

# 規制改革に続く競争政策の在り方

2014年2月10日

富山和彦

経済同友会 副代表幹事・改革推進プラットフォーム事務局長  
経営共創基盤 代表取締役CEO

# 経済同友会の提言

- 経済同友会は、競争政策(独占禁止法)の見直しの一環として、流通取引慣行ガイドライン(「流通GL」)における再販売拘束規制・拘束条件付き取引の規制の見直しを提言。(2013年10月1日付「第185回国会(臨時会)に向けた意見書」)

## 競争政策(独占禁止法)の見直し

- 情報技術の発達等により市場構造が変化する中、日本経済の発展や国際競争力の強化を図る視点から、競争政策(独占禁止法)を見直す必要がある。
- 例えば、現行の競争政策(独占禁止法)がメーカーと流通が一体となったイノベーティブな取り組みを阻み、ひいては消費者の利益を害する可能性があるとして、流通取引慣行ガイドラインにおける再販売拘束規制・拘束条件付き取引の規制などを見直しが提案されている。
- このように時代の潮流に乗った規制の見直しは不断に続けられるべきものである。欧米においては市場構造の変化に応じた制度変更が実施されており、こうした制度変更を行わなければ国際競争力を失う恐れがある。

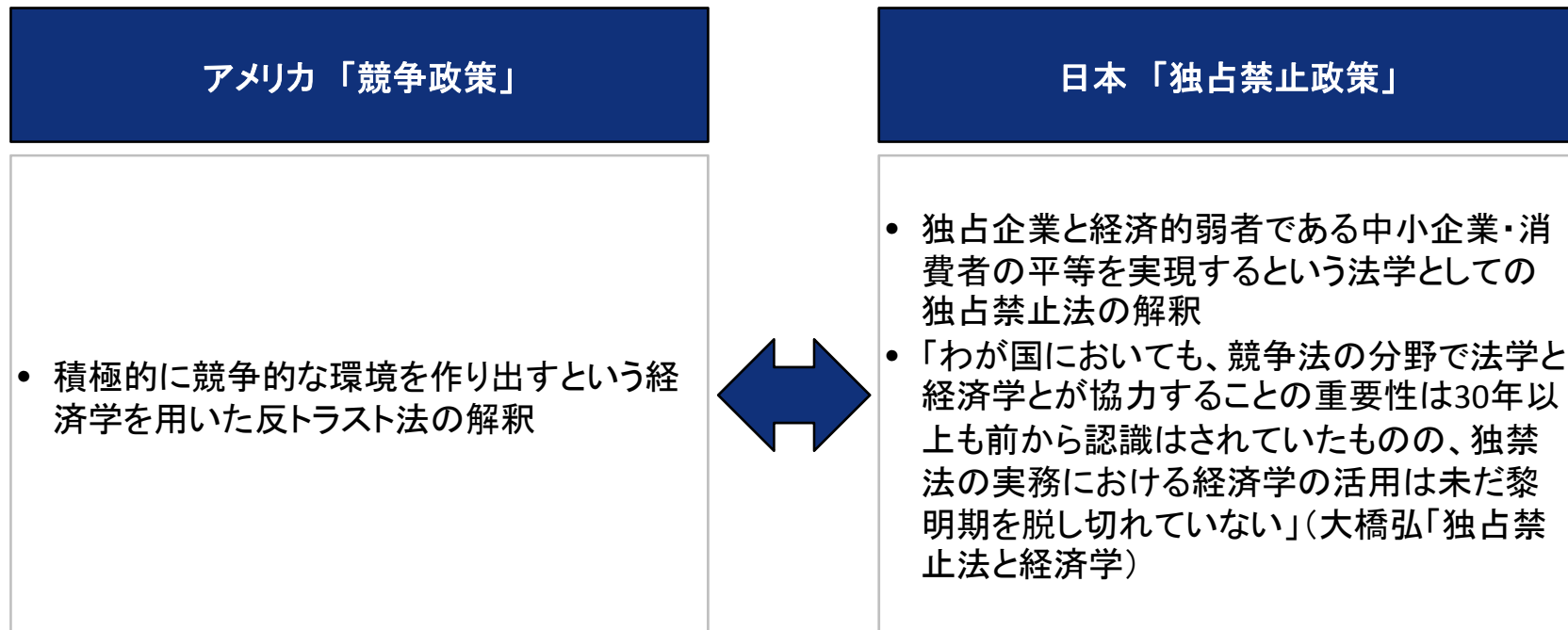


1. 競争政策の在り方

2. 流通取引慣行ガイドラインの見直し

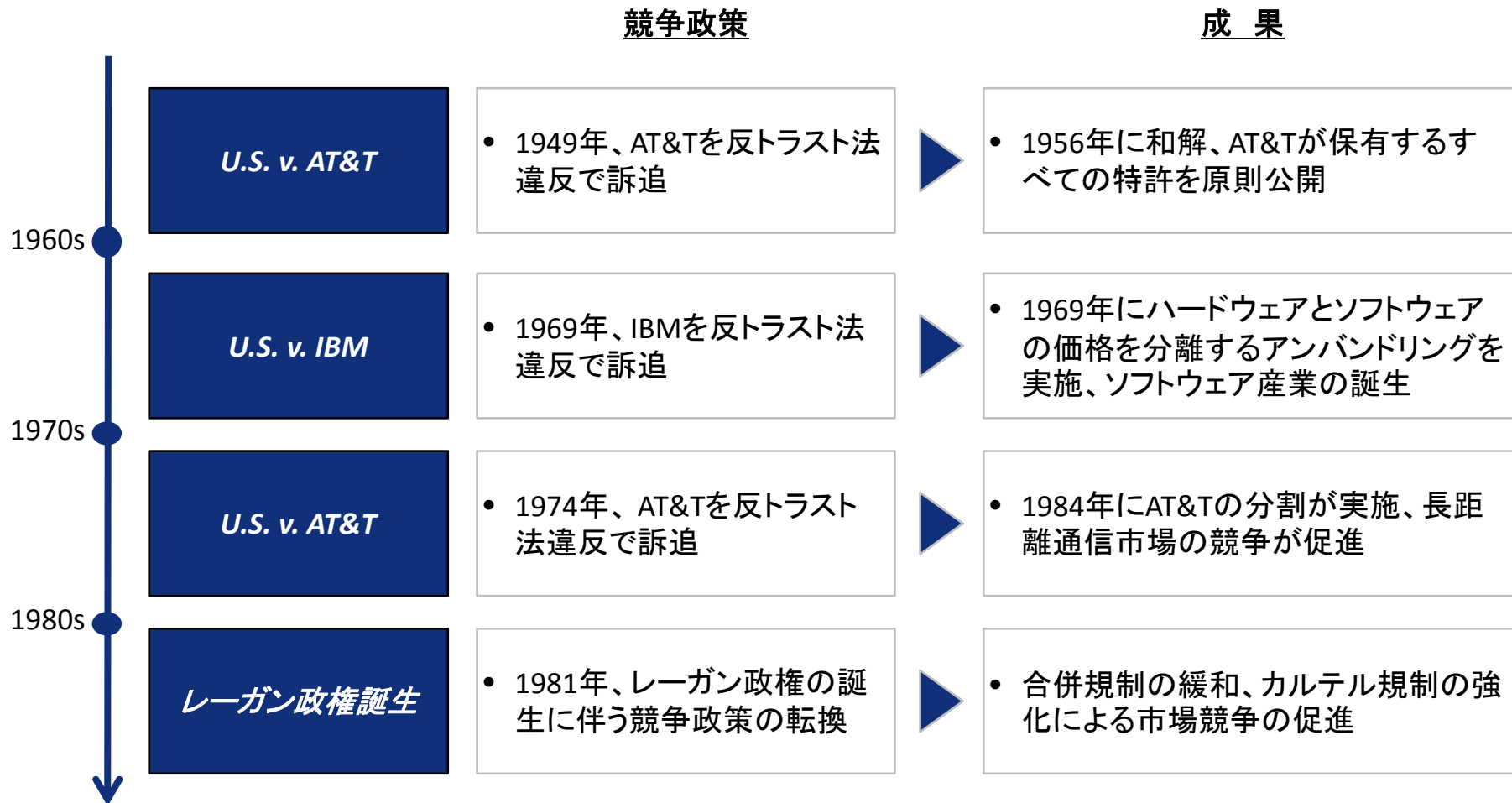
# 競争政策と独占禁止政策

- 極端に言えば、アメリカでは「競争政策」、日本では「独占禁止政策」。
- 国の競争政策が個別の企業の競争力に影響する。アメリカ企業と競争するには、日本の競争政策をアメリカ水準以上に高めなければならない。



