

NERA

ECONOMIC CONSULTING



令和元年度産業経済研究委託事業（経済産業政策・第四次産業革命関係調査事業費（我が国及び主要国での企業結合審査等における経済分析の活用等に関する調査））調査報告書

2020年3月24日

NERA エコノミックコンサルティング

目次

要約 i

1.	問題意識	5
1.1.	調査の目的と内容.....	7
1.2.	研究会.....	7
1.3.	各章の内容.....	7
2.	企業結合編	9
2.1.	企業結合を巡る議論の状況.....	9
2.1.1.	企業結合規制を巡る議論の変遷.....	9
2.1.2.	欧米、日本の企業結合規制.....	12
2.1.3.	欧米・日本の企業結合規制、関連ガイドライン、経済分析実施体制、比較.....	73
2.1.4.	市場画定及び競争評価の在り方に関する近年の議論.....	80
2.2.	経済分析の活用.....	83
2.2.1.	経済分析の必要性.....	83
2.2.2.	経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み.....	84
2.2.3.	欧米・日本におけるベストプラクティス比較.....	90
2.2.4.	水平統合の判断枠組みと、関連する経済分析.....	93
2.2.5.	主要国・地域における経済分析事例.....	118
2.3.	企業実務への示唆.....	146
2.3.1.	競争評価及び経済分析の重要性.....	146
2.3.2.	企業結合審査に際し企業が持つべき姿勢.....	147
2.3.3.	経済分析の活用.....	149
2.4.	今後の政策への示唆.....	156
2.4.1.	「市場画定」のあり方について.....	156
2.4.2.	「経済分析の活用」のあり方について.....	158

2.4.3.	審査における考慮要素について	163
3.	業務提携編	169
3.1.	独禁法上の評価	169
3.1.1.	業務提携に関する問題意識	169
3.1.2.	主要国制度の比較	170
3.1.3.	日本	171
3.1.4.	欧州	173
3.1.5.	米国	198
3.1.6.	日欧米におけるセーフハーバー基準	205
3.1.7.	まとめ	206
3.2.	業務提携の公表事例	207
3.2.1.	公表事例比較	207
3.2.2.	日本の業務提携の公表事例	210
3.2.3.	米国の業務提携の公表事例	221
3.2.4.	企業結合審査の枠組みを用いた検討（経済分析）	228
3.3.	企業実務への示唆	230
3.3.1.	業務提携に関する独禁法上の評価	231
3.3.2.	適切なセルフアセスメント	231
3.3.3.	依拠すべき判断基準	232
3.4.	今後の政策への示唆	238
3.4.1.	業務提携ガイドラインについて	238
3.4.2.	効率性の評価の在り方について	238
3.4.3.	情報開示の充実について	239
	参考文献	241
	文献	241
	事例	250

企業結合編.....	250
業務提携編.....	252
添付資料 A. 研究会.....	254
A.1. 委員	254
A.2. 開催時期	254

要約

我が国では、第四次産業革命の進展によってビジネスモデルが大きく変容し、業種の壁が限りなく低くなる、従来とは異なる新たな商品・サービスが創出されるなど、経済産業構造の転換期を迎えている。また、装置産業等をはじめとする一部の産業は、中長期の需要減少や再投資を要する設備更新に直面しており、産業の持続性を担保するために、更なる事業再編が求められる状況にある。

こうした中で、日本及び欧米を中心とした諸外国・地域において、従来の市場シェアや市場集中度を重要視する企業結合規制のあり方から脱却し、経済学の知見に基づいた競争評価の手法として経済分析を重視する実務が定着しつつある。

加えて、複数の企業による各企業の独立性が一定程度保たれる業務提携が増加・多様化しており、こうした点についても、競争に対する制限効果又は促進効果を適切に特定し評価していく必要がある。

こうした状況を踏まえて、本調査報告書では、企業結合及び業務提携の独禁法上の対応を念頭に置きながら、

- i. 新たな「市場」や「競争」の整理についてのあり方
- ii. より客観性をもち定量的な評価を可能とする科学的手法として、経済学の知見を活用した経済分析の手法
- iii. 複数の企業の業務提携による競争制限効果の評価のありようとその軽減方策

等について、我が国及び主要国の事例・動向等を調査するとともに、調査結果を踏まえて、企業実務への示唆及び今後の政策への示唆をまとめた。

なお、本調査報告書の作成に当たっては、有識者（学識者、実務家、産業界）からなる研究会を開催し、調査事例の研究や課題の抽出等の論点整理を実施した。本調査報告書の内容は、研究会における議論を踏まえたものである。

本調査報告書は、問題意識を示した1章ののち、大きく企業結合編（2章）と業務提携編（3章）に分けられる。各編の具体的な内容は以下の通りである。

企業結合編（2章）では、まず2.1節で歴史的変遷を踏まえつつ各国・地域の企業結合規制を整理し、比較を行った。現在の各国・地域の企業結合審査においては、市場画定や市場シェア・集中度の審査における重要性は相対的に低下し、実証的な経済分析の重要性が高まっていることが確認された。一方で、「市場」や「競争」に対する考え方や経済分析活用に対する取組には国・地域間での差があり、我が国においては経済分析の実施体制や、経済分析結果の詳細を含む審査結果の公表等に関して課題を抱えていることが示唆された。また、市場画定及び競争評価の在り方に関する重要な近年の議論（市場画定不要論、動学的効率性、衰退産業における競争、及び厚生基準）を紹介した。

2.2節では、企業結合審査における経済分析の活用の実態をまとめた。経済分析の必要性、信頼性確保のための基準・仕組み、各国・地域におけるベストプラクティスを整理した。更に、主に水平型企业結合の審査に用いられる経済分析ツールの一覧的介绍を行うとともに、各国・地域の具体的事例を取り上げ、各争点の立証にどの経済分析が行われ、最終的にどのような判断が行われているかをまとめた。欧米における事例の顕著な特徴として、当事会社側が積極的に経済分析を提出し、それに対し当局側も再現分析の実施や評価の公表を行うことで議論が活性化していることが確認された。また、当局が一つの争点に複数の分析を行うことで、頑健性を確認し、各手法の欠点を補完する傾向が見られた。

2.3節では、調査結果及び研究会での議論を踏まえて、企業実務への示唆を以下の通りまとめた。第一に、企業結合審査においては競争評価及びその方法としての経済分析が重要であることを認識すべきである。第二に、4つの姿勢（市場シェアの高さのみを重視しない、適切な経済分析を活用する、一貫通貫のストーリーを組む、問題解消措置を含め不確実性を加味した意思決定を行う）をもって企業結合審査に臨むべきである。第三に、各論点においてどのような経済分析が有効かを理解し、経済分析の実施に不可欠なデータの確保が求められる。そのための助けとして、日本企業が直面する共通課題を踏まえて、典型的な論点に対する有効な経済分析による立証方法と、活用可能なデータをまとめた。

2.4節では、今後の政策への示唆をまとめた。第一に、市場画定の位置づけを企業結合ガイドライン上明確化するとともに、「一定の取引分野」の文言を条文上維持する意義について再検討することが考えられる。第二に、企業結合審査における経済分析の活用が進み、当事会社と当局の間での議論が一種の公共財となり蓄積されていくことが必要である。具体的には、経済分析に係る審査結果の積極的な当事会社への開示及び企業秘密等に配慮した上での充実した公表、専門家への外部委託も視野に入れた経済分析体制の充実、第三者レビュー

等の枠組みや「ベストプラクティス」の整備等が望まれる。第三に、企業結合審査における中長期の動学的な要素（再投資（固定費）の評価、輸入圧力の定量的評価等）の考慮、競争政策にとどまらない幅広い利益の考慮について、引き続き検討していくことが考えられる。

業務提携編（3章）では、まず3.1節で業務提携に関する問題意識を示し、主要国・地域における業務提携の規制状況を比較した。我が国においては業務提携に関するガイドラインが明示的に作成されておらず、企業の観点から見ると審査の不確実性が存在することが明らかになった。また、日本においてはごく一部を除き明確なセーフハーバーが設定されていない点で米国・欧州とは違いが見られた。

3.2節では、日本及び米国における業務提携の公表事例の分析を行った。日本に関しては相談事例集、米国に関しては司法省反トラスト局の Business Review を参考に、各事例の概要、当局の判断、得られる示唆をまとめた。

3.3節では、調査結果及び研究会での議論を踏まえて、企業実務への示唆を以下の通りまとめた。第一に、業務提携の競争に与える影響として「競争制限効果」のみを捉えるのではなく「競争促進効果」との両面を適切に評価する必要がある。第二に、（企業結合と比べた）迅速性や低コストといった業務提携のメリットを生かすため、自ら適切に独禁法上の事前評価（セルフアセスメント）を行うことが重要となる。第三に、公取委の各種文書やEUのガイドライン等を参考にしつつ、依拠すべき判断基準を把握し、提携当事者間での共通理解を深める必要がある。

3.4節では、今後の政策への示唆をまとめた。第一に、企業の予見可能性を高め、独禁法上のリスクに関する企業間の見解の差を埋める観点からも、セーフハーバー基準の設定や適切な情報交換の考え方も含めたガイドラインの策定が望ましい。第二に、基本的には競争促進効果をもたらす業務提携の特性を考慮し、効率性向上効果に関しては企業結合審査と同等又はそれ以上に評価されるべきと考えられる。第三に、現行の相談事例集に関しては、当局がどのような考慮要素を検討したうえで回答に至ったかを明確化する等、さらなる情報開示の充実が望まれる。

1. 問題意識

日本においては、第四次産業革命の進展によってビジネスモデルが大きく変容し、業種の壁が限りなく低くなる、従来とは異なる新たな商品・サービスが創出されるなど、経済産業構造の転換期を迎えている。家電量販店－ネット通販や、ホテル－民泊等のように、業種間境界が不明瞭化している状況が観察される一方で、サプライチェーン構造の変化や需要者側の交渉力の向上等の影響により、国内における高シェアが必ずしも市場支配力を意味しない状況も増えつつある。更に、装置産業等をはじめとする一部の産業は、中長期の需要減少や再投資を要する設備更新に直面しており、産業の持続性を担保するために、更なる事業再編が求められる状況も発生していると推察される。

このような環境下では、競争法の適用における第一種の過誤（偽陰性）及び第二種の過誤（偽陽性）を最小化すべく、企業結合審査において、新たな業種や商品/役務等の供給者及び需要者の有り様を適切に踏まえた上で、競争の場としての「市場」を的確に把握し、更に、単なる市場シェアの計測にとどまらない形で当該企業結合の「競争」への影響の実態をより緻密に分析・評価していくことがより一層求められることになる。

こうした中で、日本及び欧米を中心とした諸外国・地域において、従来の市場画定¹とその市場シェアや市場集中度を重要視する企業結合規制のあり方から脱却し、経済学の知見に基づいた競争評価²の手法として経済分析を重視する実務が定着しつつある。すなわち、従来からガイドライン上は競争評価に重点が置かれるものの、全体的には定性的な分析にとどまるが故にこれが決定的な重要性を持つことがなく、結局市場シェアや市場集中度という一部の定量的な情報が重視されることになったとも考えられる³。しかし、近年は、新たな定量的な経済分析手法として、特に欧米では、市場画定を経由せずに直接市場支配力を推定する手法（例：転換率、UPP（2.2.4.3.節））の開発が進み、究極的には市場画定を不要（＝

¹ 企業結合が「競争を実質的に制限することとなる」か否かを判断する上で、その判断対象である競争の「範囲」を把握するための作業が「一定の取引分野」の画定であり、これは市場画定とも呼ばれる。なお、欧米においては画定された市場を「関連市場」(relevant market)と呼び、日本でも同様の呼び方をすることがある。

² 当該企業結合が「競争を実質的に制限することとなる」か否かを分析・評価する作業を競争評価（あるいは競争分析）と呼ぶ例が多い。

³ ここでは、市場画定や競争評価等に関し、これを経済学の観点から分析・評価する作業又はその結果を経済分析と呼ぶものとする。

シェアや市場集中度に一切依拠しない) とする考え方も登場し日本でもかかる考え方が取り入れられつつある。また、欧米では当事会社と当局の双方で高度な経済分析を行い、その妥当性を議論するという活発な循環が成立している。更に、グローバル化の進展も考えれば、特に海外企業同士の企業結合事案が増加し、日本の競争当局にもその判断の根拠につき欧米並みのアカウンタビリティ（開示・公表）が求められていくものと予想される。

そこで、日本の競争当局においては、競争の実態をよりの確に把握し、判断の客観性・合理性を示すため、経済分析の活用を含む競争評価の精緻化及びその適切な実施のための仕組みの整備がより一層求められることになると言える。

そして、日本企業においても、上記の動向に対応して、経済分析を活用した主張立証活動が必要とされる場面が増えており、また今後増えていくと考えられる。しかしながら、どのような場面においてどのような経済分析が有効となるかについて、日本企業の間で広く理解が進んでいるとは必ずしも言えないのが現状である。また、日本企業の実務上の判断においては、専ら「市場シェアの高さ」により企業結合等を諦める事例も一定数あると推察される。そこで、競争評価の実態や、経済分析的手法に関する最新の知見を広めることには意義がある。

加えて、ビジネスモデルの変容の中で、複数の企業が協調して事業を行いつつも各企業の独立性が一定程度保たれる業務提携が増加・多様化しており、こうした点についても、競争に対する制限効果及び促進効果を適切に特定し評価していく必要がある。

複数の企業による提携が増加・多様化する中で、これらの提携が競争促進効果を確保しつつ競争制限効果を生み出さないようにしていくことも重要である。我が国においては公正取引委員会（以下「公取委」という。）の「業務提携に関する検討会」が2019年に業務提携に関する独占禁止法（以下「独禁法」という。）上の考え方について報告書⁴を公表したところであるが、諸外国との比較も含めてさらなる検討が有益である。

⁴ 公正取引委員会競争政策研究センター（2019）「業務提携に関する検討会」報告書

1.1. 調査の目的と内容

本調査では、以上の現状認識の下、企業結合及び業務提携の独禁法上の対応を念頭に置きながら、

- i. 新たな「市場」や「競争」の整理についてのあり方
- ii. より客観性をもち定量的な評価を可能とする科学的手法として、経済学の知見を活用した経済分析の手法
- iii. 複数の企業の業務提携による競争制限効果の評価のありようとその軽減方策

等について、我が国及び主要国の事例・動向等を調査するとともに、調査結果を踏まえて、企業実務への示唆及び今後の政策への示唆をまとめた。

1.2. 研究会

本調査では、調査結果を踏まえ、有識者（学識者、実務家、産業界）からなる研究会を開催し、調査事例の研究や課題の抽出等の論点整理を実施した。本調査報告書の内容は、研究会における議論も踏まえたものである。なお、研究会の概要については、添付資料 A を参照されたい。

1.3. 各章の内容

本調査の構成は、次のとおりである。

2章は企業結合編である。1節では、企業結合をめぐる議論の状況として企業結合審査の仕組み・制度設計を整理しながら市場画定及び競争評価の在り方について記載する。2節では、企業結合審査における経済分析の活用について具体的な手法とデータ、及び活用事例について説明する。1節や2節の内容及び研究会での議論を踏まえた上で、3節では企業実務への示唆について、4節では今後の政策への示唆についてそれぞれまとめ、提言を行った。

3章は業務提携編である。1節では、業務提携を巡る議論の状況として、主要国の独禁法上の評価について説明する。2節では日本及び米国における業務提携の公開事例を説明す

る。1節や2節の内容及び研究会での議論内容を踏まえたうえで、3節では企業実務への示唆、4節では今後の政策への示唆について、それぞれまとめ、提言を行った。

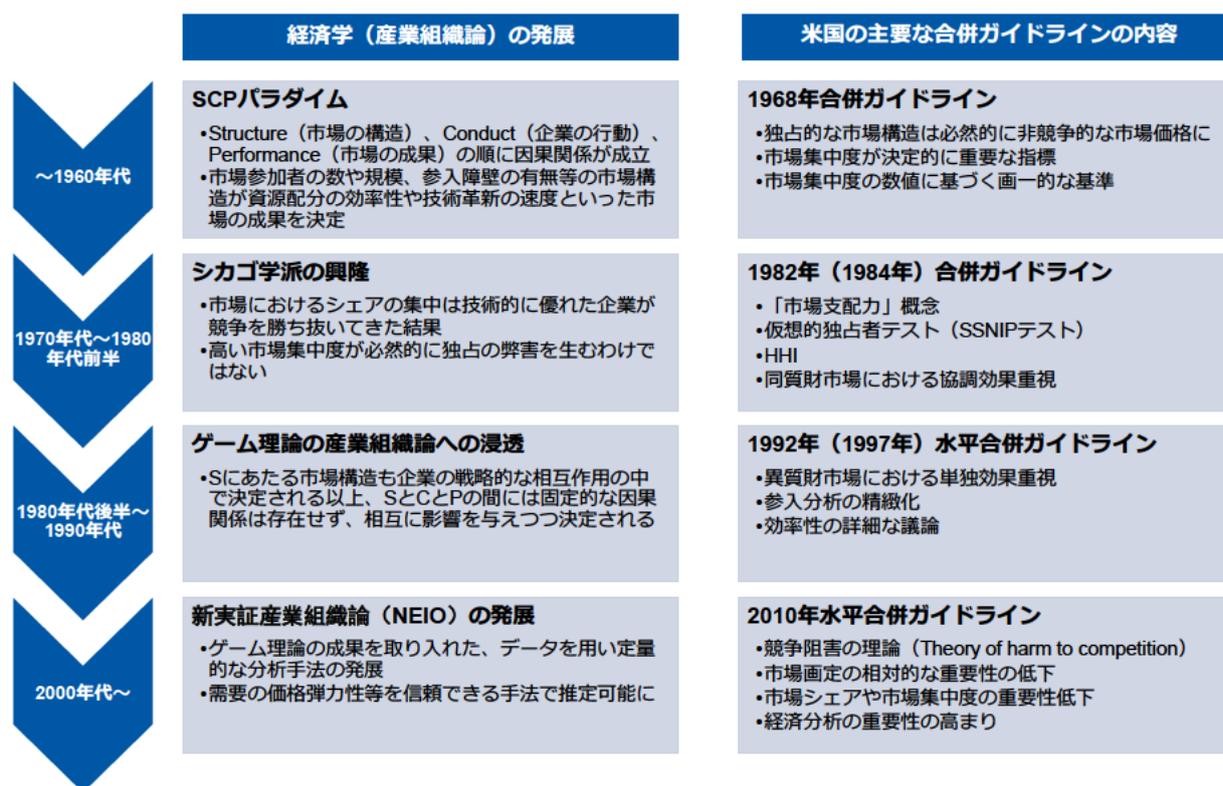
2. 企業結合編

2.1. 企業結合を巡る議論の状況

2.1.1. 企業結合規制を巡る議論の変遷

企業結合規制の考え方は、産業構造の変化や、理論的背景となる経済学（特に産業組織論）の発展と歩調を合わせて変化してきた。ここでは、理論の発展に中止的な役割を果たしてきた米国に着目し、経済学（特に産業組織論）の発展とそれに対応した合併ガイドラインの変遷を概観する⁵。

図表 2.1 企業結合規制をめぐる歴史的な議論の変遷



⁵ 本節の内容については、下記文献を参考にしている。

荒井弘毅、林秀弥 (2010) 「最近の企業結合規制の展開：米国の議論を中心に」名古屋ロー・レビュー
 Shapiro, C. (2010). The 2010 horizontal merger guidelines: From hedgehog to fox in forty years. Antitrust LJ, 77, 49
 泉田成美、柳川隆 (2008) 『プラクティカル産業組織論』有斐閣

1. 独占構造の規制（1970年頃まで）

1960年代ごろまでの産業組織論の分野では、SCPパラダイムと呼ばれる考え方で市場の働きを理解することが一般的であった。SCPパラダイムによると、Structure（市場の構造）、Conduct（企業の行動）、Performance（市場の成果）の順に因果関係が成立し、市場参加者の数や規模、参入障壁の有無等の市場構造が企業の行動、ひいては資源配分の効率性や技術革新の速度といった市場の成果を決定づけるとされる。

1968年に司法省反トラスト局（以下「DOJ」という。）により制定された米国初めての合併ガイドラインには、このSCPパラダイムの考え方が強く反映されていると言われている。すなわち、独占的な市場構造は必然的に非競争的な市場価格に繋がるとされ、市場集中度が決定的に重要な指標とみなされた。その結果として、市場集中度を高める合併に対して非常に厳しい規制が行われた。例えば、市場における上位4社の合算シェアが75%以上のとき、シェア15%の会社によるシェア1%の会社の買収に対しては通常差し止めの提訴がなされるといった、市場集中度の数値に基づく画一的な基準が合併ガイドラインに明記されていた。

2. シカゴ学派による旧規制批判（1970年代～1980年代前半）

1970年に入り、市場メカニズムに対する強い信頼を寄せるシカゴ学派の考え方が広まり、旧来の企業結合規制のあり方に厳しい批判が寄せられるようになった。具体的には、市場におけるシェアの集中は技術的に優れた企業が競争を勝ち抜いてきた結果であり、高い市場集中度が必然的に独占の弊害を生むわけではないといった主張がなされた。

こうした流れの中、1982年に改定された合併ガイドラインは、市場集中度を最重要視するのではなく、「市場支配力」という概念を中心とし、市場支配力を生み出す、又は強化する合併を禁止するという基本的な考え方に改められた。また、市場画定における仮想的独占者テスト（SSNIPテスト（2.2.4.2節参照））の導入や、市場集中度の指標としてのハーフィンダール・ハーシュマン指数（HHI）の導入など、経済理論とより密接に関連した概念が取り入れられることとなった。また、1982年合併ガイドラインは、同質財（homogeneous goods）市場における協調的行動による競争制限を重視しているという点に特徴があった。

3. ゲーム理論の産業組織論への浸透（1980年代後半～1990年代）

1970年代から1980年代にかけて急速にゲーム理論が発展し産業組織論に取り入れられていく中で、SCPパラダイムの限界が明らかにされていった。Sにあたる市場構造も企業の戦略的な相互作用の中で決定される以上、SとCとPの間には固定的な因果関係は存在せず、相互に影響を与えつつ決定されることが示されたのである。

こうした中で、1992年にDOJと連邦取引委員会（以下「FTC」という。）が初めて共同で改定を行った水平合併ガイドラインが発表された。1992年水平合併ガイドラインでは、「単独効果」（単独行動による競争制限効果）についての詳細な議論が導入された。すなわち、差別化された財（differentiated goods）市場においては、企業間による協調的な行動がなくても、当事会社間の競争圧力がなくなることそれ自体により、競争の実質的制限が生じ得るとされたのである。また、参入分析の精緻化がなされ、反競争的效果を打ち消すほどの参入が「適時に（timely）」「蓋然性をもって（likely）」「十分に（sufficient）」生じるかを判断するという基準が示された。

1997年における水平合併ガイドラインの改定では、効率性の詳細な議論が追加され、合併により当事会社の効率性が向上し、合併による競争減殺効果を相殺し得ることが示された。

4. 事案に応じた柔軟な審査へ（2000年代～）

産業構造が製造業主体からサービス業、情報通信産業へと多様化が進展し、実証的な経済分析の手法も発展してきた。特に、ゲーム理論の成果を取り入れた、データを用い定量的な分析を特徴とする新実証産業組織論と呼ばれる領域が誕生し、信頼できる手法で需要の価格弾力性等を推定し、合併等の効果をシミュレーションにより予測する手法が確立した。

これに応じて、事案に応じ実証的に精緻な分析を行うという方向性へ企業結合規制も変化してきた。2006年におけるコメントリーを踏まえて改定された2010年水平合併ガイドラインが、現行のガイドラインである。2010年水平合併ガイドラインにおいては市場シェアや市場集中度の重要性は更に低下し、事案に応じて最適な手法を柔軟に用いとされた。過去のガイドラインにあるような（1）市場画定、（2）競争効果、（3）強力な買い手（Powerful Buyer）、（4）参入、（5）効率性、（6）破綻の可能性という一連の固定的なプロセスではなく、競争阻害の理論（Theory of harm to competition）という概念を中心に、競争阻害の理論の特定と、その理論を支持又は棄却する証拠の検討というプロセスにより審査を行うとされた。

現行の米国の水平合併ガイドラインの特色として、第一に市場画定の相対的な重要性の低下が挙げられる。上述したとおり、市場画定は審査プロセスの中で必ず最初に行われるとは限らず、入手可能な証拠によっては、市場画定によらずに、直接合併の市場支配力への影響を評価することもあり得るとされている。

第二に、実証的な経済分析の重要性がより高まっていることが挙げられる。1982年合併ガイドラインにおける SSNIP テスト等、経済分析手法の導入は古くから行われてきたが、現行の水平合併ガイドラインにおいては転換率や価格上昇圧力といった経済学的概念を用いて競争評価を行うことや、合併シミュレーションについて初めて言及がなされるなど、実証的な経済分析を用いて判断を行う姿勢がより明確に示されている。

2.1.2. 欧米、日本の企業結合規制

米国の企業結合規制では、経済学（特に産業組織論）の発展と歩調を合わせて現在の考え方に至っているが、他の先進国では現行どのように考えられているかを紹介する。米国を含め、EU、英国、ドイツ、カナダ、日本における、現在の当局の「市場」及び「競争」の考え方について記載する。合わせて競争法と執行体制、経済分析の実施体制についても紹介する。

2.1.2.1. 米国

2.1.2.1.1. 関連法・執行機関

以下のように複数の根拠法に基づいているが、総称して反トラスト法が関連法である。

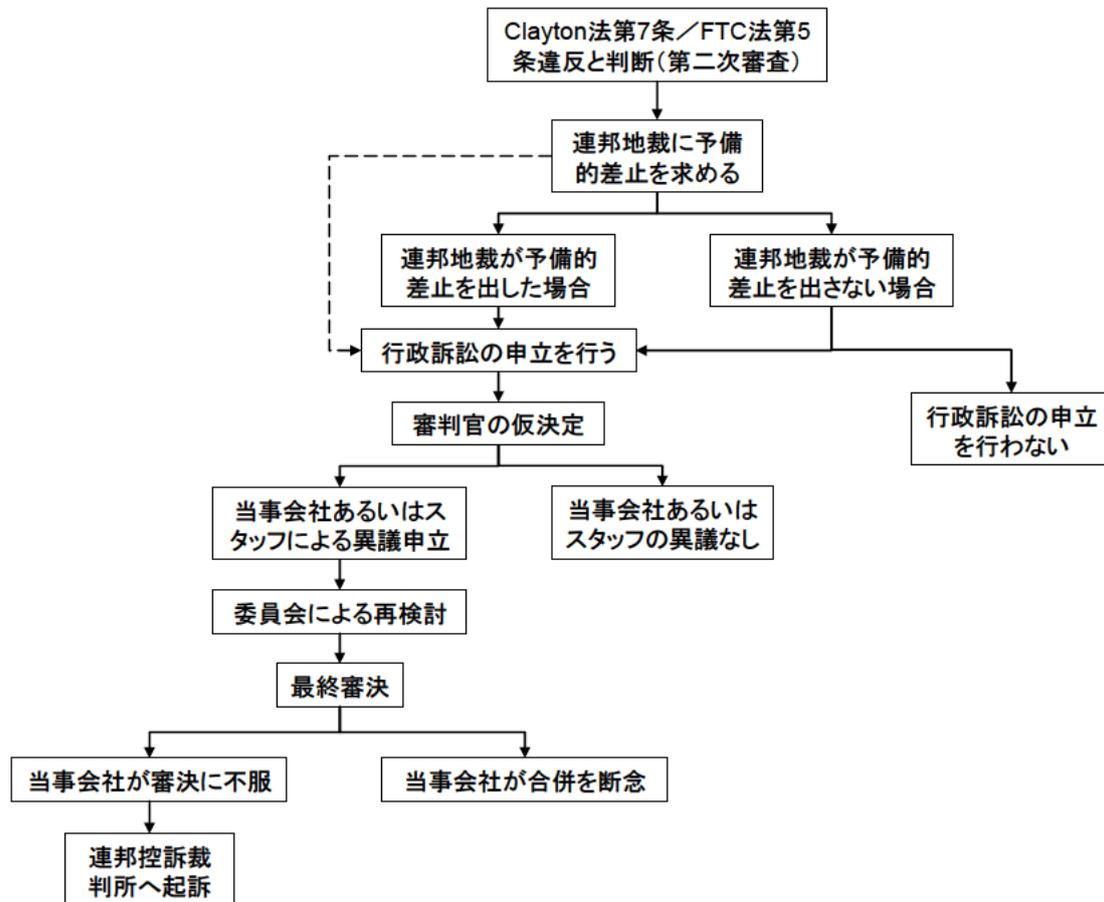
図表 2.2 米国の企業結合規制の根拠法

該当の根拠法	規制内容
クレイトン法第 7 条	競争を実質的に制限するような、もしくは独占を形成するおそれがある株式又は資産の取得の禁止
シャーマン法第 1・2 条	広範に取引を制限する全ての契約、結合、共謀を禁止。独占、独占のための企図、独占のための共謀の禁止
FTC 法第 5 条	広範に不公正な競争方法の禁止

競争当局は、DOJ 及び FTC である。

DOJでは行政審判はないが、予備的差止と永久的差止を求めて連邦地方裁判所に訴えることができる⁶。FTCは行政審判を行うことができる。FTCによる行政審判の流れは、図表2.3の通りである。

図表 2.3 行政審判の流れ (FTC)



出所： 「The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review」 をもとに NERA 作成

DOJ及びFTCが反トラスト法違反で企業結合を禁止する決定を行った場合、双方とも連邦地方裁判所にて差止を求めなければならない。DOJは連邦地裁へ予備的差止と永久的差止を求めることができ、FTCは通常連邦地裁へ予備的差止を求めた後に、FTCによる行政審判を行う。DOJが案件の担当当局であり、かつ当事会社と問題解消措置について合意した場合、同意判決 (consent decree) の手続を行う。DOJは連邦地方裁判所から同意判決において承認を得なければならない。他方、FTCが案件の担当当局で、かつ行政審判を行った

⁶ ABA Section of Antitrust Law, The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review, 3rd Edition (2006), p.65

後、当事会社が審決に不服の場合、図表 2.3 のとおり、連邦控訴裁判所に訴訟を提起することができる。なお、FTC にのみ審判手続きが認められているが、このことが、当事会社にとって公平性を欠くのではという批判が、企業及び学者からあげられている⁷。

関連ガイドラインは、水平合併ガイドラインと垂直合併ガイドラインである。規制の目的は、消費者利益の保護である⁸。規制の判断基準は、競争の実質的減殺又は独占の形成のおそれがあるかどうかである。

2.1.2.1.2. 審査フロー

図表 2.4 は、米国の企業結合審査の全体的な流れを示したものである。HSR 法（Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvements Act of 1976）に基づき、届出が義務付けられており、届出が必要な基準は以下の通り、取引規模要件及び当事会社規模要件である。

①結合の結果、当事会社の議決権付証券及び資産の合計が 3 億 5990 万ドル超となる場合

②結合の結果、当事会社の議決権付証券及び資産の合計が 9000 万ドル超で、

(a) 一方当事会社の年間売上高又は総資産が 1 億 8000 万ドル以上、かつ

(b) もう一方の当事会社の年間売上高又は総資産が 1800 万ドル以上の場合

審査手続きは、HSR 届出表に記載の関連資料をもって、DOJ と FTC の両方に届出が行われる。その後、両当局において予備的な審査が行われる中で、さらなる審査が必要と認められたものに関しては、対象となる産業に対してどちらの当局が専門性を有しているかを基準に、いずれかの当局に割り当てられる⁹。届出受理から 30 日間の待機期間が第一次審査期間に該当し、当該期間で何らかの措置がない場合は結合が承認されることとなる。その間に、資料の第二次請求（second request）が行われた場合、待機期間は当事会社が第二次請求に対

⁷ The National Law Review (January 15, 2020) (<https://www.natlawreview.com/article/axon-sues-ftc-over-use-administrative-adjudication-merger-investigations>) に記載。関連箇所として、”The DOJ may only challenge an anticompetitive transaction by filing an injunction in federal court（中略）The FTC may either file an injunction in federal court or initiate an internal enforcement proceeding before an administrative law judge (which the FTC often accompanies with a federal complaint for preliminary injunction)”。

⁸ 水平合併ガイドラインの 1. Overview の第 7 パラグラフにて、“（中略）the Agencies normally evaluate mergers based on their impact on customers”と明記されており、消費者利益の保護が目的である根拠に該当。

⁹ <https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/mergers-and-competition/merger-review>

する回答を行った時点から更に 30 日延長される。この期間が第二次審査に該当する。ただし、期間は実質的な審査を行うには著しく短いので、ほとんどの場合において、当事会社との協議の上、裁判所に待機期間の延長を申し立てることになる¹⁰。第二次請求に対して当事会社に対応するには通常 60 日から 120 日程度（あるいはそれ以上）かかる。第二次請求に必要な資料としては、特定の商品やサービス、経営・販売戦略等に関する広範かつ詳細な情報が請求される。また、経営者を含む社員が非公式面談あるいは宣誓証言を要求される可能性もある¹¹。FTC が公表している "Model Request for Additional Information and Documentary Material (Second Request)"¹² では、第二次請求の例が示されている。第二次審査では、調査官は大抵この例に沿って案件関連の追加質問をすることとなっている¹³。

第二次審査において待機期間中なんらかの措置がなければ承認になる。一方で第二次審査において待機期間中に当局によって措置が取られる場合においては、FTC の場合では排除措置命令等を送付し審判開始となるか、同意命令となるか、あるいは当事会社が合併を断念するかに分かれる。DOJ の場合では、提訴の意図を表明し、提訴に移るか、あるいは当事会社が合併について断念するか等に分かれる。

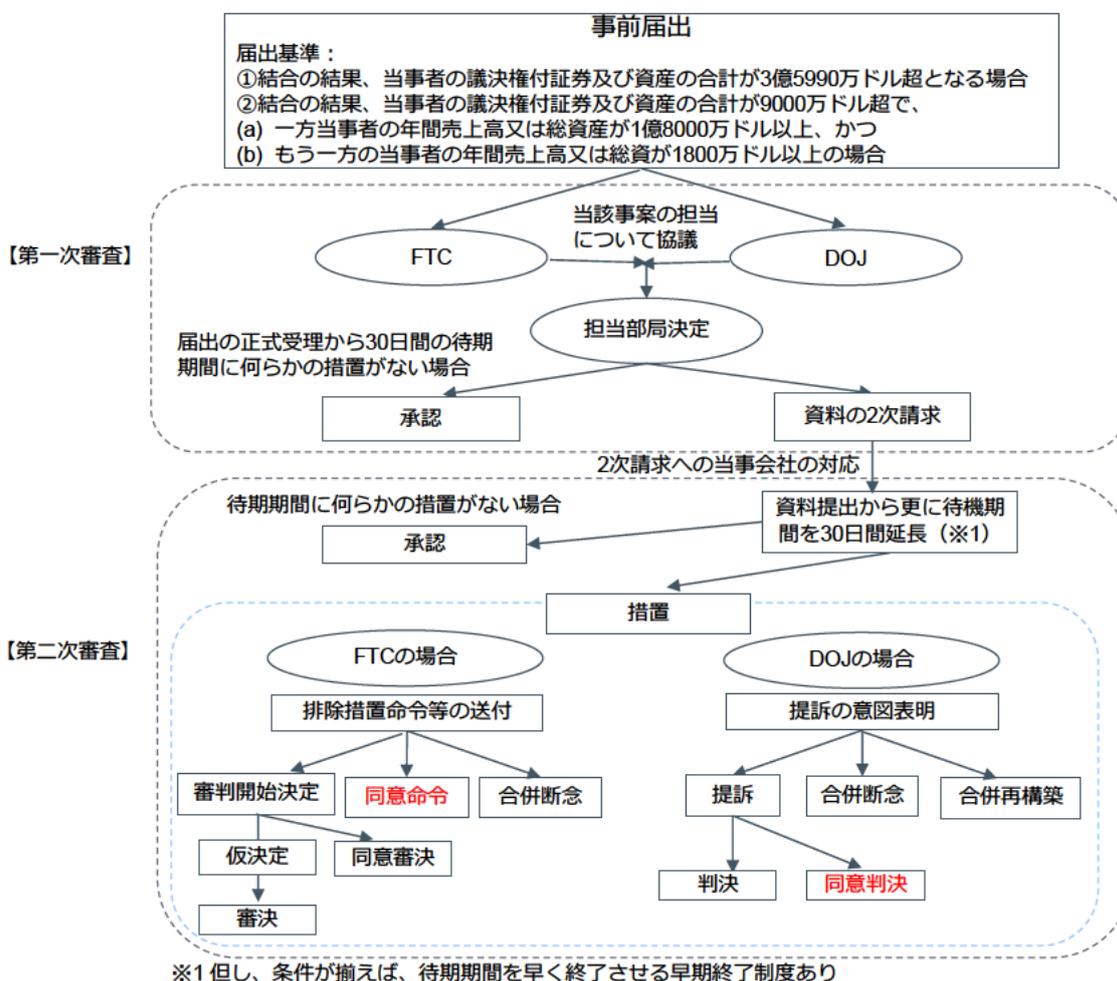
¹⁰ 越知保見（2005）「日米欧独占禁止法」商事法務、703 頁

¹¹ ABA Section of Antitrust Law, The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review, 3rd Edition (2006), p.62-63, 157

¹² HSR Introductory Guide III: <http://www.ftc.gov/bc/hsr/introguides/guide3.pdf>

¹³ ABA Section of Antitrust Law, The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review, 3rd Edition (2006), p.140

図表 2.4 米国審査フロー（全体）



出所：公取委ウェブサイト及び「The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review」をもとに NERA 作成

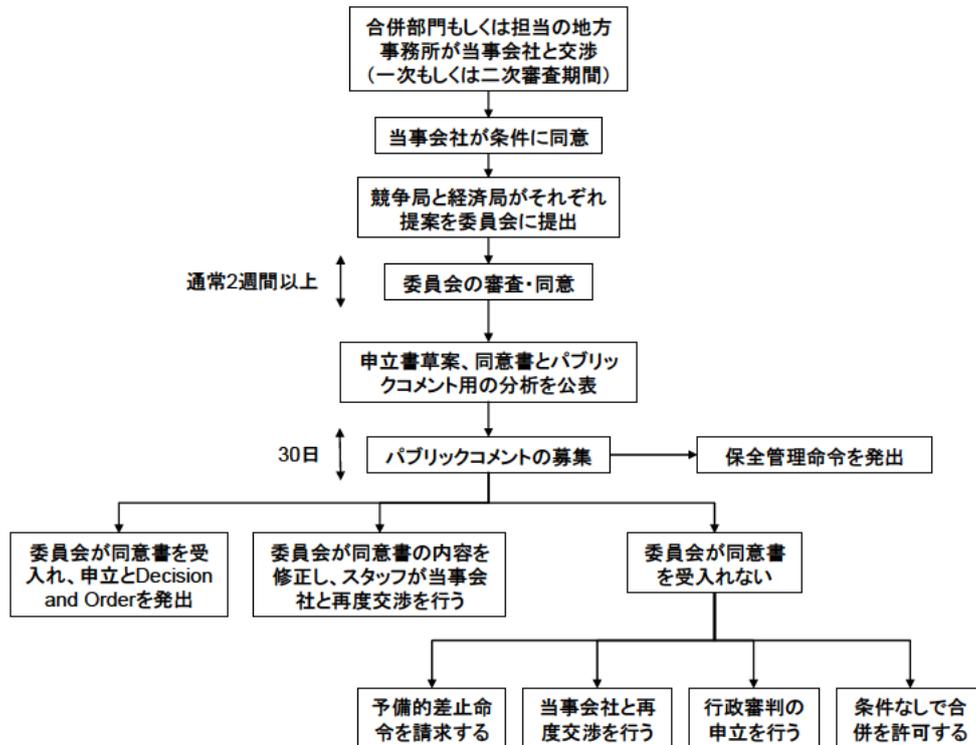
図表 2.4 に赤字で記載した FTC の同意命令及び DOJ の同意判決については、FTC あるいは DOJ の内部部門である経済局と競争局が当事会社と交渉し、問題解消措置の条件に同意することによる当局の意思決定フローを意味する。詳細は、図表 2.5 と図表 2.6 のとおりである。FTC での同意命令においては、経済局が交渉したうえで当事会社が条件に同意し、その同意書を委員（Commissioner）¹⁴に提出し、同意書を受け入れれば、条件付承認とな

¹⁴ FTC の組織構造として、5 人の Commissioner がいて、その下に各部局がある。そのため commissioner に提出し comissinoner の多数決が行われる。組織図については、以下のとおり。

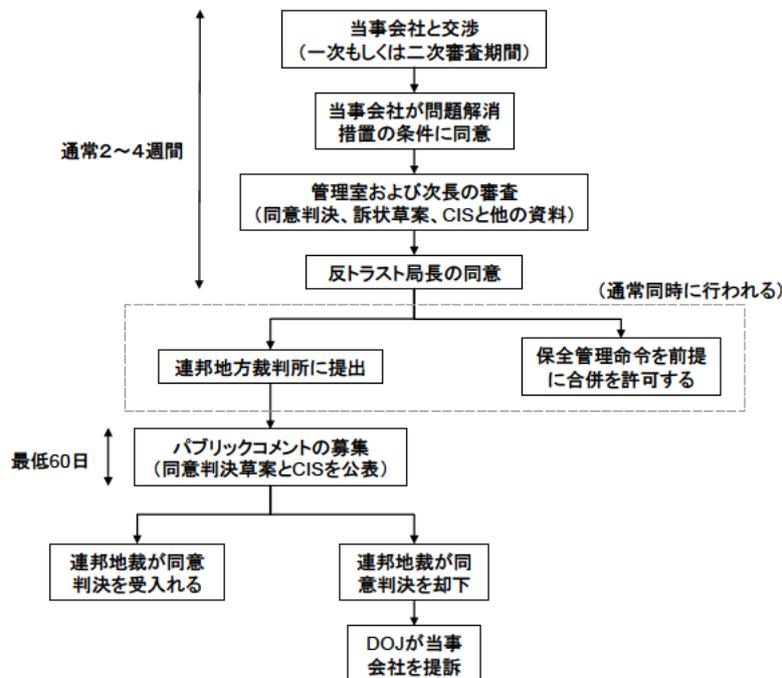
https://www.ftc.gov/system/files/attachments/about-ftc/ftc_org_chart_mar-4-2020_1.pdf

る。他方委員が受け入れなければ、最終的に行政審判の申立になり裁判となる場合もある。DOJの同意判決については、連邦地裁が同意判決を受け入れるかどうかで条件付承認になるか、当事会社を結局提訴することになるかが決まる。

図表 2.5 同意命令の流れ (FTC)



図表 2.6 同意判決の流れ (DOJ)



出所： 「The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review」 をもとに NERA 作成

2.1.2.1.3. 競争当局と当事会社間のコミュニケーション

審査の初期段階から、経済局（Bureau of Economics）のスタッフと当事会社で議論を行う場がある。また、経済分析においては、経済局のスタッフは実施した実証分析の結果の説明、当事会社の実証分析に対するレビュー、当事会社側への実証分析の提案を行う。詳しくは、2.2.2 節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」の各国ベストプラクティスや 2.2.3 節「欧米・日本におけるベストプラクティス比較」を参照のこと。

2.1.2.1.4. 対外的な公表制度と実際の公表度合

公表制度については、以下のとおりである。

- 無条件許可の場合は、DOJ は許可理由について簡略な競争影響ステートメント（competitive impact statement、以下「CIS」という。）を任意で公表。FTC ではクローゼングレター（closing letter）を当事会社の代理人弁護士に送付し¹⁵、許可理由及び案件内容におけるステートメントを任意で公表。
- 条件付許可の場合には、DOJ においては、当事会社と交渉後、連邦裁判所に同意判決提案と CIS を提出し、官報で公表する。これはタニー法（Tunny Act）¹⁶によって規定されている。FTC においては当事会社と交渉後、同意命令提案とパブリックコメント用の分析を公表、パブリックコメントを募集し、その後 FTC が最終決定を下し、申立書と Decision & Order を公表する運用となっている。

実際の公表状況は、上記公表制度にのっとり、無条件許可の場合は任意であるため、公表事例の範囲は一部である。同様に、裁判になる事例では公表内容が詳細になる一方で、無条件許可など裁判にならない場合は公表内容も薄くなる（例えば、2.2.5.2.1 節で紹介する Office Depot/OfficeMax（2013 年）の容認事例では、公表の説明が 3 頁にとどまり市場シェアや市場範囲等も省略されている。）。

¹⁵ ABA Section of Antitrust Law, The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to Federal Merger Review, 3rd Edition (2006),

¹⁶ 正式名称は Antitrust Penalties and Procedures Act

2.1.2.1.4.1. 事後検証に関するレビュー制度

事後検証は主に当該合併によって又は問題解消措置の有無によって合併後に価格上昇したかどうか等を定量的に評価し、審査の決定事項が適切であったかどうかを確認することである。

米国では、当局内部で合併の事後検証を豊富に行っている。例えば、問題解消の事後検証としては、FTCが2017年に、問題解消措置のある2006年-2012年の統合案件89件について事後評価し結果を公表している。また、問題解消措置の有無によらず特定の産業（病院、ガソリン、小売など）における事後評価も実施し、当局ウェブサイト上のワーキングペーパーで結果を報告している¹⁷。

他方、外部に事後検証内容について委託やレビューをしてもらうことは、調べる限り確認されない。しかし、2017年の事後検証時のように、実際の事後検証方法に関して、パブリックコメントの形式で、関係する外部のエコノミストから意見を募集することはある¹⁸。また、Kwoka(2015)を中心に¹⁹、外部のエコノミストが積極的に事後検証した論文が豊富にあり、分析結果に対する当局との議論が活発であるといえる。

2.1.2.1.5. 企業結合ガイドライン

2.1.2.1.5.1. 市場画定の考え方

競争評価の分析ツールには市場画定を必要としないものもあり、必ずしも当局の分析として市場画定から始める必要はないと記載している²⁰。これに関連して、水平合併ガイドラインのセクション4“Market Definition”パラグラフ6では、「顧客にとって代替品の認識が異

¹⁷ 例えば、当時のFTCエコノミストの以下資料を参照

http://www.learlab.com/conference2013/documents/Hosken_slides.pdf

¹⁸ <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2015/06/ftc-announces-second-federal-register-notice-its-merger-remedy>

¹⁹ Kwoka,J.(2015) “Mergers, Merger Control, and Remedies: A Retrospective Analysis of U.S. Policy” MIT Press

²⁰2010年水平合併ガイドライン、セクション4 Market Definition のパラグラフ2が該当「The Agencies’ analysis need not start with market definition. Some of the analytical tools used by the Agencies to assess competitive effects do not rely on market definition, although evaluation of competitive alternatives available to customers is always necessary at some point in the analysis.」。しかしながら、特にGUPPI算出の際には市場画定が必要ないとしても、何らかの地理的な範囲をもって調査を行っていることから、暗黙のうちに市場の範囲を考えていると解釈できる。

なることにより様々な程度で代替関係がある場合に一部の代替品を含めて他の商品を除外するように市場を画定することは、商品の競合する程度を完全にとらえることができず単純化していることを意味しているため、関連市場（relevant market）は「正確な境界が必要ではない」と記述されている。

また、市場画定においては需要の代替性のみならず、供給の代替性については、市場参加者を特定する段階、すなわち競争評価の段階で考慮される²¹。

市場画定が狭すぎることは問題であり、SSNIPテストは、候補の市場が過度に狭くならないように設計されている²²。このような背景のもと SSNIP テストを市場画定の基本的考え方としており、商品市場画定における水平合併ガイドラインの記載内容は、ほぼ SSNIP テストの紹介である²³。

2.1.2.1.5.2. 商品市場画定の考え方

SSNIP テストを実施することが中心である。その理由は候補の市場が過度に狭くならない範囲で画定するためである。また、データがあれば臨界損失分析で SSNIP テストを実施することが望ましい。また、SSNIP テストの一環として、より高い価格に対する顧客の反応を調べるため、以下のエビデンスを参考にする。

- (1) 価格変化に対する、消費者の購入シフトの過去履歴
- (2) サーベイを含む買い手からのヒアリング情報
- (3) 当該市場の企業の行動（例：消費者の商品代替に関する売手のビジネス意思決定及び関連資料）
- (4) 商品特性・スイッチングのコストや遅れに関する情報
- (5) 仮想的独占者の価格上昇における他の商品の想定売上状況
- (6) 他の市場参加者（例：補完品の売り手）からのエビデンス

²¹ 2010年水平合併ガイドライン、セクション4 Market Definition のパラグラフ5

²² 2010年水平合併ガイドライン、セクション4 Market Definition のパラグラフ8

²³ 2010年水平合併ガイドライン、セクション4.1.1 The Hypothetical Monopolist Test のパラグラフ2

(7) 法的・規制の必要条件

(8) 川下競争の影響

2.1.2.1.5.3. 地理的市場画定の考え方

地理的市場の範囲は多くの場合輸送コストに依存する。言語、規制、関税と非関税の貿易障壁、慣習、評判、サービスの利用可能性などの他の要因が、長距離又は国際取引を妨げる可能性がある。特に直近の為替レートが変動している場合、外国企業の競争上の重要性はさまざまな為替レートで評価される。また、供給者のロケーションをベースにしても、需要者のロケーションをベースにしても、その供給者から購入する一部の顧客、あるいは、その需要者に販売する一部の供給者は地理的市場の境界外になる可能性があるため、SSNIP テストを使って、少なくとも一つの場所から SSNIP を実施するインセンティブがあるかどうかを検討して地理的市場を画定するという考え方である²⁴。したがっていずれにしても SSNIP が基本的な考え方である。

▪ 輸入及び国境を越えた市場画定の有無について

地理的市場について米国消費者の需要を中心に画定することを前提とし、海外の生産者が米国の消費者に製品を提供している場合には、通常であれば海外の生産者が米国市場外にいても輸入品として米国市場に参加するという考えである旨の記載がされている。しかし、同質財で、海外の生産者が SSNIP に対応し、大幅な埋没費用²⁵を発生させずに米国の顧客への販売を大幅に拡大する場合は、その供給余力をベースに企業の市場シェアを算出することができる、と記載がされている²⁶。この表現からすると、SSNIP テストに基づいて市場画定が行われるため国境を越えた市場画定も可能であるとしている一方で、実質的には米国市場外まで地理的範囲が広がることは極めて稀であると考えられる。

²⁴ 2010 年水平合併ガイドライン、セクション 4.2.1 及びセクション 4.2.2

²⁵ 埋没費用（サunkコスト）とは、すでに支払ってしまった結果、その企業がどのような行動をとったとしてももはや取り返しのつかない回収が不可能な費用のことを表す。競争政策分野における経済学上の意味合いについては、大橋（2012）を参考。

²⁶ 水平合併ガイドライン 5.2 節

2.1.2.1.5.4. 市場シェア・集中度の位置づけ

水平合併ガイドライン5節のとおり、当局は、市場シェアと市場集中度を競争評価の一環として検討する。市場シェアは企業の競争上のインセンティブに直接影響することを指摘しているが、これは反競争的な文脈だけでなく競争的な可能性も含めて記載がされている。具体的には、「大きな市場シェアを持つ企業は、新規顧客を獲得するための価格引下げが既存顧客にも適用される場合、小さな企業よりもそのインセンティブが低いかもしれない。しかし、例えば大きな市場シェアを持つ企業は、生産能力が高く小規模企業よりも生産量を急速に拡大できる可能性がある。同様に低コスト、魅力的な商品、あるいはその両方を表す傾向がある。」の趣旨の記載がなされている²⁷。その観点から、市場シェアや集中度自体が競争力のある合併と反競争的な合併を区別する判断基準を提供しないが、しかしながらこれらが高いと一般的には競争上の懸念が生じる旨も記載されている²⁸。

上記観点から市場シェア・集中度は競争評価の一部となっており、それらが競争評価の判断要素の中で重要であるかどうかは必ずしも明確でなく事案によっても異なるが、大事なことはそれらが競争の実態に即しているかどうかについて注目して説明していることにある。

水平合併ガイドラインでは、市場シェアのデータ自体が、対象の市場の競争実態を表しているかを勘案し、データの利用可能性に応じて、できるだけ適当な市場シェアを測定する旨が記載されている。例えば、長期的な競争力に重要な新技術が重要な市場である場合、現在の市場シェアは企業の将来の競争実態を過小/過大評価している可能性があり、よって過去の市場シェアをより考慮する可能性もある旨が記載されている。このような市場シェアのデータ自体が市場の競争実態を表していない問題は往々にして起こりうると考えられる。

また、同質財市場か差別化された財の市場かでも、市場シェア・集中度の重要性は異なり、それぞれの市場における競争の実態がどのように市場シェア・集中度に反映されるべきか記載されている。同質財市場の場合、これらの尺度は重要でありながら、売上・販売数量

²⁷ 水平合併ガイドライン5節。原文は次のとおり。“Market shares can directly influence firms’ competitive incentives. For example, if a price reduction to gain new customers would also apply to a firm’s existing customers, a firm with a large market share may be more reluctant to implement a price reduction than one with a small share. Likewise, a firm with a large market share may not feel pressure to reduce price even if a smaller rival does. Market shares also can reflect firms’ capabilities. For example, a firm with a large market share may be able to expand output rapidly by a larger absolute amount than can a small firm. Similarly, a large market share tends to indicate low costs, an attractive product, or both.”

²⁸ 水平合併ガイドライン5.3節。原文“The purpose of these thresholds is not to provide a rigid screen to separate competitively benign mergers from anticompetitive ones, although high levels of concentration do raise concerns.”

ベースでは必ずしも競争実態に沿わない記載がされている。その上で、同質財市場の場合、その市場の他の製品による価格の上昇や生産量の減少に応じて、関連市場で生産を急速に拡大する能力とインセンティブがあるかどうか、企業の競争上重要である。したがって、企業の生産能力をもとに、市場シェアを考えると記載されている。

一方、差別化された財市場においては、水平合併ガイドライン 6.1 節に記載のとおり、合併企業の価格上昇によって失われた売上の一部は、単にもう片方当事会社の製品に流れ、相対的なマージンに応じて、合併によってそのような売上損失を捕捉することから、価格上昇でそれ以前には利益がなかったとしても利益を上げられる可能性がある。したがって、合併当事会社が販売する製品間の直接的な競争の程度を評価することが重要である。この観点から、「転換された売上の値は、合併によって生じる価格上昇圧力の指標として役立つ、この価格効果の判断は、市場画定や市場シェア・集中度の計算には依存する必要がない。当局は、差別化された財市場における価格効果を診断するにあたっては、市場集中度のレベルよりも代替性により依拠する」と記載されている²⁹。すなわち、差別化された財市場では同一市場内における商品間の代替性（及びそれを表す需要分析（価格弾力性）の結果など）が市場シェアや HHI よりも重要視されることが示唆される。

2.1.2.1.5.5. 効率性向上に関連する記述

効率性が考慮されるための要件としては、企業結合固有性（merger specific）、検証可能性（verifiability）、審査の対象となるものであること（cognizable）が求められる。また、過去の類似経験に基づく効率性主張は信頼できる可能性について記載がされている。効率性の種類としては、費用削減、R&D の促進効果、補完的な資産の組み合わせを水平合併ガイドラインでは例示している。

また、効率性の種類によって、どの要件が満たしやすい（あるいは、満たしにくい）かが言及されている。費用削減については例えば生産シフト等は検証可能性を満たしやすい。他方、R&D の効率性は、潜在的には審査の対象となるが、検証可能性が満たしにくい。他、

²⁹ 水平合併ガイドライン 6.1 節。原文は次の通り。“In some cases, where sufficient information is available, the Agencies assess the value of diverted sales, which can serve as an indicator of the upward pricing pressure on the first product resulting from the merger. Diagnosing unilateral price effects based on the value of diverted sales need not rely on market definition or the calculation of market shares and concentration. The Agencies rely much more on the value of diverted sales than on the level of the HHI for diagnosing unilateral price effects in markets with differentiated products.”

入札・マネジメント・資本コストに関する効率性は企業結合固有性を満たしにくく審査の対象となりにくいことが記載されている。

短期的に固定された費用に関する効率性（向上）は、短期的には消費者の便益になりそうもないが、長期的にはなり得る（例えば、新商品の導入費用を低下させることにより）ことが明記されている³⁰。

2.1.2.1.5.6. 経済分析に関する記述

2.1.1 節に記載したように、SSNIP ほか、転換率、価格上昇圧力、合併シミュレーションが水平合併ガイドラインで言及されている。

2.1.2.1.6. 不服申立制度・手続

被審人が審決に対して不服があるときは、連邦控訴裁判所に審決取消請求訴訟を提起することができる。但し、実務上は、企業が DOJ 及び FTC の審査・指導に従わない場合、当局が裁判所に「予備的差止命令（preliminary injunction）」を求める提訴を行うが、裁判所が請求を認めた場合は事実上全ての企業は結合を断念し、裁判所が請求を認めなかった場合は当局が諦めるのが通常である³¹。

連邦控訴裁判所は、FTC の専門的機関としての判断を尊重することが求められており、FTC の認定事実が実質的証拠に基づいている場合には、その事実認定が裁判所を拘束する（実質的証拠の原則；連邦取引委員会法第 5 条（C））。

2.1.2.1.7. 経済分析実施体制

FTC

FTC において経済分析を担当する部局は経済局である。経済局は、反トラストと消費者保護の両方の分野において、経済分析を提供しており、反トラスト（Antitrust）部門、研究

³⁰ 水平合併ガイドライン 脚注 15

³¹ 滝川敏明 (2010) 「日米 EU の独禁法と競争政策」の 172

マネジメント（Research & Management）部門、消費者保護（Consumer Protection）部門の3部門で構成されている。経済局には80名程度の博士号保有エコノミストが在籍している。

2020年3月現在、経済局の局長（Director）を務めるのは Andrew Sweeting である。Andrew Sweeting は2004年にMITにおいて経済学博士号を取得後、ノースウェスタン大学、デューク大学、メリーランド大学で教鞭をとったのち、2020年にFTCの経済部局長に就任した。また、博士号取得以前に、1997年から1999年まで英国の経済コンサルティング会社である Lexecon でコンサルタントして働いた経験を有する。Andrew Sweeting は産業組織論を専門とする研究者であり、差別化された財市場における合併が商品のポジショニングに及ぼす影響の研究などで、顕著な成果を挙げている。

DOJ

DOJの反トラスト局において経済分析を担当するのは経済学セクション（Economic Sections）の経済分析グループ（Economic Analysis Group）である。経済分析グループには、約50名の博士号保有エコノミストが在籍している。DOJエコノミストは、合併や水平的共同行為及び垂直的制限の審査に携わるほか、DOJが保有するデータを用いた研究活動を行う。

2020年3月現在、経済分析グループを率いるディレクター（Economics Director of Enforcement）を務めるのは Jeffrey Wilder である。Jeffrey Wilder はMITで経済学博士号を取得後、DOJ内部のエコノミストとしてキャリアを積んできた模様だが、詳細は不明である。過去の Acting Deputy Assistant Attorney General for Economics は、Nancy Rose、Aviv Nevo、Carl Shapiro 等高名な経済学者が、アカデミックポストを数年間抜ける間に勤めてきた。

また、複雑な事例については内部の複数のエコノミストで対応し、裁判に行くような事例では外部の（アカデミック）エコノミストを expert witness として起用する時がある³²。

³² OECD (2011) “Economic Evidence in Mergers Analysis”

2.1.2.2. EU

2.1.2.2.1. 関連法・執行機関

現行の審査は、欧州連合の機能に関する条約（Treaty on the Functioning of European Union (TFEU)、以下「機能条約」という。）における理事会規則 2004 年第 139 号に基づいて行われる。競争当局は欧州委員会（European Commission、以下「EC」という。）である。EC には行政審判制度はない。裁判所に関しては、EC による決定に対して不服がある場合は、一般裁判所³³に提訴され、その後司法の解釈・適用に関する問題（points of law）は、欧州司法裁判所へ上訴される運用である。

関連ガイドラインは企業結合規則（理事会規則 2004 年第 139 号）³⁴、市場画定告示³⁵、水平合併ガイドライン³⁶、非水平合併ガイドライン³⁷である。

規制の目的は、消費者利益の保護である³⁸。また、規制の判断基準は、有効競争の著しい損害（Significantly Impede Effective Competition; SIEC）のおそれがあるかどうかである。

2.1.2.2.2. 審査フロー

図表 2.7 は EC の審査フローを示したものである。米国と同様に簡略な第一次審査と詳細な第二次審査の 2 段階となっている。まず共同体規模の企業集中（所定の規模以上の企業結合）は届出が義務付けられており（企業結合規則第 1 条 2 項）、届出が必要な対象の企業は売上高基準で定められ、具体的には以下のとおりである。

³³ 第一審裁判所(Court of First Instance)は 2009 年 12 月 1 日発効のリスボン条約により、一般裁判所(General Court)と名称が改められた。

³⁴ Council Regulation (EC) No. 139/2004 on the control of concentrations between undertakings, OJ L24, 29

³⁵ COMMISSION NOTICE on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law (97/C 372/03).

