現代産業論b:第十一回

担当教員　黒田敏史

本日の内容

- 企業合併の経済分析
  - 企業合併とは
  - 市場の画定
  - 水平合併の経済分析
  - 水平合併の事例

本日の内容

- 企業合併の経済分析
  - 企業合併とは
  - 市場の画定
  - 水平合併の経済分析
  - 水平合併の事例

企業合併とは

- 企業合併とは
  - 独立した複数の企業が、株式取得、合併、分割、共同株式移転、事業の譲受けなどにより、部分的にあるいは全面的に一体化して事業を行うこと
  - 企業合併がもたらす企業数の減少や、企業規模の増大などが、市場に与える影響を考える
- 公正取引委員会による合併規制
  - 企業合併は、競争を制限する場合があり、独占禁止法によって企業合併は規制されている

企業合併とは

- 合併の類型
  - 水平合併
    - 同一の市場において競争をしている企業同士の合併
  - 垂直合併
    - 垂直的な財の取引（中間投入財の取引）を行っている企業間の合併
  - 混合合併
    - 水平合併・垂直合併に該当しない合併
      - 製品拡大型：異なった製品を生産している企業同士の合併
      - 地域拡大型：異なった場所で同じ生産物を生産している企業同士の合併
      - 純粋混合合併：異なった市場の企業同士の合併

企業合併とは

承継会社業種 ＼ 態様		水平関係	垂直関係			混合関係				その他の関係	合計	純計
			前進	後進	(小計)	地域拡大	商品拡大	純粋混合	(小計)			
農林・水産業												
鉱業												
建設業		2									2	2
製造業	食料品	1									1	1
	繊維											
	木材・木製品											
	紙・パルプ											
	印刷											
	化学	1					1		1		2	2
	ゴム・皮革											
	窯業・土石											
	鉄鋼	1									1	1
	非鉄金属											
	金属製品	1									1	1
	一般機械			1	1	5			5		6	3
	電気機械											
	輸送機械	1		2	2						3	3
	精密機械	1									1	1
	その他		2		2						2	1
	(小 計)	6	2	3	5	5	1	0	6	0	17	13
卸・小売業		16	1	1	2	3	1	1	5		23	16
不動産業		5						1	1		6	4
運輸・通信・倉庫業		21				3	1		4		25	8
サービス業		21				6		2	8		29	12
金融・保険業		9				1		1	2		11	9
電気・ガス業												
その他		8						2	2		10	5
合 計		88	3	4	7	18	3	7	28	0	123	69
(%)		(71.5%)	(2.4%)	(3.3%)	(5.7%)	(14.6%)	(2.4%)	(5.7%)	(22.8%)	(0.0%)	(100.0%)	

(注) 合計欄の数字は，例えば，3社合併の場合は2社合併が2回，4社合併の場合は2社合併が3回行われたものとして集計した合計件数であり，合併により消滅した会社の数と一致しない。純計欄の数字は，合併届出の受理件数を示す。

出典：公正取引委員会「平成20年度　公正取引委員会年次報告」

企業合併とは

- 公正取引委員会の規制
  - 以下に該当する項目を検討する企業は、事前に届出を行わなければならない
  - 届出が受理されてから30日を経過するまで、実行に移すことはできない
  - 株式取得
    - 国内売上高合計額（企業結合集団内の会社等の国内売上高の合計額）が200億円を超える会社が、株式発行会社及びその子会社の国内売上高の合計額が50億円を超える会社の株式に係る議決権を20%、50%を超えて取得する場合
  - 合併
    - 国内売上高合計額が200億円を超える会社と、国内売上高合計額が50億円を超える会社が合併する場合

企業合併とは

- 分割
  - 共同新設分割の場合
    - ①分割の対象が事業の全部であって、当事会社中に国内売上高合計額が200億円を超える会社と国内売上高合計額が50億円を超える会社がある場合
    - ②分割の対象が事業の重要部分であって、当事会社中に対象部分の国内売上高が100億円を超える会社と対象部分の国内売上高が30億円を超える会社がある場合
    - ③分割の対象が事業の全部又は事業の重要部分であって、当事会社中に国内売上高合計額が200億円を超える会社と対象部分の国内売上高が30億円を超える会社がある場合又は当事会社中に対象部分の国内売上高が100億円を超える会社と国内売上高合計額が50億円を超える会社がある場合
  - 吸収分割の場合
    - ①分割によって事業を承継しようとする会社の国内売上高合計額が50億円を超える場合で、国内売上高合計額が200億円を超える会社から事業の全部を承継するとき又は対象部分の国内売上高が100億円を超える会社から事業の重要部分を承継するとき
    - ②分割によって事業を承継しようとする会社の国内売上高合計額が200億円を超える場合で、国内売上高合計額が50億円を超える会社から事業の全部を承継するとき又は対象部分の国内売上高が30億円を超える会社から事業の重要部分を承継するとき