# アメリカの競争政策と成果

- 競争政策は、産業政策上極めて重要な役割を果たしており、昨今のアメリカ企業の隆盛は、アメリカの競争政策の成果といえる。



# 産業政策から規制改革へ

- 伝統的な産業政策から、規制改革を前提とした最良の競争政策を実施する必要がある。

## 産業政策・ターゲティングポリシー

- 行政主導による産業政策・ターゲティングポリシーは、欧米という目標が存在した高度成長期においては有効に機能したと評価できる。
- しかし、成熟社会を迎えた現代日本においては、そのような産業政策は通用しない。

## 規制改革・競争政策

- 日本企業の競争力を強化するためには、規制改革の実施による市場競争を有効に活用する必要がある。
- 正しく市場競争を活用するためには、スマートな競争政策が重要である。

# 目指すべき「競争政策」

- 先進市場経済社会である日本は、アメリカ・EUをリードする競争政策を目指すべき。
- 日本の経済成長を実現するためには、一時的な競争を生み出すだけでなく、イノベーションを促す長期的な競争を実現する競争政策へと舵を切る必要がある。

## 短期的視点

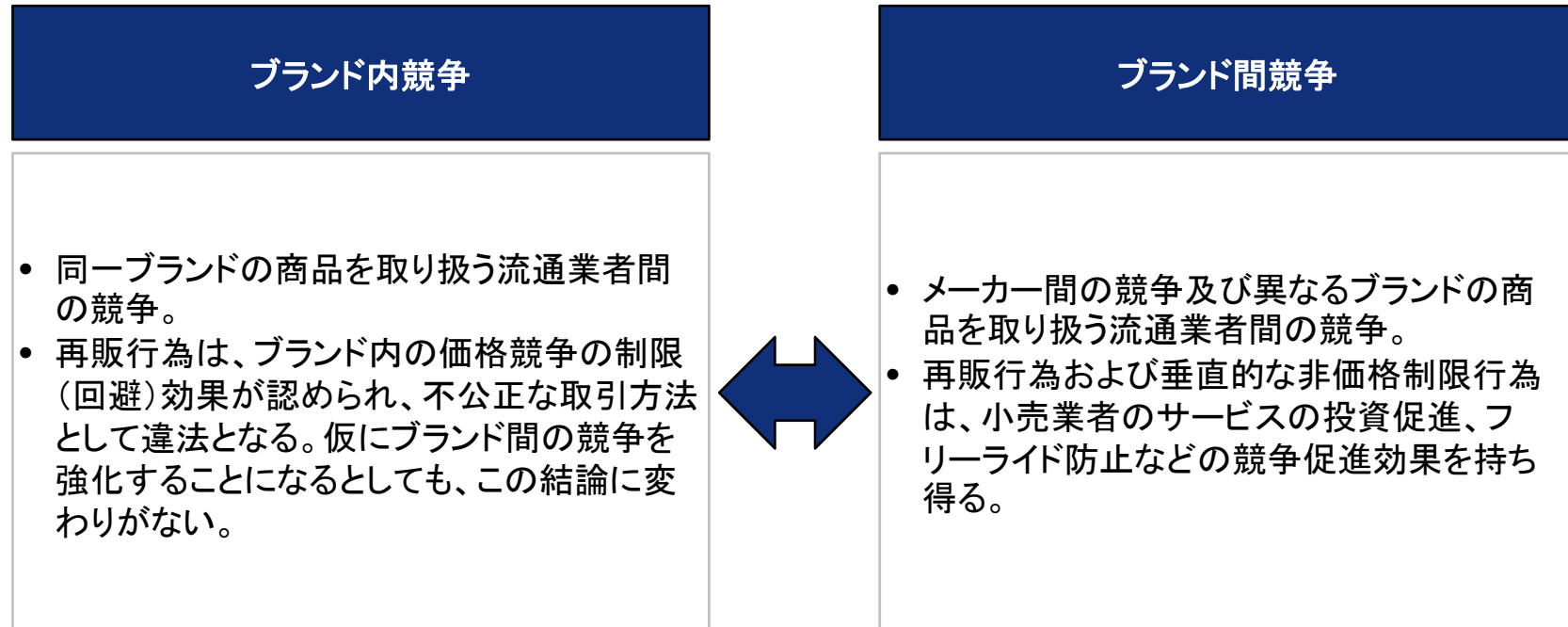
- 短期的な価格競争を生み出す競争政策。

## 長期的視点

- 人口減少の中で経済成長を実現するためにはイノベーションによる生産性の向上が必須である。
- 成長戦略が議論される中、価格以外の価値を考慮したイノベーションを促す長期的な競争を実現する競争政策を指向するべきである。

# 垂直的制限における「競争」の考え方

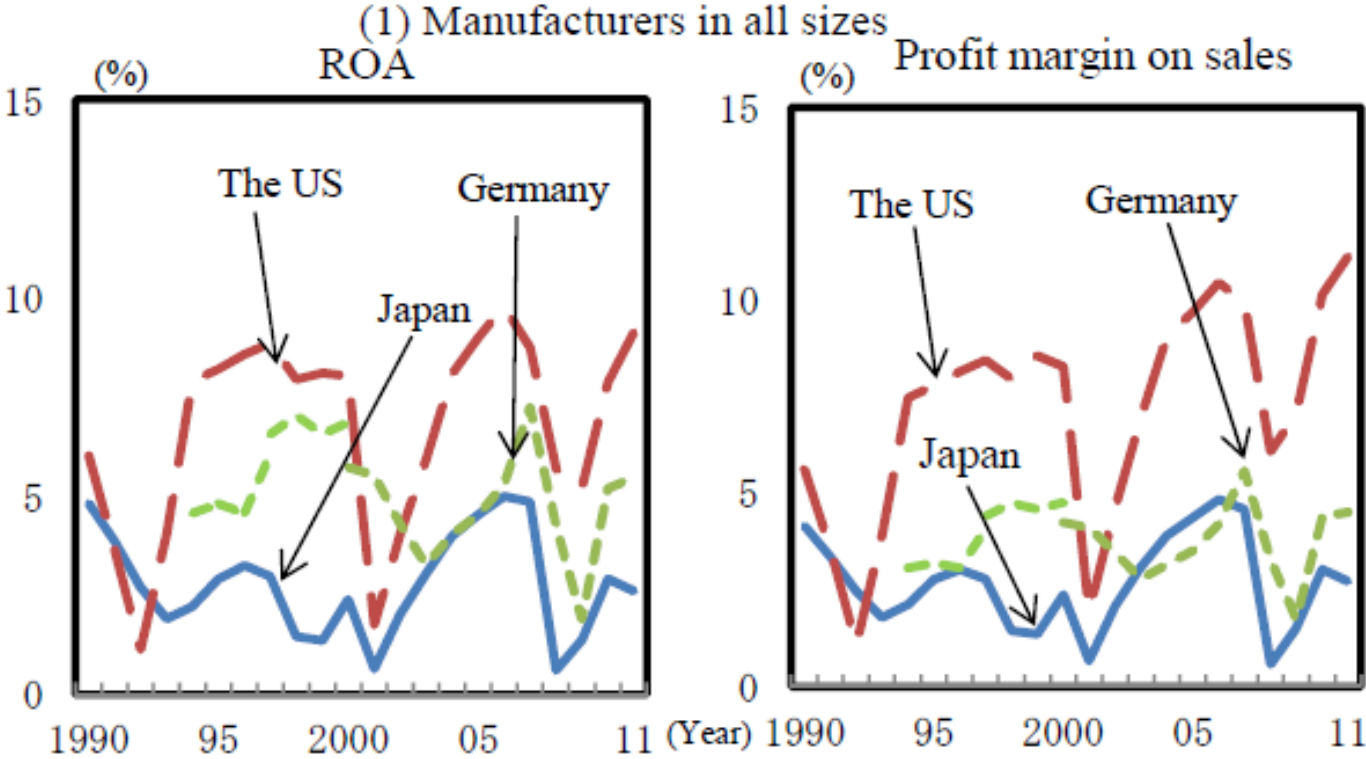
- 成長戦略が議論される中、価格以外の価値を考慮したイノベーションを促す長期的な競争を実現する競争政策を実現するためには、どのような競争を促進すべきであるかの検討が求められる。





