



競争事業者間の業務提携

編集／白石忠志（東京大学教授）

設問

A, B, C 及び D の各社はいずれも、事業者向けに商品 X を製造販売する機械メーカーであり、各社の X の市場シェアは A が 35%, B 及び C がそれぞれ 25%, D が 15% である。商品 X は、部品メーカーが製造する汎用部品を用いて一定の規格に基づき製造されている商品であり、他商品の製造に用いられる既存設備を一部改造することにより製造販売に参入することも容易である。A, B, C 及び D の各社はいずれも X 商品を全国の顧客に対して販売しているところ、A 社は商品 X を西日本所在の工場で製造して全国の顧客へ自社トラックにて配送し、D 社は商品 X を東日本所在の工場で製造して全国の顧客へ自社トラックにて配送している。

近年、X 商品の需要は 10 年間で半減するなど低迷し、他方で部品価格が上昇を続けていることから、A 及び D（以下「両社」という）の採算は悪化し、収益改善が急がれている。

そこで両社は、部品メーカーが汎用品として製造する 10 品目を共同購入の対象として、スケールメリットにより部品購入費用を引き下げることを検討している。両社は、部品メーカー

との交渉窓口を部品ごとに A 又は D に一本化した上で、各部品の購入予定数量に係る情報を集計して部品メーカーに合計購入予定数量を提示し、見積り合せを行い最も有利な条件を提示した部品メーカーから見積書記載の価格にて当該部品を購入することとしている。本件共同購入の対象となる部品の購入費用は X の製造コストの約 60% であり、X の製造コストは製品価格の約 60% である。また、各部品メーカーの売上高に占める両社向け売上高の割合は最大で約 8%、大半は 3% 程度である。

また両社は、相互に商品 X の OEM 供給を行うこととし、A 社は D 社工場から長距離配送を要していた西日本所在の D 社顧客へ、D 社は A 社工場から長距離配送を要していた東日本所在の A 社顧客へ、それぞれ納品することにより、各社工場から遠く離れた地域に所在する顧客向け販売に係る物流費用を削減することを検討している。そして、当該 OEM 供給対象商品を配送するため、両社の物流部門では、A 社の東日本所在顧客の名簿及び D 社の西日本所在顧客の名簿を共有することとしている。OEM 供給を予定している数量は、A 社は自社

販売数量の約3%、D社は自社販売数量の約9%に相当するところ、両社とも需要低迷により工場稼働率が低下しているため、各社の現有設備にて供給を行うことが十分に可能である。

なお両社は、部品の共同購入及び相互OEM供給を開始した後においても、従来どおり各社

が独自に販売を行い、販売価格や販売先等には関与しないこととしている。

以上の取組み（「本件業務提携」）について、独禁法上のような観点から検討すればよいか。また、独禁法上の問題を生じるリスクを低減するためにとり得る方策はないか。

解説

I. 問題の所在

事業者間においては、かねてから、経営資源の不足の補完、コスト削減、事業リスク軽減、事業展開スピード向上等様々な目的に基づいて様々な形態の業務提携が行われている。

業務提携の形態は様々であるが、公取委事務局「業務提携と企業間競争に関する実態調査報告書」（平成14年2月）（「公取委報告書」）では以下の8類型に整理されている¹⁾。

