

DCMホールディングス株式会社による株式会社エンチャーの株式取得

第1 当事会社

DCMホールディングス株式会社（法人番号 4010701019160）（以下「DCMホールディングス」という。）は、ホームセンター業等を営む会社を傘下に有する持株会社である。また、株式会社エンチャー（法人番号 7080101008234）（以下「エンチャー」という。）は、ホームセンター業等を営む会社である。

以下、DCMホールディングスとエンチャーを併せて「当事会社」という。また、DCM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「DCMグループ」、エンチャー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「エンチャーグループ」といい、両者を併せて「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、DCMホールディングスがエンチャーの株式に係る議決権の50%を超えて（0%→100%）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、当事会社グループの市場における地位が高く、本件行為により競争に与える影響が比較的大きいと考えられたホームセンター業及びDIY用品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 本件の経緯

当事会社は、届出前相談において、本件行為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ならないと考える旨の意見書及び資料（以下「意見書等」という。）を公正取引委員会に順次提出した。

当委員会は、意見書等の内容を精査するとともに、当事会社に対し、競争状況に関してより詳細な検討が必要な点について追加の主張の提出を促し、提出された主張等の内容を精査した。また、当委員会は、当事会社の求めに応じ、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7月31日に、当事会社から、独占禁止法の規定に基づく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1次審査を開始した。そして、当委員会は、当該計画届出書、意見書等のほか、当委員会が実施した競争者¹に対するヒアリングの結果等を踏まえて、本件行為が競

¹ ホームセンター業又はDIY用品販売業を営み、当事会社グループに属さない事業者のこと。

争に与える影響について審査を進めた。

第4 一定の取引分野

1 役務の概要

(1) ホームセンター

ホームセンターは、消費者を主要顧客として、主としてＤＩＹ用品及び園芸・エクステリア用品（以下「園芸用品」という。）を販売する小売店舗であり、併せて、家庭用品・日用品（以下「家庭用品」という。）やペット・ペット用品（以下「ペット用品」という。）、家電製品、家具・インテリア、カー用品、アウトドア・レジャー用品等を扱う店舗も多い。

ホームセンターの特徴として、主としてＤＩＹ用品や園芸用品を扱っていること、幅広いカテゴリーの商品を扱っていること、販売に当たってスペースが必要な商品（ＤＩＹ用品や園芸用品の一部）も扱っていることから店舗面積が他の業態の小売店舗と比べて広い傾向にあることなどが挙げられる。

(2) ＤＩＹ用品専門店

ＤＩＹ用品専門店は、消費者に加えて建築関連事業者や職人等の個人事業主を顧客として、工具、金物、塗料等のＤＩＹ用品に注力した店舗である。

当事会社グループを含むホームセンターの店舗を運営する事業者は、近年、こうしたＤＩＹ用品専門店の事業を拡充している。

2 役務範囲

(1) ホームセンターと他業態の小売店舗との代替性

ア 需要の代替性

前記１（１）のとおり、ホームセンターでは、主たる商品であるＤＩＹ用品及び園芸用品のほか、家庭用品、ペット用品等の幅広いカテゴリーの商品が販売されている。ホームセンターには、これらの商品を一つの店舗でまとめて購入できるという特徴があり、このような特徴は他業態の小売店舗²ではみられないものである。

ホームセンターで取り扱っている商品のうち、家庭用品等は他業態の小売店舗でも品揃えが十分であることが多いものの、ホームセンターの主たる商品であるＤＩＹ用品及び園芸用品については、他業態の小売店舗では必ずしも品揃えが十分ではない場合が多い。

また、ＤＩＹ用品専門店や園芸用品専門店のような専門店は、ＤＩＹ用品や園芸用品といった特定のカテゴリーにそれぞれ注力しており、当該カテゴリー

² 他業態の小売店舗としては、ディスカウントストア、スーパー等のほか、ホームセンターで販売されている商品のうち特定のカテゴリーの商品を主として取り扱うＤＩＹ用品専門店、園芸用品専門店等が存在する。

