

第 1 企業結合と研究開発インセンティブに関する基本的な考え方

番号	影響メカニズム	参照元	要素 番号
1	イノベーションに向けた研究開発インセンティブは、イノベーションにより得られる期待利益とイノベーションが起こらなかった場合に得られる利益との差によって生じる。この差がプラスであるほど研究開発インセンティブは増加し、マイナスであるほど低下する。 企業結合も当事会社及び非当事会社（競合企業）におけるこの利益の差に影響を与えることで、それぞれの企業の研究開発インセンティブを変化させる。	Dow/Dupont EC (2017) Annex4	—

第2 水平型企業結合

1. 正の影響

(1) 研究開発インセンティブへの影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
2		企業結合によって企業規模が大きくなると、生産量を増やしたりシェアを更に伸ばせる能力が高まったりすることで、イノベーションから得る利益が大きくなるため、結合企業の研究開発インセンティブが増加する可能性がある。ただし、企業規模の増加によって研究開発インセンティブが一般的に増加するとまではいえない。 【マージン拡大効果、需要拡大効果】	—	—
	①	企業結合によって、企業規模が大きくなると、企業あたりの生産量が増えてコスト削減イノベーション（プロセス・イノベーション）から得られる利益が大きくなるため、結合企業の研究開発インセンティブが増加する可能性がある。 【マージン拡大効果】	Gilbert (2020) Dow/Dupont EC (2017) Annex4（当事会社提出資料）	—
	②	イノベーションに成功したとしても、（生産能力等の制約等から）利益をあまり拡大できない小規模企業は、大企業よりも研究開発に投資するインセンティブが低いため、企業結合によって企業規模が大きくなることで、当該企業の研究開発インセンティブは増加する。 【マージン拡大効果】	Shapiro (2012)	—
	③	企業結合によって企業結合後の生産量が増加すると、結合企業においてマージンを拡大するためのイノベーションに向けた研究開発インセンティブが増加する可能性がある。逆に、生産効率性の向上がない又は限られている場合には、生産量は増加しない。 【マージン拡大効果】	Boureau, Jullien, Lefouili (2021) Jullien, Lefouili (2018)	58, 59
	④	企業結合により、生産効率の向上がなければ、企業結合後の企業において価格の上昇と生産量の減少につながり、生産量が小さければコスト削減技術に投資することによる企業の利益は小さい。 【マージン拡大効果はない】	Jullien, Lefouili (2018)	59
	⑤	企業結合によってマージンが増加するため、結合企業において需要を増やすためのイノベーションに向けた研究開発インセンティブが増加する可能性がある。（他方、企業結合後の企業において製品の価格を調整することにより、イノベーションを起こす場合よりも利益を増やせるのであれば研究開発インセンティブは増加しない。） 【需要拡大効果】	Boureau, Jullien, Lefouili (2021) Jullien, Lefouili (2018)	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	⑥	一般的に、企業規模に比例して研究開発はある程度しか上昇しない。企業規模自体がイノベーションの有意な要因となるかは不明であり、大企業はイノベーションに対して特に積極的な傾向も消極的な傾向もない。	Katz, Shelanski (2007)	—
3		企業結合によって他方当事会社の生産物に一方当事会社の開発したプロセス・イノベーション（やプロダクト・イノベーション）を適用できると、それによるコスト削減効果（や品質改良効果）が生じる販売の基盤を拡大できるため、結合企業の研究開発インセンティブが増加する可能性がある。	—	—
	①	企業結合によって他方当事会社の生産物に一方当事会社の開発したプロセス・イノベーションを適用することが可能となる（かつ、企業結合ではなくライセンスによって適用することはしない）場合、企業結合は、より低いコストを達成することができる販売の基盤を拡大することによって、結合企業におけるプロセス・イノベーションに向けた研究開発インセンティブを高めることができる。	Jullien, Lefouili (2018) Shapiro (2012) Kokkoris, Valletti (2020) Dow/Dupont EC (2017) Annex4	—
	②	他方当事会社の生産物に一方当事会社の開発したプロセス・イノベーションを適用することが、容易であればあるほど、適用できる範囲が大きければ大きいほど、結合企業におけるプロセス・イノベーションに向けた研究開発インセンティブは増加する。	Gilbert (2020)	—
	③	他方当事会社の生産物に一方当事会社のイノベーションを適用できる場合に結合企業の研究開発インセンティブが増加するという議論はプロダクト・イノベーションについても当てはまる。	Gilbert (2020)	—
4		企業結合により製品市場や研究開発における競争が弱まると、結合企業において他者に先駆けて自らの研究開発が成功する確率や成功した場合のリターンが上昇するため、結合企業の研究開発インセンティブが高まる。	—	—
	①	企業結合により企業の製品市場の競争や研究開発競争が弱まれば、成功した場合のリターンが増加し、結合企業の研究開発インセンティブが高まる可能性がある。	Dow/Dupont EC (2017) Annex4（当事会社提出資料）	—
	②	企業結合により研究開発競争における不確実性が低減すれば結合企業のイノベーションを刺激する可能性がある。	Dow/Dupont EC (2017) Annex4（当事会社提出資料）	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素 番号
5		企業結合により独占企業が生まれると、寡占状態と比べ、競争者が参入した場合に需要を奪われる粗利潤（準レント）が大きいことから、参入の脅威がある場合、企業結合によって独占企業が生まれると、参入を防ぎ独占的地位を維持するために当該独占企業はより大きい研究開発インセンティブを持つ可能性がある。ただし、不確実なイノベーションの場合は必ずしも当てはまらない場合がある。【先取り効果（レント消失効果）】	小田切（2016） Jullian, Lefouli（2018） Dow/Dupont EC（2017） Annex4	5 38, 45
6		企業結合は、潜在的な模倣者である企業結合当事会社を排除して模倣やフリーライドを減少させるため、専有可能性が高まることから、結合企業の研究開発インセンティブを高める可能性がある。ただし、これは企業結合以外によっても達成可能であり、知的財産権が強い場合や企業結合前から専有可能性が高い場合は、企業結合が研究開発インセンティブを高めることにはならない。【専有可能性】	—	—
	①	企業結合は、潜在的な模倣者である企業結合当事会社を排除して模倣やフリーライド（非自発的なスピルオーバー）を減少させるため、専有可能性が高まることから、結合企業の研究開発インセンティブを高める可能性がある。（ただし、これは企業結合以外によっても達成可能である）【専有可能性】	Dow/Dupont EC（2017） Annex4 Gilbert（2020） Dow/Dupont EC（2017） Annex4（当事会社提出資料） Katz, Shelanski（2007） Jullian, Lefouli（2018） 齊藤（2022）「イノベーション論の展開と課題」 Fedelico, Morton, Shapiro（2019） Dow/Dupont EC（2017） Annex4	31 33, 34 35 32 36