①生産提携（生産業務の共同化のほか、生産品種の分担、製品の相互OEM供給等）

②販売提携（販売業務の共同化のほか、販売地域、販売商品の相互補完や、宣伝、広告の制作、景品提供等の販売促進活動の共同実施等）

③購入提携（物品、資材の共同購入等）

④物流提携（物流施設の共同利用、工場から販売先への共同配送等）

⑤研究開発提携（基礎研究、応用研究又は開発研究活動の共同実施）

⑥技術提携（クロスライセンス、パテント・プール等、参加事業者がそれぞれ所有している技術を参加事業者間で相互に供与するもの）

⑦標準化提携（商品等の種類、品質、規格等

について参加事業者間で標準化するもの）

⑧包括提携（生産、販売等の個別の業務に限定せず、提携対象事業の業務全般において幅広く提携関係にあるもの）

公取委は、技術取引（ライセンス）や共同研究開発の局面における業務提携について「知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針」（平成19年9月公表）等²⁾において考え方を示し、事業者団体における共同事業（構成事業者の共同による事業活動の性格を持つ事業）について「事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」（平成7年10月公表）において考え方を示し、特定の業種等における業務提携についても「リサイクル等に係る共同の取組に関する独占禁止法上の指針」（平成13年6月公表）、「高速バスの共同運行に係る独占禁止法上の考え方について」（平成16年2月公表）等を公表して考え方を示しているほか、個別の具体的事例についても相談事例集、事前相談回答を随時公表している。しかし、共同生産や共同販売等様々な種類の業務提携に関して包括的に独禁法上の考え方を示したガイドラインは公表されていない³⁾。

また、業務提携が合併、株式取得等の形態に

1) 公取委報告書は、「業務提携」を「他の企業等と協力して一定の業務を遂行するもの」と定義している。本稿はこの定義に従うこととし、一方的な生産委託契約、売買契約、特約代理店契約等については検討の対象としない。なお、同報告書に関する検討として中川晶比兒「業務提携と不当取引制限」公正取引672号（2006年）69頁以下がある。

2) 知的財産ガイドラインのほか、「共同研究開発に関す

る独占禁止法上の指針」（平成5年4月公表）、「技術標準と競争政策に関する研究会報告書」（平成13年7月公表）及び「標準化に伴うパテントプールの形成等に関する独占禁止法上の考え方」（平成17年6月公表）がある。

3) 公取委報告書は業務提携全般に関するガイドラインを作成・公表する旨の方針を示していたが、その後公表されていない。

よる場合にはいわゆる企業結合規制（独禁法第4章）の対象となり、一定の場合に公取委に対する事前届出（独禁法10条ないし16条）を要することとなるが、業務提携一般について事業者に対して公取委への事前届出・事後報告を義務付ける制度は存在しない。

なお、業務提携を行おうとする事業者は、独禁法上の問題について公取委の相談指導室（平成8年6月設置）に対して相談を行うことができ、事前相談制度（平成13年10月より実施）に基づく相談及び相談者以外の事業者等にも参考となる一般相談について、相談内容及び回答内容の概要が公表されている。

II. 業務提携と独禁法

1. 業務提携に関する検討の視点

業務提携は、複数の事業者が契約等に基づいて相互に事業活動を拘束することを内容とするものであるから、特に競争事業者相互の間における業務提携は「他の事業者と共同して……相互にその事業活動を拘束し、又は遂行すること」に該当し、これにより「公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限」（以上、独禁法2条6項）して「不当な取引制限」の禁止（独禁法3条）に違反するのではないかが問題となる。

この点に関して、公取委報告書は業務提携に係る分析の視点として以下の項目を掲げており⁴⁾、公取委相談事例集⁵⁾や事前相談回答においても以下に沿った分析が行われている。

(1) 業務提携の相手先

非競争事業者間で実施される業務提携については、例えば部品メーカーと最終製品メーカーによる共同研究開発等を通じて参加事業者の競

争者が取引先を失い市場から排除されるような場合に独禁法上問題となり得るものの、公取委報告書においては、通常は競争を制限するおそれは小さいとされている。これに対し、競争事業者間の業務提携は競争制限的な側面を有することも少なくないことから、正当化理由等、下記の各考慮要素をふまえた検討が必要とされることとなる。

公取委相談事例においては、競争事業者間における様々な業務提携について不当な取引制限に該当するか否かが検討されている。

(2) 業務提携参加事業者の市場シェア

一般的には、参加事業者の合算市場シェアが高いほど競争に与える影響は大きく、逆に参加事業者の合算市場シェアが低いほど競争に与える影響は小さいと考えることができよう。

公取委相談事例における参加事業者の合算市場シェアは25%程度（平成12年事例11）から90%ないしほぼ100%（平成13年事例8、平成22年度事例3）まで区々である。これらのうち、公取委が独禁法上問題となる旨回答した事例における合算市場シェアはそれぞれ50%⁶⁾（平成17年度事例8）及び90%（平成13年事例8）である一方、合算市場シェアが同程度であった多くの案件では独禁法上問題ない旨の判断が示されており、最近では、合算市場シェアがほぼ100%に達する事業者間におけるOEM供給についても新規参入者の存在等を考慮して独禁法上問題ないとされている（平成22年度事例3）。これらの公取委相談事例から、合算市場シェアは(3)以下の要素もふまえた競争分析における考慮要素の1つにすぎないことがうかがわれる。