企業合併とは

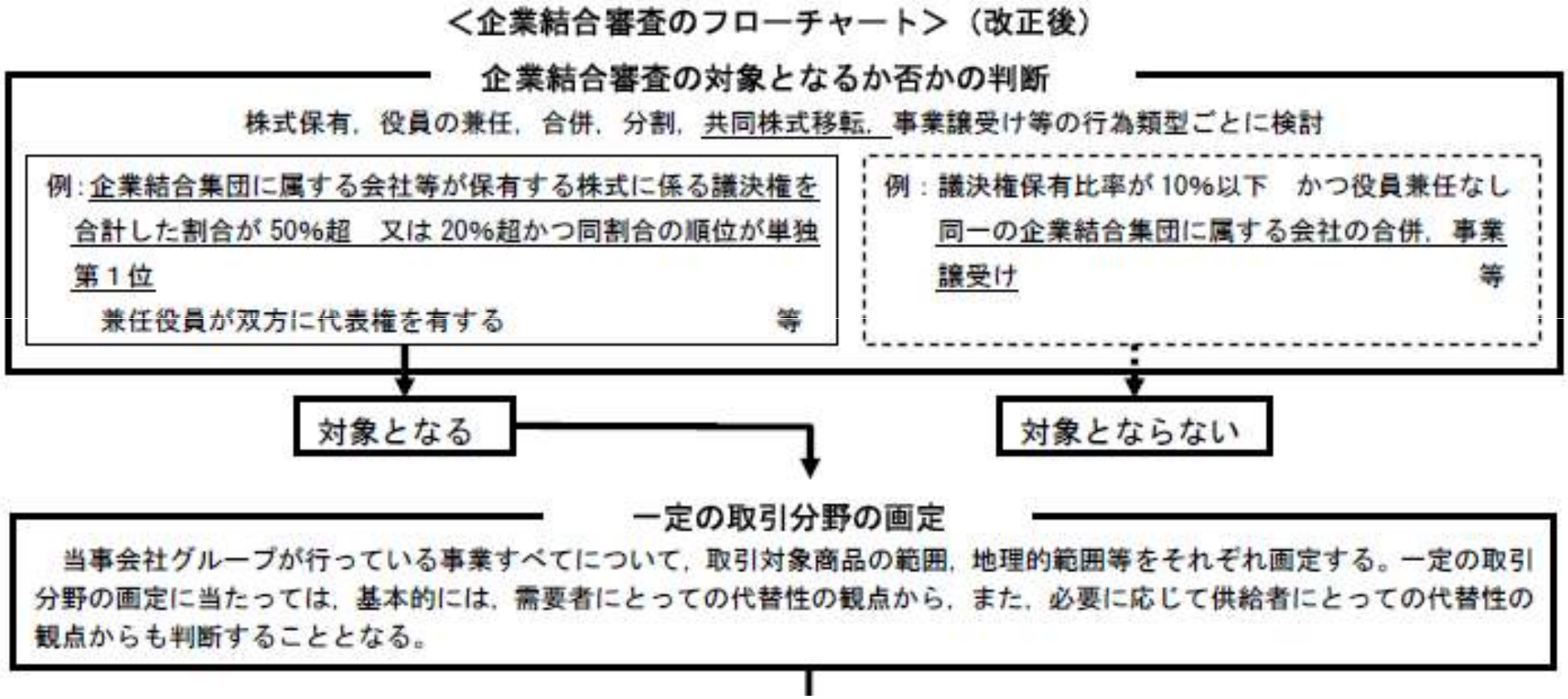
- 共同株式移転
  - 国内売上高合計額が200億円を超える会社と国内売上高合計額が50億円を超える会社が共同株式移転をする場合
- 事業等の譲受け
  - 国内売上高合計額が200億円を超える会社が、国内売上高（単体）が30億円を超える会社から事業の全部を譲り受ける場合、又は譲受け対象部分の国内売上高が30億円を超える会社の事業等の重要部分を譲り受ける場合

