

令和元年度公正取引委員会政策評価委員会議事録

1. 日時 令和元年6月21日（金）14：56～16：56

2. 場所 官房第1会議室（11階）

3. 出席者

【政策評価委員】（五十音順）

池谷 修一 公認会計士

小林 庸平 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 政策研究
事業本部 経済政策部 主任研究員

多田 英明 東洋大学法学部教授

田邊 國昭 東京大学大学院法学政治学研究科・公共政策大学院教授

【事務総局】

山田官房政策立案総括審議官，河野官房総務課企画官，佐久間官房参事官，
深町企業結合課長，品川管理企画課長，鈴木企業結合課長補佐，佐藤管理企
画課係長，伊東取引企画課係長，田中官房総務課長補佐，堤官房総務課政策
評価係長

4. 議題 令和元年度政策評価について

企業結合の迅速かつ的確な審査

独占禁止法違反行為に対する厳正な対処

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保

5. 配布資料（資料の掲載は省略）

資料1-1 標準様式

1-2 実績評価書（案） 担当課：企業結合課

資料2-1 標準様式

2-2 実績評価書（案） 担当課：管理企画課

資料3 総合評価書（案） 担当課：取引企画課，消費税転嫁対策調査室

6. 議事録

【河野官房総務課企画官】 それでは、ただ今から、令和元年度政策評価委員会を開催いたします。

私は、本日の政策評価委員会の司会進行を務めます、官房総務課企画官の河野でございます。よろしくお願いいたします。

まず初めに、官房政策立案総括審議官の山田から御挨拶を申し上げます。

【山田官房政策立案総括審議官】官房政策立案総括審議官の山田でございます。

本日は、お忙しい中お越しいただきまして、ありがとうございます。

私ども公正取引委員会では、政府全体の取組に倣いまして、証拠に基づく政策立案（EBPM）を推進しているところでございます。今年の4月に策定いたしました政策評価の基本計画においても、政策効果を明確化して、その達成度合いを適切に把握するなどといったEBPMに係る記載を追加しております。今回の評価に当たりましたが、政策効果の達成度合いを適切に測る指標の設定やデータ収集の方法など、まだまだ改善の余地があるとは思いますが、EBPMの考え方をういた評価も行っているところでございます。

政策評価委員の皆様方からは、幅広い見地から忌憚のない御意見を頂き、私ども公正取引委員会における政策評価の客観的かつ厳正な実施を確かなものにしていきたいと考えております。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

【河野官房総務課企画官】本日の対象となっております政策は三つございます。1点目としては企業結合の迅速かつ的確な審査、2点目としては独占禁止法違反行為に対する厳正な対処、3点目としては消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保でございます。今申し上げた順番に、担当課からの説明、その後に質疑というふうに進めます。なお、本日は中村政策評価委員〔中村豪 東京経済大学経済学部教授〕が御欠席でございます。担当課からの説明の後、私から、あらかじめ中村政策評価委員から頂いております御意見を説明いたします。

それでは、企業結合の迅速かつ的確な審査に関する政策評価につきまして、担当課より説明いたします。

〔資料1-1 標準様式「企業結合の迅速かつ的確な審査」及び資料1-2 実績評価資料（案）「企業結合の迅速かつ的確な審査」を説明〕

【河野官房総務課企画官】まず、中村政策評価委員の御意見を紹介いたします。

ウェブサイトに記載された企業結合事例集に関しまして、このような事例集を通じて、普段から周知を図ることは有益であると考えられます。必ずしもウェブサイトだけが情報発信の場ではなく、様々なチャンネルがあるかと思えます。採用の余地が多

いのがウェブサイトという媒体でありますので、この事例集がより広く利用される方策を採ってもよいと思います。

次に、公正取引委員会が、当事会社からどのような情報が提出されていると、迅速に判断が下せるのか。そういう情報を何らかの形で対外的に分かるようにするという事も重要ではないでしょうか。それによって、企業は参照するメリットが出てきますし、公正取引委員会としても審査業務の負担軽減に役立つかもしれません。どのような資料があるといいのか、といったことを公正取引委員会から積極的に情報発信したらよいのではないかと。

以上の御意見を中村政策評価委員から頂いております。

【深町企業結合課長】まず、中村政策評価委員から頂いている事例集がより広く利用される方策を採ってはどうかということでございます。

この事例集なんですけれども、我々としては、読んでいただく対象として、まず一つには、独占禁止法を専門に扱っておられる弁護士の方々を想定しております。恐らく企業結合を計画される場合には、そういった弁護士の方に企業の方が相談することが多いと思いますので、正にそういう独占禁止法の専門の弁護士の方に参照いただくようなものだと思っております。企業の中でも、特に大手企業等が企業結合の審査の対象になりますので、そういった企業の法務部の方なども読んでいただければ有り難いというふうに考えております。我々は、ウェブサイトに載せるだけではなくて、例えば企業の法務部の方が集まって研修を受けるような機会もありますので、そういったところに呼んでいただいて、事例集の内容を御説明するとか、また、独占禁止法を取り扱う弁護士の集まりなどもあります。そういったところで、この事例集の内容を御説明させていただくとか、そういった形で事例集がより周知されるように努めているところでございます。今後とも、そういった活動を続けていきたいと考えております。

次に、企業結合を計画している方が、どういった資料を集めて公正取引委員会に出せば迅速な審査ができるのかという点でございます。これに関しましては、「企業結合審査の手続に関する対応方針」というガイドラインを出しております。その中に我々が通常、参考にする資料の一覧というものを付けております。このガイドラインは公正取引委員会のホームページでも公表されておりますので、そういったものがあるということ、いろいろな機会に周知していきたいと考えております。

