

第5章 競争環境の整備

第1 デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備

1 経緯

近年、ICTやデータを活用して第三者に多種多様なサービスの「場」を提供するデジタル・プラットフォーマーは、革新的なビジネス等を生み出し続けるイノベーションの担い手になっており、その恩恵は事業者の市場アクセスや消費者の便益向上につながるなど、我が国の経済や社会にとって、重要な存在となっている。

一方、複数の利用者層が存在する多面市場を担うデジタル・プラットフォーマーを巡っては、ネットワーク効果、低廉な限界費用、規模の経済等の特性を通じて拡大し、独占化・寡占化が進みやすいと指摘されており、公正かつ自由な競争を活発に行うことができる環境を整えることが必要である。

こうした中、平成30年6月に閣議決定された「未来投資戦略2018」において、プラットフォーマー型ビジネスの台頭に対応したルール整備のために、同年中に基本原則を定め、これに沿った具体的措置を早急に進めるべきものと定められたことを踏まえ、公正取引委員会、経済産業省及び総務省は、競争政策、情報政策、消費者政策等、多様な知見を有する学識経験者等からなる「デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会」（以下「検討会」という。）を同年7月10日に立ち上げた。検討会において調査・検討を進め、同年11月5日に中間論点整理（案）を公表し、当該案に対して寄せられた意見や検討会において実施した事業者ヒアリングの結果を踏まえ、同年12月12日に中間論点整理を取りまとめるとともに、これを踏まえ、当委員会、経済産業省及び総務省は、プラットフォーマー型ビジネスの台頭に対応したルール整備の基本原則（以下「基本原則」という。）を策定した。

その後、公正取引委員会、経済産業省及び総務省は、検討会の下に学識経験者や実務家からなる「透明性・公正性確保等に向けたワーキング・グループ」及び「データの移転・開放等の在り方に関するワーキング・グループ」を立ち上げた。各ワーキング・グループにおける検討・整理を踏まえて、平成31年4月24日に開催された検討会において議論がなされ、「取引環境の透明性・公正性確保に向けたルール整備の在り方に関するオプション」及び「データの移転・開放等の在り方に関するオプション」が取りまとめられ、令和元年5月21日に公表した。

2 基本原則

基本原則の概要は以下のとおりである。

(1) デジタル・プラットフォーマーに関する法的評価の視点

検討を進めるに当たっては、デジタル・プラットフォーマーは、①社会経済に不可欠な基盤を提供している、②多数の消費者（個人）や事業者が参加する場そのものを、設計し運営・管理する存在である、③そのような場は、本質的に操作性や技術的不透明性

がある、といった特性を有し得ることを考慮する。

(2) プラットフォーム・ビジネスの適切な発展の促進

革新的な技術・企業の育成・参入に加え、プラットフォーム・ビジネスに対応できていない既存の業法について、見直しの可否を含めた制度面の整備について検討を進める。

(3) デジタル・プラットフォーマーに関する公正性確保のための透明性の実現

- ① 透明性及び公正性を実現するための出発点として、大規模かつ包括的な徹底した調査による取引実態の把握を進める。
- ② 各府省の法執行や政策立案を下支えするための、デジタル技術やビジネスを含む多様かつ高度な知見を有する専門組織等の創設に向けた検討を進める。
- ③ 例えば、一定の重要なルールや取引条件を開示・明示する等、透明性及び公正性確保の観点からの規律の導入に向けた検討を進める。

(4) デジタル・プラットフォーマーに関する公正かつ自由な競争の実現

例えば、データやイノベーションを考慮した企業結合審査や、サービスの対価として自らに関連するデータを提供する消費者との関係での優越的地位の濫用規制の適用等、デジタル市場における公正かつ自由な競争を確保するための独占禁止法の運用や関連する制度の在り方を検討する。

(5) データの移転・開放ルールの検討

データポータビリティやAPI開放といったデータの移転・開放ルールの内容・適否について、個人のデータ管理やアクセスに関する権利としてのアプローチや、イノベーションが絶えず生じる競争環境を整備するためのアプローチ等、様々な観点を考慮して検討を進める。

(6) バランスのとれた柔軟で実効的なルールの構築

デジタル分野におけるイノベーションにも十分に配慮しつつ、十分かつ適切にルールの実効性を確保できるよう、自主規制と法規制を組み合わせた共同規制等の柔軟な手法も考慮し、実効的なルールの構築を図る。

(7) 国際的な法適用の在り方とハーモナイゼーション

我が国の法令の域外適用の在り方や、実効的な適用法令の執行の仕組みの在り方について検討を進める。規律の在り方を検討するに当たっては、国際的なハーモナイゼーションも志向する方向で検討する。

3 デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査

公正取引委員会は、基本原則において、「透明性及び公正性を実現するための出発点として、大規模かつ包括的な徹底した調査による取引実態の把握を進める」とされているこ

などを踏まえ、「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査」を開始した。当該実態調査の一環として、平成31年1月23日から、当委員会のウェブサイト上に、情報提供窓口を設置し、デジタル・プラットフォーマーについて、競争政策上問題と考えられる取引実態や利用状況に関する情報の収集・把握に努めている。また、①オンラインモール運営事業者の取引実態に関するアンケート調査、②アプリストア運営事業者の取引実態に関するアンケート調査、③デジタル・プラットフォームサービスの利用者（消費者）に対するアンケート調査を実施し、同年4月17日、中間報告を取りまとめ公表した。

第2 ガイドライン等の策定・公表等

1 経緯

公正取引委員会は、独占禁止法違反行為の未然防止と事業者及び事業者団体の適切な活動に役立てるため、事業者及び事業者団体の活動の中でどのような行為が実際に独占禁止法違反となるのかを具体的に示した「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（平成3年7月公表）、「共同研究開発に関する独占禁止法上の指針」（平成5年4月公表）、「公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」（平成6年7月公表）、「事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」（平成7年10月公表）、「知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針」（平成19年9月公表）、「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」（平成21年10月公表）、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（平成21年12月改定）、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年11月公表）等のガイドラインを策定・公表している。

平成30年度においては、以下のガイドライン等の策定・公表等に取り組んだ。

2 「農業協同組合の活動に関する独占禁止法上の指針」の改定

(1) 経緯

公正取引委員会は、平成19年4月18日、農業協同組合（農業協同組合連合会及び単位農協をいう。以下同じ。）の活動に関して、独占禁止法上問題となる行為を明らかにすることにより、農業協同組合による独占禁止法違反行為を未然に防止するとともに、農業分野における公正かつ自由な競争の促進に役立てるため、「農業協同組合の活動に関する独占禁止法上の指針」（以下「農協ガイドライン」という。）を策定・公表し、これまで4回にわたり、引用する法令等の改正に伴う技術的な改定を行ってきた。

今般、公正取引委員会は、近時、事件処理がなされた農業協同組合関係の審査事件を踏まえ、改定前の農協ガイドラインには掲載されていない問題行為についての独占禁止法上の考え方等を追加し、平成30年12月27日に公表した。

(2) 改定内容

今般の改定では、平成30年2月に排除措置命令が行われた大分県農業協同組合に対する件及び平成29年10月に注意・公表が行われた阿寒農業協同組合に対する件を踏まえて、以下の事項を追加した。

ア 販売事業の利用に当たって特定の組合員を差別的に取り扱う行為

単位農協が、当該単位農協以外に出荷した組合員に対して、販売事業の利用に係る条件又は実施について、他の組合員よりも不利な取扱いをする場合には、組合員の自由かつ自主的な取引が阻害されるとともに、競争事業者が組合員と取引をする機会が減少することとなる。例えば、以下のような行為は、不公正な取引方法に該当し違法となるおそれがある（一般指定第4項〔取引条件等の差別取扱い〕）。

- ・ 単位農協が、当該単位農協以外に出荷した組合員に対して、販売事業の利用に係る条件又は実施について、他の組合員よりも不利な取扱いをする行為

イ 組合員に対する優越的地位の濫用

単位農協が、取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、自己と継続的な取引関係にある組合員に対して、自己のために金銭・役務等の経済上の利益を提供させること、自己若しくは自己の指定する事業者の販売する商品若しくは役務を購入させること、又は、その他自己と取引関係にある組合員に不利益となるように取引を実施すること等は、当該組合員の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するとともに、当該組合員はその競争事業者との関係において競争上不利となる一方で、当該単位農協はその競争事業者との関係において競争上有利となるおそれがあるものである。例えば、以下のような行為は、不公正な取引方法に該当し違法となるおそれがある（注）（独占禁止法第2条第9項第5号〔優越的地位の濫用〕）。

- ・ 単位農協が組合員に対して、取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、当該組合員に不利益となるように取引を実施する行為

（注）優越的地位の濫用として問題となるかどうかは、取引当事者間に取引上の地位の優劣があるか否か、取引上優越した地位にある事業者が当該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ているか否かを踏まえて個別具体的に判断される。

3 「地方公共団体職員のための競争政策・独占禁止法ハンドブック」の作成・公表

(1) 経緯

公正取引委員会は、地方公共団体を含む行政機関が実施する行政指導に対する独占禁止法上の考え方について、「行政指導に関する独占禁止法上の考え方」（平成6年6月30日公表。以下「行政指導ガイドライン」という。）を策定したほか、地方公共団体の活動に係る独占禁止法上及び競争政策上の問題の有無についての相談にも対応してきており、その中から地方公共団体等の施策立案の参考になると考えられる事例を「地方公共団体からの相談事例集」（平成19年6月20日公表。以下「平成19年相談事例集」という。）として取りまとめ、公表している。これらを通じて、公正取引委員会は、地方公共団体の活動における独占禁止法上及び競争政策上の考え方を明らかにしてきている。

平成19年相談事例集の公表から約10年が経過したが、この間も、独占禁止法のコンプライアンス意識の社会的な高まりなどもあり、地方公共団体からの公正取引委員会に対する相談は引き続き寄せられている。

そこで、平成19年相談事例集公表後10年間の事例の蓄積も踏まえ、独占禁止法及び競

争政策に関する地方公共団体の理解を一層深めるため、今般、「地方公共団体職員のための競争政策・独占禁止法ハンドブック」（以下「本ハンドブック」という。）を作成し、平成31年3月18日に公表した。

(2) 本ハンドブックの概要

ア 本ハンドブックのねらい

事業者が自由で自主的な判断により経済活動を行うことができ、かつ、事業者間において公正かつ自由な競争が行われるよう環境を整備することにより、事業者は創意工夫を十分に発揮でき、また、地域内外の消費者に提供する商品・サービスの質を向上させることができる。これによって、地域の住民の利益が増進するとともに、地域経済を担う事業者の競争力が向上することを通じて、地域の所得と雇用の水準が高まることになる。

このため、地域経済の活性化等を目的として地方公共団体が各種の施策・事業を実施する際には、当該施策・事業が、事業者の自由で自主的な判断による経済活動を妨げたり、事業者間の公正かつ自由な競争を阻害したりするおそれはないかなどという観点から検討することが有益である。また、既存の施策・事業が、その後の社会構造や経済情勢の変化により、事業者の自由で自主的な判断による経済活動を妨げたり、事業者間の公正かつ自由な競争を阻害したりするものとなっていないかなどについて、不断に見直しを行うことが望ましい。

本ハンドブックは、こうした考え方を基に、地域経済の活性化の観点から地方公共団体職員が各種の施策・事業を実施する際に参照できるよう、地方公共団体の活動における独占禁止法及び競争政策の考え方を整理したものである。

独占禁止法及び競争政策の考え方を理解するためには、まずは地方公共団体の活動が事業者間の競争状況に対してどのような影響を及ぼし得るかを把握することが重要となる。本ハンドブックでは、事業者間の競争に影響を及ぼし得る行政機関の活動についての独占禁止法上及び競争政策上の考え方が示されている「競争評価」と「行政指導ガイドライン」の活用方法を、地方行政における想定事例とともに示している（第1章）。また、地方公共団体の活動における独占禁止法及び競争政策に対する理解をより深める観点から、これまで蓄積された地方公共団体からの具体的な相談事例に即して、留意すべき独占禁止法及び競争政策の考え方を示している（第2章）。

イ 第1章 地方公共団体の活動における独占禁止法上及び競争政策上の考え方

第1章では、条例等（以下、特段の断りがない限り、地方公共団体が制定改廃する条例、規則、規程、要綱等の成文規範を総称して「条例等」という。）の制定改廃やその運用の各過程において、留意すべき独占禁止法及び競争政策に関する事柄について、地方公共団体が条例等を制定改廃・運用する場合と、自ら事業者として事業活動を行う場合とに分けて、それぞれ考え方を整理している。

(7) 条例等の制定改廃・運用時における独占禁止法上及び競争政策上の考え方

a 条例等の制定改廃時における競争状況に及ぼす影響のセルフチェック

(a) 競争評価の意義

国の行政機関は、行政機関が行う政策の評価に関する法律（平成13年法律第86号。以下「政策評価法」という。）に基づく政策評価の実施が義務付けられており、規制の新設又は改廃を行おうとする場合、規制の事前評価（注1）の実施が義務付けられている（政策評価法第9条）。規制の事前評価では、規制の新設又は改廃が事業者間の競争に及ぼす影響についても、「競争評価」を用いて、把握することとされている（注2）。

規制は、様々な目的を達成するために行政機関が設けるものであるが、規制の内容及び程度によっては、事業者の新規参入や事業者の活動が制限等されることで、経済的損失（事業者が提供する商品・役務の価格上昇、多様な商品・サービスの供給制限、イノベーションの創出阻害など）を発生させるおそれもある。そのため、規制の新設又は改廃を行おうとする際には、競争評価を実施し、規制の新設又は改廃が事業者間の競争状況に及ぼす影響を適切に把握する必要がある。

（注1）国民の権利を制限し、又はこれに義務を課す規制を新設又は改廃する際に発生する効果や負担を予測・評価するものをいう。

（注2）地方公共団体は政策評価法の適用対象ではなく、競争評価の実施義務を負うものではないが、「競争評価」は、規制の新設又は改廃が競争状況に及ぼす影響を把握・分析するという点で、地方公共団体にも有効な視点を提供するものと考えられる。

(b) 競争評価の手法及び競争評価チェックリストの概要

国の行政機関が行う競争評価の手法については、公正取引委員会が定める手法によることとされており、公正取引委員会では、「競争評価チェックリスト」等を作成している。

規制の新設又は改廃が事業者間の競争状況に及ぼす影響は様々あると考えられるが、競争評価チェックリストでは、競争状況に負の影響を及ぼすものを、①事業者の数の制限、②事業者の競争手段の制限、③事業者の競争回避的行動の誘発、④需要者が利用できる情報・選択肢の制限に大別している。そして、これら4つの観点から具体的な質問を設けており、回答者によって判断に差が生じないように、質問項目を規制の内容に基づき外形的に判断し、「はい」「いいえ」で回答することによって、当該規制が事業者間の競争状況に負の影響を及ぼす可能性があるかを把握することができるようになっている。

