

独占禁止懇話会第194回会合議事録

1. 日時 平成25年4月16日（火）13：00～14：46
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，及川会員，翁会員，蔭山会員，川田会員，川濱会員，神田会員，岸井会員，斎藤会員，坂本会員，佐野会員，野原会員，舟田会員，村上会員，レイク会員
【公正取引委員会】杉本委員長，小田切委員，濱田委員，幕田委員，山崎委員
【公正取引委員会事務局】山本事務総長，南部官房審議官（国際担当），中島経済取引局長，原取引部長，野口審査局長，笠原経済取引局総務課長
4. 議題 ○ 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法案
○ 独占禁止法改正法案
○ 公正取引委員会の広報活動

○伊藤会長 それでは，第194回の独占禁止懇話会を開会したいと思います。会員の皆様におかれましてはお忙しいところお集まりいただきまして，ありがとうございます。

本日の議題は三つございます。1番目は，「転嫁対策特別措置法案」につきまして，2番目は，「独占禁止法改正法案」につきまして，そして3番目は，「公正取引委員会の広報活動」でございます。これらの三つの議題につきまして，公正取引委員会から説明をしていただき，会員の皆様から御意見を聴取することを予定しております。

本日の議題に入ります前に，前回の会合以降，公正取引委員会において新しい委員長及び委員が着任されておりますので，御紹介したいと思います。

まず，3月5日付けで杉本和行委員長が着任されております。

○杉本委員長 杉本でございます。よろしくお願いいたします。

- 伊藤会長 続きまして、3月28日付けで山崎恒委員が着任されております。
- 山崎委員 山崎でございます。どうぞよろしく願いいたします。
- 伊藤会長 また、本懇話会の会員の異動もございましたので、事務局から御紹介させていただきますと思います。
- 笠原経済取引局総務課長 会員の異動につきまして御報告いたします。学習院大学教授の岩田会員が3月20日付けで日本銀行の副総裁に御就任になられました。この関係で、お立場上ということで本懇話会の会員を退任されることになりました。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、初めに杉本委員長に御挨拶を頂きたいと思います。
- 杉本委員長 御紹介いただきました杉本でございます。これからいろいろお世話になります。是非よろしく願いしたいと思います。座らせていただきます。
- 本日は、皆様方大変お忙しい中、お集まりいただきまして大変ありがとうございます。私も公正取引委員会の委員長に就任いたしまして、一月ほど経ちましたが、まだいろいろなところを手探りの状態でやっているところでございます。
- 本日はこういう機会を頂きましたので、冒頭に少し競争政策のこれからの運営に関します私の所信というものではございませんが、基本的な考えを少し述べさせていただきます。先生方に言うまでもございませんが、独禁法の目的というのは言うまでもなく公正かつ自由な競争を促進することです。特に、最近の経済情勢を見ますと世界経済のグローバル化の進展には非常に急激なものがございまして、21世紀に入りましてから、おそらく世界のGDPというのは倍増していると思いますし、貿易量に至っては3倍になっているのではないかと考えております。さらに、日本の企業の活動を考えましても、製造業におきましても約2割が海外生産になっておりますし、製造業のみならず非製造業の海外現地法人に至っては、両方合わせますとおそらく2万社ぐらいになっているのではないかと考えております。世界経済がグローバル化し、日本経済も非常にグローバル化しているというのが今日の現状であると思っ

おります。

そうした中で、競争政策というものもまさにグローバル化して、世界スタンダードで運用されていくという状況にあるのではないかと考えております。公正取引委員会の責務といたしましては、公正かつ自由な競争を阻害するような事業者や事業者団体の行為をしっかりと取り締まるということとでございますが、こうした競争政策のグローバル企業への対応ということで、これからしっかりとやっていくことが必要ではないかと考えているわけでございます。

まず、第1は、独占禁止法の執行力、抑止力の確保ということでございます。そういう意味では、国民生活に大きな影響を与えます価格カルテル、それから入札談合はもちろんのこと、中小企業に不当に不利益を与える優越的地位の濫用、不当廉売、そういった不公正な取引や下請法違反などの行為に対して、引き続き厳正に対処していくということが公正かつ自由な競争を促進することにつながると考えております。

これからの日本経済を考えましても、経済がこれから発展していくためにはイノベーションが必要であると考えております。プロダクトイノベーションとプロセスイノベーションの両者があると思いますが、そうしたイノベーションが進んでいくためにはやはり公正かつ自由に競争できる環境というものをきちんと整備していくことが日本経済自身のこれからの発展の基盤になるとともに、そうしたことを通じて雇用が確保され、国民生活が安定するということにつながっていくのではないかと考えております。

竹島前委員長の下で独占禁止法の執行力が非常に高められたと認識しております。公正取引委員会が吠えない番犬から吠える番犬になったと言われておりましたが、私も引き続きこうしたことから反競争的な行為に対しては独占禁止法をしっかりと適用して、厳しい姿勢で違反行為に対しては望んでいくことが必要ではないかと考えておるところでございます。

また、合併等の企業結合事案につきましては、届出会社と公正取引委員会とのコミュニケーションを十分に取るということで会社に不必要な負担を強いることがないよう迅速に、かつ企業結合の当事者の競争上の地位や市場における競争環境の実際の姿を十分踏まえた的確な企業結合審査を進

めていくことといたしております。

法執行ということで、当面の課題になっておりますのが、消費税の転嫁対策でございます。御存じのように消費税は来年度から8%、更には10%と2段階で引き上げられることが予定されておりますので、転嫁対策、すなわち消費税の転嫁を適正かつ円滑に行っていくということが一つの課題になっておりまして、その関連で最近新聞紙上にも報道されておりますような消費税の転嫁拒否等の行為などの転嫁を阻害する行為を防止するための法案を今国会に提出させていただいております。

先般、本会議での趣旨説明、質疑が行われまして、まさにこれから経済産業委員会での審議が始まるところでございます。この転嫁措置法案につきましては、この後事務総局のほうから概要を説明させていただきたいと思っております。

それから、違反行為を取り締まることに加えまして、違反を起こさせないような環境を作ることも大事だと考えておりまして、昨年11月には企業の皆様のコンプライアンス体制の実効性の確保に資することを目的といたしまして、企業における独占禁止法コンプライアンスに関する取組状況を調査して公表しております。このような活動のほか、各種のガイドラインの整備、事業者等の事前相談への対応等も含め、違反行為を未然に防止するための活動にも力を入れていきたいと思っております。

それから、更には競争アドボカシーというのでしょうか、競争唱導活動というものにも力を入れていきたいと考えておりまして、公正かつ自由な競争を促進する観点から、公正取引委員会としても積極的に規制緩和、競争政策に関する検討・調整を行っていくことが大切だと考えております。

例えば、規制等により新規参入が必要以上に阻害されている場合には、公正取引委員会が公正かつ自由な競争を促進する観点から、こうした規制の在り方についても検討・調整を行う。こういう活動もしっかりと行っていきたいと考えております。従来からも必要に応じまして、こうした検討を行っておりまして、最近では昨年9月でございますが、電力市場の現状についての調査、競争政策の観点からの考え方を整理して報告書を公表するとともに、経済産業省の電力システム改革専門委員会でその報告書を説

明させていただきます。

規制を始めとする公的制度は様々な政策的な要請も踏まえて、所管省庁が設計・運営をするものでございますが、公正取引委員会としても競争環境の一層の整備に資するという意味で、そうした活動もしてまいりたいと考えております。

それから、最初に申し上げましたように、経済情勢が非常にグローバル化しているということで、競争当局間の国際連携の推進も更に要請されるところだと考えております。アジア経済が大きく成長するとともに、企業の海外進出、国際的な企業結合、提携などが進み、企業活動が国境を越えて行われております中で、国際的なカルテル、企業結合事案への対応、法執行面での海外競争当局との連携協力の必要性・重要性が増大していると感じているところでございます。

こういった観点からいろいろな検討課題も出てきておまして、各国とのEPAやTPP、そういったところでいろいろな競争政策の分野の国際的な枠組みを作っていくということもこれからの課題になっているところでございます。

TPPへの参加ということが、日本政府としても決断が行われるところではございますが、日米間におきましてもこのTPP交渉と並行して、非関税分野の中でいろいろな検討が行われると思っておりますが、その中で競争分野をどういうふうに考えていくのか、競争政策の相互適用といった観点からの検討も一つの課題になっていくと考えております。また、各種EPAの締結におきましても、競争政策の相互適用と言いますか、そういったものに対して、どういうふうに考えていくかというところが一つの検討課題になっていくということでございます。競争政策の国際化、国際連携の必要性というものもこれからますます重要になっておりますので、私どもとしてもそういった観点からの貢献をしていく必要があるのではないかと考えております。

また、これは公正取引委員会に限ったことではございませんが、行政機関が仕事をするに当たりましては、その仕事が理論的にも実証的にもしっかり説明できるものでなくてはならないと考えております。公正取引委員

