

事例３ 王子ホールディングス㈱による中越パルプ工業㈱の株式取得

第１ 当事会社

王子ホールディングス株式会社（以下「王子ホールディングス」という。）は、傘下に紙・パルプ製品の製造販売業等を営む会社を有する持株会社である（以下、王子ホールディングス及び同社と既に結合関係が形成されている会社を「王子グループ」という。）。

中越パルプ工業株式会社（以下「中越パルプ工業」という。）は、紙・パルプ製品の製造販売業を営む会社である（以下、中越パルプ工業及び同社と既に結合関係が形成されている会社を「中越パルプ工業グループ」という。）。

以下、王子グループと中越パルプ工業グループを併せて「当事会社」という。

第２ 本件の概要及び関係法条

本件は、王子ホールディングスが、中越パルプ工業の株式を取得し、議決権の２０．９％を取得することを計画しているものである。

関係法条は独占禁止法第１０条である。

第３ 本件審査の経緯及び審査結果の概要

１ 本件審査の経緯

当事会社は、平成２６年１０月以降、本件株式取得が競争を実質的に制限することとはならないと考える旨の意見書及び資料を自主的に公正取引委員会に提出し、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会合を持った。その後、同年１１月４日に届出会社から、独占禁止法の規定に基づき本件株式取得の届出書が提出されたので、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、前記届出書その他の当事会社から提出された資料等を踏まえつつ、第１次審査を進めた結果、より詳細な審査が必要であると認められたことから、同年１２月３日に届出会社に対し報告等の要請を行い、第２次審査を開始するとともに、同日、第２次審査を開始したこと及び第三者からの意見書を受け付けることを公表した。

第２次審査において、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会合を持った。また、届出会社から順次提出された報告等のほか、需要者、流通業者、競争事業者等に対するヒアリング及び書面調査の結果等を踏まえて、本件株式取得が競争に与える影響について審査を進めた。

なお、届出会社に対する報告等の要請については、平成２７年２月２５日に提出された報告等をもって、全ての報告等が提出された。

2 審査結果の概要

当委員会は、当事会社が競合又は取引関係に立つ約35の取引分野について審査を行い、そのうち^{うすよう}薄葉印刷紙、アート紙、^{じゅうたいようりようざら}裏カーボン原紙、重袋用両更クラフト紙、特殊両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙の各分野については当事会社が当委員会に申し出た問題解消措置を前提とすれば、本件株式取得が競争を実質的に制限することとはならないと判断した。前記各分野に関する各審査結果は、後記第6から第11のとおりである。

前記以外の取引分野については、いずれも、本件株式取得により競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

第4 本件株式取得による結合関係についての検討

王子グループは、現在、中越パルプ工業の議決権10%弱を保有しているところ、本件株式取得の結果、同議決権の20%超を保有することとなり、議決権保有比率の順位は単独で第1位となるので、王子グループと中越パルプ工業の間には結合関係が形成される。

当事会社は、本件株式取得の目的は中越パルプ工業グループの経営方針の支配ではないこと、議決権保有比率の増加分が限定的であること、役員兼任による影響は限定的であること等を理由に、当事会社間で形成される結合関係の程度は強くない旨主張している。当事会社の主張する事実関係のみであれば、当事会社の結合関係の程度は必ずしも強くないものと考えられる。

しかし、王子ホールディングスは、本件株式取得の目的として、中越パルプ工業を王子ホールディングスの会計上の持分法適用会社とすることにより、中越パルプ工業が王子グループの一員であることを鮮明にすることを挙げていること、また、当事会社は、本件株式取得を契機として、事業提携を実施することを計画していることから、本件株式取得によって形成される当事会社間の結合関係の程度は、必ずしも弱いものではないと判断した。

第5 製紙業界の概観

1 市場規模

紙・板紙の国内需要量は、平成12年をピークにその後3000万トン台で推移していたが、リーマン・ショック後の平成21年に約2800万トンまで大幅に落ち込み、それ以降は約2700から2800万トン台で推移している。

このうち紙の国内需要量についてみると、1900万トン台であった平成18年をピークに、人口減少、電子化などの影響を受けて減少傾向にあり、平成26年には1600万トンを下回っている。

2 主要な製紙業者の供給余力

紙・板紙の生産における中心的設備は、パルプから紙を抄く機械である抄紙機である。抄紙機には様々な種類がある。通常は一つの抄紙機で複数の品種の紙・板紙を生産しているが、一方で、抄紙機の種類によって生産可能な品種は限定される。

主要な製紙業者の供給余力の状況をみると、王子グループの供給余力は一定程度存在するが、競争事業者各社は総じて供給余力がない。

3 商流

紙・板紙は製紙業者から代理店や卸商を通じて販売される。

このうち「代理店」は、紙の流通を専門に扱う卸売販売業者であって、主に大口需要者や、後述する卸商向けに販売している。代理店は通常複数の製紙業者の紙を取り扱っている。