³⁶ Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings

³⁷ Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings

³⁸ 企業結合規則の第 2 条 1 項(b)において、中間及び最終需要者の利益（the interest of the intermediate and ultimate consumers）を考慮すると明記されており、目的の根拠に該当する。

1.以下の3条件を満たす場合（企業結合規則第1条第2項）

- ① 当事者全ての全世界での売上高の合計が50億ユーロ超
- ② 当事者の少なくとも2社の共同体内での売上高がそれぞれ2億5000万ユーロ超
- ③ 当事者のいずれも共同体内売上高のうち3分の2超を同一加盟国内で得ていない

2.上記1に該当しない場合であっても、以下の全ての要件を満たす場合（同条3項）。

- ① 当事者全ての全世界での売上高の合計が25億ユーロ超
- ② 当事者の少なくとも2社の共同体での売上高がそれぞれ1億ユーロ
- ③ 3以上の加盟国のそれぞれにおいて、当事者全ての年間売上高の合計が1億ユーロ超
- ④ ③の要件に合致する3以上の加盟国のそれぞれにおいて、当事者の少なくとも2社の売上高がそれぞれ2500万ユーロ超
- ⑤ 当事者のいずれも共同体内売上高のうち3分の2超を同一加盟国内で得ていない

当事者は、Form CO と呼ばれる提出書類を整えたうえで、事前届出を行い、ECが受領してから合併規制の対象に含まれるかどうかを審査し、含まれると判断した場合には、届出の事実を、当事会社の名前、本拠国、当該集中化の概要、業界を示して公表する（企業結合規則第4条第3項）。そのうえで第一次審査を開始し、当該集中化は域内共通市場との適合性に際して「深刻な懸念」があるかどうかを審査する。ECは届出後25営業日以内に第一次審査の決定を行わなければならない（企業結合規則第10条1項）。ただし、加盟国が国内市場の競争に著しく影響を及ぼすとECに通告した場合及び当事会社が問題解消措置を提案した場合には、この期間は35営業日に延長される（企業結合規則第10条第1項）³⁹。第一次審査の結果、ECが下すことのできる決定は以下の4つである。

- 「対象外」（企業結合規則第6条第1項(a)）
- 「承認」（同項(b)第1パラグラフ）
- 「第二次審査の開始」（同項(c)）
- 「条件付承認」（企業結合規則第6条第2項）

³⁹ 所定の条件が満たされる場合には、ECが25営業日以内に第一次審査の決定を下すことのできる早期終了制度がある。

第一次審査の段階で企業が問題解消措置を申し出ることがあり、その場合審査期間は10営業日延長され、延べ35営業日となる。第一次審査において「禁止」決定が下されることはない。米国の場合と異なり、ECは原則として全ての場合において「決定」を出し、企業に通知し、公表する。法定期間内にいかなる決定も出されない場合には、「当該集中化は域内共通市場と適合する」と宣言されたと見なされる（企業結合規則第10条第6項）。

第一次審査の結果、域内共通市場との適合性に関して深刻な疑念を引き起こすものと認定した際には、詳細な第二次審査を開始する。第二次審査の開始から90営業日以内に、ECは当該集中化が、特に、支配的地位の形成又は強化の結果として、域内共通市場あるいはその実質的な一部における有効な競争を実質的に損なうことがあるかどうかを審査し決定を下さなければならない。第二次審査の法定期間は90営業日だが、次の場合に期間を延長することが出来る。

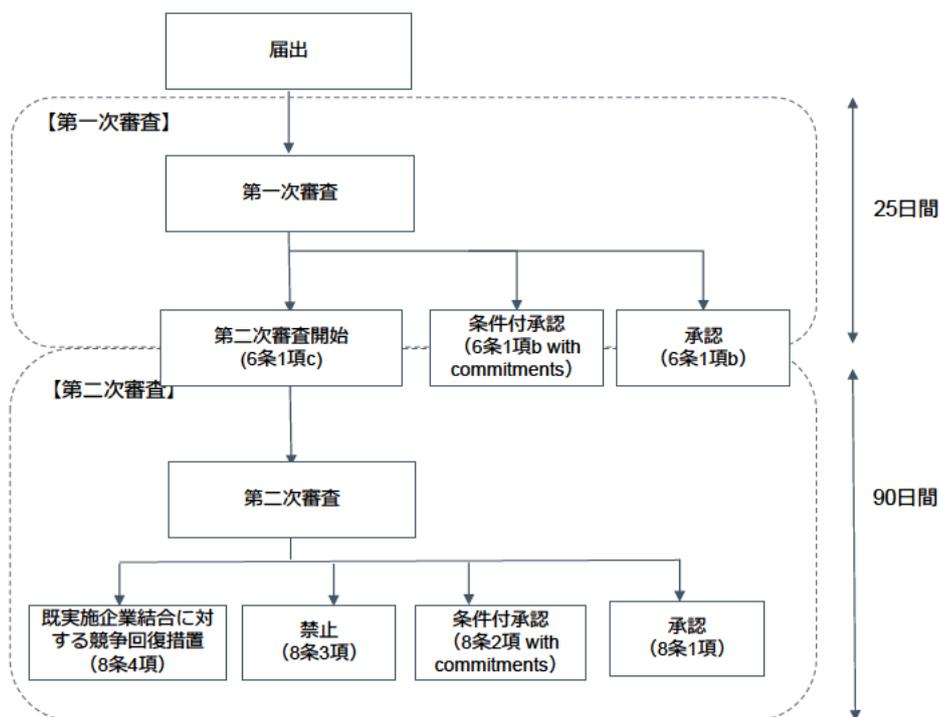
- 第二次審査開始から15営業日以内に当事会社から延長の要請（1回限り可能）があった場合、20営業日を越えない範囲で審査期間が延長される。その後はECが当事会社の了解を得て延長できるだけである。
- 第二次審査開始から55営業日以内に、当事会社から何らかの確約（コミットメント、すなわち問題解消措置）の申し出がなされた場合には、審査期間は自動的に15営業日延長され、延べ105営業日にまで延長される（企業結合規則第10条第3項）。

第二次審査の結果、ECは、以下の4つのうち、いずれかの決定を下さなければならない。

- 「承認」（企業結合規則第8条第1項）
- 「条件付承認」（同条2項）
- 「禁止」（同条3項）
- 「合併解消」（同条4項）⁴⁰

⁴⁰ 合併解消は待機義務違反や、問題解消措置の不履行の場合に、企業集中実行以前の状態を回復させるための措置を命ずるというものである。

図表 2.7 EU の審査フロー



出所：公取委ウェブサイト及び日本総合研究所（2008）「主要国における合併等に関する独禁法上の届出制度に関する調査」を参考に NERA 作成

2.1.2.2.3. 競争当局と当事会社間のコミュニケーション

意思決定プロセスの質や効率性、透明性を確保するため、手続き上の重要なポイントで当局と当事会社間で相互に情報交換する「State of Play Meetings」の場が与えられている⁴¹。詳しくは、2.2.2 節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」の各国ベストプラクティスや 2.2.3 節「欧米・日本におけるベストプラクティス比較」を参照のこと。

⁴¹ EC (2004) “Best Practices on the conduct of EC merger control proceedings” (<https://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/proceedings.pdf>)に記載。

2.1.2.2.4. 対外的な公表制度と実際の公表度合

審査の決定は公表が義務付けられている。企業結合規則第 20 条第 1 項には、第二次審査の結果にもとづいて決定を下した場合には、これを諮問委員会（Advisory Committee）⁴²の意見を付したうえで、EU 官報（Official Journal of the European Union）に掲載することとされている（企業結合規則第 10 条第 3 項）。ただし、当事会社の企業秘密を守りたいという合法的利益を配慮する。

実際の公表状況は、上記公表制度に即しており、基本的に全ての事例が公表され、事例ごとの公表内容が詳細である。公表内容には、黒塗りになっていることはあれ、市場範囲や市場シェア、経済分析など一連の項目について記載がされている。経済分析では、結果だけでなく、手法名、変数、データソース、計量・統計上の問題やその対応についても記載がある。また、当事会社の観点も分析事項についても記載がなされている。（例えば、2.2.5.2.10 節で紹介する Orange/Jazztel（2015 年）の事例では、審査の決定の説明が 256 頁にも及び、その他当局が発行している merger brief や competition news letter 等でも説明がされている。）。

2.1.2.2.4.1. 事後検証に関するレビュー制度

EU では審査結果の公表内容が充実していることだけでなく、事後検証についても透明性を確保する運用がある。その一環として外部の人が事後検証に関わる運用になっていることが、EC の 2006 年ワーキングペーパー「Ex-post review of merger control decisions」⁴³から読み取れる。同ペーパーは、当局に依頼された外部エコノミストが事後検証の方法論と特定産業の事例に関する検証方法論的アプローチの開発を目的に記載したものである。2.5 節「誰が事後評価するのか」の項目においては、「事後評価は、合併の意思決定プロセスに関与した人によって実行されるべきではない。確かにどの要素、推論、事実が分析と決定を推進したかを知り議論を概観するにはその当事者の関与は必要であるが、その当事者が自身の業務

⁴² 諮問委員会は、加盟国の競争当局の代表者(representatives of the national competition authorities of the Member States)で構成される。合併規則 14 条 1 項において諮問委員会に報告しなければならない旨が記載されている。詳細は、EC (2012) “Antitrust Manual of Procedures” の通り。

https://ec.europa.eu/competition/antitrust/antitrust_manproc_3_2012_en.pdf

⁴³ https://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/lear.pdf

の評価に責任を負ってはならない。(中略) 1つのオプションは、ピアレビューとして、事後評価を当局内の別の者によって実行することである。完全に公平であることを保証するもう1つのオプションは、各国の役員パネル、学者グループ、又は独立コンサルタントなど、1人以上の独立した専門家を指名することである。」と記載されている⁴⁴。

その流れをくんで、実際に競争当局は、イーストアングリア大学競争政策センターの学者グループに、事後評価を体系的にレビューするレポートを提供するように依頼し、2015年に「A review of merger decision in the EU: What can we learn from ex-post evaluation」として⁴⁵、その結果を公表している。事後検証を外部に委託することは自然に行われていることを意味する。同様に、テレコムなど特定の産業における合併の事後検証についても、外部エコノミストやコンサルティング会社を通じて実施し、ECのワーキングペーパーとして公表している⁴⁶。

2.1.2.2.5. 企業結合ガイドライン

2.1.2.2.5.1. 市場画定の考え方

市場画定告示に考え方が記載されている。大半の事案は、厳密な市場画定を行うまでもなく競争の評価はできるため、できるだけ無駄な作業は行わないようにし、企業の情報提供の負担を軽減させることが重要であり、あり得る市場を大まかに画定することや、複数の市場

⁴⁴ 原文は、“Therefore, we believe that the ex-post assessment of a merger decision should not be performed by the same officials who were involved in the original decision making process. Their involvement will be necessary to overview the identification of the key arguments of their analysis, as they are best place to know what elements, inferences and facts drove their analysis and decision, but they should not be responsible of the evaluation of their own work. (中略) An option could be that the ex-post assessment is performed by other officials of Commission, as a sort of peer review. An alternative option, that would guarantee that the exercise is definitely unbiased and impartial, could be to nominate one or more independent experts, such as a panel of officials of EU national competition authorities, a group of academics or an independent consultancy.”

⁴⁵ EC(2015) “A review of merger decisions in the EU: What can we learn from ex-rose evaluations?”

<https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0115715enn.pdf>

⁴⁶例えば EC(2017) “Economic impact of competition policy enforcement on the functioning of telecoms markets in the EU”

<https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0417233enn.pdf>

を画定して検討することも示唆している⁴⁷。市場画定において、需要の代替性を基本としながら、供給の代替性も考慮している。

2.1.2.2.5.2. 商品市場画定の考え方

需要の代替性について、様々な特性を見ることが重要と記載されており⁴⁸、SSNIP はもちろん考慮するが、特に SSNIP だけが重要視されているわけではない。SSNIP テストの使用の他、商品間の代替を裏付ける直近のデータ、交差弾力性の推定等の定量評価、需要者及び競合の見方、消費者選好、スイッチングに関連する障壁やコスト、消費者の異なる区分・価格差別化等を見て評価する。

供給の代替性をみる観点としては、大幅な追加コストやリスクを負うことなく、生産を関連商品に容易に切り替え短期間で販売できるような、効果的で適時性がある代替性が考慮されるとある⁴⁹。実践的な例として、製紙業を例にして「異なる品質の商品については、たとえば消費者にとっては商品間が代替可能でなくても、ほとんどの供給者が短期間でコストの大幅上昇なしで様々な商品を売ることができるならば、一つの商品市場としてみることもある」と記載されている⁵⁰。

⁴⁷市場画定告示・パラグラフ 25 や 26 が該当。例えば、商品 A と B が同じ商品市場であるかどうかについて、B を入れるかどうかで競争阻害懸念の判断が変わりうるが、そのようなときも必ずしも市場を決める必要がなく、競争状況を評価すると記載（パラグラフ 25,26）。また、EU では、商品画定や地理的画定において、代替性の有無を「一義的に」ないし「離散的に」決める書き方でなく、代替性について「連続的な」表現もなされている。その考え方の一つとして「chains of substitution」という概念がある。例えば、商品 A と B に代替性があり、商品 B と C に代替性があると、商品 A と C は間接的には競争の牽制力となる記載がされている。また、例えば、輸送コストが大きい商品の地理的範囲は、コストが大きいので各プラントの周囲の特定エリアに制限されると考えるものの、プラントの分布において異なるプラントの周辺地域間でかなりの重複がある場合は、それらの製品の価格設定は「chains of substitution」効果によって牽制され、より広範な地理的市場の画定につながる可能性があると記載（パラグラフ 57）。いずれにしても市場画定で一義的に決めない配慮がなされていると考えられる。

⁴⁸ 市場画定告示・パラグラフ 25

⁴⁹ 市場画定告示・パラグラフ 20

⁵⁰ 市場画定告示・パラグラフ 22

2.1.2.2.5.3. 地理的市場画定の考え方

地理的範囲を考えるにあたっては、以下の情報を確認する。

- ・ 他地域へ注文が移行したことを示すデータ
- ・ 基本的な需要特性
- ・ 需要者及び競合の見方
- ・ 現在の地理的パターン
- ・ 取引フロー
- ・ 他地域の会社へ需要をスイッチングする際の障壁や費用

当事会社や競合間の市場シェアの分布状況、国・コミュニティ・EEAレベルの価格状況、需要のエリア間のスイッチング、実際の取引フローのパターンや遷移、配送チャネル、規制、技術条件等々について考慮する。市場画定における判断要素について、他の当局に比べて（少なくともガイドライン上の記載が）多いのが特徴的である。

需要の代替性に焦点を当てながら、供給の代替性も考え、国レベルなのか欧州レベルなのかそれともグローバルレベルなのかを決める⁵¹。加えてEUでは、特にEU範囲内でどの国までを範囲とするかという問題があるため、「市場の統合のプロセス（continuing process of market integration）」についても考慮しており、具体的には市場集中の分布状況やジョイントベンチャー⁵²によって、地理的市場がより広くなる可能性を視野に入れている⁵³。このような考えにもとづき、輸入として取り扱うか、国境を越えた市場画定を行うのかの判断を行っている。

また、ガイドラインではないが、Form COに輸入供給者（関連地理的市場にて5%以上のシェアを有するもの）についての資料提出が要求されている⁵⁴。

⁵¹市場画定告示・パラグラフ 28、29、30

⁵² 日本ではジョイントベンチャーは資本提携を意味するが、EUではどちらかというと業務提携全体の意味合いを持つ。

⁵³ 市場画定告示・パラグラフ 32

⁵⁴ Form CO Section 7.3

2.1.2.2.5.4. 市場シェア・集中度の位置づけ

市場シェアは当事会社と競合他社の競争の重要性を表す有用な最初の指標（first indication）であると記載している⁵⁵。また、当局は、通常は現在のシェアを競争評価に用いるが、市場の退出や参入などが起こりやすいなどの市場条件に配慮して例えば過去のシェアを用いることや解釈に十分注意する旨が記載されている⁵⁶。単独効果の判断要素については、「当事会社のシェアは大きいか」「当事会社同士は近い競争者か」「消費者がスイッチングできる可能性は限定的か」「競争者は価格上昇の際に供給をあげられそうにないか」「当事会社は競争者の拡大を阻害できそうか」「合併自体が重要な競争力を除外しそうか」の区分で記載されている。このうち、「当事会社のシェアは大きいか」どうかについては、通常閾値（セーフハーバー基準）としては重要な要因であるものの⁵⁷、あくまで市場支配力の最初の指標のみ提供しているにすぎないと記載されている⁵⁸。したがって、競争評価全体の中で、市場シェアの重要性は相対的には高くないことが示唆される。

2.1.2.2.5.5. 効率性向上に関連する記述

当事会社により主張された効率性の主張を、合併の総合的な評価において考慮する旨の記載がなされている⁵⁹。

効率性が審査で考慮されるための要件は、企業結合固有性（merger specific）、検証可能性（verifiable）、需要者厚生を増大（benefit to consumers）の3つである。

効率性の種類としては、費用削減、イノベーションの取得により新製品導入や商品役務の質向上を通じた消費者便益、二重マージンの排除、補完的な財や行動の組み合わせ（The integration of complementary activities or products within a single firm）がガイドライン上例示されている。

⁵⁵ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 14

⁵⁶ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 15、16

⁵⁷ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 27、17、18

⁵⁸ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 27

⁵⁹ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 77

変動費用（限界費用）の削減は、固定費用の削減に比べてより妥当となりやすく⁶⁰、固定費用の削減については認められにくい表現で書かれている⁶¹。

2.1.2.2.5.6. 経済分析に関する記述

SSNIPのほか、転換率、価格相関・価格差分析、供給の構造的変化の分析、参入条件に関わる要因分析、消費者サーベイを通じた評価、購入パターン、交差価格弾力性、入札の競争評価などの経済学的概念を用いて競争評価を行うなど、実証的な経済分析を用いて判断を行う姿勢が示されている。

2.1.2.2.6. 不服申立制度・手続

2.1.2.2.1 節のとおり、企業結合計画の承認は承認決定によって行われ、承認決定に対して第三者が不服を申し立てることが認められている⁶²。その場合、一般裁判所（General Court）に提訴され、その後司法の解釈・適用に関する問題（points of law）は欧州司法裁判所（Court of Justice）へ上訴される運用である。

2.1.2.2.7. 経済分析実施体制

経済分析を担当する部局は、競争総局（Directorate-General for Competition）であり、その中にあるチーフ競争エコノミストチーム（the Chief Competition Economist）が競争総局での分析を統括支援する役割がある。これら関係部局で 140 名程度エコノミスト（内、博士号取得者 30 名程度）が在籍している⁶³。

⁶⁰ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 80

⁶¹ 水平合併ガイドライン・パラグラフ 80 の後半部分を下のとおり抜粋。限界費用のほうがより価格低下へ影響をもたらしやすいことが記載されている。“In line with the need to ascertain whether efficiencies will lead to a net benefit to consumers, cost efficiencies that lead to reductions in variable or marginal costs are more likely to be relevant to the assessment of efficiencies than reductions in fixed costs; the former are, in principle, more likely to result in lower prices for consumers. Cost reductions, which merely result from anti-competitive reductions in output, cannot be considered as efficiencies benefiting consumers.”

⁶² EC による無条件承認決定が裁判所において覆された例として、Sony/BMG 案件（欧州第 1 審裁判所 2006 年 7 月 13 日判決〔T-464/04 Impala v Commission〕ただしその後、欧州司法裁判所により破棄差戻し）がある。

⁶³ GCR (2018) “Handbook of Competition Economics 2018”及び大橋弘 (2019) 「新たな産業フロンティアにおける Society 5.0 の世界」RIETI Discussion Paper Series を参考に記載

2020年3月現在、チーフエコノミストを務めるのは Pierre Régibeau である。Pierre Régibeau はカルフォルニア大学バークレー校において経済学博士号を取得後、MIT やケロック経営大学院（ノースウェスタン大学）、バルセロナ経済大学院などで教鞭をとり、経済コンサルティング会社でアドバイザーとして勤めた経験も有する。Pierre Régibeau は産業組織論を専門とする研究者であり、特に技術集約産業や知的財産、国際貿易に焦点を当てた産業組織論の研究成果がある。また10年以上 Journal of Industrial Economics の編集委員も務めている。

チーフ競争エコノミストチームのメンバーについては、アカデミックから数年契約で採用される人が多く、当局とアカデミック間の境界は薄いと考えられる。

関係部局においてピアレビュー制度があり、パネルにおいて事例を選定したのち、ピアレビューチームを結成して実施する運用である。

2.1.2.3. 英国

2.1.2.3.1. 関連法・執行機関

2002年企業法（Enterprise Act 2002）で規定され、その後2013年企業規制改革法で2002年企業法の改正がされている。競争当局については、2013年以前は第一次審査を公正取引庁（OFT）が、第二次審査を競争委員会（CC）が担当していたが、企業規制改革法の設立により、両機関が廃止され、両機関の機能及び権限を競争・市場庁（Competition & Markets Authority（以下「CMA」という。））として1つに集約した形である。審判所については、CMAとは独立した機関として、競争控訴審判所がある。また、裁判所については控訴裁判所、最高裁判所があり不服申立の程度によってはこれらで争うこととなる（後述不服申立制度・手続 2.1.2.3.6 節参照）。

関連ガイドラインは2010年の合併評価ガイドライン（Merger Assessment Guidelines）である。規制の目的は、消費者利益の保護である⁶⁴。また、規制の判断基準は、「競争の実質的減殺（Substantial Lessening of Competition; SLC）」のおそれがあるかどうかである。

⁶⁴ CMA(2014)の A Quick Guide to UK Merger Assessment のパラグラフ 1.1 にて、“the aim of merger review is to ensure that mergers do no substantially lessen competition and lead to worse outcomes for consumers”と記載

2.1.2.3.2. 審査フロー⁶⁵

図表 2.8 は、英国の企業結合審査の流れを示したものである。米国や EU と同様に第一次審査、第二次審査の 2 段階に分けて行われる。

事前又は事後に非公式届出 (informal submission) を行うか、法令で定められた事前届出制で任意届出 (Notification using a statutory merger notice) を行うかの方法がある。届出の義務はないが、企業法第 23 条により、結合される (吸収等される) 企業の売上が 7000 万ポンド超の場合又は企業結合によって 25%以上の市場シェアが生じる若しくは増大する場合に規制の対象となる。

第一次審査は、当事会社から届出を受けた時点、職権で審査を開始した場合は審査に着手するに足る十分な情報を得た時点 (質問状に対する十分な回答を得た時点) から原則として 40 日以内に完了させなければならない。

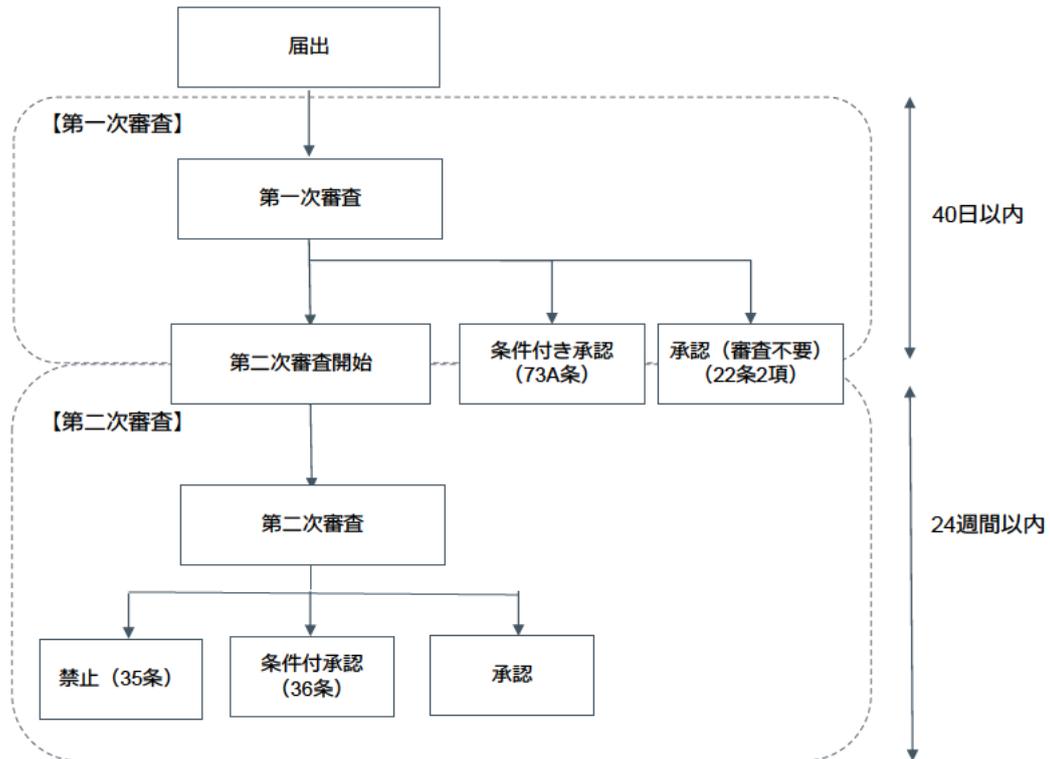
CMA は第一次審査において競争の実質的な減殺 (substantial lessening of competition) の現実的可能性 (realistic prospect) が疑われると判断した場合、詳細な第二次審査を開始しなければならない。その際、CMA は、第一次審査の決定理由を当事会社に示さなければならない (企業法第 34ZA 条 1 項 b 号)。CMA が示す決定理由を受け、当事会社が 5 日以内に問題を解消する適切な確約を申し出て、これを CMA が承認した場合 (同法 73A 条)、事案の重要性、有益性等を勘案して審査の必要性が認められない場合 (同法第 22 条 2 項) は、第二次審査を開始しないこととすることができる。

第二次審査は、パネルメンバーにより構成された合議体 (Inquiry Group) において通常 24 週間以内に審査され、そこで競争の実質的な減殺となる蓋然性が高いとの判断が下された場合には、CMA は 12 週間以内 (一定の場合には 6 週間延長することができる。) に是正措置を講じなければならない。是正措置については、同案件の禁止命令又は当事会社からの確約の承認といった問題解消措置をとることが定められている (同法第 35 条、第 36 条)。当局は競争に関する問題や問題解消措置について決定を下す際には、当事会社の意見を聴くことが義務付けられている。したがって企業結合審査において、当局が当事会社の利益に反する

⁶⁵ CMA(2014) “Mergers: Guidance on the CMA’s jurisdiction and procedure”を参照のこと。

ような決定を下そうとする場合には、当該決定が影響を及ぼす可能性のあるものに対して、事前に相談しなければいけない（同法第 104 条）

図表 2.8 英国の審査フロー



出所：公取委ウェブサイト及び CMA(2014) “Mergers: Guidance on the CMA’s jurisdiction and procedure”を参考に NERA 作成

2.1.2.3.3. 競争当局と当事会社間のコミュニケーション

審査の中で、経済分析が行われた際には、エコノミストの分析結果を含むワーキングペーパーが、適宜当事会社に開示され、当事会社に反応の機会が与えられる。

また、当局が審査結果の公開を当事会社に提案する際に、手続官が当事会社と当局の間にとって、特に情報の機密性に関する紛争を処理する役目を担う⁶⁶。

⁶⁶ CMA(2014) “Mergers: Guidance on the CMA’s jurisdiction and procedure”

詳しくは、2.2.2 節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」の各国ベストプラクティスや 2.2.3 節「欧米・日本におけるベストプラクティス比較」を参照のこと。

2.1.2.3.4. 対外的な公表制度と実際の公表度合

以下の運用で対外的に開示される。

- 第一次審査の案件について決定を下した場合はすべて、規制ニュースサービスや当局ウェブサイト等を通じて公表義務がある。文書が掲載される前に当事会社及びアドバイザーに対して決定書が送付され、必要があれば事業機密の削除を要請することができる仕組みである
- 第二次審査においても最終決定内容に関する報告書をすべて作成発行しなければいけないと定められている（企業法第 38 条）。ただし、こちらも機密情報は除かれる仕組みである。

実際の公表状況は、上記公表制度に即しており、EC と同様に、基本的に全ての事例が公表され、公表内容は詳細である。具体的な数値などは秘匿されるが、市場範囲や市場シェア、経済分析など一連の項目について記載がされている。経済分析については、結果だけでなく、手法名、変数、データソース、計量・統計上の問題やその対応についても記載がある。また、当事会社の分析についても記載がなされている。（例えば、2.2.5.2.7 節で紹介する AG Barr/Britvic（2013 年）の事例では、審査の決定の説明が本論で 51 頁、補論で 81 頁にも及ぶ。）。

2.1.2.3.4.1. 事後検証に関するレビュー制度

当局内外で事後検証を積極的に行っている。OECD（2016）によれば⁶⁷、英国の当局内部では、パフォーマンスフレームワークの一環として、毎年 2 つの合併の執行決定及び（又は）

⁶⁷ OECD(2016) “Reference guide on ex-post evaluation of competition agencies’ enforcement decisions”の 2.3 節“The benefits of regular ex-post evaluations”

<http://www.oecd.org/daf/competition/Ref-guide-expost-evaluation-2016web.pdf>

市場調査の評価を実施している。また、必要に応じて、外部のコンサルティング会社に事後検証を依頼している⁶⁸。

また、事後検証によって、当局にとって芳しくない結果（例：問題解消措置なしあるいは不十分であったため価格が合併後著しく上昇してしまった結果など）があっても公表する運用がなされていることが、OECD（2016）から読み取れる⁶⁹。

2.1.2.3.5. 企業結合ガイドライン

2.1.2.3.5.1. 市場画定の考え方

ECと同様に、需要の代替性だけでなく、供給の代替性についても考慮される。また、当局が特定した関連市場はSSNIPテストを満たすことを保証すると記載されているとおり⁷⁰、SSNIPについて考慮される。また、臨界損失分析についても言及されている。

市場画定は有用なツールではあるが、それ自体が目的ではなく、また、市場の境界線は、機械的な方法で合併の競争効果に関する当局の分析結果を決定するものでない⁷¹。合併が競争の実質的減殺を引き起こす可能性があるかどうかを評価する際には、関連市場外の牽制力、関連市場内のセグメンテーション、又はほかの牽制力のほうが重要である方法を考慮することがあると明記されている⁷²。よって市場画定については一義的に重要視しすぎない配慮がなされていると示唆される。

⁶⁸ 例えば、最近では、CMAは、エコノミックコンサルティング会社 Lear に、デジタル市場の企業結合規制における事後検証を依頼している。

<https://www.learlab.com/publication/ex-post-assessment-of-merger-control-decisions-in-digital-markets/>

⁶⁹ UK 当局のそのような例として、Shell/Rontec(2012)の合併事例を挙げている

⁷⁰ 合併評価ガイドライン 5.2.1 節

⁷¹ 合併評価ガイドライン 5.2.2 節

“Market definition is a useful tool, but not an end in itself, and identifying the relevant market involves an element of judgement. The boundaries of the market do not determine the outcome of the Authorities’ analysis of the competitive effects of the merger in any mechanistic way. In assessing whether a merger may give rise to an SLC the Authorities may take into account constraints outside the relevant market, segmentation within the relevant market, or other ways in which some constraints are more important than others.”

⁷² 合併評価ガイドライン 5.2.2 節

市場画定の次元については、商品範囲、地理的範囲のほか、消費者の範囲について別項目で記載がされている点が、他の当局には見られない特徴である。例えば、ターゲットの消費者グループへ供給する際の競争上の統合効果が他のグループに対する効果と異なるならば、別の消費者グループに関する関連市場を画定する可能性もあると言及されている。

2.1.2.3.5.2. 商品市場画定の考え方

需要の代替性については、SSNIPテストを使用しながら、合わせて以下の情報を確認する。

- 代替の近さ（closeness）の判断材料：転換率や交差弾力性、各種情報（製品の物的類似性、相対価格レベル、（候補）市場外の商品と市場内の商品同士の価格相関の程度、価格や売上数量の地域間・時系列情報、消費者・競争者・第三者のヒアリングのサーベイ回答、市場分析・投資家向け情報・内部情報などの材料）
- 変動プロフィットマージン
- 消費者の価格感度に関する情報（特にスイッチングコストに関する情報）

供給側の代替性の検討については、違う商品を供給できる製造設備の状況や、同じ会社が異なる商品を供給し会社間の競争状況がどの商品でも同じ状況であるかどうかによって、市場を集約するかどうか参考にする。

更に、他の市場特性を考慮することが記載されている。その例として、間接的な競争、両面市場の製品、中古品、自己供給（self-supply）、非対称の制約（例：より大きな店舗が小さな店舗の価格を制約する一方で、逆がなりたたない場合など。大きな店舗同士の合併では小さな店舗を市場に含めない可能性）等をあげている。これら間接的な競争、二面市場の商品（例：新聞）、セカンダリー市場などの市場特性について、市場をどこまで一体としてみるかどうかの判断においても、需要・供給の代替性に係る様々な要素を考慮することが読み取れる⁷³。

⁷³ 合併評価ガイドライン 5.2.20 節

2.1.2.3.5.3. 地理的市場画定の考え方

商品市場画定と同様に、供給者・消費者のロケーションをもとに SSNIP テストを使用しながら、あわせていくつかの情報を見て判断する。判断材料となる情報については、痛みやすさ（腐敗しやすさ）などの商品特性、価格設定・売上・広告・マーケティングの地域ごとの違い、スイッチングコスト（付加的な配送コストを含む）、消費者・競争者・第三者のヒアリング・サーベイ回答、地域間・英国への財のフロー、あらゆる参入障壁などが記載されている。

- 輸入や国境を越えた市場画定について

「国内生産者の価格が上昇した場合、顧客が海外の供給者からの購入を増やすかどうかを（関連市場が英国よりも広いかどうかについても）検討する。輸入の英国の消費割合が小さくても、顧客がスイッチングするのは比較的簡単な可能性がある。しかし輸送コスト、生産能力の制約、貿易障壁、国の規制など、英国への供給を増やしたい海外の生産者からより多く購入したい消費者の直面する障害がある可能性を考える必要がある」と記載されている

⁷⁴。

2.1.2.3.5.4. 市場シェア・集中度の位置づけ

競争評価の中でどのように位置づけられているかについて、英国合併評価ガイドライン上明記されていないが、市場シェアと集中に関する情報を解釈する際に考慮すべき要因を明記している⁷⁵。具体的には以下の4つであり、市場シェアと集中の数値だけで判断しないこと、またそれよりも重要な指標（例：マージン率など）がある可能性に配慮していると考えられる。

- 製品がどの程度差別化されているか。一部の製品は、ブランド、品質、特性、地理的位置などの点で他の製品よりも競争者に近い可能性を考慮している。
- 集中度について、時間の経過に伴って動きがあるか。これは、市場における集中力の静的レベルに関係なく、激しい動的競争を示している可能性があることを考慮している。

⁷⁴ 合併評価ガイドライン 5.2.26 節

⁷⁵ 合併評価ガイドライン 5.3.2 節

- 現状ベースにしている市場がどれだけ広く設定されているか。SSNIP テストを満足する狭い市場での低い合計市場シェアは、より広く引き出された市場での同じシェアよりも、潜在的な競争の懸念がないことを意味する。
- 変動利益率のレベルがどうなっているか。マージンが高い場合、同じ市場シェアは、そうでない場合よりも合併による潜在的な価格効果が大きいことを示す。

2.1.2.3.5.5. 効率性向上に関連する記述

当事会社に、効率性の主張をサポートするエビデンスを提供することを推奨している⁷⁶。

効率性が審査で考慮されるための要件は、EU と同様に、企業結合固有性（merger specific）、検証可能性（verifiable）、需要者厚生を増大（benefit to consumers）の3つである。

効率性の種類としては、供給側の効率性（費用削減、二重マージンの除去、ホールドアップ問題の解消、製品再配置等）と需要側の効率性（ネットワーク効果、補完財の価格低下、まとめ買い等）を例示している。供給側の効率性と需要側の効率性を区別して例示しているところが特徴的である。

固定費削減については通常重視しないが、長期的な価格形成には重要な役割を果たす可能性を英国合併評価ガイドラインにて指摘している。

また、英国の2002年企業法は、消費者厚生に基づく効率性の抗弁を認めており（同法22条2項b及び30条1項）、そこでは、関連市場外の消費者への均霑や動的効率性の場合における異時点消費者への均霑を評価する立場が示されている（同法22条2項b）。具体的事例はまだないものの、我が国における立法論に示唆を与え得るものである⁷⁷。

上記条文については、英国合併評価ガイドラインのセクション5.7.3でも説明がされており、「この法律はまた、関連する顧客利益の形で効率性を考慮することを可能にしている。これらの利益はセクション30(1)で定義されており、競争に影響する効率性に限定されない。

⁷⁶ 合併評価ガイドライン 5.7.5 節

⁷⁷ 川濱・武田（2011）の40頁より抜粋。

更に、法定の定義により、当局は、競争の実質的減殺が存在する市場以外の市場で生じる顧客への利益、及び将来の顧客への利益を考慮することができる」と記載されている。

2.1.2.3.5.6. 経済分析に関する記述

SSNIPのほか、転換率、交差価格弾力性、サーベイ、計量分析などの経済学的概念を用いて競争評価を行うなど、実証的な経済分析を用いて判断を行う姿勢が示されている。

2.1.2.3.6. 不服申立制度・手続

審判所については、CMAとは独立した機関として、競争控訴審判所がある。

競争控訴審判所の判断に不服がある場合、控訴裁判所、ひいては最高裁判所で争うことになる。控訴裁判所、最高裁判所においては、事実認定について争うことはできず、法的解釈のみ争うことができる。

2.1.2.3.7. 経済分析実施体制

CMAにおいて経済分析を担当する部局は、執行局（Enforcement Directorate）及び市場企業結合局（Market & Mergers Directorate）並びに首席経済アドバイザー（Office of Chief Economic Advisor）である。執行局（Enforcement Directorate）及び市場企業結合局（Market & Mergers Directorate）が各案件に対して直接的に経済分析するフロントラインであり、首席経済アドバイザー（Office of Chief Economic Advisor）は研究プロジェクトや事後評価等で経済分析を行っている立場であるが、同時に経済分析全体を統括する立場を担っている。これら関係部局で、85名程度エコノミスト（内、博士号取得者20名程度）が在籍している⁷⁸。

2020年3月現在、チーフエコノミストを務めるのはMike Walkerであり、首席経済アドバイザー（Office of Chief Economic Advisor）に属する。Mike Walkerはオックスフォード大学において経済学博士号を取得後、経済コンサルティング会社であるCharles River Associates International、Lexecon、London Economicsでコンサルタント及びディレクターとして勤務、

⁷⁸ GCR (2018) “Handbook of Competition Economics 2018”及び大橋弘(2019)「新たな産業フロンティアにおける Society 5.0の世界」RIETI Discussion Paper Series を参考に記載

事業会社 British Telecom で規制エコノミストとしての勤務経験も有する。また、Kings College London や Loughborough University にて教鞭をとった経験もあり、実務及びアカデミック双方を兼ね備えたエコノミストである。

関係部局においてピアレビュー制度があり、各案件を担当していなかったエコノミストによって実施される。また、経済分析を外部にアウトソースすることはないが、当局の分析の質を確認するために学術やコンサルタントを時々起用することがある⁷⁹。

2.1.2.4. ドイツ

2.1.2.4.1. 関連法・執行機関

競争制限禁止法（ARC: Act Against Restraints of Competition）で規定されている。競争制限禁止法は 1958 年に施行されて以降、現在に至るまで何度も改正されてきている。

競争当局は連邦カルテル庁（Bundeskartellamt (BKartA)）である。ただし、ドイツの特色として、企業結合における判断には連邦経済エネルギー大臣の関与があり、連邦経済エネルギー大臣は、企業結合の大臣許可（第 42 条第 1 項）の権限を有する。連邦カルテル庁が禁止した企業結合案件を連邦経済エネルギー大臣が許可する場合には、同案件に関して独占委員会の意見を求めなければならない（第 42 条第 5 項）。独占委員会とは、競争当局とは独立した協議委員会であり、経済、経営、社会政策、科学技術又は経済法の知識・経験を有する 5 名の委員で構成される。ただし行政処分の権限は有していない。関連裁判所については、連邦カルテル庁との訴訟においては、すべてデュッセルドルフ高等裁判所で管轄され、更に上告となる場合は、連邦通常裁判所（連邦最高裁判所に相当）で管轄される。

関連ガイドラインは 2012 年の合併規制ガイドライン（Guidance on Substantive Merger Control）である⁸⁰。

⁷⁹ GCR (2018) “Handbook of Competition Economics 2018”の Mike Walker の回答。

⁸⁰ Guidance on Substantive Merger Control(2012)

規制の目的は、消費者利益の保護である⁸¹。また、規制の判断基準は、有効競争の著しい損害のおそれがあるかどうかである。

2.1.2.4.2. 審査フロー

図表 2.9 はドイツの企業結合審査のフローを表す。米国・EU・英国と若干異なり、予備審査と主要審査、更に大臣の審査というように段階が分かれている。届出は義務であり（競争制限禁止法第 39 条）、届出義務の対象となる基準は競争制限禁止法第 35 条 1 項のように売上高基準であり、具体的には以下のとおりである。

1. 以下のすべての条件を満たす場合

- ① 全当事会社の全世界売上高の合計が 5 億ユーロ以上
- ② 少なくとも 1 以上の当事会社の国内売上高が 2500 万ユーロ以上であり、他の 1 以上の当事会社の国内売上高が 500 万ユーロ以上

2. 上記①の条件を満たす場合において、以下の条件をすべて満たす場合

- ① 少なくとも 1 当事会社の前事業年度のドイツ国内売上高が 2500 万ユーロ以上であるが、もう 1 以上の当事会社の売上高が 500 万ユーロに達していない場合
- ② 被買収企業の価格（反対給付の価値）が 4 億ユーロ以上の場合
- ③ 被買収企業がドイツ国内の相当な地理的範囲において事業活動をしている場合

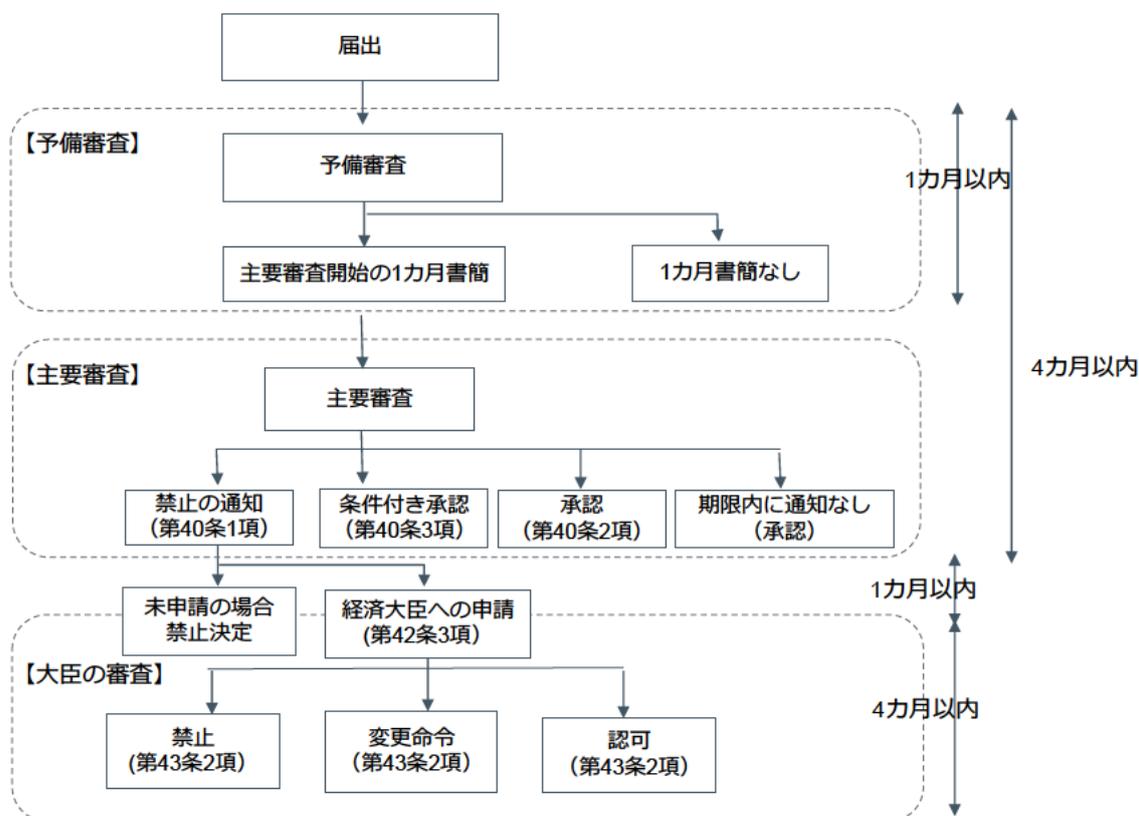
連邦カルテル庁は届出受理後 1 カ月以内に主要審査を行うか否かを通知し、4 カ月以内には企業結合を禁止することができる（認可を通知した場合又は 4 カ月以内に通知がない場合は、企業結合が認可される）。また、届出企業側の同意の後、当局は主要審査手続きの期間を延長することがあり（競争制限禁止法第 40 条 2 項）、こうした延長期間について法的な上限は定められていない。主要審査の結果、承認（40 条 2 項）・条件付承認（40 条 3 項）・禁止（40 条 2 項）のいずれかの決定を下すことができる。

⁸¹合併規制ガイドラインのパラグラフ 6 において、「The purpose of merger control is to protect competition as an effective process. Protecting competition at the same time protects the interests of consumers, not necessarily in the short term but rather in the longer term and on a more permanent basis. (省略)」と明記されており、競争の保護を目的としたうえで、競争を保護することは同時に消費者利益の保護であると解される

また、前節に記載のとおり、ドイツ特有の制度として、大臣承認制度がある。個別の事例に関し、結合によって経済全体にもたらされる利益が競争制限よりも大きい場合、又は結合が顕著な公共の利益により正当化される場合には、連邦経済エネルギー大臣は、申請に基づいて、連邦カルテル庁によって禁止された結合を許可することができる（第 42 条第 1 項）。この運用により、当事会社は連邦カルテル庁から禁止の通知を受けた場合、連邦経済エネルギー大臣に許可を受けるため、1 カ月以内に書面で申請を行うことができる（42 条 3 項）。

当事会社から申請があった場合、連邦経済エネルギー大臣は審査をするが、許可をするか否かを決定する前に、独占委員会に意見を請わなければならない、また、当事会社が所在する州政府に意見表明の機会を与えなければならない（同条第 5 項）。

図表 2.9 ドイツの審査フロー



出所：公取委ウェブサイト及び日本総合研究所（2008）を参考に NERA 作成

2.1.2.4.1. 競争当局と当事会社間のコミュニケーション

審査の全ての段階において当事会社から経済専門家による意見を受け付け、当局側での検討結果を審査プロセスの中で当事会社と議論する機会が与えられている。詳しくは、2.2.2 節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」の各国ベストプラクティスや、2.2.3 節「欧米・日本におけるベストプラクティス比較」を参照のこと。

2.1.2.4.2. 対外的な公表制度と実際の公表度合

公表制度としては次のような運用である。当局が主要審査を開始する際には、連邦官報又は連邦官報の電子版に遅滞なく広報するものとされる（43条1項）。当局が主要審査に基づいて承認・禁止決定を下した場合や、承認決定を撤回あるいは破棄した場合、更に集中化の解除を命じる決定を下した場合には、いずれも連邦官報又は電子版にて公表しなければな

らない（43条2項）。公表には、39条3項の1（企業名と所在地）、2（事業内容）を含むものとする。

実際の公表状況は、上記公表制度に即している。また、当局の詳細審査の結果、正式決定が下された場合には、決定書の公開版が、ウェブサイト上でのみ「Case Summary」に公表される。ただし、事例ごとの公表内容は「Case Summary」の通り、簡便であり情報が少ない。

2.1.2.4.2.1. 事後検証に関するレビュー制度

事後検証を含め、経済力の集中の状況を調査する機関として、連邦カルテル庁とは独立した独占委員会がある。

独占委員会は、経済、経営、社会政策、科学技術又は経済法の知識・経験を有する5名の委員から成り、委員長は委員の中から互選される。委員は、連邦政府の提示に基づき連邦大統領が任命する（第45条）。

独占委員会の役割は、政府に対して競争政策、競争法、政府規制に関する分野の助言を行うことであり、行政処分の権限は有していない。具体的には、独占委員会は、企業集中の状況、企業結合規制の運用、その他の競争政策上の問題について調査を行い、報告書を作成・公表する。独占委員会は2年ごとに定期報告書と適時に特別報告書を作成する。定期報告書については、連邦政府は遅滞なく議会に送付するとともに、相当の期間内に当該報告書に対する見解を議会に対して表明しなければならない（第44条）。

2.1.2.4.3. 企業結合ガイドライン

2.1.2.4.3.1. 市場画定の考え方

合併規制ガイドラインにおいては、イントロダクション（パラグラフ1）に記載のとおり、市場画定についてカバーしていない。また、市場画定に関するガイドラインもないが、市場画定をしないわけではなく、市場画定と競争評価は密接に関連していることを認識して

おり⁸²、実施する。しかしながら、Lowe 他 (2010) によれば⁸³、当局は、市場画定作業を「概念的なフレームワーク (conceptual framework) 」としており、少なくとも裁判所に納得させるようなツールではないと考え、市場画定に依存しない議論やツールについても行っていると記載されている。また、当該ガイドラインにおいても「競争評価では、市場構造をはじめとする関連する全ての競争条件を含め、関連する全ての要因が考慮される」と記載があるため⁸⁴、競争評価ですべて分析する形をとっている。したがって、市場画定についての重要性は、ガイドラインに詳述された「実質的な」競争評価に比べると相対的に高くないことが示唆される。他方で、デジタル分野の市場画定については、通常の間考え方と異なることもあり、当局自ら報告書を公表し、注視しているといえる⁸⁵。

2.1.2.4.3.2. 商品市場画定の考え方

上述のとおり、市場画定のガイドラインがないため、実際の商品市場画定の考え方については確認されない。

2.1.2.4.3.3. 地理的市場画定の考え方

上述のとおり、市場画定のガイドラインがないため、実際の地理的市場画定の考え方については確認されない。

2.1.2.4.3.4. 市場シェア・集中度の位置づけ

市場シェアの評価は、合併が潜在的に問題かどうか更なる調査が必要かどうかについて調べる出発点としては大まかな指標 (rough proxy at the beginning of the examination) を提供すると、記載されている⁸⁶。また、セーフハーバーに到達又は超過したとしても、それ自体が高い市場支配力 (market power) や支配的地位 (dominant position) を示す十分な証拠には

⁸² 合併規制ガイドラインの脚注 1

⁸³ Phillip Lowe & Mel Marquis (2013) “European Competition Law Annual 2010: Merger Control in European and Global Perspective” Bloomsbury Publishing

⁸⁴ 合併規制ガイドライン・パラグラフ 23

⁸⁵ BKartA (2016) “The Market Power of Platforms and Networks”, Working Paper

⁸⁶ 合併規制ガイドライン・パラグラフ 25

ならず⁸⁷、徹底的な調査を行って支配的地位が存在している（あるいは存在していないこと）が証明できない場合にのみシェアによる推定が適用されるとあることから⁸⁸、シェアが通常競争評価の中で重視されないことは、ガイドラインから明らかである。

2.1.2.4.3.5. 単独効果に関する記述

競争評価重視であり、様々な競争条件を考慮している。シェア以外に、関連市場内での競争要因、関連市場外での競争要因、強力な買い手の状況を確認する。

関連市場内の競争要因としては以下のことを確認する、

- a) 供給余力と供給制約 (Capacities and capacity Constraints)
- b) 消費者選好とスイッチングコスト (Customer preferences and switching costs)
- c) 知的財産とノウハウ (Intellectual property rights and know-how)
- d) 市場のフェーズ (Market Phase)
- e) 供給者側・需要者側へのアクセス (A Access to suppliers and customers)
- f) 競合他社との構造的な関係 (structural links with other companies)
- g) 財政 (financial resources)

関連市場外の競争要因としては、(a) 潜在的競争と参入障壁 (potential competition and barriers to entry)、(b) 完全ではない代替性 (imperfect substitution) を確認するとある。(b)については、いわゆる隣接市場の圧力等を示しており⁸⁹、近隣市場への影響又は関係する異なる市場間の相互関係が含まれる。また、近隣の製品又は地理的市場で事業を展開するサブ

⁸⁷ ただし、越知(2005)の33頁でも記載しているように、ドイツあるいは欧州において言及されている支配的地位は、米国反トラスト法の意味での「市場支配力(market power)」がない場合にも生じる。また、ドイツあるいは欧州において言及されている市場支配力とは、支配的地位より低いレベルの市場シェアが生じた場合に使われる概念であり、支配的地位より高いレベルの市場シェアがなければ認識されない米国の「市場支配力(market power)」とは異なる用いられ方をしていることに留意する必要がある。

⁸⁸ 合併規制ガイドライン・パラグラフ 26

⁸⁹ 合併規制ガイドライン・パラグラフ 23

イヤーは、競争上の圧力として課すこともできる。価格が特定のレベルを超えて上昇した場合、又は品質が特定のレベルを下回った場合、少なくとも一部の顧客は、近隣の製品又はより遠くにある製品に切り替えることを検討する。隣接する製品は、ある程度の競争圧力を生み出す可能性があるが、市場の画定に含めるには不十分であっても、競争評価において代替として考慮することができる⁹⁰。

2.1.2.4.3.6. 効率性向上に関連する記述

競争促進効果は均衡条項（Balancing Clause）（競争制限禁止法 36 条）と大臣承認（競争制限禁止法 42 条）によってのみ、支配的地位テスト（dominance test）の観点から考慮され、それ以外は考慮しがたい旨の記載がなされている⁹¹。均衡条項とは、支配的な地位が創出又は強化される市場に対する反競争的效果を、他の市場（「改善された市場」）に対する競争的效果と比較検討することを規定しているものである。競争の観点から見て、ある市場での競争的效果が他の市場での反競争的效果を上回る程度になれば、合併を禁止することは正当化されないことを意味しているが、規定の要件に厳密に合致するかが問われる。また、大臣承認については、経済全体の潜在的な利点、他の政策目標、及び公共の利益について、連邦経済エネルギー大臣が考慮し判断することができる。

競争促進効果の例には、市場での多くの企業の維持、参入障壁の除去又は低下、及びブランドとライバル製品の存続と書かれている。これは、競争者のために構造的な措置を行うような趣旨に近く、他国のような消費者利益をもたらす効率性の考えとは、異なるものである。

2.1.2.4.3.1. 経済分析に関する記述

価格弾力性、入札分析などの記載があり、実証的な経済分析を用いて判断を行う姿勢が示されている⁹²。

⁹⁰ 合併規制ガイドライン・パラグラフ 77

⁹¹ 合併規制ガイドライン・パラグラフ 17

⁹² 合併規制ガイドラインでは、市場画定についてカバーしていないため市場画定に関する経済分析については記載がない。

2.1.2.4.4. 不服申立制度・手続

連邦カルテル庁は、違反行為が存在するときは、自ら審査を行い、必要な措置及び制裁金処分を命じることができる。当該措置及び制裁金処分に不服がある者は、デュッセルドルフ高等裁判所に提訴することができる。更に上告審となる場合には連邦通常裁判所（連邦最高裁判所に相当）で管轄される。

2.1.2.4.5. 経済分析実施体制

連邦カルテル庁において経済分析を担当する部局は、一般政策課（General Policy Division）の競争政策の経済問題ユニット（Economic Issues in Competition Policy）とデータ分析と計量経済ユニット（Data Analysis and Econometrics）の2つのユニットであり、前者は主に定性的な問題に対応し、後者は主にデータマネジメントや定量分析に対応する。これら関係部局で50名程度エコノミスト（内、博士号取得者25名程度）が在籍している⁹³。

2020年3月現在、チーフエコノミストを務めるのはArno Rasekである。Arno Rasekはアカデミックバックグラウンドについては不明であるが、多国籍企業の戦略部門で勤務した後2002年に連邦カルテル庁に入りキャリアを積んできた様である⁹⁴。

関係部局においてピアレビュー制度があり、経済学ユニットが事例に関して支援・アドバイザリーを行う。

2.1.2.5. カナダ

2.1.2.5.1. 関連法・執行機関

関連法は、カナダ競争法（Competition Act）である。カナダ競争法は1986年に施行されて以降、現在に至るまで随時改正されてきている。また、これを補完する法として競争審判所法（Competition Tribunal Act）がある。

競争当局は産業省競争局（Competition Bureau）である。また、審判所については、競争審判所（Competition Tribunal）が、競争局長官からの審判申請に基づき、企業結合案件につ

⁹³ GCR (2018) “Handbook of Competition Economics 2018”及び大橋弘(2019)「新たな産業フロンティアにおける Society 5.0の世界」RIETI Discussion Paper Series を参考に記載。

⁹⁴ Brugel 紙の記事を参考 (<https://www.bruegel.org/author/arno-rasek/>)。

いて審判を行い、措置を命ずることができることが競争審判所法によって定められている。競争審判所の決定については、連邦控訴裁判所（Federal Court of Appeal）へ異議申立てを行うことができる。

関連ガイドラインは合併執行ガイドライン（Merger Enforcement Guideline）である。

規制の目的は、現在は消費者利益の保護であると考えられる⁹⁵。規制の判断基準は、「競争の実質的排除もしくは減殺（substantially prevent or lessen competition(SPLC)）」のおそれがあるかどうかである。

2.1.2.5.2. 審査フロー

事前届出義務は、関連会社を含めた当事者規模と取引規模の2つの条件を満たす場合に課せられる。具体的には、両当事会社の資産又は売上高合計が4億カナダドル超であり、取引規模については以下の合併形態の違いに応じて定められている。

- 資産取得の場合：カナダにおける7000万ドル超の資産の取得又は7000万ドルの売上高を生じる資産取得
- 株式取得の場合：カナダにおける資産又は売上高が7000万カナダドル超の上場会社の議決権付株式の20%超（取得計画前に既に20パーセント超を取得していた場合は、50%超）の取得。非上場会社の場合は議決権付株式の35%超（取得計画前に既に35パーセント超を取得していた場合は、50%超）の取得
- 合併の場合：当事会社のうち2社以上のカナダにおける資産又は売上高が7000万カナダドル超、当事会社の1社以上が第113条に規定された取引（競争局長官又は大蔵大臣が承認した取引等）を営む場合又は当該取引を行う企業を支配する場合の合併
- 者（person）による結合の場合：カナダにおける資産又は売上高が7000万カナダドル超の2以上の者による会社形態によらない結合

⁹⁵ 川濱昇・武田邦宣（2011）によれば、従前1991年合併執行ガイドラインは総余剰基準であったが、Superior Propane(2000)の案件以降、2004年合併執行ガイドラインからは総余剰基準は放棄され、効率性の利益と比較すべき弊害として、余剰の移転その他各種要素を個別事情に応じて勘案するとの基準に変更されている。すなわち、現在ではより消費者利益の保護に重きを置くようになったと考えることができるが、明確に消費者利益の保護を記述した文献は確認されない。

図表 2.10 は、審査フローを示している。米国や欧州と同様に第一次審査と第二次審査の 2 段階に分かれている。

当事会社は届出をし、当局が届出完了を判断した翌日から、30 日の第一次審査期間が開始する。届出書には、当事会社と関連会社のリスト、主要ビジネスの説明、商品カテゴリー、主要需要者と供給者、販売の地理的範囲などの情報を記載する。また、企業結合に関する法律文献及び企業結合関連調査・レポート・分析も提出する必要がある⁹⁶。

第一次審査期間中に、当該企業結合が競争上懸念をもたらすと可能性があるとして判断した場合、当局は、当事会社もしくは第三者に追加資料を求め（supplementary information request, SIR）、詳細な審査を行うか判断する⁹⁷。

競争局から追加資料要求が出された場合、当事会社から当該追加資料をすべて受領した日から 30 日の第二次審査期間が与えられる。競争局長官は競争審判所に待機期間の延長を申請できる（カナダ競争法第 100 条）

通常、競争局が追加資料を当事会社に送る前、当事会社に追加資料の草稿を送り、話し合いを行う。このプロセスは事前課題相談（pre-issuance dialogue）と呼ばれる。当事会社が追加資料の草稿を受取った時点から事前課題相談が終了するまでの期間は、通常 3 日以内である。更に競争局が実際に追加資料を送ってから、当事会社側に提出する情報の優先付けや随時情報共有される仕組みの中で追加情報が必要かどうか判断することを目的として、当事会社と当局側で話し合いが行われる。この対話を事後課題相談（post-issuance dialogue）と呼ぶ。

企業結合により競争が実質的に排除あるいは減殺されるおそれが生じると判断した場合、カナダ競争法第 92 条に基づき、競争審判所に企業結合禁止を申請するか、もしくは当事会社と問題解消措置について交渉し、同法第 105 条に基づき、競争審判所に同意命令（consent agreement）を申立てる⁹⁸。

⁹⁶ GCR Antitrust Review of the Americas 2020, Canada: Merger Notifications:

<http://www.globalcompetitionreview.com/reviews/20/sections/76/chapters/803/canada-merger-notifications/>

⁹⁷ Merger Review Process Guidelines, Section 2.1

⁹⁸ なお、当事会社の要求により、競争局長官は事前審査証明書（Advance Ruling Certificate, ARC）を出すケースもある。この場合、当事会社は正式届出及びその待機期間を免除される。事前審査証明書を得るには、当事会

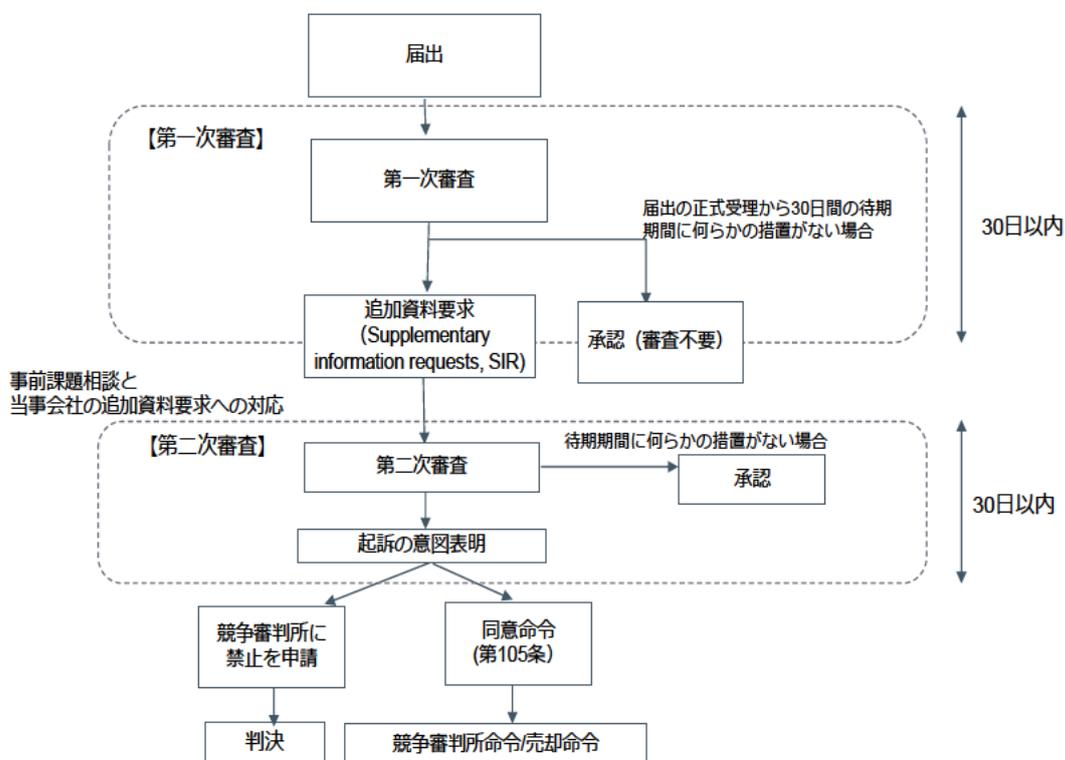
競争上懸念が生じると思われる企業結合について、競争局は、カナダ競争法第 92 条に基づき競争審判所へ起訴するのではなく、当事会社と問題解消措置について合意に達することの方が望ましいと考えていると思われる。これは、後者のほうが低コストかつ迅速に競争制限の懸念を解消できるためである。問題解消措置は、届出を行う前から競争審判所による審査の間、どの段階でも提出、交渉が可能である。しかし、企業結合が既に法第 92 条に基づき、起訴されてかつ争われている場合、問題解消措置は競争審判所命令（Tribunal order）あるいは売却命令（divestiture order）により定められる。

問題解消措置の原案は当局が用意する。構造的措置では資産の売却が主に行われる。当局が実質的競争制限の可能性があると判断した場合、通常、売却が完了するまで当事会社に資産を保全管理（"hold separate"）することを要求する。資産売却期間内に売却が完成できない場合、当局はトラスティに資産売却を任命する。

社は正式届出にて要求される資料と「実質的に類似する（substantially similar）」ものを提出し、事前審査証明書を要求する。競争局長官は、当事会社から相談があった合併計画について、カナダ競争法第 92 条に基づく競争審判所への申請を行うに十分な根拠がないと判断したときは、その旨の事前審査証明書を発行することができる。この証明を行うか否かの回答は当事会社からの相談があつてから 5 カ月以内に行わなければいけない。

競争局長官が事前審査証明書を発行しないと判断した場合、同じく競争上懸念が生じないと思われる案件に対し、No-Action Letter を出すことができる。No-Action Letter は、発行された時点において、当該企業結合はカナダ競争法違反で審判所に訴訟を提起するのに十分な根拠がなく、第 92 条に基づく申請を行う意図はないという旨の書面証明である。

図表 2.10 カナダの審査フロー



出所：公取委ウェブサイト及び NERA(2010)を参考に NERA 作成

2.1.2.5.3. 競争当局と当事会社間のコミュニケーション

前節のとおり、審査フローの中で、事前課題相談（pre-issuance dialogue）や事後課題相談（post-issuance dialogue）等の話し合いの機会が設けられている⁹⁹。追加資料要求の内容自体が当事会社にとって重い負担である可能性はあるが、このような話し合いは注力すべき審査内容の範囲を狭めることに寄与し、また、当事会社が情報・データを効率よく提供することに寄与していると考えられる¹⁰⁰。

また、Gotts et al.（2015）「The Merger Control Review」によれば、「カナダ競争当局は、合併当事者とのオープンかつ協調的な対話を奨励している。これは審査された多くの合併案件で見られることである。例えば、TELUS Health が提案した XD3 の買収において、競争局

⁹⁹ 合併審査手続ガイドライン 3.2 節及び 3.4 節

¹⁰⁰ 例えば、下記 IFLR の記事を参照。

<https://www.iflr.com/Article/3512426/The-inside-track-on-Canadian-merger-approval.html>

が、プレスリリースで、『TELUS Healthが懸念に対処するために事務局と協力的かつ建設的に協力し、最終的に行動的措置で対処することで十分な合意に達した』と述べている。」と記載されている¹⁰¹。このように問題解消措置を含め、審査内容について双方の対話機会が奨励されているといえる。

詳しくは、2.2.2節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」の各国ベストプラクティスや、2.2.3節「欧米・日本におけるベストプラクティス比較」を参照のこと。

2.1.2.5.4. 対外的な公表制度と実際の公表度合

公表制度としては次の運用である。審査結果の開示については義務ではなく、オンライン月報（monthly online registry）に、当事会社の名前、産業、当局の審査結果のみと極めて限定的な情報のみ公表する¹⁰²。また、重要な事例については、プレスリリース又はポジションステートメントを公表する¹⁰³。

実際の公表状況も、上記公表制度にのっとり、範囲としては全ての事例が公表されるが、量としては重要な事例のみについてプレスリリースやポジションステートメントでいくらか公表されるにとどまる。

2.1.2.5.4.1. 事後検証に関するレビュー制度

頻度としては多くないものの、当局内外で事後検証が行われている。当局内部では、問題解消措置の事後検証を2011年に行っている¹⁰⁴。

¹⁰¹ Gotts etl al..(2015) “The Merger Control Review” 6th ed, Law Business Research

¹⁰² <https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/02435.html>

¹⁰³ <https://gettingthedealthrough.com/area/20/jurisdiction/7/merger-control-canada/>
https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/h_02705.html

¹⁰⁴ CCB (2011)“Competition Bureau Merger Remedies Sutdy”

<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03392.html>

外部に関しては、当局ウェブサイトの「Ex post merger review」のとおり¹⁰⁵、当局は外部のエコノミックコンサルティング会社 CRA に依頼し 2007 年に事後検証した結果を公表している。

2.1.2.5.5. 企業結合ガイドライン

2.1.2.5.5.1. 市場画定の考え方

市場画定の全体的な目的は、当事会社によって生産された商品と代替であると需要者が考える一連の商品の集合と、企業結合により潜在的に市場支配力の増大に直面する買い手の集合を特定することである¹⁰⁶。

市場画定は代替可能性に基づいており、需要の代替性に焦点を当てている¹⁰⁷。この点は供給の代替性も十分みている欧州よりは、米国に近いといえる。

また、いくつかの候補市場を仮定し、SSNIP テストで関連市場を画定する。地理的範囲の特定においても同様である。状況によっては価格差別があるため、その場合需要者の特性に注目しターゲットの需要者の特定の場所を参照して、関連市場を画定することもある。しかし市場画定におけるオーバービューの項目は、SSNIP テストの紹介がほとんどであり、これは米国の観点と類似している。

市場画定の項目の最後の節に、市場の境界に関する記載がなされており、そこでは、「多くの場合、製品又は地理的市場に関する市場の境界は正確ではないことを強調することが重要である。更に、合併企業の価格設定行動に対する制約は、画定された関連市場の内外から生じる可能性がある。」と記載がされている¹⁰⁸。すなわち市場画定はしても、それだけには依拠せず、競争評価を行うことの重要性が表れている。

¹⁰⁵ CCB(2007) Ex post merger review: An evaluation of three Competition Bureau merger assessments”

https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/02447.html#sec6_3

¹⁰⁶ 合併執行ガイドライン 3.1 節

¹⁰⁷ 合併執行ガイドライン 4.2 節

¹⁰⁸ 合併執行ガイドライン 4.28 節。原文は次の通り。“It is important to emphasize that market boundaries in respect of either product or geographic markets are not precise in many instances. In addition, constraints on a merged firm's pricing behaviour can come from both inside and outside the relevant market as defined.”

