノプシス アンシス	約50% 約30% なし
フォトニックチップシミュレーション（フォトニックチップ）	B社 シノプシス アンシス	約40% 約10% 約20%
フォトニックレイアウト設計実装 ²⁶ （フォトニックチップ）	Y社 B社 シノプシス アンシス	約35% 約30% 約30% なし

(c) 参入

前記(3)ア(イ)と同様の事情により、参入圧力は限定的である。

(d) 隣接市場からの競争圧力

前記(3)ア(ウ)と同様の事情により、隣接市場からの競争圧力は認められない。

(e) 需要者からの競争圧力

前記(3)ア(エ)と同様の事情により、需要者は、基本的には、当事会社グループを含むベンダーに対する価格交渉力を有していると考えられ、また、半導体設計解析ソフトウェアに係る各市場にはそれぞれ複数の競争者が存在しており、本件買収により需要者の選択肢が少なくなるとはいえない。

したがって、需要者は価格交渉力を有していると考えられるため、

²³ 設計した電子回路が実際にどのように動作するかを仮想的に再現・検証する機能。

²⁴ シミュレーション結果を表示・管理する機能。回路シミュレーションと連携して使用し、半導体設計者が解析、測定及び操作できるようにする。

²⁵ 電子回路が設計通りに動作するかを確認するためのテスト手法や仕組みを設計する機能。

²⁶ フォトニックチップ設計におけるプラットフォーム機能。

需要者からの競争圧力が認められる。

(f) 対抗手段の存在

需要者に対するヒアリングにおいて、複数の需要者は、重要な機能には業界標準が採用されているため相互運用性に関する懸念を有していない旨を回答した。また、業界標準がない場合は、業界標準が策定されるよう標準化団体に対して積極的に働きかける、相互運用性を確保又は維持するようベンダーに対して直接働きかけると回答した需要者が存在した。

さらに、需要者の中には、異なるベンダーが提供する半導体設計解析ソフトウェアの間で相互運用性が十分でない場合は、自社でデータ変換ツールを作成して対処することが通常であると回答した者が存在した。

以上のことから、需要者は、相互運用性の遮断・低下に対する対抗手段を一定程度有していると認められる。

(g) 小括

前記の各事情を考慮すると、当事会社グループには、相互運用性の遮断・低下により、市場の閉鎖性・排他性を生じさせる能力がないと考えられる。

(ウ) 組合せ供給

需要者は、複数の半導体設計解析ソフトウェアを組み合わせて使用しているため（前記第4の1(1)オ参照）、当事会社グループが、市場における地位が相当程度高い製品とその他の製品を組み合わせて購入することを条件として提供することによって、市場の閉鎖性・排他性を生じさせる可能性があるか検討を行った。

当事会社グループの地位等、競争者の状況、参入、隣接市場からの競争圧力及び需要者からの競争圧力については、前記(イ) a(a)ないしc(e)のとおりであり、競争者の牽制力及び需要者の競争圧力が認められ、また、半導体設計解析ソフトウェアに係る各市場にはそれぞれ需要者にとって切替え可能な競争者の製品が存在する。

他方、当事会社グループの製品の中には市場シェアが高いものも存在するため、当事会社グループが当該製品を特に必要とする一部の需要者に対し組合せ供給を行う可能性は否定しきれない。しかし、前記第4の1(1)オのとおり、需要者は、複数のベンダーの製品を価格、精度、プロジェクトの目的に適しているか等を総合的に比較検討した上で、自社にとって最適と思われる半導体設計解析ソフトウェアをベンダーにこだわらず購入

していること、需要者に対するヒアリングにおいて、自社で製造する半導体チップの設計解析で最適と考える半導体設計解析ソフトウェアを選択するため、複数のソフトウェアを組み合わせ提供されるか否かは製品選択に影響しない旨の回答があったこと等を踏まえると、需要者は、自社のニーズに合致しない半導体設計解析ソフトウェアが組み合わせられた製品をあえて購入する必要性がほとんどないことが認められる。

以上のことから、当事会社グループによる組合せ供給によって需要者が半導体設計解析ソフトウェアを競争者の製品から切り替えさせられるとは考えにくいことを考慮すると、当事会社グループには、組合せ供給により、市場の閉鎖性・排他性を生じさせる能力がないと考えられる。

イ 潜在的競争の消滅

シノプシスでは、熱解析機能（マルチダイチップ）の新規開発に係る検討につきプロジェクトを進め、ファウンドリにおけるテストを行う等研究開発が進められていた。アンシスは、熱解析機能²⁷（マルチダイチップ）で有力な地位を占める。そのため、仮に、シノプシスが当該機能を開発する能力を有することでシノプシスがアンシスに対する有力な競争者になり得るとすれば、本件買収により当事会社グループ間の競争が失われることの将来的な影響は現在よりも大きなものとなると考えることができる。

しかし、当事会社グループの説明等によれば、シノプシスが同機能の新規開発を進めるには人員や技術等多くの投資が必要であり、製品化に向けた具体的な計画を立てる段階には至っておらず研究開発の初期段階であるとのことであった。また、シノプシスが行ったファウンドリにおけるテストとは、最終的な製品の認証のために行われる厳密なテストとは異なり、製品の精度及び能力を確認するものにすぎなかった。これらの事情を踏まえると、今後プロジェクトが進行した場合でも、シノプシスがアンシスの有力な競争者となる製品を開発するためには、資金や技術開発、時間の面で大きな追加コストが生じることが想定されていたと考えられる。

次に、熱解析機能（マルチダイチップ）市場においては、アンシスが約70%の市場シェアを有するほか、約20%の市場シェアを有するB社や約10%の市場シェアを有するA社が存在するため、仮にシノプシスが熱解析機能（マルチダイチップ）市場に参入したとしても、市場において一定の地位が得られる可能性は高いとはいえない。

以上のことから、シノプシスが熱解析市場（マルチダイチップ）においてアンシスに対する有力な競争者となり得るとは認められないため、本件買収による潜在的競争の消滅が一定の取引分野における競争に与える影響は軽微であると考えられる。

²⁷ 回路の設計において、温度管理と熱の影響を解析する機能。

2 光学設計用ソフトウェア事業

(1) 企業結合形態

当事会社グループは、いずれもオプティクスソフトウェア及びフォトニクスソフトウェアを提供していることから、本件買収は水平型企业結合に該当する。

(2) 一定の取引分野におけるセーフハーバーの該当性

ア オプティクスソフトウェア

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表11のとおりであり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表11】 オプティクスソフトウェアの市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	アンシス	約60%
2	シノプシス	約40%
—	不明	0～5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約100%・第1位		
本件買収後のHHI：約10000		
HHI増分：約4800		

イ フォトニクスソフトウェア

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは表12のとおりであり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【表12】 フォトニクスソフトウェアの市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	アンシス	約45%
2	シノプシス	約20%
—	その他	約35%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約65%・第1位		
本件買収後のHHI（最大）：約4,800		
HHI増分：約1,700		

(3) オプティクスソフトウェア

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約100%となる。当事会社グループによれば、オプティクスソフトウェアに係る市場には規模の小さい事業

者が複数存在するものの、事実上、当事会社グループで約100%の市場シェアを占めることになる。また、オプティクスソフトウェアに係る市場に参入するためには、開発期間・人員・予算等多くのコストが必要になることから、参入は容易ではなく、参入圧力は限定的であることを踏まえると、本件買収後に有効な競争が継続する可能性は極めて低いと考えられる。

したがって、本件買収により、オプティクスソフトウェアに係る市場における競争を実質的に制限することとなる。

(4) フォトニクスソフトウェア

ア 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

本件買収後の当事会社グループの市場シェアは約65%となる。当事会社グループ以外では、市場シェアが明らかではないが、当事会社グループと比較すると小規模な事業者が複数存在するのみであり、競争者の牽制力は弱いと認められる。

また、需要者からは、ヒアリングにおいて、シノプシスの製品とアンシスの製品の間では互換性がある旨の意見が挙げられていることから、当事会社グループの製品は競合の度合いが高く、当事会社グループ間で活発な競争が行われていると認められる。

イ 参入

フォトニクスソフトウェアに係る市場に参入するためには、開発期間・人員・予算等多くのコストが必要になること、当事会社グループが大きな市場シェアを占めている市場であることを踏まえると、参入は容易ではないと考えられるため、参入圧力は限定的である。

ウ 隣接市場からの競争圧力

オプティクスソフトウェアとフォトニクスソフトウェアはそれぞれ別の設計解析機能であること、フォトニクスソフトウェアと類似の効用を有する製品は存在しないことから、隣接市場からの競争圧力は認められない。

エ 小括

競争者の牽制力が弱く、本件買収により当事会社グループ間の競争が失われると認められ、参入圧力は限定的で、隣接市場からの競争圧力が認められない。

したがって、本件買収により、フォトニクスソフトウェアに係る市場における競争を実質的に制限することとなる。

第6 当事会社グループによる問題解消措置の申出等

RTL消費電力解析（デジタルチップ）市場、オプティクスソフトウェア市場及びフォトニクスソフトウェア市場について、当委員会が独占禁止法上の問題点を指摘したところ、当事会社グループから大要後記1の措置（以下「問題解消措置」という。）を講じる旨の申出があった。

1 問題解消措置の内容

(1) RTL消費電力解析ソフトウェア事業

- ① アンシスのRTL消費電力解析ソフトウェア事業を、米国に本社を置き、半導体設計解析ソフトウェアを含む電子設計・テストソリューション提供会社であるキーサイトに譲渡する。
- ② 譲渡対象には、RTL消費電力解析ソフトウェア事業関連の全ての資産、同事業に関連する全ての商業的契約、知的財産権及び従業員等を含む。

(2) オプティクスソフトウェア及びフォトニクスソフトウェア事業

- ① シノプシスのオプティクスソフトウェア事業及びフォトニクスソフトウェア事業をキーサイトに譲渡する。
- ② 譲渡対象には、オプティクスソフトウェア及びフォトニクスソフトウェア事業関連の全ての資産、同事業に関連する全ての商業的契約、知的財産権及び従業員等を含む。

2 事業譲渡先

当事会社グループは、以下の条件に当てはまる事業者としてキーサイトを事業譲渡先として選定した。

- ① 当事会社グループとの間で資本関係や独立性を損なうような提携関係になく、当事会社グループから独立している。
- ② 事業譲渡後に当事会社グループや他の競争者と競争できるだけの財源及び専門知識を有する。
- ③ 事業譲渡対象製品を日本で供給する能力がある。
- ④ 競争上の懸念を生じさせる者ではなく、各国競争当局の承認を全て得られると合理的に期待される者である。

3 市場関係者の意見

日本国内に所在する需要者及び競争者に対しマーケットテスト²⁸を実施したところ、当該需要者及び競争者から、本件問題解消措置案に対する反対意見は出されなかった。

²⁸ 競争上の懸念について、市場関係者（競争者、需要者等）から意見を聴取するもの。

第7 問題解消措置に対する評価

本件問題解消措置は、当事会社グループの一方の事業をそのまま当事会社グループ以外の事業者に譲渡することにより、本件買収後、当事会社グループが市場において価格等を一定程度自由に左右することができないよう、独立した有力な競争者を創出するものであり、本件買収によって失われる競争を回復することができるものと評価できる。

第8 結論

問題解消措置が講じられることを前提とすれば、本件買収により、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らないと判断した。

事例7 日本生命保険相互会社による(株)BCJ-43の株式取得

第1 当事会社

日本生命保険相互会社（法人番号3120005007273）（以下「日本生命保険」という。）は、生命保険業等を営む事業者であり、保育所等に係る情報提供サービス等を営む子会社を有している。

株式会社BCJ-43¹（法人番号9010001209300）（以下「BCJ-43」という。）は、傘下に保育事業等を営む子会社²を有する持株会社である。

以下、日本生命保険と既に結合関係が形成されている企業の集団を「日本生命保険グループ」、BCJ-43と既に結合関係が形成されている企業の集団を「BCJ-43グループ」、日本生命保険とBCJ-43を併せて「当事会社」、日本生命保険グループとBCJ-43グループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、日本生命保険がBCJ-43の株式に係る議決権の50%を超えて取得する（以下「本件行為」という。）というものである。

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営む事業の間で競争関係、取引関係等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保育版シェアリングエコノミー事業に関する検討結果を中心に詳述したものである。

第3 一定の取引分野

1 本件役務の概要

(1) 保育版シェアリングエコノミー

シェアリングエコノミーとは、インターネット上のプラットフォームを介して、活用可能な保有資産（場所、モノ、スキル等）の提供を希望する個人や企業と、それらの資産の利用を希望する個人や企業とをマッチングさせるサービスである。

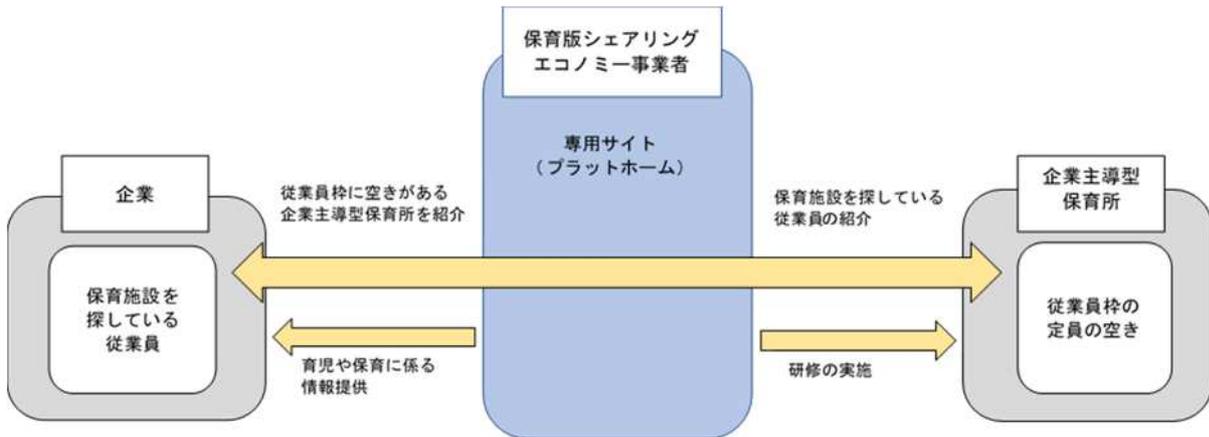
シェアリングエコノミーには、マッチングさせる商品・サービスによって様々な種類があるところ、保育版シェアリングエコノミーは、従業員枠³に空枠がある企業主導型保育所と、育児休業中従業員の早期の職場復帰のために企業主導型保育所の従業員枠を確保したい企業及びその従業員とをマッチングさせるサービスである。

¹ BCJ-43は、令和6年6月3日に、「株式会社ニッセイ・ライフサポート」に商号変更を行った。

² 株式会社ニチイ学館（法人番号301001025868）

³ 企業主導型保育所は、その定員のうち半数以上を、「従業員枠」として、企業主導型保育所を設置した企業又は利用契約を締結した企業の従業員の子どもを保育する必要がある。

【図】 保育版シェアリングエコノミーの概要



(2) 企業主導型保育所

企業主導型保育所とは、内閣府が実施する企業主導型保育事業の助成金制度を利用して、企業又は企業から受託した保育事業者が運営する認可外保育施設である。企業は、共同で企業主導型保育所を設置し運営することもできるほか、企業主導型保育所を運営する保育事業者と共同利用契約を締結することにより、保育事業者が設置した施設を利用することができる。企業主導型保育所は、施設全体の定員の半数以上を「従業員枠」とし、同枠において、当該企業主導型保育所を設置又は共同利用契約を締結する企業で働く従業員の子どもを保育する必要がある。

(3) 当事会社が提供する役務

日本生命保険グループは、保育版シェアリングエコノミーを企業主導型保育所及び企業に提供している⁴。また、BCJ-43グループは、企業主導型保育所を運営している。

2 役務範囲

(1) 保育版シェアリングエコノミー

まず、企業主導型保育所が従業員枠の利用者を獲得するために利用するシェアリングエコノミーは保育版シェアリングエコノミーのみであり、類似の役務を提供できるシェアリングエコノミーの存在は認められない。したがって、保育版シェアリングエコノミーとそれ以外のシェアリングエコノミー間に需要の代替性は認められない。

次に、保育版シェアリングエコノミーの提供においては、保育所を必要とする企業にとって魅力的な企業主導型保育所とより多く提携し、紹介できるよう

⁴ 保育版シェアリングエコノミーは、企業主導型保育所を需要者とする市場と企業を需要者とする市場の二面市場であるが、BCJ-43グループは企業主導型保育事業者であることから、本件では、以下、保育版シェアリングエコノミー事業者と企業主導型保育所との取引について詳述した。

にすることが重要であり、そのためには、提携後の企業主導型保育所の職員に対する子どもの安全管理に関する研修の実施などが必要である。

また、多数の企業主導型保育所と提携するには、より多くの企業から利用される魅力的なシェアリングエコノミーである必要があり、そのためには、子育て世代を部下に持つ管理職に対する研修の実施など、利用企業における従業員の仕事と子育ての両立を支援する取組も必要である。したがって、保育版シェアリングエコノミーとそれ以外のシェアリングエコノミー間に供給の代替性は認められない。

以上から、本件では、「保育版シェアリングエコノミー」を役務範囲として画定した。

(2) 企業主導型保育所

企業主導型保育所と類似の役務としては、主に設置企業で働く従業員の子どもを保育する施設である事業所内保育所があるが、事業所内保育所は所在する市区町村の認可が必要な認可保育施設の一つであり、保育する子どもの年齢や利用時間などの認可基準を満たす必要がある。他方、企業主導型保育所は、認可外保育施設の一つであり、保育する子どもの対象年齢、利用時間などを、従業員の働き方やニーズに応じてより柔軟に設定でき、例えば、保育時間の延長、土日の保育、短時間・週2日のみの利用といったことが可能となっている。したがって、需要者である企業からみて、企業主導型保育所と事業所内保育所間の需要の代替性は認められない。

また、認可外保育施設の一つである企業主導型保育所と市区町村の認可が必要な事業所内保育所とは、設置基準等が異なることから、供給の代替性は認められない。

以上から、本件では、「企業主導型保育所」を役務範囲として画定した。

3 地理的範囲

(1) 保育版シェアリングエコノミー

保育版シェアリングエコノミーの需要者である企業主導型保育所はインターネット上のプラットフォームにより日本全国どこでも同一のサービスを楽しみ、保育版シェアリングエコノミーの供給者は、日本全国の企業主導型保育所にサービスを提供している。

したがって、本件では、「保育版シェアリングエコノミー」に係る地理的範囲を「日本全国」として画定した。

(2) 企業主導型保育所

企業主導型保育所の需要者である企業は、事業所ごとに企業主導型保育所と共同利用契約を締結するなどしていることから、本件では、「企業主導型保育

所」に係る地理的範囲を「都道府県」として画定した。

第4 本件行為が競争に与える影響

1 本件行為の企業結合類型

本件は、保育版シェアリングエコノミー事業を川上市場、企業主導型保育事業を川下市場とする垂直型企业結合に該当する。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

(1) 川上市場

国内において、日本生命保険グループ以外で保育版シェアリングエコノミーを提供する事業者は確認できないことから、垂直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検討する。

(2) 川下市場

各都道府県における企業主導型保育所市場におけるBCJ-43グループの市場シェアは不明⁵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しないものとして検討する。

(3) 小括

本件行為については、川上市場と川下市場のいずれにおいても、垂直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、後記3において、当事会社グループの単独行動により川上市場又は川下市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じることとなるか、垂直型企业結合に係る判断要素について検討する。

3 垂直型企业結合（川上市場：保育版シェアリングエコノミー事業、川下市場：企業主導型保育事業）

(1) 投入物閉鎖

国内において保育版シェアリングエコノミーを提供する事業者は日本生命保険グループのみであることから、日本生命保険グループには同サービスの提供を拒否等することにより投入物閉鎖を行う能力があると考えられる。しかし、日本全国にある約4000施設ある企業主導型保育所のうち日本生命保険グループの保育版シェアリングエコノミー事業を利用する企業主導型保育所は約800施設にとどまっているほか、BCJ-43グループが運営する企業主導型保育所は約100施設にとどまっている。保育版シェアリングエコノミーのもう一方の需要

⁵ 施設数ベースでみた場合、42都道府県において、BCJ-43グループの市場シェアが10%以下となり、垂直型企业結合のセーフハーバー基準に該当するが、定員数ベースでの市場シェアが不明であることから、本件では、慎重に検討する観点から、47都道府県のいずれについても、垂直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検討した。

者である企業は、保育版シェアリングエコノミーを利用することなく、任意の企業主導型保育所と共同利用契約を締結することも可能であるが、多数の企業主導型保育所の中からより従業員の希望条件に合致する企業主導型保育所の紹介を受けることが可能になることを期待して保育版シェアリングエコノミーを利用している。

仮に、紹介を受けられる企業主導型保育所が少なかった場合、それだけ利用し得る従業員枠の選択肢が限定されることから、当該保育版シェアリングエコノミーを利用する企業は大きく減少すると考えられる。加えて、当該保育版シェアリングエコノミーを利用する企業が減少すると、BCJ-43グループを含め企業主導型保育所にとっても、マッチングの機会が減少し、従業員枠の利用者獲得につながらない。このため、日本生命保険グループがBCJ-43グループ以外の企業主導型保育事業者に、保育版シェアリングエコノミーの提供を拒否等し、企業等に紹介し得る企業主導型保育所を限定することは、一方の需要者である提携先企業等を失うことにつながり、さらには、BCJ-43グループにとってもマッチングの機会の減少をもたらすこととなるため、当事会社グループに投入物閉鎖を行うインセンティブはない。

したがって、本件行為により、川下市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

(2) 顧客閉鎖

現在、国内では日本生命保険グループ以外の保育版シェアリングエコノミー事業者は確認できない。また、保育版シェアリングエコノミー市場に、参入を計画している事業者がいるとしても、BCJ-43グループが運営する企業主導型保育所の多くは定員20名以下の比較的小規模な企業主導型保育所であり、施設数ベースでのBCJ-43グループの市場シェアが最も高い都道府県でも約15%であることを踏まえると、新規に参入しようとする保育版シェアリングエコノミー事業者は、BCJ-43グループ以外の企業主導型保育所と取引を容易に行うことができると考えられ、当事会社グループに顧客閉鎖を行う能力はないと考えられる。

したがって、本件行為により、川上市場の閉鎖性・排他性の問題が生じるおそれはないと考えられる。

(3) 小括

以上から、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争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なるとはいえない。

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

とはいえないと判断した。

事例8 LDEC(株)による(株)アルプス物流の株式取得

第1 当事会社

LDEC株式会社(法人番号1010001244552)(以下「LDEC」という。)は、3PL事業を営むロジスティード株式会社(法人番号4010001226242)(以下「ロジスティード」という。)が設立した特別目的会社である。

株式会社アルプス物流(法人番号9020001019401)(以下「アルプス物流」という。)は、3PL事業を営む会社である。

以下、ロジスティードと既に結合関係が形成されている企業の集団を「ロジスティードグループ」、アルプス物流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を「アルプス物流グループ」、ロジスティードグループとアルプス物流グループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、LDECが、アルプス物流の株式に係る議決権の50%を超えて取得する(以下「本件行為」という。)というものである。

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営む事業の間で競合関係にあるものは複数存在するところ、以下は、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた3PL事業における水平型企业結合の検討結果を中心に詳述したものである。