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素 番号
	②	知的財産権等により競争の程度に関係なく専有可能性が高い場合は、企業結合によって専有可能性が高まるものではない。 【専有可能性】	Kokkoris, Vallett (2020) Dow/Dupont EC (2017) Annex4 Gilbert (2020)	27, 28 27, 29, 43 47
7		企業結合によって補完製品が集約され、企業結合後の補完製品の価格設定がより効率的に調整されることで、結合企業が獲得できる利益が増加し、結合企業においてより強い研究開発インセンティブにつながる可能性がある。	Dow/Dupont EC (2017) Annex4 Dow/Dupont EC (2017) Annex4 (当事会社提出資料)	—
8		企業結合により製品市場競争が弱まり価格が上昇するが、結合企業よりも競合企業のほうが少ない価格上昇となるため、需要が増えるところ、これにより、競合企業においてプロセス・イノベーションに向けた研究開発インセンティブが増加する可能性がある。ただし、市場全体の研究開発投資総額にマイナスの影響を与える場合がある。	Jullien, Lefouili (2018)	—
9		既存企業が競合企業のイノベーションを内部化する動機があるために買収価格を引き上げる可能性があることなどにより、エグジットにおけるバイアウトに対するプレミアム評価とその期待感が、研究開発やイノベーションを促進し、スタートアップに対して新規参入を促す可能性がある。その場合にはキラー買収を禁止するとスタートアップの研究開発インセンティブを阻害する可能性があるが、このようなバイアウト効果が本当に存在するのかやその役割は判然としない。 【バイアウト効果】	齊藤(2022)「戦略的買収とイノベーション」 Gilbert (2020)	62

