

独占禁止懇話会第 184 回会合議事録

1. 日時 平成 21 年 11 月 20 日（金）13：30～15：30

2. 場所 公正取引委員会大会議室

3. 出席者

【会員】伊藤会長，石井会員，井手会員，内田会員，及川会員，榎野会員，神田会員，古城会員，児玉会員，萩原会員，村上会員，森本会員

【公正取引委員会】竹島委員長，濱崎委員，後藤委員，神垣委員，濱田委員

【公正取引委員会事務総局】松山事務総長，高橋首席審判官，鶴瀨官房総括審議官，相関官房審議官（国際担当），山本経済取引局長，松尾取引部長，中島審査局長

4. 議題

（1） 「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」の策定

（2） 「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」等の見直し

（3） 公正取引委員会の広報活動の状況

5. 議事

山本経済取引局長 それでは，まだ若干お越しになられていない会員の方がいらっしゃいますけれども，定刻となりましたので，本日の「独占禁止懇話会」を開始させていただきます。

私は，6月に経済取引局長になりました山本でございます。どうかよろしくお願ひいたします。本日は冒頭，事務局の私が司会進行を務めさせていただきます。

初めに，事務局から御報告を申し上げたいことが何点かございます。

まず，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根岸教授が前回をもちまして独占禁止懇話会を退かれることになりました。

そこで，根岸教授の後任の会員といたしまして，新たに東京大学大学院経済学研究科の伊藤元重教授が会員に御就任されましたので，御紹介いたします。

また，これまで会員をお願いしておりました全国中小企業団体中央会の前常務理事の山崎会員が退任されまして，後任の会員として，同じく全国中小企業団体中央会政策推進部長の及川勝様が新たに会員に就任されましたので，御紹介させていただきます。

及川会員 全国中小企業団体中央会の及川でございます。よろしくお願ひ申し上げます。

山本経済取引局長 このほか，全国農業協同組合中央会の前専務理事の向井地会

員，また，住友精化株式会社代表取締役の上田会員が退任されまして，後任の会員として，本日は欠席されておりますけれども，全国農業協同組合中央会専務理事の富士重夫様，また，グンゼ株式会社代表取締役社長の平田弘様がそれぞれ新たな会員に就任されておりますことを御報告させていただきます。

続きまして，本懇話会の会長でございますけれども，前回をもって会長を辞任された根岸会長の後任といたしまして新たに会員となられた伊藤元重会員に会長に御就任いただきたいと存じますけれども，いかがでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

山本経済取引局長 それでは，そのようにさせていただきますと思います。

なお，竹島委員長ですけれども，本日，政府会合の出席のため，もうしばらくして，3時ぐらいまでの間，中座をさせていただきますことをあらかじめ御報告させていただきます。

最後に，前回の会合以降，事務総局におきまして人事異動がございましたので，紹介させていただきます。

まず，首席審判官の高橋です。

取引部長の松尾です。

審査局長の中島です。

なお，会員の皆様方のお手元に本日の議題に関する資料をお配りしておりますけれども，それには右上に独禁懇 184 - 1 ~ 4 までナンバリングしてございます。また，別途席上で中小事業者取引公正化推進プログラムというものをお配りしておりますけれども，これは一昨日公表いたしましたので，本日の議題ではございませんけれども，御参考までに配付させていただいているものでございます。

それでは，これ以降の議事進行につきましては，伊藤会長にお願いいたしたいと思っております。伊藤会長，よろしくお願い申し上げます。

伊藤会長 伊藤でございます。よろしくお願いいたします。

一言だけごあいさつをさせていただきますと思います。新参者の会員がいきなり会長になるというのは申し訳ないんですけれども，御指名でございますし，私自身も経済学を勉強してから，競争政策とか，独占禁止法の問題については非常に深い関心を持っておりましたので，この立派な会合の中でまたいろいろ勉強させていただければと思います。そういうことで，今後は是非皆さんといろいろな場で意見交換させていただければと思います。よろしくお願いいたします。

それでは，議題に入りたいと思っております。本日は「『排除型私的独占に係

る独占禁止法上の指針』の策定」，「『不当廉売に関する独占禁止法の考え方』等の見直し」，3番目として「公正取引委員会の広報活動の状況」につきまして，公正取引委員会から説明をいただきまして御意見を聴取することを予定しております。

それでは，本日の1つ目の議題でございます「『排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針』の策定」の議事に入りたいと思います。まず，10月28日に成案が公表された排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針について，佐久間経済取引局企画室長から御説明をお願いしたいと思います。佐久間企画室長 企画室長の佐久間でございます。本日はよろしくお願ひいたします。

本日は，「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」につきまして，指針の策定の背景でありますとか，目的，あるいは指針の内容について，概要を説明してまいりたいと思います。資料は，お手元に独禁懇184-1ということで，新聞発表文と，別紙1が指針の本体になります。別紙2はパブリックコメントに寄せられた意見と，これに対する考え方，また，参考1，参考2というポンチ絵の紙があるかと思ひますけれども，本日は時間も短いので，主として，このポンチ絵の紙2枚を中心に，必要に応じて本体の方も参照させていただくということにしたいと思ひます。

まず，指針で取り上げております排除型私的独占とは何ぞやということでございます。文字どおり読めば，参考1の上の四角の囲みにあるとおりでございますけれども，「事業者が他の事業者の事業活動を排除する行為により，公共の利益に反して，一定の取引分野における競争を実質的に制限」することでございます。典型的には，市場において相当力を持っている事業者が何らかの手段を用ひまして競争相手を市場から排除したり，新規参入を阻止したりすることによって市場を独占しようとしたり，あるいは市場の競争を制限したりするような行為であると，ごく簡単に言えばこのように言えるものでございます。

この排除型私的独占につきましては，来年1月1日から施行されます独占禁止法改正法により，新たに課徴金制度の対象となるものでございます。しかし，この課徴金制度の対象とするか否かの議論の過程におきまして，次のようなことがよく言われておりました。

1つ目は，排除型私的独占として法的措置を採った事例はこれまで多くないということでございます。10数件ほどしかございません。そして問題となる行為の態様というのも多様で，なかなか形も定まっていなくてございます。

あとは，事業者の排除ということは，通常の事業活動の結果として，事

業者が努力して、よりよい商品をより安く供給したといった行為の結果、排除されるといふ場合がありますけれども、それと独占禁止法上の違法とされず排除型私的独占をもたらすような排除行為とを区分するのはなかなか容易ではないということ。

また、課徴金の導入がこういった状況の中、行われますと、事業者に対して萎縮効果を生じさせ、公正かつ自由な事業活動の支障となるのではないかとといったような指摘がございました。

排除型私的独占自体は、カルテルと同様、競争を実質的に制限することによって、競争市場に対して大変悪影響を及ぼす行為でございますので、課徴金を導入する必要はあるところでございますけれども、導入に当たっては、排除型私的独占が成立するための要件に関する解釈を可能な限り明確化して、法運用の透明性を確保し、予見可能性を向上させようと、そういうことを考えましてこの指針を作成したものでございます。

指針の作成に当たりましては、各国において作成されている同様のガイドライン等の内容も参照いたしました。これは、これまで我が国の事例が十分蓄積されていないこともあるわけですが、そういった過去の事例とともに、国際的な整合性ということも十分留意して、この指針を作成したところでございます。

指針の構成でございますけれども、参考1に第1、第2、第3と分けてございますけれども、ガイドラインはまず、排除型私的独占に係る事件として、優先的に審査を行う際の公正取引委員会の執行方針を明らかにして、その後、排除型私的独占が成立するための要件である排除行為とは何かということに触れまして、さらにもう一つの要件でありますところの一定の取引分野における競争の実質的制限とはどういうものかといったことを説明するという構成となっております。

まず、執行方針について簡単に触れたいと思います。この表にありますとおり、公正取引委員会はこういった事案を排除型私的独占の事件として優先的に審査するかということで、2つのことを見ますということでございます。

まず、行為開始後において、排除行為を行っている者が供給する商品のシェアがおおむね50%を超える事案ということが1つの要件でございます。どうしてこういう数字が出てきたかというのは、これまでのほとんどの事件において、違反行為者は高いシェアを占めておるということでございます。更に言いますと、すべての事案において50%超であったということでございます。また、これはほかの要件も見なければいけませんので、必ずそうだということではないのですけれども、一般論としては、行為者のシ

シェアが高いほど市場閉鎖効果を持つといえますか、例えば、競争者を排除したりとか、そういうような可能性が高まるというものでございます。そういったことに鑑みまして、商品のシェアがおおむね2分の1超というところをまず1つ目の着目点として挙げておるところでございます。

2つ目として、国民生活に与える影響が大きい事案ということでございます。これに関しましては、市場規模とか、行為者による事業活動の範囲とか、商品の特性等を総合的に考慮して、国民生活に与える影響が大きいと判断するものについて、優先的に審査をすることとしております。

このような基準、特に1のような基準ですと、50%を示しているところでございますけれども、ただし、この基準は緩やかな基準でございまして、50%を超えていなければ排除型私的独占には当たらないのかということ、そういうことではありません。あくまでも執行方針として優先的に審査をする基準ということでございますので、当該基準に合致しない事案であっても、もちろん審査を行う場合があることを指針では留保しております。

