

「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」の改定案及び「企業結合審査の
手続に関する対応方針」の改定案に対する意見募集について

令和元年10月4日
公正取引委員会

公正取引委員会は、企業結合審査における独占禁止法の適用の考え方を示すものとして「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日公表。以下「企業結合ガイドライン」という。）を策定し、また、企業結合計画に係る審査の手続を明らかにするものとして「企業結合審査の手続に関する対応方針」（平成23年6月14日公表。以下「企業結合手続対応方針」という。）を策定しているところです。

近年、デジタル分野の企業結合案件に的確に対応する必要性が高まってきていること等から、成長戦略実行計画（令和元年6月21日閣議決定）等を踏まえ、別紙1及び2のとおり、企業結合ガイドライン及び企業結合手続対応方針の改定案を作成しました。

つきましては、本改定案（別紙1及び2）について、下記のとおり関係各方面から意見を募集いたします。

記

1 資料入手方法

- (1) 電子政府の総合窓口（e-Gov）に掲載
- (2) 公正取引委員会のホームページに掲載
- (3) 公正取引委員会事務総局経済取引局企業結合課（東京都）、各地方事務所（札幌市、仙台市、名古屋市、大阪市及び福岡市）及び支所（広島市及び高松市）並びに内閣府沖縄総合事務局総務部公正取引室（那覇市）において供覧

2 意見提出方法

住所、氏名（法人又は団体の場合は、主たる事業所の所在地、名称及び意見提出者の氏名）及び連絡先（電話番号、FAX番号又は電子メールアドレス）を明記の上、次のいずれかの方法により日本語にて提出してください。電話に

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

よる意見は受理いたしかねますので、その旨御了承願います。

<電子政府の総合窓口（e-Gov）意見提出フォームの場合>

「パブリックコメント：意見募集中案件詳細」の画面の「意見提出フォームへ」のボタンをクリックし、「パブリックコメント：意見提出フォーム」から提出を行ってください。

<電子メールの場合>

電子メールのファイル形式はテキスト形式としてください。

添付ファイルやURLへのリンクによる意見は受理いたしかねますので、その旨御了承願います。

メールアドレス：kiketsukaisei2019-O-jftc.go.jp（迷惑メール防止のため、アドレス中の「@」を「-O-」としております。電子メール送信の際には「@」に置き換えて利用してください。）

（注）電子メールの件名を「企業結合ガイドライン案等に対する意見」と明記してください。

<FAXの場合>

宛先を「企業結合課 企業結合ガイドライン案等担当」と明記してください。

宛先のない意見は受理いたしかねますので、その旨御了承願います。

FAX番号：03-3581-5771

（注）送信票の件名を「企業結合ガイドライン案等に対する意見」と明記してください。

<郵送の場合>

〒100-8987 東京都千代田区霞が関1-1-1 中央合同庁舎第6号館B棟
公正取引委員会事務総局 経済取引局 企業結合課
企業結合ガイドライン案等担当 宛て

3 意見提出期限

令和元年11月5日（火）18：00必着

4 意見提出上の注意

寄せられた意見につきましては、住所、氏名、電話番号、FAX番号及び電子メールアドレスを除き、公表することがあります。また、意見に対して個別

に回答はいたしかねますので、その旨御了承願います。

なお、御記入いただいた住所、氏名、電話番号、FAX番号及び電子メールアドレスは、御提出いただいた意見の内容に不明な点があった場合等の連絡のために利用するものであり、この連絡以外の目的では利用いたしません。

「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」の改定案及び 「企業結合審査の手続に関する対応方針」の改定案の概要

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）：企業結合ガイドライン
企業結合審査の手続に関する対応方針（平成23年6月14日公正取引委員会）：企業結合手続対応方針

経緯・趣旨

近年、デジタル分野の企業結合案件に的確に対応する必要性が高まってきていること等から、成長戦略実行計画（令和元年6月21日閣議決定）等を踏まえ、企業結合ガイドライン及び企業結合手続対応方針を改定。

企業結合ガイドラインの改定のポイント

- 1 一定の取引分野
 - デジタルサービスの特徴である多面市場の場合の一定の取引分野の画定の考え方を明記（P7）。
 - 価格ではなく品質等を手段とした競争が行われている場合の一定の取引分野の画定の考え方を明記（P8）。
 - デジタルサービス等に係る企業結合事案における一定の取引分野の画定の際の考慮事項を明記（P10, 13）。
- 2 競争の実質的制限
 - デジタルサービスの特徴（多面市場、ネットワーク効果、スイッチングコスト等）を踏まえた競争分析の考え方を明記（P23, 29）。
 - 研究開発を行っている企業が企業結合を行う場合の考え方を明記（P22～23）。
 - 垂直型・混合型企業結合の考え方について、最近の審査結果を踏まえ詳細に記述しつつ、デジタル・プラットフォーム等が重要なデータ等を有するスタートアップ企業等を買収する場合の考え方を明記。
 - ・ データが市場で取引されている場合の他社へのデータ提供拒否（P41）
 - ・ 買収されるスタートアップ企業等の新規参入の可能性の消滅（P52～53） など
 - 複数事業者による競争を維持することが困難な場合の考え方について明記（P30）。

企業結合手続対応方針の改定のポイント

- 被買収会社の国内売上高等に係る金額のみが届出基準を満たさない企業結合計画（届出不要企業結合計画）であっても、買収に係る対価の総額が大きく、かつ、国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、当事会社に資料等の提出を求め、企業結合審査を行う旨を明記（P3～4）。
- 届出不要企業結合計画について、買収に係る対価の総額が400億円を超えると見込まれ、かつ、以下の①から③のいずれかを満たすなど当該届出不要企業結合計画が国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、当該届出不要企業結合計画の当事会社は、公正取引委員会に相談することが望まれる旨を明記（P4～5）。
 - ① 被買収会社の事業拠点や研究開発拠点等が国内に所在する場合
 - ② 被買収会社が日本語のウェブサイトを開設したり、日本語のパンフレットを用いるなど、国内の需要者を対象に営業活動を行っている場合
 - ③ 被買収会社の国内売上高合計額が1億円を超える場合（相談がない場合は、公正取引委員会は当事会社に資料等の提出を求め、企業結合審査を行う旨を明記。）

「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」新旧対照表

下線部が変更箇所

改 定 後	現 行
<p>企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針</p> <p style="text-align: center;">平成16年5月31日 公正取引委員会</p> <p>改定 平成18年5月 1日 改定 平成19年3月28日 改定 平成21年1月 5日 改定 平成22年1月 1日 改定 平成23年6月14日 改定 令和 元年●月 ●日</p>	<p>企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針</p> <p style="text-align: center;">平成16年5月31日 公正取引委員会</p> <p>改定 平成18年5月 1日 改定 平成19年3月28日 改定 平成21年1月 5日 改定 平成22年1月 1日 改定 平成23年6月14日</p>
<p>はじめに</p> <p>独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）。以下「法」という。）第4章は、会社の株式（社員の持分を含む。以下同じ。）の取得若しくは所有（以下「保有」という。）（法第10条）、役員兼任（法第13条）、会社以外の者の株式の保有（法第14条）又は会社の合併（法第15条）、共同新設分割若しくは吸収分割（法第15条の2）、共同株式移転（法第15条の3）若しくは事業譲受け等（法第16条）（以下これらを「企業結合」という。）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る場合及び不公正な取引方法による企業結合が行われる場合に、これを禁止している。禁止される企業結合については、法第17条の2の規定に基づき、排除措置が講じられることになる。</p> <p>公正取引委員会は、企業結合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るか否かについての審査（以下この審査を「企業結合審査」という。）に関し、平成10年12月21日、「株式保有、合併等に係る『一定の取引分野における</p>	<p>はじめに</p> <p>独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）。以下「法」という。）第4章は、会社の株式（社員の持分を含む。以下同じ。）の取得若しくは所有（以下「保有」という。）（法第10条）、役員兼任（法第13条）、会社以外の者の株式の保有（法第14条）又は会社の合併（法第15条）、共同新設分割若しくは吸収分割（法第15条の2）、共同株式移転（法第15条の3）若しくは事業譲受け等（法第16条）（以下これらを「企業結合」という。）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る場合及び不公正な取引方法による企業結合が行われる場合に、これを禁止している。禁止される企業結合については、法第17条の2の規定に基づき、排除措置が講じられることになる。</p> <p>公正取引委員会は、企業結合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るか否かについての審査（以下この審査を「企業結合審査」という。）に関し、平成10年12月21日、「株式保有、合併等に係る『一定の取引分野における</p>

競争を実質的に制限することとなる場合』の考え方」を公表し、その考え方を明らかにしてきたところであるが、これまでの公正取引委員会の企業結合審査の経験を踏まえ、企業結合審査に関する法運用の透明性を一層確保し、事業者の予測可能性をより高めるため、「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（以下「本運用指針」という。）を策定することとした。

また、公正取引委員会では、届出を受理した事案等のうち、企業結合を計画している事業者の参考に資すると思われる事案については、その審査内容を公表してきているところ、今後とも、企業結合審査の予見可能性及び透明性を確保する観点から、公表の充実を図っていくこととしている。企業結合を計画する場合には、本運用指針だけでなく、過去の事案の審査結果についても参照すべきものと考えられる。

本運用指針は、まず、第1において、企業結合審査の対象となる企業結合の類型を示すとともに、第2において、一定の取引分野を画定するに当たっての判断基準を示し、第3において、「競争を実質的に制限することとなる」の意義を明らかにしている。さらに、第4、第5及び第6において、企業結合の類型等に応じて競争を実質的に制限することとなるか否かの検討の枠組みと判断要素を示し、第7において競争を実質的に制限することとなる企業結合の問題を解消する措置について例示している。

公正取引委員会は、法第4章の規定に基づく届出の対象となるか否かにかかわらず、本運用指針に即して企業結合審査を行い、法第4章の規定に照らして、個々の事案ごとに、当該企業結合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るか否かを判断する。

なお、本運用指針の策定に伴い、「株式保有、合併等に係る『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場合』の考え方」（平成10年12月21日公正取引委員会。平成13年4月1日

競争を実質的に制限することとなる場合』の考え方」を公表し、その考え方を明らかにしてきたところであるが、これまでの公正取引委員会の企業結合審査の経験を踏まえ、企業結合審査に関する法運用の透明性を一層確保し、事業者の予測可能性をより高めるため、「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（以下「本運用指針」という。）を策定することとした。

また、公正取引委員会では、届出を受理した事案等のうち、企業結合を計画している事業者の参考に資すると思われる事案については、その審査内容を公表してきているところ、今後とも、企業結合審査の予見可能性及び透明性を確保する観点から、公表の充実を図っていくこととしている。企業結合を計画する場合には、本運用指針だけでなく、過去の事案の審査結果についても参照すべきものと考えられる。

本運用指針は、まず、第1において、企業結合審査の対象となる企業結合の類型を示すとともに、第2において、一定の取引分野を画定するに当たっての判断基準を示し、第3において、「競争を実質的に制限することとなる」の意義を明らかにしている。さらに、第4及び第5において、企業結合の類型等に応じて競争を実質的に制限することとなるかどうかの検討の枠組みと判断要素を示し、第6において競争を実質的に制限することとなる企業結合の問題を解消する措置について例示している。

公正取引委員会は、法第4章の規定に基づく届出の対象となるか否かにかかわらず、本運用指針に即して企業結合審査を行い、法第4章の規定に照らして、個々の事案ごとに、当該企業結合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るかどうかを判断する。

なお、本運用指針の策定に伴い、「株式保有、合併等に係る『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場合』の考え方」（平成10年12月21日公正取引委員会。平成13年4月1日

付けの追補を含む。)は、廃止する。

第1 企業結合審査の対象

法第4章は、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場合には、企業結合を禁止している。これは、複数の企業が株式保有、合併等により一定程度又は完全に一体化して事業活動を行う関係（以下「結合関係」という。）が形成・維持・強化されることにより、市場構造が非競争的に変化し、一定の取引分野における競争に何らかの影響を及ぼすことに着目して規制しようとするものである。したがって、複数の企業間で株式保有又は役員兼任が行われても、当該複数の企業が引き続き独立の競争単位として事業活動を行うとみられる場合、従来から結合関係にあったものが合併して単に組織変更したにすぎない場合などについては、市場における競争への影響はほとんどなく、法第4章の規定により禁止されることは、まず想定し難い。

以下では、どのような場合が企業結合審査の対象となる企業結合であるのかを、行為類型ごとに明らかにする。

なお、第1において、企業結合を行う会社を「当事会社」という。

1 株式保有

(1) 会社の株式保有

ア (略)

イ 前記ア以外の場合については、通常、企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが、次に掲げる事項を考慮して結合関係が形成・維持・強化されるか否かを判断する。ただし、議決権保有比率（株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の保有する株式

付けの追補を含む。)は、廃止する。

第1 企業結合審査の対象

法第4章は、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場合には、企業結合を禁止している。これは、複数の企業が株式保有、合併等により一定程度又は完全に一体化して事業活動を行う関係（以下「結合関係」という。）が形成・維持・強化されることにより、市場構造が非競争的に変化し、一定の取引分野における競争に何らかの影響を及ぼすことに着目して規制しようとするものである。したがって、複数の企業間で株式保有又は役員兼任が行われても、当該複数の企業が引き続き独立の競争単位として事業活動を行うとみられる場合、従来から結合関係にあったものが合併して単に組織変更したにすぎない場合などについては、市場における競争への影響はほとんどなく、法第4章の規定により禁止されることは、まず想定し難い。

以下では、どのような場合が企業結合審査の対象となる企業結合であるのかを、行為類型ごとに明らかにする。

1 株式保有

(1) 会社の株式保有

ア (略)

イ 前記ア以外の場合については、通常、企業結合審査の対象とはならない場合が多いと考えられるが、次に掲げる事項を考慮して結合関係が形成・維持・強化されるか否かを判断する。ただし、議決権保有比率（株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の保有する株式

に係る議決権の割合をいう。以下同じ。)が10%以下又は議決権保有比率の順位が第4位以下のときは、結合関係が形成・維持・強化されず、企業結合審査の対象とならない。

(ア) 議決権保有比率の程度

(イ) 議決権保有比率の順位、株主間の議決権保有比率の格差、株主の分散の状況その他株主相互間の関係

(ウ) 株式発行会社が株式所有会社の議決権を有しているかなどの当事会社相互間の関係

(エ) 一方当事会社の役員又は従業員が、他方当事会社の役員となっているか否かの関係

(オ) 当事会社間の取引関係（融資関係を含む。）

(カ) 当事会社間の業務提携、技術援助その他の契約、協定等の関係

(キ) 当事会社と既に結合関係が形成されている会社を含めた上記(ア)～(カ)の事項

ウ 共同出資会社（2以上の会社が、共通の利益のために必要な事業を遂行させることを目的として、契約等により共同で設立し、又は取得した会社をいう。以下同じ。）の場合は、当事会社間の取引関係、業務提携その他の契約等の関係を考慮して企業結合審査の対象となる企業結合であるか否かを判断する（共同出資会社の場合には、共同出資している株式所有会社相互間には、直接の株式所有関係はなくとも、共同出資会社を通じて間接的に結合関係が形成・維持・強化されることとなる。また、共同出資会社の設立に当たり株式所有会社同士の事業活動が共同化する場合には、そのこと自体競争に影響を及ぼすことにも着目する（後記第4

に係る議決権の割合をいう。以下同じ。)が10%以下又は議決権保有比率の順位が第4位以下のときは、結合関係が形成・維持・強化されず、企業結合審査の対象とならない。

(ア) 議決権保有比率の程度

(イ) 議決権保有比率の順位、株主間の議決権保有比率の格差、株主の分散の状況その他株主相互間の関係

(ウ) 株式発行会社が株式所有会社の議決権を有しているかなどの当事会社相互間の関係

(エ) 一方の当事会社の役員又は従業員が、他方の当事会社の役員となっているか否かの関係

(オ) 当事会社間の取引関係（融資関係を含む。）

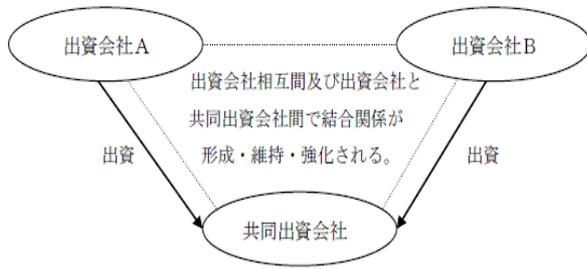
(カ) 当事会社間の業務提携、技術援助その他の契約、協定等の関係

(キ) 当事会社と既に結合関係が形成されている会社を含めた上記(ア)～(カ)の事項

ウ 共同出資会社（2以上の会社が、共通の利益のために必要な事業を遂行させることを目的として、契約等により共同で設立し、又は取得した会社をいう。以下同じ。）の場合は、当事会社間の取引関係、業務提携その他の契約等の関係を考慮して企業結合審査の対象となる企業結合であるか否かを判断する（共同出資会社の場合には、共同出資している株式所有会社相互間には、直接の株式所有関係はなくとも、共同出資会社を通じて間接的に結合関係が形成・維持・強化されることとなる。また、共同出資会社の設立に当たり株式所有会社同士の事業活動が共同化する場合には、そのこと自体競争に影響を及ぼすことにも着目する（後記第4

の2(1)ウ及び3(1)エ参照。)

(図1)



(2)～(4) (略)

2～5 (略)

6 事業譲受け等

(1)～(4) (略)