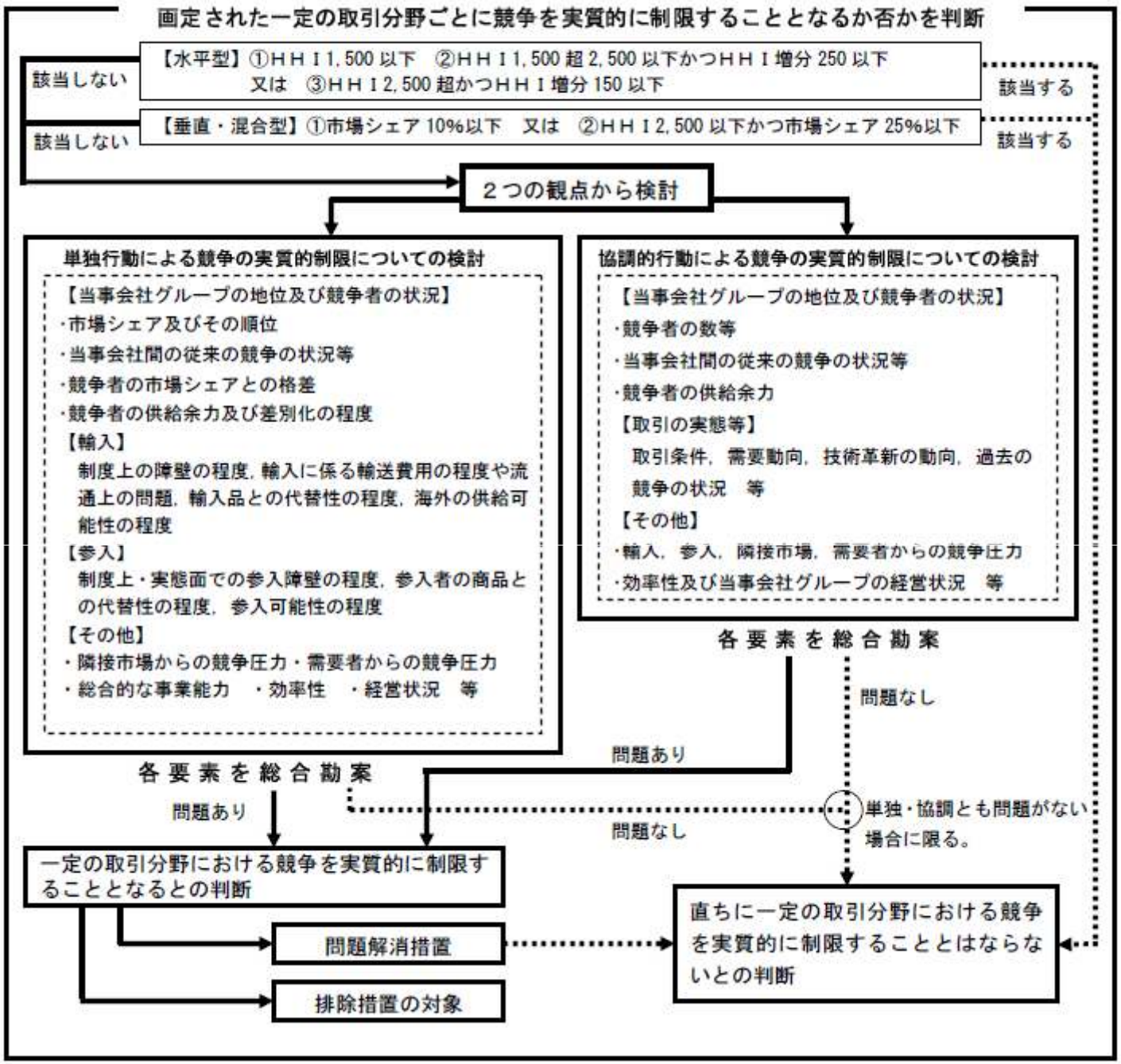
企業合併とは

- 企業合併に関する規制
  - 届出を受けた合併が、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合、合併は認められない
    - 企業間の競争ではなく、「ある市場における競争」が制限されるか否かが問われる
    - 実際に制限さなくても、市場支配力が形成、維持、強化される場合、「制限することとなる」とみなされる
  - 市場の画定と、画定された市場におけるシェア、HHIを一つの基準としている
    - HHIとは、当該市場における企業シェアの二乗の和
      - 40%,30%,30%の場合、1600+900+900=3400
      - 33%,33%,33%の場合、1089*3=3267
      - 20%, 20%, 20%, 20%, 20%の場合、400*5=2000

企業合併とは

- 企業結合ガイドライン




画定された一定の取引分野ごとに競争を実質的に制限することとなるか否かを判断
該当しない
【水平型】①ＨＨＩ1,500 以下　②ＨＨＩ1,500 超 2,500 以下かつＨＨＩ増分 250 以下
又は　③ＨＨＩ2,500 超かつＨＨＩ増分 150 以下
該当する
該当しない
【垂直・混合型】①市場シェア 10%以下　又は　②ＨＨＩ2,500 以下かつ市場シェア 25%以下
該当する
２つの観点から検討
単独行動による競争の実質的制限についての検討
【当事会社グループの地位及び競争者の状況】
・市場シェア及びその順位
・当事会社間の従来の競争の状況等
・競争者の市場シェアとの格差
・競争者の供給余力及び差別化の程度
【輸入】
制度上の障壁の程度，輸入に係る輸送費用の程度や流通上の問題，輸入品との代替性の程度，海外の供給可能性の程度
【参入】
制度上・実態面での参入障壁の程度，参入者の商品との代替性の程度，参入可能性の程度
【その他】
・隣接市場からの競争圧力・需要者からの競争圧力
・総合的な事業能力　・効率性　・経営状況　等
協調的行動による競争の実質的制限についての検討
【当事会社グループの地位及び競争者の状況】
・競争者の数等
・当事会社間の従来の競争の状況等
・競争者の供給余力
【取引の実態等】
取引条件，需要動向，技術革新の動向，過去の競争の状況　等
【その他】
・輸入，参入，隣接市場，需要者からの競争圧力
・効率性及び当事会社グループの経営状況　等
各要素を総合勘案
問題なし
問題あり
各要素を総合勘案
問題あり
問題なし
単独・協調とも問題がない場合に限る。
一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなるとの判断
問題解消措置
排除措置の対象
直ちに一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないとの判断

企業合併とは

- 市場の画定
  - 合併の審査を行う際に、企業結合が影響を及ぼしそうな一定の取引分野を定めることを、市場の画定と呼ぶ
    - 商品市場：ある商品を始点として、どの商品までが同一の市場を構成していると見なしうるかを考える
    - 地理的市場：ある地域を始点として、どの地域までが同一の市場と見なしうるかを考える
  - 市場の画定は、一定のやり方で行う必要がある
    - シェアやHHIによる基準が定まっていたとしても、合併の都度市場の範囲が揺らぐようでは、基準としての意味を成さない

企業合併とは

- 企業合併における競争と効率性のトレードオフ
  - 合併をしようとする企業は、合併によって利潤が増加するために、合併をしようとすると考えられる
  - 競争削減効果
    - 企業合併によって、市場における企業競争が制限される事による企業利潤の増加
    - 生産の減少により、死荷重が増大し、効率性が損なわれる
  - 費用削減効果
    - 企業合併によって、財を供給するための費用が削減されることによる企業利潤の増加
    - 生産が増加し、企業利潤が増加する
  - 競争の削減は効率性の低下をもたらすが、費用の削減は効率性の向上をもたらす

