

# 王子ホールディングス株式会社による三菱製紙株式会社の株式取得に関する審査結果について

平成30年12月25日  
公正取引委員会

公正取引委員会は、王子ホールディングス株式会社（法人番号5010001034743）（以下「王子ホールディングス」という。）による三菱製紙株式会社（法人番号8010001008769）（以下「三菱製紙」といい、王子ホールディングスと三菱製紙を併せて「当事会社」という。）の株式取得について、王子ホールディングスから独占禁止法の規定に基づく株式取得に関する計画届出書の提出を受け、審査を行った結果、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認められたので、王子ホールディングスに対し、排除措置命令を行わない旨の通知を行い、本件審査を終了した。

## 第1 本件の概要

本件は、王子ホールディングスが、三菱製紙の株式に係る議決権の33%を取得すること（以下「本件行為」という。）を計画しているものである。

## 第2 本件の経緯

平成30年 7月13日 株式取得に関する計画の届出の受理（第1次審査の開始）

8月10日 報告等の要請（第2次審査の開始）

12月 6日 全ての報告等の受理

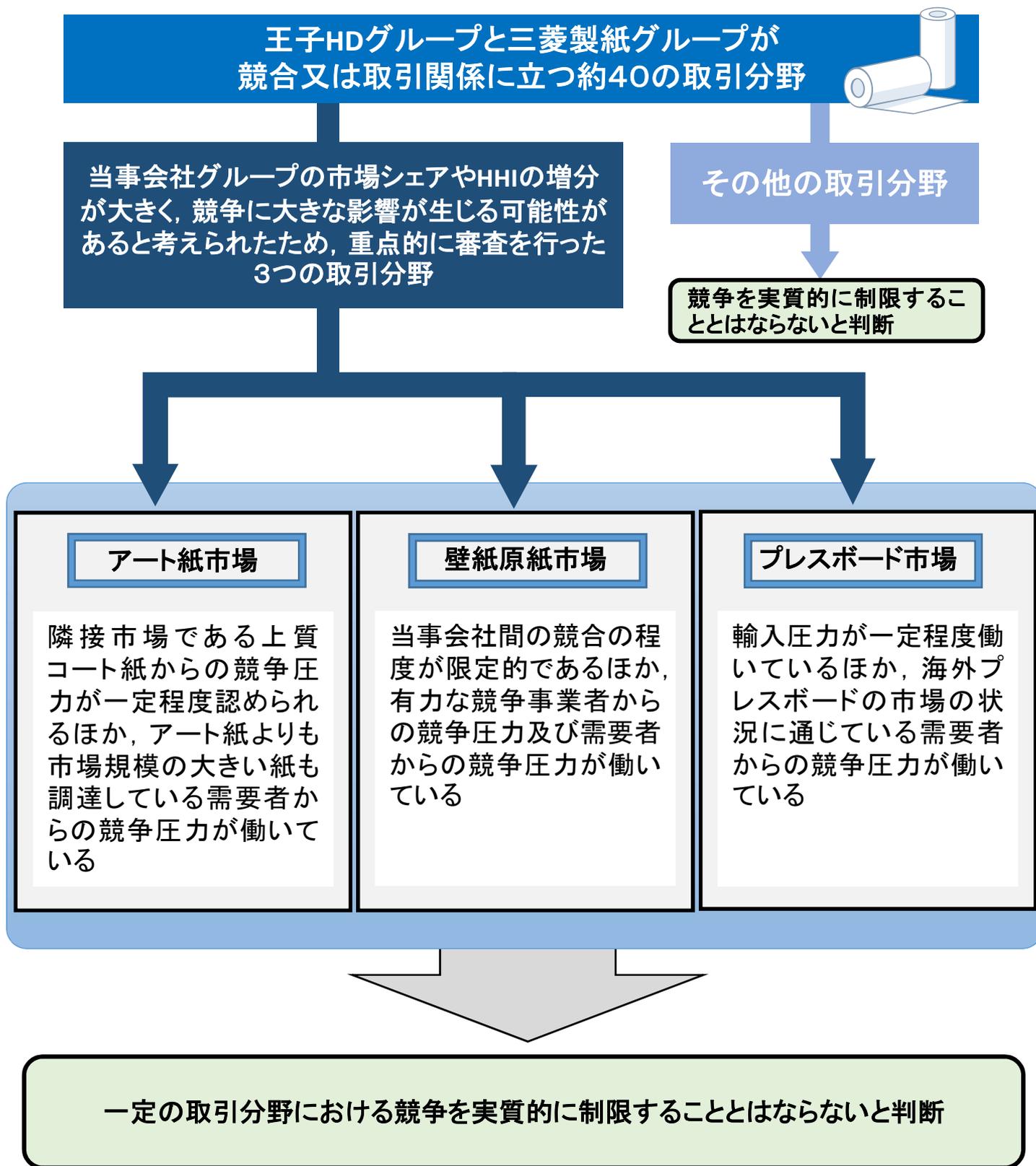
（意見聴取の通知期限：平成31年3月7日）

平成30年12月25日 排除措置命令を行わない旨の通知

## 第3 結論

公正取引委員会は、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はならないと判断した（審査結果の詳細は別紙参照）。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局企業結合課  
電話 03-3581-3719（直通）  
ホームページ <https://www.jftc.go.jp/>



## 王子ホールディングス株式会社による三菱製紙株式会社の株式取得に関する審査結果について

### 第1 当事会社

王子ホールディングス株式会社（以下「王子HD」という。）は、傘下に紙・板紙を製造販売する会社を有する持株会社である（以下、王子HDと既に結合関係が形成されている企業の集団を「王子HDグループ」という。）。

三菱製紙株式会社（以下「三菱製紙」といい、同社と既に結合関係が形成されている企業の集団を「三菱製紙グループ」という。）は、紙・板紙を製造販売する会社である。

以下、王子HD及び三菱製紙を併せて「当事会社」といい、王子HDグループ及び三菱製紙グループを併せて「当事会社グループ」という。

### 第2 本件の概要及び関係法条

本件は、王子HDが三菱製紙の株式に係る議決権の33%を取得すること（以下「本件行為」という。）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 本件審査の経緯等