なお、公取委は業務提携一般について合算市場シェアに基づく「セーフハーバー」（原則と

4) 公取委報告書が掲げている視点は、後掲・米国水平提携ガイドライン（334項）に掲げられているものとおおむね同様である。

5) 本稿においては事業者の活動に関する相談事例（平

成10年3月以降おおむね毎年1回公表されている）について検討する。

6) 保有技術に基づき製造される製品の市場シェア。

して競争減殺効果が軽微であるとされる範囲)を定めておらず⁷⁾、これは、米国競争当局(FTC及びDOJ)が「競争事業者間の協働に関する反トラストガイドライン」(「米国水平提携ガイドライン」)⁸⁾において、合算市場シェアが20%以下にとどまる競争事業者間業務提携について、当然違法原則の適用を受ける行為(いわゆるハードコアカルテル等)等を除き原則として規制対象としない旨の方針を示したことと対照的である。もっとも、公取委相談事例においても、合算市場シェアが20%を超えない事例が公表されることはまれである⁹⁾。

(3) 業務提携の性格

ア 業務提携の目的と手段の相当性

業務提携は技術、設備等の相互補完等によるコスト削減を通じた競争力の向上や新規事業の早期展開を目的として行われることが想定されるところ、これらの目的が実現すれば消費者に便益がもたらされ得るのであり、また、競合他社が当該業務提携に対抗してコスト削減や製品開発を活発化させることにより競争が活発化していくことも期待し得る。

もっとも、業務提携において用いられる具体的な提携手法は、上記のような競争促進等につながる目的を達成するため相当のものであるべきであり、反競争的效果がより小さい代替手段をとることが現実的に可能であればそれが用いられるべきであろう¹⁰⁾。この点に関して公取

委相談事例集では、共同購入会社が参加事業者(医療機関)による機器等調達を取りまとめ、メーカー等と価格交渉して共同購入を斡旋することについて、参加事業者が共同購入会社からの購入によらず独自の取引先から購入することもできるものとされていることが、独禁法上問題ない旨判断する際に考慮された例がみられる(公取委「事業者の活動に関する相談事例集」〔平成10年3月〕)。他方、事業者団体の共同事業における構成事業者への参加・利用強制や参加・利用に係る事業者間の差別的取扱い(事業者団体ガイドライン第2-11)や、企業間電子商取引市場設立に係る業務提携における特定事業者に対する同サイト利用制限や参加事業者に対する他サイト利用制限(平成12年事例12)は独禁法上問題を生じるとされている¹¹⁾。

イ 業務提携の内容

業務提携は、合併と異なり、典型的には事業活動の一部(生産・物流等)に限って実施され、その余については参加事業者による競争の余地が残されるのであり、また提携終了・解消により業務提携前の競争を回復することも容易である。したがって業務提携は、合併に比して、競争に与える影響が小さい場合が多いと考えられる。

(i) 競争手段に係る意思決定の一体化

しかし、業務提携により生産数量や価格といった重要な競争手段について参加事業者間で

7) 公取委は共同研究開発についてセーフハーバーを設け、製品改良・代替品開発のため行われる競争事業者間での共同研究開発について、参加事業者の製品市場における合算市場シェアが20%以下である場合には通常独禁法上問題にならない旨の考え方を示しているほか(共同研究開発ガイドライン第1-2(1)①)、知的財産ガイドラインにおいても技術の利用に係る制限行為について市場シェア等を基準とするセーフハーバーを定めている。

8) 「Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors」(2000年4月公表)。

9) 商品製造を中止する事業者が競争事業者からOEM供給を受けることについて独禁法上問題ないとされた事例(公取委「マツダ株式会社及びいすゞ自動車株式会社の小型トラックの製造分野に係る業務提携について」〔平成15年9

月30日〕)では、受託事業者の市場シェアが約15%(第3位)である旨言及されているが、これは事業者から事前相談制度に基づく事前相談が行われたために公取委が同制度に基づいて回答を公表する必要があったものである。なお、企業結合審査ガイドラインにおいては、当事会社を含む各社の市場シェアに基づいて算出されるHHI指数に基づいてセーフハーバーが定められているが、業務提携に関する公取委相談事例においてHHI指数が参照された事例はない。