(5) 事業の賃借等

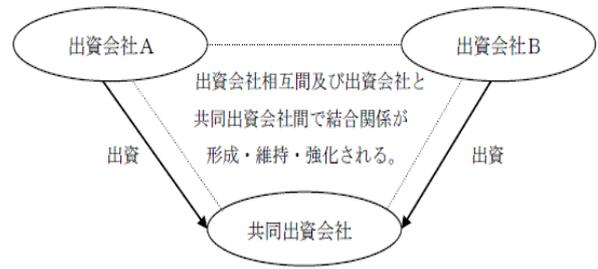
事業の賃借（賃借人が賃借した事業を自己の名及び自己の計算において経営し、賃貸人に賃借料を支払う賃貸借契約の履行として行われる行為をいう。）、事業についての経営の受任（会社が他の会社はその経営を委託する契約の履行として行われる行為をいう。）及び事業上の損益全部を共通にする契約の締結（2社以上の会社間において、一定の期間内の事業上の損益全部を共通にすることを約定する契約の締結をいう。）についても、事業等の譲受けに準じて取り扱うこととする。

なお、これらの契約の内容いかんによっては、前記(1)で述べることと異なり、各当事会社と既に結合関係にある会社すべての間に結合関係が形成・維持・強化される場合があり得る。

第2 一定の取引分野

第1で企業結合審査の対象となる企業結合については、当該企業結合により結合関係が形成・維持・強化されることとなるすべての会社（以

の2(1)ウ及び3(1)エ参照。)



(2)～(4) (略)

2～5 (略)

6 事業譲受け等

(1)～(4) (略)

(5) 事業の賃借等

事業の賃借（賃借人が賃借した事業を自己の名及び自己の計算において経営し、賃貸人に賃借料を支払う賃貸借契約の履行として行われる行為をいう。）、事業についての経営の受任（会社が他の会社はその経営を委託する契約の履行として行われる行為をいう。）及び事業上の損益全部を共通にする契約の締結（2社以上の会社間において、一定の期間内の事業上の損益全部を共通にすることを約定する契約の締結をいう。）についても、事業等の譲受けに準じて取り扱うこととする。

なお、これらの契約の内容いかんによっては、前記(1)で述べることと異なり、各当事会社と既に結合関係にある会社すべての間に結合関係が形成・維持・強化される場合があり得る。

第2 一定の取引分野

第1で企業結合審査の対象となる企業結合については、当該企業結合により結合関係が形成・維持・強化されることとなるすべての会社（以

下「当事会社グループ」という。また、以下単に「当事会社」という場合、企業結合を行う一方の会社に、当該会社とその時点で結合関係が形成されているすべての会社を加えた会社群を指す。)の事業活動について、後記第3～第6の考え方に従い、当該企業結合が一定の取引分野における競争に与える影響を判断する。

この場合における一定の取引分野については、以下の判断基準によって画定される。

1 一定の取引分野の画定の基本的考え方

一定の取引分野は、企業結合により競争が制限されることとなるか否かを判断するための範囲を示すものであり、一定の取引の対象となる商品・役務（以下、両者を併せて「商品」という。また、特に商品について記述する場合には「財」、役務について記述する場合には「サービス」という。）の範囲、取引の地域の範囲（以下「地理的範囲」という。）等に関して、基本的には、需要者にとっての代替性という観点から判断される。

また、必要に応じて供給者にとっての代替性という観点も考慮される。

需要者にとっての代替性をみるに当たっては、ある地域において、ある事業者が、ある商品を独占して供給しているという仮定の下で、当該独占事業者が、利潤最大化を図る目的で、小幅ではあるが実質的であり、かつ一時的ではない価格引上げ（注2）（注3）をした場合に、当該商品及び地域について、需要者が当該商品の購入を他の商品又は地域に振り替える程度を考慮する。他の商品又は地域への振替の程度が小さいために、当該独占事業者が価格引上げにより利潤を拡大できるような場合には、その範囲をもって、当該企業結合によって競争上何らかの影響が及び得る範囲ということとなる。

供給者にとっての代替性については、当該

下「当事会社グループ」という。)の事業活動について、第3～第5の考え方に従い、当該企業結合が一定の取引分野における競争に与える影響を判断する。

この場合における一定の取引分野については、以下の判断基準によって画定される。

1 一定の取引分野の画定の基本的考え方

一定の取引分野は、企業結合により競争が制限されることとなるか否かを判断するための範囲を示すものであり、一定の取引の対象となる商品の範囲（役務を含む。以下同じ。）、取引の地域の範囲（以下「地理的範囲」という。）等に関して、基本的には、需要者にとっての代替性という観点から判断される。

また、必要に応じて供給者にとっての代替性という観点も考慮される。

需要者にとっての代替性をみるに当たっては、ある地域において、ある事業者が、ある商品を独占して供給しているという仮定の下で、当該独占事業者が、利潤最大化を図る目的で、小幅ではあるが、実質的かつ一時的ではない価格引上げ（注2）をした場合に、当該商品及び地域について、需要者が当該商品の購入を他の商品又は地域に振り替える程度を考慮する。他の商品又は地域への振替の程度が小さいために、当該独占事業者が価格引上げにより利潤を拡大できるような場合には、その範囲をもって、当該企業結合によって競争上何らかの影響が及び得る範囲ということとなる。

供給者にとっての代替性については、当該商品及び地域について、小幅ではあるが、実質的かつ一時的ではない価格引上げがあつた場合に、他の供給者が、多大な追加的費用や

商品及び地域について、小幅ではあるが実質的であり、かつ一時的ではない価格引上げがあった場合に、他の供給者が、多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間（1年以内を目途）のうちに、別の商品又は地域から当該商品に製造・販売を転換する可能性の程度を考慮する。そのような転換の可能性の程度が小さいために、当該独占事業者が価格引上げにより利潤を拡大できるような場合には、その範囲をもって、当該企業結合によって競争上何らかの影響が及び得る範囲ということとなる。

また、第三者にサービスの「場」を提供し、そこに異なる複数の需要者層が存在する多面市場を形成するプラットフォームの場合、基本的に、それぞれの需要者層ごとに一定の取引分野を画定し、後記第4の2(1)キのとおり多面市場の特性を踏まえて企業結合が競争に与える影響について判断する。

なお、一定の取引分野は、取引実態に応じ、ある商品の範囲（又は地理的範囲等）について成立すると同時に、それより広い（又は狭い）商品の範囲（又は地理的範囲等）についても成立するというように、重層的に成立することがある。例えば、プラットフォームが異なる需要者層の取引を仲介し、間接ネットワーク効果（後記第4の2(1)キ参照）が強く働くような場合には、それぞれの需要者層を包含した一つの取引分野を重層的に画定する場合がある。また、当事会社グループが多岐にわたる事業を行っている場合には、それらの事業すべてについて、取引の対象となる商品の範囲及び地理的範囲をそれぞれ画定していくこととなる。

（注2）「小幅ではあるが実質的であり、かつ一時的ではない価格引上げ」とは、通常、引上げの幅については5%から10%程度であり、期間については1年

リスクを負うことなく、短期間（1年以内を目途）のうちに、別の商品又は地域から当該商品に製造・販売を転換する可能性の程度を考慮する。そのような転換の可能性の程度が小さいために、当該独占事業者が価格引上げにより利潤を拡大できるような場合には、その範囲をもって、当該企業結合によって競争上何らかの影響が及び得る範囲ということとなる。

なお、一定の取引分野は、取引実態に応じ、ある商品の範囲（又は地理的範囲等）について成立すると同時に、それより広い（又は狭い）商品の範囲（又は地理的範囲等）についても成立するというように、重層的に成立することがある。また、当事会社グループが多岐にわたる事業を行っている場合には、それらの事業すべてについて、取引の対象となる商品の範囲及び地理的範囲をそれぞれ画定していくこととなる。

（注2）「小幅ではあるが、実質的かつ一時的ではない価格引上げ」とは、通常、引上げの幅については5%から10%程度であり、期間については1年程度のも

程度のものを指すが、この数値はあくまで目安であり、個々の事案ごとに検討されるものである。

(注3) 一部のインターネット付随サービス

などのように、専ら価格ではなく品質等を手段として競争が行われているような場合には、ある地域におけるある商品の品質等が悪化した場合に、当該商品及び地域について、需要者が当該商品の購入を他の商品又は地域に振り替える程度を考慮することがある。また、供給者にとっての代替性も同様である。

この場合、後記2のとおり、商品の代替性の程度は、当該商品の効用等の同種性の程度と一致することが多く、また後記3のとおり、各地域で供給される商品の代替性は、需要者が通常どの範囲の地域の供給者から当該商品を購入することができるかという観点から判断できることが多い。

2 商品の範囲

商品の範囲については、前記1で述べたように、まず、需要者からみた商品の代替性という観点から画定される。商品の代替性の程度は、当該商品の効用等の同種性の程度と一致することが多く、この基準で判断できることが多い。

例えば、甲商品と乙商品が存在する場合、需要者にとって両商品の効用等の同種性の程度が大きければ大きいほど、甲商品の価格引上げにより需要者が甲商品に代えて乙商品を購入する程度が大きくなり、当該価格引上げが甲商品の供給者の利潤の拡大につながらないことが予測されることから、乙商品が甲商品の価格引上げを妨げることとなると考えられる。このような場合、甲商品及び乙商品は

のを指すが、この数値はあくまで目安であり、個々の事案ごとに検討されるものである。

(新設)

2 商品の範囲

商品の範囲については、前記1で述べたように、まず、需要者からみた商品の代替性という観点から画定される。商品の代替性の程度は、当該商品の効用等の同種性の程度と一致することが多く、この基準で判断できることが多い。

例えば、甲商品と乙商品が存在する場合、需要者にとって両商品の効用等の同種性の程度が大きければ大きいほど、甲商品の価格引上げにより需要者が甲商品に代えて乙商品を購入する程度が大きくなり、当該価格引上げが甲商品の供給者の利潤の拡大につながらないことが予測されることから、乙商品が甲商品の価格引上げを妨げることとなると考えられる。このような場合、甲商品及び乙商品は

同一の商品の範囲に属することとなる。

この場合において、当該商品の需要者とは、当事会社グループの事業活動の対象となる取引先であって、例えば、当事会社グループが、生産財のメーカーであれば当該商品を加工して次の商品の製造等を行う者、消費財のメーカーであれば一般消費者、流通業者であれば次の流通段階にある者がこれに当たる。

また、例えば、ある目的に用いられる甲商品と効用等が同種である乙商品群のうち、その目的の一部である特定の目的については、その効用等において甲商品との同種性の程度が特に高い丙商品が区分され得る場合には、甲商品及び乙商品群をもって商品の範囲が画定されると同時に、甲商品及び丙商品をもって商品の範囲が画定される場合がある。

さらに、商品の範囲を画定するに当たり、需要者からみた代替性のほかに、必要に応じて、供給者が多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちに、ある商品から他の商品に製造・販売を転換し得るか否かについても考慮される。例えば、供給に要する設備等の相違や切替えに要する費用の大きさ等を検討した結果、甲商品と乙商品について、甲商品の価格が上昇した場合に、乙商品の広範な範囲の供給者が乙商品の生産設備や販売網等を、多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちに、甲商品へ切り替えることが可能であると認められるときには、甲商品及び乙商品をもって商品の範囲が画定される場合がある。

商品の効用等の同種性の程度について評価を行う場合には、次のような事項を考慮に入れる。

(1) 内容・品質等

商品の内容・品質等が考慮される場合がある。

例えば財の場合、大きさ・形状等の外形

同一の商品の範囲に属することとなる。

この場合において、当該商品の需要者とは、当事会社グループの事業活動の対象となる取引先であって、例えば、当事会社グループが、生産財のメーカーであれば当該商品を加工して次の商品の製造等を行う者、消費財のメーカーであれば一般消費者、流通業者であれば次の流通段階にある者がこれに当たる。

また、例えば、ある用途について甲商品と効用等が同種である乙商品群のうち、その用途の一部である特定の用途については、その効用等において甲商品との同種性の程度が特に高い丙商品が区分され得る場合には、甲商品及び乙商品群をもって商品の範囲が画定されると同時に、甲商品及び丙商品をもって商品の範囲が画定される場合がある。

さらに、商品の範囲を画定するに当たり、需要者からみた代替性のほかに、必要に応じて、供給者が多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちに、ある商品から他の商品に製造・販売を転換し得るか否かについても考慮される。例えば、供給に要する設備等の相違や切替えに要する費用の大きさ等を検討した結果、甲商品と乙商品について、甲商品の価格が上昇した場合に、乙商品の広範な範囲の供給者が乙商品の生産設備や販売網等を、多大な追加的費用やリスクを負うことなく、短期間のうちに、甲商品へ切り替えることが可能であると認められるときには、甲商品及び乙商品をもって商品の範囲が画定される場合がある。

商品の効用等の同種性の程度について評価を行う場合には、次のような事項を考慮に入れる。

(1) 用途

ある商品が取引対象商品と同一の用途に用いられているか、又は用いることができるか否かが考慮される。

的な特徴や、強度・可塑性・耐熱性・絶縁性等の物性上の特性、純度等の品質、規格・方式等の技術的な特徴などを考慮して判断される（ただし、これらの特徴がある程度異なっても、効用等が同種であると認められる場合がある（後記(3)参照)。）。

また、店舗等を拠点とする小売業・サービス業等の場合、取扱商品のカテゴリー、品質、品揃え・営業時間・店舗面積等の利便性などを考慮して判断される。

さらに、通信回線等を経由してサービスを提供する通信サービスやインターネット付随サービス等の場合、利用可能なサービスの種類・機能等の内容面の特徴、音質・画質・通信速度・セキュリティレベル等の品質、使用可能言語・使用可能端末等の利便性などを考慮して判断される。

なお、商品が複数の目的に用いられている場合には、それぞれの目的ごとに、同一の目的に用いられているか、又は用いることができるか否かが考慮される。例えば、ある目的については甲商品と乙商品の効用等が同種であると認められ、別の目的については甲商品と丙商品の効用等が同種であると認められる場合がある。

(2) 価格・数量の動き等

価格水準の違い、価格・数量の動き等が考慮される場合がある。

例えば、甲商品と乙商品は同一の目的に用いることは可能ではあるが、価格水準が大きく異なり、甲商品の代わりとして乙商品が用いられることが少ないために、甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められない場合がある。

また、甲商品と乙商品は同一の目的に用いることは可能ではあり、かつ、価格水準にも差はないが、甲商品の使用から乙商品の使用に切り替えるために設備の変更、従

同一の用途に用いることができるか否かは、商品の大きさ、形状等の外形的な特徴や、強度、可塑性、耐熱性、絶縁性等の物性上の特性、純度等の品質、規格、方式等の技術的な特徴などを考慮して判断される（ただし、これらの特徴がある程度異なっても、同一の用途に用いることができると認められる場合がある（後記(3)参照)。）。

なお、取引対象商品が複数の用途に用いられている場合には、それぞれの用途ごとに、同一の用途に用いられているか、又は用いることができるか否かが考慮される。例えば、ある用途については甲商品と乙商品の効用等が同種であると認められ、別の用途については甲商品と丙商品の効用等が同種であると認められる場合がある。

(2) 価格・数量の動き等

価格水準の違い、価格・数量の動き等が考慮される場合がある。

例えば、甲商品と乙商品は同一の用途に用いることは可能ではあるが、価格水準が大きく異なり、甲商品の代わりとして乙商品が用いられることが少ないために、甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められない場合がある。

また、甲商品と乙商品は同一の用途に用いることは可能ではあり、かつ、価格水準にも差はないが、甲商品の使用から乙商品の使用に切り替えるために設備の変更、従

業員の訓練等の費用を要することから、事実上、甲商品の替わりとして乙商品が用いられることが少ないために、甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められない場合がある。

他方、甲商品と乙商品の効用等が同種であれば、甲商品の価格が引き上げられた場合、需要者は甲商品に代えて乙商品を購入するようになり、その結果として、乙商品の価格が上昇する傾向があると考えられるので、甲商品の価格が上昇した場合に乙商品の販売数量が増加し、又は乙商品の価格が上昇するときには、乙商品は甲商品と効用等が同種であると認められる場合がある。

(3) 需要者の認識・行動

需要者の認識等が考慮される場合がある。

例えば、甲商品と乙商品の内容等に違いがあっても、需要者が、いずれでも同品質の商品丙を製造するための原料として使用することができるとして甲商品と乙商品を併用しているため、甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められる場合がある。

また、過去に甲商品の価格が引き上げられた場合に、需要者が甲商品に替えて乙商品を用いたことがあるか否かが考慮される場合もある。

3 地理的範囲

(1) 基本的考え方

地理的範囲についても、商品の範囲と同様に、まず、需要者からみた各地域で供給される商品の代替性の観点から判断される。各地域で供給される商品の代替性は、需要者が通常どの範囲の地域の供給者から当該商品を購入することができるかという観点から判断できることが多い。すなわち、

業員の訓練等の費用を要することから、事実上、甲商品の替わりとして乙商品が用いられることが少ないために、甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められない場合がある。

他方、甲商品と乙商品の効用等が同種であれば、甲商品の価格が引き上げられた場合、需要者は甲商品に代えて乙商品を購入するようになり、その結果として、乙商品の価格が上昇する傾向があると考えられるので、甲商品の価格が上昇した場合に乙商品の販売数量が増加し、又は乙商品の価格が上昇するときには、乙商品は甲商品と効用等が同種であると認められる場合がある。

(3) 需要者の認識・行動

需要者の認識等が考慮される場合がある。

例えば、甲商品と乙商品に物性上の特性等に違いがあっても、需要者が、いずれでも同品質の商品丙を製造するための原料として使用することができるとして甲商品と乙商品を併用しているため、甲商品と乙商品は効用等が同種であると認められる場合がある。