2.1.2.5.5.2. 商品市場画定の考え方

商品の特性と、（相対的な価格変化に対する）買い手の別商品へのスイッチングの能力と意向を検討し、需要の代替性の大きさについて確認する。詳細な価格・数量データが利用可能な場合には価格弾力性を算出し、代替性にかかわる間接的な資料もあわせて参照（例：市場参加者からの資料、最終利用・物的・技術的な特性、価格の関係、相対価格レベル、買い手による潜在的なスイッチングコスト）する。

2.1.2.5.5.3. 地理的市場画定の考え方

商品の範囲と同様に SSNIP を使用。供給ポイントで範囲を考えるが、価格差別が存在する場合は買い手の場所に従う。地理的範囲の境界を決めるにあたっては、以下の情報を参考にする。

- ・ 買い手の別地域へのスイッチングの能力と意向に関する情報
- ・ 商品の輸送コストの特性、価格の関係、相対価格レベル、出荷パターン、外国との競争に関する条件等
- ・ 非価格要因による影響（例：商品の壊れやすさ・安全性、利便性、配送の頻度、サービスや配送の信頼性など）。これらは地理的に遠い選択肢を検討する需要者の能力と意向に影響しうるため。

▪ 国境を越えた市場画定等について

合併当事会社と外国の売り手の両方の販売エリアが関連市場に属していることが明らかなる場合（十分な買い手がこれらの売り手に頼ることによって SSNIP に反応する場合）、市場は国境を超える¹⁰⁹。

2.1.2.5.5.4. 市場シェア・集中度の位置づけ

米国と同様、市場シェアの算定については、より競争の実態を反映するような算定に配慮している。具体的には、同質財の場合は、供給余力をベースとした市場シェアが、企業の市

¹⁰⁹ 合併執行ガイドライン 4.26 節

場の相対的ポジションや競争の影響をよりよく反映している可能性があることが記載されている¹¹⁰。

カナダ競争法 92 条 2 項によれば、競争審判所は、市場シェア・集中度だけに基づいて競争の実質的排除又は減殺の判断を行うことはないと記載されている¹¹¹。合併執行ガイドラインでは、この条項と一貫して、5.8 節で「市場シェア又は集中度が高いことを示す情報は、それ自体では、合併が競争を実質的に防止又は軽減する可能性が高いという結論を正当化するのに十分ではない。ただし、それらの情報によって合併当事会社が競合他社と比較して市場のポジションを反映している場合、競争効果の分析に情報を提供するものである」と記載されている¹¹²。続けて、5.11 節では「他の情報によって、現在の市場シェアが競合他社と比較した当事会社の競争の役割を反映していないと示唆される場合、当局は競争の実質的排除又は減殺の可能性において当該情報を考慮する。すべての場合において、市場シェアと集中度を調べることは競争効果の分析の一部に過ぎない」と記載されている¹¹³。

このような表現から、市場シェア・集中度は、それ自体が競争の役割を反映しているものと考えられるなら競争評価の中で 1 つの判断要素として認識されるが、他の情報によって競争の役割を反映していないと考えられれば、競争評価の中では重要な要素にならない可能性が示唆される。

2.1.2.5.5.5. 効率性向上に関連する記述

他の国と比べて、カナダは効率性を反競争効果と並列に評価する運用である。合併によりもたらされる効率性向上が、反競争効果を上回り、それを相殺する場合、競争審判所は、合

¹¹⁰ 合併執行ガイドライン 5.4 節

¹¹¹ カナダ競争法 92 条 2 項

¹¹² 合併執行ガイドライン 5.8 節 “Consistent with section 92(2) of the Act, information that demonstrates that market share or concentration is likely to be high is not, in and of itself, sufficient to justify a conclusion that a merger is likely to prevent or lessen competition substantially. However, information about market share and concentration can inform the analysis of competitive effects when it reflects the market position of the merged firm relative to that of its rivals.”

¹¹³ 合併執行ガイドライン 5.11 節 “When other information suggests that current market shares do not reflect the competitive role of one of the merging parties relative to its rivals, the Bureau considers this information when determining whether a merger is likely to prevent or lessen competition substantially. In all cases, examining market shares and concentration is only one part of the Bureau's analysis of competitive effects.”

併の差止め等の命令を下してはならないと、カナダ競争法第 96 条 1 項によって定められている。

効率性が考量される要件は、企業結合固有性（merger specific）、実現可能性（verifiable）、需要者厚生を増大（benefit to consumers）の 3 つである。

効率性の考慮要素としては、輸出の実質額の有意な増加及び輸入品の国内品による有意な代替¹¹⁴、配分の効率性、技術的効率性、動学的効率性¹¹⁵を例示している。

効率性の考慮要素に輸入や輸出の評価を入れる点は、他国と異なる点であり、これは、カナダでは反競争効果と効率性向上効果を並列に考えて審査することに起因すると推測される。すなわち、単独効果において競争評価で輸入を検討するのではなく、反競争効果以外の要素と位置付けて輸入や輸出を考慮することとなる。

2.1.2.5.5.6. 経済分析に関する記述

SSNIPのほか、転換率、価格弾力性、サーベイ、入札分析などの経済学的概念を用いて競争評価を行うなど、実証的な経済分析を用いて判断を行う姿勢が示されている。

2.1.2.5.6. 不服申立制度・手続

競争審判所が、競争局長官からの審判申請に基づき、企業結合案件について審判を行い、措置を命ずることができることが競争審判所法によって定められている。競争審判所の決定については、連邦控訴裁判所へ異議申立てを行うことができる。連邦控訴裁判所では、この異議申立の審理にあたって、法律問題については争うことができるが、事実関係については、同裁判所の許可がない限り争うことはできない。同様に上訴の場合、カナダ最高裁判所（Supreme Court of Canada）で審理することとなるが、同裁判所でも法律問題については争うことはできるが、事実関係については、同裁判所の許可がない限り争うことはできない。

¹¹⁴ カナダ競争法 96 条 2 に記載

¹¹⁵ 合併執行ガイドライン 12.4 節

2.1.2.5.7. 経済分析実施体制

経済分析を担当する部門として、経済分析局（Economic Analysis Directorate）がある¹¹⁶。

当部門には 10 名程度の経済学博士号保有エコノミストが在籍し、企業結合審査を実施する合併部門（Mergers Branch）を支援する¹¹⁷。競争制限のおそれがあるすべての合併案件に対して、内部のエコノミストが割り当てられる¹¹⁸。

2016 年から 2019 年までは、Paul Johnson がチーフエコノミストを務めていた¹¹⁹。Paul Johnson はモントリオール大学で経済学博士号を取得し、経済学コンサルティング会社 Bates White での勤務を含め、独禁法と競争政策分野の経済分析において 15 年以上キャリアを積んでいる。

米国と同様に、複雑な事例については外部のエコノミストを起用し、分析の支援や争点に関連した専門知識の提供を受ける場合がある¹²⁰。

2.1.2.6. 日本

2.1.2.6.1. 関連法・執行機関

独禁法に基づいて行われる。競争当局は公取委である。関連ガイドラインは「企業結合審査に関する独占禁止法上の運用指針」（以下「企業結合ガイドライン」という。）と、「企業結合審査の手続に関する対応指針」である。

¹¹⁶ 組織図は以下に掲載されている。

https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc_nsf/eng/h_00018.html#mergers-monopolistic

¹¹⁷ OECD (2011) “Economic Evidence in Mergers Analysis” 96 頁

¹¹⁸ <http://www.oecd.org/daf/competition/EconomicEvidenceInMergerAnalysis2011.pdf>

¹¹⁹ 2020 年現在のチーフエコノミストについては確認できなかったため、直近のチーフエコノミストについて紹介する。

¹²⁰ OECD (2011) “Economic Evidence in Mergers Analysis” 96 頁。なお、2008 年-2011 年までの審査案件全 629 件のうち 22 件（起用率 3.5%）で外部エコノミストを起用していると記載。

規制の目的は、消費者利益の保護である¹²¹。また、規制の判断基準は、一定の取引分野における競争を実質的に制限するおそれがあるかどうかである。

2.1.2.6.2. 審査フロー

届出が義務付けられており、独禁法 10 条、15 条、16 条が関連し、届出義務の対象は以下のように売上高基準である。

¹²¹ 消費者利益の保護が目的である。その根拠としては、例えば、菅久他（2018）の 1 頁に、「なお、1 条では『・・・以て、一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とする。』と規定しているが、『一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進すること』は、独占禁止法の直接の保護法益ではなく、同法の究極の目的である（石油価格協定刑事事件（最高裁判決昭和 59 年 2 月 24 日））」と明記されている。また、金井・川濱・泉水（2004）の 6 頁にて「一般消費者の利益は独占禁止法の目的から反射的利益ではなく独占禁止法の直接の目的であるとする」と明記されている。

図表 2.11 企業結合の届出基準

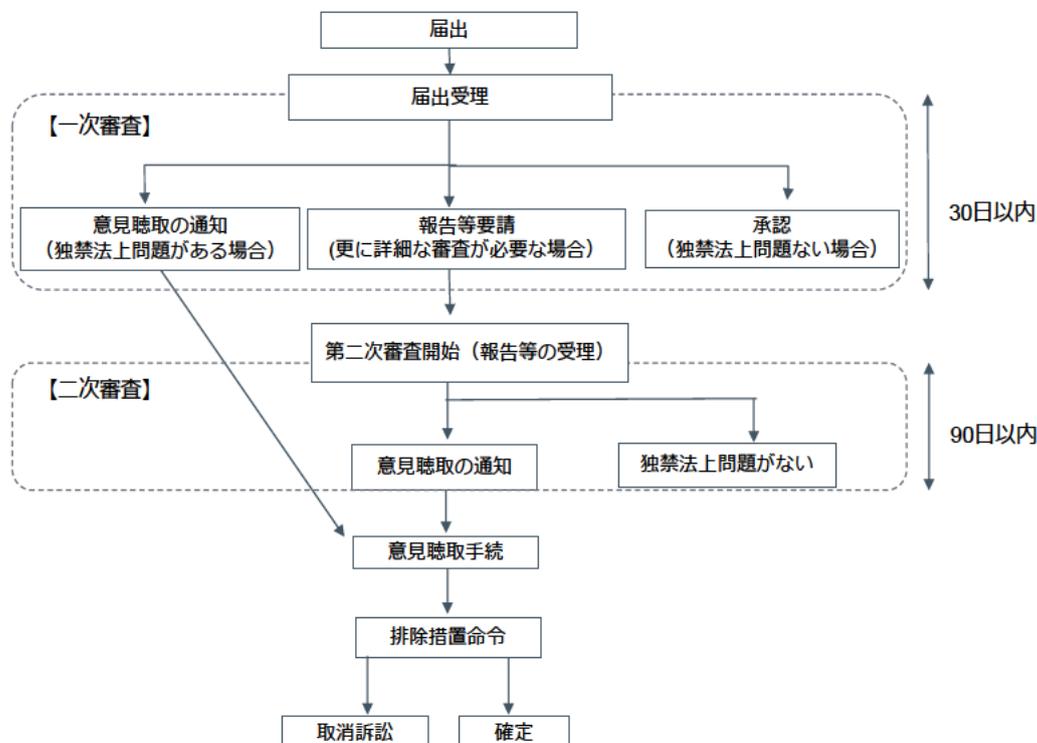
形態（関連法条）	届出基準
株式取得 （第10条）	①株式取得会社の国内売上高合計額が200億円超であり、かつ ②株式発行会社とその子会社の国内売上高の合計額が50億円超であり ③議決権保有割合が20%又は50%を超えることとなる場合 株式取得会社による事前届出が必要。
合併 （第15条）	①国内売上高合計額が200億円超の会社と ②国内売上高合計額が50億円超の会社が合併する場合、 当事会社全てで事前届出が必要。
分割 （共同新設分割又 は吸収分割） （第15条の2）	【共同新設分割】 ①2社の全部承継会社の国内売上高合計額が200億円超と50億円超 ②全部承継会社の国内売上高合計額が200億円超、重要部分承継会社の承継対象部分の国内売上高が30億円超 ③全部承継会社の国内売上高合計額が50億円超、重要部分承継会社の承継対象部分の国内売上高が100億円超 ④重要部分承継会社の承継対象部分の国内売上高が100億円超と30億円超 【吸収分割】 ①全部承継会社の国内売上高合計額が200億円超、承継会社の国内売上高が50億円超 ②全部承継会社の国内売上高合計額が50億円超、承継会社の国内売上高が200億円超 ③重要部分承継会社の承継対象部分の国内売上高が100億円超、承継会社の国内売上高が50億円超 上記いずれかの場合、当事会社全てで事前届出が必要。
共同株式移転 （15条の3）	共同株式移転しようとする会社の内 ①国内売上高合計額が200億円超の会社と ②国内売上高合計額が50億円超の会社が存在する場合、 当事会社全てで事前届出が必要。
事業譲受け等 （第16条）	①譲受け会社の国内売上高合計額が200億円超であり ②譲受け会社または譲受対象事業の国内売上高が30億円超である場合 譲受け会社による事前届出が必要

出所：公取委資料「日本の企業結合審査の最近の動向」・菅久他(2018)「独占禁止法 第3版」を参考に NERA 作成

審査手続は、図表 2.12 の通りである。当事会社は、計画届出書と呼ばれる提出書類を整えたうえで、事前届出を行う。当局は届出受理後、統合禁止期間内（30日以内）に届出会社に対して、独禁法上問題がないか、更に審査に必要な書類を要請するか、独禁法上問題がある場合は意見聴取の通知を行うか、の判断を行う。

第一次審査でクリアランスとならない場合に、詳細な第二次審査が行われ、最終的に独禁法上問題がなく審査が完了するか、独禁法上問題がある場合は意見聴取の通知があり、意見聴取手続に移る。その後、排除措置命令の流れとなる。計画届出書では、当事会社の概要、結合計画の具体的内容、対象商品概要、対象商品を提供する事業者概要等の記載が必要となる。

図表 2.12 日本の審査フロー



出所：公取委資料「日本の企業結合審査の最近の動向」を参考に NERA 作成

独禁法上、届出事実や審査結果などの公表の義務はない。当事会社の上承が得られた場合に限り、秘密情報を削除の上一部公表となり、これらが公表事例に該当する。

2.1.2.6.3. 競争当局と当事会社間のコミュニケーション

『企業結合審査の手続に関する対応方針』では、当事会社と当局とのコミュニケーションについて「当委員会と届出会社との意思疎通を密にすることは、迅速かつ透明性の高い企業結合審査を可能とし、当委員会と届出会社の双方にとって有益であると考えられる」とされつつも、審査期間において「届出会社から企業結合審査における論点等について説明を求められた場合又は必要と認める場合には、その時点における論点等について説明する」との記載があるにとどまる。

詳しくは、2.2.2 節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」の各国ベストプラクティスや 2.2.3 節「欧米・日本におけるベストプラクティス比較」を参照のこと。

2.1.2.6.4. 対外的な公表制度と実際の公表度合

公表制度に関しては、独禁法上、届出事実や審査結果などの公表の義務はない。ただし、容認された第二次審査事案については原則として公表しており、また、第一次審査であっても当局が参考に資すると考え当事会社の了承が得られた場合、秘密情報を削除の上一部公表する運用である¹²²。これらが公表事例に該当する。

すなわち、実際の公表状況としては、公表義務がないながらも公取委の自主的な努力により一定程度公表されている。しかし、公表の中身については、市場範囲と市場シェアは公表するが、競争評価における詳細な説明や経済分析については省略されることもあるなど、公表が義務で内容が詳細である CMA や EC での公表内容レベルに比べると見劣りすることは否めない。また、経済分析の内容については、結果や手法名の記載がされていることはあっても、変数、データソース、計量・統計上の問題とその対応について記載が見られることは少ない。

2.1.2.6.4.1. 事後検証に関するレビュー制度

公取委競争政策研究センター（以下「公取委 CPRC」という。）では、いくつかの事案における事後検証の結果を 2012 年に公表している¹²³。

しかし、これ以降最近では事後検証がされていない¹²⁴。また、2020 年の事後検証においても経済分析を行っている当事者は公取委内部であり、外部に委託したり分析結果自体を確認するような仕組みではない。

¹²² 例えば最近では平成 29 年度の公表事例は第一次審査の案件をいくつか公表している。

¹²³ 公取委 CPRC(2012)「企業結合の事後評価 – 経済分析の競争政策への活用-」

https://www.iftc.go.jp/cprc/reports/index_files/cr-0411.pdf

¹²⁴ 他方で、日本における市場検証の例として、公取委ではないが、総務省が電気通信分野における市場動向の分析及び電気通信事業者の業務の適性等の確認等から構成される市場検証を実施している。同市場検証の取組について、客観的かつ専門的な見地から助言を得ることを目的として、学識経験者等で構成する電気通信市場検証会議を開催し、市場における競争状況の分析手法、分析に当たって必要となるデータ等について学識経験者等から助言等を踏まえて、市場検証に関する基本方針、年次計画、年次レポートの作成等を行っている。

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsinin/kyousouhyouka/index.html

2.1.2.6.5. 企業結合ガイドライン

2.1.2.6.5.1. 市場画定の考え方

一定の取引分野の画定として、必ず実施する運用である。需要の代替性を基本としながら、供給の代替性についても考慮する。需要者や供給者の代替性をみるに当たっては、SSNIP テストの考えを基本としていることが企業結合ガイドラインから読み取れる¹²⁵。

また、日本の市場画定の特徴として、「重層的な市場画定」（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）について記載がされている¹²⁶。

¹²⁵ 記載の該当箇所は次の通り。「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年以内を目的)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」

¹²⁶ 企業結合ガイドライン 2 商品範囲の第 4 パラグラフ「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」や 3 地理的範囲の第 2 パラグラフ「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。」が該当。

2.1.2.6.5.2. 商品市場画定の考え方

「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」と記載されている。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、以下の事項を考慮している。これらは前節で紹介した欧米の市場画定における考慮要素とほぼ同一のものを列挙している。相対的な違いをあげるとすれば、日本では商品特性について更に細かく記述されており、財サービス別に記載している。

- 内容・品質等
 - 財の場合：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
 - 小売業・サービス業等の場合：取扱商品のカテゴリ、品質，品揃え・営業時間・店舗面積等の利便性など
 - 通信サービス等の場合：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
- 価格・数量の動き等
- 需要者の認識・行動

田辺・深町(2014)は、企業結合ガイドラインについて、公取委の立場として、解説している。田辺・深町(2014)の「第2一定の取引分野、『6一定の取引分野に柔軟な画定』」によれば、「SSNIPテストを一定の取引分野の判断基準とすると、たとえ需要者にとって代替性がそれなりに高い他の商品（あるいは他の地域）であっても、仮想的独占事業者の利潤の拡大を妨げるには一歩足りないものであれば、理論的には当該他の商品（あるいは他の地域）は、一定の取引分野の中には含まれず、『競争を実質的に制限することとなる』か否かの競争評価の枠組みの段階で分析対象となる」と、記載されている。同解説では、データ等の制約によっては、理論的に正しい一定の取引分野の外縁が一義的に明確に定まらないことがあり、その場合一定の取引分野の外縁付近に存在する他の商品を一定の取引分野の中を含めるべきか否かに対して、競争圧力の過大評価を回避する観点から、一定の取引分野には含

めず『競争を実質的に制限することとなる』か否かの競争評価の枠組みの段階で分析対象とすることが多いと解説されている。

すなわち、理論的に正しい一定の取引分野の外縁が一義的に明確に定まらないが、他方で実務上一定の取引分野を必ず画定する必要がある以上、一定の取引分野の外縁付近に存在する他の商品を一定の取引分野の中に含めないこととなる。この運用自体は問題ではないが、その場合十分に競争評価をするにあたり、単独効果の判断要素の一部となっている市場シェアが、暗黙のうちに重視される可能性は否定できない。

2.1.2.6.5.3. 地理的市場画定の考え方

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し、以下の事項を考慮している。

- 供給者の事業地域、需要者の買い回る範囲等
 - 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。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なども考慮される
 - 小売業・サービス業等の場合：主に需要者の買い回る範囲など
 - 通信サービス等の場合：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
- 価格・数量の動き等
- 需要者の認識・行動

また、国境を越えた市場画定についても説明がされている。具体的には「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、日本の需要者が、海外の供

給者にも当該商品の購入を代替しうるために、日本における価格引上げが妨げられることがありうる場合において、国境を超えて地理的範囲が画定される」と、明記している¹²⁷。

2.1.2.6.5.4. 市場シェア・集中度の位置づけ

田辺・深町(2014)の解説では、単独効果の判断要素において、(1)当事会社グループの地位及び競争者の状況、(2)輸入、(3)参入、(4)隣接市場からの競争圧力、(5)需要者からの競争圧力、(6)総合的な事業能力、(7)効率性及び(8)当事会社グループの経営状況を総合的に勘案するとしたうえで、「事案によって、各判断要素が競争に及ぼす影響は異なるものであって、企業結合ガイドラインにおいて一律に各判断要素間の順位付けを行うことは困難なために、各判断要素については総合的に勘案して判断する」と記載されている。したがって、市場シェア・集中度の位置づけとしては他の競争圧力と並列に記載され、それが判断要素として大きい可能性もありうる。

2.1.2.6.5.5. 効率性向上に関連する記述

効率性が考慮されるための要件としては、企業結合固有性、実現可能性、需要者厚生を増大での3つの観点で判断する。なお、田辺・深町(2014)の解説では、欧米のガイドラインの判断の観点は日本の企業結合ガイドラインに記載した上記3点と同様である記載がされているため¹²⁸、実現可能性は、欧米諸国で記載している検証可能性(verifiability)と同義であると推察される。

効率性の考慮要素としては、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、研究開発体制の効率化等を考慮する旨の記載がなされている。

2.1.2.6.5.6. 経済分析に関する記述

SSNIP 以外では転換率のことを説明するにとどまる。

¹²⁷ 日本では2007年企業結合ガイドライン以降、国境を越えた市場画定について記載されるようになった。

¹²⁸ 田辺・深町(2014)の157頁「なお『効率性』は、欧米のガイドラインにおいても判断要素の1つとしてあげられており、判断の観点は日本の企業結合ガイドラインに記載された①から③と同様である。」。

2.1.2.6.6. 不服申立制度・手続

公取委の排除措置命令に対し不服がある場合、第一審では地方裁判所の中でも東京地方裁判所に不服を申立て、判断を求める。その後必要に応じて、東京高等裁判所、最高裁判所に不服申立を行う。第一審では地方裁判所の中で東京地方裁判所が専属管轄となっている理由は、独禁法違反事件は、複雑な経済事案を対象としており、専門性の高いものであるという特殊性を踏まえていることによるものである。

2.1.2.6.7. 経済分析実施体制

経済分析を担当する部門として、企業結合課がある。また、企業結合事案以外でも経済分析が行われることがあり、例えば液化天然ガスでの取引実態¹²⁹や、制服の取引実態¹³⁰の調査の際に経済分析を実施している。エコノミストの人数は数名程度（内、博士号取得者2名程度）が在籍している¹³¹。

チーフエコノミストの制度はなく、ピアレビューの制度も存在しない。また、経済分析の報告書及びデータに関するベストプラクティスについても海外当局は発行しているが、日本には存在しない。

2.1.3. 欧米・日本の企業結合規制、関連ガイドライン、経済分析実施体制、比較

図表 2.13 及び図表 2.14 は、2.2 節で詳述した各国の法制度やガイドラインの内容を要約し比較した表である。市場や競争の考え方及び運用に関して共通している部分もある一方で、異なるポイントも存在している。

¹²⁹ 公正取引委員会(2017)「液化天然ガスの取引実態に関する調査報告書（概要）」

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/jun/170628_1_files/170628_2.pdf

¹³⁰ 公正取引委員会 (2017) 「公立中学校における制服の取引実態に関する調査報告書（概要）」

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/nov/171129_files/171129_2houdouhappyoubesshi.pdf

¹³¹ 大橋弘 (2019) 「新たな産業フロンティアにおける Society 5.0 の世界」RIETI Discussion Paper Series を参考に記載。

市場や競争の考え方に関しては、海外主要国と日本との間に実務上の大きな違いはないが、少なくともガイドラインの記載表現でいえば、各項目に関する位置づけについて濃淡をつけた記載がされているかどうかについて違いがみられる。具体的には、以下の違いがある。

- 市場画定に関連するところでは、EU・英国・ドイツ・カナダでは市場画定を実施しても、複数市場を画定し一義的に決めない運用や、それ自体で競争の効果は決まらないこと、ひいては競争評価に比べ必ずしも重要性が高くない表現でガイドライン上記載されている。また、米国のようにUPP等で直接的に競争評価する流れもある。一方、日本では必ず一定の取引分野の画定として一義的に画定するため、依然として市場画定の役割が大きい記載表現である。
- 市場シェアに関連するところでは、EU・英国・ドイツ・カナダでは、市場シェアよりも重要な指標や情報の可能性について言及され、また、市場シェアが競争の実態を反映しているのかどうか注意して解釈し、競争評価全体の中で必ずしも重要な位置づけでないことを示唆する表現で記載されている。米国では市場画定に基づく市場シェアや集中度は競争評価の一部であるが、シェア自体が競争の実態を表しているのかどうか注視した記載表現になっており、また、同質財では市場シェアや集中度が重要であっても差別化された財市場では必ずしも重要ではない記載がされている。日本では、市場シェアは競争の実質的制限の判断要素の一部であり、市場の違いによるこれら指標の濃淡の付け方はされておらず、この指標を判断要素の一つとして総合的に勘案する表現から、更に踏み込んで濃淡をつけた記載表現にはなっていない。
- 経済分析に関する言及について、欧米ではガイドライン上でもいくつかの経済分析の種類とその用途（どのような場面で使うのか）について記載があるのに対して、日本ではSSNIP及び間接的な文脈で転換率の記述のみにとどまる。
- 効率性については、日本の評価の枠組みは米国・EU・英国と同じである（に近い）と考えられるが、米国・EU・英国と言及されている固定費用の削減の考え方について、日本では言及がされていない。
 - － 米国：当局は通常は短期結果を重視し、効率性の達成により時間が経過し遅れて生じる便益については、それが現時点との乖離が大きく予測が困難であるため重きを置かない。ただし、短期的に固定された費用に関する効率性（向上）は、短期的に

は消費者の便益になりそうもないが、長期的にはなり得る（例えば、新商品の導入費用を低下させることにより）（水平合併ガイドライン脚注 15）

- EU：変動費用（限界費用）の削減は、固定費用の削減に比べてより妥当（relevant）となりやすい（水平合併ガイドライン・パラグラフ 80）
- 英国：固定費削減は通常重視しないが、長期的な価格形成には重要な役割を果たす可能性を指摘（合併評価ガイドライン 5.7.9 節）

図表 2.13 欧米、日本の企業結合規制比較

	日本	米国	EU	英国	ドイツ	カナダ
関連法	独占禁止法	反トラスト法（クレイトン法、シャーマン法、FTC法）	欧州連合の機能に関する条約	企業規制改革法	競争制限禁止法	競争法および競争審判所法
執行機関	公正取引委員会 (JFTC)	司法省反トラスト局 (DOJ) 及び連邦取引委員会 (FTC)	欧州委員会(EC)	競争・市場庁 (CMA)	連邦カルテル庁 (BKartA)	産業省競争局 (CCB)
関連ガイドライン等	企業結合ガイドライン 企業結合手続対応指針	水平合併ガイドライン 垂直合併ガイドライン（ドラフト）	市場画定告示 企業結合規則 水平合併ガイドライン 非水平合併ガイドライン	合併評価ガイドライン	合併規制ガイドライン (Guidance on Substantive Merger Control)	合併実施ガイドライン (Merger Enforcement Guideline)
規制の目的	消費者利益の保護	消費者利益の保護	消費者利益の保護	消費者利益の保護	消費者利益の保護	消費者利益の保護
規制の判断基準	一定の取引分野における競争を実質的に制限	競争の実質的な減殺 (substantial lessening of competition) または独占の形成のおそれ	有効競争の著しい損害 (Significantly Impede Effective Competition (SIEC))	競争の実質的減殺 (Substantial Lessening of Competition (SLC))	有効競争の著しい損害 (Significant Impediment to Effective Competition (SIEC))	競争の実質的排除もしくは減殺 (substantially prevent or lessen competition (SPLC))
届出義務	売上高基準	取引規模要件及び当事者規模要件	売上高基準	売上高基準	売上高基準および当事者規模要件	取引規模要件及び当事者規模要件
審査結果の開示	独禁法上の義務はないが、当事会社の了承が得られた場合に一部公表（主要な企業結合事例）	DOJ: CISを提出、官報で公表 FTC: 分析公表、パブコメを募集後、申立書・Decision & Orderを公表	原則としてEU官報で公表	・第一次審査の案件での決定は全て規制ニュースサービスや当局ウェブサイトで公表 ・第二次審査でも最終決定内容に関する報告書をすべて作成発行	原則としていずれも連邦官報またはその電子版に公表しなければならない	・当局のウェブサイト当事会社名・産業・審査結果のみ全事例掲載 ・重要な事例についてはプレスリリースにて公表

図表 2.14 欧米、日本の関連ガイドライン比較

	日本	米国	EU	英国	ドイツ	カナダ
市場画定の意義	企業結合により競争が制限されるか否かを判断するための範囲	競争懸念が生じる商品・地域の範囲を特定 市場参加者を特定し、シェア・市場集中度を計算	企業間の競争が行われる範囲、企業が直面する牽制力を識別	競争の実質的減殺 (SLC) が生じる可能性のある市場を特定	市場画定ガイドラインがないため、確認されない	当事会社によって生産された商品と代替であると消費者が考える一連の商品の集合と、企業結合により潜在的に市場支配力の増大に直面する買手の集合を特定
市場画定の必要性	一定の取引分野の画定として必ず実施	競争評価の分析ツールには市場画定を必要としないもの (例: UPP) もあるので、必ずしも市場画定から始める必要はない	企業の (情報提供の) 負担を軽減させるため、市場を大まかに画定することや、複数の市場を画定して検討することも	市場画定は有用なツールであるが、それ自体目的ではなく、市場の境界線は、機械的に競争効果に関する当局的分析結果を決定しない	実施はするが概念的なフレームワークであり、競争評価との相互依存性を認識しているため、すべてを考慮した形で競争評価を実施するため、競争評価を重視	多くの場合、商品または地理的市場の市場境界は正確でなく、当事会社の価格設定に対する制約は、画定した関連市場の内外から生じる可能性がある
供給の代替性の考慮	需要の代替性を基本とし、供給の代替性も考慮	需要の代替性のみ考慮	需要の代替性を基本とし、供給の代替性も考慮	需要の代替性を基本とし、供給の代替性も考慮	需要の代替性を基本とし、供給の代替性も考慮	需要の代替性のみ考慮
国境を越えた市場の画定	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、国境を越えた市場画定があり得る	海外の生産者が米国の消費者に製品を提供しているような場合には、そうした生産者も含めた市場画定がなされる	需要の代替性および供給の代替性により国レベルか欧州レベルかグローバルレベルかを決定する	地理的市場画定にて、国内生産者の価格が上昇した場合、顧客が海外サプライヤーからの購入を増やすかどうかを検討する	市場画定ガイドラインがないため、確認されない	合併当事者と外国の売手の両方の販売エリアが関連市場に属していることが明らかでない場合、市場は国境を超える
市場シェア・集中度に関する言及	競争の実質的制限の評価要素の一つ	<ul style="list-style-type: none"> 変化する市場環境ではシェアが競争上の重要性を表さない可能性 同質財市場では、より競争の実態を表すシェアに照らして、売上だけでなく供給余力でシェアを測る場合もある 差別化された財市場では、代替性が集中度よりも重要視される 	合併当事者とその競合他社の競争の重要性を表す有用な最初の指標であるが、あくまで市場支配力の最初の指標を提供しているにすぎない (EU)	市場シェアと集中度の数値だけで判断せず、それよりも重要な指標 (例: マージン率など) や市場シェアの解釈の際に考慮すべき要因 (差別化程度、シェアや集中度の時系列推移等) がある	大まかな指標を提供しているにすぎず、それが高いだけでは市場支配力や支的地位を示す十分な証拠にならない	他の情報により、市場シェアが競合他社と当事会社の競争の役割を反映していないと示唆される場合、当局はその情報を考慮。全ての場合において、市場シェアと集中度を調べる事は競争効果の分析の一部に過ぎない
効率性評価の枠組み		効率性の主張は、総合的な評価において考慮			均衡条項と大臣承認によって認められる競争促進効果のみ考慮	反競争効果と並列に評価し、当局側が効率性評価のための情報収集を実施 合併によりもたらされる効率性向上が、反競争効果を上回り、それを相殺する場合、競争審判所は、合併の差し止め等の命令を下してはならない (競争法96条1項)
効率性が考慮されるための要件	企業結合固有性、実現可能性、需要者厚生が増大	企業結合固有性、検証可能性、審査の対象となるかどうか		企業結合固有性、検証可能性、需要者厚生が増大		
効率性の記載種類・固定費や中長期の効果に関する言及	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、研究開発体制の効率化等を考慮	費用削減、R&Dの促進効果、補完的な財や行動の組み合わせ 短期的に固定された費用に関する効率性 (向上) は、短期的には消費者の便益になりそうもないが、長期的にはなり得る (例えば、新商品の導入費用を低下させることにより) (GL 脚注15)	費用削減、イノベーションの取得により新製品導入や商品役務の質向上を通じた消費者便益、二重マージンの排除、補完的な財や行動の組み合わせ 変動費用 (限界費用) の削減は、固定費用の削減に比べてより妥当 (relevant) となりやすい (GL パラグラフ 80)	供給側効率性 (費用削減、二重マージンの除去、ホールドアップ問題の解消、製品再配置等) 需要側効率性 (ネットワーク効果、補完財の価格低下、まとめ買い等) を例示 固定費削減は通常重視しないが、長期的な価格形成には重要な役割を果たす可能性を指摘	具体的な記載はない	輸出の実質額の有意な増加及び輸入品の国内品による有意な代替 (競争法96条(2))、配分の効率性、技術的効率性、動学的効率性
経済分析に関する言及	SSNIP、転換率	SSNIP、転換率、価格上昇圧力、合併シミュレーション	サーベイ、購入パターン、価格の相関分析、価格差分分析、交差価格弾力性・転換率、入札の競争分析	SSNIP、転換率、交差価格弾力性、サーベイ、計量分析	価格弾力性、入札分析	SSNIP、価格弾力性、転換率、サーベイ、入札分析

図表 2.15 は、競争当局の経済分析の実施体制について比較したものである。経済分析の実施体制についても、日本と欧米諸国との間で顕著な違いがみられる。具体的には、

- 欧米諸国に比べ、日本における当局内部のエコノミストの人数は少ない。
- 欧米諸国では、当局内部におけるチーフエコノミスト制度や外部エコノミストを起用する場合があるのに対して、日本ではそのような制度がない
- 欧米諸国では、ピアレビュー制度（最初のレビュー者とは別の人が各事例を見る制度）が存在するが、日本ではその存在は明らかではない

このような比較を通じて、日本においてはエコノミストの人数の少なさが体制の内容に影響していることは否定できない一方で、外部エコノミストをレビューのために起用する運用は比較的实现可能性が高いのではないかと考えられる。

図表 2.15 当局の経済分析実施体制に関する日米欧の比較

	日本	米国		EU	英国	ドイツ	カナダ
競争当局	JFTC	DOJ	FTC	EC	CMA	BKartA	CCB
経済分析の 関係部局	企業結合課	Economic Analysis Group, Antitrust Division	Bureau of Economics	Directorate-General for Competition及びその内部のthe Chief Competition Economist チーム	Enforcement Directorate 及び Market & Mergers Directorate, 及び Office of the Chief Economic Advisor	一般政策課 (General Policy Division) 内の2ユニット (①競争政策の経済問題、②データ分析・計量経済)	経済分析課 (Economic Analysis Directorate)
エコノミスト 人数	数名程度 (内、博士号取得者2名程度)	博士号取得者 50名程度	博士号取得者 80名程度	140名程度 (内、博士号取得者30名程度)	85名程度 (内、博士号取得者20名程度)	50名程度 (内、博士号取得者25名程度)	博士号取得者 10名程度
チーフエコ ノミスト	制度として無い	Jeffrey Wilder	Andrew Sweeting	Pierre Regibeau	Mike Walker	Arno Rasek	Paul Johnson
ピアレ ビュー制度		あり	あり	あり(ケースの選定をパネルで行い、ピアレビューチームを結成して実施)	あり(各結合を担当していなかったエコノミストによって実施)	あり	
外部との協 同・アフィ リエイト制 度		裁判に行くような事例では外部エコノミストをexpert witnessとして起用する場合がある		上級エコノミストをアカデミックから数年契約で採用し実務での当局とアカデミック間の境界が薄い	当局の分析の質を確認するために学術やコンサルタントを起用する時がある		複雑な事例においては外部エコノミストを起用する場合がある

図表 2.16 は、日米欧の公表内容における比較を示した表である。なお、図表 2.13 の企業結合規制制度の中で取り上げた「審査結果の公表」制度も表に付記した。図表 2.16 で比較すると、日本の公表内容は、ドイツやカナダに比べると内容は濃いと評価される一方で、EU と英国に比べると公表内容に歴然の差がある。米国は裁判での公表内容は詳細であり、

実際に裁判事例が多いことから、裁判が起きない日本と十分比較することは難しい。また、なぜ日本は公表制度がなく任意であるのかについても検討する余地があると考えられる。

- EU・英国の当局についてはすべての事例を官報及びウェブサイトで公表し、かつ公表内容も詳細である。市場シェアや市場画定範囲について詳細な説明があるだけでなく、使用した経済分析の中身を詳細に記載している。
- カナダやドイツについて、公表内容が薄いとはいえ、すべての事例について公表はする。
- 米国では、一部の事例公表にとどまる。また、裁判となる事例においては、裁判提出資料について少なくとも当局側資料は公表されるためその中身は詳細である一方で、裁判に至らない事例については、争点についてサマリーが記載される一方それ以外の点についてはできるだけ簡略化しているといえる。
- 日本は独禁法上の義務はなく当事会社の上承が得られた場合に一部公表として公表事例にあげる。また、公表内容も簡略化されており、特に市場範囲や市場シェアについては必ず記載するものの、経済分析の内容について簡略化される点については米国・EU・英国と大きく異なる点である。

図表 2.16 経済分析活用事案の日米欧の公表内容比較

	日本	米国	EU	英国	ドイツ	カナダ
公表制度	独禁法上の義務はないが、当事会社の了承が得られた場合に一部公表（主要な企業結合事例）	DOJ:CISを提出、官報で公表 FTC：分析公表、パブコメを募集後、申立書・Decision & Orderを公表	原則としてEU官報で公表	・第一次審査での決定は全て規制ニュースサービスや当局ウェブサイトで公表 ・第二次審査でも最終決定内容に関する報告書を全て作成発行	原則としていずれも連邦官報またはその電子版に公表しなければならない	・当局ウェブサイト当事会社名・産業・審査結果のみ全事例掲載 ・重要な事例についてプレスリリースにて公表
度合（公表事例の範囲）	主要な事例のみ	一部公表	全て公表	全て公表	全て公表	全て公表
【モデルケース】（※1）	新日鐵住金/日新製鋼(2016年) (2.2.4.2.4節)	Office Depot/ OfficeMax (2013年) (2.2.4.2.1節) (容認事例（※2）)	Orange/Jazztel (2015年) (2.2.4.2.10節)	AG Barr/Britvic (2013年) (2.2.4.2.7節)	Karstadt/Kaufhof(2018年)	Superior Plus/Canwest Propane (2017年) (2.2.4.2.11節)
量（1案件の資料ページ数）	18ページ	3ページ	256ページ (Decision) その他merger briefや competition news letterでも説明	51ページ（Final Report） 81ページ（Appendix）	6ページ	約7ページ（※3）
市場範囲	○	省略	○	○	○	○
市場シェア	○	省略	○	○	○	省略
経済分析	当局側の方法について概要を記載	当局側の方法について一定程度記載	当局側の方法について詳細を記載。当事会社の観点も記載	当局側の方法についてAppendixに必ず詳細を掲載。当事会社の観点も記載	省略	当局側の方法について一定程度記載
手法名の記述	○	○	○	○	-	○
変数の記述	△	△	○	○	-	△
データソースの記述	×	△	○	○	-	×
計量・統計上の問題の記述と対応	×	×	○	○	-	×

※1 以降、モデルケースに即した情報を掲載

※2 米国は裁判になる事例では、当該モデルケースとは異なり公表内容は詳細になる傾向（但し、事例による）

※3 当局ウェブサイトにおける記載のため正確なページ数ではなく概算

2.1.4. 市場画定及び競争評価の在り方に関する近年の議論

ここでは、各国のガイドラインに含まれているかに関わらず、近年における重要な議論を紹介する。

● 市場画定不要論

米国における合併ガイドラインの変遷のとおり、差別化された財市場においては特に、市場画定（に基づき計算される市場シェア・集中度）の相対的な重要性は低下しているが、こうした流れを極限まで推し進めた考え方として、市場画定不要論という議論がある。代表的な論者の説明¹³²によると、その中心的な主張は、（１）市場画定は同質財市場でのみ有用であり、差別化された財市場においては市場シェアと市場支配力の間には何ら確固とした関連性がない、（２）（SSNIPテスト等により）市場画定を行う際に用いた情報を用いれば直接市場支配力を推定することが出来るのであるから、市場画定という作業は無意味である、

（３）市場画定により特定の競争者だけに議論を絞ることで、その他の競争者に関する有益な情報を無視することになるというものである。こうした主張に対しては、スクリーニングとしての市場画定の役割や、需要者の範囲の画定としての重要性は依然として存在するといった反論がなされている¹³³。また、市場画定必要論は、市場シェアや市場集中度が自動的に市場支配力につながるとするものではない、市場画定を完全に代替するような手法なく、UPP等もデータの制約などで常に用いることができるわけではない¹³⁴、市場参加者の主観的な市場の境界の認識を踏まえることは、合併に対する反応を推し量る上で有益といった主張もある¹³⁵。市場画定不要論が各国の実務に完全に受け入れられたとは言えないが、厳密な市場画定に拘泥すべきではないという姿勢は、差別化された財市場においては特に、一定程度受容された状況であると思われる。

¹³² Kaplow, L. (2012). Market definition alchemy. *The Antitrust Bulletin*, 57(4), 915-952

¹³³ 市場画定不要論に対する反論を整理したものとして、以下の論文がある。

白石忠志「市場画定不要論について」根岸哲先生古稀祝賀『競争法の理論と課題—独占禁止法・知的財産法の最前線』（有斐閣，2013年）

¹³⁴ UPPが計算可能であったとしても、同質財市場においては市場シェア・集中度より有用な指標とは言い切れないという問題もある。

¹³⁵ Ferro, M. S. (2019). Market definition method in EU competition law: general issues. In *Market Definition in EU Competition Law*. Edward Elgar Publishing

- 動学的効率性

近年の研究により、合併をどの程度厳しく規制するかが、長期的なイノベーションの速度や厚生水準に大きな影響を与えることが明らかにされつつある¹³⁶。動学的な効率性は通常の効率性の議論以上に不確実性の程度が大きく、合併審査でどのように考慮するかはいまだに確固たる指針がないと思われる。しかしながら、産業の変化とともに、動学的効率性の重要性は今後更に増していくものと思われる。

- 衰退産業における競争

需要が継続的に縮小する衰退産業においては、競争の考え方も必然的に変化する。衰退産業における企業の重要な意思決定は、いつ生産設備を縮小するか、いつ市場から撤退するかである。生産設備の縮小や市場からの撤退には、競争者の利益を増加させるという正の外部性があるため、企業のこうした意思決定は社会的に最適な水準と比べて遅れがちとなる¹³⁷。衰退産業における企業結合は、こうした外部性の問題を解消し、社会的により望ましい生産調整を可能にする可能性がある¹³⁸。

- 厚生基準

効率性の評価と密接に関連する論点として、いかなる厚生基準を用いるべきかという議論がある。日本や米国をはじめ大半の国・地域では、消費者が不利益を被るかどうかという消費者厚生基準が基本的な考え方となっている。一方で、消費者のみならず、生産者側の余剰も含めた総余剰基準を用いるべきとの主張もある。総余剰基準に基づくと、消費者に多少の

¹³⁶ 代表的な研究として、Igami, M., & Uetake, K. (2019). Mergers, Innovation, and Entry-Exit Dynamics: Consolidation of the Hard Disk Drive Industry, 1996-2016. Available at SSRN 2585840.

¹³⁷ 衰退産業における寡占企業の競争が厚生にもたらす効果を実証的に分析した研究として、以下がある。
Takahashi, Y. (2015). Estimating a war of attrition: The case of the us movie theater industry. *American Economic Review*, 105(7), 2204-41.
Nishiwaki, M. (2016). Horizontal mergers and divestment dynamics in a sunset industry. *The RAND Journal of Economics*, 47(4), 961-997.

¹³⁸ 一方で、生産性の向上がなければ、消費者の厚生は一般に低下することに注意が必要である。

損害を与えるが、それを大きく上回る利益が生産者にもたらされる合併は認められることになる。仮に余剰の再分配が自由に可能であれば、総余剰基準は消費者厚生基準よりも明白に優れた基準となる。これに対し、そのような再分配は現実的に困難であり意味をなさないといった批判や、総余剰基準を採用することが必ずしも総余剰の最大化につながらないといった批判もある¹³⁹。当局がどの基準を採用すべきかという議論は古くから行われてきたが、2019年にFTCのコミッショナーであるChristine S. Wilsonが総余剰基準に好意的な発言を行った¹⁴⁰ことが注目を集め、今後議論が活性化する可能性もある。

● 第一種の過誤と第二種の過誤

独禁法規制の運用においては、市場支配力を行使するような事業計画を認可してしまう第一種の過誤（偽陰性）と、市場競争を促進する事業計画を規制する第二種の過誤（偽陽性）が比較対象される。これまでシカゴ学派を代表に第二種の過誤のリスクを最小化することが望ましいという見方が一般的であった。市場競争の存在により市場支配力の行使は一時的なものにとどまるが、競争促進的な事業計画が阻害されればイノベーションの芽を摘むことになりかねないと考えられてきたからである。しかしながら、近時、Google等の有力なデジタルプラットフォームにおいては、既に堅固な市場支配力を有しており、第二種の過誤のリスクよりは、第一種の過誤のリスクの方を小さくするような事前の規制が必要ではないかという見方もされるようになっている¹⁴¹。いずれにせよ経済社会の変化、事業特性等を踏まえ、適切な規制基準が模索されるべきである。

¹³⁹ Farrell, J., & Katz, M. L. (2006). The economics of welfare standards in antitrust, *Competition Policy International* (2).

¹⁴⁰ Wilson, C. S., & Commissioner, U. S. (2019, February). Welfare Standards Underlying Antitrust Enforcement: What You Measure is What You Get. In Luncheon Keynote Address delivered at the George Mason Law Review 22nd Annual Antitrust Symposium, Arlington, VA.

¹⁴¹ 例えば、以下の文献参照。

Devlin, A., and Jacobs, M., *Antitrust Error*, 52 *Wm. & Mary L. Rev.* 75 (2010)

Baker, J. B., Taking the Error Out of 'Error Cost' Analysis: What's Wrong with Antitrust's Right (July 19, 2015). *Antitrust Law Journal*, Vol. 80, No. 1, 2015

Baker, J. B., (2019) *The Antitrust Paradigm: Restoring a Competitive Economy*, Harvard University Press.

2.2. 経済分析の活用

2.2.1. 経済分析の必要性

競争を実質的に制限する「こととなる」かどうかを審査するという企業結合審査の特性上、不確実な将来予測に対する客観的な証拠を提供する手法として、経済分析は判断に不可欠なものである。企業結合審査においてはまた、競争制限効果と競争促進効果を生む様々な要因が作用した結果の複合的な効果を定量的に分析する必要がある。この点においても、理論とデータの融合である経済分析に大きな優位性がある¹⁴²。

一方で、経済分析にも固有の欠点がある。形式的な判断に依らず、個々の事案の実態に応じて最適な分析手法を用いるため、審査の透明性、予見可能性を低下させる可能性があることには注意が必要である。また、経済分析には複数の専門家が相当な時間を投下する必要があるため、当事会社、当局双方において金銭的、時間的コストが増加することは避けられない。

とはいえ、企業結合審査の結果が社会に与える影響の大きさを考慮すると、経済分析を活用することの利点は欠点を大きく上回ると考えられる。独禁法の運用上の第一種の過誤（偽陰性）と第二種の過誤（偽陽性）のリスクを適切に評価し、最小化していくためには、経済分析を積極的に活用していくことが望ましい。更に、経済的証拠は、裁判所・執行当局などの競争法適用の判断者を説得する鍵となりうるものであり、当事者の立場からこれを積極的に活用していくことが必要となる¹⁴³。

¹⁴² 企業結合審査における経済分析の有用性を指摘した文献として、大橋(2011)がある。大橋(2011)によれば、経済分析の考え方は全世界で共通であることから、海外当局とのコミュニケーションも行いやすいというメリットもある。

¹⁴³ Baker, J., B. (2019) 『反トラストパラダイム－競争的な経済の再構築－』（原題 The Antitrust Paradigm : Restoring A Competitive Economy）（第10章）では、「最高裁を説得するために、原告は現代経済学に根ざした議論に大きく依存すべきである。経済的証拠に裏付けられた経済的論拠は、反トラスト法を経済的目標を前進させるものとして理解しようとする裁判所を説得する鍵である。」として、当事者が裁判所を説得する「鍵」として経済的証拠の意義を強調する。

2.2.2. 経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み

従来、日本における独禁法上の行政措置や関連の訴訟は、公取委中心主義¹⁴⁴が採られており、それゆえに審判決は多くなかったと言われている¹⁴⁵。企業結合に限ってみると、その是非が審判決で争われた事例は八幡・富士製鐵の合併等数えるほどしかない。一方で、法的には公取委がクリアランスを出さない企業結合に対し、企業側が裁判所での判断を求めるという可能性は常に担保されている。経済分析が日本の企業結合審査で今後更に活用されていく場合、裁判において経済分析による証拠や証言の有用性をどのように評価するかという問題が顕在化する可能性がある。また、裁判に至らない場合もかかる評価基準は有用である。

過去の審判決の蓄積が少ないことから、日本における経済分析による証拠や証言の有用性の評価方法に関する研究は多くはない。企業結合審査における経済分析の取扱いに触れたものとして、大橋(2011)¹⁴⁶がある。それによると、経済分析に関しては、その結果が自動的に信頼性のあるものだと結論付けることは出来ず、常にどのような仮定、データ、分析手法を用いているかを批判的に吟味することが重要となる。また、経済分析は万能ではなく、むしろヒアリングによる証拠や物的証拠を補完し、各証拠の信頼性等の価値を確認するための1つの尺度を提供するものであることに注意する必要がある。

一般に、裁判官は経済学について専門的な知識を有さないため、提出された経済分析の仮定等を十分に吟味することは簡単ではない。この点、陪審制が採用されている米国において、専門的証人の証言についてどのように評価しているかが参考になる可能性がある。米国においては、科学的な事柄に関する専門家証人の証言の受け入れ可能性を判断する基準として、ドーバート基準や連邦証拠規則 702 条が用いられている。連邦証拠規則 702 条の具体的な内容は以下の通りである。

¹⁴⁴ 深津(2018)によると、「公取委中心主義」とは、公取委が独占禁止法に関する政策立案や法運用の権限を一手に担い、消費者が法の担い手として主体的に関与できる局面が限られている状況を指す。他方で深津(2018)は、審判制度の廃止等、公取委中心主義の意味合いが近年変化している点も指摘している。

深津健二(2018)「経済法の担い手としての消費者・中小企業」法学会雑誌, 58(2), 1-38.

