

規制の政策評価における競争状況への影響の把握・分析に係る
事務参考マニュアル

Version 1.1

令和元年6月27日 公正取引委員会事務総局

目次

マニュアル作成の背景及び目的等	1
第一 競争評価の概要	2
第二 競争評価チェックリスト回答に当たっての考え方	4
第三 事後評価の実施に当たっての考え方	18
第四 より効果的な評価を行うための視点	23

<お問い合わせ先>

公正取引委員会 事務総局 経済取引局 調整課

電話 03-3581-5483 (直通) FAX 03-3581-1945

メールアドレス kyouso-hyouka-0-jftc.go.jp

※メール送信の際には「-0-」を「@」に置き換えて利用してください。

マニュアル作成の背景及び目的等

平成 29 年 7 月 31 日に、公正取引委員会事務総局は、競争評価¹の手順等をまとめた「規制の政策評価における競争状況への把握・分析に関する考え方について」（以下「競争評価に関する考え方」という。）及び「競争評価チェックリスト」を作成・公表した。本マニュアル（平成 29 年 9 月 26 日公表）は、「競争評価に関する考え方」を補足するものとして、実際に競争評価を行う上での実務的な観点から参考となる事例等を示している。その後、令和元年 6 月 27 日に、各府省における競争評価の実施状況を踏まえ、説明を追加する等の改訂を行った。競争評価に関する考え方、チェックリスト及び本マニュアルを通じて競争評価の実務に対する理解を深めることが望ましい。

¹ 行政機関が規制を新設又は改廃する際に発生する効果や負担を予測・評価する規制の政策評価制度のうち、規制の新設又は改廃による波及的な影響の一部として、競争状況に与える影響を評価するもの（以下、「競争評価」という。）。

第一 競争評価の概要

1. 競争評価の対象

【要点】

- 競争評価は、規制の政策評価の一部であり、規制の新設又は改廃によって発生する効果や負担のうち、競争状況に与える影響を予測・評価するもの。
- 規制には、経済的規制及び社会的規制等の様々な種類の規制が存在するが、どのような規制であっても、競争に影響を及ぼす可能性がある。
- 規制の政策評価の対象となる規制は競争評価の対象となる。また、簡素化した評価手法の対象となる規制の新設又は改廃や、規制を緩和する改廃についても競争評価の対象となる。
- 国民への説明責任の観点から、規制の政策評価の対象とならない規制であっても各行政機関が競争評価を行うことが推奨される。

競争評価は、規制²の政策評価制度のうち、規制の新設又は改廃による波及的な影響の一部として、競争状況に与える影響を評価するものであり、競争評価の対象は規制の政策評価の対象と同じである。そのため、評価の進め方（評価の時期）、規制の新設又は改廃を行わない場合に生じると予測される状況（ベースライン）、代替案など、評価に当たっての基本的な考え方は規制の政策評価の考え方に準じる。例えば、ベースラインの設定についても、規制の政策評価と同様に、規制の新設又は改廃をしない場合に、この先どのような競争状況になるかを想定し、これをベースラインとした上で、規制の新設又は改廃を実施した場合との差分を規制の新設又は改廃が競争状況に与える影響と考える。

規制には、産業の健全な発展等を目的とした価格規制、数量規制等の経済的規制と、国民の生命・財産の安全確保、環境保全、消費者保護、文化の保護等を目的とする安全規制、環境規制等の社会的規制がある。経済的規制がその内容によって競争に影響を及ぼす可能性があることは容易に理解されるが、社会的規制についても経済活動に対する効果や負担を伴う場合や、事業者の経済活動に対する制限の内容や程度によっては、事業者の自由な事業活動を妨げ、新たな事業活動を展開していくことを困難にすることがあり、経済的規制以外の規制についても競争評価を行う必要がある³。

また、簡素化した評価手法を用いた規制の政策評価についても、波及的な影響の把握が必要とされ、通常の規制の政策評価と同様に競争評価を行うため、本マニュアルは簡

² 行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令（平成13年政令第323号）第3条第6号に規定する規制の新設又は改廃を目的とする政策。

³ OECD競争評価ツールキット（第2巻：ガイダンス）においても、社会的規制も競争評価の対象としている。例えば、「各種の正当な社会的・経済的利益の達成を目的として政府により規制が法制化されているが、競争の拡大により国内経済や消費者に便益が及ぶ可能性がある点を念頭に置くことが肝要である。」（P9）といった記載がある。

邦訳版 URL <https://www.oecd.org/daf/competition/JAPANESE%20-%20Guidance%20-%20Vol%202.pdf>

素化した評価についても当てはまるものである⁴。さらに、規制を緩和する改廃についても、規制の政策評価と同様に競争評価を行う。競争評価を行う際の評価の単位についても規制の事前評価と同じ評価の単位（ユニット）を設定する。一つの規制の事前評価書に複数の評価の単位が含まれる場合には、評価の単位ごとにそれぞれチェックリストを作成する。規制の事前評価で設定した代替案についても、競争状況への影響を把握するため、チェックリストを作成する。

なお、事前評価を行うことが義務付けられた規制以外のもの（規制以外の法令、省令・告示、行政指導、個別行政処分、地方自治体の条例等）についても、競争に影響を及ぼすことがあり得るため、競争評価に関する考え方やチェックリストを参考に競争への影響を把握することが推奨される⁵。公正取引委員会では、地方公共団体職員のための競争政策・独占禁止法ハンドブック⁶を作成・公表しており、地方行政における想定事例とともに、競争評価チェックリストの活用方法を示している。

2. 競争評価に当たっての基本的な考え方

【要点】

- 一度生じてしまった規制による経済的損失は埋め合わせることができないため、規制による競争への影響については、慎重に検討・把握する。
- 規制の規模が大きくなるほど、事業活動に与える影響は大きくなるため、競争への影響をより慎重に検討・把握することが望ましい。
- 競争評価は、規制による影響のうち間接的な影響である「波及的な影響」の一部として競争状況への影響のみを把握・分析するものである。競争状況への影響以外の、直接的な影響である費用、効果（便益）やその他の間接的な影響は、競争評価の対象外である。

規制は、一度導入されると、規制の影響を受ける業界によっては、規制の存在が前提条件となり、規制の撤廃が困難になることがある。このため、状況が変化しても、規制の見直し、変更は容易ではなく、規制がそのまま温存されるおそれがある。

また、規制が競争に影響を及ぼす場合、市場で事業活動を行う多くの事業者の多様な活動を制限するなどの経済的損失を発生させることがある。また、仮に規制を変更したとしても、規制によって一度発生してしまった経済的損失を埋め合わせることができない。そのため、規制が競争に影響を及ぼす場合は、競争評価により、その影響を慎重に検討・把握することが必要である。

⁴ 簡素化した評価手法の詳細については、「規制の政策評価の実施に関するガイドライン」（平成19年8月24日政策評価各府省連絡会議了承）を参照のこと。

⁵ OECD 競争評価ツールキット（第2巻：ガイダンス）においても、競争評価は中央省庁のみならず、全ての行政機関にとって有益なものであり、地方自治体にツールキットを適用することができる旨が記載されている（P3）。

⁶ <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/mar/190318.html>

一般的に規制の規模が大きくなれば、新設又は改廃に伴う費用も大きくなる。競争に及ぼす影響についても同様であり、規模の大きい規制が競争に影響を及ぼす場合、その影響も大きくなるため、規模の大きい規制については、競争評価により、その影響を慎重に検討・把握することが望ましい。

ただし、規模の大きくない規制であっても、中小事業者が強く影響を受けるような規制である場合等には、事業活動に与える影響が事前の想定を超えるものとなることがある。したがって、そのような規制についても、競争評価によりその影響を慎重に検討することが望ましい。