#### 1 本件審査の経緯

当事会社は、平成30年5月以降、本件行為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7月13日に、王子HD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8月10日に王子HD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ち論点等の説明及び議論を行った。また、王子HD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、本件行為が競争に与える影響について審査を進めた。

なお、王子HDに対する報告等の要請については、同年12月6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

公正取引委員会は、当事会社グループが競合又は取引関係に立つ約40の取引分野について審査を行い、本件行為の結果、競争に大きな影響が生じる可能性があると考えられたアート紙、壁紙原紙及びプレスボードの各取引分野については、需要者等に対するヒアリングを行うなどして重点的に審査を行った。

アート紙、壁紙原紙及びプレスボードの各取引分野については、後記第5ないし第7に詳述のとおり、当事会社グループの市場シェアやHHI<sup>1</sup>の増分が大きいといった事情があるものの、隣接市場からの競争圧力や輸入圧力が認められる等の事情があることから、いずれも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。

また、その他の各取引分野についても、競争事業者からの競争圧力が認められる等の事情があることから、いずれも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。

## 第4 製紙業界の概観

### 1 市場動向

平成29年の国内出荷金額は、紙が約1兆7200億円、板紙が約7400億円である。

板紙については、景気回復傾向と通販向け用途の段ボール需要の拡大等を背景に市場が拡大している一方、紙については、情報媒体のデジタル化や少子高齢化等の影響を受けて新聞用紙及び印刷・情報用紙<sup>2</sup>の需要が減少していることを背景に、内需の減少傾向が継続している。このうち、印刷・情報用紙の需要は毎年3%程度の割合で減少が続いており、将来的にも需要の減少は免れないものと考えられる。

当事会社グループは、共に紙・板紙を製造販売しているが、王子HDグループは紙と板紙の両方を幅広く取り扱っているのに対し、三菱製紙グループは紙、中でも印刷・情報用紙が主力生産・販売品種となっている。このため、当事会社グループの間には印刷・情報用紙を中心に競合関係が認められる。

### 2 主要な製紙メーカーの供給余力

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抄紙機である。通常は一台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。

