

第221回 独占禁止懇話会の議事概要の公表について

令和4年7月25日

公正取引委員会

公正取引委員会は、経済社会の変化に即応して競争政策を有効かつ適切に推進するため、広く各界の有識者と意見交換し、併せて競争政策の一層の理解を求めることを目的として、独占禁止懇話会を開催しています。

以下のとおり、第221回独占禁止懇話会を開催しました。会員から示された主な意見・質問の概要は別紙のとおりです。

1 日時 令和4年6月27日（月）14時00分～15時45分

2 場所 公正取引委員会 大会議室
（一部の会員については、オンライン方式で参加）

3 議題

- デジタル化等社会経済の変化に対応した競争政策の積極的な推進に向けて「アドボカシーとエンフォースメントの連携・強化」
- 令和3年度における独占禁止法違反事件の処理状況
- 令和3年度における下請法の運用状況及び中小事業者等の取引公正化に向けた取組
- 公正取引委員会の主な広報活動と課題

4 議事概要

各議題について、事務総局から説明を行い、会員から、大要別紙のとおり、意見・質問が出された。

参考

独占禁止懇話会の最近の開催状況・配布資料等については下記から御覧ください。

https://www.jftc.go.jp/soshiki/kyotsukoukai/kenkyukai/dk-kondan/kaisai_r2.html

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局総務課

電話 03-3581-5476（直通）

ホームページ <https://www.jftc.go.jp/>

(「○」は会員の発言、「→」は公正取引委員会の応答)

1 デジタル化等社会経済の変化に対応した競争政策の積極的な推進に向けて —アドボカシーとエンフォースメントの連携・強化—

○ エンフォースメントは独占禁止法の手続としては正攻法であるところ、エンフォースメントというハードロー一本ではなかなかうまくいかないため、ソフトロー的な側面のあるアドボカシーが手続の中でも中心にあるのかもしれないが、今般の説明によるとこれまでよりエンフォースメントがやや前面に出てきた印象を持っており、賛成できる。

アドボカシーというのは、例えば、実態調査に基づいて独占禁止法や競争政策上の問題点があれば、関係事業者などに伝えて自主的な改善を促すということであると思うが、アドボカシーについては行政手続法の適用があると考えているのか。仮に行政手続法の適用がない場合でも、全く公正取引委員会のフリーハンドではないと思われるので、その観点で何かアドボカシーを枠付けるような法的なルールがあるのかという点もお尋ねしたい。

→ 例えば、独占禁止法上問題となるような行為を示して注意を呼び掛けるといった未然防止の働きかけを広く行うような場合には、行政手続法の対象とはならず、また、法的な枠組みもないものと考えている。他方で、個別の事業者に対して文書等で点検・改善を要請して改善内容の報告を求めるような場合もあり、このような場合には行政手続法上の行政指導に当たり、行政手続法の適用対象となると考えている。

○ 説明内容は、デジタル化と社会経済の変化に対応して公正取引委員会の今までの業務を更に進化させることだと受け止めた。この点、アドボカシーとエンフォースメントとの連携強化は、IT産業や新規分野への関与が主となるのか、それとも旧来の産業構造における問題点等に対しても積極的に関わっていくのか、という点について御教示いただきたい。また、その際、アドボカシーが取引慣行の改善や規制等の見直しなどにどの程度の効果を及ぼすと考えているのか、その期待度も教えていただきたい。適宜上手に広報、周知をすると、国民も自然とその仕組みの中に参加できるので、是非御活用いただきたい。

→ エンフォースメントの強化という点では、主にデジタル分野を念頭に置いた情報収集の強化や競争への影響の的確な分析のための取組といった点を提示しているところである。一方、アドボカシーとエンフォースメントとの連携強化については、デジタル分野に限るものではなく、規制や取引慣行で競争が十分に働いていない分野や中小企業・一般消費者が不当に不利益を受けるおそれのある分野などについても、実態調査を行う中で積極的に情報提供を呼び掛けるなどしてまいりたい。

また、アドボカシーの実効性の確保について、アドボカシーについての当委員会の考え方を広く示すことにより理解・協力を得て、実効性の強化につなげるということもある。また、関係省庁と積極的な対話や戦略的な連携を行うこと、提言の内容を説得力のあるものにする、こと、対外発信を分かりやすく効果的なものとする、こと、アドボカシーの内容が実現できているかを適時・適切にフォローアップしていくことなどによって、アドボカシーの実効性を高めてまいりたい。

○ 昨年の 10 月に、デジタル分野の寡占について事前規制の検討をされている旨の報道があったが、それはアドボカシーに当たるものか。

また、近年、ヨーロッパを中心にデジタル分野のプラットフォーマーに対する新しい事前規制が議論されているところ、競争法は企業結合規制を除けば基本的に事後規制と位置付けられているものが多い。他方、アップル・インクや楽天グループ株式会社の案件のように、審査開始後の改善措置の申出を承認し審査が終了になるパターンがとて多く、これはある意味、事件が裁判化することを未然に防ぐという意味で一種の事前規制ともとれるものである。この点、何をもって事前規制又は事後規制とするかという分類について、公正取引委員会としても見解をまとめておかれると、今後、私たちも含めた議論がより質の高いものになるものと感じている。

