



競争評価ツールキット

ガイダンス



競争チェックリスト

規制が以下の4つの効果のいずれかを有している場合、追加の競争評価を行うべきである。

(A) 供給者の数又は範囲の制限

以下の場合、供給者の数又は範囲の制限に当たる可能性が高い。

1. ある供給者に商品又はサービスを供給する排他的権利を付与する。
2. 事業活動の要件として、免許、許可又は認可を設ける。
3. 一部の種類の供給者の商品又はサービスの供給能力を制限する。
4. 供給者の参入又は撤退費用を著しく引き上げる。
5. 企業の商品、サービス、労働供給能力又は資本投資能力に対して、地理的な障壁を設ける。

(B) 供給者の競争能力に対する制限

以下の場合、供給者の競争能力に対する制限に当たる可能性が高い。

1. 売り手の商品又はサービスの価格設定能力を制限する。
2. 供給者の商品又はサービスに係る広告又は営業活動の自由を制限する。
3. 一部の供給者が他の供給者に比べて有利になるような製品品質基準を設定したり、十分な情報を有している顧客の多くが選択するであろう水準よりも高い製品品質基準を設定する。
4. (特に既存の事業者を新規参入事業者と異なる扱いをすることにより、)一部の供給者の生産費用を他の供給者の生産費用と比べて著しく引き上げる。

(C) 供給者の競争に対するインセンティブの減少

以下の場合、供給者の競争に対するインセンティブの減少に当たる可能性がある。

1. 自主規制又は共同規制を導入する。
2. 供給者の生産量、価格、販売量又は費用に関する情報の公開を義務付ける又は促す。
3. 特定の産業又は供給者の集団の事業活動を競争法の適用から除外する。

(D) 顧客が利用できる選択肢や情報の制限

以下の場合、顧客が利用できる選択肢や情報の制限に当たる可能性がある。

1. 消費者が購入先を決定する能力を制限する。
2. 明示の又は黙示の切替費用を引き上げることにより、商品又はサービスの供給者間における顧客の移動を減じる。
3. 購入者が効果的に購入するために必要とする情報を根本的に変更する。



競争評価ツールキット

第2巻：ガイダンス

第2.0版

経済協力開発機構

OECD は、34 の民主主義国の政府が協力して、グローバル化に伴う経済、社会及び環境の課題を取り扱う、独特の議論の場である。また、企業統治、情報経済及び高齢化社会の課題など、新しい展開や懸念を理解する取組や新しい展開や懸念に対応する政府を支援するための取組の最前線にも位置している。OECD は、各加盟国政府の採用してきた政策の実施状況を比較し、共通して有する問題の解決策を探求し、優れた実践を共有することで、国内及び国際政策を協調させることができる環境を提供している。

OECD 加盟国は、オーストラリア、オーストリア、ベルギー、カナダ、チリ、チェコ共和国、エストニア共和国、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシア、ハンガリー、アイスランド、アイルランド、イスラエル、イタリア、日本、韓国、ルクセンブルグ、メキシコ、オランダ、ニュージーランド、ノルウェー、ポーランド、ポルトガル、スロバキア共和国、スロベニア、スペイン、スウェーデン、スイス、トルコ、英国、米国である。欧州委員会も OECD の活動に参加している。

OECD の出版部門は、加盟国が合意した条約、指針、及び基準に加えて、経済問題、社会問題、及び環境問題に関して情報を集め、OECD の調査した統計結果を、広く普及させている。

本文書は、OECD の事務総長の責任の下で発行されている。本文書で表明されている意見及び採用されている議論は、OECD 加盟国の公式見解を必ずしも反映しているものではない。

© OECD 2013

利用者は、私的使用を目的として、OECD のコンテンツをコピー、ダウンロード又は印刷することができ、情報源及び著作権者としての OECD が適切に承認する場合、文書、プレゼンテーション、ブログ、ウェブサイト及び教材に、OECD の出版物、データベース及びマルチメディア製品からの抜粋を掲載することができる。公共利用、商業利用及び翻訳権に関する要望は、rights@oecd.org に提出するものとする。公共利用又は商業利用のために、本資料の一部を写真複写することについて許可を求める場合、著作権許諾センター(CCC、info@copyright.com)又はフランス著作権利用センター(CFC、contact@cfcopies.com)まで直接連絡するものとする。

序文

市場の競争を活性化させることは、国の経済活動を活発にし、国民に対し新規事業への参入の機会を与え、経済全体での商品及びサービスに係る費用を削減することを可能とする。しかし、現実には、政策目的を達成するために真に必要とされる以上の過剰な規制が数多く存在し、多くの法律等による規制が市場の競争を制限している。OECDの「競争評価ツールキット」を用いることで各国政府は不要な規制を削減することができる。この「競争評価ツールキット」は、不要な規制を洗い出し、より競争を制限しない方法で政府の目的を達成する政策を策定する方法を提供することで、過剰な規制の削減に貢献することを目的としている。競争評価ツールキットの大きな柱である競争チェックリストは、簡単な質問を通じて過剰に競争を制限するおそれのある規制を選別することができ、競争評価の実施を特に必要とする分野を洗い出すことを可能とするものである。チェックリストを用いて規制の洗い出しを行うことで、限られた政府資源を有効に活用し、効率的に競争評価を行うことができる。

競争評価ツールキットを政府が用いる方法としては、以下の3つが考えられる。

- ① 経済全体や特定の部門における、現行の法律等の評価
- ② 規制の事前評価等による、新しい法律案等の評価
- ③ 政策の作成や検討に従事している行政機関（法案作成省庁又は競争当局等）が行う、規制が競争に与える影響の評価

競争制限的な規制が策定される可能性は、中央省庁に限ったものではなく、地方自治体等の様々な行政機関がその策定主体として想定される。そのため、競争評価は、中央省庁のみならず、すべての行政機関にとって有益なものであり、競争評価ツールキットは、それが可能となるように設計されている。実際、競争を促進するための規制改革で最も成功した例は連邦制において生まれており、1990年代半ばに、オーストラリアが国家及び州レベルで広範囲にわたる規制改革を実行したことがその成功例である。その後、オーストラリアの経済活動は活性化し、高く着実な経済成長により、かつては中程度の経済力であったオーストラリア経済が、現在ではOECD加盟国の中でもトップクラスに入るまでとなった。

競争評価ツールキットは、経済又は競争政策についてのトレーニングを受けていない職員が使用することを想定している。潜在的な利用者としては、各省庁、議会、政府高官のオフィス、州政府及び政策評価を行う第三者機関が想定されている。広い範囲での利用を促進するため、競争評価ツールキットは多くの言語に翻訳されている。

本書は、競争評価を行う際に考慮すべき主要な問題について詳細な技術的指導を与えるものであり、また、競争評価の具体例もいくつか示している。本書は、「競争評価に関する原則」によって補足されており、これは、競争チェックリストの概説を行い、市場における競争から得られる利益の例を挙げ、政府が自らの政策における競争への影響を評価する方法を示している。競争評価ツールキットは、この2つの文書から構成されている。また、これらに関連する資料は、以下の OECD のウェブサイトで見ることができる。

URL www.oecd.org/competition/toolkit

謝辞

競争評価ツールキットは、加盟国・非加盟国から OECD に派遣された代表団の意見に基づき、競争委員会の第2作業部会が作成した。

OECD 事務局において、競争課の Sean F. Ennis の指揮の下、Rex Deighton-Smith、Sean F. Ennis、Vivek Ghosal 及び Marta Troya-Martinez が草案を作成した。競争評価プロジェクトは、競争課の Frank Maier-Rigaud が指揮している。

Sophie Blondieau、Jenny Calder、Wendy Houet、Laurence Langanay 及び Edward Smiley が、本書の作成に貢献した。

目次

1.	はじめに.....	7
2.	競争評価.....	10
3.	市場競争を評価するための概念と枠組.....	13
3.1	競争問題を評価する際の主な概念.....	15
3.1.1	市場支配力	15
3.1.2	参入障壁	17
3.1.3	新しい企業の参入.....	20
3.1.4	企業の退出	21
3.1.5	技術革新と効率性.....	22
3.1.6	競合他社の費用を引き上げる.....	23
3.2	まとめ、規制の競争評価との関係.....	24
4.	規制介入.....	25
4.1	事業者の数又は範囲を制限する規制.....	28
4.1.1	参入に関する規制.....	29
4.1.2	独占権の付与と延長.....	35
4.1.3	地方自治体内（又は国内）における財、サービス、 資本の流通規制.....	39
4.2	供給者の競争能力を制限する規制.....	42
4.2.1	広告又は営業活動に関する規制.....	42
4.2.2	含有量（内容物）と基準設定に関する規制.....	49
4.2.3	祖父条項	52
4.2.4	価格に影響を及ぼす規制.....	57
4.3	供給者の競争意欲を減退させる規制.....	62
4.3.1	自主規制の推進.....	63
4.3.2	連携、情報交換.....	68
4.3.3	国内競争法からの適用除外を部分的又は全面的に認める規制... ..	72
4.4	消費者の選択と意思決定.....	75
4.4.1	選択能力	76
4.4.2	切替費用	79
4.4.3	適切で役に立つ情報の提供.....	83
4.5	まとめ	84
5.	規制の競争評価に関する一般的枠組.....	85
5.1	既存企業に対する影響を検討する.....	86
5.2	新規企業の参入に対する影響を検討する.....	88
5.3	価格や生産に対する影響を評価する.....	88

5.4	財・サービスの質や多様性に対する影響を検討する	89
5.5	技術革新に対する影響を検討する	90
5.6	市場の成長に対する影響を検討する	91
5.7	関連市場に対する影響を検討する	91
5.8	規制の影響の要約	92
5.9	自由市場に対する制約の度合いが低い代替的規制	93
6.	評価の各段階	94
6.1	初期評価	95
6.2	詳細評価	96
6.3	代替案	98
7.	結語	98

ボックス

ボックス 1	参入	32
ボックス 2	独占権の付与と延長	37
ボックス 3	財、サービス、資本の流通	40
ボックス 4	広告と営業活動	46
ボックス 5	祖父条項	53
ボックス 6	情報に関する問題点	59
ボックス 7	自主規則	66
ボックス 8	連携と情報交換	70
ボックス 9	競争法からの適用除外	73
ボックス 10	切替費用	82

付録

付録 A	市場の定義と構造の分析	106
------	-------------	-----

競争評価ガイドンス*

1. はじめに

企業行動の規制を目的として政府が市場に介入するケースが多々ある。この種の介入に関しては、正当な経済的理由が存在する場合があります、具体的には、外部性の存在に起因する市場の失敗の防止、一般的な公共資源・公共財の監督、市場支配力の制限、不十分な情報や情報の非対称性から生じる非効率性の軽減が挙げられる。経済的規制に加え、安全衛生や環境基準の分野における有益な政策目標を達成するため、政府によって企業行動が規制されている。経済的目的や社会的目的、また、これらを達成する政策が多様性に富んでいることは、下記の例に示されている。

- 自然独占に起因する市場支配力の行使を防止するため、従来から価格規制や収益率規制が政府により用いられている。
- 汚染によって引き起こされる外部不経済の調整を行うため、政府によって課税、数量規制に加え、汚染排出枠取引を認めるなど、革新的制度が実施されている。
- 消費者の安全性を確保するため、薬物や医療機器の品質基準が政府により定められている。
- 人命に深刻な被害を及ぼす可能性がある労働災害を最小限に抑制するため、政府が介入して安全に関する指針や基準が定められている。
- 自動車に乗っている人の安全性を改善するため、自動車へのシートベルトやエアバッグの設置が政府により義務付けられている。

このような多様な例は、政策選択を通じて政府が対処できる社会的・経済的目標のほんの一部にすぎない。政府の施策は、望ましい公共政策上の目標を推進する上で極めて重要である。

政策当局が直面している困難な課題とは、これら個々の目標を達成する上で、

* 執筆したのは、ジョージア工科大学経済学部の Vivek Ghosal である。本書の作成作業や内容については、Sean Ennis から助言を受けるとともに多大な貢献を賜った。

最も適した形で官民の活動形態を明確化することである。近年、規制を質的に向上させるとともに、国内経済における指揮統制型規制の適用範囲を最小限にすることを企図した改革に着手した国も多い。規制の内容が不適切な場合、競争への障壁が生まれることになり、競争への障壁によって、これらの便益の実現が妨げられる公算が大きい。OECD の規制改革に関する 1997 年の報告書では、以下のように述べられている。

「今日の経済活動の大半は、競争が効率的に機能する市場において行われているにもかかわらず、競争を抑制し価格を歪曲する経済的規制が広く見られる。この種の規制は、業種全般で競争を認めない法令上の独占から、これよりは目に見えにくいものの営業許可や店舗営業時間の制限など起業や企業運営に関する一連の規制に至るまで、中央政府、地方自治体のレベルで幅広い形態をとっている。しかし、経済的規制については、公共の利益を達成する手段としては極めてコストがかかり非効率であることが判明しているケースも多い。公共の利益に資する上でこの種の規制が必要である旨の明確な証拠がない場合、政府としては、競争を阻害する経済的規制の洗い出しと撤廃に優先的に取り組む必要がある。」

規制改革が急務とされる別の要因としては、財やサービス、資本の流通に対する世界経済の開放が進展しているという事情もある。学者や政策担当者の多くが指摘しているように、世界市場で成功を収めるには、革新的で競争が確保された国内市場が必要である。従来型の指揮統制型の規制によって国内各地域の財やサービス、投資、技術の流れが阻害されており、競争や技術革新の恩恵を消費者が享受できていない。規制を最小限に抑えると、急速に変化している世界市場に国内経済を適合させやすくなるとともに、斜陽産業から高成長の革新的活動へと資源を転用しやすくなると考えられる。急速な技術革新や国際的な流動性が顕著な産業の場合、競争への障壁を撤廃できなければ、個々の企業にとって不利に作用するのみならず経済全体にとっても不利になる可能性がある。この点に鑑み、近年では、規制の負荷軽減と規制の質や実効性の向上を目的とした意欲的な施策に着手する国の数が増えている。

規制改革や規制の質的改善を行うと、財・サービスの質的改善と選択肢の拡大に伴って、生産性を向上でき価格も引き下げられる。OECD による調査など各種の調査によって、個別産業における規制改革がプラス効果をもたらすことが示されている。OECD (1997)によれば、米国の複数業種で行われた改革によって消費者と生産者にもたらされた経済効果は、年間で 420 億ドル～540 億ドルと試算されている。国別の規制を欧州規模の規制に置き換えたことで、欧州全体の GDP が 1987 年から 1993 年にかけて最大で 1.5%押し上げられたと見込

まれている。規制緩和による効率性の上昇により、日本では消費者の所得が年間約 0.3% (360 億ドル) 上昇したと試算されている。また、OECD の報告書によれば、米国における規制評価 15 件の精査を行ったところ、実施に伴い 1,000 万ドルの費用がかかったものの規制の見直しにつながり、プラス効果は正味で約 100 億ドル、便益と費用との比率は 1000 対 1 と試算されている。カナダのビジネスインパクトテストは、中小企業に対する規制の影響評価の面で特に効果的と考えられている。さらに、最近の他の試算では、競争志向の改革の導入は、平均的な世帯に対して年間約 4,000 ユーロの効果をもたらすとオーストラリア政府により考えられている。

各種の正当な社会的・経済的利益の達成を目的として政府により規制が法制化されているが、競争の拡大により国内経済や消費者に便益が及ぶ可能性がある点を念頭に置くことが肝要である。大半の状況において市場の競争から大きな経済厚生がもたらされると考えられるため、競争に対する規制の影響評価は大きなプラス効果をもたらすと結論付けることが可能である。以前、OECD (1997)では下記のように述べられている。

「経済政策と社会政策は相互に支えあうべきである。参入や価格、生産量、生産方法に関する制限などの競争の規制は、公共の利益を推進する手段としては極めてコストがかかるものであり、効果的でないケースが多々ある。(中略) 競争市場にて有効に機能する市場中立的な市場刺激策・アプローチなど、これよりも低コストのアプローチが存在することも考えられる。どのようなアプローチがとられても、その実効性を評価する必要がある。費用便益分析や科学的基準、リスク評価方法に基づくとともに、実効的な運用によって裏打ちされた形で、生産者全員を対象とした合理的基準を設けることは、規制の健全性を確保する上で極めて重要である」¹

そこから見えてくる全体像は、規制が市場競争に及ぼす影響を評価すると、市場の機能について理解が深められるとともに、意思決定に関する諸要因の透明性が向上し、規制のプラス面とマイナス面の評価に際して政策当局が適切な選択を行う上で役立つ重要なツールにもなるということである。この点を念頭に置いた上で、本書では、競争に対する各種規制の影響を評価する方法につい

¹ これ以前に、民間航空委員会と州際通商委員会による全米規模の交通規制により価格競争が減殺され、参入が抑制されるとともに輸送費の上昇により経済成長の低下につながった旨が Engman (1974)により論じられている。MacAvoy (1992, p.1)によれば、「特定消費者層の保護という目標が規制によって達成されていない可能性があるだけでなく、規制は経済成長率低下の主因になりかねないという印象もある」という。

て、政策当局向けの一般的枠組を示すことが企図されている。本書では、競争関連法の運用の枠組や概念を用いて、規制の競争への影響の評価が行われている。そのため、本書の内容は下記の通りとなっている。

1. 競争法の執行に際して競争当局により用いられている主な概念が示されている。この種の概念は、市場支配力、市場構造、参入障壁、企業の参入・退出、効率性や技術革新、既存企業の動向などに関連した内容になっている。その主な目的は、各種規制に起因する競争への悪影響の評価で用いられる主な概念について、競争評価を実際に行う担当者に理解してもらうことにある。この議論は、第3節に掲載されている。
2. 競争に影響を及ぼす各種規制の概要が示されている。具体的には、参入、広告、祖父条項、製品の内容や品質、財やサービスの流通、独占権などに関する規制が挙げられる。各種規制について、その根拠が簡潔に論じられており、発生し得る競争上の問題点が明らかにされるとともに、各国から寄せられた例の一部が示されている。その詳細は、第4節に掲載されている。
3. 各種規制が競争に及ぼす影響を評価する際に規制当局で指針となる一般的枠組が概説されるとともに、その方法論も段階を追って概説されている。競争への影響の評価は、2段階で実施されるものであり、「初期評価」段階で単純な査定が行われ、初期評価の際に競争との関係で深刻な問題が生じた場合には、更に細かく「全面評価」が行われる。その詳細については、第5節と第6節で概説されている。

次の節では、規制改革における OECD の取組と、規制の質的改善における競争評価の役割を論じることとする。

2. 競争評価

長年にわたる OECD の取組は、規制改革のプロセスの厳格性、構造、透明性を強化するとともに、規制の費用・便益、規制が所得分配に及ぼす影響、所期の目的を達成するための代替策、小規模企業への過度の影響について評価を行う際にも用いられている。各国政府により法制化された規制には、多様で重要な社会的経済的目的があるため、規制の改革や評価を行う際には、社会的経済的な便益・費用をバランスが取れた形で漏れなく評価して、公正で客観的な判断を行わなければならないことは言うまでもない。最近における重要な取組は、

規制の競争評価に関するものであり、その具体的な目的は、各国政府が設けた規制や職能団体が設けた各種規制によって競争に生じ得るマイナス効果について検討することにある。

OECD加盟国政府の大半では、規制評価プロセスにおいて何らかの形で競争評価が行われており（OECD, 2004）、この点については、新規の規制や既存の規制を精査して規制の質、競争に及ぼす影響、市場の開放度を評価する必要があるとした規制の質・実績に関するOECDの報告書（2005）の勧告と整合的なものである²。競争評価を行うと各国の規制の質や経済的效果が改善されるという点で概ね意見の一致が見られるものの、各国のアプローチは国によって大きく異なっている。規制評価の実施に用いる必要がある概念、手法、枠組については、詳しく説明や分析が行われておらず、規制の競争評価の分野では、その運用に関して厳格で透明性の高い枠組が存在しない状態であると言えよう。

この競争評価に関する新規の取組と標準的な規制影響分析（RIA）アプローチを簡単に比較してみると有益と考えられる。相違点としては、2つの点が考えられる。第一に、典型的な規制影響分析の場合、定量的な性質が濃厚であり、規制の費用と便益が評価される。他方、競争評価の場合、概して、競争に対する悪影響に関して定性的な判断が行われる仕組みになっている。第二に、規制影響分析の場合、通常は、市場参加者の行動やその変化についての検討は目的とされていない。規制によって市場参加者のインセンティブが変化する可能性があり、競争評価における重要な点は、規制から市場参加者の行動に対してどのような影響が及び得るのか、また、想定される競争への影響を理解することである。全般的に見て重要なのは、競争に加えて、競争によってもたらされる便益は、本質的に常に変化するという性質がある点を理解することである。効率性の向上や技術革新、価格の低下、財やサービスの充実に伴う便益は、概して

² 例えば、ECの年次事業計画に盛り込まれた規制・政策全般を対象とした影響評価ガイドラインの改訂版が、規制改善アジェンダの一貫として、欧州委員会において2005年6月に採択された。この影響評価ガイドラインでは、「支えとなる事業環境における競争こそ、生産性向上や競争力維持の主な原動力である」と認識されている。規制の審査は、影響評価において必要不可欠である。別の例では、2005年に、メキシコの連邦競争委員会（CFC）と連邦規制改善委員会（COFEMER）との間で、競争当局と規制改善当局の共同活動を促進する協力協定が調印された。この協定により、審査を行うため提出された規制案をCOFEMERが受け取り当該規制案が競争に影響を及ぼす場合に、COFEMERが運用する形で「早期対応」制度が設けられている。2006年からは、連邦政府の各省庁の規制案、政策案、事業案のうち競争に悪影響を及ぼす恐れのあるものについては、連邦政府の各省庁に対して拘束力がある意見を出せる権限がCFCに与えられている。

即座に実現されるものではなく、時間の経過とともに明らかになっていくものである。その意味において、競争評価の趣旨が市場参加者の行動の変化を評価し長期的な費用・便益を予測することであることから、競争評価の目標は、規制の評価を行う上で必須の判断材料となる。この点に関して、従来型の規制影響分析による評価と新規の競争評価活動は、規制の質や効率性の向上に加え、さらに一般的な意味で経済動向や厚生を向上させていく上で、相互補完的な判断材料であると考えられる。

競争評価の役割は、オーストラリアの「競争原理に関する協定」に示されている「立法指導原則」の部分で適切に概説されている。この指導原則の内容は、下記の立証が行われない場合、規制によって競争を制限してはならないというものである（Government of Australia, 1996）

1. 規制の社会的便益が全体として費用を上回っていること
2. 競争を規制しなければ当該法令の目的を達成できないこと

OECD の報告書「規制の質と実施に関する指導原則」(2005)によれば、新規の規制や既存の規制を審査して競争に対する影響を把握すべきであり、下記の必要性があるとしている。

「分野を問わず経済規制を立案する際には競争と効率性の促進を目的とする必要があり、また、この種の経済規制が広く公益に資する最善の方策である旨が明確な証拠により立証されない場合、当該経済規制を撤廃する必要がある。（中略）参入、アクセス、退出、価格設定、産出量、通例の商慣行、法人組織形態を規制する経済的規制の諸側面を定期的に検討して、当該規制の便益が費用を上回っていることを確認するとともに、競争に対する影響が小さい代替策を用いると当該規制の目的を達成できないことを確かめる必要がある」

これまでの議論では、規制改革の必要性と規制の効率性向上、必要に応じた規制の最小限への抑制（又は撤廃）に重点を置いてきたが、重要なのは、規制の質や効率性を向上させ競争評価を行っても、必ずしも規制の最小限への抑制や撤廃になるとは限らないという点である。第4節で論じているように、制度的に規制対象となっている既存企業（例、電力、天然ガス、通信産業の既存企業）によって課される切替費用などの問題に対処する場合、警戒の度合いを強化したり、市場参加者に対する新規則を定めたり指導を行うことで、既存企業の行動によって消費者や新規参入者が受ける害悪を最小限に抑制する必要が生

じることがある。別の例としては、自主規制（又は共同規制）の分野があり、政府の中には、互換性や品質、安全基準に関する連携や整備の面で市場参加者に依存する度合いを強めているところもある。自主規制（と共同規制）のメカニズムは、従来型の（指揮統制型）政府規制の必要性を最小限に抑制し撤廃することを企図したものであり、多くの面で政府と市場参加者の双方にとって有益であることは明らかである。懸念材料としては、自主規制制度の場合、特定分野で企業の連携を認めているため、企業相互間で事業活動が調整されたりカルテルに類似した行動がとられる可能性があり（例、価格操作）、また、新規事業者に対する参入障壁が生まれやすくなる可能性がある。このような懸念が存在するため、規制当局や政府の側で注意する必要がある、抑制と均衡の制度を丹念に整備して、想定される悪影響を必要最小限に抑制する必要がある場合すらある。

要するに、規制の趣旨は重要な社会的・経済的目標の達成であるが、競争評価については、政府により法制化された規制や職能団体が課した規制によって生じる競争への害悪を検討する上で、有益な判断材料になると見ることができる。競争評価については、望ましい社会的・経済的政策目標を害さない形で競争のプラス効果を最大限引き出すという原則に従って、規制のランクを定める方向を目指す必要がある。この評価では、規制の社会的・経済的目標を達成できる方策のうち、競争に対する悪影響が小さい代替策の把握も目指すことになる。費用や便益の定量的試算を行うことは競争分野において特に困難であることから、本報告では、規制の評価プロセスに明確な競争に与える影響の基準が盛り込まれていると想定している。その意味において、競争評価と規制影響分析のプロセスは、経済厚生への改善に向けた政策当局や各国政府の意思決定プロセスを改善していく上で、判断材料として相互補完的な関係にあると見ることができる。

3. 市場競争を評価するための概念と枠組み

本書の主な目的は、各国政府や職能団体が課した各種規制が市場競争に及ぼす影響を評価する際の枠組を示すことにある。この目的を念頭に置きつつ、この節では、市場における競争を評価する際に競争法の執行当局が用いる主な概念を抜粋して説明する。競争政策やその執行については確立されている国が多いため、この枠組で用いられる概念を理解すれば、各種競争に対する規制の効果の評価について有益な知見を得られる。

競争政策とは、競争を不当に抑制する一定種類の商行為・取引を禁止・規制

することにより、政府が競争の促進と適切な競争環境の構築を目指すプロセスのことである。大まかに言えば、競争政策の目的は、競争市場の育成と技術革新の推進と考えることができ、結果的に価格、福祉、経済成長に影響を及ぼすことになる。中央政府の競争当局の調査対象となる行為の種類例としては、業界団体や職能団体が市場参入障壁を設けようとする行為、競争相手の費用を引き上げる行為、価格設定戦略や生産戦略に関する（競争抑制的な）相互調整などが挙げられる。ある種の事業活動が放置され競争が抑制されると、消費者向け価格の上昇、商品の種類の減少、技術革新の脆弱化につながるおそれがある。

競争に関する概念や枠組の理解が規制の影響を理解する上で役に立つ理由は何か。各国政府が法制化した規制や職能団体が課した規制を検討してみると、市場参入を抑制してしまったり各種の歪みを生み出して市場が非効率になっているケースが多々ある。その要因に関しては、様々な見解が存在している。規制の場合、通常、予期せぬ影響が大きく、この種の反競争的な影響をこの文脈で考える見解がある一方で、規制を設けるべきとの要望は、特定市場の既存事業者から生じるケースが多いという見方もある。この種の事業者の視点から見れば、新規参入者の競争能力を抑制する規制や、既存の同業他社の競争能力すら抑制する規制は極めて有益であり、積極的にその実現が図られることになる。第4節では、各種規制について詳しく論じるとともに、規制が競争に及ぼし得る影響についても詳しく論じる。規制は、政府が実現を目指す各種の社会的・経済的目標に対して導入されるものであるが、そのマイナス面としては、下記の諸点が挙げられる。

- 地域や国全体にわたる市場参入や財・サービスの流通の規制など、競争に対する障壁が設けられる可能性がある。
- 競争相手相互間で価格や生産の調整が促される可能性がある。
- 既存企業や大企業よりも、新規参入者や小規模企業から見た場合の費用が高くなる可能性がある。
- 部分的又は全般的に、全国的な競争法の一律適用が害される可能性がある。

概念について論じる前に、競争に対して最も大きな悪影響を及ぼす可能性があると考えられる事業活動、つまり、カルテルの形成についてコメントする。カルテルが形成されると、共謀や調整を通じて、価格の上昇、数量の減少、商

品種別や技術革新の制限という事態が生じ、厚生が失われることは明白である。今日において、カルテルは大半の諸国で違法とされている。カルテルが行われると、規制の競争評価との関係で、興味深い問題が発生する。例えば、一部の産業において企業が連携して基準や互換性規則の整備、研究開発活動が行われている。法務関係者や医療関係者の職能団体では、行動基準や実務基準の実施や監督を行っている。特定の職種や財・サービスの生産業者の場合、品質や安全性などの製品特性、技術規格の調整、職業実務の倫理基準、汚染規制といった分野において、自主規制（又は共同規制）を行う裁量が歴史的に認められてきた。無論、特定の種類の協力関係を認めることには大きな利点が存在する。なぜなら、市場における成果の効率性が改善されたり、正式な規制の必要性や関連コストが小さくなると考えられるためである。ただし、幅広い種類の協力を認めてしまうと、価格や生産に関して企業間でカルテルが行われる下地になってしまうという懸念が存在する。第4節では、このような問題を詳しく論じるとともに、行き過ぎを抑えて均衡をとる制度のうち、悪影響を最小限に抑える上で導入が可能なものを一部紹介する。

この節の残りの部分では、競争評価で用いられる主な概念が論じる。第4節と第5節では、これらの概念を用いて、規制が競争に及ぼす効果について理解を深めていく。

3.1 競争上の問題を評価する際の主な概念

3.1.1 市場支配力

市場における競争の程度について、いくつか考えられる事柄を検討してみたい。

- 市場に1社のみ存在しており（独占）、この企業は競争に直面していない。独占が発生する理由は数多く存在している。例えば、Genentech社の肺癌治療向けターゲット治療用特許新薬であるアバスチンなど、特定の病状を治療する唯一の医薬品が、製薬会社1社で生産されていることがある。この製薬会社の製品には実質的に代替品が存在しないため、競争は皆無であるか、あったとしてもほぼ皆無の状態である。その結果、高い価格を設定して多大な利益を得られる。
- 市場で商品を販売している企業が多数存在していることもある。例えば、米国のトマト生産者数は15,000を上回っている。この市場において、ある農家の商品は、他の農家の商品と比較的近い代替品である。トマト農

家一軒一軒が厳しい競争に直面しており、高い値段を設定できず、利益は比較的小さい。

- その中間の市場として、販売業者の数が少ない市場があり、具体的には、General Electric 社、Pratt & Whitney 社、Rolls Royce 社が競争関係にある大型商用機エンジンの市場がある。この市場は、上記の製薬会社のような独占ではなく、トマト市場ほどの競争が行われる公算もない。この中間的な市場の場合、例えば、General Electric 社は他社 2 社からの競争に直面しているため、独占の場合に比べると価格設定力が小さく利益の水準も低くなる（この例では、企業数が少ないことによる市場でのカルテルに関する問題は論じられていない。カルテルに関する問題は、この章で後述する）。