第3 一定の取引分野

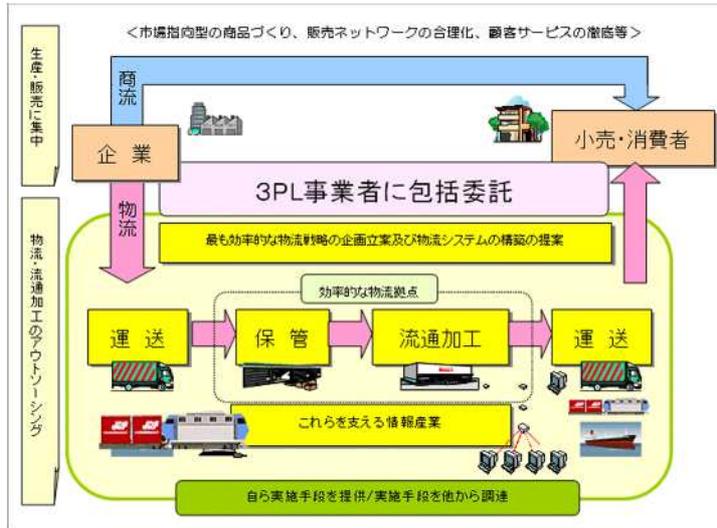
1 役務の概要等

「3PL」は「third party logistics」の略称であり、3PL事業とは、荷主(first party)や卸売業者・小売業者(second party)とは異なる第三者(third party)が荷主に対して効率的な物流システムの構築を提案し、包括して物流業務を受託する業務のことをいう(下図参照)。

3PL事業の需要者である荷主は、3PL事業者に対して、商品の輸送、保管、在庫管理、流通加工、検品、返品処理等の物流業務を包括的に委託することにより、物流コストの低減や、効率的で高品質な物流を実現するとともに、経営資源を生産や販売などの本来業務に重点配分できるというメリットを得ることができる。

3PL事業の事業形態には、自社でトラック車両や倉庫などの物流資産(アセット)を持つアセット型、自社では物流資産を持たず外部の運送業者や倉庫業者を利用するノンアセット型、自社でトラック車両や倉庫などを有しつつ、他社にも配送や倉庫管理等を委託する混合型モデルがある。当事会社グループはいずれも、混合型モデルで事業を営んでいる。

【図】 3PL事業の概要

(出所：国土交通省ウェブサイト¹⁾)

2 役務範囲

(1) 3PL事業と各種物流関連事業との代替性

ア 需要の代替性

物流業者には、貨物の輸送や倉庫での保管といった各種物流業務を包括的に提供する3PL事業者と、これら各種物流業務を個別に提供する運送業者や倉庫業者等が存在し、荷主が製品・商品を流通させる際には、自らの目的に沿った事業者を選択している。

3PL事業者は、物流業務全体（輸送、保管、在庫管理、流通加工、検品、返品処理等）のコスト低減や本来事業への経営資源の重点配分を企図する荷主において選択されていることに鑑みると、3PL事業と各種物流関連事業との間の需要の代替性は限定的である。

イ 供給の代替性

3PL事業を営むには、物流業務全般にわたるノウハウのほか、各種物流業務を組み合わせることなどにより荷主の要望を満たす提案ができることや、オペレーション能力を備えていることが必要である。

他方、各種物流業務を個別に提供する事業者が有するノウハウやオペレーション能力は自らが提供する物流業務に限られるため、当該事業者が3PL事業を営むことは容易ではないと考えられる。したがって、3PL事業とその他の物流関連事業との間における供給の代替性は限定的である。

ウ 小括

以上から、3PL事業と他の物流関連事業とは異なる役務範囲を構成する。

¹ <https://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/butsuryu03340.html>

(2) 温度帯の異なるサービス間の代替性

ア 需要の代替性

3PL事業で取り扱われる貨物は、輸送や保管における温度管理の観点から、常温貨物（工業製品等）と温度管理が必要な貨物（食料品、医薬品等）に大別される。また、輸送等の適用温度は、受託した貨物の品質維持の観点から、一般的に、冷凍、冷蔵及び常温の3種類の温度帯（以下「3温度帯」という。）の別で管理されている。

荷主は、貨物に合わせた適用温度で輸送等が行われることを前提に委託先事業者を選択していることから、冷凍、冷蔵及び常温の各温度帯で提供される3PL事業間の需要の代替性は認められない。

イ 供給の代替性

(7) 冷凍温度帯と冷蔵温度帯で提供される3PL事業の代替性

冷蔵及び冷凍の温度帯の貨物を取り扱うためには、温度帯に応じた運送車両や倉庫等の設備が必要となる。

この点、スーパーマーケットやコンビニエンスストアへの食料品配送では冷凍・冷蔵設備が備わった運送車両で配送するなど、冷蔵貨物と冷凍貨物を複合的に輸送する 경우가一般的であることから、冷蔵温度帯と冷凍温度帯の3PL事業の間では供給の代替性が認められる。

(4) 常温温度帯とそれ以外の温度帯で提供される3PL事業の代替性

常温の貨物しか取り扱っていない事業者が冷凍・冷蔵の貨物を取り扱うためには、冷蔵・冷凍設備の備わった運送車両や倉庫を自ら用意するか、冷蔵・冷凍の貨物を取り扱うことができる物流事業者を手配する必要がある。また、当事会社グループにおいても、常温温度帯で提供される3PL事業は日本全国で受託実績があるのに対し、冷蔵・冷凍温度帯で提供される3PL事業で受注実績があるのは一部都道府県に限られており、一方の事業を営む者であれば他方の事業を容易に行い得るとはいえない。さらに、常温温度帯で提供される3PL事業と冷蔵・冷凍の温度帯で提供される3PL事業では事業者の顔ぶれが異なる。

したがって、常温温度帯で提供される3PL事業とそれ以外の温度帯で提供される3PL事業との間の供給の代替性は認められない。

ウ 小括

以上のとおり、冷凍、冷蔵及び常温の各温度帯で提供される3PL事業の間の需要の代替性は認められないが、冷蔵温度帯及び冷凍温度帯で提供される3PL事業の間では供給の代替性は認められる。

したがって、本件では、「常温温度帯の3PL事業」及び冷蔵温度帯と冷凍温度帯を包含した「低温温度帯の3PL事業」を役務範囲として画定した。

3 地理的範囲

(1) 常温温度帯の3PL事業

常温温度帯の3PL事業が対象としている主たる物流業務は、サプライヤーからメーカーの工場に製品製造に必要な資材を運ぶための物流（いわゆる調達物流）、メーカーの工場内部又は工場間の物流（いわゆる生産物流）及びメーカーの工場から卸売業者や小売業者に製品を運ぶための物流（いわゆる販売物流）である。このような形態の物流では、輸送や保管といった各種物流業務は様々な場所で発生し得るため、荷主は、全国的に拠点を有するなどして、全国各地で発生する物流業務に対応できる体制を整えている事業者には物流業務を委託することが通常であり、それら全国展開している事業者によって競争が行われている状況は地域によって異なる。

したがって、本件では、常温温度帯の3PL事業に係る地理的範囲を「日本全国」として画定した。

(2) 低温温度帯の3PL事業

低温温度帯の3PL事業が対象としている物流業務には、冷凍食品メーカーの物流業務のように全国的な配送を必要とするものもあるが、産地市場（卸売市場）や農協等から消費地市場（卸売市場）や食品メーカー・商社・流通事業者の拠点までの輸送、流通事業者の物流センターとスーパーマーケット等の各店舗を結ぶ輸送、生活協同組合の宅配など一定の地域内で物流が完結しているものもある。そのような物流では、荷主は、限られた地域で事業展開している地域の事業者を委託先として選択することも可能であるため、地域ごとに荷主が選択可能な事業者の範囲が異なり、競争の状況も異なり得る。

低温温度帯の3PL事業が対象としている上記の物流業務は、都道府県又はそれよりやや広い範囲で行われている事情が認められ、荷主との取引を巡って競争が行われる範囲は当該範囲であると考えられる。

したがって、本件では、低温温度帯の3PL事業に係る地理的範囲を「都道府県」として画定した。

第4 本件行為が競争に与える影響

1 本件行為の企業結合類型

まず、常温温度帯の3PL事業については、当事会社グループがいずれも常温温度帯の3PL事業を営んでいることから、水平型企业結合に該当する。

次に、低温温度帯の3PL事業については、ロジスティードグループが47都道府県中12箇所、アルプス物流グループが4箇所において事業を営んでいるところ、

当事会社グループのいずれもが事業を営んでいる3箇所においては水平型企業結合に、一方のみが事業を営んでいる10箇所においては混合型企業結合に該当する。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

常温温度帯の3PL事業及び前記1に挙げた各箇所における低温温度帯の3PL事業の市場シェアはいずれも不明であるため、水平型企業結合のセーフハーバー基準及び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検討する。

3 水平型企業結合

(1) 水平型企業結合①(常温温度帯の3PL事業)

常温温度帯の3PL事業には有力な競争者が多数存在しており、本件行為後においても、これらの競争者からの牽制力が引き続き働くと考えられる。

したがって、本件行為により、当事会社グループの単独行動又は協調的行動により、常温温度帯の3PL事業における競争を実質的に制限することとならないといえない。

(2) 水平型企業結合②(低温温度帯の3PL事業)

前記1に挙げた3箇所においては、全国規模で低温温度帯の3PL事業を営む複数の大手事業者が競争者として存在しているほか、地場の競争者が各箇所5社以上存在しており、本件行為後においても、これらの競争者からの牽制力が引き続き働くと考えられる。

したがって、本件行為により、当事会社グループの単独行動又は協調的行動により、3箇所の低温温度帯の3PL事業における競争を実質的に制限することとならないといえない。

4 混合型企業結合(低温温度帯の3PL事業)

当事会社グループのいずれか一方のみが低温温度帯の3PL事業を行う前記1に挙げた10箇所について、本件行為が行われなかった場合には、他方当事会社グループが単独で新規参入することも想定され、当事会社グループは潜在的競争者の立場にある。そのため、本件行為により、当該10箇所における他方当事会社グループの新規参入の可能性が失われ、当事会社グループ間の潜在的競争が消滅することが想定される。

しかし、上記10箇所においては、前記3(2)と同様、全国規模で低温温度帯の3PL事業を営む複数の大手事業者が競争者として存在しているほか、地場の競争者が各箇所5社以上存在しており、本件行為後においても、これらの競争者からの牽制力が引き続き働くと考えられる。

したがって、本件行為による潜在的競争の消滅が市場の競争に及ぼす影響は軽微であると考えられる。

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なるとはいえないと判断した。

事例9 ANAホールディングス(株)による日本貨物航空(株)の株式取得

第1 当事会社

ANAホールディングス株式会社（法人番号6010401050876）（以下「ANAホールディングス」という。）は、国際航空旅客運送事業及び国際航空貨物運送事業を営む会社を傘下に有する持株会社である。また、日本貨物航空株式会社（法人番号5010401051099）（以下「日本貨物航空」という。）は、主に国際航空貨物運送事業を営む会社である。

以下、ANAホールディングス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を「ANAグループ」と、ANAホールディングスと日本貨物航空を併せて「当事会社」といい、ANAグループと日本貨物航空を併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、ANAホールディングスが、日本貨物航空の株式に係る議決権について50%を超えて取得する（以下「本件行為」という。）というものである。

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営む事業のうち競争関係にあるものは国際航空貨物運送事業であり、本件では、当事会社グループが競合する日本発着の米国・中国・シンガポール・タイ・台湾・欧州発着路線について検討を行ったところ、以下は、競争に与える影響が比較的大きいと考えられた日本発着米国着路線及び中国発日本着路線に関する検討結果について詳述したものである。

第3 本件の経緯

当事会社は、令和5年3月7日に、本件行為の計画について公表し、同年5月以降、本件行為が競争を実質的に制限することとならないと考える旨の意見書及び資料を公正取引委員会に順次提出した。

当委員会は、当事会社が提出した当該意見書の内容や資料を精査するとともに、当事会社に対し、内部資料（当事会社グループの取締役会等の各種会議で使用された本件行為に関する資料等）の提出を求め、提出された内部資料も精査した。また、競争者及び需要者・荷主に対するアンケート及びヒアリング（以下「アンケート等」という。）を実施した。

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、意見交換を行った。

その後、令和7年1月17日に、ANAホールディングスから、独占禁止法の規定に基づき本件行為に関する計画届出書が提出されたため、当委員会はこれを受理し、第一次審査を開始した。当委員会は、当該計画届出書並びに当事会社から提出さ

れた本件行為が競争を実質的に制限することとならないと考える旨の意見書及び資料のほか、当事会社グループの内部資料、競争者及び需要者・荷主に対するアンケート等、経済分析の結果等を踏まえて、本件行為が競争に与える影響について審査を進めた。

また、本件行為については海外競争当局も審査を行っており、当委員会は、シンガポール競争・消費者委員会及び中国国家市場監督管理総局との間で情報交換を行いつつ審査を進めた。

第4 一定の取引分野

1 国際航空貨物運送事業の概要

(1) 国際航空貨物運送が利用される場面

「航空貨物運送事業」とは、他人の需要に応じ、航空機を使用して有償で貨物を運送する事業をいい、「国際航空貨物運送事業」とは、本邦内の地点と本邦外の地点との間又は本邦外の各地間において行う航空貨物運送事業をいう（航空法（昭和27年法律第231号）第2条第18項及び第19項参照）。

国際航空貨物運送は、輸入貨物や輸出貨物を国境を越えて輸送する場合に利用される。輸入貨物や輸出貨物を輸送する方法には、航空機を使用するほか、船舶を使用して海上輸送する方法がある。航空輸送は、海上輸送に比べて、輸送時間が大幅に短い利点がある一方、1運航当たりの輸送量が少なく、航空輸送の運賃は海上輸送の運賃よりも高額になる。このため、航空輸送は、流行の衣類や生鮮品のように時間が経つほどに商品の価値が下がってしまうもの、高価で振動や衝撃に弱いもの、必要量をタイムリーに輸送し在庫を圧縮することで生産効率化が図られている場合の部品類など、航空貨物の最大の特徴である輸送スピードに高い輸送費を払うだけの価値が認められる場合の輸送手段として利用される。

(2) 我が国における国際航空貨物輸送の特色

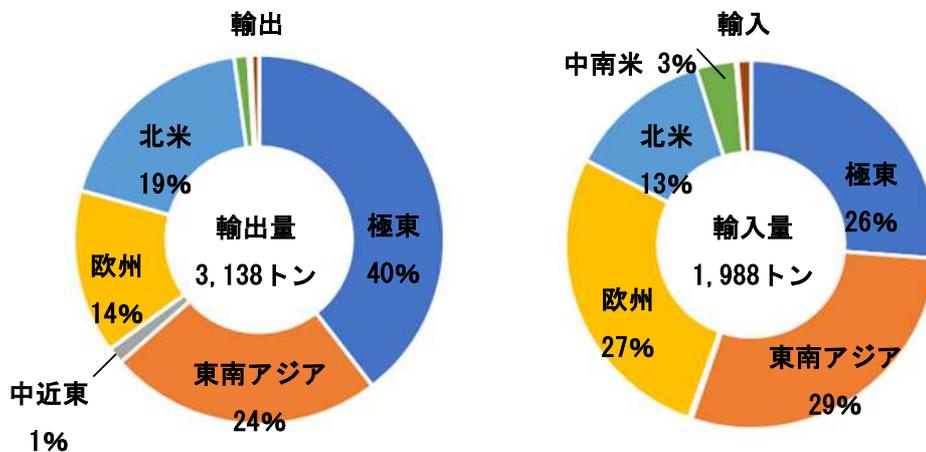
ア 日本の輸出貨物・輸入貨物の輸送方面

国土交通省航空局「令和4年度国際航空貨物動態調査報告書」（令和5年3月）（以下「令和4年度動態調査報告書」という。）によると¹、日本の輸出貨物・輸入貨物（後記イ記載の第三国発貨物は含まない。）の相手国地域は、輸出では、極東²と東南アジアの2地域で63%を占め、北米（19%）と欧州（14%）が続き、上位4地域で97%を占める。輸入についても、極東と東南アジアの2地域で過半を占め、これに続く北米と欧州を含めた4地域で95%を占める（図表1参照）。

¹ 同調査は、調査対象事業者129社が令和4年11月30日に取り扱った国際航空貨物全件を調査対象として実施されたものである。

² 引用元資料である令和4年動態調査報告書では、韓国、中国及び台湾を指す。

【図表1】日本の輸出貨物・輸入貨物の相手国地域



(※) 出所資料の調査は令和4年11月30日を調査対象日としており、円グラフ中央に記載の輸出量・輸入量は同日の数量である。

(出所：令和4年度動態調査報告書を基に当委員会において作成)

イ 第三国発着貨物の状況

日本を発着する航空機で運ばれる貨物には、我が国で発生した輸送需要に係る貨物（日本からの輸出貨物と日本への輸入貨物。以下、それぞれ、「日本発貨物」、「日本着貨物」という。）ばかりではなく、第三国発日本着の貨物便で輸送され、日本発の国際線貨物便に積み替えられる貨物（以下、積み替えによりある国から別の国に輸送される貨物を「第三国発貨物」という。）も含まれている。成田空港における貨物取扱実績（図表2参照）では、日本発着共に40%弱が第三国発貨物になっており、日本発の便では北米向け路線など、日本着の便では中国からの路線などで第三国発貨物の比率が高い。

【図表2】成田空港における第三国発貨物の比率（平成28年度・重量ベース）

路線	輸出		輸入	
	当該路線の貨物全体に占める割合	第三国発貨物全体に占める割合	当該路線の貨物全体に占める割合	第三国発貨物全体に占める割合
北米	65%	57%	35%	21%
大洋州	67%	8%	11%	0%
中南米	48%	1%	0%	0%
欧州	27%	7%	10%	3%
中国	25%	9%	55%	39%
香港	12%	2%	40%	14%
台湾	12%	2%	28%	5%
韓国	8%	2%	17%	2%
シンガポール	46%	4%	21%	1%
ASEAN	23%	5%	37%	12%
その他アジア	66%	4%	52%	2%
中東 アフリカ その他	1%	0%	1%	0%
全体／合計	38%	100%	36%	100%

（出所：国土交通省航空局「日本出入航空貨物路線別取扱実績」³を基に当委員会にて作成）

第三国発貨物の動向には国際的な貨物動向が影響する。航空機メーカーのThe Boeing Companyが、世界の航空貨物市場の動向や世界の貨物機のニーズなどの分析結果として2年ごとに公表している「World Air Cargo Forecast」の2022-2024年版によれば、アジア⁴－北米の貨物需要が最も大きく、これにアジア－欧州、北米内、欧州－北米が続き、アジア－北米の貨物需要は今後も成長が見込まれている。アジアと北米を結ぶ路線の貨物需要の大きさが、上記規模で第三国発貨物が発生している背景事情となっていると考えられる。

³ https://www.mlit.go.jp/koku/koku_fr5_000017.html

なお、同実績は、平成29年10月を最後に更新が停止している。

⁴ 出所資料の区分のうち「East Asia」には、一般に東南アジア、オセアニアに区分される国が含まれている。

(3) 国際航空貨物運送の供給者

ア 国際航空貨物運送の供給者たる事業者

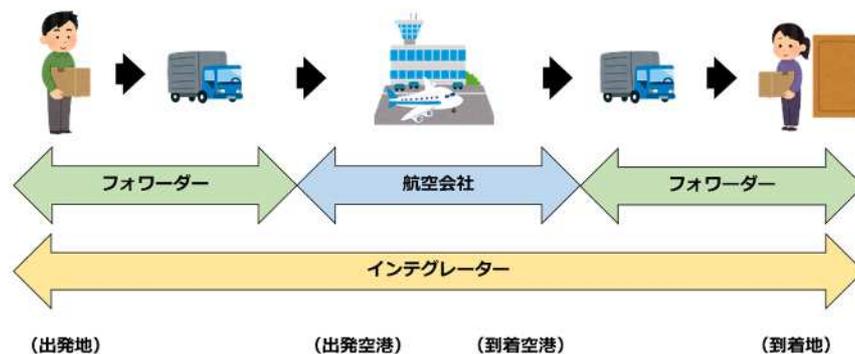
国際航空貨物運送事業者には、以下の者が存在する。

- ① 航空旅客運送事業を営む航空会社
- ② 航空貨物運送事業のみを行う航空会社
- ③ 自社（子会社を含む。）で航空機を保有・運航して、荷主からの集荷、航空機輸送、届け先への配達までを一気通貫で行う運送事業者（以下「インテグレーター」⁵という。図表3参照。）

①又は②の航空会社は、国際航空貨物利用運送事業者（自らは航空機を持たず、国際航空貨物運送事業者が運航する航空機の貨物スペースを利用して運送サービスを提供する（自らは集荷・配送、通関及び倉庫保管等のサービスを提供する）事業者。以下「フォワーダー」という。）と運送契約を締結し、特定の空港から目的地となる空港まで航空貨物を運搬する。

一方、③のインテグレーターによる航空機の保有・運航は、自らが運送を受託した貨物⁶の輸送を目的としたものである。このため、基本的には、インテグレーターと航空会社はフォワーダーとの運送契約を巡る競争関係にはない。ただし、インテグレーターも、航空機の貨物スペースの稼働を高めるため、余剰があればフォワーダーに貨物スペースを提供する場合もあることから、フォワーダーへ貨物スペースを提供している部分に限り、航空会社との間に競争関係を認めることができる。

【図表3】 航空貨物運送の概略図



⁵ 通常、国際的な貨物輸送は、貨物の集配業務を担うフォワーダーと、航空機の定期便運航により貨物輸送業務を担う「キャリア」（航空会社）の分業で行われているが、その二つの業務を統合（インテグレート）して行うのがインテグレーターである。

⁶ インテグレーターが主として取り扱う貨物は国際小包や書類などの小口貨物、フォワーダーが主として取り扱う貨物は貿易に係る貨物となっている。

イ 国際航空貨物運送事業者が運航する機材と供給（販売）する貨物スペース

(7) 旅客便の貨物室と貨物専用機

国際航空貨物運送事業者が貨物スペースを供給する方法には、①旅客機の客室の床下にある貨物室（「腹」を意味するBellyと呼ばれる。以下「旅客ベリー」という。）を利用する方法と、②貨物専用機（Freighter。以下「フレイター」という。）を利用する方法の2つがある。

旅客輸送を行う航空会社は、主として旅客ベリーで貨物を輸送するが、フレイターを運航する航空会社もある。貨物輸送を専門に行う航空会社は、フレイターを運航して貨物を輸送する。

(4) 旅客機とフレイターの輸送能力

旅客機には、ナローボディ機と呼ばれる小型の機体（以下「小型機」という。）と、ワイドボディ機と呼ばれる中型又は大型の機体（以下「中・大型機」という。）があるが、小型機は機体断面が小さくコンテナを搭載できない上、搭載できる貨物量も僅少であるため、貨物輸送は主として中・大型機で行われている⁷。中・大型機における貨物の輸送能力は、旅客の搭乗重量に左右されるが、1機当たりおおむね10トンから30トン程度である。

一方、フレイターは、旅客ベリーより高さがあり容積が広いメインデッキ部分（旅客機の客室に相当する部分）も貨物の搭載スペースに利用されるため、搭載能力が高い。例えば、ANAグループが使用しているボーイング777-Fの貨物室容積は、旅客機モデル（ボーイング777-300ER）における旅客ベリーの容積の約3倍である。

フレイターは、貨物需要が旺盛で、旅客ベリーでは輸送需要を賄えない路線で運航される。フレイターも旅客機と同様、大型の機体（ボーイング747、ボーイング777など。以下「大型フレイター」という。）と中型の機体（ボーイング767など。以下「中型フレイター」という。）が主に利用されており、採算面、貨物需要の大きさ、輸送ニーズが高い品目（後記(Ⅰ)参照）、運航距離などの状況に応じて使い分けられている。