なお、競争評価は、規制による影響のうち「波及的な影響」の一部として競争状況への影響のみを把握・分析するものである。競争状況への影響以外の、直接的な影響である費用、効果（便益）やその他の間接的な影響は、競争評価の対象外である（これらは、規制の政策評価全体の中で把握・分析され、最終的な規制の評価がなされるので、競争への負の影響があることのみをもって、規制が正当化されないわけではない。）。例えば、安全規制や特定の設備の設置を義務付ける規制により参入が制限されれば、競争への負の影響は生じ得るが、これらの規制が目指している安全の向上といった効果により、規制が正当化されることはあり得る。しかし、これらの効果の把握・分析は、競争評価においてではなく、規制の政策評価においてなされる必要がある⁷。

第二 競争評価チェックリストの回答に当たっての考え方

1. 競争評価チェックリストの回答に当たっての前提

【要点】

- 一定の需要者又は供給者を対象にして複数の者が事業活動を行っているという通常想定される事業活動は、広く競争評価における競争⁸に該当する。
- 競争評価という事業とは、商品・役務等の何らかの経済的利益の供給に対して、対価等の反対給付を反復継続して受ける経済活動のことである。
- 競争評価における事業者とは、事業を行う者であり、営利団体であるか非営利団体であるか、個人であるか法人であるか、民間事業者であるかそうでないかを問わず幅広く含まれることになる。

(1) 競争について

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第2条4項によれば、競争とは「二以上の事業者がその通常の事業活動の範囲内において、かつ、当該事業活動の

⁷ ただし、これらの規制であっても、例えば、形状・材質等の詳細を定めるいわゆる「仕様規定」ではなく、不可欠な性能のみを定める、いわゆる「性能規定」とすることにより、競争への負の影響を軽減することができる場合がある。このような場合には、性能規定とすることなどにより競争への負の影響を軽減していることを競争評価において把握・分析することが可能である。

⁸ 競争評価においては競争が行われている市場を特定することが望ましい。その考え方については後記（第四 より効果的な評価を行うための視点（P21））。

施設又は態様に重要な変更を加えることなく次に掲げる行為をし、又はすることができる状態をいう。

- 一 同一の需要者に同種又は類似の商品又は役務を供給すること
- 二 同一の供給者から同種又は類似の商品又は役務の供給を受けること

である。競争評価でいう競争もこれと同様の意味である。

その事業活動が収益性を有するか、適法か、健全かといった点等は、その事業活動が競争に該当するかどうかと関係はない。具体的には、例えば下記のような行為であっても、競争評価における競争に該当すると考えられる。

【競争に該当する例】

- 二以上の教育・研究機関が提供する教育・学術サービスの提供
- 二以上の自然物の採取を行う者が行う自然物の生産・販売
- 二以上の者による風俗環境に害を及ぼし得る遊技サービスの提供

このような事業活動をも競争に含むということからも、一定の需要者又は供給者を対象にして複数の者が事業活動を行っているという通常想定される事業活動は、広く競争評価における競争に該当する。

(2) 事業者について

「競争評価に関する考え方」(P3)に記載のとおり、事業者とは事業を行う者を指す。一般的に事業とは商品・役務等の何らかの経済的利益の供給に対して、対価等の反対給付を反復継続して受ける経済活動を指し、大半の経済活動が事業に該当する。また、事業を行う主体の法的性格は問うものではなく、営利団体であるか非営利団体であるかどうかや、個人であるか法人であるかどうか、民間事業者であるかどうかを問わず、事業を行う者は、全て事業者に該当する。

また、事業者には、現に事業を行っている者のみならず新規参入者（新規参入を検討している事業者や新規参入し得る潜在的事業者）も含まれるほか、直接規制を受ける事業者のみならず、間接的に規制を受ける事業者等、規制の新設又は改廃によって影響を受ける事業者が広く含まれる。

【事業者に該当する例】

- 工業製品の製造・販売を行っている者
- 教育・学術サービスを提供し、その対価として授業料等の給付を反復継続して受ける学校、学習塾、カルチャースクール等の教育機関
- 農作物や海産物を生産・販売し、その対価を反復継続して受ける第一次産業従事者
- 風俗環境を害し得るような、遊技サービスの提供や酒類を提供する飲食店を営み、その対価を反復継続して受ける者
- 資格を要するサービスを提供し、その対価を反復継続して受ける個人（公認会計士、行政書士、弁護士、医師等）

※ 資格を要するサービスについては、資格を有する個人が事業として提供するほか、資格を有する個人が特定の事業者に従業員として雇用され、当該事業者が事業として提供する場合がある。この場合、資格を有する個人も当該事業者を離れて事業を行い得る場合、個人が潜在的な事業者であることは否定されない。

【事業者該当しない例】

- 総体として観念されている「国民」（例えば、税や社会保障等に係る届出義務を課される個人）
- 行政機関
※ 行政機関が事業活動を行っている場合、当該活動は事業に該当し、行政機関も事業者となる。
- 個人として事業活動を行っていない従業員

2. 競争評価チェックリストの回答を行う段階や手順について

【要点】

- 競争評価も規制の政策評価と同様に、規制検討段階及びコンサルテーション段階等で活用されることが望ましい。
- チェックリストは、規制により競争に負の影響を及ぼす可能性がある事項を質問項目にしたものであり、政策立案を担当する職員によって判断の差が出ないように、可能な限り外形的に判断できるようにしている。
- ある質問項目の回答内容が他の質問項目の回答内容と重複する場合もある。その際は、いずれか一方を「はい」と回答するのではなく、いずれにも「はい」と回答することになる。
- チェックリストの各質問に対して「はい」又は「いいえ」と回答し、いずれの場合も回答の理由（具体的な影響内容や説明を含む。）を記載する。いずれかの質問に対して「はい」と回答している場合は競争に負の影響を及ぼす可能性があるとして整理され、全ての質問に対して「いいえ」と回答している場合は基本的に競争に負の影響を及ぼさないと整理される（ただし、全ての質問に対して「いいえ」と回答している場合であっても、付加的な要素を勘案すると競争に負の影響を及ぼす可能性がある生じる場合もある）。
- チェックリストの各質問に対する全ての回答を踏まえて、「結論」に、規制が具体的に競争にどのような影響を及ぼす可能性があるのかを記載する。この「結論」の記載が競争評価の結果となる。そして、競争に負の影響を及ぼす可能性がある場合は、これを規

制の事前評価書の「4 副次的な影響及び波及的な影響の把握」欄に記載する。

- チェックリストの質問項目は、あらゆる規制に適用する一般的なものであるため、規制に関係する個別事情を全てチェックできるものではない。チェックリストの質問項目以外に、規制に関係する個別事情が競争に影響を及ぼす可能性がある場合は、付加的な要素として「結論」欄に記載することが可能である。

(1) 競争評価を行う段階について

競争評価は、規制の政策評価の一部であることから、競争評価を行う段階は規制の政策評価に従う。「規制の政策評価の実施に関するガイドライン」(P3)によれば、「政策立案プロセスの各段階において活用されることが望ましい。」ことから、競争評価についても、規制のライフサイクルにおける評価の一要素として活用されることが望ましい。

「規制に係る政策評価の事務参考マニュアル」(P4)においては、規制検討段階、コンサルテーション段階、規制決定段階に分けて、各段階の留意事項が示されているが、競争評価については、例えば、以下のような活用の方法がある。

チェックリストの記入については、まず規制検討段階において政策立案の担当者が「はい」、「いいえ」の回答案を作成する(規制検討段階では「はい」、「いいえ」のどちらも回答できない項目がある場合、不明点を明確にしておくことも重要である)。その後、コンサルテーション段階で利害関係者や有識者から関連情報を収集した上で、適宜チェックリストの回答案を追記・修正し、規制検討段階で不明点があった場合はその点も回答する。その後の規制決定段階において、規制検討段階やコンサルテーション段階から内容が大きく変わった場合は、競争評価を再度行うことは有用であり推奨される。

(2) 競争評価の手順について

- 競争評価チェックリストの「はい」、「いいえ」について

これまでの試行的実施の状況を踏まえると、競争評価は政策立案を担当する職員によって、その判断に差が生まれやすいため、チェックリストの質問項目は、規制の内容に基づき外形的に判断し、回答できるようにしている。

