

# 独占禁止懇話会第176回会合議事録

1 日時 平成19年4月3日(火)13:30~15:30

2 場所 公正取引委員会 大会議室

3 出席者

【会員】根岸会長,石井会員,井手会員,大戸会員,小倉会員,北原会員,北村会員,  
佐々木会員,佐野会員,嶋津会員,高橋会員,萩原会員,平田会員,  
フクシマ会員,舟田会員,向井地会員,村上会員,森本会員

【公正取引委員会】竹島委員長,三谷委員,山田委員,濱崎委員,後藤委員

【公正取引委員会事務総局】伊東事務総長,寺川首席審判官,舟橋総括審議官,  
松山経済取引局長,鷓瀨取引部長,山田審査局長

4 議題

- (1) 企業結合ガイドライン等の改正について
- (2) 農協ガイドラインの作成について
- (3) eコマース実態調査報告書について

5 議事

松山経済取引局長 経済取引局長の松山でございます。定刻になりましたので、独占禁止懇話会第176回を開会させていただきたいと思っております。本日は暫定的に事務局の私が進行役を務めさせていただきたいと考えております。

最初に事務局から2点御報告を申し上げます。1点目は、これまで独占禁止懇話会の会長をお願いしておりました後藤晃先生が、2月19日付で公正取引委員会の委員に就任して独占禁止懇話会から退かれることになりました。それと、後藤先生の後任の会員といたしまして、甲南大学法科大学院の根岸哲先生に御就任いただきたいと思いますと思っております。それでは、退任されました後藤委員から一言ごあいさつをお願い申し上げます。

後藤委員 私が会長を務めさせていただきました間は、委員の皆様に変活に御意見をいただきましてどうもありがとうございました。今度はこちら側に座ることになりましたけれども、またいろいろと御指導いただきたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。

松山経済取引局長 本懇話会の会長につきましては、根岸先生は過去にも本懇話会の委員を平成7年から16年まで3期9年お務めいただいたこともございまして、根岸先生に会長をお願いしたいと存じますが、いかがでございましょうか。よろしゅうございますか。

ありがとうございます。それではそのようにさせていただきたいと思っております。

これ以降の議事進行につきましては根岸会長によるしくお願い申し上げます。

根岸会長 ただ今、会長ということで御指名いただきました根岸でございます。僭越でございますが司会役を務めさせていただきたいと思っております。公正取引委員会の役割は、御案内のとおり、ますます大きくなってきておまして、今、後藤先生がおっしゃったように、後藤会長の下と同じように、あるいはより活発な御意見をいただければ大変ありがたいと思っております。それでは司会役をさせていただきます。

まず議題は、企業結合ガイドラインの改正の話と農協ガイドラインの作成、それからeコマースの実態調査の3つがございます。企業結合ガイドラインの改正が行われましたので、最初にこの点につきまして山田企業結合課長から説明をお願いいたします。

山田企業結合課長 企業結合課長の山田でございます。どうぞよろしくをお願いいたします。大変大部の資料を御用意させていただいておりますが、このうち横長の「企業結合ガイドライン改正のポイント」という資料と、そして右肩のほうに番号を振っておりますが、別紙1-1、別紙1-2、別紙2-1、そして別紙3の後に一番最後に別添をつけてございます。そのあたりを中心にごくかいつまんで説明をさせていただきたいと考えております。

まずこの横長の紙を1枚めくっていただきますと、こちらのほうに今般のガイドライン見直しの背景・経緯というものが記載してございます。御承知のように、近年に入って経済のグローバル化が非常に進んでいるということ、そして会社法の施行、具体的に申し上げますと、いろいろな企業再編の手法が多様化している。そういった環境の変化に伴いまして、企業の組織再編に当たっての予見可能性、手続の透明性、迅速性を一層高めるという観点から、これまでの審査実績等を踏まえるとともに、また国際整合性の確保にも留意しつつ、ガイドラインの改定を行うことといたしました。

この改定につきましては、昨年7月の経済成長戦略大綱あるいは骨太の方針2006というところで改正すべき、見直すべき点として3つ掲げてございます。一つが「市場画定の在り方」で、世界全体における競争の状況を分析することが適切なケースがあるとするならば、そのことをそのガイドラインにおいて明確にするということ。そして、「独占禁止法上通常問題とならばとは考えられない企業結合の範囲」、この範囲を通常セーフハーバーといっておりますが、このセーフハーバーに関する基準の在り方を検討するということ。そして当然のことながら、経済のグローバル化に伴って輸入というものが無視できない存在になっている。この輸入圧力というものをどう評価するのか。そういった3つの点を中心に見直しを行いまして、その検討の過程に当たりましては経済界、実務家、関係省庁、あるいは海外競争当局と積極的に意見交換を行いながら、1月31日に原案を取りまとめ、公表いたしまして、いわゆるパブリック・コメント手続に入り、そして3月

28日付で成案を公表したところでございます。

それでは内容について、横長の色刷りの資料の2ページ目でございます。

まず「1. 地理的市場についての考え方について」ですが、パソコン部品の光ディスクドライブに関する事業を、共同新設分割の形で一つの新しい会社を作ることによって統合する、その当事会社がソニーと日本電気であったという事例です。当然のことながら、パソコン部品のユーザーはパソコンメーカーになるわけですが、そのパソコンメーカーも、我が国におけるパソコンメーカーとして幾つもある。それ以外にアメリカにもデルやコンパックといった大手がございます。そのほかに台湾とかいろいろと各地にパソコンメーカーがありますが、こういったパソコンメーカーの部品の調達の状況を見ますと、ソニー、NECといった日本の部品メーカーのみならず、オランダあるいは台湾であるとか、そういったいろいろなところから調達をしている。この調達の実態をみますと、日本のパソコンメーカーのみならず、各国のパソコンメーカーは皆、国・地域を問わず、自らのスペックに合った品質の良いものをできるだけ安く買うという行動において共通のものがみられました。こういったことから、市場の一定の取引分野の画定に当たりまして、国内だけでなく世界に広げてみるものがむしろ適切であると判断いたしましたして、その状況を分析いたしました。

もちろん一定の取引分野をみるに当たりましては、当然そこでのシェアだけでなく、例えばユーザーであるパソコンメーカーの調達構造であるとか、あるいは競争業者はどういうところにいるのかといったところを総合的に判断いたしましたして、独占法上問題ないと結論付けた事例です。これは平成17年度における主要事例集に公表している事例です。

このように実際に国境を越えた市場画定というものをやっているのであり、そのことをガイドラインに明記することとしたというところでございます。このあたりにつきましては、別紙1-1のガイドライン新旧対照表の7ページの「3 地理的範囲」の一番最後のパラグラフ、「なお、ある商品について、内外の需要者が内外の供給者を差別することなく取引しているような場合には」、8ページに参りまして「国境を越えて地理的範囲が画定されることとなる」。こういったくたきを明確にした次第でございます。

横長の資料の3ページ目を御覧いただきたいと思えます。「2. セーフハーバー等の範囲について」。セーフハーバーというのは、先ほど申しましたように、独禁法上通常問題になるとは考えられない結合の範囲です。これにつきましては、左に改正前と書いてございますが、従前はHHIと市場シェアの組合せを使用しておりました。HHIというのは、ここに書いてございます寡占度を表す指標で、各社の市場シェアの2乗を合計した数値です。仮にシェア10%の企業が10社いれば、10の2乗掛ける10ということで1,000になる。

このHHIと市場シェアの組合せによってセーフハーバーを決めておりました。併せて、いわゆる「おそれが小さい基準」、これはセーフハーバーではありませんけれども、おそれが小さいとみなされるような基準につきましては、結合の審査を行う上で、その観点の一部についてこういう基準を設けていたわけです。これらを国際的な整合性という観点から、シェアというものを使わずにHHIとその増加分の組合せによって、そのセーフハーバーを定めるという手法に改めました。

ここに書いてございますように、HHIが1,500以下であればセーフハーバーだと。また1,500から2,500の間で、その増加分が250以下であればセーフハーバーで、また2,500を超えて増加分が150以下と、こういった3つの段階によってセーフハーバーを決めております。

また、過去の実績に照らして、これまでほとんど問題が指摘されたことがなかったような部分について、このシェア35%以下かつHHI2,500以下ということで、おそれが小さい基準と定めております。このくだりににつきましては、新旧対照表の10ページ「第4 水平型企業結合による競争の実質的制限」の1に細かく記載されている部分でございます。

次に横長の資料の4ページ目、「3. 輸入圧力の評価に関する基準について」というものがございます。これはむしろ新旧対照表で御覧いただいたほうがよろしいかと思えます。新旧対照表の15ページです。この資料14ページの一番最後の行から15ページにかけてが輸入についての評価で、右が改正前、左が改正後になっております。改正前におきましては、15ページ中ほどから の各項目を総合的に考慮するというふうに、いろいろ項目だけを書いていましたが、改正後におきましては15ページの改正後のところに書いていますように、制度上の障壁の程度、16ページに参りまして、 輸入に係る輸送費用の程度や流通上の問題の有無、同じく16ページの 輸入品と当事会社グループの商品の代替性の程度、そして17ページに行きまして、 海外の供給可能性の程度と。こうしたそれぞれのフェーズごとに輸入の圧力を評価する基準の詳細を定めまして、企業にとっての予見可能性の程度あるいは私ども公正取引委員会に出していただくような主張のポイントといったものを、より詳細に記載したわけです。

そして、横長の資料の5ページ、一番最後のページです。こちらは、今回パブリック・コメント手続に付したものの一つとして、ガイドラインだけではなくて事前相談手続というものに関する指針を公表いたしております。こちらにつきましては、法律に基づくものというよりは、むしろ運用上のものとして実際の届け出や報告をする前に、企業側からあらかじめ相談を受け付けるという制度でございます。

