

## 有識者と公正取引委員会との懇談会で出された主な意見等について

平成27年1月28日  
公正取引委員会

公正取引委員会は、毎年度、全国各地において経済団体代表、消費者団体代表、学識経験者等の有識者と当委員会の委員等との懇談会を開催することで、各地区の実情や幅広い意見・要望を把握し、独占禁止法等の運用にいかしています。

平成26年度においては、各地区における有識者との懇談会を平成26年10月及び11月に別紙1のとおり開催しました。これらの懇談会において有識者から示された主な意見等の概要は以下のとおりです（各地区の懇談会で示された主な意見等については別紙2のとおりです。）。

公正取引委員会としては、これらの意見等を踏まえて、今後とも独占禁止法等の的確な運用に努めてまいります。

### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 優越的地位の濫用については、業種ごとにコンプライアンスにかなり力を入れているが、公正取引委員会の説明を聞いていると、現在でも違反行為がかなり存在しているとの認識に至った。（札幌市）
- ・ 日本企業と海外企業との競争を前提とした日本企業同士の合併等をどのように考えるのか。単純に日本市場だけを見れば合併によってシェアは高くなるが、海外市場も含めればシェアは高くない場合、日本企業が強くなった方が海外での競争力も増して好ましいと思う。（千葉市）
- ・ 倒産による社会的影響が大きいということは、それだけ影響力のある会社なのであり、そこに公的資金が投入されれば競争のゆがみも当然大きくなる。これは重要な論点であり、競争政策と公的再生支援の在り方に関する研究会でしっかりと議論し、一定の結論を出していただきたい。（大津市）
- ・ 公正取引委員会による保育分野の実態調査が先般行われたところであるが、少子高齢化の中で、老人ホームや介護施設などの社会福祉事業に対する自治体、民間企業、福祉団体等の取組に関する実態調査も行ってほしい。（鳥取市）

問い合わせ先	公正取引委員会事務総局官房総務課 電話 03-3581-3574（直通）
ホームページ	<a href="http://www.jftc.go.jp/">http://www.jftc.go.jp/</a>

## 2 下請法の運用

- ・ 現在行われている幅広い書面調査は違反行為の発掘にかなり有効な手段だと思う。地方には下請事業者が多いが、親事業者との関係もあって物が言いにくいということもあるので、書面調査を更に拡大していただきたい。(秋田市)
- ・ 下請事業者から親事業者に対して取引の改善を申し入れるのはなかなか難しいと思われるため、引き続き下請法違反行為に対する取締りを一層強化してもらいたい。また、企業は自社のイメージを非常に大事にするので、社名を公表される勧告は抑止力があると思う。(千葉市)
- ・ 立場の弱い事業者が積極的に申告できないため、下請法違反行為の調査に当たり、調査票を送付しているとのことだが、下請事業者からの情報をいかに吸い上げるのかといった、更に積極的な取組が必要である。(鳥取市)

## 3 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 平成26年4月の消費税率の引上げでは、公正取引委員会が消費税転嫁対策について広報し、消費税の転嫁拒否等の行為の状況をきちんと監視してくれたおかげなどにより、取引先とは品質で商談ができ、本体価格で取引が成立して、それに8パーセントの消費税率を転嫁するということが確実にできている。(札幌市)
- ・ 消費税の転嫁は小規模事業者、特に個人事業者にとって非常に厳しい状況であり、大企業による下請いじめよりも大きな問題である。急激な円安や原材料の高騰により購買力が低下し景気回復を実感できない状況であり、今後予定されている消費税率の引上げ時にはしっかりと転嫁できる支援をお願いしたい。(岐阜市)