以外の商品は基本的に取り扱っていない、又は品揃えが十分ではない。

したがって、ＤＩＹ用品や園芸用品を中心として、ホームセンターで販売されている幅広いカテゴリーの商品を一つの店舗で購入したい消費者（需要者）にとっては、ホームセンターと、ディスカウストアやＤＩＹ用品専門店等の他業態の小売店舗との需要の代替性は限定的である。

イ 供給の代替性

ホームセンターと他業態の小売店舗では、店舗で取り扱う商品のカテゴリや必要となる専門性が異なっている。

他業態の小売店舗事業者がホームセンターの店舗を運営するに当たっては、主たる商品であるＤＩＹ用品や園芸用品の調達とともに、それらの商品を説明して接客することができる専門知識を有したスタッフが必要となる。また、店舗の面積についても、一般的に、他業態の小売店舗はホームセンターより小さいことが多い。

したがって、ホームセンターと他業態の小売店舗との供給の代替性は限定的である。

ウ 小括

以上を踏まえ、本件では、役務範囲を「ホームセンター業」と画定した。ただし、隣接他業態店舗³であっても、商圈内にあり競争関係にあると認められる店舗については、当事会社グループ店舗に対する競争圧力として考慮することとした。

(2) ＤＩＹ用品専門店とホームセンターとの代替性

ＤＩＹ用品専門店では、多様なＤＩＹ用品⁴を販売しているところ、汎用性の高いＤＩＹ用品についてはホームセンターでも販売されている。このため、ＤＩＹ用品のみを購入したい消費者にとっては、ＤＩＹ用品専門店のみならず、ホームセンターも選択肢に入り得ることとなり、両者の間に需要の代替性が認められる。

こうした利用実態を踏まえ、本件では、ＤＩＹ用品専門店及びそれと需要の代替性を有するホームセンターを包含する役務範囲として、「ＤＩＹ用品販売業」について、前記(1)の「ホームセンター業」とは別に重層的に画定することとした。

³ ＤＩＹ用品専門店、園芸用品専門店、ＤＩＹ用品及び園芸用品を一定程度取り扱うディスカウストアを指す。

⁴ 例えば、特殊な工具（精密な加工に適した工具や特定の素材に特化した工具等）や、電動工具の中でも高出力のものなども販売されている。

3 地理的範囲

(1) 事業者間の競争状況

当事会社が提出した資料によれば、当事会社グループは、ホームセンター業及びＤＩＹ用品販売業において、原則として全店共通価格を設定している。一方で、店舗を限定した販売施策として、チラシ掲載商品の値下げ販売を実施するほか、競争者グループ店舗⁵への価格調査の結果を踏まえた対抗値下げや、競争者グループ店舗の新規出店時等には対抗値下げを実施する場合もあるとのことであった。

以上のことから、ホームセンター業及びＤＩＹ用品販売業では、いずれにおいても、事業者間の競争が店舗単位でも行われているものと認められる。

(2) 地理的範囲

店舗単位での競争が行われている小売業の場合、需要者の買い回りの範囲を考慮して地理的範囲を判断するところ、本件では、ホームセンター及びＤＩＹ用品専門店の一般的な利用頻度や当事会社グループ店舗を利用する消費者の買い回りの範囲等を踏まえ、ＤＣＭグループ店舗（ホームセンター又はＤＩＹ用品専門店）を基点として、「半径５km以内」を地理的範囲（以下「商圈」という。）として画定した。ただし、商圈外にあったとしても競争関係にあると認められる競争者グループ店舗は、当事会社グループ店舗に対する競争圧力として考慮することとした。

なお、携帯電話事業者が提供する人流データ⁶を使用し、ＤＣＭグループ店舗（ホームセンター又はＤＩＹ用品専門店）を基点とし、店舗ごとに、全体の推定来店者数に占める半径５km以内の地区に居住する者の割合を計算したところ、大半の者が５km圏内からの来店者であることが確認できたため、画定した商圈については地理的範囲として妥当であるものと考えられる。