旅客便の運航は旅客の輸送需要に応じて決定されるため、路線によっては、多数の旅客機が運航されることにより貨物需要に比して過大な貨物スペースが供給されるという事態が生じる。

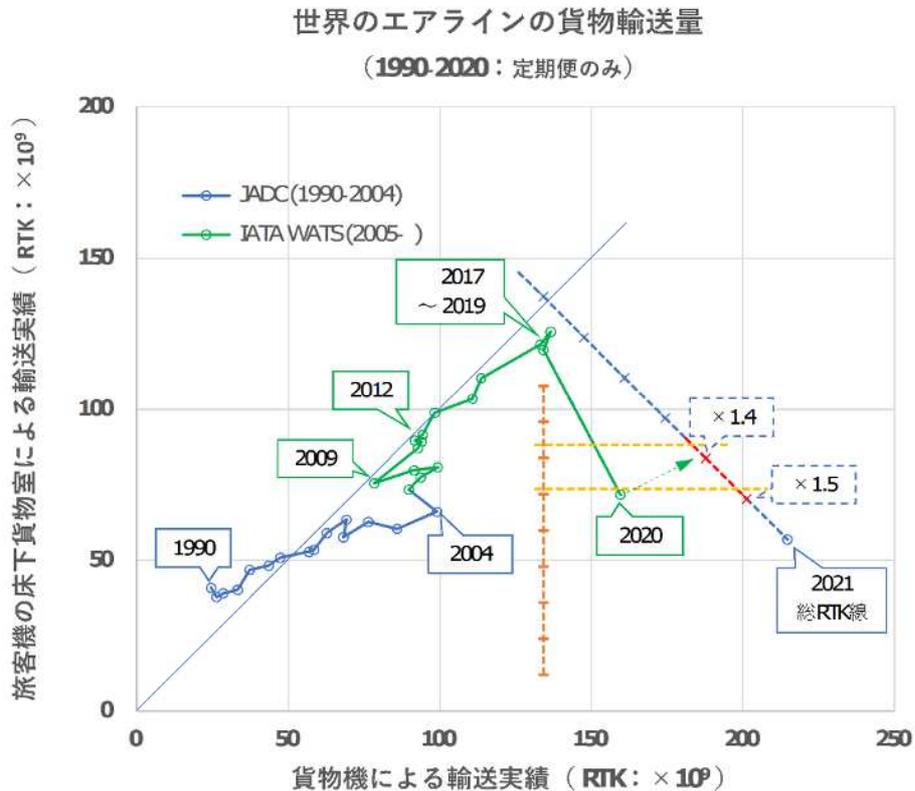
⁷ 小型機でもばら積みの方で旅客ベリーに貨物を搭載することは可能であるが、貨物を旅客ベリー内で厳密に固定できないため、一緒に積み込まれた他の貨物と接触して貨物に衝撃が加わったり、手作業で行われる航空機への積み込みの際に衝撃が加わったりするリスクがある。このように、貨物容量が小さいことと輸送品質上の懸念があることから、一般に、小型機の旅客ベリーは、国際航空貨物運送業向けの貨物スペースとしては使用されない。ただし、機種によっては、小型機であっても貨物コンテナを搭載できるものがあり、そのような小型機の貨物スペースは、国際航空貨物運送業で使用されている。

(ウ) 航空会社におけるフレイターの活用状況

1機当たりの輸送能力はフレイターが勝るが、フレイターの運航本数よりも旅客機の運航本数の方が圧倒的に多いため、航空貨物全体でみた場合には旅客機で運ばれている貨物量は多く、2019年⁸では、世界の航空会社の貨物輸送量の47%を旅客ペリーが占めている（図表4参照）。

⁸ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、旅客便数が減少する前の輸送実績。

【図表4】旅客ベリヤーとフレイターの貨物輸送実績の推移



(※1) 本図の略語の意味は次のとおりである(図表5も同様)。

JADC：一般社団法人日本航空機開発協会 (Japan Aircraft Development Corporation)

IATA WATS：国際航空運送協会 (International Air Transport Association) が取りまとめる国際航空輸送統計 (World Air Transport Statistics)

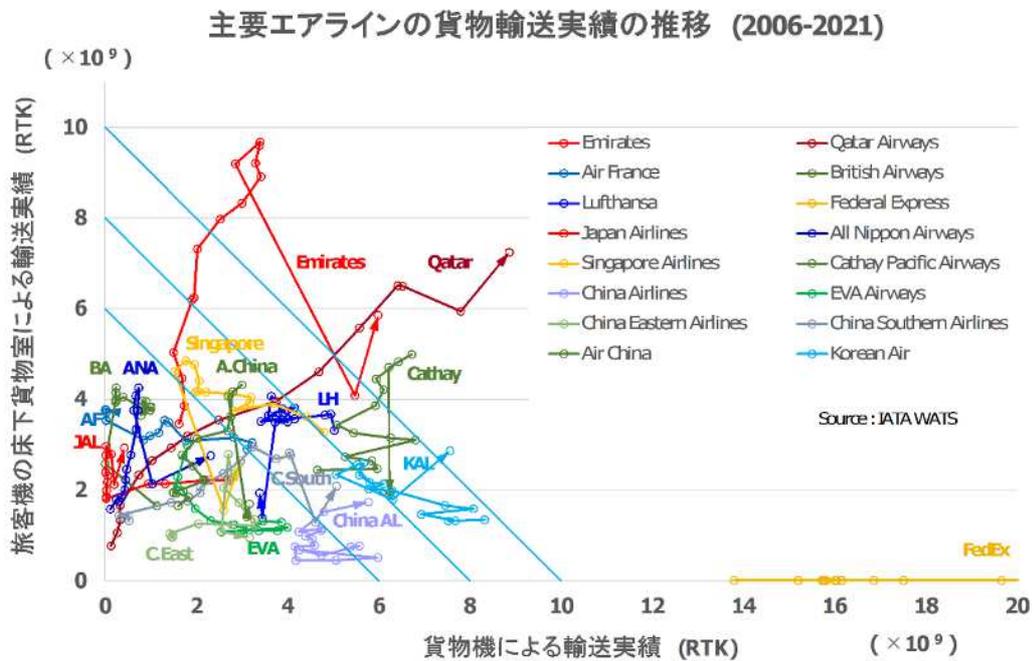
RTK：有償貨物トンキロメートル (Revenue Ton Kilometers)。有償貨物を搭載し飛行した輸送実績を意味し、有償貨物輸送量 (トン) × 輸送距離 (キロメートル) で算定される。

(※2) 原点から45度に伸びる線は、旅客ベリヤーとフレイターのRTKの比率が1対1であることを示し、これより左側の領域は旅客ベリヤーの輸送比率が高いこと、右側の領域はフレイターの輸送比率が高いことを示す。また、図表の赤線部分は、出典資料の作成時点における2021年の輸送実績に係る旅客ベリヤーのRTKとフレイター(旅客機に旅客を乗せずに貨物のみを輸送した分を含む)のRTKの比率の推定値の範囲を示し、「×1.4」とあるのは、当該地点はフレイターのRTKが2019年実績の1.4倍であることを示す。

(出所：一般財団法人日本航空機開発協会「民間航空機に関する市場予測2023-2042」(令和5年3月))

国際航空貨物輸送の需要の増加に対応した航空会社の輸送能力の増強は、1990年代ではフレイター主導で進められたが、旅客ベリーによる貨物輸送は、旅客収入と貨物収入とで旅客機の運航を支えることができ、輸送需要の繁閑の変動にも対処しやすいことから、2004年を境として旅客ベリーの活用による輸送力増強へと傾向が変わった経緯がある⁹⁾。現在では、フレイターの積極利用で貨物輸送量を伸ばす航空会社が存在する一方、貨物輸送量の維持に配慮しつつ、フレイター分を縮小して旅客ベリーへ移行させる方針を採る航空会社もあり¹⁰⁾、貨物輸送能力の確保に対する対応方針は航空会社により異なる(図表5参照)。

【図表5】世界の主要航空会社の貨物輸送実績の推移



(※) 原点から45度の方向が、旅客ベリーとフレイターのRTKの比率が1対1であることを示し、これより左側の領域にプロットされた点は旅客ベリーの輸送比率が高いことを、これより右側の領域にプロットされた点はフレイターの輸送比率が高いことを示す。

(出所：一般財団法人日本航空機開発協会「民間航空機に関する市場予測 2023-2042」(令和5年3月))

⁹⁾ 一般財団法人日本航空機開発協会「民間航空機に関する市場予測 2023-2042」(令和5年3月) 166頁参照。

¹⁰⁾ 一般財団法人日本航空機開発協会「民間航空機に関する市場予測 2023-2042」(令和5年3月) 166頁参照。

(E) フレイターを利用しなければ輸送できない貨物

航空貨物輸送では、生鮮品や医薬品など温度調節が必要な貨物、馬や錦鯉などの動物、通常のパレットやコンテナに収まらず、フレイターのメインデッキでないと搭載できない背高・長尺・幅広の貨物（以下「大型貨物」という。）、繊細な荷扱いを必要とする精密機器や美術品、火薬や放射性物質などの危険品など、輸送する物資の特性に合わせた特別な荷扱いや積付けを必要とする貨物も輸送される（以下、これらの貨物を総称して「特殊貨物」といい、特別な荷扱いや積付けを必要としない貨物を「一般貨物」という。）。

特殊貨物のうち以下のいずれかに該当するものは、フレイターを利用して輸送する必要がある（当該貨物を、以下「大型貨物等」という。）。

- ① 大型貨物
- ② 保安上の理由から「Cargo Aircraft Only (CAO)」の指定がなされている危険物

ウ 輸送能力を拡張する際の手段

国際航空貨物運送事業者の貨物の輸送能力（輸送量や輸送地域）は、基本的には、自らの運航便数や運航ネットワークにより決まる。

他方、以下の方法によって、量的（輸送量）又は面的（輸送地域）に輸送能力を拡張することが可能である。

(7) ブロック・スペース・アグリーメント

輸送能力を量的又は面的に拡張するために、他の航空会社からコンスタントに一定の貨物スペースの提供を受けようとする場合には、あらかじめ一定の貨物スペースを借り受けることについての合意である「Block Space Agreement」（以下「BSA」という。）と呼ばれる契約を航空会社間で結ぶ¹¹。貨物スペースの提供を受けた航空会社は、提供した航空会社に対して、提供を受けた区間分の運賃を支払う。

(イ) コードシェア及び提携深化協定

航空会社が自社の運航ネットワークを補完するために、他の航空会社との間でコードシェアや提携深化協定といった業務提携が行われることもある。

コードシェアは、他の航空会社の運航便に自社の便名を付すという提携

¹¹ 航空会社が自社便の運航がない空港への貨物の輸送依頼を受けた場合、出発空港から目的地空港までの輸送経路の途中まで自社便で運び、その先の目的地空港までは、他の航空会社の貨物スペースを利用して輸送することで、当該輸送依頼の引き受けが可能になる。このような他社便の貨物スペースを利用した貨物輸送はインターラインと呼ばれており、BSAはインターラインを可能とするための航空会社間の契約の一形態である。

である。他の航空会社の貨物スペースを利用するという点ではインターラインと同じであるが、自社便として取り扱うことができるという点で異なる。

提携深化協定は、コードシェアより一段階上の提携であり、運賃及び路線・便数の調整、収入プールの実施等を含む提携関係の深化を図るものである。航空法第110条の規定により独占禁止法の適用除外(ATI: Antitrust Immunity)として認められており、同協定の実施には、航空法第111条の規定により国土交通大臣から認可を受ける必要がある。

(ウ) 他社機材の活用

航空会社やフォワーダーに対して、航空機、乗務員、整備、保険をセットにして貸し出す「ウェットリース」と呼ばれる形態¹²で航空機を貸し出す事業者（以下「ウェットリース事業者」という。）が存在しており、航空会社は当該事業者から賃借した機材で貨物便を運航することにより、輸送能力を拡張することができる。

ウェットリースで貸し出される機材は、一時的な需要の高まりに応じて輸送能力を増強する際や保有機材の定期メンテナンス期間中の代替機材などで利用される。

(4) 国際航空貨物運送事業の需要者

ア 国際航空貨物運送事業者の取引の相手方（直接の需要者）となる者

航空貨物の運賃は重量逡減制が基本となっており、輸送する貨物が多い（重い）ほど運賃単価が低くなる。また、航空会社と大口顧客との間では価格交渉により運賃が決定されており、需給状況にもよるが、安定的に貨物スペースを購入する大口顧客に対しては、航空会社が国土交通省に申請する正規運賃よりも割安な価格が適用されている。フォワーダーは、航空会社から割安に仕入れた貨物スペースを利用して、多数の荷主から運送委託を受けた小口貨物を仕向地ごとにまとめて（混載）、大口貨物に仕立てて航空会社に引き渡すことで、荷主が直接航空会社に輸送を依頼するよりも安価な運賃で航空輸送を行っている¹³。令和4年度動態調査報告書によれば、国際航空貨物全体に占める混載貨物の割合（重量ベース）は、輸出入共に9割程度を占める。

¹² 航空機リースの形態には、航空機の機体だけをリースする「ドライリース」もある。ドライリースは、機材計画の柔軟性向上や投資リスクの軽減等を目的に利用され、リース期間がウェットリースに比べて長いのが一般的である。

航空機の運航に必要な乗務員をセットで提供するウェットリース事業者は、自らも定期便やチャーター便の運航を行い、運航の隙間で空いた機材でウェットリースを行っている。一方、乗務員の手配の必要がないドライリースは、ウェットリース事業者のほか、航空機リースの専門業者も手掛けている。

¹³ 実際の運用では、超大型の貨物など、他の貨物と混載されないで航空機に搭載される貨物もあるが、そのような貨物についても、荷主はフォワーダーに輸送を依頼するのが一般的である。

このように、国際航空貨物輸送においては荷主がフォワーダーに輸送を依頼するのが一般的であるため、国際航空貨物運送事業者である航空会社の主たる取引の相手方はフォワーダーとなる。

他方、少ないながら、荷主が航空会社に輸送を依頼する場合もある（直送貨物）。また、緊急性が高いものや、品目の性質上混載できないもの（生鮮品、美術品、動物、遺体等）を輸送する場合には、直送貨物扱いとされる。この場合、荷主はフォワーダーに輸送手配を依頼するが、直送貨物の受委託におけるフォワーダーの位置付けは航空会社の代理店となるため、直送貨物における航空会社の取引の相手方は荷主となる。

イ 日本発路線の需要者、日本着路線の需要者

(7) 混載貨物（航空会社の取引の相手方がフォワーダー）の場合

航空輸送を手配する荷主が輸出者側と輸入者側のいずれであっても、手配先は輸出国のフォワーダーである。このため、混載貨物における需要者は、日本発の路線については日本に所在するフォワーダー、日本着の路線については出発地に所在するフォワーダーとなる。

(4) 直送貨物（航空会社の取引の相手方が荷主）の場合

航空輸送を手配する荷主が輸出者側と輸入者側のいずれの立場であるかは貿易条件によるため¹⁴、出発地と到着地のいずれに所在する事業者も、荷主として航空会社の取引の相手方となり得る¹⁵。

ウ フォワーダーと荷主等との関係

(7) 貨物輸送に使用する路線（出発空港、到着空港）の選択

貨物輸送に使用する路線は、貨物の出荷元と送り先のそれぞれに近い空港間を結ぶ路線が基本となるが、路線ごとの需給バランスの違いやフォワーダーが定期契約（後記(5)ア参照）で確保している貨物スペースの有無などを背景に、路線によって航空運賃が異なるため、別の出発空港又は到着空港を結ぶ便を選択した方が航空運賃を安く抑えることができる場合もある。

一方、フォワーダーが航空運賃が安いことのみを理由に路線を選択した場合、航空輸送前後の輸送に係る費用（陸送費）や利便性の面で、荷主が

¹⁴ 航空貨物に適用されることの多い貿易条件には、FCA (Free Carrier: 運送人渡)、CPT (Carriage Paid To: 輸送費込み)、CIP (Carriage and Insurance Paid To: 輸送費保険料込) などがある。この3つの貿易条件の中では、CPTとCIPで取引された場合には輸出者側が、FCA条件で取引された場合には輸入者側が、航空貨物運送部分の手配を行うこととなる。

¹⁵ 自由貿易地域（外国の貨物を通関手続きを経ずに輸入し、加工や保管などを経て輸出できる区域）を導入している国については、非居住者である日本所在の事業者が海外発貨物の輸出者として荷送人となることもある。

不利益を被ることがあり得る。

このような事情から、貨物輸送に使用する路線は、フォワーダーの提案を踏まえて荷主が決定する。フォワーダーは荷主の決定を受けて、利用する区間の航空輸送を手配する。

(4) フォワーダーが荷主から徴収する運賃に占める航空運賃の割合

混載貨物の場合、国際航空貨物運送に係る取引の需要者は、出発地に所在するフォワーダーになる。国際航空貨物のほとんどは混載貨物であり、日本着の航空便については、輸送される貨物の多くの部分(混載貨物部分)は、直接の需要者が日本に所在していないことになる。

他方、輸入者側が航空輸送部分の費用を負担する貿易条件で取引している貨物については、輸入者である日本に所在する事業者がフォワーダーに運賃を支払っている。フォワーダーが荷主から徴収する運賃に占める航空運賃の割合は高く、航空運賃が値上がりした場合、その影響は輸入者である日本に所在する事業者にも間接的に及び得る。

(5) 航空会社とフォワーダーとの間の取引の態様

ア 契約形態

フォワーダーが航空会社から貨物スペースを調達する際の契約形態には、定期契約とスポット契約の2つがある。

定期契約は、航空業界で夏と冬の年2回行われるダイヤ改正¹⁶⁾に合わせて、次の半年間における特定の便の貨物スペースを確保するものである。契約期間中の市場動向にかかわらず契約時に定めた航空運賃が適用され、後記のスポット契約に比べて航空運賃の変動は緩やかである。

フォワーダーは、多数の荷主から運送委託を受けた小口貨物を混載して輸送しており、貨物需要や自社の取扱量が多い路線については、定期契約により貨物スペースを確保することを基本としている。定期契約で確保する貨物スペースには、フレイターに係るものと旅客ベリーに係るものの両方が含まれるが、大型貨物の輸送需要が一定程度あり、搭載できる貨物のサイズの自由度の高さが求められる路線では、フレイターの貨物スペースが好まれる傾向にある。

一方、スポット契約は、需要が生じる都度、貨物スペースを調達する契約形態であり、貨物需要や自社の取扱量が少ない路線における貨物スペースの調達や、定期契約で確保した分では貨物スペースが足りない場合の追加調達に用いられる。半導体製造装置のような混載できない貨物向けに貨物スペースを調達する場合も、スポット契約が行われる。スポット契約の航空運賃は、

¹⁶⁾ 4月から10月までの間のダイヤを「夏ダイヤ」、11月から翌年3月までの間のダイヤを「冬ダイヤ」としている。

取引の都度、交渉の上決まり、その時々¹⁷の輸送需要の多寡に応じて変動する。

イ 航空運賃

(7) 一般貨物と特殊貨物

特殊貨物の運賃は、一般貨物の運賃をベースに、貨物の特性に合わせた特別な荷扱い等に要するコストなどを含めた付加価値部分の対価（付加運賃）が上乗せされたものとなっている。特殊貨物の運賃の水準は一般貨物の運賃水準におおむね連動しているものの、特殊貨物の運賃は付加運賃を含めた総額が当事者間での話合いに基づき決定されているため、一般貨物の運賃が決まれば自動的に特殊貨物の運賃が決まるわけではない。

なお、定期契約に係る運賃は、基本的には一般貨物の運賃であり、定期契約の貨物スペースに特殊貨物を搭載する場合には、予約時に付加運賃を別途定めるのが一般的である。

(イ) 旅客ベリーとフレイター

貨物全体に占める割合としては旅客ベリーでの輸送も可能な一般貨物が多いため、フレイターには一般貨物も相当量搭載されている。一般貨物については、フレイターに搭載される場合であっても、旅客ベリーと運賃が大きく異なることはない。

ウ 搭載予約

荷主からフォワーダーに貨物の輸送依頼が入ると、フォワーダーは航空会社に搭載の予約を行う。航空会社は、フォワーダーから、出発地、到着地、貨物の内容（品目、個数、重量、容積）、貨物取扱い上の留意点等の情報の提供を受けて、搭載する便の貨物スペースを確保する。

フォワーダーからの搭載予約は、通常、搭載日の1か月ほど前に大まかな搭載可否を問い合わせた後、搭載日の2週間程度前¹⁷からおおむね3日前までに具体的な貨物の品目、重量等を確定した予約が行われる。

航空会社の予約の受付方法は、予約時点で大別すると、搭載便までを確約する方法と、指定された期日までに輸送することのみを保証する方法（搭載便は航空会社が随時変更できる）があり、いずれの方法を採用するかは航空会社によって異なる。後者の方法を採用する航空会社は、貨物スペースが予約で埋まっている状況で高い運賃収入が見込まれる荷物の急ぎの輸送依頼（付加運賃が発生する大型貨物等や、速やかな輸送を優先するため追加料金を支払う申出があった場合など）が入った場合、予約済の貨物の中に後発の便への搭載でも支障がないと考えられる貨物があれば、当該貨物の予約を変

¹⁷ 大型貨物等の代表的品目である半導体製造装置は、搭載日の2週間程度前の比較的早い段階で予約が行われることが多い。

更して貨物スペースを空け、当該依頼を受け付けることが可能になる。他方、搭載便を確約したいというニーズに対しては、オプションとして搭載便確約サービスを用意している。

エ 貨物スペースの調達に際して、フォワーダーが考慮する事情

(7) 特殊な輸送条件がある貨物の許容性（フレイターか旅客ベリーか）

大型貨物等の輸送ではフレイターしか選択できないため、定期契約で貨物スペースを調達する場面においても、大型貨物等を搭載することが可能で使い勝手のよいフレイターの貨物スペースを確保することが重視されることがある。特に大型貨物等の輸送需要が一定以上ある路線では、仮に、共にフレイターを運航する当事会社グループが本件行為を契機にフレイター運航便に係る定期契約運賃を値上げすることとなったとしても、5～10%程度の価格引上げであれば、旅客ベリーへの切替えをせず、フレイターを利用できることによって得られるメリットを享受した方がよいというフォワーダーの意見もあった。

(イ) 直行便と経由便

航空輸送の方法としては、目的地に直行する航空便を利用して輸送する方法（以下「直行便」という。）と、第三国に向かう航空便と当該第三国から目的地に向かう航空便（以下「乗継便」という。）を組み合わせる輸送方法（以下「経由便」という。）がある。

目的地に貨物を輸送するという点では、直行便も経由便も変わらないが、経由便特有の事情として、

- ① 第三国を経由する間の飛行時間のほか、第三国に到着してから乗継便が出発するまでの待機期間が余計に必要となるため、荷主が求める納期に間に合わない場合がある
- ② 到着した航空機から乗継便の航空機に貨物を積み替える過程で、貨物がダメージを受ける、又は、紛失するリスクが高まる
- ③ 日本からの出発便は定時に出発したとしても、乗継便に遅延・欠航が生じると大幅な延着となる

があることから、輸送条件によってはフォワーダーが経由便を選択できないケースもある。逆に、数日程度の輸送期間であれば許容できるという場合には、経由便が選択肢となり得るため、フォワーダーが経由便を選択できるかどうかは、荷主の輸送ニーズ次第である。

