

独占禁止懇話会第230回会合議事録

1. 日時 令和7年6月27日（金）14：00～16：01

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、依田会員、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（史）会員、田中会員、土田委員、福園会員、細田会員、森会員、山下会員、由布会員、吉田会員

【公正取引委員会】茶谷委員長、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、佐久間官房デジタル・国際総括審議官、深町官房審議官（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、岩下経済取引局総務課長、福田調整課長、原取引部長、田中優越的地位濫用未然防止対策調査室長、大胡審査局長

4. 議題 ○ タクシー等配車アプリに関する実態調査

○ 企業における独占禁止法コンプライアンスの向上に向けた取組

○ フードサプライチェーンにおける商慣行に関する実態調査

○岩成経済取引局長 それでは、定刻となりましたので、第230回独占禁止懇話会を開会いたします。

今回より新たに会員として御出席いただく方が2名いらっしゃいますので、御紹介いたします。

まず、株式会社三井住友銀行上席顧問の角元敬治様でございます。本日は御欠席でございます。

続いて、一般社団法人全国農業協同組合中央会常務理事の福園昭宏様でございます。

○福園会員 福園でございます。今日から参加させていただきます。どうぞよろしくお願いたします。

○岩成経済取引局長 ありがとうございます。

次に、5月21日付で公正取引委員会委員長に就任した茶谷から御挨拶をさせていただきます。茶谷委員長、お願いいたします。

○茶谷委員長 公正取引委員会の委員長を先月21日に拝命しました茶谷栄治でございます。

競争政策の適正な運営を図るという責任の重大さを痛感しているところでございます。

昨年7月まで大蔵省・財務省で38年間働いておりましたが、そのような行政経験も活用しながら職務に全力で当たってまいりたいと思いますので、これからどうぞよろしくをお願いいたします。

最初に、せっかくの機会ですので、私の任務についての所信のようなものをお話しさせていただければと思います。

デジタル化の進展など、我が国を取り巻く経済社会環境が急速に変化している中で、我が国は、人口減少あるいは少子高齢化という中長期的で非常に大きな課題を抱えております。また、日本経済が長きに渡るコストカット型経済から脱却して、デフレに後戻りせず、賃上げと投資が牽引する成長型経済に移行するとともに、継続的な賃上げを実現するためには企業の生産性を引き上げ、付加価値を高めることが喫緊の課題であると認識しております。

こうした中で、公正かつ自由な競争を促進し、活発なイノベーションを引き出す環境を作ることで、我が国経済の活性化を図り、消費者の利益を確保していくことが極めて重要であると考えます。また、公正な競争が担保された市場の機能を通じて適正な分配が行われ、成長と分配の好循環を実現するためにも、競争政策の果たす役割は大きいものがあると考えております。そして、公正かつ自由な競争を確保する公正取引委員会の役割は、我が国経済の成長、発展と社会の活力を維持する上で、極めて重要なものであると認識しております。

古谷前委員長は、4年8か月にわたって、独占禁止法等の厳正かつ適正な執行によって競争の回復を図るエンフォースメントと、競争環境の整備を図るアドボカシーを車の両輪として、デジタル化の急速な進展を始めと

する社会経済情勢の変化に対応した競争政策の積極的な推進に取り組んでおられたと認識しておりますが、私もその後をしっかりと引き継いで、これを継承し、その上で新たな変化にも迅速かつ的確に対応しながら、競争政策を進めていく所存でございます。

具体的な施策としまして、5点申し上げたいと思います。

第一が、一番基本ですが、厳正かつ的確な独占禁止法の執行を行っていくことが重要であると考えております。独占禁止法が禁じる競争制限的な行為に厳正に対処していくことは、経済の活性化、消費者の利益に資するものであります。したがって、国民生活に密接に関連する商品・サービスの価格カルテル事件や入札談合事件などに厳正に対処していくとともに、合併等の企業結合事案につきましては、迅速かつ厳格な審査を進めていく必要があると考えております。

第二が、中小企業にとって事業環境が厳しい中、公正な取引環境を確保する観点から、中小企業に不当に不利益を与える優越的地位の濫用、不当販売などの不公正な取引方法や下請法違反などに厳正かつ積極的に対処するとともに、違反行為を未然に防止していくための施策を実施していくことが重要であると考えております。

特に、中小企業等を含め持続的、構造的な賃上げ、これが日本経済にとっての現在の最重要課題の一つであります。これを実現するためには、労働生産性の向上とともに、取引の適正化を通じた労務費などのコスト上昇分の円滑な価格転嫁が不可欠であると認識しており、そうした内容を盛り込んだ下請法改正法案が、先日、5月16日の参議院本会議において可決、成立いたしました。今後は、令和8年1月1日の施行に向けた十分な準備や周知を図っていく所存でございます。

なお、公正取引委員会は一昨年11月に、内閣官房とともに「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の公表以降、その周知徹底やフォローアップに取り組んでおります。引き続き、関係省庁と緊密に連携し、この指針の周知徹底を進めるとともに、優越的地位の濫用や下請法違反行為に対し、厳正に対処していく必要があると考えております。

また、昨年11月にフリーランス・事業者間取引適正化等法が施行されま

した。フリーランスに係る取引の適正化が図られるよう、同法の普及・啓発及び迅速かつ適切な法執行を行っていく必要があると考えております。

第三が、日本経済が引き続き成長し、社会の活力を保っていくためには、デジタル経済の進展、グリーン社会の実現など経済社会の変化に的確に対応して競争環境を整備し、イノベーションを引き出ししていくことが重要であるとと考えております。

デジタル分野につきましては、実態把握を引き続き行い、独占禁止法上の問題点や競争政策上の考え方の整理を行っていくほか、デジタルプラットフォーム事業者による反競争的な行為には厳正に対処していく必要があると考えております。また、本年12月までに全面施行されるスマホソフトウェア競争促進法につきましては、その法律が円滑に施行されるよう着実な準備を行った上で、実効的な法運用を行っていくことが求められていると認識しております。

また、デジタル以外の分野につきましても、公正取引委員会は、例えば事業者のGXに向けた取組を競争政策サイドから後押しするためにグリーンガイドラインを公表するなど、積極的に対応していると承知しております。引き続き、様々な経済社会の動きやビジネスの実態を捉えながら各種提言・ガイドラインの策定等を行うことで競争環境を整備していく必要があると考えます。

第四に、デジタル経済が進展する中で、事業者の活動は国境を越えてグローバルに広がっており、企業結合、反競争的な活動など、デジタル市場における競争上の懸念に対処するため、競争法の執行と競争政策の推進の両面において、海外競争当局と国際的な連携・協力をする必要性が一層高まっていると認識しております。そのため、新たに日本の競争当局を率いる立場として、世界の競争当局との関係性の構築、そしてその更なる発展に注力してまいりたいと考えております。

最後に、これまで述べました具体的な施策を着実に実施し、公正取引委員会に期待される役割を的確に果たしていくためにも、質・量の両面から公正取引委員会の体制強化を図っていくことが必要であると考えております。

以上の取組を始め、様々な御意見に耳を傾けながら、公正取引委員会の使命を達成すべく、ここにおります他の委員とともに力を尽くしてまいり所存でございます。何とぞよろしくお願い申し上げます。

○岩成経済取引局長 それでは、ここからの議事進行については柳川会長にお願いしたいと思います。

○柳川会長 柳川でございます。

今委員長からかなり重要な御指摘を幾つも頂きましたので、しっかりここで議論していきたいと思っておりますので、よろしくお願ひいたします。

最初の議題は、タクシー等配車アプリに関する実態調査について、福田調整課長から御説明をお願いいたします。

○福田調整課長 調整課長の福田でございます。本日はよろしくお願ひいたします。

私からは、先ほどお話しいただきました、タクシー等配車アプリに関する実態調査報告書の内容につきまして、御手元の資料に基づき御説明をさせていただきますと思います。

まず1ページに、調査趣旨等という紙がございます。その上部に調査の趣旨・背景という記載がございますところ、近年、タクシーの供給不足が問題になっております。

その中で、配車アプリ、こちらはタクシー等の供給不足の状況下で、限られたタクシー等を効率的に配分して、旅客の円滑な移動を実現する中で非常に重要な役割を果たしていると考えております。

他方で配車アプリはデジタルプラットフォームの一種ですので、競争を促進する観点から、このたびの調査を実施したというものでございます。

ヒアリングの調査対象は、配車アプリ事業者や地方公共団体など多数の方々に御協力を頂きながら調査を実施しました。

ここで御紹介したいのが、具体的にどのような配車アプリ事業者があったのかということについて、口頭で補足をさせていただきたいと思ひます。

配車アプリ事業者にはどんな会社があるか。一つはG Oという会社がございまして、こちらは日本交通の子会社であったJapan Taxi、それからDeNAの配車アプリ事業が統合されてできた会社となっております。

それからもう一つ、S. R I D Eという会社がございまして、こちらは複数のタクシー事業者とソニーが作った会社でございます。

それ以外にはアメリカから来たU b e rという会社がございまして、それからもう一つは中国から来たD i D iという会社があって、これらが大手4社となっております。

他には、例えば、n e w m oという2024年に新規参入した会社がございまして。

今回の実態調査の論点は大きく六つございまして。配車アプリに関することが四つ、それから乗り場に関するものが二つ、合わせて六つの論点を取り上げたというものでございまして。

まず、配車アプリの四つの論点のうちの一つ目は、配車マッチングの基準等における差別取扱い・基準等の一方的変更というものでございまして。

配車マッチングはどのように行われるかということですが、旅客の配車依頼を受けまして、配車アプリ事業者が順次最適な運転手に配車依頼を伝えて、運転手がこれを承諾することによってマッチングが成立するということになっております。

配車アプリ上で旅客とタクシー事業者のタクシー等とをマッチングさせる基準（配車アルゴリズム等）に関しましては、いずれの配車アプリ事業者も、基本的には、旅客の指定する迎車地までの移動距離や時間を基準として、迎車地の近くにいるタクシーをマッチングするということとなっております。

それ以外の要素といたしましては、事業者間で異なるところはありますが、タクシー運転者ごと又はタクシー事業者の過去の実績、了解率などが基準の例として挙げられます。

また、運転者への配車依頼時に配車アプリ事業者が運転者に伝える情報について、運転者に対して配車依頼の存在のみを示す配車アプリもあれば、迎車地や目的に関する情報を示す配車アプリもあります。後者のアプリに関しては、運転者を一定の基準でランク付けいたしまして、ランクの高い運転者には、旅客がいらっしゃる中で、どのような目的地でどのくらいの所要時間なのか、長距離であるのか、短距離であるのかも併せて伝えるよ