本日の内容

- 企業合併の経済分析
  - 企業合併とは
  - 市場の画定
  - 水平合併の経済分析
  - 水平合併の事例

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - 日本標準産業分類による分類
    - 統計調査の結果を産業別に表示する場合の統計基準として作成されている
    - 20の大分類、99の中分類、529の小分類、1455の細分類からなる
    - 欠点：経済学的な財の分類とは無関係である
      - 食料品製造業
        - » 乳製品製造業：バター、アイスクリーム、他
        - » 食用油脂加工業：マーガリン、ショートニング、他
      - 細分類が異なるバターとマーガリン、バターとショートニングは代替的な財として利用されるが、同じ細分類に属するバターとアイスクリーム、マーガリンとショートニングが代替されることはあまり無い

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - 価格による分析
    - 一物一価の法則による分析
      - 製品差別化が行われていない場合、同一の市場を構成する財の、輸送費を除いた価格は等しくなる
    - 欠点：製品差別化されている場合、密接な代替材であったとしても、価格は同一にはならない
      - 普通のポッキーと高級ポッキーは同一の市場か？、同じ銘柄のポッキーでも、10本入りと20本入りは同一の市場か？
    - 価格の相関による分析
      - 2商品間の価格の連動の相関を調査することによって競争による圧力が働いているかを調べる方法
    - 欠点：全く別の財が共通の要因で変化するかもしれない
      - オーストラリアドルの価値が変化する事で、鉄鉱石、牛肉、羊毛の価格が同様に変化するかもしれない

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - 交差弾力性による画定
    - 需要の交差価格弾力性
      - 交差価格弾力性とは、2つの財において、一方の財の価格が1%変化したときに、他方の財の需要量が何%変化するかを表した値
      - 交差弾力性の値が大きな正の値であれば、密接な需要の代替関係が存在すると考えられる
    - 欠点1：どの程度の大きさであれば画定されるかの基準がない
    - 欠点2：ある財と代替関係にある財の数が多ければ多いだけ、交差弾力性は低下する
    - 欠点3：製品間の需要の代替関係が対称であるとは限らない

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - SSNIPテスト
    - ある市場をある企業が独占していると仮定したとき、現行価格から「小幅であるが有意かつ一時的でない価格引き上げ(Small but Significant and Nontransitory Increase in Price)」を行った場合に、利潤が増加するか否かによって市場を画定する方式
      - 値上げによって、1単位の財の販売から得られる利潤は増加するが、販売できる数量は減少する
      - 需要の価格弾力性が大きければ、値上げによって多くの売り上げが損なわれるため、利潤が減少する
      - ある財を始点として、隣接する財を含めた際に、SSNIPが利潤を増加させるか否かのテストを行い、利潤が増加するようになるまで分析に含める財を広げることで市場を画定する

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - SSNIPテスト
    - 1982年米国合併ガイドラインにて枠組みが提示され、現在は米国、欧州の合併ガイドラインで広く用いられている手法
    - 需要の臨界的弾力性
      - 需要の価格弾力性がこれ以上になると、値上げが利潤の増加にならない水準を臨界弾力性と呼ぶ
      - 限界費用をm、値上げ率をtと置く（通常5%)

需要曲線の形状	利潤増加	売上高一定
線形	$\frac{1}{m+2t}$	$\frac{1}{m+t}$
等弾力性	$\frac{1+t}{m+2t}$	$\frac{\log(m+t)-\log m}{\log(1+t)}$

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - SSNIPテストの事例：米国製パン業事件(1995)
    - 全米3位の製パン業者インターステイト社が全米1位のコンチネンタル社の買収を計画
    - 都市別に高級白パン、白パンの価格弾力性を推定し、市場の画定を実施
      - 高級白パンのみでも市場の画定を行う事が可能だが、臨界弾力性と実際の弾力性の近さ、弾力性の推定誤差を勘案し、すべての白色パンを関連市場と画定

		シカゴ	ロサンゼルス
高級白パン	価格費用マージン 臨界的弾力性 実際の価格弾力性	60.0% 1.43 1.01%	64.7% 1.34 1.25
すべての白色パン	価格費用マージン 臨界的弾力性 実際の価格弾力性	47.9% 1.73 0.69	50.6% 1.65 1.04

市場の画定

- 市場の画定の方法
  - SSNIPテストの事例：日本のインターネット接続サービスの市場画定(2004)
    - 総務省は「電気通信事業分野における競争状況の評価」を実施するにあたって、SSNIPテストを用いてブロードバンド・インターネット接続サービスの市場を画定
      - 限界費用が不明であったため、これ以上の価格費用マージンであれば市場が画定されるとする臨界価格費用マージンを算出
      - 黒田・依田(2004)は離散選択モデルと呼ばれる推定手法を用いて、需要の価格弾力性を推定、推定結果により、ADSL、FTTH、CATVそれぞれを単独の市場として画定
      - 依田・坂平(2007)では、その後の市場の変化によって価格弾力性が上昇して居る事から、ADSL、FTTH、CATVをブロードバンド市場として画定

	選択肢	シェア	弾力性	臨界価格費用マージン
黒田・依田(2004) 平成15年度競争評価	ナローバンド ADSL FTTH CATV	7.26% 66.83% 8.26% 17.65%	-0.918 -0.289 -1.117 -0.883	0.9893 3.3602 0.7953 1.0325
依田・坂平(2007) 平成17年度競争評価	ADSL FTTH CATV	63.00% 21.00% 17.00%	-0.763 -2.372 -3.146	1.2106 0.3216 0.2179

