

「新聞業における特定の不正取引方法の全部改正（案）」  
に関する公聴会における公述意見の概要について

平成 11 年 7 月 5 日  
公正取引委員会

公正取引委員会は、新聞業における特定の不正取引方法（昭和 39 年公正取引委員会告示第 14 号）の全部改正（案）について、平成 11 年 6 月 30 日（14:00～15:30）に公正取引委員会大会議室において、公聴会を開催した。公聴会における公述人の意見の概要は、次のとおりである。

公述意見概要

(1) 社団法人日本新聞協会「新聞再販と特殊指定に関するプロジェクトチーム」座長 滝鼻卓雄  
（賛否について）

- ・ 新聞協会として、改正案に同意する。
- ・ 新聞という商品が有する公共性・公益性の観点から、一部例外的に異なる定価の設定が認められるなどの変更があるものの、法目的と運用の実態は従来と変わらないと受け止めている。特に、今回の改正案において、地域、相手方による差別的な定価設定を引き続き原則禁止とした公正取引委員会の判断は、新聞業界として大変意味がある。

（新聞の役割と新聞定価について）

- ・ 再販制度と特殊指定は、それぞれ新聞が国民の知る権利にこたえるためのものであり、この使命を全うするために両制度は必要不可欠である。
- ・ 新聞社は、社会的・公共的使命を果たしている。新聞の価値は、安定的な流通システムに裏打ちされた配達サービスが確保されることにより、新聞が読者の手元に届けられて初めて成立する。
- ・ 国民の知る権利を保障するため、誰もがどこでも新聞を均一・低廉な価格で、容易かつ平等に入手できることが不可欠である。再販制度及び特殊指定が運用されてきたのも、こうした新聞の公共的、公益的な財の特質に着目したからにほかならない。

（戸別配達制度について）

- ・ 特殊指定は、これまで新聞の販売・流通システムを支える役割を担い、その意義を十分果たしてきた。新聞社が販売価格を指定し、販売店が読者にその定価で販売するという現行システムは、読者が安心して新聞を購読できるための最も優れ、かつ合理的な流通手段といえる。
- ・ 紙面内容、迅速・確実な配達サービスといった新聞にふさわしい競争以外の不合理な値引き競争、差別的な定価設定は、新聞本来の特質をおとしめ、安定的な配達システムの崩壊を招く。

(2) 社団法人日本新聞販売協会 会長 柳沼和夫  
（賛否について）

- ・ 改正案は、当を得た施策であり、賛意を表する。

(特殊指定の役割について)

- ・ 新聞の場合、ある部分だけ集中的な競争を仕掛け、地域又は相手方により定価を変えたり、割引することにより、他の新聞を駆逐し、一定の市場を支配下におくことは容易である。寡占化が進めば価格設定をほしいままにし、宅配が切り捨てられる地域が生まれ、戸別配達が危うくなる。
- ・ 新聞における市場の独占・寡占状態は、国民の知る権利を著しく歪め、消費者利益を損なうおそれが強い。再販制度と特殊指定が戸別配達制度を支えている。

(第3項について)

- ・ 改正案第3項について、「正当かつ合理的な理由」について、販売業者が発行業者へ、実売部数に予備紙(予約紙及びおどり紙を含む。)を加えないで注文した場合に限り、新聞業の正当な商慣習に照らして適当と認められる部数の予備紙を加えて供給する場合を示し、他の意味は持たないということが公にされることを前提に賛意を表す。

### (3) 日本新聞労働組合連合 中央執行委員長 服部孝司

(賛否について)

- ・ 新聞労連は、新聞の戸別配達制度の存続に欠かせない再販制度と不可分の関係にある特殊指定の改廃反対を強く訴えてきたが、改正案は現行特殊指定の骨格が引き続き守られたものと評価している。しかし、新聞の公共性という観点が欠落している。
- ・ 不毛な値引き競争や乱売を認めると、新聞の「質」が落ち、宅配制が維持できなくなり、言論の多様性、情報アクセスの機会の均等が失われ、読者・国民の利益にならないという判断から特殊指定が作られたはずである。資本の論理により、強者が有利となる流通システムを強引に新聞業に導入することは好ましくない。

(第1項について)

- ・ 差別対価が「解禁」されたのではなく、引き続き原則的に「禁止」である趣旨を附則などにより業界に徹底させる必要がある。
- ・ ただし書が拡大解釈されるおそれがあり、厳密な表記が求められる。
- ・ 「正当かつ合理的な理由」の意味は、新聞の商品特性に適合するもの、つまり「公共性」に照らして合理的と判断できるものと解釈すべき。経済合理性を論拠としてどのような定価設定も可能であると理解したり、無制限に差別定価を実施できるとの解釈が広まることは特殊指定を骨抜きにする。「大量一括購読割引」は拡大解釈を許しかねない危険があり、削除すべき。

(第3項について)

- ・ 押し紙規定は、新しい規定を悪用し無代紙が横行することが危惧される。販売秩序を崩壊させないよう、さらに補強することを強く要望する。

### (4) 慶應義塾大学 法学部教授 田村次朗

(賛否について)

