

独占禁止懇話会第228回会合議事録

1. 日時 令和6年11月12日（火）10：00～12：00

2. 場所 対面とオンラインの併用開催

3. 出席者

【会員】柳川会長、有田会員、依田会員、今井会員、及川会員、大野会員、
鹿野会員、川濱会員、河野会員、白石会員、竹川会員、武田（邦）会員、
武田（史）会員、田中会員、二村会員、宮崎会員、由布会員

【公正取引委員会】古谷委員長、青木委員、泉水委員、三村委員、吉田委員

【公正取引委員会事務局】

藤本事務総長、藤井官房総括審議官、品川官房政策立案総括審議官、
深町官房審議官（国際担当）、佐久間官房審議官（企業結合担当）、
向井官房審議官（取引適正化担当）、南官房総務課長、
岩成経済取引局長、小室経済取引局総務課長、五十嵐企業結合課長、
久保田調整課企画官、大胡審査局長、真淵取引部長、

4. 議題 ○ 令和5年度における企業結合関係届出の状況及び主要な企業結合事例
○ 生成AIに関する実態調査の実施
○ 公正取引委員会の主な広報・広聴活動と課題

○岩成経済取引局長 それでは、定刻になりましたので、ただいまから第228回独占禁止懇話会を開会いたします。

ここからの議事進行につきましては柳川会長にお願いいたします。では、会長お願いいたします。

○柳川会長 柳川でございます。よろしくをお願いいたします。

早速議事に入りたいと思います。是非活発な御意見交換のほどよろしくをお願いいたします。

最初の議題は、令和5年度における企業結合関係届出の状況及び主要な企業結合事例です。

五十嵐企業結合課長から御説明をお願いいたします。

○五十嵐企業結合課長 企業結合課長の五十嵐と申します。令和5年度における企業結合関係届出の状況及び主要な企業結合事例について御説明させていただきます。資料は右上の資料番号、228-1でございます。

まず右下のページ番号、1ページから4ページで企業結合規制の概要を御紹介しております。既に御存じの方も多いかと存じますので、ごく簡単にポイントのみ御紹介してまいりたいと存じます。

1ページでございます。企業結合規制は、私的独占、不当な取引制限、不公正な取引方法と並ぶ独占禁止法の主要な規制の一つでございます。企業結合規制以外は、違反行為があった場合に、そのような行為をやめさせる、いわゆる事後規制になっておりますが、企業結合規制は、一旦企業結合が行われて複数の企業が一つになると元の状態に回復することは難しいため、事前に規制する仕組みとなっております。

下の方にまいりまして、日本の企業結合規制には、特定の市場における競争への影響に着目する市場集中規制と、事業支配力の過度集中に着目する一般集中規制がございますが、本日は市場集中規制について御説明させていただきます。

次のページでございます。株式保有、合併、事業譲受け等の企業結合によって複数の企業が一体化することで、一定の取引分野における競争が実質的に制限されることとなる場合、独占禁止法はそのような企業結合を禁止しております。ただし、実際には競争上の問題は生じない企業結合が多いこと、また、企業結合は事後的に解消することが難しいことから、国内売上高の額など一定の要件を満たす企業結合について事前届出制度を設けて審査を行う仕組みとなっております。

また、企業結合審査を行った結果、競争上の問題があったとしても、当事会社がそれを解消する措置を採ることで企業結合が認められる場合もございます。

次にまいります。3ページは事前届出制度の届出基準を紹介しております。これにつきましては、詳細は割愛させていただきます。

4ページでございます。企業結合審査の流れを説明しております。左上の方から下に向かって審査の進行の流れを示しております。届出前に企業

は任意で相談をすることができ、これを届出前相談と申しますけれども、その下で届出が一旦受理されますと、独占禁止法の規定では、合併等の届出がなされてから30日間は企業結合を実行してはならないことになっております。この30日間を待機期間と申しますが、これが公正取引委員会にとっては第1次審査を行う期間となります。公正取引委員会が届出受理の日から30日以内に、独占禁止法の規定に照らして問題がないと判断した場合は、排除措置命令を行わない旨の通知を行い、審査は終了いたします。

他方、更に詳細な審査が必要となりましたら、審査に必要な報告等を要請し、第2次審査という、より詳細な審査を行うという流れになっております。その後の流れは、おおむね一緒でございます。

次のページにまいります。実際に令和5年度の企業結合関係の届出状況を御説明いたします。5ページでございます。

令和5年度の届出受理件数は一番上でございますけれども、345件ございまして、対前年度比で12.7%の増加となっております。

下の表で、過去5年度分の届出の処理状況についてお示しをしております。令和2年度に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で届出が大きく落ち込んだ後は、増減を繰り返しながら、やや上昇トレンドになっていると考えております。

そして、令和5年度に受理した345件の届出のうち、上の二つ目のポイントにございますように、詳細な第2次審査に移行したものはなく、第2次審査に進む前に取下げのあったものを除く全ての届出の審査が第1次審査で終了しているということでございます。

他方、これらの届出案件以外に自主的に審査をしたものを含め、令和5年度に審査が終了した案件のうち、当事会社が申し出た措置を前提として独占禁止法上の問題がないと判断した案件が1件ございまして、これが後ほど事例集で御紹介申し上げます令和5年度の主要な事例集の事例9、株式会社大韓航空によるアジアナ航空株式会社の株式取得でございました。

次のページにまいります。令和5年度における主要な企業結合事例について御紹介してまいりたいと存じます。

企業結合審査の透明性の確保や予見可能性の向上を図る観点から、平成

5年度以降、毎年、年度ごとに主要な企業結合事例を取りまとめて公表しております。企業結合審査を行おうとする事業者の方の参考になるよう、なるべく多くの業種から、これまでに取り上げたことのない事業やデジタル関係など特色のある事業、また審査時の考慮事項に特徴のある事例等を選ぶようにして、大体毎年10件前後の事例を取り上げております。このスライドにございますように、デジタル関連、サービス関連、製造業関連など様々なものがございます。

7ページにまいりまして、今御紹介しましたように、令和5年度に取り上げた10件について、審査を行った企業結合の類型、問題解消措置の有無、審査手法の特徴を表形式で示しております。色を付けたところがございますけれども、先ほど申し上げました事例の9、株式会社大韓航空とアジアナ航空株式会社の株式取得の事例というのは、問題解消措置を前提に、問題ないと判断したことに加えまして、近年の企業結合審査にとって重要となっている内部文書の活用、経済分析の実施、海外競争当局との情報交換も行った事例でございます。

次の8ページでございます。今申し上げた内部文書の活用や経済分析の活用は、令和4年6月に公表した「デジタル化等社会経済の変化に対応した競争政策の積極的な推進に向けて一アドボカシーとエンフォースメントの連携・強化一」におきましても、迅速かつ的確な企業結合審査のために取り組むこととされておりまして、8ページの下の方に表がございますけれども、公表事例以外にも複数の案件において、これらの手法を活用しているところでございます。

次にまいりまして、以下、9ページから19ページまでが令和5年度の10事例の概要をポンチ絵にして示したものでございます。事例集自体は100ページを超える大部なものでございますので、今年度から各事例のポイント等の理解の助けとなるよう、このようなポンチ絵も公表することにいたしました。時間の制約もあるため、本日はこの中から2件、特徴のあるものとして15ページの事例7と17から18ページの事例9を御紹介したいと存じます。

事例7、15ページを御覧ください。株式会社ゼンリン及び株式会社アイ

シンによる株式会社トヨタマップマスターの株式取得の事例でございます。こちらはデジタル化した地図の活用に関連する事例でございます。左上の一定の取引分野というところを御覧いただきますと図が示されておりますけれども、黄色で塗った部分が本件企業結合によって影響を受ける一定の取引分野になります。

地図につきましては国土地理院等が測量を実施して、海岸線や公共施設の境界線、標高点などの情報を記載した基盤地図が作成されております。この基盤地図をデジタル化して、それに事業者が自社で現地調査等によって収集した情報、すなわちコンテンツを追加して地図データを作りまして、さらに、そうした道路や市街地の地図データを複数組み合わせたり、検索ツールの追加などの加工をしたりして地図データベースを作成し、販売しております。

このような地図データベースの作成・販売事業者を「地図ベンダー」と呼んでおりまして、本件は地図データベースのうちカーナビに使われるカーナビデータベース及び地図アプリに使われるネットデータベースの地図ベンダー間の水平型企業結合、そして、カーナビデータベースの地図ベンダーとその販売先であるカーナビソフトの販売事業者との垂直型企業結合に該当し、審査を実施いたしました。

右側の2を御覧ください。当事会社の地位及び競争者の状況でございますけれども、特にカーナビデータベースの取引分野につきましては、企業結合後の当事会社の合算シェアが約65%、企業結合により市場集中度の増分が約2,000となるなど、水平型企業結合において通常問題にならない範囲であるセーフハーバー基準を超えております。また、その他の分野につきましてもセーフハーバー基準に該当しないとして、企業結合が競争に与える影響について個別の考慮要素を検討することになりました。

真ん中から下、3を御覧ください。カーナビデータベース及びネットデータベースについて、今申し上げたように、個別の考慮要素を検討しておりますけれども、本件に特徴的な点として、カーナビデータベースの水平型企業結合について、間接的な隣接市場からの競争圧力が働くとした点がございます。これはどういうことかと申しますと、カーナビデータベー

スというのはカーナビソフトに用いられる地図データベースでございますけれども、御存じのとおり近年はカーナビに代わって地図アプリを消費者が使うようになっております。そして、スマートフォンがあれば、その地図アプリを利用してルートを検索し、目的地に到着することができるというわけでございます。また、実際に自動車に搭載されたハードウェアにおいてもディスプレイオーディオといったもので地図アプリを使用できる機能が普及しております。