また、排除型私的独占と認められない場合でも、不公正な取引方法、つまり、競争を実質的に制限しないけれども、公正な競争を阻害するおそれが認められる場合、不公正な取引方法となる場合もありますので、そういったことに留意する必要があるということでございます。

このように、この基準は執行方針でございますし、セーフハーバーというほど明確な基準ではありませんが、このような基準を示すことで、事業者にとっての予見可能性は高まり、多くの事業者にとっては萎縮しないように事業活動を展開することができるようになって考えているところでございます。

つまり、排除型私的独占というのは、条文上、例えば、事業者のシェアが何%以上とかということは書いてございませんけれども、競争者や新規参入者を排除して市場の競争制限をもたらすためには一定程度の市場シェアなり、事業者の力が必要ということでございますので、こういったことを示せば、だれもかれもが審査の対象になるのではないといったことを示していると、そういうことでございます。

続きまして、指針では排除行為について記述しております。排除行為の話ですけれども、参考2に排除行為に特化した資料がありますので、そちらを見ていただければと思います。指針では、排除行為とはということで、参考2の冒頭にあるように、他の事業者の事業活動の継続を困難にさせたり、新規参入者の事業開始を困難にさせたりする行為であって、もう一つの要件でありますところの一定の取引分野における競争の実質的制限につながる行為ということを述べております。

これは実際に他の事業者の事業活動が完全に駆逐されたり，新規参入が完全に阻止されたりという結果が現実に発生することまでは必要とされておらず，これらの結果をもたらす蓋然性が高ければよいということでございます。

そして，排除行為に該当し得る典型行為として，指針において4つの類型というものを明らかにしております。1つは，価格設定という手段を用いた排除行為として商品を生産しなければ発生しない費用を下回る対価設定，残りは価格設定という手段を用いない行為であり，商品を生産しなければ発生しない費用を下回る対価設定，排他的取引，抱き合わせ，供給拒絶・差別的取扱いの4つに類型化しております。それぞれの行為の排除行為該当性は，当然商品に係る市場全体の状況でありますとか，行為者，競争者の市場における地位でありますとか，行為の期間，態様等の要素を総合的に考慮しなければいけないわけでございます。

あと，指針では，排除行為自体，4つの類型に必ずしも限定しておりませんので，参考1に戻っていただきたいのですが，第2の囲みの中の緑のところでは「このほかの非典型的な行為も排除行為となり得る。」ということで，競争者と競合する販売地域・顧客に限定して価格を安く設定するような行為でありますとか，他の事業者の事業活動を妨害するような行為が排除行為に当たると認定された事例がございます。詳しくは触れませんが，典型類型以外の排除行為と評価し得るものは，指針の5ページから6ページにかけて，注3，注4といったところに書いてございます。

まず，商品を生産しなければ発生しない費用を下回る対価設定でございます。こういった費用を下回る行為は排除行為に該当し得る行為と位置づけております。対価の設定の合理性の有無を決める費用の基準としては，経済学的に言えば平均可変費用が有力な基準で，諸外国の競争当局でも徐々に取り入れられてきておるところでございますけれども，実務上は，これに相当する費用として商品を生産しなければ発生しない費用という概念を使っております。

このような費用さえ回収できない対価が設定されていると，商品を生産すればするほど，そういう対価を設定している者の損失は拡大しているわけでございます。これに対抗しようとするすると，行為者と同等に効率的な事業者であっても，やはり同じように損失が拡大していかざるを得ない。こういったことは正常な競争過程を反映したものとは言えませんし，また，それ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせて競争に悪影響を及ぼす場合があるだろうと，そういった考えの下に，商品を生産しなければ

発生しない費用を下回る対価設定を排除行為の典型行為の1つと位置付けたわけでございます。

ただ、こういった商品を生供給しなければ発生しない費用を回収できる場合には、仮に商品の供給に要する費用、すなわち総費用又は総販売原価を下回る場合であっても、商品を生供給することにより、商品を生供給しない場合と比べて損失を小さくできますので、そういった対価を設定する場合は特段の事情がない限り、排除行為に該当する可能性は低いといったことを述べております。

さらに、排他的取引ということで、相手方に対し、自己の競争者との取引を禁止し、また制限するような行為も典型行為として挙げております。これもそういった条件を付けることが常に問題になるわけでは当然ございませんけれども、当該取引によって他に代わり得る取引先を容易に見出すことができない競争者の事業活動を困難にするような場合は排除行為になるということでございます。

排他的取引として最も典型的なのは競争者と取引しないことを内容とする契約を締結するといったものですが、そういった契約を締結しなくても、例えば、輸入品を取り扱っている事業者への供給を拒絶したり、不利な取引条件を課したりといったことで、実質的に、この場合は輸入するものということになりますけれども、競争者との取引を禁止するようなことになっていけば、やはり排他的取引として評価されて、排除行為該当性を評価するということでございます。

また、その競争者の商品の取扱いを制限する効果を有するリベート、典型的には競争者の商品を取り扱わないことを条件に金銭を提供するような行為は、排他的な取引、競争者を排除するような効果を持ち得るので、そういった場合も排他的取引と同様の観点から、そういった形態のリベートが排除行為に該当するか否かを検討することになるといったことも示しております。

あとは、商品を抱き合わせるということですが、これは、Xという行為者が主たる商品の市場での力を利用して、抱き合わせる商品、すなわち従たる商品の市場に影響を与え、競争者を排除しようという場合が考えられるということございまして、従たる商品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見出すことができない競争者の事業活動を困難にさせる場合は、排除行為になるということでございます。

時間も少ないので先に参りますけれども、あと、供給拒絶と差別的な取扱いということでございます。絵を見ながら聞いていただければと思っておりますけれども、これは、供給先の事業者が川下市場で事業活動を行うために

必要な商品について、合理的な範囲を超えて供給の拒絶や差別的な取扱いをする行為という定義でございます。

ただ、この供給拒絶とか差別的な取扱いというのは、誰にどのような条件で商品を提供するかというのは、他方で自由な事業活動ということがございますので、この行為類型で排除行為に該当するか否かを検討するときには、特に慎重に検討する必要があるのだということを指針では特に触れております。

ここでポイントになるところは、必要な商品と合理的な範囲という概念でございますけれども、必要な商品というのは、川下市場で事業活動を行うに当たって、他の商品では代替できない必須の商品で、自らも製造することが現実に困難であるものといったことになりまして、合理的な範囲というのは、個別の事案ごとに供給に係る取引の内容、実績、地域による受給関係等の相違等を考慮して判断することとしております。排除行為該当性については、指針でも手厚く触れておるところでございます。

さらに第3の話として、一定の取引分野における競争の実質的制限という話がございます。排除行為があるだけでは排除型私的独占にならないわけで、この第3の評価ということに最終的に排除型私的独占が成立するか否かがかかってくるわけです。一定の取引分野における競争を実質的に制限するかどうかを検討する市場については、基本的には排除行為により影響を受ける範囲というところで一定の取引分野が画定されるということでございますが、必要に応じて、商品の範囲、地理的範囲、事業者から見た商品の代替性といったものも見るということで、併せて書いてございます。

最後の競争の実質的制限は、そもそも競争の実質的制限とは何かということですが、市場支配的状态を形成・維持・強化するものと解されます。言葉にすると一言で書いてございますけれども、もう少し具体的な説明は29ページの14行目以下に、先般、排除型私的独占に関しまして、東京高裁の判決が出まして、その中で一定の取引分野における競争の実質的制限の意義について触れておまして、その考え方をそのまま引用しております。

競争の実質的制限の存否というのは、一律に特定の基準で判断されるわけではなくて、個別具体的な事件ごとにさまざまな事情を考慮しなければいけないということでございまして、指針においては、行為者の地位、競争の状況、行為者の市場シェアが高いかとか、行為者と排除された事業者との従前の競争の状況とか、あるいは潜在的な競争圧力、参入圧力が働くような市場であるかとか、需要者に対抗的な交渉力があって、行為者の市

場支配力の行使を妨げるような力があるかとか、あるいは効率性が消費者に良い影響を与えるかとか、消費者利益の確保に関する特段の事情といったものがあるかといったことを競争の実質的制限が成立するか否かを検討していく中で判断していくということで、こういう要素を示しておるところでございます。

以上、「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」について簡単に御説明させていただきましたけれども、今後とも本指針の十分な周知と、排除型私的独占に係る法運用の透明性、事業者の予見可能性の向上を図るとともに、違反する事実が認められた場合には適切かつ迅速に対処することにしております。

少し時間を超過しましたけれども、以上でございます。

伊藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの説明について、御質問とか御意見ございましたら、どうぞ御自由に御発言いただきたいと思っております。

古城会員 今、不当廉売の例を挙げて御説明になったと思うんですけれども、不当廉売は不公正な取引方法にも入ってきたと思うんですが、不公正な取引方法に当たる不当廉売と、ここにあります排除型私的独占に当たる不当廉売は範囲は違ってくるんですか。

佐久間企画室長 当該廉売行為が不公正取引に当たるけれども、排除型私的独占には当たらない、例えば、行為者の市場シェアがそれほど大きくないような場合には、排除型私的独占という形での認定は難しいのかなと思っております。