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

(2) 研究開発の投入物・能力への影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
10		企業結合によって企業規模が大きくなったり市場集中度やマーケットシェアが高まると、固定費の削減やその他の効率性が生じたり、資金や資産に余裕が生じたりすることなどによって、研究開発への投資能力・投資余力が向上し、結合企業において研究開発の実行可能性が高まる可能性がある。(ただし、生産量の減少によるコスト削減は効率性とはみなされない。)【企業全体での投資能力・投資余力の向上】	小田切 (2016) 英国 CMA 合併評価 GL	—
11		企業結合は、企業規模の拡大や市場集中度の上昇によって規模の経済及び／又は範囲の経済をもたらす、結合企業において研究開発の実施コストを削減できる可能性がある。【スケールメリットによる研究開発の実施コストの削減】	英国 CMA 合併評価 GL Dow/Dupont EC (2017) Annex4 Dow/Dupont EC (2017) Annex4 (当事会社提出資料)	—
12		企業結合によって規模が拡大したり研究開発における補完的な資産(技術、ノウハウ、人材、知識等)が融合、内部化されることで、シナジー効果が発生し、結合企業の研究開発能力が向上する可能性がある。ただし、実証上は企業結合による研究開発におけるシナジー効果の発生を否定するものもある。【シナジー効果(補完効果)】	—	—
	①	企業結合によって研究開発活動における補完的な資産が集められたり、結合企業の固有な資産の組み合わせが、競合製品以外の製品に適用されることで、結合企業においてより高いレベルのイノベーションがもたらされる場合がある。【シナジー効果(補完効果)】	英国 CMA 合併評価 GL Katz, Shelanski (2007) Fedelico, Morton, Shapiro (2019) 齊藤(2022)「イノベーション論の展開と課題」	54 54 56
	②	企業結合によって規模が拡大される場合、シナジー効果(補完効果)が生じ、結合企業においてプロセス・イノベーションが起きる可能性がある。【シナジー効果(補完効果)】	Fedelico, Morton, Shapiro (2019)	—

※要素番号欄は、第2については資料4-1の番号、第3については資料4-2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	③	研究開発資産に補完性がある場合、企業結合によって技術、ノウハウ、人材、知識が融合、内部化されることで、シナジー効果が発生し、結合企業の研究開発能力が向上する可能性がある。【シナジー効果（補完効果）】	齊藤（2022）「イノベーション論の展開と課題」 Kokkoris, Valletti （2020）	—
	④	事業間に重複があっても製品仕様や生産技術などが異なる場合、企業結合による両社の資源等が結合され、シナジー効果（補完効果）が生じることにより、結合企業においてイノベーションに向けた研究開発を効率的にする可能性がある。 ただし、過去の企業結合の事後評価（小田切ほか 2011「企業結合の事後評価－経済分析の競争政策への活用」）では研究開発集約度や特許公開件数はいずれも企業結合後に低下したケースが過半を占めた。【シナジー効果（補完効果）】	小田切（2016）	55

