

特殊指定の見直しについて

平成 18 年 5 月 31 日
公正取引委員会

1 これまでの取組状況

公正取引委員会は、制定後長期間を経過し、近年運用実績のない 5 つの特殊指定について、昨年 11 月以降見直しを行ってきたところ、これまでに、下記の 4 つの特殊指定については廃止することとした。

「食品かん詰または食品びん詰業における特定の不公正な取引方法」

「海運業における特定の不公正な取引方法」

「広告においてくじの方法等による経済上の利益の提供を申し出る場合の不公正な取引方法」

「教科書業における特定の不公正な取引方法」

残る「新聞業における特定の不公正な取引方法」(以下「新聞特殊指定」という。)については、新聞業界等との間で鋭意議論を進めてきたところである。

2 新聞特殊指定を巡る議論

(1) 公正取引委員会の指摘

新聞特殊指定は価格競争を原則的又は全面的に禁止するとの考え方に立脚しており、同特殊指定を維持することは、次のとおり、法的相当性や消費者利益の観点から問題がある。

独占禁止法第 2 条第 9 項は、同項に定める 6 つの行為類型のいずれかに該当する行為であって、「公正な競争を阻害するおそれがあるもの」について公正取引委員会が「不公正な取引方法」として指定できるとしているところ、価格競争は、本来、競争の最重要な要素そのものであって、「公正な競争を阻害するおそれがあるもの」とは言えず、価格競争を原則的又は全面的に禁止するような新聞特殊指定は、独占禁止法上の要件を満たしていると言えない。

新聞特殊指定が存在するがゆえに、本来、独占禁止法第 23 条に基づく著作物再販制度の下では各発行本社ごとの判断により実施が可能である長期購読割引定価、口座振替割引定価、高齢者・学生向け割引定価なども導入されておらず、この意味で、同特殊指定は、消費者利益増進の障害となっている。

また、新聞特殊指定が廃止されると戸別配達が行われなくなるとの主張があるが、戸別配達は、消費者及び新聞販売店・発行本社双方の強いニーズから成り立っているものであり、新聞特殊指定がなくなったとしても戸別配達が行われなくなるというものではない。

(2) 新聞業界の主張

新聞業界からは、次のような主張がなされた。

新聞特殊指定が現実に存在している以上、その告示の際、法的根拠が必ず存在したはずであり、新聞については、販売店による定価の割引行為がそれ自体として独占禁止法で規定されている「不当な対価」及び「不当な顧客誘引」に該当し、したがって消費者の利益を損ない、公正な競争を阻害するものであると考える。

新聞は、他の商品と異なり、報道・言論のメディアであり、国民の「知る権利」に応え、民主主義の維持・発展に欠かせない商品である。新聞特殊指定の見直しは、単に競争政策や経済原理によってのみ判断されるべきではなく、新聞の商品特性や文字・活字文化の振興といった文化政策の観点からの議論も必要である。

著作物再販制度と新聞特殊指定が補完し合うことで、同一紙同一価格と新聞の戸別配達を支えられている。すなわち、著作物再販制度だけでは仮に販売業者が指定価格を守らなくても直接独占禁止法違反に問われることはないため、新聞特殊指定がなければ定価の割引が広がり、同じ新聞を届ける販売店間の価格競争の結果、配達区域が入り組んでしまって安定した新聞配達が困難になったり、一部の販売店が淘汰されて、経済効率の悪い地域には新聞が配達されなくなることも予想され、読者の情報に対する平等なアクセスが保障されなくなる。

3 今回の対応

上記2(2)記載の新聞業界の主張は、公正取引委員会が指摘する上記2(1)記載の問題点を解消することのできるものではないと考える。しかしながら、これまで公正取引委員会と新聞業界との間で議論を繰り返してきたものの、議論が噛み合っておらず、これ以上の議論を続けても特段の進展は望めない状況にある。また、各政党においても、新聞特殊指定を存続させるべきとの議論がなされているところである。

これらの状況を踏まえ、公正取引委員会は、新聞特殊指定については、今回の見直しでは結論を出すことを見合わせることにした。