うな場合もございます。

それから、配車マッチングの基準というのは変更されることがあります。事業者からの意見としては、明確な基準やルールについて説明を受けたことがないとのことでした。

また、タクシー事業者間での差別的な取扱いはしていないと配車アプリ事業者は言っておりますが、今後タクシー需要が減少するなどした場合に、配車アプリ事業者が資本関係のあるタクシー事業者を優遇するのではないかと心配しているとのことでした。

加えて、基準の変更については、ほとんど一方的な通知であったという内容でございます。

これに関する独占禁止法、あるいは競争政策上の考え方でございますが、市場における有力な事業者である配車アプリ事業者が恣意的に特定のタクシー事業を有利又は不利になるように取り扱うことは、独占禁止法上問題となるおそれがあるとしています。

それから、配車アプリ事業者が優越的な地位にある場合には、配車基準の変更が正常な商慣習に照らして不当にタクシー事業者に不利益を及ぼす場合には、独占禁止法上問題となるおそれがあるとしています。

次に競争政策上の考え方においては、配車アプリ事業者は、その基準について明確化した上で、タクシー事業者に十分に説明し、透明性の維持向上を図ることが望ましいと考えております。

また、基準を変更するためには、タクシー事業者に十分に説明して、時間を十分に設けるといったことが重要であるということの提言をしたものが一つ目となります。

二つ目は、ほかの配車アプリの利用制限になります。

有力な配車アプリがあった場合に、タクシー事業者に対してほかの配車アプリとの取引を制限するような場合でございます。また、ほかの配車アプリを利用しなければ一定の優遇をするということも同様の効果をもたらすおそれがございます。

その上で、現状を見ていただきますと、一部の配車アプリ事業者では、配車マッチングの際にタクシー事業者が一定の優遇を受けるための条件を

定めています。

事業者からの意見としては、タクシー事業者に対する通知において、比較的単価の高い配車については、同社のアプリのみを利用するタクシー事業者に対してのみ配車を行うと記載があったと聞いているというような話もございました。

独占禁止法上の考え方でございますが、ほかの配車アプリを利用しないことを求めることなどにより、配車アプリサービスに係る新規参入や既存の競争者の事業活動に悪影響が生じるおそれがある場合には、独占禁止法上問題となるということが二つ目となっております。

続きまして三つ目は、タクシーメーター市場で有力な事業者による自社配車アプリの利用強制になります。これは内容が少し複雑ですので、現状を御説明する前に口頭で説明をさせていただきたいと思っております。

タクシーメーターというものは、距離に応じて運賃がどのぐらいになるかを表示するものとなります。タイヤの回転数を計量機器で測り、どのぐらいの距離を走ったかを計算し、走った距離に応じて運賃が幾らになるかを表示する形式のメーターは、いわゆるハードメーターというふうに呼ばれております。

このメーターについては、配車アプリを接続している場合が多いとのことです。接続した場合、空車・迎車・実車等のステータスが自動的に連携されたり、タクシー運賃等の配車アプリ用端末への誤入力が発生しないというメリットがありますので、こうした接続がなされているというのが現状となっております。

ただ、現在、デジタル技術が発達しておりまして、計量機器でタイヤ回転数を測らなくても、アプリで位置情報から運転距離をおおむね間違いなく計測できるような状況が技術進歩によってできつつあるということでございます。

このようなメーターは、ハードで計測するのではなくて、アプリで計測しているのでソフトメーターと呼ばれているわけですが、そのソフトメーター制度が導入されて、3月から認定が始まったという状況になっております。

先ほど申し上げたように、ハードメーターに比べるとソフトメーターというのは非常にコスト的にも有利になるかもしれませんので、今後、置き換えが加速化することが想定される状況になってきているということでございます。

そうした中で事業者からの意見でございますが、配車アプリとソフトメーターは同じデジタル技術でございますので、配車アプリ事業者がソフトメーターを提供するということが十分に考えられて、現にそのような提供が可能となっているという報道があると聞いております。それが結果として広く普及した場合に、当該配車アプリ事業者が提供する配車アプリの利用が更に増える可能性がございます。そして、その配車アプリ事業者が提供するソフトメーターに、ほかの配車アプリ事業者の配車アプリを接続させないということになったら問題ではないかといったような心配が事業者から示されたということでございます。

これに関する提言ですが、独占禁止法に係る部分につきましては、タクシーメーター市場において有力な事業者が、自身が提供するソフトメーターを利用する条件として、自身が提供する配車アプリを併用すること又はほかの配車アプリ事業者が提供する配車アプリを利用しないことをタクシー事業者に求めることにより、ほかの配車アプリ事業者の事業活動に悪影響が生じるおそれがある場合には、独占禁止法上問題となるおそれがあるということでございます。

また、競争政策上の考え方につきましては、タクシー事業者が採用しようとするどのアプリでも、ソフトメーターと接続できることが望ましいですし、またタクシー事業者が仮に複数の配車アプリを採用しようとする場合、ハードメーターでは、ジャック数による制約がございますが、ソフトメーターであれば、そのような制約も余りないことから、複数の配車アプリがソフトメーターと接続できることが望ましいということでございます。こういった内容を提言したものが三つ目となります。

四つ目は、優先配車サービスでございます。

タクシーがたくさんあればいいんですけども、タクシーが足りない需給逼迫時という時間帯があると言われております。そうした際に多くの旅客

から配車依頼があった場合にどうなるかということでございます。

その際には、旅客の中にはどうしてもタクシーを見つけたいということで、配車アプリに対して追加料金を支払うことで、少ないタクシーの中からきちんとタクシーを見つけられるようにしたいということでございます。

それでは、旅客が追加料金を配車アプリに払うというのは一体どのようなものなのかということでございますが、これは配車アプリ事業者が旅客に代わって周辺の車両に空きが出るまで探車を続け、空車が発生し次第、タクシー等を手配するということとあります。これは、旅行業者がホテルの部屋を手配する中で、ホテルの空室が少ないときに部屋を探すということと同様に、少ないタクシーの中から空きが出るまで探すという旅行業者としてのサービスを提供している状況でございます。

配車アプリ事業者による旅行業者としてのサービスですので、当然タクシー事業者には運賃の追加額が収入として入らないということとなります。

これに関して競争政策上の提言としましては、タクシー等にも追加料金が支払われれば、市場メカニズムの価格調整機能によって、タクシー事業者の方は、事業者の収入の向上を通じまして、タクシーの供給量の増加に努めることとなります。

そういった観点から、旅客が需給逼迫時に支払う追加料金がタクシー等の事業者の元に入るように、具体的には運賃の多様化、例えばタクシーの料金というのは現在時間に対して一律の料金になっておりますが、例えばピーク時にはピーク時の料金、オフピーク時にはオフピーク時の料金といった形で、需給の状況に応じてタクシーの運賃を多様化できるような制度を国土交通省において検討できないかといったものが提言の一つとなっております。

もう一つの提言は、タクシーの需給逼迫は生じない方が旅客の利便性は高まるわけでございますので、関係者におかれては、ちゃんとその需要を見出すように、しっかり供給に努めていただきたいといった内容となっております。

ここから先はタクシーの乗り場に関する提言となっております。

一つ目が、配車されたタクシーが例えば駅前広場に行ってお客様を乗せ

たいと思ったときに、駅前に入構できればよいのですが、入構できなかった場合にどうするのかといったことの調査です。

現状ですが、地方公共団体にアンケートを行ったところ、御回答いただいた1,333か所のうち7割は自由に入構ができたんですが、3割は入構に関する承認が必要であるという状況でございました。

現状の二点目にありますが、その3割のうち3分の1程度から入構の承認をタクシー団体に事実上委ねているといったような回答があったということでございます。

事業者からの意見を聞きますと、タクシー事業者からタクシー乗り場への入構を断られたといったような話も聞こえてきたところでございます。

独占禁止法上の考え方でございますが、タクシー乗り場の管理者が協議会等にこのような意思決定を事実上委ねている場合において、既にタクシー乗り場への入構が認められたタクシー事業者が新規参入のタクシー事業者の入構を不当に妨害する場合は、独占禁止法上問題になるおそれがあるというものでございます。

競争政策上の考え方としては、タクシー乗り場の管理者が新規参入の阻害につながらないような基準を設定して、タクシー事業者からの個別申請がもしあった場合にも適切に対応することが必要であるという内容となっております。

次に入構できたタクシー等が駅前広場の乗り場のところに、きちんと乗り降りができるのかどうかということが二つ目の提言となっております。

現状のところ、多くの駅前広場ではアプリで配車されたタクシーも乗り入れできるということですが、一方で、乗車不可になっているところも結構あるとのことなんです。

もちろん、駅前広場でタクシーに乗れた方が便利だということですが、競争政策上の考え方について御説明いたします。

基本的には駅前広場などに関してはスペースの制約がございまして、難しいところではありますし、また普通のタクシーでは順番に来たところに順番に乗ればいいのですけれども、配車タクシーは乗る車が決まっているため、乗り方が少し難しいと思われまして。そういった意味では少し工夫が

必要となってまいります。ただ、その工夫をすれば、駅前広場の管理者が、うまく乗り入れができるような場合もあるので、タクシー事業者などの利用者のニーズも踏まえて、場所的制約の下でもできる限り円滑に配車アプリ等のタクシーに乗車を可能とするための所要の措置を講じるべきであったと思われる。

資料には書いておりませんが、具体的にはどのようなものが考えられるのかという点につきましては、例えば駅前の場所が狭くとも、近くの公道に少し駐車スペースがあるのであれば、そこに配車されたタクシーの乗り場を設置する。あるいは空港の限られたスペースであれば、配車されたタクシーをきちんと順番に案内して乗せていくような案内人を配置するといった優良な事例もありますので、このような事例も実態調査報告書の本体で紹介しているということとなります。

私からの説明は以上で、ほかは質問に答える形で追加の説明をさせていただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

○柳川会長 ありがとうございます。

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

御質問の際は、該当資料のページ番号を最初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、いつものように、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、御発言希望をお知らせいただければと思います。