(ウ) 利用空港（路線）

貨物の出荷元と送り先のそれぞれに近い空港を出発地・到着地とする路線は、一般的には利便性が高いが、路線ごとの需給バランスの違いやフォ

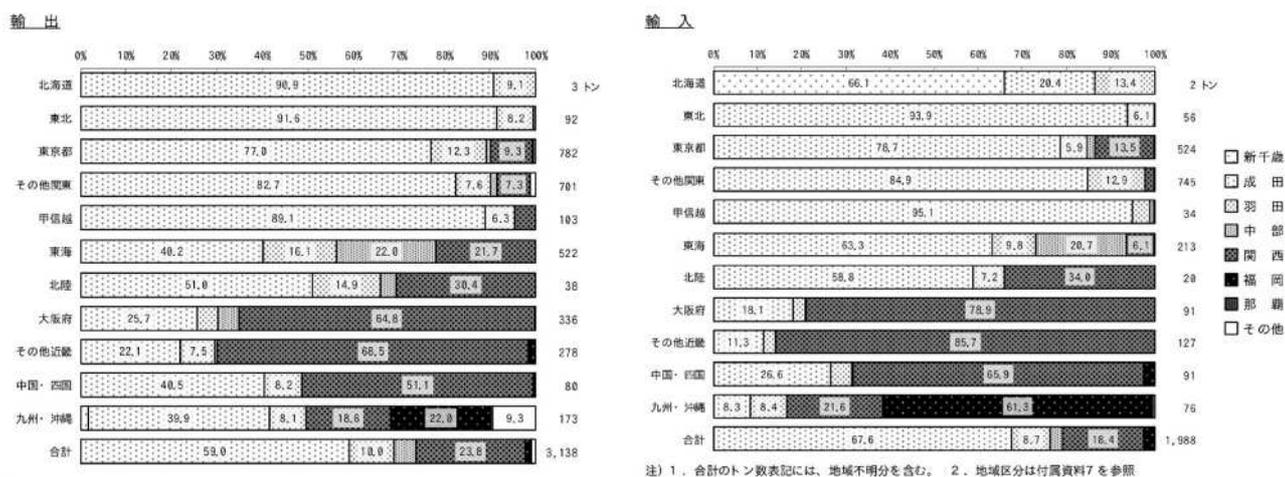
ワーカーが定期契約で確保している貨物スペースの有無、路線による航空運賃の違いもあるため、最寄りとは別の出発空港又は到着空港が選択される場合もある。

a 日本国内の空港設置状況等

令和4年度動態調査報告書によれば、日本を出発する輸出貨物の利用空港は、いずれも重量ベースで、成田空港59.0%、関西空港23.8%、羽田空港10.0%、中部空港4.8%となっている。また、日本に到着する輸入貨物の利用空港は、成田空港が67.6%、関西空港18.4%、羽田空港8.7%、中部空港2.8%となっている。輸出入貨物の過半が成田空港に集中しており、関西空港を加えた2空港で輸出入貨物の8割強を処理している。

貨物の発着地と利用空港の関係を重量ベースでみると、図表6のとおり、関東甲信越地区以北の地域で発着する貨物は成田空港への集中が顕著に認められる。一方、九州・沖縄地区を除く近畿地区以西の地域で発着する貨物は関西空港の利用が多い。この2つの地域ブロックに挟まれて位置する東海地区では、中部空港の利用が20%程度を占めるものの、成田空港と羽田空港の利用が中部空港を上回り、関西空港の利用も一定程度認められる。九州地区では、福岡空港の利用が輸入で60%を占める一方、輸出については20%であり、成田空港と羽田空港で50%弱を占める。

【図表6】貨物の発着地域と利用空港（重量構成比）



(出所：令和4年度動態調査報告書)

以上のように、貨物の発着地と利用空港との間には一定の関連性が認められ、貨物の発着地に近い空港が、輸出や輸入の際の利用空港として選択されているが、他方で、日本全国の貨物が成田空港を利用している

実態も認められる。

この点に関して、フォワーダーや航空会社は、アンケート等において、地方空港の発着便は、就航都市数、運航便数共に限られるため、利便性の高い成田空港を併用する必要がある旨説明しており、地方を発着地とする貨物の輸送において、近接する地方空港の就航路線は有効な輸送ルートではあるものの、同時に成田空港も有効な輸送ルートとして利用されている状況が認められる。一方、地方空港の発着便を運航する航空会社は、空港所在地域周辺の貨物のみで貨物スペースを満たすことができないため、成田空港を利用しているような貨物の取り込みを図っている旨説明しており、成田空港に近接する地域で発生する貨物に係る取引を巡り、成田空港の発着路線を運航する航空会社と地方空港の発着路線を運航する航空会社が競争している状況が認められる。

b 海外の空港設置状況等

国土が小さい国の場合、国際空港が1か所に限られることも珍しくないが、米国や中国のように広大な国土を持つ国の場合、国内に多数の国際空港がある。後者の場合、航空会社は、必ずしも全ての国際空港に乗り入れているわけではないため、自社便が就航していない空港へも貨物が輸送できるよう、空港間輸送を目的としたトラック輸送便(以下「ロードフィーダーサービス」という。)を整備している。

海外の空港の利用状況は国によって異なるため、検討対象路線に係る地理的範囲の画定(後記第6以降)で詳述する。

2 役務範囲

前記1(1)のとおり、国際航空貨物航空運送事業は、航空機を使用して輸入貨物及び輸出貨物を輸送する役務であるが、輸送主体や貨物の種類等によってそれよりも狭い役務範囲を画定するか、又は、類似の役務を含んだより広い役務範囲を画定するかについて、以下において検討する。

(1) インテグレーターが行う国際航空貨物運送の取扱い

国際航空貨物運送業を営む事業者には、国際航空旅客運送事業を営む航空会社や貨物専門の航空会社のほかに、インテグレーター(厳密には、その子会社である航空会社)が存在する。

インテグレーターは航空法にいう国際航空貨物運送事業者ではあるが、自社の受託貨物の輸送手段として航空機を保有・運航しているものであり、基本的に航空会社による国際航空貨物運送役務との間の需要の代替性は認められない。このため、インテグレーターが荷主に対して供給する貨物運送役務を包含する範囲で本件行為に係る役務範囲を画定することは適切ではない。

他方、フォワーダーに貨物スペースを提供するインテグレーターも存在しており、路線によってはフォワーダーに対して安定的に貨物スペースを供給しているケースもある。このため、インテグレーターがフォワーダーの委託を受けて行う貨物の運送については本件行為に係る役務範囲に含めることとする。

(2) 貨物の種類による区別の要否

航空貨物は、前記1(3)イ(I)のとおり一般貨物と特殊貨物に大別される。また、特殊貨物のうちフレイターにしか搭載できない大型貨物等を輸送できるのは、フレイターを利用して国際航空貨物運送を行う事業者に限られる。このため、フォワーダー等が大型貨物等の輸送を委託する場合、旅客ベリーのみを利用して国際航空貨物運送を行う航空会社とフレイターを利用して国際航空貨物運送を行う航空会社との間に需要の代替性は認められない。他方、一般貨物の輸送には、旅客ベリーとフレイターの双方が使用されており、特殊貨物であっても大型貨物等以外の貨物は旅客ベリーで輸送可能である。したがって、一般貨物及び大型貨物等以外の特殊貨物の輸送については、旅客ベリーを利用して国際航空貨物運送を行う事業者とフレイターを利用して国際航空貨物運送を行う事業者との間に需要の代替性が認められる。

このように、大型貨物等とそれ以外の貨物（一般貨物及び大型貨物等以外の特殊貨物）とでは需要の代替性が認められる範囲が異なり、競争状況が異なっているため、本件においては、航空貨物全体の輸送で役務範囲を画定するとともに、大型貨物等の輸送についても役務範囲として画定した。

(3) 直行便か経由便（第三国経由便）かによる区別

フォワーダーは、荷主が求める納期までの輸送が可能であること、経由地で乗継便に積み替えることによる貨物の損傷・紛失リスク及び航空運賃を勘案して路線を選択している。経由便であっても、経由地の立地や乗継便との接続に要する時間次第では、直行便と遜色ない輸送時間での輸送が可能な場合もあり、経由便を包含した役務範囲を観念することは可能と考えられる。

フォワーダーに対するアンケート等では、当事会社グループの運航路線が共通する米国、中国、台湾、タイ、シンガポール及び欧州のうち、日本からの距離が比較的短い中国を除いては、直行便に代えて経由便を選択することもあり得るとのことであるため、日本発中国着路線及び中国発日本着路線を除いては、経由便を含めて役務範囲を画定した。

(4) 海上貨物輸送との区別の要否

航空貨物輸送は、高い輸送費を払ってでも迅速な輸送が必要な場面で選択されており、航空貨物輸送の需要者において、航空貨物輸送に代えて海上貨物輸送が選択可能な場面は限定的であると考えられる。したがって、航空貨物運送

と海上貨物輸送との間における需要の代替性は認められない。

また、航空機を使用する航空貨物運送と船舶を使用する海上貨物輸送とでは、供給の代替性が認められない。

以上のことから、海上貨物輸送と航空貨物運送はそれぞれ異なる役務範囲として画定した。

(5) 小括

以上のことから、本件では、一般貨物及び大型貨物等を含む特殊貨物を包含する国際航空貨物運送全体の範囲で役務範囲を画定した上で（以下、この役務範囲を指して「貨物全体市場」という。）、大型貨物等の運送について重層的に役務範囲を画定した（以下、この役務範囲を指して「大型貨物等市場」という。）。

また、上記のように画定された役務範囲には、日本発中国着路線及び中国発日本着路線を除き、経由便が含まれる。

3 地理的範囲

国際航空貨物運送は輸出入貨物の輸送に使用される場所、需要者が国際航空貨物の輸送に使用する路線を選択するに際しては、基本的には、出発国と到着国を結ぶ路線が選択の対象となると考えられる。

国内に国際空港が複数存在している場合には、地理的範囲の画定に際し、それらの空港を代替的に利用可能かどうかも考慮検討する必要がある。ただし、国内の空港間の代替性は、国際空港の所在状況、空港間の貨物転送サービス、国内輸送網の整備状況等によって評価が異なり得る。

このため、特定の国と国を結ぶ路線より細分化した地理的範囲を画定することの可否については、日本国内の空港の代替性についてのみ本項（後記(2)参照）で検討することとし、就航先国の国内空港の代替性については、日本と各国を結ぶ路線についての検討の項で詳述する。

(1) 日本発と日本着の区別の必要性

まず、航空貨物輸送は旅客と異なり、往復での利用が想定されていないため、日本発の便に係る取引と日本着の便に係る取引は、完全に別個の取引となる。また、国際航空貨物のほとんどが混載貨物であり、日本発の便においては日本所在のフォワーダーが、日本着の便においては出発国所在のフォワーダーがそれぞれ主たる需要者となるため、貨物の日本発着で需要者層が異なる。さらに、日本からの輸出貨物と日本への輸入貨物では貨物の種類や輸送需要に違いがあり、一方の価格動向が他方の価格動向に影響を及ぼしている状況にないことから、日本発路線と日本着路線は別の市場として画定することが適切であると考えられる。

次いで、そのように画定された市場における競争状況の影響を受ける者についてみると、混載貨物の輸送を手掛けるのは出発国のフォワーダーであり、日本発路線に係る国際航空貨物運送事業における競争状況の影響が及ぶのは、日本に所在するフォワーダーとなる。同様に、日本着路線に係る国際航空貨物運送事業における競争状況の影響が及ぶのは輸出国に所在するフォワーダーとなるが、他方で、直送貨物の荷主となる日本の事業者にもその影響が及び得るほか、前記1(4)ウ(イ)のとおり、出発国に所在するフォワーダーを荷主として利用する日本の事業者にも影響が及び得る。このため日本発路線と日本着路線の双方について、それぞれ競争への影響を検討する¹⁸。

(2) 日本国内の空港間の代替性

貨物需要や旅客需要が関東地区に集中しているために、日本を発着する国際線が成田空港に集中していることや、フォワーダーの施設も成田空港周辺に集中していることを背景に、日本全国の貨物が利便性の高い成田空港の発着便を利用している実態にある。また、首都圏空港以外の空港にフレイターを就航させる場合、当該空港の近隣地域だけではフレイターの運航を支えるだけの貨物需要が集められないため、地方空港を発着する便を運航する航空会社は、ロードフィーダーサービスを提供するなどして、成田空港を利用する貨物の取り込みを図っている。

また、需要者であるフォワーダーは、日本全国を網羅する陸上運送網を有し、国内各空港を代替的に利用することが可能であり、輸送に係るリードタイム、航空運賃等の観点から、自らのニーズに合致し、より荷主にとって有利な条件を提示する航空会社を委託先として選択している。

このような事情に鑑みれば、フォワーダーが国内の出発空港を選択する際には、国内の全ての空港を発着する便を選択することが可能であり、国内各空港を発着する路線の間には代替性があると考えられる。

4 小括

以上のことを踏まえ、本件では、日本と当事会社グループが就航する国を結ぶ路線のそれぞれで、「貨物全体市場」と「大型貨物等市場」の範囲で役務範囲を画定する。

第5 本件行為の企業結合類型

当事会社グループは、いずれも国際航空貨物運送事業を営んでおり、かつ、両者が共通して運航する路線もあることから、本件行為は水平型企业結合に該当す

¹⁸ 前記1(2)イのとおり、日本を発着する路線では第三国発貨物も輸送されている。一般的に第三国発貨物の需要者は日本に所在する事業者ではなく、日本の事業者への影響は少ないと考えられることから、本件では第三国発貨物の輸送に係る取引は審査対象としていない。

る。

当事会社グループの運航路線が共通する国及び地域は、米国、中国、台湾、タイ、シンガポール及び欧州¹⁹の6つがあるところ、アジアから北米へ向かう貨物需要が増加していることが、日本発着路線の需要動向に大きな影響を及ぼしており、日本発着貨物向けの貨物スペースの制約要因となっている。このような事情を背景として、需要者に対するアンケート等においては、当該ルート上の、日本発米国着及び中国発日本着の2路線、とりわけ日本発米国着路線における競争への影響を懸念する意見が出された。このため、以下では、当該2路線に係る競争に与える影響について検討する。

第6 日本発米国着路線についての検討

1 日本発米国着路線の特徴

前記第4の1(2)イのとおり、日本発の便には第三国発貨物も搭載されているが、日本発米国着路線は、他の路線に比べて第三国発貨物の比率が顕著に高い。

日本発米国着路線を運航する航空会社や需要者等によれば、日本発米国着路線に搭載されている第三国発貨物の発生地はアジア、とりわけ中国が中心である。アジア発貨物の流入を背景とする日本発米国着路線の需給がひっ迫した状態はコロナ禍以前から生じていたとのことであるが、更に近年では、オンラインショッピングで販売された商品（いわゆるEC貨物）に係る中国発貨物の輸送需要が急増している状況にある。アジア発貨物の旺盛な需要は、アジア発北米向けの航空運賃の上昇を招いており、これに連動する形で、日本発米国着の航空運賃も上昇している。

日本発の貨物は、メーカーによる製品製造に使用される原材料や部品、メーカーが製造した製品など、企業間物流に係る貨物が大部分を占めており、EC貨物はそれほど多くない。また、日本発米国着路線の中でも、ロサンゼルスやサンフランシスコなどの半導体メーカーが集積している西海岸にある空港着の路線では半導体製造装置が主力貨物になっている。

日本発貨物と第三国発貨物のそれぞれで、主力となっている貨物の違いは、荷主が求める納期の違い、ひいては、貨物の輸送に使用する路線（米国内の到着空港）の選択の違いにつながっている。

2 一定の取引分野（地理的範囲）の画定

日本発米国着路線に係る当事会社グループの就航状況（以下、米国内の空港を示す際には、該当する空港の都市コードにおける都市名を用いる。）は図表7のとおりであり、当事会社グループが共に就航している米国内の空港は、ロサンゼ

¹⁹ 欧州については、オランダやドイツなど欧州の中央部にある空港が、欧州域内の輸出入貨物のゲートウェイとして使用されている実態にある。欧州域内において当事会社グループが就航する空港は異なるものの、共に欧州中央部の空港に就航しており、欧州路線についても競合関係が認められる。

ルス、シカゴ及びニューヨーク²⁰の3空港（以下「競合3空港」という。）に限られる。日本発米国着路線の中でも、競合3空港に向かう路線とその他の空港に向かう路線とでは競争状況が異なり得るため、これらを包含した範囲で地理的範囲を画定した場合、当事会社グループの市場シェアが実態より過小に表れる懸念がある。

このため、地理的範囲の画定に際しては、競合3空港について、その他空港に向かう路線が代替的に利用され、当該路線に就航している航空会社が当事会社グループに対する牽制力となっている実態にあるかどうかを検討し、競合3空港以外の路線を包含した範囲で地理的範囲を画定することの適否を検討した。

【図表 7】 当事会社グループの運航状況（令和6年12月時点）

就航都市	ANAグループ		日本貨物航空 (※1)
	旅客機 (大型)	フレイター (大型)	フレイター (大型)
ロサンゼルス	週21便	週3便	週8便
シカゴ	週14便	週10便	週10便
ニューヨーク	週14便	-	週2便 (※2)
ダラス	-	-	週3便 (※3)
サンフランシスコ	週14便	-	-
シアトル	週7便	-	-
ヒューストン	週7便	-	-
ワシントンD.C.	週7便	-	-
ホノルル	週21便	-	-

(※1) いずれの便もアンカレッジ（アラスカ州）に寄港する。

(※2) シカゴに向かう10便のうち2便が、ニューヨークまで延伸している。

(※3) シカゴに向かう10便のうち2便が、途中、ダラスを経由する便となっている。

(1) 貨物全体市場に係る地理的範囲

当事会社グループで共通する就航先はロサンゼルス、シカゴ及びニューヨークの3空港に限られているため、競合3空港を起点に、米国側の空港間の代替性について検討する。

²⁰ ニューヨークについては、ジョン・F・ケネディ国際空港とニューアーク・リバティー国際空港の2つの空港に日本からの直行便が就航している。いずれもニューヨークの玄関口として利用されていることから、両空港を含めて取り扱っている。

ア 需要者が輸送ルートを選択する際に考慮する事情

(7) 物理的な輸送可能性

需要者が貨物輸送に利用する路線を選択する際には、荷送先の最寄りに所在する空港を到着地とする日本発の航空便（経由便を含む。）が選択肢となると考えられる。

他方、当事会社グループを含めた航空会社各社は、米国内でロードフィーダーサービスを整備しており、当該サービスの設定のある空港間に限られるが、これを利用して空港間で貨物を転送することにより、荷送先の最寄空港とは別の空港に向かう航空便を利用することが可能になる。また、フォワーダーが自ら整備しているトラック輸送網又は地場の陸運事業者を利用して米国内での輸送を補完することを前提に、荷送先の最寄空港とは別の空港に向かう航空便を利用することも可能である。

ただし、ロードフィーダーサービスは、あらかじめ決められた運航スケジュールで運航しているため（通常、方面ごとに1日1便）航空機とトラックとの接続が悪いと時間のロスが生じること、陸送には時間が掛かる等の事情があることから²¹、空港間の代替性を検討するに際しては、ロードフィーダーサービス等が提供されている事実のみならず、ロードフィーダーサービス等の利用状況にも留意する必要がある。

(イ) 貨物スペース供給量と価格（実務上の利用可能性）

輸送時間という点では、出発地と目的地を直接に結ぶ路線が最も優れている。このため、当該路線よりも輸送に要する時間が長くなる輸送ルートは、価格面のメリットがなければ、需要者がこれを選択する必要はない。

この点について、フォワーダーはアンケート等において以下のとおり回答しており、利用する路線の選択は需要者であるフォワーダーの配送体制や路線ごとの需給バランスなどにも影響される。

- ① 多数の荷主から運送委託を受けた小口貨物をまとめて大口貨物に仕立て、大口割引運賃で航空会社から供給を受けた貨物スペースを利用して輸送することにより生じる差益（混載差益）を得るのがフォワーダーのビジネスモデルである。フォワーダーは、荷主が求める納期の面から許容されるのであれば、個々の小口荷物を都度、荷送先の最寄りの空港に向かう便に搭載するのではなく、自社がメインの利用路線として、まとまった貨物スペースを調達している路線にできるだけ集約して運ぶことを優先する。
- ② 航空貨物運送においては、貨物の輸送需要の高い路線には輸送能力の

²¹ 例えば、共に成田空港を日本時間の17時に出発するANAグループのロサンゼルス路線を利用した場合とサンフランシスコ路線を利用した場合（サンフランシスコ空港からロサンゼルス空港に向かうロードフィーダーサービスを利用）で貨物のロサンゼルス到着時刻を比べると、直行便は現地時間で同日の11時、経由便は翌日の19時となる。

高いフレイターが投入されるため、貨物スペースが確保しやすく航空運賃も安い。他方、出発地及び目的地の最寄り空港であっても旅客便しか飛んでいない路線の場合、貨物スペースの供給量の少なさから需給がタイトで航空運賃が高いことはよくある。

イ ロサンゼルス路線に係る地理的範囲の検討

(7) ロードフィーダーサービスの利用状況

ANAグループにおいて、ロサンゼルス路線を利用して輸送された貨物の目的地空港（ロサンゼルス空港から他空港への貨物転送状況）と、ロサンゼルス空港に向かうロードフィーダーサービスの設定のある空港（シアトル、サンフランシスコ及びヒューストンの3空港）着の路線を利用して輸送された貨物の目的地空港（当該3空港からロサンゼルス空港への貨物転送状況）を確認したところ、以下の事実が確認された。

基本的には、航空機が到着した空港が航空貨物運送状²²上の目的地空港となっているが、サンフランシスコ路線及びシアトル路線を利用して輸送された貨物の一部は、ロサンゼルス空港に転送されている。他方、ヒューストン路線を利用して輸送された貨物が、ロードフィーダーサービスを利用してロサンゼルス空港に転送された実績は認められなかった。

また、ロサンゼルス路線を利用して輸送された貨物が、ロードフィーダーサービスを利用して、日本からの運航便があるシアトル、サンフランシスコ及びヒューストンの3空港に転送されている状況（当該3空港着の路線に代えてロサンゼルス路線が利用されていることをうかがわせる事情）も認められなかった。

(イ) フォワーダー手配のトラックによる輸送状況

航空機が到着した空港でフォワーダーに引き取られた貨物は、フォワーダーが手配したトラックで荷送先に輸送されているところ、当該空港から荷送先までの陸送距離によっては、他の空港が選択可能だった貨物も含まれている可能性がある。このため、ANAグループにおいて、州別に、当該州を目的地とする貨物の輸送におけるロサンゼルス路線（ANAグループが運航する便に限る。）の利用状況を確認したところ、以下の事実が確認された。

- ① おおむねロッキー山脈を挟んで西側の地域、すなわち、カリフォルニア州、ネバダ州、アリゾナ州などでは、過半の貨物がロサンゼルス路線を利用して輸送されている。
- ② シアトル空港に近いワシントン州やオレゴン州では、シアトル路線の

²² 航空貨物を運送する際に、荷送人と航空会社の間で締結される運送契約書をいう。

利用割合が高いが、ロサンゼルス路線やサンフランシスコ路線も相当程度利用されている。

なお、サンディエゴ路線については、ANAグループの運航便がないことから、ANAグループの輸送実績からはロサンゼルス路線との代替的な利用状況は明らかにはならないが、サンディエゴ空港はサンフランシスコ空港と同様にカルフォルニア州に所在する空港であることから、サンフランシスコ路線と扱いを異にする必要はないと考えられる。

(ウ) フォワーダーにおける米国向け輸出貨物の輸送実務

米国向け輸出貨物に係る到着空港の選択について、フォワーダーはアンケート等において以下の旨を回答していることから、前記(イ)の結果は、フォワーダーの実務とも整合的であると考えられる。