【河野官房総務課企画官】それでは、このほか、御意見、御質問などございましたら、よろしくお願いたします。

【田邊委員】2点ほどあります。

今回の企業結合の迅速かつ的確な審査に関しては、こういう形で発展して問題はなかったと思っております。しかし、第2次審査に移行した案件として、平成28年度と平成29年度に銀行の企業結合が2件ございますが、このような案件は、間違いなく、今後増えていくと思うんですけれども、銀行の案件と一般的な製造業などの案件において、何かアプローチの違いとか視点の違いとかはあるのでしょうか。個別の審査の状況についてなので、言えないこともあるかと思いますが、銀行の案件と通常の案件で何か違いがあるのでしょうか。このような銀行の企業結合の案件というのは非常に重要なケースになってくると思うので、そこに何かコメントあればというのが1点目です。

2点目は、企業結合審査によって保護された消費者利益額等のところで、ここでは企業結合によって保護された消費者利益を市場規模、価格上昇率及び継続期間を用いて計算しています。この価格上昇率は、3%で計算したり、経済分析で、独占になったときにどのくらい価格が上がるということをモデルを作ってシミュレーションして価格上昇率を推計したりしているのだと思いますが、この価格上昇率3%というのは、例えばEUとかの数字と比べて高いのでしょうか、それとも低いのでしょうか。直感的には、企業はもっと引き上げるのではないか思うところもあり、実際は10%ぐらい上げるのではと思ったりもするのですが、この3%の考え方を御説明いただけますか。

【深町企業結合課長】銀行の件とほかの件で何か視点の違いがあるのかどうかというところでございますが、特に銀行だから何か特別な視点で審査をしているということはありません。それぞれ業種ごとの特徴を踏まえながら審査を行っています。例えば、銀行であれば、お金を扱っているということで、扱っている商品が差別化された商品ではないというような特徴があります。また、貸出しを行う店舗ごとにどういう市場が画定されるのかといった視点で審査をしています。このような視点での審査は、ほかの業種、例えば小売業でもしております。

なお、現在、政府全体で、この長崎の件などをきっかけにして、地域金融機関の企業結合審査にどう対応するのかという議論がされておまして、先日の6月の初めの未来投資会議で、地域銀行の統合については特例法を設けて対応していくということ

になりました。まだ正式に閣議決定されているわけではございませんが、今後は、その特例法に基づいて、一定の要件を満たすものについては、独占禁止法の企業結合審査を受けない方向になっていくと思われま。これは、銀行の方で、公正取引委員会の審査を受けた方がいいと考えれば公正取引委員会が審査するんですけども、そうでない場合には特例法の手続に入っていくということです。

価格上昇率の3%の件ですが、企業結合が行われた場合に、商品の価格がどれくらい上がるかというのはなかなか難しいところがございます。例えば、簡単に当事会社間の商品の代替性とかそういうものを指標に、何%価格が上がりそうかということを示すGUPPIという指標があって、その指標を基に算定すると、例えばある企業結合では10%くらい上がりそうだとか、別のものでは1、2%だとか、いろんな試算ができます。しかし、その指標は、きちんとデータが集まるようなときにしか計算できないので、あらゆる案件で利用できるわけではありません。そういった中で、この政策評価の中では、大体3%くらいかということで、便宜上3%とさせていただいております。もう少し事例なりが積み重なっていけば、そういうものを踏まえて、より厳密性のあるパーセンテージを使っていけるのではないかと考えております。

【田邊委員】どうもありがとうございます。

【多田委員】全体として、形式的なところも内容的なところもよくやっておられると思ひながら拝見しました。形式的なところというのは、主に数字面について、先ほど様々な数字で、100%というような形でお話がありました。中身のところも、公正取引委員会のウェブサイトで、実際に事例集を見てみたところ、事例の詳細を載せていただけていました。私は幾つかの事例を大学の講義で使っておりますが、参考になる資料がありまして、内容についてもよくやっておられるという印象を持ちました。事例集の公表については、昨年度の政策評価委員会で、英語版の資料が出るという話を致しましたが、6月19日に平成30年度の企業結合事例の概要が英語版で公表されていて、近日中に資料1、2、3が英語版で公表されるということのようです。このような点にも取り組んでおられて、よくやっておられるなという印象を持ったところです。

1点、お伺いしたいと思ったのが、今説明いただいた資料の4ページ目の表の6のところ、平均審査日数が12日ということで、随分短いな、との印象を持ちました。これは、現行の制度では任意ということになっていると思ひますが、当事会社から事

前に企業結合に関する相談か何かがあって、その時点で任意ベースで問題点をある程度潰している。このような相談の日数も含めて12日という審査日数になっているんですか。

【深町企業結合課長】12日というのは、当事会社が届出書を出してから公正取引委員会が問題ないという通知を行うまでの日数でございまして、その中には、当事会社がいきなり届出書を出してきて審査をするというものもございまして、当事会社が届出前相談という形で任意に資料を出してきて、やりとりをした上で届出書を出してくるものもございまして。届出前相談があったものについては届出前相談の期間は含まない日数になっております。

【多田委員】分かりました。

【小林委員】全体としては非常に丁寧に整理されているかなというふうに思いました。

3ページ目の表5で、期間短縮の達成率というのは、何か1日でも短縮があったら短縮ということになるということでしょうか。

【深町企業結合課長】はい、そうです。

【小林委員】指標として見る意味があるかどうか分からないんですが、短縮日数なのか短縮率なのか、分からないんですけれども。30日に対しての率みたいなものというのは何か見る意味がある指標なのかどうか。何かあるなら見てもいいのかなというのが1点目でございます。