まず、事前登録リストにある土田会員からよろしくお願いいたします。

○土田会員 ありがとうございます。二つほどコメントをさせていただいて、そしてその後でコメントに関連したシンプルな質問をさせていただきたいと思っております。

コメント、意見ということでございますけれども、一つ目は4ページ、先ほど説明していただきました配車マッチング基準等における差別的な取扱いというところでございます。

報告書本体の方にはかなり詳しいことが書いてあって、配車アプリ事業

者の側は特定のタクシー事業者を優遇するような基準は設けていないとか、特定のタクシー事業者を優遇するものではない、といった回答が多くこれがほとんどなんだろうと思います。

ところが、報告書本体の22ページですけれども、タクシー事業者の側からの回答を見ると、ある時期において配車依頼の数が極端に減ったとか、あるいは以前に比べて配車数が3分の2程度に減少しているという回答がございました。両サイドから相当に異なった回答が出てきているようにも見えるわけです。

そこで、なぜなのかと思い少し考えてみたのですが、韓国のKAKAOタクシーの事件は参照されましたでしょうか。2年ほど前ですが、韓国で同じような事件がございました。KAKAOタクシーのケースですけれども、少し似ているのではないかと思います。つまり、日本でも配車をする基準自体は公平である。資本関係にあるグループのタクシー事業者に配車を依頼する場合と、そうでない場合とで、近くにいるタクシーとか、あるいは迎車に時間が掛からないタクシーに依頼するという基準自体は多分同じなのだと思いますけれども、韓国の場合は基準の運用とか実施方法が異なっていたようです。

具体的にいいますと、KAKAOに加盟しているタクシー事業者に配車依頼する場合には、その運転手が明確に拒否しない限りは3秒から5秒で、自動的に配車決定するというようになっていたようです。

他方、KAKAOに加盟していないタクシー事業者に対しては、その運転手が明確に受諾・了解しない限りは配車しない。そのような運用をやっていたそうです。

つまり、単純な例ですが、配車の基準だけではなくて、基準の具体的な運用の仕方、これはアルゴリズムの操作なのか何なのかよく分かりませんが、これが実際には公平になっていないということがあり得るので、基準だけではなくて、一步踏み込んで、その実施方法をみないと差別的な取扱いかどうかということとは分からないのではないかと思います。

それから二つ目、今度は7ページの優先配車サービスというところでご

ざいます。これは現在は配車アプリ事業者が旅行業法上の手配旅行を行っているということになるのであろうと思います。そのため、道路運送法の規制は全く及ばず、旅行業法で手数料を明確に定めていれば、それでよいということです。確かに、優先配車サービスというのはタクシー運送に直接関連するサービスではありませんが、タクシー事業者の料金、例えば迎車回送料金などによく似た関係にあるものだと思います。少なくとも消費者から見ると、これは誰がどういう料金を取っているのか、手数料を取っているのか区別が付きにくいということだと思います。

タクシー事業であれば公益事業の一種ですので、運賃・料金は概ね認可制の下に置かれますけれども、この配車アプリ事業者の優先配車サービスは先ほど言いましたように道路運送法上の規制はかかっていないということで、現在、国土交通省の方で検討されているということなのだろうと思います。ただ、配車プラットフォームというのは、食べログや楽天市場、Amazonマーケットプレイスとはちょっと違うのではないかと。一般公益的なサービスを提供するデジタルプラットフォームであって、合理的、非差別的、透明なサービスを提供しなければいけないという考え方はあるわけですね。そのため、直ちに独占禁止法を適用するとか、新しい法律を制定するという事は難しいかと思いますが、国土交通省の方で優先配車サービスについても検討されていると、認可制の下に置くということで検討しているらしいですが、それは望ましい方向なのではないかというコメントでございます。

次に簡単に質問をしますが、調査対象になった5つのアプリ事業者のうち、資本関係にあるタクシー事業者があるものは2社ということでしょうか。GOとS. R I D Eだけでよろしいのでしょうかということですね。以上です。

○福田調整課長 御質問とコメントに関する見解は私からの個人的な見解となりますが、お答えさせていただきたいと思います。

韓国の事例を紹介していただきました。正にその辺りも御説明があったとおりに思います。これはアルゴリズムをどのように適正に運用しているかどうかについて、建前上はそういう運用をしないという明確な説明を

していただいている状況にはあるので、それが本当なのかどうかということに関わってきます。それから、韓国のように運用自体がはっきり違うということが分かっているならば、異なる扱いをしていることが明確になっており、この点を事業者に明確に説明し、事業者の納得の上で運用していけば直ちには問題とはなりません。その辺りが恣意的に運用されているかどうかということは、執行面で様々なことを考えていく必要のある話だと思います。

また、背景に資本関係がある事業者は差別的な取扱いを行う疑いがあるのではないのかということ、資本関係がないタクシー事業者がよく思われるということがあります。その意味では、GOは先ほど設立の経緯から申し上げたように日本交通の子会社が基になっております。東京で有名な大手タクシー会社4社というのは大日本帝国という呼ばれ方がございまして、大和自動車交通、日本交通、帝都自動車交通及び国際自動車の4社があり、これら4社が2社ずつに分かれて、GOとS. R I D Eができてきたという経緯がございまして、そのため、資本関係で強く指摘されているということでもあります。また、新規参入したnewmoはタクシー会社を買収して参入しておりますので、資本関係に関する議論は場合によっては出てくるかもしれません。

ただ、いずれにいたしましても、資本関係が特に議論になりやすいのですが、どういう形でタクシー事業者に異なる扱いをするのか、もし異なる扱いをするのであれば、この点を明確にし、関係者の納得の上で実施すべきであるというメッセージをはっきり発信しようと思ひ、この提言をさせていただいているところでございます。

それからもう一点、国土交通省の交通政策審議会があったかと思ひます。正にこの点も土田会員から御指摘いただきましたように、単にタクシー配車アプリを旅行会社と同じ並びで考えることが十分なのかどうかという議論が正に行われているところでございます。

私どもから運賃の多様化に関する提言も出させていただいておりますけれども、その点も含めパッケージ全体をどのようにしていくのかという点を1年程度かけて検討するという方向性が示されておりますので、我々と

しては、引き続きその辺りの検討の状況も注視してまいりたいと考えております。

○柳川会長 よろしいですか。そのほか御登録がない方も御発言を御希望でしたら、挙手なりをお願いします。それでは、依田会員どうぞ。

○依田会員 事前登録ではありませんが、一つだけコメントがございます。7ページの提言のところございまして、提言には賛成でございます。これは大変興味深くて、需給逼迫時に追加料金を取るというところございまして、我々経済学の立場で見て、一種の差別的対価のダイナミックプライシングに当たるのではないかと思ひ浮かべながら話を聞いておりました。

ダイナミックプライシング自体は電力等でも利用されているところであって、その経済的合理性に照らして問題ないと思う一方で、少し心配なところもございます。こういったデジタルの技術を使って、どんどんとダイナミックプライシング的な慣行が広く一般的になっていき、また、このようなデジタル技術を使いますとパーソナル化も非常に簡単になっていきますので、京都でもそうでございますが、なかなかタクシーが取りにくくなってくと、オークション化しやすくなる傾向がございます。

オークション化していくときには一つ問題がありまして、こうした差別対価では概して言うと、欲しいものをお金を払ってでも何とかサービスを得ようとする傾向が出てまいります。分配上の問題でいいますと、消費者余剰がどちらかという生産者余剰によって奪われていく傾向がございます。

今回、スライドの7ページで非常に興味深いなと思ったのは、分配上の生産者余剰の分配も、手数料は配車アプリ事業者の方に入って、現場のタクシー事業者の方にはなかなか恩恵が下りてこないという御指摘もございます。そういたしますと生産者余剰の分配もどんどんとデジタルプラットフォームの方に偏っていくのではないかというような印象を受けました。このようなダイナミックプライシング等がどんどんと広く使われるようになっていくときには、確かに一定の経済合理性、つまり効率性の観点ではメリットはございますが、より分配や公正性の問題にも注視して、このような問題について考えていかないといけないかなと常々思っております。

ましたので、少しコメントとして発言させていただきました。ありがとうございます。

○柳川会長 特にレスポンスはよろしいですか。

○福田調整課長 これは様々な面がありまして、国土交通省においては、タクシーの料金も公共料金であるということですので、正に公共料金ということは、今の御指摘の部分が非常に重要な観点になってくるかと思えます。そのため、これも議論はございまして、規制を自由にしていけばいいというサイドから見れば、自由な料金でという議論もある一方で、公共料金になるため、ある程度利用者が使いやすい料金の水準でということを示していくべきだという議論もあります。

ダイナミックプライシングが一番その典型であるということですが、そこまでいなくてもピーク、オフピークという言い方をさせていただいたのは、その辺りのレベル感というのも、国土交通省でどのように検討していくかという一つの論点になろうかと思えます。その辺りは、正に国土交通省において両方の面から検討されているものだと思いますので、状況を注視してまいりたいと考えております。

○柳川会長 ありがとうございます。

それでは河野会員、お願いいたします。

○河野会員 日本消費者協会の河野と申します。御説明ありがとうございました。

消費者目線で簡単に受け止めだけお伝えしたいというふうに思っております。

旧来型のビジネス環境にデジタル技術が導入されたことで、利用者から見ますと、とても便利になったと感じる分野にタクシーの配車アプリがあります。思い返してみますと、並ぶ、待つ、呼び止めるなど利用者側が能動的に行動しないと乗れなかったタクシーがスマホの操作だけで向こうからやってきて、支払いまで完結してくれるのですから、利用者側としてはこうした円滑な仕組みの導入に対して、便利になった、ありがたいと思えます。一方で、今回の実態調査より、利用者からは見えにくいデジタルプラットフォームを介した事業構造やタクシー乗り場の管理運営上の慣習など、対処が必要な課題が隠れていることが分かりました。

タクシーは公共交通という位置付けであるため、運賃等は認可制となっており、消費者も一定程度その仕組みは理解しております。一方で、付随する各種サービスの対価として支払うことになる料金については、よく分かっていませんし、配車アプリの利用料が自分の支払う運賃のどのくらいを占めているかというのも、現状を知るすべもありません。

今後、日本版ライドシェアを始めとして、タクシー利用の形やサービスの提供が変化していくと思います。9ページの最後のところにまとめてくださいました事業者間の公正かつ自由な競争の促進につながるような取組につきまして、事業者間の自由な競争が優先されることで、料金收受も含めた事業環境について、利用者にとって公正と感じられないような事業環境とならないように、是非公正取引委員会の皆様には監視を続けていただきたいと思います。