また、過去に甲商品の価格が引き上げられた場合に、需要者が甲商品に替えて乙商品を用いたことがあるか否かが考慮される場合もある。

3 地理的範囲

(1) 基本的考え方

地理的範囲についても、商品の範囲と同様に、まず、需要者からみた各地域で供給される商品の代替性の観点から判断される。各地域で供給される商品の代替性は、需要者及び供給者の行動や当該商品の輸送に係る問題の有無等から判断できることが多い。例えば、甲地域における供給者が、

甲地域における供給者が、ある商品について価格を引き上げた場合に、甲地域の需要者が、乙地域の供給者から当該商品を購入することが予測されるために、甲地域における価格引上げが妨げられることとなるときは、甲地域と乙地域は同一の地理的範囲に属することとなる。

また、商品の範囲を画定する場合と同様に、例えば、ある商品について、甲地域の一部である乙地域の需要者が特に乙地域の供給者から購入する傾向がみられる場合には、甲地域について一定の取引分野の地理的範囲が画定されると同時に、乙地域について一定の取引分野の地理的範囲が画定されることがある。

さらに、需要者からみた代替性のほかに、供給者にとっての代替性についても、前記2の商品の範囲の考え方に準じて判断される。

需要者が通常どの範囲の地域の供給者から当該商品を購入することができるかという観点について評価を行う場合には、次のような事項を考慮に入れる。

ア 供給者の事業地域、需要者の買い回る範囲等

需要者が通常どの範囲の地域の供給者から当該商品を購入することができるかという点については、例えば事業者間で取引される財の場合、需要者の買い回る範囲や、供給者の販売網等の事業地域及び供給能力などを考慮して判断される。

その際、鮮度の維持の難易の程度、破損のしやすさや重量物であるか否かなどの特性、輸送に要する費用が価格に占める割合や輸送しようとする地域間における価格差より大きいか否かなども考慮される。

また、店舗等を拠点とする小売業・サ

ある商品について価格を引き上げた場合に、甲地域の需要者が、当該商品に係る輸送上の問題を生ずることなく乙地域の供給者から当該商品を購入することが予測されるために、甲地域における価格引上げが妨げられることとなるときは、甲地域と乙地域は同一の地理的範囲に属することとなる。

また、商品の範囲を画定する場合と同様に、例えば、ある商品について、甲地域の一部である乙地域の需要者が特に乙地域の供給者から購入する傾向がみられる場合には、甲地域について一定の取引分野の地理的範囲が画定されると同時に、乙地域について一定の取引分野の地理的範囲が画定されることがある。

さらに、需要者からみた代替性のほかに、供給者にとっての代替性についても、前記2の商品の範囲の考え方に準じて判断される。

需要者及び供給者の行動や当該商品の輸送に係る問題の有無等について評価を行う場合には、次のような事項を考慮に入れる。

ア 供給者の事業地域、需要者の買い回る範囲等

需要者が、通常、どの範囲の地域から当該商品を購入することができるかという点については、需要者の買い回る範囲（消費者の購買行動等）や、供給者の販売網等の事業地域及び供給能力等が考慮される。

過去に当該商品の価格が引き上げられた場合に、需要者がどの範囲の地域の供給者から当該商品を購入したかが考慮される場合もある。

イ 商品の特性

商品の鮮度の維持の難易の程度、破損のしやすさや重量物であるかどうかなど

サービス業等の場合、主に需要者の買い回
る範囲などを考慮して判断される。

さらに、通信回線等を経由してサー
ビスを提供する通信サービスやインター
ネット付随サービス等の場合、需要者が同
一の条件・内容・品質等で供給者からサ
ービスを受けることが可能な範囲や供給
者からのサービスが普及している範囲な
どを考慮して判断される。

イ 価格・数量の動き等

前記2の商品の範囲と同様、価格水準
の違い、価格・数量の動き等が考慮され
る場合がある。

ウ 需要者の認識・行動

前記2の商品の範囲と同様、需要者の
認識等が考慮される場合がある。

(2) 国境を越えて地理的範囲が画定される場 合についての考え方

前記(1)の基本的考え方は、国境を越える
場合にも当てはまる。すなわち、ある商品
について、内外の需要者が内外の供給者を
差別することなく取引しているような場合
には、供給者が日本において価格を引き上
げようとしても、日本の需要者が、海外の
供給者にも当該商品の購入を代替し得るた
めに、日本における価格引上げが妨げられ
ることがあり得るので、このような場合に
は、国境を越えて地理的範囲が画定される
こととなる。

例えば、内外の主要な供給者が世界（又
は東アジア）中の販売地域において実質的
に同等の価格で販売しており、需要者が世
界（又は東アジア）各地の供給者から主要
な購入先を選定しているような場合は、世
界（又は東アジア）市場が画定され得る。

4 (略)

の商品の特性は、当該商品の輸送するこ
とができる範囲や輸送の難易の程度に影
響する。これらの点からも、需要者が、通
常、どの範囲の地域から当該商品を購入
することができるかが考慮される。

ウ 輸送手段・費用等

輸送手段、輸送に要する費用が価格に
占める割合や輸送しようとする地域間に
おける当該商品の価格差より大きいか否
かなどからも、需要者が、通常、どの範囲
の地域から当該商品を購入することがで
きるかが考慮される。

また、これらの輸送に伴う費用の増加
要因の検討に当たっては、原料費等輸送
に伴う費用以外の地域的な差異も考慮さ
れることとなる。

(2) 国境を越えて地理的範囲が画定される場 合についての考え方

前記(1)の基本的考え方は、国境を越える
場合にも当てはまる。すなわち、ある商品
について、内外の需要者が内外の供給者を
差別することなく取引しているような場合
には、日本において価格が引き上げられた
としても、日本の需要者が、海外の供給者
にも当該商品の購入を代替し得るために、
日本における価格引上げが妨げられること
があり得るので、このような場合には、国
境を越えて地理的範囲が画定されることと
なる。

例えば、内外の主要な供給者が世界（又
は東アジア）中の販売地域において実質的
に同等の価格で販売しており、需要者が世
界（又は東アジア）各地の供給者から主要
な調達先を選定しているような場合は、世
界（又は東アジア）市場が画定され得る。

4 (略)

<p>第3 競争を実質的に制限することとなる場合</p> <p>1 「競争を実質的に制限することとなる」の解釈</p> <p>(1) (略)</p> <p>ア 株式会社新東宝（以下「新東宝」という。）は、自社の制作する映画の配給について自ら行うこともできたが、東宝株式会社（以下「東宝」という。）との協定により、当該配給をすべて東宝に委託することとし、自らは、映画の制作のみを行っていた。新東宝は、当該協定失効後も引き続き当該協定の内容を実行していたが、昭和24年11月に、右協定の失効を理由として、新東宝の制作した映画は自らこれを配給することを言明したことから、東宝との間に紛争が生じた。この紛争の中で、右の協定が法違反であるとして、公正取引委員会による審判が開始され、公正取引委員会は、昭和26年6月5日の審決において、東宝と新東宝の協定は、法第3条（不当な取引制限）及び第4条第1項第3号（注4）の規定に違反すると認定した。</p> <p>（注4）法第4条第1項（現行法では、この規定は存在しない。）</p> <p>事業者は、共同して左の各号の一に該当する行為をしてはならない。</p> <p>第3号 技術、製品、販路又は顧客を制限すること</p> <p>イ (略)</p> <p>(2) 「こととなる」の考え方</p> <p>法第4章の各規定では、法第3条又は法第8条の規定と異なり、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</p>	<p>第3 競争を実質的に制限することとなる場合</p> <p>1 「競争を実質的に制限することとなる」の解釈</p> <p>(1) (略)</p> <p>ア 株式会社新東宝（以下「新東宝」という。）は、自社の制作する映画の配給について自ら行うこともできたが、東宝株式会社（以下「東宝」という。）との協定により、当該配給をすべて東宝に委託することとし、自らは、映画の制作のみを行っていた。新東宝は、当該協定失効後も引き続き当該協定の内容を実行していたが、昭和24年11月に、右協定の失効を理由として、新東宝の制作した映画は自らこれを配給することを言明したことから、東宝との間に紛争が生じた。この紛争の中で、右の協定が法違反であるとして、公正取引委員会による審判が開始され、公正取引委員会は、昭和26年6月5日の審決において、東宝と新東宝の協定は、法第3条（不当な取引制限）及び第4条第1項第3号（注3）の規定に違反すると認定した。</p> <p>（注3）法第4条第1項（現行法では、この規定は存在しない。）</p> <p>事業者は、共同して左の各号の一に該当する行為をしてはならない。</p> <p>第3号 技術、製品、販路又は顧客を制限すること</p> <p>イ (略)</p> <p>(2) 「こととなる」の考え方</p> <p>法第4章の各規定では、法第3条又は法第8条の規定と異なり、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</p>
---	---

<p>る」場合の企業結合を禁止している。この「こととなる」とは、企業結合により、競争の実質的制限が必然ではないが容易に現出し得る状況がもたらされることで足りるとする蓋然性を意味するものである。したがって、法第4章では、企業結合により市場構造が非競争的に変化して、当事会社グループが単独で又は他の会社と協調的行動をとることによって、ある程度自由に価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられる場合には、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り、禁止される。</p> <p>2 (略)</p> <p>第4 水平型企业結合による競争の実質的制限</p> <p>1 基本的考え方等 (略)</p> <p>(1) (略)</p> <p>(2) 協調的行動による競争の実質的制限 水平型企业結合が協調的行動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のは、典型的には、次のような場合である。 例えば、事業者甲が商品の価格を引き上げた場合、他の事業者乙、丙等は当該商品の価格を引き上げないで、売上げを拡大しようとし、それに対し、事業者甲は、価格を元の価格にまで引き下げ、あるいはそれ以上に引き下げて、事業者乙、丙等が拡大した売上げを取り戻そうとすることが多いと考えられる。 しかし、水平型企业結合によって競争単位の数が減少することに加え、当該一定の</p>	<p>る」場合の企業結合を禁止している。この「こととなる」とは、企業結合により、競争の実質的制限が必然ではないが容易に現出し得る状況がもたらされることで足りるとする蓋然性を意味するものである。したがって、法第4章では、企業結合により市場構造が非競争的に変化して、当事会社が単独で又は他の会社と協調的行動をとることによって、ある程度自由に価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することができる状態が容易に現出し得るとみられる場合には、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り、禁止される。</p> <p>2 (略)</p> <p>第4 水平型企业結合による競争の実質的制限</p> <p>1 基本的考え方 (略)</p> <p>(1) (略)</p> <p>(2) 協調的行動による競争の実質的制限 水平型企业結合が協調的行動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のは、典型的には、次のような場合である。 例えば、事業者甲が商品の価格を引き上げた場合、他の事業者乙、丙等は当該商品の価格を引き上げないで、売上げを拡大しようとし、それに対し、事業者甲は、価格を元の価格にまで引き下げ、あるいはそれ以上に引き下げて、事業者乙、丙等が拡大した売上げを取り戻そうとすることが多いと考えられる。 しかし、水平型企业結合によって競争単位の数が減少することに加え、当該一定の</p>
---	--

取引分野の集中度等の市場構造、商品の特性、取引慣行等から、各事業者が互いの行動を高い確度で予測することができるようになり、協調的な行動をとることが利益となる場合がある。このような場合、事業者甲の価格引上げに追随して他の事業者が商品の価格を引き上げたときに、例えば、事業者乙が当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大しようとしても、他の事業者が容易にそれを知り、それに対抗して当該商品の価格を元の価格まで引き下げ、あるいはそれ以上に引き下げて、奪われた売上げを取り戻そうとする可能性が高い。したがって、事業者乙が当該商品の価格を引き上げないことにより獲得できると見込まれる一時的な利益は、事業者甲に追随して価格を引き上げたときに見込まれるものより小さなものとなりやすい。

このような状況が生み出される場合には、各事業者にとって、価格を引き上げないで売上げを拡大するのではなく互いに当該商品の価格を引き上げることが利益となり、当事会社グループとその競争者が協調的行動をとることにより当該商品の価格等がある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので、水平型企業結合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る。

(3) 競争を実質的に制限することとならない場合

水平型企業結合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るか否かについては、個々の事案ごとに後記2及び3の各判断要素を総合的に勘案して判断するが、企業結合後の当事会社グループが次の①～③のいずれかに該当する場合には、水平型企業結合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る

取引分野の集中度等の市場構造、商品の特性、取引慣行等から、各事業者が互いの行動を高い確度で予測することができるようになり、協調的な行動をとることが利益となる場合がある。このような場合、事業者甲の価格引上げに追随して他の事業者が商品の価格を引き上げたときに、例えば、事業者乙が当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大しようとしても、他の事業者が容易にそれを知り、それに対抗して当該商品の価格を元の価格まで引き下げ、あるいはそれ以上に引き下げて、奪われた売上げを取り戻そうとする可能性が高い。したがって、事業者乙が当該商品の価格を引き上げないことにより獲得できると見込まれる一時的な利益は、事業者甲に追随して価格を引き上げたときに見込まれるものより小さなものとなりやすい。

このような状況が生み出される場合には、各事業者にとって、価格を引き上げないで売上げを拡大するのではなく互いに当該商品の価格を引き上げることが利益となり、当事会社とその競争者が協調的行動をとることにより当該商品の価格等がある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので、水平型企業結合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る。

(3) 競争を実質的に制限することとならない場合

水平型企業結合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るか否かについては、個々の事案ごとに後記2及び3の各判断要素を総合的に勘案して判断するが、企業結合後の当事会社グループが次の①～③のいずれかに該当する場合には、水平型企業結合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る

は通常考えられず、後記第4の2及び3に記した各判断要素に関する検討が必要となるとは通常考えられない(注5)。

- ① 企業結合後のハーフィンダール・ハーシュマン指数(以下「HHI」という。)が1,500以下である場合(注6)
- ② 企業結合後のHHIが1,500超2,500以下であって、かつ、HHIの増分が250以下である場合(注7)
- ③ 企業結合後のHHIが2,500を超え、かつ、HHIの増分が150以下である場合

なお、上記の基準に該当しない場合であっても、直ちに競争を実質的に制限することとなるものではなく個々の事案ごとに判断されることとなるが、過去の事例に照らせば、企業結合後のHHIが2,500以下であり、かつ、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる。

(注5) 一定の取引分野における当事会社の市場シェアが小さいため、水平型企業結合が上記①～③のいずれかに該当する場合であっても、例えば当該当事会社が競争上重要なデータや知的財産権等の資産を有するなど、市場シェアに反映されない高い潜在的競争力を有しているような場合には、当該企業結合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るか否かについて、後記第4の2及び3の各判断要素並びに後記第6の2(2)に記載のデータ等の重要な投入財に係る判断要素の検討が必要になることがある。また、後記第5の1(2)における競争を実質的に制限することとならない場合についても同様である。

は通常考えられず、第4の2及び3に記した各判断要素に関する検討が必要となるとは通常考えられない。

- ① 企業結合後のハーフィンダール・ハーシュマン指数(以下「HHI」という。)が1,500以下である場合(注4)
- ② 企業結合後のHHIが1,500超2,500以下であって、かつ、HHIの増分が250以下である場合(注5)
- ③ 企業結合後のHHIが2,500を超え、かつ、HHIの増分が150以下である場合

なお、上記の基準に該当しない場合であっても、直ちに競争を実質的に制限することとなるものではなく個々の事案ごとに判断されることとなるが、過去の事例に照らせば、企業結合後のHHIが2,500以下であり、かつ、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる。

(新設)

(注6) HHIは、当該一定の取引分野における各事業者の市場シェアの2乗の総和によって算出される。市場シェアは、一定の取引分野における商品の販売数量（製造販売業の場合）に占める各事業者の商品の販売数量の百分比による。ただし、当該商品にかなりの価格差がみられ、かつ、価額で供給実績等を算定するという慣行が定着していると認められる場合など、数量によることが適当でない場合には、販売金額により市場シェアを算出する。

国内需要者向けの輸入があれば、市場シェアの算出に当たり国内への供給として算入する。

なお、各事業者の生産能力シェア、輸出比率又は自己消費のウェイトについても、需要に対応して余剰生産能力、輸出分又は自己消費分を直ちに国内市場における販売に回し、その市場シェアを拡大することができる^{と認められる場合があるので、必要に応じてこれらの点も考慮に入れる。}

市場における事業者数が多いなどの理由で、市場シェアの上位の事業者の市場シェアしか把握できず、HHIの正確な値が計算できない場合には、HHIの理論上の最大値（市場シェアが判明していない下位事業者の合計市場シェア分について、市場シェアが判明している上位事業者のうち最下位の事業者と同じ市場シェアを有する事業者により占められていると仮定した場合）及びHHIの理論上の最小値（市場シェアが判明していない事業者について、市場シェアが僅少な事業者が多数存在すると仮定した場合で、当該事業者の市場シェアの2乗の合計はほぼ

(注4) HHIは、当該一定の取引分野における各事業者の市場シェアの2乗の総和によって算出される。市場シェアは、一定の取引分野における商品の販売数量（製造販売業の場合）に占める各事業者の商品の販売数量の百分比による。ただし、当該商品にかなりの価格差がみられ、かつ、価額で供給実績等を算定するという慣行が定着していると認められる場合など、数量によることが適当でない場合には、販売金額により市場シェアを算出する。

国内需要者向けの輸入があれば、市場シェアの算出に当たり国内への供給として算入する。

なお、各事業者の生産能力シェア、輸出比率又は自己消費のウェイトについても、需要に対応して余剰生産能力、輸出分又は自己消費分を直ちに国内市場における販売に回し、その市場シェアを拡大することができる^{と認められる場合があるので、必要に応じてこれらの点も考慮に入れる。}