# Long-term Performance Trend Comparison of Japanese and U.S. Companies

Long-term ROA and OPM Comparison in Manufacturing Sector



Source: Annual Report on the Japanese Economy and Public Finance 2013

1. 競争政策の在り方

2. 流通取引慣行ガイドラインの見直し

# 営業の自由

- 独占禁止法・流通GLにおける再販売拘束規制・拘束条件付き取引の規制は、憲法上保障された営業の自由を制限するものである。

## 憲法22条1項

- 何人も、公共の福祉に反しない限り、居住、移転及び職業選択の自由を有する。



## 営業の自由

- 職業選択の自由を保障するという中には、営業の自由を保障する趣旨を包含している。

# 流通・取引慣行ガイドラインの内容

- 価格制限行為、非価格制限行為について、独占禁止法上問題となる主要な行為類型が示されているが、予測可能性が低い。

## 価格制限行為 (再販売価格の拘束)

- メーカーが流通業者の販売価格(再販売価格)を拘束することは、原則として不公正な取引方法に該当し、違法となる(独占禁止法2条9項4号(再販売価格の拘束))
- 再販売価格の拘束の手段として、取引拒絶やリベートの供与等についての差別取扱いが行われる場合には、その行為自体も不公正な取引方法に該当し、違法となる(一般指定2項(その他の取引拒絶)又は4項(取引条件等の差別取扱い))

## 非価格制限行為 (メーカーが流通業者の取扱い商品、販売地域、取引先等の制限をすること)

- 個々のケースに応じて、新規参入者など競争者を排除することとならないかどうか、当該商品についての価格競争を阻害することとならないかどうかなど、市場の競争に与える影響から違法となるか否かが判断されるもの
  - 競争品の取扱いに関する制限
  - 厳格な地域制限
  - 地域外顧客への販売制限
  - 帳合取引の義務付け
  - 仲間取引の禁止
- 価格競争を阻害するおそれがあり、当該行為を行うメーカーの市場における地位を問わず、原則として違法と判断されるもの
  - 安売り業者への販売禁止
  - 広告・表示の制限(表示する価格について制限すること等)

# 流通・取引慣行ガイドライン制定の背景と現状

- 市場構造が大きく変化している中で、現行の流通GLは20数年ほとんど変更がなく、現状に沿ったスマートレギュレーションと言えるか疑問がある。

## 背景

- 流通GLは、メーカーと流通の競争ルール規律したガイドラインで1991年に制定
- 当時の閉鎖的な日本市場を問題とした日米構造問題協議を受け、取引上立場の強いメーカーによる流通の系列化が問題視され、メーカーと流通事業者との連携を強く規制する内容となっている

# 日本と欧米の規制の比較

- 企業のグローバル化に合わせて、規制の国際ハーモナイゼーションを図る必要がある。

	日本	アメリカ	EU
再販売価格維持行為に 対する規制 (価格制限行為規制)	再販売価格拘束 (独禁法2条9項4号)  (再販売価格拘束の手段) 取引拒絶・差別的取扱い (一般指定2項・4項)	合理の原則  [市場の競争を歪める場合にのみ違法]  [リージン判決(2007年)]	新製品導入促進、ただ 乗り防止等の観点から 例外あり。  原則 違法  ・ 地域制限 など
非価格制限行為 に対する規制 (非価格制限行為規制)	価格維持等の恐れがあれば違法  [流通取引慣行ガイドライン (1991年)]	合理の原則  [市場の競争を歪める 場合にのみ違法]	シェア30%超 ⇒合理の原則  [シェア30%未満 ⇒セーフハーバー]  [垂直的制限に関するガイド ライン(2010年)]

## 諸外国におけるルールの変化

- アメリカ・EUにおいては、垂直的制限について、時代の潮流に乗った規制の見直しを行っている。

### アメリカ

- 2007年のリージン判決 (Leegin Creative Leather Products, Inc., v. PSKS, Inc., 551 U.S. 877 (2007)) がその象徴であり、従来は当然違法とされてきた最低再販売価格拘束行為について合理の原則で判断すべき旨を判示した。

### EU

- 依然として再販売価格拘束はハードコア制限として規制されるものの、2010年の垂直制限ガイドライン (Guidelines on Vertical Restraints (2010/C 130/01) paragraph 225) の改正により、再販売価格拘束が合法となる場合が例示されるなど規制緩和の動きが見られる。

# 日米の規制の比較

- アメリカでは、競争促進効果がない水平的な競争者間の価格カルテルの規制は厳格だが、競争促進効果の認められる垂直的な競争者間の価格カルテルは合理の原則で判断される。日本では、逆の規制といえる。

	アメリカ		日本	
水平	<ul style="list-style-type: none"> <li>水平的な競争者間の価格カルテル・談合は、ハードコアカルテル (hardcore cartel) として分類され、それ自体で当然に違法 (per se illegal)</li> </ul>	厳	<ul style="list-style-type: none"> <li>水平的な競争者間の価格カルテル・談合 (横のカルテル) であっても、当然違法ないし原則違法ではなく、市場を画定し、画定された市場で価格をある程度自由に左右できる状態をもたらすか否かの検討が求められる</li> </ul>	緩
垂直	<ul style="list-style-type: none"> <li>合理の原則 (rule of reason)</li> </ul>	緩	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場の画定を不要とし、それ自体で直ちに又はブランド内の価格競争の回避効果のみで、不公正な取引方法として違法とする</li> </ul>	厳



# 再販行為の競争促進効果

- リージン事件判決は、再販行為・垂直的な非価格制限行為が持ち得る競争促進効果を例示し、消費者にとってメリットがあることを明らかにした。

## 競争促進効果

- ① 小売業者のサービス又は販売活動への投資促進
- ② 低価格・低サービスブランド、高価格・高サービスブランド、その中間のブランドという消費者の選択の拡大
- ③ 小売業者の高いサービスのただ乗り防止
- ④ 新規の事業者・ブランドの市場参入の促進によるブランド間の競争の促進