他方、「卸商」は、主に中小口需要者向けに販売する流通業者であり、製紙業者から紙を直接調達することは少なく、代理店経由で調達した上で需要者に販売する。卸商には、代理店に比較すると事業規模の小さい事業者が多い。

4 紙・板紙の価格状況と協調的行動

(1) 製紙業者による一斉値上げ

製紙業者は、紙・板紙の値上げを行う場合には、値上げの旨、希望する値上げ幅及び出荷時期を公表する。これを受けて、代理店は川下事業者（卸商、最終需要者等）と交渉を行う。

製紙業者の値上げ公表は、いずれの品種についても、大手製紙業者間でほぼ同時期に一斉に行われること並びに値上げ幅及び値上げ時期がほぼ同一であることが特徴的である。ただし、製紙業者の公表したとおりに値上げが実現しているわけではなく、前述の交渉の結果、値上げ幅は当初の公表内容より縮減され、かつ値上げ時期も数か月後ろ倒しになっていることが多い。

(2) 検討

前記(1)のとおり、製紙業者間では、一斉にほぼ同内容の値上げを表明し、引き続いて各社が値上げに向けた既存の取引先との交渉を開始するという協調的行動がみられる。このような慣行は長期間にわたり行われているものと考えられる。

「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。）は、水平型企业結合における協調的行動による競争の実質的制限の検討に当たり勘案すべき判断要素を列挙しているところ（企業結合ガイドライン第4の3）、その判断要素に照らすと、本件においては以下の事情が認められる。

- ① 当事会社が競合している取引分野においては、後記第6以下で詳述するとおり、当該一定の取引分野における競争事業者の数が少ないか、少数の有力な事業者が市場シェアが集中している状況がみられるものが複数存在する。
- ② 製紙業者各社の供給余力についてみると、供給余力は総じて限定的であるが、王子グループの供給余力は一定程度存在する。

供給余力の多寡は、競争事業者と協調的行動を採る誘因の大小に影響する要素となり得る。他方で、これまでの製紙業者の企業行動をみると、供給余力の如何にかかわらず、価格引上げは各社そろってほぼ一斉に行われており、他社の値上げの機会を利用して取引量を拡大しようとするような行動はほとんどみられない。すなわち、仮に製紙業者に供給余力があったとしても、そのような供給余力を活用して、価格を引き下げて市場シェアを拡大し、競争事業者の市場シェアを奪うという行動はこれまでほとんどみられないところ、本件株式取得によって寡占度が一層高まった市場において、取引量を拡大しようとするような行動がこれまで以上に採られるようになるとは考えられない。
- ③ 代理店は複数の製紙業者の商品を取り扱っていることから、製紙業者は代理店を通じて他社商品の販売価格に関する情報を入手することが可能な状況が認められる。
- ④ 製紙業界は需要が縮小傾向にあるものの、需要の変動は大きくない。また技術革新が頻繁又は商品のライフサイクルが短いといった事情も存在しないので、これらの要因から競争事業者と協調的な行動が採られにくいと判断することはできない。
- ⑤ 製紙業者各社は、ほぼ同時期に値上げを表明しており、しかもその内容はほぼ同一であって、かつこのような慣行が長期間にわたり継続的に行われている。この点、製紙業者が公表したとおりに値上げを実現できていない状況が認められるが、これは個別の交渉の結果にすぎないと考えられる。

そして、王子グループは国内製紙業界における二大グループの一つであり、複数の品種において高い市場シェアを有していること、及び当事会社との間に本件株式取得によって結合関係が形成され、前記第4のとおり当該結合関係の程度は必ずしも弱いものではないと判断されることから、少なくとも後記第6以降において検討した各一定の取引分野については、本件株式取得により当事会社及び競争事業者による協調的行動がより採られやすくなると考えられる。

第6 薄葉印刷紙

1 概要

薄葉印刷紙は、辞書などのページ数の多い書籍や保険約款等に用いられる、極薄の

非塗工印刷用紙の総称である。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

薄葉印刷紙は、辞書などのページ数の多い書籍等に用途が絞られるため、他の品種との間で十分に代替的に使用されている状況にない。

供給の代替性について、当事会社は、薄葉印刷紙を含む非塗工印刷用紙等は、いずれも同じ製造設備で製造可能と主張するが、実際には、同じ抄紙機で薄葉印刷紙と他の非塗工印刷用紙が生産されている事例は多くはないため、薄葉印刷紙と他の非塗工印刷用紙の間には供給の代替性は必ずしも認められないと考えられる。仮に供給の代替性が認められるとしても、これらの品種間において供給者の構成が一致しているわけではなく、供給者の市場シェアも相当程度異なっているため、この点のみをもって、一定の取引分野の商品範囲を薄葉印刷紙を含む非塗工印刷用紙等とすることは必ずしも適切ではないと考えられる。そこで、本件では、「薄葉印刷紙」を商品範囲として画定した。

なお、薄葉印刷紙と裏カーボン原紙との間の代替性については後記第8のとおりである。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から薄葉印刷紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約4,500、当事会社の合算市場シェア・順位は約60%・第1位、HHIの増分は約800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。