本件では、こうした地図アプリと、それを自動車で使用できるサービスをまとめて「アプリサービス」と呼んでおりますけれども、このアプリサービスについては自動車の運転者が直接の需要者である一方、カーナビデータベースはカーナビソフトメーカーが直接の需要者でございます。このため、カーナビデータベースとアプリサービスは直接的な代替・競合関係にはございません。しかしながら、今申し上げましたように、近年は消費者がカーナビから地図アプリへの利用の切替えを進めており、それを踏まえて複数の自動車メーカーが、カーナビでなくディスプレイオーディオなどを採用し始めていることを踏まえると、カーナビデータベースの水平型企業結合によって、企業結合後に当事会社グループがカーナビデータベースの価格を引き上げ、カーナビソフトやカーナビの価格が上昇した場合には、カーナビからアプリサービスへの切替えが更に進むと考えられました。このため、カーナビデータベース市場から見た川下の商品であるカーナビソフトやカーナビと競合にあるアプリサービスというのは、カーナビデータベースの価格引上げに対する牽制力となると考えられましたので、カーナビデータベース市場と間接的に隣接するアプリサービス市場からの競争圧力が働くと考えられました。その他の要素も考慮して、競争を実質的に制限することとならないと判断したものでございます。

その他の分野についても問題がないと判断をした結果でございますけれども、今御紹介したように、一定の取引分野において、セーフハーバー基準に該当せず、シェアが高くなる場合であっても、市場構造の変化や競争状況を分析し、様々な競争圧力を考慮して、競争を実質的に制限することとならないと判断していることを示している一例と考えております。

以上が事例7でございますが、次に事例9の株式会社大韓航空によるアジアナ航空株式会社の株式取得について、17ページと18ページを使って御説明差し上げます。

本件は審査結果の公表の即時性を重視しまして、まず令和6年1月31日に排除措置命令を行わない旨の通知を当事会社に行うと同時に審査結果の概要版を公表し、同年6月に本事例集に掲載した詳細版を公表しております。

本件は大きく二つの分野について審査が行われ、17ページでは、国際航空旅客運送役務分野についての審査の概要を示しております。

左上の1、一定の取引分野について、東京とソウルなど日本と韓国の特定の空港を発着地とする往復の路線ごとに地理的範囲が画定され、当事会社グループが競合する10路線について検討を行いました。

右上の2にまいりまして、競争に与える影響でございますけれども、各路線において当事会社グループの合算シェアが約50%から75%で第1位となり、特に東京とソウル間を除くソウル路線では、本件の株式取得後、フルサービスキャリアといわれる航空会社同士の競争が完全に失われること、いわゆるLCCからの牽制力は相対的に弱いために、競争に与える影響が大きくなると考えられました。

また、東京とソウル路線を除きますと、現実的な参入の可能性も見込めませんでした。さらに、経済分析を実施しまして、当事会社が相互に牽制力となっていること、株式取得後の価格上昇圧力が認められるということが分析結果でも出ておりました。

このため、全10路線検討したうちの7路線において、競争を実質的に制限することとなると判断されました。

これに対して、下の3にございますけれども、当事会社が問題解消措置の申出を行いました。つまり、問題があった7路線につきましては、一方の当事会社グループの保有するスロット、いわゆる飛行場における発着枠を特定の航空事業者に対して譲渡をすること、もしも譲渡するスロットの数が十分でないといったような場合には、不足分について不特定の航空事業者からのスロット譲渡要請に応じること、そして、これらの措置につい

て、スロット譲渡先が希望する場合は、例えばラウンジ利用契約や地上操業サービスの契約等を締結するなどの支援策を設けることで、そうしたスロット譲渡先の競争力を補完するといったことです。

さらに、こうした措置につきましては、監視受託者、いわゆるモニタリングトラスティを選任いたしまして、この措置の実施について継続的に履行監視及び公正取引委員会への定期報告をさせることが申出されました。

このため、これらの措置が講じられることを前提に、国際航空旅客運送市場における競争を実質的に制限することとはならないと判断しております。

次に18ページでございます。こちらは、国際航空貨物運送役務についての審査の概要を示しております。

まず一定の取引分野については、日本と韓国間の航空貨物運送ではフォワーダーが主要な需要者でございます。全国にわたってフォワーダーは国内陸上運送網を整備して、日本及び韓国を最終発着地とする全ての路線を代替的に選択しているため、必ずしも発着空港にとらわれずに輸送経路を選択しているということでございまして、航空旅客運送とは違ひまして、日本発韓国着の路線全体及び韓国発日本着の路線全体で市場を画定し、そして日本の需要者に影響が大きい日本発韓国路線について検討を行いました。

右上の2の本件行為が競争に与える影響の部分でございますけれども、当事会社のシェアが60%を超え、2位以下の競争事業者との格差は大きくなること、競争事業者には供給余力がございますけれども、当事会社とは、フレイターと呼ばれる大型貨物専用機での運航の有無等で違いがあること、そして、参入圧力や隣接市場の競争圧力も働かず、経済分析の結果からも、日本発韓国着の国際航空貨物運送市場において競争を実質的に制限することとなると考えられました。

こちらにおきましても、下の3のとおり、当事会社から問題解消措置の申出がございました。具体的には、アジアナ航空株式会社が全世界の路線を対象とする貨物専用機、フレイターによる国際航空貨物運送事業を当事会社グループから独立した事業者に譲渡すること、特定の航空事業者との

間でブロック・スペース・アグリーメントを締結して、貨物搭載スペースを一定の競争力の価格で提供すること、そして、これらの措置について監視受託者、先ほど申し上げましたモニタリングトラスティを選任いたしまして、措置の実施について継続的に履行監視等をして、公正取引委員会に定期報告するといったことです。

また、フレイターの事業譲渡は、必要であればディベスティチャトラスティも選任するといったことで申し入れられた結果、こうした措置が採られることを前提とすれば、本件行為による競争を実質的に制限することとはいえないという判断をいたしました。

以上が事例9の概要でございます。本件は航空業界という寡占化の進んだ分野における更なる業界の再編に向けた企業結合が、問題解消措置を適切に採ることで認められた事例であるとともに、経済分析や海外当局との協力が活用された事例でもあると考えております。

最後でございます。20ページ以下でございますけれども、こちらは参考資料として、公正取引委員会では企業結合規制を紹介するウェブサイトにおいて今御紹介したような事例集以外に、企業結合を計画している事業者の方に、個別の論点ごとに事例を整理した情報提供も行っております。今後もこうした取組を更に充実させまして、企業結合審査の透明性、予見可能性を高めてまいりたいと存じます。

以上で説明を終わります。ありがとうございました。

○柳川会長 ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明に対する御意見・御質問について、事前に登録された方から順次指名しますので、御発言をお願いいたします。

なお、事前登録以外の方についても、御質問・御意見などございましたら、会場にいらっしゃる方は名札を立てていただいて、オンラインの方は挙手ボタンを押していただいて、御発言希望がある旨をお示しください。

この案件に関しては事前登録を頂いておりませんので、名札を立てていただいて御意見を出していただければと思います。いかがでしょうか。

どうぞ。

○由布会員 どうも御説明ありがとうございました。大変よく分かりました。

事例の9についてですけれども、最後に、問題解消措置としてモニタリングトラスティを選任なさっていると記載がございます。最近、モニタリングトラスティの選任という事例も増えてきているように思うのですが、これは業種とかサービスによっても大分違ってくると思うのですけれども、こういった観点からモニタリングトラスティを選任なさっていらっしゃるのでしょうか。

○五十嵐企業結合課長 御質問ありがとうございます。モニタリングトラスティの選任につきましては、問題解消措置の実施を確実にするためということで、特に海外の企業結合による問題解消措置として既に導入されているところでございまして、公正取引委員会でも過去の案件におきまして、既にモニタリングトラスティ等を選任した事例というのもございます。

どのような観点かと申しますと、例えば本件のような場合ですと、スロットの譲渡ということをやるとはございますけれども、スロットの譲渡というのが、航空業界という特殊なところで、単純に当事会社同士で相談して決めればよいというわけでもなく、規制当事者との規制の関係などもクリアしなければいけませんので、そうしたことをサポートしてくれるような役目、確実にスロットを譲渡する先の選任とか、そういったことを実施することをプロフェッショナルにサポートしてくれる、そうした者を選任したということではないかと考えております。

実際に監視受託者を選びまして、当事会社とコミュニケーションを取りながら、あるいは規制当局の規制の仕組みとか、そういったものをトラスティが色々と調査をして、公正取引委員会に実施状況、その進捗状況を報告してくれるという意味で、有意義な制度かと思っております。

○由布会員 よく分かりました。どうもありがとうございます。

○柳川会長 そのほかいかがでしょうか。

では、白石会員どうぞ。

○白石会員 ありがとうございます。私もモニタリングトラスティについて質問いたします。

株式会社大韓航空によるアジアナ航空株式会社の株式取得の事例でモニタリングトラスティが使われたということで、それから確約制度について

も事務総長会見で今後、モニタリングトラスティのようなものを使うという方針であるということで、そのいずれも御趣旨はよく分かるつもりです。他方で、企業にとってはかなりコストが掛かる話になるのではないかと思いますので、そういったことで更に検討すべき課題もあるように思いますが、その辺りについてどう考えればよいかと思っておりますが、何か御示唆がありましたら頂ければと思います。

○五十嵐企業結合課長 ありがとうございます。確かにトラスティを選任する費用等というのは当事会社が負担をするというようなものでございますので、企業にとっては負担増になるということもあるかと存じますけれども、ただ、その一方で問題解消措置の履行を、競争を実質的に制限することとならないように確実に実施すると意味では、特に、例えば今回のスロットの譲渡のように、比較的期間も長期にわたるような場合に、確実にその実施をしているかどうかというのを専門家の目で見てもらおうという点ではメリットの大きいところもあるかと存じます。当事会社としても、そうした専門家を介して、公正取引委員会と専門的な観点でコミュニケーションするというのも、ある意味有意義なところもあるのではないかと個人的には考えております。