ごく一部の主要事業者の市場シェアしか把握できない等の理由により、HHIの値が上に示した数値を超えるか否か判断できないような場合には、生産集中度調査から得られた関係式（ $HHI = \text{最上位企業の市場シェア}(\%)$ の2乗 $\times 0.75 + \text{上位3社累積市場シェア}(\%) \times 24.5 - 466.3$)を用いた推計値によって検討するものとする。

0となる)を勘案する(以下の例参照)。

(例)市場シェア1位の事業者40%、同2位の事業者が20%、同3位の事業者が10%の市場シェアを有し、それ以外の事業者の市場シェアが不明の場合、HHIの理論上の最大値は、3位の事業者の市場シェア10%と同じ市場シェアを有する事業者3社が残りの30%の市場シェアを占めていると仮定して、 $40 \times 40 + 20 \times 20 + 10 \times 10 + 10 \times 10 \times 3 = 2,400$ となる。また、HHIの理論上の最小値は、市場シェアが僅少な多数の事業者が残りの30%の市場シェアを有していると仮定して、 $40 \times 40 + 20 \times 20 + 10 \times 10 = 2,100$ となる。

(注7) 企業結合によるHHIの増分は、当事会社が2社であった場合、当事会社のそれぞれの市場シェア(%)を乗じたものを2倍することによって計算することができる。

2 単独行動による競争の実質的制限についての判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して、水平型企業結合が単独行動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か否か判断する。

(1) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

ア (略)

イ 当事会社間の従来競争の状況等

従来、当事会社間で競争が活発に行われてきたことや当事会社の行動が市場における競争を活発にしてきたことが、市場全体の価格引下げや品質・品揃えの向上などにつながってきたと認められる場合には、企業結合後の当事会社グループ

(注5) 企業結合によるHHIの増分は、当事会社が2社であった場合、当事会社のそれぞれの市場シェア(%)を乗じたものを2倍することによって計算することができる。

2 単独行動による競争の実質的制限についての判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して、水平型企業結合が単独行動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か否か判断する。

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

ア (略)

イ 当事会社間の従来競争の状況等

従来、当事会社間で競争が活発に行われてきたことや当事会社の行動が市場における競争を活発にしてきたことが、市場全体の価格引下げや品質・品揃えの向上などにつながってきたと認められる場合には、企業結合後の当事会社グループ

の市場シェアやその順位が高くなかったとしても、当該企業結合によりこうした状況が期待できなくなる時には競争に及ぼす影響が大きい。

例えば、当事会社間で競争が活発に行われてきており、一方の市場シェアの拡大が他方の市場シェアの減少につながっていたような場合、企業結合後は、一方当事会社の売上の減少を他方当事会社の売上の増加で償うことができ、当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく、商品の価格を引き上げることができると考えられるので、当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

また、商品がブランド等により差別化されている場合であって各当事会社の販売する商品間の代替性が高い場合には、企業結合後は、一方の商品の売上の減少を当該商品と代替性の高い商品の売上の増加で償うことができ、当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく、商品の価格を引き上げることができると考えられるので、当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

ウ 共同出資会社の扱い

出資会社が行っていた特定の事業部門の全部を共同出資会社によって統合することにより、出資会社の業務と分離させる場合には、出資会社と共同出資会社の業務の関連性は薄いと考えられる。

したがって、例えば、ある商品の生産・販売、研究開発等の事業すべてが共同出資会社によって統合される場合には、共同出資会社について、市場シェア等を考慮することになる。

他方、出資会社が行っていた特定の事業部門の一部が共同出資会社によって統

の市場シェアやその順位が高くなかったとしても、当該企業結合によりこうした状況が期待できなくなる時には競争に及ぼす影響が大きい。

例えば、当事会社間で競争が活発に行われてきており、一方の市場シェアの拡大が他方の市場シェアの減少につながっていたような場合、企業結合後は、一方の当事会社の売上の減少を他方の当事会社の売上の増加で償うことができ、当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく、商品の価格を引き上げることができると考えられるので、当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

また、商品がブランド等により差別化されている場合であって各当事会社の販売する商品間の代替性が高い場合には、企業結合後は、一方の商品の売上の減少を当該商品と代替性の高い商品の売上の増加で償うことができ、当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく、商品の価格を引き上げることができると考えられるので、当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。

ウ 共同出資会社の扱い

出資会社が行っていた特定の事業部門の全部を共同出資会社によって統合することにより、出資会社の業務と分離させる場合には、出資会社と共同出資会社の業務の関連性は薄いと考えられる。

したがって、例えば、ある商品の生産・販売、研究開発等の事業すべてが共同出資会社によって統合される場合には、共同出資会社について、市場シェア等を考慮することになる。

他方、出資会社が行っていた特定の事業部門の一部が共同出資会社によって統

合される場合には、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じる可能性がある。出資会社相互間に協調関係が生じるか否かについては、共同出資会社に係る出資会社間の具体的な契約の内容や結合の実態、出資会社相互間に取引関係がある場合にはその内容等を考慮する。

例えば、ある商品の生産部門のみが共同出資会社によって統合され、出資会社は引き続き当該商品の販売を行う場合、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じるときには、出資会社の市場シェアを合算する等して競争に及ぼす影響を考慮することになる。他方、出資会社は引き続き当該商品の販売を行うが、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられている場合には、競争に及ぼす影響はより小さいと考えられる（ただし、後記3（1）エ参照）。

エ （略）

オ 競争者の供給余力及び差別化の程度

競争者の供給余力が十分でない場合には、当事会社グループが当該商品の価格を引き上げたとき、当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大することができず、当事会社グループが当該商品の価格を引き上げることに對して牽制力が働かないことがある。このように、競争者の供給余力が十分でない場合には、企業結合後の当事会社グループの市場シェアと競争者の市場シェアとの格差がさほど大きくないときであっても、当該企業結合の競争に及ぼす影響が小さいとはいえないことがある。

合される場合には、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じる可能性がある。出資会社相互間に協調関係が生じるかどうかについては、共同出資会社に係る出資会社間の具体的な契約の内容や結合の実態、出資会社相互間に取引関係がある場合にはその内容等を考慮する。

例えば、ある商品の生産部門のみが共同出資会社によって統合され、出資会社は引き続き当該商品の販売を行う場合、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じるときには、出資会社の市場シェアを合算する等して競争に及ぼす影響を考慮することになる。他方、出資会社は引き続き当該商品の販売を行うが、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられている場合には、競争に及ぼす影響はより小さいと考えられる（ただし、後記3（1）エ参照）。

エ （略）

オ 競争者の供給余力及び差別化の程度

競争者の供給余力が十分でない場合には、当事会社グループが当該商品の価格を引き上げたとき、当該商品の価格を引き上げないで売上げを拡大することができず、当事会社グループが当該商品の価格を引き上げることに對して牽制力が働かないことがある。このように、競争者の供給余力が十分でない場合には、企業結合後の当事会社の市場シェアと競争者の市場シェアとの格差がさほど大きくないときであっても、当該企業結合の競争に及ぼす影響が小さいとはいえないことがある。

逆に、当該商品の需要が継続的構造的に減少しており、競争者の供給余力が十分である場合には、当事会社グループの価格引上げに対する牽制力となり得る。

また、商品がブランド等により差別化されている場合であって当事会社の販売する商品間の代替性が高い場合には、競争者の販売する商品と当事会社グループが販売する商品との代替性の程度を考慮する。代替性が低い場合には、企業結合後の当事会社グループの市場シェアと競争者の市場シェアとの格差がさほど大きくないときであっても、当該企業結合の競争に及ぼす影響が小さいとはいえないことがある。

カ 研究開発

当事会社が競合する財・サービスの研究開発を行っている場合には、当該研究開発の実態も踏まえて企業結合が競争に与える影響を判断する。

例えば、一方当事会社がある財・サービス（以下「 α 」という。）を市場に供給しており、他方当事会社が α と競合する財・サービス（以下「 β 」という。）の研究開発を行っている場合において、他方当事会社の β が当該市場に供給された後に、一方当事会社の α と競合する程度が高いと見込まれるときには、企業結合がなければ実現したであろう一方当事会社の α と他方当事会社の β の間の競争が減少することにより、当該企業結合が競争に及ぼす影響が大きい。また、他方当事会社の β が当該市場に供給された後に、一方当事会社の α と競合する程度が高いと見込まれるときには、企業結合により他方当事会社の研究開発の意欲が減退する可能性も高く、当該企業結合が競争に及ぼす影響が大きい。各当事会社が競合する財・

逆に、当該商品の需要が継続的構造的に減少しており、競争者の供給余力が十分である場合には、当事会社グループの価格引上げに対する牽制力となり得る。

また、商品がブランド等により差別化されている場合であって当事会社の販売する商品間の代替性が高い場合には、競争者の販売する商品と当事会社グループが販売する商品との代替性の程度を考慮する。代替性が低い場合には、企業結合後の当事会社の市場シェアと競争者の市場シェアとの格差がさほど大きくないときであっても、当該企業結合の競争に及ぼす影響が小さいとはいえないことがある。

(新設)

サービスの研究開発を行っている場合も同様に、企業結合による各当事会社の財・サービスの当該市場への供給後の競争の消滅や、研究開発の意欲の減退を踏まえて、企業結合が競争に与える影響を判断することとなる。

キ 市場の特性

企業結合が一定の取引分野における競争に及ぼす影響について、当該一定の取引分野におけるネットワーク効果や規模の経済性等を踏まえて判断することがある。例えば、企業結合後に当事会社グループが一定数の需要者を確保すること自体により商品の価値が高まり、その結果当事会社グループの商品の需要者が更に増加すると見込まれるような場合（いわゆる直接ネットワーク効果が働く場合）には、当該直接ネットワーク効果も踏まえて企業結合が競争に与える影響について判断する。特に、需要者の多くが一つのサービスしか利用しない場合（シングル・ホームिंग）には、需要者の多くが複数のサービスを同等に利用する場合（マルチ・ホームिंग）と比較して、直接ネットワーク効果が競争に与える影響は大きいと考えられる。

また、例えば、プラットフォームを通じた多面市場において、企業結合後に当事会社グループが一方の市場における一定数の需要者を確保すること自体により他方の市場における商品の価値が高まり、その結果当事会社グループの他方の市場における競争力が高まるような場合（いわゆる間接ネットワーク効果が働く場合）には、当該間接ネットワーク効果も踏まえて企業結合が競争に与える影響について判断する。

ク 国境を越えて地理的範囲が画定される

（新設）

カ 国境を越えて地理的範囲が画定される

商品の扱い

第2の一定の取引分野に係る検討の結果、国境を越えて地理的範囲が画定され得る商品としては、例えば、国境を越える取引における制度上・輸送上の条件が日本国内の取引と比較して大きな差異がないものであって、品質面等において内外の商品の代替性が高い商品や、非鉄金属などの鉱物資源のように商品取引所を通じて国際的な価格指標が形成されている商品がある。このような商品については、当該地理的範囲における当事会社グループの市場シェア・順位、当事会社間の従来の競争の状況、競争者の市場シェアとの格差、競争者の供給余力・差別化の程度等を加味して、競争に与える影響を判断する。

(2) 輸入

輸入圧力が十分働いていれば、当該企業結合が一定の取引分野における競争を制限することとなるおそれは小さいものとなる(注8)。

需要者が当事会社グループの商品から容易に輸入品に使用を切り替えられる状況にあり、当事会社グループが当該商品の価格を引き上げた場合に、輸入品への切替えが増加する蓋然性が高いときには、当事会社グループは、輸入品に売上げを奪われることを考慮して、当該商品の価格を引き上げないことが考えられる。

輸入圧力が十分働いているか否かについては、現在輸入が行われているか否かにかかわらず、次の①～④のような輸入に係る状況をすべて検討の上、商品の価格が引き上げられた場合に、輸入の増加が一定の期間(注9)に生じ、当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することを妨げる要因となり得るか否かについて考慮す

商品の扱い

第2の一定の取引分野に係る検討の結果、国境を越えて地理的範囲が画定され得る商品としては、例えば、国境を越える取引における制度上・輸送上の条件が日本国内の取引と比較して大きな差異がないものであって、品質面等において内外の商品の代替性が高い商品や、非鉄金属など鉱物資源のように商品取引所を通じて国際的な価格指標が形成されている商品がある。このような商品については、当該地理的範囲における当事会社グループの市場シェア・順位、当事会社間の従来の競争の状況、競争者の市場シェアとの格差、競争者の供給余力・差別化の程度等を加味して、競争に与える影響を判断する。

(2) 輸入

輸入圧力が十分働いていれば、当該企業結合が一定の取引分野における競争を制限することとなるおそれは小さいものとなる(注6)。

需要者が当事会社グループの商品から容易に輸入品に使用を切り替えられる状況にあり、当事会社グループが当該商品の価格を引き上げた場合に、輸入品への切替えが増加する蓋然性が高いときには、当事会社グループは、輸入品に売上げを奪われることを考慮して、当該商品の価格を引き上げないことが考えられる。

輸入圧力が十分働いているか否かについては、現在輸入が行われているかどうかにかかわらず、次の①～④のような輸入に係る状況をすべて検討の上、商品の価格が引き上げられた場合に、輸入の増加が一定の期間(注7)に生じ、当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することを妨げる要因となり得るか否かについて考慮す

る。

①～② (略)

③ 輸入品と当事会社グループの商品の代替性の程度

輸入品と当事会社グループの商品との代替性が高い場合には、それだけ需要者は躊躇なく輸入品を購入・使用することが可能と考えられる。

他方、輸入品と当事会社グループの商品に品質差がある場合、輸入品の品揃えに問題がある場合、又は需要者の使い慣れの問題がある場合には、輸入品が選好されない可能性がある。このような場合には、当事会社グループが商品の価格を引き上げたとしても輸入が増加せず、輸入圧力は働きにくいと考えられる。

輸入品と当事会社グループの商品との代替性の程度を評価するに当たっては、輸入品と当事会社グループの商品との価格水準の違いや価格・数量の動き等の過去の実績を参考にする場合がある。

例えば、当事会社グループの商品の価格が上昇した場合に、輸入品の販売数量が増加した実績があるときには、輸入品との代替性が高いと認められることがある。

また、主な需要者が輸入品を使用した経験の有無やその評価、輸入品採用の意向などから、当事会社グループの商品と輸入品との代替性が高いか否かを判断できる場合がある。

④ 海外の供給可能性の程度

当事会社グループが商品の価格を引き上げた場合の輸入増加の可能性の程度を評価する必要がある。

海外の事業者が安い生産費用で十分な

る。

①～② (略)

③ 輸入品と当事会社グループの商品の代替性の程度

輸入品と当事会社グループの商品との代替性が高い場合には、それだけ需要者は躊躇なく輸入品を購入・使用することが可能と考えられる。

他方、輸入品と当事会社グループの商品に品質差がある場合、輸入品の品揃えに問題がある場合、又は需要者の使い慣れの問題がある場合には、輸入品が選好されない可能性がある。このような場合には、当事会社グループが商品の価格を引き上げたとしても輸入が増加せず、輸入圧力は働きにくいと考えられる。

輸入品と当事会社グループの商品との代替性の程度を評価するに当たっては、輸入品と当事会社グループの商品との価格水準の違いや価格・数量の動き等の過去の実績を参考にする場合がある。

例えば、当事会社の商品の価格が上昇した場合に、輸入品の販売数量が増加した実績があるときには、輸入品との代替性が高いと認められることがある。

また、主な需要者が輸入品を使用した経験の有無やその評価、輸入品採用の意向などから、当事会社グループの商品と輸入品との代替性が高いか否かを判断できる場合がある。

④ 海外の供給可能性の程度

当事会社グループが商品の価格を引き上げた場合の輸入増加の可能性の程度を評価する必要がある。

海外の事業者が安い生産費用で十分な

供給余力を有している場合には、それだけ国内価格の上昇に応じて輸入が増加する蓋然性が高いと考えられる。海外製品の輸入や海外の事業者の日本向け輸出への具体的な計画がある場合には、そうでない場合に比べて、輸入増加の蓋然性が高い。また、海外に有力な競争者が存在し、現に相当程度、国内への供給を行っている場合や、近い将来にその事業者が国内に物流・販売拠点を設け、商品を提供する具体的な計画を有しており、その実現可能性が高い場合には、輸入圧力が働きやすいと考えられる。

また、日本以外の市場へ当該商品を提供しているが、国内価格次第で日本へ仕向地を変更する蓋然性が高い海外事業者が存在する場合や、国内価格次第で設備能力等の増強を行い日本への供給を行う蓋然性の高い海外事業者が存在する場合には、国内価格の上昇に応じて輸入が増加する可能性が高く、輸入圧力の要因となり得る。さらに、海外の有力な事業者が生産能力を増強する結果、海外における供給量が増加する場合に、海外での市場価格が下落し、国内製品との間に内外価格差が生じることがあるが、こうした内外価格差が生じるときには、輸入圧力が高まる可能性がある。

(注8) ここでいう「輸入」とは、前記第2の3において画定された地理的範囲以外の地域から商品が供給されることをいう。このため、国境を越えた一定の地域が地理的範囲と画定された場合は、当該地理的範囲以外の地域から当該地理的範囲に向けて行われる商品の供給をもって「輸入」とみることとする。

(注9) おおむね2年以内を目安とする

供給余力を有している場合には、それだけ国内価格の上昇に応じて輸入が増加する蓋然性が高いと考えられる。海外製品の輸入や海外の事業者の日本向け輸出への具体的な計画がある場合には、そうでない場合に比べて、輸入増加の蓋然性が高い。また、海外に有力な競争者が存在し、現に相当程度、国内への供給を行っている場合や、近い将来にその事業者が国内に物流・販売拠点を設け、商品を提供する具体的な計画を有しており、その実現可能性が高い場合には、輸入圧力が働きやすいと考えられる。

