

講演

競争の意義とその効果



矢部丈太郎

公益財団法人公正取引協会評議員／財団法人建設業適正取引推進機構理事／公立大学法人横浜市立大学理事
(株)オンワードホールディングス社外監査役／(株)オンワード樺山社外監査役

第11回独占禁止法研修会の講演では、元公正取引委員会事務総長の矢部先生に、「競争の意義とその効果」と題しお話しいただいた。

矢部先生は、市場経済と競争について概説した上で、競争がなぜ必要かを解説。そして競争を回避する方策や競争を阻害する行為の問題点を示し、公正な競争について分かりやすく語られた。

日時:平成24年5月25日(金)13:10～15:10 会場:大手町サンケイプラザ3階「311・312号室」

はじめに

只今ご紹介いただきました矢部でございます。

今日は、競争の意義とその効果について話をすることということで参りました。大変難しいテーマをいただいたと思いましたが、私自身、日頃「競争の意義とは一体何だろう」と考えていることもあり、法律運用上の問題とは若干離れるかもしれませんが、お話ししていきたいと思えます。

まずは始めに、「私達人間は、生涯競争と付き合って生きていかななくてはいけない」ということです。いろいろな競争がありますが、まず、人間の誕生自体が実は競争の結果です。精子が卵子と結びつくとき、一番早く卵子にたどり着いた精子、つまり競争に勝ったものが人間としてこの世に生を受けることができます。これは、やはり強い個体を作り、残すためには必要なことです。さらに、入学、就職、会社での昇進と一生競争が続いています。



競争の意義とその効果について話す矢部先生

1 市場経済と競争

①市場経済は競争を通じて価格と生産量が決定される仕組み

市場経済においては、競争の機能を通じて価格が決まる、生産量が決まるという仕組みがとられています。経済とは、社会全体が必要とするものを誰かが作って、それを分配するシステムです。こういう市場経済を分析したのが、アダム・スミスです。彼は社会の富を増やすにはどうしたらいいかということを考え、生産力を強めるためには「分業」がいいのだと言ったのです。ここでいう分業とは、一つの生産工程だけでなく、もっと大きいことをいっています。「農業と工業の分業」、「製造業と販売業の分業」、さらに現在行われている「国と国との間の分業」もあります。一番安いところで作るということです。

分業があると、当然交換が生まれます。最初は物と物の交換から始まりましたが、その交換の場として市場が生まれます。

分業がなぜ良いか。分業のメリットとして、技術、生産力の増進があります。一つの仕事に集中するので、その分野については非常に技術、生産性が進歩します。時間の節約になる、機械を発明することを促す等、非常に良い作用を持っています。ですから、分業を進めるために交換があるということではなく、むしろ分業を前提として、み

んな仕事をしているということです。作った物は必ず市場に出て、交換されるということですから、交換できるのであれば分業に専念できるということです。

交換のために作るものを商品と言います。自分で消費するものは製品ではあっても商品とは言いません。その交換の場を私たちは市場といっており、そこには競争が発生します。売り手と買い手とが対峙すると、一方は高く売ろうと思うし、他方は安く買おうと思うからです。交換がうまくいくためには、自由を認めることが必要になります。取引や価格の決定が自由にできることで、誰でも市場に商品を持ち込むことができます。交換も盛んになります。

よく営業の自由ということを言いますが、法律はそれを保護しているかということ、憲法にも営業の自由というのはありません。しかし、22条に職業選択の自由というのがあります。それが根拠になっています。職業選択の自由の中には、広く営業の自由も含まれるということです。営業の自由というのは取引が自由にできるということであり、さらに言うと、競争の自由というのも同じことだろうということです。競争相手のない社会で取引している分には自由というものは必要がありません。しかし、そういう例はあまりなく、必ず競争相手がいるということになると、自由に競争できるということが大変重要になってきます。そこで独占禁止法が出てきます。

②独占禁止法は競争に関する法律

独占禁止法は、長い法律名を持っています。私たちは、略して「独占禁止法」と言いますが、ネーミングだけから判断すると、「独占だけを禁止する」と狭く感じてしまいがちです。私は、しばしば「この二つの言葉を反対にしたら、独占禁止法の性格をよく表わす」という言い方をします。「独占」の反対は「競争」です。「禁止」の反対は「促進」です。この二つをひっくり返した「競争促進法」というのが独占禁止法の目的というか、性格を表しています。

日本では独占禁止法といいますが、外国へ行く

とむしろ競争法とか、競争制限禁止法という名前が一般的です。

③競争のルールを定めそのルールの遵守を図る

独占禁止法は、競争のルールを定め、それを守るための仕組みが書いてあります。先程言った競争の促進ということについても、「積極的に競争しなさい」という法律ではなく、「競争しない行為を禁止する」という法律になっています。競争しないということは、ある意味では競争の自由を制限するということになるわけです。ですから、独占禁止法を見ますと、「自由な競争を制限する」とか「拘束する」、あるいは「強制する」とか「拒絶する」、そういう言葉が出てきます。ルールというのは皆そうですが、「何々してはいけない」という「してはいけない」という表現をしています。それと同じように、独占禁止法の中身も、競争の自由を「制限」したり、「拘束」したりするようなものが、規制の対象として書いてあるということです。

④日本の競争に関する法律は全て外来

日本では、競争に関する法律というのは、内部的に発達したものではなく、全て外から押し付けられました。押し付けられたというよりも、外から入ってきました。独占禁止法がそうですし、不正競争防止法もそうです。この不正競争防止法は、日本が国際社会に仲間入りするときに、倫理的な、あるいは商業道徳に反するような競争を規制するルールを決めないと仲間入りできなかったの、あわてて作ったという経緯があります。特許法も競争に関係しています。一生懸命研究開発してご褒美として特許をもらうわけですから、これも研究開発の競争促進になります。商標法も、ある意味では、企業努力したものを権利として認めようという法律です。