最後に、これは消費者側からは特段大きな指摘はなかったと思うんですけども、今回の調査でヒアリング対象となった消費者団体からはどのような意見があったのかお伺いできればというふうに存じます。よろしくお願ひします。

○柳川会長 それでは、お答えをお願いしますでしょうか。

○福田調整課長 まず消費者団体からの御意見については、正に様々な御意見を頂きました。先ほどお話がありましたように、例えば「小さい子連れの親子が配車アプリをよく利用するようであるが、駅前までタクシーを配車できず、駅から離れた場所で乗り継ぎが不便だと聞いている」という意見がございまして、便利になったんだけれども、更に便利になってほしいといったような話もあり、乗り場の問題にも少し手を入れているといったところでございます。

それから、「優先配車サービスに関し、タクシーの運賃等に最大980円が上乗せされることについて消費者の理解が得られているのか」という意見がございました。これは先ほどお話がありましたとおり、優先配車サービスは一体どんなサービスなのか、実は消費者の方に余りよく理解されていなかったという状況でしたので、優先配車サービスが具体的にどのようなものかというのを報告書で皆様に説明させていただいているところです。

そういう意味では、その意見は消費者が上乗せ料金のことを正しく理解できるような説明がなされているのか注視する必要があるということですので、ここでも説明をしているといった面がございます。

また、先ほどタクシーの配車アプリの料金が一体どうなっているのかという御意見につきまして、その辺りも我々が調査した中で、世の中に分かりやすく説明していくことが重要だと考えております。この点につきまして、報告書の本体の17ページに、基本的に配車アプリ事業者は4社あり、1回の配車当たり100円を基本として取っているような事業者もあれば、特に旅客からは利用料を徴収していない事業者もあるとのことですので。こういった調査内容もなるべく取引の実態を明らかにするという意味で書かせていただいております。

○河野会員 ありがとうございます。

○柳川会長 時間も来ておりますが、少し大事な話だと思うので、私からもコメントいたします。

皆さんからの御指摘と同じことだと思いますが、利用者目線からすると思わぬ料金が取られており、それは優先配車サービスなのかもしれないけれども、いつの間にか料金が上がっているのではないかという点は、一利用者としてもそうですし、多くの消費者は感じているのではないかと思います。この点は、先ほど御指摘がありましたとおり、道路運送法上の話だという立て付けになっておりますが、一方で、これは要するに配車アプリというプラットフォームが持っている独占力が価格を上げているんじゃないかという懸念があるということだと思います。

この点に関して質問なんですけれども、今回の話はどちらかというと、配車アプリとタクシー事業者との間の関係性について、独占禁止法上の問題や課題がないかどうかということ随分話していただきましたが、先ほど皆さんが御指摘になった点は、どちらかというと、アプリ事業者と旅客との間に独占禁止法上の課題や問題がないかどうかということだったと思います。

報告書の中でどこまでアプリ事業者と旅客との関係における問題が掘り下げられているのかを補足していただけますでしょうか。

○福田調整課長 承知いたしました。まず配車アプリ事業者の収益というところに関しては、具体的な資料がここに得られているわけではないんですけれども、基本的に例えばタクシー事業者からの収入と、それから先ほど4社ある中で旅客からの収入があるところもあれば、実際ないところもあるということがございました。

その中で、非常に高い収益が上がっているという会社でもないというビジネスの状況だというふうに個人的には考えております。その中で、旅客からどれだけ収入を得ているのかということに関しましては、タクシーの運賃もこの規制の体系下で、別に流しで拾っても、タクシー配車アプリで拾っても基本的には変わりはありません。そこに旅客に関しまして、料金が上乘せされているかどうかという問題ですけれども、例えば基本的に1回当たり100円を徴収している事業者があれば、徴収していない事業者もあるということを実態として御紹介させていただいております。ただ、その水準が高過ぎるというような話は余り聞かれませんでしたので、この点に関しては、とりあえず配車アプリ事業者が独占力を使って旅客から価格的に高額な手数料を徴収しているという状況には今ないのかなというふうに私は感じておりました。

○柳川会長 すみません、個人的な御感想ではなく、公正取引委員会はそのような結論に至ったということなのか、それとも報告書の中では未解明なのか、あるいは引き続き検討しているのか、といった公正取引委員会のスタンスをお話しいただきたい。

○福田調整課長 失礼しました。公正取引委員会のスタンスといたしましては、基本的に配車アプリ事業者とタクシー事業者の取引を中心に調査をしたということでございます。

○柳川会長 ありがとうございます。恐らく皆さんの今日の御意見は、旅客との関係性についても調査対象として意義があるのではないかと御意見だったということかと思えます。今回の報告書はそういうことで非常に意義があった話だと思えます。

山下会員、御意見を頂ければと思えます。

○山下会員 今の点に加えてなのですが、サービスの質というのが、会員が増える、

特に個人タクシーの会員が増えることによってサービスの質が下がる可能性があるということが、Uberなどの海外の事例で観察されるようです。私が日本で個人的に経験したんですけれども、予約完了したにも関わらず立て続けに3回もキャンセルになった例があります。このような事態を避けるためにプラットフォームにはフィードバックシステムがあります。多分、大手のタクシー会社ですと、このフィードバックシステムというのが社員のドライバーに対するインセンティブに連動させるということができると思うのですが、個人事業でやっているブランドが成立しにくいのでフィードバックというのは機能しにくいのではないかと。そのような意味で、過去に余り望ましくない行動をした事業者も排除されにくいようなフィードバックが働きにくいプラットフォームが独占することによってサービスが劣化する可能性があるということもあると思います。そのため、この辺りももし今後検討されることがありましたらコメントいただきたいと思えます。

以上です。

○柳川会長 ありがとうございます。この辺りは国土交通省でも議論がありますし、国土交通省と公正取引委員会と消費者庁が関連するところではありますけれども、皆さんの御意見ではかなり注視するポイントだということだったと思います。よろしいですか。

では、田中会員どうぞ。

○田中会員 簡単にコメントしたいと思います。私のコメントも利用者サイドの話ですけれども、実際に今日来るときもタクシーの配車アプリで来ました。ユーザーの視点からするとタクシー配車アプリというのはユーザーがランク付けされ、ランク付けによって雨のときの配車のしやすさとかが決まったりします。どうしても雨のときなどは、なかなかタクシーが捕まりにくいものですから、自分のランクを維持するために普通るときも使っているみたいな、そんな精神的なプレッシャーに追い込まれて普段から使っているみたいなところがあります。これが競争上どういう問題があるかはともかくとして、恐らく利用者側でも相当問題がいろいろあるんじゃないかと思えますので、是非利用者側の問題もまたしっかり調査いただければと思

ます。

以上です。

○柳川会長 ありがとうございます。まだ御意見はおありかと思えますけれども、少し予定の時間を過ぎておりますので、次の議題に進ませていただきます。

次の議題は、企業における独占禁止法コンプライアンスの向上に向けた取組です。岩下経済取引局総務課長から御説明をお願いいたします。

○岩下経済取引局総務課長 経済取引局総務課の岩下でございます。よろしくお願いいたします。

私からは、企業における独占禁止法コンプライアンスの向上のための公正取引委員会の取組ということで、先週、6月20日でございますけれども、私ども企業コンプライアンスに関する実態調査というのを行ってございまして、そちらの調査結果を取りまとめて公表いたしましたので、その内容を御報告させていただきます。あと一昨年、令和5年12月になりますけれども、独占禁止法コンプライアンスプログラムの整備・運用のためのガイドというものを公表しております。こちらのガイドにつきまして、ただいま申し上げた実態調査の結果を踏まえて改訂いたしまして、併せて6月20日に公表しております。本日はそちらについても併せて簡単に御説明させていただきます。

御手元の資料の3ページ、調査の趣旨等というところをご覧ください。

公正取引委員会では競争的な事業活動が企業等において自律的に行われるような環境を実現することが必要であるということから、アドボカシー活動の一環として、企業コンプライアンスの向上に向けた支援ということを種々取り組んできております。

他方、そうはいつでも独占禁止法違反行為というのは、ご存じのとおりなかなか無くならないわけございまして、各事案でもコンプライアンスが実効的に機能していないと疑われるような事件というのも引き続き発生している状況でございます。

また、最近のトピックといたしまして、先ほどタクシーの話でも出ましたけれども、アルゴリズムの話やAIの発達、それから労務費等の転嫁といった社会的な問題もございます。

最近の違反事件を見ておりますと、カルテルや談合といった、いわゆる不当な取引制限といったものにとどまらず、不公正な取引方法を中心とした事案というのも最近は様々見えてきていて、そういった事案への対応というのも重要性を増している状況でございます。

そのようなことを踏まえまして、今般の実態調査では、東証プライム上場企業1,643社を対象といたしましてアンケート調査を実施して、その中から一部企業に対してヒアリング調査を実施したというところでございます。

上場企業を対象にこういったコンプライアンスの調査を実施するという事は平成24年以来となっております、12年ぶりというものでございます。

また、冒頭申し上げた令和5年12月に公表したコンプライアンスのガイドにつきましては、資料がなかなか分厚くて、もとより上場している企業や大きな企業でないと対応できないというような声もございます。中小企業にも参考になる情報というものをより載せるべきではないかというような声も聞かれてきたところでございまして、その観点から今回の実態調査では、数は多くはございませんけれども、中小企業からもヒアリングを行いまして、その内容についても御紹介しているというところでございます。

アンケート調査でございますけれども、先ほど申し上げたとおり、東証プライム上場企業に対して行ったということで、回収率が52.9%、回答企業数869社というところでございまして、回収率は比較的良かったのかなと考えております。

ただ、今回実態調査を行った調査対象企業1,643社に過去に排除措置命令などの処分などを受けたことがあるかどうかということを確認してみました。過去20年以内に処分等の経験があるような企業と、経験がない企業というところでコンプライアンスに対する実施状況について少し違いが見られないだろうかということで、各項目について比較をしております。

資料の3ページにございまして、回答につきましても、処分歴のある企業の方がよく対応してくださるというようなことで回答も多くございますので、この後御紹介いたします各調査項目の内容というのも、ややバイアスがかかっているというようなことはあろうかなとは思っておりますので、