これら 3 つの例で、競争の程度の差は、（費用と比較して）価格がどの程度高くなっているか、また、利益がどの程度の大きさなのかという要因によって左右される。

大まかに言って、市場支配力とは、競争状態を上回る水準に価格を設定できるため、多額の利益（又は通常の経済的利益を上回る利益）を得られる事業者の能力をいう。上記の例では、独占の製薬企業の場合に市場支配力が極めて大きく、典型的なトマト生産業者の場合には市場支配力がない。航空機エンジンの場合は、その中間に位置している。市場支配力が発生する原因は多様であり、その持続期間についても、短期間のケースもあれば長期間の場合もある。下記の諸点を見れば本質が見えやすくなる。最後に、市場支配力の評価は、検討対象となる（その財・サービスの）市場について行う必要がある。

関連市場における商品の把握は、他社商品との競合関係（又は代替関係）の程度によって複雑になる可能性がある。2 社の商品の代替関係の程度は、その商品の特性やその商品を購入できる地理的範囲といった要因によって左右される。

関連市場の範囲は、通常の「市場」という用語の用法よりも広がるケースもあれば狭くなるケースもある。自動車の場合、その特徴の面で差別化の度合いが強く、自動車の製品市場は「全自動車」よりも狭い可能性がある。フェラーリのような高級スポーツカーを購入する消費者の場合、通常は、フェラーリと小型低価格車との間で選択は行わず、スポーツカー相互間での選択を行う。換言すれば、高級スポーツカーは、小型低価格車に近い代替品として考えられていない。そのため、同じ関連市場であると言えない。対照的に、隣接する農家

で生産された米は、味や特徴の面でほぼ同じと考えられ、この場合、消費者からは代替関係が強いと考えられる。

関連市場（又は影響を受ける市場）が特定できれば、その市場の構造を示す変数（諸要素）を検討できる。例えば、下記のもの挙げられる。

- **企業数** – 一般的に、関連市場における企業の数が増えると、市場支配力が生じる懸念は小さくなる。
- **生産集中度** – 生産集中度とは、市場における少数の企業に、どの程度生産が集中しているかを測定したものである。一般的に、生産集中度が高くなると、市場支配力が生じる可能性も高くなる。

企業数が少ない場合や集中度が高い場合であっても、必ずしも競争にとって悪いとは言えず、参入障壁（下記で論じる）の程度や主流となっている競争の種類（例、技術的基準が明確化された入札プロセスが存在する場合、新規企業による参入が現実的なものになるなど）によって左右される。

3.1.2 参入障壁

広義において、参入障壁とは、新規企業による関連市場への参入を妨げる要因と定義できる。参入障壁の程度を評価することは重要である。なぜなら、本来であれば既存企業が直面するであろう競争の程度を把握できるからである。例えば、参入障壁が高い場合、既存企業は、新規参入による利益の減少を恐れずに、反競争的行為をとったり、値上げを行ったり、利益を増やせる。換言すれば、参入障壁が低ければ、競争が行われる可能性が高くなり、市場の既存企業の暴走を防止し、市場支配力の行使が抑制される。

規制の競争評価の関係では、以下の意味で参入障壁の評価が有用と考えられる。規制に市場競争の抑制効果がある場合を考えてみる。競争を制限する効果は、参入障壁の程度によって左右される。参入障壁が高い場合、競争への制約を強化した新規の規制によって、競争に大幅な悪影響が生じると考えられる。障壁が低い場合や無視できる場合、競争への悪影響はそれほど大きくないと考えられる。

参入障壁には様々な種類のものが存在し、その点については後述する。それぞれの障壁がどのようなものか、競争を制約する効果が大きい障壁にはどのようなものかについては、ここで論じずに、単に幅広い種類の障壁が存在するこ

とだけ述べておく。

- 自然障壁 – 固定費（又は間接費）が大きいことから生じる規模の経済などの自然要因により、参入障壁が発生することがある。例としては、以下のものがある。

水処理施設は間接費が高い。そのため、通常は、特定の地域に 1 ヶ所水処理施設を設けるのが最適である。

研究開発費が多額になるため、大型商用機エンジン製造業への参入は困難である。

- 埋没費用に関する障壁 – 参入の埋没費用が大きい市場では、参入障壁が発生し得る。埋没費用とは、費用のうち回収できない部分をいう。つまり、ある産業から撤退する際に、企業が回収できない費用のことである。埋没費用の背景には、生産要素の中には高度に特化したものがあるため転用が限定されるという事情がある。このような要素が発生する原因としては、購入した資本の転売価格が低いこと、研究開発費が高額であることなどが挙げられる³。埋没費用は規制との関係で生じることがあり、具体的な例を検討してみる。

製薬産業では、市場への投入が認可される前に、臨床実験を幅広く行って薬物の安全性と効能を立証しなければならない。安全性や効能を立証できない場合、その薬物は認可されない。規制当局の認可手続の際に生じる費用は、回収できないため埋没費用である。

かつて、塗料や染料のメーカーの場合、環境規制により、製品の化学組成を変更しなければならなかった。新しい製剤の安全性を確認したり、色度基準、粘着性基準、粘度基準を満たす新しい製剤を確認する場合、新規の研究開発費を負担しなければならなかった。業績不振で市場からの撤退を余儀なくされる場合、この研究開発費は埋没費用になる。

- 既存企業の行為により生じる障壁 – 市場における既存企業の行為によ

³ Sutton (1992, 1996)は、各種の埋没費用について優れた議論を展開している。化粧品や炭酸飲料など、消費財産業の中には、(企業の売上に比して) 広告費が高額になる業種が多い。バイオテクノロジーなどの産業では、本質的に研究開発費が高額になる。これらは、埋没費用が大きいと言われる産業の例である。

り、競争に悪影響が生じることがある。例としては、以下のものが挙げられる。

電気通信、電力、天然ガスなどの産業に属する企業からは、一定期間にわたり顧客側が契約に拘束されたり業者の乗り換えに費用がかかる形のプランが提示される。これらは切替費用と呼ばれている。切替費用が存在する場合、顧客側が負担する費用が増えるため、競合他社や新規参入者に不利に作用する。

米国の電気通信事業者の場合、他社による自社ネットワークのアクセスを制限したり拒否する方向で積極的に動いている。

製薬産業では、特許「延長」の実現を精力的に求めて、ジェネリック・メーカーを高額な訴訟に巻き込んで新規参入の妨害を図るケースが多々ある。

郵便市場が開放され競争が行われるようになると、既存の郵便事業者側では、民間事業者を犠牲にする形で郵便の通関、仕分け、配達面で優遇措置を受けられる旨の協定を外国の郵便事業者との間で締結することにより、新規事業者に対する障壁の構築が図られた⁴。

- *規制に誘発された障壁* – 政府や職能団体による規制により参入障壁が形成される場合がある。例としては以下のものが挙げられる。

小売部門への新規参入については、法令により規制を設けている国が多く、特に、大型小売店チェーンの参入の面で、その傾向が顕著である。

新規開業を行うには、多額の費用が必要で長期にわたる官僚的な手続が多く、多くの国に存在するため、参入が抑制されている。

空港の発着枠やゲート枠という既得権は、既存の航空会社に有利に作用しており、新興航空会社に対する障壁になっている。

州や地域で法務や医療に業務として携わるには、地元委員会の資格試験の合格が義務付けられており、州内における新規参入の障壁が形成され

⁴ 郵便市場における問題の議論については、Ghosal (2002) と同書の参考文献を参照のこと。

たり、州相互間における医師・弁護士の流動性にも障壁が形成されている。

全般的に見て、市場参入障壁の程度の評価は、規制の競争評価の中でも重要な要素と思われる。

3.1.3 新しい企業の参入

新しい企業が参入すると、市場における価格競争や、技術革新の推進、生産効率の向上の原動力となり、財・サービスの幅が広がるとともに製品の品質も向上する。

新しい企業による市場参入が比較的容易な場合、既存企業が市場支配力を行使する可能性は低くなる。既存企業が市場支配力を行使して大幅な値上げを行い多大な利益を得ようとする、新しい企業が短期間で市場に参入し、既存企業が多額の利益を得るのを防ぐと考えられる。

関連市場への参入がどの程度容易であるかは、上述の各種参入障壁によって左右される。参入障壁としては、自然障壁、規制による障壁、埋没費用、既存企業の行為で生まれた障壁などが挙げられる。参入障壁が高い場合、新しい企業による参入の可能性が低くなる。参入の可能性が低いものとしては、以下のものが挙げられる。

- 製薬市場では、研究開発や規制認可の埋没費用が大きいため参入の可能性が低い。
- 商用機エンジン製造業では、間接費と埋没費用、評判効果が極めて大きいため参入の可能性が低い。
- 既存企業のネットワークに新規参入者がアクセスできない場合、インターネットサービス市場でも参入の可能性が低い。

また、参入のタイミングに関する問題もある。主に問題となるのは、妥当な期間内に新規の起業が可能か否かという点である。短期間での参入の可能性が低いものとしては、以下のものが挙げられる。

- 医師の場合、教育要件や資格要件が存在するため、短期間での参入が考えにくい。

- 特定の診療区分の製薬市場では、研究開発費、期間・規制のハードルが極めて高いため、短期間での参入が考えにくい。

対照的に、短期間で参入できる可能性が高いものとしては、以下のものが挙げられる。

- パン製造業では、生産技術が標準化されており間接費も比較的低いいため、短期間での参入の可能性が高い。
- 家具産業では、規制のハードルが存在せず間接費や研究開発費も低水準であるため、短期間での参入の可能性が高い。

競争効果の評価を行う場合、参入障壁を適切に評価するとともに、合理的期間内での新企業による参入の可能性も適切に評価しなければならない。若干の例を検討してみると、(1) 新規の環境規制により企業に多額の費用が課され、既存企業が恩恵を受けられる形で適用除外とされる場合、新規参入を阻害するという極めて望ましくない効果が生じる可能性があり、(2) 国によっては、航空機発着枠の配分は既得権とされている。この場合、新興の航空会社が既存航空会社と競争するのが難しいため、参入が阻害される。

3.1.4 企業の退出

企業が市場から退出すると、既存企業により行使される市場支配力が強化され、価格が上昇する恐れがある。企業が退出を余儀なくされる場合としては、様々な状況が考えられる。例としては、以下のものが挙げられる。

- 新規の規制の下で、既存企業が新規の環境汚染基準を満たすのに 5 年の猶予がある場合を考える。多額の投資を行えなかった企業は、退出を余儀なくされる可能性が極めて高い。
- 既存企業は競合他社とネットワークを共有する義務を負わないとした米国連邦通信委員会の裁定（2005 年 8 月）の後、インターネット・サービス・プロバイダーの中には、ネットワークにアクセスできないことから退出を余儀なくされるところが出てくる可能性がある。
- 天然ガス、電力、電気通信などの産業の有力既存企業が多額の切替費用を課せるようになると、新設企業が退出していく可能性がある。

既存の規制や新規規制、商行為の競争評価では、企業が締め出される可能性を検討する必要がある。なぜなら、将来の市場競争の程度に影響を及ぼし、価格、製品の種類などの要因を左右するからである。

3.1.5 技術革新と効率性

企業による技術革新は、望ましい形で多くの成果を生むと考えられる。具体的には、以下のものが挙げられる。

- プロセスの技術革新により生産効率が向上し、企業の費用負担が減少することで、消費者が支払う対価が低下する。
- 商品の品質が改善される。
- 商品の選択の幅が広がる。
- 商品の安全性が改善される。

競争政策では、市場活力を維持する上で技術革新が果たす役割が十分に認識されており、企業の技術革新のための活動を阻害しないように配慮されている。そのため、政府規制の競争を制限する効果との関係では、この点が特に問題となる。規制が「規範」としての性質を持つ場合（つまり、達成しなければならない成果ではなく、企業が行わなければならない事柄が定められている場合）、技術革新に悪影響が及ぶ可能性が高い。

一般的に、特定の商行為によって技術革新の可能性が高くなり効率性が向上するとすれば、この種の便益は、市場支配力の強化とトレードオフの関係にある。便益の方が市場支配力を上回る場合、その商行為は好ましいものと考えられる。その具体例をいくつか検討してみる。

- 競合他社相互間での研究共同事業を認めるケース。例えば、AMD、Freescale、Hewlett-Packard、IBM、Infineon、Intel、Panasonic、Philips、Samsung、Spansion、TSMC、Texas Instrumentsなどが参加しているSEMATECHコンソーシアムがある。このコンソーシアムの目的は、半導体技術と集積回路の性能を向上させることにある。競争当局としては、この種の連携により情報交換や価格・生産調整が行われる可能性があると認識しているが、制度構造が適切であれば、この種の事業による技術革新から社会が

受ける便益が想定される悪影響を上回ると考えている。似たような例としては、企業の連携による製品設計基準や互換性基準の制定を認めるケースが考えられる。

- 以下を達成できる形で、投資、組織変革の実施や新種の商品・サービスの提供を認めるケース。

規模の経済 – 規模の経済は、間接費が高い場合に発生する。生産規模の拡大を認めると、生産物 1 単位あたりの平均費用が低下する。例えば、大型小売店を認めると、規模の経済が生じてサービス提供の単価が低下する。

範囲の経済 – 異なる商品やサービスの生産を単一の企業で行うと、別々の専門企業が生産した場合と比較して費用が低下するケースである。例えば、費用効率の観点で言えば、薬局と雑貨店との区分を強いる規制を設けるよりも、雑貨店で市販薬を販売した方が効率的である。なぜなら、販売、保存、仕入契約を一括処理できることから経費を節約できるからである。

商行為や規制の競争評価では、技術革新の効果を丹念に検討する必要がある。なぜなら、技術革新が実現すれば大きな便益を実現できるからである。

3.1.6 競合他社の費用を引き上げる

競合他社の費用を引き上げることが可能であれば、市場における競争を制限し利益を伸ばすことが可能になる。競合他社の費用を引き上げる戦略は、幅広い形態をとることとなり、例としては以下のものが挙げられる。

- 既存の電気通信事業者の場合、競合他社による自社のネットワークへのアクセスを妨げるよう努めるものであり、この点は、インターネットサービス市場と電話市場の双方に影響を及ぼす。似たような行動形態は電力産業でも見ることができ、既存企業の場合、競合他社が送電網の利用を希望する場合には費用負担を課そうとする。
- 既存企業が新規の環境規制に直面すると、祖父条項の適用を受けようと精力的にロビー活動を行う。祖父条項とは、既存企業に対しては一定期間にわたり旧規則での操業を認めつつ、新規の企業に対しては即座に新基準の履行を義務付けるものである。この場合、既存企業と参入者との

間において費用面で大幅な非対称性が生じ、競争に大きな悪影響が及ぶ。

- 消費者が競合他社の製品に容易に乗り換えられないような形で、会社側で自社の商品やサービスを調整できる。この種の制約がある契約には解約停止期間が設けられており、電気通信や天然ガス、発電、金融などの業界に見られるものである。
- 製薬会社の場合、特許延長申請を精力的に求めることがあり、この行動の目的の一つは、競合他社の費用負担（訴訟などの費用負担）を増やして、その参入の遅延又は阻止を図ることにある。
- この種の企業行動の背景にある目的の一つは、競争相手（自社よりも規模の小さな既存企業のケースと、参入の可能性がある企業のケースがある）が競争しにくくすることであり、その結果、市場や消費者に悪影響が及ぶため、競争評価では、この種の行動の根拠を丹念に整理して、望ましくない競争抑止的側面を取り除く必要がある。

3.2 まとめ、規制の競争評価との関係

競争への影響を評価する際に、対処しなければならない重要な問題は、その商行為が原因となる形で市場の競争の程度が制限され（市場支配力が強化され）、価格や効率性、技術革新に影響が及ぶのかという点である。上記の議論は、企業行動や市場支配力、技術革新に関する問題を評価する際に競争政策で用いられる広義の概念と枠組を示したものである。

規制の競争評価において、上記の議論や枠組がどのような形で役に立つのだろうか。利点もいくつか存在するが、下記の2点を指摘しておく。

- 上記に概説した各種の概念（例、市場の定義、切替費用、参入障壁、効率性の考慮、競争相手の費用の引き上げ）には、各種の規制が競争に及ぼす悪影響を理解する上で有益な知見が示されており、この点については第4節で論じる。
- 上述の競争評価の枠組は、規制が競争に及ぼす影響について順を追って評価する際の概略を示したものである。評価の手順は、第5節と第6節に記載されており、市場において想定される影響や、影響を受けると思われる企業の種類について明らかにしていく。

4. 規制介入

政府による市場介入の理由としては、多くの産業で市場の失敗が存在しており、この市場の失敗を是正する目的で規制が設けられるというものがある⁵。MacAvoy (1992)も述べているように、規制が設けられる根底には、通常、経済的・社会的な善意があり、手法としては、独占からの消費者保護を目指した利潤や価格の制約、労働安全法規、健康保全や施設近隣住民の保護を目的とする排出規制法が用いられる。規制の分野について手短かに外観する。

- 自然独占が発生する可能性があるのは、電力、水道、鉄道、電気通信、郵便などの産業であり、これらの産業では、間接費が大きい規模の経済性が大きいという特徴がある。そのため、地域独占（例、水道、電力）や国内独占（例、電気通信、鉄道、郵便）が最適となるケースも多かった。独占企業に自社製品の価格設定を認めると、その価格は不当に高くなる。解決策としては、独占企業に市場での操業を認めつつ価格を規制して、消費者に対し公正な価格の保障を図ることである。規模の経済とは別に、この種の産業における規制による独占の主張としては、ユニバーサルサービスの提供もある。市場の状況や技術その他の要因の変化に伴い、これらの産業の一部については、規制緩和を行った国も多い。また、巧みに規制の設計を行うことで、個別産業の競争的部分と自然独占部分を分離できるようになり、かつての規制型（国有化型）・垂直統合型の独占に代えて、電気通信や鉄道などの分野に競争の導入が可能になった。
- 電力、化学、製紙パルプ、石油精製などの産業からは、通常の生産プロセスの一環として大量の環境汚染が生じると考えられる。そのまま放置すると、社会的に最適な水準を上回る形で汚染を排出する産業が多くなり、個々の汚染者から見ると、費用が高くつくため浄化のインセンティブがほぼ皆無となる。政府が介入を行って、汚染による外部不経済の抑止が図られている。具体的な手段としては、税金や割当に加え、汚染の少ない新技術を企業に導入させるための投資優遇制度がある。

⁵ Viscusi, Harrington and Vernon (2005)やMacAvoy (1992)では、規制の動機や諸側面について有益な議論が示されている。影響力のある主な文献では、規制の「ミイラ取り説」が論じられており、この場合、利益団体からのロビー活動や圧力によって各種の規制が生まれている。しかし、本書では、その理由について詳しくは立ち入らないこととする。

- 製薬などの産業では、新薬の認可や既存薬物の悪影響の監視を行うため、政府により認可規制・監督制度が設けられている。OECD (2001)の報告書でも述べられているように、薬物の安全性や品質の規制は、主な関心事となっている。
- 産業の安全性（労働安全）の分野において規制が見られる。この種の規制の動機の一つとしては、死の危険を減らすという広義の社会的目標がある。似たものとして、自動車の安全規制の目的も、事故による死亡や重症を減らすことにある。
- 金融業や金融市場のいくつかの面については、これまでも規制対象とされてきたし、現在でも規制対象とされている。その主な目的としては、金融市場の安定性確保と消費者の投資・財産の保護などが挙げられる。

大まかに言って、規制の内容は、政府によって運用される一連の規則であるのが通常であり、その目的は、企業の行動に影響力を及ぼし、ひいては経済活動に影響力を及ぼすことにある。本書では、下記の規制手段を重点的に取り扱うこととする。

- 参入 – 例えば、一定の地理的範囲における薬局や小売店の数を制限している国が多い。都市部では、タクシーの車両数に関する規制が広く見られる。電力、電気通信、金融などの産業では、かつて新しい企業の市場参入は規制により抑止されていた。医者、弁護士、建築士などの職種については、多数の規則・規制が設けられており、地域間の流動性が抑制されたり禁止されたりするケースも多々ある。
- 数量 – 具体例としては、諸国で見られる漁獲量に関する数量規制、酒類の日曜日の販売禁止、一定地域における（商用）建築範囲に関する規制などが挙げられる。これ以外の形式の数量規制の場合も存在しており、具体的には、郵便局が規制料金にて需要すべてに対応しなければならないという郵便に関するユニバーサルサービス提供義務がある。最後に、生産量や作付面積に関する農業関連の例もある⁶。
- 基準 – 医療機器や医薬品の安全性基準、建築基準、安全衛生基準、自動車安全性基準、環境・労務基準が政府により定められている国が多い。また、各種マスメディアにおけるコンテンツや表現など、これ以外の分

6 Glaeser and Schleifer (2001)には、数量規制に関する知見あふれた議論が示されている。

野でも規制が存在している。

- 価格 – 電力、天然ガス、航空、電気通信、郵便などの産業は、価格規制の適用対象となっている。

規制には社会的・経済的に正当な理由が存在すると前述したが、重要なのは、政府が法制化した各種の規制や職能団体の規制によって市場における競争が制限される恐れが多々あるという点を認識することである。いくつかの例を検討してみよう。環境規制その他の規制の大幅適用除外を求める既存企業や業界団体のロビー活動が成功すると、既存企業に比較して新規参入者に対して不利な形で費用負担が発生し、市場参入や市場の競争に悪影響が及ぶ可能性がある。例えば、小売店や薬局の数に関して厳格な規制があると、競争の抑制、価格の引き上げ、提供サービスの幅の縮小と質の低下という影響が生じる可能性がある。「不当に高い」品質最低基準を設けると、消費者から見て選択肢の幅が広がり価格の低下も起こらなくなる。職能団体（法務、医療、獣医など）が広告規制を課すと、競争に対して有害な影響が生じたり提供サービスの幅にも有害な影響が生じたりする恐れが極めて高い。最後に、国内の地域相互間における財・サービスの流通規制は、健全な根拠がないケースが多く、この種の規制によって市場の地域細分化が生じて価格の上昇につながる恐れがある。

各種規制の潜在的影響を全面的に理解するため、この節の残りの部分において、大まかに下記の4種類に区分した上で各種の規制について論じることとする。

- 供給者の数又は範囲を制限する規制
- 供給者の競争能力を制限する規制
- 供給者の競争意欲を減退させる規制
- 消費者から見た場合の選択肢や情報を制限する規制

上記4種類の区分で規制を設けた動機について言及するとともに、規制から競争に生じ得る問題点を明らかにするとともに、各国の市場や産業から選択した具体例を示す⁷。

⁷ 本書とセットになっている「競争評価に関する原則」の第1章でも検討したように、上記4項目の区分は「競争評価チェックリスト」の主な要素から引用したものである。

前もってコメントすべき制度がある。自主規制と共同規制である。第 4.3.1 節で言及されているように、職種や財・サービスの事業者の中には、自主規制又は共同規制を設ける裁量が与えられているものがある。この種の制度には、製品の互換性、品質、安全性などに関する基準の制定に際して市場参加者による調整がしやすくなるなど、プラス面も数多く存在している。政府の規制を間接的な形で負担も軽減した上で企業に課すことで、市場の繁栄が可能になる。ただし、重要な懸念として、企業相互間の調整の範囲が拡大していくと、価格や数量に関してカルテルが行われやすくなり、参入障壁にもなりかねない基準が設けられてしまうことすらある。そのまま放置すると、消費者の利益や市場の技術革新が大幅に制限されかねない。自主規制や共同規制については形式上、上記区分の 3 番目（「供給者の競争意欲を減退させる規制」）で論じているが、この制度の下では問題の分野の範囲が広いこともあり、上記の 1 番目と 2 番目の区分にも関係してくる。一例として、自主規制が認められた業界団体が、既存団体の採算性の確保を目的として参入障壁を設ける決定を下したとする（ボックス 6 の C.2 項を参照）。競争に対するこの種の問題点については、上記 1 番目の区分と 2 番目の区分でも論じられる可能性がある。要するに、競争に関する問題点のうち、自主規制や共同規制の分野で生じ得るものの範囲は、上記の 1 番目、2 番目、3 番目の項目ほぼすべてに及んでいる。

最後に、重要な点として、参考ボックス中の例は、競争関連の問題点の精査・検討を行う価値がある分野を示したものであって、必ずしも政府の施策が不適切な分野を示したものではない。

4.1 供給者の数又は範囲を制限する規制

市場における財・サービスの事業者の実数や種類を制限する効果がある規制は、数多く存在している。このような状態になる可能性が高いのは、規制案が下記の内容になっているときである。

- 事業者の参入又は退出に伴う費用が著しく上昇するとき
- ある企業に対して、財・サービスの独占的供給権が与えられるとき
- 操業の要件として免許、許可、認可のプロセスが設けられているとき

る。

- 一部の企業に関して、公的調達に参加能力を制限するとき
- 財・サービスの供給、資本出資、労働供給の能力に地理的障壁が設けられるとき

歴史的に見て、企業の数や種類の制限については、健全な経済的・社会的理由があるケースが多い。しかし、問題なのは、この種の規制が結局のところ市場における競争レベルに有害な影響を及ぼして、消費者の利益に悪影響を及ぼす恐れがあるという点である。そのため、事業者の数や範囲・種類に悪影響が及びかねない状況では、規制案の費用・便益に加え競争が制限される程度について徹底的に調査を行うと有益である。下記では、競争効果を精査する必要がある分野2項目を説明する。

4.1.1 参入に関する規制

新しい企業による参入は、既存企業に競争をもたらし長期的に技術革新と成長の土壌を育成することにより、市場活力を維持していく上で極めて重要な役割を果たしている。そのため、参入を抑制する規制が設けられると、競争や厚生に対して多大な悪影響が生じる恐れが大きく、慎重に評価しその妥当性を説明する必要がある。

参入規制の形態は幅が広く、その正当性の説明も多様である。例えば、自然独占の状態では、政府が法的に独占を認め明示的に参入を抑制している。その動機は、間接費が高いことと生産における規模の経済である。弁護士団体や医療団体などの職能団体の場合、かつては参入を制約する規制の制定に関して、納得がいく根拠があったが、この種の規制により、競争を促進する商行為が不当に制約される恐れがある。通常、正当化の説明としては、専門実務における質の水準の確保などが挙げられる。小売業の参入や業務拡大に関する規制は、多くの国で広く見られる。正当化の説明としては、都市過密化の抑制、不動産価値の保護などが挙げられる。

参入に対する影響について深く理解するには、新規参入者の種類について明確に理解することが肝要である。製造業における参入者の実用的な分類は、Dunne, Roberts and Samuelson (1988, p.504)に示されており、ここでは、一般的な議論としてその枠組を用いている。大きく分けて参入者には3種類存在すると考えられる。

1. 製造業で新工場（生産施設）の建設により新企業が参入するケース。同様

にサービス業で新企業が参入するケース。例えば、全く実務知識がない起業家によって、新しい工作機械企業が操業を開始したという場合がある。情報技術革命や、最近におけるバイオテクノロジーとナノテクノロジーの躍進で、この種の業界などに実務経験がない状態で、これらの産業に参入している企業も多い。大学新卒によって設立された新規の法律事務所も、この区分に該当する。

2. 新規施設の建設により参入する事業を多角化するケース。例えば、Siemens社のような大手の総合メーカーが生産施設の新設により医療機器市場に参入するケースが考えられる。病院ががん治療向けの新規施設を開設することもある。化学薬品会社が新しいリジン生産施設の稼働を開始することもある。
3. 既存工場での生產品目構成を変化させて事業を多角化するケース。例えば、これまで長きにわたり中型車・大型車を生産してきた自動車メーカーにおいて、柔軟運用可能な生産施設で小型低燃費車の生産に業務を多角化する場合がある。機械加工用鋼材とマイクロ合金鋼材を生産していた鉄鋼会社が軸受鋼の生産に業務を多角化するケースもある。ネットワーク・セキュリティ・ソフトウェアを主力とするソフトウェア会社がインターネット・ゲームへと業務を多角化するケースもある。

上述のタイプの参入者相互間の相違点は、いくつか面で大きな差になることもある。例としては、以下のものが挙げられる。

- **資金的な制約。** 企業の参入・業務拡大能力は、自社プロジェクトへの外部資金調達力により大きく左右される旨を示した大著の文献がある (Fazzari, Hubbard and Petersen (1988)と同書に続く文献を参照)。このようなケースは、上記2番目と3番目の参入者区分では問題になる可能性が低いですが、1番目の区分では大きな制約になる可能性がある。その一因として、例えば、融資に際して銀行側から担保や過去の実績が求められることとなり、1番目の区分の参入者の場合、この点で不利な立場に置かれてしまうという事情がある。対照的に、2番目と3番目の区分の場合、銀行融資を比較的容易に受けることができ、また、自己資本の調達も比較的容易である。そのため、資金的な制約があることから、1番目の参入者の場合、事業で成功を収めるのが相対的に困難である。
- **学習。** 一般的に、過去の実務経験があると、起業を行う際に過去の経験や市場の知識、規制の障壁その他の諸要因から学習できる。この点にお

いて、2番目と3番目の区分の参入者は有利になっている可能性が大きい。

Dunne, Samuelson and Roberts に示されたデータを見ると、参入者の種類によって興味深い相違点があることが見て取れる。失敗率（退出率）が概して高く、下記の点を指摘できる。

- 各区分の参入者のうち5年以内に破綻して業界から退出する割合は60%を超えている。
- 1番目の区分の参入者（新工場での参入）の退出率は、2番目の区分の参入者（新規工場での多角化）の7~8倍である。

Caves (1998)や Sutton (1997)も述べているように、このような調査結果は広く見られるものであり、各国の各種産業のデータを用いて研究者により繰り返し言及されている。このような調査結果の一つの解釈として、1番目の区分の参入者の場合、成功していく上で過渡に高いハードルとコストに直面していると考えられる。このことから明らかに見て取れるのは、参入障壁を課す規制の場合、1番目の区分の参入者に対する影響が極めて大きくなるということである。

政府や職能団体が定めた各種規制によって、市場参入に制約が課されている。規制の形態については、直接的な参入規制などの極めて明示的な形式になっていることもあるが、黙示的な性質になっていることもある。

- 明示的な制約は、極めて直接的であり、競争への悪影響は最も大きいと考えられる。例としては以下のものが挙げられる。

一定の地域内で認められる小売店の数について規制を課したり、地域住民数あたりで認められる小売店の数について規制を課している国は多い。後者の規制の場合、住民数（例えば5000人）を上回らない場合には、薬局の新設は認められない（2003年のOFTの書類には、薬局市場における競争や規制の問題点について実用的な議論が盛り込まれている）。

かつての米欧航空協定の下で、欧州の航空会社は自国以外の都市から米国行きの航空便を出すことができなかった。そのため、米欧航空市場における競争の程度が制限されていた（最近調印された新協定では、この種の規制の多くが撤廃されている）。