市場の画定

- 供給の代替性
  - 市場の画定において、供給の代替性は、需要の代替性を補完する要素として考慮される
    - 財としては代替されないが、製造工程の若干の変更によって生産が可能な財の存在は、競争状態に影響を与える
      - 米国1992年ガイドライン:「市場の画定」と「市場参加者の識別」を行い、前者は需要の弾力性によるが、後者は供給の代替性も勘案することとされた
      - 日本・EU:市場の画定段階において、供給の代替性も考慮
    - JAL・JAS合併において、羽田、および伊丹空港発着の航空旅客運送事業分野を市場として画定
      - 羽田・伊丹発着でも航路が異なれば需要の代替は行われないにもかかわらず、関連市場とされたのは、供給の代替性があるためではないかとされている

本日の内容

- 企業合併の経済分析
  - 企業合併とは
  - 市場の画定
  - 水平合併の経済分析
  - 水平合併の事例

水平合併の経済分析

- 競争削減効果による誘因
  - クールノー競争における合併の効果
    - 企業数　n（≧2)
    - 需要曲線　$P = A - bQ$
    - 供給曲線(限界費用) c(一定)
  - 解き方
    - 企業iの利潤　$\pi_i = (P - c)x_i$
    - 各企業の生産量の合計　$Q = \Sigma x_i = nx$
    - 市場需要 $P = A - bnx$を企業利潤に代入して、1階条件を求める
  - 均衡
    - 価格　$P^* = c + bS/(n+1)$
    - 生産量　$x^* = S/(n+1)$
    - 利潤　$\pi^* = bS^2/(n+1)^2$

水平合併の経済分析

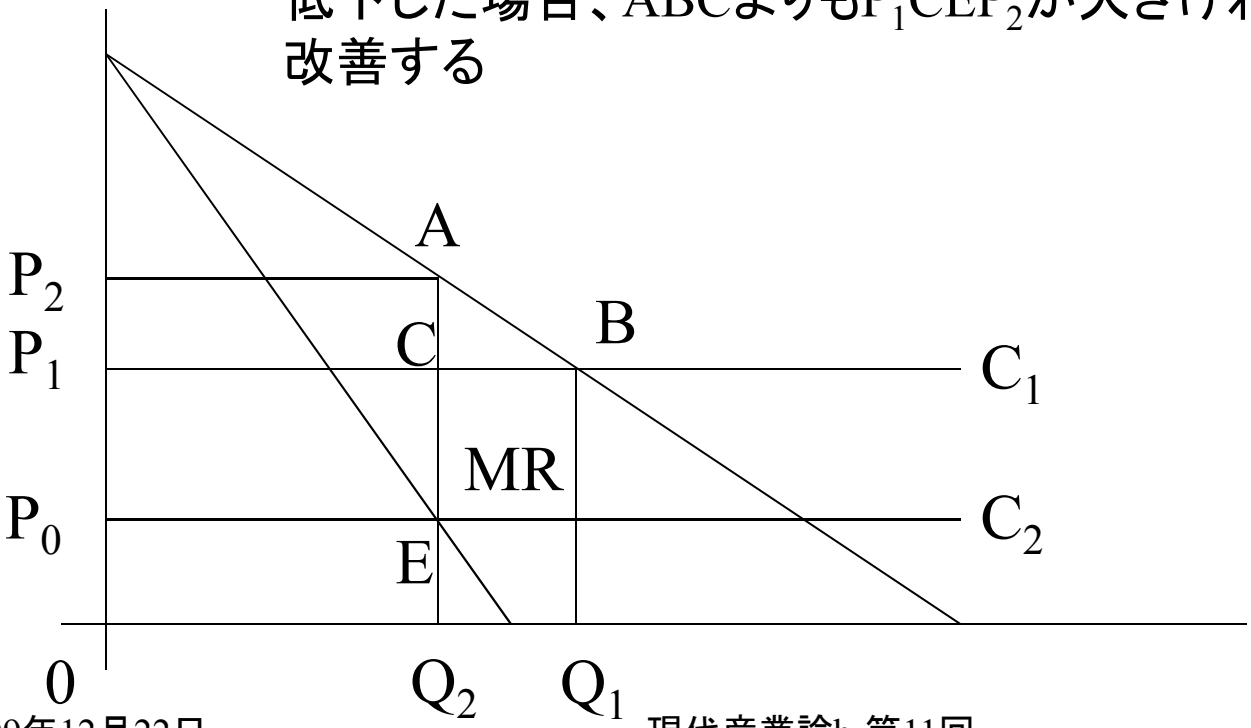
- 2企業の合併の効果
  - 2企業が合併して1企業になった場合
    - 市場全体では企業数が1社減るので、先述の式のnをn-1に置き換える
    - 合併後の企業利潤 $\pi_{n-1}{}^{*} = bS^2 / n^2$
    - 合併後の利潤を元の2企業が分け合ったときに、合併前よりも利潤が大きくなる条件

$$\frac{\pi_{n-1}^{*}}{2} - \pi_n{}^{*} > 0 \Leftrightarrow bS^2 / 2n^2 - bS^2 / \left(n+1\right)^2 > 0 \Leftrightarrow n+1 > \sqrt{2}n^2$$

    - これを満たす整数のnは2のみである
      - つまり、複線から独占への移行の場合のみ、元の企業の経営者は合併をしようとする
    - 同様に、複数企業が一度に合併を行う場合を検討すると、10企業の市場であれば8社、100企業の市場であれば91社以上の場合のみ、合併によって利潤が増加する