¹⁴⁵ 荒井弘毅(2003)「法廷における経済学——反トラスト法, 専門家証言」2003年度第1回法と経済学会発表論文

¹⁴⁶ 大橋弘(2011)「企業結合審査における経済分析(特集 競争法における経済分析)」公正取引, (734), 12-17

- 専門家の科学的・技術的・又は他の専門的な知識は、証拠を理解することや、争点となっている事実を決定することの助けになるか
- 証言は科学的な事実かデータに基づくものか
- 証言は信頼できる原則や手法により生成されたものか
- 証人は、事案の事実に対して信頼できるやり方で原理や手法を適用したか

また、OECD では 2008 年の政策ラウンドテーブルにおいて、各国の裁判所における経済分析の証拠としての受容について議論が行われている。その報告書¹⁴⁷では、各国においても裁判官が経済分析の証拠としての採用に消極的になることが多いことが指摘されている。その理由としては、（１）厳格な証明責任、（２）当局によるガイダンスの欠如、（３）裁判官の理解の欠如、（４）当局による非効果的な説明が挙げられている。一方で、裁判官が複雑な経済分析による証拠を適切に理解するため、様々な方策が実施されている。例えばフランスでは、裁判官が用いるための質問リストが作成されている。そうした質問リストは、経済分析の信頼性、事案への適合性、内的な整合性、理論が出版されたものか等を聞くものとなっている。日本の裁判所における経済分析の証拠の有用性評価を考えるにあたり、こうした議論も参考になるものと考えられる。

更に、各国の当局の審査の段階において、経済分析の証拠としての信頼性を確保するうえでは、各当局が発行している経済分析の提出指針（「ベストプラクティス」と呼ばれる）が参考となる。

日本とカナダ¹⁴⁸以外の主要国は、このベストプラクティスを発行している。内容については、2.2.2.1 節から 2.2.2.4 節の通りであるが、各国の間で大きな相違はなく、重要な点を総括すると、以下の 4 点に集約される。

1. 関連性（調べたい争点に対する分析になっているのか）

¹⁴⁷ OECD (2008) Presenting Complex Economic Theories to Judges, available at <http://www.oecd.org/daf/competition/abuse/41776770.pdf>

¹⁴⁸ ただし、カナダについては、他の欧米諸国のような一般的な経済分析の提出指針となるベストプラクティスはないものの、効率性の評価方法を示すガイド（A practical guide to efficiencies analysis in merger review）や小売合併の経済分析（Economic analysis of retail mergers at Competition Bureau）などある分野に特化したものについては、報告書が発行され指針が示されている

2. 明確さないし透明性（専門家以外でもわかりやすい記載や分析の裏側にある仮定等についてもクリアになっているか）
3. 網羅性ないし完全さ（分析の頑健性や記述の描写に不足がないか）
4. 再現可能性（データやコード等の提出）

2.2.2.1. 米国のベストプラクティス

経済分析を担当している FTC の経済局は、データ提出及びデータ分析に関するベストプラクティスを、BEST PRACTICES FOR SUBMITTING DATA AND ECONOMIC ANALYSIS DURING ANTITRUST INVESTIGATIONS として公開している¹⁴⁹。

当局側が分析をするにあたって配慮することや方針が記載されており、以下の点が挙げられている：

- 個人情報（Sensitive Personally Identifiable Information）に関して配慮
- 経済局のスタッフは、審査の初期段階から、競争阻害の理論や効率性等の正当化事由について、当事会社と可能な範囲で議論を行う。審査が進行し、新たな情報が考慮されることで、競争阻害の理論は修正されることもある。
- 経済局のスタッフは、当事会社に対し、経済局で実施した実証分析の結果の説明、当事会社で実施した実証分析に対するレビュー、当事会社側で行うことが有益と考えられる実証分析の提案を行う

当事会社が経済分析を提出する場合のベストプラクティスとして、以下の点が挙げられている：

- FTC に対して、エコノミストを連れていく旨を伝える
- 実証分析の結果を、審査の出来るだけ早い段階で FTC に伝える

¹⁴⁹ https://loadtest.ftc.gov/about-ftc/bureaus-offices/bureau-economics/best-practices#_ftn3

同ベストプラクティスは FTC による発行であるが、DOJ でも同様の考え方であると推測する。

- FTCスタッフが分析結果を十分に理解するために、ミーティングの数日前には、分析結果の文書をFTCに提出する
- 用いた手法などの詳細が分かるようにする。特に、信頼区間や標準誤差、データの内生性にどう対処したか、複数の頑健性チェックの結果が含まれているべきである
- データは分析前のオリジナルな形式と、当事会社側で使用するために加工した形式の両方で提供する。ミーティングの事前に提出する
- 分析に用いたプログラムやコードを提供するとともに、特定のソフトウェアを用いたのであればそのソフトウェアの名称（例：STATA）を提供する

2.2.2.2. EUのベストプラクティス

EC（2010）「Best Practices for the Submission of Economic Evidence and Data Collection in Cases Concerning the Application of Articles 101 and 102 TFEU and in Merger Cases」¹⁵⁰では、当事会社が当局に経済分析内容を提示する際に必要なこととして、以下の項目ごとに説明している。

- 関連のクエスチョン（争点）をまず形成する必要があること
- データの関連性と信頼性の程度を把握するために説明すること
- モデルの特定化や観測、推定について、なぜそのモデルがよりよいモデルなのかを検証する必要があるため、実証分析手法の選択について説明すること
- 結果の報告と解釈について、いくつかの点に気を付けること。例として、再現性があることが重要であること。サンプルサイズや統計的有意性、推定値の範囲における記載や説明を記載すること。また、特定の関心ある変数の係数推定値だけでなく、すべての説明変数における解釈が必要であること等
- 頑健性を確認し、例えば複数のモデルの結果を提示して示すこと
- 更なる推奨として、分析リソースについて言及し、仮にリソースの関係で当事会社側ができなかったとしても実施したかった分析があれば、その旨を提案すること。データやファイルについてはタイムリーに当局のリクエストに応じて提供すること

¹⁵⁰https://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/best_practices_submission_en.pdf

また、定量データにおける当局リクエストへの対応についてもベストプラクティスを記載しており、対応の主な基準として、「完全さ（リクエストされたものはすべて出すこと）」「正確性（データの変数に関して正確かどうか）」「適時性（適時にデータ提出すること）」を挙げている。

2.2.2.3. 英国のベストプラクティス

英国当局は 2009 年に当事会社から当局へのデータ提出及びデータ分析に関するベストプラクティスを、Suggested best practice for submissions of technical economic analysis from parties to the Competition Commission として公開し¹⁵¹、内容は以下のとおりである。

- 提出における一般的な 3 原則「明確さと透明性」「完全」「結果の再現性」
 - 「明確さと透明性」：経済分析の結果を明確にすることだけでなく、方法や仮定、それらの妥当性、結果の頑健性について明記したほうがよい。エコノミストでない人にも理解できるもののほうがよい
 - 「完全性」：すべての仮定の議論や、テクニックの選択の説明、計量分析結果、判断テスト、頑健性チェックなど分析について完全に描写すること
 - 「結果の再現性」：事案によっては、提出された分析の結果を当局は再現したいので、コードやデータファイルの要望に応じて、当事会社は準備した方がよい
- 提出資料の構造
 - 1 つめに、5 頁以下のエグゼクティブサマリーをつけること。サマリーには分析目的、データの性質、採用手法、仮定、結果、頑健性をカバーすること
 - 2 つめに、オーバービューをつけること。具体的には、経済理論や手法及び計量上の問題・特定化・操作変数の選択などについて参照や説明をいれること。
 - 最後に、手法や結果について詳細に記載した、技術的な Appendix をつけること。

¹⁵¹

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284388/best_practice.pdf

- データ分析と計量分析における推定について詳細なガイドラインを記載（計量モデリングなら何を記載し提供すべきか、データやファイルはどのように提供すべきか、サーベイの証拠なら何を記載すべきかなど）

2.2.2.4. ドイツのベストプラクティス

独当局は2010年に“Best practices for expert economic opinions”¹⁵²を公表した。「1. 意見書に関する原則」、「2. 理論／定性分析の基準」、「3. 実証分析の基準」の3部構成で記載され、報告手続きについても記載されている。

1. 意見書に関する原則

- 基本的要件「関連性（Relevance）」「完全性（Completeness）」「透明性（Transparency）」「一貫性（Consistency）」の4つが必要である。
 - 「関連性（Relevance）」：どのような競争上の問題に対応し、どの方法が使用され、何の結論と含意があるのかについて争点と関連している必要がある
 - 「完全性（Completeness）」：合理的な期間内に、当局が理解できるように報告する必要がある。結果を理解し、再現するために必要な情報を含まない意見は不完全とみなす。
 - 「透明性（Transparency）」：経済分析は一般的に仮定の単純化に基づいているため、それが競争法上の当該事例にあった仮定なのかどうか評価され、開示されるべきである。
 - 「一貫性（Consistency）」：意見書に同じ又は異なる状況で複数の分析が含まれる場合、仮定や結果は互いに矛盾してはいけぬ。もし矛盾があるのであれば、それを当事会社側が気づいたうえで説明する必要がある。
- 当局には経済学者でない人も意思決定に関わっている以上、経済学者でない人にも理解できる「ノンテクニカルサマリー」が必要である。「ノンテクニカルサマリー」には、目的、方法、モデル記述と仮定（Specification）、結果、頑健性などを端的に記述する必要がある。

¹⁵²https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Bekanntmachungen/Notice%20-%20Standards%20for%20economic%20opinions.pdf?__blob=publicationFile&v=2

- 非機密の形式と機密の形式の両方の意見書を提出する必要がある。
- 分析の際に参考とした参考文献を記述する必要がある。参考文献があるならば、そのモデルなどに準拠するかどうかを説明する必要がある。参考文献から修正するならば修正を明確に、詳細に説明する必要がある。また、適切な参考文献がない状況で理論や方法を使用するならば、それらについて正当化するために詳細に説明しなければならない

2. 理論／定性分析の基準

理論モデルの選択、理論モデルと競争上の争点との関係、頑健性について記載があるが、いずれもモデルの仮定について妥当なのかどうかを判断するために仮定の説明を重視する旨の記載がなされている。

3. 実証分析の基準

方法、データプロセスとサンプリングについて明確に記載すること。結果の表示については、表形式での提示、結果の説明、競争上の問題に照らした結論の説明が必要である。また、推定式の変更、異なる推定方法の使用、異なるデータの使用などで結果を比較するなど頑健性を確認し提示することを推奨する。同じ分析結果に到達する分析が多ければ多いほど、経済的証拠の重要性が増す。

報告手続きについては、提出文書に、専門家意見の結論をフォローするに必要なデータ、プログラムコード、及び説明を含める必要がある。また、公開されていないないし簡単に入手できない引用文献についても提出する必要がある。

2.2.3. 欧米・日本におけるベストプラクティス比較

図表 2.17 は、前節の内容を踏まえ、各国の経済分析提出におけるベストプラクティスを比較したものである。審査の公正性・透明性を確保するための工夫や運用について全般的に比較を行うために、経済分析の適切性を確保するための基準の内容に加えて、経済分析を含めた審査内容に関する当局と当事会社間のコミュニケーションの場（各国の競争当局と当事会社間のコミュニケーションの節も併せて参照）や、第三者レビューや対外的な公表及び事後検証のレビュー制度についても掲載して比較することとした。日本と欧米諸国で比較すると、以下の点に大きな違いがみられる。

- カナダを除き欧米では経済分析に関するベストプラクティスが存在するが、日本にはないため、どういった経済分析の意見書を提出するのが適切か日本の企業に対して明確になっていない。このことが、当局と当事会社双方で経済分析を行う態勢に影響を与えていると考えられる。
- 当局の分析を含む審査内容や論点に関して、当事会社側が当局とコミュニケーションをとる場について、欧米諸国では、当局自ら積極的にとっている。他方、日本では設けられているものの、当事会社の申出があれば応じるようなやや受動的な文面である。
- 英国やEUでは、手続官あるいは聴聞官が、当事会社と当局の間に立って、特に情報の機密性に関する紛争を処理する役目を担いながら、手続き上の処理を行っている。このような聴聞官制度は、日本にはないものの、経済分析の活用に向けて有効な手段となりうる。
- 事後検証については、欧州・英国・カナダでは実際に当局外部のエコノミストやコンサルタントに委託するケースが存在し、また、ドイツでは少なくとも当局外部の組織の目が入っている状況である。米国では当局内部レビューが主体であるが、外部のエコノミストによる分析が豊富にあり議論が活性化されている。他方で、日本は公取委 CPRC として 2012 年に事後検証を行った結果を公表しているものの経済分析の人員構成は内部者であり、外部者が十分確認するまでの制度にはなっていない。OECD(2016)では、事後検証は内部型で行うか、外部型で行うか、それとも混合型（内部に調査を実行させ、外部から学者等アドバイザーが関与し必要に応じて分析を改善させること）の3タイプが記載され、それぞれにメリット・デメリット（図表 2.18 参照）があるが、それら要因を考慮したうえで選択する必要性を論じている。必要に応じて外部型あるいは混合型を実際に選択している欧州のケースを踏まえると、外部型又は混合型によるレビューは検討に値することが示唆される。

図表 2.17 各国のベストプラクティスの比較

	日本	米国	EU	英国	ドイツ	カナダ
経済分析の適切性を確保するための基準	<ul style="list-style-type: none"> ・経済分析に関するベストプラクティス等の基準はなし 	<ul style="list-style-type: none"> ・FTCにエコノミストが同行 ・分析結果を出来るだけ早く事前に共有 ・分析の詳細（信頼区間、標準誤差、データの内生性への対処）を記載 ・加工前、加工後のデータを提出 ・プログラムやコード、使用したソフトウェア名を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・事案の性質を踏まえた、明確な問いの設定 ・データの関連性と信頼性の確保 ・採用する分析手法の正当化 ・再現性に留意し、詳細に報告 ・複数の分析で、頑健性を確認 ・当局からのデータ等リクエストに対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・経済分析の結果を明確にすることだけでなく、方法や仮定、それらの妥当性、結果の頑健性について明記 ・エコノミストでない人にも理解可能とすること ・当局が再現できるよう、コードやデータファイルを準備 	<ul style="list-style-type: none"> ・以下の4原則が必要：関連性；競争上の問題に関連していること ・完全性；合理的な期間内に理解可能で、再現可能であること ・透明性；単純化の仮定が事案の関連事実にあっていること ・一貫性；複数の分析の仮定と結果に説明できない矛盾がないこと 	<ul style="list-style-type: none"> ・経済分析に関するベストプラクティス等の基準はなし
コミュニケーション（当事者への説明・開示）	<ul style="list-style-type: none"> ・届出会社から企業結合審査における論点等について説明を求められた場合又は必要と認める場合には、その時点における論点等について説明 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査の初期段階から、経済局スタッフと当事会社で議論を行う ・経済局スタッフは実施した実証分析の結果の説明、当事会社の実証分析に対するレビュー、当事会社側への実証分析の提案を行う ・個人情報に配慮 	<ul style="list-style-type: none"> ・意思決定プロセスの質や効率性、透明性を確保するため、手続き上の重要なポイントで当局と当事会社間で相互に情報交換する「State of Play Meetings」の場が与えられている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・エコノミストの分析結果を含む作業文書（working paper）が、適宜当事会社に開示され、当事会社に反応の機会が与えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査の全ての段階において当事会社から経済専門家による意見を受け付け、当局側での検討結果を審査プロセスの中で当事会社と議論する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査フローの中で、事前課題相談（pre-issuance dialogue）や事後課題相談（post-issuance dialogue）等の話し合いの機会がある ・全般的に、当事者とのオープンかつ協調的な対話を奨励
第三者レビュー（裁判所を除く）	<ul style="list-style-type: none"> ・第三者レビューの仕組みはなし（東京地方裁判所に提訴） 	<ul style="list-style-type: none"> ・FTCについては、一定の独立性と身分保障を得ている行政法判事（Administrative Law Judge）による審判制度 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争総局から独立した聴聞官（hearing officer）が手続き上の瑕疵の有無を判断 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局の決定に対して、競争審判所（Competition Appeal Tribunal）への不服申立て制度 	<ul style="list-style-type: none"> ・第三者レビューの仕組みはなし（デュッセルドルフ高等裁判所に提訴） 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争審判所の制度がある
対外的な公表	<ul style="list-style-type: none"> ・主要な企業結合事例で一部の分析について概要を公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局ウェブサイトにて公表される事例概要の中で公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・以下の3要件を満たす情報以外は公表 <ul style="list-style-type: none"> (i) 一部の人間にのみが知り、(ii) 開示が当事会社又は第三者に深刻な被害を引き起こし、(iii) 開示により害される利益に保護する価値がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局が実施したサーベイ分析等について、機密情報を削除した上で、当局ウェブサイトにおいて分析内容の詳細を公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局ウェブサイトにて公表される事例概要の中で公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局のウェブサイトにて当事会社名・産業界・審査結果のみ全事例掲載 ・重要な事例についてはプレスリリースにて公表
事後検証におけるレビュー制度	<ul style="list-style-type: none"> ・当局内部で事後検証。2012年のペーパー以降公表が見られない 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局内部で事後検証し、当局ウェブサイト上のワーキングペーパーで結果を報告 ・必要に応じてパブリックコメントを募集 	<ul style="list-style-type: none"> ・内部のピアレビュー他、外部のアカデミックエコノミストやコンサルティンクに委託 	<ul style="list-style-type: none"> ・当局内部では、最低毎年2つの事業および（または）市場調査の評価を実施 ・外部のコンサルティンク会社にも適宜依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・独占委員会が事後検証の役割を持つ 	<ul style="list-style-type: none"> ・外部のコンサルティンクに委託するケースあり ・他、当局内部で問題解消措置のレビューあり

図表 2.18 内部型・外部型・混合型の事後検証メリットデメリット

	内部型	外部型	混合型
機密性制約	○		内部型・外部型双方のメリットが補われ、ほぼ○
スタッフの能力開発の機会	○		
事案の背景知識	○		
必要な計量経済学スキルを備えたエコノミストの十分性		○	
審査決定の客観性		○	
適切なタイムテーブル		○	
コスト		×	
質と公平性を上げる運用 (外部者の作業を内部者がテストして質問する運用など)		○	
必要な全てのスキルと技術知識の内部化			×

出所：OECD(2016)を参考に NERA 作成

2.2.4. 水平統合の判断枠組みと、関連する経済分析

ここでは、主に水平型企业結合に関連し、各国・地域で用いられてきた経済分析ツールを紹介する。特定の分析手法が、ときには市場画定の一環として、ときには競争評価として用いられることがしばしばあるため、ツールの分類は流動的なものである。

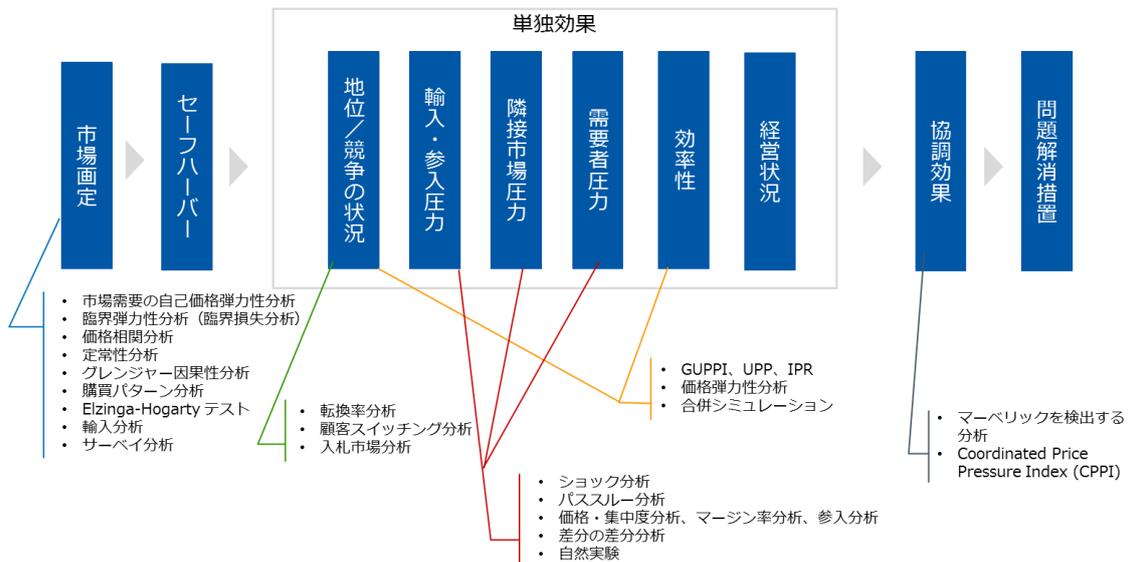
企業結合審査において用いられる経済分析手法を解説した日本語文献として、公取委 CPRC からいくつかのディスカッションペーパーが出版されている¹⁵³他、越智 (2005)、NERA (2014)等がある。EU の企業結合審査における経済分析手法を詳細に解説したものとして、Gore et. al. (2013) がある。また、OECD (2011) は、各国・地域における経済分析の活用状況を比較するとともに、主要な経済分析手法の紹介を行っている。

2.2.4.1. 分析手法のオーバービュー

図表 2.19 は、日本の企業結合ガイドラインにおける考慮項目と、それに対応する経済分析手法を示したものである。

¹⁵³公取委 CPRC (2005)、同 (2012)、同 (2015)

図表 2.19 経済分析手法のオーバービュー



主に市場画定に用いられる経済分析としては、仮想的独占者テスト（Hypothetical monopolist test）に直接関連するものとして、市場需要の自己価格弾力性分析、臨界損失分析（臨界弾力性分析）がある。また、その他の手法として、価格を用いた分析（価格相関分析・定常性分析・グレンジャー因果性分析）、販売数量を用いた分析（購買パターン分析・Elzinga-Hogarty テスト）、輸入分析、サーベイ分析がある。

主に単独効果の評価に用いられる経済分析としては、まず市場における競争の状況进行评估する手法として、転換率分析、顧客スイッチング分析、入札市場分析がある。更に、価格引上げインセンティブや、価格引上げの程度を定量的に評価する手法として、GUPPI、UPP、IRP、価格弾力性分析、合併シミュレーションがある。これらの手法の多くは、効率性向上を織り込んだ評価を行うことが可能である。また、輸入・参入圧力を評価する手法として、ショック分析がある。効率性の評価に有益な分析として、パススルー分析がある。

主に協調効果の評価に用いられる経済分析としては、マーベリックを検出する分析や、Coordinated Price Pressure Index（CPPI）がある。

単独効果と協調効果を区別することなく、市場構造と価格等の因果関係を直接検証する経済分析としては、価格・集中度分析、参入（退出）分析、マージンの計量分析、差分の差分分析、自然実験などがある。

2.2.4.2. 主に市場画定に用いられる経済分析

多くの国・地域のガイドラインにおいて、市場画定を行う際に仮想的独占者テストを用いるとされている。仮想的独占者テストは、暫定的に設定した市場が、当事会社の商品の代替となるような商品をすべからく含んでいるかを検証するテストである。価格引上げに着目した仮想的独占者テストは、SSNIPテストとも呼ばれる¹⁵⁴。具体的には、候補市場（candidate market）の商品すべてが仮想的独占者により独占されていることを仮定し、仮想的独占者が利益を最大化するような価格設定を行ったときに、当事会社の商品のうち少なくとも一つについて、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（SSNIP: Small but Significant and Non-transitory Increase in Price）が生じるような価格付けになるかを問う¹⁵⁵。そのような価格引上げが行われるのであれば、候補市場からその外への代替があまり生じないことを意味するため、当事会社の商品の代替品は十分に含まれていると考え、候補市場を正式な関連市場として画定する。逆にそのような価格引上げが行われないのであれば、候補市場の外に有力な代替品があることを意味するため、候補市場を広く取り直して再度仮想的独占者テストを行う。

SSNIP としては 5~10% 程度の価格引上げが想定されることが多いが、産業構造や当事会社のポジション等によって異なり得る¹⁵⁶。

SSNIP テストに関連する分析としては、臨界損失分析（臨界弾力性分析）がある。

SSNIP テストに直接関連するわけではないが、市場画定の間接的な証拠となり得る分析として、価格を用いた分析（価格相関分析・定常性分析・グレンジャー因果性分析）、販売数量を用いた分析（購買パターン分析・Elzinga-Hogarty テスト）がある。また、輸入を市場画定において考慮するかどうか検討するための分析として輸入分析がある。実務的にはサーベイ分析も市場画定において頻繁に用いられる。

¹⁵⁴ なお、仮想的独占者テストは必ずしも価格引上げだけに着目するものではなく、品質等他の競争変数の変化を用いて利用することも可能である。

¹⁵⁵ ここでの仮想的独占者テストの説明は米国水平合併ガイドラインの説明に基づく。日本や EU、英国の対応するガイドラインにおいては、仮想的独占者による全ての商品への SSNIP が、利潤を高めるかどうかを検討するとしている。

¹⁵⁶ 米国水平合併ガイドライン 10 頁

2.2.4.2.1. 市場需要の自己価格弾力性分析

2.2.4.2.1.1. 手法の概要

SSNIP テストにおいて最も重要なステップは、候補市場において価格引上げが行われたときに、候補市場の内側から外側にどの程度需要が流出するかを把握することである。市場の自己価格弾力性はその流出の程度を測るパラメータである。厳密には、市場の自己価格弾力性は、市場の全ての財の価格が 1% 上昇したときに、市場に対する需要（市場の全ての財に対する需要の合計）が何% 変化するかを表す値として定義される。

2.2.4.2.1.2. 必要となるデータ

複数の地理的、もしくは時間的市場が観測可能であることを前提に、それぞれの市場における市場内の全商品の価格と、それぞれの商品の販売数量が最低限必要となる。市場の数は出来るだけ多い方がいいが、それと同程度に重要なのは、市場間で価格の変動（及びそれに伴う販売数量の変動）があることである。また、各商品についての価格以外の品質に関する特徴も可能な範囲で入手しておくことが望ましい。例えばコンピュータであれば、CPU、メモリ、記憶容量、OS など多数の性能に関する情報が必要となる。

価格弾力性を推定する場合、ほぼ常に内生性（endogeneity）の問題に対処する必要がある。価格弾力性の文脈で問題になる典型的な内生性は、一部の市場において（観察できない要因によって）特定の商品の人気が高くなる結果、企業がそれを反映した高い値付けを行っているというものである。この場合、当該市場ではこの商品について高い価格と多い販売数量が観測されることになる。この状況に特段の配慮をせずに分析を進めた場合、価格を上げたとしても販売数量がそれほど減らない（極端な場合には価格を上げると販売数量が増える）という結果が得られるが、こうした関係は真の消費者行動を正しく反映したものにはなっていない。

内生性の問題に対処するためには、操作変数と呼ばれる新たな変数を用意する必要がある。価格弾力性を推定する際に必要となる操作変数は、商品の価格に外生的に影響を及ぼすが、商品の需要に影響する観察できない要因からは影響を受けないような変数である。典型例としては、外生的と考えられる原材料価格の変動である。

2.2.4.2.2. 臨界損失分析（臨界弾力性分析）

2.2.4.2.2.1. 手法の概要

SSNIP テストを厳密な意味で実施するものではないが¹⁵⁷、近似的なテストを行う手法として、臨界損失分析がある。臨界損失分析は、仮想的独占者が 5%から 10%の価格引上げを行ったときに利益を増加できるような需要減少割合の上限値（臨界損失）を求め、実際に同等の値上げを行ったときの需要減少割合（実際損失）と比較する分析手法である¹⁵⁸。

臨界損失 \leq 実際損失であれば価格引上げにより利益を増加させることが出来ないため、候補市場画定は狭すぎると判断される。逆に、臨界損失 $>$ 実際損失であれば、価格引上げにより利益を増加させることが出来るため、候補市場を正式に関連市場として画定して良いと判断される¹⁵⁹。

需要減少割合の代わりに、弾力性概念を用いて、臨界弾力性と実際弾力性を比較することで同等の分析を行なうことが出来る。この場合、臨界弾力性分析と呼ばれる。

2.2.4.2.2.2. 必要となるデータ

臨界損失分析を行なうためには、臨界損失と実際損失を求める必要がある。臨界損失は、価格上昇率（SSNIP の場合通常 5%から 10%の間の値）を定めれば、価格費用マージン率（価格と限界費用の差を、価格で割ったもの）から求められる。実際損失は、過去に生じた価格変動が、需要（販売量など）にどのような影響を生じたかを記録したデータから求めら

¹⁵⁷ 本記述は米国水平合併ガイドラインにおける SSNIP テストの定義を前提としている。日本や EU、英国のガイドラインでの SSNIP テストの定義を前提とすれば、市場需要の自己価格弾力性を推定した上で行われる臨界損失分析（臨界弾力性分析）は、厳密に SSNIP テストを実施するものと言える。

¹⁵⁸ 臨界損失の求め方として、仮想的独占者にとって 5%から 10%以上の価格引上げを行うことが利益最大化となるような需要減少割合の上限値として求めるアプローチも存在する。このアプローチを採用する場合、需要関数に線形性などの強い仮定を置く必要がある。

¹⁵⁹ 同質財市場においては説明の通り単一の臨界損失と実際損失を比較すれば良いが、差別化された財市場においては複数の臨界損失概念が考えられ、議論が複雑となる。差別化された財市場における臨界損失分析手法を整理したものとして

Meyer, C., & Wang, Y. (2012). A Comprehensive Look at the Critical Loss Analysis in a Differentiated Products Market. *Journal of Competition Law and Economics*, 8(4), 863-879.

れる。過去の価格変動に関するデータが得られない場合、消費者サーベイの結果を用いることも考えられる。

2.2.4.2.2.3. 利点

厳密な（米国水平合併ガイドラインで定義される形の）SSNIPテストを実施するのに比べ、データの要求水準が低いことが利点である¹⁶⁰。また、企業の価格付けにおける基本的なトレードオフ（価格引き上げと需要減少のトレードオフ）に着目した手法であり、直感的に理解がしやすいという利点がある。

2.2.4.2.2.4. 注意点

SSNIPテストと臨界損失分析（臨界弾力性分析）の間には乖離があることに注意が必要である。仮想的独占者が5%から10%の価格引き上げを行ったときに利益が増えない場合でも、さらなる価格引き上げ（例えば30%の価格引き上げ）により利益が最大化される可能性はある。少数の値上げに敏感な需要者と、大多数の値上げに鈍感な需要者で構成されるような市場においては、このようなことが生じ得る。この場合、SSNIPテストと臨界損失分析（臨界弾力性分析）の結論に違いが生じ、SSNIPテストに基づけば候補市場で市場画定を行うべきという結論となり、臨界損失分析（臨界弾力性分析）に基づけば候補市場を広げるべきという結論となる。このような場合では、臨界損失分析（臨界弾力性分析）が誤った結論を導くことになるので、注意が必要である¹⁶¹。

¹⁶⁰ 上述の通り、日本やEU、英国のガイドラインでのSSNIPテストの定義を前提とすれば、市場需要の自己価格弾力性を推定した上で行われる臨界損失分析（臨界弾力性分析）は、厳密にSSNIPテストを実施するものであり、その意味ではSSNIPテストに比べてデータ要求水準が低いということは出来ない。

¹⁶¹ この例とは逆に、臨界損失分析（臨界弾力性分析）に基づけば候補市場で市場画定を行うべきという結論となり、SSNIPテストに基づけば候補市場を広げるべきとなるような例も考えることが出来る。

2.2.4.2.3. 価格相関分析・定常性分析・グレンジャー因果性分析

2.2.4.2.3.1. 手法の概要

いずれも価格情報から、市場の一体性を間接的に立証する手法である。価格相関分析は、ある市場の価格と別の市場の価格の時間を通じた相関の高低により、市場の一体性を立証する。定常性分析は、ある市場の価格と別の市場の価格の比が定常性を有する（一時的に価格比が一定値から乖離しても十分に短い期間に元の値に収斂する）かどうかという基準で市場の一体性を立証する。グレンジャー因果性分析は、ある市場の価格が別の市場の価格に影響を与えているかどうかという基準で市場の一体性を立証する。

2.2.4.2.3.2. 必要となるデータ

価格のデータのみから、分析を実施することが出来る。通常、一体性を検証しようとしている複数の市場について、同じ期間における時系列データ（例えば3年間にわたり各週各市場の価格が並んだデータ）を用いて分析を行なう。分析の信頼を高めるために、価格に影響を与える要素に関する同様な時系列データが得られることが望ましい。

2.2.4.2.3.3. 利点

価格に関する時系列データのみで分析を行なうことが出来る点に、一番の利点がある。

2.2.4.2.3.4. 注意点

価格の相関は、しばしば競争とは関係のない共通要因（例えば、コストの変動）により引き起こされる（見せかけの相関）。見せかけの相関の可能性が高い場合、証拠としての信頼性はなくなる。

価格相関分析には、相関係数がどのくらい高ければ一体性があると主張することが出来るのか、明確な閾値がないという問題点もある。

定常性分析についても価格相関分析と同様に、見せかけの相関が生じるケースが多いため、注意が必要である。

グレンジャー因果性分析については、あくまでもある変数が他の変数の予測に有益であるかどうかを判断するものであるため、ある市場の価格と他の市場の価格の間に相互にグレン

ジャー因果が認められたからと言って、それを市場の一体性の証拠であるとみなす経済理論的な根拠は乏しいことに注意が必要である。

2.2.4.2.4. 購買パターン分析

2.2.4.2.4.1. 手法の概要

消費者の購買パターンから、どの製品群やどの地域の店舗が消費者の選択肢に含まれているのかを分析する手法である。例えば、同一の消費者が同一の商品をあるときは店舗 A で購入し、あるときは店舗 B で購入するといった状況が観察される場合、店舗 A と店舗 B は同一の地理的市場に属することを示唆する。また、企業間取引において、買手側企業が複数の売手側企業から見積りを取得している場合、これらの売手側企業は同一の市場に属することを示唆する。

地理的市場の画定に購買パターンを利用する伝統的手法として、Elzinga-Hogarty テスト¹⁶²がある。Elzinga-Hogarty テストでは、製品の出荷パターンのデータを用いて、候補市場の売上数量のうち 75% 以上が候補市場内の生産者から出荷されていること（LIFO : Little In From Outside）、及び候補市場の生産量のうち 75% 以上が候補市場内の需要者に販売されていること（LOFI : Little Out From Inside）の二条件が満たされる場合に、候補市場を正式な市場として画定する。

2.2.4.2.4.2. 必要となるデータ

販売数量のデータのみから、分析を実施することが出来る。多数の消費者について、複数の購買機会においてどのような行動を行ったかを記録したデータが必要となる。消費者サーベイによりこうしたデータを入手することが考えられる。

Elzinga-Hogarty テストを実施するためには、地域を跨いだ出荷及び地域内の出荷に関するデータが必要となる。

¹⁶² Hogarty, T., & Elzinga, K. G. (1973). The Problem of Geographic Market Delineation in Antimerger Suits. *Antitrust Bulletin*, 28, 45-81.

2.2.4.2.4.3. 利点

価格データを用いる必要がないため、価格規制が行われている産業（例：医療サービス産業）にも適用可能という利点がある。

2.2.4.2.4.4. 注意点

購買パターン分析から、消費者がどの商品を選択肢として考慮しているのかを把握することは出来るが、価格変化にどのように反応するのかという代替性に関する情報を得ることが出来ないため、購買パターン分析の結果は強い証拠とはみなされない。

2.2.4.2.5. 輸入分析

2.2.4.2.5.1. 手法の概要

国内価格に輸入が反応するのかを検証、国内供給の一時停止に輸入が反応するかを分析する手法である。自然実験（2.2.4.5.3節）の項で述べるショック分析を、市場画定の文脈で用いるものである。

2.2.4.2.6. サーベイ分析

2.2.4.2.6.1. 手法の概要

競争者や取引事業者、消費者に対するサーベイを行うことで、同一市場に含むべき製品の範囲を検討する手法である。

サーベイ分析は需要の価格弾力性の推定等にも用いられる。

2.2.4.3. 主に単独効果の評価に用いられる経済分析

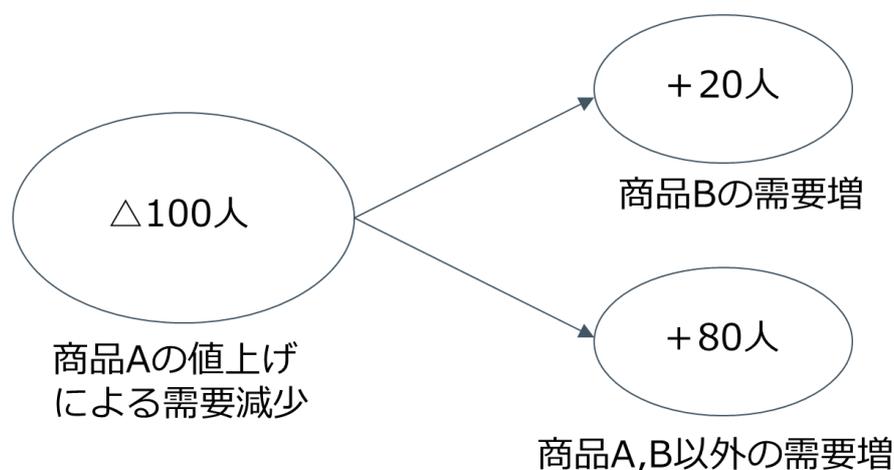
2.2.4.3.1. 転換率

2.2.4.3.1.1. 手法の概要

差別化された財市場¹⁶³において、企業間、ブランド間、商品間の代替性の程度を評価する上で基本となる指標が転換率（diversion ratio）である。転換率は、商品 A から商品 B への転換率というように、それぞれの企業、ブランド、商品のペアについて定義される。商品 A から商品 B への転換率は、商品 A の値上げによる商品 A の需要の減少分のうち、商品 B に対する需要に転換される割合を指す。例えば、商品 A が何%かの値上げを行ったことにより、100 人の消費者が商品 A の購入をやめたとする。このうち、20 人が商品 B を代わりに購入したとすると、商品 A から商品 B への転換率は $20/100=20\%$ と計算される。図表 2.20 は、その概要を示したものである。

¹⁶³ 経済学（産業組織論）における市場のモデルとして、同質財市場と差別化された財市場という区別の仕方があり、モデルによって分析手法や含意が変わってくる。同質財市場では価格以外の面での財（商品）の差別化が行われておらず、原則として消費者は最も価格が安い生産者から財を購入する。差別化された財市場では価格以外の面での財（商品）間の差別化が行われており、消費者は価格とそれ以外の面を総合的に評価した上で最も満足度の高い財を購入する。

図表 2.20 転換率の計算例



⇒商品Aから商品Bへの転換率=20/100=20%

商品 A から商品 B への転換率が高いほど、商品 A を販売する企業と商品 B を販売する企業が合併した場合に、単独での商品 A の価格引上げを行う蓋然性は高まる¹⁶⁴。商品 A の価格引上げによって失われる需要のうち、商品 B への転換という形で結合企業内に留まる割合がより大きくなるからである。転換率に加えて商品 B の価格費用マージンの情報を用いて価格引上げインセンティブをより正確に測る手法として、後述する UPP がある。

企業結合審査においては、当事会社同士が最も近接した競争者（closest competitor）かどうかしばしば論点となる。当事会社間の近接性の評価に、転換率は直接的な答えを与えることが出来る。転換率はまた、市場画定¹⁶⁵や問題解消措置でどの商品を切り離すべきか¹⁶⁶といった論点にも活用することが可能である。

¹⁶⁴ 米国水平合併ガイドライン 21 頁

¹⁶⁵ Oxera (2018). Diversion ratios: why does it matter where customers go if a shop is closed?. Agenda Advancing economics in business
https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/07/Diversion-ratios-updated_1.pdf.pdf

¹⁶⁶ Conlon, C. T., & Mortimer, J. H. (2018). Empirical properties of diversion ratios (No. w24816). National Bureau of Economic Research.

2.2.4.3.1.2. 必要となるデータ

商品 A から商品 B への転換率は、商品 A の自己価格弾力性、商品 A の価格に関する商品 B の交差価格弾力性、及び商品 A 及び商品 B の販売数量から算出可能である。Volvo/Scania や、Kimberley-Clark/Scott では、この方法により転換率の推定が行われた。ただし、価格弾力性を高い精度で推定することは必ずしも容易ではない。価格弾力性が得られない場合でも、転換率自体を直接推定することは可能である。むしろ、価格に関する情報を用いず、企業間、ブランド間、商品間の代替性を評価できる手法というところが、転換率の利点の一つである。

転換率を直接推定する代表的な手法は消費者サーベイ分析（2.2.4.2.6 節）である¹⁶⁷。転換率を推定するために必要なのは、消費者のセカンドチョイスに関する情報である。具体的には、商品 A を購入した人もしくは商品 A の購入意向を示した人に対し、「あなたはもし商品 A が売り切れていたとしたら、代わりにどの商品を購入しますか」という質問を行う。質問の全回答者のうち、「代わりに商品 B を購入する」と回答した人の割合が、商品 A から商品 B への転換率の推定値となる。VTech/LeapFrog（2.2.5.2.6 節）では、実際に当局から委任された調査会社が、転換率推定のための消費者サーベイを行っている。

消費者サーベイが利用可能でない場合、日々のビジネスの中で得られる情報から転換率が推定できる場合がある。例えば、自社の商品を新たに契約した顧客が、今まではどの他社の商品を利用していたかが把握できる場合、顧客スイッチング分析（2.2.4.3.2 節）により転換率の推定に役立てられる可能性がある。

取引が入札形式で行われている場合、入札データ分析（2.2.4.3.3 節）から転換率を推定することが可能である。企業 A が落札した案件のうち、企業 B が二番手であったものの割合が、企業 A から企業 B への転換率となる。この分析を行ったケースとして、Office Depot/Office Max（2.2.5.2.1 節）がある。

2.2.4.3.1.3. 利点

転換率の利点として、（1）概念として非常に明確であり、非専門家にとっても理解しやすい、（2）消費者サーベイを行うことにより、比較的容易に推定を行うことができる、

¹⁶⁷ Shapiro, C. (1995). Mergers with differentiated products. *Antitrust*, 10, 23.

(3) 差別化された財市場における単独による価格引上げインセンティブについて非常に重要な示唆を与え、UPPの構成要素となるという点を挙げる事が出来る。

転換率には、明示的な市場画定を必要としないという利点もある。消費者サーベイを行う際に、セカンドチョイスとして可能な限り広い選択肢を提供し、また、「その他」といった包括的な選択肢を含めることで、市場の画定なしに転換率を推定することが可能となる。

2.2.4.3.1.4. 注意点

転換率はあくまでも競争評価を行う上での最初の一步という位置づけであり、転換率のみから決定的な評価を行うことは出来ない。

10%値上げしたときの転換率、50%値上げしたときの転換率は異なる可能性がある。消費者サーベイにおいては全回答者の回答から転換率を算出することになるが、これは商品価格が誰も買わなくなるような水準まで上昇した場合、又は商品がそもそも購入不可能となった場合の転換率を算出していることになる。一方、企業結合審査では5%や10%程度の値上げが行われた場合の転換率に最も関心がある場合も多い。二つの転換率の間には相当程度(数%~数十%ポイント)の違いが生じる得ることに注意が必要である¹⁶⁸。

2.2.4.3.2. 顧客スイッチング分析

2.2.4.3.2.1. 手法の概要

特定の顧客が製品の購入先をどの程度変更しているのか、どこに変更しているのかを見ることにより、会社間の競合の程度を測る分析手法である。

2.2.4.3.2.2. 必要となるデータ

購買パターン分析と同様、多数の消費者について、複数の購買機会においてどのような行動を行ったかを記録したデータが必要となる。

¹⁶⁸ Conlon, C. T., & Mortimer, J. H. (2018). Empirical properties of diversion ratios (No. w24816). National Bureau of Economic Research.

2.2.4.3.3. 入札データ分析

2.2.4.3.3.1. 手法の概要

分析対象の市場において、入札により契約者が選ばれるオークションで競争が行われている場合、入札データ分析を用いて競争状況の分析を行う。

企業結合審査における入札データ分析として、参加者分析（participation analysis）とランナーアップ（二番手）分析（runner-up analysis）がある。いずれも、当事会社間の競合の程度を測る分析である。参加者分析は、当事会社が同じオークションに入札者として登場する頻度を分析することで、当事会社間の競合の程度を評価する。ランナーアップ分析は、当事会社がオークションにおいて1位と2位になるケースの割合から、当事会社間の競合の程度を評価する。ランナーアップ分析は、入札市場における転換率の推定に用いられる。

入札データを用いた他の分析手法として、入札者の数と価格の関係の分析や、ランナーアップがどの会社であったかと価格の関係の分析などがある。価格・集中度分析を入札市場に適用したものと考えることが出来る。

2.2.4.3.3.2. 必要となるデータ

入札が繰り返し行われていることを前提に、各入札における参加者数、どの企業が参加したか、どの企業がいくらで落札したか、2位以降の企業名とその入札額が必要となる。全ての情報が把握可能でなくても、一部の分析は実施可能である。

2.2.4.3.4. UPP

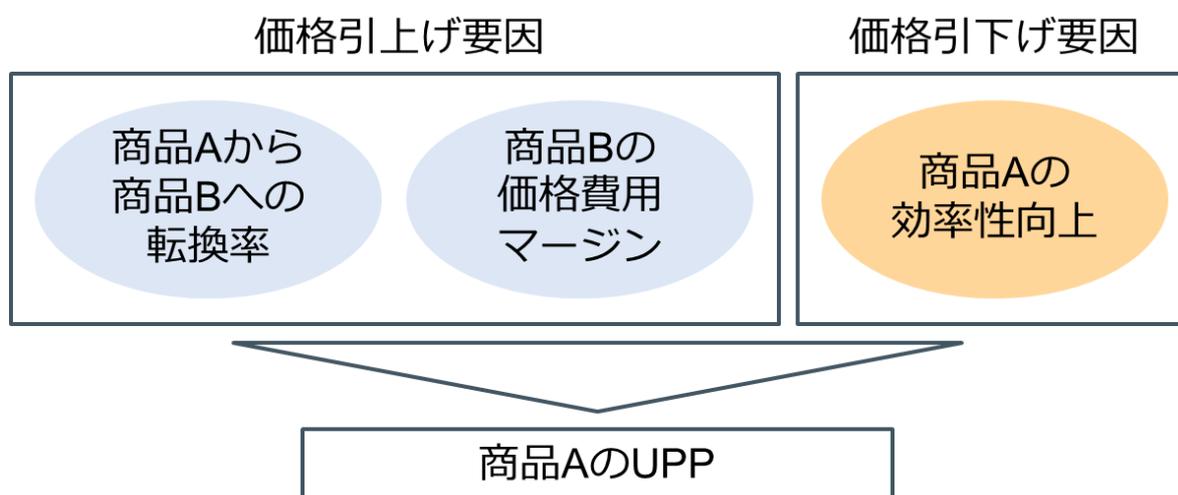
2.2.4.3.4.1. 手法の概要

upward pricing pressure の略称である。日本語で価格上昇圧力と呼ばれる。一般的な価格引上げの圧力ではなく、後述する特定の指標を指す。

当事会社間の競争がなくなることにより生じる価格引上げインセンティブから限界費用の低下による価格引下げインセンティブを差し引き、ネットでの価格引上げインセンティブを算出するものである。UPPは、各商品について定義される。

前述の転換率（2.2.4.3.1 節）のとおり、商品 A から商品 B への転換率が高いほど、商品 A を販売する企業と商品 B を販売する企業が合併した場合に、単独での商品 A の価格上げを行う蓋然性は高まる。加えて、商品 B の価格費用マージンが大きいほど、商品 A の価格上げインセンティブは強くなる。他方で、合併により効率が高まれば、限界費用低下により価格引き下げインセンティブが生じる。これらの三つの要素を考慮した全体としての価格上げインセンティブを算出したものが、商品 A の UPP である（図表 2.21）。効率性向上効果が十分に大きい場合には、UPP はマイナスの値となり得る。

図表 2.21 UPP の構成要素



数学的には、UPP は以下のように定義される。ベルトラン競争¹⁶⁹を仮定し、簡単化のため当事会社はそれぞれ単一の製品（商品 A、商品 B）を販売していると仮定したとき、A に対する UPP は

$$UPP_A = D_{AB}(P_B - C_B) - E_A C_A$$

と定義される。ここで D_{AB} は A から B への転換率、 P_B は B の価格、 C_A 及び C_B はそれぞれ A 及び B の限界費用、 E_A は A の限界費用に関する効率性向上効果を表すパラメータである。

¹⁶⁹ ベルトラン競争とは、企業の競争のモデルの一つで、各企業が価格を設定することで競争することを仮定するものである。他のモデルとして、各企業が供給量を設定することで競争することを仮定するクールノー競争がある。対象としている市場をベルトラン競争としてモデル化するか、クールノー競争としてモデル化するかで結論は変わり得る。差別化された財市場においては、ベルトラン競争を仮定することが通常である。

価格上昇圧力 UPP_A とその各要素との関係は、以下のように直感的に説明できる。まず、転換率 D_{AB} が高ければ高いほど、Aの価格を引き上げたときに失われるAの売上のうちBに転換することで補われる割合が高くなるため、 UPP_A は大きい値となる。また、Bの価格費用マージン $P_B - C_B$ が大きいほど、Bに転換した売上から生じる利益が大きくなるため、 UPP_A は大きい値となる。最後に、効率性向上効果を表す $E_A C_A$ が大きければ大きいほど、 UPP_A は小さい値となる。

非常に一般的な条件の下で、両方の製品に対するUPPが正のとき、当事会社が実際に価格引き上げを行う（すなわち、UPPが価格引き上げの指標として機能している）ことが示されている¹⁷⁰。

米国の水平合併ガイドラインは、差別化された財市場における単独効果を評価する上では、HHIの水準よりもUPPをはるかに重視する旨を明言している¹⁷¹。

UPPがゼロとなるような E の値を計算することで、最低限どの程度の限界費用低減効果があれば価格引き上げインセンティブを相殺できるかを見る指標と考えることも出来る。

UPPの発案者によると、UPPはあくまでも価格引き上げインセンティブの指標であり、定量的にどの程度の価格引き上げが行われるかを評価するものではない¹⁷²。一方、その後の研究¹⁷³では、標準的なlog-concaveな需要システムの仮定の下では、UPPは合併による価格の上昇の程度を相当程度正確に予測することが明らかにされている。ただし、より凸な需要の場合には価格上昇を過小に評価することも同時に示されている。

2.2.4.3.4.2. 必要となるデータ

企業結合前における、当事会社の価格と限界費用及び、当事会社間の転換率を求めるためのデータが必要となる。

¹⁷⁰ Farrell, J., & Shapiro, C. (2010).

¹⁷¹ 水平合併ガイドライン 21 頁

¹⁷² Farrell, J., & Shapiro, C. (2010). Antitrust evaluation of horizontal mergers: An economic alternative to market definition. *The BE Journal of Theoretical Economics*, 10(1).

¹⁷³ Miller, N. H., Remer, M., Ryan, C., & Sheu, G. (2017). Upward pricing pressure as a predictor of merger price effects. *International Journal of Industrial Organization*, 52, 216-247.

当事会社の価格と限界費用に関しては、入手難易度は低いと考えられる。限界費用は会計情報から直接的に求めることは通常できないが、当事会社に対するヒアリングを行い、製造原価やその他費用に関する内部データを分析することで、ある程度の精度で推定することは可能だと思われる。転換率に関しては、ビジネスの態様に応じて、顧客スイッチング分析、入札データ分析等を行うことにより、また、消費者アンケートを行うことにより、需要の価格弾力性と比べると比較的容易に推定が可能である。

スクリーニング用途として用いることを考えた場合、効率性向上のパラメータ E_A には一定の値（例えば 10%の効率性向上を見込んで 0.9）を仮定することが通常である。

2.2.4.3.4.3. 利点

明示的な市場画定を必要としないという利点がある。また、当事会社間の転換率及び、当事会社の価格と限界費用、効率性向上のパラメータという、当事会社のデータだけから計算可能という利点がある。

2.2.4.3.4.4. 注意点

UPP は簡便性を重視した指標であるため、いくつか大胆な仮定を置いている。第一に、当事会社以外の競争者の価格設定は変わらないと仮定している。理論的にも現実的にも、当事会社の価格変更は競争者の価格設定に影響を与え、それがまた当事会社の価格設定インセンティブを変更するというフィードバックループが生じると考えられる。その結果としてどのような新しい均衡に行きつくのかを正しく予測するためには、合併シミュレーション（2.2.3.3.8 節）が必要となる。

2.2.4.3.5. GUPPI

2.2.4.3.5.1. 手法の概要

GUPPI は、Gross Upward Pricing Pressure Index の略称であり、UPP（2.2.4.3.4 節）の項目で示した UPP_A の定義から、第二項の効率性向上に関する部分を削除し、A の価格 P_A で割ったものとして定義される。解釈が行いやすいという理由から、GUPPI が用いられることがある。

2.2.4.3.5.2. 必要となるデータ

UPPと同じデータが必要となる。

2.2.4.3.6. IPR

2.2.4.3.6.1. 手法の概要

IPRは、需要関数の形状に仮定を置くことにより、UPPから価格引上げの程度を予測する手法である。需要関数の形状としては、弾力性一定や線形という仮定が通常用いられる。

2.2.4.3.6.2. 必要となるデータ

UPPと同じデータが必要となる。

2.2.4.3.7. 価格弾力性分析

2.2.4.3.7.1. 手法の概要

ある商品の価格が1%上昇（低下）したときに、その商品の需要が何%低下（上昇）するか（自己価格弾力性）及び、他の商品の需要が何%上昇（低下）するか（交差価格弾力性）を推定する分析。自己価格弾力性及び交差価格弾力性は他の多くの分析手法の重要なインプットとなる。

2.2.4.3.7.2. 必要となるデータ

市場需要の自己価格弾力性分析（2.2.4.2.1節）と同様のデータが必要となる。

2.2.4.3.8. 合併シミュレーション

2.2.4.3.8.1. 手法の概要

企業結合後に市場価格がどの程度変化するかを定量的に予測するためには、当事会社の価格引上げインセンティブを考慮するだけでは不十分である。UPPの欠点の項で指摘したとおり、当事会社と競争者との戦略的な相互作用を考慮する必要があるからである。戦略的な相互作用の結果としてどのような均衡に行きつくかを、ゲーム理論を用いてモデル化した上

で、モデルの構成要素となる需要関数や費用関数をデータから推定し、企業結合後の均衡価格・数量等を定量的に求める一連の分析を、合併シミュレーションと呼ぶ。

2.2.4.3.8.2. 必要となるデータ

多数の市場について、各市場の特性（市場規模、消費者の分布等）、各市場における全商品の価格、特性、販売数量に関する情報が需要サイドとして必要となる。価格弾力性分析（2.2.4.3.7節）で述べた通り、価格の内生性の問題に対処するために操作変数（2.2.4.2.1.2必要となるデータ参照）が必要となる。

費用サイドとしては、各市場における限界費用に影響を与える要因のデータがあることが望ましい。

2.2.4.3.8.3. 利点

消費者余剰や生産者余剰がどの程度変化するかまで定量的に評価することが出来るという利点がある。

2.2.4.3.8.4. 注意点

仮定により結果が大きく変わり得るため、頑健性が問題となりやすい。Walker (2005)¹⁷⁴によると、自己価格弾力性の値が10%異なるだけで、合併後の価格上昇の予測は大幅に変わるケースがある。

データの要求水準が高く、常に利用可能でないという欠点がある。

また、非常に複雑なモデルのため、更に参入障壁、需要者圧力、製品再配置、非価格競争等を織り込むことは困難である。

これらの欠点があるため、過去に期待されていたよりは各国・地域の実務において使われていないという実態がある¹⁷⁵。

¹⁷⁴ Walker, M. (2005). The potential for significant inaccuracies in merger simulation models. *Journal of Competition Law and Economics*, 1(3), 473-496.

¹⁷⁵ OECD(2011)

<http://www.oecd.org/daf/competition/EconomicEvidenceInMergerAnalysis2011.pdf>

2.2.4.3.9. パススルー分析

2.2.4.3.9.1. 手法の概要

過去に生じた限界費用の変化が価格にどのように転嫁されたかを分析することで、効率性向上の成果がどの程度消費者に還元されるかを明らかにする分析手法である。

2.2.4.4. 主に協調効果の評価に用いられる経済分析

企業結合により協調効果が起こりやすくなるかどうかという論点に、直接的に経済分析を用いることは難しい。間接的な証拠を与える分析として、市場にマーベリック¹⁷⁶が存在するかどうかを検証する分析が考えられる。また、単独効果における UPP に対応するものとして、Coordinated Price Pressure Index (CPPI) という指標が考案されている。ただし、現状では実務で明示的に使用されているものではない。

2.2.4.4.1. マーベリックを検出する分析

2.2.4.4.1.1. 手法の概要

過去の特定の競争者の価格付け等の行動や費用構造が当事会社やその他の競争者と異なるかどうかを検証することにより、当該競争者がマーベリックと考えられるかを分析する手法である。

¹⁷⁶ マーベリック (maverick) とは「一匹狼」を意味し、積極的な値下げを仕掛けるなど、競争の活発化に寄与する程度が大きい企業を指す。

2.2.4.4.2. Coordinated Price Pressure Index (CPPI)

2.2.4.4.2.1. 手法の概要

他の企業が追随すると仮定したときにどの程度の価格引上げが最適となるかを見ることにより、明示的な合意なしの協調的な価格引上げインセンティブを測る指標である。

2.2.4.5. 市場構造と価格等の因果関係を直接検証する経済分析

2.2.4.5.1. 価格・集中度分析、参入（退出）分析、マージンの計量分析

2.2.4.5.1.1. 手法の概要

地理的、時間的な市場構造（例：企業数や市場集中度）の変化と価格の変化の関係を分析することにより、市場構造の変化が価格等にもたらす影響を推定する分析である。地理的な市場構造の違いを利用する場合、価格・集中度分析（Price-concentration analysis）と呼ばれ、時間的な市場構造を利用する場合参入（退出）分析と呼ばれる。価格以外の市場成果（例えば品質）に対する市場構造の影響を分析するのに用いることも出来る。

地理的な市場間の違いを活用することが多いが、多数の商品市場が存在しており、商品市場間で市場構造が異なるといった状況があれば、同様の分析を行うことは可能である。

価格・集中度分析や参入（退出）分析は市場を分析の単位とするものだが、商品进行分析の単位とすることも出来る。例えば、マージンが商品特性やブランド特性にどのように影響を受けているかを分析するマージンの計量分析が考えられる。

2.2.4.5.1.2. 必要となるデータ

価格・集中度分析の場合、複数の地理的な市場が存在していることを前提に、各市場における市場構造と、価格等の市場成果のデータが必要となる。

2.2.4.5.1.3. 利点

必要なデータが揃えば、高度な分析スキルを使わずに実施可能な分析である。

2.2.4.5.1.4. 注意点

市場構造と価格との間に、安定的な関係が存在していることが前提となっている。したがって、市場間での（市場構造以外の）違いが非常に大きい等の理由により安定的な関係の成立が疑わしい場合、分析の信頼性は損なわれる。また、観察可能な範囲内で市場間の違いが大きくないにしても、市場構造はそもそも内生的に決まるという SCP パラダイムに対する批判が該当する可能性がある。このような分析方法で内生性の問題をできるだけ回避するには、店舗からの距離など、できるだけ外生的に働く変数を市場集中の近似変数（proxy）として使用する工夫や操作変数（2.2.4.2.1.2 必要となるデータ参照）を使用するなどが求められる¹⁷⁷。

また、経済理論に依拠していないため、得られた結果を経済学的に解釈することが困難であり、複数考えられる競争阻害要因、競争促進要因のうち、どの要因がどの程度結果に寄与しているのかを測ることが出来ないという難点がある¹⁷⁸。

簡易的な分析として行い、後述する差分の差分分析や自然実験など、より強力な証拠が得られる分析手法に進むというのが理想的である。

2.2.4.5.2. 差分の差分分析

2.2.4.5.2.1. 手法の概要

地理的、時間的な市場構造の変化の両方を組み合わせ、地理的な市場間の市場構造の変化の差が、価格等への変化の差にどう影響するかを分析する手法である。

¹⁷⁷Peter Davis & Eliana Graces (2008) “Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis” Princeton University Press の 6 章 Identification of Conduct の 6.1 節が関連箇所に該当。英国の競争委員会は 2007 年に食品市場の定量分析を “Grocery Market Investigation” と称して実施し報告書を公開しており、その一部に需要者から見た範囲の店舗数とマージンの関係（appendix 4.6）を計量分析している。この分析に対して、Margaret Slade（現在ブリティッシュコロンビア大学経済学部教授）はエキスパートレポートを提供しており、マージンの分析では一般的に内生性の問題が生じやすい一方で、この分析は相当程度内生性の問題を克服できている（あるいはあっても小さい）と評価している。

¹⁷⁸ 価格・集中度分析に経済学的基礎がないことの問題を分析した研究として、以下がある。

O'Brien, D. P. (2017). Price-concentration analysis: Ending the myth, and moving forward. Available at SSRN 3008326.

市場の企業数が価格に与える影響を分析する例を考える。まず、地理的市場を、二時点間（例えば1年前と現在）で企業数が増加した市場（以下「処置群」という。）と、企業数が変化しなかった市場（以下「統制群」という。）に分ける¹⁷⁹。処置群における平均価格の二時点間での変化と、統制群における平均価格の二時点間での変化を比べることで、企業数から価格への影響を推定するのが差分の差分分析となる。

もっとも単純なケースでは二時点間の差の比較となるが、三時点以上のデータがある場合にも、同様の分析を行なうことが出来る。

2.2.4.5.2.2. 必要となるデータ

複数の市場について、複数の時点における市場構造と価格が記録されたパネルデータが必要となる。

2.2.4.5.2.3. 利点

価格・集中度分析、参入（退出）分析の問題点を一定程度解消することが出来る。

2.2.4.5.2.4. 注意点

注目している処置（企業数の増加）の効果を除けば、処置群と統制群で、平均的価格は同じトレンドに従って推移するという並行トレンドの仮定が満たされている必要がある。

価格・集中度分析、参入（退出）分析に比べて、データの要求水準が高くなるため、常に実施可能な分析ではない。また、結果の要因分解が出来ないという欠点は、価格・集中度分析、参入（退出）分析と同様である。

¹⁷⁹ 説明の便宜上企業数が減少した市場を無視するが、そうした市場があった場合でも二種類の処置群があると考えすることで同様の分析を行なうことが出来る。

2.2.4.5.3. 自然実験（イベント分析、ショック分析）

2.2.4.5.3.1. 手法の概要

外生的な要因で市場構造に変化が生じたときに、価格等の競争成果にどのような影響があったのかを調べることで、市場構造から競争成果への因果関係を立証する手法を、自然実験と呼ぶ¹⁸⁰。

自然実験の考え方は非常にシンプルである。今注目している産業に競争者が3社いるとする。過去何らかの理由で偶然3社のうち1社が一定期間一定地域において供給を停止し、その間2社のみでの競争が行われたことがあったとする。この一定期間一定地域（処置群）の価格と、その前後の期間又はそれ以外の地域（統制群）では、競争者がたまたま2社であったか3社であったかの違いだけがあり、その他の市場環境には違いがないため、両者の価格を比較すれば、純粋に競争環境の変化が価格に与える影響のみを抽出することが出来る¹⁸¹。

自然実験は過去に外生的な要因で競争構造に変化が生じたことが前提となるため、こうした事象が見つけれない場合、分析を行うことが出来ない。したがって、企業結合審査において毎回必ず実施するということは出来ず、適切な事象があり、その当時のデータが入手可能なときに検討する分析手法となる。実施可能な場合には、自然実験の分析結果は非常に強力な証拠となり得る。

自然実験が適用可能な事象の例として、以下がある。

- 為替レートの変動
- 予期せぬ供給の停止（設備の故障、停電や労働争議）
 - デモによる工場の停止を用いて、ニッケル市場の競争を分析（Inco/Falconbridge (2006) ¹⁸²)

¹⁸⁰ 自然実験は、企業結合審査に限らず、政策と成果の間の因果関係を立証する手法として幅広く用いられる。幅広い分野における自然実験の活用方法を解説した日本語の文献として、伊藤(2017)がある。

¹⁸¹ 設定によっては時間の経過による市場環境の変化や、地域間の固有な市場環境の違いを当然考慮する必要があるが、適切に統計学的に統制する方法が存在する。

¹⁸² https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4000_20060704_20600_en.pdf

- 停電による工場の停止（Ineos/BP Dormagen（2006）¹⁸³）
- 火災による工場の停止（Friesland Foods/Campina（2008）¹⁸⁴）

● 税制の変更

過去に生じた偶然のイベントを活用することから、イベント分析と呼ばれることもある。

自然実験は価格に対する影響に限らず、他の変数に対する偶然の競争構造変化の影響を分析するのにも用いることが出来る。しばしば活用される例として、輸入圧力の検証がある。国内のある事業者が外生的な理由で一時的に供給を停止したときに、輸入量が増加したかどうかを分析することにより、輸入圧力の検証を行うことが出来る。供給停止による輸入圧力の検証のことを、ショック分析と呼ぶ。同様の分析が、市場画定の段階において、国内市場と海外市場の一体化を示すために用いられるケースもある。

2.2.4.5.3.2. 必要となるデータ

自然実験における処置群の市場と、統制群の市場における市場構造と市場成果のデータが必要となる。

2.2.4.5.3.3. 利点

個々の自然実験の性質、データの質にもよるが、市場構造から市場成果への因果関係の証拠として最も強いものが得られる。

2.2.4.5.3.4. 注意点

自然実験が可能になるような偶然の変化は、都合よく起きるわけではないため、分析が実施可能な事例は限られる。また、結果の要因分解が出来ないという欠点は、価格・集中度分析、参入（退出）分析と同様である。

¹⁸³ https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4094_20060810_20682_en.pdf

¹⁸⁴ https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5046_20081217_20600_en.pdf

2.2.5. 主要国・地域における経済分析事例

2.2.5.1. 総括表

企業結合審査等における経済分析を用いた特筆すべき具体的事例を紹介する。図表 2.22 は、各事例について、2.2.4 節で紹介した経済分析のうち、どの経済分析が使用されているかをまとめたものである。各事例において、「◎」は主に活用されている経済分析、「✓」は主要な分析ではないが活用されている分析、あるいは主要な分析の前段階として使用している分析、「△」は当事会社側のみ使用した分析を表す。

2.2.5.2. 各事例

2.2.5.2.1. Office Depot/OfficeMax (2013年 FTC)

2.2.5.2.1.1. 事例の概要

2013年2月に、Office Depot が OfficeMax を 12 億ドルで買収することを発表した。オフィス用品小売（office supply superstores(OSS)）の業界にて Office Depot は業界 2 位、OfficeMax は業界 3 位であった。FTC は小売販売チャネルと契約チャネルの 2 つの取引形態¹⁸⁵で審査した。1997 年の Staples/Office Depot（FTC によりブロック）事例のときと異なり、Non-OSS（ウォルマートなど）やオンライン事業者（Amazon など）が有力な競争相手となっていること、隣接市場からの競争圧力が認められること、契約チャネルで当事会社同士が最も近接した競合会社（closest competitor）とは滅多にならないことが認められ、同年 11 月に問題解消措置なしで容認された。

2.2.5.2.1.2. 争点

- (1) 小売販売チャネルにおいて、Non-OSS からの競争圧力は認められるか
- (2) 契約チャネルにおいて、当事会社同士は近接した競合会社か

2.2.5.2.1.3. 経済分析

- (1) 当局は価格・集中度分析を行った。具体的には、Non-OSS を含む競争者の存在が当事会社の価格に与える影響、OSS の閉店が他の OSS の価格に与える影響を推定し、Non-OSS が有力な競争相手であることを示す定性的情報と統合的な結果を得た。
- (2) 当事会社の提供情報をもとに当局が入札データの分析を実施し、ほとんどの顧客にとって当事会社は互いに最も近い競合会社ではないこと、Non-OSS の競争者が多くの契約機会にて当事会社から契約を奪っていることを確認した。

¹⁸⁵ 小売販売チャネルは実店舗での一般消費者向けの販売を指し、契約チャネルは企業や公共団体に対する契約による販売を指す。契約チャネルでは、大量購入による割引や、その他の交渉による価格決定が行われる。

2.2.5.2.1.4. 我が国での企業実務等への示唆

OSS 業界では当事会社の市場シェアが高いとしても、実際には Non-OSS 事業者及びオンライン事業者と競争していることが明らかになった。このことは市場画定を必ず画定するのではなく、競争の実態を経済分析によって検証することによって得られた知見であるといえる。第四次産業革命に伴うビジネス構造・消費者の価値観の変化により業種間境界が不明瞭化していることが顕著であれば、このように、より直接的に競争を評価していくことが重要であると考えられる。

また、本事例は、当該ビジネスの形態が小売から BtoB にシフトしている点も考慮し、契約チャネルについてどう分析するかについて示唆を与えている。入札の分析はその代表格であり、今後、我が国でも使う必要性が増えてくると考えられる。

2.2.5.2.2. Ineos/Kerling (2008 年 EC)

2.2.5.2.2.1. 事例の概要

英国の化学品企業 Ineos が、ノルウェーの化学品企業 Kerling ASA に対する買収を発表し 2007 年 7 月に EC に届出を行った。審査分野となったポリ塩化ビニルの当事会社合算シェアは、欧州経済領域 (EEA) 全体で見れば 20~30% であったが、国レベルでみた場合、英国では 60~80% (Ineos 20-30%、Kerling 40-50%)、ノルウェー及びスウェーデンでは 90-100% (Kerling 90-100%、他輸入) と高かった。第二次審査で経済分析を詳細に行った結果、需要と供給の代替性は特定の国だけにとどまらないことが認められ、EEA で市場画定され、2008 年 1 月に問題解消措置なしで審査が完了した。

2.2.5.2.2.2. 争点

国と EEA いずれで市場画定すべきかが争点となった。ヒアリングの結果では、ノルウェー及びスウェーデンの需要者は EEA を範囲と回答した人が多数である一方、英国の需要者は、英国に限定される回答が多数であった。その回答理由として、島国の特性により英国外の供給者による供給の柔軟さや技術的支援、タイムリーな物流を心配する意見が、主に大中規模需要者から挙げられた。他方、当事会社からは、両当事会社の需要者の重複は小さい旨の資料が提出された。

2.2.5.2.2.3. 経済分析

上記争点を踏まえ、ECは関連市場を「英国」として画定すべきか慎重に判断すべく、複数の経済分析を実施し、検証した。

まず1つ目に「英国」を市場の候補とした臨界損失分析によって、推定した臨界損失と実際損失を比較した。結果は、実際損失の算出に必要な自己価格弾力性が統計的に有意にならない場合があり、この分析で実際損失が臨界損失よりも大きいかどうかは必ずしも結論付けられないとし、輸入や他社の供給余力の予測等も踏まえて英国より広いという判断に至った。

続いて、地理的な価格相関分析及び価格の定常性分析を行った。共通要因や為替等の要因を除いても、英国の価格はほかのEEA諸国との価格相関は高く、また、価格比は定常である結果であった。