- 黙示的な制約は、より間接的な形で参入規制が課されていると思われる。

例としては以下のものが挙げられる。

電気通信市場の規制緩和では、競争を促進する上で、自社ネットワークを新規参入者に開放するよう既存事業者に義務付ける法規が必要と思われる。この種の法規がない場合、参入者は（インターネットや電話面で十分な）サービスを提供したり競争を展開できない。同様の問題は電力市場でも発生しており、電力市場では既存事業者の送電網を参入者が利用できるようにする必要がある。ただし、開放を義務付けていない場合でも、既存企業が自社ネットワークの利用を認めないということを経済的にも意味している訳ではなく、参入事業者や潜在的参入事業者にとって、事業の見通しが不確定なものになる。

職能団体（弁護士、会計、医療関係者の団体など）が導入した品質基準や資格規制によって、参入に大きな制約が課されることも考えられる。

行政関連の障壁によって、参入が遅延したり頓挫する場合がある（Djankov, La Porta, Lopez-de-Silanes and Schleifer, 2002）。

ボックス 1 には、参入規制に起因する競争の問題点に関して、精査の対象となり得る規制の例が示されている。

ボックス 1 参入

1. 起業するため行政のハードルをクリアするのに必要な時間・金銭の量については、国によって大幅な差がある。Djankov, La Porta, Lopez-de-Silanes and Schleifer (2002)が示したデータによれば、起業に要する期間は、最短でカナダの2日間、最長でマダガスカルの152日間となっており、差が見られる。金銭的費用については、(1997年時点の)1人あたりGDP比で見ると、最低でニュージーランドの0.53%、最高でタンザニア、ボリビア、ドミニカ共和国の300%強の範囲である。先進国相互間でさえ、所要期間（と費用）の面で大幅な差があり、例えば、米国の4日間（1人あたりGDP比で0.5%）、ドイツの42日間（同32%）、オーストラリアの2日間（同2%）となっている。認可の所要期間と関連費用の面で大幅な差があることから、新規参入への障壁の面でも大幅な差があることが見て取れる。参入手続の行政改革は、新規参入の障壁を軽減し成長や技術革新を推進していく上で必要と思われる。

2. 国によっては、薬局に関する規制が設けられているところもあり、その形態も多様である。

- 所定の地理的範囲や住民数を基準にして、営業可能な薬局数を制限する規制。例えば、ハンガリーでは、住民の基準値が約 5000 人である。
- 1970 年以降、Apoteket 社を介して流通が管理されてきたスウェーデンに見られるような国家管理。民間の薬局の開設は、ニコレット製品を販売したスウェーデン法人 **Bringwell International** 社の起訴で分かるように、犯罪行為となり得る。
- 英国公正取引局(2003)の報告にも言及されている直接的参入規制。1987 年に、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北部アイルランドで薬局の参入規制が導入され、国民保険機関のコスト上昇の抑制が図られている。この規制には、薬局の新設、移転、持株変更の適否の公式評価が盛り込まれている。

薬局の立地規制を正当化する理由の一つは、ユニバーサルサービスの提供であるが、この規制により競争が制限されている可能性がある。薬価が規制されている場合も、サービスの幅や質に悪影響が及びかねないため、この種の規制により競争にマイナス効果が及ぶ可能性がある。多数の規制が解除されたドイツでは、各種サービス提供面で競争の度合いが強くなった旨の研究成果が出ている。OFT (2003)の報告書の結論にもあるように、地域の薬剤市場の参入規制の撤廃により、消費者の選択肢の幅が広がり、競争強化の恩恵を受け、また、薬局でのサービスも利用しやすくなっている。

3. 1998 年のオーストラリアのデジタル変換法では、新規の民間放送局の参入は 2006 年まで禁止されていた。この施策の狙いは、既存民放のアナログテレビ放送からデジタルへの変換の促進であった。

4. 欧州全域で、弁護士、会計士、建築士、技師、薬剤師といった自由業については、料金表、広告規制、独占権、職種相互間の協力禁止規制などの諸規制が適用されている。この種の規制に関する職能団体側の正当化の説明内容は、専門サービスや水準の質の確保を根拠としているが、重要な点として、この種の規制により競争が制限されて料金が高くなったり提供サービスの幅が狭くなりかねないという点がある。

5. 米国会計検査院の報告書(2004)では、新オープンスカイ協定の下で、営業可能な航空会社の数についての規制緩和がどのようになるのか、また、航空会社が就航できる航空便に関する規制緩和がどのようになるのかが述べられている。旧協定では、米欧間のフライトの数、出発地、最終目的地に関して規制が設けられていた。例えば、エールフランスの場合、フランスから米国への航空便の就航は可能であったが、フランクフルト発米国行きの航空便は就航できなかった。同様のことは、米国の航空会社にも言える。新オープンスカイ協定の趣旨は、この種の参入障壁を軽減することにある。

6. Terzic, Wurm and Dietrich (2000)が言及しているように、1998年のドイツのエネルギー法により、それまで参入の規制を行ってきた電力・天然ガスの独占権が撤廃されている。新法により、これら両エネルギーの小売市場に競争が導入されている。ドイツの電力料金は欧州で最高水準であったが、競争が強化され、提供サービスの内容も改善されるとともに、料金自体も下がってきている。

7. 参入抑制により競争が行われず小売業の技術革新や成長に悪影響を及ぼしている法令は、多くの国に見られる。例としては以下のものが挙げられる。

- Bertrand and Kramarz (2002)は、大型小売店の新設・拡張に関する規制により参入障壁が生まれ、フランスの小売部門の成長に悪影響が及び、雇用報酬が減少したと述べている。
- 欧州諸国全般（イタリア、スペイン、オランダ、フランスなど）にわたり、小売店営業時間の制限が存在する。税法や計画法の内容は、小規模の家族経営型商店を保護する構図になっている。小規模店舗が地域に密着したサービスを提供しているが、これらの規制により、営業時間の延長に伴う小売業者（大型、小型）のサービス向上と雇用拡大が妨げられている。OECD (1997)の報告書では、この種の規制により生じた競争上の問題点が論じられている。
- 日本などの国々では、同様の規制が緩和されており、この分野で大幅な成長を実現している。日本では、小規模自営小売店の保護を目的として、1974年に大規模小売店舗法が制定された。この規制は、1990

年代に3回にわたり改訂され、内容が緩和されている。大規模店舗の開設申請の件数は、1989年の794件、1990年の1,667件から1996年には2,269件でピークに達している。

小売業の規制については、中小企業の保護など、公益の観点から正当な理由が存在するが、規制内容については、競争や経済成長に悪影響を及ぼしかねないことから評価を行う必要がある。

8. 2005年8月に、米国連邦通信委員会（FCC）においては、デジタル加入者回線のブロードバンド接続の競合他社への開放を地域ベル電話会社などの既存通信事業者に義務付ける規制を撤廃する旨の票決が行われた。このFCCの新規則により、デジタル加入者回線とケーブルモデムサービスとの条件が同じになっている。FCC側は、競合他社に自社ネットワークの開放を既存事業者に義務付ける規則によって、既存事業者の新商品投資意欲や新サービス提供が阻害されていると主張して、規則の改正を正当化している。他方、消費者団体からは、市場の競争が弱くなっておりデジタル加入者回線利用者から見ると選択肢が狭くなっておりサービスも劣化し料金も上昇しているとの主張が展開されている。

多くの場合、規制の公益実現の正当化の説明は合理的なものであるが、規制により消費者の利益に悪影響が及ぶ可能性があり市場の長期的成長・発展が遅れてしまう恐れがあることを念頭に置くことが肝要である。参入規制（殊に市場構造を規制するもの）は、回避すべきである。しかし、土地利用に基づいた規制などは、一定の状況では合理的とみなされる場合がある。自然独占の場合や、ユニバーサルサービスの配慮がある場合などは、独占権を契約の一部とすることは望ましくない。契約の中に盛り込む場合には、状況や市況の変化に伴い、見直しと修正を行う必要がある。金融市場や銀行業など安定性を根拠にして国が参入規制を課している場合、その内容は明確で透明なものとする必要がある。最低限の規制という原則を援用する必要がある。多大な悪影響が生じる可能性があることから、明示的又は黙示的な参入規制の原因となる規制については、規制当局で精査する必要がある。

4.1.2 独占権の付与と延長

アイデア、商品の生産、商品の購入、サービスの提供について、政府から企業に独占権が与えられている分野は数多く存在している。例としては以下のものが挙げられる。

- 固形廃棄物市場において、現地における廃棄物回収の一般的なメカニズムは、廃棄物回収の独占権が付与された民間企業によって回収されるというものである。
- 歴史的に見て、電力、天然ガス、電気通信、上下水道、郵便、鉄道などには、そのサービスを提供する法的独占の地位（又は独占権）が与えられている。
- 各種市場や各国において、特定の財・サービスの提供について民間企業に独占権を与える契約を中央政府や地方自治体が締結できる。このような事態が生じるのは、防衛契約などが考えられる。

独占権付与の動機は、無数に存在している。産業によっては、法的独占（又は独占権）付与の理由の一つとして、間接費が高額になることから生じる規模の経済を挙げているところもある。長期間にわたる市場と技術の変化に伴い、業界の規制緩和を行ったり国営企業を民営化したり競争を認めたりした国も多い。また、巧みな規制アプローチを用いることで、業界の中で自然独占が特徴となっている部分を把握して、競争を行えるそれ以外の部分（川上部分、川下部分の双方）から分離することができる。財・サービスの生産に関して独占権を得た者は、大きな市場支配力を獲得する。自然独占の場合、電力産業における料金規制や収益率規制により問題が軽減されている。

特許の付与については、明確な正当化の理由があるものの、近年になって大きな議論・懸念の材料となっている論点として、特許期間の「延長」に関するものがある。例えば、製薬会社の場合、特許期間の延長に向けて精力的な取組を行っている。特許期間が延長されると、下記のように深刻な悪影響が生じる恐れがある。

- 消費者が高い価格を負担する期間が長くなる。
- 積極的に延長を求めることにより、特許権者が潜在的な参入者（ジェネリック医薬品メーカーなど）に多額の費用を課すことができるため、将来、市場への参入の可能性が大幅に低くなる可能性がある。競争に対する長期的な悪影響は深刻なものになる恐れがある。

法的独占の付与には妥当な根拠があるものの、規制の効果に関する文献を見ると、技術革新の欠如、生産の非効率性、新技術の導入に伴う深刻な欠陥があ

り、これらの産業の長期的な成長が害されたという。また、政府が独占権を付与している状況では、賛否両論が混合しており、事例ごとに適切な評価が行われている。上述の固形廃棄物の例において、政府側では、この種の市場に競争を導入するとプラス効果が出てくるという認識が強くなってきている（フィンランドの実験に関する OECD (2000) の報告書を参照）。政府が付与した独占権については、この種の市場への監視を維持しつつ、廃止できる場合が多い。

ボックス 2 には、独占権に加え、独占権に起因する悪影響の具体例と議論が盛り込まれている。

ボックス 2 独占権の付与と延長

1. ウェスタン・オーストラリア州では、水利灌漑権（井戸の建設改造）規制（1963 年）により、水道メーターの設置、補修、検査を行う独占権が水・河川委員会に付与されていた。2000 年には、競争に悪影響を及ぼしているとして同規制の改正が行われ、水道メーターの設置、補修、検査を行う水・河川委員会の独占権が撤廃された。

2. 特許期間の「延長」申請が極めて多い産業は製薬業である。特許保護が延長されると、競争に悪影響が及ぶと思われるケースが多い。

- プロザック（抗うつ薬）の場合、1977 年に特許が取得され 1987 年に発売された。

歴史上、最も売れた医薬品の部類に属している。Eli Lilly 社はプロザックの特許延長を求めて 5 年間にわたり法廷闘争を展開したが敗訴した。この延長に反対した Barr Laboratories 社は、Dr. Reddy's Laboratories 社や Teva Pharmaceuticals 社、Geneva Pharmaceuticals 社、Pharmaceutical Resources 社とともに、オリジナル製品の何分の一のコストでジェネリック版を生産できる状態だった。ジェネリック医薬品が発売されるようになると、この 20mg 入りカプセルの価格は、2.00 ドル（Eli Lilly 社のブランドがついた医薬品）から 0.50 ドル（ジェネリック版）に低下すると見込まれる。

- 特許延長申請は、ありふれたことである。例えば、日本における特許延長の新規申請件数は 20 件であり、そのうち薬品関連が 16 件となっている。偏頭痛治療薬である Maxalt 錠剤について、Merck Sharp & Dohme 社は 5 年間の延長を取得している（現時点では 2017 年 1 月に

特許が失効する) (出典は日本の特許公報、2005年5月25日)。

3. ブラジルでは、ブラジルの特許に関連する専用実施権を特許権者が維持するため、特許を取得した発明についてはブラジル国内で生産しなければならない。製薬やバイオテクノロジーなど一部の業界では、生産施設は高価な投資であり、一企業が各国に工場を設けることは非現実的と思われる。他の業界でも、これにより競争への悪影響が及んでいると思われる。

4. 1997年のコロンビア鉄道事業団の事例では、コロンビアの国営企業である同事業団が30年間にわたり石炭輸送を行う旨の独占契約を民間企業(Drummond社)との間で調印している。また、同契約では、他社の石炭輸送を行う際には、Drummond社の事前承認が条件とされている。その後、コロンビアの監督当局が精査を行った結果、同契約が差別的な内容であり競争を制限していることが判明した。この競争法執行の例は、独占的契約の付与による悪影響の証拠である。

5. 政府により国営企業の独占が廃止されたものの民間の独占が生まれることがある。国有資産の高値入札がその判断の主な要素になる。政府としては、消費者や経済成長への中長期的な悪影響が大きい独占権を創設してはならず、短期的に高い対価を得ようという誘惑を退けなければならない。例えば、ジャマイカでは、20年間に及ぶ独占権が付与される形で電気通信会社の民営化が行われた。

6. Goodwin (2001)も述べているように、欧州司法裁判所で2000年に審査された事例では、コペンハーゲン市の規制により、市内で発生する建築廃棄物の処理施設の数が増え続けている。この規制で企図されていたのは、各施設への廃棄物の供給量を確保することで、質の高い再生材を生産する大規模処理施設の建設投資を推進することであった。十分な機能を備えていたにもかかわらず、規制により建築廃棄物の処理をできない施設があった。

特定の分野では、独占権の付与や延長によって必ずしも厚生水準が向上しないことがますます明らかになってきている。例えば、製薬産業のジェネリック部門の急成長を受け、特許の延長については綿密な検討が必要である。規制認可プロセスが長期にわたって長引き実質的に特許期間が短くなってしまう場合など、延長を認めるべき場合もあることは明らかである。場合によっては、

特許権者が精力的に延長を求め、競合するジェネリックメーカーに対し高額のコストを負担させる場合がある。既存企業の中には、豊富な資金力で長期の訴訟を行えるところもあるが、競合他社では、かならずしもそのような対応ができる訳ではない。このような場合、延長を認めると、安価なジェネリック医薬品が消費者に提供できなくなり、利益が大幅に害される公算が高い。廃棄物回収などの他分野においては、競争の導入を認める実験が行われており、提供サービスの質や料金の面でプラス効果が顕著であることが判明している。全体的に見て、独占権の付与・延長については、競争を大幅に制限しかねないことから、丹念な精査が必要である。

4.1.3 地方自治体内（又は国内）における財、サービス、資本の流通規制

財やサービスの流通に関する国内規制は、多くの国で広く見られる。歴史的に見て、地域や州をまたぐ商品移動には、通行税が課されていた。この種の規制の多くは時間の経過とともに撤廃されていったが、現在でも残っているものも見られる。この種の規制を課す根拠は多様であり、具体的には以下のものが挙げられる。

- 州内や域内の企業を競争から保護する
- 地域や州の道路については、通常、地方自治体の所掌になるため、その地域や州を他の地域・州から通過する商品の重量やトラックの大きさに応じて、規制や税金が課される。
- 消費者保護。例えば、特に州外や域外のアルコールの販売を禁止したり、州内を通過したり州内に流入するアルコールの販売・輸送を禁止する規制を設けることによる消費者保護。

物品の域内流通を制限する規制は、州外・域外からの財・サービスの購入を直接的に禁止するなど、極めて明示的な形式をとることがある。例としては以下のものが挙げられる。

- 米国のフロリダ州では、ワインの州際出荷に関する規制が設けられている。例えば、他州のワインを購入したり、他州のワインをフロリダの自宅に送付してもらうことができず、また、他州にいるワインクラブのメンバーになったり、自宅にワインを納入してもらうことはできない。これらの行為は、フロリダ州法に基づき重犯罪とみなされる。Giachino (2000)によれば、この種の規制が課される目的は、州内の小売業者や流通

業者に特惠的な地位を与え保護することにあるという。

規制の形態は、地域相互間の取引への課税など物品流通の障壁など、上記以外の形式になることもある。例としては以下のものが挙げられる。

- Goodpaster and Ray (2000)によれば、インドネシアには、農産品の地域間輸送に関する規制や課税が多い。法律第 18 号 (1997 年) によりこの歪みが軽減されたため、地域間取引が増えている。しかし、この種の規制については、南スラウェシ州などの一部地域において明示的・黙示的な形で復活している。具体的には、トラック運搬品目の重量に対する現地運輸当局による規制などがある。この種の規制の副作用として、トラック運転手から金銭の支払を求める地元当局の嫌がらせなどがある。この種の物品流通への障壁が設けられると、農家が得られる対価が低下し、地域市場の成長と発展が阻害されるという結果になる。

ボックス 3 には、財・サービスの流通規制で発生する各種の競争障壁の例が示されている。

ボックス 3 財、サービス、資本の流通

1. 米国のジョーンズ法により、米国の港湾相互間で貨物輸送を行う船舶に関して規制が課されている。メイン州議会から連邦議会に対して、商業の妨げとなりメイン州の港湾の全面的発展も妨げられているとして、この規制の廃止の要請が行われた。市場のグローバル化に伴い、造船会社や船舶所有者の国籍に関する規制は意味がなくなっているという主張が展開された。

2. かつて、インドでは、州際的な穀物の移動に関する規制が課されていた。政府当局により、通達を介して州際移動が規制されており、自由なモノの移動が制約されていた。1993 年に中央政府の決定により、農産物の流通を容易にするため、国全体が単一の食料地区として扱われることとなった。Wadhwa (2001) によれば、一部の州では少なくとも非公式な形で規制が存続しており、州際的な農産品の自由な移動が妨げられている可能性がある。

- 州境界線において現地公務員に広く見られる慣行は、物品を運搬しているトラックを停止させてチェックを行うことである。日常的なチェ

ックを口実としたものであるが、トラックが何日間にもわたって足止めを食らうこともある。そのため、民間業者には重い費用負担となっている。パンジャブ州、ハリヤナ州、ウッタル・プラデーシュ州西部の小麦穀倉地帯では、非公式な規制が課されており、農家が安価で農産物を販売する権利がない状態になっており、政府の規制が強奪に近いものとなっている。

3. 大半の諸国では、トラックで輸送される物品が全体の大きな部分を占めている。トラック業務については、規制が課されている場合が多い。その正当化の説明は多様であり、都市過密化や汚染の防止などが挙げられる。正当化の説明や制約内容の中には有意義と思われるものもあるが、重要なのは、トラック業務に対する規制により物品流通の縮小、市場の分割、競争への悪影響という事態につながる点を認識することである。いくつか例を挙げてみる。

- 高速道路 A12 号線は、ドイツとイタリアとを結ぶ主要な商用交通幹線である。チロル地域では、環境上の理由（大気環境の改善）により大型トラックの禁止措置が開始された。欧州司法裁判所（第 C-320/03 号事件）からは、このような幹線道路での大型トラックの禁止措置は、物品の自由な移動を不当に制約するものである旨の判断が下されている。
- かつて、EU 加盟国では、週末や祝日に大型トラックの各種運転規制が設けられていた。例えば、国際道路運送連盟からは、この種の各種規制によって加盟国内の商業や EU 全体の商業に深刻な影響が及んでいるとの主張が行われ、規制内容の調整が求められた。

4. 多くの諸国で専門資格の移動に障壁が存在しているため、専門職のサービス市場に制約が課されている。かつて EU 加盟国の間で法令の内容に一貫性がなかったが、現在では EU 指令「相互認定に関する原則」により、加盟国相互間での資格認定が求められている。この種の規制が緩和されれば、専門サービスの移動が広がり、提供サービスの幅の拡充と料金低下という形で消費者に利益が及ぶと思われる。米国では、各州で資格試験（例、司法試験、医師試験）が義務付けられている。これにより、州相互間の医師・法曹の移動が制約されるとともに、競争も制限されている可能性がある。

重要なのは、消費者が競争の利益を享受し企業が販売市場を拡大して成長していくには、国内地域間における財、サービス、資本の自由な移動が必要不可欠という点を認識することである。国内の地域や州で財・サービスの流通に規制が課されると、このような利益が失われる恐れがある。このことから、財・サービスの流通を規制する規制案については、丹念に精査を行い、予想される便益と費用、競争への効果を評価する必要がある。原則として、このような規制は撤廃すべきものである。

4.2 供給者の競争能力を制限する規制

政府や職能団体は、市場における企業間の競争の程度を制限する規制を課す場合があり、価格の上昇、財・サービスの種類の減少や質の低下が生じることがある。例として、下記内容の規制案が挙げられる。

- 商品又はサービスに係る広告又は営業活動の自由が制限される時
- 他の供給者に比べ一部の供給者に対して有利な内容が定められているとき、又は、十分に情報を持っている顧客の多くが選択するであろう水準よりも「不当に高い」規制が設けられているとき
- （例えば、既存の事業者を新規参入事業者と異なる扱いをすることにより）一部の供給者の生産費用が他の供給者の生産費用に比べて著しく引き上げられるとき
- 財又はサービスの売価が抑制される時、又は大幅な影響を受ける時

具体例と議論の部分で後述するように、この種の規制の背後にある動機は、経済的・社会的に有益な根拠がある。ここで目指しているのは、この種の動機を問題にすることではなく、これらの規制が市場の競争に及ぼす潜在的な悪影響を徹底的に検討するとともに、価格上昇と選択肢の減少や品質低下から生じ得る消費者の利益の減少を必要最小限にする形で、その規制を他の方法で代替し得るか否かを検討することである。

4.2.1 広告又は営業活動に関する規制

企業による広告は、既存商品の商品特性、品質、価格に加え、既存商品の改善点や新製品の導入に関する情報を普及させることが可能である。一般的に、広告は、消費者に情報を提供して、情報に基づいてより良い選択を行えるよう

にすることにより、極めて重要な役割を果たしている。広告の頒布は、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌に加え、拡大を続けているインターネットなど各種メディア会社によって行われる。その他の形式としては、例えば、小売店における店頭広告、事業所での専門パネル、チラシ（又はパンフレット）の配布などが挙げられる。最後に、最近では、企業が電話や電子メール、ファックスを用いて情報を配信する消費者直接広告（又は販売）に向かう傾向がある。

大きく分けて、広告については、比較広告と非比較広告の2種類に分けられる。

- 比較広告の目的は、広告主により販売される商品の長所を他社と比較する形で褒めることにある。比較の内容は、極めて具体的で、技術面での差などを強調することもある。一般的な内容で、主観的な性質になることもある。また、比較広告は、広告主の商品と他社商品との価格の比較を示す場合もある。例えば、自動車メーカーの場合、他社製品に比較してどの程度自社製品が安全であるかについて広告や言及を行い、科学的衝突試験の調査内容を引用することがある。炭酸飲料メーカーでは、消費者調査に基づいて他社製品に比べ自社製品の味が良いことを広告することがある。
- 非比較広告の目的は、広告主の自社製品の特徴を強調することである。具体的には、品質、商品特性、価格が考えられる。他社の商品との比較は行われない。例えば、自動車メーカーの場合、自社の自動車の長所を褒めたり、車種の価格を明示することがある。

一定の種類の商品やサービスの広告・販売について規制を課している国は多い。これらの規制は、数多くの形式が考えられ、各国相互間で見ても、また、国内で商品相互間で見ても、大きく異なっている。ボックス4には、広告や営業活動に関する規制の例が分かりやすく示されており、以下では、問題点の一部について詳しく説明する。

- *比較広告* – 複数の国において、比較広告に関する規制（製品特性又は価格に関するもの等）が課されており、広告の内容が独立機関により妥当と判断されれば、その広告が認められる。比較広告に関する重要な論点は、広告に見られる主張や保証内容の妥当性に関するものである。例えば、個人消費者の場合、広告の主張内容が正確か否か検証する情報や能力をほとんど持ち合わせていないこともある。その意味において、消費者の苦情に対応できる機関の存在が必要であり、実際に、誇大広告や事

実と異なる広告に関して法令を定めている国も多い。大きな視点で見ると、比較広告に関して不当な規制が設けられると、業者相互間での商品品質、属性、価格に関する有益な情報を消費者が得られなくなる可能性が高い。

- **非比較広告** – 例えば、一部の国では、製薬会社による自社製品の広告が認められていない。同様に、アルコール関連の商品やタバコの広告も認められていない。建築士、弁護士、獣医、医師など各種職種による広告活動を全面禁止する厳格な規制が存在している。薬物については、規制を正当化する説明の一つとして、製薬会社に広告を認めると素人の場合に各種製品を十分に比較対比できないこともあり、(広告で)誘発される形で医薬品に対する需要が増大してしまうというものや、広告活動を行うと消費者の不安感を巧みに操作できるというものがある。その結果、薬物の使用が増加して、健康に悪影響を及ぼしたり、医療費の抑制に逆効果となる恐れがある。アルコールについて規制を正当化する根拠は、アルコールは健康に悪影響を及ぼす恐れがあるというものや、広告を行うと、消費者が過剰摂取してしまうというものである。専門職による広告に対する規制は、主として、各職能団体が課している規制によるものである。専門職については、かつて、この種の規制を課すことに合理的な理由が存在していたが、競争が不必要に制限されたり消費者の利益が害されてしまう恐れがある。広い文脈で見ると、非比較広告に対する規制によって、製品の品質や特質に関する有益な情報の普及が妨げられる可能性がある。
- **サイズ、メディア、時間** – 例えば、スピリッツ（度数の強い酒）は、専門誌に広告を出せるが、テレビなどのメディアでの広告活動には厳格な規制が設けられている。雑誌広告でさえ、度数の強い酒の広告に割り当てられるスペースを規制している国が多い。国によっては、酒類の広告を深夜時間帯以降に限って認めているところもある。サイズ、メディア、時間帯について規制を課す主な目的は、未成年や健康問題を抱えている人など、一部の人口層に有害な影響を及ぼす恐れがある商品の露出度を最小限に抑制することにある。
- **消費者直接販売 (Direct-to-consumer marketing)** – 各国では、電子メールやファックス、電話を介した消費者への直接販売を禁止したり大幅に規制する姿勢を強めている。一般的に、大企業、中小企業、自営業者のいずれも、自分の商品やサービスの広告を行う上で、この経路に依存している。この種の広告活動が増えている一因として、テレビや専門誌での

広告などと比べ、比較的成本が安い点がある。また、この種の直接広告を好んで用いる企業も多い。なぜなら、自社がターゲットとする層に、うまく接触できるからである。この種の販売活動の大きなマイナス面の一つは、プライバシーの侵害に関係している。個人の場合、電話を使った販売活動を行う人から、時折、電話攻勢を受けたくないと思えるかもしれない。法人の場合、商品やサービスの広告をファックスで送って欲しくないと考えているかもしれない。最後に、仕事に関係ないスパムメールは、職場における生産性に悪影響を及ぼすと考えられており、電子メールシステムやコンピューターシステムの動作を妨げてしまう可能性がある。しかし、消費者直接販売に対して不当に厳格な規制や全面的禁止措置を課すと、大きな悪影響を及ぼす可能性がある。消費者直接販売は、中小企業や自営業者が好んで使用する広告経路になる場合がある。なぜなら、コストが高いため、この手段を用いなければ、広告自体を行わないという選択を行う可能性があるためである。結局のところ、迷惑なファックスや電子メールによって職場の生産性低下を防止する上で、直接広告に対するある程度の規制は必要であるが、よりバランスの取れたアプローチを導入して、中小企業や自営業者が広告で事業成果を上げられるようにする必要がある。

上記以外にも、職業面での広告や営業活動に関する各種規制から生じる特殊な問題点も存在している。法令によって、専門職の営業活動に関する条件を定める権利が職能団体に対し与えられることがある。この場合、職能団体側では、競争抑止的な規則の成立に関心があるケースが多く、その方法の一つは、広告に関する規制を課すことである。この種の規則は、消費者から見て有益な情報の提供との関係で、極めて効果的な抑止力として作用することになる。なぜなら、規制の不履行があった場合に、営業を行う権利を職能団体側で取り消せるからである。広告活動に関する調査案件 17 件を細かく検討した結果、Stephen and Love (2000)が出した結論は、広告が増えると専門職サービスの料金が低下するケースが多く、専門職による広告の規制により参入障壁や競争障壁が生じるというものである。

広告規制の種類によっては重要な公益を実現するという根拠があるものも存在するが、一般的に広告規制が設けられると、情報の流れが減少し競争や消費者の利益に悪影響が及ぶ可能性がある。また、広告規制については、新規企業のブランド認知度を構築する能力を制限させることで、その参入を制限する効果もある。このことに鑑み、この種の規制については、可能な限り最小限に抑

制する必要がある。下記では、いくつかの代替的な方策を述べることにする⁸。

1. 比較広告に関する規制

上述のように、比較広告に関して厳格な規制を課している国が多い。代替策としては、虚偽広告又は誇大広告の防止を主眼としたものが考えられる。大半の市場において費用便益の観点から正当化が可能なのは、誇大広告・虚偽広告の規制に限られるという主張も見られる。この目的を達成する方法としては、消費者が苦情を申し立てられる制度や、虚偽広告や誇大広告に関して制裁を課す制度を設けることである。例えば、米国では、連邦取引委員会の消費者保護部門において、虚偽広告に関する苦情の吟味が行われている。このようなプロセスが設けられると、企業が損害賠償請求を行えるようになるとともに、行き過ぎを抑えて均衡をとって消費者を保護できるようになる。

ボックス 4 広告と営業活動

1. アジア諸国を見ると、広告を規制したり広告関連の具体的な枠組条件を設けるルールを定めている国が多い。

1. フィリピン - 直接的な企業の広告は認められない。
2. タイ - 比較広告は認められておらず、主張の内容は裏づけなければならない。

2. 顕著な広告規制が存在する（又は存在していた）国が多い。
例としては以下のものが挙げられる。

1. 監査（フランス、ルクセンブルグ、ポルトガル、スペイン、ベルギー、ドイツ）
2. 建築士（ルクセンブルグ、アイルランド、ドイツ、オランダ、ギリシャ）
3. 技師（ルクセンブルグ）