○大胡審査局長 すみません、審査局長の大胡でございます。私の方から、今、白石先生から確約手續のお話がありましたので、ちょっと補足させていただきます。

審査の事件関係でも、今年の7月に事務総長会見で、確約手續の運用の変更ということで、その措置に関して、独立した第三者による監視を全体に及ぼすというお話をしております。その中でいろいろな報道等で日本版トラスティになったと御説明されることがあるのですが、厳密に言いますと、ここで企業結合の審査で行われている完全なるモニタリング的なトラスティを本当にどこまでやるのかとか、そういうところはケース・バイ・ケースだと思っております。場合によっては従前の措置を採らせたとしても、それを例えば弁護士とか弁護士法人の監視の下で実施する程度であっても十分済む場合もあるとは思いますが、そこは今回確約手續の運用を変更したからといって、必ずしも企業の方に大きな負担になると

までは考えていないところでございます。

一応補足まで。

○白石会員 ありがとうございます。

○柳川会長 よろしいですか。

○五十嵐企業結合課長 1点補足をさせていただきますと、やはり本件みたいな航空業界という特殊性というのも一つはあるかと思っております、スロットの譲渡という点で非常に航空業界の特殊性、専門性というのがございますので、今御紹介があったように、どんな事例でもモニタリングトラスティというわけでは恐らくないのではないかと考えております。失礼いたしました。

○柳川会長 ありがとうございます。そのほか、いかがですか。

では、武田会員、どうぞ。

○武田（邦）会員 ありがとうございます。モニタリングトラスティについてですが、本件においてどのような方をモニタリングトラスティとして想定されているのでしょうか。それをまずお伺いしたいと思います。

2点目、少し細かい質問になって恐縮なのですが、内部文書の利用について御紹介がありました。10件の利用案件があったということでした。株式会社大韓航空とアジアナ航空株式会社の株式取得事例でも内部文書が利用されたということであり、必ずしもデジタル案件に限って内部文書が利用されるわけではないと思います。内部文書の利用については、公正取引委員会が「企業結合審査における内部文書の提出に係る公正取引委員会の実務」を公表されております。株式会社大韓航空とアジアナ航空株式会社における内部文書は当事会社の内部文書でありましたけれども、同実務に係る考え方によれば、内部文書は必ずしも当事会社のものに限るわけではないようです。例えば、需要家の内部文書や競争者の内部文書を評価する場合もあると書かれています。10件で利用された内部文書ですが、全て当事会社のものであったのか、それとも、当事会社以外の第三者の内部文書も含まれていたのかについて、お伺いしたいと思います。これが2点目です。よろしくお願いいたします。

○五十嵐企業結合課長 ありがとうございます。

まず1点目の御質問でございますけれども、モニタリングトラスティについてどのような者を選任したのかということでございますけれども、こちらは10月に公正取引委員会のホームページでも示しておりますが、こうしたモニタリングトラスティなどを比較的専門にやっているコンサルティング会社というようなものがございまして、スロットの譲渡の国際航空旅客運送事業につきましては株式会社大韓航空が選任をしたEvelyn Partnersというところをモニタリングトラスティとして承認しております。

また、国際航空貨物運送事業（フレーター事業譲渡）の方につきましては、別の会社でございますけれども、Forvis Mazarsというところを同じくモニタリングトラスティとして選任をしております、こうしたトラスティについて割とプロフェッショナルなコンサルティング会社のようなところがございます、大体こういうところだと、業界の専門知識がある方、弁護士や公認会計士の方などがチームになって対応してくれるといったような形になっているようでございます。

それから、2点目の内部文書の活用というところで、10件のうち内部文書の中で実際に当事会社以外の第三者の内部文書を使ったかどうかということについてはあいにく把握をしておりませんが、例えば内部文書を使って、実際に当事会社の考えている意図が、当事会社からの説明について、実際に会社の中で意思決定をされたものであったのかということと同じ観点で、例えば第三者からの参入の意図があるかどうかといったようなことを内部で意思決定されているのかを示してもらおうというようなことが想定例では考えられるのではないかと考えておりますが、残念ながら、今回のお示しした中でどのようなものがあるかということについては把握しておりません、申し訳ございません。

○柳川会長 よろしいですか。

それでは、オンラインで手を挙げていらっしゃる川濱先生、お願いいたします。

○川濱会員 私は今、武田先生が質問した内容と全く同じ質問をする予定でしたので、モニタリングトラスティに関して、補足的に伺いたいと思います。モニタ

リングトラスティの場合に企業側・当事会社との間の独立性はやはり重要な問題だと思えます。それに関してはこういった形で配慮するのかということが気になりました。

あるいは、これはそういったコンサルティングファームのレピュテーションに期待するのか、それともある程度、実質的に独立性を担保できるような基準というのがあるのかどうか、お教えいただければと思います。

また、これらに関して、国内企業と国際企業の両方があり得るかと思うのですけれども、国内でもこういった専門のコンサルティングファームというのは存在するのかどうかということも、後学のためにお教えいただければと存じます。よろしく願いいたします。

○五十嵐企業結合課長 申し訳ございません。1点目の御質問がよく聞き取れなかったところがあるので、もう一度お願いいたします。

○川濱会員 ごめんなさい。もう一度。モニタリングトラスティの場合、当事会社との間で独立した監視ができるかどうかというのは重要なことだと思うのですが、独立性の確保のためというのはこういった形で配慮されているのか、考慮されているものなのかということをお聞きしたいと思った次第です。

○五十嵐企業結合課長 ありがとうございます。独立性の確保につきましては、当事会社の方で、この会社がということでモニタリングトラスティを選任されるという場合に、その選任された会社について当事会社との利害関係とか、そういったことに関する各種情報を集めて御説明をしてもらって、それで問題がないかということ判断しているというように考えております。

それから、御質問がありましたのは、モニタリングトラスティの会社の国内企業、国際企業ということでよろしかったでしょうか。

○川濱会員 はい、そういうことでございまして、従来、海外の事案に関するモニタリングトラスティが多かったことから、海外のファームが多いのではないかと考えているところ、国内の場合もあり得るのかどうかということ、専門のこういった業界がどういう形になっているのかということをお聞きしたいと思ひまして、この機会に伺っている次第です。

○五十嵐企業結合課長 今回のモニタリングトラスティの選任に当たりましては、公正取引委員会と日本語でコミュニケーションを取れる、報告をできるとい

うことを条件にも入れておりました、海外企業であっても報告等は日本語でやっていただくということになっております。

実際に選任した中には日本に拠点があるということもございまして、それから今申しあげましたように、報告を基本的には日本語でやってもらうということになっております。

国内企業でも同様な企業があるか、そのようなことを専門でやっているコンサルティングがあるかどうかは存じ上げませんが、ただ同じような機能を、例えば弁護士事務所と会計事務所等が事案に応じてチームを組むといったようなことで果たすのは可能ではないかなとは考えております。

○川濱会員 どうもありがとうございました。

○柳川会長 ありがとうございます。

そのほかはよろしいですか。

今議論でいろいろ出ましたモニタリングトラスティに関しては、多分この先、こういうことがいろいろ出てくるとすると、どういう形になるのかとか、今どういう企業が使えるのかというのを皆さんかなり御関心がおありでしたけれども、今日は今後に関して重要な御議論ができたかなというふうに思っております。よろしいですか。

ありがとうございました。次の議題に移りたいと思います。次の議題は生成A Iに関する実態調査の実施について、久保田調整課企画官から御説明をお願いいたします。

○久保田調整課企画官 公正取引委員会の久保田でございます。本日はよろしく願います。

私の方からは、生成A Iに関する実態調査の実施ということで、独禁懇228-2の資料に沿って御説明させていただきます。

まず生成A Iの調査の趣旨でございますけれども、現在、生成A Iにつきましては世界的なブームとなっており、市場が急拡大しているところでございまして、今後も更に市場が成長していくと認識しております。

生成A Iにつきましては、悪い面も指摘されているところではございますけれども、我々としましては、生成A Iの良い面として、経済・社会に

様々な便益をもたらして、新しいビジネスを創出するという一方で、新たなイノベーションを生み出すポテンシャルがあると認識しております。

また、著作権侵害の問題や、誤情報、偽情報の問題といった潜在的リスクの指摘がされており、さらには、競争政策上の観点からの潜在的リスクも指摘されているところでございます。

そういった良い面、悪い面あるところでございますけれども、我々としては、公正かつ自由な競争環境を維持して、生成AIの持続的な進展を確保することによって、更なるイノベーションを生み出していきたいと考えております。

また、その生成AIを健全な形で経済・社会に実装させていくという観点も踏まえ、我々としては国内外の動向を含めて、まずは実態を把握していきたいということで、独占禁止法・競争政策上の論点を整理するべく、この実態調査を開始したというところでございます。

調査の進め方を資料の下のところに書いておりますけれども、我々は実態調査を行うに際して、開始のアナウンスをすることはあっても、その後はヒアリングを重ねて、1年とか1年半かけてじっくり調査を行って、独占禁止法上の考え方を示すというのが通例かと思っております。

一方で、この生成AIの市場につきましては、かなり動きが速い状況で、日々新しいモデルの情報が各事業者の方から公表されている状況もございまして、これまでの調査のやり方、1年、1年半かけてやっていると、最初の頃の情報がだいぶ劣化してしまうといった状況があると考えておりまして、これまでとちょっとやり方を変えようということで、まずは先月、10月2日にこの実態調査の開始をアナウンスさせていただきましたけれども、同日にディスカッションペーパーというものを公表し、意見・情報募集を開始したところでございます。現在、その意見・情報募集の途中でございまして、11月22日までということで、募集をしているところでございます。

事業者、有識者の方々から寄せられる情報を基に、それを分析しつつ、寄せられた意見などを踏まえ、個別にヒアリングなども行いまして、最終的には必要に応じて独占禁止法上の考え方を示していきたいと考えているところでございます。