会の競争政策研究センターはこうした独占禁止法の執行や競争政策の企画・立案・評価を行う上で、理論的・実証的な基礎を強化するための法学者・経済学者と公正取引委員会の三者協同の研究活動を行っております。この研究センターは、この6月にちょうど発足10周年を迎えます。このような活動も引き続き継続し、理論的にもしっかりと裏付けのされた法執行、競争政策の運営を行っていきたいと思っております。

それから、審判制度の廃止を内容とする独占禁止法の改正法案につきまして、一言申し上げたいと思っております。

この詳しい経緯につきましては、事務方からこの後説明をさせていただきますと思いますが、この独占禁止法の改正法案、すなわち審判制度の廃止等を内容とする独占禁止法の改正法案につきましては、皆様既に御存じのとおり平成22年3月に国会に提出いたしました。その後、一度も審議されることなく、昨年の衆議院の解散に伴いまして廃案となっております。現在、廃案となりましたこの法案と同じ内容の法案を国会に提出してよいかどうかということについて検討しているところでございますが、与党におきまして、今御議論をさせていただいているところでございまして、こういう議論を踏まえながら速やかに結論を出したいと考えているところでございます。

それから、競争政策が国際的にいろいろ注目されているというところだと最初に申し上げましたけれども、ちょっと手前みそになるんですけれども、競争政策の分野において、世界的な法律ジャーナルでございますGlobal Competition Review、すなわちGCRというものがございまして、先般私の隣にいらっしゃる濱田委員に御出席いただいたんですが、そこで日本の公正取引委員会がAgency of the yearというのに選ばれて、受賞したということで、日本の公正取引委員会の競争法の活動も言わば国際的にもそれなりに評価されているところではないかと思っております。

以上、私の競争法執行に関する考えの一端を申し述べましたが、これからもここに参集していただいております皆様方のいろいろな御意見を頂きながら、私どもの活動を進めていきたいと思っておりますので、よろしくお願ひしたいと思っております。引き続き、忌憚のない御意見をいただき、

また時には厳しく御指導，御鞭撻を賜りたいと思います。以上でございます。どうも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。杉本委員長の御挨拶に関しましては、最後に本日の会合全体に対する質疑応答の時間を取ることを予定しておりますので恐縮ですけれども、最後にお願ひできればと考えております。

では、早速最初の議題に入ります。転嫁対策特別措置法案につきまして、山田取引企画課長から御説明お願いいたします。

○山田取引企画課長 取引企画課長の山田でございます。本日私からは消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法案について御説明いたします。

資料につきましては、右肩に独占禁懇 194-1 と書いてあるもので、条文を綴じている関係上、右綴じとさせていただきます。御容赦いただきたいと思ひます。

1枚めくっていただきまして、特別措置法案概要と書いてある色つきの紙、そして横長の紙がございまして、そしてその次に縦書きの要綱、そして条文、理由、新旧対照表、参照条文という構成になっております。それでは、この 194-1 と書いてございます資料を御覧いただきたいと思ひます。

消費税率の引上げにつきましては、昨年8月10日に成立いたしました税制抜本改革法により、来年26年4月に5%から8%に、そして、再来年27年10月でございますが、8%から10%に引き上げることが予定されております。今般の消費税率の引上げに際しては中小事業者を中心に消費税の価格への転嫁について懸念が示されているところでございます。このためこれらの中小事業者等が消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備していくことが極めて重要な課題となっているわけでございます。

この税制抜本改革法におきましては、独占禁止法及び下請法の特例に係る必要な法制上の措置を講ずるということが規定されております。これを受けて、この資料の1枚目にございます新聞発表文でございますが、公正取引委員会を含む関係省庁間で検討を進めまして、この3月22日、消費税率の引上げに際し消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、この転嫁を阻害する行為の是正等に関して所要の措置を講じるということで法

案が閣議決定され、国会に提出されております。

委員長からも言及がございましたが、4月12日に本会議で趣旨説明と質疑が行われ、今後、経済産業委員会での審議が見込まれているところでございます。したがって、本日御説明する内容はあくまでも国会に提出した政府案の内容ということでございます。今後審議の経過によっては、変わるところがあり得るということで、お断りをさせていただきたいと考えております。

それでは、資料を一つめくっていただきまして、横長の資料に沿って御説明したいと思います。消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法案と書いてある紙でございます。

1枚めくっていただきますと、法案の目的及び概要ということが書いてございます。こちらは、2.の概要のところ、第1から第4まで、四つの大きな柱が書かれております。一つ目は、消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置ということで、例えば買ったとき等の行為、これを取り締まり、そうした行為を是正するという措置でございます。

二つ目は消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置です。これにつきましては、例えば「消費税を転嫁しません」といったような表示を転嫁を阻害する表示と位置付けて、これを是正するための措置でございます。これにつきましては、主担当は消費者庁ということになっております。

三つ目は価格の表示に関する特別措置です。これにつきましては、現在、消費者向けの取引につきましては、総額表示義務というものが課されておりますが、これを一定の条件の下に義務を解除するというところでございまして、消費税法の特例の部分につきましては財務省が担当し、また、一定の表示については、景品表示法に違反しないという定めもございまして、こちらの方は消費者庁という担当になっております。

四つ目が消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置ということでございまして、これは消費税導入当時も導入されておりました独占禁止法の適用除外となるカルテルについての定めということ

でございます。

2 ページにまいります。法律案の対象となる事業者というふうに書いてございますが、特定事業者、特定供給事業者というふうに書いてございます。特定事業者はいわゆる買い手でございまして、規制の対象となる者でございます。他方、特定供給事業者というのはいわゆる売り手で、保護の対象となる者というふうに御理解いただければよろしいかと思えます。これらをまとめて説明いたしますと、要するに特定事業者の①及び特定供給事業者の①に相当する部分でございますが、買い手である特定事業者が大規模小売業者の場合には、これと取引をしている事業者であれば、その規模の大小を問わず、本法案の規制対象となるということでございます。また、それ以外の業種、大規模小売業者以外の業者にあつては、売り手の事業者が資本金3億円以下であれば買い手側の規模の大小を問わず、法案の対象となるということになります。

つまり、資本金3億円以下の事業者であれば、どのような規模の事業者と取引をしても本法案の保護対象ということになります。個人事業者等についても同様でございます。

2. の特定事業者の遵守事項のところでございますが、これは転嫁拒否等の行為の類型を示したものでございます。①として、減額、買ったたきでございますが、例えば買い手が本来支払うべき金額について、事後的に支払わない、又は支払の段階になって、当初定めていた金額どおりには支払わないというような行為、あるいはあらかじめ契約の段階で通常よりも低い対価で契約をするような買ったたき、こういったものを規定しております。

②購入強制、役務の利用強制等でございますが、これは消費税の転嫁について応じる代わりに売り手に対して、その商品等の購入を強制をする、あるいは協賛金を提供させる、手伝い店員を派遣させたりするというようなものを想定しております。

③は、税抜き価格での交渉の拒否です。例えば、売り手が外税で価格交渉を要請する場合があります。他方、商習慣として、税込みの価格で取引をしているとどうしても消費税分も込みで交渉するものですから、なかな

か税額分をきっちりと払ってもらえない状況があり得るところでございますので、外税で価格交渉をしたいという要請があった場合に、これを拒否するといった場合を、税抜き価格での交渉の拒否ということで、転嫁拒否等の行為の一つと位置付けております。

また、(2)として報復行為でございますが、違反行為を受けたことを当局に通報したことを理由に、買い手側が取引の停止等の不利益な取扱いを行うこと、これも禁止しております。

こうした行為を取り締まるための枠組みについて記載したものが、3ページ目の資料になります。「第1 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置②」の「3. 転嫁拒否等の行為に対する検査、指導等」という部分でございます。今回の引上げは1年半の間に2回の引上げが予定されております。それに伴いまして、様々な業種について転嫁拒否等の行為が生じることが予想されます。このため公正取引委員会だけではなくて、中小企業庁長官、あるいは各事業を所管する主務大臣にも報告徴収、立入検査の調査権限を付与する。それとともに違反行為があった場合にこれを是正指導する権限も付与するというものでございます。

もちろんこうした指導に従わないケースもあろうかと思われまので、こういった重大な事案につきましては、公正取引委員会に対して、勧告・公表という措置を求める措置請求という規定も用意してございます。この措置請求を受けた場合には、公正取引委員会では事業者に対して、必要な措置をとるように勧告を行う。この必要な措置というのは例えば転嫁を拒否した分にかかる消費税を適正に支払うよう勧告するというような内容になろうかと思いますが、この勧告を行うとともに、事業者名、違反行為の内容を対外的に公表するというを考えておりまして、これによって社会的制裁を期するというものでございます。

もちろん公正取引委員会自らが調査を行った事案についても重大な事案につきましては、措置請求があるなしにかかわらず、勧告、公表を行うことを考えております。

その他、公正取引委員会を始め各省庁間での情報共有のための規定及び都道府県等が違反行為について情報を受けた場合の通知の規定も置いてお

ります。次のスキームとして、図が書いてございますが、こちらについては今申し上げたものと重複しておりますので、省略をさせていただきます。

次のページをめくっていただきますと、第2として消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置というものがございますが、これはよくマスメディアでも取り上げられております消費税還元セール等々、消費税に関して消費者に誤認を与えるなどの表示に関するものでございます。言うまでもございませんが、消費税は制度上、最終的には消費者に御負担をいただくというものでございます。したがって、消費税を転嫁しないという表示は、すなわち消費者が消費税を負担していないということを意味するわけでございますので、それ自体事実と異なる表示であるということであって、誤認を生じさせるというものであります。