⁸ 広告が果たす情報関連の役割や広告の虚偽の各種側面についての実用的な議論は、Rubin (2000)を参照のこと。

4. 弁護士（ギリシャ、ポルトガル、アイルランド）
5. 公証人（フランス、スペイン、ギリシャ、オーストリア、ドイツ）
6. 薬剤師（アイルランド、ポルトガル、ギリシャ、オーストリア、フランス、ルクセンブルグ）
7. 会計士（フランス、ベルギー、ドイツ、ルクセンブルグ、ポルトガル）

例として、イタリアの獣医に関する広告規制があり、獣医の氏名と連絡先をインターネット上に掲示して仕事を得ることはできない。マーストリヒト会計監査研究センターの調査によれば、監査法人による広告に対する規制によって監査の質が直接的にプラス方向に貢献した証拠は存在しないと結論付けられている。また、この種の規制が EU 域内での競争に悪影響を及ぼしていることを示す確かな証拠があるとも結論付けられている。その上で、同調査では、迷惑なサービス提供や広告に関する国内規制を撤廃すべきであるとしている。

米国では、テレビ、雑誌その他のメディアを通じた処方薬の消費者直接広告(Direct-to-consumer advertising)について、製薬会社はこの種の広告を減らすべきとする圧力が強くなっている。米国上院から各社に対しては、新薬の広告を行う前に 2 年間の猶予期間を設けて欲しい旨の要請が行われている。規制が設けられることを懸念する一部企業は、新薬の広告を遅らせる措置を取り始めている。主に問題となるのは、新薬の広告によって、不要な処方が行われたり医療費が上昇したりするの否かという点である。消費者直接販売は米国とニュージーランドでは認められているが、EU やその他の諸国では禁止されている。

欧州議会では、ビールの広告規制を課す法案が検討されている。この法案が成立した場合、ビールが健康に及ぼすプラス効果に関するビール会社の広告が禁止される。この法案の主な目的は、健康に関するものであり、広告の抑制（および課税の強化）を強く求めているスウェーデンなどの諸国から圧力が加えられている。ビールの過剰摂取は有害である可能性が高く、健康保護の目的は正当なものである。しかし、広告を規制する法案については、赤ワインが健康によいと言われていることを踏まえれば、消費者によるビールと赤ワインとの選択に悪影響を及ぼすなどの形で、競争を制限する可能性がある。

2. 専門サービスの広告に関する規制

医師その他の専門職については、広告が禁じられていたり厳格な規制が課されている国が多い。多くの場合、この種の規制は、弁護士会や医師会などの各職能団体によって課されている。職能団体に対して職業実務の監督権限が与えられている場合、この監督権には、広告によって消費者が直接的な害悪を受けるといふ説得力のある証拠がある場合を除いて、真実を伝える広告を制限する権限は含まれるべきではない。専門職が真実を伝える広告を抑制してしまうと、競争が行われなくなったり、この種のサービスの料金が上昇する可能性が高い⁹。

3. 消費者直接販売(Direct-to-consumer marketing)

近年、直接販売が著しく増えており、各国政府により大幅な規制が課されるようになっている。しかし、禁止措置の中には、有害なものもある。中小企業や自営業者の場合、この低コスト広告手段を選択することがあるため、禁止措置によって中小企業や自営業者に対し過度な悪影響が及ぶ可能性があるためである。これよりも制約の度合いが低いアプローチとしては、オプトアウト条項を個人に与えることである。電話・ファックス番号や電子メールアドレスを「電話勧誘禁止」リストや「電子メール勧誘禁止」リストに載せられるようにする制度の創設も考えられる。インターネットやサーバーのスパムフィルターを用いても、このような機能を一部実現できるが、一般的に言って、(電話勧誘禁止の電話番号リストとは異なり)加害者の追跡調査は極めて困難であることから、電子メール勧誘禁止の政策は実効性に欠ける。このような解決策があれば、希望すれば各個人でオプトアウトできると同時に、企業（特に中小企業）も自社の商品やサービスを合法的に広告できるようになる。

全体的に見て、広告や販売が情報配信の重要経路であるため、広告・販売に関する規制は最小限に抑えるべきである。広告の内容が紛らわしい場合、追加的な情報を盛り込む規制が課されるときがある。場合によっては、比較広告に関する規制が正当化されることがある。上述のように、誇大広告や虚偽広告を排除するには、比較広告に関して、何らかの形で行き過ぎを抑えて均衡をとる制度を設けることも考えられる。

⁹ このような悪影響に鑑み、例えば、イタリアの競争庁法（2006年8月4日第248号の第2条）により、専門職サービスに関する広告規制が撤廃されている。現在、専門職に従事する者は、自分の資格内容や専門分野、サービスの特徴や料金の広告を行える。

4.2.2 含有量（内容物）と基準設定に関する規制

市場においては、当然ながら、特徴や品質を差別化する形で財やサービスが生み出される傾向がある。消費者の嗜好は多様である。この点に加え、各自の支払能力が異なることから、財やサービスの製造元が対応を行い、製品の属性や品質の面で幅広い種類のものを提供することになる。例としては以下のものが挙げられる。

- 自動車市場には、幅広い車種が存在している。例えば、非常に高額な大型の高品質高級車から、小型で比較的low品質・低価格の車種に至るまで、多様である。この市場の消費者は、品質に対する好みや所得水準が多様であり、所得水準によって購買力が左右される。自動車市場では、比較的low品質で低価格の車種で満足する消費者もいれば、高価格の高級車を好む者もいる。
- ボトル入り飲料水産業は、世界全体で急速に成長している。規制が存在しない市場であり、生産されるボトル入り飲料水の品質（例えば、ミネラル含有量を測定したもの）は、業者（又はブランド）相互間で大きく異なる可能性が高い。（含有量との関係で）良質の水を生産するコストは高くなるため、商品の価格も高くなる。嗜好が多様であることから、消費者の中には、安全ではあるが比較的low価格のボトル入り飲料水を好む者もいれば、値段が高い高品質のボトル入り飲料水を好む者もいる。

しかし、内容物に関する規制や品質基準が適用される商品やサービスは数多く存在しており、この種の規制や基準の出所としては、少なくとも下記の2種類が考えられる。

- 最低品質基準など、政府が製品の含有物又は製品特性に関する基準を設けているケースが多い。このようなことは、下記の分野を含め、多様な分野で生じ得る。

食品・飲料水の場合、含有物質と品質管理の双方とも規制の対象になり得る。食品や飲料水の含有物・品質規制の背景にある目的は、安全性確保と栄養価に関係している。

テレビ番組の場合、主に規制対象となるのは、猥褻な内容（例、ポルノ、罵倒表現）、又は、好ましくない商品（例、アルコール、タバコ）である。

番組の種類によっては、禁止対象のものや、特定の時間帯に制限されているものがある。

住宅・商用建築基準は、一定水準以上への品質向上を企図したものである。その主な動機は、安全性の確保である。

環境汚染が世界的に深刻な問題になっており、大気中や水中に排出される各種の物質について、政府が指針や基準を課す姿勢を強めている。

自動車の安全性は重要な問題であり、時間の経過とともに、自動車に取り付けられる安全装置について、政府が厳格な内容の公式基準を設けたり企業に指導を行ったりしている。まず、シートベルトから始まり、衝撃吸収帯、次いでフロントエアバッグ、最近では、高性能の拡張型エアバッグ一式の拡張式の順である。

- 弁護士や建築士、会計、医師などの職能団体の場合、教育水準に関する基準、職業資格などを通じて、最低品質基準や資格基準を課すことがある。このような規制を課す目的の一つは、提供される専門職サービスの質を向上させることであり、場合によっては、医師に見られるように、実務の安全性や信頼性に関係している。

基準や品質の設定については、必要なケースが多々あり、公益に資することは明らかである。重要な点として、この種の目的は妥当なものが多いものの、内容や最低品質について「不当に高度な」規制又は厳格な規制が設けられると、時として、多様性に富む傾向がある消費者の嗜好に対応できなくなる恐れがある。不当に高度な品質水準を強いる規制が設けられると、低価格、低品質を好む消費者（例、低所得の消費者層）が不利になる可能性がある。食品や飲料水については、摂取しても安全である必要があることは言うまでもないが、必要以上に高く品質や含有物質の基準を設定すると、消費者に提供される種類の減少と価格の上昇という効果が生じかねない。住宅建築基準は、明らかに必要であり、その趣旨は安全性の確保であるが、過渡に高い基準を設定したり建設可能な用地の供給を制限すると、住宅価格が大幅に上昇し、低所得者層の多くが市場から追い出されることになりかねない。メディアにおいて猥褻な表現は規制する必要があるものの、テレビ番組の内容に規制を課した場合（殊に、規制内容が十分に考えられていなかったり解釈の余地が広すぎる場合）、番組の種類が減ることで消費者に悪影響が及ぶことがある。自動車の安全性向上は極めて重要であるが、新世代の安全機能を取り付けると、自動車の最終価格が大幅に上昇する。望ましい水準を超える形で価格を引き上げる「不当に高い」安全基

準の場合、そのマイナス面の一つとして、低所得者層の多くが高価格を敬遠して、古い自動車（危険度の高い自動車）を長期間にわたって運転する可能性があるという点がある。安全機能は改善していかなければならないが、新規の安全規制の限界便益を限界費用と対比する形で評価すると有益である¹⁰。環境規制は必要なものである。なぜなら、大気や水質の改善との関係で明らかな社会的便益があるからである。しかし、少なくとも、「不当に高い」基準の設定が消費者や生産者に及ぼす経済的影響については評価する必要がある¹¹。最後に、弁護士や医師などの専門職については、資格取得の必要があることは明らかであり、実務の水準を確保する必要があるものの、職能団体によって、必要以上に高い最低品質規則が設けられていることがある。職能団体の一部規制の背景にある目的の一つとしては、参入障壁を高くして市場の競争を緩和させて、自分たちの所得を引き上げるといったものがあり、この点を指摘する学者も増えている¹²。

内容や基準に関する規制の多くは必要なものであるが、重要なのは、これらの規制により、企業に大幅な費用負担が課される可能性があることと認識することである。なぜなら、新規の基準を満たすため、自社の生産プロセスや製品の再構築を行おうと試みるからである。例えば、新製品の開発を行うため、多額の

¹⁰ 歩行者の安全は、欧州においては重要な問題であり、近いうちに成立予定の EU 安全要件では、自動車が歩行者と衝突した場合の危害を最小限に抑制するため、設計変更が義務付けられる公算が大きい。同規制では、脚への衝撃に関する具体的な対象を詳しく記述しており、自動車の前方部分の設計変更・安全性変更が必要になる可能性がある。Ogando (2003)で言及されているように、供給者側では、歩行者の安全性確保に向けた配置可能な各種システムに取り組んでおり、衝突の際にボンネットを持ち上げるシステムがある一方で、自動車への外部エアバッグの増設を目指したものもある。想定される EU 規則では、自動車メーカーすべてに対して費用面で深刻な悪影響が生じると考えられる。なぜなら、費用が増え、研究開発、設計変更を行わなければならないからである。そのため、自動車の価格が著しく上昇すると予想される。

¹¹ これまでより厳格な環境規制が課されたため、パルプ製紙業では、新技術への多額の投資など大幅な転換を行って、自社の生産プロセスや製品の再構築を行わなければならないようになった。Panchapakesan (2003)も言及しているように、費用の上昇幅は、一部の紙等級で、固定費・操業費で見てトンあたり 30 ドルにも及んでいる。費用増大のマイナス効果として、米国のパルプ製紙会社が新工場を海外に建設して規制の一部を回避しようとしたため、国内プラントが数多く閉鎖され雇用が失われた。

¹² Kleiner and Kurdle (2000) による研究には、興味深い情報が掲載されている。例えば、これまでよりも厳しい歯科医免許規制によって、虫歯の減少など歯科衛生は向上していないものの、歯科医の所得増という効果が生じている。

新規投資と研究開発費を企業が負担しなければならない恐れがある。また、前述のように、この種の費用の中には、埋没費用となる部分が多い可能性がある。つまり、その企業が業界からの退出を決定した場合に費用の回収が概ね不可能になる。このような費用負担により、一部の企業が市場から退出せざるを得なくなる可能性があるという意味で、競争上の問題が発生する恐れがある。予期しにくい深刻な最終結果は、規制変更後の新市場においては、競争が制限され価格が上昇するというケースが考えられる。これらの理由により、基準強化の便益と費用とを評価することが有益と思われる。

締めくくりとして、基準、品質、内容に関する規制を課すと、重要な論点になるのは、その基準をどの程度の水準にすべきかという点と、規制対象となる個別内容物の性質である。「不当に高い」基準は、消費者の利益に大幅な悪影響を及ぼす恐れがある。不当に高い基準や品質の実現に伴う費用の上昇については、注意深く検討する必要がある。なぜなら、企業側の費用負担が増えると、消費者が支払う価格の上昇と、提供される財・サービスの多様性の縮小という形に転嫁されるからである。内容物の規制を設ける際には、有害と考えられる個別具体的な内容物向けに設定した上で運用する必要がある。さもなければ、規制が拡大適用される傾向が生まれるため、多様性が失われるとともに競争が害される恐れがある。要するに、基準や内容物の規制を強化する場合の正当な社会的目標と、多様性と競争が制限される可能性など、それに伴って生じる費用との間で注意深くバランスをとり、比較考量で考えて厚生面での影響を判断する必要がある。

4.2.3 祖父条項

祖父条項とは、既存企業には旧規制に沿った操業が認められる一方で、新企業の場合には、新しく課された規制の適用対象になるという状態をいう。二つの例を検討してみる。

- パルプ製紙産業では、長年にわたり環境規制の内容が徐々にではあるが大幅に引き上げられている。単純な祖父条項の場合、既存の生産施設には新しい汚染基準に準拠するまで所定の猶予期間が与えられるが、新規の生産施設については、新規に課された規制を遵守しなければならないという内容になる。同様の例は、電力産業や化学産業にも見られる。
- 地震が起きやすい地域における新築は、耐震性水準が大幅に高くなっており、これに準拠しなければならない。同様に、新規の高層建物の場合、消火スプリンクラー・システムを設置しなければならないこともある。

古い建物については、通常、この種の規制が免除されている。

この種の祖父条項の背景にある主な動機は、これまで旧規制に基づいて生産施設の投資を行い操業を開始していた既存企業に対して、新規規制により不当な経費負担が課される恐れがあるというものである。既存の構造物や設備の大幅変更は極めて高額な費用となる可能性があるため、適用除外とするか、履行できるまでに所定の猶予期間を与えることも考えられる。例えば、古い建物について新規の耐震基準の遵守を義務付けたり消火スプリンクラー・システムを設置したりすると、極めて高額になるケースが大半であり、そのため、新規規制への準拠が義務付けられていない。他方、大半のパルプ製紙会社では、長期間にわたり、厳格な汚染規制基準への準拠が義務付けられている。祖父条項は非常に多様性に富み、複雑である。適用除外にする生産施設や猶予期間には、大幅な差があり、個別業界、生産技術の性質、新規規制の履行費用によって左右されると考えられる。

ボックス 5 祖父条項

1. 欧州温室ガス排出枠取引制度に参加している電力会社の場合、温室効果ガス排出枠の初回配分が重要になる。重要となる側面は、排出枠の配分が前年以前の基準年を基にして決定されるという既得権である。新規の発電所の方がクリーンだが、EU 域内の電力部門全般にわたり温室効果ガス排出枠が導入されることから、発電費用が大きく増加し、電力料金も上昇し、天然ガスへのシフトも加速され、既存発電所の採算性に強烈な影響が及ぶと考えられる。

2. Stavins (2005)による最近の研究では、工場への設備投資が規制の性質によって悪影響を受けたか否かについて検討されている。1963年～1992年における複数業界の研究では、米国大気汚染防止法の新規発生源審査により工場新設が大幅に落ち込み、古い工場の使用が継続されることが判明している。有機工業化学産業の場合、Becker and Henderson (2000)によれば、工場の既得権があると、残存率の上昇、工場の回転率の低下、企業の不採算事業の継続により、環境悪化が促進されたという。また、旧式で環境にも悪い工場の稼働が延長されることによる大気の改善状況についても述べられている。規制プロセスにおいて、揮発性有機化合物や窒素酸化物を排出する既存施設の修繕その他の汚染防止対策を早急に推進するには、使用年数に関して一貫性のある政策の導入が望ましいとの結論を出している。全体的に見て、この種の研究で指摘されているの

は、既得権が新企業の参入障壁を生み出しており、新規投資が減少するとともに非効率性が促進されているという点である。

3. 欧州の空港の大半での発着権を規制している現行の発着枠配分制度では、航空会社は特定の時間帯に発着枠を持っていなければ、その時間に航空便を就航できない。発着枠は既得権を用いて配分されており、前年に発着枠を用いた航空会社には、今年もその発着枠を引き続き使用する権利がある（ユーズ・イット・オア・ルーズ・イット・ルール）。この配分制度から見て取れるのは、新規参入者の低コスト航空会社や効率的な旧フラッグキャリアが発着枠を使った方が生産性が大きく上回るにもかかわらず、非効率で高コスト体質の航空会社が空港を使用できるということである。例えば、欧州委員会が 2000 年に下した決定では、ブリテイッシュ・エアウェイズによる英国航空輸送市場の「締め付け」状態は、同社が関連空港に保有する発着枠が全体の大きな部分を占めていることに加え、その配分に関して現存している既得権によって、強化されているという（詳細については Brueckner, 2004 を参照）。また、発着枠とゲート設備の規制は、米国連邦航空局にとっても大きな関心事となっている。

4. 欧州胸部・心臓血管外科医会は、胸部・心臓血管外科に関する共通基準を設け欧州連合の認定を得ることを目的として、1996 年に設立された。規則第 19 条によれば、同外科医会の設立時点で 5 年以上の実務に従事している外科医であって、独立した職責を果たし、他の適格基準を満たしている者は、無試験で認定を受けられる。この祖父条項に基づいて、外科医は 2001 年 9 月までに入会申請を行わなければならなくなった。

5. 1975 年に米国証券取引委員会（SEC）により、「国内において広く認知された格付け機関」（NRSRO）という新規の規制区分が設けられた。その効果の一つとして、適格性が低い企業の場合、高い格付の見返りとして債券発行者から代金を受け取る事業を新設しないようにするというものがある。この SEC の分類では、主要格付機関（Moody's、Standard & Poor's、Fitch）が適用除外とされている。1992 年以降、新法人に対して認可が付与されず、新規参入者はすべて Fitch に統合されたため、現在では、適用除外措置を受けた 3 社のみが存在している。特定分野のみを対象とする小規模格付け機関がごく少数存在しているが、NRSRO として指定を受けていないことは、業績拡大や新規参入の妨げになっている（White, 2001 を参照）。

旧式設備を即座に新規制に準拠させないというコスト面での配慮は経済的に妥当なものであるが、重要なのは、祖父条項によって旧式生産施設と新式生産施設との間で異なった基準が課されることから、新規参入者に対する費用負担が大きくなり、また、既存企業による新規設備投資にも大きな費用負担が生じる点を認識することである。負担面と費用面での非対称性の程度に左右されるが、祖父条項の効果としては下記のものと考えられる。

- 新規参入を制限する
- 既存企業による新規投資が鈍化する
- 旧式で非効率的な工場による非効率操業が継続できる
- 価格が上昇する

ボックス 5 には、各種市場における祖父条項に関する具体例と議論が示されている。

例えば、新規に厳しい内容の環境基準が導入されると、ある程度の適用除外措置を講じることは不可避である。明らかなのは、適用除外の程度が大きくなると（例、既存企業が長期間にわたる基準を満たす必要がない場合）、既存企業と参入者との間で非対称性が大きくなり、その結果生じる市場への悪影響も大きくなるということである。また、適用除外措置によって、既存企業による新規設備投資が減少するため、その市場の長期的な成長と効率性にも関係してくる点に注意することが極めて重要である。そのため、主に問題になるのは、祖父条項の構造である。仮定のシナリオを吟味して、いくつかの代替策について検討する。

検討対象となる法案 - 環境排出物に関する新規の基準を設け、既存企業すべてに 10 年間の適用除外を認める。この場合、競争効果を評価する際、新規の排出基準は所与のものとして考える。

考えられる代替策としては、以下のものが挙げられる。

1. 適切と判断される場合、祖父条項を設けないという方策を検討する必要がある。例えば、一部諸国においては、空港の発着権には、明示的・黙示的な祖父条項が設けられており、祖父条項を設けないという方策を評価する必要がある。しかし、環境基準の場合、新規の設備投資や製品・工程の変

更が必要になるため、祖父条項を設けないという方策は、意味のある方策ではない。

2. 既存企業すべてに祖父条項を適用するが、祖父条項の適用年数を短縮する。この点に関する判断は、規制による企業への費用負担の程度によって大きく左右される。費用負担については、絶対値で考えるべきではなく、相対比で考える必要がある（例、その企業の総売上高に対する比率）。この相対的費用が大きい場合、適切な祖父条項の適用期間も長くなる。
3. その企業の資本の取得時期に応じて祖父条項を適用する。既存企業を区分して、かなり以前に資本ストックを購入した既存企業と、最近になって購入した既存企業に分類できると想定する。この状況を検討する上で他の方法も存在するが、ここでは1通りのシナリオを考える。「古い」資本ストックの場合、減価償却によって、その機材の現在価値（と効率性）は極めて低いと考えられる。「新しい」資本ストックを保持している企業の場合、既存機材の市場価値と効率性は高くなる。このことから、比較的最近になって資本を購入した既存企業に取替を義務付けると、極めて費用が高額になり得る。資本財が大幅に古い既存企業は、いずれにしてもその取替えが必要な時期になっている可能性があるため、取替を義務付ける規制を課しても、過大な費用負担の色彩は薄いと考えられる。取得時期による切り分け点（古い資本と新しい資本の切り分け）点は、資本の種類という技術的側面決定される¹³。例えば、機材によっては耐用年数が数年間で妥当なものもあれば、パルプ製紙会社が購入する機材の場合には耐用年数は数十年のものもある。上記シナリオでは、資本の取得時期に応じて祖父条項を適用することの効果は、下記のような期間と組み合わせることが可能である。

- 古い企業については、祖父条項の期間を短くする
- 比較的最近の企業の場合、祖父条項の期間をある程度長くする

中小企業と大企業の差に関する検討。ここで重要な検討事項として、退出や追い出しに関するものがある。この議論は、大企業と中小企業の双方にとって重要になる可能性もあるが、新規規制に伴う費用負担が大きいことから、中小

¹³ 年代が異なる資本を保有する企業の場合（通常、このような状態と考えられる）、切り分け点は、年代の平均値とその平均値周囲の分散状況を考慮して判断材料とする必要がある。

企業が基準を満たせない可能性の方が余力の問題として大きいと思われる。一部企業の退出は不可避かもしれないが、大手の退出のシナリオを検討しておくとう用であろう。上述の問題と同様に、会社の規模、資本の取得時期、企業の生産技術関連の問題に応じて調整期間を変える形で、別の祖父条項のシナリオを検討した方が有益な場合もあろう。

上記の議論で明らかになったポイントは、祖父条項によって各種産業で極めて複雑な問題点が発生し大きな副作用も生じ得るという点である。全体的に見て、上記の想定上の祖父条項案には、調整期間（祖父条項の適用期間）の程度に幅があり、また、技術、資本の取得時期、企業規模などの企業特有の特徴に基づいて期間の条件を定めるといった要素が含まれている。

4.2.4 価格に影響を及ぼす規制

諸国において、規制により、電気、ケーブルテレビ、医療、電気通信、航空、タクシー、賃貸住宅などの市場で、財・サービスの価格が影響を受けている。自然独占の場合、規制を行わなければ、不当に価格が高くなると思われる。歴史的に見て、この区分に該当する産業（電力、電気通信、天然ガス、郵便など）は、幅広い形態の政府価格規制の適用を受けており、不当な高値から消費者の保護が図られている。

消費者保護を目的として政府が価格を規制することは可能であるが、そのマイナス面として、会社側が希望する料金水準を下回る価格になると、提供するサービスの質が低くなることもあり得る。価格規制の下では製品拡充の意欲が会社側にほとんどないため、製品の多様性も制限される可能性がある。国によっては、一旦、価格規制が緩和されると、航空、電気通信などの市場で質や商品の多様性の面で大きな変化が見られている。加えて、価格規制が課されている市場では、利益を上げる意欲が害されるため、参入が少ないと考えられる。全体的に見て、文献から見て取れるのは、一部の市場の価格規制で政府は正当な社会経済的目標を達成しようとすることもあるが、この種の規制は、長期的に各種の悪影響を及ぼす可能性があり、具体的には、生産効率の低下、新技術の導入の遅延、製品の品質低下や多様性の制限などが挙げられる¹⁴。このこと

¹⁴ Viscusi, Harrington and Vernon (2005, Ch.16)では、潜在的に競争可能な産業における価格規制導入の動機に加え、この種の規制から想定される効果と予期されない効果（生産効率に関する問題、価格競争の不在など）について詳しく論じられている。また、専門用語を用いずに、この文献を巧みに概説したものとして、Netz (2000)も参照のこと。

から見て取れるのは、企業間競争が盛んになると考えられる市場において、懐疑的な視点で価格規制の見直しを行い、可能な限り価格規制を回避する必要がある。

政策当局が市場介入する判断を下す場合、新規制などを導入せずに、「非対称性を是正」する方策（非対称的パターンリズム）や競争推進策を重視するのは、理由が存在する¹⁵。これらの方策を導入すると、「間違った判断」を下す消費者に対して大きな便益が及ぶ可能性があるが、ミスをしないうる者に対して費用負担は小さく、そのため、便益が費用を上回る公算が大きい。方策としては、以下のものが挙げられる。

- 比較を行える便利な情報源を提供すること（例、利用可能な各種料金プランから、携帯電話ユーザーの平均的費用負担を比較するウェブサイト、食品に関する諸要件のラベル表示、店頭販売品への値札の義務化、見積書や請求書の明細の義務化¹⁶）
- 消費者への情報提供に関する基準（例えば、平均年利の算定に関する一般原則）を整備して、資金調達プランを比較しやすくすること
- クーリングオフ期間を設けて（住宅担保ローンの条件を再検討するための1週間、自動車の購入、消費者としての権利の放棄、訪問販売のクーリングオフ期間）、情報収集を行いプランの再検討を行う猶予を与えること
- 諸条件を開示すること（例、年利や月別支払額を示すよう住宅ローンの貸し手側に義務付けたり、「このローンを受けた場合、借り手側は自宅に担保権を設定する。ローンに基づく義務を履行しない場合、自宅を失うとともに、これまで支払に充当してきた金銭一切を失うことになる」といった簡単な表現にする）

1 番目の方策について少し検討してみる。消費者向けの情報を改善することは、容易なことではない。情報の問題に関する具体例は、ボックス 6 に示され

¹⁵ 「ミスを犯す者に大きな便益を及ぼす一方で合理的判断を下せる者への害悪が皆無かほぼ皆無であるとき、その規制は、非対称性パターンリズムに基づくものと言える」（Camerer et al. 2003）

¹⁶ 大量かつ複雑な開示内容を義務付けると、消費者側が情報の多さに苦しむ可能性があるため、ほとんど効果がない可能性がある。

ている。消費者にとって、情報の負荷が過大になることも考えられる。法律専門用語を用いて記載された複雑な契約は、契約上の紛争解決の費用を減少させる上で役立つかもしれないが、この種の契約の表現や契約での開示内容は、平均的な消費者の意思決定プロセスで役に立たないと思われる。むしろ、消費者の意思決定で重要となる情報を抜き出して示したほうが極めて役に立つ。場合によっては、消費者側で有利な契約条件を得やすくする関連情報を提供すると、実際問題として、代替策の魅力の評価する際に混乱を惹起する恐れがある¹⁷。

適切な時期に適切な情報を消費者が把握している状態にすることは、複雑であるが、消費者向けの情報を改善すると、消費者の利益に大きなプラス効果が生まれるとともに、(住宅ローンの場合と同様に) 消費者側で多額の金額を節約できる可能性がある。サンプルとなる消費者を設定した上で、別の情報開示メカニズムを検証して得られる消費者側の便益は、この種の検証の費用を大幅に上回るケースが多いと考えられる¹⁸。

ボックス 6 情報に関する問題点

このボックスには、情報に関連する市場の失敗を是正する方策として政策当局で価格規制を検討する可能性がある状況の例が示されている。情報内容の改善を促進する施策は、代替策として示されている。

1. ローン

大半のローン契約には、複数ページにわたり細則部分が盛り込まれており、契約内容の多くは、個人消費者や中小企業がすぐに理解できない内容になっている場合がある。例えば、個人消費者が主に重視しているのは、ローンの金利の部分であり、下記の項目に関する細則部分については、無視しているか、ほとんど関心を払っていない。

1. 手数料の程度
2. 各種サービス手数料の金額

¹⁷ Lacko and Pappalardo 2007 を参照。

¹⁸ Lacko and Pappalardo 2007 を参照。なお、同書によれば、住宅ローンの開示に関する消費者向け情報内容を改善する上で想定される書式を見ると、混乱が増す可能性が高く、最も有利な料金のものを探したとしても、負担の小さいローンよりも割高なローンを選択してしまう回数が増える公算が高いという。

3. 分割払の滞納が1回（又は複数回）の場合の罰則

これらの項目は、消費者側が負担するローンの予想総額との関係で、極めて重要なものである。消費者や中小企業の場合、経済状況の変動により、予期せぬ形で経済的苦難に直面することがあり、その場合、分割払いが遅れたり、債務不履行状態に陥る恐れすらある。ローンを受ける際に細則部分を読んでいなければ、厳しい罰金について油断している状態にあると思われる。

中規模企業や大企業の場合には、ある程度異なっていると考えられるかもしれない。なぜなら、大企業の場合、事業規模が大きいことから、社内に法務部が設けられており、法務部の職員は知識が深く、細則部分を読むことに精通しているため、そのローンの予想合計額の全体像を把握し、適切な判断を下せる可能性が高いからである。

ローン契約の細則部分の内容を理解するには、消費者が十分な情報を得られるようにするとともに、適切な判断を下せるよう啓発していく必要がある。多くの国で見られるように、金融市場の供給サイドでは比較的競争が行われているものの、複雑な細則部分に関する上記の問題点や情報関連の問題点が必ずしも解消されていないことから、意思決定（特に、個人消費者や小規模企業の意思決定）が妨げられている可能性がある。

ローン市場において、ローンの本当の費用負担を明確化することを目的として政府が介入すると、金融市場において消費者にとって有利な契約が促進される可能性がある。政策対応としては、借り手全員に対し「ローン契約の骨子」という1枚紙を示すことで、主な価格設定条件の料金の透明性を増すというものが考えられる。ここに盛り込まれる情報としては、下記のものが挙げられる。

1. ローン金利を統一書式に記載（例、年利）
2. 手数料
3. 各種料金、追加料金
4. 債務不履行の際の罰則
5. 支払遅延の場合の罰則
6. 借り手側に課される可能性があるその他の費用