2. 負の影響

（1）研究開発インセンティブへの影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
13		企業結合により製品市場競争が弱まる場合、企業結合後の企業が価格を最適なものに調整することによりイノベーションを起こす場合よりも利益を増やせるのであれば、結合企業の研究開発インセンティブが低下する可能性が高い。（他方、イノベーションを起こす場合よりも利益を増やせなければ研究開発インセンティブは増加する。）【競争脱出効果の減少・喪失】	Dow/Dupont EC（2017） Annex4 Fedelico, Langus, Valetti（2018）	50
14		企業結合により製品市場でのシェアが高まると、新製品を開発しても自社の旧製品から置き換わる（共食いする）ことで旧製品の売上減が生じる範囲が広がるため、イノベーションによる利益増加は全体として限定的となることから、結合企業の研究開発インセンティブが低下する。【置換効果（共食い効果）】（自社の既存製品と自社の将来の新製品との共食い）	—	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	①	企業結合により独占企業が生まれると、新製品を開発しても自社の旧製品から置き換わる（共食いする）にすぎず、旧製品の売上減が生じることで全体として利益増加が限定的となるため、結合企業の研究開発インセンティブは低下する。【置換効果（共食い効果）】（企業結合後における、自社既存製品と将来の新製品との共食い）	小田切（2016）	—
	②	独占であれば置換効果が強く働くため当該独占企業において研究開発インセンティブは生じにくい。【置換効果（共食い効果）】	Igami, Uetake（2020）	1, 2, 7
	③	市場が集中している場合、製品市場の競争緩和による結合企業の研究開発インセンティブへのプラスの影響は、競合する既存製品や他方当事会社の研究プロジェクトの利益に与えるマイナスの影響によって相殺される可能性が特に高い。【置換効果（共食い効果）】	Dow/Dupont EC（2017） Annex4	4
15		企業結合の一方当事会社が新製品を導入した際に他方当事会社の既存製品の売上げを奪う場合、他方当事会社が売上げを失う効果が企業結合によって内部化されるため、結合企業において、一方当事会社が行っていた研究開発を企業結合後も継続するインセンティブ又は企業結合後に新製品の開発を開始するインセンティブが低下する可能性がある。【置換効果（共食い効果）、Business Stealing 効果の喪失】（一方当事会社の研究開発又は研究開発能力と、他方当事会社の既存製品との共食い）	—	—
	①	各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。他方当事会社が研究開発を行っている財・サービスが市場に供給された後に、一方当事会社の財・サービスと競合する程度が高いと見込まれる時には、そうでない場合と比較して、企業結合により他方当事会社の研究開発の意欲が（企業結合後の企業において）減退する可能性が高い。【置換効果（共食い効果）】	企業結合 GL	—
	②	企業結合企業の一方当事会社の新製品導入が他方当事会社から売上を奪う関係にある場合、他方当事会社が売上を失う効果が企業結合によって内部化されるため、結合企業において、既存の製品開発の取組を継続するインセンティブ又は新製品開発のインセンティブが減少する可能性がある。プロセス・イノベーションについても同様。【置換効果（共食い効果）】（一方当事会社の研究開発又は研究開発能力と、他方当事会社の既存製品との共食い）	米国水平企業結合 GL Jullien, Lefouili (2018) Dow/Dupont EC（2017） Annex4 Baker（2019）	48, 49

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素 番号
			齊藤(2022)「戦略的買収 とイノベーション」 Kokkoris, Valletti (2020) Gilbert (2020) ※Baker (2019) Katz, Shelanski (2007)	16
	③	既存製品の重複や研究開発の重複により、企業結合の一方当事会社が新製品を導入した際に他方当事会社の既存商品の売上げを奪う率を「イノベーション転換率」といい、これが高い場合、企業結合による共食い分が増えるため、企業結合は結合企業の研究開発インセンティブを低下させる。【置換効果（共食い効果）】	Shapiro (2012) Kokkoris, Valletti (2020) Jullien, Lefouili (2018) Bourreau, Jullien, Lefouili (2021) Dow/Dupont EC (2017) Annex4 Fedelico, Langus, Valett i (2018) Kokkoris, Valletti (2020) Gilbert (2020) Katz, Shelanski (2007)	18, 23 10, 13 10, 13 13 11, 12, 17 21