古城会員 不当廉売というのは御存じのようにアメリカと日本では範囲が違います。学者の間もいろいろあって、公正取引委員会は一定の考え方を取ってきていまして、それは評価がいろいろ分かれています。代表的な例ですと、スーパーが牛乳を安売りしたという事件がありまして、考えようによっては、スーパーはたくさんあるんだから、牛乳の専売店が打撃を被っても、スーパー同士がきちんと牛乳を売っているんだから、牛乳の値段が高くなることはないんだから、消費者が不利益を被るような価格の値上がりはないというんだと、あんなものは規制すべきではないという考え方をアメリカは取ると思うんですけれども、日本は公正取引委員会が取り締まってこられた。それは他の分野でもいろいろ出てくるわけです。例えば、スーパーは駐車場をただでやっているけれども、周りの駐車場が非常に困る、だけれども、駐車場は附帯サービスだから別に問わないとか、さまざまな考え方があると思うんです。

先ほど原価割れという御説明があったけれども、原価割れというのはなかなか難しく、秋物もおしまいだから半端品で売るというのは、仕入れ

原価を割って売っているんだけれども、抱えていたらもっと赤字になるから売っているわけだし、みんながやっていて、ほかの人が大きな打撃を受けないから問題にしないということで、これは多分、実質的競争の制限がないという方で処理しているんだと思うんです。大した影響はないんだから、原価割れの方で余り絞ってもうまく区別できないから、競争を制限する実質的効果はないということで絞っているんだと思うんです。このガイドラインの考え方ですと、それは結局、競争の実質的制限のところでは絞ろうということなんでしょうか。

佐久間企画室長 お手元に別紙1で指針の本体をお配りしておりますけれども、7ページから今おっしゃった排除行為に該当し得る行為ということで、9ページの注9で、生鮮食料品とか、品質が急速に低下するといったたぐいのものについては、排除行為に該当しないと書いてございますので、そこは競争の実質的制限のところではなく、排除行為のところで見ると考えています。

古城会員 排除行為の方で。

佐久間企画室長 はい。

古城会員 しつこくて悪いんですけれども、生鮮食料品ではなくて、衣服などがあるでしょう。来年も着られるんだけれども、人によっては来シーズンは型が違うから嫌だということになってきて、それはどっちに入りますかと、こういう面倒くさい話が出てくるわけです。やる方は、来年は型落ちだから、お客さんに相手にされないから安く売るといふふうになるし、競争者の方は、これは来年売れるのに、排除する目的を持ちつつ、もっともらしい理屈で安売りすると、こういう議論になってくるわけです。

佐久間企画室長 そこは需給関係でとらえれば、注9のところなんですけれども、前半は生鮮食料品の話ですけれども、需給関係から低落しているということでも読めるのかなと思います。

古城会員 一言言うと、不当廉売というのは不公正な取引方法に当たるというんで、公正取引委員会は割と広く運用なさってきたと思うんです。だけれども、大体そのまま排除型私的独占に入るのか、それとも排除型私的独占に入るようなものはもうちょっと絞りますよということなのか、このガイドラインはどっちの考え方を取っていらっしゃるのかなということだけなんです。

佐久間企画室長 費用の考え方、コストをどう取るかとかいうところに関しましては、それは不公正取引の言うところの不当廉売と大きく変わるものではないと思います。ただ、排除型私的独占というためには、競争の実質的制限が認められなければいけませんから、不公正取引とは、競争への影響とい

う部分が異なり、規制でカバーする範囲は当然排除型私的独占の方が狭いということかと思えます。

古城会員 では、やはり競争について悪影響が大きいものだけに絞る。

佐久間企画室長 排除型私的独占で取り締まるものはそういうことです。

伊藤会長 ほかに何かありましたらどうぞ。

村上会員 細かなことを言い出すと切りがないものなので、むしろ大きな点だけで、結論だけ先に言いますと、意見というか要望事項で、全体としては今まで書かれたものより今回のガイドラインは優れたものであることは間違いない。ただ、問題点がないわけではないと思うので、希望としては、これで完璧なものできたとは決して思わないで、むしろ企業結合ガイドラインなどと同じように、絶えずこれから先も見直してもらいたいというのが要望となります。

まず、非常に優れた点は、今まで 80%程度を行為者の市場占有率の目安としていたのを、今回は一応 50%という形で引き下げている。

それから、今までは排除行為とか、競争の実質的制限という抽象的な言葉で議論していたので、何を言っているのかさっぱり分からないというのが実態であったのを、今回初めて行為類型を入れて分類してあるというのは非常に優れた点であります。そうでないとルールが全く分からないことになるわけです。行為類型の分類法も確かに国際的な分類法と一致した形の分類になっています。ここまでが非常にいい点です。

それで、問題点というか、国際ルールをみながら検討したという説明でしたけれども、国際ルールを見た場合に、それと違っているというか、違和感を覚える部分が2か所あります。ということで、そこだけ指摘させてもらいたい。

第1点目は、そもそも行為類型を入れることの役割がどこにあるかということなわけです。先ほど申し上げたように、排除することとか、一定の取引分野の競争を実質的に制限するという抽象的な要件でいくら書かれても何も分からない。何がいけないかは、結局は判例法で決めなければいけない。ということで、判例法を形成していくための概念もしくは判例法を整理する概念として、欧米では行為類型ごとのルールを作ります。

そうすると、4つの典型行為類型の役割とか機能になるわけですがけれども、行為類型というのは最終的な違法性基準とかルールと結びついて1つ完結したものになって、実務的には意味があるものになる。その行為類型ごとに見ていくと、その行為類型を行う者にとって、それが違法であるかどうか、そこだけのルールを見ていけば判断できる。

何を言っているかということ、排除行為から一定の取引分野における競争

の実質的制限，そこまで全部をカバーするものとして行為類型を定めて，そこでのルールなり基準を定めるということで欧米のルールというのは定められているのであって，日本みたいに，排除行為と一定の取引分野における競争の実質的制限，そこで2段階に分けて，別々のルールとするというルールを作っているのでは，何のために行為類型に分けたのかということになるので，行為類型ごとに，とにかく最初の排除行為から競争の実質的制限までをカバーして，それを見れば，その行為類型について違反かどうかのルールが分かるというルールを作るべきであります。

具体的に言うと，後に書いてある競争の実質的制限の考慮要素である効率性とか，その他正当化事由みたいなものを入れ込む形で，行為類型は，それを見れば，そこだけで全部が分かる，違法かどうか分かるものとして作るのがあるべき姿ではないか。これがまず第1点，欧米の判例法と比べて違和感を持つところです。

もう一点は，これは単独行為のルール作りですから，どの国でもその行為が違法かどうかを判断するために，まずは関連市場をきちんと画定して，そこで分析を尽くして，さまざまな要素を勘案して，競争制限効果があるかどうかを判断して是正措置を命ずるかどうかを決めているというのが基本的なルールです。

というのは，まず関連市場として単一なものを画定しない限りは，ほかの判断要素はわからないはずなのです。例えば，違反行為を実施した行為者の市場占有率が何%とか，支配的地位がどのくらい高いとか，競争相手の事業者の市場占有率が何%であって，それがどのくらいの地位を持っているか。それから，違反对象行為が行われていた期間を見て，行為者の市場占有率がどれだけ上がって，競争者の市場占有率がどれだけ下がったか，これは関連市場が画定されない限りは，その数値というのはそもそも出てくる数値ではないので，どの国においても単一の関連市場を確定して，そこで分析を尽くして違法かどうかを決める形になっています。

一番代表的な反トラスト法の独占化行為の禁止，EU競争法の市場支配的地位の濫用行為の禁止では，その前に関連市場を画定して，そこで分析を尽くすという法文になっていますから，当然関連市場は先に画定される形になる。ところが，日本の法文の作り方は違うので，先ほどの参考1のように，排除行為により一定の取引分野における競争を実質的に制限すると，これが日本の法文の作り方なので，そうすると，関連市場がどこで画定されるかというところ，この条文から言うと，どう見ても一定の取引分野における競争の実質的制限で，一定の取引分野のところ画定して，それで競争の実質的制限に当たるかどうかという分析を尽くして，それで

最終的に違法かどうかの決着をつける、それが日本の法文の作り方ということになる。

ところが、今回のガイドラインはむしろ、排除行為の前に暫定的というか、大雑把な関連市場を画定して、そこで排除行為を見るときに、一応、行為者のシェアとか、競争状況とか、競争者のシェアを見るという、いわゆる2段階の、暫定的な関連市場と最終的な関連市場を分けて画定するような形のルール作りをしている。これまた世界では見られないルール作りだと思います。

基本的には、関連市場をきちんと画定して、そこでの分析を尽くすという感じのルール作りをやる。すると、日本法の当てはめから言うと、一定の取引分野における競争の実質的制限という要件を重くする形でルール作りをしなければ、うまいことにはならない。国際的な単独行為のルールとの異なっている点というか、私が読んで違和感を覚える部分はそういうところなわけです。

ただ、今回のガイドライン自体が今までと比べればはるかに優れたものであることは事実なのであって、要望事項は、決してこれで十分だとは思いません。これから個別事案を処理する場合にまたいろいろ問題になると思うので、企業結合ガイドラインその他と同じように、絶えず見直しをやってもらいたいというのが要望事項になります。