第５ 本件行為が競争に与える影響

1 企業結合類型

本件行為は、ホームセンター業及びＤＩＹ用品販売業の水平型企业結合に該当する。

2 個々の商圈についての検討

(1) ホームセンター業

ア 検討対象商圈の特定

ＤＣＭグループ店舗（ホームセンター）を基点として、前記第４の３で画

⁵ 競争者グループ（競争者及び当該競争者と既に結合関係が形成されている企業の集団）が運営する店舗のこと。

⁶ 人流データとは、携帯電話サービスの利用者のうちＧＰＳ位置情報の提供を許可した者から取得した位置情報等を基に、人々の移動や滞在状況を把握できるデータのこと。

定した地理的範囲にエンチョーグループ店舗（ホームセンター）が存在する商圏は、愛知県及び静岡県に23存在する。

また、本件行為により、DCMグループ店舗とエンチョーグループ店舗が1つの競争主体となるため、本件行為後、各商圏において、ホームセンター業における競争主体が1つずつ減少することとなる。

(7) 競争者グループが2以上存在する商圏（5商圏）

23商圏のうち5商圏は、本件行為後も競争者グループが2以上存在する商圏であるところ、商圏内の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いていると認められる。

(4) 競争者グループが1存在する又は存在しない商圏（18商圏）

他方、残りの18商圏（以下「ホームセンター18商圏」という。）は、競争者グループが1存在する商圏（9商圏）又は競争者グループが存在しない商圏（9商圏）であるところ、商圏ごとの検討結果は後記イのとおりである。

イ 商圏ごとの検討結果（ホームセンター18商圏）

ホームセンター18商圏について、商圏内又は隣接地域の競争者グループ店舗等の面積や立地、人流データに基づき推定される消費者の買い回りの範囲のデータを活用して、商圏ごとに分析を行った。

(7) 商圏内又は隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いている商圏（9商圏）

ホームセンター18商圏のうち9商圏は、以下のいずれかに該当するため、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。

- ・ 商圏内の競争者グループ店舗からの競争圧力が十分に働いている商圏（3商圏）
- ・ 商圏内又は隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いている商圏（6商圏）

(4) 商圏内の隣接他業態店舗等からの競争圧力が働いている商圏（3商圏）

ホームセンター18商圏から前記(7)に該当する9商圏を除いた9商圏については、商圏内又は隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力に加えて、商圏内の隣接他業態店舗からの競争圧力も合わせて検討したところ、このうち3商圏は、競争圧力が働いていることが確認できたため、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。

(ウ) 商圏内の競争者グループ店舗の新規出店計画が認められる商圏（3商圏）

ホームセンター18商圏から前記(ア)及び(イ)に該当する12商圏を除いた6商圏のうち3商圏は、いずれも商圏内の場所であって当事会社グループ店舗との往来に支障のない場所に競争者グループ店舗の新規出店が予定されており、かつ、当該競争者グループ店舗の開店時期は本件行為から1年以内⁷であることが確認できたため、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。

(エ) 小括

ホームセンター18商圏のうち、前記(ア)から(ウ)のいずれにも該当せず、競争圧力が認められなかった商圏は3商圏⁸である。競争圧力が認められなかったホームセンター業の3商圏（DCM21豊橋汐田橋店、DCM豊橋佐藤店及びDCM豊橋曙店のそれぞれを基点とする商圏であり、以下、これらの商圏を「豊橋3商圏」という。）については、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。

なお、下図のとおり、豊橋3商圏はいずれも互いにその商圏の一部が重複して所在しており、商圏内に存在するエンチョーグループの店舗はジャンボエンチョー豊橋神野店である。