現行の事前相談の流れですが、まず申込みがあって、その後、私どもでどういう資料が必要かということをお示しいたします。そして、実際に提出があつてか

ら30日以内に1回目の結論を出す。この結論については、一つは問題がなければそこで相談は終わりになりますが、更に詳細な審査が必要だということになりますと、その後の流れに従ってまた資料の提出をいただき、こちらでアンケート・ヒアリング等を行った上で問題点の指摘をするといった手続に流れていくわけです。この最初のほうの審査に必要な資料がどういったものが必要になるのかがなかなか特定できずに、企業側としては困るというようなケースがあったと聞いておりましたことから、必要な資料としてどういうものがあり、また審査の上で参考となるような資料としてはどういうものがあるのかを、指針のところに書き込んだというのが主な改正でございます。

またこれに伴いまして、今まで書面審査、詳細審査というふうになっていた名称を、第1次審査、第2次審査というような形に改めております。こちらの改正点の詳細につきましては、別紙2-1の「企業結合計画に関する事前相談に対する対応方針」新旧対照表の7ページ以降に、例えば別添「(競争上の判断に及ぼす)影響が大きいと考える要素の根拠を示す資料の例」として、それぞれのポイントについてどういった資料が有益かということをご参考としてお示ししております。

なお、パブリック・コメント手続に入った際に、14件のコメントをいただいております。そのコメントの内容につきましては、別紙1-2のところでご意見の概要とそれらに対する考え方をお示ししておりますが、概要を申し上げますと、そのほとんどが今回の改正を積極的に評価するという事とともに、その適切な運用を望むというものでした。一部、中小事業者の利益が守られるべきであるという意見もございまして、この点に関しましては私ども公正取引委員会としては、中小事業者のみならず一般消費者、いわゆるユーザーの利益が損なわれることのないよう、適切にこのガイドラインを運用していきたいと考えております。

また、パブリック・コメントによっていただいた意見に基づきまして、技術的な修正でございますのであえて紹介はいたしません。若干の文言の修正を加えています。

そして、ガイドラインの改正に伴いまして、例えばHHIの増加分というような新しい概念を導入したことから、これまでの企業結合審査の実績について、若干HHIとかシェアとの関係を統計的な数値として示した、別添「過去の企業結合審査の実績について」という薄い5枚物の紙がございます。これにつきましては過去5年間あるいは10年間についての統計の数値として示したものです。

最後に、本ガイドラインですけれども、先ほど申しましたように3月28日に公表いたしました。法律や政令というものではございませんので、特に施行期日というものはありませんが、公表日である3月28日以降、この新しいガイドラインあるいは事前相談の制度については新方針の下で運用させていただいております。

大変駆け足でございますけれども、説明はこれで終わらせていただきたいと思います。

えています。

根岸会長 どうもありがとうございました。3月28日に公表された企業結合ガイドラインの改正のポイントについて御説明をお願いいたしましたが、この点につきまして御質問・御意見がございましたら、挙手していただきましてどうぞ御自由にお願いいいたします。どなたからでも結構でございますので、どうぞ御自由にお願いいいたします。

萩原会員 本ガイドラインの改正について、経済界は国際競争力の強化という観点から、縷々いろいろな要請をしてきたわけでありましてけれども、企業にとって、従来に比して予見可能性向上、手続の迅速性、あるいは透明性が高まったという意味で、今回のガイドラインの改正については公正取引委員会の御努力・御尽力に感謝を申し上げ、今後適正な運用がなされるように、ぜひお願いしたいということを付言しておきます。

井手会員 事前相談手続の明確化のところですけども、私の記憶が定かではありませんが、JALとJASの合併のときに事前相談の段階で中間的な見解というのを公正取引委員会が公表したように記憶しています。本来、合併ですから事前相談でオープンにするべきではないのですけれども、いろいろ議論を呼ぶということからJALとJASの合併については中間的なものを発表したような記憶があります。公正取引委員会としては正式にそういうことはやらないという理解でよろしいでしょうか。

山田企業結合課長 事前相談につきましては、特にアンケートとかヒアリング等を行うような詳細な審査、現在では第2次審査とっておりますけれども、この第2次審査に入るときには、要するに事前相談に入って審査を行っているということを従来から公表しております。なぜ公表するかというと、一つにはアンケートとかヒアリングとか第三者の意見を聞くということがございますが、もう一つは、一般の第三者の意見も併せてお聞きするという手続がございます、その意味で、審査に入っているということは公表しているわけです。したがって、JAL・JASにつきましては非常に影響が大きいということから、当然、事前審査に入ったことも公表しておりました。その意味で、いろんな反響とか各界の意見を聞くということも含めて公表したということがありますけれども、基本的には審査結果が最終的に出るまでは、公表するということは普通はいたしません。

根岸会長 よろしいですか。では、どうぞほかに御自由に。

新米の会長が早速質問するのめどうかと思いますが、ほかに質問者がいらっしやらないということであれば、あえてやるということでありまして、よろしいでしょうか。あるいは村上先生に言っていただいたほうがいいのかも分かりませんが、このガイドラインによりますと、セーフハーバーを設定したということですが、先ほどのお話では、国際的整合性も考慮してという話です。国際的な観点

からいうと、このセーフハーバーというのは、今の時点では緩めというような評価もあるやに聞きますし、数字だけ見るとそのようにも見えますが、この点はどのようにお考えでしょうか。

山田企業結合課長 実はこのセーフハーバーのHHIあるいはその増加分につきましては、アメリカは非常に厳しいものになっておりまして、例えば1,000以下とか1,800で増加分については100とか50といった数字が出ています。また他方、欧州につきましては、HHIにつきましては1,000以下、そして1,000から2,000でHHIの増分が250以下、あるいはHHI2,000超かつHHI増分が150以下。どちらかという、私どもの今回の案はヨーロッパに近いものでございます。

ただ、実はアメリカとか欧州とも、この原案につきましては意見交換をしております、特にガイドラインができた当時の執行状況であるとか経済状況に照らしてみれば、その当時の数字があったかもしれないけれども、現在の状況等にかんがみれば、今回の私どもの案における数字というのは決して特に緩いというような感じではないという意見をいただいております。その意味で、現在この時点における経済情勢から考えると、それなりに適切な数字ではないだろうか。それがまた国際的にもそのように受け止められているのではないかと考えております。

根岸会長 ありがとうございます。

村上会員 国際市場の話は一つあるのですが、ただ、こういう合併のガイドラインなどをみる場合には、どこの国でも国際市場というものをこんな時代ですから適当な事案では勘案しますけれども、ただ基本的には国内市場を中心にしながら規制していくのも事実であります。そのときに、アメリカとヨーロッパ域内市場というのは、日本国内市場の大体4倍ぐらいの市場規模があるので、そこは個別事案を処理する場合には勘案してもらいたいと思っています。その辺も加味してバランスというのをみれば、それでいいのかという感じがいたします。

根岸会長 もしなければ、また私のほうで質問させていただきます。もちろん今回の運用指針は、先ほど萩原会員からお褒めの言葉がありましたが、多分全般的に非常に良い形で受け入れられていると思います。それはそのとおりだと思います。先ほど御説明いただきましたポイント以外に、改正された部分で比較的重要だと思われるものもあるようにも思います。御説明では地理的市場の画定の問題で、事案によっては国際市場もここでは明示しましたということであり、セーフハーバーの範囲について明確にいたしました。それから輸入圧力の評価方法、その評価に係る期間を明確化しましたと。

これが重要なものだと思いますけれども、それ以外で例えばこれは私の勝手なあれですが、効率性のところとか、あるいはいわゆる倒産というか、そういうところもあったように思います。あるいは私は十分見ていないからかもしれません

が、もしそれ以外に比較的重要なところがあるということであれば、追加して簡単に御説明いただきますと大変ありがたいわけですが、お願いします。

山田企業結合課長 それでは、簡単に申し上げますと、まず先生の御指摘以外の部分で、例えば商品の範囲につきましても、需要者からみた代替性というものを原則として、しかもその代替性の程度につきましては、通常欧米ではS S N I Pといわれている5%なり10%なりの値上げが成功するかどうかというような観点からみるということをも明記したという部分、そして、御指摘のありました例えばいわゆる破綻企業と申しましょうか、経営不振に陥った企業についてはどういうふうに評価するのか。そういったものにつきましては新旧対照表の24ページの(8)当事会社グループの経営状況。新旧対照表の25ページのほうがよろしいかもしれません。改正前は「企業結合後の当事会社グループの市場シェアが50%以下であり、かつ」と問題がない範囲と考えられる部分については、シェアの要件を用いておりましたけれども、今回はそのシェアの要件は具体的な数字は外しまして、それにつきましては25ページの改正後のところに、「おそれは小さいと通常考えられる」として というものを挙げたということ。

それから1ページ戻って23ページの会長から御指摘がありました効率性につきましては、改正前においては10行ぐらいの短い記述であったものを、企業結合によって生ずる効率性というものがあるとするならば、これをどういうふうに評価するのかということについて から のそれぞれ詳細な条件を付した。こういったところは確かにそれ以外のポイントとしては、それなりに大きいところではないかと考えています。ありがとうございました。

根岸会長 商品の範囲につきましては4ページですね。今のお話は、独禁法をやっている人たちがS S N I Pと呼んでいる手法です。市場の画定という場合には、地理的範囲を画定する問題と商品・サービスがどの範囲か画定する問題と二つあるわけですけれども、地理的範囲の画定、それから商品・サービスの範囲の画定についても、この対照表では2ページから、3ページ、4ページ、5ページにこういうふうに書かれておりました、従来よりも一歩踏み込んだというか、あるいは経済的な分析を踏まえたといえますか、そういうふうに改正されているということではないかと思えます。

企業結合ガイドラインにつきまして、ほかに御質問・御意見はございませんでしょうか。よろしいですか。また思い付かれましたら、もちろん途中でも御意見をいただければと思います。ありがとうございました。

それでは2番目のテーマといたしまして、農協ガイドラインの作成についてということで、菅久課長お願いいたします。

菅久調整課長 調整課長の菅久でございます。よろしくお願いいたします。資料の独禁懇176-2と書いてある「農業協同組合の活動に関する独占禁止法上の指針」(原案)