更に、Ineosの外生的な工場停電が輸入量に与えた影響を推定。英国のIneosの地域バリエー、サウスウェールズにおける工場停電によって、5ヶ月供給が著しく減少したことを自然実験にして、実際、英国の外部から（輸入が）増えたかどうか検証した。結果Kerlingによって補填されたわけではなく輸入が著しく増えたため、需要者は輸入にスイッチングしたと結論に至った。

2.2.5.2.2.4. 我が国での企業実務等への示唆

ヒアリングでの結果と当事会社の提出資料から示唆される結果に違いが生じていた場合、ヒアリングの回答理由を紐解き、それを検証する形で経済分析を行っている。また、検証には、複数の経済分析を行っているため頑健性があり、より信頼性の高いエビデンスとして効果を発揮していると考えられる。我が国の企業においては、当局が複数の経済分析で行って頑健的に結果を出しているのかを確認し、その結果の頑健性について主張する余地があるかどうか検討する価値があるといえる。

2.2.5.2.3. Blackstone/Acetex (2005年 EC)

2.2.5.2.3.1. 事例の概要

化学企業 Celanese の議決権を保有する Blackstone (US プライベート銀行) による、Acetex (カナダ化学企業) の買収。2005年1月に当事会社は届出し、Celanese と Acetex の製造販売している Acetic Acid・VAM・Acetic Anhydride (酢酸由来の化学品) 及び PVOH (合成ポリマー) の4分野が審査対象となった。市場画定において、PVOH については過去案件 Solvay/BASF と同分野のためそれに倣い、他3分野については当事会社の分析を踏まえながら、5つの観点(①西欧の需要の20%が輸入、②輸送コスト・国規制等はグローバルレベルで貿易を妨げていない、③主要なグローバルな生産者は、輸入を通じて西欧に供給、④グローバルな貿易フローはアジア・東欧・西欧・北米の間でローカルな供給・需要変化に対応して自由にシフトしている、⑤価格は世界の地域間で高い相関を示している)で、当局は全分野を世界市場と結論付けた。供給余力も十分であるため競争の実質的制限は起こらないと判断し2005年7月に問題解消措置なしで本件結合を容認。

2.2.5.2.3.2. 争点

市場は EEA か、全世界かが争点となった。

2.2.5.2.3.3. 経済分析

上記争点に対して、合計4つの経済分析が行われた。

1つ目に当事会社は価格相関分析により世界の地域間の価格は高い相関を示していることを主張した。しかし、ECにて当該分析を再現した結果、共通要因による見せかけの相関の可能性のあることを EC は指摘した。

これを受けて、2つ目に当事会社は共和分分析及びグレンジャー因果分析を行い、世界の地域間の価格は共和分の関係を持つことを主張した。しかし、ECはこの分析においてはモデルの特定(構成)に誤りがあるとし結論は出せないと判断した。

これを受けて、3つ目に当事会社は、自然実験として、予期せぬアジアでの工場停電がヨーロッパの価格に影響している分析を示し、アジアとは市場が一体であることを主張した。

しかし、ECは、ヨーロッパの停電のアジアの価格への影響という逆の方向については確認されないことから必ずしもアジアと市場が一体かどうかまで結論は出せないと判断した。

これを受けて、4つ目に更に当事会社は、もう一つの自然実験として、予期せぬ工場停電が価格ではなく地域間の貿易フローに与える影響の分析を示した。ECにおいても同様の分析を実施し、西ヨーロッパの工場停電は北アメリカからの輸入に影響を与える結果が頑健的に得られたことから、この結果を受け入れ、世界市場として市場画定するに至った。

2.2.5.2.3.4. 我が国での企業実務等への示唆

様々な分析結果を提出することで、当局側も分析を再現し、分析のどの部分が問題となっているかなども含めて議論が活性化する布石となっている。当事会社も当局も経済分析を通じて議論することが重要であることを示す好例である。

2.2.5.2.3.5. 補足

ECの審査ではEEAか世界市場で見るかについて経済分析によって確認する事例は他にも多く存在し、例えば、INEOS/Solvay (2014)¹⁸⁶ や Glencore/Xstrata (2012)¹⁸⁷等では、地理的市場画定のセクションで、(異なる地域での) 輸入と相対価格の関係について定量的な証拠を考慮している。

2.2.5.2.4. 新日鐵住金/日新製鋼 (2017年 公取委)

2.2.5.2.4.1. 事例の概要

新日鐵住金による日新製鋼の買収。2016年5月に公取委は当事会社より届出書を受理し第一次審査を開始。公取委は届出書及びその他当事会社提出資料を踏まえより詳細な審査が必要であると判断し、同年6月に新日鐵住金に対し報告等の要請を行い、第二次審査を開始した。公取委は約20の取引分野について審査を行ったが、そのうち「溶融亜鉛-アルミニウム-マグネシウム合金めっき鋼板」(以下「SD・ZAM」という。)、 「ステンレス冷延鋼板」の分野が、当事会社合算シェア約100%、約60%と高いこともあり、重点的な審査分野となった。両分野とも、市場画定を争点に経済分析が当事会社側・当局側双方で用いられ、

¹⁸⁶ https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6905_8118_2.pdf

¹⁸⁷ https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6541_7449_2.pdf

また、当局はヒアリング等の結果を踏まえ、当局は「日本全国」を地理的市場と結論付けた。その他、隣接市場や需要者からの競争圧力等も限定的と判断し、2017年1月に問題解消措置ありで本件結合を容認した。

2.2.5.2.4.2. 争点

ステンレス冷延鋼板では、地理的市場が東アジアか日本かが争点となった。

SD・ZAMでは、商品市場に亜鉛めっき鋼板等も含むかどうか争点となった。

2.2.5.2.4.3. 経済分析

ステンレス冷延鋼板については、当事会社側と当局側は以下の分析を行った。

- 当事会社は、ステンレスの製造に用いるクロムやニッケルが製造原価の大半を占め価格が国際市況で決まっており、ステンレス冷延鋼板の価格自体も国際市況と連動していることや、価格相関分析、定常性分析の結果等から、地理的範囲を「東アジア」で画定できる旨の主張を行った。
- 当局は、需要者からのヒアリングの結果から国内と東アジア地域の鉄鋼事業者が差別することなく取引している実態はないと考え、ヒアリングの結果と当事会社の主張が整合的でないとした。また、臨界弾力性分析を行ったところ、臨界弾力性の絶対値が実際弾力性の絶対値を上回り、これらの結果から地理的範囲を「日本全国」で画定した。

SD・ZAMについては、当事会社側と当局側は以下の分析を行った。

- 当事会社は、SD・ZAMと亜鉛めっき鋼板等で価格相関分析、定常性分析を行い両分野は一体性がある主張を行った。また、亜鉛めっき鋼板等は東アジアからの輸入圧力を受けているかを検証するため輸入分析を行い、輸入圧力もを受けていることを主張した。
- 当局は、需要者からのヒアリング等からSD・ZAMと代替できる鋼板はない意見がほとんどである結果を受け、また、定性的な情報から供給の代替性も認められないとし、加えて、臨界損失分析を行ったところ、SD・ZAMの商品市場はその単体で画定することとなった。

2.2.5.2.4.4. 他の国内事例への適用可能性に関する示唆

2.2.5.2.3 節の Blackstone/Acetex の件と比較すると、当局側は当事会社側と同じ価格相関・定常分析を使って再現するような対応は行わず、また、2.2.5.2.2 節の Ineos/Kerling の件と比較すると、複数の分析で頑健的に評価する対応は行っていないことが挙げられる。あくまで臨界損失分析で別の分析で評価し、かつ経済分析としては1つの分析に依拠し、ヒアリング結果を信用している傾向があると考えられる。

このような観点から、第一に、片方の分析に依拠することを防ぐため、様々な分析を見せること、あるいはそのような議論をしていくことが必要である。

第二に、様々な分析がある中で因果関係の立証レベルには手法間に若干の差があり、データ利用可能性との兼ね合いで、より適当な分析をしていくことが必要である。具体的には、価格相関分析・定常分析による証拠は必ずしも信頼性が高いとは言えず、一般的には自然実験で得られた結果の方が立証レベルが高いといえる。その点、Blackstone/Acetex や Ineos/Kerling では自然実験の結果が経済分析のエビデンスとして貢献度が高いとも捉えられる。しかし、自然実験では、偶然の事象が起こっていない場合が多々あることや、そのためのデータ（例：工場停止のデータ）がないということもあり得るため、データ利用可能性の観点で断念せざるを得ない場合があるが、データがあるならば試す価値は大きいと考えられる。

2.2.5.2.5. Votorantim/Fischer/JV（2011年 EC）

2.2.5.2.5.1. 事例の概要

ブラジルの企業である Votorantim と Fischer が、それぞれの子会社であるオレンジジュース卸売会社 Citrovita と Citrosuco を統合するにあたり、当該統合会社が欧州のオレンジジュース供給市場で最も大きな会社となった案件。EEA で当該統合会社合算シェア 40%-50%、競争者は 20-30%が 1社、10-20%が 1社であり統合前は計 4社の市場である。当事会社 Votorantim と Fischer は、2010年 11月に EC に届出を行った。オレンジジュースは同質財であり、消費者が競争者にスイッチングできるか、競争者に十分な供給余力があるかが重点的に検討された。詳細なスイッチングの分析により、ほとんどの消費者が少なくとも 3社間で購入要件を満たす傾向にあり、よくスイッチし需要量を変える結果が確認された。また、競

争者が仮の価格上昇に対して供給量を簡単に上げられると結論付け、スイッチングと供給余力の2つの要素を満たすので、当局は2011年5月に問題解消措置なしで当該統合を容認した。

2.2.5.2.5.2. 争点

- (1) 商品市場はオレンジジュースよりも広いかどうか
- (2) 統合当事会社の価格引上げに対抗する競争者の能力とインセンティブはあるか

2.2.5.2.5.3. 経済分析

- (1) 当事会社は卸売レベルにおいては、価格相関分析・定常分析により、すべてのフルーツジュースが同じ市場であることを主張。小売りレベルにおいては需要関数を推定して自己価格弾力性・交差価格弾力性を推定し、それらの絶対値は高いため他のフルーツ市場と需要の代替性がある主張を行った。

しかし当局は、そこで卸売レベル及び小売レベルでSSNIPや価格相関分析・定常分析などの結果を確かめたが、価格相関の係数は小さいこと、価格比の定常性は価格に対する他の要因によって成り立っていること、需要関数の推定ではサンプルサイズの小ささや信頼区間が大きく、よって係数推定値の大きさについて信頼性が低いこと、仮に正しい係数推定値であっても市場の一体性までいえるほど価格弾力的ではないことなどの理由により、関連市場はオレンジジュースよりは広くないと結論付けた。

供給の代替性についても、オレンジジュースの加工プロセスは他のフルーツジュースとは異なるなどの理由で、関連市場をオレンジジュースで画定したことで、関連市場は同質財である結論となった。

- (2) 当局は、まず顧客スイッチング分析により、特定の顧客が製品の購入先をどの程度変更しているのか、どこに変更しているのかを見ることにより、会社間の競合の程度を測った。これにより、ほとんどの需要者が少なくとも3社をマルチで使用しており、年によって4社を使いかつ需要量の変動も見られるため、4社は密接に競争していることが明らかになった。

次に、当局は競争者の供給能力を分析した。当事会社である Votorantim と Fischer は、上流でのオレンジの調達、ヨーロッパへの輸入、加工から卸売に至るサプライチェーンの全体に関わっているため、サプライチェーンの各段階において競争者が供給制約に直面していないかどうかを検証した。

調達段階については、当事会社を含む 4 つの主要加工業者と農家との間の契約ポートフォリオの分析により、毎年相当数の契約が終了し、それに応じて相当量のオレンジが調達市場において新たに調達可能となることを確認した。これを根拠に当局は、当事会社が価格引上げのためにオレンジジュースの生産量を減らし、オレンジの調達を減らしたとしても、これらのオレンジは調達市場において競争者が利用可能となる可能性が高いと判断した。

加工段階については、当局は 4 つの主要加工業者の各工場の毎月の生産能力データ、特に収穫シーズンのピーク時における生産能力の制約について確認した。その結果、競争者の供給余力は十分で、繁忙期でも設備稼働率に余裕があることが明らかとなった。すなわち、当事会社が価格を引き上げ、顧客が競争者にスイッチングしたとしても、競争者が対応できる稼働水準であった。

以上の分析より、サプライチェーンの各段階において競争者の供給余力は十分にあると判断された。

供給を増やす競争者のインセンティブについても、当局は高いと判断した。その理由としてオレンジジュースの生産プロセスでは規模の経済があり、「シーズン中の容量使用率が高いほど、単位あたりの処理コストが低くなる」ため、工場ではできるだけ多くの容量を使用するインセンティブがあるためである。すなわち、当事会社が生産量を減らして価格を引き上げると、競争者の追加数量に対する追加マージンが増加し、それに応じて生産量を拡大するインセンティブが与えられると判断した。

2.2.5.2.5.4. 我が国での企業実務等への示唆

同質財でシェアの高い市場の事例であるため、国内のそのような市場においては、同様の観点で分析することが有意義である。そもそも同質財では、需要者のスイッチングコストは

低く、供給に制約のある競争者が少なければ、反競争効果は起こりにくいので¹⁸⁸、分析の観点としては、「当事会社価格が仮に上昇することを想定した場合、顧客が当事会社から競争者にシフトできるようになり、競争者は供給制約がないため、インセンティブがあれば供給拡大し需要の変化に対応することで、当事会社は結局価格を上げられないか」どうかを分析することが重要である。

2.2.5.2.6. VTech/LeapFrog (2017年 英国 CMA)

2.2.5.2.6.1. 事例の概要

教育おもちゃの大手メーカー3社のうち2社による統合事例である。VTechは香港、LeapFrogは米国のともにグローバルなおもちゃメーカーであり、VtechがLeapFrogを2016年4月に72百万ドルで買収した。CMAは同月の買収完了後に調査を開始し、2016年6月に第一次審査を開始した。Vtechから当局の懸念を払しょくする措置の提案がなされなかったため、2016年8月に第二次審査に移行した。英国の0~5歳向けの知育玩具市場、子供用タブレット市場の二つの市場について詳細な審査が行われた。0~5歳向けの知育玩具市場においては、当事会社は近い競争者であるが、最も近接しているとまでは言えないこと、また、参入障壁が低く、実際に参入退出が頻繁に起きていることから、参入圧力も認められること、需要者圧力も認められることから、競争の実質的な減殺のおそれはないと判断された。子供用タブレット市場においては、当事会社の間には密接な代替性があるものの、有力な競争者が認められること、当事会社の売上が近年顕著に低下しており、隣接市場（標準的なタブレット）からの競争圧力が認められることから、競争の実質的な減殺のおそれはないと判断された。また、両市場における将来のイノベーションも、統合により妨げられることはないと認められた。2017年1月に問題解消措置なしで本件結合は容認された。

2.2.5.2.6.2. 争点

- (1) 英国の0~5歳向けの知育玩具市場において、当事会社同士は最も近接した競争者かどうか
- (2) 英国の0~5歳向けの知育玩具市場において、買い手の交渉力は強いかどうか

¹⁸⁸ ECが当該事例を Competition Policy Newsletter で紹介する際にも、同様のことが記載されている。

2.2.5.2.6.3. 経済分析

- (1) 転換率の算定を行った。当事会社の調査によると、LeapFrog から VTech への転換率は 1/8、逆は 1/10 と算出された。0~5 歳向けの知育玩具市場において当事会社は近い競争者であると認められたが、他の競争者も多く存在し、最も近い競争者 (closest) ではないと認められた。共通点も多いものの、VTech はより小さい子供向けで面白さに重きを置く傾向、LeapFrog はもう少し大きい子供向けで教育に重きを置く傾向といった違いが認められた。
- (2) 当局は当事会社ら製造業者とトイザらスなどの小売店との交渉のあり方を詳細に分析した。毎年大量のおもちゃの新発売と退出があり、ラインナップ、価格、品質、宣伝について継続的に交渉を行っている。小売店は、製造業者の商品全体に交渉を行っていること、豊富なアウトサイドオプション（当事会社以外の者から買う選択肢）を有することから、小売店が一定程度の交渉力を有することが示唆された。ただし、他の考慮要素から既に競争の実質的な減殺のおそれはないと認められるため、明確な結論は出されなかった。

2.2.5.2.6.4. 我が国での企業実務等への示唆

第一に、転換率の算定の有効な場面について、本件から示唆が得られる。本件は交渉の在り方によって価格が決まり、それによって数量や売上が変わる状況ではシェアが実態をとらえていないことを、冷静に判断している。すなわち、取引の実態がシェアに必ずしも反映しない場合、消費者サーベイで転換率を算定することは有効な使い方である。それ以外には、例えば観察可能なデータが限られている場合や、観察不可能な性質のものが需要者選好に重要な影響をもたらしている場合などにおいて有効と考えられる。本件では、観測可能な需要者の対象年齢によって選好の違いがみられたが、例えば一般的な玩具であった場合、消費者が玩具に対して感じる品質の良さ等は観測することは難しく、かつ、品質が選好に与える影響は大きいと推測されるため、そのような市場に対しても転換率の算定は有効と考えられる。

第二に、差別化された商品であれば、シェアは重要視されないことが本件から示唆される。この点については合併評価ガイドライン上でも確認できることであるが、実際の事例に

においても英国合併評価ガイドラインの考え方に沿った判断が行われていることが、本件から確認できる。

第三に、需要者圧力について、日本では直接的に調べる経済分析は行われていないが、本事例はどのような分析、あるいはどのような観点に注目すべきかを示しており参考になる。すなわち、理想的には、需要者側のアウトサイドオプションの有無によって考えることが重要である。アウトサイドオプションについて観測できない場合、あるいは取引の特性上、アウトサイドオプションについて意味をなさない場合においては、後述の2.2.5.2.7節 AG Barr/Britvic（2013年英国CC）のように、マージン率など当事会社側の市場と需要者側の分配状況を使って分析するなどが考えられる。

2.2.5.2.7. AG Barr/Britvic（2013年英国CC）

2.2.5.2.7.1. 事例の概要

2012年11月にソフトドリンク製造・卸売業のAG Barrが同業他社Britvicを買収発表。英国CCは2013年2月より審査を開始。ソフトドリンクは炭酸あり（CSD）と炭酸なし（still）、取引形態はon-trade（パブやレストランへの仕入用）とoff-trade（最終消費者が購入してすぐ消費する用・持帰り用）に分かれる。よって市場は多岐にわたるが、その中で当事会社同士の重複が最も大きい分野と考えられる英国の炭酸あり（CSD）市場に焦点を絞り、競争評価を実施。競争の実質的制限において単独効果・協調効果の程度を検討した結果、当事会社同士が近接（close）していないこと、小売に対する交渉力は大きくなく増加する見込みもないこと、協調も起こる見込みがないことから、当局は同年9月に問題解消措置なしで容認された。

2.2.5.2.7.2. 争点

- （1）英国の炭酸ありソフトドリンク市場において、当事会社同士は近接した競合会社（close competitor）かどうか
- （2）当事会社は結合により大きくなり、小売に対する交渉力を増加させるかどうか

2.2.5.2.7.3. 経済分析

- (1) 消費者サーベイでまず転換率を推定した。この結果、代替可能性もあるが、総じて当事会社同士の重複は小さい結果であった。また、消費者サーベイだけでなく需要データを使って AIDS (Almost Ideal Demand System) モデル¹⁸⁹で需要関数を推定した。この結果、当事会社のブランド間の弾力性において、複数のデータリソースを使っても十分に有意な結果が生じていないことから、上記消費者サーベイの分析と当該分析の両方を勘案して、当事会社ブランドの重複は小さいと判断するに至った。
- (2) ドリンクの付加価値のうち、小売業者に分配される割合（小売マージン率）を生産者特性、ブランド特性等によって説明する回帰モデル（2.2.4.5.1 節）を推定した。この結果、小売業者にとって必須のブランドについては小売マージン率が低くなる一方、生産者の規模は小売マージン率に影響を与えてないことが確認されたため、交渉には価格以外の要素が与える影響も大きいため、交渉力の増加を問題視しないこととなった。

2.2.5.2.7.4. 我が国での企業実務等への示唆

需要者圧力について、日本では直接的に調べる経済分析は行われていないが、英国では一定程度どのような分析があるのかを示しており参考になる。このような目的に沿った分析を試行すること、また、仮に結果として上手く出なかったとしても、その解釈を試みかつ公表している点は、日本の審査で透明性を確保する上では参考になる点であるといえる。

また、食料品市場について英国当局が分析したレポートがあり¹⁹⁰、食料品市場では買手の力（buyer power）が強いことが分析を通じて示唆されている。このような特定の市場においてどのような競争牽制力がありそうかを当局側が公表する姿勢は、日本における競争評価において当事会社と当局側の議論を活性化させる布石になると考えられる。

¹⁸⁹ AIDS モデルとは Deaton & Muellbauer (1980) が提案した需要関数の定式化の一つの方法であり、任意の需要関数を一次近似可能な定式化という意味で「ほとんど理想的」(Almost Ideal) と呼ばれている。

Deaton, A., & Muellbauer, J. (1980). An almost ideal demand system. *The American economic review*, 70(3), 312-326.

¹⁹⁰ Competition Commission (2009) “Groceries Market Investigation: Remittal of the Competition Test by the Competition Appeal Tribunal”

2.2.5.2.7.5. 補足

需要者圧力を定量的に調べるにあたっては、学術的研究がいくつかある。交渉を取り入れながら、非線形の価格設定スキームの内容で買い手の力を考慮する実証分析がある。例えば、Bekert (2018)¹⁹¹では、英国のレンガ卸売市場で、取引量や購入者が持つアウトサイドオプションの数によって価格がどのように変化するかを分析している。このような手法については、既に英国当局 CMA でも把握していると考えられ、本事例においてもアウトサイドオプションの数による影響を計量分析しようとしたが、長期契約などの当該市場の特性により、分析できなかった記載がなされている。学術の研究を参考にし、目的にあった分析を試行し、分析の実行有無の理由や計量上の問題に関して公表していることは、参考にすべき点であるといえる。

2.2.5.2.8. Optimax/Ultralase (2013年 英国 CC)

2.2.5.2.8.1. 事例の概要

メガネ・コンタクトレンズ着用を不要にするなど目のレーザー治療サービスを提供している Optimax (業界 2 位) が Ultralase (業界 3 位) を 2012 年 11 月に買収する案件である。Optimax については、会社設立者 Russell Ambrose に 62.5% の株が保有されている。Ultralase については、CLVC Group Limited (CLVC) に 100% 株が保有されている。当該サービスの市場は、当事会社と業界 1 位の Optical Express の実質 3 社で構成されており、他の会社はシェアがとても小さい。業界 1 位の Optical Express は当事会社合算シェアの約 2 倍である。審査の結果、Ultralase の破綻企業抗弁が認められ、問題解消措置なしで 2013 年 11 月に審査が完了した。

2.2.5.2.8.2. 争点

破綻企業の抗弁に重要である 3 つの要件「この結合なしでは、Ultralase が近い将来市場退出する蓋然性が高いか」「Optimax 以外に他の買手や代替的な方法はないか」「Ultralase が市場退出した反実仮想状況と比べ、結合した場合は競争減退にならないか」を満たすかどうか争点となった。

¹⁹¹ Bekert (2018) “An Empirical Analysis of Countervailing Power in Business-to-Business Bargaining” Review of Industrial Organization 52:369-402

2.2.5.2.8.3. 経済分析

1. 「Ultralase が近い将来市場退出する蓋然性」を調べるため、財務分析とヒアリングを行い、蓋然性が高いことが裏付けられた。具体的には、Optimax、Ultralase の対応をした会計事務所（Grant Thornton）、CLVC、借入先の銀行（RBS、Lolyds）などの見解をヒアリングし、また、6項目（①Ultralase の決算報告書、②Ultralase の会計帳簿、③Ultralase の事業計画とコスト再編に関して会計事務所による 2012 年 1 月報告とキャッシュフロー予測、④会計事務所によって 2012 年 7 月に行われた緊急時計画のレビュー、⑤Ultralase の取締役会の議事録と他の関連内部資料、⑥CLVC の前の株主からのエビデンス）をもとにした財務データを詳細に分析し、2013 年初めに必要な資金が、借入限度額を超えることがわかった。また、CVLC から提供された証拠により、CVLC はこれ以上投資を行わない意向であることが確認されたため、退出するだろうと結論付けた。
2. 「Optimax 以外他に買い手がいないのかどうか」を調べるため、上記と同様に関係者にヒアリングを行った。特に会計事務所による調査を参考にし、Optimax 以外は起こりそうにないことが明らかになった。
3. 「Ultralase が市場退出した反実仮想状況及びその競争状況」を調べるため、価格・集中度分析や転換率算定を通じて評価した。

- 価格・集中度分析

サービスの質や需要者特性等も考慮しながら、地域ごとに両当事会社の店舗から車で 45 分以内に入るエリアの Optimal Express と他競合の店舗の有無によって価格がどのように影響するかについて、計量分析した¹⁹²。他競合の店舗の存在による価格への影響は限定的である一方、Optimal Express の存在によって Optimax の価格は下がっており、Optimal Express と Optimax の競争は強いことが確認された。他方、Ultralase と Optimal Express との競争は有意に確認されなかった。この 2 つの結果から、仮に Ultralase が破綻になっても Optimal Express に需要者が移るとは限らないこと（すなわち Optimax に移る可能性があること）、また、結合になっても Optimax は Optimal Express との競争で価格を上げることが難しいことが示唆される。

¹⁹² 掲載レポートの Appendix D 参照

▪ 転換率の算定

Ultralase がいない中で消費者はどの事業者を選択するかについての消費者サーベイデータをもとに算定した。しかし、どれを選ぶべきかわからない人が比較的多いことや事業者の名前が混同しやすいなどの理由でサーベイの結果の信頼性が低いことをまず挙げており、Ultralase から Optical Express と Optimax どちらかに行くことは確実だが、どちらが多いかは結論できないとした。また、この消費者サーベイによる転換率の算定は当事会社 Optimax も実施しており、それによれば Ultralase から Optimax への転換率は 26% であるが、サンプルサイズが小さすぎるなどの理由により結論できないとした。

結合と反実仮想状況の比較においては、結局 Ultralase の売上分が Optical Express と Optimax の間で再分配するか（反実仮想状況）、されないか（結合の場合）の違いとなるが、結合で再分配されない（Ultralase の分がすべて Optimax に流れた）場合であっても、Optical Express は Optimax よりもすでに事業者として大きく、かつ 2 社間はいずれの場合も競争しているため、競争減退にはならないと結論付けた。また、全体的な需要減少によって価格低下圧力があり、価格を上げることは難しいことも踏まえ、反実仮想状況における各社の売上分布は結合後の状況と大きく変わらないだろうと判断し、当該買収が原因で競争減退になるわけではないと結論付けた。

2.2.5.2.8.4. 我が国での企業実務等への示唆

第一に、破綻の蓋然性において、財務分析やヒアリングを入念かつ詳細に行うことで審査の透明性を確保している点は参考になる。

第二に、破綻企業の抗弁においては、他の市場の一体性の検証や競争評価の場合よりも、直接的に（片方当事会社が市場退出した）反実仮想状況を主張するため、特に反実仮想状況と比べてどうなのかを入念に分析する必要があることが示唆される。その観点で、経済分析によって反実仮想の競争状況に一定の示唆を与えることが重要である。

第三に、経済分析によって統合状況と反実仮想の競争状況の両方を考えるにあたり、複数の分析方法を実施する必要性が高いことである。本件では、今の事業者間の競争の強さを表現して破綻企業分を競合 2 社に分配しても統合しても当事会社は依然競争圧力に直面することを示す価格・集中度分析や、よりダイレクトに破綻企業がいなかった場合にどこに移るかを消費者サーベイして転換率を算定する 2 種類の分析を行った。後者の分析だけでは、反実

仮定の競争状況には一定の示唆を与えることができて、統合状況の競争状況について示唆を与えることは難しいため、価格・集中度分析などの分析も併せて行う必要があるということである。

2.2.5.2.8.5. 補足

リーマンショック後の景気も悪い期間でもあり、必需役務でもないため、特に景気が悪いと需要が減退しやすいことは当局も認めている。

2.2.5.2.9. 出光興産/昭和シェル及び JX/東燃ゼネラル（2016 年 公取委）

2.2.5.2.9.1. 事例の概要

出光興産が昭和シェルの株式に関わる議決権を 20% 超取得し、JX が東燃ゼネラルの議決権を 50% 超取得する案件。出光統合事案においては、2015 年 12 月に当局は届出書を受取り、より詳細な審査が必要であると考え 2016 年 1 月から報告等要請を行い、第二次審査を開始した。JX 統合事案においても 2016 年 2 月に当局は届出書を受取り、より詳細な審査が必要であると考え 2016 年 3 月から報告等要請を行い、第二次審査を開始した。これら両事案は同じ産業で同時期に行われたため、両方の事案を合わせて検討を行った。当局は「プロパン元売市場」「ブタン元売市場」（総称して「LP ガス分野」）と、「ガソリン元売市場」「灯油元売市場」「軽油元売市場」「A 重油元売市場」（総称して「主燃油分野」）を重点的な分野として審査を行った。

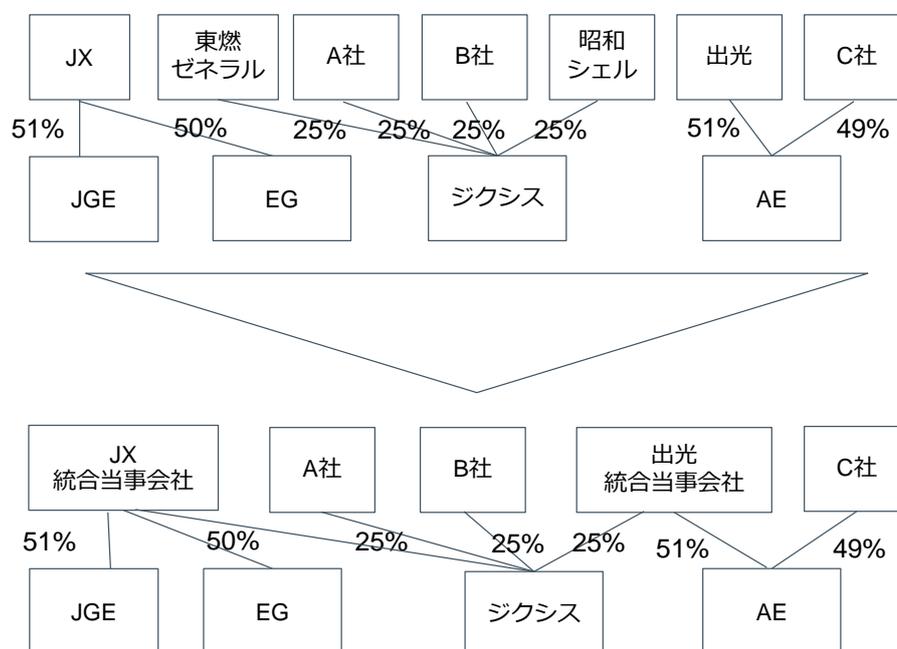
単独効果に関する検証では、様々な競争圧力の検討を行った結果、競争者からの競争圧力が十分働き、また、需要者からの競争圧力も一定程度働くとし、総合的には競争を実質的に制限することにはならないと判断した。ただし、主燃油分野において輸入圧力が全く働かないことは、潜在的な参入が閉ざされていることを意味するため今後の競争環境に対して当局は問題視した。

協調効果に関する検証では、まず LP ガス元売事業者との出資関係を踏まえ（図表 2.23 参照）、本件両統合による出資関係の変動により、ジクシスと AE、ジクシスと EG 等の利害が共通化すること及び LP ガス元売 4 社で協調インセンティブが生じるという協調効果の所在を特定した。そのうえで、株式持合いを考慮した合併シミュレーションを行うと価格上昇

効果があることが明らかとなったため、LPガス分野において協調行動により競争を実質的に制限することとなると判断した。

当事会社による輸入促進措置、統合によって協調インセンティブが高まらないようにするために出資比率を引下げる措置・情報遮断措置等に関する問題解消措置の申出を受けた。当局はそのような措置があった場合で上記シミュレーションを再度行くと、価格上昇は見られなかったため、2016年12月に問題解消措置ありで本件を容認した。

図表 2.23 出資関係図



出所：公取委ウェブサイトを参考に NERA 作成

2.2.5.2.9.2. 争点

- (1) (主燃油分野において) 単独行動を牽制する競争圧力があるといえるかどうか
- (2) (LPガス分野において) 出資関係に伴う協調的行動によりどの程度価格上昇をもたらすか

2.2.5.2.9.3. 経済分析

(1) インパルス反応関数分析（輸入圧力の検証）

当局は、競争者からの競争圧力や需要者からの競争圧力等については定性的な情報をもとに判断した。

当局は輸入圧力については、(a)定性的情報、(b)ヒアリング、(c)経済分析（インパルス反応関数分析¹⁹³（輸入圧力の検証））で分析した。

- (a) 定性的な情報から判断すれば圧力がないと考えた¹⁹⁴。
- (b) ヒアリングによると、石油元売会社からの石油製品の調達依存度が高い事業者は、輸入を行うことにより石油元売会社と競合する関係に立つことから輸入を躊躇している現状が見られた。
- (c) 更に、経済分析によって実態を検証した。具体的には、石油元売会社以外の事業者が輸入するガソリンの数量と、日本国内におけるガソリン卸売価格の関係についてインパルス反応関数分析を実施し、当該事業者の輸入数量に生じたショック（変動）が、日本国内におけるガソリン卸売価格にもたらす影響をグラフ化して検証したところ、当該事業者の輸入数量におけるショック（変動）は、日本国内におけるガソリン卸売価格に有意な影響をもたらしていないという結果が示された。

以上から、輸入圧力は働かないと結論付け、問題解消措置等がない限り、今後も輸入圧力は働かないことを問題視した。

当事会社側はこれを受けて、問題解消措置の一環として輸入促進措置をどの程度行うべきかの材料を得るため経済分析を行った。具体的には、どの程度の輸入が促進されれば価格上昇インセンティブがなくなるか検証すべく、臨界損失分析の枠組みを用いて分析した。当事

¹⁹³ インパルス反応関数分析は、ベクトル自己回帰モデルにおいてある変数に対するショックが他の変数にどのような反応をもたらすかを分析するものがある。ショック分析では国内の供給ショックに対して輸入量が増加するかどうかを検証するが、ここでは逆に輸入量の増加が国内価格に影響を与えるかどうかを検証している。

¹⁹⁴ ガソリンを輸入する事業者は、石油の備蓄の確保等に関する法律に基づく備蓄義務により、備蓄義務の履行に要する費用が生じるほか、石油元売会社以外の事業者は、輸入を受入可能な港湾やタンクが限られるといった物理的な障壁が存在する。

会社が主燃油の卸売価格を引き上げた場合の臨界損失を計算し、当該臨界損失が内需の約10%で、実際損失よりも小さいことが示されたため、すなわち内需の約10%の輸入品が実現することを目安とした問題解消措置を申し出た。具体的には、油種ごとに、石油元売会社以外の事業者によって輸入される数量が内需の10%相当数量になるまで備蓄義務の肩代わりを行う措置である。

(2) 株式持合を考慮した合併シミュレーション

本件両統合において、出光統合当事会社とJX統合当事会社がそれぞれジクシスに対して25%出資を出資することになる出資関係の変化が、LPガス元売業者の販売価格にどのような影響をもたらすかを分析するため、株主と企業間の持分関係及び支配関係を考慮した上での合併シミュレーション分析を行った。分析にあたっては、まず需要モデルにおいてAIDSモデルを簡略化したPCAIDSモデル¹⁹⁵を使用し、市場全体でみた需要の価格弾力性を推定した。その後、PCAIDSモデルの需要システムの下で、LPガス事業者の目的関数を設定するにあたり、各事業者が単独で得る利潤以外に各事業者に対する株主の持分比率や影響力によって各事業者が得る利潤の要素を入れた。そしてLPガス事業者の目的関数を最適化する一階条件を求め、価格を算出した。その結果、価格変化率は、LPガス元売り事業者ごとにまちまちであるが、価格変化率が最大となるLPガス元売業者については2%から6%程度価格が上昇する結果が得られた。

当事会社の出資比率の引下げ等の問題解消措置があった場合、同シミュレーションで検証したところ、価格変化率は当該措置がない場合に比べ大きく下がり、ほぼ0に近い結果となった。

2.2.5.2.9.4. 他の案件への活用可能性

本事例は、ヒアリングの結果のみならず、実態を把握すべく経済分析を用いて検証しているところが参考になる。

¹⁹⁵ PCAIDS (Proportionally-Calibrated Almost Ideal Demand System) モデルは、AIDSモデルに「転換率は転換先の財の市場シェアに比例する」という仮定を加えることで、推定が必要なパラメータの数を大幅に減らし、限られたデータで分析を可能にしたモデルである。PCAIDSモデルは以下の論文で提案された：

Epstein, Roy and Rubinfeld, Daniel (2002). "Merger Simulation: A Simplified Approach with New Applications"; *Antitrust Law Journal*, vol 69, pp 883-919.

また、株式持合を考慮した合併シミュレーションを行った事例は、世界的にみても、確認する限り本事例以外に事例はなく、先進的な分析手法であったといえる。このように既存の分析手法だけに依存せず、実態に即して、協調インセンティブを評価する定量的手法を実施したことは、有意義である。また、合併シミュレーションによって、問題解消措置の適切な範囲（出資比率の引下げがどの程度であればよいか）を認識できたところも重要である。

同様に、もう一つの問題解消措置であった輸入促進措置をとる際にも、どの程度の輸入品が入ることが適切なのかを経済分析によって当事会社が検証し、その結果が当局に認められたところ、問題解消措置の適切な範囲を認識できた点が重要である。

出資関係が統合によって変わり、需要者側の重複が増える市場は、本件の石油元売事業以外にも国内に存在すると考えられ、そのような市場に対して本件の経済分析は活用する価値が大きいと考えられる。

また、本事例では、AIDS モデルを用いて合併シミュレーションを行っている。経済分析全般に言えることではあるが、特に本事例のようなモデルは、分析の背後にある仮定が多くあり、分析結果の信頼性について情報が記されていると理想的である。例えば、①スルツキー行列の対称性や加法性などのモデル上の制約が満たされているのか、②分析に用いた操作変数は妥当か、③推定結果は妥当か、といった情報が、少なくとも当事会社とのコミュニケーションの場では開示されることが望ましいと考える。しかし 2.2.3 節の通り、日本には経済分析の提出指針となるベストプラクティスがないため、このような議論の場は十分設けられていないのが実情である。

2.2.5.2.10. Orange/Jazztel (2015 年 EC)

2.2.5.2.10.1. 事例の概要

スペインのテレコム業界で 3 位の Orange（フランス企業）が、4 位の Jazztel（スペイン企業）を買収。当局は 2014 年 10 月に届出受領。地理的範囲は、関係者ヒアリングや過去事例（Vodafone/ONO(2014)）等踏まえ、国レベルの「スペイン」とし、役務範囲は、固定インターネットアクセスサービスを中心として、固定電話サービスを加えた範囲（dual-play）、更に携帯電話サービスを加えた範囲（triple-play）等、複数の範囲を考慮した。4 社から 3 社への減少で価格上昇圧力を推定したところ、競争上問題のある価格上昇の結果であった。更に、当事会社の効率性主張があり、その一部を認めた上でモデルに織り込んだが、それでも

価格上昇が起こる結果であった。当事会社の問題解消措置（FTTH ネットワークの売却等）の申出によって、当局は当該結合を 2015 年 5 月に容認した。

2.2.5.2.10.2. 争点

効率性向上効果は競争減退効果を上回るのかが一つの争点となった。

2.2.5.2.10.3. 経済分析

転換率とマージンを用いて、簡易的な合併シミュレーションを実施した。その結果、ベースシナリオで約 3% から 7% の価格上昇の結果であった。

当事会社は、2 つの効率性向上に言及したレポートを提出した。うち 1 つはネットワーク供給を増加させる計画で、その能力とインセンティブが結合によって上がり、業界 1 位の Telefonica と業界 2 位の Voadafone ともって効果的に競争するようになるという主張であった。もう一つは Jazztel が企業結合前に Orange の携帯サービスへのアクセスのために支払っている二重のマージンが排除されることである。当事会社の 1 つ目の効率性主張については、当局は否定し、その理由としては、当事会社だけでなくどの事業者もネットワークを増やす計画を公表しており、結合後のネットワーク状況等が十分に予見できないことにより効率性の向上分が算定できないこと、共同導入契約でネットワーク供給増加もできるため合併固有の効率性とはいえないことを挙げ、合併シミュレーションに当該効率性は反映しなかった。当事会社の 2 つ目の効率性主張については、二重マージンの排除によって Jazztel のコストは確かに減るとして認め、合併シミュレーションに織り込んだ。しかし、結果としてはベースラインより 0.8% 程度価格を下げ、競争制限効果を一部相殺する程度にとどまった。

2.2.5.2.10.4. 我が国での企業実務等への示唆

効率性の主張を元に、競争制限効果をどのくらい相殺できるか、当局側で定量的に評価していることで、当事会社側も納得性の高い手法であると考えられる。ベースシナリオだけでなく、例えば競争者の供給が当該企業結合前よりも減った場合どうなるかなどの感度分析も行っており、価格上昇の範囲を頑健的に出していることも納得感を与えるものであると考えられる。

2.2.5.2.11. Superior Plus/Canwest Propane（2017年カナダ競争局）

2.2.5.2.11.1. 事例の概要

プロパン小売業界1位 Superior（シェア30~35%¹⁹⁶）が同業他社 Canwest（シェア10%程度¹⁹⁷）を買収した案件である。当局は2017年4月から審査した。輸送コストは高い業界でローカルな市場であり、当事会社同士が競争しているエリアは25箇所と評価した。そのうち、単独効果による実質的競争制限の箇所は22箇所と評価した。更に効率性評価を行うと、12箇所のみ競争上問題であったため、その箇所に対して問題解消措置を行うことで当該結合を同年9月に容認した。

2.2.5.2.11.2. 争点

効率性向上効果は競争減退効果を相殺するのかが一つの争点となった。

2.2.5.2.11.3. 経済分析

ベルトラン競争における需要関数モデルの推定により競争評価を実施し、25箇所の地理的市場のうち22箇所では当事会社が価格上昇のインセンティブがあると評価した。その後、カナダ競争法第96条に基づき¹⁹⁸、当局が効率性評価を実施した。具体的には、本社の効率性や配送ルート・ロケーションの当事会社間の重複解消など、限界費用が下がるシナリオを想定し、シミュレーションを実施した。この結果、22箇所中10箇所では効率性向上が勝り、問題解消措置が必要ないと判断され、12箇所のみプロパン小売箇所等を売却することとなった。

¹⁹⁶ シェアの情報、Superior Plusの資料に基づく。

<http://www.superiorplus.com/wp-content/uploads/2018/01/Superior-Plus-Investor-Update-Altacorp.pdf>

¹⁹⁷ シェアの情報、Superior Plusの資料に基づく。

<http://www.superiorplus.com/wp-content/uploads/2018/01/Superior-Plus-Investor-Update-Altacorp.pdf>

¹⁹⁸ 第92条において、結合が競争を減退させる（"prevents or lessens, or is likely to prevent or lessen, competition substantially."（SPLC））と判断した場合、カナダ競争法が命令（remedial order）を下すことを許可している。第96条において、第92条の規定に対して効率性の例外を規定している。そこでは、合併によりもたらされる可能性の効率性の向上が、反競争効果よりも上回り、相殺される場合、裁判所は、第92条のもとで命令（remedial order）を下してはいけなと定められている。

2.2.5.2.11.4. 我が国での企業実務等への示唆

合併シミュレーションの実施によって、必要な問題解消措置の範囲を特定できるため、問題解消措置の過剰過小による死荷重を防ぐことができる。

2.2.5.2.12. 各審査項目（市場画定・単独効果等）における注目すべき国内事例

その他、国内事例において、経済分析を使っていないあるいは一部の使用にとどまるが、考え方として参考になる事例について記載する。

図表 2.24 市場画定が焦点のその他国内事例

	北越紀州製紙・東洋ファイバー（H22）	ユニバーサル造船・IHIマリンユナイテッド（H24）	ファミリーマート・ユニ－（H27）
概要	柔軟な市場画定の事例	国境を越えた市場画定の例	商圈の範囲画定の例
内容	バルカナイズドファイバーには「電気絶縁用途」と「研磨ディスク用途」があり、それぞれ異なる代替品があるため、需要の代替性の観点からはそれぞれ市場画定すべきところ、データの制約から「バルカナイズドファイバー全体」で市場画定 <u>当事会社の市場シェア100%だが、隣接市場圧力を評価し容認</u>	船舶の建造事業。国内外の需要者は国内外の造船メーカーを差別することなく取引を行っており、国内外の造船メーカーは、世界全体において、同一の外航船について実質的に同等の価格付けを行っていることから「 <u>世界市場</u> 」を画定 セーフハーバーに該当	コンビニの取扱商品は、基本的にスーパーマーケット等の他業態の小売業でも販売されているが、利便性、品ぞろえ、価格帯等に違いがあり、一般消費者の使い分けの実態があるとし、「 <u>コンビニエンスストア業</u> 」を役務範囲として画定 商圈は立地状況、周辺施設、人口、隣接道路の交通量等によって異なるが、一般的な「 <u>半径 500m の範囲</u> 」を地理的範囲として画定

図表 2.25 単独効果で注目すべき国内事例

	CKサンエツ・日本伸銅 (H26)	パナソニック・三洋電機 (H21)	コスモ石油・昭和シェル 石油・住友商事・東燃ゼ ネラル石油 (H26)
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「黄銅棒」市場において、当事会社の市場シェア 45% ・輸入に係る制度上の障壁はなく、輸入品と国内製品の品質差も縮小 ・H20 から H25 にかけて輸入量が 4 倍となっていることから、<u>相当程度の輸入圧力を認定</u> ・<u>有力な競争者を含む多数の競争者の存在、隣接市場からの競争圧力とあわせて容認</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ・「ニッケル水素電池（自動車用）」市場において、当事会社の市場シェア 100% ・性能に優れた「リチウムイオン二次電池（自動車用）」の実用化及び量産化が進みつつあり、<u>隣接市場からの競争圧力を認定</u> ・<u>自動車メーカーの需要者からの競争圧力も認定</u>し、容認 	<ul style="list-style-type: none"> ・LP ガスの「プロパン」及び「ブタン」の元売事業 ・川下での競争が活発なこと、卸売・小売業者は容易に取引先・数量の変更が可能なことから、<u>一定程度の需要者からの競争圧力を認定</u> ・<u>競争者からの競争圧力、隣接市場からの競争圧力とあわせて容認</u> ・過去の統合を利用した<u>差分の差分分析を実施</u>し、整合性を確認

2.2.5.3. 日本と欧米の比較

前節までの各事例において、日本と欧米の事例を比較すると、図表 2.26 のように要約される。特に1つの争点に対して複数の分析を行うことや、目的に沿った分析を行いその解釈を公表している事例が、欧米では見られる。他方で、日本では、2.2.5.2.9 節の出光/昭和シェル及び JX/東燃ゼネラルの分析は先進的だったものの、それ以外の事例については、データ利用可能性や時間や人的リソースの制約も考えられるが、経済分析としては一つの分析手法に依拠する傾向や、当事会社側の分析は再現されないなどの傾向がある。

また、コスモ石油・昭和シェル石油・住友商事・東燃ゼネラル石油（H26）（2.2.5.2.12 節）などの事例を見ると、過去の統合案件のデータを使って差分の差分分析をしている。この分析自体については、競争促進効果が過去にあって本件もその効果の蓋然性が高いかどうかを調べる上では有益と考えられる一方、「どの競争圧力がどの程度働いているのか」は定量的に明らかでない。その意味で、案件にもよるが、欧米の事例と比べると、争点に合わせた経済分析が必ずしも行われるようにはなっていない可能性もある。あるいは、注目すべき競争圧力や争点を調べる際によく使用されるような経済分析が行われなかった理由などの説明があると、より納得を得やすいと考えられる。後者については、欧米諸国は経済分析提出に関するベストプラクティスもあるため、公表内容の中で、使用した分析に至った背景・理由について、事例間に著しい差がなく一定程度安定的に説明されている。

図表 2.26 日本及び欧米事例の比較からみられる傾向

日本	欧米
<ul style="list-style-type: none"> 市場画定では定性的な説明が多い傾向 一つの分析手法に依拠する場合が多い 競争の実質的制限の検討において経済分析を実施する場合、必ずしも注目する競争圧力の種類に対応するような（争点・目的に合わせた）経済分析を行っていない可能性があることや、使用した分析に至った背景・理由が不明瞭 競争圧力を検討する際のレイヤー（範囲の濃淡）の検討について、一貫性に欠ける可能性。「地理的に隣接する市場の状況」といった隣接市場からの競争圧力を検討する際には、需要者の行動範囲を柔軟に検討している場合もある（例：ファミリーマート・ユニー、古河スカイ・住友軽金属） 	<ul style="list-style-type: none"> 市場画定の段階から経済分析を積極的に活用。エビデンスに基づき広い市場を当事会社側が積極的に主張していることも背景にある 一つの争点に対して複数の分析を行うことによって頑健性や補完性を確認 目的に沿った分析を（結果としてうまくいかなかったとしても）試行し、その解釈を公表 様々な分析結果を提出することで当局側も分析を再現するなど、議論が活性化（例：Blackstone/Acetex） ヒアリングと当事会社提出資料に違いが生じた場合、ヒアリングの回答理由を紐解き、それを検証する形で経済分析を活用（Ineos/Kerling）

2.3. 企業実務への示唆

前節までの調査結果を踏まえ、研究会を開催し、我が国の企業結合規制における競争政策上の対応について、学識者、実務家、産業界それぞれの観点を踏まえ、課題や対処の方向性について議論を行った。研究会における議論を踏まえて、企業実務のあり方への示唆を以下にまとめた。

我が国の置かれた経済状況を考えると、人口減少に伴う国内の需要減少により、既に一定程度集約化が進んでいる素材産業等の製造業を含め、各産業における、国内競争者同士での結合後シェアの高い企業結合事案が今後も増加することが想定される。

こうした産業では、例えば、海外からの輸入が増大しつつある、サプライチェーン構造の変化により需要者からの圧力が強くなっている等、市場シェアに表れない各種の競争圧力によって、企業結合後も当事会社が必ずしも自由に価格等を左右できるわけではない等の場合もあり、企業結合後の市場シェアが高かったとしても、当該企業結合により競争を実質的に制限することにはならないと判断されるケースも少なくない。

このため、企業が企業結合審査に臨むにあたっては、市場画定・市場シェアのみならず、各種の競争圧力等の評価（競争評価）の主張立証が重要となる。

その際、欧米においては市場画定や各種の競争圧力等の立証のために様々な「経済分析の活用」がなされており、日本においてもその活用が鍵となる。

より詳細には、以下の通りである。

2.3.1. 競争評価及び経済分析の重要性

企業結合の検討に際しては、一次的な指標として市場シェアや HHI を基に、暫定的な評価を行うことも多い。

一方、企業結合審査において、前掲の事情などを勘案し、企業結合後の市場シェアが高かったとしても、当該企業結合により競争を実質的に制限することにはならないと判断されるケースも少なくない。

このため、企業実務においては、企業結合後の市場シェアの高さのみをもって独禁法に抵触することを懸念し、案件の進捗をためらうのではなく、各種の競争圧力等を検討し、企業結合審査の中で主張していくことが有用である。

その際、当事会社が日常的に直面しているマーケットの状況は、当該企業結合を行おうとする動機であると同時に、企業結合審査において企業が主張・立証すべき要素（各種競争圧力等）を特定するヒントにもなり得る。こうした「肌感覚」を独禁法上の意味のある法的主張に昇華させていく観点からは、その立証方法として「経済分析の活用」が鍵となると考えられる。

2.3.2. 企業結合審査に際し企業が持つべき姿勢

企業結合審査に対して、企業としては次の4つの姿勢で臨むことが望ましい。

姿勢1：企業結合後の市場シェアの高さのみを重視しない

我が国の企業結合事案においては、海外からの輸入が増大しつつある、サプライチェーン構造の変化により需要者からの圧力が強くなっている等、市場シェアに表れない各種の競争圧力によって、企業結合後も当事会社が必ずしも自由に価格等を左右できるわけでない等の場合がある。

こうした事情により、企業結合後の市場シェアが高かったとしても、当該企業結合により競争を実質的に制限することにはならないと判断されるケースも少なくないことから、企業結合後の市場シェアの高さのみを重視して独禁法に抵触することを懸念し、案件の進捗をためらうのは適切ではない。

姿勢2：肌感覚で感じている市場の状況をヒントに、経済分析も活用しつつ競争評価を行う

企業結合審査における最終的な判断基準は、「当該企業結合により競争を実質的に制限することとなるか否か」であることから、企業は、市場シェアに限らない競争評価をしっかりと行うことが必要である。

その際、当事会社が日常的に直面しているマーケットの状況は、当該企業結合を行おうとする動機であると同時に、企業結合審査において企業が主張・立証すべき要素（各種競争圧力等）を特定するヒントにもなり得る。こうした「肌感覚」を独禁法上の意味のある法的主張に昇華させていくため、その立証方法として「経済分析の活用」も行っていくことが有用である。

（経済分析の活用の詳細については、2.2.4 節も参照のこと）

姿勢3：審査で受け身にならず、事前準備を入念に行い、一気通貫でストーリーを説明する

企業結合審査に先立ち、当局に事前相談を行うケースもあるが、事前相談で見通しが立つとは限らないことから、当局の感触を探りながら事後的に主張立証を考えるといった手法は必ずしも有効ではない。加えて、企業側で十分な事前検討や意思決定が行われていない場合、難航するとの感触が得られただけで、安易に計画自体を見送るケースも存在していると考えられる。

したがって、企業は事前準備を入念に行い、当該企業結合が独禁法に抵触しないことについて、需要者（消費者）の利益の観点も踏まえ¹⁹⁹、一気通貫で全体のストーリーを説明することが適切である。

特に、重大・困難な事案であるほど、客観的な証拠としての経済分析を活用し、受け身にならず積極的に主張していく必要がある。その際、自らの企業結合計画の正当性を適切に説明するため、経済分析を含む法的論拠を十分に練っておくことが求められ、そのため、弁護士・エコノミストといった専門家の起用、データ入手等のコストを厭うことは適切ではない。

姿勢4：不確実性を加味した意思決定を行い、代替策（問題解消措置）の事前検討を行う

¹⁹⁹ 当事会社においては、当該企業結合を正当とみなすべき理由として、企業規模の拡大等による「国際競争力強化」を挙げたいと考える場合少なくない。しかし、競争当局においては競争の維持と消費者余剰の確保が重視されることから、実務的な対応としては、当局の関心に応える形で、当該企業結合が消費者利益を維持・増進するという観点もしっかりと主張・立証していくことが求められる。

企業結合は将来の経済的事象の予測に関わるため、審査に一定の不確実性が伴うことはやむを得ない。一方で、企業内部における企業結合の検討に際し、弁護士相談等において「企業結合審査で問題が生じないこと」の確証を求める余り、審査結果の見通しに不確実性があつた場合に、安易に当該企業結合の計画を諦めるケースもある。

しかし、計画見送りにはそのビジネス機会を失う面があることを考慮すれば、企業は、不確実性を予め加味した上で経済合理的な意思決定を行うことが不可欠である。

したがって、企業は、企業結合審査の無条件での承認が認められない場合も想定し、代替案となる複数の問題解消措置を事前に検討し、当該企業結合で見込む利益、各問題解消措置を取った場合の当該利益等に与える得喪をできるだけ定量的に評価しておくべきである。

このように、企業関係者が、「企業結合は不確実性を加味した上で意思決定を行うべきもの」と心得ることは、安易な計画見送りに流れない姿勢として重要である。

2.3.3. 経済分析の活用

前述のとおり、重大・困難な事案であるほど、客観的な証拠としての経済分析を活用し、受け身にならず積極的に主張していく必要がある。

企業結合を検討する日本企業が置かれる競争状況は多種多様であり、経済分析の活用についても、分析の目的、収集可能なデータなどによって、そのあり方は多種多様である。

一方、鉄・ガラスなどの素材製造業をはじめとして、企業結合による業界再編が検討される多くの産業では、グローバル化の進展、サプライチェーン構造の変化、国内需要の長期縮小など、日本市場全体に共通する状況を抱えており、これらが業界再編を図る動機にもなっている。

こうした日本企業が直面する典型的な状況として、以下のような要素が挙げられる。

<日本企業が直面する典型的状況>

(想定例) 同質財で成熟した産業。業界再編により既に寡占化が進んでいる。当事会社が合併した場合、合併後の国内市場シェアは相当程度高くなると見込まれる。一方で、長期の需要減少により当事会社の設備稼働率は低下しており、合併後の設備集約により効率化をはかりたい。

こうした産業における企業は具体的には以下のような状況に直面している。

- ① 一部の個別商品で商品特性に多少の差異があり、当事会社間の商品の競合度合いは大きくない。また、当事会社は設備稼働率低下に悩んでいるが、当事会社以外の競争者も余り稼働率が高くないことが窺われる。
- ② 足下の輸入は多くないが、海外産品も着実に品質・生産量が向上しており、現在の状況がいつまで続くか不透明。中長期には東アジア域内で内外の区別無く取引を行う需要者が増える傾向がある。
- ③ 技術開発の進展により、新たな代替製品の市場投入が進み、次第に代替されつつある。
- ④ 旧来のメーカー優位のサプライチェーン構造が変化し、近年は、需要者からの価格低減の強い要請を受け続けている。
- ⑤ 国内の需要減少により設備稼働率は低下傾向にあり、集約化による効率性向上を図り、これを消費者にも還元できる余地がある。装置産業であって、供給に係る限界費用は低いため見た目上は限界利益が生じている場合もあるが、一方では、設備投資（固定費）が高く、中長期での需要減少見通しの中で、老朽化に伴う設備更新の投資判断が難しくなっている。
- ⑥ 当事会社的一方において事業の採算が見込めず財務状況が悪化しており、早晚、事業継続の困難により市場からの撤退を検討せざるを得ない状況がある。

前述の「日本企業が直面する典型的状況」について、経済分析を活用して主張立証を行うことを想定して整理すると以下のとおりとなる。なお、実際の事案においては、どのような主張立証が有効・可能かはケースバイケースの判断となる。下記例はあくまで考えられる手法の一例であることに留意しつつ、実際の事案では、個別の事案毎、弁護士・エコノミスト等の専門家と綿密に協議を行い、時間・データ等の制約も考慮し、最適な主張立証の戦略を検討する必要がある。

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」（企業結合ガイドライン第4の2(1)）

①－１：一部の個別商品では商品特性に多少の差異があり当事会社間の商品の競合の度合いは大きくない。

⇒同質財市場であっても、商品特性の多少の差異や、工場の立地状況等の要因により、当事会社間の商品の競合度合いは、当事会社の商品と競争者の商品の競合度合いと比べて小さいという可能性はあり得る。こうした主張を立証することが出来れば、企業結合の競争に及ぼす影響が小さいという判断に繋がり得る。当事会社間より競争者との需要代替の方が大きいことを立証するためには、例えば、消費者サーベイ等に基づき「転換率分析」（2.2.4.3.1節）を行い、当事会社間の転換率が小さいことを示すことが考えられる。主に取引が入札形態で行われているときには、「入札データ分析」（2.2.4.3.3節）を用いることが有効となる。更に、「価格弾力性分析」（2.2.4.3.7節）を用いて、商品間の交差価格弾力性を求めることが出来れば、需要代替に関する強力な証拠となる（参考事例：VTech/ LeapFrog（2.2.5.2.6節）、AG Barr/Britvic（2.2.5.2.7節）、Office Depot/OfficeMax（2.2.5.2.1節））。

①－２：当事会社は設備稼働率低下に悩んでいるが、当事会社以外の競争者も余り稼働率が高くないことが窺われる。

⇒同質財市場においては、当事会社の価格引上げに対する競争者の供給余力の存在が競争者による牽制力の有力な証拠となる。また、供給余力を立証する際には、合わせて顧客にとってスイッチング（取引相手の変更）が可能であることを立証することが重要である。したがって、例えば、競争者の生産能力等を調査し、供給余力があることを示すとともに、「顧客スイッチング分析」（2.2.4.3.2節）を行うことで、顧客が実際に頻繁なスイッチングやマルチソーシング（並行して複数の取引相手と取引を継続すること）を行っていることを示し、顧客がスイッチングを容易に行うことができることを立証するのが有効となる

（参考事例：Votorantim/Fischer/JV（2.2.5.2.5節））。

②輸入（企業結合ガイドライン第4の2(2)）、市場画定の地理的範囲（企業結合ガイドライン第2の3）

足下の輸入は多くないものの、海外産品も着実に品質・生産量が向上しており、現在の状況がいつまでも続くかどうかは不透明。中長期には東アジア域内で内外の区別無く取引を行う需要者が増える傾向がある。

⇒輸入に関する主張を行うにあたり、市場画定の枠組みの中で国境を越えた地理的市場の画定を主張する場合と、関連市場は海外市場を含めないが、海外事業者による輸入圧力を主張する場合がある。前者の場合、例えば、地理的な「価格分析」（2.2.4.2.3 節）により国内・海外市場の一体性を立証することが考えられる。後者の場合、現時点での輸入シェアが高いことだけでなく、当事会社の価格引上げに対して輸入の増加が見込まれるかどうかを立証することが重要となる。したがって、輸入に関する障壁が低いこと、輸入品と国内品との品質差が小さいことを示すことに加えて、例えば、「ショック分析」（2.2.4.5.3 節）により輸入が為替レートの変動に反応している（為替レートが円高傾向のときに、輸入が増加すること）を示せば、国内での価格上昇に対して輸入が増加することを示唆するため、輸入圧力の有力な証拠となる（参考事例：Ineos/Kerling（2.2.5.2.2 節）、Blackstone/Acetex（2.2.5.2.3 節）、新日鐵住金/日新製鋼（2.2.5.2.4 節））

③隣接市場からの競争圧力（企業結合ガイドライン第4の2(4)）

技術開発の進展により、新たな代替製品の市場投入が進み、次第に代替されつつある。

⇒現時点では同一の市場には属するとまで言えないが、当事会社の商品と相当程度の代替性を有する類似品があれば、特に代替が進みつつある場合、当事会社の価格引上げに対する牽制力として評価される。小売業者間の合併であれば、類似した業態（例えば、スーパーに対するコンビニ）による代替がこうした隣接市場からの競争圧力に該当する。隣接市場からの競争圧力を立証するためには、例えば、類似業態の店舗数を含めた「価格・集中度分析」（2.2.4.5.1 節）を行うことで、類似業態店舗の存在する地域において、その他の地域と比べて当事会社の価格が低くなっていることを示すという方法が考えられる。また、「イベント分析」（2.2.4.5.3 節）の考え方をを用いて、関連市場において事故により供給途絶が発生したときに、類似品の売上が有意に増加したことを示し、当事会社の価格引上げに対して類似品への代替が起こりそうであることを示すことが考えられる。（参考事例：Office Depot/OfficeMax（2.2.5.2.1 節））。

④需要者からの競争圧力（企業結合ガイドライン第4の2(5)）

旧来のメーカー優位のサプライチェーン構造が変化し、近年は、需要者からの価格低減の強い要請を受け続けている。

⇒サプライチェーンの川下に位置する需要者が、当事会社に対して強い交渉力を有している場合、当事会社が容易に価格引上げを行うことが出来ないという判断に繋がり得る。企業結合後も需要者の交渉力が強いことを示すためには、例えば、「小売マージンの計量分析」（2.2.4.5.1節に関連）を用いることで、メーカー側の企業規模と小売マージンの間に関連がないことを示せれば、メーカー側の企業結合が小売への交渉力を高めそうにないことを示すことが考えられる（参考事例：AG Barr/Britvic（2.2.5.2.7節））。

⑤効率性（企業結合ガイドライン第4の2(7)）

⑤－1：国内の需要減少により設備稼働率は低下傾向にあり、集約化による効率性向上を図り、これを消費者にも還元できる余地がある。

⇒合併により見込まれる効率性の向上が競争促進効果として考慮されるためには、価格低下や品質向上等の形で需要者へ便益が還元されることを示す必要がある。そのためには、例えば、「パススルー分析」（2.2.4.3.9節）で、過去に生じた限界費用の低下が価格の低下をもたらしていることを示し、効率性向上の成果の需要者への還元の蓋然性を立証することが有効となる（参考事例：Orange/Jazztel（2.2.5.2.10節）、Superior Plus/Canwest Propane（2.2.5.2.11節））。

⑤－2：装置産業であって、供給に係る限界費用は低いため見込上は限界利益が生じている場合もあるが、一方では、設備投資（固定費）が高く、中長期での需要減少見通しの中で、老朽化に伴う設備更新の投資判断が難しくなっている。

⇒装置産業においては、合併により固定費の大幅な削減が見込まれる場合や、設備の刷新が可能になる場合がある。固定費の削減は、短期的には企業の価格付けインセンティブを変更しないが、長期的には新規投資の活発化等を通して、需要者への利益還元に関わりうる。こうした主張を行なうために、例えば、投資の意思決定を織り込んだ動学的な「合併シミュレ

ーション」(2.2.4.3.8節)を行うことで、合併が長期的な消費者厚生を向上させると立証することが有効になり得る。

※ただし、上記経済分析手法は必ずしも確立したものではないため、個別事案毎に専門家と綿密に協議する必要がある。

(参考事例：出光興産/昭和シェル及びJX/東燃ゼネラル(2.2.5.2.9節)、Orange/Jazztel(2.2.5.2.10節)、Superior Plus/Canwest Propane(2.2.5.2.11節))

⑥当事会社グループの経営状況(破綻企業の抗弁)(企業結合ガイドライン第4の2(8))、カウンターファクチュアル²⁰⁰(因果関係)

⇒企業結合がなければ当事会社の一方の市場退出の蓋然性が高く、また、他方当事会社以外に救済可能な事業者がない場合、企業結合により競争の実質的な制限は生じないと判断される可能性がある。こうした主張を立証するためには、例えば、(a)「財務分析」で市場退出の蓋然性の高さを示し²⁰¹、(b)「ヒアリング」で他の買手が見つからないことを示すことが考えられる。また、市場退出の蓋然性が高い方の当事会社がないという反実仮想の設定で消費者サーベイを行い、「転換率分析」(2.2.4.3.1節)を行うことが考えられる。当該当事会社から競争者への転換は限定的で、他方当事会社への転換が多いことが示せば、反実仮想状況(当該当事会社が市場退出した状況)と企業結合後状況で競争状況に実質的な違いがないことの証拠となる(参考事例：Optimax/Ultralase(2.2.5.2.8節))。

活用可能なデータ

なお、企業が経済分析に活用できる各種データを図表2.27に列挙した。事案(産業、会社、商品、分析内容)によって活用するデータセットは当然変わってくるため、予め、どのようなデータが使用できるのか、使用に当たって制約があるかなどを認識しておくことが望

²⁰⁰ 企業結合が行われなかった場合に実現される状況のこと(深町正徳「平成30年度における企業結合関係届出の状況及び主要な結合事例(『公正取引』No.825, 2019年7月号)参照)。当該企業結合と将来の競争制限の状態との因果関係の存否に関わるものとする理解がある(白石忠志「平成30年度企業結合事例集の検討」(公正取引No.825, 2019年7月号)参照)。

²⁰¹ 例えば流動比率など資金の安定性に関わる財務分析や信用リスクの評価を通して倒産の蓋然性をみることがあげられる。

ましい。また、データ入手にあたり、例えば業界団体等の情報の保有者において何らかの理由でデータ提供に抵抗がある場合もあると考えられるが、適切な審査のための必要性を説明しつつ、情報の機微性が問題ならば当事会社を介さず直接公取委宛て提供するなど、協力を得る工夫を凝らす（関係団体も協力を行う）ことも必要と考えられる。

図表 2.27 企業が経済分析に活用できる各種データ

内部データ	外部データ
売上データ（商品別／顧客別／地域別／店舗別等、 商材により年次／月次／日次等）	POS データ
入札データ（自社が落札できなかった案件を含む）	公的統計データ
原価計算データ／財務データ	データ会社保有データ（市況データ、市場レポート等）
競合を含む店舗立地データ	業界団体データ
競合を含む価格データ（商品別、地理的市場別等）	公表されている消費者サーベイデータ
内部で実施した消費者サーベイデータ	
競合を含む生産設備の状況や過去の稼働状況データ	
競合を含む商品の品質・特性に関するデータ	
顧客との交渉記録のデータ	

2.4. 今後の政策への示唆

前節に引き続き、研究会における議論を踏まえて、今後の政策への示唆を以下にまとめた。

2.4.1. 「市場画定」のあり方について

企業結合審査において「市場画定」を行うことについては、以下のような評価・指摘が挙げられる。

2.4.1.1.