また、仮に消費税を転嫁しないというふうな表示をいたしますと、その裏にはおそらく納入業者に対する買ったとき等の行為が潜んでいる可能性が高うございます。そういった大規模小売業者が仮に次々と「当店は消費税は転嫁しません」というような表示をやっていきますと、周辺の小売店までもが消費税を転嫁しにくくなるというおそれもございます。したがって、こうした表示を規制することとしたというものでございます。

2の「事業者の遵守事項」として幾つか例示しております。(1)として「消費税は転嫁しません」とか、あるいは「消費税は当店が負担しています」といったことにつきましては、今申し上げましたように、誤認を与える表示ということでございますし、また(2)「消費税率上昇分値引きします」とか、あるいは「消費税相当分についてポイントを付与します」といったものにつきましても、今、申し上げた理由からこういったものを禁止することとした次第でございます。

また、具体的にどのような表示であれば取締りの対象となるのかということにつきましては、ここはあくまでも例示でございますけれども、いずれ消費者庁の方でガイドラインを作成する予定と聞いております。ここで規制されるのはあくまでも特定の表示を行うことであって、仮に事業者の企業努力によってセール等々をやるということについてまで制限するものではないということでございます。

こうした表示の規制についての取締りにつきましては、先ほど申しました転嫁拒否等の行為に対する取締りスキームを準用することとしております。ただし、勧告・公表につきましては公正取引委員会ではなくて、景品表示法を所管する消費者庁が行うということになっております。

次のページの「第3 価格の表示に関する特別措置」の部分でございます。これは、消費者向けに提供される商品等については税込価格を表示するということが定められておりますが、小売店の現場では2回にわたる引上げのたびに値札を付け替えるというような手間が生じてきてしまいます。小売店にとっては店に陳列されている商品について全て値札を張り替えるというのは事務負担が相当なものと予想されております。したがって、こういう事務負担に配慮する観点から、税込価格を表示しなくてもよいということを設けた次第でございます。

もちろん消費者への配慮という観点もございますので、消費税額分については「支払時に別途お支払いいただきます」とか、あるいは店の中の天井から例えば「当店は消費税抜きの本体価格についての価格を表示しております。税金分についてはレジで別途お支払いいただきます」といったことを明確に表示するということによって、表示されている価格が税込価格であるという誤認が生じないようにする手立てを講じていただくということになります。

また、「2. 価格の表示に関する特別措置」の(3)、(4)の部分につきましては、これは現在も消費税法、あるいは景品表示法に違反することなく行える行為、すなわち税込価格を表示する場合において、税込価格に加えて、税抜き本体価格、あるいは税金分は幾らということを書いても構いませんということでございますし、また(4)の部分は税込価格がちゃんと明瞭に表示されている場合であれば、本体価格の方をやや大き目を書く、そこを強調して表示するといったことも景品表示法に違反することはないということでございます。

ページをめくっていただきまして、転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置の部分にまいります。大きく分けると、独占禁止法の適用除外とする共同行為の「(1) 転嫁カルテル」と「(2) 表示力

ルテル」と書いてございます。転嫁カルテルと申しますのは、消費税の転嫁の方法について共同行為を行うというものでございます。例えば、本体価格に消費税額分を上乗せしようということを事業者団体や事業者同士で取り決めることです。あるいは税金を計算しますと税込みでどうしても1円未満の端数が生じてしまうことがあるので、この端数の部分を四捨五入するのか、切り上げるのか、切り捨てるのかといったことについて例えば商店街等で決めていただくということです。そういったことについても適用除外とし、要するに、独禁法上問題ないということを確認にするというものでございます。

また、表示カルテルにつきましては、同じように表示の方法について、共同行為を行うということでございます。例えば、スーパー、百貨店、あるいは小売店の店頭におきまして、税込価格に加えて本体価格が幾らとか、税額が幾らとかということをしちんと全部表示するのか、あるいは税込価格だけを表示するのかといったものについて消費者のために混乱が生じないように表示の方法について統一をするということについては表示カルテルとして適用除外とするというものでございます。

また、取引先との価格交渉を容易にするために外税で交渉するということが、今までの商習慣を改めて今後は外税で価格交渉するんだということを決めていただくということもこの表示カルテルに該当しようかと思えます。いずれにいたしましても、この適用除外カルテルにつきましては、公正取引委員会の届出制というものにかからしめております。

次のページになりますが、国等の責務と書いております。これは、三つのパートに分かれておりますが、第1番目は国民に対する広報の徹底でございます。今回の消費税率引上げというのが社会保障財源を確保するためのものであるという税率引上げの趣旨や、消費税というのは転嫁を通じて消費者に負担を求める、支払っていただく税であり、流通の途中で中間の事業者が負担を強制される、あるいは飲み込まざるを得ないような状況というのは本来の姿ではないんだという、消費税の性格を広く周知することによって、転嫁をしやすくする環境を作ることが重要と考えております。そのための広報を徹底するというものでございます。

第2は、通報した者の保護等に関する万全の措置でございます。転嫁拒否等の行為によって、不利益を被っている事業者から相談があった場合、その事業者の秘密を守るということは当然でございますが、こういったものを徹底するということをアピールすることによって、申出をしやすい環境を作るといったことを考えております。

第3は、調査、監視を行うための態勢の整備でございます。広報、情報収集、違反行為の是正のために組織、人員だけではなく、運用の準備も行う。相談につきましては、政府共通の相談窓口というものを設けることとか、あるいは相談とか苦情があった場合に、各省庁をまたがる是正指導、こういったものについて司令塔的な機能を持った組織を置くとか、そういったものを考えておりますが、そういった態勢を整えておくというものでございます。

この法案は平成29年3月31日限り、すなわち2回目の引上げから1年半後の時期をもって失効するという規定も置いております。以上がこの法案についての説明でございます。

縦書きの法案要綱、条文については、若干細かくなりますので、御説明は省略させていただきます。ありがとうございます。

○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きまして、御質問、御意見などがございましたら、御自由に発言していただきたいと思っております。

○石井会員 今、御説明いただきました消費税の転嫁対策特別措置法案につきまして、現在国会で法案審議しているわけでございますが、我々取引上の立場が弱い中小企業の立場といたしましては、一刻も早い成立を期待しているところでございます。商工会議所の会員業者からはいろいろな声が上がってきておまして、消費税引上げを見込んだ値引き要請がもう既に始まっているという声もありますし、見積り段階では、税抜き金額で提出したが、支払時点で税込金額とされたなどという声ももう既に寄せられております。

もともとデフレが長く続いておりますので、この間、安売り競争がずっと続いて激化しているところでございます。本当に、値引き、値引きというのが現在の中小企業の実態ではないかと思うのですが、このような中で、

消費税の転嫁ができないということになれば、経営において非常に深刻な問題でございます。その辺の実態をよく把握していただいて、立場の弱い中小企業の円滑な価格転嫁が可能となるよう是非政府としても万全を期していただきたいと思っております。

我々商工会議所としても、価格転嫁に関するいろいろな相談が寄せられた際の対応をまとめたマニュアル作りをしております。消費税の円滑かつ適正な価格転嫁が可能となるよう努力しているところでございます。いずれにしても、消費税を価格に転嫁できるというのはやはり国民の皆さん一人一人の御理解を得ることが大事でございますので、先ほどの話にもございましたように、なぜ消費税の引上げが必要なのかとか、消費税は価格に転嫁されるものであるとか、徹底した広報を行っていただきたいと思っております。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。ほかにどうぞ。

○神田会員 表示のところでも質問させていただきます。御説明では表示の是正であって、値引きセールをやってはいけないということではないという御説明がありまして、非常に私たちにとって重要な点なので、そのとおりだと確認していただきたいと思っております。多くの消費者は非常に生活が苦しいわけですから、ここにきてこういったことが入ってきますと、やはり値引きを非常に期待するというのは当然です。そういったことを期待している中で、値引きセールは努力次第で結構だと。それは例えば3%、8%ということであっても、それは表示していなければいいということになるか、ちょっと微妙なところだと思いますけれども、そういった問題をはっきりしてほしいということと、誤解が生じるとすれば表示の是正イコール値引きをやってはいけないというふうに事業者が受け止めてもらっては困る。その辺の誤解がないように、きちんとその辺の提示をしていただきたいと思います。消費の誤解を気にするよりもその辺のところの誤解がないように是非していただきたいなと思っております。

○山田取引企画課長 まさしく御理解のとおりでございます。値引きを一切禁止するというようなことは決してございません。ただ、石井会員からのお話があったように、転嫁というものが適正になされるということが、そ