その点だけ御留意いただければと存じます。

次に4ページでございます。ここからはアンケート調査の個別の項目について幾つかいつまんで御紹介をさせていただきます。

こちらでは、経営トップのコミットメントに関して調査した結果を御紹介いたします。

企業におきましては、独占禁止法だけでなく、人権問題や個人情報保護など様々な観点から、いわゆるコンプライアンスというものについては何らかり組んでいらっしゃると思います。経営トップにおきましては、コンプライアンス全般に関して少なくとも何らかのメッセージを発しているというところが9割ということで、それはどこでもやっているというようなことかなと思います。

ただ、その一方で、経営トップの方が独占禁止法に言及して何らかのメッセージを発信しておられるような企業ということになると約3割強に減り、特に独占禁止法に対して抽象的な話ではなく、独占禁止法に違反して儲けたお金は要らないなどといった具体的なメッセージを発している企業というのは約1割強といったところでございます、まだまだ少ないのかなと感じたところでございます。

また、経営トップが独占禁止法に言及して具体的なメッセージを発信しているところの方が、よりコンプライアンスに関する各種の取組も積極的に実施されているという傾向が見られたところでございます。

資料20ページに提言等ということで幾つか書いているのですが、経営トップの強いコミットメントというのは、コンプライアンスについての一丁目一番地ではないかなと考えておりました、競争に正面から向き合うという風土を経営トップ自らが強く持って、それを強く従業員に示していくというところが非常に重要かと考えております。私どもは経営トップの皆様方に強力なリーダーシップで独占禁止法のコンプライアンスの推進に取り組んでいただきたく、今後このような実態調査の結果やガイドの啓発、周知活動の中で強調してまいりたいというふうに考えております。

次のページでございます。社内規程やマニュアル、基本方針などを整理されていますかという質問でございます。様々な規範があろうかなと思

まずけれども、より抽象的な行動規範等は企業の約8割が策定しているということでしたが、より細かい具体的な独占禁止法のコンプライアンスに関する基本的な規程やマニュアルなどを整備しているという企業になると、やはり数が減ってくるという状況でございます。

このページの下に棒グラフが三つほどございます。こちらは、処分歴のある企業が処分を受けたタイミングと、こういった行動規範や基本規程、マニュアルといったものを整備したタイミング等の前後関係を時間的に並べて見てみたというものでございます。

一番左の赤いグラフは抽象的な行動規範の策定期間でございます。この行動規範でいきますと、処分とか、そういったことが起こる前から策定していたという企業がある程度存在しております。独占禁止法に関する基本規程の策定期間に関する中央のグラフや右側の独占禁止法マニュアルの策定期間に関するグラフをご覧くださいますと、グラフの中心の点線のところというのが処分などが行われたタイミングになりますが、そのタイミングの前後のところに策定期間が集中しているというような様子が見られます。

8ページの上の段でございます。こちらは競争事業者との接触に関する社内ルールの整備・運用ということで、同業者との接触について社内ルールというのを定めているかどうかということを確認したものととなります。処分歴のある企業が処分を受けた月と接触ルールを策定した月を見ると、接触ルールの策定のタイミングは何らかの処分を受けたというような時期に集中しているという顕著な傾向が見られたところでございます。

このような傾向というのは、例えば公正取引委員会に立入検査に入られたタイミングであるとか、あるいは公正取引委員会の排除措置命令等の命令を受けたタイミングと、そのようなタイミングの前後のところで慌てて規程やマニュアルなどを策定して、泥縄的な取組がなされているというような可能性を示しているのかなと考えております。

私どもとしては、事が起きてからではなくて、問題が発生する前の先回りの対応というのに取り組んでいただきたいと強く感じておりまして、こちらにつきましても今後の周知活動の中で強調してまいりたいと考えてお

ります。

同じページの下の段に、独占禁止法に関する社内研修の実施状況を確認した話が載っております。約6割の企業がこのような研修は実施しておりますが、研修の対象について見ますと、経営トップを含む経営陣であるとか、あるいは新入社員といった層に対する研修は、ほかの職員に対する研修と比較して、研修を実施していないというような企業が相対的に多くなっているという状況が見られました。

先ほど申し上げたとおり、経営トップの強いリーダーシップというのを発揮していただくためには、経営トップ、あるいは経営層に対して独占禁止法の研修を実施していただくというのが有効だというふうに考えております。そのため、経営陣の強いリーダーシップ、あるいはコミットメントを打ち出していただくためにも、社内研修の在り方というところについても留意を頂き、その点についてもいろいろ周知してまいりたいというふうに考えております。

10ページでございます。先ほど最近のトピックということで、アルゴリズムの話やAIの発達という話について少し申し上げました。

こちら、独占禁止法に関する監査の実施状況に関する項目でございます。社内で独占禁止法をテーマとした監査を定期的実施している企業はどのくらいあるかというようなことを確認した項目でございますが、その中でAIの活用というのが行われているかどうかということ聞いてみました。数は多くはございませんけれども、一部の企業では監査の際にAIを使っているというような声も聴かれたところでございます。

具体的にどういうところで使っているのかということていくと、従業員のメールのチェック、メールモニタリングのところではAIを活用して、より怪しげなメールを探すために活用しているという声が聞かれたところでございます。

13ページへまいります。こちらは先ほど近年のトピックというようなことで御紹介したお話でございます。

まず、アルゴリズムの活用に伴うカルテルなどのリスクへの対応ということでございます。

アルゴリズムを事業に活用していく中で、近年、競争法との関係で、先ほどタクシーの話で出たものとは少し異なる視点でございますが、事業者が意図しないうちにアルゴリズムを活用していることによってカルテルのような状況が発生してしまう。そのようなことが起こり得るのではないかと最近いわれているところでございます。

アンケート調査票では、価格調査とか価格設定アルゴリズムに関する対応で、アルゴリズムを活用することで独禁法違反が起こり得るということについて何らかの念頭に置いた取組をされていますかということ聞いてみました。こちらについては、まだ残念ながらこれからの課題なのかなという状況でございます、ほとんどの企業が実施していないという状況でございます。

一部、4%ほどでございますけれども、「実施している」というふうに回答された企業について、どんなことをやっているんですかということをお尋ねしたところ、ECサイトの運営部門であるとか、他社に価格調査システム、そういうサービスを提供している会社などで独占禁止法上の問題が生じ得るという意識を少し持っていていただいているというような状況でございます、そういった事業者は法務と連携して確認しているというような取組をなされているとのことです。まだ一部の企業でございますけれども、これからの話かなという印象を受けたところでございます。

それから、二つ目の箱でございます。労務費等の転嫁に係るコンプライアンス体制の整備・運用ということ。ここ数年来、政府全体として、労務費等を適切に転嫁していくんだということで旗を振ってやってきているわけですが、企業において労務費等の転嫁について、優越的地位の濫用が発生しないように意識をしているかどうかを確認したところでございます。

これについては、念頭に置いて何らかの対応を実施しているというふうに答えてくださった企業が74%ということで、それなりに企業においては、その問題があり得るというようなことを認識されてきていると受け止めたところでございます。

一番下でございますけれども、私的独占や不公正な取引方法といった単

独行為と呼んでいるような、カルテル、談合ではないような独占禁止法違反行為、そういったものの未然防止というところについて何らか意識を向けた取組はされていますかというところを確認したところ、こちらについては労務費等の転嫁よりも反応が薄くて、やや残念でしたが、実施しているところが半数強というような状況であったところでございます。

資料14ページは、今度はガイドの認知度でございます。我々、このガイドを公表しておりますけれども、どれくらい認知されているのかなということ聞いてみたところ、アンケート開始前から知っていた企業というのは約4割程度ということで、それなりに知っていただいたのかなと思いつつも、まだまだ宣伝が必要ということ強く感じたところでございます。

ガイドが役に立ちましたか、立ちませんでしたかということ聞いてみますと、大体「役に立った」と回答してくださるわけですが、「役に立たなかった」という声も幾つか聞かれております。どういう点で役に立たなかったのかということで聞きますと、とにかく人的リソースが不足しているといった声、あるいは既に十分にやっているのに余り参考になることはなかったという声も聞かれたところでございます。もう既に十分だということにつきましては非常に頼もしく感じるところでございますけれども、リソース不足というところについては、この後お話しする中小企業の問題とも非常に一致する話だと受け止めたところです。

資料の15ページでございます。冒頭申し上げた中で、中小企業についても役に立つような内容をガイドに少し盛り込みたいというようなことで、中小企業からの声を今回の実態調査でも少し聞いております。

中小企業自身において、自社が独占禁止法に違反する可能性があるというようなリスクを認識されていたところというのは、残念ながらほとんどなかったというような状況でございます。

例えば優越的地位の濫用などを考えますと、自社が被害者になるというような、そのような可能性については結構多くの認識があると思いますが、ほかの違反行為では、中小企業だからといって適用対象にならないということではなく、カルテルとか談合は分かりやすい例かと思うのですが、中小企業におかれても、自社が被害者になることももちろんあるかもしれな

いけれども、自社が違反行為者になる可能性もあるんだということは御認識いただいた方がいいのかなという印象を受けたところでございます。

実際の実態調査ですけれども、コンプライアンス全般ということでいきますと、例えば業界団体や経済団体などが開催する研修会などに経営トップ自らが参加して事業に関連する法令等についての情報収集をしているというような声も聞かれたところでございます。トップの方にそういう意識を強く持って対応していただくことは特に重要と考えたところでございます。

リソース不足という話で、中小企業の方々が大企業と同じ取組を実施するということは、確かに難しいと考えられるところですが、逆にメリットもあるのかなと思います。中小企業の場合には経営トップの方々と個々の従業員の方々との距離が近く、強いトップのメッセージというのが届きやすくなり、コンプライアンスを推進していくに当たって、むしろメリットなのではないかと我々は考えています。そういう意味では、中小企業においては取り分け、そのようなトップの強いコミットメントが重要ではないかなということを思いつつ、ガイドの改訂にも力を入れて周知を図ってまいりたいというふうに考えております。

以上が実態調査の内容でございまして、最後に資料の35ページでございますけれども、コンプライアンスガイドの改訂も併せて行っておりますので、ガイドの改訂について簡単にお話しいたします。

冒頭申し上げたとおり、ガイドの改訂につきましては、もともとの構成を大きく変えるというようなことではなく、今回の実態調査の結果を踏まえまして、先ほど申し上げた中小企業の取組に関する話であるとか、アルゴリズムやAI、労務費等の転嫁、あるいは私的独占や不公正な取引方法といった単独行為への対応についての項目を少し追記いたしました。