【深町企業結合課長】そのような指標をみていく意味はあると思います。今は、そういう集計をしていないので、どれぐらいだったか分かりませんが、恐らく、平成30年度に届出のあった全321件で、30日間の審査のところが12日間の平均審査日数となっておりますので、恐らく期間短縮を行った240件も、12日か、もうちょっと短い期間で終了しているとは思われます。詳細なデータがないので、今はなんとも申し上げられませんが。

【小林委員】表6に記載されている期間短縮を行った件数の割合、これは期間短縮を申し出た案件数の割合ということだと思んですが、この割合が上がっている理由は、期間短縮という仕組みへの認知度が高まっているからでしょうか。

【深町企業結合課長】恐らく、なるべく早くやりたいと、30日間の禁止期間の前にやりたいというようなニーズが高まってきているのかもしれませんが。また、御指摘のように、こういう制度があって、こういう制度を使えば公正取引委員会も迅速に審査し

てくれるというのが世間に広まってきて、取りあえず期間短縮を出しておこうかというような動きが強まっているということもあるかと思われます。

【小林委員】そういうことであれば、その制度の認知度というのも重要な指標になると思います。もう既に期間短縮を申し出る割合が上がってきているので、この上がってきている割合をもっと上げていくということかもしれないのですが、利用者の便に資するという意味でいうと、こういう制度をより使いやすくするというのはあるのかなと思ったところです。

事例集の公表に関して、一つできると面白いなと思ったことがございます。基本的に事例は1年ごとにまとめて百何十ページとか大部のものになっています。例えば、せっかくウェブサイトに掲載しているので、どういう出し方をした場合に認知度が高まりやすいとか、アクセスされやすい事例の傾向とか、そういうものが分析できると、事例の出し方の参考になるのかなと思いました。現状はPDFファイル1本で出しているので、そのようなやり方では、どの事案に関心が高いかというのは、なかなか分からないかなと思いました。

【池谷委員】ウェブサイトへのアクセス件数のところなんですけど、このアクセス件数と啓蒙を通じて、企業結合の届出が出されたものは、企業結合を断念することなく、ほとんどが実行されているという状態になっていると思うので、全般的には非常によく運用されていらっしゃるんじゃないかと思います。しかし、事例集を周知する対象者が、先ほどのお話では、弁護士又は会社の法務担当ということでしたが、事例集の内容が専門的であることを考えますと、事例集へのアクセス件数だけではなく、ほかにデータが取れる余地はないかなと考えております。例えば、公正取引委員会が企業の法務担当者が集まる会議に行きまして事例集の説明をされる機会があれば、その説明会を何件行って、対象者が何人というデータを取ることも考えられます。そのようなデータは取っているのでしょうか。

【深町企業結合課長】説明会は、必ずしも公正取引委員会が主催しているものばかりではなく、例えば、独占禁止法を担当している弁護士さんの集まりがあって、そこに呼ばれて御説明するというようなこともあります。今後は、そのときに何人ぐらいいたのかというのを報告してもらって集計していくということは可能だと思います。

【池谷委員】説明会は毎年やっていますか。

【深町企業結合課長】事例集の説明は毎年やっております。

【河野官房総務課企画官】 そのほか、何かございますか。それでは、これもちまして、企業結合の迅速かつ的確な審査に関する政策評価委員会の議論を終了いたします。

【河野官房総務課企画官】 続きまして、独占禁止法違反行為に対する厳正な対処に関する政策評価につきまして、担当課より説明いたします。

〔資料 2-1 標準様式「独占禁止法違反行為に対する厳正な対処」及び資料 2-2 実績評価資料（案）「独占禁止法違反行為に対する厳正な対処」を説明〕

【河野官房総務課企画官】 まず、中村政策評価委員の御意見を紹介いたします。

資料 2-2 の 15 から 16 ページにかけて、優越的地位濫用のタスクフォースの活動に関し、過去に注意を行った案件でフォローアップを行った 6 件のうち 5 件で改善がなされたということが書かれています。このようなフォローアップ調査を行っているのであれば、もう一歩進んで、定性的なデータにはなるものの、ヒアリングをしてみてもどうか。公正取引委員会が法的措置、警告あるいは注意を行った場合に、問題となった行動がなくなったのか、あるいは、適切な価格設定が行われるようになったのかといったことを事後的にヒアリングすることにも取り組んでみてはどうか。人員面での余裕がないなど、実施が難しいかもしれませんが。

【品川管理企画課長】 それは優越的地位の濫用への注意だけではなく、それ以外のものでも行ってはどうかということですか。

【河野官房総務課企画官】 優越的地位の濫用への注意だけに限定せずということになります。法的措置、警告とか、何らかアクションを公正取引委員会が行ったとき、どういうふうに企業の行動に影響を与えたのか、あるいは経済厚生にどういう影響を与えたかというところをみるため、もう一歩先の情報を収集してみてはどうかということとございます。

【山田官房政策立案総括審議官】 補足しますと、いかに速く処理するかということに重点を置いている記載はあって、もちろん速いのはいいことですが、適切さとか正しさというんですか、何かそういったものの指標というのはあり得ないだろうかというコメントです。

【品川管理企画課長】 審査局では、どうしても独占禁止法という法律に照らして違反かどうかというところで物事を見ているところがありまして、その結果、どれだけ企

業の行動が変わって競争が活発になったかというようなところを事後的に検証するというのは、正直申し上げて、必ずしもできていないというところはございます。ただ、今年度は、従来こういった御指摘を頂いていることもありまして、官房の方にもお手間を取らせていますけれども、特定の事件を取り上げて、実際に命令の後の状況がどうなっているのかというようなことを、ヒアリングも含めて行っていくということを考えております。