政策立案を担当する職員は、チェックリストの個々の質問項目に回答する際に、規制の事実関係等に基づき、「はい」又は「いいえ」と回答しその理由を記載するが、この理由の記載では、「はい」又は「いいえ」と回答した理由についてのみ記載する。例えば、個々の質問項目において「はい」と回答し、その理由の記載では「しかし競争全体には負の影響は及ぼさない」や、「競争への負の影響は限定的である」等「はい」と回答している理由とは異なる記載をしてはならない。個々の質問項目に対する回答は競争評価の一要素であるため、事実関係等に基づき、「はい」又は「いいえ」のどちらかを回答した理由についてのみ回答しなければならない。

また、ある質問項目の内容が他の質問項目の内容と重複する場合もある。その際は、いずれか一方のみに「はい」と回答するのではなく、いずれにも「はい」と回答する。例えば、ある許認可等を設定する規制について、地理的制限を行うことが許認可等の条件となっている場合、この規制についてはチェックリストの「(1) 事業者の数の制限」の「問1：規制が、事業活動の要件として許認可等を設定するか」及び「問2：規制が、事業者が活動する地理的範囲を制限するか」のどちらの質問項目に対しても「はい」と回答する。

● 「結論」(競争に影響を及ぼす可能性がある整理されるか否か)について

チェックリストの「結論」欄の記載方法としては、チェックリストのいずれかの質問に「はい」と回答している場合には、基本的には競争に負の影響を及ぼす可能性があるものとして整理されるため、該当する質問項目についての具体的な影響の内容を記載することが競争評価の「結論」となる。そして、この「結論」を規制の事前評価書の「4 副次的な影響及び波及的な影響の把握」⁹欄(規制の事前評価書【様式1】参照)に記載することをもって競争評価の作業が完了する。チェックリストのいずれかの質問に「はい」と回答しているにもかかわらず、「結論」欄で十分な説明なしに競争に負の影響を及ぼさないとはできない。

ただし、チェックリストの質問に「はい」と回答している場合でも、下記のような付加的な要素として規制に関係する個別事情を考慮すると、競争に負の影響を及ぼさない場合もある。この場合は、チェックリストの質問に「はい」と回答していても、競争に負の影響を及ぼさないものと整理されるため、この整理が競争評価の「結論」となる。

各質問に全て「いいえ」と回答している場合、基本的には競争に負の影響を及ぼさないものとして整理されるため、その旨及び各質問への回答を踏まえた理由を記載することが競争評価の「結論」となる。

ただし、全ての質問に対して「いいえ」と回答している場合であっても、下記のような付加的な要素として規制に関係する個別事情を考慮すると、競争に負の影響を及ぼす場合もある。この場合は、チェックリストの全ての質問に「いいえ」と回答していても、競争に負の影響を及ぼす可能性があるものとして整理されるため、この整理が競争評価の「結論」となる。そして、この「結論」を規制の事前評価書の「4 副次的な影響及び波及的な影響の把握」欄に記載することをもって競争評価の作業が完了する。

なお、「結論」欄の記載については、チェックリストの個々の質問項目の回答内容、及びそれらの回答の事実関係等と異なることがないように記載しなければならない。

⁹ 代替案については、競争評価チェックリストの質問に回答した結果、競争に負の影響を及ぼす可能性があるとの結果となった場合には、最終的な評価結果を「6 代替案との比較」の欄に「副次的な影響及び波及的な影響」として記載する。

競争に負の影響を及ぼさないという「結論」の場合であっても、競争評価の結果を規制の事前評価書に記入することは妨げられない。特にチェックリストの質問に「はい」の回答があり、付加的な要素として規制に関係する個別事情を考慮し、競争に負の影響を及ぼさない「結論」で整理される場合については、「結論」についての説明責任を果たす観点から競争評価の結果を規制の事前評価書に記入することが望ましい。

●付加的な要素について

チェックリストの質問項目は、あらゆる規制に適用される一般的なものであるため、市場の構造や現在の競争状況等の規制に関係する個別事情が全て網羅されていないことから、チェックリストの質問項目以外に、規制が競争に影響を及ぼす可能性のある個別事情がある場合は、そうした個別事情を付加的な要素として「結論」欄に記載する。

付加的な要素には、チェックリストの個々の質問項目において「はい」と回答したものの、規制に関係する個別事情を考慮すると、「はい」と回答した理由とは異なる事情が存在するために、結果的に競争に負の影響を及ぼさない場合や、全ての質問に対して「いいえ」と回答したものの、規制に関係する個別事情を考慮すると、「いいえ」と回答した理由とは異なる事情が存在するために、結果的に競争に負の影響を及ぼす可能性がある場合が含まれる（ただし、競争評価における検討である以上、この規制に関係する個別事情は競争に関係するものに限られる。）。

競争に影響を及ぼす可能性のある個別事情としては、例えば、上限価格規制を設ける場合、チェックリストの「(2) 事業者の競争手段の制限」の「問1：規制が、事業者が供給する商品・役務の価格、数量を制限するか」に「はい」と回答することになるが、「市場が寡占状態であり、価格が上限価格よりも非常に高い水準でとどまっているため、上限価格規制によって、市場がより競争促進的になると考えられる」という事情が存在する場合には、「結論」欄にそのように記載することも可能である。また、規制の対象となる商品の売上高は、当該商品の市場の1%程度にしか過ぎない等の理由で、競争に負の影響を及ぼすとは考えがたい場合にも、「結論」欄にそのように記載することも可能である。

ただし、これらの事情が生じている場合には、可能な限り具体的・定量的に示すことが望ましい。

また、例えば、需要者（消費者）が現在選択している商品・役務を乗り換える際に金銭的な負担を課すような、スイッチングコストを上昇させる規制を設ける場合、チェックリストには該当項目が存在しないが、スイッチングコストの上昇によって、事業者の競争意欲が減退する等の事情が存在する場合は、規制に関係する個別事情に該当する。このような場合、全ての質問に対する回答が「いいえ」であっても、競争に負の影響を及ぼす可能性があるため、「結論」欄にこの旨を記載すると同時に、規制の事前評価書の「4 副次的な影響及び波及的な影響の把握」欄への記載も必要と

なる。

一方、例えば、製品の規格統一を行う規制を設ける場合、チェックリストの「(2) 事業者の競争手段の制限」の「問2：規制が、事業者が供給する商品・役務の種類、品質、性能、規格等を制限するか」に「はい」と回答することになるが、「規格を統一することによって、製品の安全性を確保する」ことは、競争に係る付加的な要素には該当しないため「結論」欄に記載しない。

●その他

競争に負の影響を及ぼす可能性があるとの結論となった場合は、事後評価を実施する際の指標を設定し、規制の事前評価書の「8 事後評価の実施時期等」の欄（規制の事前評価書【様式1】参照）に記載する。指標については後記第三を参照されたい。