これにより、借り手側の一人一人に対して個別ローン契約の詳細につい

て情報提供を行えるだけでなく、ローン会社相互間での比較が容易になり、ローンを比較選択が行いやすくなる。

2. 通貨取引

旅行者がある通貨を別の通貨に交換したいと考えているケースを検討してみる。掲示されている為替レートが恐らく最も重要な要素となる。しかし、この為替レートは、公式な市場の為替レートに近いものから、為替レートに大幅な上乗せをしたものに至るまで、業者によって大幅な差がある可能性がある。さらに、大半の業者では、手数料を課しており、その範囲は、ゼロに近い水準から 10% となっている。このサービス（通貨の交換）に対する消費者側の負担合計額は、掲示されている為替レートと手数料の合計となるため、詳細部分に透明性が欠けている場合、複雑化する可能性がある。場合によっては、取引が完了した「後」に、取引内容と手数料の一覧を併記した 1 枚紙を受け取ることもある。結局のところ、掲示されている為替レートから当初予測していたものよりも、消費者側に不利な取引に終わってしまうことも考えられる。この種の取引では、消費者側が関連情報を把握して、提示されている為替レートや手数料について業者間で比較できるようにする必要がある。この情報収集のプロセスでは、消費者側が負担する重要な取引費用が必要とされる可能性が高い。取引に先立って、(手数料を含めた) 実効為替レートを計算した見積書の提示を義務化すると、有益かもしれない。銀行ローンその他の金融取引についても、消費者側が負担する料金合計額が複雑であるという点で、似たような特徴がある。

3. 葬儀

葬儀の手配を行う際に、料金について質問することはみっともないと遺族側が考える可能性がある。しかし、遺族が下す判断によって、費用面での影響が大幅に異なってくることがある。判断の際に料金が考慮されていない場合、手続の終了時での請求金額に遺族側が驚き、支払が困難になることもある。そのため、各国政府では、葬儀に先立って見積明細を提出するよう葬儀業者に義務付ける規制を導入している¹⁹。この種の

¹⁹ 例えば、米国連邦取引委員会の葬儀規則（16 C.F.R. §453）を参照のこと。この種の情報は市場から提供されるべきであるため、価格の透明性に関するこの種の規制は不要と思われるかもしれないが、葬儀業者から透明な価格情報が提供されていないか

規制によって、価格の透明性が高くなり各種料金プラン相互間での比較が行いやすくなり、消費者側でよりよい購買判断を下す上で役に立つ。

4. 自動車保険

多様なプランを提供する保険業者が数多く存在している。各プランには、自動車破損や物品損害、医療費の保険範囲について、保険購入者向けの情報やオプションが示されている。また、自動車保険の場合には、質的側面も重要になってくる。例えば、被保険者が事故にあった場合に懸念するのは、どの程度容易に保険金を得られるか、また、どの程度早い段階で保険金を得られるのかという点と、車の修理を行う場所や治療を受ける場所に関して被保険者が得られる選択肢である。この質的な側面は、被保険者がその会社との間で直接的なやりとりの経験がない場合や、消費者保護団体など、他の消費者から寄せられた外部情報がない場合、比較的不透明である。この市場では、同じ保険内容に自動車保険会社から低い（又は高い）保険料が提示される形で成果を得られることもあるが、上述の質的側面は、大幅に悪い（よい）場合があるため、保険購入の本当の費用には大幅な差があることになる。料金のみを材料として単純に判断してしまうと、保険会社から払い戻しを得るまでの所要間が何ヶ月もかかったり多額の取引費用を要することが分かったとき、大きなショックを受けると考えられる。そのため、請求に関する平均的拒否率や、修理期間、請求解決の期間を開示するよう保険会社に義務付けると、消費者側で比較を行う際によりよい判断を下す上で役に立つ可能性がある。同様の考えは、住宅所有者保険や生命保険を購入する際にも当てはまる。生命保険の場合で大きな課題となるのは、前払いを行うという点であり、商品の本当の品質は、かなり時間を経過しなければ分からないという点である。

4.3 供給者の競争意欲を減退させる規制

規制や制度の中には、特定の活動において企業間の情報交換や連携を認めるものがあり、この種の規制や制度が存在する場合、企業の競争意欲を減退させる土壌が醸成される恐れがある。特に懸念されるのは、このような状況になった場合、企業間でカルテルのような活動が促される恐れがあり、価格の上昇、生産量の減少、多様性の減退につながる可能性がある点である。このような配

ったため、同規則が制定された。

慮は、上述の主な規制分野 2 項目である供給者の数や範囲に関する規制や、企業の競争能力に関する規制とは大幅に異なるものである。また、電力、電気通信、天然ガスなどの制度的な規制産業に属する企業の場合、特有の商慣行があり、これにより競争障壁が生まれたり競争意欲の減退につながっている。競争意欲が減退する可能性があるのは、以下の状況の場合である。

- 自主規制又は共同規制が設けられているとき
- 供給者の生産量、価格、売上、費用に関する情報の公表が義務付けられているとき、又は、推奨されているとき
- 特定産業の活動又は事業者団体の活動の国内競争法から適用除外されているとき
- 事業者の変更（乗り換え）に伴う明示的・黙示的な費用を高くすることで、顧客による事業者間の乗り換えが減少しているとき。以下で詳説するように、特に問題となるのは、支配力のある既存の規制対象となっている独占企業によってこの種の費用が課されることである。

企業間の情報共有制度や連携が数多く認められていることの根拠は、これらの制度を設けると、技術革新が推進され、技術規格、基準、商慣行の統一が促進されるというものである。企業や産業を対象として競争法の部分的・全面的適用除外を認め、その成長と輸出拡大を図っている国は数多く存在している。場合によっては経済的・社会的目的が正当なものときもあるが、誤った方向性のもも存在している。以下では、企業の競争意欲に及ぼす影響との関係で、特に問題となる事柄の賛否の議論を述べることにする。

4.3.1 自主規制の推進

伝統的な指揮統制型の政府規制とは対照的に、特定の職種や生産者に対して、自主規制（共同規制）を定める権限が与えられていることがある²⁰。自主規制には、下記の利点が存在する。

²⁰ 下記の議論は共同規制にも当てはまるものが多いものの、ここでの議論は自主規制のみを考慮したものである。Jaguar Consulting（2003）の報告書や Deighton-Smith et al.（2001）では、自主規制と共同規制の各種側面に関する知見あふれた議論が展開されている。

- 協力的な色彩が濃い規制アプローチを導入できる。一目置かれた業界団体が積極的参加者として規制制度に関与していることから規制の信頼性が強化され、ひいては、規制の妥当性が裏付けられる。このような効果があるため、履行確保も改善される。
- 規制プロセスに業界その他の関係者を関与させ、これらの関係者を規制の監視団体（場合によっては、規制の執行団体）にすることで、費用をかけることなく資源を有効活用できる。
- 業界関係者の知識を規制の制度設計面で活用できるため、規制の目的に沿った内容にすることができ、制度的な規制を最小限に抑えられる。

自主規制が存在する分野の具体例は、下記の通りである。

- 品質、安全性などの製品特性
- 設計の互換性
- 技術規格の調整
- 倫理基準
- 汚染規制

制度的な規制プロセスが回避されているということは、政府規制に比べ自主規制の方が形式やアプローチの面で柔軟性に富んでいるということであり、また、問題が発生したときには適宜容易に是正できることになる。政府の視点で見ると、自主規制は、その性質上、低コストである。また、業界関係者から見た場合、従来型の指揮統制型の政府規制に比べて、自主規制の方が費用がかからないと見る傾向がある²¹。専門職種においては、従来型の政府規制とは異なり、基準の履行を確保する上で業界団体の方が適した立場にある可能性が高い。

²¹ なお、戦略的な問題もある。自主規制については、制度的な規制に向かう中間的な段階としての機能を果たしていることがある。自主規制で成果を出せない場合、政府が介入して制度的な形で市場を規制することがある。このような事態に直面すると、業界団体や業界関係者には、自主規制を提案して実効的に機能させるインセンティブが作用する。

市場参加者相互間で設計や規格に関して自主規制の合意が形成されると、競争を強化できる。最後に、従来型の政府規制に伴って企業には負担（費用や不確実性）が生じるが、自主規制の場合、この種の負担が小さくなるケースが多い。そのため、自主規制を用いると、効率性向上、技術革新の強化、収益性の改善を実現しやすい分野が多い²²。

しかし、自主規制や共同規制の場合、競争上の重要な問題が生じる恐れがある。その性質上、業界団体や同業組合を経由して自主規制を設けると、「競争相手」が結集して情報交換が強化される。市場参加者の会合の目的が製品設計や安全性基準に関する合意形成であるとしても、価格や数量、設備投資、市場シェアなどに関する企業戦略について議論を行いやすい土壌が形成される。そのため、一部の事業分野で市場参加者の連携を認めると、競争が行われるというよりも、情報交換や調整の度合いが強くなる恐れがある。問題点としては、下記の点が挙げられる。

- 価格調整の可能性が高くなる
- 新規参入の妨害を目的とした調整
- 提供されるサービスの性質や範囲に関する基準・規制を導入する合意が形成されると、消費者に対して損害が及ぶ恐れがある。
- 費用が割高な研究開発費を投入して革新的活動で競争を行わず、企業間で相互の活動を調整して製品やプロセスの新機軸を削減するという方策が選択される恐れがある。

市場における競争相手が多くても少なくても、このような問題が発生し得る。競争相手の数が少ない場合、価格面や生産面での調整が行われる可能性が高くなるが、競争相手が多い場合でも同様の問題が発生し得る。次の例を考えてみよう。現行技術水準の下で、業界団体（多数の企業会員で構成）において基準に関する合意が成立したとする。これよりも優れた技術を持つ新規参入者が参入を試みたとする。既存企業の側では、業界団体を通じて参入障壁を設け、自己の利潤を守ろうとする誘引が作用する（この例については、ボックス7のC#2を参照）。そのため、連携を認めると、既存企業で構成される団体の規模が大きいか小さいかに関係なく、カルテルによる競争を制限する効果につながるとい

²² Valentine (1998)や Pitofsky (1998)には、自主規制の賛否に関して有益な議論が示されている。

うマイナス面がある。

ボックス 7 には、自主規制と共同規制の例が示されており、自主規制や共同規制に伴って生じ得る費用・便益についても論じている。

自主規制に伴う重要な問題の一つとして、基準の設定が挙げられる。基準の導入が自発的なものである場合（即ち、市場参加者が遵守する指針が業界側から単に示されているとき）、競争を制限する効果は小さくなると思われる。注意すべき重要な点は、その業界基準が強制されているか否かである。強制されている場合、反競争的な行動の可能性が高い。なぜなら、この種の基準を用いて競争障壁が設けられる可能性があるからである（例えば、ボックス 7 の C の #2）。その意味で、自主規制制度を設計する場合、強制的な基準になるのを避ける必要がある。

価格操作や市場割当などの反競争的行為の問題について、競争法執行の実例を見ると、市場の競争相手が多い場合や少ない場合でもこのような事態は発生し得るが、集中度が高い市場や企業数が少ない市場の方が問題発生の可能性は高くなる。そのため、これらの要素（変数）は、こういった行為の可能性の測定に用いることができる。結局のところ、このような悪習の実施は国内競争法の執行の範疇に属することであるが、規制当局としては、規制制度の創設・変更の際には競争への悪影響が及ぶ可能性について認識しておく必要がある点に言及しておくことが肝要である。

ボックス 7 自主規則

A. 自主規制の種類例

1. オーストラリアでは、広告基準委員会と広告苦情委員会の新設により、1998 年に広告基準に関する新規の自主規制制度が開始された。現在、これらの組織は、広告内容に関する消費者からの苦情を所掌している。
2. 米国連邦取引委員会（連邦官報、1998 年 8 月 20 日）は、自主規制に有利な形で、羽毛・羽毛入り製品産業に関する表示指針が無効との裁定を下しており、これを受けて、業界側で表示基準が定められている。連邦取引委員会の決定は、既存の開示規則の方が、消費者需要を歪曲し、企業の生産決定に悪影響を及ぼし、反競争的な悪影響が生じる可能性が高いとの主張に基づいたものである。例えば、既存の規制では、羽毛含

有率 75%の製品を「羽毛入り」と表記することが認められている。しかし、この場合、羽毛含有率 100%の製品を高品質製品として区別しにくくなり、品質の高い羽毛入り製品を市場に送り出すという企業側の意欲に悪影響が及ぶことになる。

3. オーストラリアでは、業界側が顧客ニーズに適切に対応することを期待して、電気通信業界に一定程度の自主規制が認められている。技術基準や操業制度の共同策定を通じて自主規制が推進されるとともに、オーストラリア電気通信産業フォーラム（電気通信産業が全持分を有し資金拠出を行った団体）を介しても自主規制が促進されている。業界で定められたガイドラインの履行状況が不十分と判断された場合、規制当局から業界に対して「服務規程」の策定を義務づけることができ、この服務規程が実質的に規制内容になるとともに、その遵守は関連法令に基づく義務となる。後者の内容が厳格なため、業界としては、一定水準の自主規制を実現して正式な規制を回避するインセンティブが作用する。

B. 正式な規制が課される恐れと、自主規制における業界側の取組

1. 加盟国相互間での調整など、ビール産業に関する厳格な規制を設けるべきとの気運が EU 域内で高まっている。その目的は、ビールの摂取を抑制することであり、解決策の案としては、増税や広告の実質的禁止などが挙げられる。しかし、酒造業側からは、広告禁止や増税などの正式な規制よりも、自主規制の方が酒造業の健全な発展を図る方策として効率的である旨の主張が展開されている。また、正式な規制や過剰な調整は、長年にわたる欧州の伝統や業界の競争力を阻害し、開かれた欧州市場のコンセプトにも反するとの主張も業界側から提起されている。

2. 広告販促活動に関する批判の高まりと明示的な規制の恐れが見えてきたことを受けて、米国研究製薬工業協会によって 2002 年に自主規制ガイドラインが設けられた。しかし、企業の販促活動を規制する自主規制については、内容が不明確であり厳格さも欠くものであるとの批判が行われた。Lexchin (2003)も述べているように、同協会の使命は主として売上と利潤の増加であり、服務規程の骨子がまとめられた際、意図的にあいまいな内容にされており、販促活動の多くを適用対象から外し、誇大広告に関して余地を与えることで企業に広い裁量を認める内容になっている。

C. 自主規制分野における競争上の問題が存在する例

1. 米国では、医師に関する基準が米国医師会により設けられている。この規則には、広告、患者向けサービス提供、医師による価格競争に関して制約が設けられている。1979年に、米国連邦取引委員会により、医師相互間の競争が妨げられており医療業界における新種の競争の出現が妨げられているとして、この自主規制の形式が米国独禁法に違反している旨の判断が下された。

2. 業界の自主規制により予想外のインセンティブが生まれ、市場からの締め出しが生じる可能性がある。その例としては、1988年の米国独禁法事案（Allied Tube & Conduit Corp.対 Indian Head, Inc.事件）が挙げられる。この事案では、Allied Tube社により建物用の鋼製電線管に関する規格が設けられており、同規格が地方自治体の安全性基準に取り入れられていた。新規参入者により、高品質で費用効果も高いプラスチック製電線管を使って欲しい旨が提案された。既存の電線管メーカーは、業界団体の年次総会においてこの新規参入者に共同で反対票を投じた。同団体において、活動内容の調整が行われた結果、競争に深刻な悪影響が生じている。

第4節の冒頭のコメントを再び述べることで、自主規制に関する議論を締めくくるとする。上述の議論でも言及したように、また、ボックス7の例でも示したように、自主規制が設けられると、価格規制・数量規制の設定など企業間でカルテルを行ったり既存団体の利潤の保護を目的とした参入障壁を設ける方向で、予想外のインセンティブが生じる可能性がある。その意味において、自主規制に伴って発生する競争上の問題は、区分1「供給者の数又は範囲を制限する規制」に当てはまるだけでなく、区分2「供給者の競争能力を制限する規制」にも当てはまる。例えば、設けられる明示的・黙示的参入規制の性質にもよるが、この競争上の問題点は、区分1や区分2に該当すると考えられる。

4.3.2 連携、情報交換

市場における企業は、競争することが期待されている。競争により、価格の低下、効率性の向上、技術革新といった面で便益がもたらされる。大半の諸国における競争法では、価格、数量、市場シェアなどの要素に関する企業戦略を調整する行為が禁止されている。

しかし、この一般的禁止事項の例外が見られる。特定の連携形態や市場団体の設立が法令により認められているケースも多く、具体的には、以下のものが挙げられる。

- 農業協同組合を設立して、農産品の共同販売を行うこと。正当化の理由は、買い手側の方が規模が大きい傾向があるため、小規模農家が農産品に関して適正価格を確保できるようにすることにある。農協の設立を認めることは、買い手側の力への対抗措置と見られている。
- 法務や医療などの職能団体の場合、その会員向けの模範的実務のガイドラインや規則の制定が認められていること。これを認める場合、提供される専門的サービスに関する質と水準をこれまでよりも上手い形で規制することが想定されている。
- 同業団体を設立して、業界の企業が会合の場を設け業界動向や市況に関する情報交換を行えるようにすること。
- 製品の設計や互換性を調整して、規格と均一性を確保すること。
- 技術革新の推進を目的として研究開発共同事業を認めること。

この種の連携を是認・推進することには正当な理由が存在するが、予期しない副作用としては、これらの仕組を設けた場合、価格や数量に関する情報交換も可能になりカルテルが行われる可能性もあるという点がある。また、価格に関する情報公開が行われると、企業間での情報のやり取りが増えて、カルテルが行われる可能性が高くなる。

ボックス 8 には、企業間での情報交換を受けて競争当局が捜査を行った場合の例が示されている。これらの例は競争法の執行に起因するものであるが、情報共有によって競争を制限する効果が生まれるという事実（又は可能性）を示すため、これらの例が盛り込まれている。全体的なメッセージは、情報交換や連携を認める場合、競争を制限する効果が生じる可能性が高いため慎重に検討する必要があるということである。

ボックス 8 連携と情報交換

1. 1993年に、デンマークの競争当局において、国内3地域における生コン2等級の企業別取引価格を収集・公表する旨の決定が下された。データの公表から1年以内に、これら2等級の平均価格は15%~20%上昇した。価格の公表により、カルテルが行いやすくなり価格が上昇したものと考えられる。

2. 大半の諸国において職能団体や製造者団体は広く見られるものであり、本来であれば相互に競争しているはずの企業により集団的な意思決定が行われている。十分な監視や規制が行われていない場合、この種の団体が設けられると、加入資格の厳格化、意図的な企業の締め出し、価格設定などの反競争的行為の実行への合意形成により、競争が阻害されたり参入障壁が生じる恐れがある。

ブラジルのゴイアス州の麻酔医組合。この組合からは、ゴイアス州の会員麻酔医全員に対して麻酔処置の価格リストが配布されていた。ブラジル競争評議会では、価格調整を理由として同組合が有罪であるとの判断を下している。

ブラジルのマカパ市にある協同組合（Medical Works Ltd.）の場合、競合他社間における統一的な商行為や契約の導入に影響力を行使することで競争の抑制に関与していた。

3. 米国医師会では、健康保険制度の償還率に関する情報を医師が比較できるようにする必要がある旨の主張を展開している。また、医師の償還率は、大手健康保険会社によって契約を通じて課されており、交渉の余地がないとの主張を行っている。しかし、問題となるのは、この制度によって医師側で料金を設定できる可能性があるということである（料金内容を参照）。

4. Cavaliere, Silvestri and Tanasso (2001)では、企業が環境目標を達成できる形での自主規制や自主制度に関する問題点が概説されている。しかし、このような形での連携は、価格その他の活動に関する情報交換の土壌となり、競争を制限する可能性があると見られている。

5. Potter (2001)が言及しているように、ネット型企業の取引や情報交換に関して規制当局が重大な問題と考えているのは、売り手側相互間で開示・共有される情報量からカルテルや価格上昇が生じるのではないかという点である。平たく言えば、企業間（B2B）のネット取引によって、他社が行った販売の価格や数量を閲覧したり、他社に余力があるか否かを把握できる可能性がある。これにより、少なくとも暗黙の価格調整が促進される恐れがある。例えば、米国司法省では、インターネット上の債券取引の調査を行っており(Schiffirin, 2000)、また、Hotwire や Orbitz などの航空会社が設立した航空便予約会社の調査も行っており、加えて、Hotwire や Orbitz などの航空会社も、米国連邦取引委員会と運輸省の調査を受けている (Greenberg, 2000)。米国司法省は、航空便予約システムで共有される情報が価格操作に用いられている旨の証拠に基づいて、執行措置を講じている(<http://www.usdoj.gov/atr/cases/f4800/4800.htm>)。

6. 情報共有と反競争的効果という論点に関して、フランスの携帯電話産業の例は分かりやすい。Orange France、SFR、Bouygues Télécom の3社は、新規加入や解約に関する戦略的情報の共有に関与したとフランス競争評議会により判断され、高額の罰金が課された。同評議会の判断は、この情報共有により、競合他社の戦略に関する不確実性が減り、各社の商業上の独立性が害されたため、競争が歪められたというものであった。また、同評議会では、2000年以降、情報共有を通じて共同で設定した市場シェアの目標値の状況監視や安定化が可能になったと判断している。

分野によっては連携を認めると、研究開発面での連携など、社会に大きな便益が及ぶことは極めて明白である。そのため、企業間の連携に関する原則禁止の適用除外となる性質や範囲を見極めることは、規制当局が直面している困難な課題の一つとなっている。競争原理の違反行為を見ると、隠密裏に発生しているものが多く、この場合、外見からすぐに判断できず、規制当局側も容易に予想できない。この分野では、他の分野と同じく、特定の状況で連携を認めた場合の社会に対する便益が費用（つまり、連携を認めた場合の反競争的効果）を上回る可能性が高いか否かという難しい判断に至るまでの作業と実質的には同じ作業量になる。原則として、ある分野における連携（研究開発、互換性基準の設定など）を認めると、価格や市場シェアの配分の調整につながるか否かの予測は困難であるが、競争法執行に関する証拠を見ると、市場シェアが大きい場合や、企業数が少数の場合、この種の反競争的行為の可能性を示す指標であると見ることができる。最終的な分析において、国内の競争法執行当局には、価格面や数量面での連携行動を摘発・訴追する任務が与えられているが、念頭

に置いておくべき点として、規制上の決定が連携活動の土壌にならないようにする必要があるのであるという点がある。なぜなら、競争当局といえども、その摘発は極めて困難だからである²³。

4.3.3 国内競争法からの適用除外を部分的又は全面的に認める規制

諸国の状況を見ると、企業や業界団体に対して競争政策上の適用除外措置が政府により認められている国が多い。その動機は多様であり、適用除外措置の対象としては、下記のものがある。

- 輸出の促進
- 規制対象企業
- 農業協同組合
- 中小企業向けの団体

競争法の適用除外を認める場合の論拠については、明らかに歴史的観点から正当化できるものもある。世界的に見て、農家は規模が小さい傾向があり、その販売活動の調整を認めることには意味がある。上記区分の中には、適用除外措置を講じると、本来であれば存在していなかったはずの財・サービスを生み出したり財・サービスの質を向上させる上で資することもある。

ただし、深刻なマイナス面として、競争法の適用除外を認めたりライバル相互間での共同行動を義務付けたりすることで競争を排除・低減する規制を設けると、市場の競争の程度に悪影響が及び、この種の制度で保護された企業の行動からも、深刻な影響が生じるケースが多い。そのため、競争法からの適用除外を設ける趣旨の規制案には、注意深く検討を行う必要がある。競争法を継続的に適用する意思が政府にあるのか否か不透明な提案の場合、競争法が適用される旨を明確化する文言を加える必要がある。例えば、米国の1996年通信法には、「反トラスト留保条項」が盛り込まれており、独禁法が引き続き適用され通信法に取って代わられることはない旨が明らかにされている。

ボックス9には、競争法からの適用除外措置とその悪影響の例が示されている

²³ Ghosal (2007)には、競争当局の調査部門への各種情報経路に関する議論や、カルテル形式の活動の摘発極度に困難であることが示されている。

る。

ボックス 9 競争法からの適用除外

1. カナダの1987年海運同盟適用除外法（SCEA）では、海運同盟の一部実務（例、共同運賃設定、役務条件）については、競争法の規定の適用を免除している。海運同盟を競争法に抵触させないようにするため、SCEAを通じて独禁法の免除が定められている。Clyde and Reitzes (1996)の論文を見ると、定期船海運同盟の免除制度の一部側面により遠洋定期船の海運運賃が高くなっていることが示されている。

2. 欧州委員会からは、定期船同盟について、EC条約競争規定の取引制限行為禁止規定（第81条）の一括適用除外を廃止すべきとの提案が行われている。現行の一括適用除外措置は、理事会規則第4056/86号により設けられたものであり、共同での運賃設定や容積規制が認められている。この適用除外措置を廃止すると、運輸料金を削減しつつも信頼できるサービスが維持されることで、EUの輸出業者に対してプラス効果が及ぶことになる。また、上記の委員会案では、不定期便や沿海航行も競争実施規則（規則第1/2003号）の適用対象となるため、欧州委員会がこの分野に競争規則を適用できるようになる。

3. 米国のマッカラン・ファーガソン法（1945年）により、保険業界が州の規制の適用対象となっている場合、保険業界については、一部の連邦独禁法の適用除外が認められている。この適用除外措置が主として適用されるのは、料率設定のためのデータ収集である。その他の点では、独禁法により、保険会社の交渉拒否、強要行動、取引抑制は禁じられている。同法により、保険会社が保護されており料金設定が認められているという意見も見られる。King (2003)でも述べられているように、消費者支援団体からは、保険会社は同法を活用して保険料の引き上げと保険対象の抑制を行うなど、諸外国では違法とみなされる反競争的行為を行っているとの主張が展開されている。保険会社が価格操作を行っているという訴訟は、保険業界が独占禁止法から特別に適用除外されているとして裁判所により却下されるケースが多い。

4. 米国では、独禁法の適用除外措置を受けている業界や、独禁法に基づく特別措置を受けている業界としては、農業協同組合、漁業協同組合、銀行その他の金融機関、証券・商品業界、保険、新聞、プロスポーツ、

州際自動車・鉄道・海運、海上輸送、組合労働者、空運が挙げられる。米国議会で可決された新聞保護法（1970年）では、新聞社相互間で共同運営協定の設置を認めることで、限定的に独禁法の適用除外が認められている。その動機は、新聞社の破綻を防止することであり、特に、市場に日刊紙が1紙しかない場合が想定されている。

5. 自動車の流通・修理に関して欧州連合が独禁法の一括適用除外を設けていることから、自動車ディーラーにはアフターサービスの提供を義務付け、修理業者にはメーカーから品質保証マークの取得が義務付けられている制度が設けられている。そのため、メーカーには、自社ディーラーのショールームから他社ブランドを排除することで、市場支配力が生じることになる。この適用除外措置は2002年9月に失効しており、現在では、自動車ディーラーでは各種ブランドを提供できるようになっている。

6. スウェーデンでは、農業協同組合を対象として競争法に基づく法令上の適用除外措置が存在している。一次組合（組合に供給された物品の販売を担当）による価格設定は、反競争的行為に対して適用される競争法の執行措置の範囲外とされている。

7. 南アフリカでは、企業や職能団体に適用除外措置が認められることがあり、この種の適用除外が認められると、当該適用除外措置が認められなかった場合には反競争的行為となる行動も行えるようになる。適用除外が認められる理由としては、(a) 輸出の促進、(b) 中小企業の振興、(c) 産業の経済的安定性確保の支援、(d) 専門サービスの水準の確保、その職業の通常機能の確保などが挙げられる。

場合によっては、競争法からの適用除外を認めた歴史的経緯が奥深いこともあるが、この種の適用除外が導入された際には、真剣な考察が必要であると言える。OECDの報告書(1997)も指摘しているように、国内競争法からの適用除外は、エネルギーや電気ガス水道、運輸、通信、農業など数多くの部門で積み重ねられている。この種の適用除外措置が存在すると、支配的地位の悪用やカルテルなど反競争的な慣行が可能となり、経済活動が縮小する恐れがある。全般的に見て、可能な限り広範囲に一般的競争法を適用すると大きなプラス効果が生じる²⁴。

²⁴ 同報告書によれば、この点が特に重要になるのは、規制改革の後であるという。なぜなら、この種の悪用が存在すると、参入の防止や価格操作を通じて競争が生じな

4.4 消費者の選択と意思決定

供給業者は、消費者を獲得しようとして相互に競争を展開している。他の部分でも述べているように、政府の政策により供給業者が実行できる行動が不当に制約されることがある。さらに、政府の政策によって、消費者の選択肢が制約されたりするなど消費者の利益にならない形で消費者の意思決定に悪影響が及ぶこともある。

消費者が特定の財・サービスを購入する判断を下す場合、判断材料になるものとしては、個人的な嗜好、所得、価格、ライバル商品の性質などが挙げられる²⁵。ただし、判断を下す際に商品に関して十分な情報を持ち合わせていなかったり、商品の多様性に関して政府により制約が課されていたり、ある商品から別の商品への乗り換えに際して切替費用が生じることがあり、自由に乗り換えられていけば選択していたと考えられる商品を選べなくなることがある。さらに、偏った行動になってしまうと、本来の嗜好とは異なる判断を下してしまうこともあることが検証で明らかになっている。これらの要因によって、一部の財・サービスに対する需要に大きな悪影響が及ぶことになる²⁶。このような事態になれば、透明性の改善など消費者向けの支援措置が政府によって講じられることがある。

有益な形で競争を促す需要側の各種要因が重要であることを分かりやすく示すため、消費者に示された情報が不完全であったり、紛らわしいものであったり、誤解を招く恐れがあったり、判読困難な場合を考えてみる。このような状況では、市場が制約を受けていない場合、消費者の利益が最大化されない可能性がある。例えば、商品の品質に関して消費者が十分な情報を持ち合わせている場合、低品質商品を提供している企業は、高品質商品を提供している企業との関係で自社の価格を下げるか、自社商品を改善するかのいずれかを迫られる。対照的に、商品に関して消費者側が持っている情報が不十分であったり紛らわしいものであったり誤解を生じる恐れがある場合、商品の適切な評価が困難であ

くなる恐れがあるためである。規制により企業間の競争が生じず企業間の連携が促されている場合、カルテルに対処する法令を厳格に執行する必要がある。確固とした措置を講じない場合、改革の効果が失われる恐れがある。

²⁵ OECD 消費者政策委員会では、政府が消費者問題への対応策を講じる時期や方法を明らかにする枠組について、作成作業が進められている（消費者政策ツールキット、近日中）。

²⁶ 生産品目や競争形態、競争を行うインセンティブに影響を及ぼす規制の場合、市場の供給サイドに悪影響が及ぶことになる。

ると気づくかもしれない。この場合、相対的に品質の低い財・サービスに高額
の料金を支払ったり、情報の内容が紛らわしい場合には、ニーズに最も適した
商品を探すための労力を削ることもある。これらの理由により、消費者が情報
を把握できるようにすることは、活力ある形で有益な競争環境を育成する上で
最も重要である。