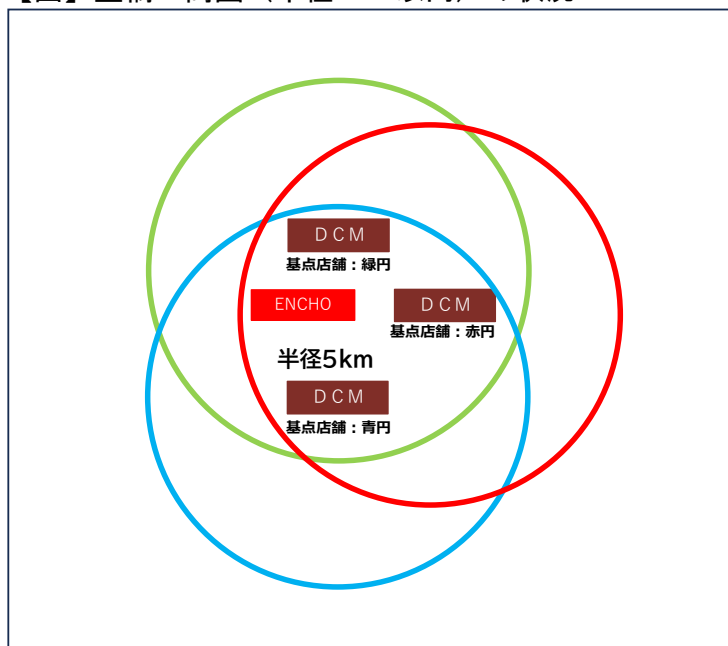
【表1】ホームセンター18商圏の検討結果

競争者グループが1存在する又は存在しない商圏	18
(ア) 商圏内又は隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いている商圏	9
(イ) 商圏内の隣接他業態店舗等からの競争圧力が働いている商圏	3
(ウ) 商圏内に競争者グループ店舗の新規出店計画が認められる商圏	3
(エ) 競争圧力が認められなかった商圏	3

⁷ 「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。）において、参入圧力が十分働いているか否かについては、参入が一定の期間に行われるか否か等を考慮するとしており、一定の期間とは、おおむね2年以内を目安とするとしている。

⁸ 当該商圏には、いずれも競争者グループ店舗は存在していない。

【図】豊橋3商圈（半径5km以内）の状況



ウ 問題解消措置

(7) 問題解消措置の概要

当事会社から、以下の問題解消措置を講じる旨の申出があった。

- a 豊橋3商圈に所在する当事会社グループの店舗のうち、エンチヨーグループのホームセンターであるジャンボエンチヨー豊橋神野店について、株式会社ホームセンターバロー（以下「ホームセンターバロー」という。）がホームセンターの店舗の営業を開始できるようにするため、土地・建物の所有者の了解を得て、エンチヨーと所有者との間で締結されている当該店舗が所在する土地・建物に関する賃借権をホームセンターバローに対して譲渡する措置（以下「本件措置」という。）を実行する⁹。
- b 当事会社は、本件措置が実行されるまでの間、ジャンボエンチヨー豊橋神野店の事業価値を毀損しないようにするための商業上合理的な努力を行う。
- c 当事会社は、豊橋3商圈に所在する当事会社グループ店舗のうち、ジャンボエンチヨー豊橋神野店については本件措置が実行されるまでの間、DCMグループのホームセンターの3店舗（DCM21 豊橋汐田橋店、DCM豊橋佐藤店及びDCM豊橋曙店を指す。以下、これらの店舗を「DCM3店舗」という。）についてはホームセンターバローが店舗の営業を開始するまでの間、各店舗において販売する商品について、競

⁹ エンチヨーとホームセンターバローとの間で締結された事業譲渡契約においては、賃借権とともに、ホームセンターバローがエンチヨーから承継する資産についても定めが置かれている。

争者グループ店舗が存在する他地域の当事会社グループのホームセンターの店舗と異なる、消費者に不当に不利な価格を設定しないものとし、月に1回、各店舗において販売する商品の価格を後記dのモニタリングトラスティに報告する。

- d 当事会社は、本件行為を実行する前に、独立した第三者であるモニタリングトラスティを選任する。モニタリングトラスティの選任に先立ち、業務委託契約書案を当委員会に提出し、その承認を得る。

当事会社は、モニタリングトラスティに本件措置の実行並びに前記b及びcの措置（以下「暫定措置」という。）の履行状況を監視させ、履行状況に係る意見を添えて当委員会に定期的に報告させる。また、当事会社は、本件措置の実行後、ホームセンターバローがモニタリングトラスティに報告した店舗の営業を開始するまでの状況について、モニタリングトラスティから当委員会に定期的に報告させる。

(イ) 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を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、本件の問題解消措置がこの要件に該当するか検討する。

a 本件措置（賃借権の譲渡）

(a) 措置の類型

本件措置は、豊橋3商圈に所在するエンチョーグループのホームセンターであるジャンボエンチョー豊橋神野店について、現在、エンチョーが土地・建物の所有者から賃貸借している土地・建物を利用して、ホームセンターバローが店舗の営業を開始できるようにするために、賃借権をエンチョーからホームセンターバローに譲渡する措置を内容とするものである。