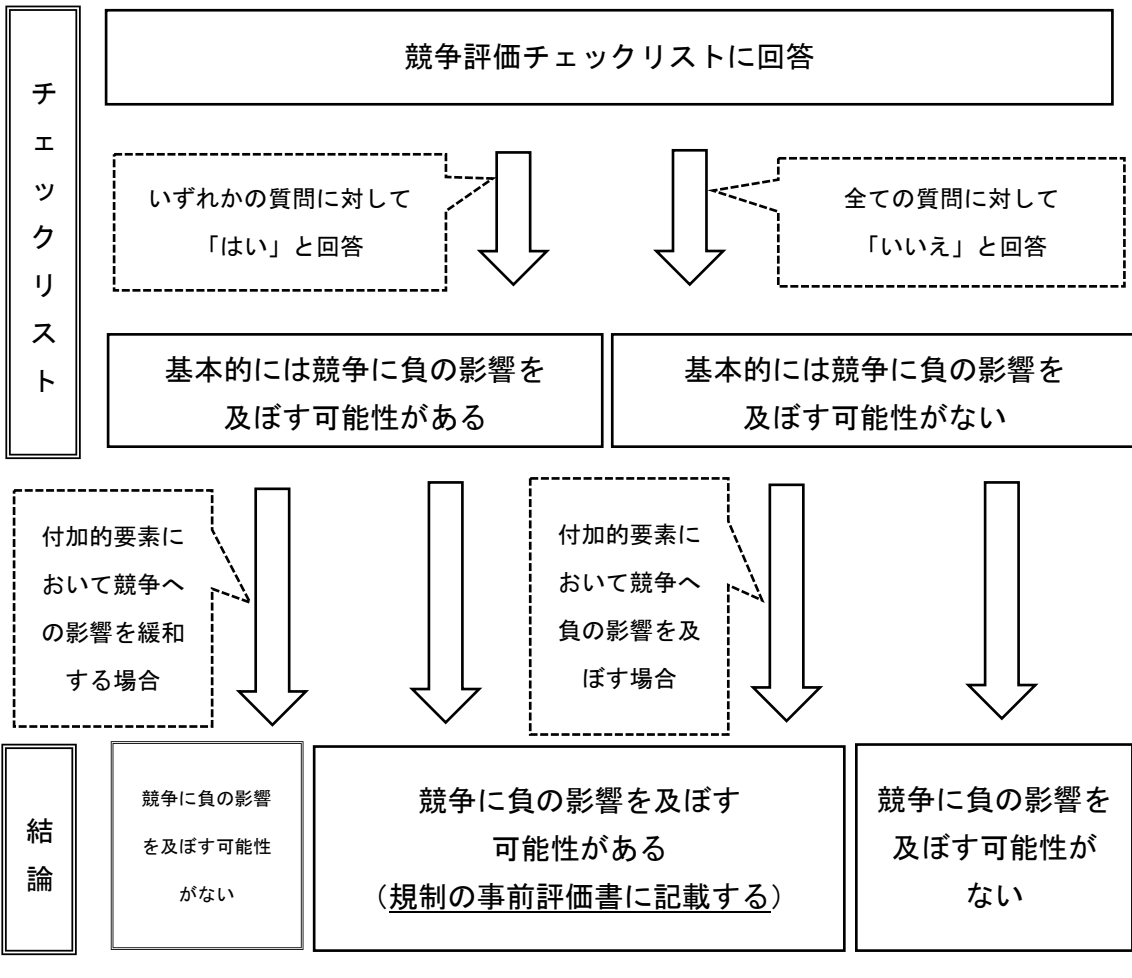
作成したチェックリストは、規制の事前評価書の提出と併せて総務省に提出し、総務省は、試行的実施と同様に本格的実施においても、受領したチェックリストを公正取引委員会へ送付する。公正取引委員会は、送付を受けたチェックリストについて、引き続き、総務省と連携しつつ、必要に応じて、競争評価の更なる改善や競争制限的な規制の分析等の観点から活用する。

なお、競争評価の結果を導出するプロセスとなるチェックリストについては、各行政機関において公表することは求められていないものの、規制の政策評価の「国民への説明責任を果たすことに資する」¹⁰という目的に照らすと、自主的に公表することが推奨される。

¹⁰ 規制の政策評価の実施に関するガイドライン（P1）参照。

【競争評価フローチャート】

新設又は改廃される全ての規制（簡素化した評価手法による規制や規制緩和も含む）



3. 競争評価チェックリストの考え方及び「はい」「いいえ」と回答する基準の例

競争の観点から、どのような基準でチェックリストに回答するか判断が難しいこともあると考えられる。そのため、チェックリストの個々の質問項目に対して回答する際の参考となる事例を以下に示すこととする。

(1) 事業者の数の制限

事業者の参入・退社は、本来、市場における競争を通じて決められるべきものであり、事業者の数を制限するような規制は、市場メカニズムに直接的な影響を及ぼすものである。規制が事業者の数の影響を与えられられる場合、以下の問1から問3のいずれか又は複数の質問に該当し得ると考えられる。「はい」の具体的な理由として、規制がどのような影響を及ぼして、事業者の数を制限することになるのかを記載することが望ましい。

問1：規制が、事業活動の要件として許認可等を設定するか。

本質問では、事業活動の要件として許認可等を設定することで、市場における事業者の数を制限する場合に「はい」と回答する。このため、許認可等を設定する場合であっても、市場における事業者数を制限しないことが明らかな場合は「いいえ」と回答する。
※ 許認可等とは、行政手続法第2条第3号にいう許認可等を指し、行政庁の許可、認可、免許、その他の何らかの利益を付与する処分をいう。許可、認可、免許以外にも、承認、認定、決定、検査、登録等も含まれる。

【(1) 問1に「はい」となる例】

- 事業を行うに当たっての許認可要件を改正する規制（例えば、商品の安全性や信頼性を高めるために、事業者の技術等を一定水準以上に保つよう事業開始の許認可基準を強化する、事業者の財務能力を担保するため資本要件を強化する等）。
※ 許認可等の設定は、許認可等の根拠規定を新設する場合のみならず、許認可等の基準を改正するなど、許認可等を実質的に設定すると考えられる場合も含まれる。
- ある名称を用いて事業を行う又は商品・役務を提供することを一定数の事業者のみに認める規制。
※ 当該名称を用いずとも同種の事業が行える場合又は商品を提供することができる場合は該当しない。なお、本質問のほか(2)問3に該当する可能性がある。
- 一定数の事業者のみに公共調達制度への参加を認める規制。

【(1) 問1に「いいえ」となる例】

- 事業者ではない個人や団体に対し、その所有する物の使用や変更に合わせて、許可の取得を義務付ける規制。

- 事業の開始に当たって届出を義務付けるが、代表者の氏名や事業所の所在地等を記載した書類を提出することで足り、実質的な負担を求めない規制。なお、届出の負担によって、市場における事業者数が制限されないことについて、可能な限り具体的に・定量的に示すことが望ましい。
- 既に設定されている規制を緩和する場合。

問2：規制が、事業者が活動する地理的範囲を制限するか。

本質問では、事業者が活動する地理的範囲を制限することで、市場における事業者の数を制限する場合に「はい」と回答する。このため、地理的範囲を制限する場合であっても、市場における事業者数を制限しないことが明らかな場合は「いいえ」と回答する。

【(1) 問2に「はい」となる例】

- 本来自由に取り扱える地理的範囲の中で、特定の地域への商品・役務の供給を制限する規制（商品・役務の供給地域を分割する規制、事業者が活動可能な地区を定めそれ以外での活動を制限する規制、特定の地域をまたがる商品の移動を制限する規制等）。
- 特定の地域において既存の店舗から一定の距離をおかなければ事業活動を行うことができないとする規制。

【(1) 問2に「いいえ」となる例】

- 商品の製造地域や産地の表示を義務付ける規制。
 - ※ 表示に関する制限が行われるが、商品の提供地域や事業活動が可能な地域自体が制限されるものではない。なお、(2) 問3に該当する可能性がある。
- 広告の具体的な設置場所を制限する規制。
- 事業の開始に当たって、都道府県知事の許可の取得を義務付ける規制。
 - ※ ただし、規制の対象となる事業が供給する商品・役務について、都道府県の範囲を超えて取引することが通常である場合、事業者が活動する地理的範囲を制限するときは「はい」となる。都道府県の範囲を越えて取引されないものである場合は、当該質問については「いいえ」となるものの、(2) 問3に該当する可能性がある。
- 既に設定されている規制を緩和する場合。

問3：規制が、既存事業者と比べて新規参入者に対してより大きいコストを負担させるか、又は新規参入に際して負担が生じ退出する際に回収できないコストを発生させるか。

【(1) 問3に「はい」となる例】

- 既存の設備には義務を課さないが、新規に設置する設備には義務を課す規制（既存の生産工場には新しい規制を免除し、新設される生産工場には、新しい規制の要件を

満たすことを求める規制等)。

- 商品の安全性や信頼性を高めるために、事業開始の許認可基準を厳格化し必要な投資額を増加させたり、特殊な資格を保有する従業員の配置を求めたりすることで、事業活動に最低限必要とされる資本や人員配置要件を引き上げる規制。