この点で政府が手を貸すことができる。Wilson and Waddams Price (2005) によ
ると、英国の電力購入世帯のサンプル調査を行ったところ、電力会社を乗り換
えた世帯のうち、割安な電力会社ではなく割高な電力会社へ乗り換えてしま
った世帯が全体の3分の1になっているという。この事態を説明する主な要因の
一つとしては、競合する内容の複雑な情報の比較が消費者にとって困難であ
る点が挙げられる。消費者の「錯誤」によって、企業の売上と関連する利益
の関係性が弱まり、均衡利潤のマークアップが上昇することとなる (Perloff
and Salop, 1985, Gabaix et al. 2005)。系統的に消費者を錯誤に陥れて利
潤を上げる事業戦略なるものが存在しており、供給業者が意図的にこのよ
うな戦略に沿って行動していると見られるとき、供給業者の製品の比較に
関する明確な基準を義務付けるなど、消費者を保護する根拠が存在すると思
われる。ただし、市場に介入するには注意する必要がある。なぜなら、供
給業者と消費者の双方に対して害をもたらす恐れがあるためである。消
費者の選択肢や意思決定に悪影響を及ぼす政策の例としては、多くの消費
者が望む水準を上回ったり下回ったりする形で製品規格を設ける規制 (そ
のため、消費者から見た場合の選択肢の一部が失われる)、特定商品の購
入を消費者に義務付ける規制、処方箋 (例、コンタクトレンズの処方) の
発行など消費者の選択肢を制限する権利を特定職種に与えて特定ブランド
のレンズの購入を義務付ける規制が挙げられる。消費者の選択肢の幅を広
げ意思決定を改善させる政策の例としては、食品内容物の表示を義務付け
る規制、住宅ローン金利の見積の標準書式を定める規制 (金融機関相互
間の商品を比較しやすくなる)、開示規則、クーリングオフ期間などが考
えられる。

4.4.1 選択能力

市場が最も適切な形で機能するのは、概して、消費者が自由な選択を行
えるときである。複数の業者を選べる場合であっても、選択肢が制約されて
いる可能性がある。このような事態が生じ得るのは、政府の規制によって消
費者の選択肢が制約されているときである。消費者が自動車の選択を行
う際に、修理に関して、自動車の修理に必要な機材がどの修理業者に設
けられているか制限が設けられているかもしれないと認識しているときな
ど、民間の規制が適切かつ望

ましいことが多い²⁷。選択肢に関する民間規制は、競争を促進するという点と消費者から見た場合の条件が有利になるという点でプラスに作用することがある²⁸。ただし、場合によっては、消費者に対する政府の政策によって選択肢が制約されていることもある。政府の政策によって消費者の選択肢が制約される場合、その規制が公益の実現に必要なものであり、競争への悪影響が小さい他の方法ではその公益を達成できないことを確認すべきである²⁹。

政府の政策によって、直接的又は間接的に消費者の選択肢が制約されることがある。例えば、隣接する州や隣国において低価格で処方薬や非処方薬を購入する行為が政府によって違法行為とされることがある。この場合、直接規制に該当する。また、医薬品の購入に関する保険対象に関する政府の規制によって、州外での医薬品購入については、償還が認められないことがある。この場合、間接規制に該当し、その効果は直接規制の場合とほぼ同じであるが、直接的な法的規制を介するのではなく、財政的な償還制度を介して運用が行われる。

消費者の自由な選択能力を制約すると、有害な効果が生じることがある。なぜなら、競争圧力が作用すれば価格の低下、品質の向上、財・サービスの多様性の拡大につながるはずであるが、消費者が好む選択肢の一部が選択不可能であることを供給業者側が把握している場合、その供給業者は競争圧力への感度が鈍くなるからである。また、消費者側から見ると、購入した商品への満足度が低くなったり、単に特定種類の商品を全く購入しなくなることも考えられる。

消費者の選択能力を推進することは、市場を効果的に機能させる上で重要であ

²⁷ 例えば、自動車のコンピューターシステムの修理には、その車種やメーカー独自の診断機器が必要になることがある。この特殊機器は高価であり、独自技術が必要になる場合もある。

²⁸ 米国の民間健康保険事業者からは、加入者向けに医師や病院のネットワークの紹介が行われている。健康保険事業者が医師や病院のような事業者を排除できるとすれば（残りの事業者に紹介できる患者数を増やせる場合）、これらの事業者との間で有利な契約内容を取り決められる。米国の州の中には、ネットワークへの参加を希望する医療機関に対しては、ネットワーク参加の権利の付与を義務付けている州もあるが、契約の選択を認めている州もある。Vita (2001)には、ネットワークに参加希望の医療機関に対してネットワークへの参加を認める義務が州内に存在する場合、その州では医療費が高くなることが示されている。

²⁹ カナダでは、高額ローンに対して抵当保険の加入が義務付けられているが、消費者側では保険会社を選択せず、貸し手側がその選択を行っている。かつてフランスでも同様の義務が設けられていたが、消費者側で事業者の選択を行える形で変更が試みられた。

る。この種の推進策が競争当局や消費者保護当局によって行われることもあるが、多くの場合、分野別の規制や立法措置によって行われるケースが多い。

- 政府の政策が選択肢の制約に一定の割合を果たすことがある。例えば、米国の場合、連邦レベルの規制により、コンタクトレンズを着用する場合には、コンタクトレンズの購入に先立って認定の眼科専門家から最新の処方を受けなければならない。この規制の設置目的は、適切と思われるレンズの種類や、矯正視力、その他のレンズの特徴について適切な診断を受けられるようにすることにある。眼科専門家の中には、独自ブランド（「ジョーンズ医師のコンタクト」など）でレンズを調達するところがあり、このレンズは所定の処方者からしか入手できない。例えば、ジョーンズ医師が所定の矯正視力の「ジョーンズ医師のコンタクト」を購入するよう患者に処方箋を出すことがある。患者から見れば、この種のレンズの値段を比較する能力に限られることとなる。なぜなら、法令上、処方された商品によってのみ処方が満たされ、「ジョーンズ医師のコンタクト」を販売しているのはジョーンズ医師のみだからである。価格設定のデータを見ると、独立系の眼科専門家やメガネチェーンの独自ブランド・レンズ（オンライン・ストア）の場合、次に値段が高い同質製品に比べ 9%~13%割高であり、最も低価格な製品（卸売店）よりも 50%割高であることが分かる³⁰。立法措置³¹を経て、米国連邦取引委員会から出された命令により、独自ブランドのコンタクトレンズの処方を出す場合には、同質の市販レンズを明確化する情報を処方箋に記載するとともに、処方箋については持ち運びが可能なものでなければならないという義務を課すことで、処方した眼科医から購入せざるを得ないという事態にならないように配慮されている³²。
- 時として、政府の政策が選択肢の拡大に資することもある。例えば、ワルシャワ市公益事業公社（MPUK）は、ワルシャワ公営墓地とポワスキ軍人墓地にある葬儀場をワルシャワ市から借り受けている。同公社の場合、この葬儀場の利用を希望する葬儀業者や個人顧客に対して、自社から追加サービス（音楽、葬儀司会者、葬儀サービスなど）を購入することが義務付けられている。そのため、葬儀場の利用を希望する場合には、す

³⁰ Biomedic55 のブランド商品と独自ブランド商品の売上に関する FTC のデータ（2005）を参照（p. 25）。

³¹ 「コンタクトレンズ消費者に対する公正取引法」（FCLCA） P.L. 108-164, 1117 Stat 2024.

³² 15 U.S.C. § 7601; 16 C.F.R. § 315

でに自分の葬儀業者が決まっている場合であってもMPUKから追加サービスをすべて購入しなければならない。墓地と葬儀業者との抱き合わせによって、葬儀業の競争市場における参入障壁の問題が生じている。ポーランド当局により、この慣行は葬儀業市場の競争に害があると判断され、MPUKに対して追加サービスの購入義務とその料金徴収を停止するよう義務が課された³³。

政府の規制によって消費者に悪影響が及ぶ形で選択肢が制約されている場合、眼科専門家が処方要件を用いて自社ブランド製品でしか実現できない処方を出すというコンタクトレンズ関連の規制の場合と同様に、選択肢を残す形で規制を改訂することが考えられる。ただし、純粋に民間の行為により自由な選択が制約されている場合、即座に政府の施策が解決策になると考えるべきではない。選択に関する純粋な民間規制は、プラスの効果を生じるケースが多い。政府の対応を評価する際の検討要因としては、各種選択肢の費用に関する適切な情報を得る前に消費者側に一定の手順が強要されているか否か、また、状況を総合的に考えた際に、消費者の意思決定が考慮されていないケースが多くなっているか否かについて、検討を行うことなどが挙げられる。

4.4.2 切替費用

場合によっては、財・サービスの供給業者を切り替える際に消費者が多額の費用負担に直面することがある。例えば、電話会社や天然ガス会社の場合、一定期間にわたり自社の商品・サービスの購入を義務付ける契約を消費者に署名させることがある³⁴。場合によっては、契約期間におけるサービス提供について前払金を支払わなければならなかったり、契約成立に一定の定額費用が請求されることもある。この種の条項が設けられる動機の一つは、このような状態に

³³ 競争当局の中には、墓地と葬儀場との金銭的な共同利益が必ずしも問題となるとは考えていなかったり、墓地と葬儀サービス事業者の分離が必要又は望ましいと考えていないところもある。FTCの「Wisconsin prohibition on joint funeral home/cemetery operation could raise prices and reduce choices for consumers, FTC cautions」(1993年9月14日、<http://www.ftc.gov/opa/predawn/F93/wifunera2.htm>に掲載)を参照のこと。そうは言っても、FTCにより葬儀規則が定められており、同規則では、消費者側で棺おけ・骨つぼの事業者を利用できるようにして、自社から購入されていない棺おけ・骨つぼを葬儀業者が受け入れなければならないようになっていたり、葬儀規則の趣旨に反する形で棺おけの取扱手数料を請求できないようになっている。16 C.F.R. § 453を参照のこと。

³⁴ 電気通信については、OECD(2008)「Enhancing competition in telecommunications: protecting and empowering consumers」(DSTI/CP(2007)FINAL)を参照のこと

消費者を封じこめておくと、消費者の流動性に対する障壁の構築に役立つからである³⁵。この種の契約の下で、新規の供給業者（新規参入者など）への乗り換えを希望する場合には、以前の供給業者に支払った料金を負担しなければならない。そのため、高額の切替費用を課すと、既存事業者に有利に作用し、競争が抑制されるとともに、将来的に参入が困難になる恐れがある³⁶。

深刻な問題となる形で切替費用が現れているのは、天然ガス、電力、電気通信など新規に規制緩和が行われた産業においてであり、これらの業種では、切替費用を組み込んだ契約が既存企業から提示される形で競争の頓挫が図られている。このような従来から規制対象とされてきた業種の場合、少なくとも下記 2 点の理由により深刻な問題が生じることとなる。

- 既存企業のガスパイプライン網や送電線網については、サービス提供を行うため、ライバル企業に開放しなければならない。
- 規制の遺産が存在するため、既存企業の市場シェアが高い。

ボックス 10 の例の一部にも示されているように、消費者が切替費用を負担していることから、他の事業者を選択する際に障壁が課されている国が多い³⁷。

³⁵ 携帯電話の場合、この種の条項の趣旨は、プロモーション期間中に大幅割引が行われるため、長期間にわたり携帯電話（送受信機）の料金を消費者に払ってもらうことにあるとの主張が見られる。この点は、携帯電話事業者相互間で共通のマーケティング戦略であるように見受けられる。しかし、この論理は、天然ガスや電力の提供には妥当しないと思われる。

³⁶ Paul Klemperer (New Palgrave Dictionary)によって、切替費用の一般的定義が示されている。具体的には、「ある商品に従来型の切替費用が見られるのは、繰り返して購入した際に、ある事業者から別の事業者へ切り替えるとコストがかかる場合である。例えば、ある銀行の口座を閉鎖して他行で口座を開くと多額の取引費用が発生したり、コンピューター・ソフトウェア・パッケージの乗り換えに際して多額の学習費用が生じたりする。また、「マイレージ」制の会員になると飛行距離が一定水準に達した後に無料で飛行機に乗れるなど、非線形の料金設定によっても切替費用が生じることがある。また、修理、詰め替え品、修理用品など「後続」商品や「補修」品を購入して、当初製品の供給元からの乗り換えが困難な場合も、切替費用が発生する。要するに、現在の売り手に対して資金を投下しており、新規の売り手に切り替える際にその資金投下を繰り返さなければならないとき、切替費用が発生する」という。

³⁷ Salies (2006)の論文には、一部諸国の切替費用の概要と試算のサンプルが盛り込まれている。

電気、電気通信、天然ガスなどの業種における既存企業の行動を見ると、切替費用を課したり新規参入者の市場参入を拒否・制約して、自社の市場支配力や利潤を維持しようとする傾向が極めて強い。これらの産業について、かつての規制独占状態から今後は競争環境を導入していく方向で指導するという面で、政府が重要な役割を果たすことができる。その解決策として、競争を強化するには、下記の各種要素のうち複数又は全部を実施しなければならない。

- 既存企業のネットワークへのアクセスを法制化する。この方策は、欧州の多くの国で見られるものである。米国の場合、連邦通信委員会（2005年8月）により、既存の通信事業者からライバル企業に対してアクセスを提供する必要はないとの裁定が下されているため、あいまいな状態にある（アクセスの問題点に関しては、本書で論じていない論点が多い。この点に関しては、オープンアクセスが認められている場合でも、既存企業がアクセスの質を落とせるか否かに関わってくる。この点については関連の規制当局が監視を行わなければならない）。
- ネットワークへのアクセス料金は、公平なものでなければならず、また差別的なものであってはならない。
- 消費者が事業者を乗り換えられるようにしなければならない。切替費用は低く抑えなければならない。それらの業種の切替費用には2種類の要素が考えられるが、それらの要素については双方とも引き下げるか撤廃するかして、乗り換えを容易にするとともに競争を促進しなければならない。

消費者による乗り換えが可能な場合でも、特定の期間・日付などの行政上の障壁が設けられることがある。この種の障壁が存在すると、消費者が乗り換えを希望しても乗り換えが事実上困難になる。

乗り換え禁止条項や前払金という形で金銭的障壁が設けられることがある。

締めくくりにあたり、市場における支配的地位、ネットワークの保有、切替費用を課せる状態という3要素が組み合わさると、要因が複雑に絡み合うこととなり、同時に対処していかなければならない。

ボックス 10 切替費用

1. ナンバーポータビリティ制では、事業者を切り替えた場合でも既存の電話番号を維持できる。英国では1999年から義務化されており、ドイツでは2002年から義務化されている。移動体通信の場合、ナンバーポータビリティ制は、切替費用が下がるため、競争に関して重要な前提条件と考えられている。番号の持ち運びができない場合、既存事業者のネットワークから乗り換えができない可能性がある。そのため、切替費用の存在は、既存企業に有利に作用するとともに、既存事業者の独占力の源泉であることは明らかである。この問題の重要性を示す例としては、(a) ナンバーポータビリティ制が英国では1999年から法制化されていること、(b) 2002年の年末からはドイツでもナンバーポータビリティが義務化されていることが挙げられる。Landgrebe (2004)には、欧州の移動体通信市場における各種切替費用の議論が記載されている。
2. 多くの諸国で電力市場の規制緩和を経た後、切替費用が市場の競争機能を左右する重要要因と考えられている。既存事業者によって課された障壁や費用の存在により事業者の乗り換えができない場合、市場の競争が脆弱化すると考えられる。この点に鑑み、乗り換え手続を合理化し消費者が負担する費用を軽減する方向で、この問題に重点的に取り組んでいる国が多い。
3. 消費者の乗り換え行動は、北欧諸国の間でも大幅な差が見られ、最も乗換えが多いのはノルウェー、次いで、スウェーデン、フィンランド、デンマークの順になっている。NordREG (2006)の報告書にも示されているように、乗り換えがどれくらい容易かは、国によって異なっている。スウェーデンでは、事業者の乗り換えが可能なのは毎月1日に限られており、1日遅れただけでも乗り換えに2ヶ月を要することもある。フィンランドでは、現行制度上、消費者が1年に複数回にわたり事業者の乗り換えを行う場合には、配電事業者による手数料の徴収が認められている。フィンランド、スウェーデン、ノルウェーにおいては、口頭又は電子的方法により新規の供給契約を締結できるが、デンマークでは、消費者が実際に契約書に署名しなければならない。上記調査でも述べられているように、乗り換えの障壁が低いことは、電力市場が実効的に機能する上で必要条件と

なっている。

4. オーストリアの電力市場では、小口需要家の乗り換え率が比較的低く、大口需要家の乗り換え率が25%であるのに対して小口需要家は約5%となっている。乗り換えの障壁の具体例としては、一括料金など電力料金に関して事業者から提供される料金情報が不透明であることや、最低契約条件が制約されており、契約期間や特約リベートが設けられているため乗り換えが難しく、乗り換えのインセンティブが弱くなっているという点が挙げられ、特に小口需要家の場合、その傾向が顕著である。同様の理由により、ガス利用者の乗り換えも低水準である。2004年秋に、オーストリアの競争当局がこれらの慣行の一部を対象として調査に着手している。

4.4.3 適切で役に立つ情報の提供

企業が業務を行う通常過程では、広告、販促その他の方法を用いて自社製品に関する情報が消費者に伝達される。発達した市場では、この種の情報を他の情報形態（過去の使用体験、事業者の評判、口コミ情報、第三者の評価など）で補足することが可能である。このようなメカニズムが総体として機能すると、情報に基づいて適切な判断を下す上で必要な情報を消費者が得られるようにする効果的な方法となる。

しかし、大規模な規制改革が行われると、通常の情報源から初期段階で提供されるのは、多くの消費者が必要としている情報のうち限定されたものにとどまる可能性がある。このような事態になる可能性が高いのは、それ以前に消費者が買う必要のなかった商品の市場が生まれたときである。例えば、家庭用電力市場で規制緩和が行われると、市場に新規参入した事業者の中から選択を行い、自分も含め消費者が評価の経験がない中で供給約款に同意することが消費者に求められると考えられる。このような場合のリスクとして、最適でない供給契約に調印してしまう消費者が多くなるという点がある。他方で、情報が欠如している場合、有利な条件の契約が他に存在する可能性があるにもかかわらず、従前通り既存事業者と契約してしまう消費者が多くなることも考えられる。

いずれの場合でも、適切な情報が欠如している場合、規制改革の成果に深刻な悪影響が及び、規制緩和プロセス全体が害されてしまう恐れもある。消費者から幅広い範囲で苦情が寄せられると、再び規制を求める声につながることも考えられる。既存事業者と従前通り契約する需要家があまりにも多くなると、効

果的な競争の発展が鈍化して、その市場が競争に適しているのか、それとも、再規制を行うべきなのかについて疑問視されることも考えられる。

政府による規制緩和策その他の大規模市場変革の取組が成功したと思われるようにするには、新規の選択肢を設けると同時に、顧客に比較の基準点を示す形で情報要件を設けることが妥当と思われる。

選択肢の中から判断を行うには、自分が想定している製品について消費者側で評価を行うことになる。多くの商品では、消費者が事前に情報を得られるようにすると、各種選択肢の中から判断する上で役に立つ³⁸。消費者が得られる情報が不十分な場合、誤った選択が行われるリスクが高くなる。ただし、消費者の情報不足につけこんで業績をあげている企業の場合、このような次善の判断から利潤を上げていることもあり、この場合、消費者に役立つ形で自社製品の情報を開示するインセンティブは小さいと思われる。

「情報の失敗」が単純に存在しているからといって、情報関連の義務を設けても情報の失敗の解決に必ずしもつながる訳ではない。この種の義務を設けた場合、予期しない結果が生じたり費用が増加したりすることを通じて、その義務自体に問題があるのか否かについて慎重な検討を行わなければならない。

4.5 まとめ

第4節では、政府や職能団体によって課される各種の規制について論じている。この種の規制の背後にある社会的・経済的理由について簡単に評価を行い、その上で、規制に起因する競争上の問題点を主に取り上げた。規制の種類別に、具体例と議論の内容を示して、各区分に属する規制の性質を明らかにした。価格規制などの介入措置について検討するとき、顧客に提供される情報の質的改善など、介入措置以外の施策によって問題点を解決できるか否か検討すべきである旨を述べた。

政府や職能団体によって課される規制によって競争との関係で生じる各種問題点を論じるにあたり、第3節の概念や枠組を使用した。次の第5節では、規

³⁸ 一部の財（経験財）については、消費して初めてその財の品質が分かるものもある（例、果物）。また、購入した後になっても、その財の品質が分からないものもあり（信頼財）、具体的には、医療や法定代理人が挙げられる。情報の提供と開示は、この種の財の購入に関して消費者がよりよい意思決定を下す上で役立つことがある。

制が競争に及ぼす問題点について理解を深める上で使える一般的枠組を設け、第6節では、競争との関係で生じるとされる問題点について精査していく2段階プロセスの概要を述べることとする。

5. 規制の競争評価に関する一般的枠組

第3節で概説された概念や枠組を用いると、第4節に示された各種規制の競争評価を柔軟に分析できるようになる。第3節の概念や枠組が柔軟な理由は、産業や市場の性質に大きな差が見られるが、業界・市場における各種規制が競争に及ぼす影響の評価に用いることができるからである。この節の主な目的は、規制当局やエコノミストが競争関連の問題点について理解し規制が競争に及ぼす効果の評価に役立つ形で、包括的な枠組を設けることにある。この節で包括的枠組について詳しく説明した上で、規制の評価に関する2段階プロセスについて、より具体的な形で第6節にて概説する。

原則として、評価プロセスを始めるにあたり規制当局が重視すべき点として、3つの重要側面がある。第一に、評価を行う場合にまず手をつけるべきなのは、実現すべき「目標」である。これを行っておけば、その目的を達成できる他の方策のうち、市場プロセスへの制約度が低いものの検討と評価が容易になる。例としては、以下のものが挙げられる。

- 情報を十分に得ていない消費者の保護が目的である場合、最低価格規制は、この目標を達成する一つの方策であると思われる。しかし、この目標を達成する他の方策も検討に値するものがある。
- 規制の性質にもよるが、ある程度の適用除外は避けられない。ただし、重要な点は、適用除外を認める期間を最小限に抑制することである。なぜなら、保護期間を長めに設定したり適用除外のメカニズムに不備があると、市場に対して深刻な害悪が及ぶ可能性があるためである。

第二に、比較的明らかな形で大幅な競争障壁が存在する市場が多数存在する可能性がある。この点を踏まえ、下記の区分で「既存の障壁」を箇条書きにしておくことと有益と思われる。

- 参入規制、祖父条項、広告規制などに関する規制上の障壁。検討対象となる市場に対する規制については、その内容を問わず箇条書きにして、その規制が競争に及ぼしかねない影響を書き留めておく必要がある。

- **多額の間接費・埋没費用。** 具体的には、市場で競争していくために企業が多額の広告費・研究開発費を負担する必要性などが挙げられる。例えば、市場における現在の財・サービス構成について、多額の資本投資・研究開発投資が必要である場合、新規制により（生産プロセスを変更する必要があったり製品の位置づけを変える必要があることから）市場の費用構造に影響が及ぶとすれば、既存企業のみならず参入企業に対しても深刻な影響が及ぶ可能性がある。
- **既存企業の行動。** 市場で支配的な地位の企業の行動によって、新興企業や新規参入者による競争が困難になったことは過去にあるのか否か。例えば、支配的な地位にある通信事業者や電力会社は、自社ネットワークの開放を拒否したり質を下げたりすることがある。

第三に、規制案に市場価格規制が伴う場合、企業活動の各種側面に悪影響が及ぶ恐れがある点を認識する必要がある。第4.2.4節でも述べたように、企業側が設定できる価格に対する規制は、商品の品質や多様性の低下、参入の減少、生産効率の低下、新技術導入の鈍化など、幅広い影響が生じる恐れがある。この点に鑑み、価格規制が存在する場合には、懐疑的な視点で検討を行うとともに、市場の長期的機能への悪影響が小さい代替策の有無について丹念に評価する必要がある。

上記の点を考慮に入れると、新しい規制が提案された場合の競争評価の諸側面の直接的理解を深めることができる。既存の規制を検討する場合であっても、このような評価は有益である。重要な点は、各種障壁の組み合わせにより競争に深刻な影響が及ぶ可能性があるという点であり、個別の障壁に着目すると、こういった影響が明らかにならないことがある。

上記評価を行った上で、競争に対する影響の理解を深めるため、下記事項を考慮する。

5.1 既存企業に対する影響を検討する

企業活動の各種側面に規制がどのような形で影響を及ぼすのか、また、規制から既存企業への影響は大幅に異なっているのか、また、影響が異なることによって競争関係が変化し、市場における競争が大幅に制限されてしまうのか否かについて、明確に理解しておくことが重要である。

- 規制を満たすための費用を評価する。

負担しなければならない費用の要素としては、どのようなものがあるのか。

これらの費用は、固定費用（経常外費用）なのか、それとも可変費用（経常費用）なのか。

企業の年間売上との対比で、この経費はどの程度の大きさなのか。

(iii)の回答は、企業規模に応じて変化するのか。例えば、中小企業への悪影響の方が大きいのか。

(iii)の回答は、資本の年代（古い資本と新しい資本との対比）によって変化するのか。例えば、旧式の生産設備を持つ企業への悪影響の方が大きいのか。

- 規制が企業の撤退に及ぼす影響を検討する。企業の撤退が大量に発生する場合、競争の制限につながる可能性があるのか。各種の規制により、既存企業には費用負担が課されることになる。

これらの費用が、企業の市場撤退につながるのだろうか。

退出する可能性が高いのは、どの企業なのか。

小規模企業が撤退するのか、それとも大企業が撤退するのかについて結論を出せるのか。生産設備の古い企業が撤退するのか否か、結論を出せるのか。

どのような種類の企業が退出する可能性があるのかについて理解できれば、想定される市場構造の変化について理解できるのか。

- 既存企業の反競争的行動に対して規制が及ぼす影響を評価する。例えば、規制により連携や情報共有が促進される場合、市場における企業間の共謀、すなわち価格カルテル、数量規制、市場シェアの配分といった事態につながる可能性があるのか。カルテルの取り締まりは、競争法執行の領域に属するが、価格カルテルや共同行為の違法性を明確化すると有用である。最後に、市場の過去の状況から、カルテルの発生が明らかな場合、この情報を意思決定過程で明確にする必要がある。

5.2 新規企業の参入に対する影響を検討する

第3節では、各種の参入者について論じられている。下記の質問への回答に留意することが肝要である。

- 参入者の種類に関係なく、その規制によって参入が制約されるのか。例えば、人口5000人ごとに薬局の総数を制限する規制がある場合、薬局の種類に関係なく規制が適用され、極めて明示的な形で市場における競争の度合いが制限されることになる。
- 新企業や工場新設など、特定種類の企業に関して、その規制により参入が制約されるのか。新規の環境規制を満たそうとすると、多額の設備投資が必要になる場合を考えてみる。この場合、規制による悪影響は、大企業よりも小規模参入者の方が大きくなる可能性が極めて高い。また、多角化目的の参入者に比べ、新企業や工場新設の方が大きな悪影響を受ける可能性が高くなる。ここでの競争効果は、これよりも複雑化していることもあり得る。例えば、支配的地位の企業が規制により発生する可能性があるため、共謀が促進される恐れがある。

参入に対する影響を参入者の種類別に把握しておくこと、その市場における今後の競争状況について有益な知見を得られると思われる。

5.3 価格や生産に対する影響を評価する

ここでは、検討対象となる規制により、その市場の財・サービス・生産価格が上昇していく経路について検討する。

- 規制により、生産者に費用負担が課されることがある。生産原価が上昇すると、消費者が負担する価格が上昇したり、企業の生産が低下する。例えば、このような事態が生じるのは、新規の環境・安全基準が課され、企業側が新規の投資や高額な投資を行う必要性に迫られるときである。その結果として生じる値上げは、明らかに反競争的行為に起因するものではない。しかし、この点に留意することは、価格上昇全体のうち、どの部分が費用上昇に起因するものなのか、それとも反競争的行為や市場支配力の強化に起因するものなのか評価する上で、役に立つと考えられる。

- 規制に端を発する形で、既存企業が退出したり、参入障壁の創設により今後の参入の可能性が低下したり、市場における競争が制限されたりすることがある。このことから、市場に残った企業が行使する市場支配力が増大したり、価格上昇、生産低下につながることもある。
- 規制により、企業間での情報共有や連携が強化されカルテルにつながる可能性がある。これにより、価格が上昇し生産が低下すると考えられる。

ここでの重要目標は、各種経路を分類して、下記の設問に対する明確な回答を得ることにある。

- 消費者が支払う価格は上昇するのか。
- 上昇する場合、価格上昇の原因となる主な要素はどのようなものか。

生産原価の上昇なのか。

市場支配力の上昇なのか

反競争的行動の可能性はあるのか。

ここで主に問題となるのは、市場における競争が（企業数の減少などにより）制限されているか否かであり、各種規制により複雑な影響が生じる点を認識することが肝要である。例えば、新規の環境規制の場合、企業が新規基準を満たそうとして多額の投資を行ったため価格が上昇していることは比較的明らかである。ただし、本書で前述したように、新規基準の効果としては、企業の退出、新規企業の参入減少などが考えられ、この場合、既存企業の市場支配力が強化される恐れがある。その意味で、環境基準が増えると、直接的原価要因により価格が上昇するとともに、間接的効果として、競争の制限により市場支配力が強化されたため価格が上昇している可能性もある。規制案を検討する際には、このような複雑性に留意して、その根底にある問題点を適切に理解する必要がある。

5.4 財・サービスの質や多様性に対する影響を検討する

大まかに言って、市場で入手できる財の質や多様性を制限する規制の場合、その製品の使用に関する深刻なリスクを軽減する目的で最低限の製品基準が挿入された場合を除き、消費者の利益に悪影響を及ぼすことになる。規制当局で

は、品質や多様性への悪影響が存在するか評価する必要があり、悪影響が存在する場合には、具体的な「公益」基準を満たしているか否か評価する必要がある。

- 最低限の品質基準を定める規制の場合、市場における多様性が制限されることになる。この場合、平均的な品質は向上するが、消費者が支払う市場価格は、この平均品質の向上を反映する形で上昇する。消費者の一部（例えば、低価格、低品質の商品を好む消費者層）については、消費者厚生が減少することになる。
- 市場の製品が差別化されている場合、規制の導入により企業が撤退すると、製品の多様性が縮小する可能性が高い。
- 規制により参入障壁が生じる場合、その市場については、参入が自由だった場合の多様性の拡大という便益を受けられない。

全体的に見て、市場における多様性が縮小し質も低下すると、消費者の利益に大きな悪影響が及ぶ可能性がある。このような悪影響と、規制の主な社会的・経済的目的との間では、慎重にトレードオフ関係を見極める必要がある。