以上です。

山本経済取引局長 村上会員、貴重な御指摘をありがとうございました。

今、村上会員から御説明があったとおり、参考1を見ていただくと、第1は執行方針なので、第2として排除行為があって、第3として一定の取引分野における競争の実質的制限ということで検討の流れを進めているわけですがけれども、おっしゃるとおり、欧米では市場支配的地位ということですから、例えば、EUのガイドラインなどを見ても、第3から入っていて、行為の例示として第2のようなものがあるという立て方になっている点はあるんですけども、そこは先ほど村上先生がおっしゃったように、法文がそういう形なので、日本の法適用の場合にはこの方が分かりやすいだろうということ、こういうふうにしています。

また、1点だけ申し上げさせていただくと、先ほど暫定的な関連市場を第1のところを取って、また第3のところ、2回取ることはどうかという御指摘があったんですけども、第1は、今までのガイドラインでは、公正取引委員会の執行方針といったものを書いたところはなかったと思うんです。商品のシェアがおおむね2分の1強の商品を優先的に審査する、もちろん国民生活に与える影響も考えてですけども、これは今、村上先

生のおっしゃったような意味での市場を取るというよりも、事業者の方で自分の行為が私的独占になるかどうかということを考える上で市場ということ画定することは難しいと思うんで、自分を取り扱っている商品のシェアは事業者は分かっているでしょうから、その商品のシェアが2分の1強であれば、ここは気をつけないといけないなということが分かるだろうというくらいの趣旨で書いたもので、必ずしも正確な意味での市場、マーケットを画定するという趣旨で書いたものではなくて、あくまでも事業者の方の分かりやすさ、便宜を考えて、こういった書き方をしているものでございます。

伊藤会長 ほかに何か御意見、御質問はございますでしょうか。よろしいでしょうか。どうもありがとうございました。

それでは、続きまして「『不当廉売に関する独占禁止法上の考え方』等の見直し」の議論に移りたいと思います。東出取引企画課長から御説明をお願いします。

東出取引企画課長 取引企画課長の東出でございます。よろしくお願いたします。

私から「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」等の改定案について御説明をさせていただきます。資料右肩に独禁懇184-2と書いてあります縦長の資料をまず御覧いただきたいと思います。

1ページ目に今回の改定をします経緯ですとか、趣旨ですとかということが書いてございます。冒頭にありますように、今回改定をしようと思っておりますのは「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」、これは昭和59年につくられたガイドラインでございます。その後、不当廉売に関しましては、酒類、ガソリン、家電製品について、私ども業種別ガイドラインと俗称しておりますけれども、そういうものを作っております。それに沿いまして、不当廉売については迅速・厳正対処ということで対処してきているわけでございますけれども、御案内のとおり、6月の独占禁止法の改正によりまして、来年の1月から不当廉売には課徴金がかかることになっております。規制の強化というか、サンクションの強化ということが起きますので、不当廉売に関して解釈を更に明確化して、法運用の透明性を上げる、あるいは事業者の予見可能性を高めることが必要であろうということで、今回見直しをすることにいたしましたものでございます。

資料のタイトルにございますように、意見募集、いわゆるパブリックコメントの手続を10月9日に始めまして、11月9日、1か月後で締め切っているのが現状でございます。ガイドラインの見直しということで、どこをどう直したのかというポイントと申しますか、趣旨と申しますか、それが1ページ目の下のところに書いてございます。

不公正な取引方法，現状では「正当な理由がないのに，商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して販売し」と「その他不当に商品又は役務を低い対価で供給し」，「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの」が独占禁止法で言う不当廉売となっております。

法改正によりまして，真ん中よりちょっと下のところですが，「正当な理由がないのに，商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであって，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの」というのが課徴金の対象になる，10年以内に同じようなことを2回行うと課徴金がかかるというふうに改正が行われております。残った「その他不当に商品又は役務を低い対価で供給し」というところは，課徴金のかからない，排除措置命令の対象だけという不当廉売として引き続き規制の対象になりましたので，課徴金がかかるか，かからないかは，供給に要する費用を著しく下回る対価での販売かどうかというところが一番分かりやすいメルクマールになったということでございます。ですので，そこの部分に重点を置いてといたしますか，そこをよく分かるようにということでガイドラインの改定を考えているというのが考え方の基本でございます。

どこをどう直したかということにつきましては，独禁懇184-2をどけていただきますと，別紙1で横長の新旧対照表が付いてございます。これはパブリックコメントにかけました原案そのものでございまして，別紙1～4まで，別紙1が「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」で，2～4は酒類，ガソリン，家電，それぞれの業種別ガイドラインの改定案です。

考え方につきましては，別紙1の4ページに「供給に要する費用を著しく下回る対価」とはどういうふうに考えたらいいか，基本的なところの整理をしております。別紙1の4ページの左側「改定案」という欄の（イ）でございますけれども，まず，不当廉売というのは，他の事業者の事業活動を困難にさせる，コスト割れでそういうことが起きるとというのが公正な競争の関係でよろしくなかるうということで規制の対象になっているところですので，他の事業者が影響を受ける方から考えてみようというのが（イ）の話でございます。

効率が悪くて費用が高いせいで売行きが落ちてしまって負けてしまうというのは価格競争ではないところでございますので，廉売をしている者と同じか，それ以上に低い費用で提供できるのだけれども，廉売している者が理不尽に低い価格で売っているせいで商売を続ける気がなくなってしまう，そういうような価格が他の事業者の事業活動を困難にさせ

ることにつながるところから見ると、規制の対象としての1つの線の引き方としてあり得るだろうということで、具体的には、廉売をしている者と同じ価格で売っていくと損失がどんどん広がってってしまうので、商売を続けたくない、あるいは参入したくない、そういう価格が「供給に要する費用を著しく下回る対価」を考える上で1つの切り口になるだろうというのが（イ）の話でございます。

同じ4ページの下の（ウ）は、廉売する者の側から考えた部分です。価格競争という面の話がございまして、ただの廉売なのか、不当廉売なのか、どこで線を引くのだという話がございまして、そちらの面からも考えていく必要があるということ、売り手の側、廉売する側も見なければいけないということで整理したのが（ウ）でございます。こちらはコストを少しでも割っているということ、独占禁止法違反ということにすぐにしていいかという問題でございます。

御案内のとおり、固定費みたいなものは全部カバーできなくても、変動費プラス固定費の一部がカバーできていれば、何もしないよりはましだということで、多少赤字が出て売っていく方が企業としては正当だ、経済合理的な行動だということがございますので、そういうようなものは余り規制を厳しくすることはよろしくなからう。

他方、逆に考えますと、売らないというよりも、売った方が損がどんどん広がっていくということについては経済合理性もないことですので、特に考慮する必要がないということで、そういうものを規制の対象にすることがよろしいのではないかと。それは企業が価格を設定するに当たりまして、普通のビジネスの感覚でおかしいことをしなければ大体大丈夫かなということで検討もできるということでもありますので、両面から「供給に要する費用を著しく下回る対価」を考えたというのが基本的なところでございます。

結論といたしましては、5ページの下（エ）ですけれども、総販売原価を著しく下回る価格、条文で言いますと「供給に要する費用を著しく下回る対価」というところになりますが、それであるかどうかというのは、廉売対象商品を供給することによって発生する費用を下回る収入しか得られないような価格であるかどうか、早い話が売れば売れば赤字になる価格であるかどうかというところで考えましょうということで整理をしております。

では、供給に要する費用をどう分けていって、廉売対象商品を供給しなければ発生しない費用、このガイドラインの改定案では「可変的性質を持つ費用」と略称しておりますけれども、「可変的性質を持つ費用」に当た

るかどうかにについては、次の6ページですけれども、上の方にbというところがございまして、それに当たるかどうかについては、廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用かということと、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用か、こういう2つの軸といいますか、判断基準で整理をして費用を分けていって、それで積み上げた費用を下回るかどうかというところで判断しましょうというのが基本的な考え方でございます。

今まで「可変的性質を持つ費用」など、いろいろな費用を口頭で言っていてよくわからないところがございまして、別紙4まで横に分けていただきますと、参考1という横長の多少色が入った1枚物の資料を用意してございます。これで「供給に要する費用を著しく下回る対価」あるいは「可変的性質を持つ費用」を御説明をさせていただきたいと思っております。

先ほど申しました「可変的性質を持つ費用」、商品を生産しなければ発生しない費用というのは、この絵で行きますと、真ん中に緑の両矢印がついておりますけれども、ここの部分が「可変的性質を持つ費用」と考えております。上下2段に分かれておりますが、上の方の卸・小売業の費用項目で御説明をいたしますと、まず、仕入原価のうちの実質的な仕入価格がある。実質的な仕入価格、リベートなどを見たネットの価格でございますけれども、仕入価格というのは物を仕入れれば必ず発生して、仕入れなければゼロ、1個増えれば1個分、2個買えば2個分ということで、商品の供給量の増減に応じますので、これは「可変的性質を持つ費用」となると整理をしております。

商品を仕入れますときには仕入経費もかかる。運送費ですとか、検収費ですとかがかかると。運送費ですと何個かまとめて運ぶというのがございまして、商品の仕入量、あるいは供給量と必ずしも正比例というわけではございませんけれども、事の性格上、商品の供給量の増減に反応して増えたり減ったりするものでございまして、普通であれば、特別な事情がない限りは「可変的性質を持つ費用」に当たるだろうということで積み上げをしております。

それから、販売費の方ですけれども、販売費はいろいろなものが入っておりますので、商品の供給量と必ずしも連動しない費用、あるいは商品の供給量と連動する費用と2つ分けられると考えております。商品の供給量の増減と連動するところだと、注文履行費というところが絵の中にございます。商品を買ってくれた方の家まで宅配をするときの運送費は商品の売れた量に比例するので、これは「可変的性質を持つ費用」に入れるということでよろしかろう。そういう形で整理をいたしまして、卸・小売ですと、