(c) 競争評価チェックリストの活用

地方公共団体において、住民の権利を制限し又は義務を課すためには条例を制定することが必要であり（地方自治法〔昭和22年法律第67号〕第14条第2項）、このような規制的な内容を含む条例を制定改廃する場合、その制定改廃過程において事業者間の競争状況に及ぼす影響という視点から検討を行うために、「競争評価チェックリスト」を用いたセルフチェックを行うことが有効である。また、条例自体は規制的な内容を含まない場合であっても、例えば当該条例の下位法令までを含めてみると規制的な内容を含み得る場合も考えられる。

このため、競争評価チェックリストを活用したセルフチェックの対象は、規制的内容を含む条例に限ることなく、それ以外の成文規範についても、その制定改廃が事業者間の競争状況に及ぼす影響を把握することが望ましい。

本ハンドブックでは、地方公共団体における競争評価チェックリストの活用方法について、規制的内容を含む場合と含まない場合とに分けて、それぞれ想定事例を用いて示している。

b 条例等の制定改廃・運用時における独占禁止法違反行為の誘発の防止

(a) 行政指導ガイドラインの意義

地方公共団体が条例等を運用するに当たって、行政需要への機敏な対応等のために行政指導が行われているが、行政指導の中には、その相手方の独占禁止法違反行為を誘発し得るものもある。当該相手方の行為については、たとえそれが行政指導により誘発されたものであっても、独占禁止法の適用が妨げられるものではない。このため、公正取引委員会では、このような行政指導と独占禁止法との関係について、「行政指導ガイドライン」を取りまとめて公表することにより、その考え方を示してきたところである。

その上で、行政指導ガイドラインは、飽くまで「行政指導」と独占禁止法との関係を示したものであるが、ここで示される独占禁止法上の考え方の枠組みは、行政指導に限定されるものではなく、地方公共団体が、事業者の独占禁止法違反行為を誘発させ得る条例等の法令やその運用とはどのようなものかを把握する上で、有効な視点を提供するものと考えられる。

(b) 行政指導ガイドラインの活用

「行政指導ガイドライン」では、行政指導の内容や対象に応じて、①参入・退出に関する行政指導、②価格に関する行政指導、③数量・設備に関する行政指導、④営業方法、品質・規格、広告・表示等に関する行政指導に類型分けをし、それぞれに対する独占禁止法上の考え方を示している。

本ハンドブックでは、独占禁止法違反行為を誘発し得る条例等の制定改廃・運用を把握するための行政指導ガイドラインの活用方法について、前記4つの類型に即して、想定事例を用いて示している。

(i) 事業者としての事業活動を行う場合における独占禁止法上の考え方

地方公共団体は、条例等を制定改廃・運用するだけでなく、自ら事業者としての事業活動を行う場合もある。独占禁止法で禁止されている行為（私的独占、不当な取引制限、不公正な取引方法）を行うことで、排除措置命令や課徴金納付命令等の行政処分等の対象となる主体は「事業者」であるところ、地方公共団体が事業活動を行うに当たっては、地方公共団体も独占禁止法の適用を受ける事業者該当し得ることから、この点を十分留意する必要がある。事業者としての地方公共団体が事業活動を行う際に留意すべき独占禁止法上の問題について、本ハンドブックでは、当該問題を考える上で参考となる各種情報を紹介している。

ウ 第2章 地方公共団体からの相談事例集

第2章では、地方公共団体の活動における独占禁止法及び競争政策に関する理解をより深める観点から、これまで蓄積された地方公共団体からの相談事例に即して、留意すべき独占禁止法及び競争政策の考え方を示している。具体的には、災害対策、医療・福祉、運輸・交通等の今後他の地方公共団体から同様の相談が寄せられることが想定される事例など合計16事例を、行政の行為別・政策目的別にも分類することで検索性・利便性を高めた上で、掲載している。

4 「適正な電力取引についての指針」の改定

(1) 経緯

公正取引委員会は、通商産業省（現経済産業省）と共同して、電力市場における公正かつ有効な競争の観点から、独占禁止法上又は電気事業法上問題となる行為等を明らかにした「適正な電力取引についての指針」を平成11年12月に作成・公表している。

令和元年7月に旧一般電気事業者等が保有するベースロード電源を投入し、新電力が年間固定価格で電気を調達するベースロード市場が創設されること等に伴い、同年5月30日に本指針を改定した。

(2) 改定内容

ア ベースロード市場への電力投入の制限

旧一般電気事業者によるベースロード市場への不当な電力投入の制限について、独占禁止法上問題となるおそれがあること（私的独占、取引拒絶等）を新たに記載した。

イ 不当な交渉機会の義務付け

旧一般電気事業者による小売供給契約における競争制限的な行為（不当な交渉機会の義務付け（注））が独占禁止法上問題となるおそれがあること（私的独占、拘束条件付取引、排他条件付取引、取引妨害等）を新たに記載した。

（注）旧一般電気事業者と需要家との間の小売供給契約において、需要家が他の小売電気事業者との契約に切替えを希望する場合に、当該需要家との間で、自己との交渉をさせ自己が当該需要家の希望する取引条件を提示することができなかったときのみ解除が可能となる契約を締結すること

第3 実態調査等

1 携帯電話市場における競争政策上の課題について（平成30年度調査）

(1) 経緯

携帯電話は、国民の大半が利用しており、国民生活に必要不可欠なものであるが、消費支出における移動系通信費の割合が増加傾向にあること、移動系通信の契約回線数に占めるシェアが約90%であるMNO（Mobile Network Operator）について「実質的に3グループに収斂、寡占化している」と指摘されているなど、携帯電話市場の競争が依然として十分ではない状況にあると考えられることから、その競争環境の整備は政府の重要課題である。

公正取引委員会は、MVNO（Mobile Virtual Network Operator）の新規参入の促進

の観点を中心に、携帯電話市場に関する取引慣行について、競争政策上の課題の検討を行い、平成28年8月2日に「携帯電話市場における競争政策上の課題について」を公表したが、前記のような状況を踏まえ、今般、同調査のフォローアップを含めた調査を行い、平成30年6月28日、「携帯電話市場における競争政策上の課題について（平成30年度調査）」（以下 **1** において「報告書」という。）を取りまとめ、公表した（詳細は平成29年度年次報告第2部第5章第2 **5** を参照）。

(2) 報告書公表後の取組

報告書の公表後、公正取引委員会は、報告書の内容についてMNO 3社に対して説明を行い、自主的な改善を行うよう働きかけるとともに、消費者団体等に対する説明会を開催し報告書の内容の周知を行うほか、モバイル市場について事業者間の公正な競争を更に促進するための方策について検討する総務省の研究会等にオブザーバーとして参加するなど、携帯電話市場における競争の促進を通じた料金の低廉化、サービスの向上に取り組んだ。

2 消費者向けeコマースの取引実態に関する調査

(1) 調査趣旨

近年、我が国における消費者向けeコマースの市場規模は急速に拡大しており、また、新たなオンラインモール運営業者も出現するなど、市場環境は大きく変貌を遂げてきていると考えられる。このようなeコマースの発展は、小売市場における競争を促進し、消費者利益の増大をもたらしていると考えられる一方で、事業者が競争事業者や取引先事業者の行動を把握しやすくなることにより、競争制限的な行為が行われやすくなることも懸念されるところである。

このような問題意識を踏まえ、メーカーと流通業者との間の取引条件、メーカーや流通業者のウェブサイトでの販売方法、オンラインモールでの取引状況といった消費者向けeコマースに関する取引慣行全般について、実店舗での販売に関する取引慣行とも比較しつつ、メーカー、小売業者及びオンラインモール運営業者のそれぞれの行為について、競争促進効果・競争阻害効果の双方の観点から幅広く調査を実施した。また、eコマースに係る消費者の消費行動についても調査を実施した。

(2) 調査対象等

ア 調査対象

消費者が事業者からインターネットを介して購入する商品に関する取引について調査を行った。

イ 調査方法

調査は、平成30年1月から同年11月にかけて、次の方法により実施した。

(ア) 事業者向けアンケート調査（平成30年1月～2月）

4,339名の事業者に対しアンケート調査票を送付し、1,208名（小売業者848名、

メーカー360名)から回答を得た(回答率27.8%)。

(イ) ヒアリング調査(随時)

延べ117社(小売業者、メーカー、オンラインモール運営業者、価格調査会社・価格自動更新ツール提供者・価格比較サイト運営業者)に対して実施した。

(ウ) 消費者向けアンケート調査(平成30年9月)

オンラインモールで月1回以上商品を購入している一般消費者2,000名に対して、インターネット上で実施した(委託調査)。

(3) 調査結果のまとめと独占禁止法・競争政策上の評価

ア 消費者向けeコマース市場の特徴

(7) eコマースの拡大がもたらす競争への影響

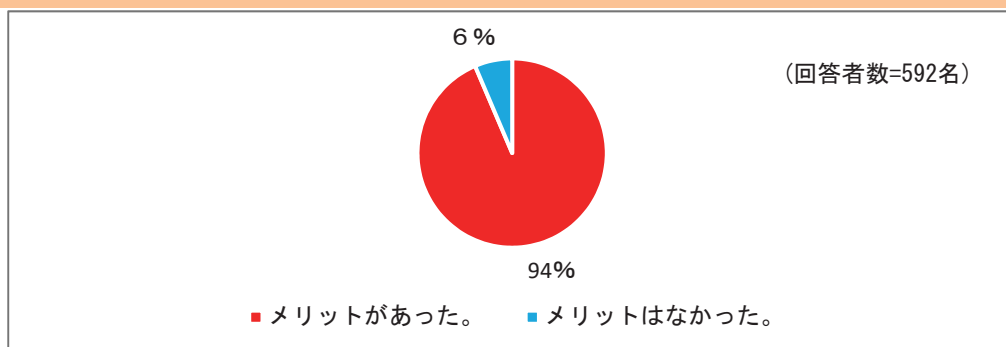
a 調査結果

消費者向けeコマース市場全体の市場規模は、平成24年から平成29年の5年間で73.5%拡大(9兆5130億円から16兆5054億円に拡大)している。この中で、事業者は、オンライン販売により商圈等の拡大などのメリットを享受する一方、価格、品揃え等の面で活発な競争に直面しているといえる(第1図及び第2図参照)。

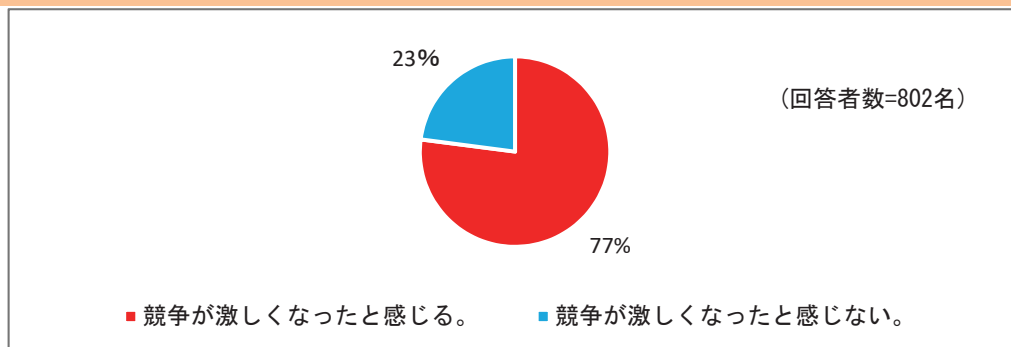
他方、小売業者の中には、メーカー等からオンライン販売について制限を受けることがあるとする者が一定程度存在し、小売業者がオンライン販売を行うことで、メーカー等から販売価格や販売価格の広告・表示についての指導・要請を受けやすくなるという傾向が一定程度確認された(第3図参照)。

なお、価格自動更新ツール等が利用されることもあるが、その利用者は、一部の大規模な小売業者・メーカーにとどまっており、その主な利用目的は、競争力のある価格を設定するためであるといえる。

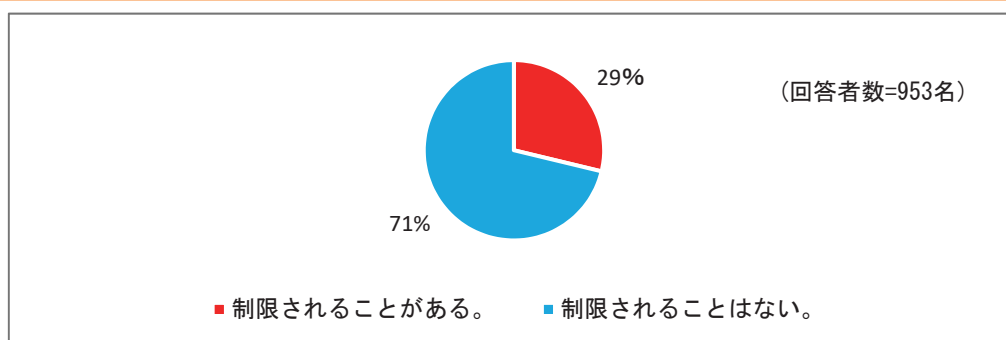
第1図 オンライン販売のメリットの有無(小売業者からの回答)



第2図 eコマースの発展・拡大による競争状況への影響の有無（小売業者からの回答）



第3図 オンライン販売に関する制限の有無（小売業者からの回答）



b 評価と今後の対応方針

eコマースには競争促進効果が認められ、事業者と消費者の双方にとって大きな利益をもたらしていると考えられる一方で、小売業者の取引の状況が他の事業者から把握されやすくなることで、メーカーによる小売価格のコントロール、メーカー間・小売業者間の協調行為などの競争阻害効果を惹起する懸念がある。

公正取引委員会は、消費者向けeコマース取引における公正かつ自由な競争を促進していく観点から、メーカー・小売業者間で問題となる行為の独占禁止法上の考え方を後記イのとおり明らかにし、独占禁止法に違反する行為の未然防止を図るとともに、eコマース取引の状況について情報収集に努め、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

なお、近年、AIやアルゴリズムを利用したカルテル（いわゆるデジタルカルテル）を巡る問題が注目を集めているが、我が国においては、価格自動更新ツール等の利用が競争に与える影響について、現時点では価格競争を活発にする方向に作用していると考えられる。しかし、このようなツールの利用が拡大することにより、将来的に、協調行為の助長といった競争への悪影響が生じる可能性も否定できないことから、利用実態について、引き続き注視することとする。