また、日本以外の市場へ当該商品を提供しているが、国内価格次第で日本へ仕向地を変更する蓋然性が高い海外事業者が存在する場合や、国内価格次第で設備能力等の増強を行い日本への供給を行う蓋然性の高い海外事業者が存在する場合には、国内価格の上昇に応じて輸入が増加する可能性が高く、輸入圧力の要因となり得る。さらに、海外の有力な事業者が生産能力を増強する結果、海外における供給量が増加する場合に、海外での市場価格が下落し、国内製品との間に内外価格差が生じることがあるが、こうした内外価格差が生じるときには、輸入圧力が高まる可能性がある。

(注6) ここでいう「輸入」とは、前記第2の3において画定された地理的範囲以外の地域から商品が供給されることをいう。このため、国境を越えた一定の地域が地理的範囲と画定された場合は、当該地理的範囲以外の地域から当該地理的範囲に向けて行われる商品の供給をもって「輸入」とみることとする。

(注7) おおむね2年以内を目安とする

が、産業の特性によりこれよりも短期間の場合もあれば長期間の場合もある。後記(3)の参入における「一定の期間」についても同様である。

(3) 参入
(略)

①～② (略)

③ 参入者の商品と当事会社グループの商品の代替性の程度

参入者が供給するであろう商品と当事会社グループの商品との代替性が高い場合には、それだけ需要者は躊躇なく参入者の商品を購入・使用することが可能と考えられる。

他方、参入者が当事会社グループと同等の品質の商品を同等の品揃えで製造・販売することが困難であるような場合、又は需要者の使い慣れの問題から参入者の商品が選好されないような場合には、参入が行われにくくなる可能性があり、また、参入が行われたとしても当事会社グループの商品に対する十分な競争圧力とはなりにくいと考えられる。

④ (略)

(4) 隣接市場からの競争圧力

第2において画定された一定の取引分野に関連する市場、例えば、地理的に隣接する市場及び当該商品と類似の効用等を有する商品(以下「類似品」という。)の市場における競争の状況についても考慮の対象となる。

例えば、隣接市場において十分に活発な競争が行われている場合や、近い将来において類似品が当該商品に対する需要を代替

が、産業の特性によりこれよりも短期間の場合もあれば長期間の場合もある。後記(3)の参入における「一定の期間」についても同様である。

(3) 参入
(略)

①～② (略)

③ 参入者の商品と当事会社の商品の代替性の程度

参入者が供給するであろう商品と当事会社グループの商品との代替性が高い場合には、それだけ需要者は躊躇なく参入者の商品を購入・使用することが可能と考えられる。

他方、参入者が当事会社グループと同等の品質の商品を同等の品揃えで製造・販売することが困難であるような場合、又は需要者の使い慣れの問題から参入者の商品が選好されないような場合には、参入が行われにくくなる可能性があり、また、参入が行われたとしても当事会社グループの商品に対する十分な競争圧力とはなりにくいと考えられる。

④ (略)

(4) 隣接市場からの競争圧力

第2において画定された一定の取引分野に関連する市場、例えば、地理的に隣接する市場及び当該商品と類似の効用等を有する商品(以下「競合品」という。)の市場における競争の状況についても考慮の対象となる。

例えば、隣接市場において十分に活発な競争が行われている場合や、近い将来において競合品が当該商品に対する需要を代替

する蓋然性が高い場合には、当該一定の取引分野における競争を促進する要素として評価し得る場合がある。

需要の減少により市場が縮小している商品について、類似品が当該商品に対する需要を代替する蓋然性が高い場合も同様である。

ア 類似品

当該商品と効用等は類似しているが別の市場を構成している類似品の市場が存在する場合には、販売網、需要者、価格等の面からみた効用等の類似性により、類似品が、当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。

イ (略)

(5) 需要者からの競争圧力

当該一定の取引分野への競争圧力は、次の取引段階に位置する需要者側から生じることもある。需要者が、当事会社グループに対して、対抗的な交渉力を有している場合には、取引関係を通じて、当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。需要者側からの競争圧力が働いているか否かについては、次のような需要者と当事会社グループの取引関係等に係る状況を考慮する。

① (略)

② 取引先変更の容易性

需要者が、ある供給者から他の供給者への供給先の切替えを行うことが容易であり、切替えの可能性を当該供給者に示すことによって価格交渉力が生じているときには、需要者からの競争圧力が働い

する蓋然性が高い場合には、当該一定の取引分野における競争を促進する要素として評価し得る場合がある。

需要の減少により市場が縮小している商品について、競合品が当該商品に対する需要を代替する蓋然性が高い場合も同様である。

ア 競合品

当該商品と効用等は類似しているが別の市場を構成している競合品の市場が存在する場合には、販売網、需要者、価格等の面からみた効用等の類似性により、競合品が、当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。

イ (略)

(5) 需要者からの競争圧力

当該一定の取引分野への競争圧力は、次の取引段階に位置する需要者側から生じることもある。需要者が、当事会社グループに対して、対抗的な交渉力を有している場合には、取引関係を通じて、当事会社グループがある程度自由に価格等を左右することをある程度妨げる要因となり得る。需要者側からの競争圧力が働いているか否かについては、次のような需要者と当事会社の取引関係等に係る状況を考慮する。

① (略)

② 取引先変更の容易性

需要者が、ある供給者から他の供給者への供給先の切替えを行うことが容易であり、切替えの可能性を当該供給者に示すことによって価格交渉力が生じているときには、需要者からの競争圧力が働い

ていると考えられる。例えば、需要者が、電子商取引や入札購買によって競争的に供給者を選択している場合、容易に内製に転換することができる場合、当該商品以外を含めて多様に取引を変更することが容易な状況にあり購買者圧力が形成されている場合、大規模な量販店のよう取引規模が大きく複数の購買先を有している場合等、需要者の調達方法、供給先の分散の状況や変更の難易の程度などからみて、当該需要者の価格交渉力が強いときには、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をおある程度妨げる要因となり得る。

他方、例えば、ネットワーク効果の存在やスイッチングコスト等のために需要者が当事会社グループから他の供給者へ供給先の切替えを行うに当たっての障壁が高い場合など、需要者にとって当事会社グループから他の供給者への供給先の切替えを行うことが容易ではない場合には、需要者からの競争圧力が働きにくいと考えられる。

③ (略)

(6)～(7) (略)

(8) 当事会社グループの経営状況

ア (略)

イ 競争を実質的に制限することとなるおそれは小さい場合

企業結合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るか否かについては、個々の事案ごとに各判断要素を総合的に勘案して判断するが、次の場合には、水平型企業結合が単独行動に

ていると考えられる。例えば、需要者が、電子商取引や入札購買によって競争的に供給者を選択している場合、容易に内製に転換することができる場合、当該商品以外を含めて多様に取引を変更することが容易な状況にあり購買者圧力が形成されている場合、大規模な量販店のよう取引規模が大きく複数の購買先を有している場合等、需要者の調達方法、供給先の分散の状況や変更の難易の程度などからみて、当該需要者の価格交渉力が強いときには、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をおある程度妨げる要因となり得る。

③ (略)

(6)～(7) (略)

(8) 当事会社グループの経営状況

ア (略)

イ 競争を実質的に制限することとなるおそれは小さい場合

企業結合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るか否かについては、個々の事案ごとに各判断要素を総合的に勘案して判断するが、次の場合には、水平型企業結合が単独行動に

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おそれは小さいと通常考えられる。

① 一方当事会社が継続的に大幅な経常損失を計上しているか、実質的に債務超過に陥っているか、運転資金の融資が受けられない状況であって、企業結合がなければ近い将来において倒産し市場から退出する蓋然性が高いことが明らかな場合において、これを企業結合により救済することが可能な事業者で、他方当事会社による企業結合よりも競争に与える影響が小さいものの存在が認め難いとき。

② 一方当事会社の企業結合の対象となる事業部門が、継続的に大幅な損失を計上するなど著しい業績不振に陥っており、企業結合がなければ近い将来において市場から退出する蓋然性が高いことが明らかな場合において、これを企業結合により救済することが可能な事業者で、他方当事会社による企業結合よりも競争に与える影響が小さいものの存在が認め難いとき。

(9) 一定の取引分野の規模

複数の事業者が事業活動を行うと、効率的な事業者であっても採算が取れないほど一定の取引分野の規模が十分に大きくなく、企業結合がなくても複数の事業者による競争を維持することが困難な場合には、当該複数の事業者が企業結合によって1社となったとしても、当該企業結合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通常考えられる。

3 協調的行動による競争の実質的制限についての判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して、水平型

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おそれは小さいと通常考えられる。

① 当事会社の一方が継続的に大幅な経常損失を計上しているか、実質的に債務超過に陥っているか、運転資金の融資が受けられない状況であって、企業結合がなければ近い将来において倒産し市場から退出する蓋然性が高いことが明らかな場合において、これを企業結合により救済することが可能な事業者で、他方当事会社による企業結合よりも競争に与える影響が小さいものの存在が認め難いとき。

② 当事会社の一方の企業結合の対象となる事業部門が、継続的に大幅な損失を計上するなど著しい業績不振に陥っており、企業結合がなければ近い将来において市場から退出する蓋然性が高いことが明らかな場合において、これを企業結合により救済することが可能な事業者で、他方当事会社による企業結合よりも競争に与える影響が小さいものの存在が認め難いとき。

(新設)

3 協調的行動による競争の実質的制限についての判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して、水平型

企業結合が協調的行動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か否か判断する。

(1) 当事会社グループ及び競争者の地位等並びに市場における競争の状況等

ア 競争者の数等

一定の取引分野における競争者の数が少ない又は少数の有力な事業者に市場シェアが集中している場合には、競争者の行動を高い確度で予測しやすいと考えられる。

また、各事業者が同質的な商品を販売しており、費用条件が類似している場合などには、各事業者の利害が共通することが多いため、協調的行動がとられやすくなり、また、競争者が協調的な行動をとるか否かを高い確度で予測しやすいと考えられる。

したがって、企業結合によりこのような状況が生じる場合には、競争に及ぼす影響が特に大きい。

イ～ウ (略)

エ 共同出資会社の扱い

出資会社が行っていた特定の事業部門の全部を共同出資会社によって統合することにより、出資会社の業務と分離させる場合には、出資会社と共同出資会社相互間の業務の関連性は薄いと考えられる。

したがって、例えば、ある商品の生産・販売、研究開発等の事業すべてが共同出資会社によって統合される場合には、共同出資会社について、競争者と協調的な行動をとるとみられるか否かを考慮することとなる。

他方、出資会社が行っていた特定の事

企業結合が協調的行動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か否か判断する。

(1) 当事会社グループの地位及び競争者の状況

ア 競争者の数等

一定の取引分野における競争者の数が少ない又は少数の有力な事業者に市場シェアが集中している場合には、競争者の行動を高い確度で予測しやすいと考えられる。

また、各事業者が同質的な商品を販売しており、費用条件が類似している場合などには、各事業者の利害が共通することが多いため、協調的行動がとられやすくなり、また、競争者が協調的な行動をとるかどうかを高い確度で予測しやすいと考えられる。

したがって、企業結合によりこのような状況が生じる場合には、競争に及ぼす影響が特に大きい。

イ～ウ (略)

エ 共同出資会社の扱い

出資会社が行っていた特定の事業部門の全部を共同出資会社によって統合することにより、出資会社の業務と分離させる場合には、出資会社と共同出資会社相互間の業務の関連性は薄いと考えられる。

したがって、例えば、ある商品の生産・販売、研究開発等の事業すべてが共同出資会社によって統合される場合には、共同出資会社について、競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮することとなる。

他方、出資会社が行っていた特定の事

業部門の一部が共同出資会社によって統合される場合等には、出資会社についても、競争者と協調的な行動をとるとみられるか否かを考慮することとなる。

出資会社間についても競争者と協調的な行動をとるとみられるか否かを考慮すべきかどうかの判断に当たっては、共同出資会社に係る出資会社間の具体的な契約の内容や結合の実態、出資会社相互間取引関係がある場合にはその内容等を考慮する。

例えば、ある商品の生産部門のみが共同出資会社によって統合され、出資会社は引き続き当該商品の販売を行う場合、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられているときであっても、生産費用が共通となることから価格競争の余地が減少し、他の出資会社を含め競争者と協調的な行動をとる誘因が生じると考えられる。このような場合、出資会社が他の出資会社を含め競争者と協調的な行動をとるとみられるか否かを考慮することとなる。

(2) 取引の実態等

ア 取引条件等

事業者団体が構成事業者の販売価格や数量に関する情報を収集・提供している場合など、価格、数量など競争者の取引条件に関する情報が容易に入手することができるときには、競争者の行動を高い確度で予測しやすく、また、競争者が協調的行動をとっているか否か把握することも容易であると考えられる。さらに、このような場合には、例えば、価格を引き下げて売上げの拡大を図る行動がとられたときには、他の競争者は容易にそれを知り、価格引下げにより奪われた売上

業部門の一部が共同出資会社によって統合される場合等には、出資会社についても、競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮することとなる。

出資会社間についても競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮すべきかどうかの判断に当たっては、共同出資会社に係る出資会社間の具体的な契約の内容や結合の実態、出資会社相互間取引関係がある場合にはその内容等を考慮する。

例えば、ある商品の生産部門のみが共同出資会社によって統合され、出資会社は引き続き当該商品の販売を行う場合、共同出資会社の運営を通じ出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられているときであっても、生産費用が共通となることから価格競争の余地が減少し、他の出資会社を含め競争者と協調的な行動をとる誘因が生じると考えられる。このような場合、出資会社が他の出資会社を含め競争者と協調的な行動をとるとみられるかどうかを考慮することとなる。

(2) 取引の実態等

ア 取引条件等

事業者団体が構成事業者の販売価格や数量に関する情報を収集・提供している場合など、価格、数量など競争者の取引条件に関する情報が容易に入手することができるときには、競争者の行動を高い確度で予測しやすく、また、競争者が協調的行動をとっているかどうか把握することも容易であると考えられる。さらに、このような場合には、例えば、価格を引き下げて売上げの拡大を図る行動がとられたときには、他の競争者は容易にそれを知り、価格引下げにより奪われた売上

げを取り戻そうとする可能性が高いので、そのような行動をとる誘因は小さくなると考えられる。

他方、大口の取引が不定期に行われている場合には、例えば、価格を引き下げて大口の取引を受注することによる利益が大きく、また、その機会も頻繁ではないので、競争者と協調的な行動をとる誘因は小さくなり、また、競争者の行動を予測することが困難であると考えられる。

逆に、小口の取引が定期的に行われている場合には、競争者と協調的な行動がとられやすいと考えられる。

イ～ウ (略)

(3) 輸入、参入及び隣接市場からの競争圧力等

輸入圧力が十分に働いていれば、例えば、協調的に国内品の価格を引き上げたとしても、輸入品が増加し、売上げを奪われることになるので、協調的行動がとられる可能性は低くなると考えられる。

現在相当量の輸入が行われており、海外の事業者の生産費用や事業戦略等が国内の事業者と異なる場合には、海外の事業者と国内の事業者の利害が一致しにくく、協調的な行動がとられにくい可能性がある。このような状況において国内品の価格が引き上げられた場合には、輸入品が増加するので、当事会社グループとその競争者が協調的行動により価格等のある程度自由に左右することは困難であると考えられる。ただし、海外の事業者が国内において既存業者として定着しているような場合等においては、当該事業者が当事会社グループを含む競争者と協調的行動をとることも考えられ

げを取り戻そうとする可能性が高いので、そのような行動をとる誘因は小さくなると考えられる。

他方、大口の取引が不定期に行われている場合には、例えば、価格を引き下げて大口の取引を受注することによる利益が大きく、また、その機会も頻繁ではないので、競争者と協調的な行動をとる誘因は小さくなり、また、競争者の行動を予測することが困難であると考えられる。

逆に、小口の取引が定期的に行われている場合には、競争者と協調的な行動がとられやすいと考えられる。

イ～ウ (略)

(3) 輸入、参入及び隣接市場からの競争圧力等

輸入圧力が十分に働いていれば、例えば、協調的に国内品の価格を引き上げたとしても、輸入品が増加し、売上げを奪われることになるので、協調的行動がとられる可能性は低くなると考えられる。

現在相当量の輸入が行われており、海外の事業者の生産費用や事業戦略等が国内の事業者と異なる場合には、海外の事業者と国内の事業者の利害が一致しにくく、協調的な行動がとられにくい可能性がある。このような状況において国内品の価格が引き上げられた場合には、輸入品が増加するので、当事会社グループとその競争者が協調的行動により価格等のある程度自由に左右することは困難であると考えられる。ただし、海外の事業者が国内において既存業者として定着しているような場合等においては、当該事業者が当事会社を含む競争者と協調的行動をとることも考えられる。

る。

また、現在の輸入量が小さい場合であっても、例えば、国内の事業者が協調的に国内品の価格を引き上げた場合に、輸入品が容易に増加し、国内品の売上げを奪う場合には、協調的行動がとられる可能性は低くなると考えられる。

国内の事業者が価格を引き上げた場合に、輸入圧力が働くか否かは、前記2(2)①～④と同様の観点から、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の有無、輸入品と国内品の代替性の程度及び海外の供給可能性の程度を検討し、当事会社グループ及び他の国内の事業者が協調して価格を引き上げた場合に、需要者が国内品から輸入品に容易に切り替えられるため、一定の期間(注9)に輸入が増加し、価格引上げを妨げることとなるか否かについて検討する。

また、参入についても同様に考えられる。参入の可能性については、前記2(3)①～④と同様の観点から、制度上の参入障壁の程度、実態面での参入障壁の程度、参入者の商品と既存事業者の商品の代替性の程度及び参入可能性の程度を検討し、当事会社グループ及び他の事業者が協調して価格を引き上げた場合に、一定の期間(注9)に参入が行われ、価格引上げを妨げることとなるか否かについて検討する。