本件措置は、土地・建物に係る賃借権の譲渡であり、土地・建物の所有権の譲渡は伴っていないが、1回の行為で完結することや、当事会社グループの事業能力を切り出し、当該能力を第三者に付け替えることにより、新規の独立した競争者を創出する効果を有することなどを踏まえると、実質的には事業譲渡や店舗譲渡に等しい構造的な措置として評価できる。

(b) 本件措置の相当性

豊橋3商圈はいずれも豊橋地域に所在し、互いに重複又は隣接しており、商圈内に存在するホームセンター業を営むエンチョーグループの店舗はジャンボエンチョー豊橋神野店であることから、DCMグループの店舗を基点店舗として考えた場合、ジャンボエンチョー豊橋神野店との競争（ホームセンター業における競争圧力）が本件行為によって「失われる競争」に相当する。

本件措置が実行された場合、ホームセンターバローがジャンボエンチョー豊橋神野店の土地・建物を利用し、豊橋3商圈における新規の独立した競争者として店舗の営業を開始することとなるため、ホームセンター業について新規の独立した競争者を創出し、本件行為によって失われる競争を回復する効果を有するものであると認められる。

(c) 本件措置の実行時期

当事会社は、問題解消措置に係る上申書において、本件措置を令和7年11月1日に実行予定と定めており、問題解消措置を講じる期限が適切かつ明確に定められていると認められる。

さらに、ホームセンターバローが店舗の営業を開始する時期についても本件行為の実行から半年程度と定められており、本件措置の実行後合理的期間内にホームセンターバローによる店舗の営業が開始される予定となっている。

(d) 本件措置の相手方

本件措置に基づき、ジャンボエンチョー豊橋神野店の後に出店することとなるホームセンターバローは、愛知県や岐阜県を中心として「ホームセンターバロー」の屋号で店舗を運営しているところ、同社の親会社である株式会社バローホールディングスは、「ホームセンターバロー」を含めて全国でホームセンターの店舗を運営している。

また、ホームセンターバローは、当事会社グループとは資本関係等を有していないため、当事会社グループからの独立性が確保されるとともに、同社は、ホームセンター業を営む意思及び事業能力を有する者であると評価できる。

(e) 本件措置の実行までに必要となる手当（暫定措置）

本件措置の実行前に本件行為が実行されることを踏まえると、本件措置が実行されるまでの間に競争上の弊害が生じないようにするための手当や、対象となる店舗の事業価値が毀損されないようにするための手当を講じる必要がある。

この点について、当事会社グループは、ジャンボエンチョー豊橋神

野店については、本件措置が実行されるまでの間、当該店舗の事業価値を毀損しないようにするための商業上合理的な努力を行うとともに、競争者グループ店舗が存在する他地域の当事会社グループのホームセンターの店舗と異なる、消費者に不当に不利な価格を設定しないこととしている。

また、当事会社グループは、DCM3店舗について、ホームセンターバローが店舗の営業を開始するまでの間、競争者グループ店舗が存在する他地域の当事会社グループのホームセンターの店舗と異なる、消費者に不当に不利な価格を設定しないこととしている。

以上のとおり、本件措置の実行までに必要な手当てとなる暫定措置として、本件行為が実行された後、新規の独立した競争者が創出されるまでの間に競争上の弊害が生じないようにするための措置や、新規の独立した競争者が創出された後に速やかに競争圧力として働くようにするための措置が講じられていると評価できる。

(f) 小括

以上を踏まえると、当事会社から申出のあった本件措置及び暫定措置は、「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」と認められる。

b 問題解消措置の履行の確保（モニタリングトラスティ）

前記(ア) dのとおり、当事会社は、本件行為を実行する前に、独立した第三者であるモニタリングトラスティを選任し、本件措置が実行されるまでの間、モニタリングトラスティに、本件措置の実行及び前記(イ) a(e)の暫定措置の履行状況を監視させ、当委員会に対して当該履行状況に係る意見を添えて定期的に報告させることとしている。また、ホームセンターバローが店舗の営業を開始するまでの間、DCM3店舗に係る暫定措置の履行状況についても監視させ、当委員会に対して当該履行状況に係る意見を添えて定期的に報告させることとしている。