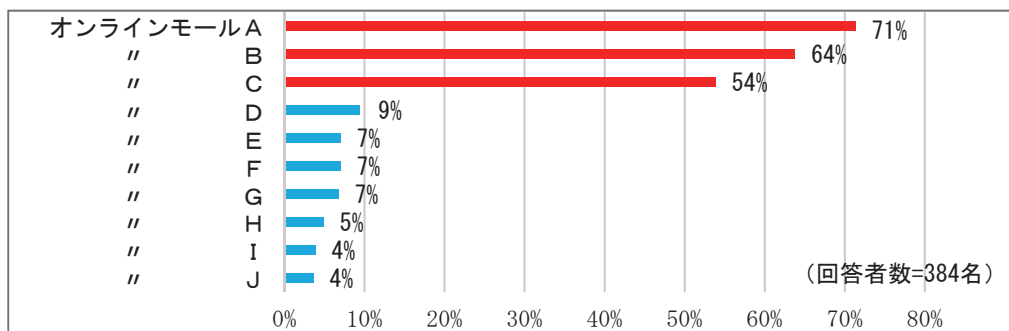
(イ) オンラインモールの市場における地位

a 調査結果

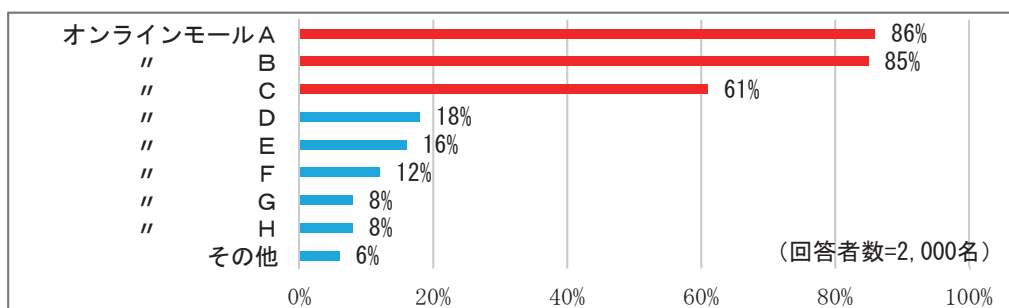
出店者及び消費者は、3つの主要なオンラインモールへ集中していることがうかがわれる（第4図及び第5図参照）。また、出店者や消費者が出店先・購入先のオンラインモールを選択するに当たっては、それぞれ消費者・取扱商品の数の多さを重視している者が多いことから、オンラインモールには間接ネットワーク効果が双方向に働いていることがうかがわれる（第6図及び第7図参照）。

また、オンラインモールでの販売については、資本金の額の小さい小売業者ほど、オンラインモールでの販売を増やしたい等と回答する割合が高く、オンラインモールは、特に中小規模の事業者にとって重要な販売ツールとなっていると考えられる。

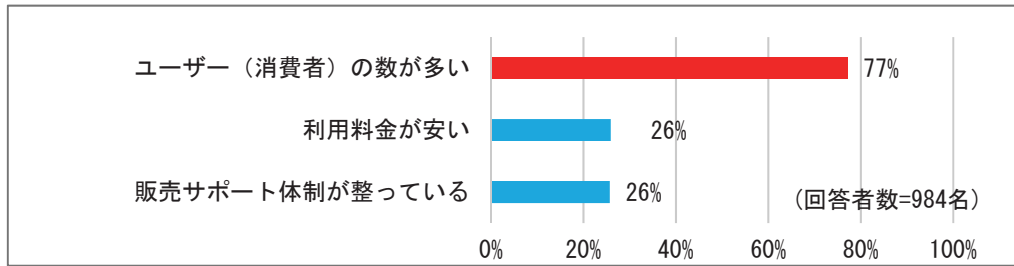
第4図 出店先オンラインモール（小売業者からの回答、回答割合上位10位、10サイトまで回答可）



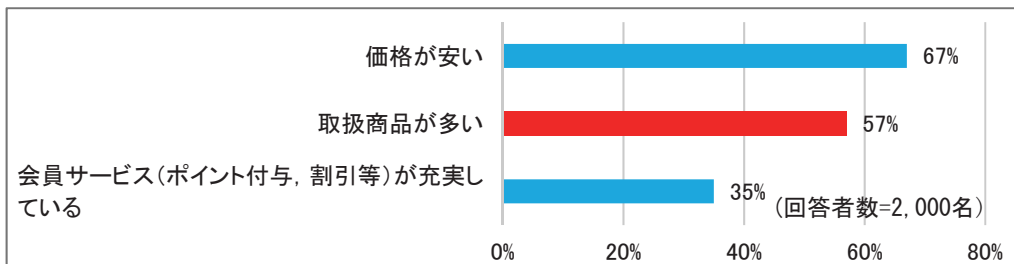
第5図 利用したことがあるオンラインモール（消費者からの回答、複数回答可）



第6図 出店先オンラインモールの選択理由（小売業者からの回答、回答割合上位3位、複数回答可）



第7図 購入先オンラインモールの選択理由（消費者からの回答、回答割合上位3位、3つまで回答可）



b 評価と今後の対応方針

出店者及び消費者が集中しているオンラインモールの運営業者は、オンラインモール運営分野において有力な地位を占めており、また、自己の取引上の地位が取引の相手方に対し優越した地位にある場合があると考えられる。このため、競争関係にある他のオンラインモールを排除したり、出店者に対し取引条件を一方的に不当に変更したりすれば、独占禁止法上問題となる可能性が高いものと考えられる。

また、オンラインモールは、特に中小規模の小売業者にとって重要な販売ツールとなっており、オンラインモールでの販売において公正な取引条件が確保されなければ、オンラインモールへの依存度が高い事業者の事業機会が不当に制限されたりする状況を招くなどし、ひいては、消費者向けeコマース市場全体の公正な競争環境が損なわれることにつながりかねない。

公正取引委員会は、オンラインモール運営業者の市場における地位を踏まえ、後記ウのとおり、オンラインモール運営業者は公正な競争環境を確保する観点から出店者との間の取引条件の透明化に取り組むべきことや、オンラインモール運営業者の行為のうち独占禁止法上問題となる行為についての考え方を明らかにするとともに、オンラインモールにおける取引の状況について情報収集に努め、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

(ウ) オンライン販売と実店舗での販売の代替性

a 調査結果

事業者からみた場合には、オンライン販売と実店舗での販売との間に、品揃え、価格等についてはそれほど差異がないことが確認された一方、顧客層の異同については小売業者によって見解が分かれ、競争相手や価格の参照先としては、他の小売店の同一販売形態を挙げる回答が多かった。

また、消費者からみた場合には、本調査結果のみを前提とすれば、オンラインモールとその他の購入先とで、需要者にとっての代替性が一定程度認められると考えられる。

b 評価と今後の対応方針

現時点においては、全般的に、オンライン販売と実店舗での販売について、また、オンラインモールでの販売と、実店舗及び自社サイトでの販売について、どこまでが同一の市場といえるのか、確固とした評価はできない。インターネット技術は日々進展しており、eコマースの利便性も向上し続けているところ、市場の状況は時間の経過とともに変化する可能性が高いため、独占禁止法の適用に当たり、これらの代替性を具体的に検討する必要がある場合には、事案に即して検討することとする。

イ メーカー・小売業者間で問題となる行為

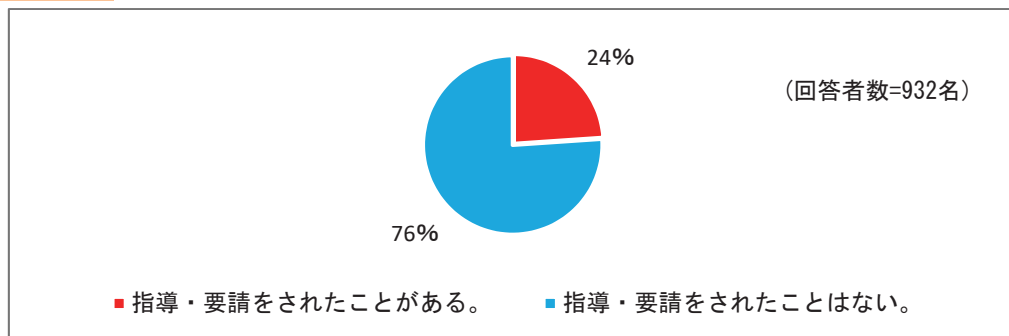
(7) 再販売価格維持行為等

a 調査結果

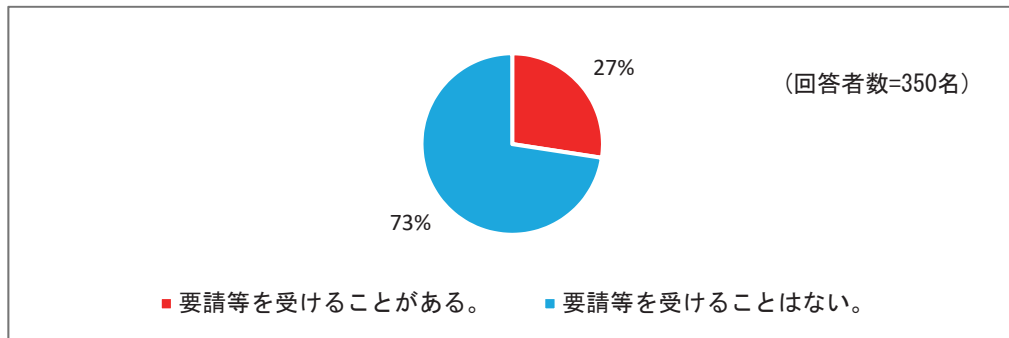
メーカーが、小売業者に対して、小売価格や販売価格の広告・表示について指導・要請する行為がみられたほか、小売業者が、メーカーに対して、他の小売業者の販売価格等について要請する行為もみられた（第8図及び第9図参照）。

また、小売業者がオンライン販売を行うことで、メーカー等から販売価格や販売価格の広告・表示についての指導・要請を受けやすくなるという傾向が一定程度確認されたほか、近年、流通業者からメーカーに対する他の小売業者の販売価格等に関する要請・意見が増加しているという傾向も一定程度確認された。

第8図 販売価格や販売価格の広告・表示に関する指導・要請の有無（小売業者からの回答）



第9図 流通業者からの要請・意見の有無（メーカーからの回答）



b 評価と今後の対応方針

メーカーによる小売業者の小売価格や販売価格の広告・表示に対する指導・要請については、メーカーが示した価格で販売すること等の実効性が確保されていれば、原則として違法（再販売価格の拘束、価格に関する広告・表示の制限）となる。

また、小売業者がメーカーに対して、他の小売業者の販売価格等について要請・意見する行為は、メーカーによる再販売価格維持行為を誘発するおそれがあり、また、メーカーによる同行為の実効性確保手段にもなり得るほか、メーカーを基点とした、小売業者とメーカーによる不当な取引制限として独占禁止法上問題となり得る場合もある。

公正取引委員会としては、価格監視が容易となる技術の進展状況や普及状況にも着目しつつ、メーカーが再販売価格維持行為等を行っていないか、小売業者によって当該行為が誘発されていないか、また、小売業者とメーカーによる不当な取引制限が行われていないかといった観点から、メーカーと小売業者間の取引の状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

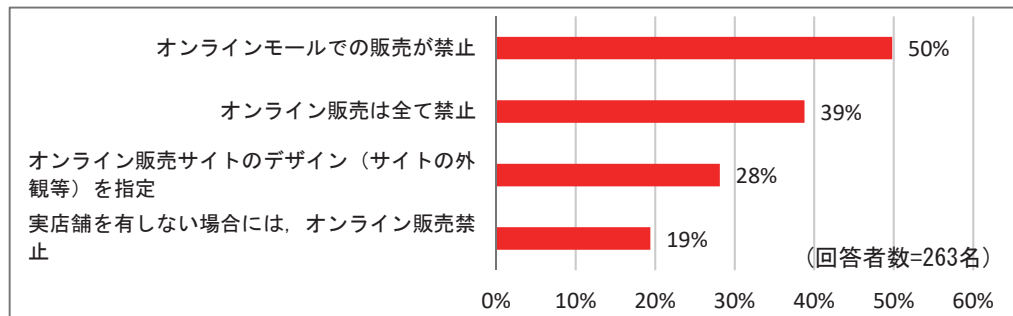
(4) オンライン販売の制限行為

a 調査結果

メーカーが、商品のブランドイメージ維持のために、小売業者のオンライン販売サイトのデザインを指定する行為がみられた。

また、メーカーが、小売業者に対して、ブランドイメージ維持等の目的のために、自社サイトも含めたオンライン販売を全面的に禁止する、又は、オンラインモールでの販売を禁止する行為がみられたほか、選択的流通によってオンライン販売が事実上制限されている例も確認された（第10図参照）。

第10図 メーカーによるオンライン販売制限の内容（小売業者からの回答、回答割合上位4位、複数回答可）



b 評価と今後の対応方針

e コマースには一般に競争を促進する効果があり、オンライン販売は、事業者にとって重要な販売ツールとなっており、消費者にも大きな利益をもたらしていると考えられる。ここで、オンライン販売が制限されると、小売業者の販売の機会が大きく制限されることとなるのみならず、消費者にとっても大きな不利益をもたらすおそれがあり、制限の程度が強まるほど、競争阻害効果は大きくなるものと考えられる。他方、小売業者が商品を適切に販売したり、消費者が購入した商品を適切に使用したりするためには、対面での確認、調整等が必要不可欠など、メーカーがオンライン販売の制限を行うことについて、十分な合理性がある場合もある。

このようなオンライン販売の制限について、独占禁止法上の考え方を整理すると、次のとおりである。

(a) オンライン販売サイトのデザインの指定

「商品の適切な販売のためのそれなりに合理的な理由が認められ」、かつ、「他の小売業者に対しても同等の条件が課せられている」場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない（小売業者の販売方法に関する制限）。

(b) オンライン販売の全面的な禁止及びオンラインモールでの販売の禁止

メーカーによるオンライン販売の全面的な禁止又はオンラインモールでの販売の禁止が、選択的流通を採用した結果として行われる場合であっても、選択的流通にはよらずに行われる場合であっても、これらの行為については、単に小売業者の販売方法が制限されるのみならず、商品を取り扱う流通業者自身が限定されるという性質等も有するものであって、単なる小売業者の販売方法の制限として行われる場合と比較して、競争阻害効果が生じる程度はより大きいものと考えられる。

この点については、当該商品の品質の保持、適切な使用の確保等、「消費者の利益の観点からそれなりに合理的な理由に基づくものと認められ」、かつ、「他の流通業者に対しても同等の基準が適用される」場合は、「通常、問題とはならない」が、これらの基準を満たさない場合は、個別事案に即して、競争を阻害する効果に加え競争を促進する効果も考慮して、独占禁止法上問題とな

るか否かが判断される。

また、メーカーが、従来から直接取引している流通業者に対して、オンラインで安売りをを行うことを理由に出荷停止を行うことは、原則として違法（安売り業者への販売禁止）となる。