【平成25年における薄葉印刷紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約50%
2	A社	約35%
3	B社	5－10%

4	中越パルプ工業グループ	5－10%
順位	会社名	市場シェア
5	C社	0－5%
	輸入	0－5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア約35%を有するA社が存在する。

競争事業者の供給余力は一定程度存在するが、前記第5の4記載のとおり、これまでの製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社が価格を引き上げたときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できない。

(2) 輸入

薄葉印刷紙について、輸入紙の割合は限定的である。円高基調のために印刷・情報用紙の輸入量がピークを迎えた平成24年においてさえ、国内出荷量に占める輸入品のシェアが4%未満にとどまっていたこと及び現状においても輸入が増えている状況にはないことに鑑みれば、仮に今後当事会社が価格を引き上げるにより国内価格が上昇したとしても、輸入量が大幅に増加するとは考え難い。

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

薄葉印刷紙が使用される用途のうち、保険の約款等の用途においては、薄い上級印刷紙や微塗工印刷用紙に切り替えられた事例があるものの、辞書などのページ数の多い書籍等の用途においては、他の品種が代替的に使用されることはほとんどなく、隣接市場からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、薄葉印刷紙の市場は縮小傾向にあること等の事情から、薄葉印刷紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

この点、印刷・情報用紙全般については、商業印刷（チラシ、カタログ、パンフレット等）と出版の両分野において、取引先変更の容易性、取引数量等を背景とした需要者からの競争圧力が一定程度働いているとも考えられる。

しかしながら、薄葉印刷紙については、極めて限定された用途に使用されること

等から、主要な流通業者等は、薄葉印刷紙の需要者が価格交渉力を有しているとは認識していない。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、国内の薄葉印刷紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約60%となる。約35%の市場シェアを有するA社が有力な競争事業者として存在するものの、輸入圧力が認められないことに加えて、隣接市場からの競争圧力が十分に働いているとは認められないこと、需要者からの競争圧力も限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社が単独で又は競争事業者との協調的行動によって、薄葉印刷紙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認められる。

第7 アート紙

1 概要

アート紙とは、紙の表面に印刷の発色を良くするために塗料を塗布した紙（以下「塗工紙等」という。）の一種であり、カタログ、雑誌の表紙等に用いられる。

塗工紙等には、アート紙の他にコート紙、軽量コート紙、微塗工印刷用紙等が含まれる。これらは塗料の塗工量と原紙の紙質によって区別されるところ、アート紙は塗料の塗工量が多く、また、原紙に上質紙を使用している。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

塗工紙等の間においては、特にアート紙と上質コート紙といった隣接する品種間に一定程度の需要の代替性が認められるものの、各品種がそれぞれ別個の独立した商品として流通業者や需要者に認識されている実態や、アート紙と上質コート紙の間の価格差が小さくないこと、経済分析の結果、両者の価格間の相関関係¹が弱く価格比の定常性²も認められないことから、アート紙と上質コート紙の間の需要の代替性は限定的と評価できる。

他方、塗工紙等は、標準的な塗工紙用抄紙機の生産設備において、特段の設備対

¹ 相関関係とは、相関係数で記述される2変数間の関係である。相関係数は-1から1の間を取り、絶対値が1に近いほど強い連動性がある。

² 定常性とは、ある系列が、ある時点において一定水準から乖離しても、時間の経過とともに一定水準へ復帰する性質である。

応を要することなく生産することが可能であるため、塗工紙等の間には一定の供給の代替性があると考えられる。しかし、塗工紙等のうちの各品種間において供給者の構成が一致しているわけではなく、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっているため、この点のみをもって、一定の取引分野の商品範囲を塗工紙等として画定することは必ずしも適切ではないと考えられる。そこで、本件では、流通業者や需要者がアート紙を別個の独立した商品として認識している実態等を踏まえ、「アート紙」を商品範囲として画定した。

なお、アート紙以外の塗工紙等については、隣接市場からの競争圧力又は参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者からアート紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約6,100、当事会社の合算市場シェア・順位は約75%・第1位、HHIの増分は約1,100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。

【平成25年におけるアート紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約70%
2	D社	約20%
3	中越パルプ工業グループ	5－10%
	その他	0－5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア約20%を有するD社が存在するが、D社のアート紙に関する供給余力はほとんどない。

(2) 輸入

流通業者に対する書面調査等の結果によれば、アート紙について、現状において輸入が増えている状況はみられない。また、近年では輸入紙全般の品質の向上がみられるものの、高級品のカタログや美術書等に使用されるアート紙については、品質上の要求水準が高く、輸入品が代替的に選択されている状況はみられないことから、仮に今後当事会社が価格を引き上げることにより国内価格が上昇したとしても、アート紙の輸入量が大幅に増加するとは考え難い³。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