実質的な仕入価格と仕入経費，販売費のうちの商品の供給と密接な関連がある，あるいは供給量に応じて変動するものを積み上げたものが「可変的性質を持つ費用」と整理をしまして，それを下回るものを「供給に要する費用を著しく下回る対価」とであると，こういう整理をしております。

現行のガイドラインですと，小売業を対象にすると書いてありますので，この上の方の考え方，特に実質的な仕入価格を下回るかどうかを1つの基準としますという説明になっています。今回，課徴金がかかるということもありますので，小売業だけではなくて，製造業も含めた他の業種についても，考え方を示すことが必要であろうということで，製造業などにも適用できる考え方ということで，仕入価格ということではなくて「可変的性質を持つ費用」という考え方で整理をしております。

それを当てはめますと，製造業ですと，製造原価と販売費，製造原価というのは，卸・小売で行きますと，実質仕入価格と仕入経費に相当するもので，製造業ですと製造直接費と製造間接費に分けられるということのようですけれども，そういうものに先ほどの卸・小売の場合の販売費と同じような発想で，販売費の一部を加えたものと，こういうものが「可変的性質を持つ費用」，それを下回れば「供給に要する費用を著しく下回る対価」で，ここを下回らない価格で売ることが課徴金がかからないようにするための1つの基準だということをはっきりと明らかにしたつもりでございます。

その他，不当に低い対価ということにつきましては，この絵ですと右端の総販売原価を下回るものというところが，不当に低い対価を満たす最低レベルで，1円でも下回れば不当に低い対価でアウトかということと直ちにそうなるわけではございませんけれども，総販売原価を下回った価格で売ると，周りへの影響によっては不当に低い対価でということと，課徴金がかからない方の不当廉売ということで規制の対象になる可能性があるということでございます。

価格の基準について詳しく御説明をさせていただきましたけれども，残りの「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」につきましても，現行のガイドラインで，こういうところを見て判断しますよというのが書いてありますけれども，その判断要素を若干追加する，あるいは考え方の部分を整理，補充といいますか，拡充をいたしまして，不当廉売のガイドラインの改定案を作っております。酒類，ガソリン，家電につきましては，本体の不当廉売ガイドラインの変更に合わせまして齟齬のないようにということと，それぞれの業界の実情，変化なども踏まえまして若干の修正を加えた形で改定案を作っておりますけれども，時間の関係もございませぬので，そちらの説明は省略させていただきます。

以上が改定案の中身のごく簡単な概略でございますけれども、現状、先ほど申し上げましたように、パブリックコメントの手続が終了いたしましたので、今、いただいた意見を整理をしておるところでございます。数十通というオーダーで来ましたので、今、内部で一生懸命整理をしておるところですけれども、いただいた意見を踏まえまして、直すべきところは直す、あるいは分かりにくいという御指摘のあるところではできるだけ分かりやすくするようにするという作業を、今、しているところでございます。法律の施行は来年1月でございますので、それに間に合わせるべく急いで作業をしているというのが現状でございます。

駆け足になりましたが、私からは以上でございます。

伊藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの説明について、御質問、御意見がございましたら御発言ください。

石井会員 不当廉売というのは大変判断が難しいと思うんです。ある会社が競争入札なら競争入札で負けた、どうも向こうの価格は安過ぎるんじゃないかということで相手を訴える、そういうふうに解釈してよろしいのでしょうか。そういうものを不当廉売と言うんですか。

東出取引企画課長 独占禁止法違反かどうかということで申告をいただくときに、あそこは安過ぎて独占禁止法で言う不当廉売に当たるのではないかと、自分のところより大分安いということで申告をしていただくことはあるのだろうと思います。ただ、違反になるかどうかというところでいきますと、会社によって原材料の仕入先も違う、物を作るときの作り方、あるいは工員さんの給料も違いますので、おのおのの費用、実際かかるコストが違いますので、自分のところのコストを下回る価格ではあるけれども、相手側はコストは割っていないという場合もありますので、そこは私どもの担当の者が原価を割っているかどうかを調べた上で独占禁止法違反かどうか判断をする、こういう流れになると思います。

石井会員 そこで非常に判断が難しくなるのは、今、海外展開をいろいろしていますので、仕入れということになりますと、我々が企業努力が足りないために負けたという場合もありますし、その辺の勇氣ある訴えというんですか、ブラックボックスのところは解明できないがために、訴えるという行為までなかなかいかないという危惧があるんでございますが、その辺はガイドラインの中で何かいいアイデアでもいただければ、我々の日々の営業活動において、積極的にいろんな施策ができると思うので、何かアドバイスはありますか。

東出取引企画課長 なかなか難しい御指摘だと思います。不当廉売として違反にな

るかどうかというところを考える、その辺の考え方をはっきりさせるというのがこのガイドラインの趣旨でございますので、そこにどうしても重点を置いて書いてございます。コストを割っているかどうかについて、だれのコストで見るかということにつきましては、廉売をしている者、公正取引委員会の調べの対象になる者が自分のコストを基準に考えるというのが基本であろうかと思えます。そうでないと、原価を割っているかどうか自分で判断がつかみませんので、自分のコストを基準に考えますというのが基本であると思えますし、その旨をこのガイドラインの改定案でもはっきり書いてございます。

では、廉売で被害を受けている者は一体どうしたらいいんだ、それにつきまして何かいいアイデアはということでございますけれども、特にこれを基準にするということで、廉売している者ではない者が割と容易に分かるようなメルクマールというのはなかなか難しいところがございます、そこまではガイドラインに書き込めていないということでございます。

石井会員 是非お願いしたいのは、今、大変なデフレです。特に日本のデフレはひどくて、海外はそれほどデフレにはなっていない。特にアメリカなどは、今日のテレビでもやっておりましたが、消費者物価は上がっている。日本の企業はその辺に偏り過ぎているのではないか。価格競争で企業の業績を上げようという気概が多いと思えますので、是非その辺、全体の流れを不当廉売に行かないような雰囲気、ガイドラインの中でしっかりしていただければありがたいと思えます。

伊藤会長 ほかに何かございますか

榎野会員 これは本筋の話ではなくて恐縮なんですけれども、さっきの排除型私的独占のときにも出てきた言葉で、どうしても私は理解できなかったんですけれども、「商品を供給しなければ発生しない費用」というのは、日本語として頭に全然入ってこないんです。参考1を見てやっと、ああ、こういう考え方でやっているのかというのが初めてわかった次第です。こういう資料がなくて、普通にいきなり言われたら、ほとんどの日本人は理解できないと思うんです。できたら、こういう言葉はやめてもらいたいというのが私の感覚です。この言葉をもし意識すれば「供給に要する費用を著しく下回る対価」とあるんで「供給に要する基本的な費用(仕入原価+諸費用など)」とやれば多少は分かるんです。こういうことを普通にやられても、例えば、これがホームページに出てきても、普通の人にはわからないと思うんです。こういう難しいというか、訳の分からない言葉は是非やめてもらいたいと私は思いました。

東出取引企画課長 「供給しなければ発生しない費用」とか「可変的性質を持つ費

用」というものが分かりにくいというのはパブリックコメントでもいただいておりまして、御指摘は非常に痛い思いで受け止めております。何かいい言葉がないか探しているところで、どうなるか分かりませんが、言葉については考えてみるようにしたいと思います。

伊藤会長 ほかにいかがでしょうか。

古城会員 詳しくなって、よくなったと思います。ただ、私は学者だから、皆さんは不当廉売を抑制しなければいけないという関心があるんでしょうけれども、余り厳しくやると価格競争がなくなると思います。このところ、世の中そういう風潮が強いし、公正取引委員会も厳しくやっているんで、お酒などは価格競争が一時期より少なくなっているという印象を受けるんです。だから、正当な値下げとかが余り抑制されないように注意を払って運用していただきたい。これは私の希望です。

伊藤会長 ほかに何か御質問はありますか。

村上会員 前回、古城会員からも同じ質問があったことをもう一回確認させてください。仮に低価格の価格設定で、先ほど説明があった排除型私的独占に該当する行為で、かつ法定不当廉売、仮に両方に該当する行為があった場合に、たしか前回の回答は、むしろ3条の排除型私的独占の方を方針としては適用するという答えだったような気がしていますが、それでよろしいですか。

佐久間企画室長 基本的にはそのように考えております。

伊藤会長 ほかに何か御質問とか御意見とかございますか。よろしいでしょうか。それでは、先に進みたいと思います。

続きまして、3つ目の「公正取引委員会の広報活動の状況」の議事に移りたいと思います。初めに、向井官房総務課企画官から国内向けの広報活動について、続きまして、山田国際課長から海外向けの広報活動について、それぞれ御説明をお願いします。

向井官房総務課企画官 官房総務課企画官の向井でございます。広報を担当しております。

私の資料といたしましては、独禁懇184-3という資料でございます。

1枚めくっていただきまして、まず「公正取引委員会の広報活動の概要」ということで、どういう観点から広報を行っているかという目的を紹介しております。

第1は、公正取引委員会の法運用の透明性確保というものでございます。具体的には、違反事件の処理とか、ガイドラインを公表するというところまでございまして、我々がやっております政策について情報発信をする、いわゆるポリシーコミュニケーションというものでございます。