公正取引委員会としては、オンライン販売を制限することに、当該商品の品質の保持、適切な使用の確保等、消費者の利益の観点からそれなりの合理的な理由が認められるか否かなどの基準が、インターネット技術の発展に伴い変化していくことにも留意しつつ、メーカーによって小売業者のオンライン販売が制限されていないか、メーカーと小売業者間の取引の状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

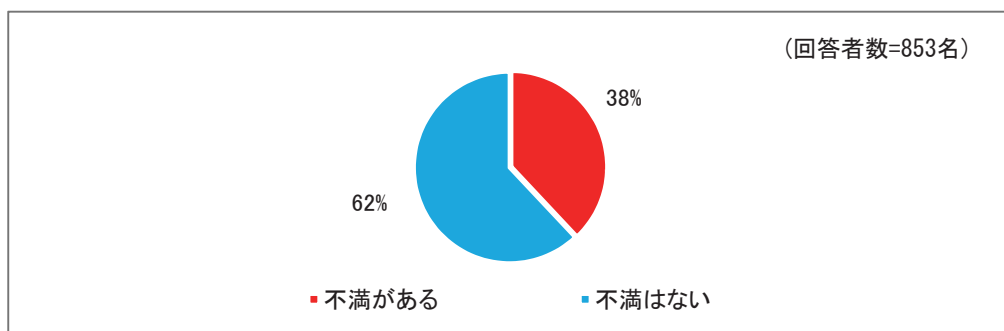
ウ オンラインモール運営業者による行為

(7) オンラインモールの利用料・決済方法

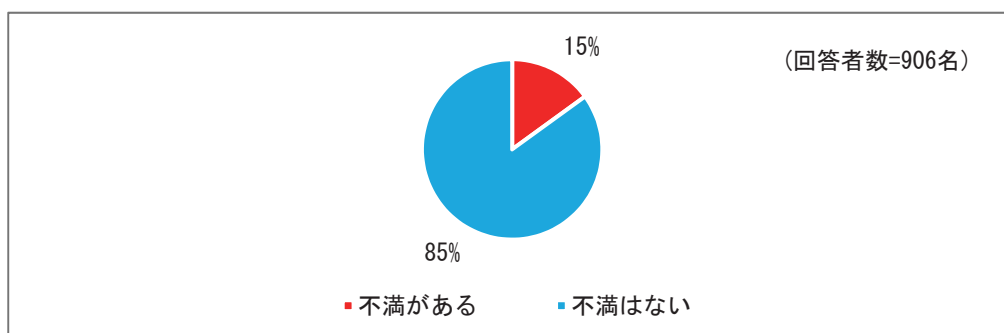
a 調査結果

オンラインモールの利用料の一方的値上げや決済方法を指定されることに不満を持つ出店者がみられた（第11図及び第12図参照）。

第11図 利用料に関する不満の有無（小売業者からの回答）



第12図 決済方法に関する不満の有無（小売業者からの回答）



b 評価と今後の対応方針

オンラインモールへの出店者が、利用料や決済方法を一方的に変更されるといった予期しない不当な不利益を受けることのないように、オンラインモールの

利用料や決済方法について取引の条件等に係る交渉や説明が十分に行われ、予見可能性が確保されるよう、オンラインモール運営業者においては、引き続き、可能な限り出店者との取引条件の透明化に取り組むことが公正な競争環境を確保する観点から望ましい。

また、自己の取引上の地位が出店者に優越しているオンラインモール運営業者が、正常な商慣習に照らして不当に、利用料や決済方法を変更して不利益を与えるなどの場合には、独占禁止法上問題が生じるおそれがある（優越的地位の濫用）。

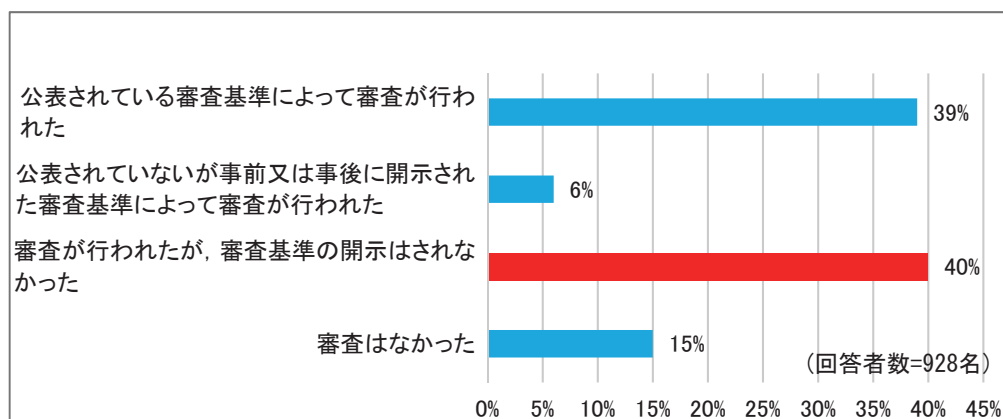
公正取引委員会としては、オンラインモール運営業者が、オンラインモールの利用料や決済方法を不当に変更することのないよう、オンラインモール運営業者と出店者との取引の状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

(イ) オンラインモールへの出店・出品の審査

a 調査結果

出店者がオンラインモールに出店・出品した際の審査に当たって、「審査基準の開示が行われなかった」とする出店者がみられた（第13図参照）。

第13図 オンラインモール運営業者による審査基準の開示の有無（小売業者からの回答）



b 評価と今後の対応方針

オンラインモールへの出店者が、不明確な理由によって出店・出品を拒否されたり、退店させられたりといった予期しない不利益を受けることのないように、オンラインモールへの出店・出品の審査基準について予見可能性が確保されるよう、オンラインモール運営業者においては、引き続き、可能な限り取引条件の透明化に取り組むことが公正な競争環境を確保する観点から望ましい。

また、オンラインモール運営業者が、独占禁止法上違法な行為の実効性を確保するための手段として、出店者の出店・出品の申込みを拒否し、又は、出店者を退店させる場合や、自らも小売事業を営み、小売市場における有力な事業者であるオンラインモール運営業者が、小売市場における競争者を市場から排除するなどの独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として、出店者の出店・出品

の申込みを拒否し、又は、出店者を退店させる場合には、独占禁止法上問題が生じるおそれがある（単独の直接取引拒絶等）。

公正取引委員会としては、オンラインモール運営業者が、オンラインモールへの出店・出品を不当に拒否したり、出店者を不当に退店させたりすることのないよう、オンラインモール運営業者と出店者との取引の状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

(ウ) 他のオンラインモールへの出店制限

a 調査結果

出店者に対して、他のオンラインモールへの出店制限を課す行為は、本調査においては確認できなかった。

b 評価と今後の対応方針

市場における有力な事業者が行う場合には、既存の事業者の事業活動を阻害したり、参入障壁を高めたりするような状況をもたらす可能性があり、市場閉鎖効果が生じる場合には、独占禁止法上問題が生じるおそれがある（自己の競争者との取引等の制限）。

公正取引委員会としては、オンラインモール運営業者が、出店者が他のオンラインモールへ出店することを制限していないか、また、制限している場合には当該行為が市場にどのような影響を与えるのかといった観点から、オンラインモール運営業者と出店者との取引の状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

(エ) MFN条項（注）

（注）オンラインモール運営業者・出店者間の取引条件のうち、出店者に対して、自社サイトや他のオンラインモールで販売する際の価格と同等又は安い価格で販売することや、同等以上の品揃えで販売することを要請する内容のものをいう。

a 調査結果

出店者に対して、自社サイトや他のオンラインモールで販売を行う際の価格と同等又は安い価格で販売することや、同等以上の品揃えで販売することを要請する行為は、本調査においては確認できなかった。

b 評価と今後の対応方針

市場における有力な事業者が行う場合には、オンラインモール間や出店者間の価格や品揃え等の競争の減少がもたらされるおそれや、他のオンラインモール運営業者のイノベーション意欲や、他の事業者の新規参入の阻害をもたらすおそれがあり、こうしたおそれが生じる場合には、独占禁止法上問題が生じる（拘束条件付取引等）。

また、複数のオンラインモール運営業者が行う場合には、独占禁止法上の問題が生じる可能性が大きくなると考えられる。

公正取引委員会としては、オンラインモール運営業者が、MFN条項を出店者との契約において設けていないか、また、設けている場合には当該MFN条項が市場にどのような影響を与えるのかといった観点から、オンラインモール運営業者と出店者との取引の状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違

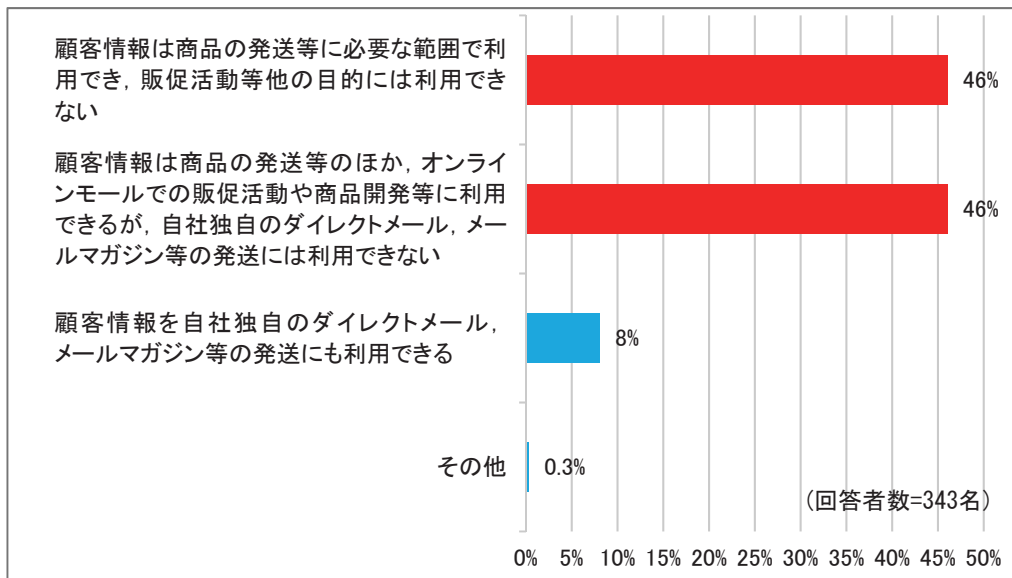
反する行為に対しては厳正に対処することとする。

(外) オンラインモールにおける顧客情報の利用制限について

a 調査結果

「商品の発送以外には顧客情報を利用できない」、「オンラインモールからの退店後には顧客情報を利用できない」とする出店者がみられた（第14図参照）。

第14図 顧客情報の利用条件（小売業者からの回答）



b 評価と今後の対応方針

オンラインモール運営業者は、出店者が、入手可能な顧客情報やその利用条件を一方的に変更されるといった予期しない不利益を受けることのないように、顧客情報の利用条件について予見可能性が確保されるよう、引き続き、可能な限り取引条件の透明化に取り組むことが公正な競争環境を確保する観点から望ましい。

また、自ら小売事業も営むオンラインモール運営業者が、出店者による販売によって入手した顧客情報を、当該オンラインモールにおける自らの小売事業を有利に行うために利用し出店者には利用させないことにより、出店者の小売事業を不当に妨害する場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（競争者に対する取引妨害等）。

公正取引委員会としては、オンラインモール運営業者が、出店者による顧客情報の利用条件を明確にしているか、また、出店者による顧客情報の利用を不当に制限していないかといった観点から、オンラインモール運営業者と出店者との取引の状況やオンラインモール運営業者による顧客情報の活用状況について情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処することとする。

(4) 公正取引委員会の今後の対応

eコマースには競争促進効果が認められ、消費者と事業者の双方にとって大きなメリットをもたらしていると考えられるところ、競争制限的な行為は、消費者向けeコマース市場の発展を阻害することとなるため、公正取引委員会としては、消費者向けeコマース市場において、独占禁止法上問題となる行為が行われることなく、小売市場全体における競争が更に促進され、消費者が、良質で安価な商品をより簡単に入手できるようになることを期待している。

公正取引委員会は、オンラインモールが我が国の消費者向けeコマース市場において重要な役割を果たしており、また、間接ネットワーク効果の存在などにより特定のオンラインモールが市場において優位な立場に立ちやすいことから、オンラインモール運営業者によって公正かつ自由な競争を阻害する行為が行われると消費者向けeコマース市場全体の公正な競争環境が損なわれることにつながりかねないと考えている。

公正取引委員会としては、消費者向けeコマース取引の動向について、特にオンラインモール運営業者による行為を中心に、情報収集に努めるとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処していく。

3 クレジットカードに関する取引実態調査

(1) 調査趣旨

現在、我が国におけるキャッシュレス決済額の大半はクレジットカードによるものであり、また、クレジットカードによる決済額は増加傾向にある。「未来投資戦略2017」（平成29年6月9日閣議決定）及び「未来投資戦略2018」（平成30年6月15日閣議決定）では、「今後10年間（2027年6月まで）に、キャッシュレス決済比率を倍増し、4割程度とすることを目指す。」とされている。したがって、クレジットカードによる決済額は今後も増えていくことが予想される。

公正取引委員会は、このような状況を踏まえ、クレジットカードに関する取引における独占禁止法又は競争政策上問題となるおそれのある取引慣行等の有無を明らかにするため、クレジットカードに関する取引実態調査を実施した。

(2) 調査対象等

国際ブランド5名、クレジットカード会社258名及び販売店2,000名に対し、書面調査を実施した（順に、回答者数5名、回収率100%。回答者数226名、回収率約88%。回答者数723名〔加盟店440名、非加盟店283名〕、回収率約36%）ほか、一部の者に対しては聴取調査を実施した。また、クレジットカードを保有している消費者2,000名に対し、ウェブ調査を実施した。

(3) クレジットカード市場の概要

ア 取引主体

クレジットカードに関する取引においては、国際ブランド、クレジットカード会社、消費者及び販売店といった取引主体が存在する。クレジットカード会社による取

扱高を調査したところ、国際ブランドカードが全体に占める割合は97%であり、我が国のクレジットカードの取扱高の大半が国際ブランドカードによるものであることが分かる。

なお、国際ブランドカードの取扱高を国際ブランド別に見ると、上位3社が90%を占めていた。

イ 契約関係・競争環境

(7) 国際ブランドとクレジットカード会社との取引

国際ブランドとクレジットカード会社が、クレジットカードの発行や販売店の管理に関する「フランチャイズ契約」を行う場においては、国際ブランド間におけるクレジットカード会社の獲得競争が行われている。

(イ) 消費者（カード会員）とクレジットカード会社との取引

消費者とクレジットカード会社が、クレジットカードの発行に関する「会員契約」を行う場（カード発行市場）においては、クレジットカード会社間におけるカード会員の獲得競争が行われている。