それから、実態調査において収集できた良い取組事例について、参考となる取組の事例というようなことで、例を大幅に追加、差し替えたものでございます。

少し長くなりまして恐縮でございますけれども、私からの御説明は以上でございます。

○柳川会長 ありがとうございます。それでは、御質問、御意見に移りたいと思い

ます。

まず事前登録がある依田会員、お願いいたします。

○依田会員 2回目になって恐縮でございます。京都大学の依田でございます。

32ページでございまして、独占禁止法における監査の好事例として、入札に参加した公共事業の落札率を毎月チェックし、落札率90%以上の場合には応札価格の決定プロセスを調査しているという、そういう良い記述がございまして。

そういったデータドリブンで社内チェック等を徹底することは大変結構でございます。これに関しまして、多少経済学のポジショントクになるところもあって恐縮なのですが、近年の経済学分野においてそうしたデータドリブンの分析がすごく発展していて、カルテルや談合が疑われるようなデータから見た異常な事例について相当程度検知が可能になってきております。

余り長々とお話はいたしません、実際に令和6年2月に京都大学の中林純と東京大学の川合慶の研究グループが様々な自治体や企業に対して警告を送っております。その結果、大分市に対してそういったことの警告を行って、実際、大分市長等が動くことによって談合摘発の契機になったという事例がございまして、当該報道は全国的にも大変大きな社会的反響を呼んでおります。

私はその当時、経済学研究科長を務めていて、そういった情報提供の仕方に対しては大変反発や批判がたくさん寄せられて結構苦勞をしたのです。一方で実際にこういう摘発事例につながったということもありましたし、研究報告等も聞いていると、思った以上にカルテルや談合は無くならないのだなという印象を個人的にも受け止めました。

実際にこういう事例があったので、なかなか性善説だけに立ってコンプライアンスの強化だけでカルテル・談合を根絶するのは難しいというように私自身は今感じているところでございます。こういうコンプライアンスは大変重要で、結構なものでございますので、こういったデータドリブンである種アルゴリズム的な検知というのをも組み合わせて、カルテル等、実際大分市でうまくいった事例があったわけですので、対応していくといい

んじゃないかなということをお個人的には感じておりました、一言御意見を述べさせていただきます。

以上でございます。

○柳川会長 ありがとうございます。まとめて御意見を伺ってからお答えいただくということにしたいと思います。

それでは、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。前回のガイドのときにも関心を持っていたのですが、このような取組についてまとめていただくと、企業のコンプライアンス担当の方たちにとって非常に有益かと思えます。

特に資料の1ページ、4ページにありますように、処分歴のある企業の方が取組をよく実施している。中でも経営トップによる具体的なメッセージの発信については、処分歴のある企業の約半数がやっているということでした。また、同じ1ページの経済分析には、社内研修等を実施している企業ほど社内での相談件数や内部通報が行われたとあります。これらの点は、個人的な実感に沿っていると思えました。

一つコメントがあります。最近の動きについて、10ページと35ページに、メールモニタリングの際のAIの利用について今回調査されたとあります。ただ、両方とも一部の企業とありますので、余り数が多くない印象を持ちました。その背景として考えましたところ、特にコロナ禍後、企業のオンラインコミュニケーションが場合によっては非常に変化したところもありますので、その点について注意喚起したいと思います。

例えば、コロナ禍でオンラインのコミュニケーションツールとしてマイクロソフトのTeamsなどを導入した企業はかなりあると思います。そういうところではコミュニケーションツールとしてメールではなく、Teamsのチャットがデフォルトになっており、メールはわざわざ証拠を残したいときに限定して使用する事業者も出てきているようです。

今後の調査の際に、そのようなテクノロジーの進化や、より実態を踏まえていただければよいかと思い、コメントさせていただきます。ありがとうございました。

○柳川会長 ありがとうございます。

続いて、細田会員、お願いいたします。

○細田会員 商工会議所からまいりました細田でございます。今週月曜日には茶谷委員長にも御臨席いただきまして、商工会議所との意見交換会をさせていただきました。ありがとうございました。

そのときにも、中小企業のコンプライアンス体制について御意見申し上げており、多少繰り返すような部分もございますが、今回の調査対象はどちらかというと上場企業の方が多かったので、中小企業の立場から少し申し上げたいと思います。

中小企業は正直、コンプライアンス体制が脆弱です。

約半数の企業が法務に関しての課題として、人材不足とノウハウ不足を挙げております。また、約7割の企業がいわゆる法務担当者を設置しておりません。お話の中でも中小企業を7社調査されたということですが、できればもっと調べていただくと有り難かったなと思います。

そういった中で中小企業は、大企業との取引の中で、優越的地位の濫用等により、契約に関して非常に弱い立場に置かれているということが多くです。自分たちの持っている知的財産を侵害されるということですか、ほかにも契約上不利な取引を結ばされてしまうということは結構ございますので、その辺も調査していただきたいです。

それからもう一つ、先ほどフリーランスについてのお話があり、新法が施行されていますが、中小企業においても逆に、フリーランスの方々を使うという立場も出てまいります。使う立場でありながら、その辺に対するノウハウを知らない、法的に知識がないということも今後の問題として出てくるのではないかと考えております。

私は、商工会議所の中では経済法規専門委員会という委員会の委員長を務めていますが、その中で契約こそビジネスなんだということの一つスローガンに挙げまして、会員の方たちに対しての具体的な支援やセミナー等を行っております。

中小企業において専門人材が足りないという中で、各地商工会議所としても弁護士の紹介や法律相談といったこともやっておりますし、セミナー、研修等も行っておりますので、是非その辺りにつきまして政府におかれま

しても、中小企業のコンプライアンス体制の構築ということについてお力をお貸しいただければありがたいと思います。

以上でございます。

○柳川会長 それでは、これで事前登録いただいた方の御意見を頂いたと思いますので、お答えいただけますでしょうか。

○岩下経済取引局総務課長 どうもありがとうございます。

まず最初に、依田会員に御指摘いただいた点でございます。御指摘のとおり、私ども公正取引委員会といたしましても、各種ツールの高度化であるとか、あるいはアンテナを高く張っていくということについては常に意識していくことが大変重要というふうに認識しております。

御指摘の談合関係の案件でございますけれども、公共調達分野における、いわゆる談合ということになりますと、これを排除、防止するツールだということと考えますと、私ども公正取引委員会が事件調査を行って行政処分していくというのはもちろんなのですが、国や地方公共団体といった発注機関における意識改革というのも大変重要なのではないかなと考えております。特に発注機関の職員が入札談合に関与するような、いわゆる官製談合についての対応です。依田会員から御紹介いただいた大分市の案件もそのような問題になっていると承知していますが、官製談合を防止するためには発注機関側の取組というのは極めて重要であると考えております。

そのような意味で、本日は企業におけるコンプライアンスに関するお話ということで紹介させていただきましたけれども、私どもはそれに加えて、御案内のとおりですけれども、発注機関における入札談合等の防止のための取組ということについても精力的に取り組んでいるところでございます。引き続き発注機関の職員に対する研修の場なども利用しまして、会員から御指摘いただいた実例なども紹介して、意識を強く持っていただきながら、発注機関における意識改革というものについても後押しして頑張ってもらいたいと考えております。

それから、武田会員から御指摘いただきました、今どきはメールではなくてチャットをよく使っているというような御指摘は確かにおっしゃると

おりかなと考えております。コンプライアンスから離れますけれども、事件審査の場面における証拠収集という観点からも非常に重要、貴重な御指摘であると受け止めております。

また、本日御紹介いたしました実態調査の結果やコンプライアンスのガイドの周知活動を行っていく際にも、企業の法務部の方や監査を担当されるような方々にも御指摘の点については注意喚起してまいりたいと、そのように考えております。

それから、細田会員から御指摘いただいた点でございます。中小企業の皆様方がノウハウや人材が不足していて御苦労されておられるということはおっしゃるとおりかと思えます。政府としてどのような後押しができるかということでございますけれども、先ほど細田会員がおっしゃった日本商工会議所主催の講習会については私どもも、もし可能であれば、このような独占禁止法のお話ということで講師を派遣させていただくなど、御協力させていただければ有り難いなというふうに考えております。

今回のガイドや実態調査の報告書でも書いていますが、個々の中小企業における人材不足とかにつきましては、正にそのような団体での研修会等に積極的に参加することによって、個々の企業のリソース不足はある程度補完ができるのではないかと私どもも考えております。そういった点もこれから周知活動をしていく際には積極的に言ってまいりたいというふうに思いますので、またよろしく願いいたします。

以上でございます。

○柳川会長 ありがとうございます。では、由布会員お願いいたします。

○由布会員 どうも御説明ありがとうございました。1点だけ、これはコメントではなく、お願いでございます。

私は法律実務の世界におりまして、どちらかというとクライアントは上場企業がほとんどなのですが、そこで拝見するトップの在り方みたいなものが大変にすばらしくよくできている企業さんもあれば、ちょっとそうでないところと、ばらつきがございます。独占禁止法そのものではなくて、コンプライアンス全般で見た場合に、重度のハラスメントであるといった小さな話になってくると、どうしてもトップの方が、「えっ、これ私が言う

の？」といった反応が出ることもございます。そういうときに社内のコンプライアンス担当の人や法務の人は、目上の方なので、「いや、それでも社長」とはなかなか言いづらいところも出てくるかと思えます。そのような意味で、「いや、ちゃんと公正取引委員会のガイダンスにもありますよ」というのは本当に貴重だと思っております。特にこれから独占禁止法だけではなくて、フリーランス法とか下請法とか、非常に公正取引というものを判断する場面が広がってきておりますので、是非ともトップのコミットメントというところは今後ももうちょっと強調していただけると大変にありがたいと思えます。

○岩下経済取引局総務課長 どうもありがとうございます。我々も頑張って強調して周知してまいりたいと思えます。

○柳川会長 ありがとうございます。それでは、まだ御意見はおありかと思えますけれども、恐縮ですが、次の議題に移らせていただきます。

次の議題、フードサプライチェーンにおける商慣行に関する実態調査について、田中優越的地位濫用未然防止対策調査室長から御説明をお願いいたします。

○田中優越的地位濫用未然防止対策調査室長 優越的地位濫用未然防止対策調査室の田中と申します。私から、フードサプライチェーンにおける商慣行に関する実態調査報告書につきまして御説明させていただきます。

この報告書は本年5月12日に公表いたしました。報告書本体は60ページ余りのものがございますけれども、御手元の資料はその概要を記したものでございます。本日は、この資料に沿って御説明させていただきます。