水平合併の経済分析

- 費用削減効果
  - Williamson(1968)：ウィリアムソンのトレードオフ
    - 合併によって企業が独占になった場合であっても、限界費用が十分に低下するならば、社会余剰は増加する
      - 価格$P_1=C_1$から、合併によって独占価格P_2に上昇、費用がC_2に低下した場合、ABCよりもP_1CEP_2が大きければ、社会厚生が改善する



水平合併の経済分析

- 固定費用削減
  - 先のモデルでは固定費を0としていた
    - 合併前の固定費f_b
    - 合併後の固定費f_a（ $<2f_b$ ）
      - 固定費の削減分が$2f_b - f_a$ が利潤増となるため、固定費の削減が十分に大きければ、合併によって、利潤が増加する
      - 固定費は価格や生産量には影響を及ぼさないため、固定費削減分（利潤増）が新たに生じた死荷重の大きさを上回っていれば、社会厚生が改善する

水平合併の経済分析

- 企業の能力が異質の時
  - Levin(1990)：企業合併におけるシェアをガイドラインに用いる意味を分析
    - 以下の3条件が満たされている場合、合併予定企業の合併前のシェアの和が50%以下であれば、クールノー均衡において、合併企業の利潤を増加させるような合併は必ず社会厚生を改善させる
      - すべての企業が限界費用一定（関数型の仮定）
      - 合併企業のうち最も低い限界費用が合併後の企業の限界費用となる（合併の効果に関する仮定）
      - 合併後の企業の限界費用が、すべての非合併企業内の限界費用を下回る（費用削減効果の大きさに関する仮定）

水平合併の経済分析

- 製品差別化が行われているとき
  - ベルトラン競争であれば、価格は限界費用に等しいため、合併しようが、しまいが利潤は0であるため、合併の誘因は存在しない
  - 製品差別化されたベルトラン競争を考える
    - n社がそれぞれ1種の差別化された財を生産
    - 限界費用はcであり、全企業で等しいとする
    - 第i財の需要 $q_i = A - p_i + d\sum_{k \neq i}^{n} p_k$
    - 第i企業の利潤関数 $\pi_i = \left(p_i - c\right) q_i$
  - クールノー競争と同様に、利潤最大化の一階条件から、対称性を利用して均衡を求める
    - 均衡価格 $p_i^* = \dfrac{A + c}{2 - (n-1)d}$

水平合併の経済分析

- 製品差別化が行われているとき
  - 企業1と企業2が合併する場合
    - 合併企業の利潤関数 $\pi_{1+2} = (p_1 - c)q_1 + (p_2 - c)q_2$
  - 他の企業の利潤関数は合併前のままとして、利潤最大化の1階条件から反応関数を得る

$$p_1^* = p_2^* = \frac{A + c(1-d) + d(n-2)p_j}{2(1-d)}$$

$$p_j^* = \frac{A + c + 2dp_1^*}{2 - d(n-3)}$$

    - 直感的解釈
      - ベルトラン競争なので、競争企業の価格と、自社の価格の間には戦略的補完の関係がある
      - 合併以前は、価格を引き下げる事で他者の利潤が減少する事を考慮しなかったが、合併後は2財に与える影響を考慮するようになるため、今までよりも価格引き下げのインセンティブが低くなる

水平合併の経済分析

- 製品差別化が行われているとき
  - 簡略化のため、n=3、C=0の場合を考えると

$$p_1^{**} = p_2^{**} = \frac{A(2+d)}{2(1-d)} > \frac{A}{2(1-d)} = p_i^*$$

$$p_3^{**} = \frac{A(1+d+d^2)}{2(1-d)} > \frac{A}{2(1-d)} = p_i^*$$

- 合併企業と合併に関与しなかった企業すべてで価格が上昇し、利潤が増加する
- よって、企業は合併のインセンティブを有する
- 価格が上昇した結果、消費者余剰は減少し、社会厚生は減少する

水平合併の経済分析

- 企業参入の効果
  - 市場への企業の参入・退出が存在する場合
    - 市場へ参入するのに支払わなければいけないサンクコストよりも、利潤が大きければ、市場への参入が生じる
    - このとき、合併による費用低下効果が存在しないのであれば、合併によって生じた利潤を求めて企業の参入が生じ、市場は合併前の状態に戻る
    - 潜在的な参入企業による市場への影響を、潜在的競争圧力と呼ぶ
    - 海外企業からの輸入の発生によるものを、輸入圧力と呼ぶ

水平合併の経済分析

- 株式の持ち合いの効果
  - 株式の持ち合いの効果
    - 他社の経営に参画し、市場行動の調整を行う
    - 他社の利益の一部を、配当によって獲得する
  - モデル
    - n社の企業が互いの株式の一部を持ち合っており、i社が所有するj社の株式をa_{ij}とおく
    - このときの各企業の利潤は、

$$\pi_i = (1-\sum_{k\neq i} a_{ki})(p-c)q_i + (1-\sum_{k\neq i} a_{ik})(p-c)q_k$$

      - 各企業が互いの全株式を持ち合っているとすると、$a_{ij}=1/n$
      - このとき、各企業の生産量は利潤最大化の1階条件より、$q_i^* = \dfrac{A-c}{2bn}$ となり、市場の供給量は独占の場合と等しくなる