- ・ 改正案は、一歩前進とも取れるが、現在、差別対価の規定部分の必要性はほとんどなく、

一般指定で十分対応できる。

- ・ 将来的には、平成 13 年の再販制度の見直しに向け、特殊指定の廃止を含めた抜本的な改革を検討すべき。

(特殊指定制定の趣旨等について)

- ・ 特殊指定制定の趣旨は、新聞社又は販売店が既成の固定地盤で得た利潤により、競争の激しいところで廉売を行い、競争者の顧客を奪取し、競争者を当該事業分野から排除することを禁止することが目的であったと考えられる。
- ・ 経済活動において、価格その他の取引条件をどのように設定するかは、本来、市場メカニズムを通じて自由に行われるべきものであり、相手方との取引状況に応じて価格が変化・変動することは当然のこと。新聞業においても同様であり、正当な理由に基づく価格差であれば、公正な競争を阻害するおそれはないものと考えられる。

(第 1 項について)

- ・ 「正当かつ合理的な理由」のある価格差は、もともと解釈上含まれていると考えられ、改正案はこれを明確にしようとしているが、むしろ、現在の新聞業における価格差の問題は、一般指定第 3 項の差別対価で十分に対応できると考えられ、特殊指定のような規定はもはや必要ない。

(第 2 項について)

- ・ 改正案第 2 項が現行規定とほとんど変わらないのでは意味が無い。解釈の明確化が改正趣旨であるならば、改正案第 1 項のように「正当かつ合理的な理由」のある場合、割引の種類等を例示すべき。

(第 3 項について)

- ・ 押し紙については、平成 10 年の北國新聞社勧告審決でも明らかにされたように、発行業者が販売業者に注文部数を指示して注文させることは、不公正な取引方法に該当する。この点を明確にしたものであり、評価できる。

#### (5) 上智大学 名誉教授 春原昭彦

(賛否について)

- ・ これまで原則中心で、やや硬直的だった規定に、ある程度の変化(柔軟性)を持たせた点を評価する。

(新聞の定価等について)

- ・ 新聞や情報伝達メディアには、原則として価格競争はなじまない。
- ・ 乱売競争が過去に新聞の内容を悪化させた先例がある。戦後の新聞販売合戦は、景品を伴う読者獲得競争だったが、戦前の販売競争は、紙代の値下げ(定価割引)合戦であった。戦前を知る戦後の経営者は、定価の維持は新聞経営の基盤と受け止めてきた。新聞界では、言論の自由の維持は、経営の独立にあるという考え方がある。新聞の経営の安定、戸別配達と定価売りの維持は、新聞の存続にとって極めて重要な問題であり、新聞業界が再販制度や特殊指定の維持に固執するのはそのためである。
- ・ 自由主義社会の新聞は、その公共的使命、役割を担いつつも、資本主義的企業としての

性格から商品的販売競争に走る傾向がある。再販制度と特殊指定により、販売現場の混乱は防がれているものの、業界内で違反問題とその処理に関心が集中し、適正な読者サービスが後退している印象がある。

(第1項について)

- ・ 教育教材用新聞の割引販売は、新聞の社会的役割、使命からいって不思議ではない活動であり、大量一括購読者に対する割引販売も商取引としては認められる行為である。
- ・ これまでは、例外を認めると原則が崩れるおそれがあることから踏み切らなかったものと思うが、新聞の使命に合致する政策なら積極的に実施するような態勢を採るべき。

(第2, 3項について)

- ・ これまでの種々の販売上の問題、トラブルの真の原因は、新聞値引き及び押し紙にあると思われ、第2, 3項はともに遵守されることが要請される。

(その他)

- ・ 現在の販売制度を壊すことなく、より完全なものにして次世代に伝えることが新聞関係者に課された責務である。

(6) 文化女子大学 文学部助教授 三島万里

(賛否について)

- ・ 再販制度の見直しの実行及び特殊指定の一般指定への速やかな移行を前提として、今回の改正案については一定の評価をする。

(第1項について)

- ・ 現行特殊指定の文言は、合理的な価格差を認めるものになっていない。今回、ただし書に例示されたものは、用途・取引形態からみて合理的なものと考えられるが、対象が学校、官公庁及び企業向けであり、個人消費者が求める長期継続購読、口座振替及び一括前払に対する割引が例示として規定されていない。この点につき、新聞各社の経営判断に委ねるということだが、多様な価格設定といっても、それが横並びでなされないことのないよう、公正取引委員会が監視の手を緩めないことを強く望む。

(第2項について)

- ・ 今回の改正案では、販売業者による割引行為について記述されていないが、自主的な経営努力としての販促手段の確保は重要な課題である。景品、サービス券の配布が行われている現在、値引きについても当然に考えられてしかるべき。発行業者は無理なりテールサポートをせず、柔軟に対応してほしい。

(7) 東京都地域婦人団体連盟 常任参与 田中里子

(賛否について)

- ・ 今回の改正案には、条件付きで賛成する。

(第1項について)