- ① 貨物スペース供給量が多いロサンゼルス空港やシカゴ空港を米国向け輸入貨物のゲートウェイに位置付け、米国内の各都市に、トラックを利用して輸送するのを基本の形とし、リードタイムや需給状況、輸送コストなどに応じて近隣空港を利用するかどうかを選択する。
- ② ロサンゼルスからシカゴへの転送のような長距離の輸送を行うケースはあまりない。

(エ) 小括

以上のことを踏まえ、日本からの米国各都市に就航している路線のうち、ロサンゼルス路線と、シアトル路線、サンフランシスコ路線及びサンディエゴ路線とは一定程度代替的に利用されていると認められることから、地理的範囲は、これら路線を包含した範囲（以下「日本発ロサンゼルス周辺空港着路線」という。）で画定する。

ウ シカゴ路線及びニューヨーク路線

(ア) ロードフィーダーサービスの利用状況

前記イ(ア)と同様に、ANAグループにおいて、シカゴ路線を利用して輸送された貨物の目的地空港（シカゴ空港から他空港への貨物転送状況）と、シカゴ空港に向かうロードフィーダーサービスの設定のある空港（ニューヨーク、ヒューストン及びワシントンD. C. の3空港）着の路線を利用して輸送された貨物の目的地空港（当該3空港からシカゴ空港への貨物転送状況）を確認したところ、以下の事実が確認された。

- ① いずれの空港についても、基本的には、航空機が到着した空港が航空貨物運送状上の目的地空港となっている。
- ② 当該3空港着の路線を利用して輸送された貨物が、ロードフィーダーサービスを利用してシカゴ空港に転送されている状況（シカゴ路線に代

えて他路線が利用された実績)も、シカゴ路線を利用して輸送された貨物が、ロードフィーダーサービスを利用して日本からの運航便があるニューヨーク、ヒューストン及びワシントンD. C. の3空港に転送されている状況(当該3空港着の路線に代えてシカゴ路線が利用されていることをうかがわせる事情)も認められない。

(イ) フォワーダー手配のトラックによる輸送状況

前記イ(イ)と同様に、州別に、当該州を目的地とする貨物の輸送におけるシカゴ路線(ANAグループが運航する便に限る。)の利用状況を確認したところ、おおむねロッキー山脈を挟んで東側では、東海岸地域やメキシコ湾に面した地域を除いて、過半の貨物がシカゴ路線を利用して輸送されていることが確認された。また、ニューヨーク空港やワシントンD. C. 空港を擁する東海岸地域は、最寄りであるこれら空港の利用割合が比較的高いが、シカゴ路線が一定程度利用されていることが確認された。したがって、シカゴ路線と、ニューヨーク路線及びワシントンD. C. 路線とは代替的に利用されていると認めることができる。

なお、ボストン路線については、ANAグループの運航便がないことから、ANAグループの輸送実績からはシカゴ路線との代替的な利用状況は明らかにはならないが、地理的に隣接するニューヨーク空港やワシントンD. C. 空港と扱いを異にする必要はないと考えられる。

一方、テキサス州やルイジアナ州といったメキシコ湾岸地域では、シカゴ路線の利用割合は低く、専ら、ダラス路線やヒューストン路線が利用されていることが確認された。また、少し内陸に入ったカンザス州やアーカンソー州では、専らシカゴ路線が利用されており、ダラス路線やヒューストン路線は利用されていない。このような状況からは、シカゴ路線と、ダラス路線及びヒューストン路線とが代替的に利用されているとまではいえないと考えられる。

(ウ) フォワーダーにおける米国向け輸出貨物の輸送実務

前記(イ)で示した、おおむねロッキー山脈を挟んで東側の地域ではシカゴ路線が利用されていることを示す利用状況の分析結果は、前記イ(ウ)に記載の、貨物スペース供給量の多いロサンゼルス空港やシカゴ空港を米国向け輸入貨物のゲートウェイとして、米国内の各都市にトラックを利用して輸送することを基本の形としているというフォワーダーに対するアンケート等の結果と整合的と考えられる。

なお、フォワーダーに対するアンケート等においては、シカゴ路線とニューヨーク路線との代替性について、ニューヨーク空港は旅客便の運航が多く、相当量の貨物スペースが供給されているので、ニューヨーク近郊

の貨物やボストン、ワシントンD.C. 周辺の貨物は基本的にニューヨークからトラック輸送で運ぶ形を取っている旨の説明もあった。他方、シカゴとニューヨークの中間にあるような都市向けの貨物については、シカゴ空港に貨物を集中させる観点から基本的にはシカゴ路線を使うが、需給状況などを踏まえ、シカゴ路線とニューヨーク路線を比較して利用路線を選択することもある旨の説明もあった。したがって、シカゴ路線とニューヨーク路線との間に代替性を認めることができると考えられる。

次に、ダラス空港やヒューストン空港の周辺地域向け貨物の路線選択については、フォワーダーに対するアンケート等において、シカゴから距離が遠いため、トラック輸送では輸送日数が長くなり輸送コストも高くなることから、ダラス空港やヒューストン空港への直行便での輸送が優先され、直行便の貨物スペースが確保できない場合には、トラックで陸送するよりも所要時間が短い第三国を経由地とした経由便が選択される旨の説明があった。このようなフォワーダーの説明は、シカゴ路線と、ダラス路線及びヒューストン路線との代替性が乏しいことを示す前記(イ)の記載(ダラス空港やヒューストン空港の利用実績)と整合的である。

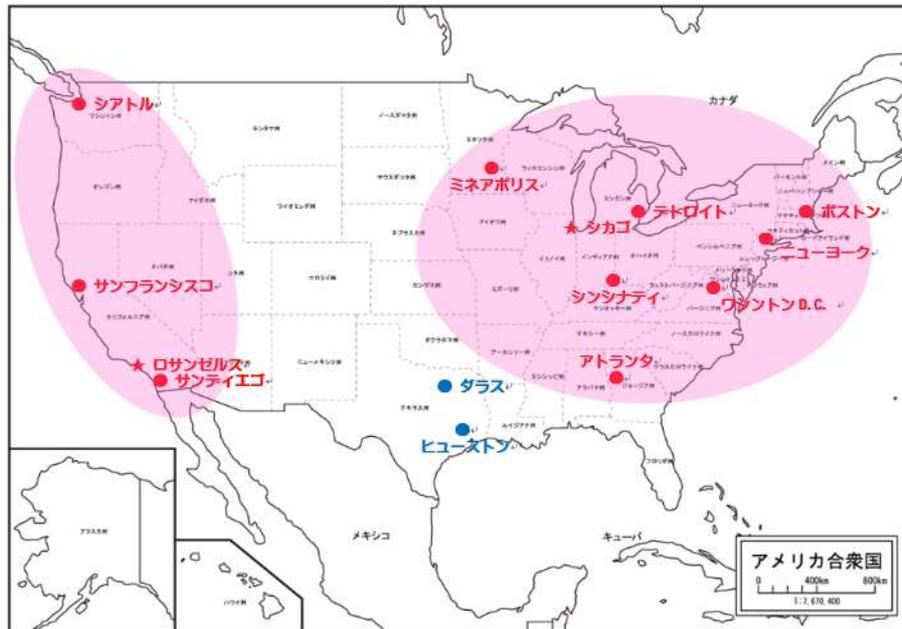
(イ) 小括

以上のことを踏まえ、日本から米国各都市に就航している路線のうち、シカゴ路線と、ボストン路線、ニューヨーク路線、ワシントンD.C. 路線、ミネアポリス路線、デトロイト路線、シンシナティ路線及びアトランタ路線とは、一定程度代替的に利用されていると認められることから、地理的範囲は、これら路線を包含した範囲(以下「日本発シカゴ周辺空港着路線」という。)で画定する。

エ 小括

前記イ及びウを踏まえ、貨物全体市場における地理的範囲は、「日本発ロサンゼルス周辺空港着路線」及び「日本発シカゴ周辺空港着路線」の範囲(図表8参照)で画定する。

【図表8】 貨物全体市場に係る地理的範囲の概念図



(2) 大型貨物等市場に係る地理的範囲

大型貨物等の輸送において需要者が選択可能な路線は、フレイターが運航されている路線に限られる。日本発の貨物便でフレイターが運航されている路線は、前記(1)エで画定した地理的範囲に含まれる路線の場合、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線についてはロサンゼルス路線のみ、日本発シカゴ周辺空港着路線については、シカゴ、シンシナティ及びニューヨークの3路線となる。

日本発米国着路線における主要な大型貨物である半導体製造装置の場合、半導体産業の集積地に近い米国西海岸方面の便が主に利用されているところ、アンケート等における半導体製造装置メーカーの説明によると、精密機械である半導体製造装置の輸送では、振動を回避するため、シカゴ等から西海岸にトラック輸送が行われることはまずないとのことである。

また、シカゴ路線が利用されている地域について、シカゴ路線を中心に必要に応じて周辺の空港に到着する路線が利用されている状況は前記(1)ウの貨物全体市場と同様である。

以上のことを踏まえ、大型貨物等の輸送市場に係る地理的範囲についても、「日本発ロサンゼルス周辺空港着路線」と「日本発シカゴ周辺空港着路線」で画定する。

(3) 小括

前記(1)及び(2)を踏まえ、貨物全体市場及び大型貨物等市場における地理的範囲は、「日本発ロサンゼルス周辺空港着路線」及び「日本発シカゴ周辺空港着路線」の範囲で画定する。

3 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

(1) 日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場

日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場における市場シェアは図表9のとおりであり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【図表9】日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場の市場シェア
(令和5年)

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約20% ²³
2	日本貨物航空	約15%
3	ANAグループ	約15%
4	B社	約15%
5	C社	約10%
6	D社	約5%
7	E社	0～5%
8	F社	0～5%
9	G社	0～5%
10	H社	0～5%
—	その他	0～5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約30%・第1位		
本件行為後のHHI：約1,700		
HHIの増分：約400		

(2) 日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等市場

日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等市場における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検討する。

(3) 日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場

日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場における市場シェアは図表10のとおりであり、水平型企业結合のセーフハーバー基準に該当しない。

²³ 記載の市場シェアは、実際の市場シェアを概数で示したものであり、記載の数値を中央値として5%の範囲にあることを示す。例えば、「約20%」は、17.5%以上22.5%未満の範囲内の数値を指す。

【図表10】日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場の市場シェア（令和5年）

順位	会社名	市場シェア
1	ANAグループ	約20%
2	日本貨物航空	約15%
3	I社	約15%
4	J社	約10%
5	K社	約10%
6	L社	約10%
7	M社	約5%
8	N社	0～5%
9	O社	0～5%
10	P社	0～5%
—	その他	0～5%
合計		100%
合算市場シェア・順位：約35%・第1位		
本件行為後のHHI：約1,800		
HHIの増分：約600		

(4) 日本発シカゴ周辺空港着路線の大型貨物等市場

日本発シカゴ周辺空港着路線の大型貨物等市場における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検討する。

4 水平型企业結合①（日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来競争の状況

日本発ロサンゼルス等周辺空港着路線の貨物全体市場に係る令和5年の市場シェアは図表9のとおりであり、当事会社グループの市場シェアは約30%で1位となる。

ANAグループは多数運航している旅客便に加えてフレイターを運航している事業者、日本貨物航空はフレイターを多数運航している事業者であり、それぞれその高い輸送能力を背景に、相当程度に高い市場シェアを有している。多くのフォワーダーが、国際航空貨物運送の委託先とする航空会社として両社を挙げているとともに、米国向け貨物の取扱量の多いフォワーダーからは、アンケート等において、フレイターを保有する両社が供給する貨物スペースは、大型貨物等を含めた多様な製品への対応能力が高いため5%ないし10%程度の値上げであれば使い続けたい旨の意見が出された。当該意見は、フォ

ワーカーにおいて、当事会社グループが提供する、旅客ベリーでも搭載可能な貨物と大型貨物等の両方に対応できるフレイターの貨物スペースの使い勝手の良さを評価するものであり、競争者よりも需要者に選好されていることを示すものといえる。

以上の状況から、当事会社グループは密接に競争していると認められる。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

図表 9 のとおり、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線には、10%を超える市場シェアを有している当事会社グループの競争者が複数存在している。

しかし、以下の理由から、競争者の牽制力は限定的である。

(7) 競争者に供給余力がないこと

競争者やウェットリース事業者へのアンケート等の結果等も踏まえた以下の事情を勘案すると、競争者に供給余力はないと認められる。

- ・ いずれの事業者も、アジア発貨物の旺盛な需要を背景として、搭載率は非常に高い水準で推移していること。
- ・ アジア発貨物の旺盛な需要を背景に、アジア発米国向けの航空運賃が上昇していることから、競争者が、アジア発貨物向けに割り当てられている貨物スペースを日本発貨物向けに置き換え、日本発貨物向けの貨物スペース供給量を増加させることは見込まれないこと。
- ・ 日本発ロサンゼルス周辺空港着路線を含む日本発米国着路線に就航する旅客便で使用される大型の航空機は余剰機体がなく、また、日本発米国着路線は旅客便の増便を必要とするほどの旅客需要がないため、旅客便の増便による供給能力の増強が見込まれている状況にないこと。
- ・ 旅客機を使用して国際航空貨物運送事業を営む競争者の中には、ウェットリースの利用を含むフレイターによる供給能力の増強は行わない方針を採用している者があること。
- ・ 大型フレイターを中心にフレイターのウェットリースの需給がひっ迫しており、フレイターを利用して国際航空貨物運送事業を営む競争者であっても、ウェットリースの利用により供給能力を容易に拡張できる状況にないこと。
- ・ コロナ禍で減便された中国発米国着路線の復便が進んだ場合には、アジア発貨物向けの輸送手段としての日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物スペースの需要は減少するが、復便の実現がいつになるか明らかではないこと。

供給余力の評価に関し、当事会社は、一般に、貨物の中には時間的な余裕のあるものも含まれており、そのような貨物の航空機への搭載を後ろ倒しにすることにより、供給余力を生み出すことは可能であると主張した。

しかし、前記第4の1(5)ウのとおり、航空会社の中には、予約時点で搭載便を確保することを基本としているため、当事会社の主張した対応を取ることができないものも存在している。また、当該主張は、一部の貨物の輸送を後ろ倒しにするものであって、予約を取り消したことで生じる余力で新たな予約を受け付けることができるとしても、後ろ倒しにされた貨物を搭載する貨物スペースを後日の出発便の中で確保する必要がある。特定の便が満載で、他の便の搭載率に余裕がある状況下においては、受託量の総量を増加させるのに有効な手法であるとしても、航空会社が供給する貨物スペースの総量自体に変化はない以上、搭載率が非常に高い状況において、当該手法により供給余力が生み出されるとは認められない。

このため、当事会社の主張によっても、競争者に供給余力が存在するとは認められない。

(イ) 当事会社グループと競争者とは一定程度差別化されていること

競争者の中には、日本発ロサンゼルス周辺空港発路線における国際航空貨物運送事業を営むに当たり、旅客ベリーしか使用していない者も存在しているところ、当該事業者からの牽制力が働く範囲は大型貨物等以外の貨物の輸送に限られる。

また、前記第4の1(5)エ(7)のとおり、定期契約で貨物スペースを調達する場合には、旅客ベリーでも搭載可能な貨物と大型貨物等の両方に対応できるフレイターの貨物スペースを確保することを重視するフォワードもおり、いずれもフレイターを運航している当事会社グループは、実際に大型貨物等を輸送する場面に限らず、競争者よりも需要者に選好されるものとなっている。

このように、各航空会社が供給する貨物スペースは需要者にとって必ずしも同質ではなく、一定程度差別化されていると認められる。

(ウ) 当事会社グループと提携深化協定を締結している事業者もいること

当事会社グループと同等程度の市場シェアを有する競争者のうちの1社は、ANAグループと提携深化協定を締結している事業者であり、当事会社グループに対する牽制力として機能することが期待できない。

(エ) その他、当事会社グループに対する牽制力を有する競争者は認められないこと

市場シェアの算出に用いられたデータには一部の航空会社のデータが含まれていないが、当該航空会社には中国の航空会社が複数含まれている。

日本発米国向けの貨物を中国経由で輸送することは選択肢としてあり得るが、需要者に対するアンケート等では、アジア発貨物の輸送需要が旺

盛であるため、中国の航空会社が日本発米国着貨物向けに中国発米国着路線を積極的に販売している状況はないという回答があり、また、中国の航空会社の貨物スペースを相当規模利用している者は確認できなかった。

このため、図表9に挙げられた航空会社を含め、当事会社グループに対する牽制力を有する競争者が存在するとは認められない。

ウ 参入

日本発米国着路線のうち直行便への参入可能性が高いのは、日本又は米国に拠点空港を置く航空会社、すなわち、日本か米国の航空会社となる。太平洋を横断する長距離路線に適する大型の旅客機を運航している航空会社は日本発米国着路線に参入済みであり、新規参入が生じることは想定しにくい。したがって、参入圧力は認められない。

エ 需要者からの競争圧力

競争者の供給余力が乏しい状況では、需要者であるフォワーダーが当事会社グループに対し貨物スペース調達先を当事会社グループからその競争者に切り替えることを示すなど、十分な価格交渉力を獲得することができない。

また、大型貨物等の輸送については、搭載可能な機体を保有する航空会社が、図表9に記載の事業者のうち、当事会社グループ、C社、E社、F社及びG社に限られており、需要者が常に幅広い選択肢を交渉材料として示して価格交渉ができる状況にあるとは認められない。

その他、需要者が当事会社グループの価格引上げを牽制する可能性があるとは認めず、需要者からの競争圧力は限定的である。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に大きな影響を及ぼすことになると考えられる。また、一定の市場シェアを有する当事会社グループの競争者は複数存在するが、いずれも供給余力に乏しく、当事会社グループに対する牽制力になるとは認められない。さらに、参入圧力が認められず、需要者からの競争圧力が限定的である。

したがって、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場においては、本件行為により、当事会社グループが単独で、ある程度自由に価格等を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられ、競争を実質的に制限することとなると考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

航空業界には、マーケット価格の指標として参考となるデータが提供され

ており、そのデータに基づき、航空会社が市場の価格動向を把握することは可能である。しかし、個々の取引において航空会社が提示する価格は、貨物の搭載予約のタイミング、予約時点における対象便の貨物スペースの埋まり具合、貨物の量及び種類等により様々であるため、価格の透明性が高いわけではない。また、航空会社がフレイターを運航する場合には、貨物事業の収入だけで運航コストを回収して事業採算を確保する必要があるのに対し、旅客ベリーで貨物事業を営む場合には、運航コストは旅客収入で回収するのが基本とされ貨物事業に固有のコストは著しく小さい。そのため、受託量を絞っても価格を上げる（下げない）ことに重きを置くか、価格が上がらなくても（下がっても）貨物スペースを埋めることに重きを置くかという価格戦略は、航空会社によって異なり得ることから、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

次に、大型貨物等の輸送については、受託できる者がフレイターを運航する航空会社に限られるため、旅客ベリーを利用して航空事業を営む事業者との直接の競合関係はないが、フレイターには一般貨物も搭載されるため、大型貨物等の価格（航空運賃）には、一般貨物を含む貨物全体の需給状況の影響が及ぶ。また、大型貨物等に限定した形でのマーケット価格の指標として参考となるデータは提供されていないことから、大型貨物等に限定したとしても、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動により、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとなる。

5 水平型企业結合②（日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループの従前の競争の状況

日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等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。

しかし、前記4(1)アを踏まえると、大型貨物等を輸送できるフレイターを運航する当事会社グループは、密接な競争関係にあるといえる。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

当事会社グループの競争者は、図表 9 記載の事業者のうち、C社、E社、F社及びG社に限られる。

前記 4 (1) イ (7) のとおり各社には供給余力がない中では、大型貨物等について、競争者が当事会社グループに対抗し得る競争的な提案を行うことは困難と考えられる。競争者に対するアンケート等では、主要品目である半導体製造装置は積極的に受注したい旨の説明もあったが、半導体製造装置の搭載予約は、搭載日の 2 週間程度前の比較的早い段階で行われることが多いとしても、その搭載には非常に大きな貨物スペースを必要とし、定期契約が行われている貨物スペースもある中で、その受注に必要な貨物スペースが確保できるかは明らかではない。また、競争者の中には、経便の運航者であるが、日本から拠点空港に向かう路線での大型フレイターの運航便数が限られているため、大型貨物等の輸送市場における事業能力が限定的な者も存在する。したがって、競争者の牽制力は限定的である。

なお、供給余力に関し、当事会社は、フレイターを運航する競争者が、一般貨物に割り当てていた貨物スペースを大型貨物等に振り向けることにより、大型貨物等に係る供給余力を生み出すことは可能である旨を主張した。しかし、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線全体として供給余力が乏しい状況に照らすと、競争者が一般貨物に割り当てていた貨物スペースを大型貨物等に振り向けることは容易ではなく、需要者が取引先を切り替えようとした場合に、それに応える供給能力が競争者に十分あるとはいえず、当該主張は上記認定を左右するものではない。

ウ 参入

前記 4 (1) ウ のとおり、参入圧力は認められない。

エ 需要者からの競争圧力

前記 4 (1) エ のとおり、需要者からの競争圧力は限定的である。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に大きな影響を及ぼすことになると考えられる。また、当事会社グループの競争者は複数存在するが、いずれも供給余力に乏しく、当事会社グループに対する牽制力になるとは認められない。さらに、参入圧力が認められず、需要者からの競争圧力が限定的である。

したがって、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等市場においては、本件行為により、当事会社グループが単独で、ある程度自由に価格等

を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられ、競争を実質的に制限することとなると考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

大型貨物等に係る競争者はフレイターを運航する航空会社に限られるとしても、前記4(2)イのとおり、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動により、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとなる。

6 水平型企業結合③（日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来競争の状況

日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場における令和5年の市場シェアは図表10のとおりであり、当事会社グループの市場シェアは約35%で第1位となる。

フォワーダーが当事会社グループの輸送能力の高さを評価していることは、前記4(1)ア（日本発ロサンゼルス周辺空港着路線）と同様である。また、シカゴ路線については、フォワーダーから、共にフレイターを運航する当事会社グループの価格を比較して安値の方を利用しており、本件行為により、当該競争が失われることを懸念する意見も出された。

以上の状況から、当事会社グループは密接に競争していると認められる。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

図表10のとおり、日本発シカゴ周辺空港着路線には、10%を超える市場シェアを有している当事会社グループの競争者が複数存在する。しかし、日本発シカゴ周辺空港着路線においても、例えば、各社には供給余力がないなど、前記4(1)イ記載の事情と同様の事情が認められるため、競争者の牽制力は限定的である。

ウ 参入

前記4(1)ウと同様の事情により、参入圧力は認められない。

エ 需要者からの競争圧力

競争者の供給余力が乏しい状況では、需要者であるフォワーダーが当事会社グループに対し貨物スペース調達先を当事会社グループからその競争者に切り替えることを示すなど、十分な価格交渉力を獲得することができない。

また、大型貨物等の輸送については、搭載可能な機体を保有する航空会社が、図表10に記載の事業者のうち、当事会社グループ、I社、M社、O社及びP社に限られており、需要者が常に幅広い選択肢を交渉材料として示して価格交渉ができる状況にあるとは認められない。

その他、需要者が当事会社グループの価格引上げを牽制する可能性があるとは認めない。また、需要者からの競争圧力は限定的である。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に大きな影響を及ぼすことになると考えられる。また、一定の市場シェアを有する当事会社グループの競争者は複数存在するが、いずれも供給余力に乏しく、当事会社グループに対する牽制力になるとは認められない。さらに、参入圧力が認められず、需要者からの競争圧力が限定的である。

したがって、日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場においては、本件行為により、当事会社グループが単独で、ある程度自由に価格等を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられ、競争を実質的に制限することとなると考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