<肯定的に見る意見>

- ✓ 市場画定は企業結合審査における議論の共通の土台となり、競争制限効果に関する各判断項目の整理（可視化）ともあいまって、システムチックな審査を可能とし、担当官の経験・専門性の高低に関わらず、審査の一定の質を担保することに役立つ。なお、米国では市場画定を経ずに直接的な経済分析を活用した競争評価がされることもあるが、これは競争当局が組織的に高度な経済分析の経験・専門性を備えることを前提とするものである。
- ✓ 市場画定を行うことにより、比較的揃えやすいデータにより市場構造指標（市場シェアやHHI）を測ることができ、これらは一次的な指標としては有意義である。競争評価に経済分析を活用する場合も、便宜的に何らかの市場画定を前提とすることはあり、市場画定の作業にも有用性はある。
- ✓ かつては、業界内の商品分類など必ずしも合理的でない要素に基づく市場画定や市場シェアの計測を元に審査が行われるケースもあったが、現在の審査では、概ね、相応に合理的な市場画定がされ、また、市場シェアのみに拘泥せずに各種競争圧力を適切に考慮した審査が行われている。結果として、一見すると高い市場シェアが問題になりそうな事案であっても、その後の適切な市場画定や競争評価により審査を通過することがある。

<否定的に見る意見>

- ✓ 事案によっては、市場画定や競争評価が適切に検討されることなく、一度画定した市場や市場シェア等の外形的な指標に過度に引きずられ、便宜上画定するに過ぎない市

場画定が結論に直結してしまう場合がある。その結果、審査が難航し、企業に負担が生じる場合や、予見性が低くなる場合がある。

- ✓ 企業結合審査においては、市場シェアのみならず、その他の各種競争圧力を総合考量した審査が行われるにも関わらず、企業側が市場シェアを重視して見立てを立てることで、審査が難航することを懸念し、事前相談段階を含む水面下で企業結合の実施を諦めているケースがある。特に、今後、国内需要の縮小等の影響を受け、市場シェアの高い企業同士の企業結合事案が生じることが予想されるが、企業側の市場シェアを重視する姿勢が維持されると、総合考量の中で問題ないと判断され得る事案であっても、入口の段階で諦めてしまう事案が増大することが懸念される。

<「一定の取引分野」の文言の意義について>

- ✓ 不当な取引制限などでは反競争効果を先に判断してから市場画定を行われることも踏まえると、「一定の取引分野」という文言・要件論に固定的にとられる必要はない。
- ✓ 条文上の「一定の取引分野」の文言の存在により、これまで市場画定が過度に重視されてきたきらいがある。また、同文言により特定の商品を前提にできないが競争制限行為は問題になりうる「イノベーション市場」が成立しない可能性の議論がされたこともある。立法論として同文言を維持する積極的な理由は乏しいのではないか。
- ✓ 「一定の取引分野」の文言が存在するからといって市場画定が過度に重視されることになるとは限らない。文言をなくすることにより判断基準が不明確化するなどの弊害も懸念される。文言をなくすことによる独禁法全体への影響も考えなければならない。

欧米の企業結合審査実務は、競争制限効果の有無の分析において、従来の市場構造（市場シェア）を重視する枠組みから、市場シェアに偏重しない枠組みへと変化してきた。

日本の審査実務においても、市場画定や市場シェアにとられることなく、各種競争圧力を総合考量する審査が行われており、結果として高シェアな事案であっても独禁法上問題ないとされるケースも少なくない。

市場画定は審査における議論の共通の土台となり、システムチックな審査運用に資するプラス面がある一方、担当によっては、便宜上画定するに過ぎない市場画定により案件の心証形成が行われ、結論に影響する場合があるとの指摘もある。

また、企業側においては、企業結合後の市場シェアが高くなる案件について、企業結合審査が難航することを懸念し、案件の進捗をためらうケースや諦めてしまうケースも一定数存在している。

こうした点を踏まえると、今後の市場画定のあり方について以下のような点を検討してはどうか。

1. 米国の例も参考に、市場画定の位置づけについて企業結合ガイドライン上明確化。
 - (ア) 「市場シェアの測定はそれ自体が目的ではなく、当該合併が競争に与える影響を明らかにすることに寄与する。」
 - (イ) 「当局は、必ずしも市場画定から分析を始める必要はない。当局が反競争的效果を分析するために用いる分析ツールには、市場画定に依存しないものもある。」
2. 条文に「一定の取引分野」の文言を維持する意義について、解釈及び立法上の観点から再検討することもあり得るのではないか²⁰²。

2.4.2. 「経済分析の活用」のあり方について

企業結合審査に経済分析の活用を進めていくことについては、以下のような評価・指摘が挙げられる。

<経済分析を活用した議論の促進について>

- ✓ 「競争制限の実質的制限」は未来の経済的な事象を把握しようとするものであり、本来的には経済分析が決め手とされるべきであり、これには審査の客観性・合理性を確保する意義もある。

²⁰² 例えば、「一定の取引分野」の文言の意義に関し、①同文言の存在により審査実務に安定的な基準を与える反面、審査の硬直性やバイアスを生じさせる傾向がないかといった実務への影響の評価のほか、②研究開発過程（いわゆるパイプライン）等で製品として具体化する以前のイノベーションスペースでの競争を観念しつつ、なお具体的な完成品市場の特定を要するとすべき必要性・許容性、③外部性を通じて複数の需要者層に競争制限的及び競争促進的な影響を生じる多面市場の場合の市場画定及び市場相互間の関係整理と同文言との関係、④同文言を要件に含む不当な取引制限や私的独占など他の条文の解釈に与える影響等について検討対象とすることが考えられる。

- ✓ 欧米では、企業側から活発に経済分析が活用され、当局からも詳細なレポートが公表されているが、日本ではそのようにはなっていない。
- ✓ 日本では、審査の中で、競争者や需要者へのヒアリング・アンケートの結果が重視される傾向があり、不利益を主張する関係者への手当による利害調整の側面が強いとの指摘がある。
- ✓ 当事会社が経済分析を含む主張立証を行っても、審査中、当局側の評価や具体的な問題点の指摘が明らかにされないなど、議論のフィードバックがなく、また、当事会社と当局側とで見解の相違が生じた場合に、その調整や第三者によるレビューを受ける機会が存在しないため、実質的に手続の透明性・公平性（手続保障）が十分でない面がある。
- ✓ 審査結果の公表内容において、特に経済分析実施の有無やその内容（当局及び当事会社の実施手法・データ等やその評価）に関する論述が、欧米の公表内容（2.1.3節参照）に比べて極めて少なく、論評・分析をするには不十分なため、判断の当否・判断に関する議論が起きづらい。当局内部におけるより詳細なレポートや後の論評寄稿等、当局において作成がなされているのであれば、それらを開示すべき。
- ✓ 欧米では、弁論主義的にお互いに主張し合い、結果が公表されるため、当局及び当事会社の議論、更に第三者の評価を通じ、関係者の能力が向上するとともに理論も発展し、公共財として社会に蓄積されていく循環があるが、日本では必ずしもそのような循環が生じる環境になっていない。

<経済分析を行っていく体制・インセンティブについて>

- ✓ 欧米では、当局内部に多数のエコノミストが在籍し、組織的に実務に関与しているが、日本の当局におけるエコノミストの在籍は数名に留まり、組織的な議論に至らないため、経済分析が十分に自信のあるものになっていかない疑いがある。
- ✓ 欧米を含む複数当局で同時審査が行われる国際的な事案等で、日本の当局には欧米当局との横並びを気にする傾向も感じられる。日本の当局として単独でも自信をもって審査できるよう、審査方針及び分析手法を洗練していくことが必要である。
- ✓ 日本の当局においては個別の事件審査に忙殺され、新たな分析手法等を考える余裕が乏しいことになりがちである一方、外部の研究機関の成果が十分に活かされていないのではないかと懸念される。学者など外部専門家の研究の貢献が期待されるとともに、その成果の実務への活用が課題である。

- ✓ 対立型の審査でなく、必ずしも経済分析が求められない審査は、企業にとっても安上がりな審査であることは否めない。しかし、事案によって議論を深めた審査をするのであれば、当局から企業に経済分析を求めていくことも必要になり、企業側も経済分析に注力する必要がある。
- ✓ 欧米ではデータ取引市場（データを保有するコンサルタント、リサーチ会社等の存在）が発達しているが、日本ではそのようなインフラが十分ではなく、精緻な経済分析の前提となるデータが不足する傾向がある。データ収集には一定の費用がかかるが、しっかりとした経済分析を行うためにはそれを追求する必要がある。
- ✓ 日本では、企業側が経済分析を含む主張立証をしても、当局による評価（理由・根拠）が十分に開示されないため、企業側も積極的にこれを主張立証する意義が分からず、特に一定の手間と費用に係る経済分析に予算を付けて注力するインセンティブが生じにくい状況がある。
- ✓ 企業側が注力して実施した報告には、その当否は別としても、丁寧に評価がされしっかりと議論が行われるようにならなければ、好循環に繋がっていかない。
- ✓ 欧米では、経済分析等に関する「ベストプラクティス²⁰³」が定められ、経済分析の知見の乏しい当局担当者・企業にとって有意義な指針となっているが、日本には同様の指針はない。
- ✓ 当局において、一定の理論的評価を元に、経済分析の各手法に対し信頼性や関連性等の点で一定の優劣を付けていると考えられるが、その最善の手法、データに制約がある場合の次善の手法及びそれらの証拠評価等についての考え方を明らかにしていないため、当事会社にとって効果的な経済分析の提出が困難となっている。
- ✓ 欧米では、ピアレビューや専門家による事後検証が積極的に活用されているが、日本においてもそのような取組が活用されると良いのではないか。
- ✓ 当事会社の業所管官庁において経済分析等を実施し、これを当局に提供するとともに公表し、また、当局において判断内容を公表することで、審査の迅速・充実化、透明化をはかることができるのではないか。

企業結合審査の特徴として未来の複雑な経済事象について評価を行う必要があり、複数のアプローチにより競争評価の頑健性を担保して、客観性・合理性のある判断を行うため、既

²⁰³ 経済分析の評価基準、当事会社と当局のミーティング開催と議論、分析結果の説明等の行動指針。

存の手法に加え、客観的な評価となる経済分析を積極的に活用していくことが必要である。そして、経済分析が適切に活用されていくためには、当事会社と当局間で対等公平に議論が交わされ、それが一種の公共財として世に共有されて更なる議論の対象となることが必要である。

一方で、足下の審査実務に対しては以下のような指摘もある。

- ヒアリング結果に表れる需要者の反応等が重視され、経済分析は必ずしも重視されていない。
- 企業側が経済分析をしても当局の採否や理由が明らかにされず、対等公平な議論とならない。（法制度上の事前手続・不服申立て手続は整備されているものの企業のビジネスの観点では現実的な利用対象となりにくく、第一次審査・第二次審査段階での議論充実・手続保障が課題となる。）
- 経済分析に係る審査結果（手法・データ）の公表も多くない上、当局から経済分析を求められないため、そもそも企業側において経済分析を活用する判断に至らない。
- エコノミスト等による経済分析を活用した審査の体制が欧米ほどに充実していない。
- 結果として、当局と当事会社の十分な議論や、公表による経済分析の活用結果の社会的な蓄積及びその第三者的評価を通じて、経済分析の活用手法が成熟していく好循環が必ずしも生まれていない。

こうした点を踏まえると、今後経済分析の活用を更に進めていく観点からは、以下のような点を検討していくことが考えられる：

- 経済分析に係る審査結果（企業側の主張の採否・理由、当局側の分析の手法・依拠するデータ等。審査中の中間的な結果を含む）を企業秘密等にも配慮しつつ、積極的に審査中・審査後に当事会社へ開示し、かつより充実した公表を行うこと。ガイドライン上、かかる開示・公表の内容・手続等について明確化することも一考であり²⁰⁴、例えば、欧

²⁰⁴ 公取委『企業結合審査の手続に関する対応方針』では、当事会社と当局とのコミュニケーションに関し「当委員会と届出会社との意思疎通を密にすることは、迅速かつ透明性の高い企業結合審査を可能とし、当委員会と届出会社の双方にとって有益であると考えられる」とされつつも、審査期間において「届出会社から企業結合審査における論点等について説明を求められた場合又は必要と認める場合には、その時点における論点等に

米の取組²⁰⁵も参考にして、日本版の「経済分析ベストプラクティス」を策定し、経済分析の評価基準を明らかにしつつ、当局及び当事会社間の協議の場の設定、審査計画、当局及び当事会社の経済分析の内容・評価等の開示・議論の仕組み、審査の具体的な結果・理由等の公開の範囲等を定めることが考えられる。なお、開示・公開の程度は、企業秘密等に配慮しつつ、できるだけ当事会社又は第三者が経済分析の当否等を検証できる程度のものであることが必要である。

- 過去の審査事例について、広く事後検証を行うとともにその結果を公表し、公共の議論に供すること。外部の学識者等への委託等して、守秘義務を課した上で審査記録を提供し、経済分析を含む事後検証を行い、企業秘密等に配慮しつつ、公表すること等が考えられる²⁰⁶。当局における経済分析に係る審査体制のより一層の充実を図ること。エコノミストの増員及びエコノミストによる専門組織・ポストの新設²⁰⁷、守秘義務を負わせて当局と同じデータセットを提供した上で学者等の専門家への外部委託や相談スキームの創設・活用等が考えられる²⁰⁸。

について説明する」との記載があるにとどまり、また、審査結果の対外的な公表に関し第一次審査が終了した事案のうち「他の会社等の参考となる事案」及び第二次審査事案について「公表する」との記載があるにとどまる。

²⁰⁵ 本報告書 2.2.2 節「経済分析の信頼性を確保するための基準・仕組み」のうち各国ベストプラクティス、2.1.2 節「欧米・日本の企業結合規制」のうち各国の「競争当局と当事会社間のコミュニケーション」、2.1.3.節「欧米・日本の企業結合規制、関連ガイドライン、経済分析実施体制、比較」のうち「公表制度及び公表度合」の記述（特に各国の比較として図表 2.15~図表 2.18）等を参照。

²⁰⁶ 例えば、EC は、イーストアングリア大学競争政策センターの学者グループに、事後評価を体系的にレビューするレポートを提供するように依頼し 2015 年に結果を公表したり、CMA は 2019 年にエコノミックコンサルティング会社 Lear にデジタル市場の企業結合規制における事後検証を依頼したり、カナダは 2007 年にエコノミックコンサルティング会社 CRA に依頼した事後検証を公表したりしている取組がある。また、本報告書 2.1.2 節「欧米・日本の企業結合規制」のうち各国の「事後検証に関するレビュー制度」の記述を参照。

²⁰⁷ 欧米の経済分析実施体制について、本報告書 2.1.3 節の該当の記載（特に各国の比較として図表 2.15）を参照。

²⁰⁸ 公取委内には研究機関として CPRC が設置されているが、個別の事件審査対応には活用されていない。形態はともかく、守秘義務等に配慮しつつ、審査担当者が外部の学識者等の専門的知見を頼ることができる態勢が取られることが望ましいという声がある。

- 審査手続における当事会社・当局間の「手続管理者」の設置、当事会社・当局の意見の見解に相違が生じた場合の調整スキーム、第三者レビュー等の枠組みを設けること²⁰⁹。必ずしも法制度上の整備に限らず、上記「ベストプラクティス」の一部とするなど運用指針上のものとして整備することも考えられる。

なお、経済分析以外の面についても、上記と同様により充実した審理・体制等が望まれることは言うまでも無い。

2.4.3. 審査における考慮要素について

前記のとおり、現行の企業結合審査においては、市場シェアのみならず、その他の各種競争圧力を総合考量した審査が行われている。その際の考慮要素に関して、以下のような評価・指摘が挙げられる。

<効率性（再投資の確保）の評価>

- ✓ 当局の競争制限の理論に必ずしも誤りはないが、そのカウンターバランスとして競争促進的な面をいかに取り組んでいくかが独禁法の重要な課題である。効率性向上については、例えばガイドラインにおいて垂直側企業結合における二重マージンの排除の記載がないなど十分でない面がある。

²⁰⁹ 例えば、栗田誠「実効的な企業結合規制制度の確立に向けた課題」（日本経済法学会『企業結合規制の新たな課題』2012）においては、公取委内部の審査態勢に関し「直接の事案担当者から距離を置いて事案を検討する職責を設けることが適切である」（法的チェック態勢の確立）、「審査段階において、平成22年独占禁止法改正法案（審判手続廃止）における「手続管理官」的な機能を果たす職責を設け、方向を求める内容・提出期限、秘密情報の取り扱い・公表内容等を巡る問題の処理やコミュニケーションの機会の主宰といった役割を担わせることが考えられる」（中立的立場からの手続的チェック）との提言がある。また、第三者のレビューとしては、公取委内部の上長によるレビューもありうるが、より中立・専門的な立場のものとして学識者等の外部リソースによるスキームを設けることも考えられ、後者は手続上、調査囑託や鑑定に準じた扱いとすることもできると考えられる。

- ✓ 現行の審査の実情においては、短期的な変動費用による限界費用だけが着目され、固定費削減や再投資可能性は必ずしも考慮されない等により、一般に効率性向上効果の主張立証は認められない状況にある²¹⁰。
- ✓ 多額の設備投資を要する装置産業において、将来に向けた再投資は供給維持、更には競争力の維持・向上のために不可欠である。他方で、需要減少が予想される中、各競争者の自主的判断では、投資回収の不確実性を解消することができず、必要な投資が確保されない可能性もある。
- ✓ 装置産業等における過剰設備の削減に関し、いわゆる過剰参入定理²¹¹に似た状況とその解消のため企業結合が有効であること等を指摘する研究も存在する²¹²。また、企業の所有構造によって需要不確実性への対応に差があり、買収される側は買収によって

²¹⁰ 他方、大橋（2012）の第3節では、下記のように記載されており、固定費用についても効率性評価で検討するに値する旨が記載されている。

「製造設備のように長期に亘って使用される設備は、長期的にサンクされないことから機会費用（あるいは「ユーザーコスト」ともいう）が存在する。この場合の機会費用とは、当該製造設備を使用することによってその設備が失う将来価値を指す。製造設備の稼働率を上げて生産量を増やせばそれだけ当該設備が減耗することになり、機会費用は大きくなる。逆に製造設備を全く稼働させないのであれば、製造設備の自然劣化以上の機会費用は生じない。このようにユーザーコストはある時点における生産量の多寡に応じて変動する可変費用であることが分かる。ユーザーコストは毎時点において異なる値をもつ流れとして製造設備の保有・稼働期間中発生し続ける。つまり経済学的な意味における製造設備の固定費用とは、ユーザーコストの流れの割引現在価値に相当することになるため、第2章で紹介した米国テレビ・ラジオ産業における固定費削減は機会費用の低下を通じて効率性を向上させるものと立論することが可能となる。」

²¹¹ 寡占市場で、参入障壁はないが生産に固定費用が必要であれば、顧客奪取効果が既存企業に及ぼす影響を参入企業が考慮しないことから、社会的に過剰な参入が起きる傾向がある（参考：小田切宏之『産業組織論』（有斐閣、2019）p126）

²¹² Nishiwaki(2016)やTakahashi（2015）が関連する研究に該当。また、Nishiwaki(2013)を踏まえると、複数のプラントを持つ同一企業内では生産性の低いプラントの廃止（生産規模の縮小）が行われる一方、生産性が異なる複数企業間では、必ずしも生産性の低い企業（プラント）の生産規模が縮小されるわけではないという結果が示され、合併せずに企業間の競争として生産規模の縮小が行われるよりも、合併し一つの企業内で生産規模を縮小することの方がより効率的であることが示唆される。なお、過剰参入定理を論じるとすれば、併せて本報告書2.1.4節の総余剰基準の採否を含めた厚生基準の議論も考慮を要する。

所有権が変更されたことで在庫が減少し稼働率が向上するなどの効率性向上効果が生じる研究も存在する²¹³。このような研究も広く行われていくべきではないか。

- ✓ 実務的に、合併したときの再投資、合併しなかった場合の再投資の各期の各リターンなどを何らかのモデルを置いてシミュレートし、割引現在価値と投資費用とを比較することも考えられる。例えば高速道路建設については建設費用を含めた費用便益分析がなされることなども参考に、一定の固定費については、将来に向けて変動費のように扱うことの検討もされて良いのではないか。

<輸入圧力（地理的市場画定含む）の評価>

- ✓ 現行の審査の実情においては、現に相当量の輸入がない場合には、輸入圧力は認められない状況にある。
- ✓ しかし、国内への輸入として顕在化していない場合にも、企業の意思決定において実際には東アジアなど海外の価格動向をみて価格決定をしているケースも多い。
- ✓ また、近年、シェア5%程度の輸入でも輸入圧力により価格引上げが制限されているとの研究も存在する²¹⁴。

<中長期の動学的な評価>

- ✓ 例えば、輸入圧力につき、中長期には内外の価格差が収束する傾向が見られることもあれば、効率性につき、固定費用の削減等は中長期において効果を生じる場合がある。
- ✓ 日本国内の需要減少傾向は中長期だからと言って不確実性が高い予測ではない。

<カウンターファクチュアル>

- ✓ 近時、日本の規制当局においても「カウンターファクチュアル」（「仮に企業結合をした場合、しなかった場合、何が起こるか」という反実仮想的な状況）を考慮した審査を行うことを明らかにしており、このような観点も重視して審査に臨む必要がある。
- ✓ 公共的な目的を掲げるとして、企業結合をした場合、しなかった場合の市場の状況のいずれが良いかはきちんと議論される必要がある。

²¹³ Braguinski, Ohyama, Okazaki & Syverson (2015) が該当。

²¹⁴ Salvo (2010)

＜その他＞

- ✓ 競争には価格競争以外にも、研究開発競争に並んで、「投資競争」なども観念でき、投資競争がどの地理的範囲で行われているかを捉える必要がある。価格競争のみに偏重しない審査のあり方を考える必要がある。
- ✓ 単に非効率を招く企業結合を認めるべきという議論ではなく、当該市場内の厚生のみならず、当該企業結合の成否による市場外への影響（市場外の消費者への利益の均霑、リスク低減等の外部性）も考慮されるべきではないか。
- ✓ 時に企業結合が産業全体への影響を有し、また、市場の機能にも一定の限界があることも踏まえ、他国において考慮要素とされる例もある安全保障や雇用、どこで公共的機能の費用負担を賄うか、国内産業のサステナビリティといった広く社会公共的ないし産業政策的な観点なども、競争法上考慮できる可能性の有無・範囲を含め、解釈上又は立法上、何らかの形で考慮される必要がある。

現状の審査実務においては、

1. 欧米と比較しても、効率性向上の評価について必ずしも認められない傾向があるが、特に、日本の産業の状況等を踏まえると、再投資の確保まで考慮した効率性向上効果を考慮する必要があること
 2. 現に相当量の輸入がない場合には、輸入圧力が容易に認められない傾向があるが、実際には輸入圧力が作用している場合もあり、これが十分に考慮されていないこと
- などの点が指摘されている。また、企業結合を巡る外部性や、その他公共的な利益の考慮の必要性が指摘されている。

こうした点を踏まえると、以下のような点を検討していくことが考えられる：

- 中長期の動学的な要素について、経済分析も活用してより実効的に考慮すること。また、こうした点を企業結合ガイドライン上も明確化すること
 1. 中長期を含めた効率性の一層の考慮やその中での設備への再投資（固定費）の評価

(ア) 中長期の効率性向上の動学的評価、あるいは投資の重複や撤退シナリオを含めたカウンターファクチュアルも考慮するべきではないか（特に、装置産業等の製造業においては、中長期の将来を見据えて、供給維持のためには設備への再投資が必要となるところ、固定費を費用（変動費）に考慮することが必要とも考えられる）。

(イ) 長期的な予測であっても、確実性の高い事象（例えば、人口予測やそれに基づく市場規模予測）に関しては、考慮するべきではないか。

(ウ) 更に、必要に応じ、厚生基準（2.1.4 参照）についても再検討するべきではないか²¹⁵。

2. 中長期を含めた輸入圧力の定量的評価

(ア) 需要者アンケート等による供給元の代替性の定性的な評価のみならず、国際取引における価格の変化と輸入量の変化を捉えるなどして、定量的に輸入圧力を把握するようにすべきではないか。その際、短期のみならず、中長期の輸入圧力の動向も考慮するべきではないか。

- 狭い意味での競争政策上の厚生（同一市場内の消費者利益）にとどまらない、当該企業結合に関連する幅広い利益を何らかの形で考慮することの可否について、引き続き検討がなされるべきではないか²¹⁶。

²¹⁵ この点、例えば川濱昇・武田邦宣言（2011）では「総余剰基準では実現される効率性によって当事会社に追加的に生まれる生産者余剰はすべて企業結合の便益としてカウントされる。しかし、これはあくまで国内で閉じた状況において妥当する。市場が国境を越えて拡大する状況で、域外適用が問題になり、我が国の消費者を害する企業結合が生じた場合には困難な問題が発生する。」とされるなど総余剰基準の単純な採用に疑問を投げかける指摘もある。このような指摘を踏まえつつも、装置産業の過剰設備におけるような問題をも念頭に厚生基準のあり方について、さらなる検討が必要と考えられる。

²¹⁶ 例えば、ドイツにおいては、競争当局（連邦カルテル庁）が禁止した企業結合に対し、連邦経済エネルギー大臣が経済全体の潜在的な利点、他の政策目標及び公共の利益を考慮してこれを承認できるとの法制が取られる（2.1.2.4.3.6 節等参照）。また、上記厚生基準の捉え方によっては、これまで必ずしも競争法上の考慮対象と

みなされてこなかった公共的な利益（例えば、供給の持続可能性、有益な外部効果等）についても何らかその考慮対象とする可能性もないとは言えないのではないか。

3. 業務提携編

3.1. 独禁法上の評価

3.1.1. 業務提携に関する問題意識

現在日本においては、人手不足や働き方改革等の影響による人々のワークスタイルの変化、また、人口減少に伴う国内需要の減少等により、効率化への要請が一層高まっている状況にある。加えて、第四次産業革命によるデジタル技術の進歩により、オープンイノベーションがより重要になるとともに、従来は困難だった効率化も可能になってきている。

こうした中で、特に人手不足が深刻な物流業界等をはじめ競合企業同士の連携が増加しており、異業種間の連携も含め、異なる企業同士が補完的なノウハウを組み合わせる新しいビジネスを創出しようとする流れが強まっている。

また、独禁法上の評価については、業務提携は競争単位を失うことなく事業の効率化をもたらすことから、多くの場合は競争促進的な効果が期待される一方、その態様によっては、競争制限的な効果を持つ場合もあることから、独禁法リスクを適切に評価した上で実施する必要がある。

他方で主要国の規制状況を比較すると、欧米には業務提携に関するガイドラインが存在する一方、日本には業務提携に関する包括的なガイドラインが存在しない。（公取委 CPRC が2019年に公表した「業務提携に関する検討会」報告書（以下「業務提携報告書」という。）においては、関連するガイドラインに言及しながら過去の相談事例結果を整理し、業務提携の評価フレームワークを提示しているが、正式なガイドラインではない。）。

企業が経済・社会環境の変化に対応する手段の一つとして、業務提携を有効活用していく必要性は高まっている。そこで業務提携に関する各国の制度や参考となり得る事例について調査を行った上で、企業が業務提携を検討する際に独禁法リスクにどのように対応すべきか整理するとともに、政策的観点からの今後の在り方について検討を行った。

3.1.2. 主要国制度の比較

米国、欧州、及び日本における業務提携に関する規制状況について、主に下記の文献を参照し調査を行った²¹⁷。

- 公取委 CPRC「業務提携に関する検討会」報告書 (2019)
業務提携報告書において、過去の公取委への相談事例を踏まえた個別類型毎の具体的な考え方や競争への影響評価の基本的枠組みが示されている。また、既に策定されている各種ガイドライン（「共同研究開発ガイドライン」「知的財産ガイドライン」「事業者団体ガイドライン」等）においても、一定の共同行為についての独禁法上の考え方が示されている。
- European Commission (2011) Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements (OJ2011 C11/01)
- FTC & USDOJ (2000) Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors

日欧米の業務提携の独禁法規制の内容を比較整理したものが、以下の表である。

主な違いとして、欧米には業務提携に関するガイドラインが整備されている一方、日本には業務提携に関する包括的なガイドラインは存在しない。加えて、日本と米国には当局が行政サービスとして業務提携等に関する独禁法上の考え方についての相談を受け付ける制度があるが、欧州には存在していない。また、日本では業務提携に関する市場画定の考え方は明らかにされていないが、欧米では企業結合と同様の考え方を取ることがガイドライン上明記されている。セーフハーバー基準の有無も大きな相違点である。

²¹⁷ 本章の記載については、日本、米国、欧州のガイドライン以外に、以下の文献を参考にしている。

Sher and Sicalides (2010) Competitor collaborations: new EU guidelines and US law compared, Practical Law ([https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-504-6041?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true&bhcp=1](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-504-6041?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&bhcp=1))

ABA (2014) Joint Ventures, 2nd Ed., American Bar Association

ABA (2008) Mergers and Acquisitions, 3rd Ed, American Bar Association

図表 3.1 日欧米の業務提携の独禁法規制比較

	日本	欧州	米国
関連ガイドライン等	なし (共同研究開発GL、知的財産GLなどは存在)	Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements 2011	Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors 2000 Statements of Antitrust Enforcement Policy in Health Care 1996
相談制度	事業者等の活動に係る事前相談制度	なし	Business Review Letter (DOJ) Staff Advisory Opinion (FTC)
JVの取り扱い	届出が必要になるJVは、企業結合規制の枠組みで審査	←	←
企業結合規制の適用	業務提携の審査には企業結合審査のフレームワークが「準用」できるという見解	業務提携の分析は企業結合の分析と一定の共通の要素があるという言及があり(ガイドライン パラグラフ21)、関連市場ガイドラインへの言及が多く、企業結合と同様の考え方を採用していることがわかる	業務提携の審査における市場構造の分析で合併ガイドラインへの言及があり(ガイドライン セクション3.34)、企業結合と同様の考え方を採用していることがわかる
市場画定	言及無し 業務提携の当事者社のみカルテル等については業務提携の範囲を市場として画定し違法とする余地を残し、他の競争事業者との競合も検討する場合には企業結合ガイドラインの考え方を採用する立場	一定の取引分野は企業結合と同じ考え方を採用	一定の取引分野は企業結合と同じ考え方を採用
当然違法性/合理的原則	カルテルになるような業務提携は、原則当然違法で禁止されるが、市場参入や効率性等の必要性が理由である場合には、合理的原則に基づき比較考慮が行われうる	←	←
効率性の要件	他の方法によっては実現できないものであること、実現可能であること、消費者の利益となること	実現可能性があり、効率性実現のために不可欠であり、消費者に大部分均霑し、業務提携を行う企業の間での競争が減退しない(ガイドライン パラグラフ49)	効率性実現が具体的に確認できるような実態性のあるものであり、効率性実現のために合理的に必要な提携であること(ガイドライン該当箇所: セクション3.36)
情報交換の取扱い	セーフハーバー無し	セーフハーバー無し	独立して経営されることが必要。5人以上の参加者がいる場合、各参加者は25%以下の市場シェアでなければならない(直近3か月未満期間の集計データに基づくもの) Statement 6A, DOJ and FTC Enforcement Policy on Provider Participation in Exchanges of Price and Cost Information (1996)

3.1.3. 日本

我が国には、業務提携に関する包括的なガイドラインは存在しないが、過去の事前相談等において業務提携に関する独禁法上の考え方が示されてきた。2019年には、公取委 CPRC が実施した「業務提携に関する検討会」において、各種ガイドラインや過去の相談事例等に照らして、競争への影響評価の基本的枠組みや、格判断要素における競争影響メカニズム・過程を明らかにする議論が行われた。

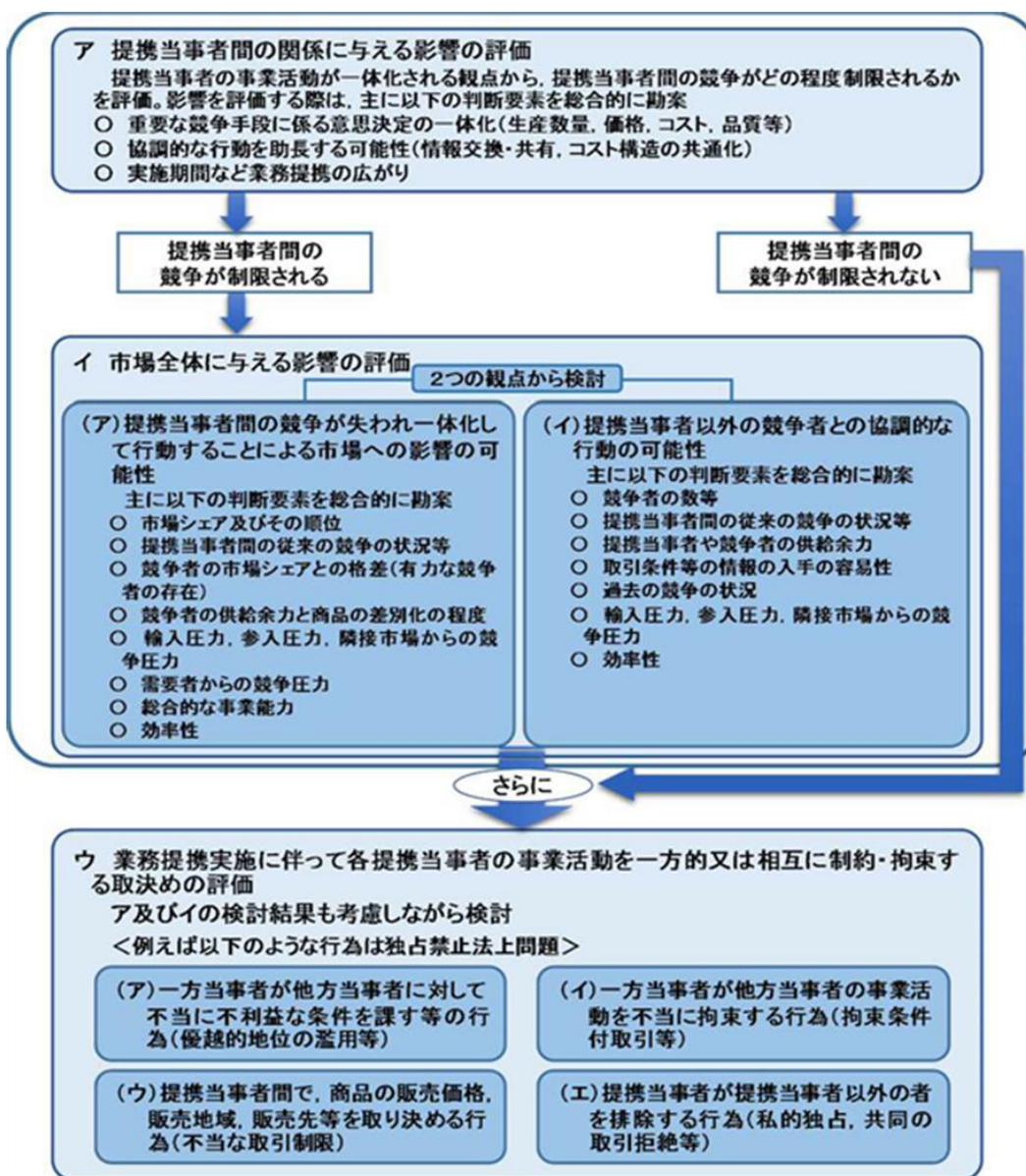
業務提携に関する検討会において、業務提携は、多くの場合競争促進的であるが、提携当事者が共同で業務を行うことを通じて、競争制限的な効果が生じる可能性があることを指摘している。(「そもそも業務提携は、事業活動の効率化等を目的に行われるものであって、多くの場合は競争促進的な効果が期待されるものと考えられる。一方で、独立した複数の事業者が共同で業務を行うこと等に鑑みると、その態様によっては、競争制限的な効果を持つ場合もあるという性格を有するものである。」(業務提携報告書 P.2))

そして、業務提携の独禁法上の評価にあたっては、大枠としては、企業結合ガイドラインに依拠するという考え方を示している。(「業務提携に関する独占禁止法上の一般的な考え

方は、提携当事者の事業活動の一体化という企業結合に類似した観点からは、大きな枠組みとして、企業結合ガイドラインの考え方を踏まえつつ、提携当事者の事業活動の一体化の程度がどこまで進むかといった業務提携特有の性質も取り入れて考えるのが適切と考えられる。」（業務提携報告書 P.26）

そこで、審査の流れとしては、業務提携当事者の事業活動の一体化の観点から競争への影響を評価した後、業務提携が関係する市場における競争への影響を評価することを提案している（図表 3.2 参照）。

図表 3.2 水平的な業務提携の競争への影響評価の概念図



このフレームワークは、業務提携の典型的な類型である、生産提携、販売提携、購入提携、物流提携、研究開発提携、技術提携、標準化提携にも適用可能であるとしている。

3.1.4. 欧州

欧州競争法の基本的枠組みは、「機能条約」(2.1.2.2.1 節参照)において示されており、機能条約 101 条第 1 項において競争制限行為(カルテルや不公正な取引方法等)の禁止が定

められており、第3項でその適用除外が定められている。適用除外として認められる共同行為の条件を定めたガイドラインとして Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements 2011（以下「EU 水平的共同行為ガイドライン」という。）が存在しており、この規定に基づき協定についての規制が行われている。

3.1.4.1. 基本的な考え方

EU 水平的共同行為ガイドラインでは、企業同士の協力関係を対象として、競争促進的な面を認めながら、効率的な競争が維持されるための法的枠組みを提供しているが、特に、最も一般的な情報交換、研究開発、生産、購入、販売、標準化に関する水平的協力協定に着目し独禁法上の考え方を明らかにしている²¹⁸。

協定を分析する一般的な枠組みは以下の通りである。

- 第1段階：協定に、機能条約第101条第1項が定める競争制限目的（Objective Restriction）又は競争制限効果（Effect Restriction）があるかどうかを判断
- 第2段階：競争制限効果があるとするれば、協定の当事者が第101条第3項の条件（効率性）が満たされているかどうか、すなわち、競争促進効果が競争阻害効果を上回っているかどうかを評価

競争制限目的とは、その協定の目的そのものがカルテルや市場分割になっているような場合を指す。

競争制限効果とは、協定が競争制限を目的とはしていないとしても、結果として競争を制限してしまう効果に着目するものである。競争に関わる基本的な判断基準として示されていることは、「合意により、当事者が、価格を引き上げたり、生産量、製品の品質、製品の種類又は、イノベーションを減らしたりすることによって、合理的な程度の確率で、利益を得られると期待できるかどうか検証する。」（EU 水平的共同行為ガイドライン §28）である。

²¹⁸ 本節の内容は、EU 水平的共同行為ガイドライン 1. Introduction に依拠している。

協定の検証においては、以下のような観点から協定の性質と内容の評価が行われる（EU 水平的共同行為ガイドライン §33）。

- 協定当事者間での競争が阻害される可能性、及び、業務提携グループが他の企業と競争しなくなる可能性
- 協定に参加するために資産の抛出を要求される等の結果、独立した意思決定ができなくなる可能性
- 協定への参加が経済的利益に影響を与える結果、独立した意思決定ができなくなる可能性

また、協定当事者間での費用の共通性が高まることや、戦略情報の開示を通じて協定が当事者間での協調を容易にする可能性、反競争的な排除行為が可能になる可能性（市場の閉鎖性）についても検討が行われる。この際、当事者が市場支配力を有しており、市場特性のために価格の調整が行いやすく、協定分野の費用割合が変動費に占める割合が高い場合には、市場価格と生産量が調整しやすくなると考えられている。

市場支配力の評価に当たっては、市場シェアの検討が行われる。当事会社の合算市場シェアが小さい場合、また、僅少性に関わる告示（当事会社のうち、1つが小さな市場シェアしか有しておらず、重要な資源を所有していない場合、合算市場シェアが高いとしても、通常、競争制限する効果はあるとは見なされない。）が該当する場合には問題視されず、市場シェアの安定性、参入障壁、参入の蓋然性、需要者圧力の度合いなども併せて考慮される。

上記の検討プロセスを経て「競争を制限する可能性がある」と証明された場合には、当事会社は、機能条約第 101 条第 3 項の規定に基づき、競争促進効果があるか否か、当局に対して主張することが可能である。この競争促進効果の立証責任は、当局というよりも、当事会社にある。

なお、機能条約第 101 条第 3 項の適用除外を受けるためには、以下の条件が満たされなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §9）。

- 協定は、効率性を生じさせなければならない
- 協定は、その効率性実現のために不可欠なものでなければならない

- その効率性のかなりの部分が消費者に均霑し、反競争効果を埋め合わせなければならない
- 協定が、提携当事者に、提携を行う製品についての競争を排除する能力を与えるものであってはならない

また、欧州の場合、研究開発／専門化協定によって補完される技術又は資産が大幅な効率性向上の源泉となりうる場合には、機能条約第 101 条第 1 項の適用を受けず、欧州競争法の適用除外となる可能性がある。

3.1.4.2. 情報交換

EU 競争法における焦点は、情報交換が協定当事者の戦略的行動のインセンティブを減らすことになるかどうかにある。将来の戦略的行動に関する情報は最も機密性が高く、価格、将来の販売、市場シェア、営業地域、特定の消費者グループへの販売に関する個別のデータの交換は、通常、競争制限目的（ハードコアカルテル）と見なされる（EU 水平的共同行為ガイドライン §72、73）。

一般的に、取引の透明度が高く、集中度が高く、市場環境が単純で、需給関係が安定的で、企業の対称性が高い市場では、企業が協調行為を実現しやすく独禁法上の懸念が大きくなる（EU 水平的共同行為ガイドライン §77 から 82）。また、一方的な情報提供であっても、それがカルテルを引き起こす懸念があれば、独禁法上の問題を生じる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン § 62）。

情報交換の検討の対象となるデータの特徴は以下の通りである。

- 協定当事者の独立した戦略的行動を減少させるような情報交換の例としては、価格、顧客リスト、生産費用、生産数量、販売額、販売数量、販売能力、品質、販売計画、損失に関する情報、投資、技術、技術開発計画とその結果などに関わる情報交換がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §86）。
- 情報交換に参加している企業の市場シェアが高ければ競争制限効果が生じやすいが、当該情報交換が他の協定に関するものであったりその実施に必要な範囲を超えないもので

あったりする場合には、それぞれの水平的協力関係のセーフハーバー基準が適用される（EU 水平的共同行為ガイドライン §87、88）。

- 集計データの交換については、市場の状況を把握することを促進するものであって、競争制限的とは考えられていない。他方、個別データの情報交換は協調行為を引き起こしやすいため、留意が必要である（EU 水平的共同行為ガイドライン §89）。
- 過去の情報は、将来の戦略的行動を減少させる恐れが少ないので、共謀行為につながる可能性は低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §90）。
- 情報交換の頻度については、頻度が高ければより厳密な監視が可能になるため、協調行為は助長される傾向がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §91）。
- 公開情報の交換は一般的には違法にならないが、その範囲は狭く解釈されうる（EU 水平的共同行為ガイドライン §92 から 94）。

効率性

情報交換は、効率性向上をもたらす可能性がある。企業の費用情報を共有し、業界の最善のプラクティスをベンチマークとする社内のインセンティブルールを設計することで、効率化を向上させることができる（EU 水平的共同行為ガイドライン §95）。

特定の状況では、情報交換によって企業が需要の大きい市場に生産を振り分けたり、生産効率の良い企業に生産を振り分けることが可能となる。また、在庫の削減や、地域毎の需要量を加味した分配を可能にする等、大幅なコスト削減が可能となる（EU 水平的共同行為ガイドライン §96）。

消費者に関する情報の非対称性がある市場において、協定当事者が消費者データを交換することで効率性向上をもたらす可能性がある。例えば、事故や債務不履行に関する消費者データを企業間で共有することにより、消費者がリスクにさらされる確率を低減させる場合がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §97）。

市場シェアに関する現在と過去のデータを交換することは、企業と消費者双方の利益になる可能性がある。消費者にとって、市場シェアの状況は製品の品質を評価する際の目安になる為である（EU 水平的共同行為ガイドライン §98）。

公開情報の交換は、消費者の自由な選択を支援するため、消費者に利益をもたらす。同様に、最新の投入物価格（原材料費等）に関する公開情報の交換は、企業の調査費用を引き下げることができるため、最終製品の価格引き下げという形で消費者に便益を与える可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §99）。

他方、情報交換の結果として効率性向上効果を上回る競争制限効果が生じる場合、効率性を前提とした適用除外を受けることはできず、交換されるデータの内容、データ集約度、期間、機密性、頻度及び範囲が必要不可欠かつ最小限のものであることを証明しなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §101）。

また、情報交換によって引き起こされる競争制限効果を効率性向上効果が上回る程度まで、得られた果実が消費者に還元される必要がある。情報交換にかかわる当事会社の市場支配力が低ければ低いほど、効率性向上効果が競争制限効果を上回る可能性が高い（EU 水平的共同行為ガイドライン §103）。

情報交換に参加している企業が、対象製品の大部分に関して競争を排除する可能性があれば、効率性を理由とする適用除外は適用されない（EU 水平的共同行為ガイドライン §104）。

3.1.4.3. 研究開発協定（R&D 協定）

関連市場

研究開発協定が、既存製品の改良のための R&D に関するものである場合、既存製品とその密接な代替財で関連市場が定義される（EU 水平的共同行為ガイドライン §113）。他方、知的財産権が、その関連製品とは別に切り離されて販売される場合には、技術市場も定義される（EU 水平的共同行為ガイドライン §116）。

市場シェア

既存の製品市場又は R&D による新製品（既存製品との代替性が認められるもの）の市場を前提に計算される（EU 水平的共同行為ガイドライン §123、124）。

技術市場の場合、使用料として得られる総ライセンス収入に占めるそれぞれの技術のシェアを勘案することが適当ではあるが、このようなデータを得ることは困難な場合は、下流部門の製品市場におけるライセンス技術を組み込んだ製品又はサービスの売上高に基づいて、

技術市場の市場シェアを計算する。いずれの場合も、R&D 一括提供免除規制の適用（セーフハーバー）の適用を受けるためには、合算市場シェアは 25%以下でなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §125）。

新商品開発のための R&D 協定の場合、販売高に基づく市場シェアの計算が難しいケースにおいては、当該協定が開発競争に与える影響の分析を行う。なお R&D 一括適用免除規則は、R&D 協定の期間中及び当該新製品が市場で販売されてから 7 年間の市場シェアは競争制限の要素として考慮せず、これらの協定を非競争者間の協定とみなし、独禁法適用を免除する（EU 水平的共同行為ガイドライン §126）。

主な競争上の問題

競争制限効果を評価する際は、以下のような点を考慮する（EU 水平的共同行為ガイドライン §127）。

- R&D 協定が提携当事者のイノベーション意欲を減退させ、製品の品質が低下する可能性
- 提携当事者以外の競争を大幅に減少させ、製品又は技術市場における協調行為を助長し、価格引き上げをもたらす可能性
- 主要な技術に関して大きな市場支配力を有する企業が含まれていた場合における、市場閉鎖の可能性

競争制限目的

R&D 協定がイノベーションを目的とするものではなく、カルテルの偽装として行われる手段である場合には、競争制限目的を有していると見なされる（EU 水平的共同行為ガイドライン §128）。

競争制限効果

殆どの R&D 協定は独禁法違反とは考えられない。潜在的な成果の活用からはほど遠い、R&D の初期段階の協定は、特に当てはまる（EU 水平的共同行為ガイドライン §129）。

協定当事者の技術力が限定的であり、当該 R&D を独力では実施できない場合、例えば、補完的な技能、技術その他の資源を持ち寄る場合、通常、競争制限効果は少ないとみなされる（EU 水平的共同行為ガイドライン §131）。

また、自社で行っていた R&D を、成果の享受を受けない専門企業、研究機関又は学術団体に委託する場合についても、競争制限効果は少ないと判断される（EU 水平的共同行為ガイドライン §131）。

他方、提携当事者の市場支配力が大きい場合、また、イノベーションに対する意欲が減退していると判断される場合、競争制限の問題を引き起こす可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §133）。

なお、R&D 協定におけるセーフハーバー（合算市場シェア 25%）を越えた場合であっても、当該協定が必ずしも競争制限効果があると判断されることは無いが、提携当事者の市場支配力が大きければ大きいほど、イノベーション競争が制約されればされうるほど、当該 R&D 協定が競争制限効果を生み出す可能性が高まる（EU 水平的共同行為ガイドライン §135）。

効率性

多くの R&D 協定は効率性向上をもたらし、品質の向上や更なるイノベーションの契機、費用削減を可能にする（EU 水平的共同行為ガイドライン §141）。

他方、当該 R&D 協定の結果、効率性向上効果を上回る競争制限効果生じる場合、効率性を前提とした適用除外を受けることはできない（EU 水平的共同行為ガイドライン §142）。

また、効率性向上効果が競争制限効果を上回る程度まで消費者に還元される必要があり、例えば、当該 R&D 協定によって得られたイノベーションの成果は、当該製品の価格引き上げの程度、又はその他の競争制限効果を上回るものでなければならない。（EU 水平的共同行為ガイドライン §143）。

また、R&D 協定に参加している企業が、対象製品の大部分に関して競争を排除する可能性があれば、効率性を理由とする適用除外は適用されない（EU 水平的共同行為ガイドライン §144）。

3.1.4.4. 生産協定

生産協定は、生産設備を共同運営する場合や OEM 供給など、様々な形態をとり得る（EU 水平的共同行為ガイドライン §150）。

関連市場

市場画定においては、生産協定を行う製品が帰属する範囲で行われる（EU 水平的共同行為ガイドライン §155）。当該生産協定が、川上、川下の市場（波及市場）に影響を与える可能性がある場合には、これらも関連市場になりうる（EU 水平的共同行為ガイドライン §156）。

主な競争上の問題

競争評価においては、提携を行う製品の生産水準、品質、価格及びその他の競争上重要な要素が制限される可能性についての検討が行われる（EU 水平的共同行為ガイドライン §157）。更に、価格引き上げ、生産量や種類の調整、品質の低下等に繋がる協調行為を行う可能性もある。これは、協定当事者の費用共通性（変動費の比率が同一化すること）が一定程度高まった場合、又は、協定に伴う機密情報の交換によって生じやすくなる（EU 水平的共同行為ガイドライン §158）。

更に、関連市場において、協定当事者以外の競争者に対する競争制限が行われる可能性がある。例えば、上流市場で共同生産を行っている当事者が十分な市場支配力を得ることで、下流市場における製品の価格を引き上げて他の競争者を市場から排除しようとした結果、最終製品価格の上昇等、消費者の不利益につながる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §159）。

競争制限目的

価格協定、生産量調整、市場分割等を目的とする生産協定は禁止されるが、以下のような場合には当てはまらない（EU 水平的共同行為ガイドライン §160）。これらの場合、当該協定が市場に与える全体的影響の観点から評価しなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §161）。

- 当事者が、生産協定の対象となる生産量（例えば、生産 JV の生産能力、合意された外注製品の金額）に関して合意したが、競争に関する他のパラメータ（例えば、各社の価格、生産数量等）の合意が無い場合
- 生産協定の対象となる製品の価格について、提携当事者間で共同設定されることを条件としている場合

競争制限効果

競争制限目的はないと判断された場合、当該市場の特徴や市場支配力などを勘案し、協定が存在する場合としない場合の比較考慮により、競争制限効果についての検討が行われる（EU 水平的共同行為ガイドライン §162,163）。

例えば、特定の市場で市場支配力を有する企業が、関連市場におけるサプライヤーと協定を結ぶ場合には、当該市場における更なる支配力の強化に繋がり、競争制限効果を生み出す可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §165）。また、共同販売又はマーケティングなどの販売機能の協定も含む生産協定は、純粋な生産協定と比べて、競争制限効果を生み出すリスクは高い。しかし、共同生産された製品に限定した共同販売協定は、通常の共同販売よりも競争制限効果が低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §166）。

また、市場シェア等を勘案し、提携当事者が価格支配力を有していない場合には競争制限効果を引き起こす可能性は低い。また、これに加えて、市場集中度、市場参加者の数、潜在的参入、市場シェアの変動なども考慮される（EU 水平的共同行為ガイドライン §166）。

相互及び全量 OEM、販売機能も含む生産協定において、関連市場における合算市場シェアが 20%以下である場合には、セーフハーバーが適用される（ただし、その他の条件を考慮する。）（EU 水平的共同行為ガイドライン §169）。

生産協定当事者の市場支配力の評価に当たっては、当該市場における他の競争者との協定提携関係の数や協定提携の度合いも考慮する（EU 水平的共同行為ガイドライン §172）。また、当事者が高い市場シェアを有しているか、密接な競争者の関係にあるか、需要者が供給者を変更できる可能性、する可能性、価格が引き上げられた場合に競争者が供給量を増や

す可能性があるかどうかは、市場支配力の競争評価にとって重要になる（EU 水平的共同行為ガイドライン §172、173）。

加えて、当該協定によって生産量や品質が制限される可能性がある場合には、協定当事者間の競争の重要な側面が失われるため排除されることになり、競争制限効果が生じる場合がある。更に、提携当事者間の取引価格が上昇する場合、川下市場における価格引き上げにつながる可能性もある（EU 水平的共同行為ガイドライン §174）。

市場支配力を有する提携当事者間の生産協定は、費用（変動費）の共通性が高まることによって競争制限効果が生じる恐れがある（EU 水平的共同行為ガイドライン §176）。生産協定の締結前の段階で、既に提携当事者が高い変動費率を共有していた場合には、協調行動を行う誘因が高まる。共通性が元々低い場合であっても、当該生産協定による共通費用割合の増分が大きい場合には、共謀行為が引き起こされる可能性が高くなる（EU 水平的共同行為ガイドライン §177）。

また、費用の共通性が共謀行為を引き起こす別のシナリオとしては、提携当事者が、川下市場で競合する最終製品の変動費のかなりの部分を占める中間製品の共同生産について合意する場合が挙げられる（EU 水平的共同行為ガイドライン §179）。

効率性

生産協定は、費用削減効果をもたらし、より優れた生産技術を用いて効率性を改善しようとする場合、競争を促進する可能性がある。共同生産により重複していた費用を節約することが可能になり、協定によって生産が増えれば、規模の経済性によって限界費用が低下する。また、補完的な技術やノウハウを組み合わせることで、品質の改善や多様な製品の生産が可能になる。共同生産により、製品の種類が増えれば範囲の経済性によって費用を削減できる（EU 水平的共同行為ガイドライン §183）。

生産協定によって生み出される効率性向上を超えた競争制限効果がある場合、効率性を前提とした適用除外を受けることはできない（EU 水平的共同行為ガイドライン §184）

不可欠の競争制限によって生み出された効率性向上は、生産協定によって引き起こされる競争制限効果を上回る程度まで、価格引下げ、品質向上、製品の多様性向上等によって、消

費者に還元されなければならない。生産協定の当事者が、変動費を削減した場合、固定費を削減した場合よりも、消費者に還元する可能性が高い（EU 水平的共同行為ガイドライン §185）。

生産協定に参加している企業が、対象製品の大部分に関して競争を排除する可能性があれば、効率性を理由とする適用除外は適用されない（EU 水平的共同行為ガイドライン §186）。

3.1.4.5. 購入協定

購入協定の場合、水平的協定と、垂直的協定の両方を含む可能性があり、その際は二段階分析が必要となる。まず、EU 水平的共同行為ガイドラインに記載された原則に従って、共同購入にかかわる企業間の水平協定を評価する。水平協定が競争上の問題を及ぼさないと判断された場合には、関連する垂直協定に関する評価を行うことになる。（EU 水平的共同行為ガイドライン §195）。

関連市場

関連市場としては、共同購入が直接的に関係する購入市場がある。もう一つは、販売市場、すなわち購入協定の提携当事者が売り手として参加する川下市場である。（EU 水平的共同行為ガイドライン §197）。これらの市場は、市場画定告示「EC 市場画定告示²¹⁹」に従い、代替性の概念に基づいて定義される。ただし、購入市場の代替性は需要代替性ではなく供給代替性の観点から定義される。いったん市場が画定されれば、関連市場で購入された製品の総売上上に占める、提携当事者による購入割合として市場シェアが計算できる。（EU 水平的共同行為ガイドライン §198）。販売市場は、市場画定告示「EC 市場画定告示」に記載された方法によって需要代替の考え方で定義できる（EU 水平的共同行為ガイドライン §199）。

主な競争上の問題

²¹⁹ COMMISSION NOTICE on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law (97/C 372/03).