加えて、当事会社は、本件措置の実行後、ホームセンターバローがモニタリングトラスティに報告した、店舗の営業を開始するまでの状況についても、モニタリングトラスティから当委員会に定期的に報告させることとしている。

モニタリングトラスティによる監視や当委員会への意見・報告により、当委員会は、当事会社グループが本件措置及び暫定措置を適切に実行しているかどうかを監視することができるほか、レメディ・テイクアであるホームセンターバローが賃借権の譲渡を受けた後、合理的期間内に店舗

の営業を開始することについても確認することができるようになる。また、必要に応じ、当事会社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。

当事会社は、モニタリングトラスティの選任に先立ち、業務委託に係る契約書案を当委員会に提出し、その承認を得ることとしている。これに基づき、当事会社は、モニタリングトラスティとして、当事会社グループの代理人が所属する弁護士事務所以外の法律事務所に所属する弁護士に業務委託を行う旨を申し出ている。この点、当事会社グループとの間で取引関係や役員兼任関係、報酬体系の面で、利益相反や独立性の問題が生じるような事情がないことを当委員会が事前に確認できるものとなっている¹⁰。

以上を踏まえると、当事会社グループから申出のあったモニタリングトラスティに係る対応は、当事会社グループによる本件措置及び暫定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。

(2) D I Y用品販売業

ア 検討対象商圏の特定

前記(1)で検討したホームセンター23商圏を除き、DCMグループのD I Y用品を販売する店舗(D I Y用品専門店又はホームセンター)を基点として、前記第4の3で画定した地理的範囲にエンチャグループのD I Y用品を販売する店舗(D I Y用品専門店又はホームセンター)が存在する商圏¹¹は愛知県及び静岡県に18存在する。

また、本件行為により、DCMグループ店舗とエンチャグループ店舗が1つの競争主体となるため、本件行為後、各商圏において、D I Y用品販売業における競争主体が1つずつ減少することとなる。

(7) 競争者グループが2以上存在する商圏(16商圏)

18商圏のうち16商圏は、本件行為後も競争者グループが2以上存在する商圏であるところ、商圏内の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いていると認められる。

(イ) 競争者グループが1存在する又は存在しない商圏(2商圏)

他方、残りの2商圏(以下「D I Y 2商圏」という。)は、競争者グループが1存在する商圏(1商圏)又は競争者グループが存在しない商圏(1商圏)であるところ、商圏ごとの検討結果は後記イのとおりである。

¹⁰ 当事会社から三浦法律事務所所属の弁護士に業務委託を行う旨の申出があり、当委員会はそれを承認している。

¹¹ 本商圏には、少なくとも、DCMグループのD I Y用品専門店又はエンチャグループのD I Y用品専門店のいずれか一方が存在している。

イ 商圏ごとの検討結果（ＤＩＹ２商圏）

ＤＩＹ２商圏について、隣接地域の競争者グループ店舗の面積や立地、人流データに基づき推定される消費者の買い回りの範囲のデータを活用して、商圏ごとに分析を行った。

(7) 隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いている商圏（１商圏）

ＤＩＹ２商圏のうち１商圏は、隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いている商圏であることが認められたため、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。

(4) 商圏内の競争者グループ店舗の新規出店計画が認められる商圏（１商圏）

ＤＩＹ２商圏から前記(7)に該当する１商圏を除いた１商圏は、商圏内であって当事会社グループ店舗との往来に支障のない場所に、競争者グループ店舗の新規出店が予定されており、かつ、当該競争者グループ店舗の開店時期は本件行為から１年以内であることが確認できたため、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。

【表２】ＤＩＹ２商圏の検討結果

競争者グループが１存在する又は存在しない商圏	2
(7) 隣接地域の競争者グループ店舗からの競争圧力が働いている商圏	1
(4) 商圏内に競争者グループ店舗の新規出店計画が認められる商圏	1

第６ 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るとはいえないと判断した。

以上