## 4 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会が消費者と密接に関わる問題にも対応しているということを教育啓発していくことが必要だと考える。また、事務所所在地以外の県における独占禁止法の普及、啓発活動の機会を増やしていただきたい。(秋田市)
- ・ 公正取引委員会のホームページは情報量も豊富である上、中学生向けパンフレットである「わたしたちの暮らしと市場経済」や、子供向けの「おしえて! どっきん!!」など、大変良いコンテンツがあるので、これらをより活用するための工夫をしてほしい。(千葉市)
- ・ 多くのセミナー・講習会等を開催しているが、任意の参加であれば知らない人はいつまでたっても知らず、結局、知らないことにより問題が起こる。受講対象事業者の選定や必要性について検討する必要がある。(岐阜市)

- ・ フェイスブック等で、公正取引委員会の活動についてのミニレクチャーを定期的に流してはどうか。より広く一般の方に公正取引委員会の活動が周知できると思う。(大津市)
- ・ 公正取引委員会は、多くの事件処理のデータを持っているのだから、それを分析し、問題が発生している業種への集中的な広報活動を実施してほしい。(宮崎市)

## 5 その他

- ・ 景品表示法は消費者庁に移管されたわけであるが、消費者庁は地方の出身機関を持たないことから、公正取引委員会が消費者庁や県との連携を更に深め、消費者が被害に遭わないように景品表示法の運用を行っていただきたい。(徳島市)

## 有識者と公正取引委員会との懇談会 開催一覧

地域	開催日	担当委員
札幌市	10月30日	山崎 恒 委員
秋田市	10月29日	幕田 英雄 委員
千葉市	10月30日	山本 和史 委員
岐阜市	11月13日	山本 和史 委員
大津市	11月12日	中島 秀夫 事務総長
鳥取市	11月12日	山崎 恒 委員
徳島市	11月12日	幕田 英雄 委員
宮崎市	11月12日	小田切 宏之 委員

## 第1 北海道地区（札幌市）

### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 優越的地位の濫用については、業種ごとにコンプライアンスにかなり力を入れているが、公正取引委員会の説明を聞いていると、現在でも違反行為がかなり存在しているとの認識に至った。
- ・ 小規模な事業者は、消費税率の引上げを機に本体価格までも引き下げられるのではないかと恐れている実態にあるので、公正取引委員会には優越的地位の濫用の規制に力を入れてもらいたい。

### 2 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 従来から消費税込みの価格で商談していた事業者にとっては、消費税率が引き上げられたからといっても、直ちに3パーセントを引き上げた価格で商談することはなかなかできない。
- ・ 地域の小規模な事業者の多くは、材料費や燃料の高騰により利益が出ていない状況にあるところ、取引先からの消費税の転嫁拒否等の行為を非常に心配しているので、公正取引委員会はこの監視と消費税転嫁対策特別措置法の法執行を強化してもらいたい。
- ・ 平成26年4月の消費税率の引上げでは、公正取引委員会が消費税転嫁対策について広報し、消費税の転嫁拒否等の行為の状況をきちんと監視してくれたおかげなどにより、取引先とは品質で商談ができ、本体価格で取引が成立して、それに8パーセントの消費税率を転嫁するということが確実にできている。

### 3 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会に相談をしようにも、敷居が高くてなかなか相談しに行けないということをよく聞く。また、公正取引委員会は警察や検察と同じようなイメージで受け取られている。公正取引委員会は、開かれた行政機関であるとのイメージを持たれるような広報活動等をもっと行うべきではないか。
- ・ 公正取引委員会が行う独占禁止法教室は、他の行政機関や民間企業が行う出前授業にも参加するようにすれば、実施回数が増えるのではないか。

### 4 その他

- ・ 景品表示法が消費者庁に移管されても、調査は公正取引委員会の地方事務所でも行っているとのことであり、現場において消費者目線で法執行されるよう、今後も消費者保護についての取組をよろしく願いたい。

## 第2 東北地区（秋田市）

### 1 下請法の運用

- ・ 現在行われている幅広い書面調査は違反行為の発掘にかなり有効な手段だと思ふ。地方には下請事業者が多いが、親事業者との関係もあって物が言いにくいということもあるので、書面調査を更に拡大していただきたい。
- ・ 中小事業者の泣き寝入りとならないように下請法を厳格に運用していただきたい。

