

経済法 第 12 回 05/25

担当 中川晶比兒

I 企業結合規制における一定の取引分野の画定・続き

【一定の取引分野(地理的範囲)の画定】:地理的市場の画定ともいう

[1] 地理的範囲の出発点:

当事会社及びその競争者が供給する(商品市場の画定で特定された)当該商品・役務を、需要者が受領・消費する場所

※ ガイドラインでは「供給者の事業地域」を考慮すると述べるが、それが何を示すのか不明。たとえば中国企業が鉄鋼製品を日本国内に輸出している場合に、中国企業の事業地域とはどこなのか？

国境を越えた地理的範囲が限定的にしか認められないこと(後述[3])からすれば、供給者の所在地を出発点に考えるのは公取委実務に反するだろう。

[2] 需要の代替性を用いた地理的範囲の画定の考慮要因

①「需要者の買い回る範囲」¹

《具体例 1》阪急ホールディングスによる阪神電鉄の株式取得(H18 事例 12)

「当事会社間で競合する路線は阪急の神戸本線(梅田～三宮)と阪神の阪神本線(うち梅田～三宮)であり、これに競争事業者…の路線(うち大阪～三ノ宮)も競合しているところ、乗客からみた需要の代替性の観点から、当事会社の競合路線において徒歩 15 分以内で乗換え可能な駅を結ぶ乗降区間を「競合区間」とすると、各路線のうちの 10 区間が競合区間であると認められる。このことから、競合区間のそれぞれにおいて一定の取引分野を画定した。」

《具体例 2》(株)ヤマダ電機による(株)ベスト電器の株式取得(H24 事例 9)

「一般に、家電量販店においては、店舗ごとに、特定の競合家電量販店の店舗を注視して、当該店舗で販売されている家電製品の販売価格を調査するなどした上で価格戦略が練られていることなどから、家電量販店間の競争は店舗ごとに行われているものと認められる。」

「各家電量販店は、消費者の買い回りの範囲等から個別店舗ごとの商圈を設定しているところ、当事会社はおおむね「店舗から半径 10 キロメートル」を商圈として設定しており、当事会社以外の家電量販店に対するヒアリングにおいても、店舗から半径 10 キロメートルを商圈とすることは標準的であるという見解が多くみられた。」「したがって、「店舗から半径 10 キロメートル」を地理的範囲として画定した。」

※ 供給者の店舗が多数ある場合には、需要者にとって全ての地域の店舗が等しく代替的な選択肢になるわけではない。

②「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。」²「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な否か」³

¹ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 2 の 3(1)ア

² 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 2 の 3(1)イ

³ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 2 の 3(1)ウ

《具体例 1》古河スカイ(株)と住友軽金属工業(株)の合併(H24 事例 3)

「日本国内においては、アルミニウム板製品の輸送に関し、輸送の難易性や費用面での制約はなく、当事会社及び競争事業者は日本全国において販売を行っており、地域により販売価格が異なるといった事情は認められない。よって、地理的範囲は、「日本全国」と画定した。」

《具体例 2》北越紀州製紙(株)による東洋ファイバー(株)の株式取得(H22 事例 2)

「バルカナイズドファイバーにおいては、輸送費用については製造側が負担するという商慣習が存在しており、需要者にとっての地域差は存在しないこと、各地に物流拠点が存在し、生産拠点から全国各地への配送が可能な体制が確立されていることから、地理的範囲は「日本全国」として画定した。」

《具体例 3》(株)トクヤマとセントラル硝子(株)のソーダ灰及び塩化カルシウムの販売事業の統合(H25 事例 1)

液状の塩化カルシウム(商品範囲)について、「輸送コストの観点から、当事会社及び競争事業者は、自社の工場及び貯蔵基地を起点に、おおむね当該工場等が所在する地域ブロックに配送を行っていることから、液状塩カルシウムの地理的範囲は各地域ブロックごとに画定することが適当であり、当事会社が競合している地域は「関東地方」、「甲信越地方」、「東海地方」、「関西地方」、「中国・四国地方」及び「九州地方」であるので、本件では、これらの地域ブロックを地理的範囲として画定した。」