日本発ロサンゼルス周辺空港着路線において認められた事情（前記4(2)イ参照）は、日本発シカゴ周辺空港着路線においても同様に認められ、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動により、日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとなる。

7 水平型企業結合④（日本発シカゴ周辺着路線の大型貨物等市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来の競争の状況

日本発シカゴ周辺空港着路線の大型貨物等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。

しかし、前記6(1)アを踏まえると、大型貨物等を輸送できるフレイターを運航する当事会社グループは、密接な競争関係にあるといえる。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

日本発シカゴ周辺空港着路線は、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線と異なり、半導体製造装置の輸送需要が少ないため、大型貨物等の輸送需要は少ないといえる。ただし、当事会社グループの競争者は、図表10記載の事業者のうち、I社、M社、O社及びP社に限られるところ、前記6(1)イのとおり各社には供給余力がない。

したがって、競争者の牽制力は限定的である。

なお、供給余力に関し、当事会社は、前記5(1)イと同様に、フレイターを運航する競争者が、一般貨物に割り当てていた貨物スペースを大型貨物等に振り向けることにより、大型貨物等に係る供給余力を生み出すことは可能である旨の主張をするが、日本発シカゴ周辺空港着路線全体として供給余力が乏しい状況に照らすと、需要者が取引先を切り替えようとした場合に、それに応える供給能力が競争者に十分あるとはいえず、上記認定は左右されない。

ウ 参入

前記4(1)ウと同様の事情により、参入圧力は認められない。

エ 需要者からの競争圧力

前記6(1)エと同様の事情により、需要者からの競争圧力は限定的である。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に大きな影響を及ぼすことになると考えられる。また、当事会社グループの競争者は複数存在するが、いずれも供給余力に乏しく、当事会社グループに対する牽制力になるとは認められない。さらに、参入圧力が認められず、需要者からの競争圧力が限定的である。

したがって、日本発シカゴ周辺空港着路線の大型貨物等市場においては、本件行為により、当事会社グループが単独で、ある程度自由に価格等を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられ、競争を実質的に制限す

ることとなると考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

大型貨物等に係る競争者はフレイターを運航する航空会社に限られるとしても、前記4(2)イのとおり、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、日本発シカゴ周辺空港着路線の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとなるとはいえないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動により、日本発シカゴ周辺空港着路線の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとなる。

第7 中国発日本着路線についての検討

1 中国発日本着路線の特徴

中国発日本着路線に搭載される貨物のうち、日本着の貨物については、自動車部品や電子部品など企業間物流に係る貨物が主要貨物となっている。当事会社によれば、中国発日本着路線では大型貨物等の輸送需要は小さく、当事会社グループにおける輸送実績上も、大型貨物等の比率は僅少となっている。

また、近年における中国発米国向けのEC貨物の急増を背景に、中国発日本着の便にも多くのEC貨物が搭載されているが、中国発日本着路線の日本着貨物の航空運賃に大きな影響が及んでいる状況にはない。

2 一定の取引分野（地理的範囲）の画定

中国発日本着路線における当事会社グループの就航状況（以下、中国内の空港を示す際には、該当する空港の都市コードにおける都市名を用いる。）は図表11のとおりであり、当事会社グループが共に就航している中国内の空港は、上海及び香港の2空港に限られる。

【図表11】 当事会社グループの運航状況（令和6年12月時点）

就航都市	ANAグループ				日本貨物航空
	旅客機		フレイター		フレイター
	大型	中型	大型	中型	大型
上海（浦東 ^(※1) ）	週14便	週15便 ^(※3)	週4便	週10便	週13便
上海（虹橋 ^(※2) ）	週7便	-	-	-	-
大連	週7便	-	-	週5便	-
北京	週7便	週10便 ^(※3)	-	週4便	-
青島	週7便	-	-	週7便	-
杭州	週3便	-	-	-	-
廈門	-	-	-	週7便	-
広州	週7便	-	-	週7便	-
深圳	週7便	-	-	-	-
香港	週11便	-	週2便	週5便	週10便

(※1) 上海浦東国際空港のこと。

(※2) 上海虹橋国際空港のこと。

(※3) 上海（浦東）の8往復、北京の3往復は小型の航空機による運航。

フォワーダーや荷主に対するアンケート等の結果によれば、比較的距離が近い中国と日本との間の貨物輸送に航空機を利用するのは、2ないし3日以内に輸送する必要がある場合に限られるとのことであり、代替的に利用可能な空港は、空港間転送にかかる時間も含め、上記日数内で貨物の出発地から日本へ輸送可能な空港に限られる。フォワーダーが実際に出発空港として選択している空港をみると、中国に所在する多くの空港が代替的に利用されている状況になく、日本に向かう便が就航している中国国内の空港を出発する路線全てを包含した範囲で競争状況を検討すべき事情は確認されていない。

また、当事会社グループが共に就航している上海発日本着路線と香港発日本着路線については、上海とその周辺空港、香港とその周辺空港との間で需要の代替性が存在し、より広範な範囲で地理的範囲を画定し得たとしても、需要の代替性が認められるのがどの範囲であるかを明らかにするのに必要な情報は得られなかった。

以上のことを踏まえ、当事会社グループが共に就航しており、本件行為により当事会社グループ間の競争が失われる影響が最も強く表われる上海発日本着路線と香港発日本着路線の2路線について検討を行った。上海については、メインゲートである上海浦東国際空港と上海市内に近い上海虹橋国際空港があるところ、両空港は直線距離で60km程度しか離れておらず、上海周辺で発生した貨物を日本に運ぶ際の出発空港として代替的に利用可能と考えられることから、上海発

日本着路線の検討に際しては出発空港として両空港を含めて取り扱った。

3 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

前記2の地理的範囲に従って画定された一定の取引分野である「上海発日本着路線の貨物全体市場」、「上海発日本着路線の大型貨物等市場」、「香港発日本着路線の貨物全体市場」及び「香港発日本着路線の大型貨物等市場」のいずれにおいても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検討する。

4 水平型企业結合⑤（上海発日本着路線の貨物全体市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来競争の状況

上海発日本着路線の貨物全体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。そのため、上海発日本着路線で直行便を運航する航空会社の令和5年度における貨物スペース供給量を基に、当事会社グループの供給量シェアを算定すると約45%となり、当事会社グループの供給能力は高いといえる。また、ANAグループと日本貨物航空の搭載率は低い水準ではないものの、一定程度の余裕がある。

フォワーダーに対するアンケート等では、日本の航空貨物の集積地である成田空港を中心に多量の貨物スペースを供給する当事会社グループを評価する意見が出されるとともに、当事会社グループの一方又は双方に貨物スペース調達の多くを依存している事業者が確認された。

以上の状況から、当事会社グループは密接に競争していると認められる。

【図表12】上海発日本着路線を運航する航空会社^(※)の貨物スペース供給量シェア(令和5年度)

順位	会社名	供給量シェア
1	日本貨物航空	約25%
2	Q社	約25%
3	ANAグループ	約20%
4	R社	約10%
5	S社	約5%
6	T社	約5%
7	U社	0～5%
8	V社	0～5%
9	W社	0～5%
10	X社	0～5%
—	その他	0～5%
合計		100%

(※) 経由便を運航する航空会社は含まない。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

上海発日本着路線には多数の当事会社グループの競争者が存在し、その中には、大型フレイターを運航し当事会社グループと同程度又は一定程度の供給能力を有する者として、中国の航空会社が複数含まれる。

中国の航空会社は、大型フレイターを運航する者もあるが、多くは日本から米国や欧州向けの輸送能力が乏しいため、中国発米国向け貨物の輸送に日本を経由するルートを活用しにくい。よって、中国の航空会社が運航する上海発日本着路線の便に搭載される貨物は、基本的に日本着の貨物となると考えられる。北米に向かうアジア発貨物を取り込むことができない中国の航空会社については、当該貨物の輸送需要の増加が貨物スペース供給量のひっ迫を招く要因になりにくいため一定程度の余力があると推定されることから²⁴、日本着貨物を取り込んで搭載率を向上させるために、日本着貨物について競争を行うインセンティブが働くものと考えられる。

また、フォワーダーからは、アンケート等において、当事会社グループが本件行為を契機に値上げを行った場合には、貨物スペースの調達方針の見直しも考え得る旨の回答があった。さらに、所要時間が短い中国発日本着路線では荷主から直行便を利用するのが当然視されており、経由便の利用は基本的にはないとのことであるが、今後、航空運賃の上昇が生じた場合には、経由便の利用を荷主に提案していくことも検討する旨の回答があった。

²⁴ 前記アで検討したとおり、当事会社グループにも一定程度の供給余力がある。

この点に関しては、経由便を運航する航空会社によれば、中国から拠点空港を経由して日本に向かう便には貨物スペース供給量の余力があるとのことであり、フォワーダーが経由便の利用を検討するようになれば、経由便を運航する航空会社が、当事会社グループの競争者となり牽制力を有するようになる可能性が考えられる。

したがって、競争者の牽制力が認められる。

ウ 参入

一般に、国際航空貨物運送事業や国際航空旅客運送事業への参入には、機材、人員、整備体制等多大な費用が必要となることから、参入障壁は高いが、国際線の中では近距離路線に位置付けられる上海発日本着路線は、旅客便は小型機で運航可能であり、飛行時間が短いために新規就航や増便に伴う機材繰りも比較的容易と考えられる。日本への観光需要の高まりなども背景に、既存の航空会社などが上海発日本着路線に新規就航することも想定し得る。

他方、当該航空会社が当事会社グループに対する牽制力として評価されるためには、大型フレイターを導入するなど、当事会社グループに対抗できるだけの輸送能力を有する必要がある。しかしながら、上海発日本着路線の旅客便では中型や小型の機体を使用されることが多く、大きな輸送能力を有する事業者の参入が期待できる状況にはない。

また、当事会社グループの競争者の中には、上海発日本着路線で、従前から運航していた旅客便の旅客ベリーを利用した貨物輸送に加えて、中型フレイターの運航を開始した者も存在する。しかし、旅客収入が基本である旅客ベリーを利用した貨物事業と、貨物収入から運航コストを捻出しなければならないフレイターを利用した貨物事業とではビジネスモデルは大きく異なるため、いずれの航空会社であってもフレイターを導入できるわけではなく、当該中型フレイターの運航を開始した航空会社は過去にフレイターを運航していた実績があること等に照らせば、他の航空会社もフレイターを導入するようになるとまでは認められない。

したがって、参入圧力は限定的と認められる。

エ 需要者からの競争圧力

前記イのとおり、上海発日本着路線では、供給余力のある競争者が存在しており、需要者であるフォワーダーが当事会社グループに対し貨物スペース調達先を当事会社グループからその競争者に切り替えることにより、価格交渉力を発揮することが可能な状況にある。また、前記イのとおり、フォワーダーは、当事会社グループが値上げ行動を採った場合、調達先の切替えを検討するとしている。

したがって、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に一定程度の影響を及ぼすことになると考えられる。

しかし、一方当事会社グループと同等又は一定程度の供給能力を有する当事会社グループの競争者が複数存在し、当該競争者は一定程度の供給余力を有しているとみられることから、当事会社グループの競争者の牽制力が認められる。また、前記(1)エのとおり、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

したがって、当事会社グループの単独行動により、上海発日本着の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

前記第6の4(2)イで認められた事情は、上海発日本着路線においても同様に認められることに加え、当事会社グループに対する牽制力を有する競争者が複数存在することなどからすれば、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、上海発日本着の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループとその競争者の協調的行動により、上海発日本着路線の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとならない。

5 水平型企业結合⑥（上海発日本着路線の大型貨物等市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来競争の状況

上海発日本着路線の大型貨物等市場においても、当事会社グループの市場シェアは不明である。そのため、上海発日本着路線で直行便を運航する航空会社の令和5年度におけるフレイターによる貨物スペース供給量を基に、当事会社グループの供給量シェアを算定すると約60%となる。

ただし、上海発日本着路線を含め、中国発日本着路線における大型貨物等の輸送需要は小さいため、フレイターの貨物スペース供給量シェアが小さい

事業者であっても当事会社グループに対する牽制力を有すると考えられることから、当事会社グループの間の競争が失われることの影響が大きいとは必ずしもいえない。

【図表13】上海発日本着路線のフレイターによる貨物スペース供給量シェア^(※)
(令和5年度)

順位	会社名	供給量シェア
1	日本貨物航空	約35%
2	ANAグループ	約20%
3	Y社	約15%
4	Z社	約15%
5	A A社	約5%
6	A B社	0～5%
7	A C社	0～5%
8	A D社	0～5%
合 計		100%

(※) 経由便を運航する航空会社は含まない。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

当事会社グループの競争者となる、フレイターを運航して大型貨物等の輸送を行う事業者が多数存在する。また、当該競争者には、前記4(1)イのとおり、一定程度の供給余力があると推定される中国の航空会社も含まれている。

中国の航空会社に日本着貨物について競争を行うインセンティブが働いていると考えられることは前記4(1)イのとおりである。また、ハンドリングに際して特別な扱いを必要とする大型貨物等の航空運賃は、一般貨物に比べて高額に設定されているのが通常であり、中国の航空会社であるか否かを問わず、輸送の受託のために競争を行うインセンティブが働くものと考えられる。

したがって、競争者の牽制力が認められる。

ウ 参入

前記4(1)ウと同様の事情により、参入圧力は限定的である。

エ 需要者からの競争圧力

前記4(1)エと同様の事情により、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に一定程度の影響を及ぼすことになると考えられる。

しかし、一方当事会社グループと同等又は一定程度の供給能力を有する当事会社グループの競争者が複数存在し、当該競争者は一定程度の供給余力を有しているとみられること、大型貨物等の輸送需要は小さいためフレイターの貨物スペース供給量シェアが小さい事業者であっても当事会社グループに対する牽制力を有すると考えられることから、当事会社グループの競争者の牽制力が認められる。また、前記(1)エのとおり、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

したがって、当事会社グループの単独行動により、上海発日本着の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

前記第6の4(2)イで認められた事情は、上海発日本着路線についても同様に認められることに加え、当事会社グループに対する牽制力を有する競争者が複数存在することなどからすれば、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、上海発日本着の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループとその競争者の協調的行動により、上海発日本着路線の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとならない。

6 水平型企业結合⑦(香港発日本着路線の貨物全体市場)

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来競争の状況

香港発日本着路線の貨物全体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。そのため、香港発日本着路線で直行便を運航する航空会社の令和5年度第4四半期における貨物スペース供給量を基に、当事会社グループの供給量シェアを算定すると約25%となる。当事会社グループは、共にフレイターを運航しているが、ANAグループは中型フレイターの運航便数

が多いため、日本貨物航空と比してやや供給能力には劣る。

フォワーダーに対するアンケート等では、当事会社グループの双方から貨物スペースを調達している例が見受けられたことから、当事会社グループは密接に競争していると認められる。

【図表14】香港発日本着路線を運航する航空会社^(※)の貨物スペース供給量シェア（令和5年第4四半期）

順位	会社名	供給量シェア
1	A E 社	約50%
2	日本貨物航空	約20%
3	ANAグループ	約10%
4	A F 社	約10%
5	A G 社	約5%
6	A H 社	0～5%
7	A I 社	0～5%
8	A J 社	0～5%
—	その他	0～5%
合 計		100%

(※) 経由便を運航する航空会社は含まない。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

当事会社グループの競争者の中には、当事会社グループを上回る供給能力を有している者が存在するほか、当事会社グループと同程度の供給能力を有する者も存在する。

当該競争者のうち、A E 社は、一定程度の供給余力を有している。また、A F 社は、日本から北米や欧州に向かう便を運航しておらず、北米に向かうアジア発貨物の輸送需要に起因した貨物スペース供給量のひっ迫が起こりにくい状況にあることからすれば、一定程度の余力があるものと推定される。さらに、前記4(1)イで述べた日本着貨物について競争を行うインセンティブについての事情は、上記2社にも該当する。

したがって、競争者の牽制力が認められる。

ウ 参入

香港発日本着路線も国際線の中では近距離路線に位置付けられる路線であり、前記4(1)ウで述べた小型の機材で旅客便の運航が可能であることや、大きな輸送能力を有する事業者の参入が期待できる状況にはないといった事情は、香港発日本着路線についても認められる。

また、当事会社グループの競争者の中には、香港発日本着路線で、従前か

ら運航していた旅客便の旅客ベリヤを利用した貨物輸送に加えて、中型フレイターの運航を開始した者も存在する。しかし、いずれの航空会社であってもフレイターを導入できるわけではなく、他の航空会社もフレイターを導入するようになるとまでは認められないといった事情も前記4(1)ウと同様であり、参入圧力は限定的である。

エ 需要者からの競争圧力

前記イのとおり、香港発日本着路線では、供給余力のある競争者が存在しており、需要者であるフォワーダーが当事会社グループに対し貨物スペース調達先を当事会社グループからその競争者に切り替えることにより、価格交渉力を発揮することが可能な状況にある。

したがって、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に一定程度の影響を及ぼすことになると考えられる。しかし、一方当事会社グループと同等又は一定程度の供給能力を有する当事会社グループの競争者が複数存在し、当該競争者は一定程度の供給余力を有しているとみられることから、当事会社グループの競争者の牽制力が認められる。また、前記(1)エのとおり、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

したがって、当事会社グループの単独行動により、香港発日本着の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

前記第6の4(2)イで認められた事情は、香港発日本着路線についても同様に認められることに加え、当事会社グループに対する牽制力を有する競争者が複数存在することなどからすれば、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、香港発日本着の貨物全体市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループとその競争者の協調的行動により、香港発日本着路線の貨物全体市場における競争を実質

的に制限することとなるとはいえない。

7 水平型企業結合⑧（香港発日本着路線の大型貨物等市場）

(1) 競争に与える影響の判断要素となる事情

ア 当事会社グループの地位及び当事会社グループ間の従来競争の状況

香港発日本着路線の大型貨物等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。そのため、香港発日本着路線で直行便を運航する航空会社の令和5年度におけるフレイターによる貨物スペース供給量を基に、当事会社グループの供給量シェアを算定すると約35%になる。

ただし、香港発日本着路線を含め、中国発日本着路線における大型貨物等の輸送需要は小さいため、フレイターの貨物スペース供給量シェアが小さい事業者であっても当事会社グループに対する牽制力を有すると考えられることから、当事会社グループの間の競争が失われることの影響が大きいとは必ずしもいえない。

【図表15】 香港発日本着路線のフレイターによる貨物スペース供給量シェア^(※)
(令和5年度)

順位	会社名	供給量シェア
1	A K社	約40%
2	日本貨物航空	約25%
3	A L社	約10%
4	ANAグループ	約10%
5	A M社	約5%
6	A N社	0～5%
7	A O社	0～5%
—	その他	0～5%
合 計		100%

(※) 経由便を運航する航空会社は含まない。

イ 競争者の地位、供給余力の状況等

当事会社グループの競争者となる、フレイターを運航して大型貨物等の輸送を行う事業者には、当事会社グループを上回る供給能力を有し、かつ、一定程度の供給余力を有している者が存在するほか、当事会社グループと同程度の供給能力を有する者も存在する。

そして、前記4(1)イで述べた、日本着貨物について競争を行うインセンティブについての事情は、A K社にも該当する。また、ハンドリングに際して特別な扱いを必要とする大型貨物等の航空運賃は、一般貨物に比べて高額に設定されているのが通常であり、航空会社には輸送の受託のために競争を

行うインセンティブが働くものと考えられる。
したがって、競争者の牽制力が認められる。

ウ 参入

前記 6 (1) ウと同様の事情により、参入圧力は限定的である。

エ 需要者からの競争圧力

前記 6 (1) エと同様の事情により、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

(2) 本件行為が競争に与える影響の検討

ア 単独行動による競争の実質的制限

高い輸送能力を有する当事会社グループ間の競争が失われることは、競争に一定程度の影響を及ぼすことになると考えられる。

しかし、一方当事会社グループと同等又は一定程度の供給能力を有する当事会社グループの競争者が複数存在し、当該競争者は一定程度の供給余力を有しているとみられること、大型貨物等の輸送需要は小さいためフレイターの貨物スペース供給量シェアが小さい事業者であっても当事会社グループに対する牽制力を有すると考えられることから、当事会社グループの競争者の牽制力が認められる。また、前記(1)エのとおり、需要者からの競争圧力が一定程度認められる。

したがって、当事会社グループの単独行動により、香港発日本着の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

イ 協調的行動による競争の実質的制限

前記第 6 の 4 (2) イで認められた事情は、香港発日本着路線についても同様に認められることに加え、当事会社グループに対する牽制力を有する競争者が複数存在することなどからすれば、価格、貨物スペースの供給量及び貨物の受託量に関して、航空会社が相互に高い確度で予測することは困難であると考えられる。

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、香港発日本着の大型貨物等市場における競争を実質的に制限することとならないと考えられる。

(3) 小括

本件行為は、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループとその競争者の協調的行動により、香港発日本着路線の大型貨物等市場における競争を実

質的に制限することとなるとはいえない。

第8 問題解消措置

日本発ロサンゼルス周辺空港着路線及び日本発シカゴ周辺空港着路線の国際航空貨物運送市場について、公正取引委員会が独占禁止法上の問題点を指摘したところ、ANAホールディングスから、問題解消措置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。

1 ANAホールディングスが申し出た問題解消措置

(1) BSAの実施

競争者との間で以下の①ないし⑥を内容とするBSAを締結し、当事会社グループが供給する貨物スペースの一定量をBSAの相手方（以下「レメディ・テイカー」という。）に提供することによって価格競争を促す。

- ① BSAの対象貨物は、日本を出発地とする貨物（中国等の第三国を出発地とする貨物は含まない。）であり、かつ、フォワーダーから預け入れられる貨物とする。
- ② BSAの対象路線は、成田空港発ロサンゼルス空港着便及び成田空港発シカゴ空港着便とする。
- ③ 貨物スペースの提供は、原則として、レメディ・テイカーが契約数量の全量を買取るハードブロック方式で行うこととし、貨物スペースの供給量は、GUPPI²⁵を5%（一般に企業結合後に当事会社グループの値上げインセンティブが生じるとは評価されない水準）に収めるために必要な市場シェア減少分に相当する輸送量以上とする。
- ④ レメディ・テイカーに対する供給価格は、レメディ・テイカーが競争力ある価格で需要者に提供できるような卸値とする。
- ⑤ BSAによる貨物スペースの供給は、令和7年3月31日から開始し、その期間は5年間とする。

BSAの実施期間の合計が4年に達した場合、ANAホールディングスは、公正取引委員会に対して、具体的な理由を付した上で、BSAの終了についての承認を求めることができ、当委員会の承認を得た場合又は承認を求めた日から120日を経過しても当委員会が独占禁止法の観点からの異議を述べない場合は、BSAの実施期間が5年に達した時点で、BSAは自動的に終了する。当委員会が異議を述べた上で、一定の問題解消措置を求めたときには、ANAホールディングスは、BSAに代わる問題解消措置について当委員会と協議するもの

²⁵ GUPPI (Gross Upward Pricing Pressure Index) は、企業結合による価格引上げのインセンティブの有無とその程度を評価するために用いられる指標であり、一般にGUPPIの値が5%を超えると価格引上げのインセンティブがあると判断される。A社とB社が企業結合することによるA社の値上げインセンティブを示すGUPPIは「A社からB社への転換率×((B社の価格-B社の限界費用)÷B社の価格)×B社の価格÷A社の価格」と定義される。

とし、かかる協議が整うまでは、既存のBSAを継続する。

BSAの契約期間中であっても、競争状況が変化し、競争の実質的制限の懸念を解消する上でBSAを実施する必要性がなくなった場合には、当事会社は、当委員会の事前承認を得た上で、BSAを終了することができる。