それはそれで重要なことでございますし、転嫁がされない事態は問題です。他方で、消費者の方々のそういう商品選択という観点から値引きというのは重要な営業の手段でございます。そのバランスをどうとるのかというところでございますが、いずれにしてもその表示、すなわち適正な表示をしていただくというのがこの法案の仕組みでございます。したがって、この法案の狙いであるとか、表示についての誤解がないようにするということは、政府の責務だと考えております。

これにつきましては、先ほどもちょっと触れましたが、ガイドライン等でどういったものであれば違反となるのかを示す予定としておりますので、また併せて広報についても徹底をしたいと考えております。

○伊藤会長 ほかに、どうぞ。

○坂本会員 表示について、どういう文言にするかはガイドラインで決まってくる。例えば、消費税の増税分を転嫁しない、増税分の還元セール、といった表現はおそらく駄目でしょう。では、8%引き、3%引きだとどうなるのか。グレーゾーンがいろいろ出てくるはずです。消費者庁が中心となって策定するガイドラインで、そうした問題をクリアにできるのかという疑問があります。条文では非常に漠とした書き方をしていますが、そもそも小売業の販売促進活動のようなものに行政が網をかける必要があるのかという疑問もあります。

中小企業団体が2年前に実施したアンケートでは、前回の増税時に転嫁できたかどうかを聞いています。年商1500万円以下の企業の3分の2は転嫁できなかったと回答している。今回も相談窓口を設け、アンケート調査などを実施されると思いますが、特別措置法を作っても、水面下では前回同様に転嫁できない事例がかなり発生するのではないかと。内部通報をした事業者を保護することになってはいます。それでも取引現場の現状からすれば、どこまで表に出てくるのか懸念される。特措法を作り、公取委も含めて行政各部署が様々な態勢を取ることになって、果たして転嫁の実態が把握できるかどうか、見通しを教えてくださいと。思います。

○山田取引企画課長 御指摘ありがとうございます。ガイドラインでどこまで細かく定められるのかという御質問については、表示の問題のみならずいろいろ

なところであろうかと思えます。ガイドラインにつきましては、いわゆる行政手続の透明化を図る観点から、おそらくパブリックコメント手続に付されようかと思えますが、どこまでカチッとあらかじめ決められるかということはなかなか難しい部分もあろうかと思えます。そういうものについては、おそらく実態を見ながらケースバイケースで判断するような面も出てこようかと思えます。

そして、どういう態勢で転嫁拒否等の行為を見つけ出すのかといった点についての御質問がございましたが、まさしく御質問の中にもありましたが、書面調査で拾い上げる、これにつきましては例えば25年度、もちろん予算はまだ成立しておりませんが、今のところ25年度予算の案においては15万社ほどを対象とした書面調査を行い、そして引上げ前の段階でどのような行為が行われているのかというものを拾い上げる。電話等の相談においても匿名で電話の相談を受け付けるといった、なるべくものを言いやすいような環境作りであるとか、あるいは商工会・商工会議所との連携とか、あるいは移動相談会で東京だけではなくていろいろな都市とか町とかに行って御相談を受け付けるとか、そういった態勢も考えてございます。

そしてまた人員態勢の面ではございますが、25年度の措置としては公正取引委員会、中小企業庁合わせて600名ほどの、これは非常勤とかいろいろなものも含めてでございますけれども、こういった態勢で転嫁対策に当たろうと考えております。また、26年度以降につきましても各事業所管省庁の御協力も頂きながら対応していきたいと考えております。

○舟田会員 今、坂本会員ですか、前半のガイドラインでそんな細かいことまで書けるのか、特措法は必要があるのかというお話だったんですけども、先ほどほかの方からもお話が出ましたように、消費者はやはり消費税を実質的に負担することになっているということです。納税義務者は事業者ですが、事業者は次々と川上から川下へ転嫁し、消費者が最終的に負担するというのがそもそもの仕組みですから、店頭に表示で消費者が負担をしなくてもいいのではないかと、この店で買えば消費税を負担しなくていいんじゃないかと思われるのはまずいと思えます。そういう意味で、先ほどの還元とか、還付という言葉は私の案では一切駄目にした方がむしろはっきりする。消

費者は払わざるを得ない。どこのスーパーに行っても、とにかく8%は負担するんだということをやはりきちんと分かるような形で出すべきではないかと思います。

そうは言っても、あとはどうするのかと細かいことはありますけれども、それは法規制というのはそういうもので、必ずグレーゾーンが出てくるので、そこは消費者庁や皆さんの御苦労ということになるのではないかなと思います。

○井手会員 一つのケースとしてですけれども、特定供給事業者が複数の製品をスーパーなり何なりに提供しているという場合、ある商品については消費税の転嫁で、例えば5%上乘せする。ある商品については2%で、ある商品については6%、全体で5%という枠で全部転嫁している。だけれども、商品ごとに見ると、転嫁しているものもあるし、転嫁以上のものを要求している場合もある。こういう場合というのは、どういうふうに判断すればよろしいのでしょうか。

○山田取引企画課長 なかなか難しい質問でございますが、消費税分として例えば8%になりましょうか、その8%以上のものを消費税としてというのはなかなかケースとして想定しづらく、おそらくは税込みとして例えば来年の4月1日を基に約3%分ぐらいになりましょうか、それ以上のものを上げてもらうというようなケース。あるいは3%未満のところで留まるような、全体としては5%分から、105分の108ぐらいに上がるというようなケースかと思います。

納入業者が複数の商品を供給するという場合もありましょうし、大規模小売店の場合は、おそらくいろいろな商品について多数の納入業者から商品を受け取るというようなことの方がちょっとより考えやすいかと思いますが、その大規模小売業者がこの商品については引上げを受け入れる。この商品については受け入れないというようなケースが実際にあるかかと思えます。

そういった場合に、先ほど書面調査でこのスーパーのこの商品についてはなかなか上げてもらえないというようなことが書面調査等から分かってくれば、その部分についてはやはり転嫁を拒否しているというような認定

が可能になるのではないか。書面調査は必ずしも全社について名前を挙げていただくという必要はないような設計を考えておりますが、そういう小売業者であれば取引先は多数に及んでおります。また、一つの商品についてもおそらく多数の納入業者から商品を仕入れているということが考えられますので、そういったときに一つの事業者だけではなくて、複数の、10とか20とか、そういったところからどうもこの商品については、苦情が集中しているということが仮に分かってくれば、そういった品目ごとの指導ということも可能になるのではないかと考えております。

○原取引部長 ちょっと補足いたしますけれども、スーパー等々が消費者に売る場合に、納税するに当たって、商品ごとにいろいろと価格の差をつけて、トータルとして8%分の消費税をやるということは、当然あり得ることなんですけれども、納入業者の関係では、基本は私どもは商品ごとに見ます。当然に先ほど一つの納入業者がいろいろな商品をやっているというような場合もあるかもしれませんが、基本的にはスーパーというのは一つの納入業者と取り引きしているわけではございません。いろいろな取引業者からしておりますので、そういった場合にそういったことを考慮しますと、全てほとんど言い訳で終わってしまうという部分がございますので、基本的には商品ごとにちゃんと納入業者に対して転嫁しているかどうかというような形をやります。

ただ当然に相手方が、スーパーはこういう形でやっているんだと、納入業者もそれで納得がいて、一つの納入業者全体の売上額から見れば、ちゃんと8%転嫁しているんだという主張をした場合に、それを納入業者に対しても確認できれば問題はないとしますが、基本的にそういうようなことがなければ、基本的には商品ごとに見る。そうしないとほとんど運用はできなくなりますので、そういうことで現在は考えております。

○斎藤会員 先ほど杉本委員長から自由公正な競争を、ということをお頭に承りました。今回、価格について規制を掛けるというお話ですが、プライシングというのは、マーケティング戦略の中の非常に重要な要素です。それを規制、しかもがんじがらめの規制にすることによって、ビジネスに支障が出る形で公正取引委員会が行動したら、それはちょっと本末転倒になるのではな

いかというような気がいたしました。

弱い者いじめをして消費税の分を値引きしろというように、大きな会社が中小事業者をいじめないようにというアナウンスメント効果としては本法案は非常に効果があると思います。その効果だけでも私はいいのではないかと考えていて、あまり事細かに規制するのはいかがなものかというふうに感じております。

○山田取引企画課長 実は当然のことながらこの法案は転嫁が適正に図られるようにということでございますので、本体価格、それについてどうしようということとは決してございません。したがって、転嫁カルテルでございますけれども、例えば消費税率分を上げようということについての適用除外カルテルがございますが、本体価格についてのカルテルまで認めようというつもりはございません。その意味で、個々の商品についてのプライシングにまで干渉するということでは決してございませんが、ただ税率の引上げ分を上乗せされ、中小事業者の利益が損なわれないようにすることが目的で、この部分については本当に広報が重要だと考えておりますので、国の責務としてそういうことについて趣旨を徹底すること及び皆様に御理解をいただくということが必要かと考えております。