※要素番号欄は、第2については資料4-1の番号、第3については資料4-2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	④	企業結合の当事会社の少なくとも 1 社が、新製品の導入により他方の当事会社から相当な売上を奪い取ろうとしている場合に、企業結合によりその売上が得られる（将来実現するであろう売上げを内部化する）ため、製品開発の取組を結合企業が継続するインセンティブが低下する可能性がある。【Business Stealing 効果の喪失】（一方当事会社の研究開発と他方当事会社の既存商品又は将来商品の共食い）	Novartis/GSK EC(2015) 米国水平企業結合 GL 英国 CMA 合併評価 GL	—
	⑤	企業結合の当事会社の少なくとも 1 社が、他方の当事会社から相当な売上を奪い取ることができるような新製品開発を将来できるような能力を持っている場合、（長期的な観点で）結合企業の新製品開発のインセンティブの減少が生じる可能性がある。【Business Stealing 効果の喪失】（一方当事会社の研究開発能力と他方当事会社の既存商品又は将来商品の共食い）	米国水平企業結合 GL Gilbert (2020) Fedelico, Langus, Valetti (2018)	20 22
16		企業結合の当事会社間で研究開発や初期のパイプライン製品が重なっている場合、両方が製品開発に成功した場合に売上を共食いすることになるため、結合企業において、重複する一方の研究開発を継続するインセンティブが低下し、双方の既存の製品開発を継続する場合も研究開発投資を減らす可能性がある。【置換効果（共食い効果）】（当事会社の両方の研究開発同士の共食い）	Novartis/GSK EC(2015) Jullien, Lefouili (2018) Kokkoris, Valletti (2020) 武田/シャイア Dow/Dupont EC (2017) Annex4	14, 19
17		企業結合の当事会社が双方に他の当事会社から相当な売上げを奪い取ることができるような新製品の研究開発能力を持っている場合、一方の当事会社の新製品が他方の当事会社の期待利益を損失させることを内部化するため、結合企業において将来の研究開発が減少し、イノベーションの低下につながる。【置換効果（共食い効果）、Business Stealing 効果の喪失】（当事会社の両方の研究開発能力（将来の研究開発）同士の共食い）	—	—
	①	潜在的イノベーター同士の企業結合は、一方の当事会社の新製品が他方の当事会社の期待利益を損失させることを内部化するため、結合企業において将来の研究開発が減少し、イノベーションの低下につながる。【置換効果（共食い効果）】	Dow/Dupont EC (2017) Annex4	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	②	企業結合の当事会社の少なくとも 1 社が、他の当事会社から相当な売上を奪い取ることができるような新製品開発を将来できるような能力を持っている場合、(長期的な観点で) 結合企業の新製品開発のインセンティブの減少が生じる。【Business Stealing 効果の喪失】(一方当事会社の研究開発能力と他方当事会社の既存商品又は将来商品の共食い) ※再掲	米国水平企業結合 GL Gilbert (2020) Fedelico, Langus, Valetti (2018)	20 22
	③	現在市場で大きなビジネスを行っている企業よりも、潜在的な企業の方がイノベーションのライバル関係は強く、現在市場で実質的なビジネスを行っている企業が潜在的な競合企業を買収した場合、結合企業は買収された企業の研究開発を閉鎖するインセンティブを持つ可能性がある。【置換効果 (共食い効果)】	Baker (2019)	9
18		企業結合により独占になると、潜在的な参入に直面した場合、(先取り効果により) 当該独占企業は潜在的な競合企業を阻止するために知的財産権を獲得する可能性が高いが、(置換効果により) 製品を市場に投入しない可能性が高い。【先取り効果 (レント消失効果)、置換効果 (共食い効果)】	Katz, Shelanski (2007)	3
19		既存企業は参入に備えて将来の売上げの獲得・利益の保護のため、研究開発などのイノベーションの取組を行う可能性があるが、既存企業と“dynamic”な競争企業が企業結合すると、潜在的な参入者が減少し、競争圧力が低下するため、結合企業の研究開発インセンティブが低下する。【先取り効果 (レント消失効果) の減少・喪失】	—	—
	①	既存企業は“dynamic”な競争企業の参入に備えて将来の売上げの獲得・利益の保護のため、イノベーションの取組を行う可能性があるが、既存企業と“dynamic”な競争企業が企業結合すると、結合企業はこのような既存企業の現在の取組を減らす可能性がある。【先取り効果 (レント消失効果) の減少・喪失】	英国 CMA 合併評価 GL Katz, Shelanski (2007)	6, 8
	②	有力な既存企業が潜在的な競争相手を買収した場合、買収によって既存企業に対する脅威が排除され、市場における既存のレントを守ることができる。これは、買収の対象企業が提供する革新的な製品の直接的な損失と、企業結合後の企業に対する競争圧力の低下 (これによる結合企業の研究開発インセンティブの低下を含む) の両方によって、顧客に害を及ぼすことが予想される。【先取り効果 (レント消失効果) の減少・喪失】	Federico, Shapiro (2019)	—
20		企業結合によって製品市場の競争が弱まることで、結合企業におけるイノベーションの取組が減少する。結合企業が市場支配力を有する程度に至り、競合企業に対する優位性が変化しなくなれば、結合企業はイノベーションの取組を中止する。【競争脱出効果・先取り効果 (レント消失効果) の減少・喪失】	—	—