※ 新規参入者が資本や労働力を容易に集めることができるなど、新規参入者にとって基準・要件を満たすことが容易であり、既存事業者がコスト面で優位とならない場合は、該当しないと考えられる。

- 特殊な用途のみに用いられ、売却が不可能だったり他の用途に転用できない機器や設備を導入することを求める規制。

※ 通常、サunkコスト（埋没費用）と呼ばれるものであり、新規参入に際して新たに発生し、退出時に回収不可能なコストである。サunkコストは、事業を行うために必要な機器や設備に要する費用であるため、既存事業者も新規参入者も負担をしなければならないものである。既存事業者が負担したサunkコストよりも新規参入者に負担させるサunkコストを引き上げるような規制の新設又は改廃は参入障壁となる。また、既存事業者はサunkコストを負担する必要がなかったが、新規参入者のみにサunkコストを負担させる規制も、参入障壁となる。

【(1) 問3に「いいえ」となる例】

- 一定の機器や設備の導入を求める規制であるものの、当該機器や設備が容易に売却できたり、他の用途に転用できる場合（コストではあるが、サunkコストではない）。なお、当該機器や設備が容易に売却できたり、他の用途に転用できることについて、可能な限り具体的・定量的に示すことが望ましい。
- 新たに必要となるコストが小さく、既存事業者と新規参入者の間にコスト面での非対称性が生じない場合。なお、必要となるコストが小さいことや、既存事業者と新規参入者の間にコスト面での非対称性が生じないことについて、可能な限り具体的・定量的に示すことが望ましい。

(2) 事業者の競争手段の制限

事業者が、どのような商品・役務をどの価格水準で販売するのか、どのような販売方法・宣伝方法を選択するのか等の事業者の競争手段を制限するような規制は、事業者の自由な行動を制限することによって、市場メカニズムに直接的な影響を及ぼすものである。そのため、規制が事業者の競争手段に制限を与えられられる場合、以下の問1から問3のいずれか又は複数の質問に該当し得ると考えられる。「はい」の具体的な理由として、規制が事業者のどのような競争手段を制限するかなどを記載することが望ましい。

問1：規制が、事業者が供給する商品・役務の価格、数量を制限するか。

【(2) 問1に「はい」となる例】

- 上限価格を設ける規制, 下限価格を設ける規制, 価格帯規制を設ける規制(上限及び下限価格規制)。
- 価格の許認可等を設ける規制。
- 生産割当て等事業者の供給量を制限するような規制。

【(2) 問1に「いいえ」となる例】

- 既に設定されている規制を緩和する場合。

問2：規制が、事業者が供給する商品・役務の種類、品質、性能、規格等を制限するか。

【(2) 問2に「はい」となる例】

- 商品の性能基準を設けることで性能を制限する規制。
- 商品の最低品質を確保するために、商品の製造方法を一定の方法に制限する規制。
※ ある事業者にとって、製造方法が重要な競争手段である場合(例えば、コスト上の優位性を確保するなど)、規制が商品の最低品質を確保するものであっても、その規制が競争手段の制限になる可能性がある。
- 価格変動の大きい高リスクの商品の販売を禁止する規制。
- 特定の化学物質等の原材料を含有した商品の製造・販売を禁止する規制。

【(2) 問2に「いいえ」となる例】

- 事業者に対して、商品・役務の供給に直接関連しない、特定の職種の従業員の配置を義務付ける規制。
※ ただし、例えば土業の場合など、従業員の配置が、事業者の商品・役務の供給に影響を与えるものは「はい」に該当する。また、配置を義務付けられる従業員が、特定の資格や技能を持つ従業員の場合、(2)問3に該当する可能性がある。
- 規制によって制限される対象の商品・役務の種類、品質、性能、規格等について、既存の全ての事業者や将来的な新規参入者が開発する意欲がないと見込まれる場合。なお、既存の全ての事業者や将来的な新規参入者が開発する意欲がないことについて、可能な限り具体的・定量的に示すことが望ましい。
※ 規制によって商品・役務の種類等が制限される点で、競争に負の影響を及ぼす可能性があるが、事業者に当該種類等を開発する意欲がそもそもないのであれば、競争への負の影響は生じないものと考えられる。
- 既に設定されている規制を緩和する場合。

問3：規制が、事業者が供給する商品・役務の広告又は宣伝の方法、営業の方法、販売の方法等を制限するか。

【(2) 問3に「はい」となる例】

- 対面販売以外の販売方法を禁止する規制（購入時に使用方法の説明を対面で行うことを義務付けインターネット上での販売等を制限する規制等）。
- 広告の相手先の制限、広告の開始時期の制限、広告内容の制限、一定の広告を行う義務付けをする規制。

【(2) 問3に「いいえ」となる例】

- 既に設定されている規制を緩和する場合。

(3) 事業者の競争回避的行動の誘発

事業者の中には、市場における競争を回避しようと談合やカルテル等の競争回避的な行動をとる事業者もいる。このような競争回避的な行動を取るために、事業者が提供する商品・役務の価格や生産数量・販売数量の具体的な計画や見通しに係る情報等が必要となる。

ある事業者が他の事業者の生産量や売買価格等の重要な情報を入手することができれば、その事業者は他の事業者の事業活動を容易に予測することができ、談合やカルテル等の競争を回避する行動をとるインセンティブが生じる。

談合やカルテル等の大きな弊害の1つは、需要者（消費者）が商品・役務を得るために支払う金額が、競争が行われている水準と比較して高くなってしまふことにある。その需要者が失った利益を談合やカルテル等を行う一部の事業者が不当に得ていることになる。

したがって、現在事業者間で共有されていない情報について、共有・公開を求める仕組みを導入する規制は、事業者間での情報交換・行動の予測を容易にすることで、談合やカルテル等の競争回避的行動を誘発し、その結果、市場の競争に直接的な影響を及ぼす可能性がある。そのため、このような規制を新設又は改廃する場合は、「はい」と回答する。「はい」の具体的な理由として、どのような情報の交換を促すのか、どの事業者間の情報の交換を促すのかなどを記載することが望ましい。

問：規制が、事業者が供給する商品・役務の価格、数量の具体的な計画や見通し等の情報を公開することを義務付ける、又は事業者間において当該情報の交換を促す仕組みを設けるものか。

【(3) 問に「はい」となる例】

- 事業者に対して一般的には公開されない価格、数量等の公開を義務付ける規制。

- 事業者団体（業界団体）に、事業者が提供する商品の価格、数量等の情報を収集させ、当該情報を管理させる規制。
- 事業者間で連携又は共同して計画を作成したり事業を実施するなど、価格、数量等の情報の交換が促進され得る仕組みを設ける制度。

【(3) 問に「いいえ」となる例】

- 事業者に対して、商品・役務の取扱い上の注意を公開することを義務付ける規制。
- 事業者が一般的に公開している情報を、規制所管府省が公表するため、事業者から報告を徴収する規制。

(4) 需要者が利用できる情報・選択肢の制限

競争による利益を享受するには、供給者（事業者）側だけに着目するのではなく、需要者（消費者）側も考慮する必要がある。規制によって、需要者が利用できる情報や選択肢が制限される場合、供給者である事業者は、自らが提供する商品・役務が選択・消費される可能性が小さくなることから、新たな商品開発への投資や、現在提供している商品・役務を改善する意欲を失う可能性がある。このようにして、規制が直接的な影響を及ぼす対象が供給者（事業者）であっても、その影響を通じて間接的に需要者（消費者）にも影響を及ぼす可能性がある。

したがって、このような規制を新設又は改廃する場合、競争に負の影響を及ぼす可能性があることから、質問に対して「はい」と回答する。「はい」の具体的な理由として、需要者（消費者）にとって制限されることになる具体的な情報や選択肢を記載することが望ましい。