- ⑥ レメディ・テイカーは、ポーラーエアカーゴ・ワールドワイド・インク（法人番号6700150002620）（以下「ポーラーエアカーゴ」という。）とする。

(2) モニタリングトラスティ（監視受託者）

- ① ANAホールディングスは、BSAの履行状況を監視する機関として、独立した第三者であるモニタリングトラスティ（監視受託者）を選任し、BSAの履行状況を監視させ、ANAホールディングスの責任において、当委員会に対して定期的（年2回）に報告を行わせる。

また、モニタリングトラスティは、適切な履行の実施に問題を認識したときは速やかに当委員会に報告等を行う。

- ② モニタリングトラスティには、島田法律事務所所属弁護士及び東京大学エコノミックコンサルティング株式会社（法人番号8010001211397）（以下「UTEcon」という。）所属エコノミストを選任する。

2 問題解消措置に対する評価

問題解消措置は、「当事会社グループが価格等のある程度自由に左右することができないように、企業結合によって失われる競争を回復することができるものであることが基本」（企業結合ガイドライン第7の1）であり、最も有効な措置は、事業譲渡など「新規の独立した競争者を創出し、あるいは、既存の競争者が有効な牽制力を有することとなるよう強化する措置」とされている。以下では、ANAホールディングスが申し出た措置が上記要件に該当するか検討する。

(1) BSAの実施について

ア 措置の類型

企業結合ガイドラインにおいて、問題解消措置は、「事業譲渡等構造的な措置が原則」とする一方で、「需要が減少傾向にあるなどのために、当事会社グループの事業部門（例えば、製造販売・開発部門）の全部又は一部の譲受先が容易に出現する状況になく、商品が成熟しており、研究開発、需要者の要求に応じた商品の改良などのサービス等が競争上あまり重要でないなど特段の事情が認められる場合には、競争者に対して当該商品の生産費用に相当する価格での引取権を設定する（長期的供給契約を締結する）ことを問題解消措置とすることが有効であると判断されるときもある」としている（いわゆる「コストベース引取権の設定」）。

BSAは、当事会社グループが供給する貨物スペースをレメディ・テイカー

が一定の競争力のある価格で需要者に販売できるような卸値で提供するものであり、「競争者に対して当該商品の生産費用に相当する価格での引取権を設定する」としと仕組み上類似しており、「新規の独立した競争者を創出し、あるいは、既存の競争者が有効な牽制力を有することとなるよう強化する措置」であると評価できる。

イ 対象貨物

BSAの対象となる貨物は、日本を出発地とする貨物とされ、中国等を出発地とする第三国発貨物は除かれている。よって、BSAは、本件行為により失われる日本の需要者を巡る競争を回復させる措置として評価できる。

また、フォワーダーから預け入れられる貨物を対象としていることから、前記第4の2で画定された役務範囲にも合致する。

したがって、BSAの対象となる貨物は、本件行為により失われる競争を回復させる措置として適切なものと評価できる。

ウ 対象路線

前記第6の2で画定された地理的範囲である日本発ロサンゼルス周辺空港着路線と日本発シカゴ周辺空港着路線に対応する形で、成田空港発ロサンゼルス空港着便と成田空港発シカゴ空港着便が対象とされている。

また、BSAでは、上記各路線で運航されるフレイターの貨物スペースが供給されることとされており、貨物全体市場と大型貨物等市場の双方に対応するものとなっている。

したがって、BSAの対象となる路線は、本件行為により失われる競争を回復させる措置として適切なものと評価できる。

エ 数量

BSAで提供される貨物スペースの量は、当事会社グループにおいて行われたGUPPI分析の結果、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線と日本発シカゴ周辺空港着路線のそれぞれについて、GUPPIの値が5%を下回るよう当事会社グループの市場シェアを引き下げるのに必要な数量²⁶として算出された量を基礎として、各曜日の配分の都合などを踏まえつつ当該算出量を上回るよう設定されている。また、上記により設定された貨物スペースの量は、需要者の貨物輸送ニーズに応え得るボリュームという観点においても相当と考えられる。

したがって、BSAで提供される貨物スペースの量は、本件行為により失われる競争を回復させる措置として適切なものと評価できる。

²⁶ 本件では、GUPPIを計算するための転換率について、市場シェアを用いて推計した。

オ 価格

レメディ・テイカーに対して供給される貨物スペースの価格は、レメディ・テイカーが競争力ある価格で需要者に貨物スペースを提供できるような卸値とすることとされている。

したがって、BSAで提供される貨物スペースの価格は、本件行為により失われる競争を回復させるために適切なものと評価できる。

カ 実施時期

企業結合ガイドラインにおいて、問題解消措置の実施時期は、「原則として、当該企業結合が実行される前に講じられるべきものである」としている。

BSAによる貨物スペースの供給は、2025年春ダイヤの開始日である令和7年3月31日に開始するとされている。本件行為の実行は令和7年3月末を予定していることから、本件行為の実行前にBSAが実施されることとはならないが、本件行為による競争への影響が生じ得ると同時にBSAが実施されるため、企業結合による競争制限効果の発生を回避するという問題解消措置の趣旨に整合していると考えられる²⁷。

したがって、BSAの実施時期は、本件行為により失われる競争を回復させるために適切なものと評価できる。

キ 相手方（レメディ・テイカー）

(7) 決定時期

企業結合ガイドラインにおいて、レメディ・テイカーは、「企業結合の実行前に」決定していることが望ましいとしている。

ANAホールディングスは、レメディ・テイカーをポーラーエアカーゴと決定した上で問題解消措置の申出を行っていることから、企業結合前の実行前に譲受先等が決定されたと評価できる。

(イ) 当事会社グループからの独立性

ポーラーエアカーゴは、当事会社グループとの間で取引関係がない。

次に、ポーラーエアカーゴの親会社であるAtlas Air, Inc.（以下「アトラス航空」という。）は、日本貨物航空との間で航空機リースとコードシェアの取引関係がある。しかし、当該取引は、日本貨物航空が整備記録改ざん問題に伴い自家運航できなくなった機体をアトラス航空にリースしたことによるものである。よって、アトラス航空の事業活動が日本貨物航空に依存している事実はなく、ポーラーエアカーゴの独立性評価に影響

²⁷ 令和7年4月25日、ANAホールディングスは、本件行為の実行予定日を同年5月23日に変更する旨公表した。他方、ポーラーエアカーゴをレメディ・テイカーとし、成田発シカゴ着便と成田発ロサンゼルス着便を対象とするBSA自体は、予定どおり令和7年3月31日から開始されており、本件行為が実行され次第、問題解消措置として企業結合による競争制限効果の発生を回避する役割を果たすこととなる。

を与えるものではない。

したがって、ポーラーエアカーゴは、当事会社グループから独立していると評価できる。

(ウ) 有効な牽制力を有する競争者

ポーラーエアカーゴは、日本発米国着路線を含め日本発着便を数多く運航している。また、グローバルに国際航空貨物運送業を営んでいることから、国際航空貨物運送事業を維持・発展させるための専門知識及び動機を有していると評価することができる。加えて、資力面での問題もない。

さらに、BSAによりポーラーエアカーゴの市場における地位が高まれば、元々の能力と相まって、当事会社グループに対して有効な牽制力を有する存在になると考えられる。

したがって、ポーラーエアカーゴは、当事会社グループに対する有効な牽制力を有する競争者になると評価できる。

(エ) 小括

以上のことから、BSAによりポーラーエアカーゴの競争力を強化することは、日本発ロサンゼルス周辺空港着路線及び日本発シカゴ周辺空港着路線の貨物全体市場及び大型貨物等市場において独立した有力な競争者を創出することになると考えられる。

したがって、ポーラーエアカーゴは、レメディ・テイカーとして適切であると評価できる。

ク 小括

当事会社から申出のあったBSAは、「当事会社グループが価格等のある程度自由に左右することができないように、企業結合によって失われる競争を回復することができるもの」と認められる。

(2) 問題解消措置案の履行の確保（モニタリングトラスティの評価）

ANAホールディングスは、問題解消措置の履行を確保するため、島田法律事務所所属弁護士及びUTEcon所属エコノミストをモニタリングトラスティとする旨を申し出ている。両者は、企業結合審査に関連する業務経験を有し、独占禁止法（企業結合審査）に関する十分な知見を有するほか、人員などに関し業務を行う態勢に特段の問題は認められない。また、当事会社グループとの間で取引関係や役員兼任関係はなく、報酬体系の面でも、利益相反や独立性の問題が生じるような事情はない。したがって、両者は、監視業務の実行主体としての適格性があると考えられる。

また、モニタリングトラスティは、BSAの履行状況を監視し、その結果を年2

回当委員会に対して報告するとともに、適切な履行の実施に問題を認識したときは速やかに当委員会に報告等を行うこととされている。よって、モニタリングトラスティは、当事会社グループがBSAを適切に実行しているかどうかを監視するとともに、当事会社グループに対して問題解消措置の適切な履行を促すことができるものと考えられる。

したがって、当事会社から申出のあったモニタリングトラスティは、当事会社グループによる問題解消措置の履行を確保するものとして適切なものと評価できる。

第9 結論

問題解消措置が確実に履行されることを前提とすれば、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らないと判断した。

事例10 カプリ・ホールディングス・リミテッド及びタペストリー・インクの統合

第1 当事会社

カプリ・ホールディングス・リミテッド（本社英国。以下「カプリ」という。）は、世界各国において、JIMMY CHOO及びMICHAEL KORS、VERSACEの3ブランドの名を冠したバッグ、小物¹、衣服、靴及び装飾品²の製造販売業等を営む会社である。

タペストリー・インク（本社米国。以下「タペストリー」という。）は、世界各国において、COACH、Kate Spade NEW YORK及びSTUART WEITZMANの3ブランドの名を冠したバッグ、小物、衣服、靴及び装飾品の製造販売業等を営む会社である。

以下、カプリを最終親会社として、同社と結合関係を有する企業の集団を「カプリグループ」、タペストリーを最終親会社として、同社と結合関係を有する企業の集団を「タペストリーグループ」、カプリとタペストリーを併せて「当事会社」、カプリグループとタペストリーグループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要、関係法条等

当事会社グループが計画している企業結合は、カプリグループ及びタペストリーグループが、合併及び株式取得によって統合する（以下「本件行為」という。）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。

また、本件行為については海外競争当局も審査を行っており、公正取引委員会は、欧州委員会及び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。

なお、当事会社グループが営む事業の間で競争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アクセシブルラグジュアリーブランド（後記第3の2（2）イ）のバッグの製造販売業に関する検討結果について詳述したものである。

第3 一定の取引分野

1 商品の概要

カプリグループ及びタペストリーグループは、いずれも、ブランド名を冠した高級なバッグ、小物、衣服、靴及び装飾品を取り扱っている。以下、当事会社グループやその競争者のブランド名を冠した高級な商品を総称して「ラグジュア

¹ 財布、カードケース等をいう。

² 腕時計、アイウェア、ジュエリー、香水・化粧品等をいう。

リーブランド商品」という（インポートブランド³に限られず国内ブランド⁴も含む。）。

ラグジュアリーブランド商品の販売において、事業者は、ブランドイメージ（ブランドの歴史や伝統、商品のデザイン・品質（素材、製造工程、機能性等））、価格帯、購入の手段・容易性（販売チャネル、希少性）、販売促進活動（マーケティング、広告）等に基づいて他のブランドとの間で差別化を図ることを事業戦略の中心と位置付けている。実際、ブランドごとに一定程度差別化が行われているところ、差別化の程度が最も明瞭な価格帯を中心に商品範囲を検討する。

2 商品範囲

(1) 商品カテゴリー間の代替性

当事会社グループが取り扱うバッグ、小物、衣服、靴及び装飾品は、それぞれ用途が異なり別個の商品カテゴリーに属するため、最終需要者である消費者にとってこれらの商品間に需要の代替性はない。また、用途が異なる商品の製造設備は基本的に異なることが多いため、供給の代替性は限定的である。したがって、「バッグ」、「小物」、「衣服」、「靴」及び「装飾品」は、それぞれ異なる商品範囲を構成する。

これらの商品範囲について、当事会社グループの国内売上高（令和4年）の多くは、これらの商品範囲のうち「バッグ」及び「小物」が占めていること、「バッグ」と「小物」を取り扱うブランド（事業者）の顔ぶれはほぼ共通しており⁵、仮に、主力商品である「バッグ」とは別個独立に「小物」について検討したとしても、「小物」について特定のブランド（事業者）のシェアが高くなるといった事情は見当たらず、「小物」の競争状況は「バッグ」の競争状況と同様と考えられることから、後記(2)以降では、「小物」についての個別の検討は省略し、「バッグ」についてのみ検討する。

(2) バッグにおける価格帯が異なる商品間の代替性

ア ラグジュアリーブランド商品とマスマーケット向け商品間の代替性

バッグには、ラグジュアリーブランド商品のように、事業者が設定する希望販売価格（以下「フルプライス」という。）が3～4万円程度から100万円を超える価格までの高価格帯の商品もあれば、ラグジュアリーブランド商品と比較して相対的に安価で大量販売が可能な商品（数千円から2万円台後半程度までの価格帯。以下「マスマーケット向け商品」という。）もある。そこで、バッグにおけるラグジュアリーブランド商品とマスマーケット向け商品間の需要及び供給の代替性の有無について検討する。

³ 海外発祥のブランド。

⁴ 国内発祥のブランド。

⁵ バッグと小物は、原材料となる素材に共通する部分もあり、バッグを主力商品としている事業者は、通常、小物をエントリー商品（バッグの購入に誘引するための商品）と位置付けている。

まず、ラグジュアリーブランド商品とマスマーケット向け商品では主な価格帯が著しく異なることもあり⁶、一方の販売価格が5～10%程度引き上げられたとしても、消費者が購入する商品を他方に切り替えることは少ないことから、需要の代替性は限定的である。

次に、入手が容易でなく厳選された品質の高い原材料を使用し専門的な職人による手作業によって製造されるラグジュアリーブランド商品と、入手が容易な原材料を使用し大量生産のために効率化された機械製造が中心となるマスマーケット向け商品とでは、製造工程が大きく異なり、相互に切替えを行うことは容易でないことから、供給の代替性は限定的である。

以上のことから、バッグにおいて、ラグジュアリーブランド商品とマスマーケット向け商品は異なる商品範囲を構成する。

イ ラグジュアリーブランド商品のうち価格帯が異なるブランドの商品間の代替性

ラグジュアリーブランド商品は、ブランドによって商品の価格帯が大きく異なっている。一部の主要なインポートブランド及び国内ブランドのバッグの価格帯を抽出すると下表のとおりとなる。

⁶ なお、後記第4の3(2)イのとおり、アウトレットモールにおいてフルプライスから値引きされたラグジュアリーブランド商品と、アウトレットモール等において販売されるマスマーケット向け商品には、価格帯が近い商品も一部存在する。

ラグジュアリーブランドを大きく分類すると、①表における横線で示す価格帯のブランドのように、100万円を超える商品も販売しているが主な価格帯はおおよそ30～40万円前後という、非常に高価な商品のブランド（以下「ハイエンドラグジュアリーブランド」という。）と、②表におけるドットで示す価格帯のブランドのように、数万円から20万円程度の価格の商品も販売しているが主な価格帯はおおよそ4～7万円前後という、ハイエンドラグジュアリーブランドと比べて購入しやすい価格の商品のブランド（以下「アクセシブルラグジュアリーブランド」という。）に分けられる⁹。

当事会社グループが有するブランド（表参照）のうち、バッグを取り扱うブランドとしては、JIMMY CHOO及びVERSACEがハイエンドラグジュアリーブランドに該当し、COACH、Kate Spade NEW YORK及びMICHAEL KORSがアクセシブルラグジュアリーブランドに該当する。そこで、前記アと同様に、ラグジュアリーブランド商品において価格帯が異なるブランドの商品間における需要及び供給の代替性の有無について検討する。

ハイエンドラグジュアリーブランド商品とアクセシブルラグジュアリーブランド商品においては、一方の販売価格の引上げがあった場合に、需要者が、購入する商品を他方に切り替えることは少ないものと考えられる。実際に、百貨店及び競争者（インポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドを取り扱う事業者）からのヒアリングによれば、フルプライスで販売する販売チャネル（百貨店等。当該チャネルに該当する店舗を以下「フルプライス店」という。）においては、ハイエンドラグジュアリーブランド商品を購入する需要者層と、アクセシブルラグジュアリーブランド商品を購入する需要者層は基本的には重複せず、ある程度棲み分けがなされているとのことであった。

したがって、ハイエンドラグジュアリーブランド商品とアクセシブルラグジュアリーブランド商品間の需要の代替性は限定的である。

次に、ヒアリングによれば、ハイエンドラグジュアリーブランド商品とアクセシブルラグジュアリーブランド商品とでは、例えば、原材料においては使用している革の品質やなめし工程にかかる手間などが異なり、製造工程においては熟練した職人による手作業の工程の有無や工程に占める割合が異なっているとのことであった。このように、価格帯が異なる商品間においては、原材料、製造工程等の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、ハイエンドラグジュアリーブランド商品とアクセシブルラグジュアリーブランド商品間の供給の代替性は限定的である。

以上のことから、ハイエンドラグジュアリーブランド商品とアクセシブルラグジュアリーブランド商品は異なる商品範囲を構成する。

⁹ 各ブランドのバッグの主な価格帯は百貨店からのヒアリングに基づくものである。

(3) 小括

前記(1)及び(2)を踏まえ、本件では、当事会社グループがいずれも取り扱っている「アクセシブルラグジュアリーブランドのバッグ」¹⁰を商品範囲として画定した。

3 地理的範囲

当事会社グループは日本全国規模で販売戦略を策定しており、各ブランドのラグジュアリーブランド商品の品揃えは基本的に日本全国で同一であり、販売価格も基本的に日本全国一律の価格設定となっている。こうした状況は、ラグジュアリーブランド商品を取り扱う当事会社グループの競争者についても同様と考えられ、需要者は、日本全国のどこにおいても同一の条件でラグジュアリーブランド商品を購入できる。したがって、ラグジュアリーブランド商品を取り扱う製造販売業者間の競争は、日本全国での販売を前提として行われているものと考えられる。

以上のことから、本件では、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

4 小括

前記1ないし3を踏まえ、本件では、「日本全国におけるアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売業」を一定の取引分野として画定した¹¹。

第4 本件行為が競争に与える影響

1 本件行為の企業結合類型¹²

カプリグループ及びタペストリーグループはいずれも日本全国においてアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売業を営んでいることから¹³、本件行為はかかる事業の水平型企业結合に該当する。

¹⁰ 表のとおり、カプリグループはJIMMY CHOO及びVERSACEというハイエンドラグジュアリーブランドのバッグを販売しているが、タペストリーグループはハイエンドラグジュアリーブランドのバッグを販売していないため、当事会社グループはハイエンドラグジュアリーブランドのバッグの取扱いにおいて競合していない。

¹¹ 当事会社グループはアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売及び卸売を行っているが、本件では最終需要者である消費者の選好が競争に与える影響が最も重要と判断し、製造販売分野で市場画定を行った。

¹² 当事会社グループはいずれもアクセシブルラグジュアリーブランド商品のインターネット通信販売業を営んでいることから、本件行為は、アクセシブルラグジュアリーブランド商品のインターネット通信販売業における水平型企业結合に該当する。当事会社グループによれば、ラグジュアリー商品を販売する各ブランドの売上高に占めるインターネット通信販売業における売上高の割合は一定程度にとどまり、インターネット通信販売業における競争状況が他の販売チャネルにおける競争状況と異なる特段の事情はないと考えられるため、インターネット通信販売業に係る具体的な検討は省略する。

¹³ カプリグループはMICHAEL KORS、タペストリーグループはCOACH及びKate Spade NEW YORKを有しており、当事会社グループはアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売業において競合する。

2 一定の取引分野におけるセーフハーバー基準の該当性

アクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売業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、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しないものとして以下検討する。

3 水平型企業結合

(1) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

ア インポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドからの競争圧力

前記第3の2(2)イのとおり、当事会社グループのブランド以外にもインポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグは多数存在し、いずれも日本国内に相当数の店舗を展開していることから、消費者の認知度は高く、一定程度の訴求力はあると考えられる。

また、これらのアクセシブルラグジュアリーブランドは、世界中でバッグを流通させているところ、競争者からのヒアリングによれば、仮に、日本国内における需要が増加した場合には、供給量の調整によって日本への供給量を増加させることは一定程度可能とのことであるから、競争者において一定程度の供給余力はあるものと認められる。

なお、本件のようにブランドごとに一定程度差別化が行われている市場において、他のインポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランド商品が競争圧力として有効に機能するか否かは、当事会社グループのブランド（COACH、Kate Spade NEW YORK及びMICHAEL KORS）による他のインポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドに対する差別化がどの程度であるかに左右される。この点について、当事会社グループのブランドの訴求力が他のインポートブランドと比較して著しく高いとの見解や当事会社グループのブランド同士の位置付け（ポジション）が特に似通っていて他のインポートブランドと一線を画しているとの見解はヒアリングを行った百貨店、競争者及びアウトレットモール運営事業者のいずれからも示されなかった。また、一般に、特定のブランド又はブランド群のみを選好する消費者が存在することは否定できないが、当事会社グループのブランドのみを選好する消費者が特に多数を占めるとの事実も見当たらない。したがって、当事会社グループのブランド同士の位置付けが似通っているとは認められずまた、当事会社グループのブランドによる他のインポートブランドに対する差別化の程度が強いとは認められない。

以上のことから、他のインポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドからの競争圧力が認められる。

イ 国内ブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドからの競争圧力

競争者（インポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドを取り扱う事業者）からのヒアリングによれば、価格帯が近い国内ブランドを百貨店の売場を取り合う競争相手と認識しているとのことであった。また、百貨店からのヒアリングによれば、消費者は、国内ブランドとインポートブランドを比較検討してアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグを購入しているとのことであった。このように、国内ブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグは、機能やデザインにおいて価格帯が近いインポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグと遜色ないため、消費者はそれぞれの選好に応じて購入するブランドを選択している。

したがって、インポートブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグと同等の価格帯の国内ブランドのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグからの競争圧力が一定程度認められる。

(2) 隣接市場からの競争圧力

以下、隣接市場であるハイエンドラグジュアリー商品及びマスマーケット向け商品からの競争圧力について販売チャネルごとに検討する。

ア フルプライス店のアクセシブルラグジュアリー商品に対する競争圧力

(7) フルプライス店のハイエンドラグジュアリーブランド商品からの競争圧力

フルプライス店における当事会社グループのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの主な価格帯はおおよそ4～7万円前後であるところ、他方で、主な価格帯は30～40万円前後ながらも6万円台から10万円台前半といった価格のハイエンドラグジュアリーブランドのバッグも販売する事業者が多数存在している。そして、百貨店からのヒアリングによれば、これらのハイエンドラグジュアリーブランド商品は、アクセシブルラグジュアリーブランド商品よりもブランド価値が高くてステイタスがあり消費者への訴求力が強いことから、アクセシブルラグジュアリーブランドと同等又は多少高い程度の価格帯のハイエンドラグジュアリーブランド商品であれば買い回りの対象にしている消費者が一定程度いるとのことである。

したがって、アクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの購入を検討する消費者にとっては、近い価格帯のハイエンドラグジュアリーブランドのバッグも選択肢になっていると考えられることから、当事会社がフルプライス店で販売するアクセシブルラグジュアリー商品の価格に近い価格帯のハイエンドラグジュアリーブランド商品からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。