- ・ 「正当かつ合理的な理由」の一文が入ったことは評価。しかし、例示には、「学校教育教材用」及び「大量一括購読者向け」しか挙げられていない。一般消費者から多く出されて

いる意見には長期購読割引，口座振替割引等があり，平成 10 年 12 月の公正取引委員会公表文の中でも，特殊指定の見直しの例示として長期購読割引，一括前払割引等が入っている。今回の改正案からこのような例示が消えていることに危惧を覚える。

- ・ 独占禁止法第 1 条の目的には，一般消費者の利益確保が書かれている。例示の中に一般消費者への価格設定を入れていないのはおかしい。改正案の例示には，少なくとも「長期購読者に対する割引等」の一文を加えるべき。

(第 2 項について)

- ・ 販売業者に対しても「正当かつ合理的な理由」の一文を入れるべきである。この点について，再販制度の議論と並行して検討するという公正取引委員会の考えは納得できない。再考すべき。

(その他)

- ・ 今回の改正が再販制度見直しの結論に影響を与えることのないようにすべき。

#### (8) 財団法人関西消費者協会 理事長 林 郁

(賛否について)

- ・ 将来，新聞が再販制度から外れることを念頭に置きながら，今回の改正を評価し，今回の改正案は価格の多様化につき一歩前進ということで，条件付きで賛成する。

(消費者の行動等について)

- ・ 消費者が商品・サービスを選択する場合，当然に品質，価格を比較する。新聞においても同様である。
- ・ 消費者は，安かろうとも内容を見て比較，判断しており，新聞の記事内容及び価格を慎重に検討するものである。各新聞社がサービスと価格について競争を行うことは当然のことである。

(第 1 項について)

- ・ 「学校教育教材用」及び「大量一括購読者向け」は，対象がそれぞれ，学校，官公庁及び企業であり，一般の家庭に及ぶことがないことが分かる。「その他正当かつ合理的な理由」の範囲を現実の生活に照らして多様に考え，例えば，消費者グループの調査研究用に購入する新聞や大学のゼミで用いる新聞，暮らしの多様化の中で共同生活を行っているような場合，老人ホーム等で部数がまとまった場合等も対象となるように考えてほしい。
- ・ 長期購読についても割引対象になると考えてほしい。
- ・ 一括前払割引及び口座振替割引を例示として掲げてほしい。

(第 2 項について)

- ・ 東京，大阪等では，シングル世帯が多くなっており，戸別配達よりも通勤・通学途中で新聞を購入する場合がよいこともある。今後は，再販制度，戸別配達が最高のものであるとは必ずしもいえない。

(その他)

- ・ 新聞社の経営内容，広告収入等の状況が見えないので，情報を公開していくことを望む。
- ・ 新聞各社は，価格設定・割引制度について，その条件及び内容についての情報を広く公

開し、消費者の賢い選択に役立てる努力をすべき。

(9) 主婦連合会 会長 和田正江

(賛否について)

- ・ 特殊指定は廃止すべき。改正にとどめるとしても、今回の改正案はあまりにも不十分なので、例示等を拡充すべき。

(特殊指定の存在について)

- ・ 再販制度は法律の改正を伴うが、特殊指定は公正取引委員会の権限内で処理できるもの。今回の改正に期待をしていたが、改正案にはがっかりしている。消費者の意見に耳を傾け、勇気を持って事に当たってほしい。
- ・ 新聞業界には再販制度が残されているが、価格規制を企業に認める特殊指定を認めることは、新聞には価格競争は不必要、不当であると事実上公正取引委員会が認めることになる。公正取引委員会がこれまで主張してきたことと矛盾する。
- ・ 特殊指定制定当時は、独占禁止法及び競争政策に対する理解が十分でなかったため、指定されたことは分からないでもないが、現在では理解も期待も高まっている。消費者も価格競争の効果を身近に感じており、価格競争の流れの中で自己責任を問われている。
- ・ 再販制度と特殊指定の下で、消費者が全く価格交渉権を持たず、価格競争の恩恵の外に置かれていることには納得できない。

(第1項について)

- ・ 発行本社による正当かつ合理的な価格差の許容し得る例として、「長期購読割引」、「口座振替割引」、「一括前払割引」等を加えるべき。再販制度の下においても可能であり、消費者から様々な機会においてこれらの割引が求められているにもかかわらず、新聞社にはそのような動きが一向にみられないため、明確に例示すべき。

(第2項について)

- ・ 販売業者についても、第1項の発行業者と同様正当かつ合理的な価格差が許容され得ることを明示し、この例を示すべきである。消費者が価格交渉する相手方は販売業者であり、発行業者のみに割引を認めても意味がない。

(その他)

- ・ 新聞業界は、再販制度の下での流通・取引慣行改善の動きがほとんどみられない。もっと積極的に取り組むことを望む。

(文責：公正取引委員会事務総局経済取引局取引部取引企画課。なお、速報につき、事後修正の可能性あり)

(問い合わせ先) 公正取引委員会事務総局 経済取引局 取引部 取引企画課

電話 03(3581)3371

ホームページ <http://www.jftc.admix.go.jp>