時期的な面に関しまして、これまで1年とか1年半かけているところでございますけれども、やはりそれだと遅いということもございまして、我々としましては来年春頃を目途に何らかの成果物を得たいと考えているところでございます。

ただ、期間を短くするというところで、やはり市場全体をつぶさに調査するのはなかなか厳しいというところもございまして、寄せられた情報で、例えば問題が生じているような分野などがあれば、そういった分野に特化する形で報告書をまとめたいと考えております。

一方で、来年の春頃が終わりということではなくて、来年春頃に報告書をまとめた後もその分野を更に調査するとか、報告をした分野とは別の分野の生成AI市場について調査するなど、調査はその後も継続していきたいと考えております。

したがって、我々としましては、そういった流動的な状況を踏まえて、アジャイルに迅速かつ柔軟な形で調査を進めていきたいと考えているところでございます。

調査開始のアナウンスとともに同日に公表したディスカッションペーパーについて簡単に説明させていただきます。資料の2ページでございます。

生成AI関連市場の市場構造を三つのレイヤーに整理して検討しております。下から、インフラストラクチャー、これは生成AIのモデルを開発するに当たって必須の要素と考えており、計算資源、データ、専門人材を挙げているところでございます。

真ん中のレイヤーは、モデルのレイヤーでございまして、正しくモデルの開発の競争のレイヤーというところでございます。

一番上のアプリケーションのレイヤーでございまして、真ん中のモデルを使って開発をするサービスであるとかアプリケーションということもございまして、例えばChatGPTはこのアプリケーションのレイヤーのものと認識しているところでございます。

そのレイヤーごとの概要をまとめたものが3ページでございます。

インフラストラクチャーのところでございますけれども、計算資源、

データ、専門人材を挙げており、計算資源につきましては世界市場でNVIDIAが約80%のシェアを有しているということでございます。NVIDIAが約80%のシェアと書いてございますけれども、何かNVIDIAの行為が悪いということを示したいわけではなくて、飽くまでここでは客観データに基づいてこういった状況になっているということを示しているところでございます。

次のデータのところでございますけれども、モデルの開発には大量の学習データが必要ということで、例えば日本語データというのは一つ世界から見ると特殊な状況かと思いますので、そういった日本語のモデルについて着目しているところでございます。

専門人材でございますけれども、高度専門人材が必要ですが、そもそも数がなかなかいないという中で、ビッグテック企業が豊富な資金力を得て、そういったところに人材が集中しやすく、国内事業者が獲得するには、なかなかハードルが高いというような指摘があるということを紹介しているところでございます。

2番目、モデルの開発の部分でございますけれども、現在開発が国内外で活発に行われていて、国内事業者につきましては日本語に特化したモデルであるとか、業界特化したモデルといったところに開発が進められる傾向にあるとの指摘を紹介しております。

3番目、アプリケーションのところでございますけれども、こちらのオープンソース／クローズドソース、また自社開発のモデルを使用するような形でアプリケーションが開発されているところでございますけれども、そういった動きであるとか、あとはデジタルサービスとの機能統合を行う動きが見られていることを書いているところでございます。

最後、4番目でございますけれども、これはレイヤーがまたがる項目を書いておまして、生成AIモデルの開発であるとかアプリケーションの開発においてクラウドサービスというのが重要な要素になってきてございますので、そういったところについて記載しております。

また、開発環境の切替え、例えばGPUの切替えであるとか、AIのモデルの切替えであるとか、そういったところについて困難が伴うような指

摘があると聞いてございますので、そういったことを書いております。

オープンソース／クローズドソースの選択肢について、メリット・デメリットあるわけですが、様々な選択肢が確保されていることが重要であるということを書かせていただいております。

最後ですが、パートナーシップについて、活発にパートナーシップが行われておりますけれども、良い面、悪い面あるということで書いております。

そういった項目を踏まえまして、最後に、独占禁止法上・競争政策上の論点を五つほど挙げております。挙げているのは、現に何か問題が生じているということではなく、飽くまで今後の議論に資するというところで挙げています。1番目は、アクセス制限・他社排除ということで、一部の有力な企業が、例えば先ほど言ったインフラストラクチャーの要素を持っている状況でアクセス制限であるとか他社排除が行われると、競争に影響を及ぼす可能性があること、また、3番目は抱き合わせでございますけれども、有力な地位を有する事業者が、その当該サービスを提供する条件として、自社の生成AIモデルの使用を抱き合わせる場合には競争に影響を及ぼす可能性があるということ为例示として書いています。

先ほどの事実や論点のところの項目ごとに、「課題はありますか」とか、「補足事項ありますか」ということを設問として書いております。飽くまで、このディスカッションペーパーは、現時点で、例えば海外競争当局の情報とか、文献の情報とか、我々が一部実施したヒアリングの情報を基にまとめているところでございますけれども、こういった情報を基に事業者の方、有識者の方々からの意見を募集し、今後の調査につなげていきたいというふうに考えているところでございます。

説明は以上でございます。

○柳川会長 どうもありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明に対する御質問・御意見についてお伺いしたいと思います。

まず、事前登録にリストがあります二村会員からお願いいたします。

○二村会員 ありがとうございます。大変重要な調査だと思いますので、是非よろしくをお願いいたします。その上で、このディスカッションのペーパーについて気付いた点を申し上げたいと思います。

生成AIの問題というのは、多分生成AIだけではなくて、様々な世の中のことがデジタル化されて、データが膨大にあるという、そのこととの組合せでもたらされる影響というのに着目すべきではないかと思います。例えば、センシングの技術なども非常に進化をしておりますので、膨大な様々なデータを取得できるようになっている。それをどのように使うかというところでネックがあったところに、この生成AIというのが急速に進展をしているという状況だと思っております。ですので、膨大なデータが、例えば自分たち、普通の人でも気付かないようなことも含めてデータ化されていて、かつ、それを分析することができ、しかも生成するという、この生成能力は本当にすごいことであると思います。人間がすぐ利用できて次の行動につなげられるような、そういうものとして内容を生成することができるというものだと思っております。

例えば消費者問題の分野などでいいますと、そういう状態になったときに、たくさんデータを持っていて、それを分析する力と能力を持っている事業者と一消費者との間の非対称性というのは、もう一回クローズアップされるべきではないかと思っております。実際、消費者委員会などでもそういう議論が始まっていると聞いています。

そういう観点で考えると、公正取引の観点では、一つは事業者と消費者の間の非対称性ということがより一層進む可能性があるということもありますし、事業者間においても、同じようにこれを活用する事業者とそうでない事業者、あるいはできる事業者と、そうでないところというところの非対称性という観点も問題になるのではないかと思っております。

スライドの3枚目の3、「既存のデジタルサービスとAPI接続を通じた機能統合を行う動き」は実際にすごく進んでいて、かなり多くのサービスが生成AIを実装した形で使われてきていると思います。そういう意味では、生成AIを健全な形で経済・社会に実装させる観点から考えると、ビジネスでの活用や実装の具体的な事例の収集と、それが競争や公正取引に

与える影響という点についても着目すべきではないかと思っております。

引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

○久保田調整課企画官 ありがとうございます。

我々としましては、調査はまだ開始時点でございますので、御指摘の点も踏まえてしっかり調査の中で見ていきたいと考えているところでございます。

データの話や非対称性の話についても、よく認識した上で調査を進めていきたいと考えているところでございます。

○柳川会長 それでは、続きまして大野会員、お願いいたします。

○大野会員 ありがとうございます。

この生成AIに関するディスカッションペーパーにつきまして、先日10月31日に公正取引委員会の小室総務課長と久保田企画官に経団連の経済法規委員会競争法部会にお越しいただき、御説明を頂きまして、ありがとうございました。その際、活発な意見交換をさせていただきました。このテーマは、海外のビッグテック企業に限らず、生成AIを活用しようとしている多くの日本企業にとっても非常に関心の高いものでございます。特に生成AIに関する専門人材の育成、開発環境、海外当局との連携について多くの企業から強い関心が示されたところでございます。

現在、生成AIについては内閣府のAI戦略会議や、あるいはAI制度研究会でも産業政策の視点から様々な検討が進んでいると認識しております。公正取引委員会におかれましても、事業者の生成AIの活用、イノベーションの促進の観点も念頭に置いて、関係省庁と協力をして競争環境の整備については是非御検討いただきたいと考えております。

お越しいただいた際に出された意見を、せっかくなので幾つか御紹介させていただきます。

一つは、人材について2点ございます。育成についてペーパーの中でも触れられておりますけれども、生成AIに関する国内の技術者の育成、海外への依存をどう低減できるか、安定的な供給とセキュリティの確保も念頭に置いた支援策が必要であるというような指摘がありました。それから同じく人材について、生成AIの開発に係る人材だけではなくて、セキュ

リティ、あるいはガバナンスに関する人材も不足しているのではないかという指摘もございました。今後、技術、政策、法律、そういった知識を持つ高度な人材の育成と確保が必要であると思っており、こうした点も今後の実態調査、政策立案の際に検討していただきたいと考えております。

加えて、諸外国で進展しているA I、あるいはデータに関する法制度というのが、日本企業に競争上の不利益をもたらす可能性がないのかという懸念も示されました。データの扱い、連携の枠組みなど国際的な対応が日本企業の競争力に与える影響についても今回の調査で考慮していただければと考えております。

最後の意見でございますが、今年のG 7でのA I関連の情報発信を始め、今後の国際連携の方針についても関心が示されております。国際的な協調の下で効果的な競争政策の展開を期待したいと考えております。

経団連といたしましても、この生成A Iをめぐるの公正な競争環境の整備、それから日本企業の競争力向上に向けて、公正取引委員会の皆様とは引き続き意見交換をさせていただければと思っております。どうぞ引き続きよろしくお願い申し上げます。ありがとうございました。