## 反競争効果

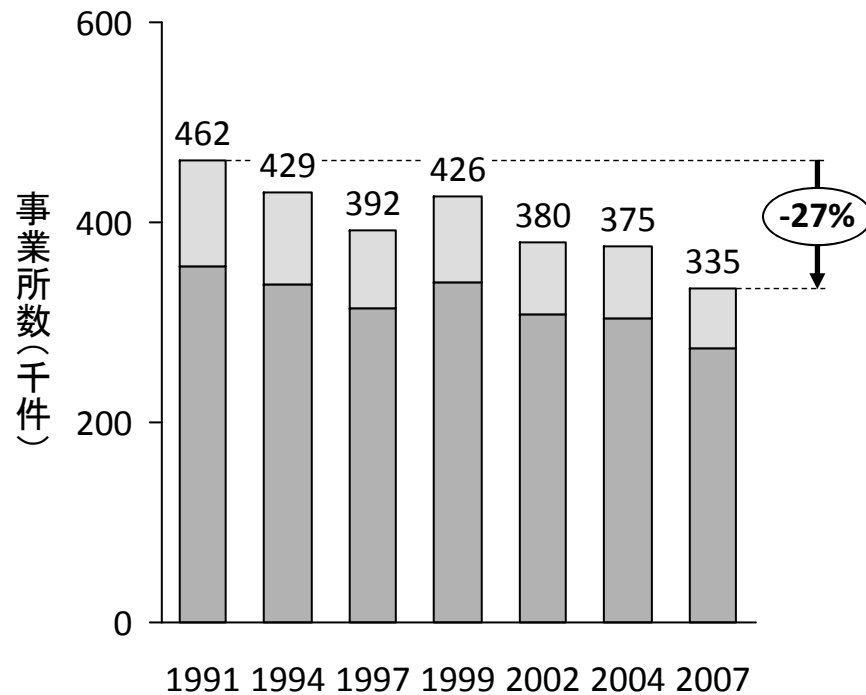
- ① 当然違法であるメーカー間又は小売業者間のカルテルの容易化
- ② 強力な小売業者又はメーカーの濫用の可能性、すなわち支配的小売業者が流通のイノベーションを妨げ又は市場支配的メーカーが小売業者に小規模・新規の競争メーカーの商品を販売させない誘因を与え得る