現在、日本は中国に対して、もっと商標などの権利を守れとっていますが、昔の日本も同じだったというわけです。

実は「競争」という言葉自体が輸入されたものです。「コンペティション」という英語の和訳です。まだ明治時代の前なのですが、「コンペティション」

をどう訳そうかということで、福澤諭吉が「競争」という言葉を作りました。「競争」という言葉ですが、「競」という字は、2人が並んで走っているように、レースに関係するものをみんな「競」といいます。「競馬」、「競輪」、「競走」などですね。「争」というのは、お互いに向き合ってそこで引っ張り合うというものです。スポーツですと、サッカーやラグビーなどの類のものです。取引というのは、売ったり買ったりの間ではこのような関係になるので、その二つを組み合わせたのです。

中国にも独占禁止法ができましたが、「競」という字は日本から輸入しています。輸入というのも変ですが、「競」の片方だけです。これを「競争」として使っています。

⑤日本人の競争観

日本は、なかなか競争になじめませんでした。昔から日本人は、社会秩序の維持を重視し、競争とは反対の方向にあったからです。例えば、聖徳太子の十七条憲法にある「和をもって貴しとする」という考えです。皆で仲良くすることで社会の秩序を守るのだということが、伝統的に長く続いていたのです。日本の国名は、古くは大和といいます。大きな和の国なのです。「和」というのは、「和食」、「和菓子」などの言葉にあるとおり、日本のことを表わしています。このくらい、「和」が日本の社会秩序の基本的なルールになってきたということです。ですから、あまり競争に対して親近感はありません。むしろ、競争を嫌う傾向にあったといえます。

なぜ嫌うかという、競争には勝ち負けがつきますから、どうしても格差社会になるという考えからです。現在、競争について批判されているのはその点です。自由競争、自由競争と言ってきた結果、格差ができてきたという主張です。どうも格差を嫌うという傾向があるようです。その背後には、「皆が同じなのが大事」という、「平等主義」のような考え方があるのではないかと思います。「努力した者もしない者も皆同じ」という結果の平等主義です。そのため、どうしても格差が出ることは、「出る杭は打たれる」という考えで、日本社

会になじみがなかったということです。

⑥競争をめぐる最近の議論

最近の競争に関する議論をみますと、「無秩序になる」とか、「安全性が保てない」という考えがあります。しかし、この考えは、一面的ではないかと思っています。先程、アダム・スミスの市場経済分析についてお話ししましたが、アダム・スミスは二つ本を書いています。一つは、『国富論』です。これは、教科書にもよく出てきますが、「国の富を富ますにはどうしたらいいか」ということが書いてあり、その中に「分業」についても書いてあります。もう一つ『道徳感情論』という本があり、この二冊しか書いていません。この二つのうち『国富論』は『道徳感情論』の一部だといっています。社会の秩序を動かす人間の心というか、「倫理」です。「エトス」といったのですが、それをまとめたのが『道徳感情論』であって、もう一つの『国富論』は、論理、ロゴス、物事の道理とか筋道がまとめられています。要するに、「倫理と論理が一体となって進められなければいけない」ということです。先程の競争に対する批判は、倫理が置き去りにされた状態で自由競争に走ってしまったことによるいろいろな問題が指摘されているのではないかと思います。

最近、競争に関していろいろな本が出ています。その中に、『道徳感情論』のように、「自由競争の前提にはもっと倫理的なものがあるのではないか」という今までの考え方を見直しているものが出てきています。『アダム・スミス』(堂目卓生著)という新書本がありますし、『競争と公平感』(大竹文雄著)という大変おもしろい本も最近出てきています。要するに、競争だけが入ってきてしまい、本当はその前提となる「倫理的」なものが置き去りにされたところから、競争が批判される原因があるのではないかという感じがしています。

2 競争はなぜ必要か

(1) 競争の必要性

競争の働きというのはたくさんあります。市場

経済の働きといってもいいかもしれません。一つは、先程述べた「分業」です。お互いに必要であり、相互依存の関係にあるからといって、交換を前提に各自が勝手に商品を生産すると作り過ぎになってしまいます。それに懲りて逆に生産を抑えると無くなってしまいます。ではどうするのか、そこで出てくるのが価格の作用です。「売るのが多くて買う人が少なければ価格は下がる」、逆に「欲しい人がたくさんいて品物が少ないと価格が上がる」という価格メカニズムの作用を通じて、全体として世の中に必要なのはどれくらいなのか、いま何が足りないのかということが見えてきます。このように、売り手・買い手の競争を通じて、今必要とされている物やその量に関する情報が集まってきます。

スーパーでは売れ残りや品切れがあまりなく、商品が上手くまわっています。これは需要と供給、市場の調整がうまく機能しているからだと思います。あれを統制のような形でやると、品不足ができたり、余りすぎたりというのが出てきます。資源の最適配分といいますが、価格をシグナルのようにして、作り過ぎか、そうでないのかということ自動的に調整するということです。これをアダム・スミスは、「神の見えざる手」と言っています。このように、非人格的な力によって自然に配分がされていくのだということです。

二つ目は、競争の重要な目的・機能ともなるわけですが、商品やサービスの質を高めて価格を引き下げるということです。競争に勝つためには、できるだけ効率よく生産し、販売活動を行わなければなりません。また、品質の良い製品を出さないといけません。競争によって、無言の鞭のように叱咤激励され、効率を上げ、品質を良くするようにと刺激が与えられるわけです。競争の当事者にとっては大変厳しいです。しかし、それに応えず、怠けていると倒産してしまいます。

三つ目は、そのような過程を通じて経済的進歩をもたらすということです。「競争なくして進歩なし」といいますが、競争によって、いままで知らなかった新しい製法や製品が次々に生まれてき

ます。また、質的な進歩だけでなく、量的にも経済が成長していきます。

経済成長とは何かというと、先ず企業自体が大きくなることです。戦後、パナソニックやソニーという小さかった企業が大企業になりました。競争社会の中では、だんだん成長していくことができます。相撲の世界で考えてみますと、小さいと強くなれないから、力士が大きくなってきていると思うのです。経済も、競争を通じて企業が成長していけば、全体の生産量が増えてくるということです。