また、カルテル等の事件審査の過程でも調査開始後に価格水準が下がっているといったことを把握している例はこれまでもあります。具体的には、多くの事件において、公正取引委員会が調査を始めると、事業者の側がどこかの段階で違反行為をやめるといようなことはよく見られ、例えばカルテル・談合であれば、談合をやめた、あるいはカルテルをやめたことによって、価格水準が下がってくるというようにございます。また、再販売価格維持行為みたいなものでも、安売りをするとメーカーの人が飛んでくるというようになくなったりして価格が下がってくるというようにございます。

違反行為が取りやめられた後で価格水準が下がっているといったことを調べるのは、実際に違反行為によって競争が制限されていたということを立証するために行っているわけですが、そういったものを見る限りは、公正取引委員会が事件として取り上げることにはそれなりに効果はあるということかなと思います。

もちろん、公正取引委員会が調査を始めさえすればよいのかといえばそういうことではなく、そこは公正取引委員会がしっかり命令を行うことによって、それが元に戻らないようにしているということでもございまして、我々が命令をしなければ、一時的に控えていただけで、公正取引委員会が手を引いたらまた元に戻ってしまうかもしれませんので、そういうことにならないように、しっかり行政処分を行うというスタンスで臨んでいます。

【田邊委員】資料2-2の7ページの表9に、日刊新聞の報道量というところがございます。ほかの省庁では、余りこういうことをやっていません。公正取引委員会の評価書の中で興味深いのは、この日刊新聞の報道量というのを気にしていて、それがどのくらい報道されたかというのを割ときちっと分析しているということです。ただ、よくよく考えてみると、この報道量って一体何なんだろう、何のために測っているのかなというのを疑問を感じました。例えば、報道の行単位でみると新聞の広告料換算

ができるわけです。それはPRの手段としての報道量という指標にはなるんだと思うんですけども。一方で、報道量が増えると、それによって新聞沙汰になるのを嫌う方々に対する抑止効果があるから、報道量は大きい方が抑止効果があるという説明もあろうかと思えます。あるいは、なかなか言い方は微妙なんですけれども、新聞に取り上げてもらえるようなタイムリーなネタを狙ったから報道された。つまり、山を当てたということをプライオリティーとして、報道量を指標とすることに意味があるのか。報道量が、何の実態を捉えているのかというところ、よくよく考えてみるとよく分からないところがあります。

【品川管理企画課長】その御指摘は全くそのとおりだと思っております、事件審査についての報道量というのは何を測っているのかというのはわかりにくいところがございますが、私としては、委員がおっしゃったとおり、基本的に報道量は抑止効果と関係するというふうに思っています。

日本に限らず、各国の競争当局の間では、結局、競争当局の仕事というのは、違反の取締まりと併せて唱導というものがあります。唱導というのは、競争の重要性を広く企業や国民に理解してもらうということです。唱導のための業務としては、講演会とか説明会とか、独占禁止法教室とか、いろいろありますけれども、結局、事件を処理して公表することが最大の広報だというような認識は国際的にも当局間では共通の認識となっています。審査事件の処理に当たっては、公正取引委員会でも記者にはこの事件は何がいけないのかということをいろいろ説明しますが、報道の中でも、こういった行為は結局、最終的には消費者の不利益になるんですよというようなことを書いてくれたりするわけでございます。

そういった形で報道が出ますので、事業者の側としては、自分が違反をやるとこんな報道が出て、自分の会社名がどんどん出て、イメージダウンにつながるから悪いことしないようにしようという方向にも働くと思えます。あるいは、消費者や事業者の中でも、そうか、なるほど、こういうことをやると競争がゆがんで、競争がゆがむ、あるいは弱くなると、事業者にとってはいいことに見えるかもしれないけれども、需要者にとってはそうでもないのだということが伝わっていくという面もあります。そういう意味で、報道量をみていくというのは、事業者による違反行為の抑止と、消費者あるいは事業者に競争の重要性についての認識を高めてもらうという、両方と関係があるのではないかと考えております。

先ほどおっしゃられたように、社会的な注目度が高い時期に事件をやると報道量が増えるというのは間違いないところですが、公正取引委員会としては、報道量が大きくなりそうな事件を選んでいるというよりは、しっかりした端緒があり、社会的意義がある事件を優先的に選んでいくということでやっております。これは重要だと思って取り上げても、報道での扱いは非常に小さいという事件もあるわけです。公正取引委員会は、山を当てるためにやっているのではなく、社会的意義の高い事件を選んで優先的に処理しようとしているわけですが、それが結果としてその時々の方々の社会の関心と一致するという事はあるのかなと思っております。

【河野官房総務課企画官】資料2-2の14ページの「まとめ」というところに、田邊委員がおっしゃった報道量に関する記載があります。今の御指摘を踏まえまして、一つの案なんですけれども、このように新聞の報道量というのをどう評価するかというのは一言添えてもいいのかなと思っております。例えば、公表するという事で違反行為あるいは措置の内容が認知され、そこに未然防止の効果があるということ、これだけ報道量があるということの評価に少し書き込むということを内部で検討していきたいと思っております。

【多田委員】報道量については、数字をどのように捉えるかというのが難しいところではあります。お話があったように、たまたまどのような事件がその年に起きたのかということで、件数も課徴金額もぶれてしまうということがある中で、むしろ例えば、この表9のところの一件当たりの報道量というのが、28年、29年度では300行ぐらいだったのが倍以上になっていると。そうすると、むしろ事件の件数は減ったものの、そのうち事件の「質」といいますか、さきほどお話があったような形で注目度があるというところを扱ったというのは、事件の件数が減ったから良くないということではなくて、やはり結果的に報道を見てここを書いたわけではないと思いますが質ということから見ると、インパクトのある事件を扱ったという主張にもなり得ると思っております。数字の評価は難しい話ではあります。数字の扱いに注意した上であれば、そのときの評価指標としてはいいのかなと見ておりました。