## 參考資料

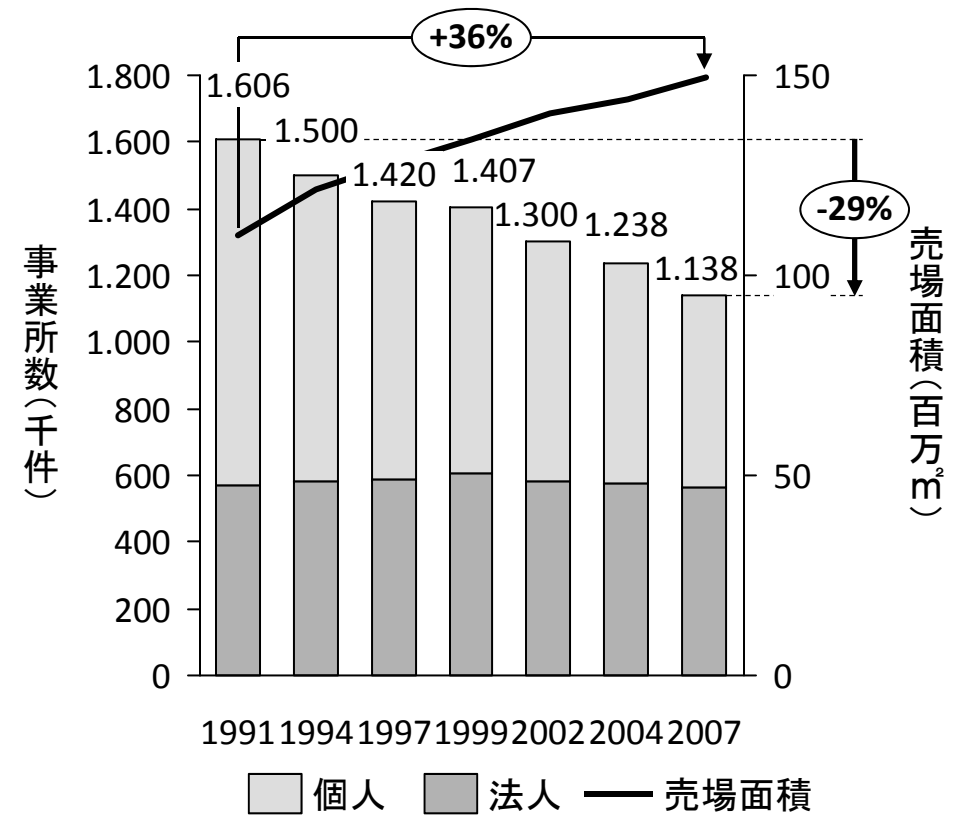
# 流通業者の大規模化

- 流通GLが公表された1991年と比較して、メーカーと小売の関係は大きく変化。
- 卸売・小売業の事業所数は減少し、卸売・小売業の大規模化が進行。

卸売業事業所数推移



小売業事業所数・売場面積推移

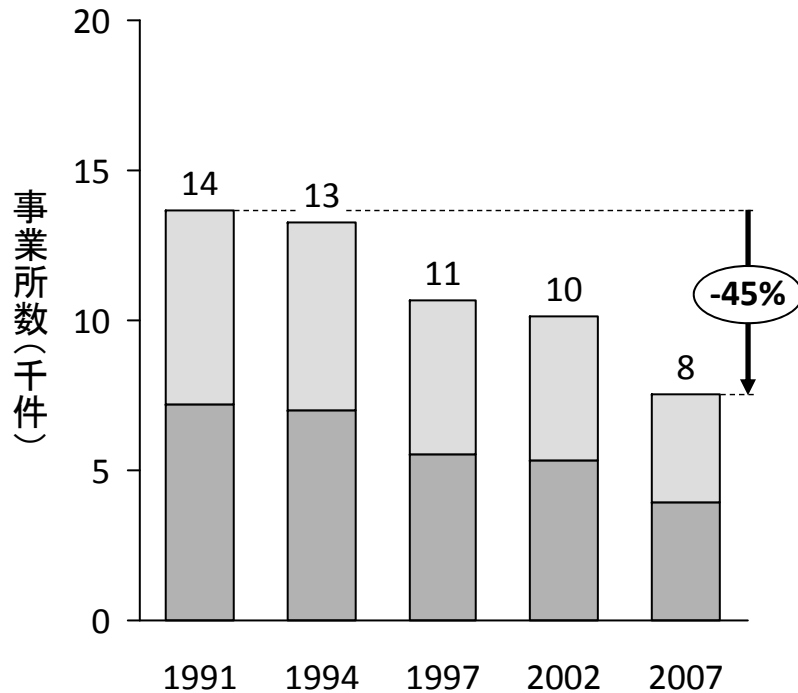


出所：経済産業省「商業統計」より作成

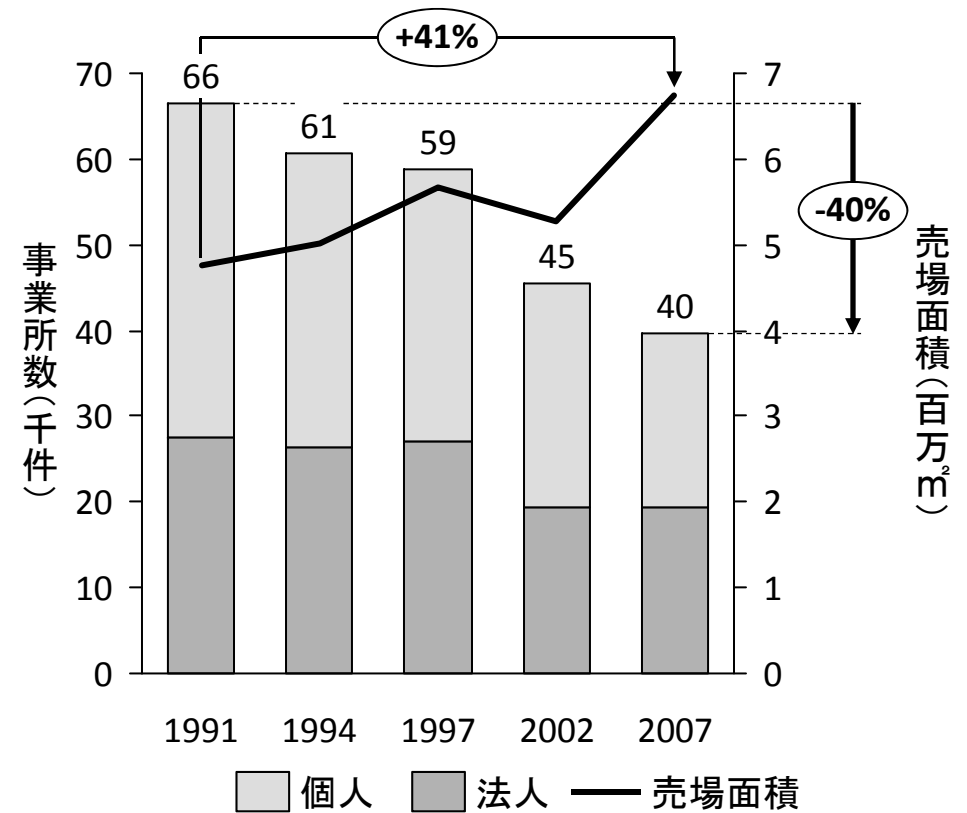
# 家電業界①

- 家電量販店の大規模化の進行は更に顕著。

家庭用電気機械器具卸売  
事業所数推移



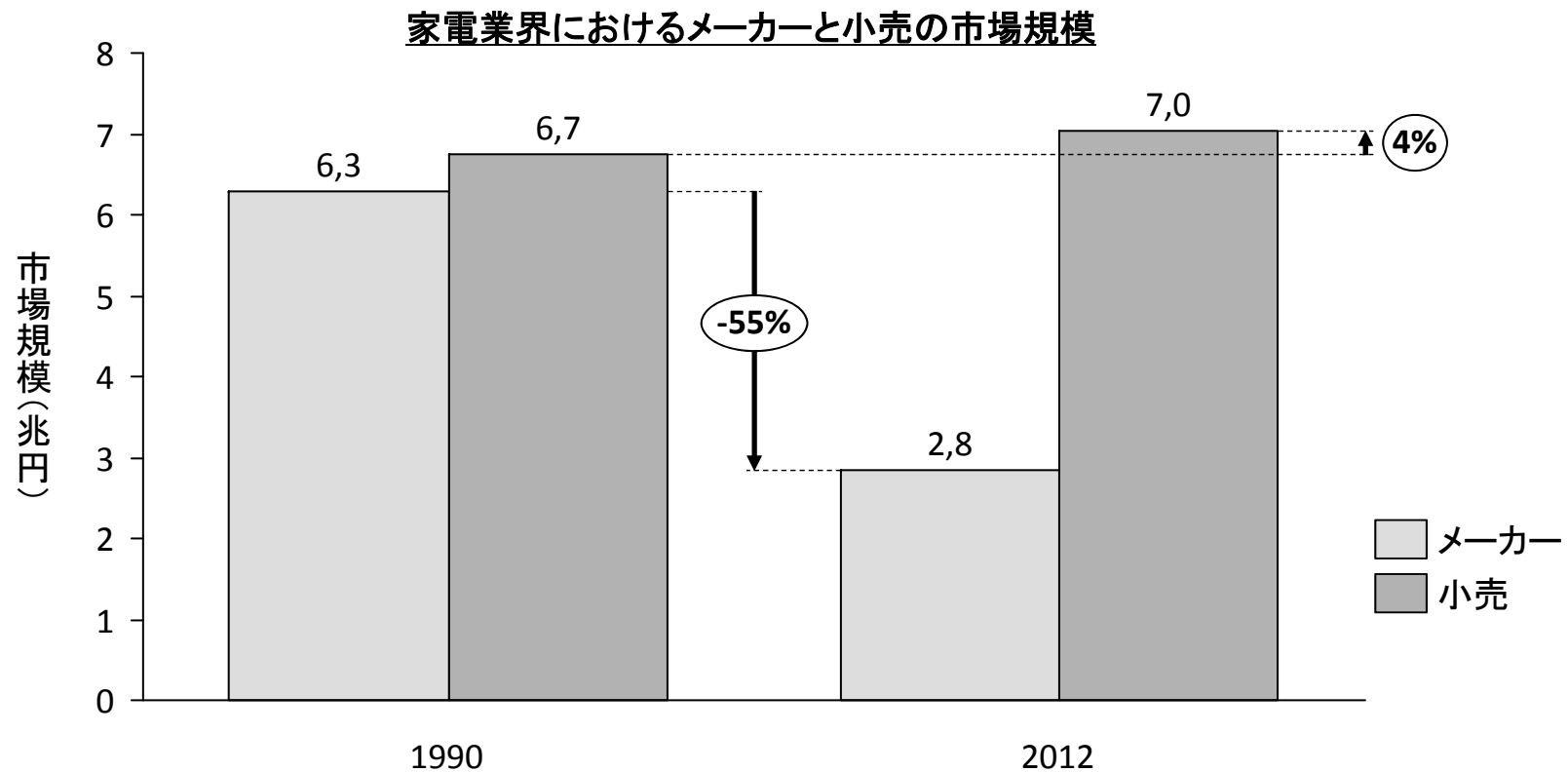
電気機械器具小売  
事業所数・売場面積推移



出所： 経済産業省「商業統計」より作成  
卸売業は「家庭用電気機械器具卸売」の数値を記載、小売業は「電気機械器具小売業」を記載  
1999年、2004年はデータなし

## 家電業界②

- メーカーの市場規模が縮小する一方、小売の市場規模は拡大。その要因は、「小売・メーカー間のパワーバランスの変化」、「小売の扱う商品の多様化」、「小売の供給メーカーの多様化(海外メーカー製品の販売等)」などと考えられる。