隣接市場からの競争圧力や需要者からの競争圧力も、同様に、協調的行動がとられることを妨げ、あるいは、当事会社グループとその競争者が協調的行動により価格等がある程度自由に左右することを妨げる要因となり得る。

例えば、需給状況、主な需要者の調達方法及び供給先の分散の状況又は変更の難易の程度などからみて、需要者の価格交渉力

また、現在の輸入量が小さい場合であっても、例えば、国内の事業者が協調的に国内品の価格を引き上げた場合に、輸入品が容易に増加し、国内品の売上げを奪う場合には、協調的行動がとられる可能性は低くなると考えられる。

国内の事業者が価格を引き上げた場合に、輸入圧力が働くか否かは、前記2(2)①～④と同様の観点から、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の有無、輸入品と国内品の代替性の程度及び海外の供給可能性の程度を検討し、当事会社及び他の国内の事業者が協調して価格を引き上げた場合に、需要者が国内品から輸入品に容易に切り替えられるため、一定の期間(注7)に輸入が増加し、価格引上げを妨げることとなるか否かについて検討する。

また、参入についても同様に考えられる。参入の可能性については、前記2(3)①～④と同様の観点から、制度上の参入障壁の程度、実態面での参入障壁の程度、参入者の商品と既存事業者の商品の代替性の程度及び参入可能性の程度を検討し、当事会社及び他の事業者が協調して価格を引き上げた場合に、一定の期間(注7)に参入が行われ、価格引上げを妨げることとなるか否かについて検討する。

隣接市場からの競争圧力や需要者からの競争圧力も、同様に、協調的行動がとられることを妨げ、あるいは、当事会社グループとその競争者が協調的行動により価格等がある程度自由に左右することを妨げる要因となり得る。

例えば、需給状況、主な需要者の調達方法及び供給先の分散の状況又は変更の難易の程度などからみて、需要者の価格交渉力が強い場合には、当事会社グループとその

<p>が強い場合には、当事会社グループとその競争者が協調的行動をとることが困難である場合が多いと考えられる。</p> <p>(4) 効率性及び当事会社グループの経営状況 前記2(7)及び(8)に準じて判断する。</p>	<p>競争者が協調的行動をとることが困難である場合が多いと考えられる。</p> <p>(4) 効率性及び当事会社グループの経営状況 前記2(7)及び(8)に準じて判断する。</p>
<p>第5 垂直型企業結合による競争の実質的制限</p> <p>1 基本的考え方等</p> <p>(1) 基本的考え方</p> <p>前記第3の2のとおり、垂直型企業結合は、一定の取引分野における競争単位の数を減少させないので、水平型企業結合に比べて競争に与える影響は小さくなく、市場の閉鎖性・排他性、協調的行動等による競争の実質的制限の問題を生じない限り、通常、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考えられない。垂直型企業結合についても、単独行動による競争の実質的制限と協調的行動による競争の実質的制限の2つの観点から検討される。</p>	<p>第5 垂直型企業結合及び混合型企業結合による競争の実質的制限</p> <p>1 基本的考え方</p> <p>前記のとおり、垂直型企業結合及び混合型企業結合は、一定の取引分野における競争単位の数を減少させないので、水平型企業結合に比べて競争に与える影響は小さくなく、市場の閉鎖性・排他性、協調的行動等による競争の実質的制限の問題を生じない限り、通常、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考えられない。垂直型企業結合及び混合型企業結合についても、単独行動による競争の実質的制限と協調的行動による競争の実質的制限の2つの観点から検討される。</p> <p>(1) 単独行動による競争の実質的制限</p> <p><u>垂直型企業結合及び混合型企業結合が単独行動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のは、典型的には、次のような場合である。</u></p> <p><u>垂直型企業結合が行われると、当事会社グループ間でのみ取引することが有利になるため、事実上、他の事業者の取引の機会が奪われ、当事会社グループ間の取引部分について閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。例えば、複数の原材料メーカーより原材料を購入し、かつ、大きな市場シェアを有する完成品メーカーと原材料メーカーが合併し、当事会社の完成品メーカー部門が当事会社の原材料部門からのみ原材料を調達する場合、他の原材料メーカーは、</u></p>

事実上、大口の需要先との取引の機会を奪われる可能性がある。また、例えば、複数の完成品メーカーに原材料を販売し、かつ、大きな市場シェアを有する原材料メーカーと当該原材料の需要者である完成品メーカーが合併し、当事会社の原材料メーカー部門がその完成品メーカー部門にのみ原材料を販売するようになる場合、他の完成品メーカーは、事実上、主要な原材料の供給元を奪われる可能性がある。有力なメーカーと有力な流通業者とが合併した場合も、他のメーカーが新規参入をするに当たって、自ら流通網を整備しない限り参入が困難になるとときには、競争に及ぼす影響が大きい。

なお、垂直型企业結合後も当事会社が競争者と取引を継続する場合において、企業結合前と比較して競争者が取引上不利に取り扱われることにより、実効性のある競争が期待できなくなるときも、競争に及ぼす影響が大きい。

当事会社グループの市場シェアが大きい場合には、垂直型企业結合によって当事会社グループ間の取引部分についてこのような閉鎖性・排他性の問題が生じる結果、当事会社グループが当該商品の価格その他の条件をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るときがある。このような場合、垂直型企业結合は、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。

混合型企業結合が行われ、当事会社グループの総合的な事業能力が増大する場合にも、市場の閉鎖性・排他性等の問題が生じるときがある。例えば、企業結合後の当事会社グループの原材料調達力、技術力、販売力、信用力、ブランド力、広告宣伝力等の事業能力が増大し、競争力が著しく高まり、それによって競争者が競争的な行動を

<p>(2) 競争を実質的に制限することとならない場合</p> <p>垂直型企业結合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るか否かについては、個々の事案ごとに後記2又は3の各判断要素を総合的に勘案して判断するが、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが下記①又は②に該当する場合には、垂直型企业結合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るとは通常考えられない(注10)。</p> <p>① 当事会社が関係するすべての一定の取引分野において、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが10%以下である場合</p>	<p>とることが困難になり、市場の閉鎖性・排他性等の問題が生じるときがある。</p> <p>(2) 協調的行動による競争の実質的制限</p> <p>垂直型企业結合及び混合型企業結合が協調的行動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のは、典型的には、次のような場合である。</p> <p>例えば、メーカーと流通業者との間に垂直的企業結合が生じることによって、メーカーが垂直型企业結合関係にある流通業者を通じて、当該流通業者と取引のある他のメーカーの価格等の情報を入手し得るようになる結果、当事会社グループのメーカーを含むメーカー間で協調的に行動することが高い確度で予測することができるようになる場合がある。このような場合には、当事会社グループとその競争者が当該商品の価格等をある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るので、垂直型企业結合が、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る。</p> <p>混合型企業結合が行われた場合にも、同様の問題が生じる場合がある。</p> <p>(3) 競争を実質的に制限することとならない場合</p> <p>垂直型企业結合及び混合型企業結合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るか否かについては、個々の事案ごとに後記2の各判断要素を総合的に勘案して判断するが、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが下記①又は②に該当する場合には、垂直型企业結合及び混合型企業結合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るとは通常考えられない。</p> <p>① 当事会社が関係するすべての一定の取引分野において、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが10%以下である</p>
--	--

② 当事会社が関係するすべての一定の取引分野において、企業結合後のHHIが2,500以下の場合であって、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが25%以下である場合

なお、上記の基準に該当しない場合であっても、直ちに競争を実質的に制限することとなるものではなく個々の事案ごとに判断されることとなるが、過去の事例に照らせば、企業結合後のHHIが2,500以下であり、かつ、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる。

(注10) (注5) 参照。

場合

② 当事会社が関係するすべての一定の取引分野において、企業結合後のHHIが2,500以下の場合であって、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが25%以下である場合

なお、上記の基準に該当しない場合であっても、直ちに競争を実質的に制限することとなるものではなく個々の事案ごとに判断されることとなるが、過去の事例に照らせば、企業結合後のHHIが2,500以下であり、かつ、企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下の場合には、競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる。

2 垂直型企业結合及び混合型企業結合による

競争の実質的制限の判断要素

(1) 単独行動による競争の実質的制限の判断要素

次の判断要素を総合的に勘案して、垂直型企业結合及び混合型企業結合が単独行動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か否か判断する。

ア 当事会社グループの地位及び競争者の状況

企業結合後の当事会社グループの市場シェアが小さく、その順位も低い場合には、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性は小さい。

また、当事会社グループの市場シェアと競争者の市場シェアの格差が小さい場合や、競争者の供給余力が大きい場合には、代替的な取引先を確保することができる可能性が大きいので、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性は小さい。

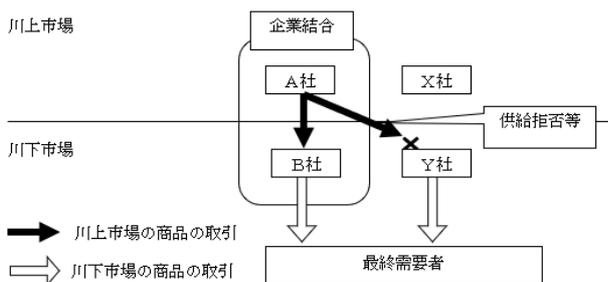
イ 輸入・参入、総合的な事業能力、効率性等

	<p><u>第4の2(2)～(8)に準じて判断する。</u></p> <p><u>ウ その他</u></p> <p><u>企業結合の当事会社の一部が他の当事会社の潜在的な競争者である場合には、当該企業結合によって一部の当事会社の新規参入の可能性を消滅させることにも考慮する。</u></p> <p><u>(2) 協調的行動による競争の実質的制限の判断要素</u></p> <p><u>第4の3(1)～(3)並びに2(7)及び(8)に準じて判断する。</u></p>
<p><u>2 単独行動による競争の実質的制限</u></p> <p><u>垂直型企业結合後、当事会社が当事会社グループ間でのみ取引を行い、事実上、他の事業者の取引の機会が奪われることなどにより、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。その結果、当事会社グループが当該商品の価格等のある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るような場合、垂直型企业結合は、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。</u></p> <p><u>垂直型企业結合が単独行動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か否かについては、次の(1)及び(2)に基づき市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる程度を検討し、その上で(3)の判断要素も勘案して判断する。</u></p> <p><u>なお、例えばある商品のメーカーとその商品の販売業者が垂直型企业結合を行う場合、当該メーカーの属する一定の取引分野を川上市場といい、当該販売業者の属する一定の取引分野を川下市場という。</u></p> <p><u>(1) 川下市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合</u></p> <p><u>ア 供給拒否等</u></p> <p><u>垂直型企业結合後、川上市場の当事会社(図2のA社)が、川下市場の当事会社</u></p>	<p><u>(新設)</u></p>

(B社)以外の事業者(競争者:Y社)に対して、商品の供給の拒否又は川下市場の当事会社(B社)との取引と比較して不利な条件での取引(以下「供給拒否等」という。)を行うことにより、川下市場の競争者(Y社)の競争力が減退し、これら競争者が川下市場から退出し、又はこれらの競争者からの牽制力が弱くなる場合がある。また、このような状況では、川下市場の潜在的競争者にとって参入が困難となり、又は参入のインセンティブが低下する場合がある。このように、供給拒否等によって川下市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。川下市場の閉鎖性・排他性の問題をもたらす供給拒否等を投入物閉鎖という(注11)。

(注11) 投入物閉鎖により、川下市場の閉鎖性・排他性が生じる結果、川上市場の競争者の販売先が制限され、当該競争者の競争力が弱くなることで、川上市場の閉鎖性・排他性が生じる場合もある。

(図2)



投入物閉鎖が行われるか否かは、当事会社が投入物閉鎖を行う能力があるか否か、当事会社が投入物閉鎖を行うインセンティブがあるか否かを考慮して検討することとなる。

(ア) 投入物閉鎖を行う能力

川上市場の当事会社(図2のA社)が大きな市場シェアを有する場合、川

上市場の当事会社（A社）の市場シェアと競争者（X社）の市場シェアの格差が大きい場合、川上市場の競争者（X社）が十分な供給余力を有していない場合、技術的な理由等により川下市場の競争者（Y社）が川上市場の当事会社（A社）からその競争者（X社）へ購入先の切替えを容易に行うことができない場合などにおいては、川上市場の当事会社（A社）が川下市場の競争者（Y社）に供給拒否等を行うことにより、当該競争者（Y社）は川上市場の当事会社（A社）以外の事業者（X社）に購入先を十分に振り替えることができず、競争力が減退し、これら競争者からの牽制力が弱くなる程度が大きくなり、川下市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる蓋然性が大きくなると考えられる。

なお、データが市場において取引され得るような場合に、競争上重要なデータを有する川上市場の事業者（A社）と当該データを活用してサービス等を提供する事業者（B社）が垂直型企業結合を行うことにより、データの供給拒否等が行われ、川下市場の市場の閉鎖性・排他性が生じる場合がある（注12）。川上市場の当事会社（A社）が有するデータの川下市場での競争上の重要性や川上市場の当事会社（A社）がデータの投入物閉鎖を行う能力の評価に当たっては、後記第6の2(2)の視点と同様の視点に基づき判断する。

（注12）なお、データに限らず、知的財産権等の競争上重要な投入財についてもデータの考え方に準じて判断する。

(イ) 投入物閉鎖を行うインセンティブ

一般的に、川上市場の当事会社（図2のA社）が川下市場の競争者（Y社）に対して供給拒否等を行う場合、川上市場の当事会社（A社）の販売量が減少し利益が減少する可能性がある一方、川下市場の競争者（Y社）の競争力が減退し川下市場の当事会社（B社）のシェアが増加すれば、川下市場の当事会社（B社）の利益は増加することとなる。

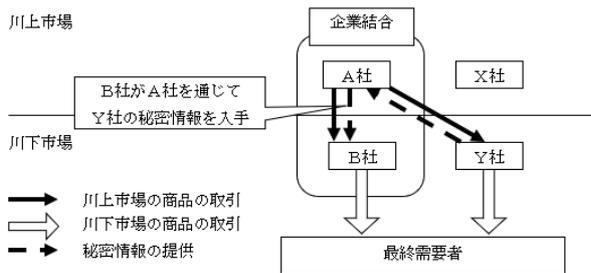
このような傾向がある中で、川上市場の当事会社（A社）が投入物閉鎖を行うインセンティブを有する場合とは、投入物閉鎖を行うことにより当事会社グループ（A社及びB社の合計）として新たに得られる利益が失う利益より大きい場合である。例えば、川上市場の当事会社（A社）の利益率が低く川下市場の当事会社（B社）の利益率や市場シェアが高い場合、川下市場の当事会社（B社）の供給余力が大きい場合、供給拒否等の対象となる川下市場の競争者（Y社）と当事会社（B社）の商品の代替性が高い場合などにおいては、供給拒否等により川上市場で当事会社（A社）が失う利益は小さい一方、川下市場で新たに得られる利益は大きく、当事会社グループとしての利益が増加する可能性は高くなる。

イ 秘密情報の入手

垂直型企業結合後、川下市場の当事会社（図3のB社）が、川上市場の当事会社（A社）を通じて、川上市場の当事会社（A社）と取引のある川下市場の競争者（Y社）の製品の仕様や開発に関する情報、顧客に関する情報、原材料の調達価格・数量・組成等の情報といった競争上の重要な秘密情報を入手し、当該情報を

自己に有利に用いることにより、川下市場の競争者（Y社）が不利な立場に置かれ、これら競争者が川下市場から退出し、又はこれらの競争者からの牽制力が弱くなるような場合には、川下市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。

(図3)



(2) 川上市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合

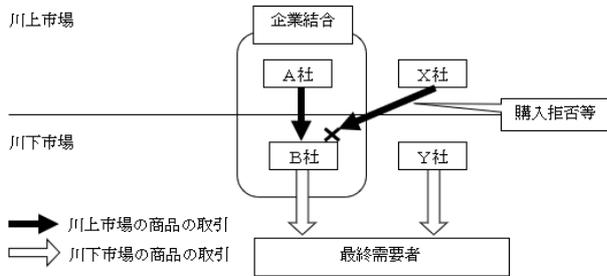
ア 購入拒否等

垂直型企業結合後、川下市場の当事会社（図4のB社）が、川上市場の当事会社（A社）以外の事業者（競争者：X社）に対して、商品の購入の拒否又は川上市場の当事会社（A社）との取引と比較して不利な条件での取引（以下「購入拒否等」という。）を行うことにより、川上市場の競争者（X社）の競争力が減退し、これら競争者が川上市場から退出し、又はこれらの競争者からの牽制力が弱くなる場合がある。また、このような状況では、川上市場に参入することを計画している事業者にとって参入が困難となり、又は参入のインセンティブが低下する場合がある。このように、購入拒否等によって川上市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。川上市場の閉鎖性・排他性の問題をもたらす購入拒否等を顧客閉鎖という（注13）。

（注13）顧客閉鎖により、川上市場の閉

鎖性・排他性が生じる結果、川下市場の競争者の購入価格が上昇し、当該競争者の競争力が弱くなることで、川下市場の閉鎖性・排他性が生じる場合もある。

(図4)