### 2 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 県内の企業は消費税が転嫁しにくい中小企業が多いため、今後とも適正な転嫁ができるよう、公正取引委員会から積極的な働きかけや指導を行っていただきたい。
- ・ 中小企業はより厳しい状況にあるので、公正取引委員会は引き続き監視の目を緩めることなく、消費税転嫁対策に取り組んでいただきたい。

### 3 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会が消費者と密接に関わる問題にも対応しているということを教育啓発していくことが必要だと考える。また、事務所所在地以外の県における独占禁止法の普及、啓発活動の機会を増やしていただきたい。
- ・ 「競争無くして成長なし」との考えはもっともであり、成長するためには競争力をつけなければならないということをもっと啓蒙・啓発していく必要がある。

### 4 その他

- ・ 小さな地元の企業では、広告を出すことについて未経験の人が多と思う。広告に間接的に関わる人への啓発活動も含め、景品表示法の幅広い広報活動が必要であると思う。

### 第3 関東・甲信越地区（千葉市）

#### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 日本企業と海外企業との競争を前提とした日本企業同士の合併等をどのように考えるのか。単純に日本市場だけを見れば合併によってシェアは高くなるが、海外市場も含めればシェアは高くない場合、日本企業が強くなった方が海外での競争力も増して好ましいと思う。
- ・ 国内事業者が、海外事業者との取引において、ある種のリベートを要求される、提出した仕様書や図面を無断で他社に提供されるなどの問題があると聞く。日本は海外との関わりが多いので、こうした問題を検討してもらえるとありがたい。

#### 2 下請法の運用

- ・ 下請事業者から親事業者に対して取引の改善を申し入れるのはなかなか難しいと思われるため、引き続き下請法違反行為に対する取締りを一層強化してもらいたい。また、企業は自社のイメージを非常に大事にするので、社名を公表される勧告は抑止力があると思う。

#### 3 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 消費税転嫁対策について、消費税率の引上げによる需要減に対する懸念は大きいですが、一方で消費税を価格に転嫁していくことが重要で、その成否によっては企業の存続に関わりかねないところ、今後とも中小事業者が不利にならないよう、消費税の転嫁拒否等の行為に対する未然防止と厳正な対処をお願いしたい。

#### 4 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会のホームページは情報量も豊富である上、中学生向けパンフレットである「わたしたちの暮らしと市場経済」や、子供向けの「おしえて！どっきん！！」など、大変良いコンテンツがあるので、これらをより活用するための工夫をしてほしい。

#### 5 その他

- ・ 情報通信や、その他金融商品などの分野に言えるが、消費者は詳しい説明を聞いていても理解できずに嫌になってしまっているのが実態である。事業者に対する優越的地位の濫用ではないのだが、情報通信や金融商品はますます重要な分野になってきつつあると思うので、こうした分野にも何らかの形で指導等をお願いしたい。

## 第4 中部地区（岐阜市）

### 1 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 消費税の転嫁は小規模事業者、特に個人事業者にとって非常に厳しい状況であり、大企業による下請いじめよりも大きな問題である。急激な円安や原材料価格の高騰により購買力が低下し景気回復を実感できない状況であり、今後予定されている消費税率の引上げ時にはしっかりと転嫁できる支援をお願いしたい。

### 2 広報・広聴

- ・ 多くのセミナー・講習会等を開催しているが、任意の参加であれば知らない人はいつまでたっても知らず、結局、知らないことにより問題が起こる。受講対象事業者の選定や必要性について検討する必要がある。