5.5 技術革新に対する影響を検討する

事業効率や技術革新への影響を理解する上で、妥当する原則の一つとして以下のものがある。

- 規制により参入障壁が生まれ、既存企業が退出する場合、市場における競争が制限される可能性が極めて高い。競争が行われないことから、既存企業の効率性が低下したり、技術革新へのインセンティブが害される恐れがある。前述のように、各種の規制でこのような顛末になる可能性がある。例としては、下記のものが挙げられる。

祖父条項により既存企業に対して大幅かつ長期間の保護期間が認められている場合、新規参入が減少し非効率な生産慣行が継続する恐れがある。

広告が禁止されると、市場の競争が制限され、技術革新やコストパフォーマンスの向上に向かうインセンティブが失われる可能性がある。

地域間の財・サービスの流通が規制されると、域内で競争が制限され、

非効率な生産構造が促進されてしまう恐れがある。

もう一つの重要な点は、規制に起因する費用負担に関係している。このような問題点が深刻な場合、企業の研究開発費その他の技術革新活動に悪影響が及ぶ可能性がある。なぜなら、技術革新活動に投入していた資源が規制基準を充足する方向に転用されるからである。

5.6 市場の成長に対する影響を検討する

- 成長に悪影響を及ぼすと考えられる規制の主な特徴として、下記 2 項目がある。

規制によって、既存企業と潜在的参入者に高い費用が課されるとき

規制によって参入障壁が生み出され競争が阻止されるとき

市場の成長の問題の検討は、生産・売上の拡大と、有形固定資産に対する新規設備投資の増分を検討することで行うことができる。この点の分析は、前述の参入・退出に関する問題点と直結している。

5.7 関連市場に対する影響を検討する

検討対象となる市場への直接的な影響に加え、規制によって、その上流部分や下流部分に位置する市場にも影響が及ぶ可能性が高い点を理解することが重要である。例えば、規制によって自動車の排気ガス削減が義務付けられ、新基準を満たそうとすると自動車会社の生産原価が上昇する場合を考えてみる。この種の規制は、自動車産業の生産や価格に対して明らかな形で直接的な影響を及ぼすが、自動車ディーラーや、ゴム、鋼材、エレクトロニクスその他の部材の供給元など、市場の多様性に対しても間接的な影響を及ぼすことになる。また、新設の排ガス基準を満たす上でガソリンに新規の添加物が必要となったり精製過程を変更したりする必要があるため、石油業界にも影響が及ぶ。上流や下流にある市場（つまり「サプライチェーン」全体）への影響を無視してしまうと、ある状況では、競争や厚生に対する悪影響を大幅に過小評価してしまうことにもなりかねない³⁹。

³⁹ 市場相互間の関係については、別の方法で考えることもできる。例えば、2種類の製品が存在している場合、全く同じではなく別々の規制区分に属するものの、購入者層が同じになっている場合がある。ある地域で厳しい規制が課されると、他の地

規制の影響を適切に測定するには、関連市場（上流市場と下流市場）全般に対する影響を吟味する必要がある。その手順は、2つの部分が含まれていると考えられる。

- 予備評価を行って、その市場への影響の有無を把握するとともに、上流・下流部門が競争に大きな影響を及ぼす可能性が高いか否かを把握する。
- 上記設問の答えが、深刻な影響があるとなった場合、競争評価を完全なものとするため、上述の 5.1～5.6 について吟味を行い、各関連市場への影響の有無を確認する必要がある。

5.8 規制の影響の要約

検討対象となる一次市場に関する結論を明確化する。

- 価格、生産
- 製品の多様性と品質
- 効率
- 技術革新

影響を受ける可能性がある関連市場（上流市場、下流市場）に関する結論を明確化する。関連市場の評価を行うのは、上記 5.7 で概説された手順を踏まえ、一次市場との関係で深刻な悪影響が明らかになった場合に限られる。一次市場の場合と同様に、要約としては、下記の諸要素に対する影響を盛り込む必要がある。

- 価格、生産

域が「人工的」に競争上優位になることがあり得る。カナダにおけるパワーボート（モーターボート）と水上バイクの例を考えてみよう。水上バイクとモーターボートは、利用する側から見ると緊密な代替関係があるにもかかわらず、水上バイクに対する規制は、モーターボートとは大幅に異なっている。別の例としてはカナダの不動産法規があり、各種サービスの一括提供が義務付けられている。なぜなら、実際にこの種のサービスを個別提供できるとは立法府が認識していなかったためである。

- 製品の多様性と品質
- 効率
- 技術革新

5.9 自由市場に対する制約の度合いが低い代替的規制

多くの場合、競争への悪影響を最小限に抑制する形で、規制の構造を組み替えられる。規制の種類によっては、代替案の性質について幅広い合意が形成されることもあるが、問題の内容が複雑であり個別具体的な評価が必要なものも存在している。下記2つの仮説例について考えてみる。

1. 規制 – 広告の全面禁止。タバコやアルコールのような一部商品を除き、広告への制限は懐疑的な視点で見ることがある。検討される代替策としては、下記のもので考えられる。
 - (a) 広告の全面規制を廃止する
 - (b) 非比較広告はすべて認める
 - (c) 非比較広告と比較広告を全面的に認めつつ、比較広告については内容を検証する
 - (d) 広告を全面的に認めつつも、虚偽広告や誇大広告を認めない旨の基準を設ける

大半の場合において、方策(c)又は方策(d)が理想的と考えられる。
2. 検討される法案 – 環境排出物に関する新基準を制定し、既存企業すべてに対して10年間にわたり適用除外を認める。この場合、競争効果を評価する際、新規の排出基準を所与のものとして考える。考えられる代替策としては(下記の各項目の詳細については、祖父条項に関する第4.2.3節を参照)、以下のものが挙げられる。
 - (a) 適切と判断される場合には、適用除外の不適用を選択できるようにすることを検討する必要がある。
 - (b) 既存企業すべてを適用除外としつつ、適用除外の年数を短縮する。
 - (c) 企業の資本の年代に応じて適用除外を行う。年代による効果は、適用除外の期間と連動させることも考えられる。

- (i) 年代が古い企業の場合、適用除外期間を短くする
- (ii) 年代が新しい企業の場合、適用除外期間を長くする
- (d) 小規模企業と大企業との間で適用除外期間に差を設ける

上記の適用除外ルールの代替案としては、調整期間（適用除外期間）の程度に差をつけたり、資本年代や規模など企業の特徴に応じて期間の設定を行うというものが考えられる。

評価におけるこの部分の完成度を高めるため、規制案の構造について別の方法を確認する。代替策のそれぞれについて、下記の事柄を行う。

- 競争効果を評価する。
- 競争への影響に着目して代替策の比較を行う。
- 便益を最大化させつつ規制を最小限に抑制する形で、代替策の順位を定める。

この節の締めくくりとして、重要な点について言及しておく。規制の多くに見られる問題点は、ある時点において、また、世界の一部の国において規制によりプラス効果をもたらされるかもしれないが、過渡に長期間存続してしまったり保護主義的になってしまうことも考えられる。例えば、多くの国における薬局の場合や、小売業に関する各種規制、職業関連の各種規制などが考えられる。この問題点は、その他の種類の規制関連の決定を下す際にも存在している。例えば、適用除外の場合が挙げられる。なぜなら、適用除外の期間を過渡に長く設定すると、市場のインセンティブを大幅に歪曲し競争に悪影響を及ぼす可能性があるからである。全般的に見て、規制の構造を定める際に「時間」が重要な要素になることを政府側が認識することが極めて重要であり、この点については、明示的に認識する必要がある。可能な場合には、規制の期間は、個別ニーズに応じて定めるべきであり、それ以上長期に設定しないようにする。

6. 評価の各段階

競争効果の評価は、2段階構成になっている。第1段階には、競争上の潜在的な問題点を測定するため妥当な期間内で完了できる初期評価が盛り込まれている。競争に深刻な悪影響が生じる可能性が高い場合、詳しく精査する第2段階の評価が必要になる。第2段階の評価によって、競争への影響の規模や範囲が

大きいことが判明した場合、政府機関による分析内容について外部審査を行ったり、その国の競争当局との連携が検討されることもある。

6.1 初期評価

この段階では、競争に対して生じ得る悪影響の規模や範囲を測定する初期評価が含まれる。初期評価で重点が置かれるのは、検討対象となる一次市場である。(第5.7節にいう) 関連市場(上流市場、下流市場)に対する競争への悪影響の評価は行われない。初期評価では、データやその分析結果の広範な利用は期待されていない。

初期評価を行うには、「競争評価に関する原則」の第1章に盛り込まれた競争チェックリストを精査することで、規制案に深刻な競争を制限する効果があるのか否かを検討できる。競争チェックリストには、幅広い業界知識を必要とせず、競争を制限する効果の有無が分かる形で、単純な設問項目が設けられている。チェックリストで明記された深刻な競争上の問題点を惹起する規制は、それほど多くなると考えられる。

その目的は、各種規制について上記の検討を行い、競争への悪影響について初期評価を行うことにある。競争チェックリストに言及された項目に対する答えに、一つでも「はい」がある場合、検討対象となっている規制については、深刻な競争上の問題点が存在する可能性があるため、徹底的な検討を行う必要がある。この場合、下記の第6.2節の「詳細評価」が行われることになる。

規制の中には、その構造が複雑と考えられるものが多数存在しており(例、祖父条項、内容物規制、基準内容に関する規制)、競争への悪影響を評価するには丹念な評価を行う必要がある。ただし、説得力のある形で公益実現の理由がある場合を除き、競争を制限する効果があると容易に断ずることができる規制も見られる。この場合、高度な精査を行う必要があり、具体的には下記のものが挙げられる。

- 広告。主眼を置くべきなのは、虚偽広告や誇大広告の規制である。また、アルコール類やタバコなどの商品の広告規制についても、健康保護や未成年者による消費に関する公益など、公益実現の説得力のある根拠があるケースも見られる。このような点は別にして、広告規制は、懐疑的な視点で検討する必要がある。
- 競争法の適用除外。競争力のある業界や個別企業を対象として競争法の

一部又は全部を適用除外とする行為は、退ける必要がある。このような適用除外を公益の観点から正当化する説明は、不透明なケースが多い。

- 明示的な参入規制は、説得力のある公益実現の説明がある場合を除き、懐疑的視点で見る必要がある。

また、財・サービスの価格規制を義務付ける案については、丹念に検討する必要がある。なぜなら、市場の長期的な機能や成果に対して幅広い範囲で悪影響が及ぶ恐れがあるためである。第4.2.4節でも言及したように、価格規制については、可能な限り回避すべきである。

6.2 詳細評価

初期評価により、当該規制には競争への悪影響が存在する恐れがあることが示された場合、詳細評価を行う必要がある。徹底的に分析する必要がある要素は、費用の問題である。

多くの規制に共通しているテーマは、市場参加者に費用が課されるという点である。規制により既存企業や潜在的参入者に課される費用の問題は、深刻な問題であり、規制評価の標準的な費用便益分析で細かく対応するのが通常である。内容物や基準の設定、祖父条項、切替費用、製品の再構成などは、企業に対して多額の費用負担を課す恐れがある。重要なのは、この種の費用が多額であったり非対称になったりする可能性がある点である。例えば、新規の品質基準や環境基準により、多額の新規投資や研究開発費を企業側が負担しなければならない場合や、資本年代別によって影響が非対称的になる場合、小規模企業の方が大きな悪影響を受ける恐れがある。旧規制の適用を見越して比較的最近になって資本を取得した企業の場合、資本ストックが比較的長く機材の更新が近い他社に比べて、新規規制を満たすための費用が大きくなる可能性がある。そのため、多くの規制では、規制によって課される費用の評価は、競争効果の評価との関係で最重要となる。その意味で、標準的な規制評価プロセスと競争評価との間には明確な相乗効果が存在している。なぜなら、規制によって課される費用の評価は、標準的な規制の費用便益評価の一部になっているからである。規制評価から得られたこの種のデータや情報を用いると、費用負担の程度について評価を行ったり、費用負担が非対称的か否か評価できる。

場合によっては、費用の評価が比較的容易な場合もあるが、極めて困難な場合もある。例えば、電力会社を対象とした新規の環境規制については、汚染フィルターなどの新規設備投資が必要となる場合、設備投資の費用はすぐに把握

できるかもしれない。また、製品の内容物や基準に関する規制などの場合、企業が新規の研究開発費を負担しなければならないこともあり、費用の試算が複雑になる。費用の程度の評価や、企業種別や資本種別ごとに費用が非対称的になるのか否かの評価は、個別具体的に行わなければならない。明確なのは、この種の評価を行うことは、規制から規制、退出、今後の市場競争に及ぼす影響を評価する上で極めて重要になり得るという点である。

下記の諸点について規制を評価する。

1. 新規企業の参入に対して障壁が課されるのか。

これが明確な事例としては、参入を明示的に抑制する規制や、財・サービスの流通に障壁を課す規制がある。この区分に属する別の候補（黙示的な参入規制と思われるもの）としては、内容物や規格を定める規制、祖父条項、独占権の付与・延長、切替費用、製品再構成などが挙げられる。

2. 特定種別の既存企業（例、中小企業）が市場から退出せざるを得なくなるのか。

この区分に属するものとしては、新規格や内容物の設定、祖父条項、独占権の付与・延長、切替費用、財・サービスの地元市場・地域市場への流入に関する新規の（明示的、黙示的）規制、製品再構成などが挙げられる。

3. 財・サービスの価格が上昇するのか。

この項目に関しては、部分的に、上記の1と2からの推測で得られる。例えば、ある規制によって参入が制限されたり退出せざるを得なくなる場合、価格が上昇する可能性がある。また、価格が上昇する可能性がある場合としては、広告規制が行われているとき、企業間でのカルテルにつながりかねない連携強化を認める制度が存在するとき、カルテルにつながりかねない自主規制制度が存在するとき、産業や個別企業が競争法から部分的・全面的に適用除外されているときが挙げられる。

4. 製品の多様性が制限されているか。

この項目4に関しては、部分的に、上記の1と2からの推測で得られる。例えば、ある規制によって参入が制限されたり退出が余儀なくされると競争が弱くなると、多様性が損なわれる可能性がある。

5. 関連市場における集中度が大幅に増しているのか。

個別の（関連）市場を徹底的に明確化し、集中度が上昇する可能性を評価すると、反競争的行為の可能性を測定する上で有益である。第3節では、市場の定義と市場の集中度に関する問題点が論じられており、付録Aでは、測定の問題点が概説されている。本書でも前述したように、集中度に関するデータは分析の出発点としては有用であるが、市場支配力の影響について適切に評価するには、参入障壁に関する問題点や既存企業の競争を促進する行動を考慮に入れなければならない。例えば、関連市場における集中度が高く、参入障壁も大きい場合、市場支配力の可能性が極めて大きい。

6. 技術革新が制限されているか。

この点に関する幅広い指針は、第5節で概説されている。具体的には、参入や退出に関する評価や、規制によって企業が負担する費用の程度についての評価が挙げられる。規制の影響により市場の競争が制限される可能性が高い場合、技術革新の制限につながる恐れがある。また、規制要件を満たすための費用が多額となる場合、技術革新活動に投入される資源が規制の目標達成のための活動に転用されてしまう恐れがある。

7. 上流・下流市場に悪影響が及んでいるのか。

この点については、第5.7節で論じられている。関連市場に対する影響は、一次市場の場合と同様に、2段階評価を行うことができる。

6.3 代替案

第5節で述べたように、規制案に対する代替案の概要をまとめ、その競争上の問題点の評価内容を記録しなければならない。

7. 結語

規制の広義における社会的・経済的目標を明確化して、規制から市場競争に及ぶ影響を評価すると、重要な経済的目標を達成する上で役立つことがある。市場における競争が比較的活発である場合、経済が繁栄する。なぜなら、企業側が効率性の向上と技術革新を追及するからである。国内経済に対する長期的

な果実は、資源配分の改善、価格の低下、貿易相手国と比較した場合の競争力の強化、経済成長・経済厚生の上昇という意味で多大なものになると思われる。伝統的に、規制を起案する場合、政府というものは、規制が市場競争の程度に及ぼす影響にきちんと留意することはなかった。規制が目指している社会的・経済的目標の中には、競争効果で置き換えられないものもあるが、競争に対する悪影響を最小限に抑制すると大きな果実を得られるとの認識が広がっている。近年、経済成長や経済厚生への悪影響を最小限に抑制するため、各種規制のプラス効果とマイナス効果を評価する措置に着手する中央政府が多い。

規制の効率性改善に向けた取組は定着しつつあるが、各種規制が競争に及ぼす影響の評価方法については、指針がほぼ皆無の状況である。本書は、この不備の軽減に向けた重要な取組である。

本書は、主な競争上の問題点を理解してもらうため、競争法の執行で用いられる概念や枠組が活用されている。不当に競争を制限する恐れがある各種規制について論じるとともに、一般的枠組の概説を行って、規制当局や政策当局において、どのようにすれば競争への影響を評価できるかについて指針を示している。各種規制について論じる一方で、本書では、競争効果の評価手法を起案する方法に加え、悪影響を最小限に抑制する方法についての知見を示している。

本書に盛り込まれた指針の趣旨は、政府や職能団体による規制その他の措置が市場に及ぼす影響を検討しようと考えている規制当局担当者向けに、競争上の問題点の手引きを示すことにある。一方で、本書で概説されたアプローチは、広義の規制評価プロセスの一要素として含まれている可能性がある。この場合、細かく競争評価を行う価値があるのは、競争条件に深刻な悪影響が生じる恐れがある場合に限られると考えられる。他方で、本書で概説されたアプローチを用いて、各種規制や命令が競争に及ぼす影響を政策当局で細かく検討することも可能である。全体的に、本書で概説された競争評価の枠組は、競争法の執行に関する概念や手法について規制当局関係者の理解を深めて規制の影響評価に用いる上で役立つものであると考えられる。

全体的に見て、政府の政策や職能団体の規制が市場に及ぼす影響の評価を主に扱う形で競争評価を行うと、規制の実効性や効率性を改善していく上で有益な知見を得られるとともに、消費者利益の向上や経済厚生・経済成長の促進につながると思われる。

参考文献

- Annan, Richard “Merger Remedies in Canada,” Annual Competition Law Conference, Canadian Bar Association, Québec, November 4, 2005.
<http://www.competitionbureau.gc.ca/internet/index.cfm?itemID=2134&lg=e>
- Ascher, Bernard. “Toward a borderless market for professional services.” American Antitrust Institute, 2004.
- Becker, Randy, and Vernon Henderson. “Effects of Air Quality Regulation on Polluting Industries,” *Journal of Political Economy* 108, 2000.
- Bhattacharjea, Aditya. “India’s Competition Policy: An Assessment,” Working paper, 2003. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=4440080>
- Bresnahan, T., P. Reiss. “Entry and Competition in Concentrated Markets,” *Journal of Political Economy* 99, 1991, 977-1009.
- Bush, Nathan. “Chinese Competition Policy: It Takes More than a Law,” *China Business Review*, 2006.
- Camerer, Colin, Samuel Isaaccharoff, George Lowenstein, Ted O’Donoghue, and Matthew Rabin, “Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for ‘Assymmetric Paternalism’” *University of Pennsylvania Law Review* 151, Jan 3 2003, 1211-1254.
- Cassidy, B. “Can Australian and US Competition Policies be Harmonized?” Speech, Australian Competition and Consumer Commission, 2001.
- Cavaliere, Alberto, Fabio Frontoso Silvestri and Giorgio Tanasso. “Voluntary Agreements as Information Sharing Devices: Competition, Environmental Regulation and Welfare,” Working paper, Università di Pavia, (September) 2001.
- Caves, Richard. “Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms,” *Journal of Economic Literature*, 1998, 1947-1982.
- Clyde, P.S. and J.D. Reitzes. “The Effectiveness of Collusion under Antitrust Immunity; The Case of Liner Shipping Conferences.” United States Federal Trade Commission, Bureau of Economics Staff Report, December, 1995
- Czech Business Weekly. “Beer Spat Brewing in E.U.,” January 2006.
- Deighton-Smith, R., Harris, B. and Pearson, K. “Reforming the Regulation of the Professions,” National Competition Council Staff Discussion Paper, AusInfo, Canberra, 2001.

- DGXV Report. “The Role, Position and Liability of the Statutory Auditor in the European Union,” European Commission, 1996.
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Schleifer, A. “.The Regulation of Entry,” *Quarterly Journal of Economics* 117, 2002, 1-37.
- Dunne, Timothy, Mark Roberts and Larry Samuelson. “Patterns of Firm Entry and Exit in U.S. Manufacturing,” *RAND Journal of Economics* 19, 1988, p.495-515.
- Eekhoff, J. (Ed.). Competition Policy in Europe. Springer, 2004.
- Ennis, Sean F. “Competition and price dispersion in international long-distance calling,” *Journal of Regulatory Economics* 29, 2006, 303-317.
- Fazzari, Stephen, R. Glenn Hubbard, and Bruce Peterson, “Financing Constraints and Corporate Investment,” *Brookings Papers on Economic Activity* 1, 1988, 141-195.
- Financial Times (April, 14), 2006. “GM Products Approved as Brussels Overhauls Food Safety Body.”
- FTC, “The Strength of Competition in the Sale of Rx Contact Lenses: An FTC Study,” Federal Trade Commission, February 2005.
- Gabaix, X., D. Laibson and H. Li, “Extreme Value Theory and the Effects of 27 Competition on Profits” Working Paper March 2005.
- Ghosal, Vivek. “Competition in International Postal Markets: Should the Universal Postal Union’s Anti-Remail Provisions be Repealed?” *World Competition Law and Economics Review*,” 2002, p.205-222.
- Ghosal, Vivek. “Regime Shift in Antitrust,” Working Paper, Georgia Institute of Technology, 2006.
- Ghosal, Vivek. “Discovering Cartels: Dynamic Interrelationships between Civil and Criminal Antitrust Investigations,” *Journal of Competition Law and Economics*, 2007.
- Glaeser, Edward, and Andrei Schleifer. “A Case for Quantity Regulation,” National Bureau of Economic Research, Working Paper No. 8184, 2001.
- Goodpaster, Gary, and David Ray. “Trade and Citizenship Barriers and Decentralization,” *The Indonesian Quarterly* 3, (September) 2000.
- Goodwin, Edward. “Quantitative Restrictions and EC Environmental Law,” *Environmental Focus*, University of Nottingham School of Law, 2001.

- Government of Australia. “Competition Principles Agreement,” Clause 5 (1), 1996.
- Greenberg, Paul A. Six Airlines Target Priceline with Travel Site, E-Commerce Times, June 29, 2000.
<http://www.ecommercetimes.com/news/articles2000/000629-9.shtml>
- Harding, C., J. Joshua. Regulating Cartels in Europe: A Study of Legal Control of Corporate Delinquency. Cambridge: Oxford University Press, 2004.
- Hay, G., D. Kelley. “Empirical survey of price-fixing conspiracies,” *Journal of Law and Economics* 17, 1974, 13..38.
- Homma, T. “Japan Fair Trade Commission’s Grand Design for Competition Policy in the 21st Century,” Commission’s Speech, 2002.
- International Air Transport Association. “Comments on DG-Competition Consultation Paper Concerning Commission Regulation 1617/93U,” (Non-confidential version) 2004.
<http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/1617/iata.pdf>
- Jaguar Consulting Pty Ltd. “Identification and examination of best practice principles for national regulation,” A paper prepared for the National Transport Commission, (November), 2003.
- King, Rawle O. “Medical Malpractice Liability Insurance and the McCarran-Ferguson Act,” Congressional Research Service Report for Congress, 2003.
- Kleiner, Morris,k and Robert Kurdle. “Does Regulation Affect Economic Outcomes,” *Journal of Law and Economics* 43, 2000, 547-82.
- Lacko, J. and J.K. Pappalardo, “Improving Consumer Mortgage Disclosures – An Empirical Assessment of Current and Proptotype Disclosure Forms,” Staff Report of the FTC’s Bureau of Economics, June 2007.
- Landgrebe, Jonathan. “The mobile telecommunications market in Germany and Europe: Analysis of the regulatory environment,” Working Paper Ludwig-Maximilians University (Munich), 2004.
- Langley, Alison. “The growing problem of obesity means that American food companies must face increasing scrutiny abroad,” New York Times News Service, (August 9) 2003.
- Legnetti, Paul. “Ink, Paint and Plastics Applications,” Presented at the Annual Conference on Hazardous Waste Minimization and Environmental Regulation,” (September) 1992.

- Lexchin, Joel. "Voluntary Self-Regulatory Codes: What Should We Expect?" *American Journal of Bioethics*, p. 49-50, 2003.
- Littlefield, Timothy R. "FDA Regulation of Cranial Remodeling Devices," *Journal of Prosthetics and Orthotics* 16, 2004, p.35-38.
- MacAvoy, Paul. Industry Regulation. New York: W.W. Norton & Company, 1992.
- McKinsey Global Institute, *Employment Performance*, Washington D.C.: McKinse and Company, 1994.
- Motta, M. Competition Policy. Cambridge University Press, 2004.
- Muris, Timothy J. "Creating a Culture of Competition: The Essential Role of Competition Advocacy," International Competition Network Panel on Competition Advocacy and Antitrust Authorities, Naples, Italy, (September 28) 2002.
- New York Times. "FTC Chief Calls Role of Agencies Inflationary," (October 8) 1974.
- Netz, Janet. "Price Regulation: A (Non-Technical) Overview," in Bouckaert, Boudewijn and De Geest, Gerrit (eds.), *Encyclopedia of Law and Economics*, Volume III, *The Regulation of Contracts*. Cheltenham, Edward Elgar, 2000.
- NordREG. "The Integrated Nordic End-User Electricity Market: Feasibility and Identified Obstacles," Nordic Energy Regulators, 2006.
- Office of Fair Trading (UK). "Switching Costs," Economic Discussion Paper 5 (Annex C – case studies), A report prepared for the Office of Fair Trading and the Department of Trade and Industry by National Economic Research Associates, April 2003.
- Office of Fair Trading (UK). "The Control of Entry Regulations and Retail Pharmacy Services in the UK," January 2003.
- Ogando, Joseph. "Safety Nets," *Design News*, 2003.
- Organization for Economic Cooperation and Development. "The OECD Report on Regulatory Reform: Synthesis," 1997.
- Organization for Economic Cooperation and Development. "Regulatory Reform in Japan: The Role of Competition Policy in Regulatory Reform," 1999.
- Organization for Economic Cooperation and Development. "Competition in Local Services: Solid Waste Management," 2000.