→ 現在、内閣官房でモバイルOSを中心とした競争評価を行っており、これと関係するものとして、公正取引委員会でも現在、モバイルOS等についての実態調査を行っている。当委員会としては、今回の実態調査をうまく内閣官房の競争評価につなげていき、そこで単なる実態把握に終わらない形で政府としての取組につなげていただければと思っており、これが広い意味でのアドボカシーにつながっていくものと考えている。

また、当委員会の審査におけるデジタル関係の案件では、事業者において改善措置が採られたために審査を終了するものが多くなっている状況にある。当委員会としては、迅速に競争環境の改善を図るということを重視しているため、事業者が必要かつ十分な改善措置を採ることが見込めるのであれば、必ずしも行政処分という形にこだわらないというのが現状のスタンスである。

○ 公正取引委員会としても米国の関係者や当局との連携を更に深めているものと思うが、今の米国は変革期にあるのではないかと思う。競争当局のトップ等が、新しい競争政策の展開について発言しているが、それがアメリカ経済に与える悪影響について懸念する意見が表明されるというようなことも起きている。米国との関係では、更に広いエンゲージメントをしていただき、例えば、米国の当局だけではなくシンクタンクや経済界から、広く新しいデジタル社会時代の米国の競争政策の展開についての情報共有や、さらには日本国としてのアドボカシーをしていただければ、更に国際社会の中で充実した議論になっていくのではないかと思う。

→ 米国の2つの競争当局では非常にアグレッシブなリーダーが着任しており、競争政策において新しい動きが出ているものと感じている。他方で、新しいリーダーの方針に応じて、例えば、現時点で差止め訴訟が多発化しているかということ必ずしもそうではなく、現実に進めていく上では各方面との議論は不可欠であると思われる。もちろん、当委員会も各国当局との間でデジタル分野に関して様々な情報交換をしているが、競争当局だけに限らず多くの方向から意見を聞きながら進めてまいりたい。

○ アドボカシーという言葉は非常に難しく、日本語で唱導と表現されているが、唱導と聞いても意味の分かる日本人はほとんどいないと思う。米国連邦取引委員会はアドボカシーの目

的を2つ挙げており、1つめは正に競争政策・競争法の実行に関するサポート・プロモートをするということである。2つめは、ポリシーメーカーとパブリックに対して自分たちがしていることについて広めていくことである。アドボカシーという用語は、米国連邦取引委員会においても自分たちがやろうとしていることに関してきちんと広報活動して伝えていくということが本質的な趣旨だと思われる。是非、米国連邦取引委員会の2つの目的を参考にさせていただき、もっと分かりやすい表現にした方がよいのではないか。

→ アドボカシーという言葉が非常に難しいという点は各所から御指摘を頂いているところであり、閣議決定などでは「提言」と言い換えられることもあるが、アドボカシーには必ずしも「提言」だけではなく「啓発」のようなニュアンスもあるため、それらを全て表すものとして「唱導」という言葉が用いられている。しかし、やはり分かりにくいいため、アドボカシーが何を意味するのか分かりやすく伝えていけるよう工夫してまいりたい。

2 令和3年度における独占禁止法違反事件の処理状況

○ 様々な制約の下で多くの成果が上がっていることが分かったが、最近の確約手続きを含めた法的措置の事例や報道される立入検査の事例を見る限り、市場や企業の規模が比較的小さく、公正取引委員会として案件の進行が比較的容易に済む事例が多いように思う。もちろん、そうであっても御苦心はあるだろうが、大きな市場や企業について取り上げることが減り、小さな事例ばかり発信される状況が続くと、企業においても独占禁止法がどれほど重要であるかという意識も変わってしまう可能性があり、また、申告する側もどうせ取り上げてもらえないと感じてしまうかもしれない。

→ 企業や市場の規模だけで計れるものではないと思っているが、当委員会としても、社会的に影響の大きい事件については優先的にかつ厳正に取り組んでまいりたい。

3 令和3年度における下請法の運用状況及び中小事業者等の取引公正化に向けた取組

○ 大企業が中小企業と共存共栄の関係を構築することを目指すパートナーシップ構築宣言について、現在1万社を超える会社が署名しているが、多くの中小企業がエネルギー価格や原材料、資材価格の急激な高騰に見舞われている。2月の日本商工会議所のアンケート調査では、8割以上の企業が、B to B取引においては販売先との取引改善が進んでいないと回答している。また、4月の調査でも過半数の企業において円安はデメリットの方が大きいという結果が出ている。そのような中で、中小企業を取り巻く厳しい状況の改善に向けて、本年1月から3月の転嫁対策に向けた集中取組期間において、公正取引委員会による立入調査と指導が行われたことや、3月に令和4年中小事業者等取引公正化推進アクションプランが策定されたことは、高く評価できる。