平成29年の製紙業界全体における生産設備の稼働率をみると、板紙について

<sup>1</sup> ハーフィンダール・ハーシュマン指数（市場の集中度を表す指標で、一定の取引分野における各事業者の市場シェアの二乗の総和によって算出される。）

<sup>2</sup> 書籍や雑誌、カタログ、チラシなどの印刷物に用いられる紙（印刷用紙）や、PPC用紙やフォーム用紙など情報システムで用いられる紙（情報用紙）の総称。後記第5で検討するアート紙や上質コート紙もこれに含まれる。

は90%を超える水準となっているが、紙については、能力削減が進む中であっても80%台半ばにとどまっている。

また、装置産業である製紙産業においては、生産設備の稼働率を上げ、製造原価に占める固定費負担を軽減できるか否かが営業利益率を大きく左右する。このため、製紙メーカーにおいて、印刷・情報用紙を中心に、生産した紙を輸出に振り向けることにより稼働率の維持を図っている状況が見受けられ、価格状況いかなるかは、輸出分を国内出荷に振り向けることが可能である。

加えて、印刷・情報用紙を中心に、今後も紙の国内需要量の減少が続くことが予想されている。

以上の事情に鑑みると、少なくとも、印刷・情報用紙については、製紙メーカー各社は国内市場向けに高い供給余力を有していると認められる。

### 3 商流

一般的に、紙・板紙は、流通業者である代理店や卸商を通じて販売される。

このうち「代理店」は、紙・板紙の卸売販売を専門に行う流通業者であって、主に大口の需要者や、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メーカーの紙・板紙を取り扱っている。

他方、「卸商」は、主に中小需要者向けに紙・板紙の卸売販売を専門に行う流通業者であり、製紙メーカーから紙・板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販売する。卸商も通常複数の製紙メーカーの紙・板紙を取り扱っており、また、複数の代理店と取引するのが一般的である。

### 4 価格動向

製紙メーカーの値上げ公表は、大手製紙メーカー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である。

ただし、製紙メーカー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、卸商や需要者との価格交渉を踏まえた代理店との交渉の結果、値上げ幅は公表内容よりも縮減され、値上げ時期も数か月単位で後ろ倒しとなることが多い。

また、印刷・情報用紙については、一旦値上げが実現しても、前記1で述べたような市場環境にあることを背景に、需要者との取引を巡って流通業者の間で活発な競争が行われており、結果的に、製紙メーカーからの出荷価格を含め、価格が下げ戻している状況が見受けられる。

## 第5 アート紙

### 1 商品の概要

アート紙とは、印刷の発色を良くするために、紙の表面に塗料を塗布した紙（以下「塗工紙」という。）の一種であって、化学パルプを100%使用する上質紙を原紙として使用し、表面に1㎡当たり両面で50g程度の塗料を塗布したもの

である。

塗工紙の中で塗料の塗布量が最も多いため、印刷再現性（印刷出力されたものが、現物の色や質感を正確に表現している程度）が高い。また、平滑度が高いため光沢度が高く、美しい印刷の仕上がりが得られるとともに、つや感が高級感のある印象を与えるとして、高級美術書、高価格品のカタログ、高価格帯の雑誌の表紙等に使用される。

また、アート紙は、上記で述べた印刷仕上がりの美しさ等のほか、他の品種の紙に比べてしなやかさ等の特性を有することから、飲料・調味料等の瓶容器のラベルやカップ容器の蓋材にも使用されている。

## 2 一定の取引分野

### (1) 商品範囲

塗工紙には、アート紙のほか、上質コート紙、中質コート紙、軽量コート紙及び微塗工印刷用紙と呼ばれる、使用する原紙や塗料の塗布量が異なる各種の紙がある。

このうち、上質コート紙は、アート紙に次いで塗料の塗布量が多く、雑誌の表紙、ポスター、カタログ、パンフレット等に使用されており、アート紙と用途が重複する部分もある。また、出版不況に伴う印刷製本費の削減や、企業における広告宣伝費の圧縮等の要請から、従来、アート紙を使用していた需要者が、アート紙よりも価格が安い上質コート紙に切り替えた事例もある。

一方、より高い印刷再現性が求められる印刷物にはアート紙が用いられており、また、アート紙と上質コート紙の価格差が小さくないにもかかわらず、アート紙を購入している需要者が存在することからすれば、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認められる。