続きまして、各種施策に関する情報発信でございまして、法執行以外にもいろんな取り組みをしておりますので、公正取引委員会という組織を理解していただくというものです。例えば、説明会やセミナーを開催しています。こちらは公正取引委員会での組織の広報、コーポレートコミュニケーションというものでございます。

このような情報発信というのは一方的にやっても届かないということでございますので、国民各層に対しまして、競争政策の理解の増進を図るという観点から、各層のレベルに応じまして双方向のコミュニケーションをすることが重要であり、具体的には、顔を突き合わせまして、フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションをするということもやっております。このような情報発信を踏まえまして、国民各層から意見・要望を伺う、そしてそれを政策に反映するという方針で広報活動をやっております。

具体的にはどのような広報活動をしておられるのかというのを1枚目にまとめております。まずは報道等でございます、メディアとの関係。それ以外には、パブリックリレーションズということでございます、広く広報資料を作成・配布したり、ウェブサイトで情報発信をするといったこととか、講師派遣を通じまして独占禁止法を説明する、学校教育を通じた普及・啓発、国民からの意見聴取・情報発信というものでございます。

それぞれにつきまして詳しく説明いたしますと、まずは3ページ目のスライドでございますが、「報道等」でございます。これはまずメディアとの関係を重視をするということでございます、公正取引委員会は独占禁止法違反行為の法的措置や企業結合の事前相談に対する回答、ガイドライン等を出した場合には、新聞発表という形を取っております。主要なものにつきましては、経産記者クラブで担当課室長が具体的に会見をするということをやっております。その回数といたしましては、平成20年度ですと359回というような多数の新聞発表を行っておるということでございます。

それ以外に、毎週水曜日、事務総長定例会見を開いてございまして、事務総長から、公正取引委員会の施策のうち重要なトピックをタイムリーに説明し、それに対して記者と質疑応答を行うということをしております。これにつきましては、ケーブルテレビでも配信されておりますし、その内容につきましても、議事録といたしましてウェブサイト公表しております。

このようなものにつきましては、通常マスメディアを通じまして報道されるわけでございますが、マスメディアのスクリーニングがかかっていない情報を伝え、膨大な情報をサマリーするという観点から、メールマガジンも配信をしております。これは毎月2回配信ということで、今、説明し

ましたような新聞発表や事務総長定例会見の概要をサマライズして配信をしております。現在、登録者は3,738名で、つい最近41号が配信されております。登録者の内訳は、専門家や企業の法務部や学生が多く、一般消費者は少ないという状況です。専門家等に聞きますと、サマライズされた情報が充実しておるということで高い評価を受けておりますが、一方で、一部の消費者からは、詳細過ぎてなかなか理解し難いという苦情もいただいているところでございます。

続きまして、パブリックリレーションズといたしまして「広報資料の作成・配布」をしております。具体的には、まずパンフレットを作っております。例えば、このようなパンフレットを作っております。我々の活動や独占禁止法の内容を分かりやすく伝えるということでございます。これにつきましては、例えば、商工会とか、商工会議所を通じて配布をしているわけでございます。部数といたしましては、独占禁止法関係で4,000部、下請法関係で5万部を刷っております。

あとは、中学生向けにも簡単な独占禁止法について理解をしていただくと思ひまして、「わたしたちの暮らしと市場経済」ということで、イラスト付きのパンフレットを作っております。

紙媒体だけではなくて動画も作っております。各種広報用のDVD、ビデオを作っております。こういうものにつきましては、我々のところに要望がありましたら貸出しもやっておりますが、最近ですとウェブで配信もしております。独占禁止法で言いますと、その長さは23分41秒で、忙しい方のために短縮版も作っております。9分というものでございます。平成20年3月から配信しておりますが、現在のところ、累計1万件のアクセスがあります。

続きまして、パブリックリレーションズの最近の最も有効なツールといたしましては、ウェブサイトでの情報発信がありまして、公正取引委員会といたしましては充実をさせております。

まず、トップページのアクセス件数がどれくらいかといいますと、6月はセブンイレブンの事件がありまして増えたのかもしれませんが、月刊28万件のアクセスがあったということで、最近ですと大体1日1万件のアクセスがあるという状況です。内容といたしましては、5ページの左側に書いているような内容のものが入っております。

それぞれ紹介いたしますと、次のページをめくっていただいて、まずは新聞報道資料ということで、新聞公表した日にアップロードをするという速報性のある情報でございます。

続きまして、先ほど紙媒体で申し上げた各種パンフレットでございます

が、こういうものについてもダウンロードが可能となっております。

続きまして、その3ということで、専門家や企業法務の方の便利に資するために審決等データベースを作っております、こちらも好評をいただいております。

続きまして、8ページ目でございます。「よくある質問コーナー」を設けております。これはなぜ作ったかといいますと、現在、事業者からの相談は、平成20年度で言いますと、独占禁止法では年間2,700件、下請法では7,600件の相談が寄せられております。その中には簡単な相談がありますので、そういうものについていちいち対応すると相談業務の効率性が落ちるとということで、簡単な質問につきましてはこちらで代替をしようという観点から作っているわけです。

続きまして、9ページ目ですが、経済のグローバル化に対応いたしまして、我が国企業が世界の競争法に抵触する恐れがあるということで、世界の競争法がどのような内容になっているのかを公正取引委員会でまとめてアップをしているわけでございます。現在、世界の81か国の競争法について、国別に紹介をしております。

続きまして、講師派遣による独占禁止法の説明です。これは、具体的には、違反事業者となる可能性があるところに、我々といたしまして何が違反なのかというのを直接伝えたいということでして、例えば、事業者団体とか、官製談合で言いますと発注者サイドに対して講師を派遣いたしまして、独占禁止法上守るべきポイントは何なのかというところを具体的に説明させていただいております。平成20年度ですと492回の講師派遣をしております、こちらはもちろん無料で派遣しております。

続きまして、学校教育を通じた普及・啓発でございます。これも、社会に出る前に、公正取引委員会が何をやっているかを理解していただきたいという観点から、各種の取組をしております。

まずは職場見学ですが、全省庁的にやっております子ども霞が関見学ツアーであったり、修学旅行で東京に来たときに、公正取引委員会が職場見学に対応をしております。

続きまして、大学及び大学院の競争法、産業組織論等の講座への職員派遣というものでございます。これは、公正取引委員会の職員は、審査手続の実務とか、知的財産と競争法の関係とか、海外の競争法、そういう専門的な知見を持っておりますので、そういう知見を大学で教えることもやっております。

次に、独占禁止法教室の開催でございますが、こちらは専門的な内容というよりは、一般的に公正取引委員会が何をしておるのか、基本的なとこ

るを理解していただくという形で、中学校、高校、大学に公正取引委員会の職員を派遣して行っておるものでございます。

具体的な内容は、次のページに書いておりますが、中学生向けがメインでございます。生徒に参加をしていただきながら独占禁止法を学ぶことをポイントとしております。生徒をグループに分けまして、それぞれ企業経営者となり、どういう場面で独占禁止法に抵触するのかというところを自らがゲームに参加しながら学んでもらいます。また、職員が模擬立入りをするというのもやっておりますが、中学生からは好評、高い評価をいただいております。

大学生向けでございますが、大学生は2～3年後には社会に出て、企業の営業とか、購買部門、法務、公務員になりますが、それぞれの進路において、どのような場合に独占禁止法とどういう形で抵触するのかというところを説明しております。この取組は、大学生の将来のキャリアプランの検討にも資するといったものであったり、将来、社会に出て独占禁止法に違反するおそれがある場面に直面するとき、これは問題だということだと思いつまるという未然防止の効果も図られることを狙っているわけでございます。平成21年度の4～10月では5件、6件と書いておりますが、現時点のデータでは、中学生向けが11回、大学生向けが11回という形で行っております。

その他、国民から意見聴取をするということで、公正取引委員会が専門家に委嘱しております協力委員制度がございますが、そういうものを通じまして意見を聴取しております。その他、経済団体とか消費者団体、日弁連等と意見交換を行っております。

続きまして、14ページでございますが、こちらから委嘱をするわけではなくて、地方の有識者の声を聞こうということで、公正取引委員会の委員や事務総長、トップクラスが出向いて地方で懇談をするという取組を昭和47年からやっております。各ブロックの県庁所在地で実施をしております。県庁所在地以外では、各ブロックの所長等が懇談会を持っておりまして、年間80回程度、商工会議所、中小企業や消費者団体、地域の声をそちらから拾っておるということでございます。

このような広報活動につきまして、どのような効果があったのかというのを測るのはなかなか難しいわけでございますが、1つの例といたしまして政策評価の一環として、報道量を測定しております。例えば、公正取引委員会は告発をしたり、排除措置命令を出しておりますが、そういうものを新聞発表しますと、15ページに書いておるような新聞報道量になるということでございます。告発ですと、読売新聞で換算しますと3.6ページ

分が1回の新聞発表で報道され、排除措置命令ですと0.76ページ分でございます。

さらには、公正取引委員会がやっている仕事につきまして、どれぐらいの社会的な影響があるのかを数値化しようということで、昨年からカルテル、談合につきまして、消費者がどれぐらいの利益が得られたのかというところを試算しております。これはEUのやり方をまねておりまして、談合、カルテルを放置しますと、価格が10%高くなり、それが5年間継続するという推定をいたしまして推計をしております。平成20年度ですと、公正取引委員会が10件の法的措置を採ることによりまして約4,000億の消費者利益が還元されたと推計しております。こういう結果についても広報活動においてはアピールをしているわけでございます。

