

独占禁止懇話会第 183 回会合議事概要

平成 21 年 6 月 24 日
公正取引委員会

- 1 日時 平成 21 年 6 月 16 日（火）15：00～17：00
- 2 場所 公正取引委員会大会議室
- 3 議題

平成 20 年度における独禁法等の執行状況等

- (1) 独占禁止法違反事件の処理状況
- (2) 景品表示法違反事件の処理状況
- (3) 下請法違反事件の処理状況
- (4) 主要な企業結合事例

4 議事概要

各議題について、事務局から説明を行い、会員から大要以下のような意見・質問が出された。

(1) 独占禁止法違反事件の処理状況

談合事件について、平成 17 年以降の傾向がどうなっているのかを教えていただきたい。また、違法行為を摘発するだけでなく、事業者が違法性の認識を高めることで、違法行為を未然に防止することも重要であるが、この点について、特に談合を中心に、どのような努力をしているか教えていただきたい。

平成 20 年度の談合事件は 2 件となっている。突如として減少したわけではないが、減少傾向にあるという印象はある。違反行為の未然防止については、発注者に対する情報提供、研修の実施等を行っている。また、公正取引委員会だけではなく政府全体として、入札制度改革にも取り組んでいる。さらに、談合を行った場合のサンクションも高くなっており、違反行為に対する抑止力が向上したと考えられる。

プライベートブランド商品とナショナルブランド商品は、中身が同じなのに大きな価格差があることがあるが、こうしたケースにおいてどのような場合に不当廉売に当たると判断するのか。

問い合わせ先 公正取引委員会事務局経済取引局総務課 電話 03 - 3581 - 5476 (直通) ホームページ http://www.jftc.go.jp

両者は通常別のものと考えられる。プライベートブランド商品の販売価格がナショナルブランド商品の販売価格より相当程度安くても、それぞれの仕入価格は異なるものであり、プライベートブランド商品の販売価格がその仕入価格を割っているか否か等を見ることになる。

法執行の面では、社会的なインパクトのある案件を扱っており、公正取引委員会の存在意義も高められたと評価しているが、案件を処理する中で、独占禁止法の解釈や適用におけるデュープロセスにも配慮していただき、執行に対する信頼を高めるよう努力していただきたい。

談合事件の件数が減少しているのは結構なことであり、平成 17 年の独禁法改正も効果が大きかったのではないかと評価している。しかし、民間企業は談合から撤退しつつある一方で、公的機関は過去の惰性で官製談合を続けているように思われるので、官製談合に対する抑止の強化を公正取引委員会の最優先課題として考えていただきたい。

先日新聞で、ある企業が取引先数を絞り、取引先として選ばれた企業は当初喜んだものの、その後 20%程度単価の切り下げを求められたという報道があった。このようなコストダウンを求めるのは、企業としてある程度理解できるが、こうした行為と優越的地位の濫用との違い・線引きはどのようになっているのか。

一般的にそのような行為それ自体が直ちに違法となるとはいえないので、独占禁止法又は下請法の規定に照らしてケースごとに検討していくことになる。

公正取引委員会に対する申告件数が増えているとのことだが、損害賠償請求事件や差止請求事件の件数の近年の傾向はどうなっているのか。また、公正取引委員会に対する申告件数とこれらの私訴の件数の関係はどのようになっているのか。

最近の差止請求事件等の件数の推移は、傾向と言えるほどのものはない。また、公正取引委員会への申告との関係についても、何ともいえない。

(2) 景品表示法違反事件の処理状況

消費者に対する普及啓発セミナーを行っているとのことであるが、かなり小規模で実施しているように感じるので、もう少し効率的にできないのか。また、何箇所で開催したというアウトプットについては公表しているが、これによって公正取引委員会の景品表示の活動にどのようにいかしていくのかというアウトカムの部分についてはどうなっているのか。せっかくセミナーをやるのであれば効率的にやっ

ていただきたい。告知の仕方も改善の余地があると思うので消費者団体やインターネット等を通じて、関心を高めていただきたい。

消費者向けのセミナーで人を集めるのには苦労しているのが現状である。アウトカムについては組織的に把握するのは困難であるが、場合によっては政策評価的な観点でみることも考えなければならない。