当事会社によれば、アート紙は、その他の塗工紙等の生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することが可能とのことであり、これらの品種の生産をアート紙の生産に切り替えることは可能であると考えられる。しかし、前記(1)イのとおり競争事業者の供給余力は十分ではなく、また、国内のアート紙の需要が長期的な減少傾向にあり、市場規模の縮小傾向が続いているため、積極的にアート紙の生産に切り替えるインセンティブも乏しいと考えられる。

したがって、アート紙以外の塗工紙等が、アート紙市場に対する参入圧力として働いているとは認められない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

アート紙は、ポスター、カタログ、パンフレット、カレンダー等の商業印刷用途や、写真集、美術書等の出版用途において使用され、塗料の塗工量は少ないもののより安価な上質コート紙との間で、その用途が共通している。また、アート紙から上質コート紙への切替えが行われた事例も見受けられる。

しかしながら、前記2(1)のとおり、アート紙と上質コート紙の間には小さくない価格差が存在することに加え、経済分析の結果、両者の価格間の相関関係は弱く、価格比の定常性も認められなかったことから、隣接市場からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

(5) 需要者からの競争圧力

当事会社は、アート紙の販売先として大手印刷業者が相当の割合を占めること等

³ 貿易統計上、アート紙単独としてのデータは存在せず、アート紙、上質コート紙及び軽量コート紙を一括りにした商品分類（以下、当該商品分類を「上質コート紙等」という。）としてのデータが存在する。同データを用いて、上質コート紙等の輸入に関して経済分析を行ったところ、上質コート紙等の輸入増加に伴って、国内で生産されるアート紙の販売量が減るような傾向は見出されなかったことから、両者の間に代替的な関係は確認できなかった。よって、経済分析の結果は、上質コート紙等の輸入が、国内で生産されるアート紙に対して有意な競争圧力を発揮していることを示唆するものとはなっていない。

の事情から、アート紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

この点、印刷・情報用紙全般については、商業印刷と出版の両分野において、取引先変更の容易性、取引数量等を背景とした需要者からの競争圧力が一定程度働いているとも考えられる。

しかし、アート紙については、需要者の取引単位が小さいこと等から、主要な流通業者等はアート紙の需要者が価格交渉力を有しているとは認識していない。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、国内のアート紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約75%となり、約20%の市場シェアを有する有力な競争事業者が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、隣接市場からの競争圧力及び需要者からの競争圧力も限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社が単独で又は競争事業者との協調的行動によって、アート紙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認められる。

第8 裏カーボン原紙

1 概要

裏カーボン原紙は、複写のためのカーボンを裏面に塗布することにより裏カーボンペーパーを製造する用途において使用される原紙である。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

裏カーボン原紙は、裏カーボンペーパー専用に使われた紙であり、他の品種との間で代替的に使用されることは想定されていない。

この点、当事会社は、裏カーボン原紙は薄葉印刷紙との間で紙質に大きな差異はないと述べているが、競争事業者及び流通業者に対する書面調査においては、薄葉印刷紙を裏カーボン原紙と代替的に使用することは紙の適性上困難である旨の見解が示されていることから、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙との間で需要の代替性はないと考えられる。

他方、供給の代替性についてみると、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙は、標準的な生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することができるため、裏カーボン原紙と薄葉印刷紙には一定の供給の代替性があると考えられる。しかし、裏

カーボン原紙と薄葉印刷紙の間において供給者の構成が一致しているわけではなく、供給者の市場シェアも相当程度異なっているため、この点のみをもって、一定の取引分野の商品範囲を薄葉印刷紙に併せて画定することは必ずしも適切ではないと考えられる。そこで、本件では、薄葉印刷紙を裏カーボン原紙と代替的に使用することは紙の適性上困難であると認識されている実態を踏まえ、「裏カーボン原紙」を商品範囲として画定した。

なお、薄葉印刷紙については、参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から裏カーボン原紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約5,500、当事会社の合算市場シェア・順位は約65%・第1位、HHIの増分は約2,100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。

【平成25年における裏カーボン原紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約40%
2	E社	約35%
3	中越パルプ工業グループ	約30%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として、市場シェア約35%を有するE社が存在しているが、E社において裏カーボン原紙について十分な供給余力が存在するとは認められない。

(2) 輸入

裏カーボン原紙について、現状において輸入が行われている状況はみられないこ

と、需要者に対する書面調査において、情報用紙分野においては品質面から国産品に代替可能な輸入品は少なく、輸入品の市場競争力は小さいとの回答が得られたことから、仮に今後当事会社が価格を引き上げることにより国内価格が上昇したとしても、裏カーボン原紙の輸入量が大幅に増加するとは考え難い。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

当事会社によれば、裏カーボン原紙は、薄葉印刷紙の生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することが可能とのことであり、薄葉印刷紙の生産を裏カーボン原紙の生産に切り替えることは可能であると考えられるが、本件株式取得により、薄葉印刷紙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ことから、薄葉印刷紙について参入圧力としては評価できない。