また、アート紙を含む各種塗工紙は、塗工紙向けの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可能であるが、品質要求の高い需要者に対応した営業体制や他の印刷・情報用紙に比べて小口の取引に対応する供給体制を整える必要があり、アート紙の出荷数量が塗工紙全体の約1%にとどまることを踏まえると、現にアート紙を生産していない製紙メーカーがそのような体制を整えることは困難である。以上により、供給の代替性も限定的である。

さらに、経済分析の結果をみても、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い。

したがって、「アート紙」を商品範囲として画定した。

### (2) 地理的範囲

需要者は、製紙メーカーの製造拠点や販売拠点の所在地がいずれにあっても輸送上の問題を生ずることなくアート紙を調達することができ、地域によって

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、「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) 当事会社グループの地位及び競争事業者の状況

平成29年におけるアート紙の国内市場の状況は以下のとおりであり、本件行為後の当事会社グループの市場シェアは約90%（第1位）、HHIは約7,800、HHIの増分は約2,500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。

競争事業者は、市場シェアが約5%の事業者が2社存在するのみである。

#### 【平成29年におけるアート紙の市場シェア】

順位	会社名 <sup>3</sup>	市場シェア <sup>4</sup>
1位	王子HDグループ	約70%
2位	三菱製紙グループ	約15%
3位	A社	約5%
4位	B社	0-5%
	合計	100%

#### (2) 輸入

アート紙は高級美術書等に使用されるため、需要者の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。仮に今後当事会社グループ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認められない。

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

アート紙と、塗工紙のうちアート紙に次いで塗料の塗布量が多い上質コート紙の間では用途が重複する部分があり、前記2(1)のとおり、需要者がアート紙から上質コート紙の使用へ切り替えた事例も見受けられる。

加えて、印刷・情報用紙の主力品種である上質コート紙においては、大手製紙メーカー間で活発な競争が行われている上、前記第4の1で述べたように情報媒体のデジタル化等により、生産能力の削減を上回る需要の減少が見込まれていることから、製紙メーカー各社の供給余力は十分に存在し、上質コート紙における活発な競争は今後も継続すると認められる。

したがって、隣接市場である上質コート紙の市場からの競争圧力が一定程度

<sup>3</sup> 競争事業者については、匿名とするため、任意のアルファベットを用いている。以下同じ。

<sup>4</sup> 67.5%以上72.5%未満を「約70%」とするなど、5%単位で記載している。以下同じ。

働いていると認められる。

#### (4) 需要者からの競争圧力

アート紙の主要な需要者である出版社や印刷会社においては、アート紙の調達額よりも上質コート紙など他品種の紙の調達額の方が圧倒的に大きい。このため、アート紙を値上げすることにより、需要者が他の印刷用紙を含めた調達先の全面的な見直しを行った場合には、製紙メーカーが受ける影響が大きいことから、需要者は価格交渉力を有しており、製紙メーカーがアート紙の価格を引き上げることが困難であるため、需要者からの競争圧力が認められる。

また、従前に比べ、雑誌などの定期刊行物にアート紙が使われるケースは大幅に少なくなっており、現状、アート紙が使われるのは、単発で発行される出版物や、カタログ、パンフレット等の商業印刷物が中心となっている。これらの印刷物向けのアート紙の取引は、印刷物の企画の都度行われるが、引き合いを受けた取引が「上質コート紙等を代替的に使用可能」か、「アート紙のみしか選択肢にない」かを、アート紙を販売する側が把握することは困難であるため、「アート紙のみしか選択肢にない」需要者との取引を特定して価格を引き上げることが困難である。

#### (5) 小括

以上のとおり、隣接市場である上質コート紙の市場からの競争圧力が一定程度認められるほか、アート紙よりも市場規模の大きいアート紙以外の紙も調達している需要者からの競争圧力が働いていることから、本件行為により、当事会社グループが、単独行動又は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はならないと認められる。

## 第6 壁紙原紙

### 1 商品の概要

壁紙原紙とは、装飾性のある化粧層（壁紙表面）の裏側に張られ（裏打ち）、建築物に用いられる壁紙のベースとなる紙である。

壁紙原紙には、壁に密着して化粧層を支えるための強度や、湿度・温度の変化で壁紙にしわやたるみ等が発生するのを抑えるための寸法安定性、壁に接着するための糊の浸透性、壁紙を剥がすための紙層間の剥離性などが求められる。