資料2-2の3ページの表3ですが、ここで具体的な違反被疑行為の内訳があり、30年度は、価格カルテルの件数が14件と多いなと思いました。しかしながら、その次の4ページ目の実際の法的措置を見ますと、平成30年度の価格カルテルの件数は1件ということになっています。そうすると、価格カルテルの疑いがある事件が多く上

がってきたものの、調べていく中で、結局は、法的措置ではない警告・注意というところで終わったものが多かったという理解でよいでしょうか。

【品川管理企画課長】法的措置で見ますと、価格カルテルは1件になっていて、ここ数年でみても価格カルテルの法的措置は少ないです。なお、いわゆる入札談合とか民間の事業者が発注する受注調整に対する法的措置件数はそんなに減っていません。

平成30年度の価格カルテルの疑いがあるって調査した件数だけで見ますと14件ということになっておりますが、これは法的措置を取ろうとして事件審査を始めたが、それに至らなかったというよりは、むしろ、小規模なもの、あるいはもともと正式な事件として受理するよりも、迅速に注意をして終わらせようというような形で処理をした事件が多かったということかなと思っています。

一方で、大規模なカルテルというものが、増えているのか減っているのかというのは、昨今国際的にも若干議論のあるところですし、例えば、海外の当局の統計などを見ていると、大規模な国際カルテルというものは、件数だけ見ていると減っているように見えます。これは、単に大きな事件がたまたまなかったからなのか、長期的なトレンドとしてそうなのかは若干議論のあるところですが、一つにはここ数十年、各国がいわゆるリニエンシー制度と言われるような制度をどんどん入れており、例えば大規模な国際カルテルをしていると、世界中の当局から処分を受けるわけですので、さすがに大規模な国際カルテルは減ってきているのかもしれないという見方があります。また、リニエンシー制度が入ってもう大分時間がたちましたので、制度ができた頃は、社内でも公然の秘密になっているカルテルがたくさんあったというふうに言われておりましたが、そういうものはさすがになくなってきているということもあるかもしれません。場合によるとそのようなことも背景にあって、大規模な価格カルテルというのが、ある程度トレンドとして、10年前、15年前に比べると減ってきているということもあるのかもしれないというふうには思っております。

【河野官房総務課企画官】ほかに何かございますか。

【小林委員】先ほどの説明の中で、法的措置が減っている中で、調査の結果、企業側が改善措置を行ったので、法的措置まで至らなかったということをお聞きしまして、そのようなことも指標に入れた方がよいと考えました。

もう一つ、小売業に係る不当廉売の申告件数とか、優越的地位の濫用の申告件数というものがあります。公正取引委員会の実務がきちんと分かっていなくて恐縮なんで

すけれども、きちんと申告されるべきものが公正取引委員会に上がってくることは大事なことだという理解でよいでしょうか。

【品川管理企画課長】それはもちろんです。

【小林委員】そうすると、申告されるかどうかというところは、そのときの状況であったり、若しくは新聞報道で何か似たような事案が出てきたら似たような申告がつけられて出てくるとか、なかなかいろんな外部要因に左右されるかなと思います。そこで、評価に当たって申告することの認知度をみるとか、きちんとこういう形で申告をするということが求められるんだということを広めていく活動を行うということにも意義があるのかなと思います。なぜそう思ったかというところ、これからフリーランスが増えていくと言われており、労働法で守られないワーカーが増えていく。実はそれは競争法で守らなきゃいけないワーカーで、今までは労働規制で守っていたところが、労働じゃなくて契約関係で仕事をするようになると、独占禁止法の規制の中で守っていかなければならなくなる。そういう人たちに、それを伝えていく意義があるとする、単に申告件数をみていくだけではなく、申告すること自体が認知されているかどうかということも一つの指標になるのかなと思いました。ただ、毎年毎年そんなものを取ると大変なことになると思うので、ある程度、3年に1回とかでいいのかもしれないけれども、そういう調査を行ってもいいのかなと思いました。

【品川管理企画課長】申告は、あらゆる業種のあらゆる方から寄せられるわけですが、申告件数の多くは小売業の不当廉売であり、その多くは酒類、ガソリンと家電となっています。これらについてはそれぞれの業界団体が積極的に問題があれば申告しましょうということを普段から周知していますので、そういう意味では、不当廉売に関しては、申告すべきものは基本的に申告されているということかなというふうに思っています。

また、優越的地位の濫用につきましては、例えば、比較的事件が多い大規模小売業者による納入業者に対する優越的地位の濫用などについては従来から公正取引委員会もいろんな普及活動をしておりますし、あるいは個別の事件が公になると報道も出ますので、そうすると、申告が出てきやすいということはあると思います。ただし、不当廉売の場合の申告と違いますのは、自分が申告したことが分かると取引先から不利益を受ける懸念がありますので、取引先が優越的地位にあればあるほど申告は出てきにくいという問題がございます。このため、優越的地位の濫用の場合は、普及活動を

すれば申告がたくさん出てくるということでもないかなとも思います。そういった関係もあって、私どもで優越的地位の濫用で事件を処理するときは、職権探知、つまり公正取引委員会がいろんなところから情報を集めて事件を掘り出していくというようなこともやっています。

ただ、先ほど委員がおっしゃられたようなフリーランスの世界は、確かにそもそも独占禁止法との関係があるということ自体がまだ知られていないところもあると思います。そのような分野については、周知をして申告につなげていくということはあるといいかなと思います。