※ 当事会社及びその競争者が競争的価格で供給困難な地域があれば、その地域は一定の取引分野から外するという趣旨。

[3] 供給の代替性を用いた地理的範囲の画定:国境を越えた地理的市場

[3-1] 「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、」かつ「内外の需要者が」「世界(又は東アジア)各地の」「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」、「世界(又は東アジア)市場が画定され得る。」⁴

[3-2] 「この場合は、「日本全国」と「世界全体」のいずれでも市場シェアの分布は大きく異なる傾向があると考えられ」る。⁵

※ どの国の需要者にとっても、当事会社グループ及びその競争者(供給者)の顔ぶれが同じで、国を問わず当事会社グループ及びその競争者の競争状況が類似する場合。日本国内のシェアでも世界シェアでも分析結果は変わらない。

※ 供給の代替性を認めるにあたって、「顔ぶれ及び市場シェアの分布」が同じかどうかを見る立場からすれば、供給の代替性を用いた地理的範囲の画定ができるのは、国境を越えた地理的範囲の画定くらいしか考えられない。世界中の販売地域において実質的に同等の価格で販売しているというのは、輸出先・仕向地を問わず輸送費用が微々たるものであることを意味する。

※ なお、上記[3-1]は、地理的範囲を「日本全国」とする場合に挙げられる基準(供給者が全国どこでも同程度の価格で販売し、需要者は全国各地の供給者から当該商品を調達している)をそのまま世界に書き換えただけの表現と読むことも可能。

⁴ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 2 の 3(2)

⁵ 田辺治・深町正徳編著『企業結合ガイドライン』89 頁(商事法務、2014 年)

II 隣接市場からの競争圧力

[1] 隣接市場(商品範囲)

[1-1] 「…画定された一定の取引分野に…[ついて]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、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。」⁶

[1-2] 「隣接市場とは、同一の一定の取引分野に含まれるとは考えられないものの、当該一定の取引分野に、ある程度競争上の影響を及ぼし得るような市場のことをいう。一定の取引分野が「商品の範囲」、「地理的範囲」…の組み合わせにより画定されることから、隣接市場も「商品の範囲」及び「地理的範囲」に対応してそれぞれ存在し得る。」⁷

[1-3] イオン(株)による(株)ダイエーの株式取得(H25 事例 9)⁸

「スーパーマーケットの店舗で販売されている商品については、品ぞろえに多少の差があるものの、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター等の他業態の店舗でも販売されている。これらの他業態の店舗は、スーパーマーケットが強みとしている生鮮食料品等の品ぞろえ面でスーパーマーケットの店舗に劣るが、当事会社の店舗とこれらの他業態の店舗との間では、共通して取り扱う商品について、特売の実施等による価格競争やサービス競争が一定程度行われていると認められる。」⁹

[1-4] 北越紀州製紙(株)による東洋ファイバー(株)の株式取得(H22 事例 2)

①北越紀州製紙が、バルカナイズドファイバーの製造販売事業を営む東洋ファイバーの全株を取得する計画

②「バルカナイズドファイバーは、コットンパルプや木材パルプを原料として抄紙機により製造したファイバー原紙に化学処理を施し、積層・圧着・乾燥成形して得られる工業用材料であり、電気絶縁性、耐熱性及び強靱性を有している。」「バルカナイズドファイバーの主な用途には、電気機器の電気絶縁材料としての用途(以下「電気絶縁用途」という。)(約 6 割)、研磨ディスク…の基材としての用途(以下「研磨ディスク用途」という。)(約 3 割)等がある。このうち、電気絶縁用途は、更に、[7 種類以上の]細目用途に分かれる。」

③「バルカナイズドファイバーには…様々な用途があるところ、各用途に求められる特性等に応じて、異なる種類のバルカナイズドファイバーが用いられている。具体的には、電気絶縁用途では、細目用途ごとに求められる特性等に応じて、一般ファイバー、耐熱・耐水ファイバー及び難燃ファイバーという複数の種類のバルカナイズドファイバーが用いられて…いる。また、これらバルカナイズドファイバーと代替的に用いられる素材も、細目用途ごとに求められる特性等に応じて、汎用の工業用 PET(工業用ポリエステルフィルムをいう。以下同じ。)、難燃性を高めた工業用 PET、ガラスポリエステル、ベークライト等と異なっている。」