競争は、「一つのパイを切り合っているに過ぎないのではないか」と、こういうことがよく言われますが、そうではなく、競争がパイを大きくする機能を持っています。これもよく出てくる例ですが、宅配便を例に挙げると、郵便小包を郵政省が独占していた段階では、小包市場はあまり成長しませんでした。そこに宅配便のような新しい競争要素が入ってくると、今までなかったようなもの、例えばゴルフバックを送るとか、あるいは産地から品物を直送するとか、そういう形で需要が大きくなってきました。小包自体が減っているわけではありません。一つのパイの取り合いではなく、パイ自体を大きくする機能を競争が持っているということです。

四つ目、これが結構大事なことなのですが、優れたものを選んで、非効率なものを排除していくメカニズムをもっています。優勝劣敗とか適者生存とかいいますが、誰が何を作ろうが、何を販売しようが自由です。しかし、やはり、安い商品、品質の良い商品が伸びてきます。このように、安い商品、品質の良い商品を選んでいくシステムです。これは、選挙に例えることができます。私たちは政治を誰に任せるかということ、投票で示します。同様に、経済の中で、誰にこの商品の生産を担当させるか、誰に販売させるかというのを消費者自身が選んでいます。それは、買い物を通じてです。消費者が商品を買うというのは、その製品、その販売している企業のものを選んだということであり、投票しているのと同じです。その



聴講者で埋まった会場

ような投票を通じて、みんなが買うもの、票が集まるものは、消費者が良いと思っているのですから選別されて残っていきます。しかし、消費者に選ばれなかったものは脱落していくということです。そうやって良質廉価な商品を提供する企業が残っていきます。

よく、強いものが競争に勝つといいますが、そうではなく、競争に勝ったものが強いのです。競争というのは、いろいろな場面で行われますので、一つの基準だけで競争しているのではないということです。ですから、競争の土俵を自分で作れば誰でも1位になれるということです。受験の競争がおかしいと言われますが、あれは一つの基準でやるからなのです。人間の能力というのはいろいろあるのに、偏差値や点数だけで選ぶとあのような歪んだ形になってしまうと思います。そういう意味では、優れたものを選んでいくシステムが、自動的にメカニズムとして機能することが競争の重要な機能だということです。

動物の世界はもっと厳しく、弱肉強食といえます。自然界では、小さいものを餌にして大きいものが生きていくのですが、市場経済は必ずしも弱肉強食ではないと思います。弱いものを犠牲にして生き残るわけではないので、適者生存というのと必ずしも一致しません。そういう選別するメカニズムを競争は持っているということです。

五つ目に、競争というのは、意思決定が分散し



資料を見ながら耳を傾ける聴講者

ているということです。少数の者に富や経済力が集まってしまうと、どうしても権力の濫用というのが起こってしまいます。皆さんが値上げをしようと思ってもできないのは、競争者がいるからだと思えます。競争者がいなければ、恣意的な行動ができるようになります。競争がなくなると、企業同士の相互作用によるチェック・アンド・バランスの体制が崩れてしまうということです。その結果、私的経済さらには政治にまで影響を及ぼし、民主主義を破壊してしまうおそれもあります。

六つ目は、自由のための条件になるということです。競争というのは選択肢を持つということです。選択肢が複数あるから競争なので、一つしかなければ競争になりません。選択の自由を持っているということは、選択を強制されるのではなく、自由に選べるということです。これは、商品を選ぶときの選択の自由もありますし、職業の選択の自由もあります。この自由は、政府からもまたほかの誰からも拘束されません。このような効果を、競争は持っているということです。

最後に、全体をまとめるような形になりますが、競争は消費者の利益を保護します。競争することによって、消費者は安くて良いものを手に入れることができます。安全性の確保についても、消費者が安全でないものを選ばなくなったら、市場から自然に消えていきます。そのためには、情報を的確に提供して消費者に選んでもらうことが必要

になります。安全性の確保なども、政府が規制するよりも、もっと効果的にできると言えるのではないかと思います。このように、全体として競争が働いています。

(2) 競争のない状態

反対に、競争のない状態になるとどうなるかという、まず選択肢がありません。自由な選択肢を持たないから、相手の言いなりになる自由のない社会になってしまいます。いい例として、最近新聞に出た東京電力の値上げがあります。この値上げも競争がないからできるのです。競争がないというのは、あのような状態です。競争があれば、値上げをいってきても安い業者から買うという選択肢がありますが、ないために、言いなりを許すことになるということです。

次に、いま独占というか、競争のない状態というのはあまりないのですが、つい最近まであったのが食塩です。あの塩というのは国が専売していました。専売というのは独占販売ということです。これは、1905年に日露戦争の戦費調達のために、国が税を取る手段として塩を入れたのが、その始まりです。塩は、生活必需品です。

当初の目的にも拘らず、塩の専売はその後も続き、自由化したのは10年前の2002年です。その間何が起きたかという、昔の塩は海中のいろいろな成分を含んでいたのですが、効率的に生産するために海水をイオン交換という方法で分解し、そこからNaClという分子式そのものの塩化ナトリウムを作って売っていました。マグネシウムなどの海中の大事な成分が全くない塩が長く日本で売られていたということです。これは、人間の体にいろいろな影響を与えています。高血圧の原因とされる塩分はNaClの量です。専売によって、他の者に生産させないわけですから、消費者が選ぶものが生産されないという状態が長く続いていました。独占には、そのような弊害もあります。多様な商品が出てこないし、選択肢も生まれません。塩が自由化されたのが2002年ですから、ほんの10年前です。今は、お店に行くと、いろいろな産地の塩があっ