【池谷委員】本来だったら、事業者は公正取引委員会の判断に納得できなければ訴訟をしてでも対抗すると思います。一方で、訴訟という方法もあるんだけど、そこまでいく手前のところで改善措置を申し出るとするのは、公正取引委員会の判断に対して納得しているから改善措置を申し出ている訳ですよ。では、公正取引委員会の判断に不服を申し立てているものがあるとするれば、それは法的措置の件数に対して、この程度しか申立てはないんですよというのが示せば、その両方で公平性を担保することができるのではないのでしょうか。つまり、公正取引委員会が命令を出したものと、事業者側が自主的に改善措置を取ったので調査を打ち切ったものとを分けて数字を出した上で、命令に対して不服を言っている人はいませんよとか、言っている人はほんの一部ですよというのが示せばよいと思います。このような数字を出せば、公正取引委員会の判断の公平性が担保されていることを示すことができるのではないかなと思います。

【品川管理企画課長】実際のところ、命令をした後訴訟になるケースは一定量ございます。ただ、把握している限り、そもそも違反行為に当たらないので行いを改めるつもりは一切ありませんとして訴訟を提起するケースはそれほど多い訳ではないところでございます。改善措置を採るのはかまわないが違反だと認定されるのは納得がいかないとか、あるいは、違反かもしれないが、排除措置の内容に異論があるとか、課徴金の額は、もうちょっと少ないはずだとか、そういった感じの訴訟が多いかと思いません。

【池谷委員】今最後におっしゃった、公正取引委員会から言われていること全部に納得していないというのは少ないということ表現できると、処分そのものに問題はないということが示せると思います。

【品川管理企画課長】行為をやめたものの中には、自主的な改善措置が採られたため命令を行っていないものと、行為をやめても命令を行ったものがございしますが、少なくとも、公正取引委員会が調査を始めた案件の中で、事業者側が行為を取りやめたものが何件、終わらなかったものが何件という集計は可能だろうというふうには考えております。

【河野官房総務課企画官】よろしいでしょうか。それでは、独占禁止法違反行為に対する厳正な対処に関する議論はこれで終了いたします。

【河野官房総務課企画官】それでは、最後の議題として、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保に関する政策評価これは総合評価になりますが、まず、担当課より説明いたします。

〔資料3 総合評価書（案）「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保」を説明〕

【河野官房総務課企画官】それでは、中村政策評価委員の御意見を紹介したいと思えます。資料3の4ページから5ページ目にかけて、説明会の参加者の理解度、満足度が書かれております。平成30年度の「理解できた」及び「満足できた」という数字が、やや減っているかのようにも見えます。既に転嫁の問題に関しては、周知がなされていて、参加者に目新しい話題がなかったということがあるかもしれません、数字もそれほど大きく下がっているわけでもないのですが、前回の消費税率の引上げから時間が経っているこのタイミングであるからこそできる話題を提供するなどして、より効果的な説明を検討することもあり得るのではないかと。

【佐久間官房参事官】表5、6のとおり、確かに、見ていただくと、平成30年度は前年度に比べて理解度、満足度とも若干低下しています。このようなことは受け止めておりますし、また、本年10月に消費税率引上げが行われますので、事業者等の消費税への関心が高まるタイミングであると考えられる上半期に説明会を実施することが違反行為の未然防止に効果的であると考えます。まずは今年度上半期の4月から9月にかけて、全都道府県において、特措法の説明会や相談会を実施いたしますし、その説明会の内容も一層充実を図っております。具体的には、ガイドラインの改正もありましたので、「消費税の転嫁拒否に関する主な違反事例」のパンフレットを改定いたしました。これまでの違反行為の中で多く見られた事例、あるいは10月の消費税率引上

げに当たって気を付けていただきたいことを分かりやすく記載するといったようにパンフレットを改定しております。今年度の説明会では、改定後のパンフレットを利用しております。このパンフレットを使って、今年度は説明会を既に27か所で開催して、1,280名からアンケートを集めました。それを集計した結果、現時点では理解度、満足度ともに9割を超える結果となっていて、「理解できた」と「おおむね理解できた」を合わせて95%、「満足できた」と「おおむね満足できた」を合わせて92%となっております。今後とも、10月の消費税率引上げに向けて、引き続き参加者のニーズに合わせた説明を行うなど、説明内容の充実を図っていきたいと考えております。

【多田委員】6ページ目の表9で、書面調査のことが書かれています。先ほどの御説明で、事件の6割ぐらいが書面調査が端緒になっているとのことでした。ものすごい数の書面調査を出していると思うんですが、そのうち、どのぐらいが返ってくるのでしょうか。

【佐久間官房参事官】8%程度と聞いています。もちろん回答は任意でありますし、これは違反だという人を含め、何かあるという人が返してくることになります。

【田邊委員】施策の柱が三つあって、1番目は未然防止ということでPRをやるということ、2番目は調査して取り締まること、3番目は共同行為に関する特別措置ということです。

このうち一番初めのPRのところは、頑張っているというのは分かるのですが、届けたいところに届いているのかな、というのがおそらく一番にやるべき評価なのではないのかなと思っています。説明会とか講師派遣というのは、ある団体さんを狙って行っているのだと思うんです。他方、各種媒体を用いた集中的な広報というのは、ある意味、一般的にこういうことをきちっと分かってもらわないといけない人のところに届ける最終手段だと思います。そのような観点でPRの効果をチェックするため何かやっているのでしょうか。契約監視委員会では、企画競争で契約を取った事業者に、一応その点を評価してフィードバックすることをさせていたと思いますので、そのところを書いていただかないと、届けたいところに届いたかということから分らない。その先は、おそらく届いて理解してもらったかどうかということになりますが、理解してもらったかのところは国民に試験を受けさせるわけにもいかないのです。そこはしょうがないと思います。いずれにしても、集中的な広報の効果について何か言えることがあったらお願いしたいんですけども。

【佐久間官房参事官】どのくらい届いたかということですが、この広報の予算は、大体3千何百万円台でやっているわけですが、昨年度でしたか、ある測り方で、20%程度の認知度だったと思いますが、大体予算に見合ったような数字だろうということでした。20というとなんか少ないように見えるんですけども、かけたコストとの見合いでいうと、そのようなことでした。これは、行政事業レビューの際にデータを出していたと思いますが、それを評価書に記載できるかは検討してみたいと思います。

