

## 事例9 マックスバリュ関東㈱と㈱マルエツ及び㈱カスミによる経営統合

### 第1 本件の概要

本件は、イオン株式会社（以下「イオン」という。また、イオンを最終親会社とする企業結合集団を「イオングループ」という。）の子会社で、関東地方においてスーパーマーケット業を営むマックスバリュ関東株式会社と、関東地方においてスーパーマーケット業を営む株式会社マルエツ（以下「マルエツ」という。）及び株式会社カスミ（以下「カスミ」といい、イオングループ及びマルエツと併せて「当事会社」という。）が、共同株式移転により持株会社を設立し、当該持株会社をイオンが連結子会社とすることを計画したものである。

関係法条は独占禁止法第10条及び第15条の3である。

### 第2 本件行為により強化される結合関係

イオンはマルエツ及びカスミの議決権をそれぞれ30%強保有していることから、イオングループとマルエツ及びカスミの間には一定の結合関係が既に形成されている。本件行為により、イオンはマルエツ及びカスミの議決権を追加取得し、両社を子会社化することとなり、イオングループとマルエツ及びカスミとの結合関係が強まると認められることから、当該結合関係の強化が競争に与える影響について検討を行う。

### 第3 一定の取引分野

#### 1 役務の範囲

##### (1) スーパーマーケット

スーパーマーケットには、食料品、日用品、衣料品等の幅広い商品を取り扱う総合スーパー（以下「GMS」という。）と、食料品を中心に扱う食品スーパーとがある。GMS及び食品スーパーはいずれも、生鮮食料品を中心とした食料品の品ぞろえを充実させ、そうした食料品をまとめ買いする消費者を主たるターゲットとして事業を行っている。GMSや食品スーパーを営む事業者は、GMSはGMSとの間で、また、食品スーパーは食品スーパーとの間で専ら競争しているわけではなく、形態がGMSか食品スーパーかにかかわらず競争している実態にあると認識している。また、消費者も、食料品の購入においては、スーパーマーケットの形態を区別することなく購入店舗を選択している実態にあると認められる。

スーパーマーケットと同様の商品を取り扱う業態として、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター等があり、近年、これらの業態においても、食料品の取扱いを増やすなど、業態間の垣根は低くなってきているという実態にある。しかしながら、これらの業態では、スーパーマーケットが強みとしている生鮮食料

品等の品ぞろえは依然としてスーパーマーケットほど充実しておらず、消費者は、特に日々の食料品をまとめ買いする場合など、目的に応じてスーパーマーケットとこれらの業態とを使い分けていると認められる。

以上から、本件では、「スーパーマーケット業」を役務範囲として画定した。

## (2) 小型スーパーマーケット

近年、都市部での高齢化の進行、大規模な出店余地の減少、出店コストの抑制等の事情から、通常の店舗よりも規模の小さい（おおむね売場面積が500㎡以下）小型スーパーマーケット（以下「小型スーパー」という。）が増加している。

当事会社においても、イオングループが「まいばすけっと」、マルエツが「マルエツプチ」といった小型スーパーをそれぞれ出店している。

小型スーパーは主に都市部に出店しており、店舗の規模が限られていることから、一般的なスーパーマーケットと比べて品ぞろえや数量は限定的である。また、小型スーパーは、「少量買い」や「ついで買い」が主流の単身世帯や少人数世帯を主なターゲットとしていること等から、一般的なスーパーマーケットに比べて他業態の小売店舗との競争関係が強いと考えられる。しかしながら、小型スーパーマーケットも生鮮食料品を含めた一通りの食料品を取り扱っており、スーパーマーケットとしての機能は程度の差はあれ備えているものと認められる。

そこで、本件では、小型スーパーも「スーパーマーケット業」に含めた上、本件行為が競争に与える影響を検討するに際し、小型スーパーとスーパーマーケットの相違を判断要素の一つとして考慮することとした。

## 2 地理的範囲

スーパーマーケット業を営む事業者間の競争は店舗ごとに行われていると認められるところ、各事業者は、来店客調査等の情報から各店舗に頻繁に来店する消費者が居住している範囲を商圈として設定し、チラシ配布、競合店調査等を行う際の目安としている。この商圈の範囲は、店舗の立地状況（都市部か郊外か）や規模等によって多少の相違がある。

本件では、各店舗の立地状況や規模等に基づき、各店舗の商圈と考えられる円形の範囲（店舗により異なるが、店舗から半径500m～3kmの円の範囲）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 各地理的範囲における競争の状況