て、ナトリウムの他にもいろいろな成分が表示されています。化学的に作ったしょっぱいだけの塩だけではなく、いろいろなうまみのある塩が出てきているということです。

このように、競争にはいろいろなメリットがあります。では、デメリットは何かというと、先程言った格差が考えられます。競争には勝ち負けがありますから、格差社会になるというわけです。また、労働条件が悪化するということもよく言われます。タクシーの運賃が下がって、運転手が過重労働となり、安全運転にも支障が出かねないなどがその例です。

3 競争を回避する方法

(1) 政府による競争制限

①事業者の競争を制限

競争にはメリットがありますが、競争の当事者にとってこれほど厳しいものはありません。怠けていたら、競争に負け市場から脱落して倒産しなければならなくなります。日本では、和を貴しとする社会だったものですから、競争を嫌って、長い間競争をいろいろ制限してきました。競争を制限する方法として、一つは、政府が競争しないような仕組みを作ってきました。これが政府規制です。競争というのは競争者の数が増えると激しくなるから、新規に認めたりしません。新しい企業を認めないということです。銀行はその良い例です。お金を持って、銀行を始めたい人は、たくさんいました。しかし、戦後全く新設を認めません。保険会社も、損害保険会社というのは20社でした。経済がこれだけ成長しているのに20社体制を維持し、全く新規参入を認めませんでした。これは、競争者の数を増やせば競争が激しくなる、だから認めないのだということです。そのときによく使われていたのが、需給調整条項です。いまの供給者で需要を満たすのに十分かどうかを調査して、足りなくなったら供給者を入れるということです。人間が、いま足りているかどうかを判断できるかということ、間違うに決まっています。

それを根拠にして新規に入れなかったということです。

価格についても規制していましたが、今はほとんどなくなりましたが、たばこや公衆浴場の入浴料などまだ価格統制が残っているものもあります。

それから、競争するのに垣根を設けて、垣根の外に出て行かないようにしていたというのがあります。また銀行に戻りますが、同じ銀行の中でも、長期銀行と短期銀行とを分けていました。長期銀行というのは、長銀、興銀、日債銀の三つです。これら長期銀行は、預金を集めるのではなく、ワリショーやワリコーなどの債券を発行して資金を集めた銀行です。さらに、信託と銀行を分けるという政策もありました。保険会社の場合は、生命保険と損害保険と分けて、お互いに別の会社にして、一緒にはしないというようなことです。銀行、証券、保険というように業務を分けていたわけです。

さらに、独占を認めている場合もあります。やむを得ない理由もありましたが、電力会社がそうです。確かに、配電のために、同じ町の中にA社の電線とB社の電線をそれぞれ独立して敷設するというのは無駄です。重複投資になるから1社に認めればいいのですが、配電と発電を一緒にしたのが間違いのもとといえますか、いまその議論が出ています。誰でも発電を起こせるようにしておいて、配電は1社にやらせておいてもよかったです。しかし、発電自体も長い間禁止していました。その結果、その独占企業の発電能力が事故などにより低下すると、電力が一気に足りなくなるなど、いろいろな問題が生じています。また、ガスも配管しますから、確かに町の中に複数というのは難しいかもしれません。

このような独占は、それを認める代わりに、取引の自由を認めていません。供給義務といまして、電力はそこからしか引けないから、申込があつたら必ず配線しなければならないという義務です。料金もこれらの事情を考慮して決められたわけです。

②外国からの競争を制限

外国からの競争も激しくなります。いま競争というのは国内だけでなく、外国からも入ってきます。この外国からの競争を防ぐ手段が、通商政策の問題です。いまは世界貿易機関（WTO）というのできて、そのルールに従うようになっていますが、原則「仮に国内産業を保護するのだったら関税でやりなさい」ということになっています。数量を制限すると、どうしても競争が起こらないからです。いま問題になっていますが、お米は数量制限にしています。関税なら仮にそれを超えても勝負になるのだったら、市場に入ってくるができるからです。基本は関税でやりなさいということなのです。

この原則から、外国製品により国内産業が危ないという緊急事態になったときに、初めて政府側で緊急措置をとることを認めています。その代わりに、緊急措置をとるときには、相手に代償を与えなければなりません。例えば、米が安く入ってきたからということで、日本が緊急で止めるとすれば、ほかの商品で与えなければなりません。

もう一つは、アンチダンピングです。非常に安く外国製品が入ってくる、とりわけ自分の国内だけ高くして、外国にはどんどん安く出してしまうというようなものを防ぐということです。これも通商政策の問題です。

（2）事業者による競争制限

競争が厳しいから、事業者が自分たちで競争を制限してしまうというものもあります。これが独占禁止法の規制対象です。この制限は、価格に一番現われます。「価格をもうこれ以上引き下げるのはやめよう」、あるいは公共事業などの入札のときに「みんなで、これ以上の低い価格で入れるのはやめよう」などの例がその典型です。

供給数量の制限もあります。数量を少なくすれば、それによって価格が上がるという効果を生むからです。それから、競争者の数が増えないようにするというので、新しく入ってくるのをボイコットするというものもあります。

さらに、競争する範囲を決めるというものもあり

ます。市場分割がその例ですが、この市場分割も二つあります。一つは製品の市場分割です。例えば、昔カルテルを認めたベアリングでは、全部の種類を作ると競争が激しいので、大きいものはどこ、小さいものはどこという専門化カルテルをやっていました。

もう一つが地域の市場分割です。例えば、日本とアメリカと企業の間で、お互いに侵入するのをやめようということで、日本企業はアメリカへ進出しない、その代わりにアメリカ企業も日本に入らないという取り決めをすることなどです。

また、競争手段を制限するというものもあります。広告の規制などです。

最後に、合併があります。合併すると競争者がだんだん少なくなってくるので、これも規制対象になっています。

このように、競争というのは当事者にとって厳しいものですから、政府が規制する、また事業者同士で規制するというのをやっていました。しかし、政府の規制は、いま自由化の方向にありますし、事業者による競争制限もだんだん厳しくしていく方向にあるということです。