(イ) アウトレットモールのハイエンドラグジュアリーブランド商品からの競争圧力

アウトレットモールの運営事業者からのヒアリングによれば、アウトレットモールでは、フルプライスから値引きされた価格で販売しているところ、フルプライスが高価格帯であるハイエンドラグジュアリーブランド商品ほど値下げ幅が大きく、ハイエンドラグジュアリーブランドのバッグであっても10万円を切った価格で販売されている場合もあるとのことである。

実際、フルプライス店でアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグを購入している消費者は、アウトレットモールで販売されているフルプライスから値引きされたハイエンドラグジュアリーブランドのバッグも比較対象としていることから¹⁴、アウトレットモールでフルプライスから値引きされたハイエンドラグジュアリーブランド商品からの競争圧力が認められる。

イ アウトレットモールのアクセシブルラグジュアリーブランド商品に対するフルプライス店及びアウトレットモールのマスマーケット向け商品からの競争圧力

アウトレットモールにおける当事会社グループのアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの価格は、フルプライスからある程度値引きされた価格である。他方、前記第3の2(2)アのとおり、マスマーケット向けの比較的低価格帯のバッグも存在しており、消費者にとってはバッグの購入に当たって、これらも比較対象になり得ることから、マスマーケット向け商品からの競争圧力について以下検討する。

まず、アウトレットモールにおいてフルプライスから値引きされたCOACHやKate Spade NEW YORKのバッグの価格帯は2～3万円、MICHAEL KORSのバッグの価格帯は1～2万円であるのに対し、フルプライス店におけるマスマーケット向けのバッグの価格も1～2万円台後半となっている。さらに、マスマーケット向けブランドの中には、アウトレットモールにおいても1万円以上の価格で販売しているブランドも存在している。したがって、アウトレットモールで販売されているアクセシブルラグジュアリーブランド商品の価格帯と、フルプライス店及びアウトレットモールで販売されているマスマーケット向けの商品の価格帯の水準はある程度重複していることから、消費者はこれらを比較対象としていると考えられる。実際、当事会社及び競争者は、

¹⁴ アウトレットモールではフルプライス店で売れ残った在庫品や廃番品を値引き販売していることに加えて、アウトレットモールの品数を揃えるために専らアウトレットモール用に製造した商品も販売しているところ、当事会社グループ及び競争者は、フルプライス店とアウトレットモールで販売する商品に品質の差はないとしている。

ヒアリングにおいて、アウトレットモールでアクセシブルラグジュアリーブランド商品を購入する層とマスマーケット向け商品を購入する層は一定程度重なっている旨を述べている。

以上のことから、アウトレットモールにおけるアクセシブルラグジュアリー商品の価格に近い価格帯のフルプライス店及びアウトレットモールにおけるマスマーケット向け商品からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。

ウ 小括

前記ア及びイを踏まえると、隣接市場からの競争圧力としては、①フルプライス店におけるアクセシブルラグジュアリー商品の価格に近い価格帯のハイエンドラグジュアリーブランド商品、②アウトレットモールにおけるフルプライスから値引きされたハイエンドラグジュアリーブランド商品、③アウトレットモールにおけるアクセシブルラグジュアリー商品の価格に近い価格帯のフルプライス店及びアウトレットモールにおけるマスマーケット向け商品からの競争圧力がそれぞれ働いていると認められる。

(3) 小括

以上のとおり、日本全国におけるアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売業においては、競争者（インポートブランド及び国内ブランドのアクセシブルラグジュアリーブランド商品を取り扱う事業者）からの牽制力が認められること及び隣接市場（フルプライス店及びアウトレットモールにおけるハイエンドラグジュアリーブランド商品、フルプライス店及びアウトレットモールにおけるマスマーケット向け商品）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又は当事会社グループと競争者との協調的行動により、日本全国におけるアクセシブルラグジュアリーブランドのバッグの製造販売業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いえない。

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いえないと判断した。

事例11 (株)オークネットによる(株)デファクトスタンダードの株式取得

第1 当事会社

株式会社オークネット（法人番号4010001116006）（以下「オークネット」という。）及び株式会社デファクトスタンダード（法人番号1010801019955）（以下「デファクトスタンダード」という。）は、いずれも古物¹の買取業・販売業等を営む会社である。

以下、オークネット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を「オークネットグループ」、デファクトスタンダード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を「デファクトスタンダードグループ」、オークネットグループとデファクトスタンダードグループを併せて「当事会社グループ」という。

第2 企業結合計画の概要及び関係法条

当事会社グループが計画している企業結合は、オークネットがデファクトスタンダードの株式に係る議決権の50%を超えて取得する（以下「本件行為」という。）というものである。

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消費者向けの古物（ブランド品）（詳細は後述）の店舗買取業及び店舗小売業における水平型企业結合の検討結果を中心に詳述したものである。

第3 一定の取引分野

1 古物の買取り・販売の概要

事業者が古物の買取り・販売を行うためには、営業所の所在する都道府県公安委員会から古物営業の許可を受ける必要があり、当事会社グループは事業を行っている都道府県において当該許可を受けている（以下、古物営業の許可を受けた者を「古物商」という。）。

古物は、古物営業法施行規則（平成7年国家公安委員会規則第10号）において、①美術品類、②衣類、③時計・宝飾品類、④自動車、⑤自動二輪車及び原動機付自転車、⑥自転車類、⑦写真機類、⑧事務機器類、⑨機械工具類、⑩道具類、⑪皮革・ゴム製品類、⑫書籍及び⑬金券類に区分されている。そして、古物営業の許可を受けようとする者は、申請を行う際に主として取り扱う古物の区分を1つ

¹ 古物営業法（昭和24年法律第108号）第2条第1項において、古物は「一度使用された物品（略）若しくは使用されない物品で使用のために取引されたもの又はこれらの物品に幾分の手入れをしたもの」と定義されている。

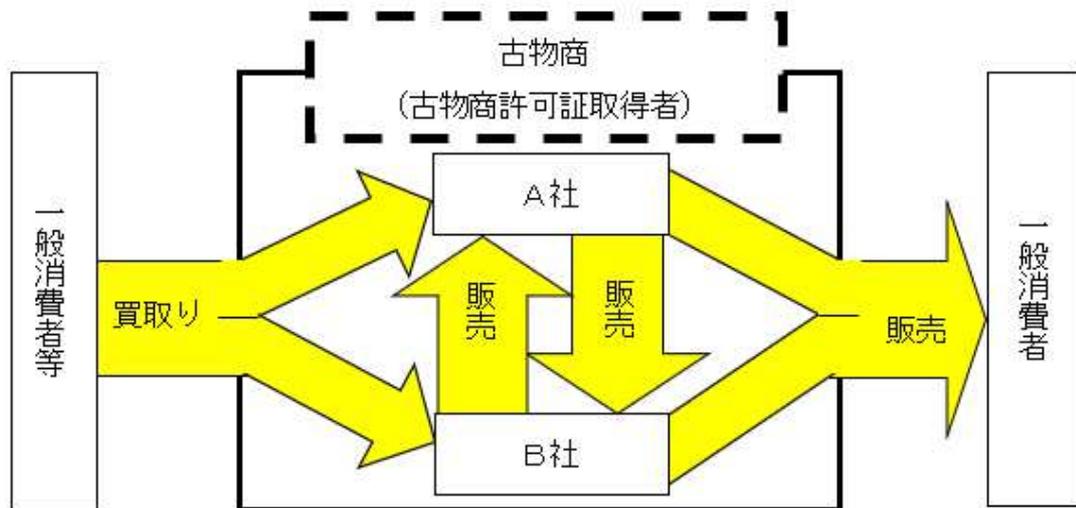
選択することとなっているが、古物営業の許可を得た後には、申請時に選択した区分にかかわらず古物を取り扱うことができる²。

古物の一般的な取引の流れには、古物商が消費者等から買い取った古物を消費者に直接販売するものと、買い取った古物を古物商間で販売するものがある。

古物商が消費者向けに古物を販売する方法としては、店舗又はインターネット上での販売がある。また、古物商間の販売方法としては、会場でのオークション（インターネット又は対面）及び相対取引がある。

古物の一般的な流通経路を図示すると以下のとおりである。

【図】古物の一般的な流通経路



2 役務範囲

(1) 装飾品等の古物の買取業及び小売業とその他の古物の買取業及び小売業との代替性

オークネットグループ及びデファクトスタンダードグループはいずれも古物商として、バッグ、小物、衣服、靴、装飾品等（以下「装飾品等」という。）の買取業及び小売業（以下「買取業・小売業」という。）を営んでいる。

装飾品等の古物の買取業・小売業とその他の古物（自動車、自動二輪車、原動機付自転車、自転車類、写真機類、事務機器類、機械工具類、書籍等）の買取業・小売業とでは需要の代替性は認められない。また、装飾品等の古物の買取業・小売業を行う場合とその他の古物の買取業・小売業を行う場合とでは古物商に求められるノウハウが異なるため供給の代替性は限定的である。

したがって、本件では、装飾品等の古物の買取業・小売業はそれ以外の古物の買取業・小売業とは異なる役務範囲を構成するものと認定し、オークネット

² 主として取り扱う古物の区分に変更がある場合は、変更届出を行う必要がある。

グループとデファクトスタンダードグループが共通して営む「装飾品等の古物の買取業・小売業」を検討対象とした。

(2) 装飾品等の古物の種類ごとの買取業・小売業の代替性

古物商の中には、装飾品等の古物のうち特定の種類の買取業・小売業を営む者（例えば古物の時計専門店）が存在するところ、装飾品等の古物の種類ごとの買取業・小売業における需要の代替性は限定的である。

また、装飾品等の古物は、前記1の区分のうち、おおむね②衣類、③時計・宝飾品類又は⑪皮革・ゴム製品のいずれかに該当するが、古物商は、営業申請時の区分にかかわらず古物を取り扱うことが可能である。加えて、装飾品等の古物については、商品の素材、ブランド、メーカー、年代に関する商品知識、真贋及び価値の見極め並びに修理のノウハウが種類ごとに異なるものの、当事会社グループを含め装飾品等を全般的に取り扱う古物商はみな、上記区分内の商品を取り扱うためのノウハウ等を横断的に有している。よって、装飾品等の古物の種類ごとの買取業・小売業における供給の代替性は認められる。

このほか、役務範囲を上記区分や種類ごとに細分化して画定したとしても、本件においては古物商間の競争関係に大きな違いがあることを示す事情も特段見受けられない。

したがって、本件では、装飾品等の古物の種類ごとに買取業・小売業を細分化して画定する必要はないと判断した³⁾。

(3) 装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業・小売業とマスマーケット向けブランドの買取業・小売業との代替性

オークネットグループ及びデファクトスタンダードグループが買取業・小売業において取り扱う装飾品等の古物の約9割が「ラグジュアリーブランド」⁴⁾と呼ばれる高価格帯の商品であり、残り約1割がラグジュアリーブランドと比較して相対的に安価で大量販売が可能な「マスマーケット向けブランド」の商品である。

買取りにおいて、装飾品等を取り扱う古物商の中には買取り可能なブランドを明示していたり、ファストファッション商品は査定対象外としたりする場合もあり、装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業とマスマーケット向けブランドの買取業とでは需要の代替性は限定的である。また、小売

³⁾ なお、オークネットグループには、古物の時計専門店が1店舗存在するが、当該店舗に対する競争圧力を評価する際は、当該店舗と同様に特定の商品カテゴリ（時計）のみを取り扱う専門店についても競合店舗と評価した。しかし、時計以外に装飾品等も幅広く取り扱う当事会社グループの店舗に対する競争圧力を評価する際には、装飾品等を幅広く取り扱う店舗のみを競合店舗と評価した。

⁴⁾ 販売価格が高額であるなど高級感を抱かせる販売方法を採用しているブランドをいう。例えば、オークネットグループでは、CHANEL、DIOR、GUCCI、HERMÈS、LOUIS VUITTON、PRADA、ROLEX等、一方のデファクトスタンダードグループでは、BVLGARI、CARTIER、CHANEL、COACH、GUCCI、HERMÈS、LOUIS VUITTON、PRADA、ROLEX、Tiffany & Co.等となる。ブランドの掲載順はアルファベット順である。

においては、装飾品等の古物の価格は商品ごとの状態に左右されるが、基本的には新品の販売価格に準じた価格設定がなされており、古物であってもラグジュアリーブランドとマスマーケット向けブランドとでは価格帯が異なるため、装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの小売業とマスマーケット向けブランドの小売業との需要の代替性は限定的である。

また、装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業・小売業を営む古物商とマスマーケット向けブランドの買取業・小売業を営む古物商とでは、前者の方が、前記(2)記載の古物の買取業・小売業を営むためのノウハウなど、高度な専門性をより求められる。このため、装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業・小売業を営む古物商がマスマーケット向けブランドの買取業・小売業を営むことは容易である一方、その逆については高いハードルが存在すると認められる。以上から、装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業・小売業とマスマーケット向けブランドの買取業・小売業との供給の代替性は限定的である。

したがって、本件では、装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業・小売業とマスマーケット向けブランドの買取業・小売業を分けて画定し、オークネットグループ及びデファクトスタンダードグループが共通して主に営む「装飾品等の古物におけるラグジュアリーブランドの買取業・小売業」を検討対象とした。

(4) 装飾品等における古物の小売業と新品の小売業との代替性

消費者は、装飾品等を購入する際に、古物と新品の価格差等も加味しながら、販売価格の安さを求める場合やヴィンテージ商品を求める場合は古物を購入し、贈答用として購入する場合や古物を使用することに不安を感じる場合は新品を購入するなど、古物の購入と新品の購入をある程度使い分けていることが認められる。よって、装飾品等における古物の小売業と新品の小売業との需要の代替性は限定的である。

また、装飾品等の古物と新品とでは消費者に届くまでの流通経路が異なっており、ブランド価値を維持するために新品（正規品）はブランドの直営店又は正規代理店のみが取り扱えるなどの制約があるため、古物商が装飾品等の新品（正規品）の小売業を開始することは容易ではない。他方、装飾品等の新品（正規品）の小売業者は、前記1のとおり古物営業の許可を得れば古物の取扱いを開始することは可能と考えられるが、通常は自社のブランド価値を維持するために古物の取扱いを行っていない。よって、装飾品等の古物の小売業と新品の小売業との供給の代替性は限定的である。

したがって、本件では、装飾品等における古物の小売業と新品の小売業を分けて画定し、オークネットグループ及びデファクトスタンダードグループが共通して営む「装飾品等における古物の小売業」を検討対象とした。そして、新

品の小売業は、隣接市場からの競争圧力として考慮することとした。

なお、前記(3)も踏まえ、以下では、当事会社グループが取り扱うラグジュアリーブランドの装飾品等の古物を「古物（ブランド品）」と称する。

(5) 古物（ブランド品）における店舗型の買取業・小売業と無店舗型の買取業・小売業との代替性

ア 需要の代替性

当事会社グループは、古物（ブランド品）について、店舗での買取業・小売業を営むとともに（以下、店舗による営業形態を「店舗型」という。）、インターネットや宅配便の利用⁵などによる買取業・小売業も営んでいる（以下、店舗によらない営業形態を「無店舗型」という。）。

店舗型と無店舗型とでは、古物（ブランド品）の買取業・小売業のそれぞれについて、以下のようなメリット、デメリットがあり、消費者はこうした点を踏まえて両者をおある程度使い分けていることが認められる。

したがって、買取業・小売業のいずれにおいても店舗型と無店舗型との間の需要の代替性は限定的である。

	メリット	デメリット
店舗買取業	<ul style="list-style-type: none"> ・その場で現金化できる。 ・査定理由を詳しく確認したり、直接価格交渉したりできる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・高額な商品を店舗に持参する必要がある。 ・営業時間の制約がある。
無店舗買取業 （宅配便の利用を想定）	<ul style="list-style-type: none"> ・住んでいる場所や時間帯にかかわらず査定を依頼できる。 ・店舗を構えないことによるコスト削減が買取価格に還元される可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金化までに時間が掛かる。 ・梱包の手間がある。 ・キャンセルする場合に返送料が掛かる場合がある。
店舗小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・現物を手に取って確認できる。 ・その場で入手できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・品揃えが必ずしも豊富ではない。 ・営業時間の制約がある。
無店舗小売業 （インターネット通信販売を想定）	<ul style="list-style-type: none"> ・住んでいる場所や時間帯にかかわらず購入できる。 ・品揃えが豊富。 ・店舗を構えないことによるコスト削減が販売価格に還元される可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現物を手に取って確認できない。 ・手元に届くまでのタイムラグがある。

⁵ 消費者が古物（ブランド品）を買取業者に宅配で送り、査定額を確認した上で納得いく場合に買取り成立となる取引方法。取引が成立しなかった場合は、商品は消費者に返品される。

イ 供給の代替性

古物（ブランド品）の買取業・小売業における店舗型と無店舗型との供給の代替性についても以下のとおり検討を行った。

まず、古物（ブランド品）の買取業については、無店舗型の主流である宅配便を利用した買取りの場合、消費者から商品を送ってもらい、査定結果を出して交渉が成立すれば買い取る、成立しなかった場合は返送するといった対応であり、店舗型で既に買取りを行っている事業者にとって特別なノウハウ等も不要であることから、店舗型から無店舗型での買取りに切り替えることは容易であると認められる。他方、店舗型の買取業を営むに当たって主に必要なことは、接客して買取りを行うための、店舗、什器、従業員の確保等であり、無店舗型から店舗型への切替えは容易ではないと認められる。

次に、古物（ブランド品）の小売業については、無店舗型のインターネット通信販売を行う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、店舗型の小売業を営むに当たって主に必要なことは、接客して販売するための、店舗、什器、従業員の確保等である。このように、店舗型と無店舗型とでは販売するに当たって必要とされる設備やノウハウが異なるが、無店舗型で必要となる取引サイトのシステムについては自社で構築しなくとも、大手ショッピングサイト（いわゆるECモール）の利用等が可能なため店舗型から無店舗型への切替えは比較的容易である。一方、無店舗型から店舗型への切替えは、買取業と同様に容易ではないと認められる。

したがって、買取業と小売業のいずれにおいても店舗型と無店舗型との間の供給の代替性は限定的である。

ウ 小括

以上から、古物（ブランド品）の買取業と小売業それぞれについて店舗型と無店舗型に分けて画定することが適当である。

(6) 古物（ブランド品）の買取業と小売業とを分けて画定すること

古物（ブランド品）の買取業と小売業とではそれぞれ提供される役務の内容が異なっていること、また、買取り分野では買取り専門店が存在し、小売とは競争の実態が異なる可能性があることから、本件では、「買取業」と「小売業」とを分けて画定することが適当である。

(7) 小括

以上から、本件では、「古物（ブランド品）店舗買取業」及び「古物（ブランド品）店舗小売業」を商品役務範囲として画定した。

3 地理的範囲

古物（ブランド品）店舗買取業及び古物（ブランド品）店舗小売業を営む事業者間の競争は、事業者単位だけではなく店舗単位でも行われていると考えられる。本件では、過去の同種事例や最近の店舗小売業における地理的範囲の例⁶等を踏まえ、古物（ブランド品）店舗買取業及び古物（ブランド品）店舗小売業ともに、「各店舗から半径3km以内」を地理的範囲として画定した。

なお、地理的範囲外の店舗については、隣接市場からの競争圧力として評価できるかを検討することとした。

第4 本件行為が競争に与える影響

1 本件行為の企業結合類型

オークネットグループ及びデファクトスタンダードグループはいずれも古物（ブランド品）店舗買取業及び古物（ブランド品）店舗小売業を営んでいることから、本件行為はこれらの事業の水平型企業結合に該当する。

2 水平型企業結合①（古物（ブランド品）店舗買取業）

(1) 競争者の状況

前記第3の3で画定した地理的範囲内において、古物（ブランド品）の買取りを行っているオークネットグループ及びデファクトスタンダードグループの店舗がいずれも存在する地域は10地域である。

本件行為後も、いずれの地域においても競争者として2事業者グループ以上の競合店舗が存在しており、消費者は同地域内に所在する当該競合店舗を利用することが可能である。

したがって、競争者の買取店舗からの牽制力が認められる。

(2) 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

買取価格の査定結果は店舗によって異なるところ、古物（ブランド品）の買取りを希望する消費者が納得できる条件を提示する買取店舗が、当該消費者からみて最寄りの買取店舗を基点とした地理的範囲内に必ずしも存在するとは限らない。このため、当該消費者は、当該店舗の地理的範囲を超えた地域に存在する買取店舗を利用することもあり得る。

本件の地理的範囲に隣接する地域には、当事会社グループ以外に装飾品等の古物を全般的に取り扱う買取店舗が存在しており、当事会社グループの店舗と地理的隣接市場の店舗とのアクセスも特段の制約がない場合もあると

⁶ 最近の例としては、「令和5年度における主要な企業結合事例」（令和6年7月5日公正取引委員会）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」がある。

ころ、その場合には、当該買取店舗からの競争圧力が一定程度認められる。

イ 無店舗の宅配買取からの競争圧力

古物（ブランド品）の買取りは、買取店舗以外にも無店舗型（主に宅配買取）で行われている。

無店舗型の宅配買取には、前記第3の2(5)アのおりのメリット・デメリットがあり、消費者はこうした点を踏まえて使い分けしていると考えられるところ、状況によって無店舗型の宅配買取に切り替えることは十分考えられる。したがって、無店舗型の宅配買取からの競争圧力が一定程度認められる。

(3) 小括

以上から、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争者との協調的行動により、古物（ブランド品）店舗買取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らない。

3 水平型企业結合②（古物（ブランド品）店舗小売業）

(1) 競争者の状況

前記第3の3で画定した地理的範囲内において、古物（ブランド品）の小売販売を行っている当事会社グループの店舗がいずれも存在する地域は5地域である。

本件行為後も、いずれの地域においても競争者として2事業者グループ以上の競合店舗が存在しており、消費者は同地域内に所在する当該競合店舗を利用することが可能である。

したがって、競争者の小売店舗からの牽制力が認められる。

(2) 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

古物については店舗によって並ぶ商品が異なること、商品ごとに状態も異なることから、古物（ブランド品）の購入を希望する消費者にとって、自らの趣味嗜好に合う商品や許容できる状態の商品を取り扱う小売店舗が、必ずしも当該消費者からみて最寄りの小売店舗を基点とした地理的範囲内に存在するとは限らない。このため、当該消費者は、当該店舗の地理的範囲を超えた地域に存在する小売店舗を利用することもあり得る。

本件の地理的範囲に隣接する地域には、当事会社グループ以外に装飾品等の古物を全般的に取り扱う小売店舗が存在しており、当事会社グループの店舗と地理的隣接市場の店舗とのアクセスも特段の制約がない場合もあるところ、その場合には、当該小売店舗からの競争圧力が一定程度認められる。

イ 無店舗のインターネット通信販売からの競争圧力

古物（ブランド品）は、古物商が営む店舗以外にも無店舗（主にインターネット）において販売されている。

インターネット通信販売には前記第3の2(5)アのおりのメリット・デメリットがあり、特に、消費者が手に取って現物を確認できないという大きなデメリットが存在するが、インターネット通信販売業者は、傷などがよくわかるように写真や動画を掲載する、状態について評価基準を設けてランク分けするなどの情報量を増やす、あるいは、返品可能の対応をすることなどによってデメリットを極力小さくする工夫を行っている。

したがって、インターネット通信販売からの競争圧力が一定程度認められる。

ウ 古物（ブランド品）と同種の新品の小売業からの競争圧力

古物（ブランド品）の価格が高騰し、同種の新品との価格差が小さくなった場合には、消費者は新品の購入を選択肢に加えることが十分に考えられる。したがって、古物（ブランド品）と同種の新品の小売業からの競争圧力が一定程度認められる。

(3) 小括

以上から、当事会社グループの単独行動又は当事会社グループと競争者との協調的行動により、古物（ブランド品）店舗小売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いえない。

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いえないと判断した。