○久保田調整課企画官 ありがとうございました。先日は経団連の方と意見交換させていただきまして、ありがとうございました。

今の御指摘の中で幾つかございました点について補足させていただきますと、一つは、内閣府での検討の話がございましたけれども、公正取引委員会も内閣府の検討については一員として参加させていただいており、その議論の中で、この競争政策といいますか、公正競争確保という観点での議論も排除はされていないわけですが、やはりどうしても安保の問題や誤情報、偽情報の問題、ガバナンスの問題というのが優先されておまして、その中では公正競争確保という論点での指摘は余り行われていないというのが現状でございます。

そういった中で、公正取引委員会の関わりとしましては、経済産業省や総務省が出している生成A I事業者ガイドラインというのがございまして、その中に公正競争確保というのがございます。我々のこういった調査がガイドラインにおける公正競争確保の中身になるようなことをできればと考

えてございます。

そういった意味で各省庁とは密に連絡を取って、連携させていただいているところがございますので、引き続き関係省庁とは連携していきたいと考えているところがございます。

また、海外当局といいますか、海外のお話ございましたけれども、我々の調査に当たっても海外競争当局とも連携しているところがございます。欧州の方で調査が若干進んでいますので、欧州の競争当局等と連携させていただいて、何かあれば、必要に応じて密に対応していきたいというところがございます。

その他、人材の話もございましたけれども、そういった御指摘も踏まえて、しっかり調査の中で見ていきたいと考えているところがございます。

○柳川会長 ありがとうございます。

それでは、オンラインで挙手されていらっしゃる依田会員、お願いいたします。

○依田会員 発言の機会をいただき、どうもありがとうございます。京都大学の依田高典でございます。

まず、公正取引委員会様が、現段階で生成AIについて実態調査に踏み切られたことは、情勢がまだ完全には明らかになっていない中で、大変意義深い取組だと存じます。これに強く賛同するとともに、大いに期待しております。

私からは、以下の2点について意見を述べさせていただきます。

1点目は、この生成AIがディープラーニング（深層学習）の時代のAIと比較して、一般消費者に与える影響が非常に大きいという点です。したがって、将来的には、一般消費者に対する反競争的な行為の観点も是非御検討いただきたいと考えております。幸いにも、公正取引委員会ではデジタルプラットフォーム競争政策の際、対消費者向けに優越的地位の濫用を適用し得る方針を既に示されています。そのため、今回の生成AIについても、同様の観点での検討が可能ではないかと期待しております。

2点目は、生成AIを開発・提供しているのが、マイクロソフト傘下の

OpenAI やグーグル、Meta といった巨大IT 事業者、いわゆるデジタルプラットフォーマーである点です。これらに関しては、経済産業省管轄の取引透明化法や、公正取引委員会管轄のスマホソフトウェア競争促進法が既に存在します。しかしながら、情勢の急速な変化により、これらの法律が生成AI を十分に規制や議論の対象として包含しているとはいえない状況です。生成AI が今後、既存の法律の中に組み込まれるべきか、あるいは生成AI 専用の新しい法律を制定すべきかについて、近い将来判断を迫られることになると思われます。そのため、これらの課題を視野に入れ、今後の活発な調査を期待しております。

以上でございます。

○久保田調整課企画官 ありがとうございます。

まず1 点目につきまして消費者との関係でございますけれども、生成AI の利用者という意味では、一般消費者、国民の方々、広くございます。一番の接点としましては、先ほど示したレイヤーの中でございますと、アプリケーションのレイヤーになるかと思っております。現状、ディスカッションペーパーでは、アプリケーションのレイヤーの情報が若干少ないところではあります、対象が幅広く、現状としては余り情報が得られていないため、このような書き方になってございます。我々としては、例えば日本の特徴としまして、アプリケーションの開発やいろいろなアイデアを基にアプリケーションを製造するようところは強みかと思っております、アプリケーションについては関心を持っているところでございます。そういった意味でも、対消費者という意味でも重要なものと認識しておりますので、そういったところも踏まえて調査をしていきたいと考えているところでございます。

2 点目でございますけれども、現状としましては、まずは生成AI 市場の実態を把握するというのが最初でございます、先の法制化といったところは現時点では考えていないところではありますけれども、実態調査をした結果、様々な問題があって、その問題に対処するに当たってどういう策がベストかというのを模索して、これまでの法律では対処できないというようなことがあれば、必要に応じて法規制といったことはあり得る

とは思っております。まずは、この実態調査で市場の状況をしっかり把握したいところでございます。

○柳川会長 ありがとうございます。

それでは、会場の鹿野会員、お願いいたします。

○鹿野会員 ありがとうございます。私からは2点御質問させていただきたいと思えます。

まず質問の前に、今回の生成A Iに関する実態調査については非常に時宜にかなったものでありまして、とても期待しているところでございます。

その上で、既にあった御質問と一部重なるところもございますが、2点質問させてください。

一つは、今回の調査の活用の仕方と今後のルールの方向性ということについてでございます。先ほどもお話がありましたように、世界的にもA Iに関する議論は今盛んに行われてきていて、私が認識しているところによると、かつてのA Iでは自主的なルール、あるいは発展に任せましょうというような状況であったところ、生成A Iが出てきたぐらいから、それだけでは足りないということで、特にヨーロッパの方では法的なルール整備に踏み切ったという動きがあったようにも思われるところです。

先ほども話題になりましたように、日本でも様々な角度から、内閣府において省庁横断的に検討がされているということでございますけれども、今後、特に競争政策という観点からどういうふうこれが活用される可能性があるのか。まだ調査が始まったばかりということなのでお答えしにくいかもしれませんが、どういうふうな可能性があるのかということについて、先ほどお答えになったところと重なるところもあるかもしれませんが、確認させていただきたいと思いました。

先ほど冒頭で、イノベーションの促進ということを強調されていましたが、潜在的なリスクについても指摘されているということでございました。もちろん私もイノベーションを阻害するつもりは全くなく、今後の産業においてとても重要だと思っておりますけれども、やはり健全な市場の確保という観点からいっても、潜在的なリスクに対する適切な対応ということも併せて必要であり、それがむしろ発展のためにも必要なのではないかと個人的

には思っております。そのような観点も含めて今後の方向性について少し確認をさせていただきたいと思いました。

2点目ですけれども、これは他省庁と連携をしてくださいという願いをするつもりでありましたけれども、先ほど、それはやっております、今後も連携していくつもりだというお答えがありました。更に続けていうと、先ほど依田会員もおっしゃったように、これは事業者同士だけではなくて、消費者との関係においても大きな影響を及ぼし得るものであると思えます。

そこで、他省庁といっても、恐らく消費者庁は今までAIの問題に余り深くは関わっておられなかったかとも思いますが、是非実態調査等も含めて、今後消費者庁などとの間でも連携を取っていただければと思っております、これはお願いでございます。

以上です。

○久保田調整課企画官 ありがとうございます。

まず1点目の方からでございますけれども、依田先生からの御質問にもありましたように、現状としましては、まず実態調査を進めるというところでございますけれども、これまで公正取引委員会のデジタル関係の実態調査についていうと、それが例えば法律に結び付いて、スマホソフトウェア競争促進法や取引透明化法に結び付いている実態調査もあれば、特にそこには行き着かないような形もございますので、調査の結果、何か実際問題が生じていた場合に、対処をするに当たって何が必要かということを検討して、その上で法律が必要ということであれば、そういった選択肢もあるとは思っておりますけれども、いずれにせよ、しっかり対処していきたいと考えております。

調査の活用については、この調査をするに当たって関係省庁とも連携しているところですが、例えば内閣府では今検討されておりますけれども、我々のような幅広く実態調査を行うようなところはなかなかなく、実態が報告されれば是非活用したいということも言われておりますので、我々の調査はそういったところにも活用できるものと考えているところでございます。

いずれにせよ、例えばこの調査の中で問題があるような状況でございます

したら、その辺はしっかり報告書にまとめて、独占禁止法上の考え方を示していきたいと考えているところでございます。

2点目のところでございますけれども、恐らく今回の調査で出てくる情報・意見によって、関係省庁も幅広になるかと思っておりますので、消費者庁含め、関係省庁としっかり連携して、調査の方を進めていきたいと考えているところでございます。

○柳川会長 それでは、田中会員お願いいたします。

○田中会員 ありがとうございます。

私の方からは質問というよりは、生成A I 関連市場の今の状況をオブザベーションし、今後どういう競争政策上の論点があり得るのかというお話をさせていただきたいと思います。2ページを御覧いただければと思います。

生成A I 関連市場について書かれていますけれども、やはり生成A I で一番重要なのはモデルのところの生成A I モデル、大規模言語モデル、LLMだと思います。ここは現状、もう完全に勝負が見えているのはクラウド大手3社、グーグルとマイクロソフト、それからアマゾンAWSで、独自と提携先がそれぞれありますけれども、このクラウド大手3社とMetaが恐らく数年以内には収束してくるのかと思われま

す。逆にそこから導き出されるのは、恐らく2ページのモデルの下にもう一つクラウドというレイヤーが必要で、クラウドというレイヤーから大手の3社は生成A I のサービスをB to Bの事業者提供しております。

大規模言語モデルについては、この4社にほぼ収束しつつあると思えますけれども、特化型としてはカナダのCohereという会社があり、何かに特化をしてというようなところで強い事業者で、日本だと7月に富士通が提携をして、2か月経ったところで、既に日本語版のLLMでは一番の水準になっております。

また、日本の各社が日本語に特化したLLMをやられていますけれども、基本的には先ほどお話をした大手3社プラスMetaのプラットフォームを使って日本語版を開発しているという状況にあるというところ