### 2 一定の取引分野

#### (1) 商品範囲

壁紙原紙には、前記1に記載のとおり、通常の紙にはない特性が求められるため、壁紙原紙と他の品種の紙との間に需要の代替性は認められない。

また、壁紙原紙は、印刷・情報用紙等の抄造に用いられる標準的な抄紙機に

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であるが、前記1で述べた壁紙原紙に求められる特性を持つ紙を製造するには一定の技術やノウハウ等が必要であることから、印刷・情報用紙等から壁紙原紙に容易に製造・販売を転換できるとは認められないため、壁紙原紙と他の品種の紙との間に供給の代替性も認められない。

したがって、「壁紙原紙」を商品範囲として画定した。

## (2) 地理的範囲

需要者は、製紙メーカーの製造拠点や販売拠点の所在地がいずれにあっても輸送上の問題を生ずることなく壁紙原紙を調達することができ、地域によって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、「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) 当事会社グループの地位及び競争事業者の状況

平成29年における壁紙原紙の国内市場の状況は以下のとおりであり、本件行為後の当事会社グループの市場シェアは約65%（第1位）、HHIは約5,300、HHIの増分は約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。

#### 【平成29年における壁紙原紙の市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1位	王子HDグループ	約45%
2位	C社	約30%
3位	三菱製紙グループ	約20%
	その他	0-5%
	合計	100%

### ア 壁紙原紙の競争事業者間の競合状況

市場シェア約30%を有し、供給余力のある有力な競争事業者としてC社が存在しており、競争事業者からの競争圧力が働いていると認められる。

加えて、王子HDグループ及びC社はロットの大きな取引を中心に扱っているのに対し、三菱製紙グループはロットの小さい取引が中心であり、当事会社グループ間の競合の程度は限定的である。

### イ 壁紙原紙の生産状況

壁紙原紙はそれ以外の紙と併抄されているが、壁紙原紙を抄造する抄紙機の生産量全体に対する壁紙原紙の生産量の割合は高い。

このため、製造コストの引上げにつながる設備稼働率の低下を回避するた

めには壁紙原紙の生産量を確保する必要があり、さらに、壁紙原紙の生産量が増加して設備稼働率が上がれば利益率を高めることが可能となることから、製紙メーカーにはできるだけ多くの量を販売するインセンティブが働いている状況にある。

## (2) 輸入

海外では、壁紙原紙として用いるために前記1で述べたような特性を付与した紙は生産されておらず、輸入圧力は認められない。

## (3) 参入

壁紙原紙は、印刷・情報用紙等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することが可能であるが、壁紙原紙を製造するには一定の技術やノウハウ等が必要である上、中長期的には国内の壁紙市場の拡大は期待できないことを踏まえると、積極的に壁紙原紙の生産に切り替えるインセンティブは低いと認められる。

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

消費者が自身で壁紙の張り替えを行うことも多い海外では、寸法安定性が高いために張りやすく、また、剥がしやすい、不織布（フリース）を裏打ちに使用した壁紙（フリース壁紙）が普及しているが、壁紙の張り替えは専門の施工業者が行うことが一般的な日本では、フリース壁紙の特徴である張りやすさや剥がしやすさがメリットとして認知されにくい上、フリースは壁紙原紙に比べて価格が高いため、フリース壁紙はほとんど普及していない。このため、壁紙メーカーが、壁紙原紙に代えてフリースを代替的に使用することはない。

したがって、隣接市場からの競争圧力は認められない。

## (5) 需要者からの競争圧力

壁紙原紙の需要者である壁紙メーカーが製造した壁紙の多くは、「ブランドメーカー」と呼ばれる壁紙の販売業者のブランドの下で販売される。ブランドメーカーの数は少なく、かつ、上位のブランドメーカー3社の販売額が壁紙の国内販売額全体の大部分を占めているため、壁紙メーカーは、ブランドメーカーとの取引を巡って活発な価格競争を行っている。壁紙メーカーは、自社の壁紙の価格競争力をつけるために、壁紙の主要な原材料である壁紙原紙をできるだけ低い価格で調達しようと、より安い価格を提示した製紙メーカーからの調達割合を大幅に引き上げたり、調達割合の引上げと引換えに金銭の支払を求めたりするなどして、製紙メーカーと価格交渉を行っており、販売量を確保して製造コストを引き下げたい製紙メーカー側は、これに応じざるを得ない状況に