※要素番号欄は、第 2 については資料 4－1 の番号、第 3 については資料 4－2 の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素 番号
	①	企業結合によって市場支配的企業が生まれ、他の（当事会社でない）企業に対する優位性が変化しなくなったり、新規参入の可能性が低くなれば、当該企業結合後の市場支配的企業は、競争脱出効果が生じなくなるためイノベーションの取組を中止する。【競争脱出効果・先取り効果（レント消失効果）の減少・喪失】	Shapiro (2012) Igami, Uetake (2020)	7
	②	製品市場競争の激化は、競争脱出効果を高めることによってイノベーションをもたらすところ、企業結合による2つの競合するイノベーター間の競争の排除が、企業結合当事会社間のイノベーション競争を直接抑制するだけでなく、当事会社間の製品市場競争も弱める（＝競争脱出効果を弱める）ことによって、結合企業におけるイノベーションに向けた研究開発を減少させる可能性がある。【競争脱出効果の減少・喪失】	Dow/Dupont EC (2017) Annex4 Jullian, Lefouli (2018)	30 26
21		企業結合により現在の研究開発における優位性が高まること、研究開発能力が高まった結合企業が積極的に研究開発競争に参加する姿勢をとることを競合企業が予想すること、企業結合により企業結合後の企業が市場支配的地位を有するようになることにより、競合企業は研究開発から手を引いたり、取組が遅くなったり、研究開発投資が減少したりする可能性がある。【競合企業における競争脱出効果の減少・喪失】	—	—
	①	企業結合後の企業が、積極的な将来の製品市場競争又は研究開発競争にコミットする姿勢をとる（ことを競合企業が予想する）ことで、競合企業の研究開発投資が減少したり取組が遅くなる可能性がある。【競合企業における競争脱出効果の減少・喪失】	Baker (2019)	—
	②	技術が最先端から遅れている企業は市場が競争的であっても研究開発インセンティブは低く、企業が技術的に同等な場合は市場が競争的であれば競争脱出効果により研究開発インセンティブは高まる。【競合企業における競争脱出効果の減少・喪失】	Jullian, Lefouli (2018) Gilbert (2020) Katz, Shelanski (2007) Igami, Uetake (2020)	24 25 25 25
	③	企業結合により規模の経済がもたらされる場合、競合企業は規模の不利のために研究開発によるリターンが低下することを認識して研究開発投資を削減する可能性がある。【競合企業における競争脱出効果の減少・喪失】	Baker (2019)	—
22		企業結合により市場集中度が高まることで、イノベーションについても企業間での協調行為が行われる可能性がある。ただし、イノベーションの不確実性や成果が出るまでの期間の長さという特徴、イノベーションによって市場シェアを含めた市場構造自体が変化する可能性を踏まえると、イノベーションに関する協調的行動は起こりにくい可能性がある。【協調効果】	—	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	①	競争があまり激しくない場合（企業間の協調が強い場合）、波及効果がなければプロセス・イノベーションのレベルが低くなるため、消費者に不利益をもたらす。競合企業が協調する場合、結合企業はイノベーションの努力を減らすことで、競合企業に対するイノベーションの効果を部分的に内部化する。この効果は、製品市場競争の減少による（イノベーションへの）効果を上回る。【協調効果】	Dow/Dupont EC (2017) Annex4	37
	②	市場が拡大していればイノベーションにより迅速な参入や市場シェアの変動が可能であるため、協調的な行動は起こりにくい。【協調効果は低い】	独カルテル庁レポート	57
	③	企業結合により市場集中度が高まることで、企業間での協調行為が行われる可能性があるが、イノベーションの不確実性や成果の秘匿の可能性の高さ、成果が出るまでの期間の長さ、イノベーションが市場構造を変化させる可能性等の理由から、企業結合によってイノベーションに関する協調行為の危険性が増す可能性は低い。【協調効果は低い】	Katz, Shelanski (2007) Gilbert (2020)	39, 41, 42 40, 46