また、競争事業者の供給余力は存在しないわけではないが、前記第5の4記載のとおり、製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社の価格が引き上がったときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できないこと、国内の裏カーボン原紙の需要が長期的な減少傾向にあり、市場規模の縮小傾向が続いているため、積極的に裏カーボン原紙の生産に切り替えるインセンティブも乏しいと考えられることから、裏カーボン原紙以外の品種について、裏カーボン原紙市場に対する参入圧力として期待できない。

したがって、裏カーボン原紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 隣接市場からの競争圧力

当事会社は、裏カーボン原紙について、薄葉印刷紙との間で紙質に大きな差異はないと述べており、薄葉印刷紙が裏カーボン原紙に対して隣接市場として競争圧力を有している可能性も考えられる。

しかしながら、競争事業者及び流通業者からは、裏カーボン原紙を薄葉印刷紙などで代替することについては否定的な回答が得られたこと、本件株式取得により、薄葉印刷紙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ことを踏まえると、隣接市場（競合品）からの競争圧力は認められない。

(5) 需要者からの競争圧力

当事会社は、裏カーボン原紙の市場は縮小傾向にあること等の事情から、需要者が強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかしながら、裏カーボン原紙については、限定された用途に使用され、かつ定

期的な取引が多いことから、主要な流通業者等は裏カーボン原紙の需要者が価格交渉力を有しているとは認識していない。

一方、裏カーボン原紙の用途が裏カーボンペーパーの原材料に限られているところ、川下製品においては、裏カーボンペーパーがノーカーボンペーパーや感熱紙と競合している状況にあることから、限定的ではあるが川下市場からの競争圧力が認められる。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力は限定的なものにとどまると認められる。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、国内の裏カーボン原紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約65%となる。約35%の市場シェアを有する有力な競争事業者が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、隣接市場からの競争圧力も認められないこと、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社が単独で又は競争事業者との協調的行動によって、裏カーボン原紙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認められる。

第9 重袋用両更クラフト紙

1 概要

重袋用両更クラフト紙は、未ざらし包装紙に分類され、米麦等の農作物、肥料、セメント等を入れる大型のクラフト紙袋に使用される。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

重袋用両更クラフト紙は、包装用紙のうち、特に強度が要求される品種であり、他の品種の紙で代替することはできないことから、重袋用両更クラフト紙とその他の品種の紙の間に需要の代替性は存在しない。

他方、包装用紙のうち、重袋用両更クラフト紙、一般両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙は、包装用紙の抄造に用いられる標準的な抄紙機において、特段の設備対応を要することなく生産が可能であり、両更ざらしクラフト紙も一定の設備対応をすれば生産が可能であることから、これらの品種の間で一定の供給の代替性が認められる。しかし、それらの品種間において供給者の構成が異なっていたり、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっていたりするため、供給の代替性が認められる点のみをもって、これらの品種全体をまとめて一つの商品範囲として画

定することは必ずしも適切ではない。そこで、本件では、重袋用両更クラフト紙とその他の包装用紙の間には需要の代替性が認められないことを踏まえ、「重袋用両更クラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、重袋用両更クラフト紙との間で一定の供給の代替性を有する品種については、重袋用両更クラフト紙に対する参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から重袋用両更クラフト紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約3,100、当事会社の合算市場シェア・順位は約50%・第1位、HHIの増分は約1,100となり、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年における重袋用両更クラフト紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約30%
2	中越パルプ工業グループ	約20%
3	F社	約15%
4	G社	約15%
5	H社	10－15%
6	I社	5－10%
	輸入	0－5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア10%を超えるF社、G社及びH社が存在するほか、I社も一定の市場シェアを有している。しかし、これらの競争事業者の供給余力は限定的である。

(2) 輸入

当事会社は、今後、国内で生産される重袋用両更クラフト紙の価格が上昇すれば、需要者は容易に輸入品に切り替えられる状況にあり、輸入圧力が十分に働いている旨主張している。

しかし、重袋用両更クラフト紙の分野における輸入紙の割合は限定的であり、平成25年の重袋用両更クラフト紙の国内市場において輸入品が占める割合は1%未満と僅少である。また、当該割合が過去最高となった平成24年においても約1%でしかない。さらに、競争事業者及び流通業者に対するヒアリングにおいても、日本の需要者は高品質の製品について少量・高頻度での納入を短納期で求める傾向があるところ、輸入紙は品質、配送等の観点からこのような要請に対応できないとの意見が多く、重袋用両更クラフト紙について、今後、輸入紙が大きく増加するとの意見はなかった。

以上を踏まえると、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

前記2(1)のとおり、包装用紙の一部の品種間に一定の供給の代替性が認められることから、他の品種の包装用紙を生産している事業者は、当該品種の生産を重袋用両更クラフト紙の生産に切り替えることは可能である。しかし、これらの包装用紙を生産している競争事業者の供給余力は総じて十分ではなく、また、本件株式取得により、これらの包装用紙のうち、特殊両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙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ことから、重袋用両更クラフト紙市場に対する参入圧力として評価することは困難である。