(ウ) 販売店（加盟店）とクレジットカード会社との取引

販売店とクレジットカード会社が、クレジットカード決済を利用可能とするための「加盟店契約」を行う場（加盟店管理市場）においては、クレジットカード会社間における加盟店の獲得競争が行われている。

(4) クレジットカード市場における公正な競争の促進

ア 国際ブランドの取引上の地位

国際ブランドとクレジットカード会社との取引において、国際ブランドが取引上優越した地位にある場合とは、クレジットカード会社にとって、国際ブランドとの取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、国際ブランドの要請が自己にとって著しく不利益なものであっても、これを受け入れざるを得ないような場合である。その判断に当たっては、クレジットカード会社の国際ブランドに対する取引依存度、国際ブランドの市場における地位、クレジットカード会社の取引先の変更可能性等を示す具体的事実を総合的に考慮することとなる。

国際ブランドの取引上の地位は、個々の取引環境によって異なるため、一概に判断することはできない。しかし、国際ブランドとの取引について、クレジットカード会社に対して調査を行ったところ、特定の国際ブランドの取扱高が自社取扱高の60%以上となるクレジットカード会社（取扱いのある国際ブランドが1つである場合を含む。）は73%と半数以上であり、取引先である国際ブランドとの関係において、取引先の変更は困難と認識しているクレジットカード会社は84%と多数存在していた。その理由としては、カード会員の番号変更やシステムの改修が必要となり、容易でないという意見や、加盟店管理業務では、特定の国際ブランドの取扱いがない場合、販売店に取引先として選んでもらえないため、特定の国際ブランドとの取引中止は選択肢にないなどの意見が挙げられた。これらを踏まえれば、特定の国際ブランドにあって

は、取引上の地位がクレジットカード会社に対し優越している蓋然性が高いと考えられる。

イ 間接ネットワーク効果

国際ブランドやクレジットカード会社は、カード会員と加盟店といった異なる2つの利用者グループを組み合わせ、それぞれのグループの利用の程度が互いに影響を与え合うような、いわゆるプラットフォームを提供する事業者である。クレジットカード市場では、あるブランドのクレジットカードの発行量が増えれば増えるほど販売店にとっての当該ブランドの加盟店になるインセンティブが高まり、当該ブランドの加盟店が増えれば増えるほど消費者にとっての当該ブランドのカード会員になるインセンティブが高まる関係にあると考えられる。

ウ 調査結果及び独占禁止法・競争政策上の考え方

(7) 契約内容の一方的改定

a 調査結果

国際ブランドとクレジットカード会社間の契約において、契約内容の改定に関する包括同意条項が存在するとの回答（33%）や、国際ブランドとクレジットカード会社との取引において、契約内容の一方的な改定が行われたとの回答（43%）がクレジットカード会社から確認された。また、そのような契約条項や取引慣行によって、手数料の料率や金額の上昇といった不利益（85%）等を被るおそれがあるとするクレジットカード会社が多数存在した。

これに対して国際ブランドからは、各国の法令改正への対応やセキュリティ水準確保等のため、随時ルールを改定する必要がある、その都度、クレジットカード会社の同意を得ては、決済ネットワークとして機能しなくなってしまうおそれがあるなどの意見があった。

b 独占禁止法・競争政策上の考え方

国際ブランドとクレジットカード会社間の契約において、契約内容の改定に関する包括同意条項を設けること自体が、直ちに独占禁止法上問題となるものではない。しかし、前記アのとおり、特定の国際ブランドにあっては取引上の地位がクレジットカード会社に対して優越している蓋然性が高いと考えられるところ、そのような国際ブランドが、クレジットカード会社の意見を十分考慮することなく契約内容を一方的に改定する行為によって、クレジットカード会社に不利益を与える場合には、独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となるおそれがある。

国際ブランドの行為が、独占禁止法上問題となるかどうかは、個別具体的に判断されることとなるが、手数料の設定方法や費用負担の在り方に関していえば、例えば、①国際ブランドが提供するサービスとは無関係な取引によって生じた取扱高を、手数料が発生する取扱高の対象に含めていないか、②クレジットカード会社にとって全く利益とならないサービスの利用を強制し、その対価を徴収していないか、③国際ブランドが提供するサービスとクレジットカード会社が得られ

る利益を比較した場合、著しくかけ離れた手数料や費用負担をクレジットカード会社に求めているかといった点を考慮することとなる。

国際ブランドは、独占禁止法違反行為を未然に防止する観点から、前記考慮事項に留意した上で、契約内容の改定を行う理由等について、根拠を示して十分な説明を行うとともに、契約内容の改定に関して、クレジットカード会社から意見が寄せられた場合には、当該意見をできる限り考慮することが望ましい。

(イ) **非接触型決済手段の搭載義務化に伴う費用負担**

a 調査結果

国際ブランドのマークが付いたクレジットカードを発行する場合に、当該国際ブランドが提供する非接触型決済手段を搭載しなければならない旨、又は、今後、搭載しなければならない旨の通知を国際ブランドから受けたとするクレジットカード会社が30%存在した。このような制限について、国際ブランドからは、決済処理時間の短縮や取引の安全性の向上に資する取組であり、非常に重要であるという意見や、クレジットカードの価値を上げ、将来的にはクレジットカード会社も利益を得ることとなるなどの意見があった。

また、クレジットカード会社に対し、国際ブランドが提供する非接触型決済手段を搭載した場合としていない場合とを比較して、年間でどの程度の費用増加になるか質問したところ、変わらないと答えたクレジットカード会社は6%であり、多くのクレジットカード会社が一定金額の費用を負担していた。そして、当該費用の増加と自社に生じるメリットの関係について、今も見合っておらず、将来的にも見合うことはないと思うとするクレジットカード会社は、36%存在した。

国際ブランドからは、一般的に、カード発行費用はクレジットカード会社が負担すべきとの意見があった一方で、国際ブランドがカード発行費用の一部を負担する契約を締結するなどクレジットカード会社に生じる負担の軽減に努めているといった意見もあった。

b 独占禁止法・競争政策上の考え方

国際ブランドがクレジットカード会社に対し、自社が提供する非接触型決済手段をクレジットカードに搭載させる行為自体は、直ちに独占禁止法上問題となるものではない。ただし、前記アのとおり、特定の国際ブランドにあっては取引上の地位がクレジットカード会社に対して優越している蓋然性が高いと考えられるところ、そのような国際ブランドが、当該搭載費用が利益に見合わないとするクレジットカード会社が少なからず存在する状況において、クレジットカード会社の意見を十分考慮することなく一方的に、当該搭載に伴い発生する相当程度の費用の全てをクレジットカード会社に負担させるなどの行為によって、クレジットカード会社に不利益を与える場合には、独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となるおそれがある。

現に存在している商慣習において、一般的に、カード発行費用はクレジットカード会社が負担すべきとされていたとしても、直ちにその行為が正当化される

ことにはならないことには留意が必要である。

(ウ) クレジットカードへの複数の非接触型決済手段の搭載制限

a 調査結果

国際ブランドが提供する非接触型決済手段をクレジットカードに搭載する場合、他の非接触型決済手段（例：電子マネー）の搭載を禁止されたこと、又は、今後、禁止する旨の通知を国際ブランドから受けたことがあるとするクレジットカード会社が7%と一定数存在した。このような制限について、国際ブランドからは、カード会員の混乱回避や技術上の理由から、原則競合他社の決済手段は同時搭載しないが、電子マネーの追加搭載については、例外的な措置が適切なケースでは柔軟に対応しているとの意見があった。

b 独占禁止法・競争政策上の考え方

国際ブランドがクレジットカード会社に対し、自社のブランドマークの付されたクレジットカードに競合する国際ブランドの決済手段の搭載を制限する行為自体は、独占禁止法上問題となるものではない。しかし、自社が提供する非接触型決済手段を搭載したクレジットカードに、競合する国際ブランド以外が提供する電子マネーの搭載を制限する行為は、電子マネーによる決済サービス提供事業者が、クレジットカード会社との取引を通じて、当該サービスを消費者に提供する機会を減少させるものである。当該行為によって、市場閉鎖効果が生じる場合には、独占禁止法上問題（排他条件付取引等）となるおそれがある。

(イ) MFN条項

a 調査結果

国際ブランドとクレジットカード会社間の契約において、MFN条項（注）があるとするクレジットカード会社が6%存在した。制限の内容としては、会員募集ページや広告における取扱いや、新規入会時又は決済額に応じてクレジットカード会員に付与するポイントに関する取扱いが挙げられた。このような制限について、国際ブランドからは、ブランドイメージを確保することで、国際ブランド及びクレジットカード会社双方の利益になる場合もあるなどの意見があった。一方で、クレジットカード会社からは、このような制限がなければ、特定の国際ブランドだけポイントアップするようなキャンペーンを行いたいと考えているとの意見もあった。

（注）Most Favored Nation条項。例えば、クレジットカード会社が他の国際ブランドも取り扱う場合に、自社ブランドの取扱条件について、他の国際ブランドと同等以上の取扱いとしなければならないとする条項をいう。

b 独占禁止法・競争政策上の考え方

複数の国際ブランドを取り扱うクレジットカード会社が、国際ブランドとの取引条件に応じ、カード会員獲得等に際して国際ブランドごとに差別化を図ることは、クレジットカード会社を通じた国際ブランド間の競争に資する行為であるところ、MFN条項は、当該行為を制限し得るものである。また、このようなクレジットカード会社による特定国際ブランドのカード会員獲得促進策等の実施を抑

制することは、当該国際ブランド内におけるクレジットカード会社間の競争を阻害する効果を併せ持つものである。このように、MFN条項は、クレジットカード会社を通じた国際ブランド間及びブランド内の競争を阻害し得るものであり、MFN条項によって、市場閉鎖効果又は価格維持効果が生じる場合には、独占禁止法上問題（拘束条件付取引）となるおそれがある。

(7) 外貨建て決済サービス

a 調査結果

カード会員が外国でクレジットカードを使用する場合、通常は、国際ブランドが清算業務の際に通貨換算を行うが、外貨建て決済サービスが利用される場合、クレジットカード会社が両替業者と提携するなどして通貨換算を行うこととなる。クレジットカード会社からは、当該サービスを提供した場合に国際ブランドに対して支払う手数料が、当該サービスを提供しなかった場合に比して高額に設定されており、その理由は不明といった旨の意見があった。他方、国際ブランドからは、カード会員の当該サービスの利用が、決済プロセスに正しく反映されるようにシステム調整等を行っているという意見や、国際ブランドの決済ネットワークの利用により、当該サービスの提供が可能であり、これが当該決済ネットワークの付加価値といえるなどの意見があった。

b 独占禁止法・競争政策上の考え方

国際ブランドがクレジットカード会社から徴収する手数料等をどのように設定するかは基本的に自由である。しかし、前記(7) bのとおり、国際ブランドは、自らが提供するサービスとクレジットカード会社が得られる利益を比較して、著しくかけ離れた手数料等をクレジットカード会社に求めていないかに留意する必要がある。国際ブランドは、クレジットカード会社が外貨建て決済サービスを提供した場合に国際ブランドへ支払う手数料について、当該サービスを提供しなかった場合の手数料に比して高額に設定する場合には、この点に留意した上で、理由等についてクレジットカード会社に根拠を示して十分な説明を行い、クレジットカード会社の意見もできる限り考慮することが望ましい。

外貨建て決済サービスは、カード会員に対して商品購入時に自国通貨建てでの決済額を確定できるという新たな選択肢を提供するものであり、加盟店にとっては顧客サービスの向上となり得るものである。クレジットカード会社による当該サービスの提供は、加盟店獲得における競争手段の多様化に資するものであり、加盟店管理市場における競争を促進させる効果があるといえる。以上を踏まえ、国際ブランドが、当該サービスを提供したクレジットカード会社から徴収する手数料を高額に設定することなどによって、クレジットカード会社が当該サービスの提供を取りやめることとなる場合には、独占禁止法上問題（取引拒絶等）となるおそれがある。

(8) インターチェンジフィー

a 調査結果

国際ブランドがインターチェンジフィーの標準料率を定めている場合に、カー

ド発行会社と加盟店管理会社が当事者間でインターチェンジフィーの料率を定めている具体的な事例は確認できず、国際ブランドが定めた標準料率が適用されることが一般的であった。その理由として、クレジットカード会社からは、カード発行会社と加盟店管理会社は、インターチェンジフィーを支払う側と受け取る側といった対立関係にあるため、国際ブランドが設定した標準料率とは異なる料率を設定しようとしても、合意できるかという問題があるとの意見があった。

また、クレジットカード会社からは、基本的には、インターチェンジフィーの標準料率を基準にして、赤字にならない範囲で加盟店手数料を決定しているとの意見があり、インターチェンジフィーが加盟店手数料に一定の影響を及ぼしていることがうかがわれた。

また、インターチェンジフィーの標準料率については、既に多くの国・地域において、国際ブランドによって公開されているものの、我が国においては公開されていない。この点について、国際ブランドからは、インターチェンジフィーの標準料率は、多大なリソースを割いて決定する当社の機密情報であり、公開には適さないとの意見がある一方で、世界の他の市場で行っているように、国内取引に適用されるインターチェンジフィーの標準料率を公開することは可能との意見もあった。

b 独占禁止法・競争政策上の考え方

(a) インターチェンジフィーの料率設定に係る留意点

国際ブランドが単独でインターチェンジフィーの標準料率を定める行為自体は、直ちに独占禁止法上問題となるものではない。ただし、国際ブランドとクレジットカード会社が共同して標準料率を決定する場合や、クレジットカード会社が共同して、国際ブランドが定める標準料率を用いることを決定する場合には、これらの行為が独占禁止法上問題（不当な取引制限）となるおそれがある。

(b) インターチェンジフィーの標準料率の公開

加盟店管理会社にとって、インターチェンジフィーは重要な費用の一つであるため、インターチェンジフィーの料率の上昇は、加盟店手数料の増加といった影響を生じさせ得るものである。さらに、加盟店手数料の増加は、商品代金の上昇にもつながり得るものである。他方、カード発行会社にとって、インターチェンジフィーは重要な収入の一つであるため、インターチェンジフィーの料率の低下は、カード会員に付与されるポイントの減少やカード会員が支払う年会費の増加といった影響を生じさせ得るものである。

現状、多くの国・地域においては、標準料率が公開されているため、クレジットカード会社に加え、そのような影響を受けるカード会員や加盟店も、インターチェンジフィーの標準料率を知ることができるようになっているが、我が国にあっては、カード会員や加盟店がその水準を知り得ない状況となっている。