共同購入は、値上げ、生産縮小、製品の品質と多様性の低下、イノベーションの低下、市場割り当て、他の買い手の排除など、関連市場に競争制限効果を招く可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §200）。

下流市場において、提携当事者の市場支配力が大きく、製品のかなりの部分を共同購入する場合、販売市場における価格競争のインセンティブが減少し、共同購入によって達成された費用逡減効果が消費者に還元される可能性は低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §201）。また、提携当事者の購買力がかなり大きい場合には、供給者に対して生産する製品の範囲の縮小や品質の低下を強いるリスクがある。このような行為は、品質の低下、イノベーション競争の減退、最適ではない供給など、競争制限を招く危険性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §202）。また、購買力が強い当事者は、効率的な供給者へのアクセスを制限することによって、競争者を閉め出す可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §203）。しかし、一般的に、提携当事者に販売市場の市場支配力がない場合には、購入協定が競争上の問題を生む可能性は低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §204）。

競争制限目的

購入協定が、カルテル偽装であるような場合には、競争制限目的に当たる（EU 水平的共同行為ガイドライン §205）。ただし、共同購入に関わり共同購入に参加した提携当事者が同一価格で共同購入すること自体を違法とは判断せず、購入協定が市場に及ぼす全体的な影響を踏まえて評価する（EU 水平的共同行為ガイドライン §205）。

競争制限効果

競争制限を目的としない購入協定は、それが競争に及ぼす実際の影響と予想される影響について、購入市場と販売市場の両方に対する影響を含めて、法と経済の観点から分析が行われる（EU 水平的共同行為ガイドライン §207）。

購入協定の提携当事者の市場シェアが購入市場でも販売市場でも合算して 15%以下であれば、市場支配力が存在する可能性は低いと判断される。（EU 水平的共同行為ガイドライン §208）。

また、購入市場又は販売市場いずれか一方のシェアが 15%を超えたとしても、必ずしも競争制限効果を生む可能性があることを示すわけではなく、セーフハーバーに該当しない場

合には、市場集中度や、強力な競争者の対抗力などを考慮して、市場に対する協定の影響を詳細に評価することになる（EU 水平的共同行為ガイドライン §209）。

購入協定が、購入市場の取引総額に占める割合が大きく、競合する購入者の市場アクセスを制限する場合には、反競争的な購買力が生じる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §210）。購買力の評価の際には、市場における競争者間の提携の数やその内容を検討する（EU 水平的共同行為ガイドライン §211）。

しかし、異なる市場に存在している競争者が当該購入協定に参加する場合、当事者の購入市場における立場が、他の市場参加者の各販売市場における競争的立場に影響を与えない限り競争制限効果を生む可能性は低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §212）。

購入協定が販売市場における協定当事者の協調行動を促す場合は、共謀効果につながる可能性がある。共謀効果は、協定当事者に市場支配力があり、市場が協調を助長する特徴を持つ状況で、協定当事者の費用の共通性が高い場合に起こりうる（EU 水平的共同行為ガイドライン §213）。

共通の関連川下市場における、購入協定当事者の変動費の割合が大きい場合は、競争制限効果を生じさせる可能性が高い。例えば、同一の関連小売市場に参加する小売業者が、転売用の製品を大量に購入する場合である（EU 水平的共同行為ガイドライン §214）。購入協定を実行する際に、購入価格や購入量といった企業の機密情報を交換する必要がある可能性があるが、販売価格や生産量に関する協調を促し、販売市場における共謀効果につながる可能性がある。機密情報の交換による波及効果は、共同購入の取り決めによってデータを取りまとめ、協定当事者に個別の情報を伝えない場合には、最小限に抑えられる（EU 水平的共同行為ガイドライン §215）。

情報交換に起因する悪影響は、個別に評価するのではなく、協定の全体的な影響に照らして評価することになる。共同購入との関係で行われる情報交換の競争制限効果の可能性については、EU 水平的共同行為ガイドライン第 2 章の考え方で評価される。

効率性

購入協定は、購入価格や取引・輸送・保管費などの費用を削減し、規模の経済を促し効率を向上させる可能性がある。更に、新製品の市場導入を促し、品質を改善する可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §217）。

購入協定によって生み出される効率性向上を超えた競争制限効果がある場合、効率性を前提とした適用除外を受けることはできない。（EU 水平的共同行為ガイドライン §218）。

また、新製品や改善された商品の導入という形で実現される効率性向上は、購入協定によって引き起こされる競争制限効果を上回る程度まで、消費者に還元されなければならない。購入協定の当事者が、変動費を削減した場合、固定費を削減した場合よりも、消費者に還元する可能性が高い。（EU 水平的共同行為ガイドライン §219）。

購入協定に参加している企業が、対象製品の大部分に関して競争を排除する可能性があれば、効率性を理由とする適用除外は適用されない（EU 水平的共同行為ガイドライン §220）。

3.1.4.6. 事業化協定

事業化協定には、各社の代替品の販売、流通、販促活動における競争者間の協力が含まれる（EU 水平的共同行為ガイドライン §225）。こうした協定の中で重要なものは、販売協定である（EU 水平的共同行為ガイドライン §226）。

販売協定は、一定の状況で、当事者間で市場を分割する目的又は効果を生む可能性、又は共謀効果につながる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §227）。

協定当事者が、共同販売だけについて合意している場合と、共同生産や共同購入など、上流での別の協力についても合意がある場合とは区別する必要がある。異なる段階の協力を組み合わせた事業化協定を分析する場合には、判断の重心をどこに置くべきか評価する必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §228）。

関連市場

提携当事者間の競争関係を評価するために、市場画定が必要となる。事業化協定が直接関係する関連市場だけでなく密接に関わる隣接市場についても画定し、検討しなければならない場合もある（EU 水平的共同行為ガイドライン §229）。

主な競争法上の問題

事業化協定は、第一に、価格の固定につながりやすく（EU 水平的共同行為ガイドライン §230）、第二に、生産制限を促す可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン § 231）。第三に、顧客分割の手段になる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン § 322）。最後に、費用の共通性に関わる戦略情報の交換につながり、共謀効果を招く可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §323）。

競争制限目的

価格の固定は、競争者間の事業化協定に起因する大きな競争上の問題の一つである。共同販売に限定された協定は、通常、競争関係にある企業の価格設定ポリシーを協調させる効果を持つ。したがって、そのような協定は競争を制限する目的を持つ可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §324）。協定が、当事者によって課せられる価格の全体的な協調につながるのであれば、非排他的協定（当事者が協定とは別に自由に販売できる場合）でも、同じ評価になる（EU 水平的共同行為ガイドライン §235）。相互販売協定を、市場分割を目的に行う場合にも同様に問題にある（EU 水平的共同行為ガイドライン §236）。

競争制限効果

関連する費用等のため、当事者のうち一人が単独に、又は協定に実質的に参加しているよりも少ない数の他の当事者と共にでは参入できなかったであろう市場に、その当事者が参入出来るために協定が客観的に必要な場合は、競争上の問題を招く可能性は低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §237）。同様に、相互販売協定は、競争の制限を目的としているわけではないが、その事実次第では競争制限効果を持つ場合もある。当事者が互いの市場に参入するために、当該協定が客観的に必要であるか否かの判断が必要となる（EU 水平的共同行為ガイドライン §238）。

競争者間の事業化協定は、協定当事者が一定の市場支配力を有する場合に限り、競争制限効果を持ちうる。大抵の場合、協定当事者の市場シェアが合わせて 15%以下であれば、市場支配力が存在する可能性は低い。15%を超えなければ、セーフハーバーに該当する（EU 水平的共同行為ガイドライン §240）。

15%を超える場合には、市場に対して見込まれる事業化協定の競争への影響を評価しなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §241）。

価格の固定を含まない共同事業化協定も、協定当事者の変動費の共通性が協定によって共謀効果を生みそうな水準まで高まれば、競争制限効果を生む可能性がある。協定を結ぶ前から、変動費の割合が高いという共通点が当事者にある場合は、追加的増大（協定の対象となる製品の事業化費用）によって、共謀効果が起こりやすくなるに傾く可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン § 242）。

共謀効果が生まれる可能性は、協定当事者の価格支配力と関連市場の特徴に左右される。費用の共通性は、協定当事者に市場支配力があり、事業化費用が、当該製品に関わる変動費の大きな部分を占める場合に限り、共謀効果リスクを増大させる。これは、生産が最も高い原価要素である場合には当てはまらないが、高額の販売・マーケティング費など、高い事業化費用を伴う事業化協定に当てはまる（EU 水平的共同行為ガイドライン §243）。

共同事業化は、一般に、企業の機密情報、なかでもマーケティング戦略や価格設定に関わる情報の交換を伴う。協力範囲の内外における協定当事者の活動に関し、情報交換が共謀行為を生む可能性があるか否かを検証する必要がある。情報交換に起因する悪影響は、個別に評価されるのではなく、協定の全体的な影響に照らして評価されることになる（EU 水平的共同行為ガイドライン §244）。

効率性

事業化協定は、効率を大きく改善する可能性がある。マーケティング機能の統合は効率を大きく改善することになるが、価格の共通化は、一般に、他のマーケティング機能の統合に必要な不可欠で無い限り正当化できない。共同販売は、規模や範囲の経済性によって、とりわけ小規模生産者の効率を大きく改善することができる（EU 水平的共同行為ガイドライン §246）。

効率性向上は、競争の構成要素の一つである費用の削減による節約だけであってはならず、経済活動の統合が伴わなければならない。例えば、物流システムの統合が伴わない、顧客配分だけに起因する輸送費の提言は、効率性向上による適用除外の要件には当てはまらない。（EU 水平的共同行為ガイドライン §247）

協定の当事者は、効率性向上を証明しなければならないが、重要な要素は、当事者の重要な資本、技術、その他の資産をこの事業化協定のために使うことである。重複する資源や設

備の削減によるコスト削減も、考慮の対象となる。（EU 水平的共同行為ガイドライン § 248）

事業化協定によって生み出される効率性向上を超えた競争制限効果がある場合、効率性を前提とした適用除外の判断を受けることはできない。（EU 水平的共同行為ガイドライン §249）

必要不可欠な競争制限によって達成される効率性向上は、事業化協定によって引き起こされる競争制限効果を上回る程度まで、消費者に還元されなければならない。これは、価格引き下げや製品の多様性の向上といった形で実現することがある（EU 水平的共同行為ガイドライン §250）

事業化協定に参加している企業が、対象製品の大部分に関して競争を排除する可能性があれば、効率性を理由とする適用除外は適用されない（EU 水平的共同行為ガイドライン § 251）。

3.1.4.7. 標準化協定

標準化協定

標準化協定の主な目的は、現在又は将来の製品、生産工程、サービス、方法が準拠する可能性のある技術や品質の要件を定めることである（EU 水平的共同行為ガイドライン § 257）。

標準条項

一定の業界の企業は、事業者団体が作成した販売・購入に関する標準条項や条件、あるいは、競争者同士が直接的に作成した条項や条件（標準条項）を使用する。そのような標準条項は、競争者と消費者の間の、商品やサービスの標準的な販売・購入の標準条件を定める範囲において、ガイドラインでカバーされる。例えば、銀行業や保険業において、標準条項が重要な役割を果たす（EU 水平的共同行為ガイドライン §259）。

関連市場

標準化協定は、4つの市場に影響を及ぼす可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §261）。

- 標準設定の影響を受ける可能性がある、標準が関連する製品・サービスの市場
- 標準設定に技術の選択が含まれ、知的財産権が、その関連市場とは別に売買される場合に、標準の影響を受ける関連技術市場
- 複数の標準設定期間又は協定が存在する場合に、標準の影響を受ける可能性がある、標準設定の市場
- 標準設定の影響を受ける可能性のある試験や認証のための市場

標準条項は、一般に、標準条項を使用する企業が自社製品を顧客に販売することによって競争する下流市場に影響する（EU 水平的共同行為ガイドライン §262）。

主な競争上の問題

標準化協定

標準化協定は、通常、域内市場における経済的相互浸透性の促進、新製品や改善製品あるいは市場の開発の促進奨励、供給条件の改善の促進奨励などによって、大きな有益な経済効果を生じさせる。したがって、標準化協定は通常、競争を促し、生産・販売費を削減し、経済全体に有益な影響を及ぼす（EU 水平的共同行為ガイドライン §263）。

しかし、競争制限効果が生じることもあり、3つの主な経路がある。

- 企業が標準条項を設定する際に反競争的な協議をおこなえば、関連市場における価格競争の減少又は排除を招き、市場における共謀効果を促す可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §266）。
- 製品・サービスのための詳細な技術仕様を定める標準は、技術の開発や革新を制限する可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §267）。
- 一定の企業に対して、標準設定プロセスの成果への効果的なアクセスを妨げることによって標準化が反競争的な結果につながる場合がある。標準の成果に対する企業のアクセ

スが完全に妨げられるか、法外な条件や差別的な条件だけでアクセスを認めるとすれば、反競争的効果のリスクが存在する（EU 水平的共同行為ガイドライン §268）。

標準条項

標準条項は、製品の選択肢やイノベーションを制限することによって、競争制限効果を生む可能性がある。業界の大部分が標準条項を採用し、個別の問題で標準条項からの逸脱は認めないことを選択する場合、顧客には標準条項の条件を受け入れる以外の選択肢がないかもしれない。しかし、選択肢やイノベーションを制限するリスクが生じるのは、標準条項が最終製品の範囲を定める場合に限られる（EU 水平的共同行為ガイドライン §270）。

競争制限目的

標準化協定

現実の競争者や潜在的な競争者の排除を目的とする広範な制限的協定の一部として標準を使用する協定は、競争制限目的となる（EU 水平的共同行為ガイドライン §273）。下流の製品価格、あるいは代替的財産や技術の価格をいずれかを共同して固定する際の隠れ蓑として、標準採用前に非常に制限的なライセンス条件を開示して競争を抑制する協定は、競争制限目的に相当する（EU 水平的共同行為ガイドライン §274）。

標準条項

現実の競争者や潜在的な競争者の排除を目的とする広範な制限的協定の一部として、標準条項を使用する協定も、競争を制限する効果を持つ（EU 水平的共同行為ガイドライン §275）。また、顧客への価格に影響する条項を含む標準条項は、競争制限目的に相当する（EU 水平的共同行為ガイドライン §276）。

競争制限効果

標準化協定

以下の1から7の条件を満たす標準設定協定は、通常、セーフハーバーに該当する（EU 水平的共同行為ガイドライン §278）。ただし、以下の条件のいくつか又はすべてが満たされないとしても、違法と推定されるわけではない。標準の設定には様々なモデルがあり、一つのモデル内の競争や異なるモデル間の競争は市場競争のプラス面として認識されてい

る。標準設定機関は、1から7に記載されているものとは異なる競争規則に違反しない規則や手続きを、完全に自由に導入できる（EU 水平的共同行為ガイドライン §279）。

1. 標準設定への参加が無制限であり、標準採用手続きの透明性が高い場合、標準に準拠する義務を含まず、公平かつ妥当で非差別的な条件で標準へのアクセスを提供する標準化は、通常、競争制限的ではない（EU 水平的共同行為ガイドライン §280）。
2. 特に、無制限の参加を確実にするために、標準設定機関の規則は、その標準によって影響を受ける市場のすべての競争者が、標準を選択するプロセスに参加できることを保証する必要がある。また、標準設定機関は、標準に含まれることになる技術を選択する客観的な基準以外に、投票権を分配する客観的かつ非差別的な手続きを準備する必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §281）。
3. 透明性に関し、関連の標準設定機関は、今後準備される標準化作業、現在進行中の標準化作業、完了した標準化作業について、関係者が標準策定の各段階において適時かつ効果的に情報を入手するための手続きを備える必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §282）。
4. 標準化設定機関の規則は、公平かつ妥当で非差別的な条件での、標準への効果的なアクセスを確保する必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §283）。
5. 標準が知的財産権を含む場合には、特定の産業や当該標準設定機関のニーズに合った、明確かつバランスのとれた知的財産権ポリシーの導入は、標準設定機関が定めた標準への効果的なアクセスを標準実施者に認める可能性を高める（EU 水平的共同行為ガイドライン §284）。
6. 標準への効果的なアクセスを確保するために、知的財産権ポリシーは、自己の知的財産権を標準に含めることを求める臨む参加者に対して、必要不可欠な知的財産権をすべての第三者に、公平かつ妥当で非差別的な条件でライセンス供与するための、撤回不可能な書面によるコミットメント（FRAND コミットメント）の提出を求める必要がある。同時に、知的財産権ポリシーは、標準策定の早い段階での条件を条件として、知的地定期財産権保有者が、特定の技術を、標準設定プロセスとライセンス供与コミットメントから除外することを認めるべきである。ただし、その除外は標準策定の早い段階で行われることが条件である（EU 水平的共同行為ガイドライン §285）

7. 更に、知的財産権ポリシーは、策定中の標準の実施に不可欠となる可能性のある各自の知的財産権を誠実に開示するよう、参加者に求める必要がある。こうすることによって、業界は技術の存在や内容を理解したうえで必要な技術の選択が可能になり、標準への効果的なアクセスという目標の達成が可能となる（EU 水平的共同行為ガイドライン §286）。

FRAND コミットメントは、標準の利用者が、公平かつ妥当で、非差別的な条件で、標準に包含され、知的財産権によって保護される必要不可欠な技術に確実にアクセスできるようにすることを目的としている（EU 水平的共同行為ガイドライン §287）。

標準設定機関は、参加者のライセンス条件が FRAND コミットメントの要件を満たしているか否かを検証する必要はなく、参加者自身が評価しなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §288）。

係争が発生した場合は、標準の設定に照らして知的財産権の使用料が不公平又は不適當か否かを、料金が知的財産権の経済価値と合理的な関係にあるか否かに基づいて評価すべきである（EU 水平的共同行為ガイドライン §289）。

標準化協定の影響に基づく評価

上記 1 から 7 を満たさない標準化協定については、標準が関連市場に及ぼしうる影響を別途検討する必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §292）。

標準設定機関のメンバーが、標準策定後も、合意された標準に準拠しない代替標準や代替製品を自由に策定・開発できるか否かによって、標準化協定が競争制限効果を生む可能性は左右される（EU 水平的共同行為ガイドライン §293）。

協定が、競争を制限するかどうかの評価では、標準へのアクセスも重視される。標準へのアクセスが制限されて、代替的な標準が存在していないような場合には、競争制限効果が生じやすい（EU 水平的共同行為ガイドライン §294）。

標準の影響を受ける市場のすべての競争者が、標準の選択と策定に参加できるという意味において、標準設定プロセスへの参加がオープンであれば、一定の企業が標準の選択と策定

に影響を及ぼさないようにすることによって、生じうる競争制限効果のリスクは低減される（EU 水平的共同行為ガイドライン §295）。

標準設定協定の影響を評価する場合、標準に基づく商品又はサービスの市場シェアを考慮する必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §296）。

いずれかの参加メンバー又は参加が見込まれるメンバーを明確に差別する標準設定協定は、どのようなものであれ、競争を制限する可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §297）。

上記 7 に記載されているものとは異なる知的財産権開示モデルを持つ標準設定協定については、標準への効果的なアクセスを保証するか否かをケースバイケースで評価しなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §298）。

非常に制限的なライセンス条件の事前開示を規定すること自体は、原則として、競争制限的ではあることとはならない。利用できる技術と関連知的財産権の選択肢に関する情報だけでなく、その知的財産権について予想される費用に関する情報が、標準の選択に関与する当事者に十分に提供されることが重要である（EU 水平的共同行為ガイドライン §299）。

標準条項

関連市場の競争者による標準条項の実際の設定への参加に制限がなく、設定された標準条項に拘束力がなく、誰でも効果的にアクセス可能できる限り、競争制限効果を生む可能性は低い（EU 水平的共同行為ガイドライン §301）。

したがって、消費財又はサービスの販売を目的とする、効果的なアクセスが可能で、拘束力の無い標準条項（価格には影響しない前提）は、一般的に製品の品質・多様性やイノベーションに悪影響を及ぼす可能性が低いため、競争制限効果を持たない（EU 水平的共同行為ガイドライン §302）。

第一に、消費財やサービスの販売のための標準条項で、標準条項が顧客に販売する製品の範囲を定め、その結果、製品の選択肢を制限するリスクが高まる場合、競争制限効果を生じさせる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §303）。

標準条項が、製品の選択肢を制限することによって競争制限効果を持つリスクがあるか否かを評価するためには、既存の市場競争の要素を考慮する必要がある。例えば、企業数、市

場シェア、標準条項が利用される可能性、標準条項のカバーする商品範囲等の観点から評価が行われる（EU 水平的共同行為ガイドライン §304）。

第二に、標準条項が現実の最終製品の範囲を規定しないとしても、顧客との取引の決定的な部分となる可能性がある。例えば、顧客の信用が不可欠なオンラインショッピングの場合、顧客の信用は極めて重要であり、一定の取引条項が定められることになるが、顧客は、なれている慣習監修を好む傾向があるため、それらの条項は、企業が準拠すべき、事実上の基準となる可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §305）。

標準条項の使用に拘束力がある場合は、製品の品質と多様性やイノベーションに対する影響を評価する必要がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §306）。

更に、標準条項が価格に関連する競争に悪影響のある条件を含む場合は、競争制限効果を生む可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §307）。

効率性

標準化協定

標準化協定は、多くの場合、効率を大きく改善する。例えば、欧州全域で使用される標準は、市場の統合を促し、企業はすべての加盟国で商品とサービスを販売できるようになる可能性があり、消費者の選択が増えて価格は低下するかもしれない。（EU 水平的共同行為ガイドライン §308）。

標準化協定でそのような効率性向上を達成するには、市場への参加を希望する者が、標準の適用に必要な情報を効果的に利用できるようにしなければならない。（EU 水平的共同行為ガイドライン §309）。

標準化協定の評価では、関連市場に与える影響と、効率性を達成する目的を上回る競争制限が及ぶ範囲について検討しなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §315）。

原則として、標準化協定は、目的が技術の相互運用性や互換性であろうと、一定水準の品質であろうと、目的を確実に実行する範囲だけが対象とされるべきである。技術的な解決策

が一つしかないことが、消費者や経済全体にとって有益な場合には、非差別的な標準が設定されるべきである（EU 水平的共同行為ガイドライン §317）。

標準化協定の制限のうち、業界に対する拘束力や義務化する力を標準に持たせる制限は原則として必要不可欠では無い（EU 水平的共同行為ガイドライン §318）。

特定の機関に対し、標準への準拠性を独占的に評価する権限を与える標準化協定は、標準設定の主要な目的の範囲を超え、競争を制限する可能性がある。ただし、多額の準備費用をとりもどす必要性などによる排他性は、一定の期間について正当化される場合がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §319）。

必要不可欠な競争制限によって達成される効率性向上は、標準化協定によって引き起こされる競争制限効果を上回る程度まで、消費者に還元されなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §321）。

標準条項

標準条項は、顧客が提示された条件を容易に比較できるようになり、利用する企業のスイッチングが促されるなど、経済的利益をもたらす可能性がある（EU 水平的共同行為ガイドライン §312）。

標準条項に拘束力を持たせ、標準条項を設定した業界や事業者団体の会員に対して義務化することは正当化されない。しかし、特定の場合において、標準条項による効率性向上を達成するために、標準条項に拘束力を持たせることが必要不可欠になる可能性を排除できない（EU 水平的共同行為ガイドライン §319）。

必要不可欠な競争制限によって達成される効率性向上は、標準条項によって引き起こされる競争制限効果を上回る程度まで、消費者に還元されなければならない（EU 水平的共同行為ガイドライン §321）。

3.1.5. 米国

米国においては、カルテル以外の競争者間の共同行為に関して、「競争者間の協力に関する反トラストガイドライン」(Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors 2000、以下「米国事業提携ガイドライン」という。)において実務上の考え方を示しており、競争者間の業務提携は競争促進的なものが多い傾向があるとしつつも、シャーマン法のセクション1に違反する反競争的合意を促進する業務提携を禁止している。

3.1.5.1. 基本的な考え方

業務提携は、合理の原則(Rule of Reason)、又は、当然違法の原則(Per se illegal)に照らして判断されることが示されている²²⁰。合理の原則の下では、業務提携が競争を減殺する程度と、競争促進する程度のバランスを見て検討することになる。他方、水平的な価格協定、市場又は顧客の割り当て、入札談合をもたらすような業務提携は、当然違法の原則に照らして、直ちに禁止される。

合理の原則における分析においては、関係する合意が行われていない競争と、その合意が行われた競争との比較に重点が置かれる。中心的な問題は、関係する合意がない場合の水準以上に価格を高めたり、生産高、品質、サービス、技術革新をそれ以下に低下させたりする能力ないし利潤面の動機を高めることによって、関係する合意が競争を回避する可能性があるか否かである。

分析においては、関係する合意の性質の検討から始められる。合意の性質の初期検討により、潜在的な競争上の懸念が明らかになっていても、詳細な市場分析無しに評価されるべきではない場合には、市場を画定し、市場シェアや集中度の計算を行い、合意が市場支配力を強化し実施を促進するものであるかどうか判断する。また、競争制限行為を牽制する参入についても検討を行うことになる。このような要素の分析によって、競争制限の懸念がない場合には、競争促進効果を評価することなく審査を終える。もし、競争を制限する可能性が示唆された場合には、競争促進効果が反競争効果を上回るかどうかを判断することになる。

²²⁰ 本節の説明は、主に、米国ガイドライン Section 1 Purpose, Definition, and Overview の 1.2 に依拠している。

3.1.5.2. 競争者間での合意（業務提携）評価の一般原則

競争者間での合意（業務提携）は、様々な方法で消費者の利益を生み出しうるものであり、既存の資産をより良く利用することを可能とするかもしれず、投資拡大のインセンティブを与える可能性もある²²¹。

他方、業務提携は、当該提携がない場合の水準以上に価格を引き上げたり、生産、品質、サービス、技術革新を低下させる能力ないし経済的動機が高まることによって、競争や消費者に不利益を与えることもある。業務提携は、個々の意思決定を制限したり、価格、生産、品質等に影響を与えることがあり、そうでない場合に比べて、企業の競争力や競争する誘因を低下させることがある。また、業務提携は、競争に影響を与えうる情報の交換や公開を通じて、又は、市場集中の増加によって、協調的な行動を容易にする可能性がある。

3.1.5.3. 競争者間での合意（業務提携）評価のための分析枠組み

業務提携の性質は、当該提携が反競争的有害性を結果として生じさせているかどうかに関係している²²²。業務提携は、個々の意思決定を制限したり、製品、投資、価格、生産量等の競争の影響を受けやすい変数に影響を与えることによって、提携当事者の市場支配力の創出や強化、及び、その行使を容易にすることがあり得る。また、競争の影響を受けやすい情報交換の促進や、市場集中の増大を通じて、明示的・暗黙的な協調行動が容易になる可能性もある。

当局は、合意の目的及び参加者の意図について検討する。合意が反競争効果をもたらすものでは無いと判断すれば、競争促進効果についての全面的な分析は行わない。反競争効果があると判断されれば、競争促進的な効果を含めて比較考量を行う。

典型的な競争者間の業務提携行為による競争上の懸念は以下の通りである。

生産協定

²²¹ 本節の説明は、主に、米国ガイドライン Section 2 General Principles for Evaluating Agreements among Competitors の 2.1 と 2.2 に依拠している。

²²² 本節の説明は、主に、米国ガイドライン Section 3 Analytical Framework for Evaluating Agreements among Competitors の 3.31-3.36 に依拠している。

補完的な技術、ノウハウ、資産を統合し、より効率的に商品を生産し、一者だけでは生産できない商品を生産できるようになる。しかし、生産量、主要資産の利用、製品価格、品質、サービス、販売プロモーションなどの市場競争に重要な変数にかかわる合意を含むこともあり反競争効果が生じる可能性がある。

マーケティング協定

共同で、もしくは、個別に生産される商品やサービスを共同で販売・流通・普及する合意は、補完的な資産が製品をより速く効率的に市場に供給することを可能にする場合には、競争促進的利益をもたらす。ただし、マーケティング協定は、価格、生産量といった競争上重要な資産の利用、又は、販売網の拡大といった重要な変数に関する合意を含み、結果として反競争的な問題を引き起こす可能性がある。

購入協定

購入協定は、注文を集め、保存や流通の機能の集中により、効率性を達成することを可能にする。しかし、需要独占力の創出や強化、また、参加者の費用の標準化や、他の参加者の生産量の予想や監視能力の強化を通じて、川下における協調的行動が容易になる可能性がある。

研究開発協定

共同での研究開発に従事する合意の大部分は競争促進的で、通常、合理の原則で分析される。補完的な資産・技術・ノウハウの統合により、より迅速又は効率的に新規又は改良された製品・サービス・製造工程等の研究開発を行うことを可能とする。他方、研究開発の合意には、独立した意思決定を制限し、提携全体又は提携参加者の研究開発による市場支配力を強化し、競争を制限する可能性がある。また、研究開発努力に関する暗黙の合意を容易にする可能性がある。

上記のような協定を効果的に行う為に、提携当事者間では必要な情報交換が行われる必要がある。例えば、一定の技術、ノウハウ、その他の知的資産を共有することは、研究開発協定において競争促進的利益を得るために必要となる。ただし、このような場合において、競争に重要となる、価格、生産量、その他の変数について共有することになれば、提携当事者

による協調的行動を助長する可能性が高い。また、過去の情報よりは、最新の業務状況や将来の事業計画に関わる情報共有は、懸念を生じさせやすい。

業務提携に関わる競争評価においては、通例、商品市場や地理的市場の画定を行うが、特定の関連市場を規定することなく、競争への効果を評価することも可能なことがある。

一般に、競争者間の協定の影響を受ける商品の市場画定においては、水平合併ガイドラインの関連市場の定義を採用する。知的財産権が、その権利の行使される製品とは別に取引される場合には、技術市場を画定することがある。また、商品市場や技術市場の分析を通じて、企業間の協定による影響を評価することが適当ではない場合には、技術革新市場を画定して分析することがある。

合算市場シェアは、提携参加者や提携自体が反競争効果を生み出すために、自社の生産量を制限しなければならない程度に影響を与える。市場集中度は、関連市場における共謀を実現するための難しさや費用に影響を与える。そこで、競争評価に当たっては、これら二つの計算が行われる。ただし、市場占有率と合算市場シェアは、関連合意の分析の出発点を提供するに過ぎず、その他の要素も検討する。

競争者間の提携内容によっては、提携参加事業者間での競争が終わらない場合もある。提携については個別に独立した運営が行われ、提携参加事業者間で独立した競争が行われることもある。明示的な契約条項により、競争する誘因が減少させられて、参加者や参加者と提携間との間の競争が制限されることもある。

合意の性質、市場シェア、市場集中度が反競争的な懸念を示している場合には、参加者と提携が相互に独立して競争する能力と誘因を有する度合いをより詳しく検討する。すなわち、

- 排他性
 - － 提携当事者が他の提携に参加できるかどうか、当該提携に他の企業が参加できるようになっているのか、参加できる方法などを検討する
- 資産への制限

- 提携当事者が、競争に必要な資産の独立した利用ができる程度。当局は、提携当事者が、継続したプレーヤーとして競争できるように、保有している資産が、提携に対して提供されていないかどうかを分析する
- 提携参加事業者間の経済的利益の性質と度合い
 - 提携参加事業者の提携参加における投資利益を評価して、提携と独立した競争をする誘因について評価する。一般に、提携参加の投資利益が大きいほど、参入者が提携と競争する可能性は少ない。
- 提携の競争上重要な意思決定のコントロール
 - 提携参加事業者が独立して競争する能力や誘因を有する程度を評価する。提携のありかたが、参加者を独立した競争者として作用させられることができるかどうか考察する
- 反競争的情報共有の可能性
 - 提携が関係する市場に関する競争上重要な情報の開示がどの程度まで行われうるのか検討する
- 提携の期間
 - 提携参加事業者間で競争する能力と誘因を有しているか評価しながら、提携機関を検討する。一般に、期間が短いほど、それらの間で競争することは多くなりやすい。

提携の性質、市場シェア、市場集中度を前提として、上記のような考慮要素の検討をおこなっても、競争を阻害する可能性が示唆される場合、参入の可能性が検討される。一般的に、水平合併ガイドラインの原則に従い、参入が、タイムリーか、可能か、十分かどうかを評価する。

参入の検討後であっても、当該提携が反競争的効果を生み出しうると評価された場合には、効率性の検討が行われる。競争促進効果を検討する場合には、業務提携を通じて生じる効率性が、競争促進的で審査の対象となる (cognizable) かどうかを検討される。審査の対象となる効率性とは、業務提携を行う企業が、漠然とした期待ではなく、具体的に確認する

ことができるものを指す。また、当該効率性実現のために、業務提携が合理的に必要 (reasonably necessary) でなければならない。「合理的に必要」とは、業務提携は、当該効率性を達成するために絶対的に不可欠というわけではないが、合理的に考えれば必要な方法となっていることを指す。しかし、現実的で相当制約的ではない方法 (practical, significantly less restrictive means) によっても、同様の効率性を実現できるとすれば、当該業務提携は、その効率性実現のために「合理的に必要」とは評価しないことになる。なお、相当制約的ではない方法としては、現実的な方法だけを考慮し、事業の実態を考えると非現実的な理論的可能性については対象外とする。その後、効率性による競争促進効果と、反競争効果の比較が行われ、価格上昇を阻害されるか否かが検討されることになる。

関連の合意が認識可能な効率性の達成のために当然必要である場合には、当該提携に関わる効率性と反競争的效果の見通しと規模を評価し、認識可能な効率性が、例えば、価格上昇を妨げるなどにより、関連市場における消費者を害する合意の可能性を相殺するのに十分であるかどうか考察する。

3.1.5.4. 独禁法のセーフハーバー

一般的な競争者間の提携においては、通常、提携当事者の市場シェアの合計が、各関連市場の20%以下となる場合、提携を問題にすることは無い²²³。ただし、当然違法となるような合意、詳細な市場分析無しに問題とされるような合意には適用されない。

技術革新市場の観点から分析される研究開発競争の場合には、研究開発に必要な資産を有し、共同研究開発が対象とする商品や研究と代替性のある研究をしている、少なくとも独立して行われている3つの研究開発の取組が存在している場合には、R&Dの共同研究開発は禁止されない。独立して行われている研究開発の取組が密接な代替品であるかどうかを判断するための考慮要因としては、研究開発の取組の性質、範囲、規模、資金的な支援の利用可能性、知的財産、熟練した人材、又はその他の特殊な資産の利用可能性、研究開発の適時性、独力又は第三者の協力を得ながら、研究成果を成功裏に商業化する能力について検討が行われる。なお、上記セーフハーバーは、当然違法と考えられる提携にはもちろんは適用されない。

業務提携ガイドライン外のセーフハーバー

²²³ 本節の説明は、主に、米国ガイドライン Section 4 Antitrust Safety Zones の4.1-4.3に依拠している。

業務提携ガイドラインの記載ではないが、情報交換については、以下の条件を満たす場合には安全地帯（Safety Zone）が該当し、違法とは判断されないことがある。これらは、ヘルスケア分野に関わる独禁法施行方針の中で示されたものであるが²²⁴、当局がヘルスケア分野に限らず広く適用されている（ただし、あくまでも、この基準はヘルスケアにおける適用として示されているものなので、ルールの適用可能性については、ケースバイケースの検討が必要である。）。

- 独立した第三者が情報交換を管理すること
- 参加者が提供する情報は、少なくとも3か月前のデータに基づくこと
- 以下のすべてが満たされていること
 - 少なくとも5人の参加者が各統計の元となるデータを報告している²²⁵
 - 統計の25%を超える個別企業のデータは存在しない
 - 共有される情報は、特定企業の価格が特定できないように十分に集約されている

なお、この安全地帯の要件を満たしていない場合でも、情報交換プログラムが規制を受けるとはかぎらない。

共同購入に関しては、ヘルスケア分野に関わる独禁法施行方針におけるセーフハーバー基準が適用される可能性もある。

- 購入市場における金額の合算市場シェアが35%未満で、共同購入に参加する企業の全売上に対する共同購入の費用の割合が20%以下の場合、問題とならない

共同生産に関しては、セーフハーバーとして合算市場シェア20%が適用されることになり、セーフハーバーが適用されないとしても、この懸念に対して、米国では、当局からの

²²⁴ 6. Statement of Department of Justice and Federal Trade Commission Enforcement Policy on Provider Participation in Exchanges of Price and Cost Information in Statement 6A, DOJ and FTC (1996) Statements of Antitrust Enforcement Policy in Health Care (<https://www.justice.gov/atr/page/file/1197731/download>) Enforcement Policy on Provider Participation in Exchanges of Price and Cost Information (1996))

²²⁵ 4メンバーのみで構成される情報交換も、独禁法違反とはならなかったことがある。(RESPONSE TO COMMITTEE ON EFFICIENCY'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 1996, <https://www.justice.gov/atr/response-committee-efficiency-s-request-business-review-letter>) メンバー数5は、あくまでも目安にすぎない。

規制リスクを低下させるために、CRJV（Competitive Rule of Joint Venture）と呼ばれる問題解消を目的とした独立組織を立ち上げることも可能である。CRJVにおいては、生産費用や規模の決定については独立した組織が行い、当事会社は、自らの販売計画に基づき、その独立した生産組織から生産物の供給を受ける取り決めが行われている。このような取り決めにおいては、生産に関するスケールメリットの実現が可能となりながらも、企業間の競争は維持できるということになる²²⁶。

3.1.6. 日欧米におけるセーフハーバー基準

業務提携におけるセーフハーバー基準について、欧州や米国のガイドラインでは提携の類型毎に値が示されているが、日本においては共同研究開発ガイドラインにおいて示されているのみである。他方、業務提携報告書や過去の相談事例に基づけば、企業結合ガイドラインのセーフハーバーが準用される余地はある。

²²⁶ United States v. Alcan Aluminum, 605 F. Supp. 619 (W.D.Ky.1985)。アルミニウム市場において、ARCOはアルミニウムインゴットの生産設備を有していなかったため、最新鋭の生産設備の投資を行った。しかし、その最新鋭の設備の稼働前の段階で、世界最大のアルミメーカーのAlcanにその生産設備を売却することになった。この売却は、Alcanにアルミ生産のノウハウがあったことから、効率性の観点から見ては、Alcanにアルミ生産のノウハウがあったことから一定の合理性はありと考えられていたが、ARCOがAlcanに生産設備を保有してもって競争するようになるという競争促進効果に注目してDOJはこの売却計画を差し止めるべく裁判所に提訴した。最終的には、当事会社とDOJは、AlcanとARCOがの60/40出資比率のJVとして当該設備を設立し、費用については実費負担として、両者が価格等の競争に重要な情報の共有は行わないという条件でということ、同意判決に合意した。

図表 3.3 業務提携のセーフハーバー：日欧米比較

類型	日本	欧州	米国
販売提携	セーフハーバー無し (企業結合GLのSH適用の可能性?)	合算市場シェア15%以下かつ価格協定を含まないもの	合算市場シェア20%以下かつ価格協定を含まないもの
購入提携	セーフハーバー無し (企業結合GLのSH適用の可能性?)	合算市場シェア15%以下(購入市場および販売市場)	購入市場の合算市場シェア35%以下(購入市場における数量および金額での評価)、および、参加者の売上げに占める、購入費用の割合が20%以下
生産提携	セーフハーバー無し (企業結合GLのSH適用の可能性?)	合算市場シェア20%未満(生産または販売市場)。適用除外が満たされる場合に限る	合算市場シェア20%以下かつ価格協定を含まないもの
研究開発提携	市場シェア20%以下、シェア不明・シェアによる判断が適当ではない場合には、代替技術の権利者数4以上(共同研究開発GL)	合算市場シェア25%未満(現在の製品市場または技術市場)。適用除外が満たされる場合に限る	同じまたは類似の研究開発を行う企業が3社存在。原則違法の制約がないことが前提
標準化提携	セーフハーバー無し	SSOへの参加およびその手順は、制限的でなく、透明性があり、任意であること	合算市場シェア20%以下のかつ価格協定を含まないこと

3.1.7. まとめ

我が国において業務提携に関わる正式なガイドラインが示されていないことは、企業の観点から見ると独禁法上の評価に関わる不確実性を意味する。

他方、我が国の業務提携の審査のフレームワークは、全体的に見れば、欧米と大きな違いは無い。提携内容の評価を行った後、事実上市場画定を行い、競争評価を行い、競争制限効果が認められる場合には、効率性の検討を行い、競争促進効果と反競争効果を比較考慮するという審査の流れは同じである。

最も大きな違いは、米国と欧州においては、業務提携についても明確なセーフハーバーの設定が行われているが、日本においては、研究開発ガイドラインに係る提携以外には、明確なセーフハーバーは設定されていない点であると言える²²⁷。

²²⁷ 公表事例を見ると、企業結合審査のセーフハーバーが適用しうることが指摘されていることがあり、業務提携報告書でもその旨が明記されているが、企業結合ガイドラインのセーフハーバーを満たすからといって、すぐに問題無いという判断になることを明言しているわけではない。

関連して、日本では、業務提携報告書からもわかるように²²⁸、業務提携の審査における市場画定についてはあまり言及されておらず、曖昧なままになっている。セーフハーバーの導入の際には、業務提携の審査における市場画定の考え方の整理も必要であろう。

効率化の評価に関して、欧米では、価格等が一体化して決められる場合でも、生み出される効率性実現やリスク共有のために、当該業務提携の必要性が認められるような場合には、競争促進効果を考慮し、当該業務提携が認められることがガイドラインにおいて定められているが²²⁹、日本では、このような考え方はガイドライン等で示されていない。実際、他の有力な競争者の存在等、各種競争圧力を考慮して認めている事例はあっても（平成 19 年 事例 2 「競合する建築資材メーカー間の相互 OEM 供給」等）、効率性向上や参入の可能性が高まるといった競争促進的な効果を、明示的に検討している事例は見当たらない²³⁰。我が国においても、効率性を積極的に考慮した判断が行われてもよいと思われる。

3.2. 業務提携の公表事例

3.2.1. 公表事例比較

日本では、「事業者等の活動に関わる事前相談制度」に基づき、相談者が独禁法及び下請法の規定に関わる企業の具体的な行為（企業結合は除く）に関して事前相談申出書を提出すると、原則として、30 日以内に公取委は独禁法の規定の対象となるか否かを回答する制度が運用されている。その他にも事前相談制度によらない一般相談も受け付けており、これら

²²⁸ 「業務提携に関する検討会」報告書 令和元年 7 月 10 日。

²²⁹ EU 水平的共同行為ガイドライン §237 及び §246 をみると、事業化協定は、当事者が単独では参入できなかった市場への参入を可能にするような場合には、競争上の問題は生じづらく、価格の固定は、他のマーケティング機能の統合に不可欠でない限りは正当化できないという説明がある。米国ガイドライン 3.2 では、効率性を高めるために不可欠な協定が、その効率性がなければ当然違法である場合には、合理の原則で分析することになるという説明が示されている。提携当事会社の価格が同様に設定されても、そのような協定がなかった場合と比べれば（参入が生じ得なかったので）競争促進的になる可能性がある場合、同じ価格が設定されても効率化により価格が引き下げられる効果がある等の場合には、認められる可能性があるとして解釈できる。

²³⁰ 研究開発の業務提携では、新規参入が可能になるという競争促進的な観点を認めている事例もある。平成 17 年度 事例 8 機械メーカー間の共同研究開発及びブランドでは、共同研究開発を行うことで、特定の分野への参入が可能になることを積極的に評価している。

の制度に基づく相談事例集が毎年公表されていて、当局の判断傾向について一定の理解を得ることが可能である。

また、米国では、日本と同様に、DOJ 及び FTC に相談することができる制度がある。DOJ では、Business Review という制度を運用しており、当事企業は、事案の概要を記載したレターや関連資料の提出を行い、当局は必要に応じて独自の調査も実施した上で、データが全て揃ってから原則 30 日以内に回答を行う。当該回答内容は、レターの形式で公開される。なお FTC においても、Advisory Opinion という名称で同様の制度を運用している。

なお欧州には、このような業務提携に関するガイドラインは存在しているものの、当局が審査したり法律の適用可能性について意見を明らかにしたりする制度は現在は存在しておらず、提携当事者の自主的な判断 (Self-Assessment) に任せられている²³¹。多くの場合、独禁法を専門とする弁護士に相談して解決しているのが実態と思われる。

本調査の目的に照らすと、我が国の業務提携に関わる相談事例の傾向を分析した上で、海外の参考になる事例を調査するのが適当である。

我が国においては、2000 年から 2018 年の間に業務提携の公表事例は 30 件存在している。そこで、特に業務提携の判断に関わり有益と思われる事例を整理し、類型化する作業を実施した。

米国の事例については、FTC の Advisory Opinion の事例は、病院等のヘルスケアの事案が多く、DOJ の方が幅広い事業にかかわる業務提携について取り上げていることから、日本への示唆を得るといった目的の観点から、DOJ の公表事例に注目することにした。2001 年から 2020 年までの事例で、以下の観点から参考になる事例を取り上げることにした。

²³¹ ABA (2014) p. 45 脚注。なお、UK の競争当局 Office Fair Trade (現在は CMA) は、2010 年に米国の Business Review Letter と同様に、企業等からの独禁法上の相談に関する相談に、インフォーマティブな形で相談に乗る制度 (Short-form Opinions) を作ったが、本制度を利用できる条件が限定的である (独禁法上未解決な問題で、幅広い関心を持つ話題出なければならず、水平的な問題に関係しなければならず、当事者間で相談に乗ることに合意しており、資料を十分に提供するなど) ため、殆ど事例が存在していない。そこで、本調査では対象としなかった。(Patrick Harrison, 2012, Two Years of OFT Short-Form Opinions: Not Quite the Return of the Notification System, Kluwer Competition Law Blog <http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2012/03/15/two-years-of-oft-short-form-opinions-not-quite-the-return-of-the-notification-system/>)。

- 情報交換による競争阻害の可能性について検討し、問題を引き起こさない特定の条件が明らかにされているもの
- 効率性の主張が行われ、当局による判断が明らかにされているもの
- 経済分析の活用がみつけられるもの

日本と米国の相談事例の比較を行ったものが図表 3.4 である。米国では JV を立ち上げる事例が多いが、日本においては出資を伴わずに独立した企業体同士の業務提携も一般的に行われており、当局としても経営の独立性を完全に信頼した判断は難しい可能性がある。「効率性向上効果」について、日本で考慮されている事例は無い一方、米国では一定の評価を行っている事例もある。

図表 3.4 日米相談事例比較

	日本	米国
検討可能な事例源	相談事例集	Business Review Letter (DOJ)/Staff Advisory Opinion (FTC) (※本調査の目的に照らして、Business Review Letterに着目して調査)
説明の充実度	30件弱の事例を開示（2000年～2018年） 業務提携の具体的な内容、及び、当局の事実認定や判断に関わる説明は簡潔で、外部からの検証は難しい	199件の事例を開示（1991年～2020年） 当事会社のレター及び当局の回答レターがそのまま開示されており、業務提携の具体的な内容や当局の見方についても日本よりは詳細な情報が明らかになっている
企業結合審査のフレームワークの採用	企業結合審査のフレームワークが意識された審査 事案に応じて、知財ガイドライン等にも言及される	企業結合審査のフレームワークが意識された審査 事案に応じて、業務提携ガイドライン等への言及がある
市場画定の取り扱い	市場画定の明示的な検討は示されないが、一定の関連市場を前提とした市場シェアの議論は行われる	←
セーフハーバーの適用	知財ガイドラインの適用/企業結合ガイドラインのセーフハーバーが適用できる場合には言及がある	業務提携ガイドラインや、ヘルスケアのガイドライン等に明確に規定されているセーフハーバーへの言及がある
コスト共通化割合	低い場合には、協調行動の恐れが少なしとしてプラスに評価	←
企業結合ではなく業務提携であるという理由で審査や規制が緩和されているか	合算市場シェアが一定程度大きい事案において、提携の範囲やコスト共通化割合が限定的であることや、企業行動の一定の独立性を考慮して、問題が無いという判断が出ている事例あり	公表事例の多くは合算シェアが小さい。企業結合であれば規制されるが業務提携であるという理由で、市場シェアが高い業務提携が認められているような限界的な事例は見当たらない
効率性の考慮	業務提携の効率化の効果を、積極的に考慮して判断している事例は見当たらず、競争阻害効果だけをみて判断する傾向が強い 業務提携による市場競争への全体的な影響は見えない	合算市場シェアが小さい事案で、反競争効果だけ評価するだけでも判断できそうであっても、効率化の効果を無視せずに評価
当事会社間の情報交換の評価	企業間の情報遮断が十分か外部からは判然としない 当事会社側から提案された情報交換や情報遮断の取り決めの詳細の検討が示されておらず、企業の参考には殆どならない	事業提携の対象となる活動に別組織を設立している事例が非常に多く、当事会社間の情報遮断を構造的に実施することが一般的な模様（背景に、関連判例あり） 当事会社側から提案された情報交換や情報遮断の取り決めについては、日本と比べれば明らかに具体的な条件が示されており、他の企業の参考情報として有益
経済分析の活用	判断のフレームワークが企業結合GLに従っているという意味では経済学の活用は行われているが、実証分析や経済理論を直接的に生かした判断が示された事例は見当たらない	実証的な分析が行われたことが示されている事例は見当たらないが、経済理論をベースにした判断が行われていることがうかがわれる事例はある

3.2.2. 日本の業務提携の公表事例

3.2.2.1. 経営悪化等に言及している事例

化学品メーカーが、収益性悪化のため、自社による化学品の製造を取りやめ、競争者から OEM 供給を受けることについて、独禁法上問題となるものではないと回答した事例がある。（相談事例集 平成 26 年度 事例 7「化学品メーカーからの全量 OEM 供給」）。

同様の事例として、OEM の結果として今後の競争が促進されることへの期待について言及されている事例もある（平成 22 年度 事例 3「競合する検査機器メーカーからの全量 OEM 供給」）。

図表 3.5 経営悪化等に言及している事例の概要

年	業種	類型	提携の内容	市場シェア	公取委の回答
H26	化学品メーカー (2社)	生産提携 (OEM)	国内メーカー2社 (X,Y) の化学品Aに関する売り上げは最盛期の1/4程度まで縮小。 化学品Aのユーザーは、従前は輸入品を購入していなかったが、東日本大震災以化学品A降、安定調達のために輸入品も購入するX社：60%ようになった。輸入品は同品質でありなY社：30%がら価格が安く、輸入品のシェアは年々輸入品：10%拡大しており、今後も拡大する見込み。 X社は化学品Aの自社製造を中止、Y社からのOEM供給に転換し、XとYはそれぞれ独立して販売する。		収益性悪化のため化学品Aの製造から撤退するX社に対するOEM供給であること、2社はそれぞれ独自に化学品Aを販売し、販売価格・数量・販売先等には関与しないこと、価格競争力を有する輸入品のシェアが年々拡大し、今後も拡大する見込みであることから、問題無しとの判断。
H22	検査機器メーカー (2社)	生産提携 (OEM)	Xは製品ラインナップの面でYに劣後しており、Xの販売数量は縮小傾向。また、検査機器A Zが新規参入してきており、今後シェアを拡大する見込み。 Xは検査機器Aの自社製造を中止し、全量をY社からOEM供給を受け、自社プラZ社：60%ンドとして販売するもの。	X社：10% Y社：90% 検査機器B	新規参入事業者であるZ社が存在し、X社とY社は販売活動を個別に行うこと、OEM供給によってX社の製品ラインナップが充実すれば、X社・Y社間の販売競争が活発化することが期待されるため問題無しとの判断。

以下では、平成 26 年度 事例 7「化学品メーカーからの全量 OEM 供給」を参考例として取り上げて紹介し、そのインプリケーションを示す。

3.2.2.1.1. 概要

- 化学品 A の製造販売業者は X と Y の 2 社のみ：市場シェア：X 社約 60%、Y 社約 30%、輸入約 10%。

- 市場規模が最盛期の4分の1にまで縮小：ユーザーの工場の海外移転によって、2社の化学品Aの年間売上高の合計は最盛期の4分の1程度まで縮小。
- 輸入品の増加：化学品Aのユーザーは、従前は輸入品を購入していなかったが、東日本大震災以降、安定調達のために、2社からの購入に加え、輸入品も購入開始
 - 輸入品は、2社が製造する化学品Aと品質が同等でありながら価格が安いいため、輸入品のシェアは年々拡大しており、今後も拡大する見込み
- X社の製造中止とY社からのOEM：X社は、我が国における化学品Aの市場規模の縮小及び輸入品の増加による収益性悪化のため、自社による化学品Aの製造を取りやめるが、その後は、自社ブランドを維持するため、Y社が製造している化学品AのOEM供給を受けて販売することを検討
- 販売に関わる独立性維持：2社は、従来どおり、それぞれ独自に化学品Aを販売し、互いに販売価格、販売数量、販売先等には一切関与しない。

3.2.2.1.2. 当局の判断

本件は、我が国における化学品Aの販売分野において合計で約90%のシェアを有する2社の間において、X社が、その販売する化学品Aの全量について、Y社からOEM供給を受けるものであるが、

- 収益性悪化のため化学品Aの製造から撤退するX社に対するOEM供給であること
- 2社は、それぞれ独自に化学品Aを販売し、互いに販売価格、販売数量、販売先等には一切関与しないこと
- 価格競争力を有する輸入品のシェアが年々拡大し、今後も拡大する見込みであること

から、我が国の化学品Aの販売分野における競争を実質的に制限するものではなく、独禁法上問題となるものではない。

3.2.2.1.3. インプリケーション

収益悪化に伴う撤退を契機として、生産を一体化する取り決めが行われたが、撤退による競争単位の減少という「なかりせば」と比べると、OEMによる販売単位の維持があった方

が競争促進的と考えて、認められたと解釈できる事例である。事業提携が行われる前との「前後」比較による、競争への影響があるという見方は取られていない。

化学品の製造の一体化ということが行われると、価格に占める共通費用の割合が高くなる可能性が高く、情報遮断などが行われたとしても、XとYの販売量が協調的になったり、結果として、価格の一体化の懸念があるが、この観点から見た厳しい指摘は行われていない。この意味では「なかりせば」との比較を重視しており、また、輸入との競争が一定程度期待できるという理由も考慮したものと思われる。

判断の枠組みについては明示的な示唆はないが、合算市場シェアを計算し、輸入圧力を見ているといった点を見ると、実質的には企業結合ガイドラインを意識した回答といえる。

3.2.2.2. 代替的な商品やサービスに言及している事例

建材メーカー2社が、輸送費削減のため、相互OEM供給を行うことについて、実質的には代替的な商品やサービスが存在していることを理由に、独禁法上問題となるものではないと回答された事例がある（平成27年度 事例5「競合するメーカー間の相互OEM供給」）。また、本件と非常に構造が似ている事例としては、平成28年度 事例6「競合するメーカーからの全量OEM供給」がある。この件では、合算シェアが高い企業同士のOEMであるが、中古品や代替品との競合の存在を理由に問題が無いという判断が示されている。

図表 3.6 代替的な商品やサービスに言及している事例の概要

年	業種	類型	提携の内容	市場シェア	公取委の回答
H27	建材メーカー (2社)	生産提携 (OEM)	建材Aには性能が異なるA1とA2が存在するが、近年両者は代替的に使用されるようになっていく。 建材A1のメーカーであるX,Yについて、Xは東日本に、Yは西日本に工場を所有し、全国のユーザーに出荷。建材Aは販売価格に占める輸送費のコスト割合が高いことから、相互OEMを実施することで輸送費の削減を目的とするもの。	建材A1 X社：40% Y社：60% 建材A2 P：30%、 Q：30%、 R：20%	A1とA2には代替性があり、両者を合わせた市場シェアにおいて両社の合計は20%であり、他に有力な競争者が存在すること、また、2社はA1の販売価格情報に関して情報遮断措置を採ることから、問題無しとの判断。
H28	機械メーカー (2社)	生産提携 (OEM)	機械Aの需要は10年前と比べると半分に。 機械Aは中古販売が活発で中古の年間販売台数は新造品を大きく上回り安く販売されており、代替的な機械Bも販売されており、AよりもBの方が販売台数が多い。 YはXのOEMをうけて、XとYは独立して販売。	機械A X社：50% Y社：30% P社：20%	機械Aは、機械Aの中古品及び機械Bの隣接市場からの競争圧力を受けており、約20パーセントのシェアを有する有力な競争者が存在し、2社は独立して販売する計画となっていることから、問題なしとの判断。

以下では、平成 27 年度 事例 5「競合するメーカー間の相互 OEM 供給」を参考例として取り上げて紹介し、そのインプリケーションを示す。

3.2.2.2.1. 概要

- 建材 A は住宅等に用いられる建材：建材 A には同じ用途に用いられる建材 A1（約 20%）と建材 A2（約 80%）が存在。建材 A2 は、性能の面で建材 A1 よりも劣っており代替性がなかったが、近年、建材 A2 の性能が大きく向上し、建材 A1 と建材 A2 とは代替的に利用されるようになった
- 建材 A1 は X 社及び Y 社のみが製造販売：X 社約 40%、Y 社約 60%
- 建材 A2 の製造販売業者は複数存在：約 30%、約 30%、約 20%、その他。
- X と Y は、輸送費削減のために、相互 OEM 供給を検討
 - － 建材 A は、販売価格に占める輸送費の割合が高い。
 - － 2 社は、自社工場から出荷すると輸送費の負担が大きい地域について、相互 OEM 供給を行うことを検討している。
 - X 社は東日本に、Y 社は西日本にそれぞれ建材 A1 の工場を有し、それぞれ、全国の建設業者に建材 A1 を販売
- 販売は引き続き独立して行われる：2 社は、本件取組後も従来どおり、それぞれ独自に販売活動を行い、建材 A1 の販売価格、販売数量、販売先等には一切関与しない

3.2.2.2.2. 当局の判断

- 本件は、我が国における建材 A1 の製造販売分野において合計で 100%のシェアを有する 2 社による相互 OEM 供給であるが、
- 建材 A1 と建材 A2 との製造販売分野における競争が活発化してきており、
- A1 と A2 を合わせた市場における 2 社の合計シェアは約 20%であること
- 2 社より高いシェアを有する有力な競争業者が複数存在すること

- 2社は、本件取組後もそれぞれ独自に建材 A1 を販売し、互いに販売価格、販売数量、販売先等には一切関与しない

ことから、我が国の建材 A の製造販売分野における競争を実質的に制限するものではなく、独禁法上問題となるものではない。

3.2.2.2.3. インプリケーション

本件は、X社とY社の企業結合を念頭に置いた審査が行われたように見える事案である。X社とY社が販売している製品と競合関係が強まっている製品の存在を理由に、事実上、より広い市場を画定し、両社の合算市場シェアを低下させ、有力な競争者を積極的に評価する方法で問題が無いという判断を導き出している。審査アプローチとしては、かなり企業結合ガイドラインを意識していると評価できる。

公表文から読み取れない疑問点としては、X社とY社の製品 A1 と代替的に使われるようになった A2 との代替性の程度が、A1 と A2 を一つの市場として見なす程度であったかどうかという点については定性的な説明にとどまり、その十分性について信頼が持てないことがあげられる。本来は、A1 と A2 の代替性の程度の定量的な分析が示されるべきであるように思われる。

公表文からは、X社とY社による協調的な価格設定が行われる可能性について、OEM供給契約の在り方を詳細に検討してどのように評価したのかは読み取れない。X社とY社の事業範囲が満遍なく全国であれば、OEM供給による物流費の効率化は見込まれるとしても、それぞれの販売数量に占めるOEM供給の割合は必ずしも低くは無く、情報遮断措置があっても、OEM販売数量やOEMの販売先について一定の情報が共通化される可能性が高いことを考慮すると、OEM供給契約の結果として同様の価格設定が行われる懸念は一定程度あったように見える。公表文の内容を考慮すると、OEM供給契約の内容がどうであろうとも、A1とA2の市場を認めてしまえば、企業結合と同様に判断すれば足りるという考え方を示していると解釈できる。

3.2.2.3. コスト共通化割合に言及した事例

市場における有力な工業製品メーカー2社が、物流費削減のため、それぞれが工場を持たない地域において、相互に供給余力を活用して OEM 供給を行うことについて、独禁法上問題となるものではないと回答した事例（平成 25 年度 事例 5「競合する工業製品メーカー間の相互 OEM 供給」）。

本件と同様に、業務提携の範囲（コスト共通化割合）が限定的であることに言及されている事例としては、加工製品メーカーによる製造設備の削減及び削減分の OEM 供給（平成 26 年度・事例 8）が公表されており、本件では OEM 割合が 10%程度と低く、コスト共通化割合も低い）ことから問題無いとの判断がなされている。

図表 3.7 コスト共通化割合に言及している事例の概要

年	業種	類型	提携の内容	市場シェア	公取委の回答
H29	素材メーカー (3社)	調達提携	<p>素材Aの原材料aの調達について、3社共同で生産者と交渉を行い、原料aに係る調達量（3社合計及び各社の調達量）及び調達価格を決定する。</p> <p>3社は、素材Aの販売価格や販売数量について情報共有を行わず、個別に決定する。</p> <p>3社の調達量全体に占める本件共同調達の割合は約5パーセントであり、本件共同調達を除いて原料aの共同調達を行わない</p>	<p>素材A 3社合算：75%</p>	<p>素材Aのシェアは高いものの、本件行為による素材aの共同調達の割合が低く、素材Aの販売価格や販売数量についての情報共有は行わず、個別に決定することから、問題無しとの判断。</p>
H28	食料品メーカー (2社)	物流提携	<p>ドライバー不足への対応、環境負荷低減への社会的要請により、商品配送の効率化が課題に。</p> <p>食料品Aの配送効率化のため、遠隔地域に所在する卸売り業者への配送を共同化するもの。</p> <p>販売価格に占める物流経費の割合は小さい。</p>	<p>食料品A X社：40% Y社：30%</p>	<p>食料品Aの販売価格に占める物流経費の割合は小さく、食料品Aの販売価格に関する情報を共有しないよう情報遮断措置を採ることから、問題無しとの判断。</p>
H25	工業製品メーカー (2社)	生産提携 (OEM)	<p>X社が、自社工場を持たない九州地方においてY社の九州工場からOEM供給を受け、Y社が自社工場を持たない東北地方においてX社の東北工場からOEM供給を受けるもの。</p> <p>相互OEMの対象は自社工場を持たない一部の地域に限られ、その供給量は2社の工業製品Aの製造量の数%。</p> <p>なおOEM供給対象地域を含む全国において、従来どおりそれぞれ独自に工業製品Aを販売し、販売価格・販売数量・販売先等には一切関与しない。</p>	<p>工業製品A X社：約40% Y社：約10% B社：25% C社：20%</p>	<p>有力な競争者が存在すること、また、相互OEM供給の対象は一部の地域に限られることから製造コストの共通化による影響は小さい。</p> <p>2社は独自に販売活動を行い、情報遮断措置も採られるため問題無しとの判断。</p>

以下では、平成 25 年度 事例 5「競合する工業製品メーカー間の相互 OEM 供給」（を参考例として取り上げて紹介し、そのインプリケーションを示す。

3.2.2.3.1. 概要

- X社及びY社（以下「2社」という。）は、工業製品Aのメーカーである。
 - 我が国における工業製品Aの生産数量のシェアは、X社が約40%（第1位）、Y社が約10パーセント（第4位）となっている。
 - また、2社の競争者として、シェア約25%（第2位）を有するB社、シェア約20%（第3位）を有するC社等が存在する。
- 2社はそれぞれ全国各地に自社工場を有しているが、X社は九州地方に、Y社は東北地方に自社工場を有していない。
 - 工業製品Aは建材、設備等の材料として用いられていることから、2社は、全国の建材、設備等のメーカーに工業製品Aを販売している。

- 2社の工業製品 A の販売価格に占める物流費の割合は、2社のそれぞれの工場から需要家の工場までの配送距離に応じて、数パーセントから約 20%となっており、工場からの配送距離が長いほど販売価格が高くなる。
- 2社は、物流費を削減するため、それぞれ、自社工場を持たない地域において、もう1社の工場の供給余力を活用して、次のとおり、相互に工業製品 A の OEM 供給を行うことを検討している。
 - X社が、自社工場を持たない九州地方において、Y社の九州工場から OEM 供給を受ける。
 - Y社が、自社工場を持たない東北地方において、X社の東北工場から OEM 供給を受ける。
 - 2社の相互 OEM 供給の対象は、自社工場を持たない一部の地域に限られ、その供給量は2社の工業製品 A の製造量の数%である。
- 2社は、OEM 供給対象地域である東北地方及び九州地方を含む全国において、従来どおり、それぞれ独自に工業製品 A を販売し、互いに販売価格、販売数量、販売先等には一切関与しない。

3.2.2.3.2. 独禁法上の判断

本件は、我が国の工業製品 A の製造販売分野において合計で約 50%のシェアを有する2社による相互 OEM 供給であるが、

- 2社は、それぞれ独自に販売活動を行うこととし、互いに工業製品 A の販売価格、販売数量、販売先等には一切関与しないこと
- 2社による相互 OEM 供給の対象は、自社工場を持たない一部の地域に限られ、製造コストの共通化による影響は小さいこと
- 工業製品 A の有力な競争者である B 社及び C 社が存在すること

から、我が国の工業製品 A の製造販売分野における競争を実質的に制限するものではなく、独禁法上問題となるものではない。

3.2.2.3.3. インプリケーション

本件の場合、相互 OEM 供給の対象が限られており、その割合が 2 社の製造量の数%にとどまるので、協調的行動の可能性は限定的であると評価されたようである。しかし数%の共有であるとしても、お互いの企業の費用構造の推定のヒントを与えていることは変わり無く、どのような情報遮断措置が講じられたのかについては示されていない。