（２）研究開発の投入物・能力への影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
23		企業結合により、製品開発に関連する特許や生産プロセスのポートフォリオが集約される場合、企業結合後の企業が集約された特許についてその有効性を争うコストを増加させたりライセンス交渉を困難にさせることなどにより、競合企業の研究開発を抑止する可能性がある。	Baker (2019)	—
24		企業結合は、潜在的な模倣者である企業結合当事会社を排除するため、スピルオーバー効果（波及効果）による産業全体のイノベーション拡大を阻害する。【スピルオーバー効果（波及効果）の減少】	—	—
	①	技術の波及効果は、競合企業が発見を模倣しやすくすることで、産業全体のイノベーションを高めることができるため、企業結合当事会社は、企業間のスピルオーバーの削減が、認識可能な企業結合特有の利益であることを証明する大きな負担を負うべきである。【スピルオーバー効果（波及効果）の減少】	Gilbert (2020)	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
	②	限られた数の有能なイノベーターのうちの2社の企業結合により、限られた知識についてスピルオーバーの内部化がされた場合、これを相殺するような研究開発効率の向上が存在しない場合はイノベーションの減少につながる。【スピルオーバー効果（波及効果）の減少】	Fedelico, Langus, Valetti (2018)	15

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

第3 垂直型企業結合・混合型企業結合

1. 正の影響

(1) 研究開発インセンティブへの影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
1		＜垂直型・混合型＞垂直型・混合型の企業結合によって他方当事会社の生産物に一方当事会社の開発したプロセス・イノベーションを適用することが可能となる（かつ、企業結合ではなくライセンスによって適用することはしない）場合、企業結合は、より低いコストを達成することができる販売の基盤を拡大することによって、プロセス・イノベーションに向けた結合企業の研究開発インセンティブを高めることができる。	Kokkoris, Valletti (2020)	—
2		＜垂直型＞関係特殊資産について、取引相手にロックインされることで事後的な交渉力の低下によって値下げを受け入れざるを得なくなるというホールドアップ問題が生じ得るが、垂直型企業結合によって、これを回避することができるため、結合企業において関係特殊資産への投資が促進されることが期待される。【ホールドアップ問題の解消】	長岡・平尾（2013）	—
3		＜垂直型＞上流と下流の企業で供給される財が補完性を持つ場合やそれぞれの市場で市場支配力を有している場合、上流市場の生産量により下流市場の生産量が制約されたり、下流市場の販売拡大が上流市場での販売拡大につながったりするといった垂直的な外部性が生じる可能性があり、これを垂直型企業結合によって内部化することにより、結合企業の投資が促進される可能性がある。【二重の限界化の解消】	—	—
	①	＜垂直型＞上流と下流の企業で供給される財が補完性を持つ場合、各事業への投資は垂直的な外部性を持ちうる。この時、垂直型企業結合によって外部性を内部化し、結合企業の投資を促進する効果がある。	長岡・平尾（2013）	—
	②	＜垂直型＞上流と下流の市場支配力を持っている場合、二重の限界化が問題となるが、垂直型企業結合は、下流の投資などで販売が拡大されると上流も利益を得られるという垂直的な外部性を解消して結合企業の投資を促進する一つの手段となる。【二重の限界化の解消】	長岡・平尾（2013）	—
4		＜垂直型＞技術の採用にスイッチングコストがある場合、スイッチングコストが大きいほどライセンス価格が上昇するが、これによりスイッチングコストが低い効率的な技術が産まれない可能性があるところ、垂直型企業結合によってこのような状況を解消でき、結合企業において効率的な技術の研究開発が促進される可能性がある。【二重の限界化の解消】	Brocas（2003）	—

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

（２）研究開発の投入物・能力への影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
5		＜垂直型＞企業が集めたあるいは創造した情報（研究開発の成果）が、垂直型企業結合によってより円滑に企業内の部門の間を流通し、結合企業内で有効に活用される。	長岡・平尾（2013）	—
6		＜垂直型＞垂直型企業結合は、水平型企業結合と同様に従来型の効率性の向上（研究開発の実施コストの削減）が起こり得、ビジネスツールの統合や規模の経済及び／又は範囲の経済をもたらして結合企業において品質を向上させることができる可能性がある。【スケールメリットによる研究開発の実施コストの削減、シナジー効果】	Asker, Nocke（2021）	—