ある。

したがって、製紙メーカーに対して、壁紙メーカーからの競争圧力が働いていると認められる。

#### (6) 小括

以上のとおり、王子HDグループと三菱製紙グループの間の競合の程度が限定的であること、有力な競争事業者からの競争圧力が認められること、需要者からの競争圧力が働いていることから、本件行為により、当事会社グループが、単独行動によって、壁紙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はならないと認められる。

また、王子HDグループと三菱製紙グループの間の競合の程度が限定的であり本件行為の前後で競争状況が大きく変化するものではないことに加え、供給余力のある有力な競争事業者が存在していることや、製造コストの引下げにつながる設備稼働率を維持するために、製紙メーカーにはなるべく多くの量を販売するインセンティブがあり、需要者からの競争圧力も働いていることから、本件行為により、当事会社グループと競争事業者との協調的行動によって、壁紙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はならないと認められる。

## 第7 プレスボード

### 1 商品の概要

プレスボードは、パルプを積層抄紙して製造した厚紙をプレス・乾燥して製造した厚物の電気絶縁紙である。

電気絶縁性や強度、耐久性に優れ、絶縁媒体に絶縁油を用いる油入変圧器内部において、鉄心やコイルを支え、絶縁油を循環させるための通路を形成する目的で使用される。

### 2 一定の取引分野

#### (1) 商品範囲

電気絶縁性及び強度や耐久性が必要とされるため、プレスボード以外の紙製品を代替的に使用することはできない。

同様の機能を有するものとして、ガス変圧器に用いる絶縁媒体としてアラミド繊維を主原料とする耐熱プレスボードが存在するが、耐熱プレスボードはプレスボードに比べて高額であるため、プレスボードに代えて耐熱プレスボードが使用されることはない。

したがって、プレスボードと、他の紙製品や耐熱プレスボードとの間に需要の代替性は認められない。

また、プレスボードの製造には専用の設備が必要であり、プレスボードの製

造設備を持たない製紙メーカーが製造するには多大な追加的費用を要するため、他の紙からプレスボードに容易に製造・販売を転換できるとは認められず、プレスボードと他の品種の紙との間に供給の代替性も認められない。

したがって、「プレスボード」を商品範囲として画定した。

## (2) 地理的範囲

需要者は、製紙メーカーの製造拠点や販売拠点の所在地がいずれにあっても輸送上の問題を生ずることなくプレスボードを調達することができ、地域によって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、「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) 当事会社グループの地位及び競争事業者の状況

平成29年におけるプレスボードの国内市場の状況は以下のとおりであり、本件行為後の当事会社グループの市場シェアは約95%（第1位）、HHIは約9,100、HHIの増分は約3,900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。

また、当事会社グループと競合関係にある事業者は、国内には存在しない。

#### 【平成29年におけるプレスボードの市場シェア】

順位	会社名	市場シェア
1位	三菱製紙グループ	約65%
2位	王子HDグループ	約30%
	輸入	0-5%
	合計	100%

### (2) 輸入

国内のプレスボード需要量全体に占める輸入プレスボードの調達割合は5%程度にとどまっている。

しかしながら、変圧器の用途は、工場やビルなどの受電設備やメガソーラーの昇圧変圧器などの産業用と、電力会社が設置する発電所や変電所、送電設備に設置される電力用に大別されるところ、変圧器メーカーによれば、産業用変圧器の需要者には輸入プレスボードを使用することへの抵抗感はないとのことである。電力用変圧器についても、需要者である電力会社は、変圧器メーカーが輸入プレスボードを使用することは妨げないと述べている上、現に、電力会社向けに納入されている変圧器に輸入プレスボードが採用されている例もあり、変圧器メーカーが国産品に替えて輸入プレスボードを採用することは可能な環境にある。また、輸入には輸送コストがかかるため、輸入プレスボード