です。インフラストラクチャーに書かれているデータというところ

も、先ほど二村会員からもお話があったように、生成A Iになってから抜本的に変わった点は、これまでは構造データが基本的にはデータの対象だったのが、今はむしろ非構造データが対象になった点です。端的にいうとA Iカメラやセンサーを使っただけの画像認識とか動画認識とか音声認識とか、その辺がむしろデータの勝負どころとなっております。実際に、日本でもかなり広がってきていますけれども、監視カメラ等と称して実際はA Iカメラを使っているというケースが増えてきているので、データの勝負どころが、構造データから非構造データになってきているところです。非構造データが生成A Iを使うことで、むしろ全て構造データ化してしまっているともいえると思いますけれども、非構造データにはプライバシー、セキュリティの問題が秘められていると御認識いただいているかと思えます。

そして、モデルの上のアプリケーションですけれども、使うアプリケーションの対象としてはB t o B事業者とB t o C事業者で、これまでのデジタルであれば基本的にはB t o C、消費者向けのサービスというのが大半でしたが、今回の生成A Iになって根本的に違うのが、むしろB t o B事業者向けのアプリケーションのサービスから事業の展開が始まっているというところで、日本勢が活躍できるのはこのアプリケーションの部分かなと思います。総じて、これまでのデジタル化の時代以上にクラウド大手3社、M e t a、そういったところの競争状況がかなり強くなってくるのではないかと私自身は観察しております。

○久保田調整課企画官 ありがとうございます。我々も御指摘のとおり、クラウドやアプリケーションのところ、もちろんモデルの開発のところもそうですけれども、注目させていただいているところでございます。

事業者の方や有識者の方にヒアリングをさせていただいているところ、是非御知見を頂ければと思っておりますので、引き続きよろしく願いいたします。

○柳川会長 それでは、竹川会員お願いいたします。

○竹川会員 すみません、1点だけ、4ページにあります「生成A Iを用いた並行行為」というところです。これはどういうイメージで調査されるのかを伺い

たいのですが、「アルゴリズムが一致することにより」と、これはよくあることだと思うのですがけれども、若干対応が違うかもしれませんが、株式市場でもプログラム売買が何かで集中してフラッシュ・クラッシュが起り弊害だとよくいわれております。なかなかその是正もされず、精緻さを追求するとある程度しようがないところもあると思うのですが、その辺についてどういう議論や、どういう論点抽出を想定されているのか、教えていただければと思いました。

○久保田調整課企画官 ありがとうございます。こちらの論点を挙げさせていただいたのは、実際に例えば生成AIの関連市場の中でこういった問題が生じているのかという点を、我々が認識したいというのが一番でございまして、そのために我々がこれまでに挙げた事実関係を基に、こういった問題があり得るのかということで一例として挙げたところでございます。こういった問題が生じていれば、こういった問題が生じているということ意見を募集、情報募集のところで提供していただきたいというのが一番でございませぬ。

具体的にこの4番につきましては生成AIの話のことで書いてございませぬけれども、実はこの話はAIのアルゴリズムの話のところからも出てきてございまして、AI・アルゴリズムの報告書もまとめているところでございませぬけれども、そういったところにも並行行為の問題は書いてございまして、それが生成AIになったとしても同様の行為が考えられるのではないかと考えております。例えば、同じ生成AIを使うことによって、価格戦略であるとか生産目標等が同一、又は類似するような状況が想定されますので、それをもって直ちに何か問題になるというわけではないのですが、そういったことで何か問題が生じるのであれば、指摘いただきたいということで書いたところでございませぬ。今後こういった、もし実際に市場の中でそういった行為が行われていて、そういった声が我々の方に届くのであれば、ヒアリングなどを進めて、こういった状況になっているのかというのを確認していきたいという趣旨でございませぬ。

○柳川会長 よろしいでしょうか。この生成AIの話は、多分皆さん、御関心と御疑問、いろいろおありだと思っておりますので、多分議論をし出すとずっと話がで

きる話だとは思いますが、やはりこの1ページのところに書いていらっしゃると思いますが、状況が流動的なので、調査していったときにどこまで安定的な構造があって、そこで競争政策上の問題があるのか、課題があるのかというのをうまく抽出できるのかというのがなかなか難しいところだと思います。是非しっかりと調査していただければと思います。

それでは、次の議題に移りたいと思います。ありがとうございます。

公正取引委員会の主な広報・広聴活動と課題について、南官房総務課長から御説明をお願いいたします。

○南官房総務課長 公正取引委員会官房総務課長の南でございます。本日はよろしくをお願いいたします。

それでは、公正取引委員会の主な広報・広聴活動と課題について、御説明させていただきます。

従前、公正取引委員会としては、エンフォースメントとアドボカシーの一体的運用ということで、これら二つを両輪として取り組んでいるという紹介をしているわけですが、アドボカシーの下の方に「国民的理解の増進」ということで、矢印で「広報・広聴活動が重要な役割を果たす」と書いてあります。一般的に広報というのは、世に知らしめることでありますから、今日二つの議題がございました、企業結合審査の実情であるとか、あるいはA I実態調査とかありましたが、やはり政策にせよ具体的な事件に対する法適用にせよ、広報しないことには意味がないわけでありますので、本来この広報活動とは、アドボカシーの下にある基盤的な仕組みなのではないかという感じはしております。

それはさておき、改めて「広報・広聴活動が重要な役割を果たす」と書いてありますが、それぞれの意義について説明したいと思います。

「国民的理解の増進」と書いていますが、まず我々行政の責務というのは、法律の誠実な執行でございます。法律というものは立法府たる国会が制定するわけですが、国会というのはさきに総選挙ございましたが、全国民を代表する、選挙された議員から構成されるわけでありまして、法律はある意味、理論上は主権者たる国民の意思ということがいえるかと思っております。そのような主権者たる国民に対して我々行政がちゃんと仕事をして、

行政の責務を果たしているということを知っていただくことに意味があることだと思えます。

また、国民からの理解・信頼を得るために行うということもご置います。やはり適切な行政運営は国民の理解・信頼なくしては成り立たないということがありますので、広報活動における国民的理解の増進というのはそういう意味であるということかと思えます。

続いて、広聴で置います。広聴活動は一般的には行政機関による国民等に対する意見・要望の収集活動などと定義されるわけですが、本日も生成AIという話題が置いましたが、世の中は社会的・経済的・文化的に日々変化して置います。法律というのは基本的に1度作られたら法改正しない限りは変わらないわけですが、そういった変化、実態を踏まえない形式的・観念的な法運用、政策運営ではやはり具体的な説得力を欠くわけ置す。社会的に実態に即した妥当性を持つ法運用、政策になるためにはやはり国民の意見を聴いて政策運営に役立てることが必要で置います。

他方で、全国民の意見を直接聴くというのは物理的に無理で置います。そこで各界の代表者、有識者等からの意見聴取を行う、これが広聴活動ということになります。本日のこの独占禁止懇話会もある意味、広聴活動の一環ということかと思えます。

主な広報活動で置いますが、ここでは国民各層向け、事業者向け、消費者向けと整理して置いますが、より大きく二つに分け置すと、不特定多数の国民向けという意味では新聞発表であったり、ウェブサイトでの各種情報発信であったり置します。特定の国民向けということであり置すと、これは更に二つに分かれ置して、いわゆるインターネットを用いたもの、これはSNSであり置ます。そして、我々公正取引委員会の職員が実際に足を運んで国民の皆様と対面するものとしては消費者セミナー、独占禁止法教室等があるという形で置います。

すみません、先に申し上げておくべきでしたが、本日は時間が置いませんので、資料は既にお読みいただいているという前提で、口頭で補足していくような形にさせていただければと思えます。

消費者セミナーで置いますが、そもそも独占禁止法の目的というのは

一般消費者の利益の確保ということでございますので、一般消費者、すなわち市場参加者としての国民ということでございますが、一般消費者向けの広報活動も行っているというところでございます。

先ほど消費者庁の話が出ましたけれども、消費者基本法にも第16条で「国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずる」とございますので、消費者政策と競争政策というのも一応関係があるということでございます。

続いて、独占禁止法教室でございます。若者や学生、明日の経済活動を支える主体、将来の経済活動を支える主体、会社の従業員になられたり、あるいは起業されたりするのでしょうかけれども、そういった方に競争政策の重要性、競争の意義、そういったものを学んでいただくということで、中学生、高校生、大学生とやっているところでございます。

さらには、実際我々職員が学校に赴いて説明しますので、働く場としての公正取引委員会の魅力を知っていただくという意味で、リクルートにつながる狙いもございます。5ページは実施状況でございます。

そして、報道機関向けの取組ではございますが、毎週水曜日、事務総長による定例会見を行っています。そのときそのときの特定のトピック、テーマを御紹介しており、しばらくするとホームページで会見の様子は公開されますので、一般国民にも開放されている取組ともいえるかと思いません。

ちなみに、事務総長がパーカーを着て説明しておりますが、これは「デジタル」がテーマのときは柔らかい雰囲気を出そうということでパーカーを着用して行っているところでございます。スマホソフトウェア競争促進法の周知活動においても、担当者はこのパーカーを着て講演等を行っているところでございます。

次に、ホームページでございます。これはどの役所でもある仕組みではございますが、我々としてもホームページで各種報道発表を行っているところでございます。ただ、課題というところにあります。ホームページというのはある意味載っけっ放しというところがございます。したがって、

もう少しダイレクトに国民にリーチするためには、ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス、SNSの積極的な活用ということで、公正取引委員会もX、Facebookなどを使っているところでございます。

9ページ、これは参考ですが、下の方の米印にあるように、一般各紙等の記事の文字の数を並べたものでございます。当然報道というのは、取材されて、編集されて発表されるという過程を踏み、これはある意味、報道機関の方の価値判断が入っていますから、報道機関の方がこれは国民にとって重要だと思われたトピックのランキングだと思っていただければと思います。昨今の価格転嫁の取組の中で、下請法の話というのがトップになってございます。

SNSでございまして。先ほど申し上げましたように、直接国民にリーチできます。もちろん、各サービスのアカウントを持っている方という限定であり、かつ、公正取引委員会のページのフォロワーと、限りはありますが、タイムラインにランダムに公正取引委員会の投稿が出てくることもございますので、効果的に広報できるのではないかと思います。