に対する意見募集について」という表題のものと、その後別紙が付いております。これが意見募集をしたそのものの案でございます。

2月14日にこの原案について3月16日までが期限ということで意見募集を行ったということでございます。現在、提出された意見を整理・検討しているところですが、本日はこの農協ガイドライン原案の内容について説明をいたします。

この農協ガイドラインにつきましては、2月14日公表と書いてある資料の冒頭に書いていますとおり、規制改革・民間開放推進3か年計画に記載がございます。ここでは、「農協については、例えば組合員である農家への融資に際して自己からの機材の購入等を条件とするといった不公正な取引が独占禁止法の審決・警告に至った例が複数あるため、独占禁止法上の不公正な取引方法に該当するおそれがある農協の行為を示した独占禁止法上のガイドラインを作成する」と書かれております。このように、今回、このガイドラインを作成することとなりました大きな要因というのは、この独占禁止法に関する行為を行った、又は疑いがあるということで、法的措置、警告を出された例があるということです。

事案の例はこの資料を4枚ぐらいめくっていただきますと、別添というところで平成元年以降ということで並んでおりますが、こうしたケースでございます。昨年7月にも2つ警告を行ったケースがありました。こうした状況の中で、公正取引委員会としましても独占禁止法違反行為の未然防止のために、不公正な取引方法に該当するおそれがある農協の行為を具体的に示したガイドラインを作成して、関係者にその周知を図ることは重要と考えまして、この作成作業を続けてきているということでございます。そういう経緯でございますので、このガイドライン作成の最大のねらいというのは、申すまでもなく独占禁止法違反行為の未然防止を図るということです。

このガイドラインの作成作業は、特に昨年夏ぐらいから本格的に始めたのですが、この作業を開始したころに、このガイドラインを作成することによって農協に対する規制強化をしたりするのじゃないかとか、取材などで、そういうことを聞かれたことがございます。これについては、当然ですが、独占禁止法の規定が変わるわけではないわけですし、このガイドラインを作成することで規制が強化されるとか、逆に緩和されるとか、そういうことはございませんというふうに当時から答えておりましたし、そのように考えております。

要は農協の具体的な行為、これまでいろいろ事案もございまして、そうしたものを整理して、どういう場合に独占禁止法上問題になり得るか、その考え方をできる限り明確に示そうというものです。そのとき申したんですけれども、これまでも問題ないものはこれからも問題ありませんし、これまで仮に公取から指摘がなかったとしても、実は問題だったというものがあるかもしれませんが、それは今後も問題ですと。当たり前のことですが、そういうことを言っておりました。

しかし、独占禁止法というのをよく意識していなかった方というのもいらっしゃるかと思ひまして、そういう場合には、ガイドラインを見て、実はこういうのは違反だったのかとか、こういうのは問題だったのかということが分かって、規制が強化されたと感じる人もいるかもしれないですねということも、当時言ったことがあります。けれども、それは別に規制を強化したわけではありませんで、従来でも問題があった行為について、問題があることが明らかになっただけということです。そういうことが分かるということ、こういうことが問題だということが明らかになって、それを認識してもらうというのがまさに違反行為の未然防止に役立つのではないかと考えております。

農協ガイドライン原案の内容を簡単に御説明いたします。別紙のほうを御覧いただきますと、全体が2部に分かれておりまして、最初に「第1部 指針の趣旨と構成」となっております。それから、3ページのところに「第2部 農業協同組合に係る不公正な取引方法について」と大きくこれら2つでございます。

この第1部は3ページぐらいですけれども、最初に「1 指針の趣旨」ということで、農協のガイドライン作成の目的を書きまして、それから「2 指針の性格及び構成」でこのガイドラインではどういうことを書いているのか、ガイドライン作成の方針でありますとか、全体の構成というものを説明しております。

それから「第2部 農業協同組合に係る不公正な取引方法について」では、最初の「第1 独占禁止法と農業協同組合」の部分で、独占禁止法の目的とか規制対象、独占禁止法がどういう行為を規制しているか。それから農業協同組合につきましては、独占禁止法の適用除外制度がございますので、この適用除外制度の内容を簡単に説明しております。

それから、5ページあたりですが、このガイドラインで取り上げている不公正な取引方法の規定内容を説明いたしまして、その上で6ページに「第2 単位農協による組合員に対する問題行為」と書いてありますが、この第2以下で、具体的にどのような行為が独占禁止法上問題となるかということの記載をしております。

農協の行う具体的な行為に即して、この第2以下で問題になり得る行為を書いているわけですが、全体をまず4つに分けております。一つは「第2 単位農協による組合員に対する問題行為」、その次が「第3 連合会による単位農協に対する問題行為」。これが13ページです。それからその次が15ページで、「連合会又は単位農協による仕入先に対する問題行為」、最後が「連合会又は単位農協による販売先に対する問題行為」というふうに分けております。

そのうち6ページから始まっている「第2 単位農協による組合員に対する問題行為」の中を購買事業に関するものと販売事業に関するものに分けまして、さらに購買事業に関するものは購買事業の利用を事実上余儀なくさせる手段として

4つ、それから販売事業については、3つというふうに分けて記載をしております。それから第4、第5もそれぞれ中を2つに分けて、それぞれ具体的な行為ごとに書いております。

いろいろと分けているのですが、それぞれの箇所の構成は、基本的に共通で、6ページ、7ページのあたりを御覧いただきますと、まず最初に基本的な考え方の説明をいたしまして、それから独占禁止法に違反することとなる場合に、不公正な取引方法としてはどういうものが適用される可能性があるのかということを書いております。その上で、(マル)で太字になっているものは、どういう行為が独占禁止法上問題となり得るかを端的に書いて、その下に問題となり得る具体的事例を記載しています。この具体的事例ですけれども、これはガイドラインの原案の3ページの真ん中あたりの「また」で始まる場所に書いていたのですが、過去に独禁法上問題となった事例とか、我々は関係者からいろいろヒアリングなども行ったのですけれども、そのヒアリング調査の結果から実際に行われる可能性が高いと考えられる事例を踏まえまして、記載をしております。

もちろん実際の事例とかヒアリングで聞いた事例そのままということではなくて、中身を簡略化したものもありますし、できるだけ実際のケースに基づくものは実際のケースになるべく即しつつ、読む人に分かりやすく、かつ参考になるようにということ、ある程度加工もした形で載せております。

先ほど申しました第2以降で、いろいろな行為について、こういう場合は独占禁止法上問題になるおそれがありますと書いています。ガイドライン案の2ページ2(1)の第2段落、第3段落のあたりに書いてありますが、先ほどの具体的な事例と同じように、過去に独占禁止法上問題となった事例とか、関係者からのヒアリング結果などを踏まえまして、独占禁止法の考え方を明確に示すことが必要と思われるものを書いているということでございます。

したがいまして、当然ここに書いてあるもので問題になるものを網羅しているというわけではなく、あくまで主な行為を例示的に挙げたものということです。このガイドラインで取り上げていない行為につきましては、独禁法の規定に基づいて、個々のケースに応じて違反かどうか判断されるということになるわけでございます。

一方、問題とならないと書いてあるものもありますけれども、これももちろん書いてあることだけが問題にならないわけではございませんで、問題とならないケースもこのほかにももちろんあるということでございます。基本的な考え方はこのガイドラインに書いてありますが、具体的には主なものを取り上げているということでございます。

そのことをさらに書いているのが、今の2ページの2(1)の次の第4段落で、本指針は農協のガイドラインですので、このガイドライン原案では、農協により

まず共同事業とか農協が特別にやっているいろんな事業がございますが、それに関する固有の問題行為を中心に取り上げています。農協は組合員の生活のために様々な事業を行っておりまして、スーパーとかガソリンスタンドとかそういうことももちろんしているわけでございますが、こういう組合員に対しまして、一般の事業者と同様の事業活動を行っている場合、こういったことについても独禁法上の問題点があり得るわけですが、そういうことはここには書いていないということでございます。

それから同じく2の(1)の3段落目に書いておりますけれども、ある行為が実際に独禁法違反として法的措置の対象になるかどうかは、ある行為を形式的に行ったということではなくて、その影響、効果も含めて判断されるということを、ここでは念のために書いております。

ただ、こうした行為をすると違反になる可能性は高くなるわけですので、未然防止、法令遵守の観点からは、できれば避けたほうがいい、またはそういう行為をするときには気をつけたほうがいいということだと思っております。そういうことで書いていますので、今後、成案ができましたら説明会などをするようになるかと思っておりますけれども、そのときにはそういうことをお願いしていきたいと考えております。

ガイドライン原案に記載する個々の問題行為をいろいろ書いておりますが、その説明は時間の関係もございまして省略いたします。冒頭に申しましたとおり、3月16日までに1か月間で意見募集をいたしまして現在、提出された意見を整理・検討しているところでございます。実はこのガイドライン原案に対する意見としては、団体、個人20名ぐらいから出てきています。また、実はこのガイドラインに対する意見というのではなくて、個別の事案の情報提供も結構来ておりまして、これらは、ガイドラインとは別に取扱おうと思っております。このガイドライン原案の意見募集が報道されたことで、それを見て「そうか」と、言ってきた人がいるということで、我々としては既に未然防止の効果が出ているなと感じているところです。

今後、この意見を整理し、必要な場合にはガイドライン原案、修正をした上で、担当としましては、できれば今月中には成案を得て公表したいと考えておりまして、その後農林水産省とも連携して説明会を開催するとか、そういったことも今予定しているところでございます。簡単でございますが以上です。

根岸会長 ありがとうございます。ただ今、農協ガイドラインの作成につきまして御説明いただきましたので、この点につきましてどうぞ御自由に御質問なり御意見がございましたらお願いいたします。