水平合併の経済分析

- 合併企業のパフォーマンス
  - Odagiri and Hase(1989)：1980-87年の日本における企業合併を分析
    - 日本の企業合併は増加傾向にあるが、以前として米国より少ない
    - 企業合併は多角化と、衰退産業における防衛的な合併に分類され、競争に敗れた企業に対しては、合併するよりも、資本参加や買収が好まれている
    - 企業合併が、合併企業の生産性や成長に正の影響を与えた証拠は存在しない
  - 深町・牧野(2004)
    - 比較的大規模な合併が大なわれた石油製品，炭素製品，セメント及び段ボールの4産業における企業結合前後における価格変化を分析
    - 企業結合以前の状況が継続していれば実現したであろう価格と、実測値との乖離を算出
    - 分析の結果、一部の事例において，企業結合の時期を境に価格が、それ以前の状況が継続すれば実現したであろう水準よりも有意に数％～十数％上昇しているものがみられた
    - 特に、企業数が少なく、新規参入圧力や国際競争圧力のない製品において、企業結合後価格が上昇する傾向がみられた

水平合併の事例

- 利潤動機以外の企業合併への誘因
  - エンパイア・ビルディング
    - 経営者の経営目標が、利潤最大化ではなく、企業規模拡大に置かれている
  - 塹壕仮説
    - 経営者が自分の得意分野の企業を買収する事で、企業におけるその経営者自身の価値を高める事によって、自分の地位を守ろうとする
  - Too big to fail
    - 大きな規模の企業の倒産は経済に与える影響が大きいため、政府・財界による支援が見込まれる。なのであれば、経営者は救済を見込んで企業規模を過剰に拡大する誘因を持つ

本日の内容

- 企業合併の経済分析
  - 企業合併とは
  - 市場の画定
  - 水平合併の経済分析
  - 水平合併の事例

水平合併の事例

- 八幡・富士合併事件
  - 事件のあらまし
    - 1968年に日本の鉄鋼業界1位、2位であった八幡製鉄所と富士製鉄が合併計画を発表
    - 合併後のシェアは銑鉄で44.5%、粗鋼で35.4%のシェアとなる見込み
    - 厚生取引委員会は最終製品である鉄板、鋼管等を一定の取引分とし、鉄道用レール(100%)、食缶用ブリキ(61.2%)、鋳物用銑(56.3%)の3品目について競争を実質的に制限するおそれがあるとして、合併の中止を要請
  - 合併にまつわる論争
    - 財界や通産省は企業の合併によって規模の利益が生じる事や、設備投資がより積極的に行われるようになる事、合併によって技術革新が生じる事等を重視し、富士・八幡製鉄所合併を肯定
    - 近代経済学者を中心とした104名らの経済学者は合併によるは日本経済の原動力を損なうと合併反対の声明を発表
  - 審判の結果、合併する両企業の設備の一部を他社に売却する条件つきで合併を認め、1970年に新日本製鐵が誕生
  - この事件をきっかけとして、合併ガイドラインが経済学の概念を利用して規定されるように

水平合併の事例

- 八幡・富士合併
  - 通説：小田切（2001)
    - 「八幡・富士両社は合併のメリットとして、設備投資の効率化、研究投資の効率化、原料の効率的配分、製品の交錯輸送の排除、管理部門の合理化、資本調達力の効果等、効率性の向上をあげている。残念ながら、これらによる費用低減効果がどの程度のものなのかが客観的に推定されて公正取引委員会の判断に生かされたわけではなく、また事後的にもどれだけの費用低減が実現されたかは明らかにされていない。このため、合併の社会的公正への効果を調べることは不可能である。」

水平合併の事例

- 富士・八幡合併
  - Myojo and Ohashi(2009)
    - モデル
      - 企業は投資を行うことで費用を削減可能
      - 各企業は毎期の投資を、投資による費用低下が将来に渡ってどれだけの利益をもたらすかによって決定
    - 分析結果
      - 企業の投資は企業規模が大きくなればなるだけ拡大
      - 企業間の投資には戦略的補完関係が存在
      - 結果、合併がより積極的な投資を促したことで、生産性が4.1%上昇
      - 市場価格は競争相手の存在によりさほど上昇せず
    - 公取の合併許可条件の評価
      - 鋼炉の一部を他社に売却させたことで、投資が減少し、生産性の上昇や価格の低下が妨げられ、厚生に悪影響を及ぼした

水平合併の事例

- JAL・JAS合併
  - 事件のあらまし
    - 2001年に日本航空（JAL)と日本エアシステム（JAS)（以下JJ)は両社の親会社となる持ち株会社を設立し、両社を事業別会社に再編する事業統合計画を発表
    - 公正取引委員会は、以下の４点についての懸念を表明
      - 大手航空会社が3から2になる事で、これまでも同調的であった運賃設定行動が更に容易になる
      - 就航企業数が少ない路線では料金が高い傾向にあり、大手航空会社の減少は競争に大きな影響を及ぼす
      - 国内市場への新規参入は、混雑空港における発着枠の制限によって困難であり、潜在的競争圧力は機能しにくい
      - 消費者は航空運賃への交渉力がなく、運賃を受け入れざるを得ないため、航空会社による同調的な運賃設定行動が更に容易になった場合、より大きな不利益を被る

水平合併の事例

- JAL･JAS合併
  - 公取委の指摘を受け、JJは新規参入促進のための措置と、運賃面での措置を発表
    - 新規参入促進
      - JJの有する羽田発着枠のうち、９便分を返上
      - JJが使用しているボーディング･ブリッジ、チェックイン･カウンターなどの航空設備の一部を、新規航空会社の希望があれば提供する
      - 新規航空会社の参入や、事業の継続･拡大に際し、必要となる航空機整備業務や航空地上業務について、新規航空会社の希望に応じて引き受ける
    - 運賃
      - 主要な全路線において普通運賃を一律10%引き下げ、3年間は値上げしない
      - ANAの単独路線や便数優位路線への参入･増発を図る
    - 国土交通省も新規参入を促進する事を確約
  - 公正取引委員会の２次判断
    - JJ並びに国交省の対応を受け、公取委は本件統合が国内線市場における競争を実質的に制限するおそれはないと判断