11ページの下に外部アドバイスの活用とございますが、これは我々も素人でございまして、コンサルタント契約を締結して、民間の意見も踏まえながら日々工夫を凝らしているところでございます。

12ページ以降には、指摘を受けて対応した事例がありますので、後で御覧いただければと思います。

15ページがインプレッション数、要するにSNSを閲覧した方の数でございまして。これが実は先ほどの報道機関の話と比べると面白い特徴がございまして。1位がTOHOシネマズで、これはSNSをやっている方においても、映画を観るという意味で身近だと思われるのですが、9位に、下請法の事件、株式会社G i oに対する勧告というのが載っておりますが、これは実は報道機関の発表ではそれほど大きく取り上げられませんでした。しかしながら、SNSでは13万ものインプレッション数を稼ぎ出しております。実はこの株式会社G i oは主に女性の服、しかも若い女性向けの服を製造販売されている会社でありまして、タレントの今田美桜さんを使って、若者には受けているということで、報道機関にヒットする話と直

接消費者にヒットする話はちょっと違うのかなというところもございます。

この数字は令和5年度のもので、資料では令和6年度は用意しておりませんが、先日、いわゆるVチューバーのキャラクターのデザイン、その下請取引、情報成果物作成委託において不当なやり直しをさせていたという事件がありましたが、これがこれまでで最高のインプレッション数、879万となっております。実は我々職員は余りVチューバーの世界を知らなかったわけですが、世の中においてはそれだけ浸透しているということで、インプレッション数が高くなったものだと思います。

そして、広報で重要なのは、やはり新しい法律ができたときに、それを広く国民に知っていただく必要があるということで、公正取引委員会が一部所管しておりますフリーランス法、これがさきの11月1日から施行されております。当然法律が施行されたら、そのときから拘束力が生まれるわけで、残念ながら違反となってしまった場合に、「知らなかった」では済まされないわけでありますが、問題が生じないようにするためには、現実に国民に法内容を知っていただく必要がございます。そこで、積極的にこのフリーランス法の広報活動を行っていますが、分かりやすく、親しみやすくしたいということで、BUSON氏というブロガーの方がお持ちのキャラクター「しきぶちゃん」というものを使って広報活動を積極的に行っているところでございます。ひょっとしたら、電車のモニターで御覧になった方もいらっしゃるのではないかと思います。

また、行政機関にはどうしても予算に限りがございます。そういった中で職員が独自に動画を作成して、積極的に広報している例が17ページでございます。ある意味、手作り動画みたいなものですが、これが私の目から見ても結構うまくよくできているものでありますので、是非御覧いただければと思います。

実はこのフリーランス法の職員の広報の取組は10月16日の読売新聞の夕刊で結構大きめに取り上げていただいて、「フリーランス保護、コミカルな寸劇でゆるく条文を解説」ということで、この写真に出ている職員の方の取材もしていただいて、報道いただいたところでございます。

18ページ、労務費転嫁指針についてですが、こういった政府としての重

要な取組も分かりやすく広報しているところがございます。

19ページ、これは主に事業者向けでございますが、公正取引委員会としてコンプライアンス向上のためのガイドというものを公表しておりまして、その各種講演も行っているというところがございます。

あとエンフォースメントとアドボカシーの一体的運用というところの話をしておきますが、法適用というのは飽くまで具体的な事件に対して法律を当てはめて措置をするということですから、名宛人は当該違反をした事業者のみであります。しかしながら、関係する人たち、関係する事業者の方に、明日は我が身であると、これは他人事ではないと思っていただくことが重要であろうと。消防署でいえば、実際に火事が起こって火を消しに行くのがエンフォースメントだとすれば、その町で火事が起こらないようにいろいろな取組をするのがアドボカシーだと思います。実際に火事が起こったときに、「皆さんも気を付けましょう」と言った方がそれは効果的なわけありますので、エンフォースメントとアドボカシーの一体的運用ということで、勧告であるとか排除措置命令といった具体的な個別の事業者に対する措置と併せて、関連する事業者にも気を付けるよう申し入れると、そういった取組をしているというところがございます。

広聴活動でございます。先ほど申し上げましたように、社会的実態に即した妥当性を持つ政策運営になるためには、国民各層の意見を聴く必要があるということで、この独占禁止懇話会も公聴会の一環ということでございます。その他、我々「ミニ懇」と呼んでおりますが、地方有識者との懇談会であるとか、あるいは実は「ミニミニ懇」というものもございまして、地方事務所の所長、支所長が各地に赴いて、主に商工会議所とか商工団体でございますが、意見を聴くなどといった取組も行っております。

最後、資料にはしておりませんが、課題ですけれども、これはもう古くて新しいといえますか、分かりやすさと正確性とのせめぎ合い、いかに伝えたい内容を分かりやすく国民に伝えられるようにするか、さらに、いかに広くリーチすることができるかというところがあるかと思えます。特に我々法執行を担う身としては、法律を説明していくわけですが、残念ながら法律も日本語でできていて、語彙に限りがあります。なので、どうし

でも「不当」とか「正当な理由なく」とか抽象的な用語を使わざるを得なくて、一方で日本語には限りがありますから、いろいろな法律で、例えば独占禁止法ですと「不当な取引制限」とありますけれども、民法にも「不当利得」とありまして、日本語だから一緒だろうかと思うと、それぞれ違うわけでございます。

ですので、広報するに当たっては、単純に法令用語、専門用語を振り回しても伝わりませんので、法律の趣旨、目的を踏まえて、それは何なのか、それを具体的に分かりやすく説明することが重要だと思われるところでございます。

先ほど御紹介したフリーランス担当職員も読売新聞の記事の中で、「専門用語を誰にでも伝わるように翻訳するのが一番の腕の見せどころ」とおっしゃっています。正にそのとおりだと思っております、法解釈を踏まえて分かりやすく説明していく、これが一番課題であり、我々がしっかりやらなければならない仕事なのだろうと思っております。

説明は以上でございます。ありがとうございました。

○柳川会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明に対する御質問・御意見について御発言をお願いしたいと思います。

まず、事前登録されていらっしゃる武田史子会員、お願いいたします。

○武田（史）会員 御説明ありがとうございました。私からは2点質問させていただきます。

1点目は、独占禁止法教室の実施状況についてなのですが、受講者の理解力や社会人になるまでの期間という意味では、大学生の次に高校生が対象として重要になると思うのですが、どの年を見ても、高校での実施件数は中学校よりも少なく、またコロナ禍後の回復が遅れているのはどのような理由によるのでしょうか、御教示いただければ幸いです。

2点目は、SNSを用いた広報活動についてです。私はこれまで、実は公正取引委員会のこのような広報活動に気付いていなかったのですが、この機会にYouTubeとFacebookを拝見しました。登録者数やフォロワー数を見ると大体両方とも5,000程度となっていて、やや少ない印

象ではありません。

また、Facebookについては、法律や制度の解説とか時事的なニュースとか記者会見など非常にカバー範囲が広くて網羅的であるという印象を受けました。YouTubeについては数年前と比較すると大分、職員が説明するフリーランス法などのような柔らかいコンテンツを最近増やしていっしょののかなという印象を持っています。

一般的には年齢層でいうと、YouTubeの視聴者の方がFacebookより若いと思いますので、このようなテーマで手作り感のあるようなコンテンツの方が受け入れられるのかと想像しています。

こういう媒体による使い分けや反応の違い等について、何かほかにもお気づきの点があれば共有していただければ幸いです。よろしく願いいたします。

○南官房総務課長 御質問いただき、ありがとうございます。

まず1点目の独占禁止法教室の実施状況、高校が少ないのではないかと御指摘でございます。もともとこの取組を始めたのが中学校からでございます。順次、高校、大学と広めていったわけですが、実はコロナ中、例えば大学でしたらオンラインでも実施できたわけですが、高校ですとさすがにオンラインの授業は厳しいということで、ちょっと数が減ってしまいました。1度関係が切れてしまうと、次の年に要請が来なくなってしまう、我々もつなぎ止める努力をしなければならなかったのですが、そこまで手が回らず、高校が切れたまま今に至っております。ここは今後、教育委員会等に営業活動して、高校も増やしていけるように頑張っていきたいと思っているところでございます。

2点目の御質問、SNSに限らずいろいろ御覧いただいたということで、本当にありがとうございます。御指摘のように、YouTubeというのは動画サイトなわけですが、割と長く動画、長時間の動画も掲載できるどころ、X等はショート動画しか掲載できないということもございます。したがって、使い分けという意味では、X等でキャッチーなショート動画を掲載して、興味を持っていただいた方、もっと詳しく見たいという方にYouTubeに飛んでいただくみたいなことで使い分けをしてござ

います。

反応の違いについて、これは先ほど申し上げましたように、報道機関の文字の量という意味では、報道機関の方が、これは国民が関心を持つだろうと思われるということで力を入れられる記事のランキングがさっきあったわけですが、一方でSNSだとそこが違ってくるところがございます。報道量のところで、下請法関係で日本の大手自動車メーカーが30億減額をしていたということが大きく報道されたのが1位になっているわけです。あるいは6番目にも、いろいろ問題になった中古自動車屋が下請法違反をしていたことが取り上げるわけですが、実はSNSのインプレッション数では、今申し上げた二つが載ってきません。そのため、SNSを見ている方と報道機関の方の関心事項というのもちよっとずれているかなという気はします。ただ、報道機関は広く国民各層に報道を届けるというミッションを負っていらっしゃいますから、これは広い意味での国民関心事項だろうということで報道されると思いますが、インプレッション数というのは、正にSNSのアカウントを持っている方が、興味があるものを見るわけがございますから、そこに違いがあるのは当然かなというところがございます。