向井地会員 全国農業協同組合中央会の向井地といたします。この原案につきまして、JAグループを代表しまして御意見を述べたいと思います。端的に言いますと、私ど

もの農協の特性をこのガイドラインは大変理解していただいております、そういう面ではJAなり現地なりいろいろヒアリングもしていただきまして、我々としては大変ありがたいものを作っていただいたなと思っております。

どうということかと申し上げますと、一つは農協というのは御承知のように相互扶助の協同組織であります。非営利団体ということで、組合員制度を持っていて、組合員の結集によって共同活動によって事業が成り立っているということでございます。こういうことは非常に理解していただいているのではないかとということで、例えば農協の独占禁止法適用除外制度を積極的に位置付けていただいたということでございます。

それから、我々は国産の農畜産物の生産履歴というものを大変重くみておりまして、そういう面では非常に組合員、構成員の営農指導におきましてもやはり制約を設けることもあります。例えば京野菜を作るに当たりまして、こういう肥料や農薬を使ってくださいと。これは必ずしもすべてを農協からというわけではありませんけれども、かなりそういう面での制約をすることもございまして、生産履歴やブランド化への理解も結構していただいているのではないかと思います。

また、やはり組合員による事業でございますので、全利用的なものによっては必要です。専属利用契約の明記もございまして、我々としては大変評価をしているところでございます。

一方、我々としてもやはり組合員等への利用促進が行き過ぎて、公正かつ自由な競争を阻害されるということになりますと、独占禁止法の違反なり警告ということも出されるわけでございます。そういうものにつきましては、お手元に「独占禁止法の遵守に向けて」という色刷りのものを用意させていただいておりますが、こういうものを使いまして、現在、JAが813、あるいは連合組織も90ぐらいありますけれども、全部自主点検をし、検査なり監査なりでそれを是正するというので今やらせていただいております。公正取引委員会なり農水省の指導も仰ぎながらやっているという状況です。ガイドラインが出た段階で、またもっと分かりやすいものを作って対応を進めてまいりたいと思っております。どうぞよろしくお願ひしたいと思います。ありがとうございます。

根岸会長 どうもありがとうございます。何かコメントをいただくことがありますか。

菅久調整課長 評価していただいているのでしゃべるわけではないのですが、まさにこのパンフレットは、我々もこのガイドラインを作るときに本当に参考にさせてもらいまして、正直言って、最初これを見て、もうガイドラインは要らないんじゃないかと思ったぐらいでした。我々もこれを参考にして、また、いろいろお話も聞かせていただいた上で、ガイドラインを作りました。まだ完成しておりませんので、あまり将来の話をしていけなけれども、我々もこのガイドラインができましたら、全中、全農の方々とも協力して周知に努めたいと考

えております。よろしくお願いたします。

根岸会長 ほかに御意見、御質問はありますか。

北村会員 今、農協に対するガイドラインを作成する理由、タイミング的にはどういう必要性みたいなものがあるのですか。

菅久調整課長 先ほどの資料にありましたように、いろいろと不公正な取引方法に関する事案が起きておまして、それで平成 18 年度に 2 つ、17 年もありますし、それなりにいろいろあったようでございます。そこで、規制改革・民間開放推進会議からもガイドラインが必要でないかという御指摘があって、我々としてもそういうガイドラインを作ることがいいだろうということで始めた。そこで、不公正な取引方法というところに着目して作っております。

向井地会員 なぜ今の段階でこういった独占禁止法の話が出るかということは、私どもとしても大変不思議な気がします。直近 5 か年間の我々 J A グループの独占禁止法の違反というのは 1 件しかないわけです。それで、全体が 201 件ある。それから警告は 3 件で、全体が 66 件あるわけです。我々としては、一番独占禁止法の問題が今日的に規制改革・民間開放推進会議で出た経緯としては、恐らく担い手の関係ではないかなという気はしております。つまり、農業の国際化の中で担い手をどう育成していくかという問題に対して、我々農協グループとして、担い手に対しての育成指導をしっかりしなさいということかなと背景としてはみております。そういう面ではこういう内容であれば、我々もしっかりやっていけるのではないかなと思っております。

平田会員 これは意見にはなるのですが、規制改革・民間開放推進会議等が問題にした背景には、やはり F T A を結ぶために、日本の農業の効率性を高めなくてはならないということと、それからオリジナルカロリーベースで 40% を下回るような自給率を維持していかなくてはならないだろうということがあったと思うのですね。その一つのアプローチとしては、政府がもう既に進めております農地集約化のための一括支払いという制度の導入だったわけです。もう一つは、農協というものが生産者に対して持っている大きなプレゼンスをどう考えるかということがあったと思います。その文脈で規制改革・民間開放推進会議は幾つか提言をしようとしたのですが、小泉内閣のときに突然提言できなくなったという経緯が、昨年夏にありました。そういうような経緯もあって、この独禁法上の取扱いを恐らく規制改革・民間開放推進会議は公正取引委員会に対して働きかけたのではないかと思います。

私の質問としましては、やはり農業の効率化、農地改革、農業改革というような農業政策との関連というのがあったのかどうかというあたりをお聞きしたい。

菅久調整課長 正直言って、規制改革・民間開放推進会議がそこをどう考えているか私もよく分かっていないのですけれども、対公正取引委員会という、私の知ってい

る限りではそういう話は広がってなくて、まさに独占禁止法違反行為が見られたということから来ていたと理解しています。ただ、確かに3か年計画を見ますと、今御指摘があったようにいろんなことが書かれている。本当にいっぱい書かれている中の一つの項目であることは事実だと思いますので、いろんな考え方があって、一つの項目になったのではないかと思います。そういう関連があるかどうかは私にはちょっとよく分かりません。

村上会員 農業協同組合の行為について、昔からの中核的な問題というのは、共同購買とか共同販売などのいわゆる共同経済事業に対して、組合員の利用強制をどこまでしていいか悪いかという、その限界の問題がずっと大きな法的争点であったと思います。それでガイドラインを読んでも、これは一般論として書くのでやむを得ないので、問題があるとかおそれがあるという書き回しでいかなければならないというのはよく分かります。逆に、それだけに詰めたり、決着を付けたりするならば、具体的な事例で白黒付けて、ルールを明らかにするというのが本来あるべき姿だろうと思っているわけです。

それで資料を見ますと、京都農業協同組合に対する件とか、土幌町農業協同組合に対する件というのが7ページに2件最新事例で出ていて、まさしく利用強制の事案になります。こういう問題は個別事案で白黒決着が付ければルールは明らかになるのであって、いわゆる行政指導である警告ではなくて法的措置が採れるならば、できるだけ採ったほうがいいのではないかとというのが意見です。

ただ、これは具体的事件ですから、多分ここに書いている内容以上に細かな様々な事情があり、いろんな要因があって、こういう個別事案の処理になっているわけだと思いますけれども、こういう問題をなかなか白黒つけられない大きな事情というのは、一体どの辺にあるのかなと。個別事案の話なので、答えてもらえるかどうか分かりませんが、常に行政指導である警告で終わって、なかなか黒なら黒、白なら白とできない理由というのは、本音ベースで言うところのどの辺にあるのか答えてもらえれば非常に参考になるとは思います。

菅久調整課長 個別のことはあまり言えない、または知らないということになってしまうのですけれども、利用の強制ということについて申しますと、もちろんそれが不公正な取引方法になる、独占禁止法にも違反することになるのですが、ガイドラインの一番最初のところに書いていますとおり、農協法上の考え方としても事業の利用の強制というのはできないというのが基本的な考え方ようです。あくまで任意の協力に基づいて、まさに農業者、生産者の方々にとって、いいことをみんなでやっていく仕組みということでして、意に反して何かさせるということは基本的によろしくない。これは農水省の担当課と話をしても、同じ考えだということで、そこでこういうふうに書いているわけでございます。

根岸会長 今のは一番最初に書いてある1ページの趣旨のところですか。

菅久課長 はい。

根岸会長 「農業協同組合は」と書いてあって、具体的にはその次の段落ですかね。「このため、農業協同組合が組合員に対して農業協同組合の事業の利用を強制することは、そもそも農業協同組合制度の趣旨に反するものであるが」と。ここのくだりですね。

村上会員 感想だけですけれども、今の説明だけで終わるのでは、逆に法的措置を採らないことの理由にならないのかなという気がします。

菅久課長 私が先生に申し上げるまでもないと思うのですが、法的措置を採るかというのとは、具体的な事案の中身によると思いますので、そこは私の説明能力がなくて申し訳ございません。

大戸会員 私ども食品業界に属している者としたしましては、やはり自給率40%というのは大変危機感を持っております。原材料として国内の製品を使いたいというのはあるのですが、あまりにも価格が違い過ぎる場合があるということです。そうすると、これ以上自給率を高めていくには、多様性への対応というのが非常に大事になってくると考えております。一連の改革の中で例えば農業への新規参入、株式会社の参入とか、そういったものが大分規制が緩和されてきたというのと一対になって、多様性に対して対応していこうとする農家の努力をより促進するという意味では、私は今回のことは大変評価できるのではないかと考えております。私はこのパンフレットを読ませていただいて大変よく分かりました。全中さんなどがこういう非常に分かりやすいパンフレットを使って啓蒙しようとしていることは、大変いい方向ではないかなと思います。

最終的に農地法だとか何だとかの問題がありまして、まだ農業の生産性を上げるには幾つか法改正等は、私個人は必要かとは思っておりますが、やはり段階的に進んでいく上では、非常に時宜を得たものだと考えております。

高橋会員 私も本日御説明がありましたガイドラインにつきましては、きめ細かくできていて非常によろしいと思っております。でも、組合組織であるだけになかなか問題が表面化しないというのが、このJAの問題だと日ごろ思っております。特に個人組合員の消費者保護の立場から実効性をぜひ確保していただきたい。ガイドラインは組合に対して、あるいはグループに対していろいろ法に抵触しそうなことに関して知らせるという機能があるのですけれども、やはり何よりも組合員がこれをよく知っていることということが大切だと思っております。そういう意味で、JAもこのパンフレットを作っているのだからと思うのですが、私は日ごろ金融分野で仕事をしておりますと、このパンフレットに挟み込んでいるチェックシートにあります、裏側の とか、こういう事例によく当たります。これは何かというと、「取引先に対して、生産資材等を購入する地位を利用して、電化製品などの買い受けや共済加入等を強く要請していないか」それから の融資取