仮に、インターチェンジフィーの標準料率が公開されれば、市場の透明性が

高まり、カード会員による国際ブランドやクレジットカード会社の選択や、加盟店による加盟店手数料の交渉に変化が生じ、カード発行市場と加盟店管理市場の双方における競争がより活発になり、これが標準料率に反映されることによって、標準料率はより適切なものになると考えられる。そのため、標準料率を定めている国際ブランドにあつては、我が国においても、標準料率を公開することが望ましく、既に多くの国・地域において公開されている以上、我が国において公開されることに問題はないと考えられる。

(5) 公正取引委員会の今後の取組

現在、我が国におけるクレジットカード決済額は増加傾向にあり、今後も増えていくことが予想される。クレジットカードは、多くの消費者が日常生活における決済手段として利用していることから、国民生活に与える影響は大きい。また、クレジットカード決済額の増加に伴い、クレジットカード市場の動向が事業活動に与える影響は更に大きくなっていくと考えられる。そのため、クレジットカード市場において公正かつ自由な競争が行われることの重要性は、今後も増していくことになると考えられる。

公正取引委員会としては、国際ブランド及びクレジットカード会社が、本報告書を独占禁止法違反行為の未然防止に役立て、競争促進的な取組を行うことにより、クレジットカード市場における競争が促進され、消費者利益の向上が図られることを期待している。

また、公正取引委員会は、引き続き、クレジットカード市場の動向について注視するとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処していく。

4 人材獲得競争に関する取組

(1) 「人材と競争政策に関する検討会」報告書の周知活動

公正取引委員会は、競争政策研究センター（CPRC。CPRCについては後記第6章参照）において「人材と競争政策に関する検討会」を開催し、個人が個人として働きやすい環境を実現するために、人材の獲得を巡る競争に対する独占禁止法の適用関係及び適用の考え方を理論的に整理するための検討を行い、平成30年2月15日、「人材と競争政策に関する検討会」報告書を公表した。

公正取引委員会では、同報告書を踏まえ、人材の獲得を巡る競争が独占禁止法の適用対象となり得ることや競争を制限することとなる具体的行為についての普及・啓発を行っており、平成30年度においては、全国9都市において延べ10回の当委員会主催説明会を実施したほか、事業者団体等の要請に対応して、講演会・研修会等に職員を32回派遣した。

(2) スポーツ事業分野における移籍制限ルールに関する独占禁止法上の考え方について

ア 経緯・背景

「人材と競争政策に関する検討会報告書」の公表以降、公正取引委員会では、前記(1)のとおり周知活動を行うとともに、独占禁止法上問題となり得る具体的行為や慣行

が存在するかどうかについて実態把握に努めている。

こうした取組の過程において、スポーツ事業分野では、スポーツ統括団体（注1）が移籍制限ルール（注2）を定めている事例があることが認められた。

このため、公正取引委員会では、平成30年12月21日、スポーツ事業分野における移籍制限ルールの実態について関係者からの情報提供を呼び掛けるとともに、スポーツ統括団体等からのヒアリング等を通じて、実態把握を行ってきた。

この結果、スポーツ事業分野における移籍制限ルールについては、人材（選手）の獲得を巡る公正かつ自由な競争という観点からみた場合に、その合理性や必要性について十分に検討した上で設定されたとは言い難いものが多く存在することが認められた。また、スポーツ事業分野では、その活動全般について独占禁止法に対する意識や理解が必ずしも十分でないという実態にあることもうかがわれた。

このため、公正取引委員会では、こうした状況を踏まえ、スポーツ事業分野における移籍制限ルールについて、後記イのとおり、独占禁止法上の考え方を取りまとめた。

（注1）スポーツリーグの運営、競技会の主催等を行っている団体をいう。

（注2）チーム（注3）間における選手の移籍や転職について一定の制約や条件を課すルールをいう。移籍制限ルールには、移籍や転職自体は可能であっても、スポーツ統括団体が開催するスポーツリーグや競技会への出場を認めないなどにより、実質的に移籍や転職を制限する効果を有するものを含み、また、規程等によって明文化されずに、慣習的に行われている事実上のルールも含む。

また、移籍制限ルールは、スポーツ統括団体の下部団体や地域団体が独自に定めている場合や、チーム（事業者）が共同して取り決めている場合も想定される。

（注3）チームが属する会社等を含む。

イ スポーツ事業分野における移籍制限ルールに関する独占禁止法上の考え方

独占禁止法は、公正かつ自由な競争を維持・促進することにより、消費者利益の確保や経済の活性化を実現しようとするものである。そのことは、スポーツ事業分野についても同様であり、選手獲得におけるチームの自由な活動等が適切に確保されることによって、スポーツファンのみならず消費者全般の利益が達成されるということに留意する必要がある。

その観点からみて、スポーツ統括団体等が定める移籍制限ルールについては、独占禁止法上、以下のように考えることができる。

- ㉞ チームは、スポーツ活動を通じて経済的な活動（事業活動）を行っている側面があり、独占禁止法上の事業者として互いに競争している。
- ㉟ 一般に、競争関係にある複数の事業者が、共同して、人材の移籍や転職を相互に制限・制約する旨を取り決めることは、原則として独占禁止法違反となる（注4）。また、事業者団体が当該取決めを設ける場合も同様である（注5）。

スポーツ事業分野において移籍制限ルールが取り決められる場合は、チーム間の選手獲得競争が停止・抑制され得るとともに、その結果、選手を活用したスポーツ活動を通じた事業活動における競争も停止・抑制され、また、事業活動に必要な選手を確保できず新規参入が阻害されるといった弊害が生じ得ることとなる。

（注4）独占禁止法第3条（不当な取引制限の禁止）。

（注5）独占禁止法第8条第1号（事業者団体による競争の実質的制限の禁止）。なお、競争が実質的

に制限されるに至らない場合であっても、構成事業者の機能又は活動を不当に制限する場合は、同条第4号に違反することとなる。

(7) 他方、スポーツ事業分野において移籍制限ルールを設ける目的には、主に以下の2点があるとされている。

- a 選手の育成費用の回収可能性を確保することにより、選手育成インセンティブを向上させること
- b チームの戦力を均衡させることにより、競技（スポーツリーグ、競技会等）としての魅力を維持・向上させること

この点、スポーツ統括団体が（又はチームが共同して）定める移籍制限ルールは、前記 a 又は b の面で競争を促進する効果を有する場合もあり得る。このため、独占禁止法上、移籍制限ルールについては、前記 (4) 記載の弊害が生じるからといって直ちに違反と判断されるのではなく、それによって達成しようとする目的が競争を促進する観点からみても合理的か、その目的を達成するための手段として相当かという観点から、様々な要素を総合的に考慮し、移籍制限ルールの合理性・必要性が個別に判断されることとなる。

これらの目的のそれぞれについて、考慮すべき要素及び具体的な着眼点を整理すれば、以下の第1表のとおりとなる。

第1表 移籍制限ルール合理性・必要性に係る考慮要素

	<目的a> 選手の育成費用の回収可能性を確保することにより、選手育成インセンティブを向上させること	<目的b> チームの戦力を均衡させることにより、競技としての魅力を維持・向上させること
達成しようとする目的の合理性	<ul style="list-style-type: none"> ○ 移籍制限ルールにより達成しようとする目的の合理性 ○ 設定された目的の達成水準の妥当性 	
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 育成費用の回収可能性を確保することが、スポーツ活動を通じた事業活動の成否にどの程度不可欠なものか？ ➢ 回収を想定している費用の額は、育成インセンティブを確保するために必要な水準を超えていないか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 競技としての魅力を維持・向上するためには、必ず戦力が均衡していなければならないか？ ➢ 戦力を均衡させることが、スポーツ活動を通じた事業活動の成否にどの程度不可欠なものか？ ➢ 達成しようとする戦力均衡の程度は、競技としての魅力を維持・向上するために必要な水準を超えていないか？
目的を達成する手段としての相当性	<ul style="list-style-type: none"> ○ 移籍制限ルールと達成しようとする目的との関連性 ○ 移籍制限ルールが課す制限・制約が、合理性ある目的の達成のために真に必要な範囲にとどまっているか。 ○ 目的を達成し得るより制約的でない他の手段の可能性 	
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 例えば、移籍制限ルールの適用対象選手の範囲や、移籍が制限・制約される期間・条件等（注6）は、育成費用の回収可能性の確保という目的の達成のために真に必要な範囲にとどまっているか？ ➢ 目的を達成する手段として、より制約的でない他の手段（例：移籍金制度）は採り得ないか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 移籍制限ルールによって、弱いチームにおける戦力向上のために採り得る選択肢が狭まるなどして、むしろ戦力差が固定・拡大する可能性も考えられるところ、当該ルールが戦力均衡という目的の達成につながるかといえるか？ ➢ 例えば、移籍制限ルールの適用対象選手の範囲や、移籍が制限・制約される期間・条件等（注6）は、戦力均衡という目的の達成のために真に必要な範囲にとどまっているか？ ➢ 目的を達成する手段として、より制約的でない他の手段（例：移籍金制度）は採り得ないか？

（注6）移籍制限ルールがもたらす弊害の程度は、実質的に評価される必要がある。例えば、移籍を一定期間制限・制約することについては、当該期間の外形的な長さのみならず、競技の実態（例：選手寿命の長さ、移籍・獲得ニーズの多寡、当該期間の長さがチームの選手獲得意欲を減退させる程度）を踏まえた実質的な影響度合いを考慮することとなる。

㊦ スポーツ事業分野における移籍制限ルールは多種多様であり、独占禁止法上問題となるかどうかについては、具体的なルールの内容や実態に即して個別に判断されるものである。

しかしながら、少なくとも、移籍や転職を無期限に制限・制約するルール（例：移籍を一切禁止するもの、現所属チームの了承がない限り移籍を無期限に認めないもの、移籍自体は可能であってもスポーツ統括団体が開催するスポーツリーグや競技会への出場を無期限に認めないもの）については、前記㊦記載の考慮要素に照らして、その合理性・必要性が十分に認められるものとは言い難いと考えられる。

ウ スポーツ統括団体等における自主的な取組

公正取引委員会では、独占禁止法違反行為の未然防止及び独占禁止法に対する意識や理解の向上に資する観点から、各スポーツ統括団体等において、現行又は検討中の移籍制限ルールについて自主的な見直しを行い、必要に応じて改定を行うなどの取組を期待する。

公正取引委員会としては、スポーツ事業分野に限らず、様々な分野で行われている人材獲得競争等に関し、引き続き、独占禁止法上の考え方についての関係各方面への周知や、競争制限的な行為や慣行の実態把握に努めていくこととする。また、独占禁止法に違反する行為が認められた場合には厳正に対処することとする。

第4 独占禁止法適用除外の見直し等

1 独占禁止法適用除外の概要

独占禁止法は、市場における公正かつ自由な競争を促進することにより、一般消費者の利益を確保するとともに国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とし、これを達成するために、私的独占、不当な取引制限、不公正な取引方法等を禁止している。他方、他の政策目的を達成する観点から、特定の分野における一定の行為に独占禁止法の禁止規定の適用を除外するという適用除外が設けられている。

適用除外は、その根拠規定が独占禁止法自体に定められているものと独占禁止法以外の個別の法律に定められているものとに分けることができる。

(1) 独占禁止法に基づく適用除外

独占禁止法は、知的財産権の行使行為（同法第21条）、一定の組合の行為（同法第22条）及び再販売価格維持契約（同法第23条）をそれぞれ同法の規定の適用除外としている。

(2) 個別法に基づく適用除外

独占禁止法以外の個別の法律において、特定の事業者又は事業者団体の行為について独占禁止法の適用除外を定めているものとしては、平成30年度末現在、保険業法等16の法律がある。

2 適用除外の見直し等

(1) これまでの見直し等

適用除外の多くは、昭和20年代から昭和30年代にかけて、産業の育成・強化、国際競争力強化のための企業経営の安定、合理化等を達成するため、各産業分野において創設されてきたが、個々の事業者において効率化への努力が十分に行われず、事業活動における創意工夫の発揮が阻害されるおそれがあるなどの問題があることから、その見直しが行われてきた。

平成9年7月20日、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の適用除外制度の整理等に関する法律（平成9年法律第96号）が施行され、個別法に基づく適用除外の

うち20法律35制度について廃止等の措置が採られた。次いで、平成11年7月23日、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の適用除外制度の整理等に関する法律（平成11年法律第80号）が施行され、不況カルテル制度及び合理化カルテル制度の廃止、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の適用除外等に関する法律の廃止等の措置が採られた。さらに、平成12年6月19日、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の一部を改正する法律（平成12年法律第76号）が施行され、自然独占に固有の行為に関する適用除外の規定が削除された。

平成25年度においては、平成25年10月1日、消費税転嫁対策特別措置法が施行され、消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置が設けられた。また、平成26年1月27日、特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法等の一部を改正する法律（平成25年法律第83号）が施行され、認可特定地域計画に基づく一般乗用旅客自動車運送事業（タクシー事業）の供給輸送力の削減等に関する適用除外の規定が設けられた。

これらの措置により、平成7年度末において30法律89制度存在した適用除外は、平成30年度末現在、17法律24制度となっている。

(2) 規制・制度改革における適用除外制度の見直し

「規制・制度改革に係る追加方針」（平成23年7月22日閣議決定）において、「国際航空協定に関する独占禁止法適用除外制度の見直し」の項目が盛り込まれ、「国土交通省は、諸外国の国際航空に関する独占禁止法適用除外制度に係る状況等を分析・検証し、我が国の同制度の在り方について、公正取引委員会と協議しつつ、引き続き検討を行う。〈平成24年度検討〉」とされており、平成26年度末に国土交通省に対し、当委員会と協議しつつ、引き続き検討を行うよう要請し、また、平成28年8月以降、国土交通省との間で協議に向けた検討を進めるための論点整理等を行ってきた。

上記の検討の参考とするため、平成30年1月以降、公正取引委員会は、提携深化協定（注）による競争への影響を確認することを目的として、国際航空のユーザーである旅行会社等へのヒアリングを実施するなどし、その結果を踏まえ、令和元年6月、独占禁止法適用除外制度による競争への弊害の懸念について、国土交通省に伝達した。

公正取引委員会は、今後も、提携深化協定についてフォローアップを行うことにより、競争への影響について確認するとともに、その結果を踏まえ、必要に応じ、国際航空に係る独占禁止法適用除外制度の見直しについて、国土交通省と協議を行っていく。

（注）協定に参加する航空会社間において、収入プール、共同運賃の設定、運航スケジュールの調整等の包括的な協力を実施することを目的とした協定であり、航空法（昭和27年法律第231号）に基づき、国土交通大臣の認可を受けることにより、独占禁止法の適用除外とされる。

3 適用除外カルテル

(1) 概要

独占禁止法は、公正かつ自由な競争を妨げるものとして、価格、数量、販路等のカルテルを禁止しているが、その一方で、他の政策目的を達成するなどの観点から、個々の適用除外ごとに設けられた一定の要件・手続の下で、特定のカルテルが例外的に許容さ