10) 米国水平提携ガイドライン(3.36(b)項)もその旨の考え方を明示している。

11) これらの場合には、私的独占(独禁法3条前段)、拘束条件付取引(一般指定12項)(事業者団体の共同事業においては、さらに8条1, 3, 4, 5号)該当性も問題とされることとなる。

意思決定の一体化が進展していく場合には、参加事業者間の競争の余地が縮小し、あるいは消滅してしまいかねない。この点に関して、公取委相談事例においては、部品・資材等の共同購入・OEM供給において、参加事業者が生産・販売活動を各社独立して行うことを予定している旨の事実が独禁法上問題ない旨の判断の根拠として明示されることが通例である（平成12年事例10・事例11、平成13年事例8、平成13年事例7、平成14・15年度事例11、平成17年度事例7、「三菱ふそうトラック・バス株式会社及び日産ディーゼル工業株式会社によるバスの相互OEM供給について」（公取委報道発表平成18年12月15日）、平成19年度事例2、平成20年度事例1、平成21年度事例4、平成22年度事例3）。

（ii）コスト構造等の共通化

業務提携により一体化される業務の割合が高い場合には、参加事業者のコスト構造が近づき商品価格に係る競争の余地が減少していくことも考えられる。この点に関して公取委は、事業者が製品廃棄物等のリサイクルを共同事業として行う場合について、製品販売価格に対するリサイクル費用の割合が小さい場合には製品市場の競争に及ぼす影響は間接的であり独禁法上問題となる可能性は低い旨の考え方を示している（リサイクルガイドライン第1-1(1)参照）。また、公取委相談事例では、資材共同購入に係る業務提携について購入価格が資材総額の7～8%にとどまり商品製造コスト全体に占める割合はさらに低いこと（平成12年事例10）、物流共同化において物流費が商品供給に要する費

用の5%にとどまること（平成16年度事例4）を考慮して独禁法上問題ないとされた事例がある一方で、共通化される外注費が製品価格に占める割合が80%に及ぶケースでも有力な競争者の存在等を考慮して独禁法上問題ない旨の判断が示された例がある（平成12年事例11）¹²⁾。

また、OEM供給に係る事業提携については、OEM供給数量が各参加事業者の販売数量に占める割合も問題となり、これが数%ないし10%にすぎないことを考慮して独禁法上問題ないとされた事例（平成13年事例7）がある。

なお、事業の共通化割合について検討するに際しては、商品価格に占める共通化部分の割合と生産数量に占める共通化部分の割合の双方を総合的に検討することとなるのであり、公取委相談事例においては、商品価格の相当部分を占める商品・部品の供給を受けることを内容とする業務提携について、供給割合が約15%にとどまること等を考慮すれば直ちに独禁法上問題とはならないとされた例もみられる（平成17年度事例7、平成20年度事例1）。

（iii）競争手段に係る情報の共有

業務提携により各参加事業者の価格・（購入・販売）数量等に係る情報が共有される場合には、これら重要な競争手段に関する相互拘束ないし共通認識が形成されていくことも考えられる。公取委相談事例においては、相互OEM供給によりOEM供給分に係る生産数量情報が共有化される事例において、OEM供給割合が約3ないし6%にすぎないことが考慮され独禁法上直ちに問題となるものではないとされた例もあるが（平成19年度事例2）、むしろ、参加

12) なお、公取委相談事例において、物流拠点相互利用や包装材料共同購入に係る費用がそれぞれ合計物流費や包装材料費に占める割合がいずれも10%に満たない旨の事実が記されている例があるが（平成24年度事例3）、これは、商品の主原料が共同購入の対象でない旨も記されていることからすれば、必ずしも製造コストに係る個別の費目に着目しているのではなく、結局は公取委リサイクルガイドラインにも示されているとおり商品販売価格に占める割合に着目し、そ

れが僅少である旨を示唆しているものと理解できよう。公取委事業者団体ガイドラインにおいても、事業者団体の共同事業について「運送や保管に係る共同事業については、それ自体としては、本来、対象となる商品そのものの価格、数量や取引先に影響を与えるべきものではなく、共同販売等に比べて独占禁止法上問題となる可能性は低い」としており、運送費ではなく商品価格等への影響に着目した検討が行われている。