【小林委員】私は、各省庁とか自治体のEBPMの実践のお手伝いをしているので、その観点からなのですけども、説明会の理解度が上がったということですが、これは何回ぐらい説明会をされているんですか。

【佐久間官房参事官】現時点までで開催は27か所で、参加者は1,280名です。説明会は全部で47回ぐらいになると思います。少なくとも各都道府県1回、東京は複数回やっていますので、もう少し回数が増えるかもしれません。

【小林委員】実務上できるかどうかという問題はさておき申し上げますと、説明会の理解度が何らかの工夫をして上がっているのかどうかということがあります。従来どおりの説明をする説明会と、少しやり方を変えた説明会みたいなものを5回ずつぐらい試してみて、実際に少しやり方を変えた説明会の方が効果があるということが確認できたのであれば、そのやり方を変えた説明会の方法で全面展開するのがよいのではないかと思います。実務上フィージビリティがないこと言っているかもしれませんが、理想としては、そういう形もあり得るのかなと思います。そうすると、単にたまたま理解度が高かったのではなくて、新しいやり方の方が参加者の理解度を上げる効果があることが分かって、自信を持って前に進むことができるわけです。消費税は人気がないので分からないですけども、今後、もし再度上がることがあれば、現時点で、そのような知見を貯めておくということは、将来、公正取引委員会において同じような業務が必要になったとき、より確かな情報に基づいて意思決定ができるのではないかと思います。

二つ目として、書面調査を非常に大規模に実施しているので、これを何か上手に使ったらいいのかなと思っています。私は最近、環境省とか経産省とか横浜市とかで、ナッジというのをよく使っています。ナッジというのは、行動科学を用いた行動変容を促す方法です。イギリスの例で、抗生物質をがんがんと投与しているお医者さんに対して、そのままでは非常に医療費を圧迫するので、「あなたは抗生物質を平均値より

も圧倒的に投与しているお医者さんなんですよ」という情報を通知するだけで、抗生物質の投与量をすごく抑えられたということがありました。こういうものがナッジなんです。ちょっとした情報提供の工夫によって、企業の行動が変わるんだという事例です。例えば、パンフレットの作り方一つで、倍ぐらい効果が違ったりすることがあります。ですので、せっかく 300 万社掛ける 2 という規模で事業者に対して書面調査を行うのであれば、書面調査を実施する際に概要説明資料をちょっとパターンを変えて送ってみたりして、より反応が大きい伝え方って何なんだろうか、中小企業の方、個人事業主の方に響くやり方って何なんだろうかというのを、検討してみてもはどうでしょうか。もっといいパンフレットの在り方とか、より良い伝え方が分かれば、今後の公正取引委員会の様々な施策のエビデンスになりますので、それを次の意思決定に活かしていく、徐々に徐々に改善のサイクルが回せるのかなと思っています。

【佐久間官房参事官】理解度の違いは、説明会のパンフレットを変えたという効果だけではなく、消費税引上げが近づいているので説明会を真剣に聴いてくれているという面もあると思います。委員のおっしゃる工夫をすれば、パンフレットの違いの効果を測ることができるのは分かるのですが、なかなか行政的にはこのタイミングで、あえて昔のやり方のままやっているのと新しいやり方をやっているのを比べるというのは、ちょっと難しいかなと思います。

【小林委員】場合によっては、例えば新しいやり方二つでもいいと思います。例えば、今の状況にマッチさせた新しいやり方がよいと思っているけれども、検討の過程でボツになった「新しいやり方 2」みたいなのがあれば、例えばそれを試してみるとか。一番やりやすい方法で実施していただければと思います。知りたい情報があって、上手にそのシチュエーションを活用すればそれを得ることができるのであれば、少し工夫を入れてみるというのはありかなと思います。とはいっても、余りそこまでコストかける話じゃないんですということであれば、それでも構わないと思います。

【佐久間官房参事官】全ての説明会でアンケートを取っているのですが、説明者によって理解度等が高めに出る人と低めに出る人がいます。例えば、ある地方事務所の説明会で非常に評判が良かったレジュメみたいなものを、本局、各地方事務所で共有して、また工夫したりということはしております。

【小林委員】そうですね。例えば、毎回、参加者の満足度が非常に高い説明者が誰かということは、去年のアンケートを分析して特定できると思います。そうすると、そ

のベストプラクティスを横に展開するみたいなことはあり得ると思います。

【佐久間官房参事官】そのようなことは既に行っているところです。二つ目の、書面調査のパターンを変える話なんですけれども、調査票に特措法の説明資料も入れていますし、これに資料を追加して厚くなってしまうと郵送費が増えてしまいます。予算制約がある中で工夫できるのかどうかというのは考えてみたいと思います。

【池谷委員】17ページの(2)の説明会及び講師派遣のところで、後段の方に、「説明会の冒頭で参加者の理解度レベルを確認し、…レベルに応じた説明を」とあります。この「レベルに応じた説明」のパターンは、幾つかお考えになっていらっしゃるのでしょうか。というのは、公正取引委員会主催の説明会が50回あって、講師派遣が20回だから、70回ぐらい開催の実績があるわけですね。既に、場所などに応じてパターンを分けているのか、又はその辺りのお考えがあるのかどうか。

【佐久間官房参事官】説明者は、いろんな機会に説明しており、経験がありますので、多分幾つか説明のパターンがあると思います。ですから、参加者がどの程度法律を知っているかというのを講義を始めるに当たって確認して、説明者の引き出しから適切なやつを選んで説明しているということなんだろうと思います。直接の説明は担当に任せているので、各々具体的にどういうことをやっているかというのを、つぶさに一つ一つ把握しているわけじゃないですけども、一般的な申しようで申し訳ありませんけれども、大体そんな感じかなと思います。