引のある組合員や取引先に対して資金調達方法等を不当に干渉している例というのがあります。これは一般の方々は仕方がないと諦めているところがあるのですけれども、金融も自由化して組合員の方たちもいろいろ選択肢が広がっているわけですので、ぜひ公正取引委員会も、そしてマスコミもJAも一般の人たちにこういうガイドラインの内容がきちんと届くようにしていただきたいと思っております。

それから、JAのほうでは、こういうパンフレットを作っていただくことも重要ですが、これも一般の方にとってはやはりまだハードルが高いところがございますので、この認知度を高めるために、アンケート調査をしていただくとか、アンケート調査をしながら認知度を高めていただくとか、そういう何らかの措置をしていただけるとよろしいのではないかと思います。以上です。

小倉会員 日本生協連の小倉でございます。先ほど農協さんがおっしゃいましたけれども、協同組合の特徴ということは多分にあります。我々協同組合をやっている人間としては組合員に、出資する義務があるよ、利用する義務があるよ、あるいは運営に参加する義務があるよ、ということをよく言うのですが、あまりやり過ぎると法に抵触するところはたくさんあるわけで、協同組合の特性をよく御理解した上で詰めていただいたというお気持ちもよく分かります。

それから食品の安全につきまして、トレーサビリティとか履歴の問題を自主的にやっていただいているわけですが、我々消費者としても一つ一つの事例だけでなく、農協がそれを強く御指導いただくということを望むわけがございます。これが行き過ぎると強制的になってしまうとか、非常に難しいので悩んでおられるのではないかと思います。全体的に総合的によくなっていくようにどうか御努力をいただきたいと思っております。以上です。

根岸会長 今、御意見が出ましたが、向井地さんのほうで何かおっしゃっていただくことはありますか。

向井地会員 いろいろとありがとうございます。融資の問題にしましても、生産履歴にしましても、正直言いますが大変悩んでいるところがございます。特に生産履歴は食の安全・安心という面では消費者の方からの強いニーズがございますので、どのように取り組むかというのが非常に重要でありますし、昨今、農薬等のポジティブリストの問題もございまして非常に難しくなっております。それから融資につきましても、特に畜産農家等に対します負債整理資金がそうですが、破綻するような農家に一般の金融機関は金を貸しません。ただ、私どもとしては、組合員ですので何とか相互扶助で助けたいということになります。少々の無理をしても金を貸すことになると、当然回収することを考えないといけませんので、そうしますと、肥料も農薬も販売物も農協を通してくださいと、こうなってしまうわけですね。この辺の兼ね合いが非常に難しいところがございますので、何とか

工夫しながらやっていきたいと思っております。本当にいろいろとありがとうございます。

根岸会長 どうぞほかにございますでしょうか。

また私から御質問するのも何ですが、理屈の問題で大変申し訳ありません。独占禁止法では22条という適用除外の規定がありまして、以前は事業者団体についての適用除外というのがあって、それはなくなったわけですよ。だから、農協等の協同組合は22条ということになるのですが、本件の場合には、一つは「不公正な取引方法を用いる場合」と。これがガイドラインのテーマですよ。したがって、それは協同組合が事業者である場合ということを一応前提しておりますよね。しかし、事業者団体の場合だったらどうなるかとか、この適用除外のもう一つがあって、もう一つはよく分かりにくい話になっております。「一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を引き上げることとなる場合」とありまして、これは一体いかなることを意味しているのだろうか。

私どもがやるべきかもしれませんが、率直に言ってそういうことも教えてほしいなというところがあります。それはお門違いかも知れませんが、せっかく農協の活動についての独占禁止法上の指針ということですので、何かもうちょっと全体としてそういうのを作っていただくと、何も私どもだけじゃなくて、消費者あるいは農業者も含めて好ましいことかなと思います。それはちょっと本件のテーマとは外れるかも知れませんが、意見としてお聞きいただければと思います。しかし、何かコメントをお願いしたいと。

菅久調整課長 確かに適用除外という制度がありまして、御指摘いただいたとおりいろいろ議論はあるわけです。言い訳になるかもしれませんが、本件は不公正取引に限ってのガイドラインでしたので、ここではそういうことまでは触れていないということでございます。今後、必要があればということになるかと思っております。

根岸会長 それから先ほど向井地さんからお話ございましたが、このガイドラインは、一応問題となる行為というのがありますけれども、でもその前にこういうときは問題にならないということを書いてあって、ただ規制をするというためだけでなく、やっぱりどういうことまでやれば問題ないのか、どこから超えれば問題なのか、そういうことが大変重要だと思います。そういうこともよく読んでみると書いてありますね。そういうことが最初におっしゃったことだと思います。ただ問題になる行為だけを列挙しているわけではないということですよ。

北原会員 中小企業団体中央会でございますが、私どもの組合法にも適用除外という仕組みが入っております。こちらの指針の案の4ページのところに書いておられるとおり、法律に基づいて設立されて認可を受けている協同組合であれば適用除外という仕組みを入れていただいている、なぜそういうことが設けられたかというのを「注1」に書いていただいています。まさにこのとおりだと思うのですが、

法律の規定に基づいて、これこれの要件を満たしている協同組合であれば、大企業と対等に伍して競争するために、それを認めるのだという仕組みだと思います。

前回の会議で、病院のお医者さんが消費者利益にかなうということで、薬の共同購入は積極的に進めるべきという公取委の見解が示されたと思います。その際にも私は質問させていただいたのですが、いわゆる社団法人、財団法人であると共同経済事業ができないということで、協同組合を作ろうという動きがあったりするのですけれども、いわゆる法律に基づかない任意グループでやる場合に、この適用除外なるものがきかないはずですよ。今回、会社法においてもLLCが入り、また別法でLLPもできている中で、任意グループなりそういう緩やかな連携体で、そういう共同購買、共同購入等を行うと、これは真っ向から独占禁止法の適用対象になるはずなのに、前回お示しいただいたお医者さんが共同でお薬を購入して安く消費者に渡す場合には、これは問題ないのだという、その整理が非常に分かりにくくなっています。組織自体も旧来の協同組合じゃない仕組みもどんどんできてきている中で、任意グループでやってもそれはオーケーなのだという見解なのかどうか、そこら辺をもう少し整理をしてお示しいただけると大変ありがたいと。これはお願いでございます。

根岸会長 もし何かコメントをいただくことがありましたらどうぞ。

松山経済取引局長 今回の御指摘は、共同購買事業等について、任意でそういう団体なり共同活動を行うこと自体の独禁法上の評価ということだと思います。それによって競争の制限ですとか、一定の独禁法違反につながるものであれば、当然問題になり得るわけでありまして、必ずしも共同購入がすべて悪いということではないものですので、独占禁止法の一般原則に基づいて判断されると。ただ、もちろん中小企業なり一定の法律要件を満たすものについては、適用除外として認められるものがあるという大きな整理ができるだろうと思います。

したがいまして、医薬品等についてのお医者さん方の共同購買事業等について、問題があるということとはなかなかいいにくいことなのではないかなと思います。

根岸会長 今回の説明で納得されたでしょうか。

北原会員 せっかくこういう機会でこういう適用除外制度についても指針の中に入れていただいておりますので、その辺の整理というか、今おっしゃっていただいたようなことも含めて書き込んでいただくぐらいにさせていただいたほうが、かえってよろしいのではないかと。つまり、法律に基づいて設立されて、加入・脱退が自由だとか1人1票の原則だとか、配当の制限だとかがある組織であればこのみだけでも、そうじゃない、法律に基づかない任意グループであっても影響が小さければ、それはオーケーなのだとして書いていただくぐらいのほうがまだすっきりすると考えてしまうのですが、そういう考え方ではおかしいのでしょうか。

菅久調整課長 要は、協同組合で適用除外になれば、もう独占禁止法がそもそも適用され

ないので安心できるということだと思います。共同行為をすると、とりえず普通は独占禁止法が適用になりますので、その次に違反になる可能性がある。しかし、適用除外であれば、そもそも適用にならないので違反になる可能性も全部心配しなくていいという違いだと思います。一般的な話過ぎるので、農協のガイドラインなのでここには書いていないということではあります。

根岸会長 今のお話のとおりだと思います。例えば共同購入とか共同販売とかそういう問題について、日本でそういうことが独占禁止法に違反するかどうかというようなことが問題に今なっているとすれば、あるいはそういう意味でのガイドラインというのも多分考えられると思います。アメリカやヨーロッパでは、競争業者のそういう共同販売とか共同購入ということについてガイドラインが発表されております。例えば業務提携とか様々な共同行為というのがあって、別に競争者が共同したから全部独禁法違反、そんなことはないわけでありまして、それは要するに一定の要件を満たすかどうかという問題であって、そこでそういうことが問題であれば、また今おっしゃったような全体をひっくるめたようなガイドラインというのもあり得るとは思います。いろいろガイドラインを公正取引委員会のほうでは作り、あるいは改正されておりますので、あるいは将来はそういうこともあるかもしれないということでありまして、それをどうでしょうかと聞くのもちょっと行き過ぎかもしれませんが。

村上先生、ヨーロッパとアメリカでは競争者が集まって提携するとか、共同購入とか共同販売とかのガイドラインを作っていますよね。日本でもそういうようなことがあるいは必要なのかもしれないし、必要ないのかもしれませんが。そういうことについてちょっとコメントいただければ。