他方、業務提携の当事会社の経営の独立性が十分ではないとしても、25%と 20%の市場シェアを持つ有力な競争者の存在を主張することも出来た可能性がある。

企業に対するインプリケーションとしては、企業間の経営の独立性については、コスト共通化の範囲が狭いことを含め十分に説明することは当然として、企業結合審査の考慮要因を意識して、競争者からの競争圧力について丁寧に説明していくことが有益と思われる。

3.2.2.4. 独禁法上問題となるとされた事例

公取委が公表している業務提携に関する相談事例において、「独禁法上問題となる」旨の判断がなされている事例として、平成 13 年度 事例 8「建設資材メーカーの相互的 OEM 供給」について取り上げる。

図表 3.8 独禁法上問題となるとされた事例の概要

年	業種	類型	提携の内容	市場シェア	公取委の回答
H13	建設資材メーカー (2社)	生産提携 (OEM)	<p>甲製品は重要な低迷が続き、ピーク時に比べて需要が 2/3程度になるなど採算が悪化。</p> <p>Aは運送コスト（製品価格の約1割）削減のため、遠隔地向け製品についての相互OEM供給を予定。具体的には、Aは関東地区に、Bは関西地区に工場を有していることから、Aの関西以西の顧客への販売量をB社へ、B社の関東以北の顧客への販売量をA社へ委託する。OEMを受ける数量は、A社の自社販売数量の約30%、B社の約40%。また、甲製品の販売価格に占める製造コストは相当の部分占める。</p> <p>なお、販売は従来通り独自に行い、販売価格や取引先情報には一切関与しない。</p>	<p>甲製品 A社：50% 弱 B社：40% 強 C社：10% 弱 輸入品：数%</p>	<p>販売価格に占める製造コストの割合の高さ、甲製品の市場シェアの高さ（約90%）を踏まえると、2社の販売価格が同一水準になりやすいなど、販売分野での競争が減殺されるおそれ大きい。</p> <p>OEMを通じて製造コストなどの重要な情報を知り得ることは、2社のシェアの高さを鑑みると競争に与える影響が大きい。</p> <p>よって甲製品の製造販売分野における競争を実質的に制限し、独禁法上問題となるとの判断。</p>

3.2.2.4.1. 概要

- 建設資材甲製品市場には、A社が50%弱、B社が40%強、C社が10%弱で、輸入品が数%程度のシェアを有している。
- 甲製品市場はピークから需要が2/3まで減少し、採算が悪化。
- A社は、製品価格の約1割を占める運送コストを削減するため、B社との間で、相互にOEM供給を行うことを検討。
 - A社は関東地区に工場を有しており、B社は関西地区に工場を有している
 - A社の関西以西の顧客への販売相当量をB社へ、B社の関東以北の顧客への販売相当量をA社に、それぞれOEM供給を委託
 - 例えば、A社の九州の顧客に納入する場合、従来はA社の関東地区の工場から配送していたが、B社の関西地区の工場から配送することにより、運送コストを削減
 - OEM供給を受ける数量は、A社は自社販売数量の約30%、B社は自社販売数量の約40%。A社、B社ともに、現在の工場の年間稼働率を考えれば、生産を受託できる生産余力があることから、相互にOEM供給を行うことが十分に可能である。
 - 甲製品の販売は、従来どおり独自に行い、互いに販売価格や取引先などには一切関与しない。
 - なお、建設資材の性質上甲製品の販売価格のうち、製造コストが相当の部分を占める。

3.2.2.4.2. 独禁法上の評価

- A社とB社は、従来どおり独自に販売を行い、互いに販売価格や取引先などには一切関与しないとしているものの
- 2社が相互にOEM供給することにより、地域的にみれば、関西以西の顧客に販売される両社の製品は、ほとんどすべてB社の製造に係る製品、反対に関東以北はほとんどすべてA社の製造に係る製品となり、中部を除く地域において両社の製造コストが共通化され、また、甲製品の販売価格のうち製造コストが相当の部分を占めることから、2社の

甲製品市場におけるシェアが約 90% を占めることを踏まえると、2 社の販売価格が同一水準になりやすいなど、販売分野での競争が減殺されるおそれ大きいこと

- 相互に OEM 供給を行うことを通じて、製造コストなど企業活動を行う上で重要な情報を知り得ることは、2 社のシェアからすれば競争に与える影響が大きいと考えられることから、2 社が相互に OEM 供給を行うことは、甲製品の製造販売分野における競争を実質的に制限し、独禁法上問題となると考えられる

3.2.2.4.3. インプリケーション

提携当事者間のシェアが高いことから、一見、この独禁法の判断が合理的のように思われるが、業務提携の背景となっている市場環境についてはあまり言及されていない。

たしかに、A と B の合算市場シェアは 90% にも達しているが、市場規模が 2/3 にまで小さくなり、採算が悪化していることからみると、A 及び B に特段市場支配力がなかった可能性があるように思われる。特に、本件建材が同質的なものであるとすれば、需要家にとってみれば、A,B,C,輸入品のどの製品でも区別はなく、シェアが大きいからといって価格を引き上げるとは困難であった可能性がある。また、輸入量は少ないが、A、B、C は輸入への代替が引き起こされないように競争的な対応を行っていた可能性もありうる。

また、この OEM により費用が削減される競争促進効果を考慮した比較考慮についても一切行われていない。本件建材市場は、基本的に同質市場で、市場価格は基本的に需要と供給が一致するところで、各地で決定されるというようなものであると考えてもよいとすれば、本件 OEM 計画は、むしろ供給を増加させる効果があり、市場価格を引き下げる働きがあるという見方もあり得たようにもみえる。

相談事例ということで、公取委は、本件に関わるヒアリングや経済分析等は実施しておらず、当事会社側も積極的な説明をしていなかった可能性がある。詳細な調査が行われたとすれば、認められた可能性もあったのかもしれない。

3.2.3. 米国の業務提携の公表事例

図表 3.9 米国の事業提携の公表事例の概要

年	業種	類型	提携の内容	市場シェア	当局の回答
H26	シャーシサービス (港におけるコンテナの集積、保管)	物流提携	港での「シャーシプール」(コンテナを積載するためのトラックの台車)を2社で共有する業務提携(他社も任意参加可能)。 シャーシプールの管理のための別会社を設立することとし、シャーシ利用に関する情報は当該別会社と利用者との間で共有されるが、価格等の意思決定については、利用者間で一切共有しない。	不明	問題なし シャーシプール管理に別組織を立ち上げることで、業務提携当事者間の独立性を構造的に担保(※) 提携によりシャーシ移動の無駄が無くなり、シャーシサービスの供給増につながる意味で効率的であると評価
H26	原子力発電	生産提携	独立系の原子力発電事業者7社による業務提携、川下市場において競合関係にある地域は一部に過ぎない。 原子力発電に関する人員、部品、備品、ツールなどの既存リソースの共有を目的に、共有組織を別組織で立ち上げて以下のような活動を行う。 原子力発電所の運用に関するベストプラクティスの共有。 プラントの改造又はライセンス活動のためのプロジェクト経験共有。 緊急時対応の共同計画。 複数の場所における発電事業に共通する活動の共同運営。	不明	問題なし 共有組織を別組織で立ち上げて、業務提携当事者間の独立性を構造的に担保。 業務提携による効率性向上効果により電力価格が引き下がることを好意的に評価。 原子力発電事業は限界費用が低いため、市場の電力価格に直接的には影響を与えないが、供給能力の増加によって、均衡価格を引き下げ効果あり。 業務提携の審査において、経済学的なロジックを用いた評価を実施。
H15	ケーブルテレビサービス事業	調達提携	独立系ケーブルテレビ会社の組合がボリュームディスカウントを得ることを目的に集中購買契約ルールを導入するもの。 組合員が予約価格(Reserve price)をあらかじめ設定し、組合の集中購買契約価格が当該価格以下であれば、組合員は必ず契約するというもの。一方、組合の集中購買契約価格が予約価格を上回った場合、組合員は自主的にサプライヤーと交渉し、契約価格を決めることができるというもの。	35% 以下	問題なし 本提携により組合員が全て同じ契約をするとしても、ヘルスクエアガイドラインの買い手独占に関わるセーフハーバー35%を下回る。 組合を通じた取引ルールは、組合における共謀の可能性を軽減。 本ルールでは、組合を通して個々の組合員がどの値段で契約したのかを知ることができない。
H26	航空会社関連サービス提供事業	JV設立による統合	燃料販売を中心とした航空機関連支援サービスを提供する会社がJV(MJC)を設立して事業統合を計画するもの。 需要減少に伴い、双方とも第三者からの金銭的な支援を受けなければ事業を継続できない状況。	100%	問題なし MJCは唯一ではあるが排他的ではない(solitary but not exclusive)サービス供給者となるが、以下の3つの競争圧力が存在。 ・ 近隣の空港における燃料販売が存在 ・ 航空機には余分な燃料を格納できる能力を有する ・ 空港には追加的に航空関連会社が参入できるだけの広い土地が存在

3.2.3.1. シャーシサービス(港におけるコンテナの集積、保管)の業務提携

RESPONSE TO FLEXI-VAN LEASING, INC. AND DIRECT CHASSISLINK, INC. REQUEST FOR BUSINESS REVIEW, 2014 (https://www.justice.gov/atr/response-flexi-van-leasing-inc-and-direct-chassislink-inc-request-business-review#N_2)

3.2.3.1.1. 概要

- Flexi-Van Leasing, Inc. (FVLI) と Direct ChassisLink, Inc. (DCLI) は、Los Angeles と Long Beach のシャーシ²³²のリース会社（市場シェア不明）であり、シャーシを置いておく場所（プール）の管理者である。
- 貨物船の発着が増加し、港のターミナルにおける混雑によってトラック輸送に遅延が生じていた背景から、それぞれが管理しているシャーシプールを共同利用しようとしたもの（提携当事者以外の他社も任意参加可能）。なお管理用の別会社を設立することとし、シャーシ利用に関する情報は当該企業と利用者間で共有されるが、価格等の意思決定については、利用者間で一切共有しない。

3.2.3.1.2. 独禁法上の評価

管理のための別会社を立ち上げることで提携当事者間の独立性が構造的に担保されていること、当該提携によりシャーシ移動の無駄が無くなり、供給増につながる意味で効率的であるとの評価から、DOJ は本計画を問題無しとした。

3.2.3.1.3. インプリケーション

本件は、シャーシサービスの相互利用の業務提携であり、日本における生産の OEM の業務提携との一定の類似性がある。生産の OEM の業務提携として本件を理解するとすれば、生産設備の管理は各企業が担当するが、各企業の生産量については、第三者のサービスプロバイダを起用して、その記録の管理を行わせ、各企業の生産量については、企業間で共有されないようにすることによって、企業間の協調的行動が引き起こされる懸念を解決できるということになる。生産の場合、シャーシの利用回数とは異なり、生産の管理と生産量の管理を切り分けるのは難しいと思われるので、全く同じことを実現するのは難しいと思われるが、一定のヒントを与えている事例といえる。

²³² シャーシとは、港で海上コンテナを運んで鉄道やトラック等の輸送ネットワーク等に移動させるための台車を指す。

3.2.3.2. 原子力発電事業者の間接部門の業務提携

RESPONSE TO STARS ALLIANCE LLC'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2012, <https://www.justice.gov/atr/response-stars-alliance-llcs-request-business-review-letter-0>)²³³

3.2.3.2.1. 概要

- 米国各地で原子力発電事業を行っている7社は、「原子力発電所の最大効率と継続的な安全運転」を達成することを目的として、以下のような業務を実施する「資源共有組織」を計画。
 - － 人員、部品、備品、ツール、専門知識などの既存リソースの共有
 - － 以下のような活動の共同計画及び共同運用活動の運営
 - 原子力発電所の運用に関連するベストプラクティスの共有
 - 重要なプラントの改造又はライセンス活動のためにプロジェクトの経験
 - 緊急時対応の共同計画
 - 複数の場所における発電事業に共通する活動の共同運営
- 当事会社らは、当該提携による効率性向上効果や、地理的市場が異なる（競争関係に無い）こと、市場価格に与える影響が限定的である旨などを主張。加えて、マーケティングに関する情報やサービス内容、価格設定に関する情報等、競争上重要な情報の交換を防止するための措置を実施した。

²³³ 同様の事案として、独立系自動車事故の損害額の評価会社の業界団体が、第三者的なエージェントを建てて、販売、請求、その他、総務機能を総括して提供し、全米をカバーしている競合企業と対抗しようとするものは、競争阻害的ではないとして問題視しないというものがある（RESPONSE TO INDEPENDENT AUTOMOTIVE DAMAGE APPRAISERS ASSOCIATION, 1996, <https://www.justice.gov/atr/response-independent-automotive-damage-appraisers-associations-request-business-review-letter>）。

3.2.3.2.2. 独禁法上の判断

- DOJは、当事会社の競争関係が限定的で、競争関係にある地域においても原発の限界費用が価格に影響を与える構造ではないことを認め、また、競争上重要な情報の交換を禁止していることを評価
- 更に、本件計画により、費用が削減され供給増につながる可能性が高いことから、競争促進的な点を積極的に評価している（米国事業提携ガイドライン 2. 1の効率性）。

3.2.3.2.3. インプリケーション

本件においては、業務提携を行う企業の大半は別の市場で事業を行っていることから、我が国の事例であれば、これ以上は殆ど検討しない可能性もあるが、米国においては、各企業の効率性を積極的に認めて計画を認可している。

一部の地域で、競争関係が生じうる地域があるとしても、本件の均衡価格の決定方法を経済学的に考えて、効率性の効果を評価しているところに特徴がある。

3.2.3.3. ケーブルテレビサービス事業の事業提携

RESPONSE TO THE NATIONAL CABLE TELEVISION COOPERATIVE, INC.'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2003, <https://www.justice.gov/atr/response-national-cable-television-cooperative-incs-request-business-review-letter>

3.2.3.3.1. 概要

- 全米各地でケーブルテレビの事業を行っている独立系企業（おおよそ 1000 企業で 6500 地域にサービスを提供）の協同組合 National Cable Television Cooperative（NCTC）は、National Programming Network（NPN）からテレビ番組の放映権を共同購入することで、ケーブルテレビ番組の放送に関わる一定の効率性を達成してきた²³⁴。

²³⁴ DOJは、共同購入定型におけるメンバーは、指定された価格で自主的に指定した量の投入物を購入することを約束することは問題が無いという判断を示したことがある（RESPONSE TO CONTAINERS AMERICA LLC'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2000, <https://www.justice.gov/atr/response-containers-america-llcs-request-business-review-letter>）。

- 従前は、NCTCがNPNと定めたマスター契約条件に基づき各組合員が契約するか否かの判断を行っていたため、各組合員に交渉の余地が少なく、競争上不利な立場にあった。そこで、組合員が予め契約してもよいという予約価格（Reserve price）をNCTCに示し、その価格以下であれば必ず契約すること、逆にそれを上回った場合には、組合員が自主的にNPNと交渉できることとした。また、組合員は、この新しい共同購入の契約に参加しないという選択も可能であり、この場合には、NPNと自主的に契約交渉を行う、もしくはマスター契約に参加することも可能である。
- NCTCの職員は、組合員のケーブルテレビ会社には所属しておらず、NCTCは各組合員とは独立した関係にある。契約に関わるNCTCとその個々の組合員間のコミュニケーションは、他の組合員に開示されない。

3.2.3.3.2. 独禁法上の判断

- DOJは、新しい共同購入手続は反競争的效果をもたらさないと判断
- NCTCの市場シェアは、全国のMVPD（マルチチャンネルビデオプログラミング）加入者でみると約15.8%だけである。仮に、NCTCのすべてのメンバーがマスター契約に参加したとしても、NCTCによる購入は、買い手独占とは認められない。医療における独占禁止法施行方針に関する声明（1996）においては、医療提供者間の共同購入契約に対する独禁法の安全地帯の条件の1つとして、購入が関連市場での購入製品の総売上の35%以下を占めることとしており、本件は、このセーフハーバーに該当している。
- また、NCTCの提案された手順は、MVPD配信サービスの販売において、NCTCの組合員間の協調的行動を防止するものとなっている。
 - 圧倒的多数のNCTCメンバーはMVPDサービスの販売で競合していない。NCTCの組合員が提供するMVPDサービスの加入者のほぼ97%が、1つのNCTCの組合員のみがサービスを提供する地域に在住している
 - NCTCのいくつかの提案は、NCTCの組合員が競合する地域での共謀に関する競争上の懸念を軽減するものとなっている。
 - 第一に、2つの競合する組合員が両方ともNCTCに参加する可能性があるが、どちらの組合員も、もう一方がNCTCのマスター契約を利用しているかどうかを確

認できない。NCTCが提案している「安全対策」により、契約に参加している組合員に関する競争上重要な情報は他のメンバーに開示されないからである。また、NCTCは、組合員がNCTCの活動を通じて予約価格を共有することを防ぐ安全対策、他のメンバーが契約に同意するかどうかを確認した上で契約への参加を決定することを防ぐ安全対策も採用している。更に、番組供給の費用に加えて、ケーブルテレビの費用構造は、システムのサイズと技術的特性によって大きく異なっている。

- 第二に、メンバー同士での競合がある地域においては、一般に、DBSプロバイダーなど、同じサービスを提供できる他のMVPDプロバイダーとの競争に直面している。2つの主要なDBSプロバイダーは、NCTCのメンバーではない。共謀が発生する可能性は、他の重要な競争者の存在によって軽減される
 - 第三に、NCTCの活動を使用して、たとえば契約条件を標準化する共謀を行おうとする行為は、成功しない可能性がある。マスター契約の条件は組合員とは関係しないNCTCの職員によって交渉が行われることになる。更に、NCTCは組合員全員の利益に役立つ契約の締結を行おうとするものの、組合員の大半は他の組合員とは競争していない
- DOJは、共同購入手続きの変更が、組合員のサービス提供費用の低下を引き起こす限りにおいて、競争促進効果があることも認める

3.2.3.3.3. インプリケーション

本件は、「原子力発電事業者の間接部門の業務提携」と同様に、川下での当事会社間の競争が限定的である場合における、共同購入の問題について検討が行われた事案である。

本件共同購入においては、米国のヘルスケアのガイドラインで示されている35%のセーフハーバーに該当することを明らかにしつつも、それだけでは判断せず、業務提携を行う企業間の協調的行動が阻害されうるかどうかを、当事会社からの提案内容に照らして丁寧な検討が行われていることがわかる。

川下での競争関係が限定的であっても、業務提携を行う企業間の行動の独立性を担保するために、共同購入を担当する組織を当事会社とは独立した形で立ち上げている。これは、電

力会社の業務提携と同様であり、米国の場合には、日本と比べると、業務提携における企業間行動の独立性についての要求は厳しいことがわかる。

競合がある地域において、協調的行動の判断においては、メンバー間において、価格がそろうということには関心をむけておらず、他の競争者との競争を考慮した上で、反競争効果の可能性を検討している。日本の公表事例では、このような考え方を明示的に公表文の中では明らかにしておらず、業務提携における、競争者からの競争圧力についての具体的な評価が示されるべきである。

最後に、本件に関しては、本業務提携の目標ともいえる、費用削減効果についても積極的に評価を行っている。

3.2.3.4. 航空会社関連サービス提供事業の全面業務提携

RESPONSE TO COLUMBIA FUEL SERVICES AND LANMAR AVIATION, INC.'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2013, <https://www.justice.gov/atr/response-columbia-fuel-services-and-lanmar-aviation-incs-request-business-review-letter>

3.2.3.4.1. 概要

- Groton-New London Airport 空港で、燃料販売を中心とした航空機関連支援サービスを提供している、Columbia Fuel Services, Inc. (“CFS”) と Lanmar Aviation, Inc.が、Mystic Jet Center という JV を設立して事業統合する計画
- CFS は 1983 年から事業を行う独占企業であったが LA が 2003 年に参入
- 航空機サービスの需要は、2006 年から 2011 年に 36%減少し、燃料の販売は CFS で 2007 年から 51%、LA で 2010 年から 10%減少。結果として 2003 年以来、双方とも第三者から、金銭的な支援を受けなければ事業が続けられなくなっている
- Business Review Letter では燃料供給のサービスに注目した議論が開示されている
- MJC は 唯一ではあるが排他的ではない (solitary but not exclusive) サービス供給者となるが、以下の 3 つの競争圧力があるため、競争価格を上回る価格設定はできないと主張した
 - 近隣の空港における燃料販売が存在

- 航空機には余分な燃料を格納できる能力を有する
- 空港には追加的に航空関連会社が参入できるだけの広い土地が存在

3.2.3.4.2. 独禁法上の判断

DOJ は、当事会社の説明と、実施した調査を前提として、本計画を問題視しなかった。

3.2.3.4.3. インプリケーション

本件においては、具体的な市場が画定されているわけではないが、市場シェアが 100% になるような事業提携であっても、独禁法上の問題は起こらないと判断された米国の事例という見方ができる（又は、市場は画定されないが、かなり範囲の広い地理的範囲という想定が前提とされた事例という見方ができる）。

本件の場合、需要者が立地の離れた供給者への代替が可能で、タンクへの備蓄を通じて異時点間の代替が可能であるという事情が考慮されているところに特徴がある。

3.2.4. 企業結合審査の枠組みを用いた検討（経済分析）

3.2.4.1. 日本の事例における業務提携企業間の経営の独立性の問題

企業結合の場合には、通常、企業行動が一体化するという前提で、企業の生産量や価格設定の分析を行うが、業務提携の場合には、理論上は、一体化する業務だけが同じになり、他の決定は独立して行うことになるので、この前提に立てば理論上は、競争単位は減らないという前提で、市場成果を分析することになる。

当事会社側で、業務提携が行われたとしても、市場競争に影響を与える価格や生産量等の決定は、完全に独立して行われるということを言い切れるのであれば、業務提携は、通常、一定の効率性をもたらすことが想定されるので、実証的な分析をするまでもなく、理論的に、業務提携は、競争促進的な結果を生み出すといえる。

他方、我が国の業務提携の事例を見ると、業務提携を行う業務自体を、米国の事例のように独立した組織に移管することまでは行われていないものが多く、当局の立場から見ると、

業務提携の契約条項の条件内容や情報遮断措置だけで、業務提携を行っている企業の経営の独立性を完全に認めることは難しい事案も多いのではないかと推察される。

そうすると、当局の立場としては、業務提携を行う企業については、保守的に結合関係があるとみて、企業結合ガイドラインの枠組みで評価していくのが、間違いの無い堅い分析ということになりがちであるように思われる。

3.2.4.2. 業務提携の内発的牽制力の評価・効率性の評価

業務提携が行われることで、企業間に一定の協調的な行動が否定できないということであれば、その協調行動の程度を考慮した、一般的に企業結合審査で用いられる経済分析を行うことは可能である。例えば、合併シミュレーションの実施が考えられる。元売りの企業結合事例（2.2.5.2.9 節参照）では、出光統合当事会社と JX 統合当事会社がそれぞれ LP ガス販売 JV のジクシスに対して 25% 出資を出資することになる出資関係の変化が、LP ガス元売り業者の販売価格にどのような影響をもたらすかを分析するため、株主と企業間の持分関係及び支配関係を考慮したうえでのシミュレーション分析を行っているが、このような合併シミュレーションにおいて企業が相互の利益を一定程度考慮して行動する前提において、業務提携の影響を分析することが可能である。

しかし、この場合には、業務提携参加企業間における、協調行動する対象、及び、その程度について一定の仮定を置く必要があり、業務提携の在り方から一義的にそれらを定めることは難しいかもしれない。

そうすると、業務提携に参加している企業の間には実質的には結合関係が生じているという前提で経済分析を活用すればよいということになる。例えば、競争者、輸入・隣接市場等の、当事会社に対する各種牽制力の存在といった争点に関わる経済分析は有益になる可能性が高い。このような前提であれば、必要となる経済分析は、企業結合と業務提携で特段違いは無いことになる。

効率性の評価を厳密に行うとなれば、LPガス元売の審査²³⁵において行われたような、出資企業間の一定の協調的関係を前提にした合併シミュレーションに効率性の効果を含めて分析を行うことが考えられる。

3.3. 企業実務への示唆

前節までの調査結果を踏まえ、研究会を開催し、我が国の業務提携に関する競争政策上の対応について、学識者、実務家、産業界それぞれの観点を踏まえ、課題や対処の方向性について議論を行った。研究会における議論を踏まえて、企業実務のあり方への示唆を以下にまとめた。

企業を取り巻く環境の変化に伴い、研究開発、製造、物流、販売等の各分野における効率化とコスト削減は喫緊の課題である。また、デジタル技術の進歩により、これまで不可能だった領域についても、新たな協業形態が可能になっている。

こうした中で、特に人手不足が深刻な物流業界等をはじめ、競合企業同士の業務提携が増加している。また、従来は競争分野であった領域においても、一部事業の共同化が図れるようになってきている。

業務提携は企業結合と異なり競争単位を失うことなく効率化が実施されることから、本来的には競争促進的な行為であり、独禁法リスクを適切に評価したうえで、積極的に活用されるべきである。他方、特に水平的業務提携においては、独禁法リスクに対する意識の差により、頓挫するケースも少なくない。

したがって、企業が独禁法上のリスクを適切に判断し、業務提携を進めていくためには、提携当事者間で意識を共有した上でのセルフアセスメントが欠かせない。

より詳細には、以下の通りである。

²³⁵ (平成 28 年 12 月 19 日)出光興産株式会社による昭和シェル石油株式会社の株式取得及び JX ホールディングス株式会社による東燃ゼネラル石油株式会社の株式取得に関する審査結果について

3.3.1. 業務提携に関する独禁法上の評価

図表 3.10 は、公取委 CPRC の業務提携報告書を踏まえ、業務提携に関する独禁法上の評価基準を表した図である。

業務提携は、競争制限的な効果（カルテルへの懸念）が存在する一方、競争単位（提携当事者同士の独立性）が維持されることから、多くの場合は競争促進的な効果が期待される。

したがって、企業実務においては、業務提携の競争に与える影響として「競争制限効果」（カルテルへの懸念）のみを捉えるのではなく「競争促進効果」との両面を適切に評価する必要がある。

図表 3.10 業務提携における独禁法上の評価基準

競争促進的	競争制限的
<p><業務提携報告書での評価></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 多くの場合は競争促進的効果が期待される ➢ 事業の共同化は行いつつも、提携当事者同士の独立性は保たれる 	<p><業務提携報告書での評価></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ その態様によっては競争制限的な効果を持つ場合もある
<p><具体例></p> <ul style="list-style-type: none"> ● イノベーションの促進、規模の経済による費用減効果 ✓ 重複事業の解消、相互の拠点・設備の統廃合等による稼働率の向上やコストダウン ✓ サービス提供地の増加や技術の相互補完による高品質化、利便性向上 ✓ 消費者価格の低減 	<p><具体例></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 市場の透明度が高まり、カルテルを誘発するリスク ● 提携当事者間の競争が失われることによる市場へ影響 ✓ 提携内容を越えた情報交換が行われる危険性 ✓ コスト共通化割合が増加することで、互いの価格・生産量等が予測しやすくなる ✓ 提携を行う事業のシェアが高まることによる、競争環境への悪影響

3.3.2. 適切なセルフアセスメント

企業を取り巻く環境変化に伴い、研究開発、製造、物流、販売等の各分野における効率化とコスト削減の追求、あるいはデジタル技術を活用した新たな協業等を目的とした業務提携は今後も増加することが想定される。一方で、業務提携によって提携当事者間の事業活動が一部共同化されることから、独禁法違反（不当な取引制限（カルテル）等）に抵触しないか否かについて事前に適切な検証を行うことが必要である。

その際、事前に公取委の相談制度を利用して当局からの回答を得る方法もあるが、一般的に業務提携は、（企業結合に比べて）より日常的に行われ、迅速で低廉なコストで行えることにメリットのある行為であることから、全ての案件について公取委に事前相談を行うこと

は現実的でなく、提携当事者である企業が自ら適切に独禁法上の事前評価（セルフアセスメント）を行うことが重要となる。

一般的なセルフアセスメントの手順として、各社の法務部門を中心に、当該業務提携の目的等について担当部署からヒアリングを行い、場合によっては弁護士への相談を経て検討が行われる。しかしながら、こうした自社内でのセルフアセスメントにおいては、

- ① 独禁法上、業務提携がどのような場合に不当な取引制限等に該当するか否か明確でないため、過剰に保守的な判断がされるリスクがあること
- ② 提携を行う当事会社間において、当該業務提携が違反となるか否かの見解に相違が生じ、そのうちより保守的な判断の限度でしか提携が進まないこと

などの理由により、企業活動が過度に萎縮し、本来可能であった当該業務提携案自体がとん挫する、又は、提携範囲を縮小・制限することにより当初期待した業務提携のシナジー効果が得られない等の問題が生じる例も少なくないと考えられる。

3.3.3. 依拠すべき判断基準

上記のように過度に保守的な判断を回避し、併せて提携当事者間の見解に無用の温度差を生じさせないために、当事会社は、信頼性の高い客観的な基準にできるだけ依拠する必要がある。

日本においては、「共同研究開発ガイドライン」や「事業者団体ガイドライン」等の個別分野について業務提携に関連するガイドラインが提示されているものの、業務提携の適法性の基準を包括的に明らかにするようなガイドラインの公表はない。一方、業務提携を検討するに当たっては、こうした既存のガイドラインの他、公取委が公表している「相談事例集」や公取委 CPRC が公表した業務提携報告書を参照することが有用である。加えて EU にはカルテルの個別適用免除を定める規定が存在しており、本枠組みに沿ったチェックを行うことも有用である。

企業実務においては、上述の各種ドキュメントも参照しながらセルフアセスメントを行っていくことが有用であり、特に、EU 水平的共同行為ガイドラインが包括的であるため、これを参照してセルフアセスメントを行うという実務も一部では定着しているとの指摘がある。

EU 水平的共同行為ガイドライン等を参考にセルフアセスメントを行う場合、例えば以下のようなポイントについて検討を行うことが望ましいと考えられる。

<セルフアセスメントを行う際に考慮するポイント>

セルフアセスメントを行う際には、「Ⅰ．提携当事者間の競争制限の有無」（当該業務提携によって、提携当事者間の事業活動にどの程度影響を及ぼすのか、また、競争制限効果を排除するために必要な措置が取られているか）について検討を行ったうえで、「Ⅱ．市場全体の競争への悪影響の有無」（提携を行うことにより、当該製品の市場全体にどのような効果を及ぼすか、当該分野における競争が消滅することで、どのような影響が発生するか）という点について考慮する必要がある。それぞれの検討フェーズにおける具体的な考慮要素とポイントは下記のとおりである。

なお、業務提携はその類型や程度が様々あることから、セルフアセスメントを画一的に行うべきではなく、業務提携により共同化される事業の範囲、共通化されるコストの割合、提携を行う期間等を踏まえたうえで、事業活動の一体化の度合いに応じたセルフアセスメントが求められる。例えば、公取委の相談事例（平成30年度事例8²³⁶）では、運送事業者間の共同輸送（物流提携）に関し、提携事業者の総輸送量に占める共同輸送による輸送量の割合が低く、コスト共通化割合も低いため、提携事業者間における情報管理が適切に行われれば、独禁法上問題とならないと回答している。このように、事業の一体化度合いが低い提携事案については、適切な情報遮断措置を講じたうえで、速やかに実行に移すということも考えられる。

Ⅰ．提携当事者間の競争制限の有無

競争関係にある企業同士の業務提携（水平型）を実施するにあたっては、以下の要素がポイントとなると考えられる。

① 目的

²³⁶ <https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/r1/h30nendomokuji/h30nendo08.html>

業務提携の目的が広く効率性の向上を目的とするものであって、正当なものであるか（競争制限を目的としていないか）。

<正当な目的の例>

- ・ 重複事業の共同化（共同物流、共同調達等）により、コスト削減を目的とするもの
- ・ 規格、標準、安全基準等を共通化するなどして、生産性向上を目的とするもの
- ・ 共同研究開発などを通じて、新たな技術や製品の開発を目的とするもの
- ・ 共同でリサイクルや環境対応に取り組むなど、社会公共目的のもの

<不当な目的の例>

- ・ 販売価格の情報を共有するなどして、販売価格の維持・調整を目的とするもの
- ・ 顧客情報を共有するなどして、販売先の維持・調整を目的とするもの
- ・ 生産数量を共有するなどして、供給量の維持・調整を目的とするもの

② 効果

業務提携の結果、各種費用の削減、取引コストの削減、生産数量の増大、新製品の開発、新規参入の容易化、新技術の開発等の利点が生じるか。

<費用面での効率性>

- 共同研究開発による新商品や費用節減をもたらす製造技術の開発
- 生産・販売設備の統合による共同行為当事者の費用の平均の低下
- 生産量が増加することによる規模の経済性を通じた単位費用の低下
- 複数の製品の生産に活用できる設備・人材を共用することによる範囲の経済性の向上を通じた単位費用の低下

<品質面での効率性>

- 共同研究開発協定による新規のあるいは改良された商品の開発
- 特許ライセンスによる新規技術の伝播
- 新製品や改良された商品の共同生産・供給協定によるこれら商品の急速な、又は低コストでの普及
- 選択的流通契約による、個別の顧客の要望・必要性に合った商品の供給の実現

③ 消費者への還元

業務提携からもたらされる便益が消費者に還元されるか。

④ 必要性と競争排除の可能性

業務提携が目的の実現上必要不可欠であり、当該提携によって業務提携当事者間の競争を排除するおそれがないか。

⑤ 共同化する事業の範囲

業務提携により共同化される事業の範囲がどこまでか、共通化されるコストの割合はどの程度か、提携を行う期間はどれほどか。（共同化される業務が、付随的・補完的というより中心的なものであるほど、一部というより全体的であるほど、研究開発など価格決定から遠いというより、販売事業など近いものであるほど、問題となりやすい。特に完成品に占めるコスト共通化の割合が高いと、提携当事者間でコスト情報を交換するのと同じ弊害を生じることになる）

⑥ 交換する情報

業務提携により交換する情報の種類、交換方法、頻度がどうなっており、当該情報交換が業務提携を達成する上で真に必要なか。（価格や数量などより重要な競争手段に関わる内容であるほど、情報がより最新・高頻度のものであるほど問題となりやすい。）

⑦ 情報遮断措置

業務提携当事者間において、適切な情報遮断措置を講じることが可能か。（当該業務提携に不必要な情報（価格・生産量等の機微情報）の交換が行われたり、あるいは交換した情報が不必要に拡散することで、不当な取引制限（ハードコアカルテル）に発展する可能性がある。）

なお、情報遮断措置の具体的な事例については、以下のようなオプションがあり得るが、情報遮断措置を講ずる際には、交換する情報の種類やセンシティブ性の程度も踏まえながら適切な措置を講ずることが有用である。特に、センシティブな情報交換を行わない軽微な業務提携であるにも関わらず、当事者間で人事上の対応（異動の制限）等の比較的重い情報遮断措置に合意してしまった場合、その後の事業運営上の制約条件となる恐れもあり、リスクを勘案しすぎて情報遮断措置が過度にならないように留意する必要がある。

<過去の相談事例で実施されている措置>

- 部門間におけるファイアウォールの設置
提携事業を行う部門を独立させ、提携事業において必要な情報が当該部門外に流出しないような措置を講じることなどが考えられる。
- 関係者との秘密保持契約の締結
提携事業に関与する関係者との間で秘密保持契約を締結し、提携に必要な情報を関係者以外に流出した場合には社内規程等に違反し、処罰されることを明確化することなどが考えられる。
- 関係者に対する情報のアクセス制限
提携事業に必要な情報を保存する場所等を明確化し、施錠やパスワード管理により関係者以外からのアクセスを制限することなどが考えられる。

<その他の考えられうる措置>

- 人事上の対応（関係者を一定期間関係部門に配置しない等）
提携事業に関わった役員・従業員を、営業部門などの提携当事者間での競争に影響を与える部門に一定期間配置しないことなどが考えられる。
- 情報管理者の設置
提携事業に係る情報を管理する責任者（情報管理者）を設置し、当該情報の取扱いにルール策定、共有状況の定期的な監査を実施することなどが考えられる。

Ⅱ. 市場全体の競争への悪影響の有無

当該業務提携が市場全体にあたる影響については、企業結合と共通する面があり、企業結合ガイドラインで示された枠組みに沿って検討することが有用である。

- ① 市場シェア及びその順位
- ② 提携当事者間の従来の競争の状況等
- ③ 競争者の市場シェアとの格差（有力な競争者の存在）
- ④ 競争者の供給余力と商品の差別化の程度
- ⑤ 輸入／参入圧力、隣接市場からの競争圧力
- ⑥ 需要者からの競争圧力

- ⑦ 総合的な事業能力
- ⑧ 効率性

なお、当事会社間に見解の相違が生じた場合、例えば、両社において共同して、見識のある同一の弁護士に相談してその見解を求め、それに従うといった工夫も考えられる。

3.4. 今後の政策への示唆

前節に引き続き、研究会における議論を踏まえて、今後の政策への示唆を以下にまとめた。

3.4.1. 業務提携ガイドラインについて

企業が立案した業務提携案に関し適切なセルフアセスメントを行うにあたり、どのような形態の提携であれば適法と判断できるのか、判断軸となるガイドラインがあれば、より効果的かつ実効的なセルフアセスメントが可能となる。現状では欧州のガイドラインを参考に独禁法上のリスクや措置方法などを検討するケースが多いが、企業の予見可能性を高め、独禁法上のリスクに関する企業間の見解の差を埋める観点からも、セーフハーバー基準の設定や適切な情報交換の考え方等²³⁷も含め、日本でも同様のガイドラインを策定することが望ましいと考えられる。

3.4.2. 効率性の評価の在り方について

業務提携は事業活動の効率性向上を目的に行われるものであって、企業結合と異なり企業体が完全に一体化するものではないものであることから、基本的には競争促進効果をもたらす試みであり、その「効率性向上効果」は積極的に考慮されるべきである。特に、主要な原材料に関し共同調達を行う購入提携や主力製品に関し相互 OEM 供給を行う生産提携など、提携の度合いが高い（提携する範囲が広範、提携によるコスト共通化割合が高い等）事業提

²³⁷ 例えば、相談事例集（平成28年度・事例6）のように、競合するメーカーからの全量 OEM 供給を受けることを検討する際の検討プロセスや情報交換に関する独禁法上の考え方を示されたい、との意見があった。

携ほど、競争制限的な側面のみならず、効率性向上効果も高いと考えられるため、こうした案件ほど効率性向上効果がしっかりと加味されることが望ましい。

業務提携報告書において、「業務提携に関する独占禁止法上の一般的な考え方は、提携当事者の事業活動の一体化という企業結合に類似した観点からは、大きな枠組みとして、企業結合ガイドラインの考え方を踏まえつつ、提携当事者の事業活動の一体化の程度がどこまで進むかといった業務提携特有の性質も取り入れて考えるのが適切と考えられる。」と示されているところ、企業結合ガイドラインにおける考慮事由として示されている「効率性」については、業務提携に関する独禁法上の評価においても、企業結合審査と同等又はそれ以上に評価されるべきと考えられる。

その際、企業の予見可能性を高める観点からは、こういった効率性向上効果であれば積極的に考慮されるのか、考慮されうる事項が具体的に示されることが望ましい。EU 水平的共同行為ガイドライン等を踏まえると、例えば、以下のような点は考慮しうると考えられる。

(例) ・共同研究開発による新しい製造技術の開発

- ・生産、販売設備の統合による規模の経済性を通じた単位費用の低下
- ・生産量の増大による規模の経済性を通じた単位費用の低下
- ・新商品の供給協定による商品の低コストでの普及

また、業務提携における効率性に関し、独禁法上の評価を検討する際には、本報告書 2.2.4 節に示したように、経済分析を活用することが有用であると考えられる。

3.4.3. 情報開示の充実について

公取委が公表している相談事例集は、企業が独禁法リスクを判断するための材料として重要な資料である。ただし、現行の相談事例集では独禁法上の考え方につき、適用条文と相談事案に関する基本的な情報が開示されているのみであり、当局がどのような考慮要素を検討したうえで回答に至ったかという点が必ずしも明確ではない。企業の予見可能性を高め、より適正なコンプライアンスを促すためにも、開示情報をより充実化させ、適切な情報開示を進めていくことが望まれる。

参考文献

文献

- ABA
 - (2006) “The Merger Review Process: A Step-by-Step Guide to U.S. and Foreign Merger Review” Third Edition
 - (2014) Joint Ventures, 2nd Ed., American Bar Association
 - (2008) Mergers and Acquisitions, 3rd Ed, American Bar Association
- Affeldt, P., Duso, T., & Szücs, F. (2019). 25 Years of European Merger Control. DIW Berlin Discussion Paper No.1797
- Baker, J. B.(2015) “Taking the Error Out of 'Error Cost' Analysis: What's Wrong with Antitrust's Right”, Antitrust Law Journal , Vol. 80, No. 1, 2015
- Baker, J. B., (2019) “The Antitrust Paradigm: Restoring a Competitive Economy”, Harvard University Press.
- Bekert (2018) “An Empirical Analysis of Countervailing Power in Business-to-Business Bargaining” Review of Industrial Organization 52:369-402
- Bergman, M. A., Coate, M. B., Jakobsson, M., & Ulrick, S. W. (2010). Comparing merger policies in the European Union and the United States. Review of Industrial Organization, 36(4), 305-331.
- BKartA
 - Working Paper (2016) “The Market Power of Platforms and Networks”
<https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Berichte/Think-Tank-Bericht-Zusammenfassung.pdf? blob=publicationFile&v=4>
 - 合併規制ガイドライン(2012) : Guidance on Substantive Merger Control
<https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Leitlinien/Guidance%20-%20Substantive%20Merger%20Control.pdf? blob=publicationFile&v=6>
 - 経済分析提出のベストプラクティス (2010) : Best practices for expert economic opinions
<https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Bekanntmachungen/Notice%20-%20Standards%20for%20economic%20opinions.pdf? blob=publicationFile&v=2>
- Braguinsky,S., Ohyama,A, Okazaki,T & Syverson,C (2018) “Acquisitions, Productivity, and Profitability:Evidence from the Japanese Cotton Spinning Industry”American Economic Review 105(7):2086-2119
- CCB (Canadian Competition Bureau)

- A practical guide to efficiencies analysis in merger review
<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/04350.html>
- Economic analysis of retail mergers at Competition Bureau
<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03796.html>
- 合併執行ガイドライン(2011) : Merger Enforcement Guidelines
https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03420.html#s12_2_1
- オンライン月報 : Monthly Report of Concluded Merger Reviews
<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/02435.html>
- プレスリリース
https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/h_02705.html
- 合併審査手続ガイドライン(2015) : Merger Review Process Guidelines
<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03423.html>
- (2007) Ex post merger review: An evaluation of three Competition Bureau merger assessments
https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/02447.html#sec6_3
- (2011) Competition Bureau Merger Remedies Study
<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03392.html>
- CMA (あるいは前英国当局 OFT、CC の文献)
 - (2014). A Quick Guide to UK Merger Assessment
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/288677/CMA18_A_quick_guide_to_UK_merger_assessment.pdf
 - (2014) .Mergers: Guidance on the CMA's jurisdiction and procedure
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/384055/CMA2_Mergers_Guidance.pdf
 - 合併評価ガイドライン(2010) : Merger Assessment Guidelines
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284449/OFT1254.pdf

- 経済分析提出のベストプラクティス : Suggested best practice for submissions of technical economic analysis from parties to the Competition Commission
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284388/best_practice.pdf
- (2007) Grocery Market Investigation
https://assets.publishing.service.gov.uk/media/55194b9f40f0b61404000334/groceries_land_order.pdf
- 企業法 2002 年(2018 改定版) : Enterprise Act 2002: Changes to the Turnover and Share of Supply Tests for Mergers
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/715174/EA02_guidance.pdf
- Conlon, C. T., & Mortimer, J. H. (2018). Empirical properties of diversion ratios (No. w24816). National Bureau of Economic Research.
- Deaton, A., & Muellbauer, J. (1980). An almost ideal demand system. The American economic review, 70(3), 312-326.
- Devlin, A., and Jacobs, M., Antitrust Error, 52 Wm. & Mary L. Rev. 75 (2010)
- EC (あるいは DG Comp 発行の文献)
 - (2012) “Antitrust Manual of Procedures”
https://ec.europa.eu/competition/antitrust/antitrust_manproc_3_2012_en.pdf
 - (2011) Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements (OJ2011 C11/01)
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011XC0114\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011XC0114(04)&from=EN)
 - 市場画定告示 (1997) : Commission Notice on the Definition of Relevant Market for the purpose of Community competition law
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:31997Y1209\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:31997Y1209(01)&from=EN)
 - 企業結合規則(2004): Council Regulation (EC) No. 139/2004 on the control of concentrations between undertakings, OJ L24, 29
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32004R0139&from=en>
 - 水平合併ガイドライン(2004) : Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52004XC0205\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52004XC0205(02)&from=EN)

- 非水平合併ガイドライン(2008) : Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008XC1018\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008XC1018(03)&from=EN)
- 経済分析の提出指針のベストプラクティス (2011) : Best Practices for the Submission of Economic Evidence and Data Collection in Cases Concerning the Application of Articles 101 and 102 TEFT and in Merger CAses
https://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/best_practices_submission_en.pdf
- 合併規制手続の実施におけるベストプラクティス (2004) :Best Practices on the conduct of EC merger control proceedings”
(<https://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/proceedings.pdf>)
- (2012) Antitrust Manual of Procedures
https://ec.europa.eu/competition/antitrust/antitrust_manproc_3_2012_en.pdf
- (2006) Ex-post review of merger control decisions, Working paper
https://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/lear.pdf
- (2017) Economic impact of competition policy enforcement on the functioning of telecoms markets in the EU, Working Paper
<https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0417233enn.pdf>
- (2015) A review of merger decisions in the EU: What can we learn from ex-post evaluations?, Working Paper
<https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0115715enn.pdf>
- Epstein, R.,& Rubinfeld, D. (2002). “Merger Simulation: A Simplified Approach with New Applications”; Antitrust Law Journal, vol 69, pp 883-919
- Farrell, J., & Katz, M. L. (2006). The economics of welfare standards in antitrust, Competition Policy International (2).
- Farrell, J., & Shapiro, C. (2010). Antitrust evaluation of horizontal mergers: An economic alternative to market definition. The BE Journal of Theoretical Economics, 10(1).
- Ferro, M. S. (2019). Market definition method in EU competition law: general issues. In Market Definition in EU Competition Law. Edward Elgar Publishing
- FTC & USDOJ
 - (2000) Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors
https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf
 - 水平合併ガイドライン(2010) : Horizontal Merger Guidelines

<https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-0>

- 垂直合併ガイドライン（ドラフト）(2020):Draft Vertical Merger Guidelines Released for Public Comment

<https://www.justice.gov/opa/press-release/file/1233741/download>

- 経済分析提出のベストプラクティス: BEST PRACTICES FOR SUBMITTING DATA AND ECONOMIC ANALYSIS DURING ANTITRUST INVESTIGATIONS

https://loadtest.ftc.gov/about-ftc/bureaus-offices/bureau-economics/best-practices#_ftn3

- Global Competition Review(GCR)
 - (2018) “Handbook of Competition Economics 2018”
 - (2010) . Antitrust Review of the Americas 2010 Canada: Merger Notifications: <http://www.globalcompetitionreview.com/reviews/20/sections/76/chapters/803/canada-merger-notifications/>
 - (2020) Antitrust Review of the Americas. <https://globalcompetitionreview.com/series/the-antitrust-review-of-the-americas>
- Global Legal Group(2007). The International Comparative Legal Guide to: Merger Control 2007, <http://www.iclg.co.uk/khadmin/Publications/pdf/967.pdf>
- Gore, D., Lewis, S., Lofaro, A., & Dethmers, F. (2013). The economic assessment of mergers under European Competition Law. Cambridge University Press.
- Gotts etl al.(2015) “The Merger Control Review” 6th ed, Law Business Research <http://polenak.com/wp-content/uploads/2015/04/The-Merger-Control-Review-Edition-6.pdf>
- HSR Introductory Guide III <http://www.ftc.gov/bc/hsr/introguides/guide3.pdf>
- IFLR article “The inside track on Candian merger approval” <https://www.iflr.com/Article/3512426/The-inside-track-on-Canadian-merger-approval.html>
- Igami, M., & Uetake, K. (2019). Mergers, Innovation, and Entry-Exit Dynamics: Consolidation of the Hard Disk Drive Industry, 1996-2016. Available at SSRN 2585840.
- Kaplow, L. (2012). Market definition alchemy. The Antitrust Bulletin, 57(4), 915-952.
- Kwoka,J.(2015) “Mergers,Merger Control, and Remedies: A Retrospective Analysis of U.S. Policy” MIT Press
- Mai, A. T. V. (2016). Is EU Merger Policy Less Stringent After Its 2004 Reform?. PESO Working Papers 2016: 1.
- Meyer, C., & Wang, Y. (2012). A Comprehensive Look at the Critical Loss Analysis in a Differentiated Products Market. Journal of Competition Law and Economics, 8(4), 863-879

- Miller, N. H., Remer, M., Ryan, C., & Sheu, G. (2017). Upward pricing pressure as a predictor of merger price effects. *International Journal of Industrial Organization*, 52, 216-247.
- Nishiwaki, M. (2016) "Horizontal mergers and divestment dynamics in a sunset industry" *RAND Journal of Economics* Vol. 47, No. 4, Winter 2016 pp. 961~997
- Nishiwaki, M. (2013) "Are losers picked? An empirical analysis of capacity divestment and production reallocation in the Japanese cement industry" *the Journal of Industrial Economics* 0022-1821 Volume LXI No. 2
- O'Brien, D. P. (2017). Price-concentration analysis: Ending the myth, and moving forward. Available at SSRN 3008326
- OECD
 - (2008) Presenting Complex Economic Theories to Judges, <http://www.oecd.org/daf/competition/abuse/41776770.pdf>
 - (2011) Economic Evidence in Merger Analysis, available at: <http://www.oecd.org/daf/competition/EconomicEvidenceInMergerAnalysis2011.pdf>
 - (2012) Market Definition, available at: <http://www.oecd.org/daf/competition/Marketdefinition2012.pdf>
 - (2016) Reference guide on ex-post evaluation of competition agencies' enforcement decisions <http://www.oecd.org/daf/competition/Ref-guide-expost-evaluation-2016web.pdf>
- Oxera (2018). Diversion ratios: why does it matter where customers go if a shop is closed?. *Agenda Advancing economics in business*
https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/07/Diversion-ratios-updated_1.pdf
- Patrick Harrison (2012) Two Years of OFT Short-Form Opinions: Not Quite the Return of the Notification System, *Kluwer Competition Law Blog*
<http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2012/03/15/two-years-of-oft-short-form-opinions-not-quite-the-return-of-the-notification-system/>
- Peter Davis & Eliana Graces (2008) "Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis" Princeton University Press
- Porter, R. H. (2020). Mergers and Coordinated Effects. *International Journal of Industrial Organization*, 102583.
- Phillip Lowe & Mel Marquis (2013) "European Competition Law Annual 2010: Merger Control in European and Global Perspective" Bloomsbury Publishing
- Salvo, A. (2010) "Inferring market power under the threat of entry: the case of the Brazilian cement industry" *RAND Journal of Economics* Vol. 41, No. 2, Summer 2010 pp. 326–350
- Shapiro, C. (2010). The 2010 horizontal merger guidelines: From hedgehog to fox in forty years. *Antitrust LJ*, 77, 49

- Shapiro, C. (1995). Mergers with differentiated products. *Antitrust*, 10, 23.
- Sher, B., and Sicalides, B. (2010) Competitor collaborations: new EU guidelines and US law compared, *Practical Law*
[https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-504-6041?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true&bhcp=1](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-504-6041?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&bhcp=1)
- Takahashi, Y. (2015) "Estimating a War of Attrition: The Case of the US Movie Theater Industry" *American Economic Review* 2015, 105(7): 2204–2241
- The National Law Review (January 15, 2020)
<https://www.natlawreview.com/article/axon-sues-ftc-over-use-administrative-adjudication-merger-investigations>
- Walker, M. (2005). The potential for significant inaccuracies in merger simulation models. *Journal of Competition Law and Economics*, 1(3), 473-496.
- Wilson, C. S., & Commissioner, U. S. (2019, February). Welfare Standards Underlying Antitrust Enforcement: What You Measure is What You Get. In Luncheon Keynote Address delivered at the George Mason Law Review 22nd Annual Antitrust Symposium, Arlington, VA.
- 荒井弘毅 (2003) 「法廷における経済学——反トラスト法, 専門家証言」 2003 年度第 1 回法と経済学会発表論文
- 荒井弘毅、林秀弥 (2010) 「最近の企業結合規制の展開：米国の議論を中心に」 名古屋口頭・レビュー
- 栗田誠 「実効的な企業結合規制制度の確立に向けた課題」 (日本経済法学会『企業結合規制の新たな課題』 2012)
- 上杉秋則・伊藤多嘉彦・山田香織 (2010) 「独禁法による M&A 規制の理論と実務」 商事法務
- 大橋弘 (2012) 「企業結合における効率性：最近の経済分析からの知見を踏まえて：」 日本経済法学会年報(33) 80-95
- 大橋弘. (2011). 「企業結合審査における経済分析 (特集 競争法における経済分析)」 公正取引, (734), 12-17
- 大橋弘 (2019) 「新たな産業フロンティアにおける Society 5.0 の世界」 RIETI Discussion Paper Series
- 小田切宏之 (2019) 『産業組織論』 有斐閣

- 泉田成美、柳川隆 (2008) 『プラクティカル産業組織論』 有斐閣
- 伊藤公一朗 (2017) 『データ分析の力 因果関係に迫る思考法』 光文社
- 金井貴嗣・川濱昇・泉水文雄 (2004) 「独占禁止法」 弘文堂
- 川濱昇・泉水文雄 (2008) 「企業結合ガイドラインの解説と分析」 商事法務
- 川濱昇・武田邦宣 (2011) 「企業結合規制における効率性の位置づけ」 RIETI 11-J-022
- 公取委
 - 企業結合ガイドライン(2020年改定版)：企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針
<https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/guideline/guideline/shishin.html>
 - 企業結合審査の手續に関する対応方針(2020年改定版)
<https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/guideline/guideline/taiouhoushin.html>
 - 2018年「日本の企業結合審査の最近の傾向」
https://www.jftc.go.jp/cprc/koukai/sympo/2018notice_images/181109sympo7.pdf
 - 2017年「液化天然ガスの取引実態に関する調査報告書（概要）」
https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/jun/170628_1_files/170628_2.pdf
 - 2017年「公立中学校における制服の取引実態に関する調査報告書（概要）」
https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/nov/171129_files/171129_2houdouhappyoubesshi.pdf
- 公取委 CPRC
 - 2019年「業務提携に関する検討会」報告書
(<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/jul/190710.html>)
 - 2005年「企業結合審査と経済分析」公取委 CPRC 共同研究報告書. CR05-05
 - 2012年『競争政策で使う経済分析ハンドブック』 公取委 CPRC 共同研究; CR6-11.
CPRCハンドブックシリーズ No. 1

- 2015年「プラットフォームビジネスの特性の分析と合併審査上の課題」公取委
CPRC Discussion Paper Series CPDP-62-J
- 2012年「企業結合の事後評価 – 経済分析の競争政策への活用-」
https://www.jftc.go.jp/cprc/reports/index_files/cr-0411.pdf
- 越知保見 (2005) 『日米欧独占禁止法』 商事法務
- 白石忠志 (2013) 「市場画定不要論について」根岸哲先生古稀祝賀『競争法の理論と課題—独占禁止法・知的財産法の最前線』 (有斐閣, 2013年)
- 白石忠志 (2019) 「平成30年度企業結合事例集の検討」 (公正取引 No.825, 2019年7月号)
- 菅久修一 (編著)・品川武・伊永大輔・原田郁 (著) (2018) 「独占禁止法」 商事法務 第3版
- 総務省「電気通信事業分野における市場検証」
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/kyousouhyouka/index.html
- 滝川敏明 (2010) 「日米 EU の独禁法と競争政策」 青森書院 第4版
- 田辺治・深町正徳 (編著) 「企業結合ガイドライン」 商事法務
- NERA エコノミックコンサルティング (2014) 『企業結合規制の経済分析—市場競争の評価手法と分析対応ガイダンス』 中央経済社
- NERA エコノミックコンサルティング (2010) 『平成21年度 我が国経済構造に関する競争政策的観点からの調査研究 主要国における企業結合帰依性に関する実態及び経済分析等に関する調査研究報告書』
- 深津健二 (2018) 「経済法の担い手としての消費者・中小企業」 法学会雑誌, 58(2), 1-38
- 深町正徳 (2019) 「平成30年度における企業結合関係届出の状況及び主要な結合事例 (『公正取引』 No.825, 2019年7月号)

事例

企業結合編

日本

- (平成 29 年 1 月 30 日) 新日鐵住金株式会社による日新製鋼株式会社の株式取得に関する審査結果について

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/jan/170130_1_files/170130.pdf

- (平成 28 年 12 月 19 日) 出光興産株式会社による昭和シェル石油株式会社の株式取得及び JX ホールディングス株式会社による東燃ゼネラル石油株式会社の株式取得に関する審査結果について

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/dec/161219_files/161219.pdf

- (平成 22 年度：事例 2) 北越紀州製紙(株)による東洋ファイバー(株)の株式取得

https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/toukeishiryu/rinsetsu/h22jirei02_files/H22jirei02.pdf

- (平成 24 年度：事例 7) ユニバーサル造船・IHI マリンユナイテッドの合併

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h25/jun/130605_files/H24jireisyu.pdf

- (平成 27 年度：事例 9) (株)ファミリーマートとユニーグループ・ホールディングス(株)の経営統合

https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/toukeishiryu/sougou/h27jirei09_01_files/h27jirei09.pdf

- (平成 26 年度：事例 6) (株)CK サンエツによる日本伸銅(株)の株式取得

https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/toukeishiryu/rinsetsu/h26jirei06_files/h26jirei06.pdf

- (平成 21 年度：事例 7) パナソニック(株)による三洋電機(株)の株式取得

<https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/jirei/h21mokuji/h21jirei7.html>

- (平成 26 年度：事例 5) コスモ石油(株), 昭和シェル石油(株), 住友商事(株), 東燃ゼネラル石油(株)等による LP ガス事業の統合

https://www.jftc.go.jp/dk/kiketsu/toukeishiryu/rinsetsu/h26jirei05_files/h26jirei05.pdf

米国

- Statement of the Federal Trade Commission Concerning the Proposed Merger of Office Depot, Inc. and OfficeMax, Inc FTC File No. 131-0104 November 1, 2013
https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/closing_letters/office-depot-inc./officemax-inc./131101officedepotofficemaxstatement.pdf

EU

- Case No COMP/M.4734- INEOS/ KERLING, Article 8 (1) Date: 30/01/2008
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4734_20080130_20682_en.pdf
- Case No COMP/M.3625- Blackstone/Acetex, Article 8 (1) Date: 13/07/2005
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3625_20050713_20682_en.pdf
- Case No COMP/M.5907- VOTORANTIM /FISCHER / JV, Article 8 (1) Date: 04/05/2011
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5907_20110504_20682_1898514_EN.pdf
- CASE M.7421- ORANGE / JAZZTEL, Article 8(2) Date: 19/05/2015
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7421_3169_4.pdf

英国

- VTech / LeapFrog merger inquiry, Closed 12 January 2017
<https://www.gov.uk/cma-cases/vtech-leapfrog-merger-inquiry>
- AG Barr / Britvic merger inquiry (CC), Closed 9 July 2013
<https://www.gov.uk/cma-cases/ag-barr-britvic-merger-inquiry-cc>
- Optimax / Ultralase merger inquiry (CC), Closed 20 November 2013
<https://www.gov.uk/cma-cases/optimax-ultralase-merger-inquiry-cc>

ドイツ

- Case summary: Clearance of merger between Karstadt and Kaufhof, Date of issue:30.11.2018
https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Fusionskontrolle/2018/B2-106-18.pdf?__blob=publicationFile&v=2

カナダ

- Competition Bureau statement regarding Superior Plus LP's proposed acquisition of Canwest Propane from Gibson Energy ULC
<https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/04307.html>

業務提携編

米国 DOJ Business Letter

- RESPONSE TO COLUMBIA FUEL SERVICES AND LANMAR AVIATION, INC.'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2013, <https://www.justice.gov/atr/response-columbia-fuel-services-and-lanmar-aviation-incs-request-business-review-letter>
- RESPONSE TO THE NATIONAL CABLE TELEVISION COOPERATIVE, INC.'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2003, <https://www.justice.gov/atr/response-national-cable-television-cooperative-incs-request-business-review-letter>
- RESPONSE TO CONTAINERS AMERICA LLC'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2000, <https://www.justice.gov/atr/response-containers-america-llcs-request-business-review-letter>
- RESPONSE TO INDEPENDENT AUTOMOTIVE DAMAGE APPRAISERS ASSOCIATION, 1996, <https://www.justice.gov/atr/response-independent-automotive-damage-appraisers-associations-request-business-review-letter>
- RESPONSE TO STARS ALLIANCE LLC'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 2012, <https://www.justice.gov/atr/response-stars-alliance-llcs-request-business-review-letter-0>
- RESPONSE TO COMMITTEE ON EFFICIENCY'S REQUEST FOR BUSINESS REVIEW LETTER, 1996, <https://www.justice.gov/atr/response-committee-efficiencys-request-business-review-letter>

日本

- (平成 26 年) 化学品メーカーからの全量 OEM 供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h27/h26nendomokuji/h26nendo07.html>
- (平成 22 年) 競合する検査機器メーカーからの全量 OEM 供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h23/h22nendomokuji/h22nendo03.html>
- (平成 27 年) 競合するメーカー間の相互 OEM 供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h28/h27nendomokuji/h27nendo05.html>
- (平成 28 年) 競合するメーカーからの全量 OEM 供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h29/h28nendomokuji/h28nendo06.html>
- (平成 29 年) 競合する建設資材メーカーからの製品及び半製品の供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h30/h29nendomokuji/h29nendo10.html>
- (平成 28 年) 競合するメーカーによる配送の共同化
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h29/h28nendomokuji/h28nendo07.html>

- （平成 25 年）競合する工業製品メーカー間の相互 OEM 供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h26/h25nendomokuji/h25nendo05.html>
- （平成 13 年）建設資材メーカーの相互的 OEM 供給
<https://www.jftc.go.jp/dk/soudanjirei/h14/h13nenmokuji/h13nen08.html>

添付資料 A. 研究会

A.1. 委員

座長

林 秀弥 名古屋大学大学院法学研究科 教授

委員

池田 千鶴 神戸大学大学院法学研究科 教授

大内 政太 日本製鉄株式会社 執行役員 法務部長

北野 泰樹 青山学院大学 国際マネジメント研究科 国際マネジメントサイエンス
専攻 准教授

久保 研介 慶應義塾大学商学部 准教授

中山 龍太郎 西村あさひ法律事務所 パートナー 弁護士

山田 香織 フレッシュフィールズブルックハウスデリンガー法律事務所
パートナー 弁護士

渡辺 安虎 東京大学大学院経済学研究科 教授

(事務局) NERA エコノミックコンサルティング

経済産業省経済産業政策局産業組織課競争環境整備室

A.2. 開催時期

以下の通り、全3回実施した。

第1回：2020年2月4日（火）10:00～12:00

第2回：2020年2月20日（木）10:00～12:00

第3回：2020年3月12日（木）13:00～15:00

なお、議論を忌憚なく行うため、研究会は非公開とした。

NERA

ECONOMIC CONSULTING

NERA Economic Consulting

〒100-0011

東京都千代田区内幸町 1-1-1

帝国ホテルタワー14F

www.nera.com

(様式2)