【池谷委員】アンケートの結果を見ていると、ある程度周知はされてきているので、こちらの方から意図的に何かを持っていかないと参加者に響かないんじゃないのかなという意味です。話を限定していった方が説明会の効果が上がるんじゃないかなとも思います。研修のやり方は大体パターンが決まっていて、やる場所も決まっていれば、ある程度、方向性を明確にして、重点的にやってアンケートを取るというような形の方がいいというレベルにまで来ているのではないかと思います。

講師によって出来がものすごく違いますので、説明者の方にある程度任すのではなくて、こちらからある意味指示をしないとダメという結果になってしまうことがあると思います。説明をする人も限定してしまった方がいいのかもしれませんが。このような意味で、方向性のある程度指示した方がいいのではないかなと思います。

それと、これはむしろ小林委員の方が専門だと思うんですが、集中的な広報と言っている、広報の全国紙とインターネットの回数というのは、傾向的にあまり3年前と

変わらないんですが、この辺は何か効果測定というのはされているのでしょうか。

【佐久間官房参事官】効果測定はしています。先ほどちょっと触れましたけれども、例えば認知度がどのぐらいかというのをネットでアンケートを取ると、広告を見たことあるというのが2割前後でした。これは費用対効果の関係からすると、大体こんなものであろうと思われれます。

【池谷委員】新聞の広告ってものすごく高いんです。しかし、今の若い人はほとんど新聞見ていません。新聞とインターネット広告の比率が、これまであまり変わっていませんが、これは費用の配分として合っているのでしょうか。

【佐久間官房参事官】平成28年11月に広報業務を委託した事業者と、平成29年11月と平成31年2月に広報業務を委託した事業者は異なりますので、コストの配分も、それらの間で違ってきます。平成28年と比べて平成29年は、新聞広告を減らす一方、ネット広告のやり方を工夫したり、ラジオ広告を新たに入れてみたり、工夫はしているところがございます。

【池谷委員】消費税の転嫁措置はどの世代を中心として広報しているのでしょうか。

【佐久間官房参事官】働いている世代ということだと思いますけれども、事業者の皆さんです。

【山田官房政策立案総括審議官】おそらく商工会とか商工会議所を通じて広報活動に御協力いただいていると思いますが、商工会や商工会議所に所属されている会社の経営者とか青年会議所のメンバーは、インターネットよりも新聞を御覧になっているのではないかと思います。ターゲットをどこに考えるかなんですけれども、一般の例えば消費者を相手にするのであれば、多分、新聞よりはインターネットの方がいいでしょうが、企業の購買とかの担当者とか、そういった人たちであれば、まだ新聞もある程度は有効なのかなとは思っております。

【池谷委員】ある程度ですね。もうそういうレベルに来ましたよね。

【山田官房政策立案総括審議官】ええ、そのとおりだと思います。

【佐久間官房参事官】全国紙を用いた広報についていえば、平成28年は7紙でした。平成29年度から平成31年度は、読売新聞だけでいいのではないかと、もっとほかのことしようということで、キャラクター導入したり、動画を作ったりしました。動画は平成31年2月の広報から上げています。

【池谷委員】それは若い方向けの広報ですね。

【佐久間官房参事官】 いろんなビジネスをやっているいろんな年齢の方向けです。担当者レベルだと若い人もいるでしょうから。

【山田官房政策立案総括審議官】 動画のことをもうちょっとプレーアップして評価書に書いた方がいいかもしれません。

【佐久間官房参事官】 ラジオを用いた広報では、J-WAVEからニッポン放送に変えています。それは多分、ニッポン放送の方が枠が取りやすかったんだと思います。実は、今年度の広報ではラジオはやらないことにしました。委託先事業者が、ラジオはやめて、電車の車内広告とかで画像だけで宣伝する方が良いということで、そちらを手厚くしようと考えているところです。

【池谷委員】 そういうふうになってきているんですね。

【佐久間官房参事官】 そうです。平成29年11月と平成31年2月とを比べると、余り変わっていないように見えるんですけども、今年の9月、10月では、使う媒体を変えて、動画も積極的に活用していきます。

【多田委員】 表5と6の満足度、理解度ということでお話があったのを聞いていて思ったのですが、次元が違う話かもしれませんが、大学で授業アンケートをすると、自分としては、8割、9割が満足又はおおむね満足でしたということであればいいのかなと思っています。この消費税の説明会についても、客観的にはもう十分以上にやっておられるのかなと思います。大学の授業についても、全員が分かるというのはあり得ないという前提で、8割、9割ぐらいの数字であれば、もう十分ではないかというようにある程度割り切っています。お話を伺っていますと、いろいろと媒体含めて工夫されておられるので、必要にして十分な数字は達成されてと思いました。

【河野官房総務課企画官】 よろしいでしょうか。それでは、本日の御議論はこれで終了とさせていただきたいと思います。今後、政策評価書に必要な補足説明を加えたり、修正を行い、公正取引委員会で審議の上、基本計画に定めに則って、インターネットに載せ、公表文を配布する形で公表とさせていただきたいと思います。

【山田官房政策立案総括審議官】 本当に、今日は貴重なお時間を取っていただきまして、ありがとうございます。本日御議論いただいた企業結合審査、違反事件の審査、あるいは消費税の転嫁対策を確実に、適切に、必要十分な程度に行うということが、私どもの組織の基盤にあるというふうに考えております。本日、いろいろな頂いた御意見を実務に反映させることによって、より適切な法執行につなげていきたいという

ふうに考えております。本日はどうもありがとうございました。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。