事業者が他の参加事業者の価格や数量に係る情報にアクセスできないよう情報遮断措置をとることとしていることを独禁法上問題ない旨判断する際の前提としている例が多く見られる（平成12年事例12，平成16年度事例4，「三菱ふそうトラック・バス株式会社及び日産ディーゼル工業株式会社によるバスの相互OEM供給について」〔公取委報道発表平成18年12月15日〕，「スターアライアンス加盟航空会社8社における情報共有について」〔公取委報道発表平成23年10月21日〕）。

(iv) 総合的検討の必要性

業務提携の内容について検討する際には、上記の各要素を総合的に検討することとなる。例えば、公取委相談事例では、合算市場シェアが90%に及ぶ事業者間の相互OEM供給について、販売活動は各事業者が独立に行うものの、供給対象商品の製造コストが販売価格の相当部分を占め供給数量も各社生産数量の30ないし40%を占めることとなり、製造コスト等事業活動上重要な情報が共有されることが懸念される事例について、独禁法上問題となる旨の判断が示されている（平成13年事例8）。

ウ 業務提携の実施期間

業務提携は合併と異なり一定の期間を定めて実施することが考えられ、その場合には、業務提携解消後における競争の可能性が残されていると考えることができよう。

もっとも、公取委相談事例において業務提携の実施期間が独禁法上の検討における考慮要素とされている例はまれであり、わずかに、参加事業者から公取委に対して業務提携に係る契約期間が2年間である旨の説明があった旨が記さ

れている例がみられる程度である（「ヤフー株式会社がグーグル・インクから検索エンジン等の技術提供を受けることについて」〔公取委報道発表平成22年12月2日〕¹³⁾）。

(4) 市場の状況

公取委は公取委相談事例集等において、以上の検討のほか、有力な競争者が複数存在すること、市場参入の容易性、需要者の交渉力等、検討対象市場において市場支配的状态が形成されることを否定する牽制力の有無に関連する様々な事実関係を考慮したうえで、独禁法上の問題の有無について検討している。これらの考慮要素は、公取委が企業結合審査において考慮することとしている要素（「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」〔平成16年5月31日〕（企業結合ガイドライン）「第4」以下）とおおむね同一である。

2. 企業結合審査との境界線

業務提携は、上記のとおり部分的提携であって期間を定めた提携関係にとどまることが典型的に想定される点において、複数事業者が完全かつ期間を定めず不可逆的に一体化することとなる合併とは相違する面があるということができよう。

しかし、業務提携後に競争事業者間に残される競争の有無や程度は事案により区々であること、企業結合規制対象行為のなかにも複数の事業者が完全に一体化するに至らず一定程度一体化するにとどまる類型があること（少数株式取得、JV設立等¹⁴⁾）からすると、業務提携と企業結合との境界線が一義的に明確であるとまでは考え難いように思われる¹⁵⁾。これらのこと

13) 当該事例について、提携期間が当初2年間と限定されていること及び提携期間中の取引変更可能性が提携条項に含まれていることが公取委が当該事例について独禁法上問題なしと判断した理由の1つである、と指摘するものとして瀬領真悟「グーグル・ヤフーの事業提携の考察」公正取引725号（2011年）64頁以下がある。

14) 近年の公取委企業結合主要事例集においては、業務

提携関係（一部製品の製造受委託等）、議決権保有（10%超・第1位）及び役員兼任の存在から事業者間の結合関係を肯定しつつ、結合関係の強度について「両社が完全に一体化して事業活動を行うような強固な関係ではなく、緩やか」である旨明記される例も出ている（平成23年度主要企業結合事例2）。

をふまえると、結局のところ共同生産・共同販売等の業務提携について独禁法上の問題の有無を検討するにあたっては、企業結合審査に準じた方法によることが多くなるといえよう¹⁶⁾。