資料の右下にページ番号を振っております、1ページを御覧ください。

まず調査の趣旨について御説明いたします。フードサプライチェーンにおいて生じる食品ロスでございますけれども、これは廃棄物の処理コストを底上げして、飲食料品に関係する事業者は廃棄に伴うコストを負担しなければならず、このような無駄な費用の発生には、フードサプライチェーンにおける商慣行が影響しているとも言われております。

なお、食品ロスとは、本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品のことを申します。

また、公正取引委員会は、従来からフードサプライチェーンの取引実態に関する調査を行ってまいりましたが、前回の調査がプライベート・ブランドの食品に関する調査でございまして、それから11年経っておりまして、加工食品業界における商慣行について問題を懸念する声が寄せられておりました。

こうしたことから、フードサプライチェーンにおける取引の適正化を図るとともに、食品ロスの削減を後押しすることを目的といたしまして、本件調査を実施いたしました。

次に、調査方法について御説明いたします。

調査は昨年9月から今年3月にかけて行いました。

まず全国17,445名の事業者に対しましてウェブアンケート調査を実施し、また公正取引委員会のホームページに設けました情報提供フォームでは、どなたでも情報提供いただけるようにいたしました。

そして、その後、87名の事業者に対してヒアリング調査を行いました。これらの結果をまとめましたのが今回の報告書になります。

次に2ページを御覧ください。

調査の対象といたしました商慣行は、以下では「本件商慣行」と申しますけれども、これについて御説明いたします。

本件商慣行は、事前に事業者団体にヒアリングを行いまして、食品ロスにつながると思われたものでございます。

順に御説明いたします。

まず一つ目は、3分の1ルールと言われているものでございます。これは製造日から賞味期限までの期間を三等分いたしまして、製造業者、小売業者、消費者の3者がそれぞれ3分の1ずつ分け合うという考えの下で、納品期限、あと販売期限、そして賞味期限として確保する商慣行のことでございます。

製造業者と小売業者の取引の関係では、製造日から最初の3分の1に当たる日を納品期限としております。

2ページで例を示しておりますけれども、例えば製造日から賞味期限までの期間が60日間であれば、納品期限は製造日から20日後に当た

る日が納品期限となるというものでございます。

二つ目は、短いリードタイムについてでございます。

これは、見込み生産をしなければ納品期限に間に合わないような短納期発注に応じることを当然の前提としている商慣行のことでございます。

三つ目は、日付逆転品の納品禁止でございます。これは小売業者に対して納品するに当たりまして、既に納品した商品の賞味期限又は製造日より1日でも古いものを納品することは認められないという商慣行でございます。

四つ目は日付混合品の納品禁止でございます。これは一度に同じ小売業者又は卸売業者に同じ商品を納品する際には、賞味期限又は製造日の異なる商品を混ぜることは認められないという商慣行でございます。

最後、五つ目が欠品ペナルティーでございます。欠品、つまり製造業者又は卸売業者が、小売業者から発注された数量を納品期限までに納品できなかった場合に、その理由のいかんを問わず、小売業者による販売機会を喪失させたということで、補償金の支払いなどの金銭的ペナルティーに応じなければならないという商慣行でございます。

これらの五つの商慣行につきまして実態調査を行いました。

次に、調査結果を御説明いたします。3ページをご覧ください。

ここでは、まず3分の1ルールと短いリードタイムについて記載しております。

3分の1ルールについては、まず一番上のグラフにございますとおり、「どちらかといえば不満である」ということも含めて、不満を感じている納入業者は7割を超えております。そして、不満を感じた理由が中央のグラフに記載しております。それによると、納品できなかつたり返品された場合の費用を全額負担させられたというものが最も多かったです。

また、回答者にヒアリングをしましたところ、卸売業者や小売業者から3分の1ルールを一方的に強制されたという声ですとか、あるいは卸売業者のミスにより納品期限を過ぎてしまったにもかかわらず、返品による廃棄や輸送に係る費用を製造業者に負担させていたという声がありました。

次に、短いリードタイムでございます。これにつきましては、不満を感

じる納入業者は合計で8割を超えております。発注数量からして短いリードタイムではとても生産が間に合わないという声ですとか、あるいは短いリードタイムに応じるために見込み生産をしたのに小売業者から確定発注数量として示されたものが小売業者からあらかじめ示されていた発注予定数量と大きく異なるといった声が多かったです。

そしてヒアリングでは、見込み生産をしたものの、そのとおりの発注数量とはならず、欠品ですとか、あるいは余剰在庫から生産コストが上昇してしまうという声ですとか、また短いリードタイムとセットで、いわゆる多頻度、小口配送を求められることが多く、それに伴う輸送コストの増加分について協議してもらえず、価格転嫁をできていないという声がありました。

次に、4ページをご覧ください。日付逆転品の納品禁止でございます。ほかの行為ほど不満は高くないと申しましても、半数を超える納入業者が不満を感じております。そして、その理由といたしましては、賞味期限には十分に余裕があるにもかかわらず、「商慣行だから」というだけで日付逆転品の納品を禁止されているということが最も多くございました。

そして、ヒアリングでは、卸売業者のミスにより日付逆転が生じたとしても、卸売業者から返品されることがあるとの声がありました。

次に、日付混合品の納品禁止でございます。こちらは8割を超える納入業者が不満を抱いております。その理由といたしまして、賞味期限には十分に余裕があるにもかかわらず、商慣行だからというだけで日付混合品の納品を禁止されているということが最も多かったです。

そして、ヒアリングでは製造業者は納品単位、ロットを定めているにもかかわらず、発注者はそのロットどおりに発注せず、その結果生じた、いわゆる端数の部分につきましては、製造業者はほかの製造日のものと一緒に納品しようとしても発注者の方から許してもらえず、結果、廃棄せざるを得ず、その処分費用は製造業者が負担させられているという声がありました。

次に、5ページをご覧ください。五つ目の商慣行でございます、欠品ペナルティーです。不満の声は8割を超えております。そして、ヒアリング

では欠品した理由が、いわゆる天災などの不可抗力による場合であっても、製造業者に欠品ペナルティーが課されることがあるという声がございました。

以上が調査の結果でございます。

そして、6ページ以降では、調査結果を踏まえて、独占禁止法などの考え方を示しております。

まず6ページの総論では、取引上の立場が相手に優越している事業者が、取引の相手方に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることは、優越的地位の濫用として独占禁止法上問題となるということをまず記しております。

その上で、留意点を記しております。

二つございまして、一つは発注者と納入業者との間で十分な協議が行われて、納入業者が納得の上で同意しているということが必要というものでございます。

もう一つは、仮に事前に協議の上で合意していたといたしましても、なお、ここで申します合意というのは、形式的に合意しているものも含まれます。つまり、納入業者が真に納得していない場合も含まれます。そして、納入業者にあらかじめ計算できない不利益や合理的範囲を超えた不利益を与える場合には問題となるというものでございます。

その上で、五つの商慣行ごとに優越的地位の濫用として問題となる場合を示しております。

まず一つ目の3分の1ルールでございます。

優越的地位の濫用として問題となる行為として二つ挙げております。

一つは発注者、つまり小売業者や卸売業者が正当な理由がないのに受け取ることを拒む場合です。

もう一つは、発注者が納入業者との間で返品条件を明確にしていない中で、納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与えることになるにもかかわらず、返品などをする場合です。

こうした場合に、納入業者にとって、今後の取引に与える影響などを懸念して受け入れざるを得ない場合には、優越的地位の濫用として問題とな

る可能性がございます。

次に7ページをご覧ください。

まず短いリードタイムについてでございます。短いリードタイムによる発注により、製造コストが通常よりも増加しているにもかかわらず、一方的に、著しく安い対価での取引を要請する場合であったり、あるいは実質的に発注があって、これを受けて納入業者が既に原材料などを調達しているにもかかわらず、発注者の一方的な都合により発注を取り消して、しかも製造コストなどを支払わない場合には優越的地位の濫用に当たる可能性がございます。

三つ目は日付逆転品の納品禁止でございます。それと、四つ目の日付混合品の納品禁止につきまして、これらはいずれも、先ほど御説明した3分の1ルールと同じ考え方でございます。つまり、正当な理由がなく受け取りを拒否したりとか、あるいは返品条件を明確にしていないうちで納入業者にあらかじめ計算できない不利益を与えたりするなどした場合には優越的地位の濫用に当たる可能性がございます。

具体的な事例といたしましては、三つ目の日付逆転品の納品禁止では、逆転品が発生した原因が道路事情など納入業者に責任のない事情であるにもかかわらず、納入業者と協議することなく納品を認めず、さらに廃棄、返送に係る費用を製造業者に一方的に負担させるようなことを挙げております。

また、四つ目の日付混合品の納品禁止でございますけれども、これもあらかじめ定めた発注ロットを守らずに発注して、これに応じさせておきながら、日付混合品の納品を認めず、廃棄に係る費用を納入業者に負担させることを挙げております。

続いて、8ページをご覧ください。五つ目の欠品ペナルティーについてです。

欠品ペナルティーについては、納入業者との間で十分協議することなく、納品されて販売していれば、得られた利益相当額を超える額を納入業者に負担させたり、あるいは正当な理由がないのに対価を変更しないものの、欠品ペナルティー相当額を差し引くことにより実質的に減額する場合には

問題となり得るというものでございます。

例といたしましては、天災など製造業者に責任のない事情により欠品した場合に、製造業者に対して一方的に補填させるということを挙げております。

以上が独占禁止法上の考え方でございます。

また、飲食料品に関するサプライチェーンとしては、いわゆるプライベート・ブランド商品の製造に関する取引がありますけれども、こうした取引は下請法の対象となりますし、先ほど申した五つの商慣行に関する考え方に即して考える必要があるというものでございます。

最後に、公正取引委員会の対応を記しております。

二つございまして、一つはこの調査結果を公表いたしましたけれども、関係省庁、具体的には食品ロスに関する取組を推進しております消費者庁や農林水産省と連携して、飲食料品業界に対して、この調査結果の内容を周知してまいるというものであり、これは現在講習会などを行いながら進めているところでございます。

また、今後ともフードサプライチェーンにおける取引実態を注視して、独占禁止法上問題となるおそれがある行為の把握に努めて、違反行為に対しては厳正に対処するというものでございます。

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、事前登録リストにお名前があります細田会員からお願いいたします。

