

To determine whether a restraint violates the rule of reason, the parties agree that a three-step, burden-shifting framework applies. Under this framework, the plaintiff has the initial burden to prove that the challenged restraint has a substantial anticompetitive effect that harms consumers in the relevant market. See 1 J. Kalinowski, *Antitrust Laws and Trade Regulation* §12.02[1] (2d ed. 2017) (Kalinowski); P. Areeda & H. Hovenkamp, *Fundamentals of Antitrust Law* §15.02[B] (4th ed. 2017) (Areeda & Hovenkamp); *Capital Imaging Assoc., P. C. v. Mohawk Valley Medical Associates, Inc.*, 996 F.2d 537, 543 (CA2 1993). If the plaintiff carries its burden, then the burden shifts to the defendant to show a procompetitive rationale for the restraint. See 1 Kalinowski §12.02[1]; Areeda & Hovenkamp §15.02[B]; *Capital Imaging Assoc., supra*, at 543. If the defendant makes this showing, then the burden shifts back to the plaintiff to demonstrate that the procompetitive efficiencies could be reasonably achieved through less anticompetitive means. See 1 Kalinowski §12.02[1]; *Capital Imaging Assoc., supra*, at 543.

Amex, Opinion of the Court, pp. 9-10

第5 アート紙

1 商品の概要

アート紙とは、印刷の発色を良くするために、紙の表面に塗料を塗布した紙(以下「塗工紙」という。)の一種であって、化学パルプを100%使用する上質紙を原紙として使用し、表面に1㎡当たり両面で50g程度の塗料を塗布したもの

である。

塗工紙の中で塗料の塗布量が最も多いため、印刷再現性(印刷出力されたものが、現物の色や質感を正確に表現している程度)が高い。また、平滑度が高いため光沢度が高く、美しい印刷の仕上がりが得られるとともに、つや感が高級感のある印象を与えるとして、高級美術書、高価格品のカタログ、高価格帯の雑誌の表紙等に使用される。

また、アート紙は、上記で述べた印刷仕上がりの美しさ等のほか、他の品種の紙に比べてしなやかさ等の特性を有することから、飲料・調味料等の瓶容器のラベルやカップ容器の蓋材にも使用されている。

2 一定の取引分野

(1) 商品範囲

塗工紙には、アート紙のほか、上質コート紙、中質コート紙、軽量コート紙及び微塗工印刷用紙と呼ばれる、使用する原紙や塗料の塗布量が異なる種類の紙がある。

このうち、上質コート紙は、アート紙に次いで塗料の塗布量が多く、雑誌の表紙、ポスター、カタログ、パンフレット等に使用されており、アート紙と用途が重複する部分もある。また、出版不況に伴う印刷製本費の削減や、企業における広告宣伝費の圧縮等の要請から、従来、アート紙を使用していた需要者が、アート紙よりも価格が安い上質コート紙に切り替えた事例もある。

一方、より高い印刷再現性が求められる印刷物にはアート紙が用いられており、また、アート紙と上質コート紙の価格差が小さくないにもかかわらず、アート紙を購入している需要者が存在することからすれば、アート紙と上質コート紙の間の需要の代替性は限定的と認められる。

また、アート紙を含む各種塗工紙は、塗工紙向けの標準的な生産設備において、特段の設備対応を要することなく生産することが可能であるが、品質要求の高い需要者に対応した営業体制や他の印刷・情報用紙に比べて小口の取引に対応する供給体制を整える必要があり、アート紙の出荷数量が塗工紙全体の約1%にとどまることを踏まえると、現にアート紙を生産していない製紙メーカーがそのような体制を整えることは困難である。以上により、供給の代替性も限定的である。

さらに、経済分析の結果をみても、両者の価格間の相関関係は弱く、価格比の定常性も認められない。

したがって、「アート紙」を商品範囲として画定した。

(2) 地理的範囲

需要者は、製紙メーカーの製造拠点や販売拠点の所在地がいずれにあっても輸送上の問題を生ずることなくアート紙を調達することができ、地域によって

販売価格が異なるといった事情も認められない。
したがって、「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3 競争の実質的制限についての検討

(1) 当事会社グループの地位及び競争事業者の状況

平成29年におけるアート紙の国内市場の状況は以下のとおりであり、本件行為後の当事会社グループの市場シェアは約90%（第1位）、HHIは約7,800、HHIの増分は約2,500であることから、水平型企業結合のセーフハーバー基準に該当しない。

競争事業者は、市場シェアが約5%の事業者が2社存在するのみである。

【平成29年におけるアート紙の市場シェア】

順位	会社名 ³⁾	市場シェア ⁴⁾
1位	王子HDグループ	約70%
2位	三菱製紙グループ	約15%
3位	A社	約5%
4位	B社	0-5%
	合計	100%

(2) 輸入

アート紙は高級美術書等に使用されるため、需要者の品質上の要求水準が高く、輸入品が代替的に選択されている状況はみられない。仮に今後当事会社グループが価格を引き上げることにより国内価格が上昇したとしても、アート紙の輸入量が大幅に増加するとは認められない。

したがって、輸入圧力は認められない。

(3) 隣接市場からの競争圧力

アート紙と、塗工紙のうちアート紙に次いで塗料の塗布量が多い上質コート紙の間では用途が重複する部分があり、前記2(1)のとおり、需要者がアート紙から上質コート紙の使用へ切り替えた事例も見受けられる。

加えて、印刷・情報用紙の主力品種である上質コート紙においては、大手製紙メーカー間で活発な競争が行われている上、前記第4の1で述べたように情報媒体のデジタル化等により、生産能力の削減を上回る需要の減少が見込まれていることから、製紙メーカー各社の供給余力は十分に存在し、上質コート紙における活発な競争は今後も継続すると認められる。

したがって、隣接市場である上質コート紙の市場からの競争圧力が一定程度

働いていると認められる。

(4) 需要者からの競争圧力

アート紙の主要な需要者である出版社や印刷会社においては、アート紙の調達額よりも上質コート紙など他品種の紙の調達額の方が圧倒的に大きい。このため、アート紙を値上げすることにより、需要者が他の印刷用紙を含めた調達先の全面的な見直しを行った場合には、製紙メーカーが受ける影響が大きいことから、需要者は価格交渉力を有しており、製紙メーカーがアート紙の価格を引き上げるとは困難であるため、需要者からの競争圧力が認められる。

また、従前に比べ、雑誌などの定期刊行物にアート紙が使われるケースは大幅に少なくなっており、現状、アート紙が使われるのは、単発で発行される出版物や、カタログ、パンフレット等の商業印刷物が中心となっている。これらの印刷物向けのアート紙の取引は、印刷物の企画の都度行われるが、引き合いを受けた取引が「上質コート紙等を代替的に使用可能」か、「アート紙のみしか選択肢にない」かを、アート紙を販売する側が把握することは困難であるため、「アート紙のみしか選択肢にない」需要者との取引を特定して価格を引き上げることも困難である。

(5) 小括

以上のとおり、隣接市場である上質コート紙の市場からの競争圧力が一定程度認められるほか、アート紙よりも市場規模の大きいアート紙以外の紙も調達している需要者からの競争圧力が働いていることから、本件行為により、当事会社グループが、単独行動又は協調的行動によって、アート紙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認められる。

³⁾ 競争事業者については、匿名とするため、任意のアルファベットを用いている。以下同じ。

⁴⁾ 67.5%以上72.5%未満を「約70%」とするなど、5%単位で記載している。以下同じ。