④「商品範囲」バルカナイズドファイバーは複数の用途に用いられているが、…用途ごとに異なる種類のバルカナイズドファイバーが用いられ、代替的に用いられる素材も異なるところ、需要の代替性の観点からみた場合には、用途や種類ごとに細分化した上で、バルカナイズドファイバーとの代替性の高い素材が存在する場合には、それを含めて商品範囲が画定されると考えられる。しかしながら、このように商品範囲を細分化した上で各商品範囲の競争の実態を把握することは、データの制約等のため必ずしも容易ではない。」「他方、…各用途、各種類のバルカナイズドファイバー間には供給の代替性がある。」「したがって、本件においては、「バルカナイズドファイバー全体」を同一の商品範囲として画定した。」

⁶ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 4 の 2(4)

⁷ 田辺治・深町正徳編著『企業結合ガイドライン』144 頁(商事法務、2014 年)

⁸ 札幌市内には、ダイエー琴似店、札幌円山店、新さっぽろ店などがあつた。

⁹ なお隣接市場からの競争圧力が結論に決定的な影響を持ったわけではない事案である。

⑤「バルカナイズドファイバーは、国内においては当事会社のみが製造販売しており、本件株式取得後、当事会社の市場シェアは 100%となる。バルカナイズドファイバーは、ドイツ及び中国においても製造されているが、現在のところ輸入は行われていない。また、新規参入は容易であるがその蓋然性は低い。」

⑥「電気絶縁用途において、バルカナイズドファイバーでなければ満たせないような要求特性は特に無く、工業用 PET 等の他素材において技術開発が進んだこともあり、バルカナイズドファイバーに比べて工業用 PET 等の他素材の方が絶縁性、耐熱性、難燃性、寸法安定性、加工性等に優れ、部品の小型化に寄与するといった長所を有している。また、当事会社からしか調達できないバルカナイズドファイバーに比べて、国内外の大手化学メーカーが製造販売している工業用 PET 等の方が調達しやすく、価格も低下してきている。これらの点がユーザーに評価された結果、これまでバルカナイズドファイバーが電気絶縁材料として用いられていた分野においては、徐々に工業用 PET 等の他素材に切り替えられてきており、また、新規に製造される新しい電気機器においては、バルカナイズドファイバーではなく、当初から工業用 PET 等が電気絶縁材料として選択されてきている。今後もこうした傾向は続くと考えられる。」
 「以上のことから、本件行為により、当事会社の単独行動によって、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。」

※ 公取委のいう隣接商品とは、一部の需要者にとって見れば一定の取引分野の商品と代替関係にあるが、多くの需要者に共通の代替的な選択肢とまで言えるには至っていない商品のこと(以下の[2]でも同様)。

[2] 隣接市場(地理的範囲)

[2-1] 「…画定された一定の取引分野に…地理的に隣接する市場…における競争の状況についても考慮の対象となる。」¹⁰「当該一定の取引分野…に隣接して同一の商品が供給されている別の地理的市場が存在するときには、その近接度、物流手段、交通手段、当該市場の事業者の規模等により、当該隣接市場における競争が、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にある程度妨げる要因となり得る。」¹¹

[2-2] 古河スカイ(株)と住友軽金属工業(株)の合併(H24 事例3):「アルミニウム板製品(一般材)」に関する「日本全国」市場が一定の取引分野として画定された。

「板製品(一般材)の需要者のうち、自身の製品市場において輸入品等との競争にさらされている者は、コストを削減する観点から、生産拠点の東アジア地域等への移転を進めているため、日本のアルミメーカーもこれに追随して海外での販売を促進させている。当事会社によれば、東アジア地域では、「アルミメジャー」と呼ばれている海外のアルミメーカーである、Alcoa, Novelis, Hydro 等が積極的な販売活動を行っており、また、中国等の新興事業者は、近年、大規模な設備投資により急速に生産量を拡大している状況にある。」「日本国内から東アジア地域に生産拠点を移した板製品(一般材)の需要者は、コスト削減手段の一つとして原材料の現地調達を行っているところ、かかる需要者は、当事会社との価格交渉において、日本のアルミメーカーの製品に代えて、アルミメジャー等の製品を採用した又は採用を検討している旨を主張している状況もみられる。」「したがって、隣接市場(地理的範囲)からの競争圧力が働いていると認められる。」

¹⁰ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 4 の 2(4)

¹¹ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」第 4 の 2(4)イ