○杉本委員長 今、事務方から御説明したとおりでございますが、今回、消費税の引上げに関して、消費税という税の性格、すなわち消費者に転嫁させて負担していただくという税の性格からして、消費税の転嫁部分に関して、きちんと転嫁が行われるような環境を作りあげましょう、そのための防止、それから禁止行為も作りましょうというのが今回の法律案の基本的な考え方でございます。先ほど、事務方が申し上げましたように、本体価格のところの自由な市場ということをやめるということは一切考えておりません、そこに干渉するつもりは全くないということでございます。

そういったことで、この消費税の性格からして転嫁対策をきちんとやろうと、非常に弱小な業者が転嫁できないようなことになりますと、税が念頭に置いておりますそのシステムがきちんと働かないということ防止しようということでございますので、本体の価格が自由、公正に決定されるということをやめるということではないと考えているところでございま

す。

○斎藤会員 消費税の分の転嫁はということですが、消費税はちゃんと転嫁いたしますが、本体の価格を何%値引きしてくださいという交渉は当然出てくるわけですよ。それをどういうふうに区別するのかというのは非常に難しいことで、結局両方合わせてプライシングの問題なのではないかというふうに思っておりました。

○杉本委員長 そのこのところを区別して、本体のところのプライシング以外のところはきちんと転嫁できるようなメカニズムにしましょうよということはこの法律案で決めているということでございまして、物の値段というのは全体で決まるのでございしますが、きちんと転嫁されて消費者に御負担いただくという消費税の性格からしまして、転嫁だけはきちんと図りましょう、そのためのいろいろな措置を考えましょうということでございしますので、そこを区別して考えようということがまさにこの法律の根本のところだと思っております。

○佐野会員 今回、5から8になり、8から10になりと、短い時間に2段階消費税率がアップするという今までにない経験であって、まさにいろいろなところで混乱が生じるのではないかなと思っています。消費者にとってはやはり日々の生活が苦しい中で、10%まで上がるということは非常に大変なことだと思っております。

それで先ほど、ガイドラインは消費者庁が作成されるということですが、やはり還元セールは駄目で、3%値下げ、8%値下げはいいという、そのような非常に分かりづらいことをどこまで書き込むのかというのは、非常に私は疑問に思っておりまして、事業者も消費者も混乱が生じないような形できちんとしたガイドラインを作る必要があると思います。それは是非公取委と消費者庁と連携しながら分かりやすいものを作っていただきたいと考えています。

それから一つお聞きしたいのは、消費者庁及び公取委は国の機関でありますけれども、消費者にとってはやはり一番身近なのが都道府県又は地方自治体です。ここの6ページのその他のところの(3)に都道府県知事等への権限の付与というところが書かれておりますが、政令によりというこ

とでまだ検討前なのか検討中なのかよく分かりませんが、権限の一部を都道府県知事に付与するという事は例えばどのようなことをお考えなのか教えていただきたいと思います。

○山田取引企画課長 まず、ガイドラインを分かりやすいものにする。これは消費者庁とか公取委とかということではなくて、政府として本当にそういう要望に応えるものを作る必要があるということは御指摘のとおりだと思っております。

また、被害を受けた事業者がものを言いやすいのは都道府県であり市町村です。それもまさしく御指摘のとおりで、ここの4のその他(2)の部分が都道府県、地方自治体の長がそういう情報に接した場合には、国の方に通知をしていただくという部分が一つございます。また、権限付与の部分につきましては、例えばでございますが、建設業など都道府県の地域のみで事業を行っている場合につきましては、許認可の権限が都道府県知事に下りている場合がございます。業種によってですけれども、そういったものについて、情報収集、指導とか取締りとか、そういったものの権限を都道府県知事、平たく言えば都道府県の方に権限を付与するということを考えております。

○岸井会員 まず最初に、これとほとんど似たような内容の転嫁に関する法案が1989年ですか、消費税の値上げの導入のときに似たようなことがございました。その当時の法律と比較してみただけですけれども、一つは以前よりも進歩している。進歩と言うとおかしいですけれども、以前は転嫁行為について個別に問題行為を取り上げてチェックするという、そういうはっきりした条文がなかったんです。共同行為が確か中心だったんじゃないかと思えます。その意味では、やはり転嫁にかこつけて様々な優越的地位の濫用が行われるというのは、これを規制すべきことはもう当然ですから、それに対する事後的な執行体制を強化したという点で、私は評価をしております。ただ、今、いろいろ問題が出てきた。

それからもう一つ、直接出ておりませんが、転嫁カルテルというのは、非常に問題なんじゃないかと思っているんですけれども、いずれも建前は転嫁の方法についての規制であって、価格水準それ自体に対応する

ものではない。そういう建前なんですけれども、この表示行為の規制も、転嫁カルテルも事前に企業が価格設定行動をするときに、規制を事前に掛けてしまう。だから、転嫁カルテルとは事前規制をやっているわけです。自主的な事前規制とそれから表示に関する事前規制をやっているんです。事前規制というのは、もう最初から企業の行動を縛ってしまいますから、先ほど舟田先生がおっしゃったように、消費税の転嫁をしたら非常に効率的かもしれませんが、必ず価格に直接事前規制を掛けるということになると、先ほどおっしゃったように、それがどんどんいろいろな別の形で副作用が生じて拡大してくる危険があるんですね。だから、そこをどういうふうに押さえていくのかというのが、私は一番のポイントなんじゃないかと思います。転嫁の方法について、規制をするという公正取引委員会の説明というのは私も全く賛成であります。事前規制による副作用をどうやって押さえるのか。

私はカルテルについてはいろいろな問題が起きかねないと思いますのは、今年、国際航空貨物のカルテルについて、公正取引委員会の審決が東京高裁で支持されましたけれども、いわゆる燃料サーチャージ分だけ転嫁する。しかし、実際は燃料サーチャージについて転嫁するかどうかと事業者で話し合うと、お互いのコストはどうだとか、結局そういう話になってしまうのです。そうすると情報交換になってしまうのです。お互いのコストのね。

ですから、建前は転嫁の方法について、しかし転嫁カルテルでやるかどうか事業者間で話し合うわけですね。話し合うというか情報交換するわけですから、さっきの国際航空貨物の事件ではまさに本体部分も価格で維持されるというか、協調行動が維持されるということで、結局本体も含めて全体について競争の実質的制限が生じているという、東京高裁で支持されているわけなんですけれども、そういうようなことにならないように公正取引委員会としては、これはカルテルについては徹底的に監視をしていただきたい。

私個人的には、話し合いの場にそれこそ誰か出ていって、あまり変なことを話さないように監視してくるぐらいやってほしい。そしてもう中小企業の方も正々堂々と転嫁についてはちゃんとやりますよということを、別

に本体までやるつもりではないことをおっしゃっているわけですから、そこら辺はちゃんとチェックをどれだけかけられるかということをやっていたらと思っております。

表示についてもいろいろ、消費者が負担するというのは法律で決まっていることで当然のことなんですけれども、事前にこうやって掛けちゃうと、今の消費者団体の方が心配していたように、全体の値引きセールを抑制するような形で、事実上使われてしまう。あるいは表現の仕方をどこまで認めるかで、結局そういう効果を生んでしまうところがあって、そこら辺について、やはり本来の法案の趣旨、すなわち転嫁の方法に限定するその趣旨に沿った厳正な法運用がされるように、いろいろな意味で、リソースをいかしてやっていただければというふうに考えております。以上です。

○レイク会員 消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することに全く異論はないわけですが、先生方のお話等を聞いていても運用の難しさを感じるわけです。最初の委員長の御挨拶の中で、グローバル経済についての言及もございましたので、教えていただきたいんですが、ほかの国は転嫁対策にどういうふうに対応しているのでしょうか。ヨーロッパ、米国、もちろん大きな違いはあると思いますが、それ以外の国も含めて、競争政策上、また消費税等が上げられた場合に、どういった対応をしているのか。国際的な視点をもう少し聞かせていただけますでしょうか。

○山田取引企画課長 税制の問題でございまして、必ずしも詳細ではございませんが、基本的にほとんどの国は消費税であるとか、付加価値税とかいろいろ税制の若干の違いはございますが、基本的に消費税については総額表示というのが原則になっているようでございます。ただ、そういったものについて、今回のようにカルテルを結んだりとか、あるいは転嫁拒否等の行為についての法規制というものはないように聞いております。

一つには、おそらく日本の場合は一桁のような税率でございまして、諸外国、欧米では高率の税金となっております。そういったものを飲み込むというようなレベルではないという状況も聞いてはおりますが、いずれにいたしましてもそういった現在やろうとしているような規制というものは存じておりません。

○レイク会員 アメリカの場合は税率が各州で違っていて、すごく難しく、それを規制していったらとても大変多くの執行機関の人員を必要とすると思いますので、現実的に難しいからやらない部分があるのかもしれないのですが、今のお話を日本語で聞いていても大変難しい運用で、ガイドラインを作ることになると思うのですが、これは今度ガイドラインを英語にして、海外からの投資家等が見ていくと、更に「三本の矢」の趣旨に逆行するようなことになりかねないという懸念を持つというのを一応コメントいたします。