最後になりますが、公正取引委員会のCI戦略といたしましてシンボルマークを作っているわけでございます。このシンボルマークにつきましては、そちらに解説がありますが、我々広報班といたしましては、名刺の裏にも刷り込んでおりまして、これで説明をしたり、今日のパワーポイントの資料もこのシンボルマークと色を合わせて青と黄色ということで、今後、こちらのパワーポイントの資料をテンプレートにして、統一的に使おうという取組を行っているわけでございます。

以上が国内の広報活動の状況でございます。

山田国際課長 続きまして、海外に対する広報活動の状況ということで、私、国際課長の山田が説明をさせていただきます。どうぞよろしく願いいたします。

国内向けの最後にシンボルマークの話が出ましたが、私ども、海外の英語の名刺にもちゃんとこのシンボルマークをつけており、統一的なCIの下で広報活動をやっております。

1枚めくっていただきまして、海外広報の目的と書いてございます。基本的に広報活動に関して言えば、目的はさして国内向けと変わるわけではございません。公正取引委員会の施策、独占禁止法に係る法令制度の紹介、また、その理解を深めてもらうということがございます。ただし、対象が国内向けとは異なってまいりまして、基本的には、外国事業者、あるいは外国競争当局にそういうことを伝えることが中心となろうかと思っております。したがって、内容も、当然平易であることは大事なんですが、子ども向けとか、一般消費者向けということ念頭に置くよりは、むしろ手続を正確に伝えるとか、法令の内容を正確に伝えるということが中心となろうかと考えております。なお、使用言語はすべて英語でございます。

海外広報の媒体といたしましては、やはりウェブサイト、メールマガジ

ンといった電子媒体が中心となっております。また、パンフレット等もございますが、これも基本的にはウェブサイトからダウンロードができるという形になっております。その他、記者会見のようなフェイス・トゥ・フェイスでのメディアへの接触というのはなかなか対応が難しいものですから、基本的には海外のメディアについては、海外におけるカンファレンス等への講演が主流となっております。メディアへの対応は雑誌等への寄稿といったものが中心となっております。以下、それぞれの媒体別に概要を御説明いたします。

スライド3枚目には英文ウェブサイトの内容が書いてございます。こちらには公正取引委員会の紹介から報告書まで書いてございます。実際にウェブページをスクリーンに映し出してお見せいたしますと簡単でございますけれども、基本的なレイアウトは日本語版のものと余り変わりません。ここに9つの項目がございますけれども、これもトップページを開いたときに出てくるタグと申しましょうか、それぞれのコーナーの項目のうち主要なものを掲げたものでございます。

続いて、4ページ目以降、ウェブサイトの内容を書いております。そもそも公正取引委員会、JFTCとはどういうものかから始まって、委員長からのメッセージ、たまたまこちらに書いておりますのは本年の年頭に当たっての委員長の所感ということで、その一部を切り取ってこちらに貼り付けております。その他、ミッション、DVDもダウンロードが可能となっております。そして、コンタクトポイント等が書いてございます。

5ページ目のプレスリリースでございますけれども、法令等の制定・改廃、事件・報告書の概要等、報道発表資料で、必ずしもすべてというわけではございません。どうしても、その主要なもの、少なくとも海外の事業者、あるいは当局にとって関心の高そうなものに絞らざるを得ませんが、そういったものを中心に載せております。特に重要なものにつきましては、日本語資料の公表と同時に英訳版を掲載しておりまして、その具体的なイメージが6ページ目になります。

こちらは、10月28日とございますけれども、本日1番目の議題でございました排除型私的独占ガイドラインに関する公表文とその概要を英訳したものが掲載されております。パブリックコメント手続に付したときも、これと同様に英訳をし、そしてこちらのページに掲載して意見を求めるということもやっております。

そのほかに、例えば、下の方には、Cease-and-Desist Orderとして、排除措置命令、あるいはSurcharge Payment Ordersというふうに、課徴金納付命令が出ていたり、あるいはその他、研修のお知らせ、そして報

告書についても，こういう形で英訳をして紹介しております。

次に，競争政策の動向以下につきましても，基本的には国内の資料を英訳したものでございます。ただ，7ページの最後にありますように，私どもの幹部が海外に出かけて行って講演を行ったとき，国内で英語でやることは余りないんですが，中には昨年 of 京都会議みたいなことがありまして，そういったときの英語のスピーチ原稿も見ることができるようになっております。

法令・ガイドラインにつきましては，国内と同様でございます。

9ページには国際的連携として，各種経済連携協定，海外との独禁協力協定については条文を載せておりまして，特に途上国向けの支援がどういうものできているのか，どういう実績があるのかということについても英文のサイトがございまして。

また，ICN (International Competition Network) の様式に従った手続の紹介というのがございまして。実はICNという国際的な連携がございまして，例えば，カルテルの審査手続であるとか，あるいは企業結合，こういったものについて，各加盟当局がどういう手続で行っているかということを一定の様式を示して，各国が公表を進めております。私どもも，その様式に従って，具体的にどういう手続で進んでいくのかということをクリックすると，分かりやすくフローチャートのように出ております。それなりに分かりやすいようにできていると自負しております。

10ページ目以下はメールマガジンでございます。実は英文でもメールマガジンを出しております。東アジア競争政策フォーラムの活動の一環という形でございます。したがって，その中身も東アジアの競争政策と公正取引委員会の動きを中心として配信しております。購読者につきましては，もちろん国内向けの数とは比べ物になりませんが，海外の競争当局職員，学者，法律実務家等を中心に400余名ということになっております。

内容につきましては，11ページにはメールの形ではなくて，東アジア競争政策フォーラムという別のウェブページがございまして，Dear colleagues and friends で始まる内容がメールの形で配信されるということになっております。

12ページは，JFTCとしてのパンフレットでございます。これは紙媒体なんですけど，それを丸ごとダウンロードすることができるようになっております。

14～16ページが海外メディアへの寄稿でございます。実は，海外にはGlobal Competition Policy, Global Competition Review (GCR)

といった、競争政策の専門誌とも言うべきものが幾つかございます。例えば、15 ページにあります G C R については、各国の競争当局についてレイティング、いわゆる活動評価するような特集がございます。そしてその特集の中には、「How do you rate yourself?」要するに「自分たちをどう評価する?」というコーナーがございますして、そこで、私どもはこういう活動を行っている、あるいは、これが売りだということを自ら英語で紹介するというわけでありませう。

17 ページが講演でございます。例えば、O E C D であるとか、U N C T A D であるとか、あるいは I C N といった国際機関の主催する会議、そして外国競争当局、あるいは大学、全米法曹協会のような法曹団体、こういったところが主催する国際シンポジウム、カンファレンスに私どもの幹部が出席いたしまして、最近の動向等について紹介をしております。こちらについては、過去 3 年間で 30 回を超える活動を行っております。

また、全世界向けの発信というよりは、Young Agency、途上国向け、それもアジアを中心としたところに対する支援、研修という形で、私どもの職員ないし幹部が出かけて、業務等について紹介するということがございます。こちらも同様の回数ですけれども、年間 10 回前後の回数を数えております。また、その講演につきましては、先ほども申しましたように、ウェブサイトダウンロードすることができるという形になってございます。

海外向けの広報は以上でございます。

伊藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの説明について、御質問、御意見等ございましたら、どうぞ御自由に御発言いただきたいと思っております。

森本会員 2つのウェブサイトを見たいとすると、外国向けは当然にインターナショナルなことが多いのは分かるのですが、日本版で9ページに世界の競争法ということで81か国の競争法について詳細に報告していただいております。これはこれで非常に便利なことかと思っております。しかし例えば、英文の方の12ページに公正取引委員会と海外当局の連携だとか、あるいは東アジアフォーラムですか、国際的な連携についての記述があります。日本版でも国際関係の記述がそれなりにあると思っておりますが、一層国際的な記述を増やすことはどうか、そこら辺のことをお教えいただけたらと思っております。金融のレベルでは国際化が進んでおりまして、各国の規制当局との連携だとか、あるいは実務上の運用についての的確に国内に情報発信することに配慮されていると思っております。独占禁止法についても、海外当局との連携や、あるいは海外当局の動きについて、日本企業に情報伝達することも大きな

役割，1つの期待される役割ではないかと思えます。その辺についての御感触を教えてくださいましたらと思えます。

向井官房総務課企画官 2国間協定など日本と海外の政府との間でバイ協定を結んでおりますが，その概要につきましては，先ほど先生から御指摘いただいた9ページの世界の競争法の下にページがございまして，そちらを見ていただければ，どういう協定になっているのかを掲載しております。その他は，定期的に2国間意見交換というのもやっております，例えば，総長定例会見という場で，その概要についてタイムリーに紹介をしておりますので，そういうことを通じまして，我々が海外当局とどのような連携をしているのかということろはいろんな場を通じまして情報発信はさせていただきます。