問：規制が、需要者が利用できる商品・役務の情報・選択肢を制限するか。

【(4) 問に「はい」となる例】

- 需要者（消費者）の正しい選択に資する広告の媒体、回数、場所、内容等を制限する規制。
- ある商品について一般消費者に対する広告を禁止する規制。
- 事業者が需要者に提示できる商品の数や選択肢等を制限する規制。

【(4) 問に「いいえ」となる例】

- 事業者に対し、需要者に商品・役務を供給する際の説明義務を課す規制。

結論

【各質問の回答では競争に及ぼす影響を適切に把握できない例】

- 新規参入者を確保し、競争をより活発にするために、限られた設備を保有する事業者に対して当該設備への新規参入者のアクセスを確保する規制。
 - ※ 被規制事業者の事業活動を制限する点で、競争に負の影響を及ぼす可能性があるが、新規参入者を確保することに資するため、結果的に競争を促進すると考えられる。
- 大きなシェアを有する事業者が存在する市場において料金水準を制限する規制。
 - ※ 市場において大きなシェアを有する事業者の価格設定の自由を制限する点では、競争に負の影響を及ぼす可能性があるが、規制を設けなければ、大きなシェアを有する事業者が自由に価格をつり上げることが予想されることから、その競争回避的な行動を防止し、結果的に競争を維持・促進することができる。

【競争に負の影響を及ぼす可能性があるものの、その影響を緩和する要素がある例】

- 規制により参入に際して一定の設備が必要となりコストが増加するが、当該設備の導入コストのほとんどは事業者に平等に補助金で手当てされる規制。
 - ※ 補助金を申請した事業者にとって実質的にコスト増加とならないため、規制が参入障壁とならず、競争に影響がないと考えられる。

【競争を促進する影響がある例】

- 規制を緩和し、一律に事業者全てのコストを減少させると考えられる場合。
- 虚偽若しくは誇大な広告・営業を排除し、又は需要者（消費者）にとって最低限必要な広告されるべき事項を定める規制。
 - ※ 需要者にとって利用可能な情報を減少させるという点においては、競争に負の影響を及ぼす可能性があるが、需要者の正しい選択を容易にする結果、需要者の利益を確保すると同時に、供給者（事業者）の競争意欲を維持・増加させると考えられる。
- 公平な情報公開を義務付けることで、競争者間においてアクセスできる情報の格差を解消する規制。
- 特定の事業者が規制を回避することができないようにすることにより、事業者間の公正な競争を確保する規制。

なお、これらの事情が生じている場合には、可能な限り具体的・定量的に示すことが望ましい。

第三 事後評価の実施に当たっての考え方

【要点】

- 競争評価においても、規制の事前評価と同様に事後評価を行う必要がある。具体的には、チェックリストの各質問項目に「はい」と回答している場合は、指標を設定し、規

制の事前評価書に記載する。指標を設定するのは、規制の事前評価と同じ段階で行う。

- 簡素化した事前評価においても、チェックリストの各質問項目に「はい」と回答している場合は、指標を設定し、規制の事前評価書（簡素化）に記載する。
- 事後評価のためのベースラインを設定し、そのベースラインからの指標の変化（規制の新設又は改廃前と規制の新設又は改廃後の変化）をもって、競争評価の事後評価を行う。

競争評価の事後評価については、「規制の事前評価において、競争に影響を及ぼす可能性があるとの結果になった場合には、公正取引委員会が別に定めるところにより、競争への影響を把握する指標を設定しておくことが必要である。」（規制の政策評価の実施に関するガイドラインP8）と記載されているとおり、競争評価も事後評価を行う必要がある。

具体的には、チェックリストの各質問項目において、「はい」と回答している場合、基本的には競争に負の影響を及ぼす可能性があるため、規制の事前評価書の「8 事後評価の実施時期等」の欄（規制の事前評価書【様式1】参照）に指標を記載する。また、簡素化した事前評価においても、チェックリストの各質問項目において、「はい」と回答している場合、基本的には競争に負の影響を及ぼす可能性があるため、規制の事前評価書（簡素化）の「6 事後評価の実施時期等」の欄（規制の事前評価書【様式2】参照）に指標を記載する。また、この指標を設定するのは、規制の事前評価と同じ段階で行う。

なお、チェックリストの質問に「はい」と回答している場合であっても、付加的な要素として規制に関係する個別事情を考慮すると、競争に負の影響を及ぼさない場合がある。この場合は、チェックリストの質問に「はい」と回答していても、競争に負の影響を及ぼさないものと整理されることから、指標を記載しなくてもよい。全ての質問に対して「いいえ」と回答している場合であっても、付加的な要素として規制に関係する個別事情を考慮すると、競争に負の影響を及ぼす場合もある。この場合は、チェックリストの全ての質問に「いいえ」と回答していても、競争に負の影響を及ぼす可能性があるとして整理されることから、指標を記載する。

競争評価の事後評価の実施に当たっては、規制の事前評価において、事後評価のためのベースライン（もし当該規制が導入されなかったら、あるいは、緩和されなかったらどうであったかという仮想的状況）を設定することが必要となるが、そのベースラインからの指標の変化をもって、競争評価の事後評価を行う。指標の変化については、規制の新設又は改廃前と新設又は改廃後をそれぞれ定点的に比較することも考えられるが、その間の指標の推移も調査することでより効果的な事後評価を行うことができる。

事前評価において、定性的な記載にとどまる場合、事後評価においても定性的な記載にとどまらざるを得ず、効果的な事後評価が困難となる。したがって、事後評価を効果的に行うためには、事前評価の段階で何らかの定量的な指標を設定する必要がある。以下に示すのは事後評価の指標の例である。

1. 事後評価における定量的な指標の例

- 事業者数（新規参入者数を含む）
- 市場規模
- 開廃業率
- 市場シェア
- 市場集中度（もしくはHHI（ハーフィンダール・ハーシュマン指数）¹¹）
- 商品・役務の価格，数量，種類
- 需要者（消費者）の選択肢の数

定量的な指標として何を設定できるかについては、市場の構造や現在の競争状況等の規制に係る個別事情によるところが大きく、上記の例が全ての規制に当てはまるわけではないが、上記の指標については、多くの規制について、簡易的に市場の競争状況を捉えられるものであり、指標として活用しやすい。例えば、事業者数に影響を与える可能性がある規制については、事業者数や市場シェアを、商品・役務の価格に影響を与える可能性がある規制については、商品・役務の価格や数量を、新規参入に影響を与える可能性がある規制については事業者数や開廃業率を指標とすることが考えられる。

また、競争評価の事後評価を行うに当たっては、必要に応じて、いくつかの指標を組み合わせ分析することも考えられる。例えば、シェアの推移だけでなく、併せて事業者数の推移も考慮することで、より効果的な事後評価を行うことができる。

しかし、個別の規制において事後評価の指標を設定するに当たっては、チェックリストにおいて、「はい」と回答している質問項目や付加的な要素として記載している項目に関連する指標を重点的に設定することが望ましい。

また、規制によって競争に負の影響を及ぼす可能性があるものの、具体的にその影響を受ける要素を特定できない場合、事前評価の規制検討段階やコンサルテーション段階において、需要者（消費者）アンケート、供給者（事業者）アンケート等を実施し、規制によって影響を受ける要素を把握することも考えられる。これらのアンケートにより、需要者が商品・役務の選択の理由として価格を重視していることや、規制が供給者の数に影響を及ぼす可能性があることが判明すれば、これらに関する指標を事後評価の指標とすることが考えられる¹²。

¹¹ 市場シェアにおいて、一部の事業者にシェアが集中しているかを知ることで競争状況や市場構造の集中度を把握できる。HHIは、市場における個々の事業者の市場シェア（%）を二乗した値を計算し、これを当該市場に係る全事業者について合計し算出する（市場における各事業者の市場シェアの二乗の総和）。