出所: 機械統計年報、商業販売統計より作成

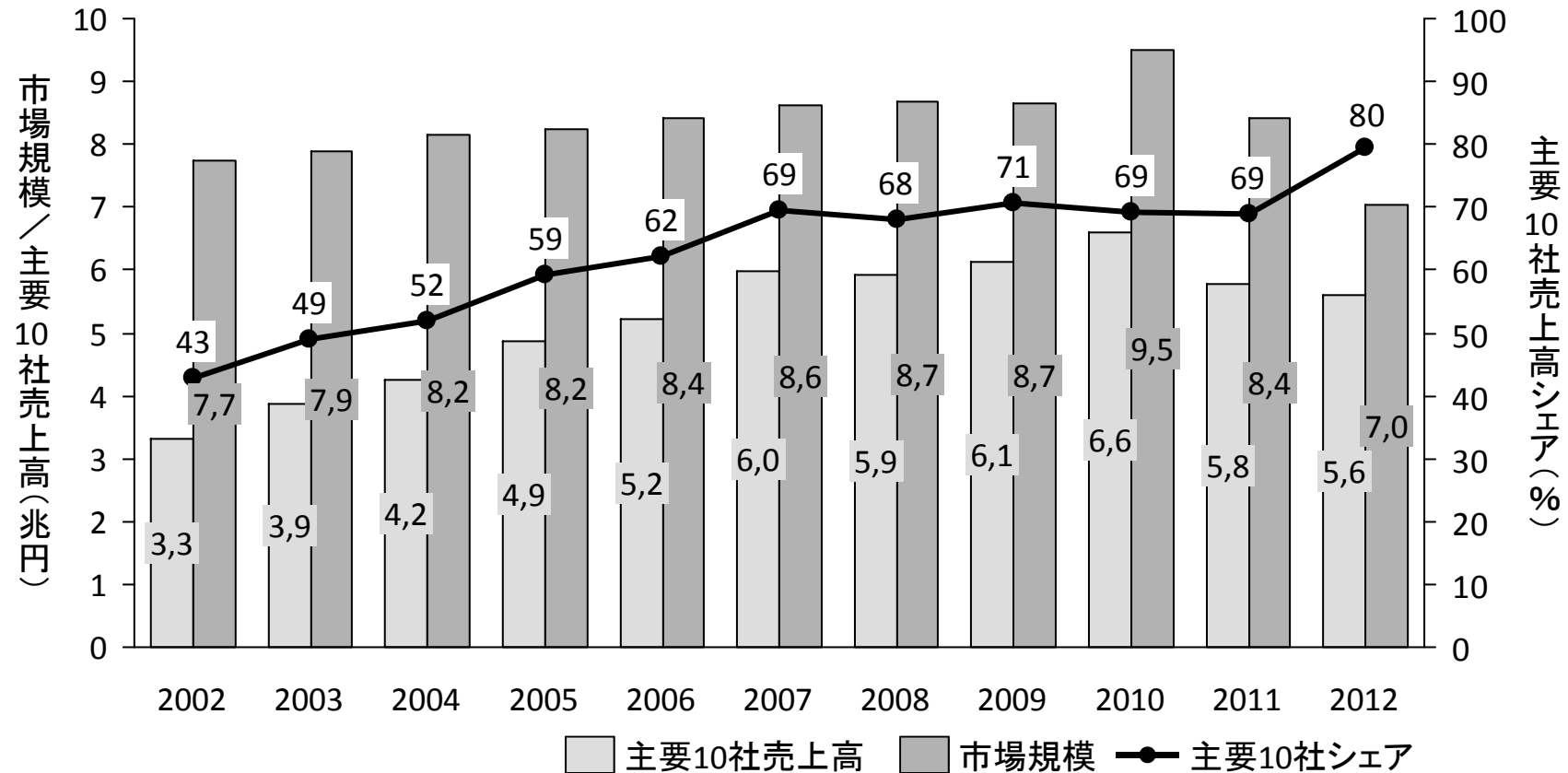
機械統計年報「民生用電子機械器具、民生用電気機械器具」の生産額、出荷額をメーカー市場規模として記載

商業販売統計「機械器具小売業」の販売額を小売市場規模として記載。「機械器具小売業」は主に家電等を販売しているが、それ以外の販売額も統計に含まれる

## 家電業界③

- 流通系列化が解消され、独立系の家電量販店が台頭。
- 家電量販店の力が強まっており、ヤマダ電機事件(平成20年6月30日)、エディオン事件(平成24年2月16日)など、家電量販店の優越的地位の濫用の問題も浮上。

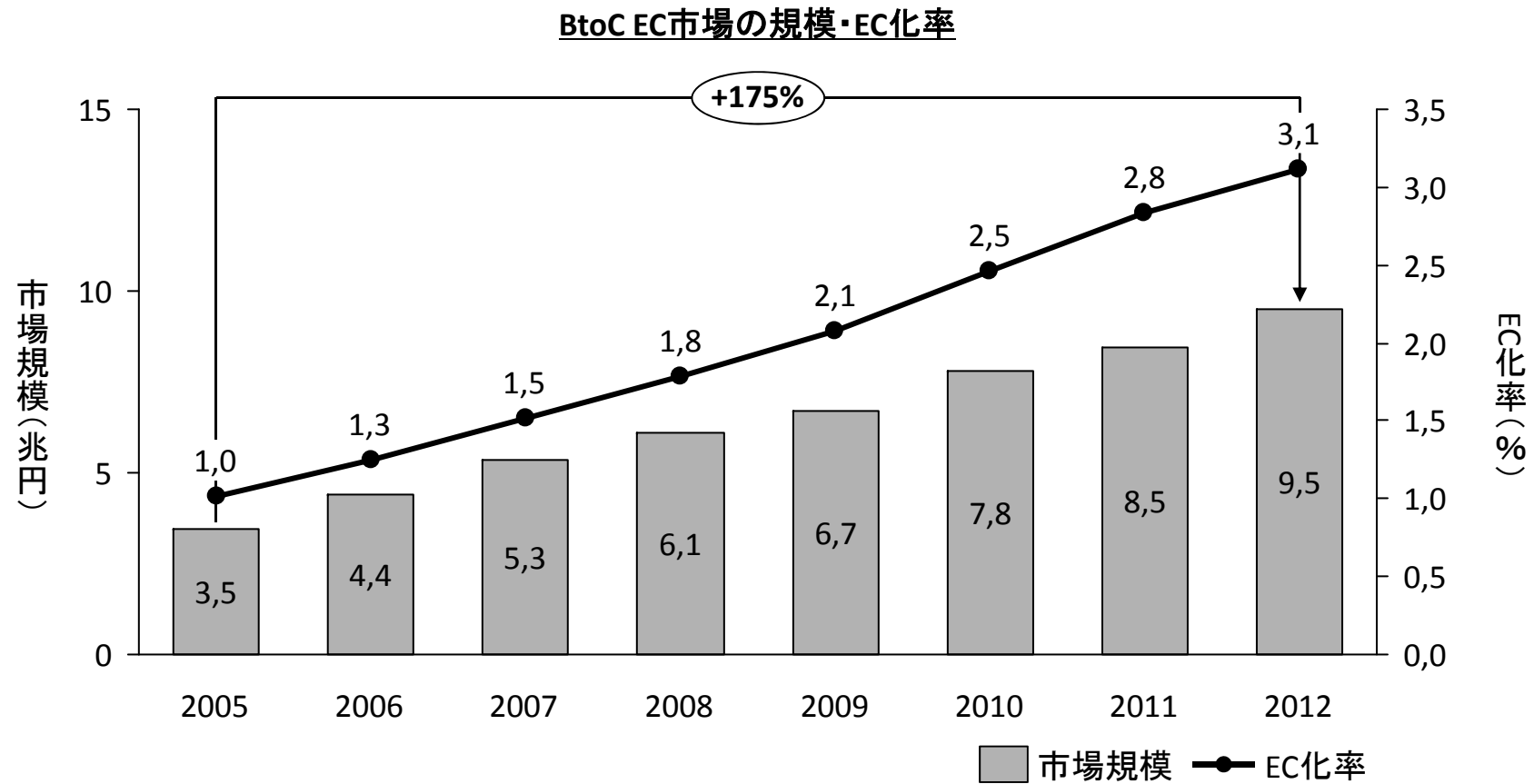
家電量販店の主要10社のシェア



出所：商業販売統計、SPEEDAより作成、  
「機械器具小売業」の販売額を小売市場規模として記載。ただし、「機械器具小売業」は主に家電等を販売しているが、それ以外の販売額も統計に含まれる