当事会社の店舗が競合する地理的範囲は約300地域ある。これらの地理的範囲について、スーパーマーケットの各店舗の市場シェアを算出すること（したがって、水

平型企業結合のセーフハーバー基準に該当するかどうか判断すること)は技術的に困難である。しかし、一般に、同一の地理的範囲内における店舗数が多いほど競争が活発であると考えられ、これらの地理的範囲のうち競争事業者の店舗数が少ない地理的範囲ほど、本件行為が競争に与える影響は大きいといえる。

当事会社の店舗が競合する地理的範囲をみると、いずれも、当事会社以外の大手スーパーマーケット事業者ないし比較的規模の大きいスーパーマーケット事業者の店舗(以下「大手競合店」という。)が複数又は1店舗は存在する。また、大手競合店が1店舗しか存在しない地理的範囲をみると、いずれも、①当該大手競合店の規模が当事会社のいずれの店舗よりも大きい、②郊外の地理的範囲であるところ、地理的隣接市場に大手競合店が複数存在する、③当事会社の一方の店舗が小型スーパーであるところ、小型スーパーと競争関係が強い他業態の小売店舗が存在する等の事情が認められる。

(注) スーパーマーケット業を営む事業者の一般的な価格設定行動をみると、都道府県の範囲又はそれを超える範囲に立地する店舗において、基本的に統一的な価格設定を行っている実態にあることから、店舗を中心とした円形の地理的範囲の競争状況のほかに、各都道府県の範囲の競争状況についても検討を行った。しかしながら、当事会社の店舗が多数を占めるなどにより当事会社の競争力が著しく高まるような都道府県は認められなかった。

## 2 参入圧力

事業者が新規にスーパーマーケット業に参入する場合の障壁について、食品衛生法(昭和22年法律第233号)に基づく食肉販売業の許可等、各種法令に基づく多くの許可等を得る必要があるが、これらの許可等の取得が制度上の参入障壁となっているとは認められない。

また、スーパーマーケット業を営む事業者が新規に出店する場合の出店障壁について、標準的な売場面積の店舗を出店する場合、投資規模は数億円程度であり、一般的に数年程度で回収できる金額であるとされており、投資規模が出店障壁となっているとは認められない。

周辺地域の生活環境を保持するため、店舗面積が1,000㎡を超える小売店舗を設置しようとする者は、あらかじめ都道府県や政令指定都市に対して大規模小売店舗立地法(平成10年法律第91号)に基づく届出が必要であるところ、多くの届出が提出されている。また、届出の対象外である店舗面積が1,000㎡以下のスーパーマーケットの新規出店も多く行われている。

特に、当事会社の出店区域が重なる関東地区においては、首都圏を円形に結ぶ首都圏中央連絡自動車道(圏央道)の東京・神奈川区間が平成26年6月に開通し、埼玉

県内及び茨城県内の未開通区間も平成27年度までに開通予定とされており、これにより交通の利便性が向上し、商品の配送時間が短縮されること等から、今後は、これまで出店できなかった地域に新規出店するスーパーマーケット事業者もあると考えられる。

以上から、いずれの地理的範囲においても、参入圧力が一定程度働いていると認められる。

### 3 隣接市場からの競争圧力

#### (1) 他業態（コンビニエンスストア等）からの競争圧力

スーパーマーケットの店舗で販売されている商品については、品ぞろえに多少の差があるものの、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター等の他業態の店舗でも販売されている。これらの他業態の店舗は、スーパーマーケットが強みとしている生鮮食料品等の品ぞろえ面でスーパーマーケットの店舗に劣るが、当事会社の店舗とこれらの他業態の店舗との間では、共通して取り扱う商品について、特売の実施等による価格競争やサービス競争が一定程度行われていると認められる。特に、前記第3の1(2)のとおり、小型スーパーは、通常のスーパーマーケットに比べて他業態の小売店舗との競争関係が強いと考えられる。

したがって、いずれの地理的範囲においても、これらの他業態からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。

#### (2) 地理的隣接市場からの競争圧力

消費者は、通常買い回る範囲を超えた地域に所在するスーパーマーケットを利用することもあるところ、前記第3の2で画定した地理的範囲に隣接する地域には、スーパーマーケット業を営む他の事業者の店舗が存在しており、当事会社の店舗とこれら隣接地域に所在する競争事業者の店舗の間でも、特売の実施等による価格競争やサービス競争が一定程度行われていると認められる。

したがって、いずれの地理的範囲においても、地理的隣接市場からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。

## 第5 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が実質的に制限されることとはならないと判断した。