算出したHHIについての考え方として、例えば公正取引委員会の企業結合審査においては、[1] 企業結合後のHHIが1,500以下である場合、[2] 企業結合後のHHIが1,500超2,500以下であって、かつ、HHIの増分が250以下である場合、[3] 企業結合後のHHIが2,500を超え、かつ、HHIの増分が150以下である場合については、通常、競争を実質的に制限することとはならないとしており、市場集中度がどの程度以下であれば競争に影響がないかの判断の参考にすることができる。

¹² 指標のファクトとなるデータの収集については、各事業所管官庁における統計に加え、事業所管官庁以外の統計やデータも活用できる。

2. 事後評価における考え方の例

以下、公正取引委員会が過去に発表した実態調査報告書を材料に、指標を活用した規制の競争に及ぼす影響の把握・分析の考え方について例示する（もちろん、下記のとおり分析しなければならないわけではない。）¹³。

○市場シェアを使った例

例：「電力市場における競争の在り方について」P6, P24（平成24年9月公正取引委員会）¹⁴「平成22年度における自由化分野の新電力のシェアは、販売電力量でみて約3.5%であった。地域によるバラつきはあるが、シェアの大きいところでも、東京電力管内の約6%、関西電力管内の約5%であり、自由化後10年以上を経た現在においても、新電力のシェアは依然として小さい。」「…電力市場の現状に照らすと、小売分野において参入が自由化されたにもかかわらず、有効な競争が行われていないと認められる。」

新電力のシェア推移（平成17年度～平成23年度）（単位：%）

年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
シェア	1.96	2.35	2.57	2.54	2.82	3.47	3.56

出所：総需要電力量速報（資源エネルギー庁）

例：「ブロードバンドサービス等の競争実態に関する調査報告書」P14（平成16年4月公正取引委員会事務総局）

→「ADSL事業者ごとのシェアを示す正確な統計は見当たらないものの、各種の公表データにより主な事業者の加入者数ベースのシェア等をみると、…ADSL分野における寡占化の傾向がうかがわれる。」

○価格を使った例 ※ある時点を基準として指数化

例：「電力市場における競争状況と今後の課題について」P11（平成18年6月公正取引委員会）¹⁵

「自由化以降の電気料金について規制分野のうちの電灯料金、自由化分野のうちの特別高圧業務用及び特別高圧産業用を年度ごとにみると、一貫して低下傾向にあることが分かる。特に、各一般電気事業者の供給区域においてわずかながらも競争が行われている特別高圧業務用の料金低下傾向が他の分野と比較して大きい。このことから、PPSとの直接の競争が

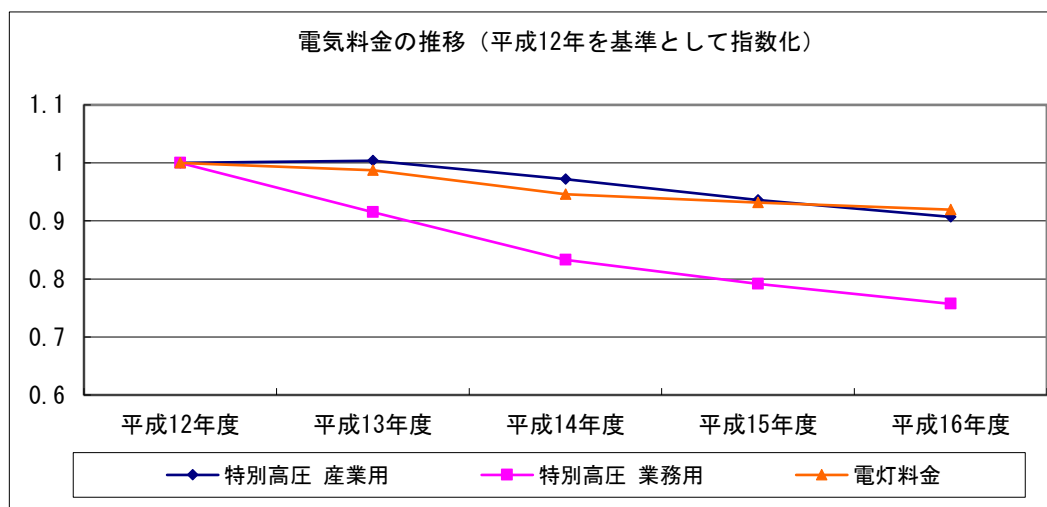
¹³ 公取委において行っている、競争への影響に関するより詳細な経済分析については、例えば「平成28年度における主要な企業結合事例について」を参照。

URL: http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/jun/170614_01.files/170614.pdf

¹⁴ <http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h24/sep/120921.html>

¹⁵ <http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/cyosa/cyosa-sonota/h18/06060703.html>

行われている分野での料金低下は、競争があまり生じていない分野に比して大きく、競争が料金低下の一つの要因となっていると考えられる。」



（出所：経済産業省電力需要調査，資源エネルギー庁HP）

○需要者（消費者）アンケートや供給者（事業者）アンケート，事業者ヒアリングを使った例

（1）需要者へのアンケート

需要者アンケートでユーザーの意識を把握することにより，商品・役務の選択理由から，当該商品・役務についてどのような競争が行われているか推測することが可能である。

（例）

「ブロードバンドサービス等の競争実態に関する調査報告書」P19（平成16年4月公正取引委員会事務総局）

→「ユーザーアンケートでユーザーの意識をみると，…現在利用しているADSL事業者を選択した理由として，他のADSL事業者よりも月額利用料金が安いことを挙げる利用者が33.6%を占め，それが群を抜いて多いことから，料金の高低がユーザーによる事業者選択の重要な要素となっている様子が見られる。このような消費者による事業者選択の意向が上記のような事業者間の料金競争に大きな影響を与えているものと考えられる。」

（2）供給者へのヒアリング・アンケート

事業者数の正確な統計がない場合も，例えば，事業者数については，事業者からのヒアリングにより大凡の推計をすることができる。また，参入事業者数などについては，事業者アンケート調査で参入時期を問うことにより把握することもできる。

（例1）

「ブロードバンドサービス等の競争実態に関する調査報告書」P13（平成16年4月公正取引委員会事務総局）

引委員会事務総局)

→「我が国におけるADSL事業者数についての正確なデータは見当たらないが、事業者からヒアリングしたところによると、平成15年末現在、約50社といわれている。」

(例2)

「ブロードバンドサービス等の競争実態に関する調査報告書」P13（平成16年4月公正取引委員会事務総局)

→「ADSL事業者の参入時期を事業者アンケートでみると、…平成13年を中心に最も活発に参入が行われているが、最近は参入が見られない状態となっている。」

第四 より効果的な評価を行うための視点

【要点】

- 定量分析等の専門的な知識がない場合であっても、例えば、①規制によって影響を受ける市場を特定することや、②規制によって影響を受ける市場の特性を把握することによって、競争評価をより効果的に行うことができる。
- ① 規制によって需要者（消費者）の動向がどのように変化するのか、ある商品・役務が規制によって影響を受けるとき、その他の商品・役務はどのように変化するのか等について把握することにより、規制によって影響を受ける市場を特定することができる。
- ② 市場の現在の競争状況を把握すること、市場における重要かつ主な競争手段を把握すること及び市場における需要者と供給者（事業者）の関係や特徴を把握することにより、規制によって影響を受ける市場の特性を把握することができる。

上記のとおり、競争評価のチェックリストの質問項目は一般的なものであり、政策立案を担当する職員によって、その判断に大きな差が出ないような形式にしている。また、チェックリストの作成に当たっては、経済学等の競争評価に係る専門的な知識は可能な限り必要ないようにしている¹⁶。

一方、チェックリストの作成に当たって、定量分析等の専門的な知識を使わなくても、様々な点を考慮することで、チェックリストの回答の質をより向上させ、効果的な競争評価を行うことができる。