4 独占禁止法の動向

（1）独占禁止法が目指す競争

独占禁止法ですが、「競争を促進する」というのも「公正で自由な競争」という二つの形容詞がついています。つまり、「公正な競争」、「自由な競争」を促進するということです。自由な競争というのは、だれでも自由に競争に参加できる、あるいは事業活動が自由に展開できるということです。価格をいくらにしようが、どの取引相手に売ろうが、自由だということです。公正な競争というのは、価格や品質による能率競争をいいます。

（2）禁止行為の三本柱

公正で自由な競争を促進するために、独占禁止法の三本柱ということで、「私的独占」、「不当な取引制限」および「不公正な取引方法」の三つの行

為を禁止しています。このうち、「私的独占」と「不当な取引制限」は、自由な競争を制限する行為であり、自由な競争の反対の極になるものを制限するということです。また、公正な競争というのは、フェアな競争ルールということですが、

独占禁止法に違反するかどうかの基準となるものさしは二つです。一つは、「競争を実質的に制限すること」です。これは何かというと、「市場において価格や数量が決まる」という競争の機能を実質的に失くしてしまうような行為が実質的制限ということですが、「私的独占」は、競争者を排除することによってそういう状態になるということであり、「不当な取引制限」は、お互いに拘束しあってそういう状態を作ってしまうということですが、

もう一つは、「公正な競争を阻害すること」です。「不公正な取引方法」といわれているものですが、皆さんの公正取引協議会などにも関係しています。公正な競争を阻害する行為は、やはり禁止しているということですが、

まず競争の実質的制限とは何かということについてお話しします。カルテルがその典型です。競争の機能、競争というのは、ある程度不確定要素と申しますが、それがないと、競争がうまく機能しません。例えば、値上げをしたいというときに、競争者が存在すれば簡単には値上げを実行することができません。その競争者がどう出るかわからないからです。そのようなとき、何か雑談しているうちに、なんとなく競争をするのをやめようという雰囲気になりますと、それがカルテルです。カルテルですから、必ず意思の連絡、要するに競争者同士でお互いに確認し合うことが必要になります。日本の社会の意思決定のメカニズムというのをよく見てみると、会社で何か決めるときもそうだと思うのですが、はっきりいくらにするとか、多数決で決めるとか、そういうことはないと思います。阿吽の呼吸だとか、異議なしスタイルだとか、黙認という形で決まってくるのが多いと思います。競争者同士の雑談の中で、だんだん皆が値上げをしようという雰囲気になってきて、他が上げてくれば自分も値上げするだろうという予測が

つくようになってくると、それを称して意思の連絡があったということで、カルテルになるということですが、

実質的制限となるもう一つの要件は参加者数です。カルテルの場合、過半数を占めていないと市場全体の競争機能をなくすということはないと思いますので、大体シェア合計50%以上が目安になります。参加者の合計シェアが50%以下でカルテルと認定されたものは、実際にはほとんどありません。しかし、これは日本の場合であって、例えばアメリカは厳しいのです。アメリカでは、競争者同士が話し合っていると、たとえ2社であっても、シェアが低くても違法とされます。

また、日本と外国の違いの一つに、事業者団体というのがあります。これは、日本独特のもので、競争事業者が集まっている団体の場合、実質的制限というものさしは同じですが、もう一つ別の規定があります。会員の間の事業活動を制限することです。課徴金の対象にはなりません、事件としては非常に多いです。それは、市場の競争機能よりももう少し低い段階で規制しているからです。個々の事業者の横の関係でやるときには、できる行為でも、団体がやるとだめだということになっているからです。皆さん、独占禁止法をご存知だとすると、8条という規定があります。さっきいった不当な取引制限の場合、実質的制限がものさしでしたが、団体の活動に対しては、8条3号や4号というのがあって、これはもっと低いレベルでのことでも規制しているということですが、

実質的制限の場合、要件は二つあって、一つは参加者の数、シェアが50以上です。もう一つは制限の中身です。何を制限しているか、大体価格と数量以外の制限で実質的制限になることはあまりありません。例えば、広告について制限したのが実質的制限かということ、ほとんどありません。ところが団体の場合、そういう価格、数量以外のものについてもかなり広い範囲で規制されています。ですから、団体が主体となる場合は要件がゆるいというか、広く規制の対象とされます。

ところが、事業者同士の間での相互の話し合い



矢部先生に質問する聴講者

の場合は、中身が価格、数量以外の制限だと、市場分割も少しありますが、そんなに処分の対象とされることはないということです。この辺が少し違います。

カルテルのうち、価格とか数量とか市場分割を制限して、課徴金の対象になるようなものをハードコアカルテルとっていますが、これは、ほとんど事業者間相互でやる場合です。団体がやる場合にはもう少し広い、ハードコアカルテルでないものも入ってきます。

競争には、行為の競争と状態の競争の二つがあります。処分の対象となるカルテルを認定する場合のシェアが非常に高い理由は、ものさしの一つの競争の実質的制限というものに関する昭和20年代の判決にあります。その判決は、企業結合、合併のような事案で、「競争の実質的制限とは、要するに価格を代表して、価格が、支配力とかで自由に決められない」と判断しました。おまけに、それはカルテルも同じだ、不当な取引制限も同じだと判断し、さらにそれが長い間ずっと続いたものですから、価格支配力を持たないようなものは入らないということになったのです。

(3) 競争行為と競争状態

競争の話になると、競争とは何かを考えることも大事だと思います。よくライバルといいますが、そのライバルの語源は何かといえますと、川、リ

バーからきています。ライバルとは、同じ川の両側に住んで、同じ水を使っている関係にある者ということです。これを、川ではなく、商店街に例えて考えたらいいと思います。商店街の両側にいろいろな飲食店などがあります。そうすると川を流れてくるお客が、片方の店に入るともう片方の店に入らなくなります。これがライバル同士です。

それで、競争というのは、行為というよりも、実はそういう競争者が存在することによって恣意的な活動ができない状態という考えを、独禁法の中ではとっています。コマースで盛んに競争していると、いかにも競争が多いというように見えるけれども、実際はお互いそんな競争をしていないということにもなるわけです。

