

## 事例 1 佐藤食品工業(株)による(株)きむら食品の包装餅製造販売事業の譲受け

### 第 1 本件の概要

本件は、包装餅の製造販売業を営む佐藤食品工業株式会社（以下「佐藤食品」という。）が平成 26 年 8 月に設立した子会社である宝町食品株式会社（以下、佐藤食品を最終親会社とする企業結合集団を「佐藤食品グループ」という。）が、同じく包装餅の製造販売業を行う株式会社きむら食品（以下「きむら食品」といい、佐藤食品グループと併せて「当事会社」という。）の包装餅の製造及び販売事業を譲り受けることを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第 16 条である。

### 第 2 一定の取引分野

#### 1 商品の範囲

包装餅は、無菌包装した常温保存可能な餅であり、その形状、厚み、加熱殺菌の有無等により複数の種類が存在するが、それらの成分、味、効能等に大きな差異はなく、各製品間の価格水準の差異も大きくないため、包装餅の種類の間では需要の代替性が認められる。

包装餅のうち、鏡餅については、年末年始の装飾用途という側面が強いため、鏡餅とその他の包装餅との間の需要の代替性は限定的である。しかし、鏡餅は、装飾用の包装容器に包装餅が入れられているものが主流であり、また、鏡餅の包装容器等の製造に特別な設備・技術・工程等は要しない。よって、鏡餅とその他の包装餅との間では供給の代替性が認められる。

したがって、本件では、鏡餅も含めて「包装餅」を商品範囲として画定した。

#### 2 地理的範囲

当事会社は包装餅を日本全国で販売し、需要者も全国の事業者から包装餅を調達している。また、地域により販売されている製品や販売価格が異なるといった事情も認められない。

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 3 本件行為が競争に与える影響

#### 1 当事会社の地位

本件行為により、当事会社の市場シェアは約 40%（第 1 位）、HHI の増分は約 750 となることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

【平成25年における包装餅の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	A社	約25%
2	佐藤食品グループ	約25%
3	きむら食品	約15%
4	B社	約10%
5	その他	約25%
合計		100%

## 2 競争の状況

包装餅の製造販売分野には、A社及びB社が有力な競争事業者として存在する。また、A社及びB社以外にも、一定規模の競争事業者が多数存在し、これらの競争事業者の中には、大手流通事業者のプライベートブランド商品（以下「PB商品」という。）を生産している者も複数存在する。さらに、近年、PB商品の売上げが拡大しており、こうした競争事業者は、当事会社に対する十分な競争圧力になると認められる。

## 3 競争事業者の供給余力

有力な競争事業者の中には、供給余力を一定程度有する事業者が存在する。

## 4 需要者からの競争圧力

包装餅の主な販売チャネルは量販店であり、当事会社の主な販売先は、当事会社よりも規模の大きい大手商社や大手量販店である。量販店は、包装餅を含め、価格・品ぞろえ等について激しい競争にさらされており、集客力の高い商品をより安く購買する必要に迫られている。こうしたところ、包装餅は、需要期が年末から年明けに偏っているほか、日本人のライフスタイルの変化により餅を食する機会が若い世代を中心に減少してきており、量販店にとって必ずしも魅力的な商品とはいえない。また、当事会社の包装餅は他社の包装餅に容易に代替できるとする量販店も存在し、近年では、PB商品の売上げも拡大している。こうした事情から、当事会社の販売先は強い価格交渉力を有しており、需要者からの価格引下げ圧力は強いと考えられる。

したがって、需要者からの競争圧力が働いていると認められる。

## 5 きむら食品の経営状況

きむら食品は、本件審査当時、民事再生手続中であり、包装餅の需要期である冬場・年末商戦に向けた原材料の仕入れ・生産及び販売活動が本格化する時期に当たり、第三者の支援がなければ、追加の資金融資を受けることができず、原材料の仕入れ自体ができなくなる状況にあった。

したがって、他の包装餅製造販売事業者と比較して、本件審査当時のきむら食品の事業能力は限定的であったと考えられる。

#### **第4 結論**

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