

科目名 経済法

（1）次の問題を読んで、設問に答えなさい。

A社～F社はそれぞれ化粧品甲の製造販売業者である。各社の売上高に基づく市場シェアは、A社20%、B社12%、C社18%、D社22%、E社10%、F社8%であり、ほかに輸入が10%程度を占めている。

化粧品甲には多数のグレードがあるが、大まかに分ければスタンダードラインと高級ラインに大別される。スタンダードラインの商品はドラッグストアやインターネットなどで大量に販売される一方、高級ラインは、直営店や百貨店の化粧品売場などで主に販売される。このような販路の違いを反映して、スタンダードラインについては、市販価格の高いものと安いもののいずれについても卸業者や小売業者といった流通業者からの価格引下げ圧力が極めて強い。他方で、高級ラインについては、購買者にそのブランドの名称が浸透しているため、ブランドの指名買いをする顧客が多く、価格は比較的希望小売価格の近くで安定している。なお、スタンダードラインも高級ラインも、成分自体に大差はなく、一定の技術力を有する製造業者であれば、いずれを製造することも技術的には困難性でない。もっとも、スタンダードラインを製造販売する各社はより利益率の高い高級ラインの化粧品甲の販売に過去挑戦したものの、ブランドを確立することができずに撤退している。

F社は化粧品甲のスタンダードラインを製造しておらず、高級ラインに特化している。B社はスタンダードラインも製造販売するが、ブランド力があり高級ラインに強みを有している。化粧品甲の輸入品は高級ラインがほとんどであり、F社及びB社の高級ラインに比べて、品質に遜色はない。これに対し、A社を含む残りの事業者はスタンダードラインが主力であり、さまざまなグレードのスタンダードラインの化粧品甲を製造販売している。日本で販売される化粧品甲のおよそ90%はスタンダードラインである。化粧品甲の高級ラインのみをみた場合、売上高に基づく国内市場シェアは、概ね、F社25%、B社35%、輸入品30%となる。

日本国内の人口が頭打ちになっていることから、化粧品甲の需要も減少に転じており、数年前にE社は2つの主力工場のうち1つを閉鎖した。このような状況の下、化粧品甲の製造販売業者の間では再編の機運が生じている。まず、D社の主導によりいち早く、D社がC社の議決権付株式の40%を取得して筆頭株主となり、両社の業務提携を進めていく方針であることをプレスリリースした。しかし、その後A社とB社は、C社・D社に先立って、公正取引委員会へB社を存続会社とする形で両社の合併計画の届出を行った。

専門紙は、A社・B社及びC社・D社の企業結合により、過当競争がなくなり、化粧品甲のスタンダードラインの価格は平均して10%程度上昇するであろうと報じている。

【設問】A社・B社及びC社・D社の企業結合計画につき、独占禁止法上の問題を検討しなさい。独占禁止法上の問題がある場合には、問題解消措置についても併せて検討しなさい。

科目名 経済法

（2）平成25年独占禁止法改正による主な改正点について簡潔に説明した上で、その内容を簡単に論評しなさい。