村上会員 事業者が共同で集まって一般的に業務提携とか共同事業でどういうふうに行われるかという問題はそのとおりです。アメリカでもEUでも既にガイドラインがあります。ただ、その問題と中小企業協同組合、農業協同組合みたいないわゆる協同組合が一つの事業者という形でどこまで単一事業者として行動できるかというのは、いま利用強制の問題がありましたけれども、非常に難しい問題がそこにはあるのだと思います。

根岸会長 ほかにこの農協の活動のガイドラインにつきまして、御意見はございますか。よろしいですか。またございましたら、後でお願いいたします。

それでは3番目のテーマということで、いわゆるeコマースについて調査をなさったということでありますので、この調査報告書を御説明いただきたいと思っております。片桐室長からお願いいたします。

片桐取引調査室長 取引調査室長の片桐でございます。どうぞよろしくお願いいたします。ただいまお話がありましたけれども、電子商店街等の消費者向けのeコマースにおける取引実態の調査を行いまして、その調査報告書について御説明申し上げます。

す。独禁懇 176-3 とナンバリングしてある資料に基づきまして御説明申し上げたいと思います。

消費者向け e コマースの取引分野ということですが、どういう関係者がいるのかということで、資料の 1 枚目下に図が書いてございますけれども、幾つかのプレーヤーがそろっているわけでありまして。まずインターネット上で仮想店舗を開設して物を売るといった事業者がいる。そういう仮想店舗を集めた仮想商店街というもの、具体的に申し上げますと楽天市場ですとかヤフーショッピングという仮想商店街を運営している運営事業者、それから消費者の間でインターネットの世界で取引が行われているということなんです。

その図の右側のほうですが、電子商店街ということで、楽天なりヤフーなりという電子商店街運営事業者とそこに仮想店舗に出店をしている出店事業者ということでございます。今回の調査で独禁法上の留意点と考えた点の一つが、電子商店街運営事業者と出店事業者の間で、そこに書いてありますように拘束条件付取引あるいは優越的地位の濫用といった行為が行われているのではないかという問題意識が一つございます。

それから出店事業者に対しまして、出店事業者は仮想店舗で物を売っているわけですので、当然、物を仕入れる仕入先事業者、メーカーなり卸売業者といった事業者があるわけですが、その仕入先事業者と出店事業者との間で、再販売価格の拘束といった不公正な取引方法が行われているのではないかという問題意識でございます。

これにつきましては、左側のほうに実店舗を有して販売する既存の販売事業者ということで、これは出店事業者とライバル関係にあるわけですが、こちらのほうから仕入先事業者に、出店事業者に商品を生産しないような圧力といったようなものを背景に再販売価格の拘束といったようなことが行われていないかどうか。そういう問題意識でございます。

ページをおめくりいただきまして、2 ページ目でございます。消費者向け e コマース業界の構造ということですが、こちらの市場規模はグラフを御覧いただいておりますように、年々大きく成長している状況です。そのうち電子商店街、仮想商店街における取引、市場規模につきましては、2005 年度で 5500 億円ということでありまして、消費者向け e コマース市場全体の 41.6% を占める状況になっているということでございます。

さて、その電子商店街の取引ですが、またページをおめくりいただきまして 3 ページ目でございます。楽天、ヤフー、DeNA と上位 3 社が電子商店街の運営事業者ですが、こちら上位 3 社で電子商店街全体の市場規模の 9 割超を占めているという、かなり集中が進んでいる状況でございます。

それから次に (4) ですが、そういった運営事業者と仮想商店街に出店し

ている出店事業者との関係でございます。まず事業規模、会社の規模ということで、売上高、資本金、従業員数といったようなことになるわけですが、資本金、従業員数は、運営事業者につきましては電子商店街運営事業以外の事業も含めた数字ということですが、いずれにいたしましても運営事業者と出店事業者の間でかなり規模の差があるということでございます。

それからさらにページをおめぐりいただきまして、運営事業者と出店事業者の関係ですけれども、取引をどれくらい依存しているのかということです。上位3社の電子商店街へ出店している事業者から見ますと、総じて電子商店街での取引への依存度が高い状況がお分かりいただけるかと思えます。

それから関係を見る上で、4ページの中段のちょっと下の取引先変更の可能性ということです。いろいろ事業活動に制限があるという事情があって、出店事業者は取引先の運営事業者を自由に変更することが困難な場合があるということでございます。

したがって、この運営事業者と出店事業者との関係ですけれども、4ページの下の方に枠で囲って書いてございますが、上位3社の運営事業者の中には出店事業者との関係において取引上の立場が優位に立つ場合がある、そういう事業者があるということでございます。

こういう関係がある中で、先ほどの運営事業者と出店事業者との間の取引の状況は、5ページ以降です。どういう取引慣行があって、それに対して独禁法上どういうふうに評価をしたかということでございます。

運営事業者は、その出店事業者との関係で、出店規約というものを締結しておりますので、そこで幾つかの条件を課しているということです。まず「ダイレクトメール送付等の営業活動の制限」ということですが、これはどういうことかと申しますと、運営事業者の中には出店事業者に対しましてインターネットということで、外部サイトへのリンクを制限するということをしております。その上で、メールアドレスとか名前とか住所とか、消費者に関するそういう顧客情報について、出店事業者が出店中ダイレクトメールを送ったり、そういうことで営業活動に使うということを制限しているということと、それから仮に商店街をやめて退店した後でも、出店中に得たそういう顧客情報については利用できないという取決めをしている事業者がございます。

それにつきまして、独禁法上の評価ということですが、運営事業者がそういう形で退店後の顧客情報の利用を禁止することにつきましては、それが個人情報保護の観点から課されているという運営事業者側の説明ではありますけれども、個人情報保護のために必要な制限とはいえない場合で、かつ消費者向けeコマース市場における電子商店街間の競争に悪影響を与えるおそれがある場合には、独禁法上の問題になるという考え方を示しているものでございます。

次に運営事業者による優越的地位の濫用についてです。まず、最初は「ア 手数料率の一方的変更」ということで、先ほど御紹介した出店規約におきまして、各社手数料率を運営事業者側が一方的に変更できるというふうにしております。これにつきましては、出店事業者にとって非常に不利益な手数料設定になる場合には、独禁法上の問題（優越的地位の濫用）につながるおそれがあるという整理でございます。

次に「イ 過大なポイント原資の賦課」でございます。これは運営事業者の中に、消費者、お客さんが電子商店街で物を買うときにその一定割合を、次回その商店街で商品を購入したときに代金の一部または全部に充当できるというポイント制度を行っている運営事業者の商店街があるということですが、出店事業者はこのポイント制度への参加を義務づけている。そのときに、今回の調査によりますと、そのポイントの原資、1%なら1%について出店事業者が負担するということですが、次回以降の商品の購入のときに消費者が使わないことがあるわけです。使用したか使用しないかにかかわらず、一律にポイント原資分を出店者に負担として課している。そういう運営事業者が見られたということでございます。

これにつきましても、出店事業者に対する取引上の立場が優越している運営事業者につきましては、そういうポイント制度の運用によって、出店事業者に不当に不利益なものになるという場合には、やはり優越的地位の濫用ということで問題になり得るという考え方でございます。

次にページをまたおめぐりいただきまして、「ウ 運営事業者によるカード決済代行業務の利用義務付け」でございます。これも個人情報の管理の問題と関係してくる話ですが、お客さんが商店街で商品を購入するときにクレジットカードで代金の決済を行うということが往々にしてあるわけですが、その場合に、商店街によっては、出店事業者が直接クレジットカード会社とやりとりして、クレジットカードでの取引の決済を行うということをしてはいけないということで、お客さんがクレジットカードを使った場合には、運営事業者がその出店事業者のかわりにクレジット会社との決済を行い、それについては出店事業者から運営事業者は手数料を取っている。そういうやり方をしているものがあるわけでございます。

クレジットカード情報ということで、個人情報を保護するという観点から、そういう運営の仕方をしてるんですと。これにつきましても、やはり出店事業者に対する取引上の立場が優越している運営事業者がございしますが、個人情報保護のために必要な制限とはいえない場合で、なおかつ高率の手数料を設定するというので、出店事業者に不当に不利益を課す場合には、優越的地位の濫用として独禁法上の問題につながるおそれがあるという考え方を整理しているものでござ

います。

それから6ページの下のほう、仕入先事業者、メーカーなり卸なりということですが、これらによる再販売価格の拘束等でございます。今回、出店事業者にアンケート調査で、こういった商売をしているときに妨げになっているようなことをいろいろ伺ったわけですが、回答の中にこういった事例がみられたということでございます。

「ア 定価販売の遵守、値引販売の禁止」ということですが、そういった仕入先事業者との取引で、相手先の仕入先事業者から定価を守ってくれということとか、値引きして販売するのをやめてくれというようなこと、そういった指示をされているという回答が見られたということです。これにつきましてはいうまでもなく、再販売価格の拘束ということで、独占禁止法上の問題になるということでございます。

それから「イ ネット販売の禁止や高い仕入値の設定」ということです。これも同様に仕入先事業者から、これこれの商品についてはということで、一部の商品についてネットでの販売をしないでくれというふうにネット販売自体を禁止されたり、あるいはその商品に係る仕入価格を非常に高く設定されているといったような事例が見られました。これにつきましてはやはり独禁法上の問題、拘束条件付取引ないしは差別対価だと。ネットで販売するものについて価格を非常に引き上げるといって、独禁法上の問題につながるおそれがあるということで考え方を整理しているものでございます。

簡単ではございますけれども、私のほうからは以上でございます。

根岸会長 ありがとうございます。ただ今、電子商店街等の消費者向けeコマースにおける取引実態に関する調査報告をされまして、その報告書の概要について説明いただきましたが、どうぞ御質問なり、御意見がございましたらお願いいたします。