２．負の影響

（１）研究開発インセンティブへの影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
7		＜垂直型＞垂直型企業結合により統合された各部門での競争が弱まることで、結合企業において効率性向上（に向けた研究開発）へのインセンティブが阻害される可能性がある。【競争脱出効果の減少・喪失】	長岡・平尾（2013）	—
8		＜垂直型・混合型＞垂直型・混合型の企業結合によって、一方の市場における地位を利用して他方の市場で（現在又は潜在的な）競合企業に対して投入物閉鎖、顧客閉鎖及び市場閉鎖を行うことが可能になる場合、これによって、競合企業の研究開発インセンティブを低下させ、当該市場からの撤退を促したり参入を抑止する可能性がある。【投入物閉鎖／顧客閉鎖／市場閉鎖】	（※各枝番の参照元に加えて） 英国 CMA 合併評価 GL	（同左） 2, 3, 4
	①	＜垂直型・混合型＞垂直型・混合型の企業結合は、現在又は潜在的な企業に対して市場閉鎖することが懸念される。結合後の当事会社が、一方の市場における地位を利用して、他方の市場での競合する企業の競争力を損ない、その結果、競争ひいては顧客に損害を及ぼすことになる。【投入物閉鎖／顧客閉鎖／市場閉鎖】	英国 CMA 合併評価 GL 企業結合 GL	参考 1, 2 3, 4
	②	＜垂直型・混合型＞投入物の重要性については、当該投入物が競合企業の製品の品質やイノベーションの速度の決定要因として果たす役割（当該投入物の閉鎖がこれらを低下させるか否か）を考慮する。【投入物閉鎖／市場閉鎖】	英国 CMA 合併評価 GL	1

※要素番号欄は、第2については資料4－1の番号、第3については資料4－2の番号

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
9		＜垂直型＞垂直型企業結合をした企業のコスト削減に向けた投資が増加することで、（寡占市場における）競合企業のコスト削減に向けた投資インセンティブが低下する。【威嚇効果（競合企業における競争脱出効果の減少・喪失）】	Buehler, Schmutzler (2008)	—
10		＜垂直型・混合型＞垂直型・混合型の企業結合によって、競合企業のサプライヤーや顧客としての立場から入手した機密情報や、共同研究開発、ベンチャー投資等を通じて入手した機密情報が企業結合の当事会社間で共有されることにより、競合企業のイノベーションに向けた研究開発インセンティブが低下する可能性がある。	—	—
	①	＜垂直型＞企業結合後の当事会社が、競合企業のサプライヤーや顧客としての立場から、イノベーションの計画等に関する機密情報にアクセスすることで、競争優位性が損なわれるなど、競合企業のイノベーションが阻害される可能性がある。	英国 CMA 合併評価 GL	5
	②	＜垂直型＞垂直型企業結合によって機密情報が企業結合当事会社間で流用されるおそれにより、競合企業が従来から行ってきた当事会社的一方との共同研究開発の意欲が減殺されるような影響が生じるという懸念がある。	ラム・リサーチ・コーポレーション／ケーエルエー・テンコール・コーポレーション	6
	③	＜垂直型・混合型＞垂直型・混合型の企業結合における出資者が、スタートアップ に対して営業秘密の開示を要求したり、NDA に違反して他の出資先にスタートアップの営業秘密を漏洩したりすると、第三者に当該営業秘密が使用されるおそれがある。（そのため、当該スタートアップの研究開発インセンティブが低下する可能性がある。）	スタートアップ GL	7

（２）研究開発の投入物・能力への影響

番号	枝番	影響メカニズム	参照元	要素番号
11		＜垂直型＞垂直型企業結合の結果、各結合企業において他の企業との取引機会が限定される場合、サプライヤーが研究開発における範囲の経済や規模の経済を十分に活用できなくなる可能性がある。	長岡・平尾（2013）	—

※要素番号欄は、第 2 については資料 4－1 の番号、第 3 については資料 4－2 の番号