したがって、重袋用両更クラフト紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、製紙業者間の品質差が限定的であること、市場が縮小傾向にあること等の事情から、重袋用両更クラフト紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかし、重袋用両更クラフト紙の需要者には中小規模の製袋業者が多数存在しているところ、流通業者に対する書面調査において、重袋用両更クラフト紙の需要者が強い価格交渉力を有しているとは感じられないと述べるものが目立った。

また、製紙業者は重袋用両更クラフト紙を含む各種包装用紙について一斉に値上げを公表した上で、流通業者との値上げ交渉を行い、流通業者は値上げを転嫁するために需要者と交渉を行っている。その結果、製紙業者は、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、一定程度の値上げに成功している。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、重袋用両更クラフト紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約50%となること、有力な競争事業者3社を含む競争事業者4社が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、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認められる。

第10 特殊両更クラフト紙

1 概要

特殊両更クラフト紙は、未ざらし包装紙の中の「その他両更クラフト紙」の一種である。

「その他両更クラフト紙」に分類される品種には、特殊両更クラフト紙のほか、一般両更クラフト紙がある。特殊両更クラフト紙と一般両更クラフト紙の相違点は、特殊両更クラフト紙は原料パルプに多少の漂白が施されているため、一般両更クラフト紙よりもやや白い点である。一般両更クラフト紙は、粘着テープ、角底袋等に使用され、特殊両更クラフト紙は封筒に多く使用される。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

前記1のとおり、特殊両更クラフト紙と一般両更クラフト紙は色が異なっているほか、特殊両更クラフト紙は封筒に多く使用される点でも、一般両更クラフト紙と異なる。また、経済分析の結果、両者の価格比は定常的であるが、明確な下落傾向が存在し、価格同士が乖離していることから、特殊両更クラフト紙と一般両更クラフト紙の需要の代替性は限定的であると考えられる。

他方、前記第9の2(1)のとおり、包装用紙のうち、特殊両更クラフト紙を含む一部の品種は、包装用紙の抄造に用いられる標準的な抄紙機において、特段の設備対応を要することなく生産が可能であることから、これらの品種の間で一定の供給の代替性が認められる。しかし、これらの品種間において供給者の構成が異なっていたり、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっていたりするため、供給の代替性が認められる点のみをもって、これらの品種全体をまとめて一つの商品範囲として画定することは必ずしも適切ではない。そこで、本件では、特殊両更クラフト紙と同じくその他両更クラフト紙に分類される一般両更クラフト紙の間の需要の代替性は限定的であると考えられることを踏まえ、「特殊

両更クラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、特殊両更クラフト紙との間で一定の供給の代替性を有する品種については、特殊両更クラフト紙に対する参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から特殊両更クラフト紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約3,600、当事会社の合算市場シェア・順位は約45%・第1位、HHIの増分は約700となり、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年における特殊両更クラフト紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約35%
2	J社	約30%
3	K社	約25%
4	中越パルプ工業グループ	約10%
	その他	僅少
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア10%を超えるJ社及びK社が存在する。

これらの競争事業者の供給余力は一定程度存在するが、前記第5の4記載のとおり、製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社の価格が引き上がったときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できない。

(2) 輸入

当事会社は、今後、国内で生産される特殊両更クラフト紙の価格が上昇すれば、需要者は容易に輸入品に切り替えられる状況にあり、輸入圧力が十分に働いている旨主張している。

しかし、特殊両更クラフト紙の輸入紙の割合は限定的である。また、競争事業者及び流通業者に対するヒアリングにおいても、日本の需要者は高品質の製品について少量・高頻度での納入を短納期で求める傾向があるところ、輸入紙は品質、配送等の観点からこのような要請に対応できないとの意見が多く、特殊両更クラフト紙について、今後、輸入紙が大きく増加するとの意見はなかった。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

前記第9の2(1)のとおり、包装用紙の一部の品種間に一定の供給の代替性が認められることから、他の品種の包装用紙を生産している事業者は、当該品種の生産を特殊両更クラフト紙の生産に切り替えることは可能である。しかし、これらの包装用紙を生産している競争事業者の供給余力は総じて十分ではなく、また、本件株式取得により、これらの包装用紙のうち、重袋用両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙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ことから、特殊両更クラフト紙市場に対する参入圧力として評価することは困難である。

したがって、特殊両更クラフト紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、製紙業者間の品質差が限定的であること、市場が縮小傾向にあること等の事情から、特殊両更クラフト紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかし、需要者に対するヒアリング及び書面調査において、包装用紙の場合は需要者が継続的に使用しており、他社への切替えは困難であるという意見があったほか、流通業者に対する書面調査において、特殊両更クラフト紙の需要者が強い価格交渉力を有しているとは感じられないと述べるものが目立った。

また、製紙業者は特殊両更クラフト紙を含む各種包装用紙について一斉に値上げを公表した上で、流通業者との値上げ交渉を行い、流通業者は値上げを転嫁するために需要者と交渉を行っている。その結果、製紙業者は、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、一定程度の値上げに成功している。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、特殊両更クラフト紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約45%となる。有力な競争事業者2社が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、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考えられる。