れる場合がある。このような適用除外カルテルが認められるのは、当該事業の特殊性のため（保険業法〔平成7年法律第105号〕に基づく保険カルテル）、地域住民の生活に必要な旅客輸送（いわゆる生活路線）を確保するため（道路運送法〔昭和26年法律第183号〕等に基づく運輸カルテル）など、様々な理由による。

個別法に基づく適用除外カルテルについては、一般に、公正取引委員会の同意を得、又は当委員会へ協議若しくは通知を行って、主務大臣が認可を行うこととなっている。

また、適用除外カルテルの認可に当たっては、一般に、当該適用除外カルテルの目的を達成するために必要であること等の積極的要件のほか、当該カルテルが弊害をもたらしたりすることのないよう、カルテルの目的を達成するために必要な限度を超えないこと、不当に差別的でないこと等の消極的要件を充足することがそれぞれの法律により必要とされている。

さらに、このような適用除外カルテルについては、不公正な取引方法に該当する行為が用いられた場合等には独占禁止法の適用除外とはならないとする、いわゆるただし書規定が設けられている。

公正取引委員会が認可し、又は当委員会の同意を得、若しくは当委員会に協議若しくは通知を行って主務大臣が認可等を行ったカルテルの件数は、昭和40年度末の1,079件（中小企業団体の組織に関する法律〔昭和32年法律第185号〕に基づくカルテルのように、同一業種について都道府県等の地区別に結成されている組合ごとにカルテルが締結されている場合等に、同一業種についてのカルテルを1件として算定すると、件数は415件）をピークに減少傾向にあり、また、適用除外制度そのものが大幅に縮減されたこともあり、平成30年度末現在、55件となっている（内訳は附属資料3-2表を参照）。

(2) 個別法に基づく適用除外カルテルの動向

平成30年度において、個別法に基づき主務大臣が公正取引委員会の同意を得、又は当委員会へ協議若しくは通知を行うこととされている適用除外カルテルの処理状況及びこのうち現在実施されている個別法に基づく適用除外カルテルの動向は、第2表のとおりである。

第2表 平成30年度における適用除外カルテルの処理状況

法律名	カルテルの内容	根拠条項	適用除外規定	公取委との関係	処理件数	結果
保険業法	航空保険	第101条第1項第1号、第102条	第101条	同意（第105条第1項）	0	所要の検討を行った結果、同意した。
	原子力保険				0	
	自動車損害賠償責任保険				0	
	地震保険				1 (変更1)	
	船舶保険	第101条第1項			0	

法律名	カルテルの内容		根拠条項	適用除外規定	公取委との関係	処理件数	結果
		外航貨物保険	第2号, 第102条			0	
		自動車保険（対人賠償保険部分）				0	
		自動車保険（対人賠償, 自損事故及び無保険車傷害保険部分）				0	
		住宅瑕疵担保責任保険				0	
損害保険料率算出団体に関する法律	算出基準料率の	自動車損害賠償責任保険	第7条の2 第1項 第2号, 第9条の3	第7条の3	通知（第9条の3 第3項）	0	—
		地震保険				0	
酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律	施設, 容器その他の販売方法の規制		第42条 第5号, 第43条	第93条	協議（第94条 第1項）	0	—
著作権法	商業用レコードの二次使用料等に関する取決め		第95条, 第95条の3, 第97条, 第97条の3	第95条	通知（施行令第49条の2 第2項）	10	—
生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律	料金, 価格, 営業方法の制限		第8条, 第9条	第10条	協議（第13条 第1項）	0	—
輸出入取引法	輸出取引における価格, 数量, 品質, 意匠その他の協定等		第5条, 第11条 第2項,	第33条	通知（第34条 第1項）	0	—
道路運送法	生活路線確保のための共同経営, 旅客の利便向上に資する運行時刻の設定のための共同経営		第18条, 第19条	第18条	協議（第19条の3 第1項）	3 (締結3)	所要の検討を行った結果, 異議ない旨回答した。
航空法	<国内>生活路線確保のための共同経営		第110条 第1号, 第111条	第110条	協議（第111条の3 第1項）	0	—
	<国際>公衆の利便を増進するための連絡運輸, 運賃その他の運輸に関する協定		第110条 第2号, 第111条	第110条	通知（第111条の3 第2項）	2 (変更2)	—
海上運送法	<内航>生活航路確保のための共同経営, 利用者利便を増進する適切な運航時刻等を設定するための共同経営		第28条 第1~3号, 第29条	第28条	協議（第29条の3 第1項）	5 (締結4) (変更1)	所要の検討を行った結果, 異議ない旨回答した。

法律名	カルテルの内容	根拠条項	適用除外規定	公取委との関係	処理件数	結果
	<外航>運賃，料金その他の運送条件等を内容とする協定等	第28条第4号，第29条の2	第28条	通知（第29条の4第1項）	223 （締結29） （変更194）	—
内航海運組合法	運賃，料金，運送条件，配船船腹，保有船腹等の調整等	第8条第1項第1～6号，第10条，第12条	第18条	協議（第65条第1項）	0	—
特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法	供給輸送力の削減等	第8条の2	第8条の4	通知（第8条の6第1項）	5 （計画の作成5）	—

ア 保険業法に基づくカルテル

保険業法に基づき損害保険会社は

- ① 航空保険事業，原子力保険事業，自動車損害賠償保障法（昭和30年法律第97号）に基づく自動車損害賠償責任保険事業若しくは地震保険に関する法律（昭和41年法律第73号）に基づく地震保険事業についての共同行為

又は

- ② ①以外の保険で共同再保険を必要とするものについての一定の共同行為を行う場合には，金融庁長官の認可を受けなければならない。金融庁長官は，認可をする際には，公正取引委員会の同意を得ることとされている。

平成30年度において，金融庁長官から同意を求められたものは1件であった。また，平成30年度末における同法に基づくカルテルは9件である。

イ 損害保険料率算出団体に関する法律に基づくカルテル

損害保険料率算出団体は，自動車損害賠償責任保険及び地震保険について基準料率を算出した場合には，金融庁長官に届け出なければならない。金融庁長官は，届出を受理したときは，公正取引委員会に通知することとされている。

平成30年度において，金融庁長官から通知を受けたものはなかった。また，平成30年度末における同法に基づくカルテルは2件である。

ウ 著作権法に基づく商業用レコードの二次使用料等に関する取決め

著作隣接権者（実演家又はレコード製作者）が有する商業用レコードの二次使用料等の請求権については，毎年，その請求額を文化庁長官が指定する団体（指定団体）と放送事業者等又はその団体間において協議して定めることとされており，指定団体

は当該協議において定められた額を文化庁長官に届け出なければならない。文化庁長官は、届出を受理したときは、公正取引委員会に通知することとされている。

平成30年度において、文化庁長官から通知を受けたものは10件であった。

エ 道路運送法に基づくカルテル

輸送需要の減少により事業の継続が困難と見込まれる路線において地域住民の生活に必要な旅客輸送を確保するため、又は旅客の利便を増進する適切な運行時刻を設定するため、一般乗合旅客自動車運送事業者は、他の一般乗合旅客自動車運送事業者と、共同経営に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては、国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は、認可をする際には、公正取引委員会に協議することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から協議を受けたものは3件であった。また、平成30年度末における同法に基づくカルテルは3件である。

オ 航空法に基づくカルテル

(7) 国内航空カルテル

航空輸送需要の減少により事業の継続が困難と見込まれる本邦内の各地間の路線において地域住民の生活に必要な旅客輸送を確保するため、本邦航空運送事業者は、他の航空運送事業者と、共同経営に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては、国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は、認可をする際には、公正取引委員会に協議することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から協議を受けたものはなかった。また、平成30年度末における同法に基づくカルテルはない。

(4) 国際航空カルテル

本邦内の地点と本邦外の地点との間の路線又は本邦外の各地間の路線において公衆の利便を増進するため、本邦航空運送事業者は、他の航空運送事業者と、連絡運輸に関する契約、運賃協定その他の運輸に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては、国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は、認可をしたときは、公正取引委員会に通知することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から通知を受けたものは2件であった。

カ 海上運送法に基づくカルテル

(7) 内航海運カルテル

本邦の各港間の航路において、地域住民の生活に必要な旅客輸送を確保するため、旅客の利便を増進する適切な運航日程・運航時刻を設定するため、又は貨物の運送の利用者の利便を増進する適切な運航日程を設定するため、定期航路事業者は、他の定期航路事業者と、共同経営に関する協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては、国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は、認可をする際には、公正取引委員会に協議することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から協議を受けたものは5件であった。また、平成30年度末における同法に基づくカルテルは5件である。

(イ) 外航海運カルテル

本邦の港と本邦以外の地域の港との間の航路において、船舶運航事業者は、他の船舶運航事業者と、運賃及び料金その他の運送条件、航路、配船並びに積取りに関する事項を内容とする協定を締結することができる。この協定の締結・変更に当たっては、あらかじめ国土交通大臣に届け出なければならない。国土交通大臣は、届出を受理したときは、公正取引委員会に通知することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から通知を受けたものは223件であった。

キ 内航海運組合法に基づくカルテル

内航海運組合法（昭和32年法律第162号）に基づき内航海運組合が調整事業を行う場合には、調整規程又は団体協約を設定し、国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は、認可をする際には、公正取引委員会に協議することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から協議を受けたものはなかった。また、平成30年度末における同法に基づくカルテルは1件である。

ク 特定地域及び準特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法に基づくカルテル

一般乗用旅客自動車運送事業が供給過剰であると認められる特定地域において、一般乗用旅客自動車運送事業者等により組織された協議会は、当該地域において削減すべき供給輸送力やその削減方法を定める特定地域計画を作成し、当該計画に合意した一般乗用旅客自動車運送事業者はこれに従い、供給輸送力の削減を行わなければならない。この計画の作成・変更に当たっては、国土交通大臣の認可を受けなければならない。国土交通大臣は、認可をしたときは、公正取引委員会に通知することとされている。

平成30年度において、国土交通大臣から通知を受けたものは5件であった。また、平成30年度末における同法に基づくカルテルは25件である。

4 協同組合の届出状況

独占禁止法第22条は、「小規模の事業者又は消費者の相互扶助を目的とすること」（同条第1号）等同条各号に掲げる要件を備え、かつ、法律の規定に基づいて設立された組合（組合の連合会を含む。）の行為について、不公正な取引方法を用いる場合又は一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を引き上げることとなる場合を除き、同法を適用しない旨を定めている（一定の組合の行為に対する独占禁止法適用除外制度）。

中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号。以下「中協法」という。）に基づいて設立された事業協同組合及び信用協同組合（以下「協同組合」という。）は、その組合員た

る事業者が、①資本金の額又は出資の総額が3億円（小売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については5000万円、卸売業を主たる事業とする事業者については1億円）を超えない法人たる事業者又は②常時使用する従業員の数が300人（小売業を主たる事業とする事業者については50人、卸売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については100人）を超えない事業者に該当するものである場合、独占禁止法の適用に際しては、同法第22条第1号の要件を備える組合とみなされる（中協法第7条第1項）。

一方、協同組合が前記①又は②以外の事業者を組合員に含む場合には、公正取引委員会は、その協同組合が独占禁止法第22条第1号の要件を備えているかどうかを判断する権限を有しており（中協法第7条第2項）、これらの協同組合に対し、当該組合員が加入している旨を当委員会に届け出る義務を課している（中協法第7条第3項）。

この中協法第7条第3項の規定に基づく届出件数は、平成30年度において、294件であった（第3表及び附属資料3-10表参照）。

第3表 協同組合届出件数の推移

年度	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
協同組合届出件数	154	142	141	184	187	227	235	273	240	294

5 著作物再販適用除外の取扱いについて

商品の供給者がその商品の取引先である事業者に対して再販売する価格を指示し、これを遵守させることは、原則として、独占禁止法第2条第9項第4号（再販売価格の拘束）に該当し、同法第19条に違反するものであるが、同法第23条第4項の規定に基づき、著作物6品目（書籍・雑誌、新聞及びレコード盤・音楽用テープ・音楽用CDをいう。以下同じ。）については、例外的に同法の適用が除外されている。

公正取引委員会は、著作物6品目の再販適用除外の取扱いについて、国民各層から意見を求めるなどして検討を進め、平成13年3月、当面同再販適用除外を存置することが相当であると考えたとの結論を得るに至った（第4表参照）。

公正取引委員会は、著作物6品目の再販適用除外が消費者利益を不当に害することがないよう、著作物6品目の流通・取引慣行の実態を調査し、関係業界における弊害是正の取組の進捗を検証するとともに、関係業界における運用の弾力化の取組等、著作物6品目の流通についての意見交換を行うため、当委員会、関係事業者、消費者、学識経験者等を構成員とする著作物再販協議会を設け、平成13年12月から平成20年6月までの間に8回の会合を開催した。平成22年度からは、著作物再販協議会に代わって、関係業界に対する著作物再販ヒアリングを実施し、関係業界における運用の弾力化の取組等の実態を把握するとともにその取組を促している。

第4表 著作物再販制度の取扱いについて（概要）（平成13年3月23日）

(1) 著作物再販制度は、独占禁止法上原則禁止されている再販売価格維持行為に対する適用除外制度であり、競争政策の観点からは同制度を廃止し、著作物の流通において競争が促進されるべきであると考ええる。

しかしながら、国民各層から寄せられた意見をみると、著作物再販制度を廃止すべきとする意見がある反面、文化・公共面での影響が生じるおそれがあるとし、同制度の廃止に反対する意見も多く、なお同制度の廃止について国民的合意が形成されるに至っていない状況にある。

したがって、現段階において独占禁止法の改正に向けた措置を講じて著作物再販制度を廃止することは行わず、当面同制度を存置することが相当であると考ええる。

(2) 著作物再販制度の下においても、可能な限り運用の弾力化等の取組が進められることによって消費者利益の向上が図られるよう、関係業界に対し、非再販商品の発行・流通の拡大、各種割引制度の導入等による価格設定の多様化等の方策を一層推進することを提案し、その実施を要請する。また、これらの方策が実効を挙げているか否かを検証し、より効果的な方途を検討するなど、著作物の流通について意見交換をする場として、公正取引委員会、関係事業者、消費者、学識経験者等を構成員とする協議会を設けることとする。公正取引委員会としては、今後とも著作物再販制度の廃止について国民的合意が得られるよう努力を傾注するとともに、当面存置される同制度が硬直的に運用されて消費者利益が害されることがないように著作物の取引実態の調査・検証に努めることとする。

(3) また、著作物再販制度の対象となる著作物の範囲については、従来公正取引委員会が解釈・運用してきた6品目（書籍・雑誌、新聞及びレコード盤・音楽用テープ・音楽用CD）に限ることとする。