ですから、先程言った競争のメリットが活かされるものというのは、状態概念というか、同じような力を持った競争者が複数存在することによって、自分が勝手に動けないようになっているような状態が競争だと、このように理解していただければと思います。

(4) 価格競争と非価格競争

よく、価格競争とか非価格競争と言います。価格競争とは、利益を減らして顧客を誘引しようという行為です。利益を減らして元と同じような状態にするためには、コストを下げるとか、品質を改良するとかという努力をしなければなりません。一方、非価格競争とは、コストをプラスすることによって顧客を誘引する方法です。この競争の場合、企業努力が逆になり、広告宣伝や景品などの、何か目新しいものを見つける方向に向けられます。価格競争と非価格競争の違いは、そこにあります。

競争の機能が活かされるのは、やはり価格競争の方です。競争に勝つために、コストを下げる、効率化を進めるなどの努力が必要になってくるからです。

(5) 課徴金減免（リーニエンシー）制度

最近、独占禁止法の違反に対して、巨額な制裁金が課せられるようになり、大変厳しくなってい

ます。

カルテルというのは、密室で行われるし、証拠も残さないのが、事実を立証するのが難しいものです。そこで、各国でとるようになったのが、リーニエンシー制度です。カルテルをしていたときに、調査の開始前にやっていたということを自主的に報告すると、その会社に対しては刑事告発をしないとか、課徴金を課さないという制度です。ヨーロッパやアメリカでは、以前から実施していて、日本は平成18年1月からこの制度を取り入れました。そのときには、日本では「何か仲間を裏切る」、「抜け駆け」、「出し抜く」などという制度を入れても機能しないのではないかという考えが一般的でした。しかし、始めてみると、公正取引委員会自体も驚くくらい次から次と申告する会社が出てきました。平均すると年間80件くらいですが、年々増えており、平成23年度は130件くらいになっています。

この制度では、自主申告するだけでなく、資料の提出など調査への協力もしなければなりません。ある製品について、「この会合でこういうことをしました」、「参加者はこうでした」と、事情を全て明らかにしなければなりませんから、公取としても調査が大変楽になりました。

自主申告を勧めるために必要なのが、課徴金の額を増やすことです。自主申告すると課徴金をこれだけまけてもらえるというインセンティブは、本来適用される額が高いほど大きくなるからです。また、見つかる可能性を高めることも必要です。そこで、リーニエンシー制度を導入するとき、課徴金算定率を上げました。さらに、公正取引委員会の調査権限を強め、人数も増やしました。このような形で、三位一体の改正になっています。

この制度の恩恵を受ける会社は、最初は3番目まででしたが、今は5番目までになりました。また、この申告は、個人の報告ではだめです。会社の意思として代表者の名前で報告しなければなりません。

この報告には、いくつかの要件があります。まず、単独でしなければなりません。次に、申告したと

いうことを外に漏らしてはいけません。申告をもとに公取は調査を開始するわけですから、公取の立ち入り検査前にそのことが漏れるようことがあってはならないからです。もちろん、嘘の報告もだめです。また、「自分はやってないけど、皆やっていた」のような報告もだめです。さらに、もう一つ要件があります。「他の事業者に対して強要した」、「カルテルに無理に引っ張り込んだ」、「他の事業者がカルテルから抜け出すのを妨害した」というような会社には、申告をしてもこの制度の恩恵を受けることはできません。

次に、申告による恩恵の内容は、申告の順番によってその大きさが異なります。調査開始前の1番目は、課徴金が全額免除です。さらに、刑事告発もしないことになっています。2番目は半額にし、3番目から5番目には30%減額します。また、調査開始後であっても、5番目まで埋まっていなければ可能であり、30%減額になります。

最近、まだ余裕枠があるのに申告しなかった会社があり、「なぜ申告しなかった」と経営者が何十億円もの株主代表訴訟を起こされているケースも出てきています。

(6) 巨額化する制裁金

課徴金の算定率は、原則として小売業3%、卸業2%、その他の業種10%なのですが、最近少し改正されました。まず、カルテルにおいて主導的な役割をしていた会社については5割増しにしたことです。また10年以内に2度目の違反をした会社についても5割増しにしたことです。そこで、2度目の違反で主導的な役割を果たしていた会社は、5割が両方つくので算定率は倍の20%になります。

しかも、課徴金は、罰金も同じですが、税法上で損金参入が認められません。そのため、40%近い法人税を払ったうえで、さらに課徴金を払わなければならないので、実質的な損失はもっと大きくなります。

それだけではすみません。最近では、契約の相手方などから、不当利得返還請求などの民事訴訟

も多く起こされるようになっていきます。行政・刑事・民事の三面から大きなマイナスが生じるようになったということです。

また、日本にリーニエンシー制度が入ってまだ5年くらいですが、その間に巨額な課徴金事件がどんどん出てきています。一つの事件として一番大きいのは、地方自治体のゴミ処理施設工事の談合事件で、5社で総額270億円です。1社で最も多く払ったのが96億7000万円であり、しかもこれは30%減額されたうえでこの金額です。違反した場合の負担は大変厳しいということです。

これでも結構厳しいと思われるかもしれませんが、まだまだEUやアメリカに比べると低いといわれています。アメリカの場合、罰金を科していますが、今までの最高は5億ドルです。最近、日本の企業で、4億7000万ドルの罰金を払ったケースがありましたが、これは2番目の高額です。

アメリカでは、会社が罰金を払うだけではなく、実行行為者個人も実刑判決を受けます。長い人は2年くらい監獄に入るそうです。

日本も、行為者個人に対する懲役刑を定めていますが、最長3年が5年になりました。3年の刑まで執行猶予をつけることができるので、今までは実刑判決はありませんでしたが、3年を超える刑のときは執行猶予がつかない判決が出る可能性が出てきたということです。