# BtoC EC市場の拡大①

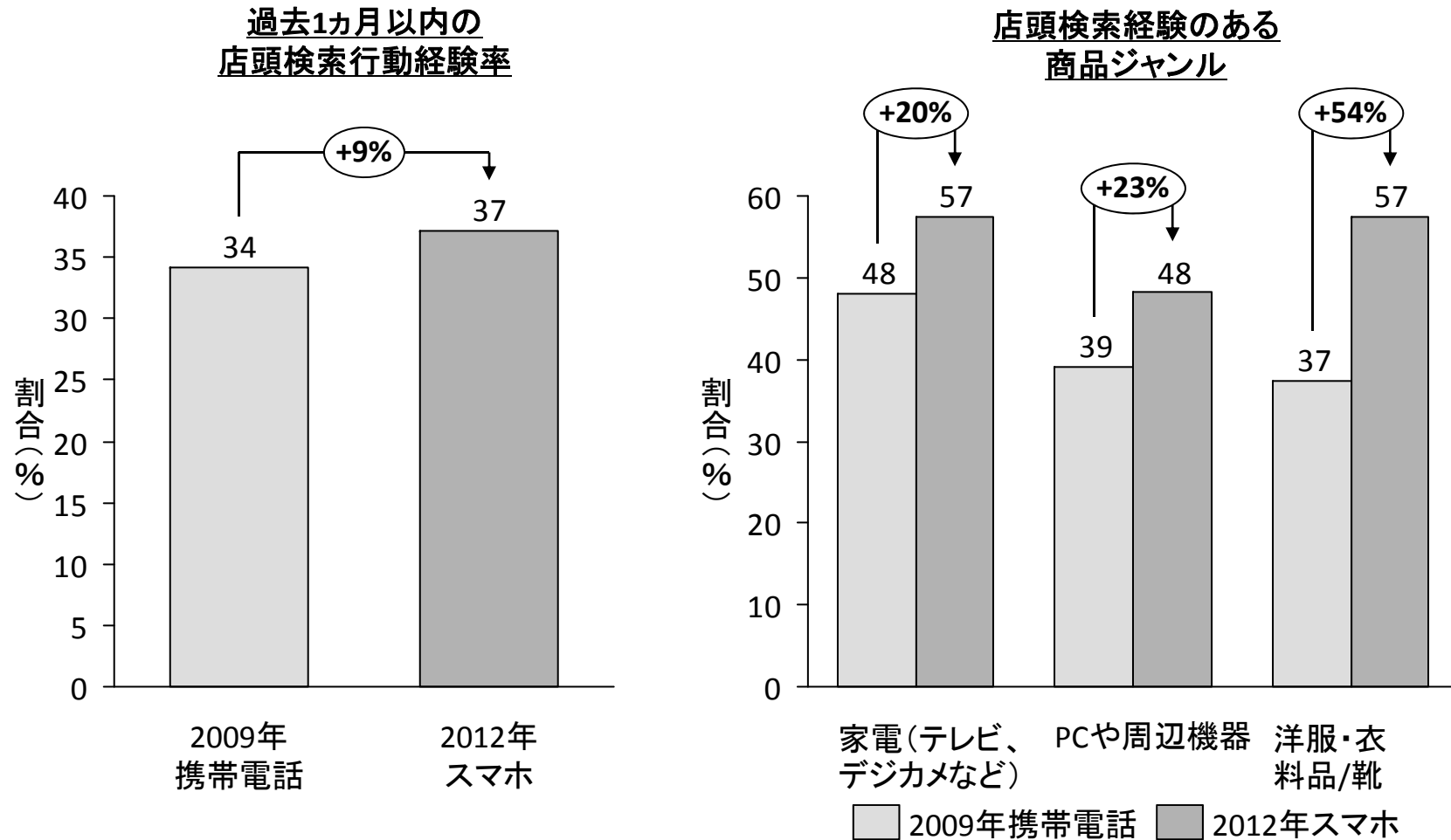
- インターネットの発達、EC市場の拡大により、市場構造が変化。



出所： 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」、平成19年度、平成24年度

## BtoC EC市場の拡大②

- スマートフォンを利用した店頭検索行動は増加しており、実店舗のショールーミング化が進行、フリーライダーの増加傾向がみられる。

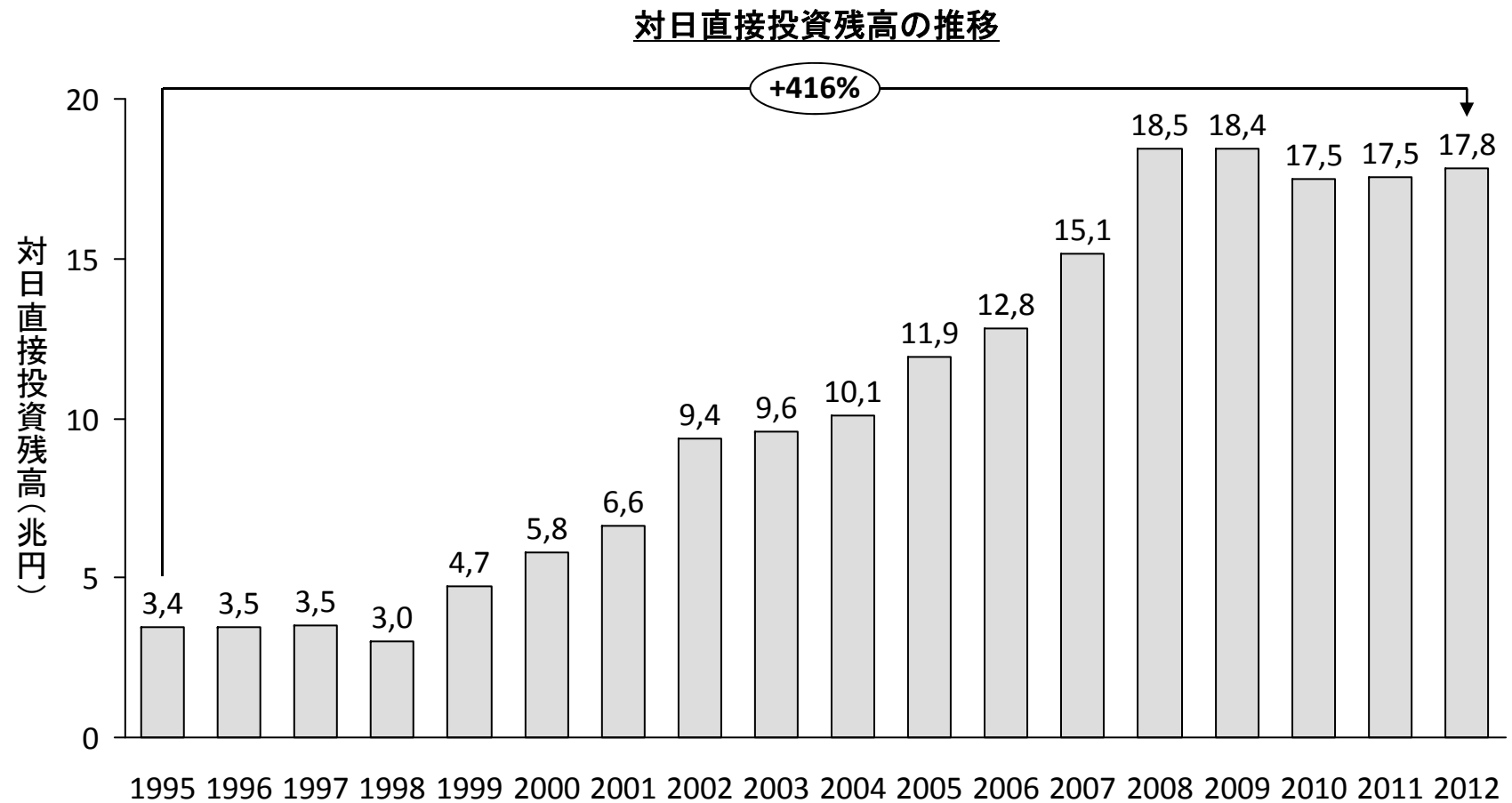


出所：株式会社アサツー ディ・ケイ「スマートフォンと購買行動」より作成



# 市場開放

- 対日直接投資残高の増加は、閉鎖的と言われていた日本市場の開放が進んでいることを示唆する。