1. 規制によって影響を受ける市場を特定する

規制が競争に影響を及ぼす範囲を適切に把握・分析するためには、規制によって影響を

¹⁶ 一方で、規制の質の向上、国民への説明責任等の観点からは、競争評価をチェックリスト以上の水準で行うことは推奨されるものである。政策評価の定量分析において重要である費用と便益の分析は、競争評価においても同様であり、例えば、便益の1つである消費者余剰や生産者余剰を分析する手法は、定量分析であるものの、競争評価においても活用できる。また、競争に影響を及ぼすような規制を定量的に分析する場合には、需要関数を推計する手法も活用できる。

受ける市場を特定することが望ましい。ここでいう市場の特定とは、規制による影響が、どのような商品・役務の供給や消費に影響を及ぼすかを特定することをいう。市場の特定の範囲を見誤ると、規制によって生じる影響を過大又は過小に評価するおそれがある。

例えば、飲料 A の値下げを行う規制を考える。この規制の影響としては、飲料 A の需要が増加するという影響が生じる。この場合、規制によって影響を受ける市場は飲料 A になる。

しかし、需要者（消費者）にとって、飲料 A が唯一の選択肢ではなく（他にも飲料の選択肢がある）、他の飲料でもいい場合、飲料 A の値下げは、これまで飲料 A を選択することが多かった需要者の飲料 A の値下げによる需要の増加に加え、これまでその他の飲料を選択していた需要者の（飲料 A が値下がりしたことによる）飲料 A の需要の増加も生じる。

この場合、値下げの規制による飲料 A の需要の増加はより大きくなるが、同時にその他の飲料市場の需要の減少を意味する。つまり、飲料 A の値下げの規制の影響を受ける市場を特定する場合、飲料 A の市場だけでなく、その他の飲料の市場の影響も把握する必要がある。このように規制によって影響を受ける市場の特定を行うには、規制によって需要者の動向がどのように変化をするのか、ある商品・役務が規制によって影響を受けるとき、その他の商品・役務はどのように変化をするのか等について把握する必要がある。

また、ある商品 B に人命にかかわる重大な欠陥が発見され、その商品 B の製造を規制する場合を考える。この場合、規制による影響を受ける市場は、商品 B 市場のみであるように思われる。しかし、商品 B を製造するために原材料が必要となる場合、規制による影響は、商品 B の製造事業者だけではなく、原材料の供給事業者にも及ぶ。さらに、商品 B の販売事業者も存在する場合、規制による影響は販売事業者にも及ぶため、その影響はさらに大きくなる。このとき、規制によって影響を受ける市場は商品 B の製造事業者、原材料の供給事業者、販売事業者が存在する市場と特定される。

つまり、規制によって影響を受ける市場を特定する場合は、その規制の影響を受ける直接の事業者に加えて、川上市場（例えば原材料供給市場）の事業者や川下市場（例えば販売市場）の事業者も含める必要がある場合もある。

2. 規制によって影響を受ける市場の特性を把握する

規制が競争にどのような影響を及ぼすかについては、影響を受ける市場の特性（市場の構造や現在の競争状況等）にも左右され、同じ内容の規制でも競争に及ぼす影響は異なる。このため、市場の特性を把握・分析することは重要となる。

（1）市場の構造や現在の競争状況を把握すること

市場の構造や現在の競争状況を把握するデータとして取得しやすいものとしては、例えば以下のものが挙げられる。

- ・新規開業率

- ・ 創業年数
- ・ 市場シェア
- ・ HHI
- ・ 市場規模
- ・ 商品・役務の種類・数

市場の競争状況や構造を把握することにより、その市場において、大規模事業者と中小事業者の割合はどの程度か、新規参入がどの程度起きているか、商品・役務の種類や数が豊富であるか、その市場は競争制限的な市場であるか等を把握することができる。

大規模事業者と中小事業者の割合を把握することは、規制の影響の大きさを推定する参考となる。一般的には、大規模事業者は中小事業者に比較して容易に資本や労働力を集められるため、大規模事業者と中小事業者では負担するコストが同等であったとしても、実質的に大規模事業者と比べ中小事業者に対してより大きいコストを負担させる場合もある。つまり、同じ規制であっても、その生じる影響については同等としない可能性がある。

そのため、他の市場に比較して中小事業者の割合が多い市場では、コスト負担を増加させる規制の影響は、そうでない市場に比較して大きい可能性がある。一方で大規模事業者が新規参入者になることが多い市場では、新規参入に係るコストを増大させる規制であっても、大きな負の影響は生じない可能性もある。

また、市場の競争状況について、仮に市場が独占や寡占状態で、外形的には競争制限的な市場でも、参入・退出に係るコストがかからない、もしくはコストが低い場合であれば、常に潜在的な新規参入者が存在し、独占や寡占状態の市場であっても、競争圧力が生じる¹⁷。

市場規模については、将来的に拡大することが予測される市場で参入のコストを増大させる規制を導入しても、大きな利潤が期待されるため潜在的な新規参入者が発生しやすいという点においては、そうでない市場に比べて競争に及ぼす負の影響は大きくない可能性がある。

設備を導入させるなどの何らかのコスト負担を課す場合に、既存事業者には一定の猶予期間の経過後にコストを負担させ、一方で新規参入者には参入時にコストを負担させる規制は、既存事業者と新規参入者に対してコスト負担の期間について異なる扱いをすることになり、新規参入者にとっては参入障壁となる可能性がある。

(2) 市場における重要かつ主な競争手段を把握すること

規制によって影響が生じる市場において重要な競争手段を把握することも重要である。例えば、ある市場の商品・役務が同質的（性能や性質等がほとんど同じ）であ

¹⁷ コンテストブル市場と呼ばれるものである。

る場合、通常、競争手段は価格になる。このとき、価格を制限する規制を設けることは、競争への負の影響がより大きくなる可能性がある。一方、価格が同じような水準で、品質や性能が重要な競争手段である商品・役務に対して、品質や性能の制限を設ける規制は、競争への負の影響がより大きくなる可能性がある。

また、需要者（消費者）と供給者（事業者）の間の情報の非対称性が大きい市場においては、供給者にとって広告や宣伝が重要な競争手段となるが、このような市場での広告制限や需要者が利用できる情報における制限は、競争への負の影響がより大きくなる可能性がある。

その他、同じ商品・役務であっても、高い価値の商品・役務を提供している事業者と低い価値の商品・役務を提供している事業者が存在する市場において、何らかの理由で商品・役務の種類等を制限し、高い価値の商品・役務の水準を求める規制を設ける場合、低い価値の商品・役務を提供している事業者にとっては事業戦略の変更を伴う大きなコストが生じるため、競争への負の影響が大きい可能性がある。

(3) 市場における需要者と供給者の関係や特徴を把握すること

市場における需要者（消費者）と供給者（事業者）の関係や特徴を把握することも市場の特性を把握するために必要である。例えば、需要者と供給者の価格交渉力について、一般的に、供給者が多い場合は価格交渉力は需要者の方が強く、逆の場合は供給者の方が強くなる。仮に供給者の価格交渉力が弱いときに、供給者間における情報交換を促す仕組みを導入すると、各供給者がカルテルを通じて価格交渉力を増大させるインセンティブを持ちやすくなるため、競争に大きな負の影響を及ぼす可能性がある。

過去に談合やカルテル等の競争回避的な行動が行われたことがある市場において、情報交換を促す仕組みを導入する規制は、より一層、競争回避的な行動を引き起こす可能性があり、競争に大きな負の影響を及ぼす可能性がある。

また、市場へ新規参入が起きにくい（もしくは全く起きていない）市場では、各事業者間で意思疎通が行いやすい状況であり、そのような状況で情報交換を促す仕組みを導入する規制は、より一層、競争回避的な行動を誘発することになり、競争に大きな負の影響を及ぼす可能性がある。

需要の変動が小さい場合（需要が継続的に生じる場合）や、技術革新が少ない場合は、競争者の売上げを奪い、より大きな利益を得るというインセンティブよりも、安定的に継続的に利益を得るというインセンティブが生じやすく、このような状況で情報交換を促す仕組みを導入する規制は、カルテルを形成しやすくするという点で、競争に大きな負の影響を及ぼす可能性がある。