以上でございます。

○柳川会長 ありがとうございます。

それでは、オンラインで御参加の河野会員、お願いいたします。

○河野会員 消費者協会の河野でございます。御説明ありがとうございます。

私は質問というよりは、応援団として発言したいと思います。

まずホームページの見やすさ、分かりやすさが格段に向上してしまっていて、それは素晴らしいと思っています。かつては消費者や事業者など、法律の対象となる主体に対するアプローチがやや難解で、近寄り難いイメージでしたが、現在は大きく社会の方に歩み寄った情報提供になっていると思います。

例えば、フィンテックを活用した金融サービスに関するアドボカシー活動というところをクリックしますと、実態調査から提言活動を経て、公表後の社会的変化を適切にフォローアップしてくださっていて、今後の課題

等についても明確に記述されていて、社会的関心が高いテーマに対する動きというのがよく分かる内容です。新聞を取っておいて、その記事を組み合わせるよりも、はるかに問題の本質に迫れる内容になっていると思います。

また、11月8日に公開された、先ほど御紹介いただいたフリーランス法解説動画を私も拝見しました。労働者側、事業者側双方の立場から法律を解釈して分かりやすく説明してくださっています。本当に公正取引委員会の広報活動というのは全方位的に行っているということはよく分かる状況でありますけれども、特にホームページで発信される情報というのがSNSで飛び交っている根拠不明な情報などと比べ物にならないくらい精度、確度が高く、信頼に足るものだとすることを是非社会に知っていただきたいというふうに思っていますので、今後、是非情報を受け取る側からの問合せへの対応や、提供する情報への評価など、双方向のコミュニケーションについても工夫していただき、是非積極的に広報活動を進めていただければと思っていますところでは。

私からは以上でございます。ありがとうございました。

○南官房総務課長 ありがとうございます。応援のコメントということで非常に心強く、かつ、ありがたく思いました。

コメントをさせていただきますと、これまでは割と独占禁止法、競争制限行為を規制する、いわゆる普通の国民、消費者からすれば余り関係ない、私生活には関係ないかもしれないという雰囲気があったかもしれませんが。しかしながら、今の世の中、「競争なくしては成長なし」ということで、競争しないと豊かになっていけないということはだんだん広まっているところでございます。

先ほど法令用語の話でも申し上げましたが、抽象的な用語だけだと取っ付きにくいというところはございますが、それをかみ砕いて分かりやすく説明していくと。「競争」というのも、それ自体、実態があるわけではなくて、抽象的な評価なわけですが、いってしまえば事業者が普通に自由に事業活動している状態、これが競争なわけです。事業活動が自由だからこそ多種多様な商品、サービスが市場に提供されて、消費者サイドから見れば、

多種多様な商品を選択して、自分が欲するものを選べると。そこで自分の生活も価値あるものにしていくということで、結局消費者のためになるというもありますし、あるいは事業者サイドにしてみても、自由な事業活動をするという意味においては、事業者、社会的実態としては個人事業者だったり、会社法人だったりするわけですが、現実的には取締役の方とか従業員の方が実際に動いているわけですから、自由な事業活動の前提としては、個人が自由に発想できなさいけません。当然会社のために物を売る、サービスを提供するということではあるのですが、自由な発想で工夫していくことで、ある意味職業というのは個人の個性を全うすべき場がありますから、そこで自分の人格的な価値も向上していく、幸せになれるということもありますから、競争政策というのは国民各層にとって身近なものであるといったことをできるだけ分かりやすく説明していきたいと思っています。

また、見直しに関しては、広報についても外部の有識者の御意見を聞きながら常に見直ししているところですので、引き続き分かりやすい広報活動に努めていきたいと思っております。ありがとうございました。

○柳川会長 では、及川会員お願いいたします。

○及川会員 日頃、中小企業に対して広報を強力に推進していただきまして、この場を借りて感謝を申し上げます。

2ページに、主に事業者向けというところで広報活動が講習会や解説動画について書いてございますが、講習会のところで使われるテキストが大変重宝しております。特に中小企業団体が1冊テキストを持っていますと、何かあったときに、そのテキストで会員からの質問に答えられるということで、大変好評の声が私どもに届いております。

また、もうフリーランス法では逐条解説を市販で出していただきましたけれども、こういった書店で入手できる書籍も事業者にとっては大変ありがたいと思っております。

17ページにフリーランス法の広報がございますけれども、このフリーランス法の広報が、特に国民的理解の増進に大変大きな良い意味での影響を与えていると思っております。今のような広報を是非継続していただきま

すようお願い申し上げます。

23ページと24ページに弁護士等との懇談会というところがございますが、中小企業にとっては身近な相談先であります税理士ですとか社労士の方で、労務費の転嫁のガイドラインの最後にある様式を御存じないという士業の方もいらっしゃるしまして、中小企業が価格転嫁に対してエビデンスをしっかりと示して交渉していくということが大変重要になっています。この「弁護士等」のところにどんな士業が入っているのかお教えいただければと思っています。

以上です。

○南官房総務課長 ありがとうございます。前半部分は応援ということで、ありがとうございます。心強く思いました。

最後の士業について、ほかにどんな士業があるかということでございますが、弁護士以外に公認会計士であるとか司法書士であるとか、そういった方々との懇談会を行っております。

なぜこういった取組をしているかということでございますが、我々一生懸命、独占禁止法、下請法、さらには今般施行されたフリーランス法の周知・広報を一生懸命やっているわけですが、残念ながら、地方に行ってみますと、数ある法律の中では公正取引委員会が所管している法律はどうしてもマイナーなところがございまして、御指摘のように、地方の弁護士の方がまだ余り御存じないこともありますので、下請法とかフリーランス法はこのように役に立つのだということを、まずは地元の企業から御相談を受けるであろう地方の弁護士の方に知っていただくことが有意義であるだろうということで、各地の弁護士会等との懇談会を開催させていただいているところでございます。ありがとうございます。

○柳川会長 そのほかよろしいですか。

広報・広聴活動はとても大事なので、先ほど河野会員からお話があったように、改善されているのはとても素晴らしいことだと思います。

お話があったように、いろいろなターゲットというか、どういう人に向かって広報するかは結構大事だと思います。幅広く裾野を広げる話と、それから先ほどのように個々の弁護士の方々にしっかり分かっていただくと

いうふうな形で、今後、誰に向けた広報なのかというのはすごく大事になってくると思います。是非また更に深めていただければと思います。

それでは、そろそろ時間が参りましたので、本日の討議はこの辺りで終了とさせていただきますと思います。

最後に、古谷委員長から御発言を頂きたいと思います。委員長、よろしくお願いいたします。

○古谷委員長 本日も大変積極的に御意見、御議論を賜りまして、ありがとうございました。

本日聞いていただいた議題の中に、生成A Iの実態調査を開始したという議題がありましたけれども、ちょうど先月の初めにG 7の競争当局のサミット会合がイタリアのローマでございまして、それに出席し、そこでの主なテーマも生成A Iの競争上の課題にどう取り組んでいくかということでした。

御承知のように、競争政策をめぐる国際的な連携の場としては、OECDとかICNとか、これまでもいろいろありましたが、G 7の競争当局のトップが集まろうという会合が3年前、ロンドンのサミットのときから行おうということになりまして、2年前はベルリンで、去年は東京で行いまして、今年ちょうどローマで行われたのですけれども、そこでもデジタル市場の競争上の課題についてしっかり連携・協力していこうということですと議論してきております。

本日もいろいろ御意見を賜りましたけれども、生成A Iがどんどん進展してきている中での競争当局としての問題意識がほとんど同じだということもG 7で確認できたことは大変よかったと思いますし、印象的でしたのは、海外の競争当局は私どものように競争政策だけやるのではなく、消費者政策も一緒にやっている競争当局が結構ありまして、そういうところからの発言を聞いていますと、A Iが進展してきている中で、知財の問題ですとか、データの健全な管理ですとか、そのようなところに問題意識が広がってきているという感じがしております。日本でも、A Iの規制と利活用について、幅広い議論が政府全体で始まっていますので、そういうところに競争政策の観点からも少し貢献ができればということで、私ども今頑

張っているところでございますので、また引き続きいろいろな御助言を頂ければと思っています。

ちょっとだけ時間が残っていますので、取り留めのない話をさせていただくと、アメリカで選挙が終わりました、トランプ政権に移行いたします。これからアメリカの競争政策がどうなるのか、私のカウンターパートでありましたFTCのリナ・カーン委員長とか、DOJのカウンター反トラスト局長、御承知のように新ブランド派と呼ばれ、GAF Aの天敵みたいにして頑張っておられた方たちですけれども、そういう人たちの去就がどうなるのかもだんだん気になってきているところです。

一方で、EUの方は御承知のように、データ政策、デジタル市場政策、AI規制と、非常に次から次へと新しいルールメイキングをしておられまして、その中でベステアーさんという、私よりもちょっと偉い立場だと思えますけれども、競争政策担当の上級副委員長が交代をされるということで、海外で競争政策を担う人たちがどうもこれから替わっていくかなという状況がございます。

そのような状況を横でにらみながら、本日は余り議題になりませんでしたけれども、価格転嫁を進めていくために下請法の改正という課題についても議論を進めております。海外と一緒に連携しながらやらなければならない仕事だけでなく、日本の経済・社会が直面している課題に競争政策サイドからどのように貢献できるかということも考えながら、日本の問題に対処できる私たちでありたいとも思いながら海外の動きを今眺めておりますので、引き続き、モニタリングトラスティというお話がありましたが、ある意味で独占禁止懇話会の会員の皆さんは公正取引委員会にとってのモニタリングトラスティでありますので、引き続き私どもをしっかりと監視していただいて、いろいろと御支援を頂ければと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

ちょっと取り留めのない話をしましたけれども、本日はありがとうございました。

○柳川会長 ありがとうございました。

それでは、今回はこれにて閉会とさせていただきます。

本日は長時間にわたり御議論いただきまして、誠にありがとうございました。

なお、次回会合については令和7年3月14日の開催を予定しておりますので、よろしくお願いいたします。

以上でございます。どうもありがとうございました。