5 公正な競争とは

(1) フェアプレイのルール

公正な競争、本日話したかったのはこれです。競争というのは、ルール、それもフェアプレイのルールに従って行わなければなりません。先程のアダム・スミスもそうですが、外国では、「何がフェアか」ということが、長い間の慣習を通じてできています。その土壌の上に自由な競争を導入しています。ところが、日本では、競争者同士の間でのフェアなルールというものがありませんでした。そこに自由な競争が入ってきたのですから、「競争が格差社会を生む」などのマイナスイメージを生

んでいるのではないかと考えています。

独占禁止法の中にも、カルテルや私的独占という自由な競争を制限する行為と同時に、公正な競争というルールがあります。これが十分に行われないと、自由な競争もいい結果が出ないということです。

では、公正な競争とは何かということなのですが、「競争の必要性」で述べたような競争の機能が発揮されるようなものでないと、公正な競争とはいえないということです。

競争に勝つためには、大きく分けて二つの方法があります。一つは、自分が努力して技術を高め、無駄なコストを削減して優位に立つ、要するに自分自身の競争力を強めて勝つという方法です。もう一つは、競争者の足を引っ張ったり、妨害したりして自分が優位に立つという方法です。このうち、どの方法が公正な競争かといえますと、切磋琢磨して自分自身の競争力を強めるという方法です。これは、フェアです。

反対に、競争者の足を引っ張るなどの他人の状態を悪くして勝つという方法は、アンフェアです。新しく競争者が入ってこようとしたときに邪魔をして入れさせないようにする、取引を妨害する、だます・うそをつくなど、これらは全てアンフェアです。

スポーツを見てみると、よく分かります。スポーツの世界は、自分で自分を鍛えて強くならなければ勝つことができません。まさにフェアです。しかし、勝つために引っ張り合いや妨害、あるいはドーピングを使用するようなアンフェアなことをすれば、ルール違反となり、ペナルティを受けます。

建設的な競争とは、先程述べたライバルもそうなのですが、良いライバルを持ち、お互いにいい意味の競争、フェアな競争をすると、お互いが成長します。こういう競争こそ望ましい。アンフェアな方法によって競争に勝つということは、許されないことです。

(2) イコールフットイングの考え方

公正な競争というとき、スポーツの世界では判

断基準がはっきりしています。しかし、このことでも日本では認識がやや不足していたのではないかという面がいくつかあります。それは、対等な条件のもとでの競争、「イコールフットイング」といいますが、競争というのは、対等な条件で戦うのでなければ、フェアではないという認識です。日本にはこの意識がなかったといいますか、相撲にしろ、柔道にしろ、ランクを分けるということはありませんでした。ところが、外国から入ったレスリングやボクシングは、重量によって分けられています。その辺に公正な競争という概念が一つあるのです。柔道も、国際化するとランク別に分かれてしまいました。このように、対等な条件を作るということが公正な競争の基本になっているということです。対等な条件のもとでの競争という考え方が若干不足していたようなところがあり、これから必要になってくるのはそこではないか、と思っています。

(3) 優越的地位の濫用

その一つの例として、優越的地位の濫用というのがあります。独占禁止法の中に、優越的地位を濫用してはいけないという規定があり、特に大規模小売業者が多いのですが、買い手の力が非常に強い場合に、取引の相手方から従業員をただで派遣させるとか、協賛金を出させるとかという行為を禁止しています。これは、これまでやめなさいと言うことだけで終わっていました。罰則もありませんでした。しかし、今度課徴金の対象になりました。しかも、一回目の違反から課徴金が課されます。

この優越的地位の濫用が、公正な競争を阻害することとどういう関係にあるかということですが、相手方に不利益を与えるということは、自分が競争上の有利な利益を不当に得るということであり、そのことによって強い競争力を持つことになるからです。スーパーを例に考えると、効率的な経営や画期的なビジネスモデルの開発によって競争に勝つのではなく、従業員をただで派遣させることによって不当に経費を削減する、協賛金等の合理

的理由のないお金を出させるなどの方法で競争力を強くしようとするのは、フェアではないということです。

一方で、ただで従業員を派遣させられた側は、不利益をこうむりますから、自己の競争者との関係で考えると、競争上不利な状態におかれてしまいます。

このように、優越的地位の濫用は、スポーツ界のドーピングのようなもので競争力を強くしているので、やはりアンフェアであり、課徴金を取るということです。

競争力の考え方ですが、もう一つあります。最低賃金法という法律があり、この法律に基づいて各県ごとに最低賃金を決めています。この法律の目的に「事業者間の公正な競争を確保する」というのがあります。これは、競争上強くなるために賃金を安くすることは、フェアではないので、それを防止するということです。優越的地位の濫用によく似た考え方です。要するに、競争上強くなるために、人に損害を与える、賃金をどんどんカットするということは、公正な競争ではないという考え方です。

それからもう一つ、ヤマト運輸が、ゆうパックを不当廉売で訴えた事件がありました。結局は裁判で勝てなかったのですが、ゆうパックがあんなに安い料金でできるのは、郵政省が非常に競争条件に恵まれているからだと言っていました。例えば、税金が免除されている、政府の支援がある、道路での駐車についても特別に恵まれているなどです。同じ条件で競争できないのはアンフェアだという主張です。

(4) 競争の国際化

経済が国際化すると、国際企業間でも競争条件を同じにしないとアンフェアだという主張が出てきます。たまたま電力が出てきたのですが、日本の電力料金というのは企業には安くて、一般消費者には高くしている。そうすると、日本の企業は、一般消費者を犠牲にして有利な競争条件を得ることになると、問題視されたことがありました。

その他にも、軽油を安くしている特別措置などに見られる政府の補助や特別措置、また欧米に比べて長い労働時間を解消しない政府の姿勢などにより、日本の企業は、企業努力でないもので競争上強くなっている、アンフェアだとの議論が出きました。