第11 両更さらしクラフト紙

1 概要

包装用紙のうち、原料パルプを漂白して製造する白い包装用紙はさらし包装紙に分類される。さらし包装紙は、原料パルプが漂白されていない未ざらし包装紙とは大きく見た目が異なっている。さらし包装紙は、さらに純白ロール紙、さらしクラフト紙及びその他さらし包装紙に分類され、さらしクラフト紙はさらに両更さらしクラフト紙及び片艶さらしクラフト紙に分類される。

両更さらしクラフト紙及び片艶さらしクラフト紙は、片艶加工の有無により見た目や印刷適性に大きな違いがある。両更さらしクラフト紙は手提げ袋等に使用される。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

前記1のとおり、両更さらしクラフト紙を含むさらし包装紙と未ざらし包装紙は大きく見た目が異なっており、両者の間の需要の代替性は限定的である。また、さらし包装紙のうち、さらしクラフト紙に分類される両更さらしクラフト紙と片艶さらしクラフト紙についても、片艶加工の有無により見た目や印刷適性に大きな違いがあるため、両者の間の需要の代替性は限定的であると考えられる。

他方、片艶さらしクラフト紙の生産にはヤンキーマシン（抄紙機的一种であり、ドライヤーパートに表面が鏡面仕上げされたヤンキードライヤーが設置されているもの。湿紙をヤンキードライヤーの表面に張り付けて乾燥させることで、片面だけ艶のついた紙になる。）が必要であるため、両更さらしクラフト紙と片艶さらしクラフト紙の間に供給の代替性はないが、両更さらしクラフト紙は、一定の設備対応を行えば、包装用紙の抄造に用いられる標準的な抄紙機において生産が可能のため、一定の品種との間で一定の供給の代替性が認められる。しかし、それらの品種間において供給者の構成が異なっていたり、供給者の市場シェアも品種ごとに相当程度異なっていたりするため、供給の代替性が認められる点のみをもって、これらの品種全体をまとめて一つの商品範囲として画定することは必ずしも適切ではない。そこで、本件では、さらし包装紙と未ざらし包装

紙の間の需要の代替性が限定的であること及び両更さらしクラフト紙と同じくさらしクラフト紙に分類される片艶さらしクラフト紙の間の需要の代替性も限定的であると考えられることを踏まえ、「両更さらしクラフト紙」を商品範囲として画定した。

なお、両更さらしクラフト紙との間で一定の供給の代替性を有する品種については、両更さらしクラフト紙に対する参入圧力として評価できるか否か検討することとする。

(2) 地理的範囲

需要者である全国の代理店や大口需要者等は、全国の製紙業者から両更さらしクラフト紙を調達しており、その輸送において地理上の制約はなく、地域によって価格が異なることもないので、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 競争状況等

ア 当事会社の地位

本件株式取得により、HHIは約3,700、当事会社の合算市場シェア・順位は約55%・第1位、HHIの増分は約1,200となり、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年における両更さらしクラフト紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1	王子グループ	約40%
2	L社	約15%
3	M社	約15%
4	中越パルプ工業グループ	約15%
5	N社	5－10%
6	O社	0－5%
7	P社	0－5%
	輸入	0－5%
合計		100%

イ 競争事業者の存在

有力な競争事業者として市場シェア10%を超えるL社及びM社が存在する。これらの競争事業者の供給余力は一定程度存在するが、前記第5の4記載の

製紙業者による一斉値上げの状況等に鑑みれば、供給余力があるとしても、当事会社が価格を引き上げたときに、競争事業者が当該供給余力を活用して競争的行動に出ることは期待できない。

(2) 輸入

当事会社は、今後、国内で生産される両更さらしクラフト紙の価格が上昇すれば、需要者は容易に輸入品に切り替えられる状況にあり、輸入圧力が十分に働いている旨主張している。

しかし、両更さらしクラフト紙の輸入割合は限定的であり、平成25年の両更さらしクラフト紙の国内市場において輸入品が占める割合は約1%と僅少である上、同年までの5年間をみても同程度であった。また、競争事業者及び流通業者に対するヒアリングにおいても、日本の需要者は高品質の製品について少量・高頻度での納入を短納期で求める傾向があるところ、輸入紙は品質、配送等の観点からこのような要請に対応できないとの意見が多く、両更さらしクラフト紙について、今後、輸入紙が大きく増加するとの意見はなかった。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 参入（他の品種からの切替えについて）

前記(1)のとおり、包装用紙の一部の品種間に一定の供給の代替性が認められることから、他の品種の包装用紙を生産している事業者は、当該品種の生産を両更さらしクラフト紙の生産に切り替えることは可能である。しかし、本件株式取得により、これらの包装用紙のうち重袋用両更クラフト紙及び特殊両更クラフト紙の取引分野の競争を実質的に制限することとなることから、両更さらしクラフト紙市場に対する参入圧力として評価することは困難である。