顧客閉鎖が行われるか否かは、当事会社が顧客閉鎖を行う能力があるか否か、当事会社が顧客閉鎖を行うインセンティブがあるか否かを考慮して検討することとなる。

(ア) 顧客閉鎖を行う能力

川下市場の当事会社（図4のB社）が大きな市場シェアを有する場合、川下市場の当事会社（B社）の市場シェアと競争者（Y社）の市場シェアの格差が大きい場合、川上市場の競争者（X社）が当事会社（B社）の要請に応じて関係特種的な投資（注14）を行うなど供給先の切替えを容易に行うことができない場合などにおいては、川下市場の当事会社（B社）が川上市場の競争者（X社）に購入拒否等を行うことにより、当該競争者（X社）は川下市場の当事会社（B社）以外の事業者（Y社）に販売先を十分に振り替えることができず、競争力が減退し、これら競争者からの牽制力が弱くなる程度が大きくなり、川下市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる蓋然性が大きくなると考えられる。

(注14) 当事者にとって、ある相手方との取引では有益であったとしても、他の相手方との取引では価値がなくなるような投資のこと。

(イ) 顧客閉鎖を行うインセンティブ

一般的に、川下市場の当事会社（図4のB社）が川上市場の競争者（X社）に対して購入拒否等を行う場合、川下市場の当事会社（B社）の購入に係る選択肢が制限され利益が減少する場合があります。一方、川上市場の競争者（X社）の競争力が減退し川上市場の当事会社（A社）の利益は増加する場合があります。また、川下市場の競争者（Y社）の競争力が減退し、川下市場の当事会社（B社）の利益が増加する場合があります。

このような傾向がある中で、川下市場の当事会社（B社）が顧客閉鎖を行うインセンティブを有する場合とは、顧客閉鎖を行うことにより当事会社グループ（A社及びB社の合計）として新たに得られる利益が失う利益より大きい場合である。例えば、川上市場の当事会社（A社）の供給余力が大きい場合、川下市場の当事会社（B社）が川上市場の競争者（X社）からの購入分を川上市場の当事会社（A社）に振り替えることにより当該川上市場の当事会社（A社）の稼働率が改善するなど、当事会社グループとして利益が増加する可能性は高くなる。

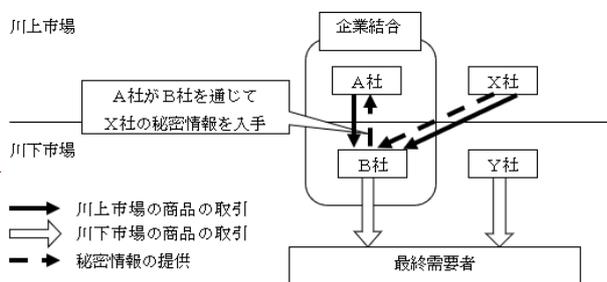
一方、川下市場が財やサービスを豊富に取り揃えることが最終需要者との関係で競争上重要である場合において、川下市場の当事会社（B社）が購入拒否等を行うことは同社の競争力を減退させる程度が大きくなることか

ら、当事会社グループが顧客閉鎖を行うインセンティブはそれだけ弱くなる。特に、川下市場が多面市場を形成するプラットフォームの場合、川下市場の当事会社（B社）が購入拒否等を行うと、川下市場における同社の最終需要者が減少し、間接ネットワーク効果により多面市場における他の需要者層にとっても同社の魅力が低下することから、当事会社グループが顧客閉鎖を行うインセンティブは更に弱まることとなる。

イ 秘密情報の入手

垂直型企业結合後、川上市場の当事会社（図5のA社）が、川下市場の当事会社（B社）を通じて、川下市場の当事会社（B社）と取引のある川上市場の競争者（X社）の製品の販売価格、数量、仕様等の情報といった競争上の重要な秘密情報を入手し、当該情報を自己に有利に用いることにより、川上市場の競争者（X社）が不利な立場に置かれ、これら競争者が川上市場から退出し、又はこれら競争者からの牽制力が弱くなるような場合には、川上市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。

(図5)



(3) 競争圧力等の考慮

垂直型企业結合が単独行動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か否かについて

は、前記ア及びイにおける川下市場及び川上市場の閉鎖性・排他性の程度のほか、前記第4の2(1)～(8)の各判断要素について、当該部分に準じて判断する。

3 協調的行動による競争の実質的制限

(新設)

垂直型企业結合後、当事会社グループが競争者の秘密情報を入手することなどにより、協調的行動をとりやすくなる場合がある。その結果、当事会社グループとその競争者の協調的行動により、当該商品の価格等のある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得るような場合、垂直型企业結合は、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。

垂直型企业結合が協調的行動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か否かについては、次の(1)のように垂直型企业結合後に当事会社グループと競争者が協調的な行動をとりやすくなる程度を検討し、その上で(2)の判断要素も勘案して判断する。

(1) 垂直型企业結合後に協調的行動がとりやすくなる場合

垂直型企业結合後、川下市場の当事会社(図3のB社)は、川上市場の当事会社(A社)を通じて、川上市場の当事会社(A社)と取引のある川下市場の競争者(Y社)の競争上の重要な秘密情報を入手することが可能となる場合がある。同様に、垂直型企业結合後、川上市場の当事会社(図5のA社)は、川下市場の当事会社(B社)を通じて、川下市場の当事会社(B社)と取引のある川上市場の競争者(X社)の競争上の重要な秘密情報を入手することが可能となる場合がある。

このように垂直型企业結合後に当事会社

グループが競争者の秘密情報を入手する結果、川下市場又は川上市場において、当事会社グループと競争者間で協調的に行動することが高い確度で予測できるようになり、協調的な行動をとりやすくなり、競争を実質的に制限することとなる場合がある。

また、垂直型企業結合後、当事会社グループによる投入物閉鎖又は顧客閉鎖によって競争単位の数が減少する結果、川下市場又は川上市場において、当事会社グループと競争者が協調的な行動をとりやすくなる場合がある。

(2) 競争圧力等の考慮

垂直型企業結合が協調的行動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か否かについては、前記アにおける協調的行動がとりやすくなる程度のほか、前記第4の3(1)～(3)並びに2(7)及び(8)の各判断要素について、当該部分に準じて判断する。

第6 混合型企業結合による競争の実質的制限

(新設)

1 基本的考え方等

(1) 基本的考え方

前記第3の2のとおり、混合型企業結合は、一定の取引分野における競争単位の数を減少させないので、水平型企業結合に比べて競争に与える影響は大きくなく、市場の閉鎖性・排他性、潜在的競争の消滅、協調的行動等の問題を生じない限り、通常、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考えられない。混合型企業結合についても、単独行動による競争の実質的制限と協調的行動による競争の実質的制限の2つの観点から検討される。

(2) 競争を実質的に制限することとならない場合

前記第5の1(2)の垂直型企業結合と同様に判断する。

2 単独行動による競争の実質的制限

混合型企業結合後、当事会社それぞれの商品を技術的に組み合わせる（注15）などして市場に供給すること、又は当事会社それぞれの商品を契約上組み合わせる市場に供給したり、当事会社の商品をそれぞれ単独で供給する場合の価格の合計額よりも一括して供給する場合の価格を低い水準に設定して供給すること（以下「組合せ供給」という。）などにより、市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。また、混合型企業結合の一方当事会社が具体的な参入計画を有していないとしても、仮に他方当事会社の商品市場や地域市場に参入した場合に他方当事会社の有力な競争者となることを見込まれる場合には、企業結合により一方当事会社の新規参入の可能性を消滅させることとなる結果、当事会社グループが当該商品の価格等のある程度自由に左右することができる状態が容易に現出し得る場合がある。

混合型企業結合が単独行動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か否かについては、次の(1)に基づき市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる程度を検討し、また、(2)に基づき有力な潜在的競争者との企業結合による競争に与える影響の程度を検討し、その上で(3)の判断要素も勘案して判断する。

(注15) 例えば、一方当事会社の商品と他方当事会社の商品が接続するなどして使用される場合、各当事会社の商品の接続等のための仕様を工夫したり、接続等に必要情報の開示を制限するなどにより、一方当事会社の商品について他方当事会社の商品のみ接続等して使

用できる（100%の性能を発揮できる）
ようにすることなど。

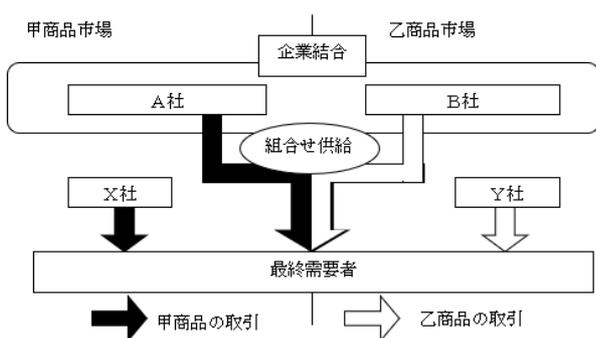
(1) 市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合

ア 組合せ供給を行う場合

需要者が同一である別の商品（図6の甲商品及び乙商品）について、一方当事会社（A社）が甲商品を、他方当事会社（B社）が乙商品をそれぞれ市場に供給している場合に、企業結合後に当事会社グループが甲商品及び乙商品を組合せ供給することにより、市場における競争者の競争力が減退し、これら競争者が市場から退出し、又はこれらの競争者からの牽制力が弱くなる場合がある。また、このような状況では、潜在的競争者にとって参入が困難となり、又は参入のインセンティブが低下する場合がある。

このように、組合せ供給によって市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある。市場の閉鎖性・排他性の問題をもたらす組合せ供給を混合型市場閉鎖という。

(図6)



混合型市場閉鎖が行われるか否かは、
当事会社グループが混合型市場閉鎖を行う能力があるか否か、当事会社グループが混合型市場閉鎖を行うインセンティブがあるか否かを考慮して検討することとなる。

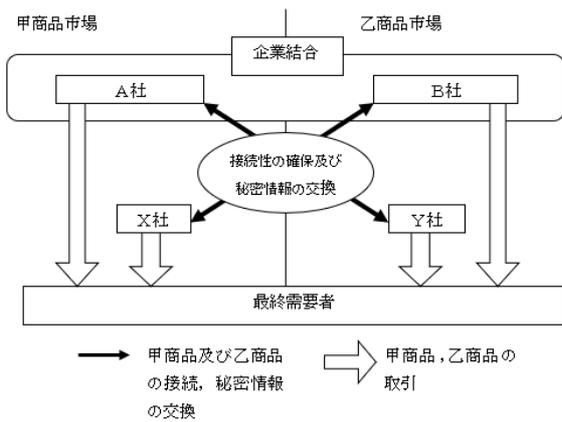
例えば、甲商品を供給する一方当事会社（A社）の市場における地位が相当程度高く、甲商品及び他方当事会社（B社）の乙商品の補完性の程度も高い場合においては、甲商品と乙商品を組合せ供給することにより、乙商品を供給する他方当事会社（B社）の市場における地位が高まり、乙商品の市場の競争者（Y社）の競争力が減退し、これら競争者からの牽制力が弱くなる程度が大きくなり、乙商品市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる蓋然性が大きくなると考えられる。

また、上記の場合において、乙商品の市場規模が大きく、利益率も高いようなときには、組合せ供給により当事会社グループの利益が増加する可能性が高くなると考えられる。

イ 秘密情報の入手

当事会社グループがそれぞれ供給する甲商品及び乙商品について、技術的要因により相互接続性を確保するために、甲商品の供給者と乙商品の供給者が競争上の重要な秘密情報を交換する必要がある状況等において、混合型企業結合後、甲商品を供給する一方当事会社（図7のA社）が、乙商品を供給する他方当事会社（B社）を通じて、自社の競争者（X社）の競争上の重要な秘密情報を入手し、当該情報を自己に有利に用いることにより、一方当事会社の競争者（X社）の競争力が減退し、これら競争者からの牽制力が弱くなるような場合には、一方当事会社（A社）の市場において市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる場合がある

(図7)



(2) 潜在的競争者との企業結合

混合型企业結合の一方当事会社が具体的な参入計画を有していないとしても、仮に他方当事会社の商品市場や地域市場に参入した場合に他方当事会社の有力な競争者になることが見込まれる場合には、当該企业結合が一方当事会社の新規参入の可能性を消滅させることによって競争に及ぼす影響が大きい。

例えば、ある市場において既に事業を行う会社（A社）が、その事業を行っていないがデータ等の重要な投入財を有し、当該市場に参入した場合に有力な競争者となることが見込まれる会社（B社）と混合型企业結合を行うことにより、その会社（B社）の新規参入の可能性を消滅させる場合には、競争に与える影響は大きい（注16）。

データの競争上の重要性や有力な潜在的競争者となるかの評価に当たっては、①一方当事会社（B社）がどのような種類のデータを保有・収集しているのか、②一方当事会社（B社）がどの程度の量のデータを保有しており、日々どの程度広い範囲からどの程度の量のデータを収集しているのか、③一方当事会社（B社）がどの程度の頻度でデータを収集しているのか、④一方当事会社（B社）が保有・収集するデータが、他方当事会社（A社）の商品市場にお

けるサービス等の向上にどの程度関連する
のか、といった点を考慮に入れる。また、
他方当事会社（A社）の商品市場の競争者
（X社）が入手可能なデータと比較して、
一方当事会社（B社）が保有・収集するデ
ータが上記①～④の観点からどの程度優位
性があるのかを考慮に入れる。

（注 16）データに限らず、知的財産権等の
競争上の重要な投入財についてもデ
ータの考え方に準じて判断する。

(3) 競争圧力等の考慮

混合型企業結合が単独行動により一定の
取引分野における競争を実質的に制限する
こととなるか否かについては、前記(1)にお
ける市場の閉鎖性・排他性の程度、前記(2)
における潜在的競争の消滅による競争に与
える影響の程度のほか、前記第4の2(1)～
(8)の判断要素について、当該部分に準じて
判断する。

3 協調的行動による競争の実質的制限

混合型企業結合が協調的行動により一定の
取引分野における競争を実質的に制限するこ
ととなるか否かについては、前記2(1)イのよ
うに当事会社グループが競争者の秘密情報を
入手する場合や、混合型市場閉鎖によって競
争単位の数が減少する場合に、混合型企業結
合後に当事会社グループと競争者が協調的な
行動をとりやすくなるか否かを検討し、その
上で前記第4の3(1)～(3)並びに2(7)及び
(8)の判断要素について、当該部分に準じて判
断する。

第7 競争の実質的制限を解消する措置

1～2 (略)

(付) 禁止期間の短縮について
法第10条第8項（法第15条第3項、

第6 競争の実質的制限を解消する措置

1～2 (略)

(付) 禁止期間の短縮について
法第10条第8項（法第15条第3項、

<p>法第 15 条の 2 第 4 項、法第 15 条の 3 第 3 項及び法第 16 条第 3 項において読み替えて準用する場合を含む。)において、会社は、届出受理の日から 30 日を経過するまでは株式取得等(株式取得、合併、共同新設分割、吸収分割、共同株式移転及び事業等の譲受けをいう。以下同じ。)をしてはならないと規定されている。しかし、同項において、公正取引委員会は、必要があると認める場合には、当該期間を短縮することができる旨規定されている。この禁止期間の短縮は、次の①及び②の要件を満たしている場合に認めることができるものとする。</p> <p>① 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ことが明らかな場合</p> <p>前記第 4 の 1 (3)、<u>第 5 の 1 (2) 及び第 6 の 1 (2)</u>に該当する案件については、これに該当する場合が多いと考えられる。</p> <p>② 禁止期間を短縮することについて届出会社が書面で申し出た場合</p>	<p>法第 15 条の 2 第 4 項、法第 15 条の 3 第 3 項及び法第 16 条第 3 項において読み替えて準用する場合を含む。)において、会社は、届出受理の日から 30 日を経過するまでは株式取得等(株式取得、合併、共同新設分割、吸収分割、共同株式移転及び事業等の譲受けをいう。以下同じ。)をしてはならないと規定されている。しかし、同項において、公正取引委員会は、必要があると認める場合には、当該期間を短縮することができる旨規定されている。この禁止期間の短縮は、次の①及び②の要件を満たしている場合に認めることができるものとする。</p> <p>① 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ことが明らかな場合</p> <p>前記第 4 の 1 (3) <u>及び</u>第 5 の 1 (3)に該当する案件については、これに該当する場合が多いと考えられる。</p> <p>② 禁止期間を短縮することについて届出会社が書面で申し出た場合</p>
---	---

改定後

<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すべてについて、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

以下は水平型の場合。垂直・混合型は本文参照。

【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
- ・当事会社間の従来の競争の状況等
- ・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

以下は水平型の場合。垂直・混合型は本文参照。

【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
- ・当事会社間の従来の競争の状況等
- ・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

<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すべてについて、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

「企業結合審査の手續に関する対応方針」新旧対照表

下線部が変更箇所

改 定 後	現 行
企業結合審査の手續に関する対応方針	企業結合審査の手續に関する対応方針
平成 23 年 6 月 14 日 公正取引委員会	平成 23 年 6 月 14 日 公正取引委員会
改定 平成 27 年 4 月 1 日 改定 平成 30 年 9 月 26 日 改定 令和 元年●月 ●日	改定 平成 27 年 4 月 1 日 改定 平成 30 年 9 月 26 日
1 (略)	1 (略)
2 届出前相談 企業結合計画に関し、独占禁止法第 10 条第 2 項（同条第 5 項の規定によりみなして適用する場合を含む。）、第 15 条第 2 項、第 15 条の 2 第 2 項及び第 3 項、第 15 条の 3 第 2 項並びに第 16 条第 2 項の規定に基づく当委員会に対する届出を予定する会社（以下「届出予定会社」という。）は、当該届出を行う前に、当委員会に対し、当該企業結合計画に関する相談（以下「届出前相談」という。）を行うことができる。届出前相談において、届出予定会社は、届出書の記載方法等に関して相談することができる（届出前相談窓口は、別紙届出書提出先）（注 1）。	2 届出前相談 企業結合計画に関し、独占禁止法第 10 条第 2 項（同条第 5 項の規定によりみなして適用する場合を含む。）、第 15 条第 2 項、第 15 条の 2 第 2 項及び第 3 項、第 15 条の 3 第 2 項並びに第 16 条第 2 項の規定に基づく当委員会に対する届出を予定する会社（以下「届出予定会社」という。）は、当該届出を行う前に、当委員会に対し、当該企業結合計画に関する相談（以下「届出前相談」という。）を行うことができる。届出前相談において、届出予定会社は、届出書の記載方法等に関して相談することができる（届出前相談窓口は、別紙届出書提出先）（注 1）。
例えば、届出書には <u>企業結合を行う会社</u> （以下「当事会社」という。）の国内の市場における地位を記載する項目があるところ、その記載を行うため、一定の取引分野に関する当委員会の考え方について、届出予定会社が当委員会に対し相談するなど、届出予定会社から届出書に記載すべき内容に関連した相談が当委員会に寄せられた場合には、当委員会は、当	例えば、届出書には <u>届出会社等</u> の国内の市場における地位を記載する項目があるところ、その記載を行うため、一定の取引分野に関する当委員会の考え方について、届出予定会社が当委員会に対し相談するなど、届出予定会社から届出書に記載すべき内容に関連した相談が当委員会に寄せられた場合には、当委員会は、当該相談に対する説明を行うために