を使用することで価格面でのメリットを得るには、まとまったロットで輸入する必要があるが、変圧器に使用されているプレスボードの板厚の種類を集約し、1品種当たりの使用量を増やして輸入を行っている変圧器メーカーの例がある。さらに、輸入されたプレスボードの全量を一旦引き取り、自らが在庫管理して小ロットで変圧器メーカーに供給している貿易商社も存在しており、輸入の際の発注ロットの大きさは輸入障壁とはならない。

したがって、輸入圧力が一定程度働いていると認められる。

### (3) 参入

国内の電源インフラの整備は一巡し、今後の変圧器需要は、過去に整備した変圧器の更新需要に限られ、プレスボードについても市場拡大が期待できない状況であり、参入圧力は認められない。

### (4) 需要者からの競争圧力

プレスボードの需要者である国内の変圧器メーカーは、国内電力会社向けのみならず、海外電力会社向けの変圧器も国内外で製造しており、当事会社グループから価格改定の申入れがあった際には、海外の変圧器市場での受注確保のため、海外でのプレスボードの価格を引き合いに海外向けの変圧器に使用するプレスボードの価格交渉を行っており、国内向けの変圧器に使用されるプレスボードの価格交渉では、そのようにして決まった海外向けの変圧器に使用するプレスボードの価格を引き合いに価格交渉を行っている。

このように、需要者は海外のプレスボードの価格を基に国内で製造されるプレスボードの価格交渉を行っており、価格交渉力を有していると認められ、需要者からの競争圧力が働いていると認められる。

### (5) 小括

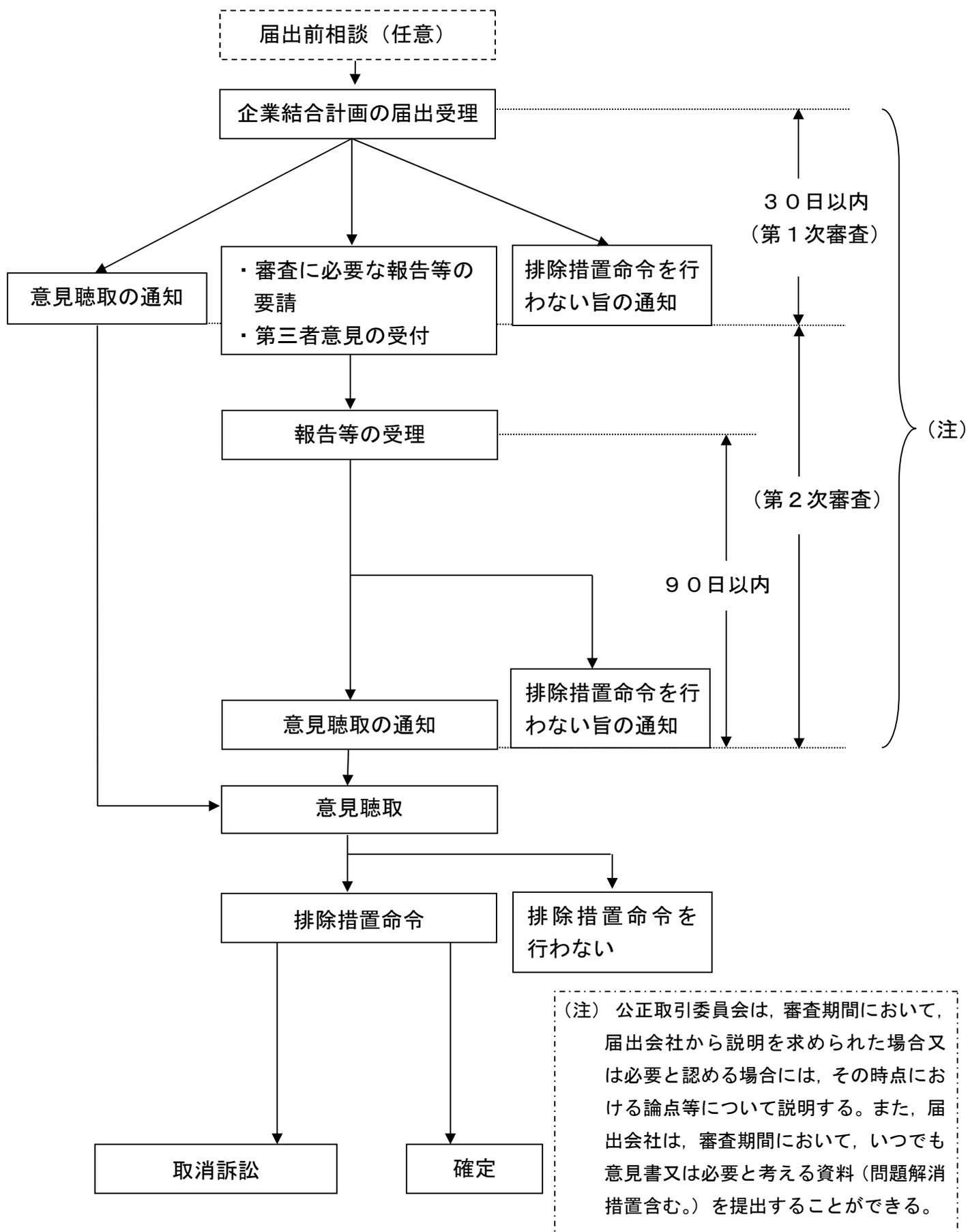
以上のとおり、輸入圧力が一定程度働いていること、海外のプレスボードの市場の状況に通じている需要者からの競争圧力が働いていることから、本件行為により、当事会社グループが、単独行動によって、プレスボードの取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと認められる。