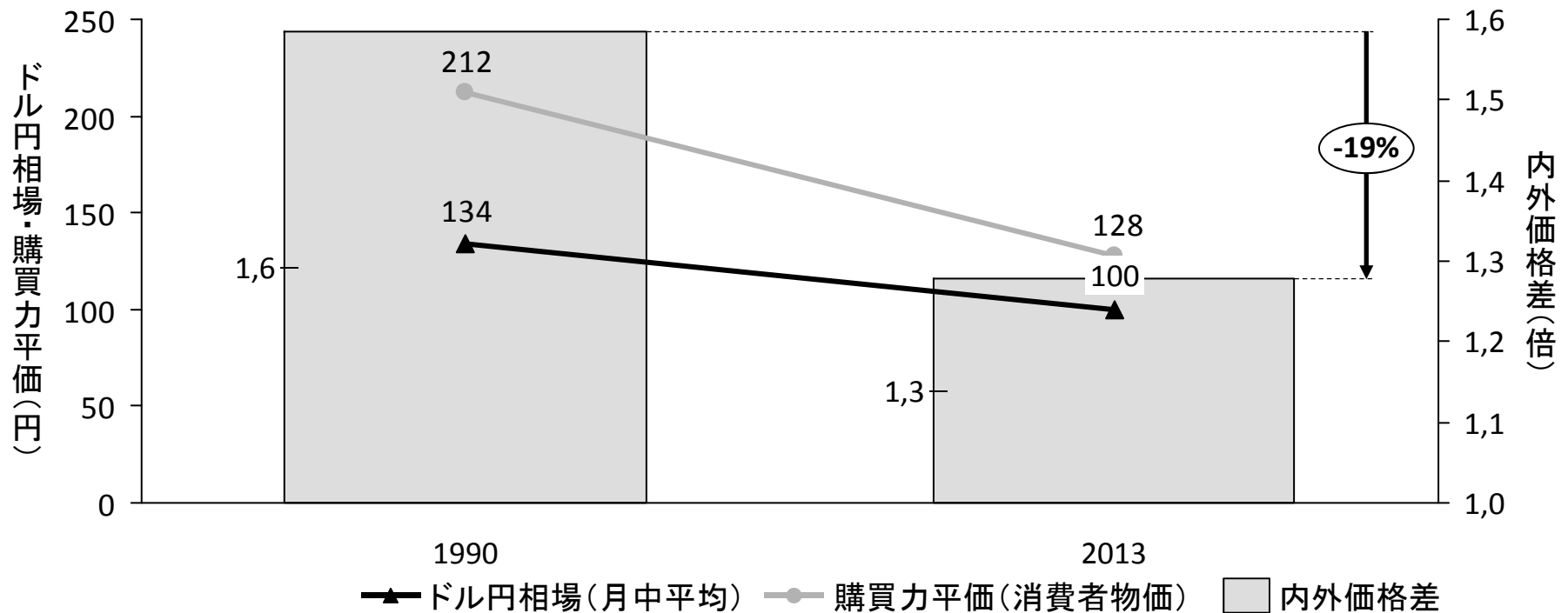


出所：日本銀行「対外資産負債残高」より作成

# 内外価格差の縮小

- 流通GLが公表されたときに問題視されていた内外価格差は縮小。

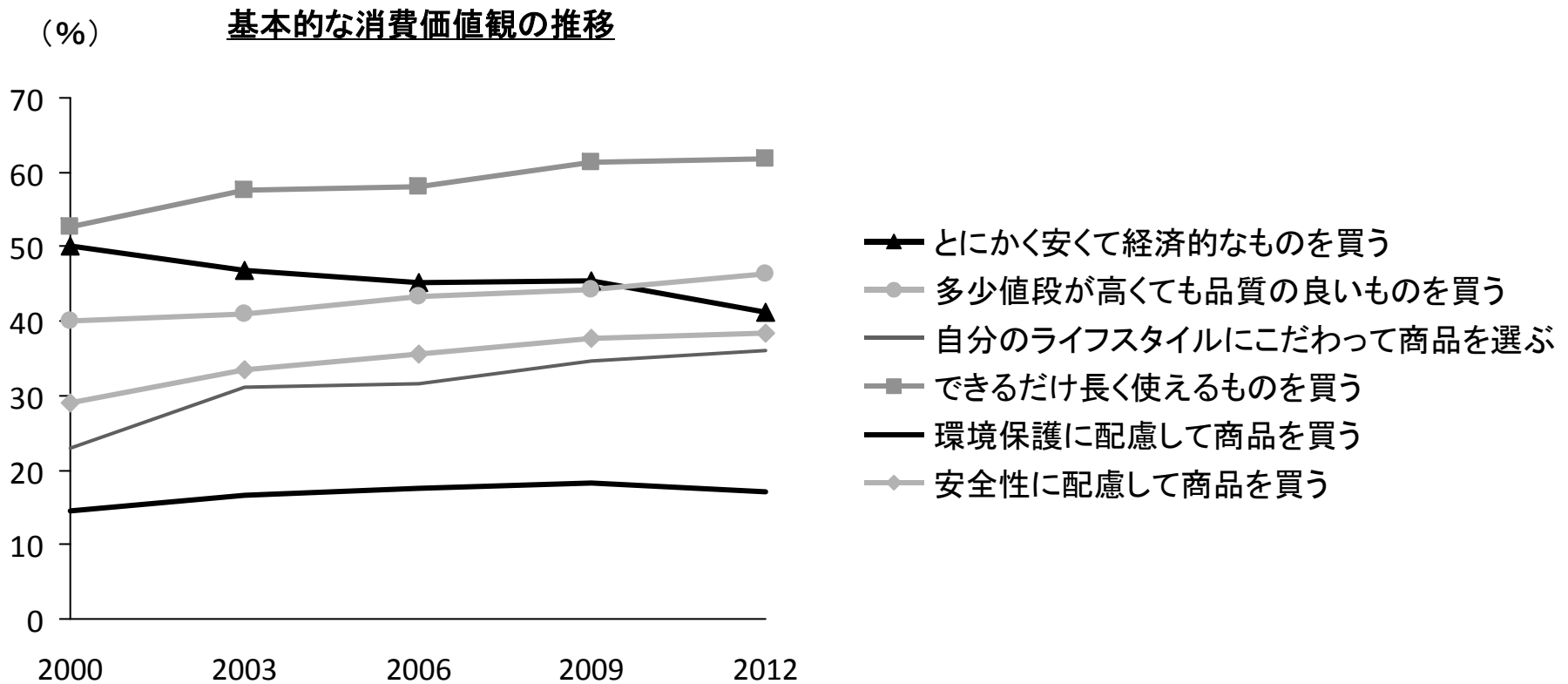
内外価格差の比較



出所：公益財産法人国際通貨研究所「ドル円購買力平価と実勢相場」より作成  
 各年の12月末の数値を利用。ただし、2013年は11月末時点の数値を利用。  
 内外価格差は、購買力平価/ドル円相場によって算定。

# 消費者行動の変化

- 商品選択に関して、ただ安いものを選ぶのではなく、「品質」や「安全性」を重視する比率が高まるなど、消費者のニーズが多様化。



出所： 出所：野村総合研究所「生活者1万人アンケート調査」