該相談に対する説明を行うために必要な情報を届出予定会社から聴取するなどした上で、「企業結合審査に関する独占禁止法の運用方針」（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。）及び過去の事案で示した考え方に照らし、その時点での情報に基づき可能な範囲で説明を行うこととする。

また、届出予定会社は、届出前相談に対する適切な説明を得るために必要と思われる資料を当委員会に提出することができる。

なお、届出前相談における届出予定会社と当委員会とのやりとりを踏まえて届出後の審査が行われることとなるが、届出後の審査において、届出前相談における当委員会の説明が修正されることがある。

(注1) (略)

3 第1次審査(注2)

(1) 届出書の受理

企業結合計画に関し、当委員会に届出を行う会社（以下「届出会社」という。）が企業結合計画の届出書を当委員会に提出し、当委員会がこれを受理すると、当委員会は、第1次審査を開始する。

企業結合計画の届出書の様式及び届出に必要な書類については、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第9条から第16条までの規定による認可の申請、報告及び届出等に関する規則（昭和28年公正取引委員会規則第1号。以下「届出規則」という。）第2条の6、第5条、第5条の2、第5条の3及び第6条において規定されている。当委員会は、これらの規定に基づき提出された届出書を受理したときは、届出規

必要な情報を届出予定会社から聴取するなどした上で、「企業結合審査に関する独占禁止法の運用方針」（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。）及び過去の事案で示した考え方に照らし、その時点での情報に基づき可能な範囲で説明を行うこととする。

また、届出予定会社は、届出前相談に対する適切な説明を得るために必要と思われる資料を当委員会に提出することができる。

なお、届出前相談における届出予定会社と当委員会とのやりとりを踏まえて届出後の審査が行われることとなるが、届出後の審査において、届出前相談における当委員会の説明が修正されることがある。

(注1) (略)

3 第1次審査(注2)

(1) 届出書の受理

届出会社が企業結合計画の届出書を当委員会に提出し、当委員会がこれを受理すると、当委員会は、第1次審査を開始する。

企業結合計画の届出書の様式及び届出に必要な書類については、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第9条から第16条までの規定による認可の申請、報告及び届出等に関する規則（昭和28年公正取引委員会規則第1号。以下「届出規則」という。）第2条の6、第5条、第5条の2、第5条の3及び第6条において規定されている。当委員会は、これらの規定に基づき提出された届出書を受理したときは、届出規則第7条第1項及び第2項に基づき、届出会社に対し届出受理書を交付する。

<p>則第7条第1項及び第2項に基づき、届出会社に対し届出受理書を交付する。</p> <p>(注2) (略)</p> <p>(2)～(3) (略)</p> <p>4～5 (略)</p> <p>6 届出を要しない企業結合の計画に関する相談</p> <p><u>(1) 企業結合を計画している会社からの相談に対する対応</u></p> <p>国内売上高等が届出基準を満たさないために届出を要しない企業結合、又は届出の対象となっていないために届出を要しない役員兼任等の企業結合を計画している会社から、当委員会に対し、当該企業結合の計画に関して、具体的な計画内容を示して相談があった場合には、上記2～5の手續に準じて対応することとする。</p> <p><u>(2) 対価の総額が大きい企業結合計画</u></p> <p><u>当事会社のうち実質的に買収される会社(以下「被買収会社」という。)(注5)の国内売上高等に係る金額のみが届出基準を満たさないために届出を要しない企業結合計画(以下「届出不要企業結合計画」という。)のうち、買収に係る対価の総額(注6)が大きく、かつ、国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、競争に与える影響について精査するため、当委員会は当該届出</u></p>	<p>(注2) (略)</p> <p>(2)～(3) (略)</p> <p>4～5 (略)</p> <p>6 届出を要しない企業結合の計画に関する相談</p> <p>国内売上高等が届出基準を満たさないために届出を要しない企業結合、又は届出の対象となっていないために届出を要しない役員兼任等の企業結合を計画している会社から、当委員会に対し、当該企業結合の計画に関して、具体的な計画内容を示して相談があった場合には、上記2～5の手續に準じて対応することとする。</p> <p><u>なお、次の場合は、当該相談に関する審査を中止する。</u></p> <p><u>(1) 当委員会が相談会社に求めた資料の提出が行われなかった場合</u></p> <p><u>(2) 相談会社から相談の取下げの申出があった場合</u></p>
---	---

不要企業結合を計画している当事会社に対し別添の資料等の提出を求め、企業結合審査を行う。

このため、届出不要企業結合計画について、買収に係る対価の総額が400億円を超えると見込まれ、かつ、以下の①から③のいずれかを満たすなど当該届出不要企業結合計画が国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、当該届出不要企業結合計画の当事会社は、上記(1)に基づき当委員会に相談することが望まれる（注7）。

①被買収会社の事業拠点や研究開発拠点等が国内に所在する場合

②被買収会社が日本語のウェブサイトを開設したり、日本語のパンフレットを用いるなど、国内の需要者を対象に営業活動を行っている場合

③被買収会社の国内売上高合計額が1億円を超える場合

(注5) 被買収会社とは、例えば、株式取得の場合は株式発行会社、吸収合併の場合は吸収合併消滅会社、事業等の譲受けの場合は事業等の譲渡をしようとする会社を指す。

(注6) 当該買収に係る対価の総額とは、当該買収に関連して授受される金銭、株式、証券、その他資産を合算したものとする（将来的に授受される予定の金銭等を含む）。

(注7) 当該当事会社から相談がない場合には、当委員会は当該当事会社に別添の資料等の提出を求め、企業結合審査を行う。また、届出不要企業結合計画について、買収に係る対価の総額が400億円以下の場合や、①から③のいずれも満た

(新設)

<p><u>さない場合であっても、国内の競争に与える影響について精査する必要がある場合には、当委員会は当該届出不要企業結合計画について企業結合審査を行う。</u></p> <p>別紙 届出書提出先（略）</p> <p>別添 公正取引委員会が企業結合審査において参考とする資料の例</p>	<p>別紙 届出書提出先（略）</p> <p>別添 公正取引委員会が企業結合審査において参考とする資料の例</p>
---	---

企業結合ガイドラインの 該当箇所		資料の例	企業結合ガイドラインの 該当箇所		資料の例
第2-2	一定の取引分野 (商品の範囲)	<ul style="list-style-type: none"> 商品の概要 (形状, 特性等) 原材料, 製法, 製造工程図 品質・性能や規格・方式による商品の差異の程度 効用等が同種又は類似の商品 商品別価格, 取引数量の動き 需要者の認識・行動の特徴 工場生産設備の概要 (ラインの切替可能性等) 関連する文献, 調査・分析等 (以下全ての項目についても同様。) 	第2-2	一定の取引分野 (商品の範囲)	<ul style="list-style-type: none"> 商品の概要 (形状, 特性等) 原材料, 製法, 製造工程図 品質・性能や規格・方式による商品の差異の程度 効用等が同種又は類似の商品 商品別価格, 取引数量の動き 需要者の認識・行動の特徴 工場生産設備の概要 (ラインの切替可能性等) 関連する文献, 調査・分析等 (以下全ての項目についても同様。)
第2-3	一定の取引分野 (地理的範囲)	<ul style="list-style-type: none"> 事業を行っている国・区域 (当事会社及び競争者) 工場・事業所の所在地・事業区域 (当事会社及び競争者) 需要者の買い回る範囲, 購買行動 商品の特性 商品の輸送・提供手段, 輸送費用 国・地域別価格, 取引数量の動き 物流・商流 	第2-3	一定の取引分野 (地理的範囲)	<ul style="list-style-type: none"> 事業を行っている国・区域 (当事会社及び競争者) 工場・事業所の所在地・事業区域 (当事会社及び競争者) 需要者の買い回る範囲, 購買行動 商品の特性 商品の輸送・提供手段, 輸送費用 国・地域別価格, 取引数量の動き 物流・商流
第4-2 (1)	当事会社グループの地位・競争者の状況 (市場における競争の状況等を含む。)	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模 (数量・金額) の推移, 需要予測 各当事会社 (及び競争者) の生産・出荷数量及び金額の推移 (用途別・需要部門別, 自家消費・外販別等) 当事会社の対象商品の売上高 (利益・コスト) 市場シェアの変動状況, 当事会社間からの従来競争状況 製品別販売価格の月別推移 (相対取引・市況の別, 需要者グループ別, 流通経路別等) 価格決定の方法 (販売促進費用・レポートや広告宣伝費等) 価格交渉の頻度, 価格変更のタイミングやその要因 商品別の流通経路図, 経路別流通数量・金額, 販売組織, 流通系列化の状況 工場生産設備の概要 (設備の内容, 生産能力・生産数量・供 	第4-2 (1)	当事会社グループの地位・競争者の状況 (市場における競争の状況等を含む。)	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模 (数量・金額) の推移, 需要予測 各当事会社 (及び競争者) の生産・出荷数量及び金額の推移 (用途別・需要部門別, 自家消費・外販別等) 当事会社の対象商品の売上高 (利益・コスト) 市場シェアの変動状況, 当事会社間からの従来競争状況 製品別販売価格の月別推移 (相対取引・市況の別, 需要者グループ別, 流通経路別等) 価格決定の方法 (販売促進費用・レポートや広告宣伝費等) 価格交渉の頻度, 価格変更のタイミングやその要因 商品別の流通経路図, 経路別流通数量・金額, 販売組織, 流通系列化の状況 工場生産設備の概要 (設備の内容, 生産能力・生産数量・供

		<p>給余力の推移及びそれらの算定方法、建設・計画中の設備の内容・生産能力等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出数量・輸出価格の推移 (価格形成要因, 国内品との価格差) ・当事会社の製品ラインアップの状況 (製品カタログ等), 他社製品の概要 (製品ラインアップ, 特色等) ・商品差別化 (ブランド, グレード等) の状況, ブランドの評価 ・保有又は使用許諾を有する特許権, 技術導入に関する提携の内容 ・新製品の開発状況, 研究開発, 技術開発の参入事例, 量 (額), 投資額 (人員, 施設の概要等) ・当該商品に係る国内外の技術革新の速さや程度, 商品陳腐化の状況, 売上高に占める研究開発投資費の割合の推移 			<p>給余力の推移及びそれらの算定方法、建設・計画中の設備の内容・生産能力等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出数量・輸出価格の推移 (価格形成要因, 国内品との価格差) ・当事会社の製品ラインアップの状況 (製品カタログ等), 他社製品の概要 (製品ラインアップ, 特色等) ・商品差別化 (ブランド, グレード等) の状況, ブランドの評価 ・保有又は使用許諾を有する特許権, 技術導入に関する提携の内容 ・新製品の開発状況, 研究開発, 技術開発の参入事例, 量 (額), 投資額 (人員, 施設の概要等) ・当該商品に係る国内外の技術革新の速さや程度, 商品陳腐化の状況, 売上高に占める研究開発投資費の割合の推移
第4-2(2)	輸入	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入数量・輸入価格の推移 (価格形成要因, 国内品との価格差) ・国際的取引に係る関税その他の税制や法制度上の規制の有無・内容 ・輸入品の価格・品質・技術, 輸入に係る費用・設備 (物流・貯蔵設備等) ・輸入品の輸出国の需要動向・輸出余力, 海外における有力な事業者の概要 ・今後の輸出入の予測 	第4-2(2)	輸入	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入数量・輸入価格の推移 (価格形成要因, 国内品との価格差) ・国際的取引に係る関税その他の税制や法制度上の規制の有無・内容 ・輸入品の価格・品質・技術, 輸入に係る費用・設備 (物流・貯蔵設備等) ・輸入品の輸出国の需要動向・輸出余力, 海外における有力な事業者の概要 ・今後の輸出入の予測
第4-2(3)	参入	<ul style="list-style-type: none"> ・許認可等の法制度上の参入規制の有無 ・実態面での参入障壁の有無 (参入に必要な生産設備の適正規模と所要資金額, 立地条件, 技術条件, 原材料調達条件, 販売面の条件等) ・過去の参入事例及びその効果 ・参入可能性のある事業者や参入計画の有無, 参入予定者の事業計画 	第4-2(3)	参入	<ul style="list-style-type: none"> ・許認可等の法制度上の参入規制の有無 ・実態面での参入障壁の有無 (参入に必要な生産設備の適正規模と所要資金額, 立地条件, 技術条件, 原材料調達条件, 販売面の条件等) ・過去の参入事例及びその効果 ・参入可能性のある事業者や参入計画の有無, 参入予定者の事業計画
第4-2(4)	隣接市場からの競争圧力	<ul style="list-style-type: none"> ・隣接市場の競争状況及び隣接市場における競争が一定の取引分野における競争に与える影響の程度 (競合品, 隣接地 	第4-2(4)	隣接市場からの競争圧力	<ul style="list-style-type: none"> ・隣接市場の競争状況及び隣接市場における競争が一定の取引分野における競争に与える影響の程度 (競合品, 隣接地

		域)			域)
第4-2 (5)	需要者からの競争圧力	<ul style="list-style-type: none"> ・主要需要者名（所在地、販売数量・金額の推移） ・主要な需要者規模別販売先（大口・小口需要者）及び取引関係（販売数量〔金額〕の推移、取引方法等） ・需要者間の競争状況 ・取引先の変更容易性（取引先の切替費用、ユーザーの複数購買の状況、取引先の切替例等） 	第4-2 (5)	需要者からの競争圧力	<ul style="list-style-type: none"> ・主要需要者名（所在地、販売数量・金額の推移） ・主要な需要者規模別販売先（大口・小口需要者）及び取引関係（販売数量〔金額〕の推移、取引方法等） ・需要者間の競争状況 ・取引先の変更容易性（取引先の切替費用、ユーザーの複数購買の状況、取引先の切替例等）
第4-2 (7)	効率性	<ul style="list-style-type: none"> ・企業結合に伴う合理化・効率化計画及び経済的効果の内容、算定根拠（規模の経済性、生産設備の統合、工場の専門化、輸送費用の軽減、研究開発の効率性等） ・当該企業結合を決定するに至るまでの内部手続きに係る文書、効率性に関する株主及び金融市場に対する説明資料等 ・効率性向上による価格低下・品質向上・新商品提供等に係る過去の実績 	第4-2 (7)	効率性	<ul style="list-style-type: none"> ・企業結合に伴う合理化・効率化計画及び経済的効果の内容、算定根拠（規模の経済性、生産設備の統合、工場の専門化、輸送費用の軽減、研究開発の効率性等） ・当該企業結合を決定するに至るまでの内部手続きに係る文書、効率性に関する株主及び金融市場に対する説明資料等 ・効率性向上による価格低下・品質向上・新商品提供等に係る過去の実績
第4-2 (8)	当事会社グループの経営状況	<ul style="list-style-type: none"> ・業績不振に陥っている当事会社に係る財務状況 ・業績不振に陥っている当事会社を救済することが可能な他の事業者との交渉の状況 	第4-2 (8)	当事会社グループの経営状況	<ul style="list-style-type: none"> ・業績不振に陥っている当事会社に係る財務状況 ・業績不振に陥っている当事会社を救済することが可能な他の事業者との交渉の状況

(注1) 上記はあくまでも例示であり、これに限定されるものではない。

(注2) 市場規模、価格、数量、市場シェア等の推移については、一般的には3～5年分程度を提出することが望ましいが、事案の内容、取引の特性や入手可能なデータの有無等によって、推移をみるべき期間は異なり得る。

なお、このようなデータの収集源としては、政府統計、業界団体の統計、市場調査機関の資料、POSデータ（消費者向けの商品の場合）などが考えられる。

(注3) 上表の各項目に係る当事会社の認識を確認するために、当事会社の内部文書（例えば、当事会社の取締役会等の各種会議等で使用された資料や議事録等、当

(注1) 上記はあくまでも例示であり、これに限定されるものではない。

(注2) 市場規模、価格、数量、市場シェア等の推移については、一般的には3～5年分程度を提出することが望ましいが、事案の内容、取引の特性や入手可能なデータの有無等によって、推移をみるべき期間は異なり得る。

なお、このようなデータの収集源としては、政府統計、業界団体の統計、市場調査機関の資料、POSデータ（消費者向けの商品の場合）などが考えられる。

(新設)

事会社が企業結合の検討及び決定に当たり企業結合の効果等について検討・分析した資料, 企業結合の検討に関与した当事会社職員等の電子メール等) の提出を求めることがある。

(参考) 企業結合審査のフローチャート (略)

(参考) 企業結合審査のフローチャート (略)