佐野会員 質問したいのですが、5ページの2の(1)の個人情報の部分で、ここに書かれているのは要するに退店後、個人情報、顧客情報の利用を禁止することは独禁法上の問題となるおそれもあるということですが、消費者としてはヤフーならヤフー、楽天なら楽天にお店が出ているからこそ、物をそこで買う人もいます。そのお店がそこから退店した後、個人情報の利用を禁止するのがなぜ悪いのかと。私はどっちかといったら、きちんと禁止するべきではないかなと思っているのですが、もう少し具体的な例を教えてくださいたいのです。要するに個人情報保護のために必要な制限とはいえないにもかかわらず、消費者向けeコマース市場における電子商店街の競争に悪影響を与えるおそれというのはどんなことがあるのか、もう少し詳しく教えてくださいたい。

それからもう一つ、ポイントのところですが、同じページの最後の過大なポイントの部分です。今、いろんなところでポイント制度があります。ここに書かれ

ているとおりでと思いますが、現実、普通の商店街でもかなりポイント制度があります。そちらのほうの情報もお持ちなのか、このような形で運営がされているのかというのをもしお分かりでしたら教えていただきたいと思います。

片桐取引調査室長 まず、最初の御質問は、顧客情報の利用制限について、もうちょっと具体的に話をということでございました。ここで電子商店街運営事業者ということで一くりにしておりますが、この中でもいろいろ取扱いに差がありまして、顧客情報の利用制限ということで非常に厳しいのは楽天なんですけれども、楽天につきましては出店期間中はそういうふうに利用制限しているということで、出店後、その商店街をやめた後も顧客情報の利用ができないという制限内容になっております。

他方、ヤフーの場合はそうではなくて、出店中も、それからその商店街をやめた後も、お客さんからの個人情報というのは、基本的に出店事業者が管理するものだというふうに整理をされておまして、もちろん個人情報保護の観点から、なすべきこと 必要な義務というのは出店事業者の責任においてなされていると。そういうやり方になっているわけです。

どういう方法を採用するかということは、運営事業者によって違うわけですが、御指摘のような消費者の意識、こちらのほうとの関係もございます。それからここで特に申し上げたかったのは、そういう制限が電子商店街間の競争に影響を与えるおそれがあるということで、個人情報保護の必要性というのは認めているわけですが、そういう必要な制限とはいえない場合であって、競争に悪影響を与える場合には、独禁法上問題になるのですよという考え方を出しているということでございます。

なお、消費者の意識ということもあるのではないかと考えておまして、今回の報告書の調査でもこの商店街を利用している消費者が、情報をだれに教えているのかということもちょっと聞いております。その結果によりますと、必ずしも運営事業者に教えているということではなくて、そこに出的店している出店事業者に自分の情報を教えているのですという消費者の声が多かったということもございまして、こういう考え方の整理になっているということです。

それから2番目のポイントの制度について、普通の商店街ではどうなっているかということです。一般の商店街での状況も幾つか調べておりますが、そこではそもそもポイント原資を各商店から徴収するときに、そのポイントが実際お客さんにどれくらい使われているかという有効率というか、失効率を加味した上で、ポイントの負担の率を決めているというのがありまして、やはりそういうことで失効率というものを念頭に置いた上で制度設計をしているというのが一般的な状況ではないかと考えています。

佐野会員 最初のが消費者の意見で、お店のほうに情報提供するんだからいいんじゃない

かという意見もあるのですが、大きなお店はそうかもしれませんが、小さいお店になると、ヤフーとか楽天にいるからこそ、だれにでも売ることができ、ある程度の条件付でお店が出せるという形だと私たちは思っておりますので、その中で、そこから脱会し、お店を出さなくなったときに、そのままその情報を持って行って、外で使われることが拘束条件付取引なのかというのが私にはどうしても理解できないのです。そこはそこで完結して終わるべきではないかなと思います。またどこかでお店を出したら、そこにまた行けばいいわけで、それがなぜ独禁法上の問題になるのかというのがよく理解できませんでした。

佐々木会員 お店を出したことがあって苦労したので、お話を少しするのですが、結局は、消費者が自分のメールアドレスなどの個人情報をお店に出すのか、あるいは楽天などの運営会社に出したのかということを選べるのであればそれでいいと思うのです。しかし、多分、現状では例えば私たちがサイトのお店を楽天に出した場合、その商品を買った人に連絡を取りたくても出店者にはメールアドレスが知られないので、楽天を通さなければ、私たちはお客様に連絡が取れない状況になっています。

また、仮想商店街の運営業者の例えばパーセンテージや、契約書も調べていただいたほうがいいと思います。中には、一方的な契約書で、交渉の余地なしというものがあるかも知れません。その上、何万というお店が出ていますから、きちんと認知してもらうために露出を高めようとする、広告料や講座を何日間受けなければノウハウは教えませんよというふうに、出店料を出したものの、実はその後次々と支払っていかなければ、認知もされないし、お客様とお話することさえできないというケースがあると思います。それで出店をやめたいが、そのお店に来てくれた方々がどなたかも分からないので、御連絡さえ取れないのでやめられないという状況があり得るわけです。

そこに出さなくても成り立つお店であればよるしいのですけれども、どこかのいろんな地方の企業が、いま自分たちのビジネスをよくするために大きな商店街に名前を連ねようと思ったときに、選択肢がないという意味では、私は今回の調査はありがたいと思いますし、この後、それがどうなっていくのかというのは興味深くみたいと思います。個人情報だれのものかという点以外に運営会社の出店者に対する力関係はもう少しみてみる必要があると思います。

舟田会員 これは森本先生にお聞きしたほうがいいかもしれませんが、この場合に、まずどこで契約が成立しているかという問題ですね。もちろん消費者と出店者との間に売買契約があることは当然ですが、楽天との間にどういう契約関係があるか、その辺はお調べになったのでしょうかからお聞きしたいのですが。消費者の意識は別にして、法律上の売買契約は出店事業者と消費者だと思います。その辺は消費者もまさか意識しているのだろうと思うのですね。楽天から買ったと思う人

はいないと思います。その場合には、取引に附随する情報は出店者に行くのは当然ですよ。そうしますと、もし楽天が一種の取引の媒介、これは出資法上何というのかを忘れましたけれども、単なる媒介者にすぎないとすれば、さっき話に出ました最初の楽天との出店契約で、出店事業者に入るべき情報は楽天がまずとりますよという個別の特約で、顧客情報が楽天に集中しているのではないかと思います。

そういう意味では、この報告書の本文の 24 ページは楽天、25 ページの上から 2 段目のヤフーの場合、ヤフーはそういう意味では私の解釈に近いのですけれども、顧客情報は出店事業者に帰属すると。いったん帰属したものを取り上げるとというのが左側の楽天ではないかと私は思うのですけれども、もし違っていれば、また話が全然違ってくるのですが、その場合にはそもそもいったん帰属したものを取り上げることが優越的地位の濫用にならないのかということを感じて思います。同じようなことはテレビ会社と番組制作会社の間にもあり、本来番組制作会社が全部完璧につくったものをテレビ事業者が最初から「私の著作権だよ」という。そういう話は下請法のときにやりましたけれども、それと同じようなことがちょっとあるのではないかというのが一つです。

もう一つは、先ほどの佐野会員がおっしゃったことで、買った人は楽天でだけその情報が使われると思っているのに、仮想空間以外のところで使われるのはどうかというのは、まさにそれもなるほどなと思いました。そういう意味では、それは個人情報の目的外利用の「目的外」になるのか、これは独禁法の問題じゃないのかもしれませんが、もしその辺も何かお調べになっていたらお聞きしたい。

高橋会員 私も佐々木さんのお話を伺って、運営者と出店事業者の間ではこの独禁法の問題というのはあるのかもしれないと感じたんですけれども、個人の問題に関してはいま先生がおっしゃったように、私は個人情報保護法の問題だと思っているんですね。個人情報というのがどういうふうに扱われるのかということが契約時にきちんと示されなければいけなくて、一般の方々が分からないようになっていることがまず問題と感じております。

御質問は、ここの部分で全く利用できないようにしているというのが、この契約上そうになっているのだからそうだとしたことなのか、目的外利用をオーケーするのか、オプトインにせよ、オプトアウトにせよ、いずれにしる何か明示的にやらなければいけないということになっていると思うので、ダイレクトメールを勝手に送っていいですよというふうには一般的にはなっていないと思います。それはグループ内とかいろんな制限はあると思うのですけれども、そういうところを今回の調査の中で全く利用できないようになっているというのは、個人情報の扱いについての契約をするときに既にダイレクトメール云々という条項が全部抜け

てしまっていて、知らされてもないということなのか、その辺をちょっとお伺いしたいなと思っています。

根岸会長 全部一気に答えていただくと大変ですので、少しずつ答えていただいて、まず独占禁止法の問題ということで。順番はどちらでも結構です。

片桐取引調査室長 まず、楽天と消費者との間での個人情報の部分の取扱いでどういう約束になっているかということです。初めに商品を楽天市場にアクセスして買うときに、個人情報の取扱いというのは、ここまで消費者は覚えていらっしゃるかもしれませんが、一応約束が書いてありまして、そこで個人情報というのは楽天の管理です、ただし、ダイレクトメールを送ったりするなどいろいろな出店事業者が楽天市場での事業活動に利用する場合には、お客さんからいただいた個人情報を利用することがあります。そういう約束で楽天はお客様から個人情報をもっているということでございます。

ただし、個人情報保護法上は取引関係が終わった場合、出店事業者が楽天市場から抜け出して楽天との関係がなくなった場合には、楽天とお客さんの第三者とのやりとりに関する取決めというのは一切無効というか、その後は自由ということになりますので、あとは運営事業者なりがどういう取扱いをするかというだけの問題になります。法律との関係でいえば、切れた後の利用については自由な取扱いができるということにはなっております。

そこで、やめた後のことですが、実際に出店事業者がもう楽天をやめたのだからあとは自由にダイレクトメールを出せるのではないかということですが、出店期間中もメールアドレスについては一切分からない仕組みになっているのですね。楽天のシステムを通さないと具体的なお客さんのメールアドレスというのは分からない状況になっているということです。ただ、住所については、商品の発送のときに必要なもので、個々の商品を発送するときに楽天から個別に教えてもらうということになっているので、それをそのままためていけば住所は分かるということです。ただ、インターネットで御商売されているということで、メールでのやりとりでお客様と連絡を取るということを主たる事業でやっている方々ですので、やっぱりメールアドレスの利用ができないというのは、事業活動を継続していく上で非常に支障になっているということでございます。