第5 競争評価に関する取組

1 競争評価の本格的実施

平成19年10月以後、各府省が規制の新設又は改廃を行おうとする場合、原則として、規制の事前評価の実施が義務付けられ、規制の事前評価において、競争状況への影響の把握・分析（以下「競争評価」という。）についても行うこととされ、平成22年4月から試行的に実施されてきた。

平成29年7月28日、「規制の政策評価の実施に関するガイドライン」が改正され、競争評価については、公正取引委員会が定める手法により把握すること、また、競争に影響を及ぼす可能性があるとの結果となった場合には、その旨を規制の事前評価書へ記載することが必要であるなどとされたことを受け、当委員会は、競争評価の手法として、同年7月

31日に「規制の政策評価における競争状況への影響の把握・分析に関する考え方について」及び競争評価の具体的な手法である「競争評価チェックリスト」を作成し、公表した。また、これらを補完するものとして「規制の政策評価における競争状況への影響の把握・分析に係る事務参考マニュアル」を同年9月26日に公表し、その後令和元年6月27日に、各府省における競争評価の実施状況を踏まえ、説明を追加する等の改訂を行った。改正された「規制の政策評価の実施に関するガイドライン」等が平成29年10月1日に施行されたことに伴い、競争評価も同日から本格的に実施された。規制の事前評価における競争評価において、各府省は、競争評価チェックリストを作成し、規制の事前評価書の提出と併せて総務省に提出し、総務省は、受領した競争評価チェックリストを当委員会へ送付することとされている。

公正取引委員会は、平成30年度においては、総務省から競争評価チェックリストを96件受領し、その内容を精査した。また、平成29年度下半期に作成された競争評価チェックリストの分析を行った結果を各府省に送付した。

2 競争評価の普及・定着に係る公正取引委員会の取組

公正取引委員会は、競争評価チェックリストに記入するに当たっての考え方や検討方法について、随時、相談を受け付けている。

第6 入札談合の防止への取組

1 概説

公正取引委員会は、以前から積極的に入札談合の摘発に努めているほか、平成6年7月に「公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」を公表し、入札に係るどのような行為が独占禁止法上問題となるかについて具体例を挙げながら明らかにすることによって、入札談合の防止の徹底を図っている。

また、入札談合の防止を徹底するためには、発注者側の取組が極めて重要であるとの観点から、独占禁止法違反の可能性のある行為に関し、発注官庁等から公正取引委員会に対し情報が円滑に提供されるよう、各発注官庁等において、公共入札に関する当委員会との連絡担当官として会計課長等が指名されている。

公正取引委員会は、連絡担当官との連絡・協力体制を一層緊密なものとするため、平成5年度以降、「公共入札に関する公正取引委員会との連絡担当官会議」を開催している。平成30年度においては、国の本省庁との連絡担当官会議を平成30年11月13日に開催するとともに、国の地方支分部局等との連絡担当官会議を全国9か所で開催した。

また、公正取引委員会は、地方公共団体等の調達担当者等に対する独占禁止法や入札談合等関与行為防止法の研修会を開催するとともに、国、地方公共団体等が実施する調達担当者等に対する同様の研修会への講師の派遣及び資料の提供等の協力を行っている。平成30年度においては、研修会を全国で34回開催するとともに、国、地方公共団体及び特定法人（注）に対して299件の講師の派遣を行った。

（注）国又は地方公共団体が資本金の2分の1以上を出資している法人及び特別の法律により設立された法人のうち、国又は地方公共団体が法律により、常時、発行済株式の総数又は総株主の議決権の3分の1以上に

当たる株式の保有を義務付けられている株式会社（政令で定めるもの等を除く。）をいう。

2 官製談合防止に向けた発注機関の取組に関する実態調査

(1) 調査趣旨

公正取引委員会は、これまで入札談合や発注機関の職員による入札談合等関与行為を防止するためには発注機関側の取組が極めて重要であるとの観点から、発注機関における入札談合等防止のための取組等について調査を実施し、現状の問題点や課題を明らかにするとともに、問題点を解決する施策等について、報告書に取りまとめ・公表を行うなどしている。

しかし、依然として、発注機関の職員が入札談合等に関与した事件が多くみられる状況にあり、また、そうした事件が発生している発注機関は国の機関、地方公共団体及び政府出資法人与様々である。特に、地方公共団体においては、そうした事件が人口5万人未満の中小規模の市町村においても発生している。

平成30年度においては、このような現状を踏まえ、発注機関におけるコンプライアンスの向上に資することを目的として、発注機関における官製談合防止に向けた取組について調査を実施し、平成30年6月13日に公表した。

(2) 調査対象等

ア 調査対象

入札談合等関与行為防止法の適用対象となる国の機関、地方公共団体及び政府出資法人を対象とした。

なお、地方公共団体については、その全てを対象としている。

イ 調査方法

(ア) アンケート調査

発注機関2,018機関に対してアンケート調査を実施した（回答数1,768機関、回収率87.6%）。

(イ) ヒアリング調査

アンケート調査の記述式回答において、他の発注機関にも参考となると思われる取組例を回答した発注機関130機関に対して、電話又は面談の方法によるヒアリング調査を実施した。

(3) 入札談合等関与行為等の防止に向けて

調査の結果、小規模な発注機関ほど取組が進んでいない結果が明らかになった。職員が入札談合等に関与した事件が一旦発生した場合に必要な組織の対応については、発注機関の規模の大小によって大きく異なるわけではない。小規模な発注機関においても、可能な取組から実施することが必要である。

また、国の機関や都道府県及び政令指定都市等の大規模な発注機関においても、必ずしも十分とはいえない状況も依然みられた。

職員に入札談合等に関与させないための発注機関の取組の大きな柱としては、①入札等の手続に関し、発注機関の職員が守るべきルールを定めてその旨を明文化すること（規定の整備）、②入札等に関して定めたルールが守られているかを（内部・外部を問わず）チェックする体制を作ること（体制の整備）、③入札等の手続に関して定めたルール等を職員に正しく把握させる機会を設けること（研修の実施）が挙げられる。発注機関には、これらの構築に取り組むとともに、取組内容を定期的に見直し、より充実したものに改善していくことが求められる。具体的には以下のとおりである。

ア 職員が入札談合等に関与しないよう遵守すべきことを定めた規定の整備

発注機関の職員が守るべきルールを定めて明文化する取組は、発注機関の規模にかかわらず必要であると思われ、また、これらのルールをまとめたマニュアルは一度作成し、職員に周知しておく、職員による入札談合等の関与についての未然防止効果があると考えられる。

(7) 規定の作成・見直し

職員に入札談合等に関与させないために必要と考えられる規定の整備については、以下の取組がある。これらについては、規定を整備するだけでなく職員に周知等を行うことが求められる。

- ・ 入札等に係る秘密情報の管理
- ・ 外部からの働きかけに対する対応

(イ) 組織としての意思の明確化

発注機関は、組織としていかなる理由があろうとも、職員が入札談合等に関与する行為を認めないという意思を明確化しておくことが必要であり、それにより職員による入札談合等関与行為の抑止にもつながると考えられる。組織としての明確化の方法には、懲戒規定に入札談合等関与行為等を懲戒処分の対象にすることの明記、発注機関の長等による訓示、会議や研修等の場を利用したコミットメント等が挙げられる。

(ウ) コンプライアンス・マニュアルの作成及び見直し

入札談合等関与行為に限らず、各種の不祥事を防ぐためには、職員が遵守すべき法令・条例等の内容を理解していることが前提であり、職員に効果的・効率的に知識を習得させるため、発注機関は法令・条例等をより具体化したコンプライアンス・マニュアルを作成・整備しておくことが望まれる。また、発注機関においては、作成したコンプライアンス・マニュアルをよりわかりやすく使いやすいものとするため、発注機関において定期的な改定を行うことが望ましい。

イ 職員に入札談合等に関与させないための体制面の整備

入札談合等関与行為等を未然に防止するためには、法令遵守を推進するための体制の整備が必要である。その際には、発注機関の内部における体制整備だけでなく、外部機関を利用し、客観的な分析・検証等を随時行うための体制整備についても行うことが望ましい。

(7) 発注機関内部における体制面の整備

入札談合等関与行為等を未然に防止するためには、発注機関自身が組織として包括的に取り組んでいくことが必要である。そのためには、体制面において、入札談合等関与行為等の発生リスクを低減させる機能を組み込んでおくことが重要である。具体的には以下の項目が考えられるが、発注機関の規模によっては全てを整えることが難しい場合もあると考えられる。例えば、契約担当部課室と発注部課室の分離が困難な発注機関においては、長期配属を行わないなどの人事上の配慮を行う又は仕様書のチェック等は複数の部課室で行うなどが重要である。

- ・ コンプライアンス専担部課室の設置
- ・ 入札手続等に係る事前チェック体制の整備（発注担当部課室と契約担当部課室の分離、仕様書等のチェック）
- ・ 入札手続等に係る事後チェック体制の整備（不自然な結果の検証）
- ・ 公益通報窓口の設置
- ・ 人事上の配慮

(4) 外部機関（第三者機関）の活用

入札談合等関与行為等の未然防止のために、内部体制を充実させることは重要な取組であるが、内部によるチェックではその視点が固定化されてしまうなど、チェックにも限界があると思われることから、外部機関を積極的に活用する取組も重要である。また、リソースの関係から単独で外部機関を設置することが困難な発注機関においては、他の発注機関と共同で設置することも有効である。

第三者機関における審議の対象は、官製談合事件は工事以外でも発生していることも踏まえ、「物品・業務」の入札も対象とするなど、可能な範囲で対象を拡大することが望まれる。

ウ 職員等に対する研修の実施

職員の入札談合等関与行為等を未然に防止するためには、遵守すべき内容を知識として習得する機会を設けることが重要である。また、研修は単に機会を設けるだけでなく、以下の点に留意し、未然防止に向けた取組に資するように、実践的かつ実効性のあるものとすることが求められる。

(7) 定期的・継続的な研修の実施

発注機関が単独で定期的に研修を開催することが困難である場合もあると考えられるが、他の発注機関と連携して研修を開催している例もみられることから、こうした取組も参考になる。

(4) 対象者の選定

これまで公正取引委員会が発注機関に対して入札談合等関与行為防止法に基づく改善措置要求を行った事件においては、全て幹部・管理職による関与が認められていることから、一般職員に限らず幹部・管理職も研修の対象とすることが求められる。

(ウ) 柔軟な周知や研修内容の見直し

一たび職員の入札談合等関与行為が認められた場合の発注機関のリスクの高さを考慮すると、研修という形式を取るかどうかは別にしても職員に対する定期的な周知や意識付けは必要である。

また、発注機関の中には、定期的・継続的に職員に研修を実施しているにもかかわらず、職員が入札談合等に関与する事件が発生しているケースもみられる。研修の機会を設けていても、職員が受講していなかったり、受講しても正しく理解していなかったりすれば効果的な取組とはいえないことから、職員には研修を受講させるのみならず、職員の理解度を測るような取組も必要と思われる。

エ 職員に入札談合等に関与させないために必要と考えられるその他の取組

(ア) 発注関係事務の外部委託先に対する取組

設計、積算、業者選定、監督、検査等の発注関係事務は、高い割合で外部に委託がされているものの、発注機関から委託先に対して入札談合等の未然防止に関する取組は十分には行われていない。取組を行っているとは回答した発注機関においても、その内容をみると、契約書等に秘密情報の漏えい禁止を記載しているにとどまっている回答が多い。

委託先との契約書において秘密情報の漏えい禁止を明記したにもかかわらず、当該委託先から事業者に入札等の情報が漏えいされ、当該漏えいが入札談合につながった事件も発生していることから、単に記載するのみでは十分とはいえず、更なる取組が求められる。

(イ) OBの再就職の把握等

OBの再就職については、国家公務員法又は地方公務員法においても規制がされているが、期間等の限定がなされていることから、特に長期配属の人事上の配慮を行っていない発注機関においては、再就職先を把握しているOBに対して取組を行うことが望ましい。また、OBが関与した事件も発生していることから、近いうちに退職して入札参加事業者等に再就職する予定の職員も研修の対象とすることが望ましい。

オ 公正取引委員会の対応

本調査では、発注機関における官製談合防止に向けた取組について、平成23年の同様の調査と比べ、調査対象を大幅に拡大して調査を行った。この結果に基づき、本報告書では、発注機関にとって参考となると思われる入札談合等関与行為等の未然防止のための取組を多く紹介するとともに、多くの発注機関から研修等において使用可能な支援ツールの作成について要望があったこと、計量分析からも研修の実施が未然防止に効果があるとの結果が得られたことから、「1分で分かる官談法」、「理解度チェックテスト」等の支援ツールを作成した。

公正取引委員会としては、入札談合等に関して厳正に対処するとともに、本調査結果を踏まえながら、先に述べた支援ツール等の作成にとどまらず、今後も各種研修会

や情報発信等を通じて発注機関のコンプライアンス活動を支援する取組を引き続き積極的に行っていく。

第7 独占的状态調査

独占禁止法第8条の4は、独占的状态に対する措置について定めている。公正取引委員会は、同条の規定の適切な運用を図るため、「独占的状态の定義規定のうち事業分野に関する考え方について」（昭和52年公正取引委員会事務局。以下「独占的状态ガイドライン」という。）を作成・公表し、その別表（以下「別表」という。）において独占禁止法第2条第7項に規定する独占的状态に係る要件のうち市場構造要件（国内総供給価額要件及び事業分野占拠率要件）に該当すると認められる事業分野及び今後の経済状況の変化によっては当該要件に該当することとなると認められる事業分野を明らかにし、国内向け供給価額及び供給量に関する独自調査の結果等に応じ逐次改定してきた。

今般、公正取引委員会は、統計調査に係る報告者負担の軽減と業務の見直し・効率化を図るとの政府方針（統計改革推進会議最終取りまとめ〔平成29年5月19日統計改革推進会議決定〕）も踏まえ、従来からの前記独自調査を実施せず、別表の作成・公表を行わないこととし、独占的状态ガイドラインを一部改正し、平成30年11月13日に公表した。

また、別表の作成・公表は、独占禁止法第2条第7項に規定する独占的状态に係る要件のうち市場構造要件に該当すると認められる事業分野及び今後の経済状況の変化によっては当該要件に該当することとなると認められる事業分野を明らかにすることにより、別表に掲載されていない事業分野については、公正取引委員会が直ちに独占的状态に対する措置を採ることはないという事業者の予見可能性の確保を目的としていた。この点、当委員会では、必要に応じて、経済実態を把握するための調査を行ってきているところ、今後は、これらの調査を行う中で前記事項への該当性が認められる場合には、その旨も公表することにより、引き続き、事業者の予見可能性を確保していくこととする。