○山田取引企画課長 海外に対する説明の際は、また御相談させていただきたいと思います。ありがとうございました。

○伊藤会長 ほかに御意見とか御質問はございますか。

○舟田会員 消費税は現行の制度で総額表示義務ということに変えた。最初は確か別になっていたような話があって、外税、内税で延々議論して、数年前に総額表示、全部をやればよいということになったわけです。しかし、諸外国ですと20%、25%の消費税ですから、そんなわけにいかないわけで、きちんと税が幾らで本体価格が幾らと明示させる。しかもインボイス方式ですから、取引の1個1個にそういうのが全部分かる形で付いてくる。ですから、井手さんのさっきのような質問の事態はおそらく起きない。1個の商品ごとに、これは本体価格が幾らで、税が幾らでと、ずっと川上から川下に向けていくんだらうと思います。

日本は事業者のコスト負担が大変だということで、帳簿方式でいいということになってしまったものですから、帳簿でちょちょやるのではないかとこので最初いろいろ議論があったところです。

そういう意味では、本来は完全に本体価格と税を分けた形で流す、それをインボイス方式でやれば、こういう議論が生じないのですけれども、先ほど事務局から話があったように、3%、5%で始まったものですから、まあいいのではないかとこのでやってしまった。段々矛盾が大きくなったということではないかなと思います。

○山田取引企画課長 すみません、その帳簿方式になった理由についての説明が私の説明でよかったのかどうか分かりませんが、先ほどの説明の中で舟田会員からもお話がございましたが、付加価値税につきましてですので、事業者

間取引についてはこれは外税ということが明らかで、他方、対消費者向けについては欧州については総額表示ということになっているということをお訂正させていただきます。

○伊藤会長 よろしいでしょうか。もしよろしければ、次の議題の方に移りたいと思います。

次の議題は、独占禁止法改正法案につきまして、まずは笠原経済取引局総務課長から説明をお願いしたいと思います。

○笠原経済取引局総務課長 経済取引局総務課長の笠原でございます。よろしくお願いいたします。

現在検討中であります審判制度廃止等の独禁法の改正法案について、御説明をいたします。資料は、独禁懇 194-2 とあります横長の 1 枚のものを使わせていただきます。この資料は平成 22 年 3 月に国会に提出されて 24 年 11 月に衆議院の解散に伴って廃案になった法案の中身を示したものでございます。

かいつまんで御紹介いたしますけれども、現行の手續が左側の列にございます。真ん中の下のあたりにございますとおり、公正取引委員会がその違反行為に対しては排除措置命令、課徴金納付命令という行政処分を行う。これに対して不服がある場合に、通常であれば裁判所にいきなり行くわけでありまして、公正取引委員会の審判手續を必ず通る。この審判を経た審決に対して、東京高等裁判所以降の二審級の司法審査が用意されているという形になっているということでございます。また、その司法審査に関しましては、証拠の評価、あるいは提出についての一定の制限が課されているということでございます。

また、この命令に先立つ事前の制度、相手方事業者に対して意見等を言わせる手續としては、上の所にございますように、担当審査官が処分の内容、あるいは事実等について説明して意見、あるいは証拠を出すチャンスを与える。そういう形になっているわけでございます。

これに対しては処分を行った公正取引委員会が処分を正式に行った後でまた見直すということ、審判で見直すということについて、検察官と裁判官を兼ねているような形の、外観からして不公正な手續になっているので

はないかという御批判がずっとある中で、これに対応するというので、見直し後の手続といたしまして、下半分の方ですが、公正取引委員会の命令に対しては直ちに司法審査に入れる。一審の地裁クラスのところにつきましては、専門性等の観点から東京地方裁判所に集中させるということ。また、そこに合議制等の対応をするということになっている。また、証拠の関係の制度については廃止をするということでございます。

また、併せて命令に至る前の手続というものを充実させるということで、上のほうにございますけれども、今度は担当審査官ではなく審査に関わっていない手続管理官、この者が主宰をして説明を行い、質問を受ける。また、証拠に対するアクセスというものを拡充するということでございます。

なお、ここの充実というのは、事前審判的なものを復活させるということではございませんで、十分に情報、資料を見せて意見を言う機会を与えて、その論点をきちんと整理するというので迅速性を損なわないようにするというのでございます。こういう立て付けの法案を22年に出したわけでございますが、昨年11月に廃案になったということでございます。現状でございますけれども、冒頭委員長からの御挨拶にもございましたように、現在、廃案となった法案を今回国会に出してよいかということについて、新政権の下でどうするかということについて、検討しているということでございます。与党のほうでも積極的に御検討をいただいている、それも踏まえながら速やかに結論を出すということで準備をしているということでございます。かいつまんでですけども、私からの御説明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きまして、御質問、あるいは御意見がございましたら発言をいただければと思います。

○川田会員 是非よろしく願い申し上げたいと思います。これはもう3年越しの改正法案でございますので、是非今国会の再提出をお願い申し上げたいと思います。

昨日、朝日新聞か日経新聞か忘れましたが、15日の新聞に独禁法改正法案を再提出することを決定したという記事が出ていたような記憶があるの

でございますけれども、公取内部でも先ほどの御説明のとおり、与党の先生方の調整が続いているというお話でしたけれども、その見通しとしては、今回は提出するという見通しだという理解でよろしいでしょうか。

○笠原経済取引局総務課長 審判制度につきましては、既に22年に廃止の法案というのを閣法として出しているということでございますので、廃止ということについてのその段階で意思決定をしていて、その後それを変えるような状況というのがあるわけではないということでございます。

今国会に向けての対応についてはやはり法律の話でございますので、政府としての意思決定、またその前提として与党との関係の調整というのがあって、まさに検討作業というのが進んでいるということで御理解いただければと思います。

○蔭山会員 関西の財界としても一言。先ほど委員長からもありましたけれども、公正、自由な競争環境というのは経済の活性化についても大変重要だと認識しておりまして、経済界としてもコンプライアンスの周知徹底を図っていくつもりであります。

関経連としましても、前任の竹島委員長を始めとしまして毎年定例的に公正取引委員会の方々による講演会をしていただきまして、コンプライアンスの向上に向けて会員の理解を推進しておりますので、是非とも杉本委員長におかれましては、来阪していただきまして会員の企業への御講話をお願いしたいと思います。

その一方で、今、お話にありましたように、公平、中立的な手続というものも必要と考えております。財界の長年の要望でありますこの審判制度の廃止でありますけれども、御努力いただいているということは十分認識しておりますが、早期の成立を是非お願いしたいと思います。

○伊藤会長 ほかにどなたか。

○レイク会員 在日米商工会議所も含めて、共同の声明文等にもサインしていますので、それは皆様よく御存じだと思いますが、国際的にビジネスとして日本に投資をしている多くの企業もこれは大変重要な法案というふうに認識しておりますので、是非皆様に頑張ってくださいたいということを伝えるように多くの仲間から言われてきましたのでお伝えいたします。

○伊藤会長 ほかに何かございますか。

それでは、引き続きまして、公正取引委員会の広報活動につきまして、小室官房総務課企画官からお願いしたいと思います。

○小室企画官 公正取引委員会で広報・政策評価等を担当しております官房総務課企画官の小室でございます。私からは独禁懇 194-3 の資料に基づきまして、公正取引委員会の広報活動について説明させていただきます。

公正取引委員会の広報活動につきましては、この独占禁止懇話会の場におきましても、平成 21 年 11 月に説明したことがございます。その後、広報活動につきましては、消費者セミナーの開催、一日公正取引委員会の開催など、新たな取組を行ってきているところでございますので、本日はそのような最近の新たな取組等も御紹介させていただきたいと考えております。

それでは、資料のスライド 2 でございますが、広報活動の目的、具体的な広報活動について、まとめてございます。ここに掲げておりますような目的に基づきまして、具体的な広報活動、すなわち、「報道等」、「広報資料の作成・配布」、「ウェブサイトの運営」、「学校教育を通じた普及・啓発」といった活動を行ってございまして、本日はこれら具体的な広報活動の内容についてそれぞれ御紹介したいと考えております。

スライド 3 を御覧ください。まず、「報道等」でございますが、公正取引委員会におきましては、独占禁止法違反行為に対する法的措置を行った際や、各種ガイドライン、実態調査報告書等を作成した際には、報道発表を行っております。具体的には発表資料を当委員会のホームページに掲載するとともに、主なものにつきましては、記者クラブ、私どもは経済産業省の記者クラブを使わせていただいておりますが、そこで担当課室長から説明を行っております。

また、毎週水曜日に事務総長定例会見を開催いたしまして、その時々々のトピックについて説明し、質疑応答に対応しております。また、会見内容につきましては、私どものホームページで公表してございます。

また、毎週火曜日には、報道発表や事務総長定例会見の概要等をお知らせするメールマガジンを配信してございまして、この登録者につきましては、

3月末現在で5,000名を超えているという状況でございます。

続きまして、スライド4を御覧ください。広報資料の作成・配布でございますが、公正取引委員会としましては、事業者の方々や一般消費者の方々に独占禁止法や下請法をよく知っていただきたいということで、各種パンフレットを作成してございます。また、中学生向けの学習用教材として「わたしたちの暮らしと市場経済」という冊子を作成し、学生にとっても分かりやすい内容となるように努めているところでございます。