日本商工会議所でも、公正取引委員会や中小企業庁と連携して、この観点の周知を図る動画を7月中旬から配信する予定にしている。このように、今後も官民連携によって適正化が進んでいくということを期待したいが、B to B取引についてはかなり踏み込んだ行動が採

られていると感じる一方、B to C取引については、中小零細企業が中間業者である大手スーパーや問屋に対して値上げを申し入れても受け入れられない状況が実際にあり、踏み込んだ調査をしていただきたく思っている。また、一方で賃金を上げるという話も国の方では出ており、賃金を上げるためには、企業としても収入が増えないと上げられないため、そういう点にも踏み込んだ活動を今後されるのかどうかという点を是非お聞きしたい。

○ 価格転嫁円滑化スキームにより、特にB to B取引について監視を強めているという点については、効果が着実に上がっていくのではないかと期待している。また、議題の趣旨から外れるが、消費者にとっても昨年末からのエネルギー高騰や、それに続く食品、日用品、外食等の値上げ攻勢で日々の生活に影響が出始めており、現状の価格上昇について競争によって価格抑制を図るといふ従来の手法は余り通用しないのではないかと認識している。価格転嫁が円滑に進むと、サプライチェーン内で削られがちな賃上げが逆に保証されることにつながって、今の社会経済状況に対して大きなインパクトを与えることになるのではないかと考えている。

→ 政府全体で今取り組んでいる転嫁円滑化施策パッケージについては、適切な価格転嫁に向けた環境整備が賃上げの推進に資するという考え方に基づいている。当委員会でも、物作り、生活関連、サービス提供関連のサプライチェーンにおける取引関係について、積極的な情報提供を下請事業者をお願いをしている。このように、小売業等のB to C事業のエンドユーザー側事業者も含めて調査を行っているところであり、そのような調査などを通じて不当なしわ寄せがあれば適切に対処してまいりたい。

なお、当委員会の価格転嫁の取組を含む関連施策について、直近の骨太の方針や新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画において、賃上げの推進と関連付けて政府として取り組んでいくことが盛り込まれているところである。

○ 事業者の立場からは転嫁対策はしっかりやっていく必要があると思っており、サプライチェーン全体で持続可能なスキームを作っていかなければならないと考えている。一方で、消費者の立場からは非常に物価が高騰しており、便乗値上げが生じると大変問題になると考えている。合理的な理由のない不当な便乗値上げがないように消費者庁にも窓口ができていると聞いているが、その活用や連携ということについても御配慮を頂きたい。

→ 当委員会としては、便乗値上げそのものへのアプローチというのは難しい部分もあるが、当然ながら、例えば原材料価格の上昇などを背景にした価格カルテルがあれば厳正に対処しているところであり、これからも価格カルテルによる便乗値上げがあるといった情報に接した場合には、厳正に対処していきたいと考えている。

4 公正取引委員会の主な広報活動と課題

○ 公正取引委員会の広報戦略は、ユーザーフレンドリーの視点から着実に改善が進んでいると考えている。国民からみると、公正取引委員会、独占禁止法、下請法という名称はそもそも堅いイメージがあって、活動実態やその恩恵については日常生活からは見えにくいいため、

SNS等で話題になったりホームページへのアクセス数が一気にアップしたりするというような状況にはなりにくい素材だと思う。そのため、アクセス数アップ対策というよりも社会システムとしての常識という捉え方をし、成人教育の場や就職を控えた学生向け研修、企業の新入社員研修などの機会を捉え、社会で生きていく上で必須の教養であるという形で周知を図っていくといった、ある意味地道な手法が大事ではないかと感じている。今年7月期のテレビドラマで公正取引委員会が舞台になるとのことであり、どのように取り上げられるのかとても楽しみだが、この機を捉えて公取委のSNSのフォロワーを増やすといった対策もいいのではないか。

→ 日々広報をする立場からすると、SNS等で話題になりたいという気持ちがないわけではないが、必ずしもそこばかりを目指すわけではなく地道な活動を行っていくことが重要という点は、御指摘のとおりである。特に、社会常識として普及させるべきであるという点については、正に学生向け独占禁止法教室はそのような目的で実践しており、学生の多くは将来社会に出て民間事業者就職するところ、その際に独占禁止法や下請法という法律があったなと頭の片隅に置いていただきルールにのっとった経済活動をしていただきたいという発想で地道に行っているところである。このような活動を続けるとともに、今回のドラマの機会も捉えた活動もできるだけ行ってまいりたい。

○ 最近力を入れているプラットフォーマー規制や、デジタル分野における個人のデータを取り扱う権利の問題といった話題は、そもそも消費者や利用者そのものの利益に関わることであるため、その理解を深めるための消費者教育を公正取引委員会でも行っていただければと思う。

→ 実態調査が公表されたときには、単に公表して終わりということではなく、宣伝活動や周知活動が重要だと考えている。これまでもデジタル・プラットフォーマー関係についていくつか実態調査を実施しているが、これらについても、きちんと説明して理解いただくという活動はこれまでも行っており、引き続き充実させてまいりたい。

以上

(文責：公正取引委員会事務総局)