## 第8 結論

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はならないと判断した。

以上

(参考1) 企業結合審査の手續に関するフローチャート



(参考2) <企業結合審査のフローチャート>

企業結合審査の対象となるか否かの判断

株式保有、役員の兼任、合併、分割、共同株式移転、事業譲受け等の行為類型ごとに検討

例：企業結合集団に属する会社等が保有する株式に係る議決権を合計した割合が50%超 又は20%超かつ同割合の順位が単独第1位  
兼任役員が双方に代表権を有する 等

例：議決権保有比率が10%以下 かつ役員兼任なし  
同一の企業結合集団に属する会社の合併、事業譲受け 等

対象となる

対象とならない

一定の取引分野の画定

当事会社グループが行っている事業全てについて、取引対象商品の範囲、地理的範囲等をそれぞれ画定する。一定の取引分野の画定に当たっては、基本的には、需要者にとっての代替性の観点から、また、必要に応じて供給者にとっての代替性の観点からも判断することとなる。

画定された一定の取引分野ごとに競争を実質的に制限することとなるか否かを判断

該当しない 【水平型】①HHI 1,500 以下 ②HHI 1,500 超 2,500 以下かつHHI 増分 250 以下 又は ③HHI 2,500 超かつHHI 増分 150 以下 該当する  
該当しない 【垂直・混合型】①市場シェア 10%以下 又は ②HHI 2,500 以下かつ市場シェア 25%以下 該当する

2つの観点から検討

単独行動による競争の実質的制限についての検討

【当事会社グループの地位及び競争者の状況】  
・市場シェア及びその順位  
・当事会社間の従来競争の状況等  
・競争者の市場シェアとの格差  
・競争者の供給余力及び差別化の程度  
【輸入】  
制度上の障壁の程度、輸入に係る輸送費用の程度や流通上の問題、輸入品との代替性の程度、海外の供給可能性の程度  
【参入】  
制度上・実態面での参入障壁の程度、参入者の商品との代替性の程度、参入可能性の程度  
【その他】  
・隣接市場からの競争圧力・需要者からの競争圧力  
・総合的な事業能力 ・効率性 ・経営状況 等

協調的行動による競争の実質的制限についての検討

【当事会社グループの地位及び競争者の状況】  
・競争者の数等  
・当事会社間の従来競争の状況等  
・競争者の供給余力  
【取引の実態等】  
取引条件、需要動向、技術革新の動向、過去の競争の状況 等  
【その他】  
・輸入、参入、隣接市場、需要者からの競争圧力  
・効率性及び当事会社グループの経営状況 等

各要素を総合勘案

各要素を総合勘案

問題あり

問題あり

問題なし

問題なし

単独・協調とも問題がない場合に限る。

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の判断

問題解消措置

排除措置の対象

直ちに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の判断