これらにつきましては、紙媒体の冊子もございますが、私どものホームページにも掲載してございまして、これらは自由にダウンロードできるようになっております。さらに、各種広報用DVD・ビデオにつきましては、一般への貸出しを行うとともに、私どものホームページにおいて無料で動画配信も行っております。

広報用DVD・ビデオは3点紹介してございますが、優越的地位の濫用の内容のDVD・ビデオにつきましては、一昨年11月に新たに作成したものでございますし、下請法のDVD・ビデオにつきましては、昨年9月にリニューアルされたばかりでございますので、もしまだ御覧になってない方がございましたら是非御覧いただければありがたいと思っております。

続きまして、スライド5から9にかけまして、ウェブサイトの運営ということで、私どものホームページの内容を紹介してございます。ウェブサイトのコンテンツでございますが、主なものをスライドの5で列挙してございますが、このうちスライド6で報道発表資料、各種パンフレット、スライド7で審決等データベース、スライド8でよくある質問コーナー、スライド9で世界の競争法の実際のコンテンツを掲載してございます。

ちょっと戻っていただきまして、スライド5の右側にございますとおりホームページにつきましては、今年度から全面的にリニューアルをいたしました。これまで公正取引委員会のホームページに対して外部の方からいただいた御意見の中には、必要な情報にたどり着きにくい、分かりやすいホームページにしてほしいという声がありました。そこで今般ホームページを利用していただく皆様の目的や興味に応じた構成を目指して改善を図ったところでございます。

例えばこれまでのホームページにおきましては、トップページの真ん中のほうに、厳正な法執行、このカテゴリーに独占禁止法というものがございまして、また的確な法執行というカテゴリーがございまして、その中に下請法というのを分類していたわけでございますけれども、このリニューアルに当たりましては、これまで利用者の皆様のニーズが高かった情報に、より早く的確にたどり着けるようにする観点から、トップページの先頭の列、図面の上のほうに「独占禁止法」と「下請法」を配置したほか、「公正取引委員会について」、それから「報道発表・広報活動」、「相談・手続窓口」及び「CPRC」とこの四つを含めて大きく六つに分類してございます。

また、その上でございますが、トップページの先頭のエリアには、「創意あふれる事業者と消費者の利益のために」と題するキャッチフレーズを入れさせていただきました。市場における公正かつ自由な競争が事業者の発展につながり、消費者の利益になることを訴えることができればと思っているところでございます。

続きまして、スライド 10 から 12 にかけては、学校教育を通じた普及・啓発ということで、私ども近年積極的に取り組んでおります独占禁止法教室、出前授業の内容を紹介してございます。

独占禁止法教室は将来を担う学生・生徒に対して、公正取引委員会から講師を派遣する、また、庁舎訪問学習につきましては、公正取引委員会の職場見学をしていただく、この中で私どもから競争の重要性、独占禁止法の内容、公正取引委員会の役割について、分かりやすく説明し、競争の意義に対する学生の理解の増進を図ることを目指しております。

スライド 11 では、実際に中学校で行っております独占禁止法教室の内容を紹介してございます。一方的な講義形式ではなく、学生・生徒に楽しんで理解いただけるよう、対話型、参加型の授業内容としてございます。このシミュレーションゲームにおきましては、クラスを複数の家電量販店グループと消費者グループに分けまして、家電量販店グループには企業の経営者の立場になってライバルの家電量販店よりも多くの消費者を獲得できるように、値引き、ポイント、保証といった付加価値の内容が記載された競争カードの中から販売方法を選んで消費者グループに提示するなどして

もらって、価格競争やサービス競争を体感してもらおう。こういったゲームを通じまして、競争の必要性や競争による消費者のメリットを理解していただけるのではないかと考えております。

また、6番のところですが、競争カード以外に独占禁止法違反行為を行う裏の手カードを用意するほか、身近で実際にあったカルテル等の独占禁止法違反の事例を新聞記事等で紹介してございます。

その後、模擬立入検査ということで、先生や生徒に違反企業の社長や公正取引委員会の審査官役になってもらいまして、劇で模擬立入検査や事情聴取を実演する。こういったことを通じまして、公正取引委員会の業務を少しでも理解いただいて、身近に感じるようになっていただければと考えているところでございます。これらにつきましては、アンケートを実施しておりますが、幸い高い評価をいただいているところでございます。

スライド12につきましては、独占禁止法教室の開催実績を紹介しております。年々開催回数を増やしております。今後とも積極的に取り組んでいきたいと考えておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

それから、スライド13から16にかけて、最近の取組として平成22年度から実施してきております一日公正取引委員会、それから消費者セミナー、一般消費者向けコンテンツの作成、子ども向けコンテンツの作成について紹介してございます。

スライド13の一日公正取引委員会でございますが、公正取引委員会は残念ながら各都道府県にオフィスがあるわけではございませんので、本局や事務所等の所在地以外の普及啓発活動や相談対応の一層の充実を図るために、同じ会場でイベントを開催する。こういったイベントを開催することによって、少しでも公正取引委員会が身近に感じられるようになっていただければと考えております。

スライド14の消費者セミナーでございますが、そもそも独禁法は一般消費者の利益を確保するということが究極の目的としているわけではございますが、独占禁止法の執行によって生じる消費者の利益が間接的なものにとどまることも多々ございますので、一般消費者の方にとって、独占禁止法はよく分からない、身近でないというイメージを持たれることもござい

ます。

こういった御意見，御要望もいただきまして，新たに平成 22 年度から対話型，参加型のイベントとして消費者セミナーというものを開催することといたしまして，昨年度はこういったイベントを全国で 50 回実施したところでございます。これにつきましてアンケート調査を行っておりますけれども，幸い高い評価をいただいているところでございます。

また，スライド 15，16 にございますとおり，一般消費者向けのコンテンツ，そして子ども向けのコンテンツを作成いたしました。これはスライド 16 でございますが，子ども向けコンテンツにつきましては，「どっきんくん」という，これはコウトリ星からきた宇宙人という設定ですが，こういった宇宙人が大活躍する動画が掲載されてございまして，この「どっきんくん」は独占禁止法違反を見つけると，このハート型の胸がドキンと高まる，そういうキャラクターでございまして，子どもたちが楽しみながら競争の重要性や独占禁止法の内容を理解していただければと考えております。これは大人の方が御覧になってもそれなりに楽しめると考えておりますので，まだ御覧になっていない方は是非お時間のあるときにお子さんやお孫さんと「どっきんくん」の動画を御覧いただけましたら幸いです。

続きまして，スライド 17 から 18 にかけて国民からの意見聴取・情報発信としまして，独占禁止政策協力委員制度，それから地方有識者との懇談会等について紹介してございます。独占禁止政策協力委員制度につきましては，私どもから経済界，報道関係者，消費者団体，学者の方々等をお願いをいたしまして，公正取引委員会に対する独占禁止法の運用や競争政策の運営にかかる御意見，御要望をお伺いし，私どもの施策の参考としてございます。

また，下請法，優越的地位の濫用の分野につきましては，別途下請取引等改善協力委員制度を設け，最近の下請取引の状況について御意見をお伺いし，私どもの参考としてございます。

スライド 18 でございますが，地方の有識者の方々の声を聞かせていただくということで，公正取引委員会の委員や事務総長が出向いて地方で懇談を行うという取組を行ってきております。これらは県庁所在地で実施して

おりますが、それ以外の都市では各ブロックの地方事務所の所長等が商工会議所・商工会等の御協力を得ながら懇談会を開催しておりまして、全て合計しますと年間 80 回程度の懇談会を開催しております。

スライド 19 でございますが、公正取引委員会の活動の影響について、要は見える化を図る観点から、政策評価におきまして独占禁止法違反行為に対する措置によって保護された消費者利益等を算出しております。23 年度ですと、約 2793 億円の消費者利益が推定されるということで、このような結果についても広報活動においてアピールしているところでございます。

以上、公正取引委員会の広報活動について、大変駆け足ではありましたが説明させていただきましたが、私自身、今、御紹介させていただきました地方有識者の方々との懇談会に出席させていただいて、皆様の声をお聞きすることが多くございます。その際に、公正取引委員会というところはとかく敷居が高い、怖いところだと、そして仕事の中身が分かりにくい、できればお付き合いしたくない、こういう御意見をいただくこともございます。

確かに、談合やカルテルを摘発する機関としては、ある程度恐れられているということは必要だと考えておりますけれども、公正取引委員会のミッションは談合やカルテルを摘発するだけではなく、公正かつ自由な競争を促進し、より良いものをより安く作る企業が報われ、最終的には消費者の利益につながるための環境を整備することでございますので、このような公正取引委員会のミッションを皆様にお伝えし、少しでも公正取引委員会が皆様にとって身近に感じていただけるよう、引き続き企業の方々、消費者の方々、学生・生徒、報道機関、学者の方々等、国民各層に対する広報・広聴活動に取り組んでまいりたいと考えているところでございます。私からの説明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きまして、御質問、あるいは御意見をいただければと思います。