森本会員 報告書の28ページの図の37と38との関連において、このアンケートの趣旨をお教えいただきたいのですが、図の37は決済情報を教えている相手方ということですね。例えば、固有名詞を挙げさせていただきますと、楽天の顧客についてはこの運営事業者オンリーの数字が増えるというような有意な差があるわけですか。楽天が個人情報を管理しているというのは、楽天の責任で処理するということになるのですが、やめた後はというのは、舟田さんがおっしゃったように顧客としては出店事業者と自分が契約しているのであって、契約の相手方である出店

業者が情報を持つのは当然のことであるということではないでしょうか。規模の経済だとか何かで一応出店中は、楽天が合理的に管理します。そして、楽天市場のいわゆる公正な取引のために監督します。しかし、退店後はもう個別の契約に戻って、出店事業者と顧客の間の問題になって、むしろ楽天はそこから出ますというように理解することが、従来の基本的な枠組みだと思います。

ただ、電子商店街の場合には、運営事業者に極めて厳格な責任があって、個別事業者が通常の現物の市場の一角を借りた場合とは質的に違う意味があるというような特別な事情があるのであれば、それはまた別ですが、基本的に情報は出店事業者がアクセスできることが当然だと思います。佐野会員が言われたような特殊なものがあるなら、それを特約として出店事業者と運営事業者が合理的に約束してとか、業法的規制で検討すべきであって、一般私法あるいは、独占禁止法上の公正取引の観点からは、問題ではないのでしょうか。とりわけ、ヤフーと比べるとどうも一方側の特別な約定のような気がします。従って、それに合理性があるのか疑問なように思われます。

質問の前提がちょっと長くなりましたが、このようなことが気になったのですが、それとの関連において、二つの図表の意味がよく分からなくなったのです。図表 37 は顧客が教えていると思っている相手方に係るもので、図表 38 の「差し支えない相手」というのは、明示的に約定はしていないけれども、関連性があるから連携する相手だから目をつぶるよという趣旨なののでしょうか。図の 37 と 38 の比較の内容が分からなかったのです、今の質問ないしは先ほどの舟田会員の質問にもう一回お答えいただきたいと思います。私は基本的には事業者と顧客との間で契約関係があるのであって、楽天は場を提供するだけだと考えています。場を提供するときにはいろいろな拘束があるだろうけれども、この拘束に合理性があるかどうか、もう少し契約内容と取引慣行でチェックする必要があるように思われます。報告書についても、その内容は全部見たわけではなくて流し読みしただけですが、報告書は、やや混乱した議論になっているのかなという気がいたしました。

根岸会長 28 ページの図表 37 と 38 について、もしよろしければ説明していただけますか。

片桐取引調査室長 この図表 37 というのは、電子商店街なりで商品を買うときに、自分が入力している個人情報などをだれに教えていると思っておりますか、という御認識です。38 というのは、教えた相手がどこまで知らせてもいいのかということで、運営事業者だったら出店事業者というのがあるわけですし、出店事業者に教えているということであれば、それを運営事業者とかほかの人にも教えるか教えないかという問題があるわけですが、そういう情報をどこまで知られていいのでしょうか、差し支えないのでしょうかということで聞いた答えが 38 です。

森本会員 両方シミュレーションすると、出店事業者に教えている、ないしは教えてよいというのが何%になるのか。つまり、運営事業者以外の人に教えてもらっては困ると積極的に考えている人の数字が、この2つのデータから出てくると分かりやすいと思います。

片桐取引調査室長 すみません。そういう意味で37と38を総合して、出店事業者に教えている、ないしは教えてもいいと思っている割合がどれぐらいかという数字は、ここには掲載していません。それも分析してみたいと思います。

村上会員 この報告書は非常に問題意識がはっきりしているので、運営事業者から出店事業者に対する優越的地位の濫用とか拘束条件というのをなるべくやめるべきだという観点で整理しています。その点で見ているので、こういう結論になるのだと思います。出店事業者と消費者の間で契約は成り立つのであって、メールでやりとりした後、最終的に売買契約は出店事業者と消費者の間で成り立つ。それで運営事業者は約款上、ほとんどその契約には関与していないという形式の契約になっていると思います。ただ問題なのは、eコマースとかeオークションですから、消費者が実際に物を目で見てとか触ってみて判断するわけではないので、品質が悪いものが回ってくることもあれば、偽造品が回ってくることもあって、消費者との間でのトラブルというのはeコマースでも結構多いと聞いています。

こういうeコマースとかeオークションの規制動向というのは逆の傾向にあると思うので、消費者保護の観点からは、むしろ契約義務者ではない運営事業者、プロバイダーに少し責任を課す。例えば出店事業者に対する資格調査をちゃんとやれとか、もしくは契約の履行状況を調査して公表しろとか、様々な遵守義務を細かく定めてそれを守らせるとか、プロバイダーの運営事業者の出店事業者への管理責任を強くする。それは自分がそれで高額の手数料を実際にはもらっていますので、それに見合う責任を負わせろという感じになっています。今の消費者保護行政からいうeコマースに対する規制動向は、むしろそっちのほうにあると思っていますので、そういう意味で、トータルでみる場合には、そのバランスをうまく取った政策をしなければならぬ。

運営事業者は出店事業者にあまり関与するとか、優越的地位だからこうだというのが一方ですが、全体の動向は、消費者とのトラブルとかそういうのは非常に多くなっているのです。運営事業者の出店事業者に対するコントロールを少し強めて消費者保護をきちんとやれというのが、むしろ全体の流れになっていると思います。そのところは最後の政策をやる場合には、バランスだけは十分に注意したほうが良いなというのが読んだときの印象でした。

根岸会長 何かコメントはございますか。

片桐取引調査室長 先生の御指摘の点は全くそのとおりであると考えております。先生がおっしゃったように、これは独占禁止法上の観点からまとめたものですが、

他方で、消費者保護、個人情報保護ということで必要性というのものもあるわけですし、その必要性が認められないにもかかわらず、競争に悪影響がある場合には、独占禁止法上問題になるという整理をしているものでございます。

佐々木会員 一つだけ追加です。メールアドレスの件で、今、独禁法上の観点で出店業者と運業者の間で問題が大きいだらうというのは、先ほど来、出ている問い合わせがあった顧客のメールアドレスを全く入手することができないので、出店側が逆に何か連絡を取りたいとか連絡をしたくても、そこに出店料を払い続けられない限り、そこで出会ったお客さんとはコンタクトが取れないという意味だと思います。先ほど来、出ている決済情報、カードやクレジットの情報については、出店業者は全員の情報を持ってほしいという要求があるところは少ないと思います。つまり、買ってくれたときにあればいい情報ですから、むしろむやみに持ちたくはなくて、今のケースでは個人情報漏洩問題があったときに、その運業者に様々な責任が問われたりする。

ですから、先ほど来、出ている消費者と出店業者あるいは運業者の関係からみると、むしろ決済情報というところが観点になるのかなと。ですから、独占禁止法に關係するであろうメールアドレスで連絡が取れるのか、連絡を取る権利はだれのものなのかという話と、決済の情報の話と今後分けて考える必要があるのかなというのが、今の時点での意見です。

根岸会長 ありがとうございます。これをこのまま続けておりますと多分ずっと時間が過ぎてしまいます。予定では、30分で終わるということになっているのですが、もう20分を過ぎておまして、多分御予定もあると思いますので、そろそろ終わりたいと思います。

最後に竹島委員長から御発言をいただきたいと思います。

竹島委員長 ありがとうございます。今日も2時間という長時間にわたって御議論いただきましてありがとうございました。

特に今回申し上げるテーマは持っておりませんが、昨年1月4日から改正独禁法が施行されて1年間経ったのですが、その結果は大変いい滑り出しであった、初年度として大変よかったと思っております。改めて感謝申し上げます。端的に申し上げますと、課徴金減免申請は1年間で100件を超えたということでございまして、大変な使われ方をしています。全部が全部我々にとって大変有益な情報かどうかは別ですが、中には良いものもあって、現に世の中に公表されたものも2つある。日本の大企業もそれを使うようになってきているということでございます。犯則調査権限においても、既に2件それを使っておりますし、おかげ様で何とか進めております。

今年は、さらに改正独占禁止法をきちっと定着させていく必要があると思っております。そういう段階ですが、また見直しという話がございまして、改正法が

施行されてからまだ1年ちょっとでございますが、内閣府に基本問題懇談会というのが設けられておりまして、この6月にそちらで2年間の審議を踏まえて、御意見をまとめられるということになっております。そのための議論もだんだんと濃密になってきているようですので、また次回、時宜を逸せず御報告を申し上げたいと思っております。いずれにしましても700何十名の職員で頑張っておりますので、先生方の御指導、御鞭撻を引き続きよろしくお願い申し上げます。

それから、申し遅れましたけれども、独占禁止懇話会の会長を根岸会長に御就任いただきました。お忙しい中、お引き受けいただきまして大変ありがとうございます。前会長の後藤委員は、今度はこちらで別の立場に立つということでございます。どうぞよろしくお願いいたします。

根岸会長 ありがとうございます。それではこれで閉会とさせていただきます。次回はまた事務局から御連絡するということでございます。長時間にわたりまして非常に活発な御議論をありがとうございました。これで終わります。

了

**【資料】**

独禁懇 176-1 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」等の一部

改正について

- ・ 改正のポイント
- ・ 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」等の一部改正について

独禁懇 176-2 「農業協同組合の活動に関する独占禁止法の指針」(原案)

に対する意見募集について

独禁懇 176-3 電子商店街等の消費者向け e コマースにおける取引実態に

関する調査報告書(概要及び報告書)