最終的な処分が排除命令になる場合と警告・注意になる場合との間で何か線引きはあるのか。また、事業者が自主的に違反行為の是正措置や再発防止措置などを講じた場合には考慮されるのか。

措置のレベルについては、行為の態様、事案の重大性、消費者の選択、競争への影響などを総合的に考慮して決定している。また、事業者が十分な措置を採っている場合には、その点については考慮されるということはある。

広告の表示で、最近やたらとカタカナやローマ字の表記ばかりで分かったような分からないような雰囲気にする広告が増えており、こうした広告は特に高齢者に誤認を生じさせるようなものではないかと思うが、公正取引委員会としてはどのようにお考えか。

景品表示法で規制する不当表示は、一般消費者に誤認される表示であるところ、誤認とは基本的に消費者の認識を誤った方向に向けるということであり、何だか分からないようなものは誤認のしようがないので景品表示法で規制することは困難である。措置を採ることと分かりやすい表示をすることとはまた別の話である。

消費者庁関連法が施行になった場合、景品表示法の違反行為の要件が変わることになるが、運用面で何か変わることはあるのか。

目的規定の変更に伴い、実体規定の要件の改正がされたが、光の当て方が異なることになるだけで、何が違反になるかについては変わらない。

(3) 下請法違反事件の処理状況等

購入強制事件について初の勧告を行ったとのことであるが、当該案件は運輸業者がラーメンを買わせるというものであった。公正取引委員会のガイドラインには、取引と若干関連するサービスの購入を強制することについて規定があったと思うが、購入強制の実態はどうなっているのか。また、親事業者が自主的に申告したと

いう事案が2件あったとのことだが、カルテルのリーニエンシー制度のように課徴金減免の利益があるわけでもないのに、親事業者がなぜ自主的に申告する気になるのか分からないので、教えていただきたい。

購入強制の勧告事件については一般的な事案ではないと考えている。また、自主申告の最大の実益は勧告されない、したがって企業名が公表されないということにあると思う。

内部統制システムを作り、機能し始めると、違反行為が見つかるものであるのに、違反行為を自主申告し、かつ自発的な改善措置を採っていたために勧告はしなかったという事案の処理の仕方を公正取引委員会が公表するということはコンプライアンスの推進に大きく貢献するのではないかと考えている。

自主申告の場合には、企業名は公表しないとのことであるが、どういう社外役員がいるのか、どういう取組をしていたのかが分かれば、企業社会が良くなるのではないか。

平成20年度の後半は未曾有の景気後退で輸出企業を中心に業績が悪かったが、この点と今回の違反行為の増加との関係はどのように整理しているのか。また、重点的な業種調査を行ったことは違反行為の抑止という点でかなりの意味を持ったと考えているのか。

時点の問題もあるので、景気の悪化と違反行為の増加を具体的に関係付けるのは難しい。業種調査については、遵守意識が高まったのではないかと期待している。

書面調査は定期的を実施しており、去年は5・6月に行ったとのことだが、経済情勢の悪化が起こったことに応じて、6月以降にもう1回定期調査を行うといった方策は採られたのか。

定期調査は去年は1回行ったのみで、経済情勢が変化してから特に行ってはいない。経済情勢の悪化への対応としては業種を絞った重点調査を行っている。

支払遅延や割引困難手形の件数の増加の原因の一つには、金融機関の貸し渋りがあり、現時点では一段落しているところであるが、秋頃に再燃して倒産等が増えるとの予想もあるので、引き続き監視の強化に努めていただきたい。

(4) 主要な企業結合事例

企業結合の件数は減っているとのことだが、判断の難しい事件もあり、公正取引委員会の企業結合審査の負担が減ったというわけではないと理解している。一方で、審査の迅速化の要請はあると思うので、企業結合審査については、審査チームの力を増強して、迅速な結論を出していただくよう努力していただきたい。

以上

(文責：公正取引委員会事務総局 速報のため事後修正の可能性あり。)