### 3 その他

- ・ 商品の表示については正確で分かりやすい表示が一番に求められる。食品の表示では商品が小さくなれば表示される情報量も小さくなるため、大きく一括して表示してもらいたい。インターネットでは格安・割安等の表示が使用され多くの情報が入手できるが、本当に信用できるか心配である。どこかがチェック機能を果たさないと消費者被害が多く出る。
- ・ 消費税率の引上げに当たっては、地場産業をどのような形で振興し、景気浮揚を図るかが大事である。地方創生により地場産業を強くするためには、事業の再編成等も必要であり、公正取引委員会には頑張ってもらいたい。
- ・ 中小事業者は新製品を開発し競争力を付けることが生き残るための一番の近道と考えており、特許を取ることが企業防衛には非常に有効である。他社にまねのできない一番の商品を開発すれば独占でき、このような考え方は中小企業にも広まってきており、各社が努力している。



## 第5 近畿地区（大阪市）

### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 倒産による社会的影響が大きいということは、それだけ影響力のある会社なのであり、そこに公的資金が投入されれば競争のゆがみも当然大きくなる。これは重要な論点であり、競争政策と公的再生支援の在り方に関する研究会でしっかりと議論し、一定の結論を出していただきたい。

### 2 下請法の運用

- ・ 下請法違反行為や優越的地位の濫用行為、不当廉売等が行われて困っている中小企業がまだまだ多いと思う。このような行為に対する積極的な調査をお願いしたい。

### 3 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 平成26年4月の消費税率の引上げに伴い、中小企業を中心に、価格転嫁に関する懸念があったが、今のところ、消費税の転嫁拒否等の行為を受けたという事案は聞いていない。
- ・ 消費税率の引上げ分や円安に伴うコストアップ分を価格に転嫁することが難しいので、スムーズに転嫁できるよう、広報活動をしっかりと行っていただきたい。

### 4 広報・広聴

- ・ 下請企業や中小企業のための下請法や優越的地位の濫用規制についての講習会をもっと実施するなど、調査業務だけではなく、未然防止のための業務にもっと力を向けてほしい。
- ・ 中小企業や消費者にとって公正取引委員会は「遠い存在」である。もう少し中小企業や消費者にとって「身近な存在」になれるよう努力をしていただきたい。
- ・ カルテル等を行った事業者に対して毎年数百億円もの課徴金を課しているが、こうした活動について、ほとんど国民に知られていないと思う。しっかりと広報活動をして、国民に発信していくべきである。
- ・ フェイスブック等で、公正取引委員会の活動についてのミニレクチャーを定期的に流してはどうか。より広く一般の方に公正取引委員会の活動が周知できると思う。

### 5 その他

- ・ 健康食品の広告には、優良誤認として許しがたい表示が多いが、措置命令の件数が少なすぎる。景品表示法を積極的に執行していただきたい。

## 第6 中国地区（鳥取市）

### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 公正取引委員会による保育分野の実態調査が先般行われたところであるが、少子高齢化の中で、老人ホームや介護施設などの社会福祉事業に対する自治体、民間企業、福祉団体等の取組に関する実態調査も行ってほしい。

### 2 下請法の運用

- ・ 我々中小事業者にとって一番気を付けなくてはいけないのは下請法である。割と気が付きにくい分野であり、突発的な事情で支払方法が変更になった場合等、気付かずに下請法違反行為を行ってしまう場面があるため、同法を良く知っておく必要がある。
- ・ 立場の弱い事業者が積極的に申告できないため、下請法違反行為の調査に当たり、調査票を送付しているとのことだが、下請事業者からの情報をいかに吸い上げるのかといった、更に積極的な取組が必要である。

### 3 消費税転嫁対策特別措置法の運用

- ・ 県内の事業者のうち、そのほとんどが従業員100人未満の中小企業である。このような状況においては、消費税転嫁対策特別措置法が一番気になるところであるが、消費税の転嫁等については今まで順調にできているのではないかと思う。