また、わが国独禁法における手続等についても、企業結合規制届出の対象行為が株式取得、合併、事業譲受等、取引形態により縦割りで規定されているため規制範囲に間隙が生じていること（例えば、有限責任事業組合設立による生産統合等は「会社の株式を取得」等〔独禁法10条1項、15条の2、16条〕を伴わないため、企業結合規制の対象とすることには疑義が残る¹⁷⁾）、業務提携について事業者が取引実行前に公取委へ自発的に相談した場合には企業結合審査に類した検討が企業結合審査と同様に取引実行前に行われることからすると、業務提携に係る審査と企業結合審査との境界線は審査手続等の観点からみても必ずしも明確ではない¹⁸⁾。

Ⅲ. 設問について

設問の事例は、部品共同購入及び相互OEM

供給に関するものである。本件業務提携は、X商品に関して競合するA及びDとの間で行われるものであることから、「公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限」（独禁法2条6項）するものとして「不当な取引制限」（独禁法3条）に該当することとなるか否かが、X商品販売に係る市場及び部品購入に係る市場のそれぞれにおいて問題となる。以下においては、検討対象市場としてX商品の販売に係る市場（「X商品市場」）を中心にみることにする。

1. 参加事業者の合算市場シェア・市場の状況

本件におけるA社及びD社のX商品市場における合算市場シェアは50%であり、合算シェアが同程度の業務提携事案においては前記のとおり公取委相談事例集において独禁法上問題があるとされた例もみられるところである。

X商品市場は寡占的市場ではあるものの、A社及びD社にとって有力な競争事業者が複数存在すること、新規参入も容易である等の市場の状況を併せ考えれば、本件業務提携が直ちに競争に実質的制限をもたらすものであるとまで

15) 公取委は、JV設立等による出資会社の機能の一部統合（生産統合等）について、出資会社が商品販売を継続し出資会社相互間に協調関係が生じることのないよう措置が講じられている場合には競争に及ぼす影響はより小さい旨の考え方を示しており（企業結合ガイドライン第4-2(1)ウ）、公取委主要企業結合事例集においては、企業結合計画が競争を実質的に制限することとならない旨判断するにあたって、販売活動を当事会社各社が独立して行うこととし価格情報等の交換が行われないよう情報遮断行為がとられる旨を当事会社が申し出ていること等が考慮されている（平成12年度事例7、平成14年度事例1、平成15年度事例2、平成17年度事例6等）。

また、近年の公取委主要企業結合事例集においては、JV設立による生産統合により参加事業者が競争的行動を採るインセンティブが著しく減退することとなる旨判断するにあたり、生産費用が販売事業に係る総費用の多くの割合を占めていることから生産費用の共通化により費用構造の大部分が共通化する旨の事実が考慮された例（平成22年度事例1）がみられる。

これらの考慮要素は、本文に記したとおり、業務提携に係る検討においてもしばしばみられるものである。

16) この旨指摘するものとして、神宮司史彦『経済法20講』（勁草書房、2011年）153頁、白石忠志『独占禁止法〔第2版〕』（有斐閣、2009年）323頁がある。

17) 川合弘造「企業結合審査対応実務の今後の課題」公正取引729号（2011年）69頁以下、白石忠志「企業結合規制の概要と諸問題」ジュリ1451号（2013年）12頁以下。企業結合規制を免れる脱法行為は独禁法17条によって禁止されているが同条が適用された公取委先例は少ない。もっとも、例えば、株式会社を設立し同社へ関連事業を譲渡することにより物流業務を統合しようとしていた事業者が、ことから企業結合規制を免れるためスキームを変更して有限責任事業組合を設立するなどした場合には、同条適用の余地があるように思われる（なお、共同製造販売会社の設立が独禁法10条1項に違反する疑いがある旨公取委から指摘を受けた後に参加事業者がスキームを変更して共同行為を実施したことが、不当な取引制限に該当するとされた事例として、日本油脂(株)ほか産業用爆薬製造業者5名に対する件・公取委勧告審決昭和50・12・11審決集22巻101頁がある）。

18) 公取委における担当課は異なる（相談については相談指導室、企業結合届出については企業結合課）。

はいえないものの、本件業務提携の目的及び内容についても慎重な検討が求められる水準であると考えられる。

2. 本件業務提携の目的

本件業務提携は、部品共同購入、相互 OEM 供給のいずれについてもコスト削減を目的として検討されているものであるとみることができ、かかる目的は正当なものであるということが出来る。しかし、本件業務提携においてとられる手段が当該目的を達成するため相当な範囲にとどまらないものである場合には、相当な範囲を超える手段について正当目的を理由として正当化することは困難であろう。