実は、EUの中では、すでにこういう考え方で独占禁止法が運用されています。EUというのは、各国の統合といいますか、市場を広げて一つの中で競争させようというものです。加盟国の中には、政府がいろいろ企業に対して補助しています。EUの競争当局は、その国の補助がフェアかどうかという観点から審査の対象にしています。例えば、政府が不当な補助をしていないか、金融について面倒をみていないかなどのイコールフットィングの考え方からです。競争条件を対等にして、はじめて競争のメリットが活かされるのだという考えが、法律の運用で徹底されているのだと思います。

(5) 市場参加者による監視

自由競争をするのであれば、対等な競争条件やフェアなルールを守ることがその前提となります。市場経済というのは、放っておいても公正な市場が自然に構築されるとは限りません。どうしても、その市場参加者によるそれを構築するための自主努力が必要です。

まず、政府は、全体に目が通らないから、どれがルールに反しているかどうかわかりません。市場に参加している事業者同士が相互に監視して、ルール違反があったらアピールしてやめさせるという、そのような自主ルールがどうしても必要なことだと思います。

次に、政府自体も、規制態度が歪められることがあります。特定の色がついて調査するとか、あるいは申告があればそれをやるということです。そうであれば、フェアなルールの監視は、政府に任せ放しより、むしろ市場参加者による自主的な努力が必要であり、結局はそれが市場原理を維持するということになると思っています。

6 フェアトレード

私たちは、インポートフェアや食品フェアなど、よく「フェア」という言葉を使います。この「フェア」とは何か。先程、分業があるとそこに交換の場が必要になってくるといいましたが、その交換の場のことをフェアといったのです。日本でも二十日市や八日市という「市」が行われていましたが、その「市」です。

物々交換の時代にお祭りなどと併せて開かれたのですが、普段は戦っている者同士がお互いに物を交換するので、いくつかの決まりがありました。「価格は交渉によって決まる」、「いったん売ったり買ったりしたら、それを守らなければならない」、「誰でも自由に参加できる」、「武器を持ち込まない」、「強制しない・強制されない」、「脅かして取引しない」、「自発的な意志で交換をする」、「うそをつかない」、「だまさない」等のルールが形成されて、ずっと長続きしていました。

そこで、フェアにおけるルールを守る取引を、「フェアトレード」と呼ぶようになりました。

このフェアトレードという言葉も、時代とともにその意味が変わったことがあります。アメリカで、1929年の大恐慌の後に「再販売価格維持」のことをフェアトレードと言った時代があります。皆が同じ値段で売るようにすることがフェアトレード、安く売るのがアンフェアだという考えです。そこで、当時のアメリカでは、メーカーが販売業者に対して価格を指示して、それを守らせるといって再販売契約を締結し、強制していましたが、違憲だということで廃止されてしまいました。

日本の場合、ご承知のように再販売価格維持は、独占禁止法で不公正な取引方法とされています。販売業者の価格決定の自由を拘束することはフェアトレードではないという逆の意味になっています。

現在、フェアトレードは、また違う意味で使われてきています。競争の範囲の拡大や国際化に伴い、世界全体で「先進国の消費者」対「開発途上国の生産者」という新たな貧富の格差が浮き彫り

になってきたことによるものです。

多くの開発途上国の経済は、コーヒー豆、カカオ、バナナなどの一次製品の生産で成り立っています。このような一次製品は先進国に有利な条件で安く買われてしまっているため、開発途上国はなかなか貧しさを抜け出すことができません。これまでの先進国の開発途上国に対する援助は、お金を出すことだけでした。それでも、一向に発展しません。

そこで、現在、開発途上国側は、「何もお金をくれといっているのではない。対等な条件で取引してくれ」、「自分たちが生産する製品について、それに見合った金を先進国は払ってくれ」と主張しています。これを「フェアトレード運動」と言っていますが、これが一番新しいフェアトレードの考えとなっています。

この考え方は、一次製品の取引条件に限りません。分業の進展に伴い、私たちは、コストの安い国での生産を拡大しています。その結果、私たちは商品を安く買えるので、その国を生産拠点として見るときはそれで良いとも言えます。しかし、その国を市場として見るときは、その国民の所得がなければ日本の商品を買ってくれません。重要なのは、生産拠点であると同時に、それに見合うだけのお金を払うことだと思います。そのことにより、その国の経済を発展させ、医療や教育を向上させることもできます。さらに、私たちにとっても、市場を拡大できるだけでなく、商品の安全性を確保でき、環境も大事にすることができます。開発途上国を発展させることにより、国際社会における格差是正を図ることができるのではないかと思います。

そうすると、消費者も考え方を考える必要があります。何でも安ければ良いという時代ではありません。生産者の労働に見合った適正な価格で買うようにしないと、生産者の労働条件が非常に劣悪となり、発展する可能性もなくなります。日本でも、フェアトレード運動が始まり、適正な価格で買うようにしようと消費者に呼びかけています。

ここで、またアダム・スミスに戻りますが、『道徳感情論』にあるように、私たちはやはり相互依



会場となった大手町サンケイプラザ

存の関係にあるわけです。相互依存の関係では、ほかの者のこともある程度考えて、それを自分の行動の基準にすることがあります。この観点からも、フェアトレード運動というのは、新しい形の運動ではないかと思っています。

おわりに

今日の話のまとめになりますが、外国の場合、競争との付き合いが長く、競争者同士のフェアなルールが確立された後に自由競争が入ってきた、という歴史があります。ところが、日本は、公正な競争のルールというのが徹底していない中に、自由競争だけが入ってしまいました。

競争は、自由になればなるほど益々公正にならなければならないと言われることがありますが、そうではなく、公正な競争があって、その上にはじめて自由な競争をするということです。その公正の中には、倫理的な要素もあります。

日本の場合、倫理的要素が置き去りにされ、自由競争だけが一人歩きしてしまったために、なかなか競争がうまく機能しないというか、競争に対する反感が強いのではないかと思います。

「公正な競争」、「イコールフットイング」、「フェアトレード」など、競争の基礎となるものをご理解いただければと思っています。私自身、あらためて「競争とは奥が深いな!」と実感しています。