### 4 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会の施策、あるいは国の行っていることが、消費者には分かりにくい。これは、消費者が受身となっているということもあるかもしれないが、本来、公正取引委員会の施策は消費者にとって身近なものも多く、もっと分かりやすい広報が必要ではないか。
- ・ 最近、テレビドラマで警察、税務署や労働基準監督官が主人公の物語があるが、公正取引委員会の職員を主人公としたドラマがあれば分かりやすく、広まりやすいのではないかと思う。
- ・ 世間は、安ければ良いという風潮になっているように思う。下請法違反で公表されたからといって、イメージダウンに繋がらないのではないか。消費者は、違反企業に対して、販売価格が安いからそのくらいのことは行っているものだと思っていたり、違反行為を行っていた企業であっても、販売価格が安いほうが良いと思っている。公正な取引を行っている企業から商品を購入することが大切であるということを消費者に意識付けることが重要である。

## 第7 四国地区（徳島市）

### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 公正取引委員会による優越的地位の濫用事件の積極的な取締りによって、大手小売業者だけでなく地方の小さいスーパーマーケットまでもが襟を正すようになり、優越的地位の濫用行為は今ではほとんど見られなくなった。しかし、円安の進展や消費税率の更なる引上げを背景に消費マインドが低迷すれば、小売店は川上に位置するメーカー等への値下げ圧力をより一層強めてくることが予想され、優越的地位の濫用行為も行われやすくなると考えられることから、今後とも優越的地位の濫用行為の未然防止と積極的な取締りに当たっていただきたい。
- ・ 情報化の進展に伴い、インターネット販売に代表されるように流通取引は広範化・複雑化しており、中には実態が見えにくい取引も存在すると考えられる。インターネット販売の実態把握と独占禁止法上の考え方の整理をお願いしたい。

### 2 下請法の運用

- ・ 下請法等においては報復措置を禁止しているが、いくら報復措置を禁止していても、その後の取引への悪影響を恐れて公正取引委員会への情報提供に二の足を踏んでいる事業者がいると考えられる。公正取引委員会にあっては、弱者の立場に立ち、勧告後のフォローアップを含めて情報提供者が特定されないような調査方法の確立に更に努めていただきたい。

### 3 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会は、講演会、消費者セミナー、独占禁止法教室といったソフトな広報を幅広く展開されているが、やはり違反事件を摘発したという報道が、事業者に対してこういう行為をやってはいけないのだなという強い意識を与える最も効果的な広報であると考えられることから、違反事件の摘発に積極的に取り組んでいただきたい。

### 4 その他

- ・ 景品表示法は消費者庁に移管されたわけであるが、消費者庁は地方の出先機関を持たないことから、公正取引委員会が消費者庁や県との連携を更に深め、消費者が被害に遭わないように景品表示法の運用を行っていただきたい。

## 第8 九州地区（宮崎市）

### 1 独占禁止法の運用・競争政策の唱導

- ・ 独占禁止法及び下請法は、企業が最低限守らなければならないルールである。公正取引委員会は、企業の現場に対して独占禁止法の広報活動を行ってほしい。
- ・ 急激な業界再編は零細企業に与える影響が大きい。業界の再編などを国が指導する場合、零細企業への影響が少なくなるよう配慮をしてほしい。

### 2 下請法の運用

- ・ 宮崎県は、大企業から仕事を請け負っている中小企業が多く、下請法違反行為が発生しやすい環境にある。企業に対する下請法の周知を図ってほしい。

### 3 広報・広聴

- ・ 公正取引委員会は、多くの事件処理のデータを持っているのだから、それを分析し、問題が発生している業種への集中的な広報活動を実施してほしい。
- ・ マスコミに対する独占禁止法及び下請法の周知を図るべきである。また、独禁法教室は、学生だけでなく先生に独占禁止法を知ってもらうためにも重要である。
- ・ 外国の法制度や外国の競争当局との協定の締結状況などの情報を提供してほしい。

### 4 その他

- ・ 地下に潜った違反行為を掘り起こすため、組織の強化を図るべきである。
- ・ 発注官庁が特定の仕様を指示し、類似品の使用を認めないことについて何らかの指導を行ってほしい。