したがって、両更さらしクラフト紙市場に対する参入圧力は認められない。

(4) 需要者からの競争圧力

当事会社は、製紙業者間の品質差が限定的であること及び市場が縮小傾向にあること等の事情から、両更さらしクラフト紙の需要者は強い価格交渉力を有しており、需要者からの強い競争圧力が働いている旨主張している。

しかし、需要者に対するヒアリング及び書面調査において、包装用紙の場合は需要者が継続的に使用しており、他社への切替えは困難であるという意見があったほか、流通業者に対する書面調査において、両更さらしクラフト紙の需要者が強い価格交渉力を有しているとは感じられないと述べるものが目立った。

また、製紙業者は両更さらしクラフト紙を含む各種包装用紙について一斉に値

上げを公表した上で、流通業者との値上げ交渉を行い、流通業者は値上げを転嫁するために需要者と交渉を行っている。その結果、製紙業者は、値上げ幅や値上げ時期に多少の相違がみられるものの、一定程度の値上げに成功している。

以上を踏まえると、需要者からの競争圧力が十分に働いているとは認められない。

4 独占禁止法上の評価

本件株式取得により、両更さらしクラフト紙市場における競争単位が一つ減少し、当事会社の合算市場シェアが約55%となる。有力な競争事業者2社を含む競争事業者5社が存在するものの、輸入圧力や参入圧力が認められないことに加えて、需要者からの競争圧力は限定的であること、製紙業者による一斉値上げの状況が認められることなどから、本件株式取得により、当事会社の単独行動又は競争事業者との協調的行動によって、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考えられる。

第12 当事会社による問題解消措置の申出と当該措置に対する評価

1 当事会社が申し出た措置

当事会社に対し、前記第6の4、第7の4、第8の4、第9の4、第10の4及び第11の4について論点等の説明を行ったところ、当事会社は、問題解消措置として、次のような措置を講じることを申し出た。

- ① 当事会社は、前記第6から第11記載の6品種（薄葉印刷紙、アート紙、裏力一ボン原紙、重袋用両更クラフト紙、特殊両更クラフト紙及び両更さらしクラフト紙をいう。以下同じ。）の製造・販売に関し、他方当事会社から独立して事業活動を行う。当事会社間において、6品種の製造・販売に関し企業結合又は事業提携を行う場合には、実行に先立って、当委員会の了解を得る。
- ② 当事会社は、6品種の製造・販売に関する非公知の情報であって競争上有意味な情報（以下「秘密情報」という。秘密情報には、6品種の製造原価、製造量、販売価格、販売数量及び販売先が含まれるが、これらに限られない。）を他方当事会社に開示しない。
- ③ 王子グループの役員又は従業員が、中越パルプ工業グループの取締役役に就任する場合、当該取締役役の数1名とし、中越パルプ工業グループにおける役職は業務執行に携わらない社外取締役とする。
- ④ 前記②の一環として、当事会社は、兼任役員が派遣先の秘密情報を出身元に開示しない義務を負うことを確認し、当該役員に遵守させるほか、当事会社間の出向者が出向先の秘密情報を出身元に開示した場合には懲戒処分の対象になることを確認・周知する。また、王子ホールディングス及び当事会社の6品種を製造・

販売している会社の役員が秘密情報を他方当事会社に開示しない義務を負うことを確認するほか、6品種の製造・販売部門に所属する従業員（以下「担当者」という。）が秘密情報を他方当事会社の開示した場合には懲戒処分の対象となることを確認・周知する。

- ⑤ 当事会社は、就業規則を整備し、独占禁止法を遵守すべきこと及び独占禁止法に違反する行為が懲戒の対象となることを明確に規定し、王子ホールディングスの役員並びに当事会社において6品種の販売事業を行っている会社の役員及び担当者に対し、前記①から④及び自社の商品の販売活動に関する独占禁止法の遵守についての行動指針を周知徹底するとともに、6品種の製造・販売活動に関する独占禁止法の遵守について定期的な（年1回以上）研修を行う。
- ⑥ 当事会社は、毎年1回、問題解消措置の実施状況について調査し、当委員会に対し報告する。
- ⑦ 王子ホールディングス及び中越パルプ工業は、前記①から⑥について取締役会で決議し、平成27年7月1日までに当委員会に対し報告する。

2 独占禁止法上の評価

当事会社は、前記1の問題解消措置の中で、本件株式取得後、当事会社が6品種の製造・販売に関しそれぞれ独立して事業活動を行うこと、同製造・販売に関する秘密情報を共有しないこと等を当委員会に約束している。これに加え、本件株式取得により王子グループが保有することとなる中越パルプ工業グループの議決権は20%をわずかに超える程度であること、兼任役員数は1名であること等を考慮すると、今後も、6品種の製造・販売について当事会社が独立して事業活動を行う関係が維持されるものと認められる。

第13 結論

当事会社が申し出た措置等を踏まえれば、本件株式取得が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと考えられる。