○佐野会員 今、最後のところでおっしゃったとおり公正取引委員会は何か固いところ、怖いところのイメージ、それから独禁法、下請法はあまり消費者には関係ないわねというようなイメージがあるのですが、実は独禁法も下請法

も私たちの暮らしに非常に影響があるというところを消費者団体は常に考えています。その中で今御説明があった勉強会というものを私どもの会も開催させていただきました。最初はやはり皆さんのようにごつい男性がいらっしゃるのかなと思ったら、実は非常に若い元気な職員の方々が非常に分かりやすく、いかに重要なことかということ私たちに分かるように説明してくださいました。非常に良い体験をさせていただきましたので、これからも機会があるごとにいろいろなところで開催したいと思ひますし、ますます広報活動をやっていただきたい。ただ、広報活動をきちんとしているというのが見えないんですね。それはもう少し広報活動を広報するというのも変な言い方ですが、もう少し頑張って公取の宣伝をするべきではないかなと思ひています。

一つ質問があるのですが、19 ページの平成 24 年度政策評価書に示された主要な結果ということで、見える化ということでおっしゃったのですが、私も見える化というのは非常に重要なことだと思ひのですが、ここの消費者利益のところでは 23 年度は 2793 億円というふうに書かれておりますが、これは要するに措置されずに放置されたとしたら、この消費者利益相当額が不当利益になっていたと考へてよろしいのか、それとももっとほかの意味があるのかを教えてください。

○小室企画官 御質問、御指摘をありがとうございます。まず、最初に私どもが開催いたしました消費者セミナーにつきましてお褒めの言葉をいただきまして大変励みになります。これからも頑張っていきたいと考へております。

それから、広報活動そのものを宣伝する必要は私も認識しておりまして、これからもいろいろなツールを使いまして宣伝していきたいと考へております。

いただいた御質問について、公正取引委員会の政策評価でございますが、ちょっと時間がなくて説明を省略させていただきましたけれども、2793 億円につきましては、今、佐野会員から御指摘がございましたように放置されていた、私どもがカルテル談合に対して措置を取らなければ 10%の値上がりが大体 5 年間ぐらい続くだらうといった仮定に基づきまして市場規模を掛けることによって、算出している方法でございます。若干つかみの

数字ではございますが、今、御指摘いただいたように見える化ということで、大体のイメージ、放っておいたらこれぐらいの不利益が生じるというようなことで政策評価の中におきまして、こういった数値を示してきているところでございます。

○伊藤会長 ほかにいかがでしょうか。

○野原会員 公正取引委員会の広報活動について初めて全体を御説明いただきまして、いろいろな方面に配慮しながら活動されていることがよく分かりました。どうもありがとうございました。

職員の方々が直接消費者の方々とか、個々の事業者の方々とコミュニケーションを取ることによって、職員の方々にとって学びもあるでしょうし、実態を知ることによる効果も大きいとも思いました。

その一方で、対象者数を伺っていると、少し疑問に思います。例えば中学校、高校、大学での授業や教室について書いてありまして、中学校のシミュレーションゲームなどは、資料を見るだけでもなかなか興味深く示唆もあっていいものだと思うのですが、その次のページを見ると残念ながら、中学での開催校は41校でしかなく、参加人数は4,000名であると。全国の中学校は1万1000校程あるので、そのうちの40校なわけですね。それでいいのかどうか、あるいは全校にすべきなのかと、もちろんそんなことではないとは思いますが、やはり目的と目標を明確にして、それに対して十分できたのかどうか評価すべきだと。あるいは公正取引委員会が直接やるのはどこまで、それを横展開する工夫はできないものか。消費者への広がりを目指して、どういうプランを立てるのか、もう少し工夫の余地があるなと感じました。というのが1点。

また、昨今のインターネットの普及状況を考えれば、ネットの活用をもう少し本格的にやったほうがいいのではないかと思います。

ウェブサイト運営についても御説明があり、以前に比べて積極的に取り組んでいることはよく分かったのですが、中途半端なところがあるように思います。メールマガジン登録者は5,000名ということですが、それでいいのだろうか。広報活動の目的・ターゲット・目標を明確に立て、より幅広い人々に見てもらえるようにする必要があるのではないかと思います。

以上、所感と、もしよろしければその辺についての御検討をいただければという要望です。

○小室企画官 独占禁止法教室等につきまして御指摘いただきましてありがとうございます。私も各省庁の消費者教育の関係の会議に出ています、他の省庁がどういうふうにやっているかということについて勉強させてもらったこともございますが、確かに私ども直接職員が行くというよりも多くの省庁は消費者教育に関して法律等を作り、それで各地方自治体とか各団体をお願いをして、幅広くやっているという状況があるということ、私も知ったところでございますが、一方で、最初に野原会員に御指摘いただきましたように、確かに私どもの職員が直接行きて、独占禁止法教室、それから懇談会をやるということにつきましては、大変良い経験と言いましょいか、皆様が考えていること、ニーズを把握するというところにも直結しているところでございますし、効率的・効果的に独占禁止法の内容や公正取引委員会の活動内容等を伝える上でも重要と考えております。私ども大変小さな組織でございますので、やれることに限界があるわけでございますが、その辺りの直接実施する、又は外部委託する場合のメリット、デメリットというのをよく考えて、これからもより充実した広報活動に努めていきたいと考えてございます。

ネットの活用でございますが、特にホームページに是非皆様にアクセスしていただきたいと考えておりまして、年間のアクセス数ですけれども、23年度におきましてはトップページに大体250万ぐらいアクセス数がございまして、先ほど御紹介しました「どっきんくん」のアクセス数が1万3000ぐらい、一般消費者向けコンテンツも1万1000ぐらいで、大体1万程度のアクセスを得ているというところでございますが、これが多いか少ないか、又はもうちょっと頑張ったほうがいいかということもあるかと思うのですけれども、皆様に、せっかくこういったコンテンツを作りましたので、少しでも御利用いただけるように、これからも働きかけを行っていききたいと考えております。

○村上会員 先ほども意見が出ましたけれども、広報活動というのは地味な作業ですが、このままずっと続けて、積極的にやってほしいというところは、皆様

異論はないかと思えます。

ただ、これは私の意見というよりは昔から言われていることでありますが、公正取引委員会としての一番の広報活動というか、その存在感を強めるというのは、やはり新規や難しい事件を取り上げてやっていくということに尽きる、もちろん外国で行われるような立証が難しい行為にも積極的にやる、そうすると自然とマスコミが話題にしてくれるわけでありまして、公正取引委員会にとっての最大の広報活動になろうかと思っています。

しかも独占禁止法のルールというのはほかの先進国のアメリカ、EUと比べるとやはりまだ判例法の形成という意味では大分遅れていると言わざるを得ない。そういう意味でも是非積極的に事件に取り組んでもらいたい。先ほどの転嫁カルテルも国家機関の一つとしてやらざるを得ないという非常に大きな政策決定だと思えますので、そういう時期なだけにむしろ審査事件として積極的に新たな事件、難しい事件に取り組んでもらいたい。それが一番の公正取引委員会の広報といったらおかしいですけども、存在感というのが出ていく道ではないかなと思っています。以上です。

○坂本会員 マスコミの人間なので、一言感想を申し上げたいと思えます。村上先生がおっしゃった内容と重複しますが、マスコミからすると公取委の取材は非常に難しい面があるんです。資料の最後に関連する新聞記事の行数があります。公取委の政策がどのくらい報道として露出しているかを示す意味だと思えます。公取委は事務総長の定例会見などもおやりになっていて、非常に開かれた感じはするのですが、新聞記事で圧倒的に多いのは、カルテルや談合の摘発です。これは、公取委が政策的に対応したという情報はもちろんありますが、それ以上に摘発された企業や官庁がなんて悪いことをしていたんだということで新聞の編集者は取り上げるわけです。

これに対して、企業結合を巡る競争政策上の問題、審判制度の廃止問題といったものは新聞の扱いは悪いんです。企画部門においても読者、視聴者の注目を集めるような公取委になっていただきたい。国民に対して、あるいは事業者に対して広報・広聴活動を強化することは大事です。それ以上に重要なことは、事業の内容そのものを高めることだろうと思えます。霞が関の中で公取委は国民にとって敷居が高いのと同じように、マスコミ

にとっても敷居は高い面があります。余計なことは説明しない。かと思うと、特段説明してほしいわけではないのに、会見を開く。そうしたことがよくあります。

リニューアルしたホームページは拝見していませんでしたが、お話では非常に使い勝手が良くなっているようです。委員長が交代し、10年ぶりに体制を見直すということのようですから、広報活動に関しても杉本委員長のカラーを是非出していただきたいと思います。

○伊藤会長 ほかにどなたかございますか。

それでは、最後に本日の会合全体に関しては冒頭に杉本委員長からのお話もありましたし、全体に対して会員の中から御質問、あるいは御意見がございましたら御自由に発言していただければと思います。

それでは、特にございませんようですので、本日はこれにて閉会とさせていただきます。また、次回会合の日時につきましては、追って事務局から連絡を差し上げることとしております。

本日は、どうもありがとうございました。