○細田会員 ありがとうございます。私は正に食品メーカーの経営者でございまして、当事者としてこの商習慣に関して言いたいことはたくさんあります。

今お話しいただきました賞味期限、消費期限に関して、明確な策定基準はなく、商習慣として策定している部分があるので、この辺について、消費者の方、それからメーカーの方、それから販売の方の理解が必要なのかと思います。

最初のアンケート調査のところを見ていただくと分かるのですが、飲食料品製造業者が11,600社と書いてあります。しかも回答に出てきているの

は、ほとんどが小規模事業者、つまり弱い立場の方が出してくているのではないかなと思います。

皆さんが御存じのような大手メーカーさんは、こうした問題に対しては余り関心がないといいますか、それほど大きな抵抗を持っていないんです。というのは、自分の売り先がたくさんありますから、こちらで駄目でもこちらで売れるとか、そういうことができます。一方、小さいメーカーは地元の大手スーパーと取引をしていると、そことしか取引ができないものですから、そこから無理を言われやすい。それに対応した場合にこうした問題が起きてきます。

どの程度のことか不満の理由の中であつたのかなとは思いますが、自分たちの作ったものがきちんと売られていかない、そしてそれが廃棄になってしまうということがメーカーとしては一番耐えられないことなので、そのところを何とか今後は変えていく必要があると思います。

皆さんに考えていただきたいと思うのですが、ここに今お水がありますが、これもいつ作られたかお分かりでしょうか。消費者の方は普通分からないんです。そうすると、それが3分の1なのか、3分の2なのか、5分の1なのか分からない中でこういう商習慣になっているということです。

多くの加工食品については、賞味期限と消費期限という二つの考え方がありますが、そのうち賞味期限が書かれているケースでは、今みたいな問題がずっと起きてきます。消費期限というのは、その期限を過ぎてしまうと、腐ってしまつて食べられなくなるというもので、一番良い例がお弁当やコンビニのおにぎりなどに書かれているものです。

賞味期限は実をいうと、例えば2027年2月を過ぎても飲んだり食べたりすることができるんです。それなのに、この月だというふうに言われているわけです。これはすごく矛盾していますよね。そのためにこういった商習慣の中で様々な問題や指摘が出てきているというふうに考えております。

消費者庁では、食品の期限表示についてのガイドラインの改定を実施し、今年の3月に公表されています。その中でも、我々メーカーとすると、今一つ突っ込み切れていないなというところがございます。

例えば、これは27年2月と書いてあるのですが、その根拠です。27年2月の根拠というのはメーカーが決めます。これは法律で決める話ではないので、メーカーが決められています。例えば私どもは飴を作っていますが、飴の賞味期限は大体1年として見ているんですけども、それはメーカーが決められています。メーカーによっては同じ商品であっても、例えば同じ水であっても、半年というところもあれば、1年半というところもありますし、もちろん1年というところもあります。そういう決め方がされている中で、このような3分の1ルールや日付の逆転という話が起きてくるということ自体がメーカーとして、作っている人間としては非常に疑問を感じている部分だと思っております。

これ以上続けると多分時間がなくなると思いますので、私はここまでにさせていただきますけれども、特にお客様は棚から見て一番新しいものを買おうとしがちなので、日付の問題というのはデリケートな問題なんだということだけ是非御理解いただきたいなと思います。

以上です。

○柳川会長 ありがとうございます。まとめて御意見をお伺いしたいと思います。オンラインで河野会員、お願いいたします。

○河野会員 御説明ありがとうございました。

食品ロス削減に関しては、消費者としても責任の一端を担っているという自覚がございまして、消費者団体などでも自分たちにできる範囲での取組を進めてきていますが、大きな効果に結び付くところまでは至っておりません。

今回調査対象となった五つの商慣行のうち、特に3分の1ルールなどは消費者側の理解とともに進めていくことが大事だと改めて実感しました。また、こうした商慣行は食品ロスの原因となることに加えて、商品の配送においても課題が山積している物流問題の原因の一つにもなっていると思っております。

24時間いつでも物が手に入るという状況が社会全体にとって望ましいこととするのではなく、それがサプライチェーンのどこかに負荷を与えて、誰かがその影響を被っているという認識が広がることが一つ、状況改善の

手助けになるのではないかというふうに考えております。消費者も学ばなければいけないというふうに思っています。

業界に根強く残るこうした商慣行を改善していくには、個々の違反の摘発というよりは、業界全体での思い切った対策が必要かと思っております。従来のやり方を変えていくという視点から、今回調査対象となった個々の事業者というよりは、関係事業者団体における今後に向けての反応はどうだったのかを教えていただければというふうに思いました。

以上です。

○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。

御質問、御意見どうぞ。

○吉田会員 すみません、簡単なコメントになります。

今回、この報告書を拝見いたしまして、納入業者、メーカー側が多大なリスクを全て引き受けている状況であるということについて、よく実態が分かり大変勉強になりました。

あと、先ほどの五つの商慣行で、例えば日付逆転とか日付混合品の納入禁止とかいったものは、どう考えても合理的な理由とはとても私には思えません。そのため、こういったものについて独占禁止法上の考え方として、「正当な理由がないのに」ということは基本的にはNGなんだということを示されるのは大変よろしいのかなと考えました。

あとは、これも感想ですが、今回趣旨としましては製造業者、あるいは卸売業者中心にアンケート調査を実施したということですがけれども、逆の立場の小売業者の調査をしていただくことも必要なのかなと感じました。

以上でございます。

○柳川会長 それでは、レスポンスをお願いいたします。

○田中優越的地位濫用未然防止対策調査室長 御意見いただきまして、どうもありがとうございます。

まず細田会員の方からもお話にございましたけれども、製造日、あるいは賞味期限の関係でございます。こちらにつきましても、御指摘のとおり小売業者の方からも、実は今回、ヒアリングは小売業者に行っておりまして、そういうところでいくと、ある程度消費者の方のニーズもあるからだ

というような声も正直ございました。こちらの方は先ほどの河野委員のお話にもありましたとおり、消費者の意識改革、例えば「手前取り」というのを改めるといったことも含めて取り組んでいく必要があるのではないかなというところで、これは現在政府一体で、例えば消費者庁とか農林水産省も旗振り役となって進めていて、消費者に対する意識改革を啓蒙しているところだと聞いております。

そうした中で今回の調査につきましては、特に事業者に関する取引よりも食品ロスにつながるものがあるということで、今回問題点を洗い出すため、あるいは示すために調査を行ったところでございます。

この調査を行ったところ、事業者団体の反応でございますけれども、製造事業者の方に対する説明につきましては、実際には3分の1ルールというだけではなくて、例えば4分の1ルールや5分の1ルールといった、より厳しい納品期限を強いられることもあるというお話もありましたし、他方でこれを公表することによって今後の取引改善につなげることができるというような御意見も頂いているところでございます。

また、小売業者、スーパーなどに対しても、団体の方にも御説明をしております。そうしたところでは、業界といたしましても、例えば3分の1ルールを見直す空気があると。例えばこれを2分の1にするとか、あるいは厳格な運用をしないというところもございます。他方で、これが全て行き渡っているかという、必ずしもそういうわけではなく、一部では厳格に運用して、3分の1より少しでも過ぎたら返品しているというのが相変わらずあったりとかするというようなところでございました。そのため、今回こういった調査結果を公表することによって、ある程度こういうところは問題なんだということを意識付けできて、今後、問題ある行為を少しでも防ぐことに資するのではないかと考えているところでございます。

いずれにいたしましても、食品ロスというのは消費者の意識改革ということとも直結していると思いますので、ここは引き続き政府としても現在正しく取り組んでいるというところでございます。

○柳川会長 ありがとうございます。

すみません、竹川会員お願いいたします。

○竹川会員 意見のみですけれども、小売事業者のそういう問題に対して、行動是正を促そうと思うと、消費者の目線が一番効くと思います。今回調査結果を公表されて、我々の責任でもあるかもしれませんが、消費者にこのようなナンセンスな商慣行が今も続いているということをうまく伝えるような方法というのを考えていかないといけないと思います。特に日付の逆転の納品や日付混合品は、消費者がそのような商慣行を嫌うからと忖度してこんなことをやっているんでしょうけれども、大分消費者の意識も変わっているのではないかなと思います。その辺も含めて、うまくこういう貴重な調査を、そのような消費者に分かってもらい、浸透してもらって、それが小売事業者に戻って行動変容を促すといった流れを作っていくのが大事かなと思いました。

○柳川会長 どうぞ。

○田中優越的地位濫用未然防止対策調査室長 貴重な御意見、どうもありがとうございます。

○柳川会長 ありがとうございます。まだ御意見はおありかと思っておりますけれども、この議題も、最初の議題もそうでしたけれども、基本的には競争政策、独占禁止法上の課題なんですけれども、それを取り巻く大きな業界の構造や、消費者庁であったり消費者団体、我々消費者の問題、あるいは先ほどの賞味期限のルールの問題であったり、この辺り全体を含む、少し省庁をまたいだ議論が必要な課題だったというふうに感じます。

すみません、まだいろいろ御議論はおありかと思うんですけれども、時間が参りましたのでここまでにさせていただきます。最後に茶谷委員長から御発言いただければと思います。

○茶谷委員長 本日は貴重な様々な御意見をたくさん頂きまして、本当にありがとうございます。アプリ事業者と旅客との関係をよく注視すべきといったお話を含め、今日頂いた様々な御意見は今後の公正取引委員会の行政にしっかりといかしていきたいと思っております。どうもありがとうございました。

その上で、最後に一言御礼を申し上げたいと思っております。このメンバーの皆さんによる会合は本日をもって最後というように聞いております。会員の皆様方におかれましては、これまでも多岐にわたる論点につきまして御

議論を頂き、大所高所からの御知見を賜ることができたと伺っております。
ここに改めて御礼を申し上げます。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。今の改選の話を局長の方からお願いいたします。

○岩成経済取引局長 今ございましたとおり、現在の第18期のこの懇話会の会員の任期は今年の8月までということになっておりますので、今回の会合が最終の会合ということになります。会員の皆様におかれましては、これまで活発な御議論を頂きまして誠にありがとうございました。

改選に関しましては、また後日、改めて御相談させていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

私からは以上です。

○柳川会長 どうも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。長時間にわたりまして御議論いただきまして、また先ほどの改選の話もありましたけれども、皆様、長期間にわたりましてどうもありがとうございました。