本件においては、部品共同購入における購入予定数量情報の集約や、相互 OEM 供給における顧客名簿の共有について、次に検討する業務提携内容の競争への影響の検討とも関連して、相当性を欠くことがないかが問題となる。

3. 本件業務提携の内容

本件業務提携は、部品購入から生産・販売までの各段階を包含する包括的提携ではなく、両社の間には生産や販売の一部について競争関係がなお確保されている。

この点に関して、本件業務提携が重要な競争手段について両社で一体化をもたらすおそれがないかみると、両社は、本件業務提携の開始後においても従来どおり各社が独自に販売を行い、販売価格や販売先等には関与しないこととしているというのであるから、実質的な問題を生じないようにも思われる。また、本件業務提携により一体化される業務の割合についてみると、共同購入対象部品の購入価格が商品価格の 36% 程度と相当の割合に及ぶものの、OEM 供給数量が各参加事業者の販売数量に占める割合は僅少であるといえよう。

もっとも、本件業務提携により両社の価格情報や・部品購入数量、商品販売数量、顧客等に係る情報が共有されることとなる場合には、これら重要な競争手段に関する共通認識が形成さ

れ競争が実質的に制限されることも想定され得る。本件業務提携においては、まず、部品共同購入において両社が購入予定数量情報を集約することとしているところ、かかる取組みは本件業務提携を実施するため一応必要であると考えられるものの、総部品コストの相当部分を占める部品について参加事業者が相互に将来の購入予定数量に係る情報を提供し共有することは、上記のとおり両社の合算市場シェアが相当程度に及ぶことを併せ考えれば、競争に対する影響を無視し難いものというべきであろう。また、相互 OEM 供給における顧客名簿の共有についても同様に本件業務提携の実施に必要といえようが、これにより両社がそれぞれ一部顧客（自社工場から遠距離輸送を要する地域に所在する顧客）について個々の顧客名を開示することとなり、また各顧客の購入数量も配送業務の過程においておのずから推知し得る状況となることが予想されるのであるから、競争に及ぼす影響が懸念される。

このように、本件業務提携の実施過程において両社が重要な競争手段に係る情報を共有することとなることが想定されることからすると、前記のとおり両社が本件業務提携の開始後においても従来どおり各社独自に販売を行い、販売価格や販売先等に関与しない旨の方針を有しているとしても、かかる方針が本件業務提携の開始後に形骸化していくおそれも否定できない。

したがって、本件業務提携が X 商品市場における競争を実質的に生じ独禁法上問題を生じおそれをさらに低減するため、本件業務提携を実施する過程で両社間で相互に開示され、または共有される購入予定数量、顧客、客先別販売数量等については、本件業務提携に係る事務（配送業務等）を担当する部門において管理し、各社の営業部門へ還流しないよう情報遮断措置をとることが考えられる。また、両社による部品調達について、本件業務提携に係る共同調達を通じて全量を調達することを両社に義務付けず、一部を各社独自の取引先から調達することを許容しておくことも、考慮に値するように思

われる。これらの措置をとることによって、前記の相当性に関する懸念も低減することができるといえよう¹⁹⁾。

4. 部品購入市場における競争に対する影響

なお、部品共同購入がいわゆる購入価格カルテルとして各部品の購入に係る市場において競争の実質的制限を生じることがないかが問題となり得るところ、両社のX商品における合算市場シェアは前記のとおり相当の水準に達するものの、共同購入対象部品は汎用品であるから、両社の部品購入量シェアは僅少であると思われる。このことは、各部品メーカーの売上高に占める両社向け売上高の割合が最も大きなところで約8%、大半は3%程度にとどまっていることからもうかがい知ることができよう。

したがって、本件業務提携が各部品の購入に係る市場において直ちに競争を実質的に制限するおそれは低いと考えられる。

19) なお、本件業務提携が長期間にわたり継続していくことが見込まれる場合には、将来における市場環境の変化により競争分析の内容及び結論も変化していくことがあり得る

ことから、本件業務提携の適法性に関する検証・監査を将来にわたって随時行うこととすることが望ましいといえよう。