伊藤会長 ほかに何か御質問はございますか。

内田会員 海外の広報について，お礼とお願いと質問があります。先ほど排除型私的独占についてのガイドラインに関してのパブリックコメントの話が出ました。私はABAというアメリカの弁護士の団体の役員もやっています。今回，ABAがコメントを提出したのですが，排除型私的独占についてはガイドラインを英訳で出していただいたため，比較的タイトなスケジュールでありましたがタイムリーにコメントができたということで，内容にどの程度取り入れていただいたかは別にしまして，少なくとも参考にはしていただけたかなと思感謝しております。その関係で質問ですが，一般的にガイドラインというのはパブリックコメントの際に英訳を作成するのが原則とされているのか，ある程度海外に影響のありそうなものに限定しているかをお聞きしたい。また，できましたら，英訳をできるだけ多く早目にパブリックコメントの際も出していただけると，海外の法曹団体等がタイムリーなコメントができるんじゃないかと思っております。これが質問とお願いであります。

山田国際課長 排除型私的独占ガイドラインの際はいろいろと御協力をいただきまして本当にありがとうございました。基本的にガイドラインについては，パブリックコメント手続の際に英訳をお示しするようにしております。ただ，若干そこに時間差ができるのは申し訳なく思っております。

私が記憶している限り，1990年代，流通取引慣行ガイドラインというのがございまして，そのときにも英訳をして案を公表するということをやっておりますが，そのころからは，主要なガイドラインについては，英訳をして，海外向けにコメントを求めるということをやっております。したがって，その意味ではもう20年弱の歴史はあると思えます。

ただ，全部についてやっているのかということ，基本的にはすべてやって

いるとは思いますが、もしも漏れがあるようでしたら、今後は漏れないようにしたいと思います。

伊藤会長 ほかに何か御質問や御意見はございますか。

神田会員 国内向けのことですけれども、学校を初め、いろいろな広報活動をやっているということはよく分かりましたけれども、全体的に見て、一般消費者向けというのが非常に少ないのかなというふうに受け取ったんです。独占禁止法というのは消費者にとっては非常に分かりにくいというか、難しい面がありますし、公正な取引のための対策がどう消費者利益につながっているのかが非常に分かりにくいし、難しいですね。低価格は非常に歓迎するわけですけれども、不当廉売となると、その辺がどう消費者との関係があるのかというのはわからない、非常に難しいと思います。

平成 20 年度は 4,000 億円ほど消費者利益との関係であったよという報告もありましたけれども、どういうメカニズムというか、どういう関係でこういうふうになっているのかが非常に分かりにくい。対消費者向けの学習、あるいは Q & A を見ましても、消費者向けのは余りないのではないかと感じたりしますので、そういった対策が非常に大事ではないかと思えます。

地方有識者との懇談会の報告もここでなされておりますけれども、全国で 9 都市ということ、これは固定なんでしょうか。ブロックごとということですから、毎年なのか。特に関東のところ、水戸が関東ということなのかもしれませんけれども、東京ではやらないのかという気がいたしますし、ここでの具体的な参加者、特に一般消費者の参加がどれくらいあるのか、有識者というのがどういう範囲なのかがわからないんですけれども、一般消費者に呼びかけているのか、呼びかけて参加がどれくらいあるのか、どういった内容のことが行われていて、成果は難しいとおっしゃいましたけれども、感触でも、そういった消費者の成果というんでしょうか、そういうものが感じられるのかどうかという辺りも、もしありましたらお願いしたいと思います。

向井官房総務課企画官 御指摘ありがとうございます。今まで公正取引委員会の消費者向けの広報といいますと、9月に消費者庁に移管されました景品表示法を担当しておりました取引部の消費者取引課が担当しておりました。従来は消費者庁団体と毎年、全国で 50 件以上の懇談会を持っておりまして、消費者モニターと称しまして 1,000 名以上の消費者の方に委嘱をいたしまして、独占禁止法や景表法について、こちらから研修をしたり、情報提供いただいたりして情報を集めるという活動をしてきておりました。

その部門が消費者庁に移管をされておりました、現在、消費者との関係

はどこが担っているかといいますと、官房総務課広報のところでは担っているわけでございます。そこでちょうど今、消費者団体から、景表法が移管された後、公正取引委員会とどういう協力関係を構築していくのかというのをまさにヒアリングを行っておるところでございます。いろんな厳しい意見も聞こえてくるわけでございます。消費者団体といたしましては、公正取引委員会イコール景表法という認識がありまして、従来は独占禁止法についてはあまり広報されていなかったということで、よく分からないという意見もあったり、一方で独占禁止法というのは非常に重要ですので、もっと分かりやすく今後も教えてほしい、例えば、勉強会に講師を派遣してほしいという声もあったわけでございます。

そういうような声も踏まえまして、我々といたしましては、今後、消費者にどのような情報発信をしたり、どのような協力をするべきか検討していくこととしております。具体的な協力といたしましては、例えば、商品の価格について情報提供いただくことなどが想定されますが、いずれにしても、どのような協力ができるのかを現在検討しておるところでございます。

あとは、地方有識者との懇談会でございますが、委員や事務総長レベルの懇談会といいますのは、各ブロックの県庁所在地で毎年ローテーションで行っております。こちらに参加をいただいておりますのは、消費者団体の代表の方とか、学識経験者、更には経済団体の方が入っております、関東では水戸で今年の10月8日に開催いたしました、茨城の消費者団体の代表の方に参加していただいているわけでございます。

そのほか、県庁所在地以外の都市につきましては、地方有識者との懇談会をやっておりますが、商工会議所を中心にやっておるというのも実態でございます、そこに消費者団体が入ってくることはまれでございます。従来、景表法担当部門がやっていたようなものが今後できるかどうかというのは、予算等の都合もありますが、同じようなことができるかどうか分かりませんが、我々といたしましても、我々のやっている仕事と消費者との関連性は高いわけでございますので、なるべく分かりやすく伝えるような努力をしていきたいと考えております。

神田会員　ありがとうございます。私が今、申し上げましたのは別に景表法に限ったことではなく、それから、これまでと同じようなことをしてほしいという意見ではなくて、独占禁止法のことについて、もう少し消費者のところが重要ではないかということをお願いしたかったわけですね。例えば、このQ & Aを見ても、そういった項目もないので、よくある質問というより、少なくとも必要なものについてはここに盛り込んでいただきたい。そうい

ったすぐできることもあるはずですので、やっていただけたらいいのではないかと思いました。

萩原会員 国内広報に関連してですけれども、日本の企業の活動も国内に限定されずに大変ボーダーレスにいろんな活動をし、その結果、ある意味では国際的な競争法に違反しているという事例がたくさん出てきている。そういう中で、過去の独占禁止法の紹介というような部分はあるんだけど、もう少し日本の経営者に対して、世界の競争法についての注意を喚起するような形での広報活動もあるのではなからうか。本当にそういうことをやったら、企業経営者その他がそういう意識になるかどうかということになると、なかなか難しいところはあるんだけど、独占禁止法の適用、運用の話は国内に限られていない。企業活動も国際化しているんだから、グローバルな目で競争法についてきちっとコンプライアンスを持っておかなければならないという意識が、この広報の中にも出てきてほしい。是非そういうことを検討いただきたいということを申し上げます。

向井官房総務課企画官 御指摘ありがとうございます。

私も実は関東甲信越地区の所長の役割を担っておりますので、商工会議所の会議にはよく出ているわけでございます。その中では、やはり国際的な潮流というの、私といたしましては説明をするように努めておりまして、特に諸外国ですと厳罰化の動きもあるということですので、そのような情報は適宜入れておるわけでございます。

その他、例えば、経済団体向けに公正取引委員会の知見を活用するということで、例えば、海外の動向等につきまして、講演依頼等がありますと対応しておりまして、そういう場を通じまして、経営者に対しまして、海外の競争法のリスクについて警鐘を鳴らすような活動は随時行っております。

伊藤会長 ほかにどなたか御意見、御質問ありませんか。よろしいでしょうか。

それでは、時間もまいりましたので、本日はこの辺で終わりにさせていただきます。

最後に、竹島委員長から御発言をお願いいたします。

竹島委員長 今日はお忙しい中、長時間ありがとうございました。

また、会員の皆様の異動がございまして、特に伊藤元重教授にはお忙しい中、会長をお引き受けいただきまして大変ありがとうございます。これは年に3回ぐらいやっているんでございますが、是非よろしく御指導頂きたいと思います。

それから、新たに会員になられた方々、日ごろ思っておられることもいろいろあると思いますので、私どもに御遠慮なく、この場だけではなくて、

別な形でも結構でございますので、御意見、御質問等があればお寄せいただきたいと思えます。

目下、公正取引委員会は審判制度の見直しという宿題を抱えております。今年の6月に改正法が通ったわけですが、そのときには改めて宿題にされている話がありまして、来年の通常国会にその答えを持っていかなければいけない。既に政権も変わりましたが、公正取引委員会の担当の政務三役と私どもの方で今、どうすべきかということを議論しております。新聞にちらほら出ておりますが、私の口からあまり歯切れのいいことを申し上げられる段階にはないんですが、そういう宿題を抱えております。そんなことございまして、あとはしっかりと独占禁止法、下請法の執行をやっていくということに尽きるのかなと思っております。どうぞこれからもいろいろと御指導いただきますけれども、よろしく願いいたします。今日はありがとうございました。

伊藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。

なお、次回会合日時につきましては、追って事務局から御連絡が行くと思えます。本日は長いことどうもありがとうございました。