水平合併の事例

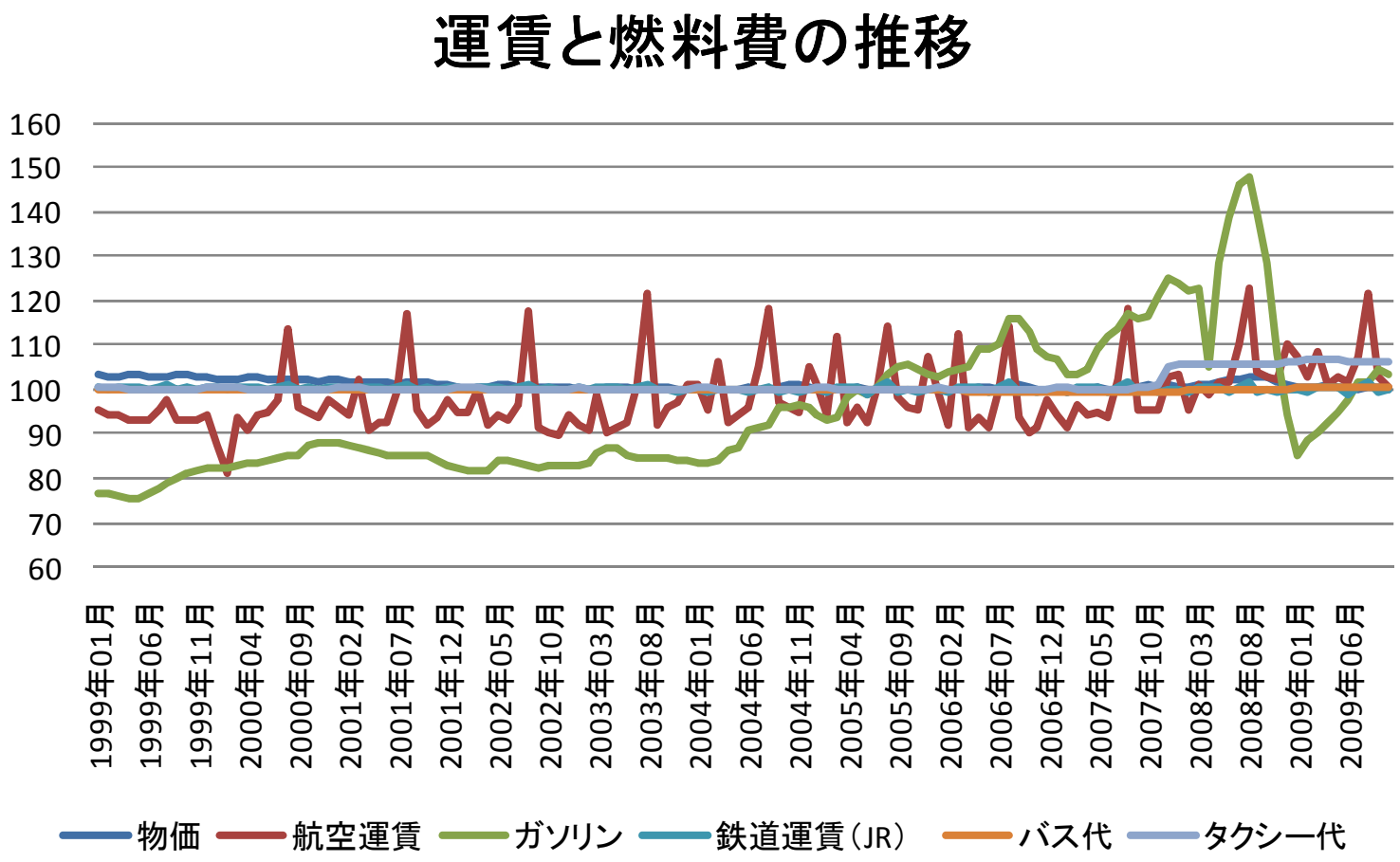
- JAL・JAS合併
  - 航空の需要分析
    - 航空の需要関数の分析を行った例は少ないが、新幹線と競合している地域や、HHIが低い地域では料金が安い事が知られている
  - 参入退出
    - １９９８年スカイマーク・エアドゥが参入したほか、２０００年以降は6社が参入
    - 日本の国内航空市場は羽田を中心としたネットワークになっており、羽田の発着枠の確保が致命的に重要である
      - 羽田の発着枠は国土交通省の割り当てになっており、現在の新規優遇枠７２／３９７（１８％）という割り当てが妥当かどうかは不明
    - その他整備士やパイロット、カウンター等の確保に関わる障壁もあり、以前として参入障壁は高いとされる

水平合併の事例

- JAL・JAS合併
  - 救済合併としての側面
    - JASは経営状態の悪さから倒産の可能性があり、合併を認めなくとも2社寡占となるため、合併を認めるべき、との議論が存在
    - しかし、小田切・林(2009)では当時のJASが倒産寸前であるとする根拠は薄く、設備・人材も倒産によって失われるサンクコストとしての側面が弱く、JASを救済する事を効率性の観点から正当化できないこと、仮にJASが倒産していれば、その資産を利用した新規参入が可能であったにも関わらず、救済合併によってその道が絶たれたことを指摘している

水平合併の事例

- JAL･JAS合併
  - 料金への影響



次回の内容

- 国際競争とイノベーション