- Organization for Economic Cooperation and Development. “Competition and Regulation Issues in the Pharmaceuticals Industry,” 2001.
- Organization for Economic Cooperation and Development. “Regulatory Policies in OECD Countries: from Interventionism to Regulatory Governance,” 2002.
- Organization for Economic Cooperation and Development. “Regulatory Impact Analysis: Inventory,” 2004.
- Organization for Economic Cooperation and Development. “Guiding Principles for Regulatory Quality and Performance,” 2005.
- Organization for Economic Cooperation and Development. “Competition on Merits,” 2005.
- Panchapakesan, Bala. “Repositioning in Tough Economic Times,” *PaperAge*, (October) 2003, p.34-37.
- Perloff, J.M. and S.C. Salop, “Equilibrium with Product Differentiation” *Review of Economic Studies* vol. 52, 1985, p.107-120.
- Pitofsky, Robert. “Self Regulation and Antitrust,” Speech by Chairman of the U.S. Federal Trade Commission, 1998.
- Richardson, J.D., Graham, E.M. (Eds.). Global Competition Policy. Institute for International Economics, 1997.
- Rubin, Paul. “Information Regulation (Including Regulation of Advertising,” in Bouckaert, Boudewijn and De Geest, Gerrit (eds.), *Encyclopedia of Law and Economics, Volume III, The Regulation of Contracts*. Cheltenham, Edward Elgar, 2000.
- Salies, Evens. “A Measure of Switching Costs in the GB Electricity Retail Market,” *Observatoire Français des Conjonctures Économiques*, (January) 2006.
- Sappington, David and Gregory Sidak. “Anticompetitive Behavior by State-Owned Enterprises: Incentives and Capabilities,” in Competing with the Government: Anticompetitive Behavior and Public Enterprises, Rick Geddes (Ed.), Hoover Institution, 2004.
- Schiffirin, Anya. “Top U.S. Investment Banks under Antitrust Microscope,” (December 1, 2000).
<http://www.cnn.com/2000/TECH/computing/12/01/banks.antitrust.idg/index.html>
- Stephen, Frank, and James Love. “Regulation of the Legal Profession,” in Bouckaert, Boudewijn and De Geest, Gerrit (eds.), *Encyclopedia of Law and Economics*,

- Volume III, *The Regulation of Contracts*. Cheltenham, Edward Elgar, 2000.
- Sutton, John. "Gibrat's Legacy," *Journal of Economic Literature*, 1997, 40-59.
- Sutton, John. *Sunk Costs and Market Structure*. Cambridge: MIT Press, 1992.
- Sutton, John. *Technology and Market Structure*. Cambridge: MIT Press, 1996.
- Terzic, Branko, Berthold Wurm and Yorck Dietrich. "Germany: Taking the Lead in Electricity and Gas," *Public Utilities Reports*, January 2000.
<http://www.pur.com/pubs/3382.cfm>
- U.S. FAA, "Airport Business Practices and their Impact on Airline Competition," U.S. Federal Aviation Association, Task Force Study, October 1999.
<http://ostpxweb.dot.gov/aviation/domav/airports.pdf>.
- Valentine, Debra. "Industry Self-Regulation and Antitrust Enforcement," Speech by the General Counsel of the U.S. Federal Trade Commission, 1998.
- Viscusi, W.K., Harrington, J.E., Vernon, J.M., *Economics of Regulation and Antitrust*. Cambridge: MIT Press, 2005.
- Vita, Michael G. "Regulatory restrictions on selective contracting: an empirical analysis of 'any-willing-provider' regulations," *Journal of Health Economics* 20, 2001, 955-966.
- Wadhwa, Mayank. "Parking Space for the Poor: Restrictions Imposed on Marketing & Movement of Agricultural Goods in India," Research Internship Papers, Centre for Civil Society, 2001.
- White, Lawrence J. "Why is the SEC Protecting the Big Three Bond Raters?" *The American Banker*, (June 29) 2001.
- Wilson, Chris M. and Catherine Waddams Price, "Irrationality in Consumers' Switching Decisions: When More Firms May Mean Less Benefit," ESRC Centre for Competition Policy, University of East Anglia August 2005.
<http://129.3.20.41/eps/io/papers/0509/0509010.pdf>

付録 A

市場の定義と構造の分析

規制によって競争に大幅な悪影響が及ぶと見られる場合、2段階構成の精査の一環として、検討対象となっている関連市場とその構造について、一定の手続に沿った形で分析を行うと有益と考えられる。この分析は、競争当局によって行われる分析との調和の度合いが増している。この点に鑑み、競争政策の経験を積んだ政府機関に助言を求めると有益と思われる¹。

有効な設問は、「市場の定義や市場構造の分析が、規制の競争評価に何故役立つのか」というものである。一定の手続に沿った形で分析を行う目的の一つは、反競争的行為の可能性と市場支配力の行使の状況を評価することにある。第4節でも論じたように、規制を種類別に見ると、参入障壁や企業退出につながったり、市場構造の変化を生み出したりする規制の種類が多く存在している。参入が減少したり退出が増えたりすると、市場集中度が大幅に増すとともに、市場支配力が行使されたり反競争的行為が行われる可能性も大幅に高くなると考えられる。市場集中度が反競争的行為の可能性と関係しているため、この点については一定の手続に沿った形で検討する必要がある。例えば、Hay and Kelley (1974)によるかつての論文を見ると、市場構造（企業数が少数で集中度が高い）と価格・数量調整の出現（カルテル）との間に明確な関係が存在していることが示されている。関連市場の明確化が行われると、その国の集中度区分の指針

¹ 競争を促進する法制が強化されたり実効的に運用されている国は多い。欧州連合の場合、競争関連の取締の面で大きな変化が見られ、市場の競争力を確保するための運用の強化が求められている。Eekhoff (2004)の寄稿では、競争や成長を確保するため、欧州において新規に規制緩和が行われた業界で競争政策の運用について論理的に述べられている。価格協定規制の運用は、欧州において大幅に変化しており、この変化については、Harding and Joshua (2004)で詳しく述べられている。Motta (2004, p. 9-17)では、一部欧州諸国における競争政策の概要が述べられており、例えば、欧州連合、日本、オーストラリアでは、競争政策に力点が置かれるようになり、主な貿易相手国との間で法令の調整について話し合いが行われている (Cassidy 2001, Homma 2002, OECD 1999, Richardson and Graham 1997)。米国の場合は、過去20年間にわたりカルテルに対する取締が大幅に強化されており、これらの変化については、Ghosal (2006)で論じられている。中国の場合、10年間にわたる検討を経て、2006年～2007年に独禁法の成立が見込まれている (Bush, 2006)。インドでは、2002年に新規の競争法が成立しており、競争委員会が設けられている (Bhattacharjea, 2003)。この文脈において、競争法の執行面を担当する政府職員と規制評価を行う政府職員との間で、有意義な形で相乗効果が存在するものと思われる。

に基づく形で、競争への悪影響に関する評価を行うことができる。ここでも、競争関連のデータは市場支配力の可能性を評価する上で有用ではあるものの、市場支配力の効果について完成度の高い評価を行うには、参入障壁や既存企業の競争行動に関する問題点を考慮に入れなければならない。

次に、関連市場（経済的に意味のある市場）を明確化するプロセスに進むこととする。重要な設問は、「ある企業から販売されている製品は、他社が販売している製品の代替財であるのか」というものである。これら2社の製品がどの程度の代替関係にあるのかは、製品の特徴や地理的關係などの要因によって左右される。いくつかの例を考えてみよう。

- 自動車の場合、性能面で差別化の度合いが大きい。ロールスロイスのような大型高級車の購入層は、スマートカーなどの小型経済車の購入層と同じではない。言い換えれば、消費者から見て、これら2種類の車は、代替関係にあると考えられていない。対照的に、隣接する農家2軒で生産されるとうもろこしは、味や特徴の面でほぼ同じであると考えられ、この場合、消費者によって、（完全ではなくても）極めて強い代替関係があるという扱いがなされる。
- ノルウェーで電力を販売している生産者は、ポルトガルで電力を販売している生産者と競争関係にない。同様に、カリフォルニア州の売電業者は、フロリダ州の売電業者と競争を行っていない。送電上の制約条件により、これらの市場が地理的に細分化されている。換言すれば、ある市場における電力供給は、地理的に離れている市場では、代替財になり得ない。対照的に、学校で使用される鉛筆の場合、生産事業者が異なっても世界全体で購入できるものであり、この市場は地理的に細分化されていない。

そのため、関連市場を明らかにする際には、相互に直接的な競争関係にある企業や商品を検討する必要があり、そのためには、下記2点を丹念に評価する必要がある。

- 関連商品
- 関連の地理的範囲

上記の例から、小型車の市場は、大型高級車の市場とは異なるものとして明確化しなければならない。また、国の一部（例、カリフォルニア州）で電力を

販売している企業は、別の部分（例、フロリダ州）の企業とは異なっていると考えられる。

関連市場の明確化は、消費者に対する潜在的影響を評価する上で重要である。いくつかの例について考えてみる。

- カリフォルニア州の電力会社の事業慣行によって競争に悪影響が及ぶ恐れがある場合（例、価格固定）、カリフォルニア州の電力消費者に対して悪影響が及ぶと思われるが、フロリダ州の消費者には何らの影響も生じないと思われる。
- 放射される放射線量を低減させるため、新規の全国的規制によって、レントゲン撮影機に関する安全基準が引き上げられた場合を考えてみる。この新規の規制基準を満たすため、企業が新規の研究開発費を投入することとなる。企業の中には、高いコストパフォーマンスで早期に当該基準を満たせるところもあるが、上手くいかずに市場からの退出を余儀なくされる企業もある。この規制の影響として、市場で競争を行う企業数が恒常的に変化し、市場支配力が強化されたり、消費者が負担する価格が上昇してしまうことが考えられる。このような影響については、新規の安全規制の影響を受ける個別商品市場ごとに評価しなければならない。
- 既存事業者の通信ネットワークの開放は、新規参入者が市場に参入して競争を行う上で極めて重要である。ある国の立法府で、通信網の所有者（既存企業）による通信網の開放が不要である旨の法規が設けられている場合を考えてみよう。この法規により、(a) 長距離電話サービス、(b) 国内電話サービス、(c) 高速インターネットなどの複数市場で、悪影響が生じる可能性が高い。この法規の悪影響は、これら 3 市場相互間で大幅に異なったものになる可能性がある。例えば、高速インターネットサービス市場における競争の場合、競合他社が即座に十分な形で通信網を利用できないとすれば、深刻な悪影響が及ぶと考えられる。

そのため、競争評価は、関連市場（経済的に意味にある市場）と当該市場に属する企業を対象として実施しなければならない。

関連市場を明確化した上で、製品特性や地理的状況を検討した後に、その市場の構造を示す変数（要素）を検討できるようになる。

- **企業数** – 一般的に、関連市場における企業数が増えると、市場支配力に関する問題点が小さくなる。企業数が少ないからといって、必ずしも競争との関係で悪い事態になるとは限らない。参入障壁の程度によって左右されるだけでなく、その時点における競争の種類（例、入札なのか通常の市場なのか）によっても左右されることがある²。
- **企業の規模分布** – 関連市場における企業は、その規模が比較的同じなのか、それとも、規模に大きな差が見られるのか。例えば、市場の企業数が20であるが、企業規模の分布が大きく傾斜しており最大手の企業の市場シェアが80%、残り19社のシェアが20%の場合を考えてみる。規模の分布が大きく傾斜している場合、市場の競争力が黙示的に示されている。支配的な企業が末端企業からの実質的に競争に直面していない場合、その企業の市場支配力は大きいと考えられる。
- **生産の集中度** – これは、市場の少数企業に売上や生産能力がどの程度集中しているかを測定したものである。例えば、単純な測定値としては、市場の3~4社の売上が売上全体に閉める割合がある。競争政策当局によって用いられることが多い測定値は、ハーフィンダール・ハーシュマン・インデックス（HHI）である。HHIの数値が大きい場合、少数企業による売上（または生産能力）の集中度が大きいことを意味している。HHIの数値が上昇すると、概して、市場支配力の可能性が高くなり、消費者が負担する価格も高くなると考えられる。

企業数に関する変数、企業の規模・分布に関する変数、生産の集中度に関する変数を組み合わせて用いると、関連市場の全体像を把握でき、その市場の競争力に関して判断を下せるようになる。なお、少数の企業の集中度が高かったり少数の企業しか存在しない場合でも、市場支配力を行使できるという状態にあるとは限らない。適切な評価を行うには、参入障壁の程度と既存企業の競争行動について検討しなければならない。例えば、集中度が高く参入障壁の程度も大きい場合、既存企業が市場支配力を行使できる可能性が高くなる。

ボックス A1 には、市場構造の概念を分かりやすく示した情報が示されている

² 例えば、Bresnahan and Reiss (1991)では、医師、歯科医その他の各種専門的サービスによる地元市場への参入状況が研究されている。その結果判明したのは、初期状態が独占である場合、追加で1人でも参入すると採算が大幅に減少し、さらに参入者が増えると採算の減少幅が大幅に小さくなるという点である。このことから、消費者にとって低廉な料金水準を実現し生産者の利潤を低下させる上で、ライバルの数は必ずしも多数である必要はないことになる。

る。

ボックス A1 市場構造

例1 仮説の市場

市場に5社存在しており、それぞれの市場シェアが40%、25%、20%、10%、5%であるとする。規模の分布は、最大手の企業の市場シェアが大きい、2番手、3番手の市場シェアが大幅に小さくなっていないという点で、傾斜している。

5. 4社の生産集中度指標(C4) = 95%

6. ハーフィンダール・ハーシュマン・インデックス(HHI)は、下記のように定義される。市場の企業数をNとし、関連市場における全企業の総生産をQ、i番目の企業の生産高を q_i とすると、 $Q = \sum_{i=1}^N q_i$ となる。i番目の企業の市場シェアを s_i とすると、 $s_i = \frac{q_i}{Q}$ となる。HHIは、 $\sum_{i=1}^N (s_i^2)$ となる。

上述の仮説市場におけるHHIは、 $40^2 + 25^2 + 20^2 + 10^2 + 5^2 = 2,750$ となる。

例2 航空機用エンジン生産の市場シェア (およそ2001年の数値)

General Electric社が42%、Pratt and Whitney社が32%、Rolls Royce社が26%である。General Electric社のシェアが最大であり、規模の分布は、それほどひどく傾斜していない。

7. C4=100%。

8. HHI = 1764 + 1024 + 676 = 3464。

例3 インターネットブラウザの市場シェア (およそ2005年の数値)

Internet Explorerが85%、Firefoxが5%、Mozillaが4%、AOLが2%、MSNが2%、Netscapeが1%、Operaが1%である。Internet Explorerの市場シェアが最大

であり、規模の分布は大幅に傾斜している。

9. $C4=94\%$ 。

10. $HHI = 7225 + 25 + 16 + 4 + 4 + 1 + 1 = 7276$ 。

例4 英国のスーパーマーケットチェーンの市場シェア (出典はBBC、2006年2月8日)

Tesco が 31%、Asda が 17%、Sainsbury's が 16%、Morrison's が 11%、Somerfield が 6%、Waitrose が 4%、Iceland が 2%、その他 (小規模) 店舗の合計は 13%。Tesco の市場シェアは、2 番手と比べて 2 倍であり、それに続く 3 社チェーンは比較的均等になっている (下記の HHI の試算では国内市場が想定されているが、この市場の場合、地理的な細分化がある程度存在する可能性が高く、そのような場合、集中度の測定値は、地理的に細分化された市場それぞれについて試算を行わなければならない。ただし、ここでは、そのような複雑な問題に立ち入っていない)。

11. $C4=75\%$ 。

12. HHI (上位 7 社) $=961+289+256+121+36+16+4=1683$ 。

例 2-4 から、インターネットブラウザ市場の HHI が最も高く 7276 であり、最低は英国のスーパーマーケットの 1683 であることが分かる。HHI に大幅な差が生じている原因は、Microsoft 社の市場シェアが 85%であるのに対して、最大手のスーパーマーケットチェーンの Tesco のシェアが 31%にとどまっているからである。規模の分布の問題を踏まえれば、C4 よりも HHI の方が指標として優れている。競争政策の分析に関して大まかな結論を言えば、HHI が大きな市場の場合、市場支配力行使の可能性が高くなると言える。

評価の段階は、以下の通りと考えられる。

1. 関連製品と市場の地理的範囲を明らかにする

この点は、規制の影響を適切に評価する上での出発点として極めて重要である。商品や地理的要因の問題を明らかにするため、いくつかの仮説例を考えてみる。

- 規制 – ある国の政府によって、一地域への流通に対して規制が課されたと想定する。また、影響を受ける品目は農産品であるとする。下記の要領で、商品と地理的要因を明確化できる。

商品 – まず、影響を受ける可能性がある農産品を網羅的に箇条書きにする。これにより、商品市場を大まかに明確化できる。第二に、これらの商品群のうち、悪影響が大きいと考えられる個別商品（ジャガイモ？とうもろこし？）の有無を明らかにする。そのため、商品群と個別商品という2段階構成で、商品を明らかにできる。

地理的範囲 – 広義の明確化には、影響を受ける地域全体も含まれる。例えば、地域の一部（東部？）への悪影響が最も大きい場合、これが狭義の地理的範囲になる。

- 規制 – 祖父条項によって、既存の発電所については、5年間にわたり新規の汚染基準を満たさなくてもよいとする一方で、新規の発電所（既存企業による拡張の場合と、新規参入の場合がある）については、新基準を満たさなければならない場合を考える。

商品 – 電力

地理的範囲 – 地理的範囲について考える上で最も適切な方法は、電力網（送電網）との関係で市場が細分化されているのか、それとも全体を一体的な市場として考えると適切なのかについて、考えることである。例えば、米国の場合、カリフォルニア州で新規の環境法令が制定され祖父条項が追加されたとき、フロリダ州の市場に影響が及ぶ可能性は低い。そのため、関連の地理的市場としては、カリフォルニア州と考えるのが適切である。

- 規制 – 獣医によるテレビ広告やインターネット広告が禁止されている場合を考える。

商品 – 獣医サービス

地理的範囲 – 国全体。この規制は、獣医全員に適用されるため、市場の地理的細分化は存在しない。

2. 関連市場の構造を評価する

関連市場を上記のように明確化した上で、下記情報の概要をまとめる作業に進む。

- 市場における企業数。これは、関連市場における全企業の集計値となる。完全な形での集計が不可能な場合、少なくとも市場における主な事業者を明確にする必要がある³。
- 市場における企業規模の分布。一般的に、各企業の市場シェアの把握は困難と思われる。大まかな状態は、小規模企業、中規模企業、大企業へと企業を分類し、各区分の企業数を把握することで得られる。
- 集中度。集中度に関するハーフィンダール・ハーシュマン・インデックス（HHI）は、一般的に推計が困難な指標である。なぜなら、市場における企業の正確な生産水準は、把握が困難だからである。入手可能な場合、市場の大手事業者の市場シェアを用いて、この指数の試算を行うことができる。これよりも単純な指標（4社～5社の集中度指数など）の場合、必要な情報量が少なくなるため、推計が容易になると思われる。

前述のように、使用する市場集中度や企業数などの具体的な区分は、各国ごとのガイドラインによって決まってくる。

³ 理想を言えば、潜在的参入者の数についても把握したいところである。なぜなら、競争の程度を正確に把握できると思われるからである。しかし、この情報は入手が困難な場合もある。

付録 B

競争評価の事例

オーストラリアの競争原理に関する合意書（オーストラリア政府，1996年）の「立法の指針」に明記されているように，競争評価の指針とは，以下の事項について立証されない限り，規則と規制が競争を制限すべきではないというものである。

1. 地域社会に対して規制をかける方が，全体としてコスト的に勝るというメリットがある。
2. 立法の目的が，競争を制限することによってしか達成することができない。

上述したように，競争評価は，特定の規則又は規制の影響，あるいは期待される成果について，必要な評価を行うために，政策立案者や政府関係者が使用する効果的で2段階からなる一般的な枠組みを提供する。後述する事例が示すように，このような評価は簡単な審査からなる「初期評価」段階と，その次の，より詳細な「完全な評価」段階から構成され，初期評価の段階で重要な競争上の懸念が生じると，市場がどのように機能するのかを洞察し，意思決定に関係する要因をより透明化し，政策立案者が規制の成否を評価するときに正しい判断ができるように重要なツールを提供する。規則と規制は，市場参加者のやる気を損なうことが多い。競争評価は，これらの変化が市場参加者の行動にどのような影響を与えるのか，また，競争にどのような影響があるのかを政策立案者が理解するのに役立つ。

1. タクシー規制*

この章では、架空の町におけるタクシー規制の変更について、競争評価の事例を紹介する。まず、現状及び考えられる行動について説明する。これらは、広範囲にわたる規制審査によって想定される材料であり、したがって、競争評価に特有なものではない。これらの導入材料について紹介してから、競争評価の事例を紹介する。

この評価の事例は、どちらかという短い。長い評価の方が適切な場合もあり、とりわけ、市場の経済的重要性が高まるほど、評価は長くなる。

1. 全体的な状況

1.1. 背景

Touriste 市では、市議会が市の所轄機関としてタクシー業界の規制を担当している。その職責の遂行に当たり、市議会はタクシーサービスを提供する市場が効率的に機能し、消費者、タクシー業界及び経済全般に対して最大限の利益を提供することを最終的な目標とすべきである。Touriste 市は、沢山の観光名所がある町である。市内のタクシー利用者の 60%は観光客である。観光客を保護するため、市議会はこれまでタクシー業界へ厳しい規制を課してきている。この厳しい規制水準にもかかわらず、消費者からの苦情水準は極めて高く、その大部分はピーク時と夜間におけるタクシーの不足に関係している。運輸省及び地方自治体からの要請に基づき、市議会は現地の規制の見直しを行った。その結果、既存の規制が公共の利益と必ずしも一致していないことが確認されたため、市議会は次のような新しい規制案を提案している。

- タクシー市場の効率的な運営を確保し、24 時間 365 日、安全、品質及び利用可能性を保証する。
- 公共の利益に従って、消費者に最大の利益を提供する。

1.2. 既存の規制及び現在の環境の概要

市議会は、交通法によって権限が与えられ、1978 年以降タクシー業界の規制を決定するという職責を負っている。この職責は次の 3 部門から構成される。新規参入規制、品質規制及び料金規制である。市議会は、現在 2,562 件の免許を発行している。直近 3 年間で、市は合計 25 件の新しい免許を発行し、有効免許数が 1%に当たる分が増加した。市議会は市の許認可機関として、タクシー

* この競争評価の事例は、Marta Troya-Martinez によって作成された。

を運行するすべての人々が運転免許を保有することと、免許の発行を受ける前に経歴調査を受けることを要求している。タクシー運転手の候補者は、財政的実行可能性、乗客と公共の安全性及び車両のメンテナンスに関する政府の基準に適合しなければならない。事業者はさらに、自らが管理するタクシーがこれらと同じ条件を満たしていることを保証しなければならない。

経歴調査は、とりわけ、タクシー運転手に下記の事項を要求している。

- 過去5年間の銀行口座の明細書を提出する。
- 健康診断に合格する。
- 運転記録の審査を受ける。
- 現地の道路網の知識及び言語能力に関する試験に合格する。
- タクシー車両を市営自動車修理工場に持って行き、試験を受ける。

免許を取得する前に、経歴調査に合格しなければならない。免許を取得する手段は次の2つである。第1は、市議会が新しい免許を発行する時。第2は、現職のタクシー運転手が自分のライセンスの販売を希望する時である。どちらの場合も、新規参入者は免許の費用を支払わなければならない。新規参入に対する制限があるため、また市場支配力の濫用を予防するため、許認可機関は初乗り料金のほかに、時間帯及び地域ごとに単位時間運賃を定めている。規則は、運転手による値引きの可能性については明言していない。値引きは、とりわけ、長距離の場合には運転手との事前交渉によって得られることもあるが、まれである。料金は、インフレやガソリンの市場価格を反映して、必要に応じて値上げされる。市議会は、タクシーメーターの性能とその検査頻度についても定めている。現在の規制は、消費者を保護することではなく、現職運転手を保護することが目的になっていると、各種消費者団体及び観光団体から指摘されている。免許を取得するための措置（既存の免許保有者との交替、あるいは市議会からまれに発行される追加の免許の取得）は、市場に対する新規参入の妨げになっていると主張されている。その結果、需要と供給の間に重大な不均衡が生じていて、投機筋が免許を申請し、（既定の価格で）取得すると、高い市場価格で販売し、健全な利益を得ようというインセンティブが生じている。タクシーサービスの供給の不足も、サービスの品質の低下を招いている。例えば、直近5年間、日中に操業するタクシー数が10,000人当たり9.2台から7.9台に減少したため、待ち時間が大幅に長くなっており、一部違法タクシーが既に市場に参入してきている。タクシーは、特に夜間には見つけるのが難しい（現在、10,000人当たりわずかに5.7台）。これは、タクシーの利用率が低く、「悪質な」消費者が増加しているため、タクシー運転手の夜間の時間当たりの収益が日中より

も減少しているためである。また、大半のタクシー運転手は家族持ちであるため、夜間はあまり働きたがらないということもある。

1.3. 代替案

次の5つの主要な政策代替案が検討されている。

- 現状維持。
- 免許数の制限を段階的に撤廃するまでの間、夜間料金を高くするというタクシー料金規制を維持し、許認可システムを維持する。
- 免許数とタクシー料金の制限を段階的に撤廃するまでの間、許認可システムを維持する。
- フランチャイズシステムに転換する。
- 一切の規制の撤廃。

2. 競争評価の事例

このような背景を考慮し、Touriste 市議会のために作成された競争評価を下記に添付する。この評価の正確な結果は必ずしもあらゆる状況で同じとは限らないので、タクシー規制の別の評価は、別の結論に到達するかもしれない。市議会は、部分的にこの競争評価の結果に基づいて、その後の手法について決定を下すことになるが、評価の勧告に従わなければならないという法的な義務はない。

2.1. 規制の目的

規制の目的は、次のとおりである。

- タクシー市場の効率的な運営を確保し、24 時間 365 日、安全、品質及び利用可能性を保証する。
- 公共の利益に従って消費者に最大の利益を提供する。

2.2. 規制の選択肢

規制の選択肢は、次のとおりである。

選択肢 1：現状維持。 何もしないが、現在の規制内容を維持し、市議会（市の規制機関）は強制的許認可システムによる新規参入の規制を継続し、市場における免許数を制限する。この許認可システムによって、市

議会は、タクシーが操業できる品質要件も定める。市議会は、とりわけ免許の取得前に、過去5年間の銀行口座明細書の提出、健康診断の受診、運転記録の審査、現地の道路網の知識と言語能力の試験に合格することを要求する経歴調査を行うことを定めている。さらに、市議会は、請求できるタクシー料金の体系と最高額についても定めている。

選択肢2：新規参入の制限の終了。市議会による許認可システムを維持するが、免許数の制限を段階的に撤廃する。市議会は運転能力、サービスのノウハウ、運転手の適性、責任保険の加入及び自動車の安全チェックをカバーする固定費用を新規参入者に要求する。市議会は、さらに、タクシー料金の規制は維持するが、夜間料金を高くし、料金体系をタクシーの外面に表示することを要求する。

選択肢3：新規参入の制限と料金の規制の終了。最高料金の規制及びタクシー乗場で適用される”first-in, first-out”（消費者がタクシー乗り場の列の最初のタクシーに乗ることを要求する）の規則を廃止するが、選択肢2の規制は維持する。

選択肢4：フランチャイズシステム。フランチャイズシステムを導入し、その下ですべてのタクシー会社が互いに競争し、価格に見合った最高のサービスを提供する。最高値を提示する会社がフランチャイズを勝ち取るが、フランチャイズは定期的に再入札する。フランチャイズの一環として、市議会はタクシー事業者を苦情処理の責任者とし、各苦情を申し分なく解決する責任を負わせる。フランチャイジーは、市の基準に違反すると、罰金や免許の取り消しの対象となる。4つのフランチャイズの授与が検討されている。

選択肢5：規制の全廃。すべての規制を撤廃する。とりわけ、業界に自主的な登録システム（認証システム）を定めることを要求し、市議会が管理し、潜在的な消費者が認証されたタクシーのサービスを利用するか、あるいはもっと安い無規制タクシーのサービスを利用するかを自由に判断させる。

2.3. 影響を受ける市場

規制から直接影響を受ける製品市場は、タクシーサービス市場であり、市町村区域内で注文に応じてドア・ツー・ドアの旅客サービスを提供する一切の車両を含む。この市場は、消費者がどのようにサービスを求めるかによって区分することができる。この基準に従い、次のように区分することができる。電話

予約タクシー市場、タクシー乗場市場及び呼び止めタクシー市場である。市場の対象範囲は、市議会の規制の影響を受ける自治体である。タクシーは、それぞれが許可された地域内でしか利用者を拾えないためである。供給チェーンのその他の要素（例えば、タクシーメーターなどのタクシー専用装置の供給）に対する実質的な影響は考えにくい。市場の集中度はあまり高くなく（2006年1月時点で、2,562件のライセンスが発行されていて、その大半は自分の車両を運転する自営業運転手が保有している。）、分化度¹は低い。上述した市場の競争はどちらかというと弱く、供給と需要の間には大きな不均衡がある（とりわけ夜間）。しかし、タクシー運転手は消費者を捕まえることを目的として、サービスを改善する努力をほとんどしていないのは明らかである。これは下記に原因している。

- 価格と品質について情報格差があり、消費者が自分に最適なサービスを選択する妨げになっている（例えば、電話でタクシーを予約するとき、タクシーの特徴を確認しない）。
- 市場の運転手の人数が意図的に制限されているため（直近3年間で市が増加発行した免許は、免許総数のわずかに1%である）、運転手の候補者が新規参入する妨げになっていて、供給不足の状況になっている。
- タクシー乗場では、消費者に品質的に好みのタクシーを選ばせないで、順番に利用することを要求することを、タクシー運転手がお互いの牽制によって強制的に適用している習慣がある。

価格は競争レベル及び供給不足の割に高く、免許が新規参入者に転売される時にはその価値が途方もない非公式な市場価格になるため、沢山の人が免許の取得待ちとなっている。ただし、競争の激しさは市場区分によって異なる。原則的に、電話予約市場はかなり競争の激しい市場となる可能性がある。利用者が比較的安価なコスト（例えば、電話）で様々な価格についての情報を収集し、比較することができるからである。しかも、この市場区分では繰り返し利用される可能性が高く、適切なサービスの提供が保証される。タクシー乗場市場では、競争の機会が限定される。消費者が列の最初のタクシーに乗ることを要求されるからである（"first-in-first-out"政策）。最後に、呼び止めタクシー市場では、タクシーの選択の機会が限定されることがある。とりわけ、タクシーが頻繁に来ない場合はそうであり、消費者は通過する最初の空タクシーを呼び止めることになる。この場合には、価格競争を維持することが難しい。消費者が求めない限り値下げの可能性はほとんどなく、繰り返しの利用パターンは存在し

¹ 分化度とは、サービスを他の競争者と差別化するため、サービスについて行うことができる修正量を言う。

ないからである（例えば、自分から価格を値下げするようなタクシー運転手は、サービスの改善要求を受け付けない）。

2.4. 競争評価

2.4.1. 選択肢 1 - 現状維持

免許が発行された運転手は、上述したように競争が弱いことから利益を享受し続ける。

2.4.2. 選択肢 2 - 新規参入の制限の終了

新規参入の初期固定コストは、発行免許数の増加の結果、減少すると予想される。しかも、斬新なサービスを提供する傾向が高まり、競争が強化される可能性が高まると予想される。免許数の制限の廃止は、新規参入に対する障壁を低下させ、したがって、競争が奨励されることになる。このことと、コストの値下がりによる料金の値下げ圧力を生み出す。これは、今では消費者にも分かりやすい現象となりつつある。これによって市場はさらに効率的になり、消費者はより自分のニーズに合った選択をすることができるようになる。さらに、新規参入者の増加は、待ち時間を短くするため、サービスの平均品質が向上する。

2.4.3. 選択肢 3 - 新規参入の制限と料金の規制の終了

競争の影響は、選択肢 2 と同じだが、競争力のある料金が効果的に保証されないという違いがある。とりわけ、料金に対する最終的な影響がどのようなものになるかを一定の確実性をもって予測することは難しい。一つには、競争が更に促進され、初期新規参入コストが低下すると、料金は値引きされる可能性がある。しかし、その一方で、供給の増大が乗車率の減少につながり²、タクシーシステムや交渉の必要性について非居住消費者が知らないということを含み、競争が市場に固有な市場の機能不全を原因して実現されない場合には、料金が値上げされる可能性がある。乗車率の 60% が観光客であり、料金が異なることや、料金の交渉について大半の観光客が馴染んでいないことを考慮すると、多数のタクシーが便乗値上げに参加してくるかもしれないという問題が生まれる。

2.4.4. 選択肢 4 - フランチャイズシステム

² 大半のコストが固定されていることを考慮すると、すべてのコストを回収するには料金を値上げすべきだということになる。

この選択肢の影響はあいまいなように思われる。大半は、競争がうまく成立するかどうかにかかっている。もしそうであれば、料金は値下がりし、品質と利用情報は増加し、市場はより効率的に機能し、消費者はより自分のニーズにあった選択ができるようになると予想される。ただし、カルテルが行われるようになると、料金は値上がりし、品質は低下すると予想される。このような場合には、市場の集中と新規参入障壁の増加が予想される、具体性のあるシナリオである（例えば、實際上、操業できるのは大手企業だけになる）。

2.4.5. 選択肢 5 - 規制の全廃

新規参入コストと、品質コンプライアンス・コストは、減少すると予想される。したがって、新規参入は増加すると予想される。料金はコストの削減と競争の増大の結果、平均して値下げされると予想されるが、品質は、品質管理の不足と、タクシー事業者が品質に投資したいというインセンティブが不十分なこと（既に発注済のものは除く。）に原因して低下すると予想される。品質と料金の規制が定められていないので、サービスの品質と価格に対する消費者の懸念は増大することになる。その結果、とりわけ、タクシー利用者の大半を占めている観光客などの情報の少ない消費者は、メリットが減少し、多数の認証されていないタクシーは、「ぼったくり」戦略を続けると予想される。詐欺行為を行うタクシー運転手や、価格についての最初の口約束を守らないタクシー運転手に対する処罰は（一旦、移動が終わってしまえば）弱くなる。新規参入コストが安価であれば、免許の撤回もあまりコストがかからなくなるからである。タクシー利用者、とりわけ、荷物を持っている人がタクシーに乗車するときには、最初の約束が守られなくても立場的に弱くなる。

2.5. 結論

選択肢 1 は、競争に最も有害な影響を与えると考えられる。規制は市場に不必要な参入障壁を課し、競争を損なうだけでなく、消費者が自分のニーズにあった選択をするために必要な情報も損なうからである。その結果、提供されるサービスの品質と利用可能性が悪影響を受ける。提案 2 と 3 は、逆に、多数の競争促進効果がある。現在の規制と比較すると、競争を制限する効果があった、市場で利用できる免許の数が、人為的に制限されないからである。これらの選択肢は、消費者に対する適切なサービスの提供品質を改善すると考えられる。ただし、選択肢 3 については、競争力のある料金は効果的に確保されない。選択肢 4 は、選択肢 1 で検証した競争を抑制する問題を排除するかどうか判断するのは難しい。うまく行けば、競争を促進するメリットはあるかもしれないが、

カルテルに終わるリスクは大きい。とりわけ、新しいフランチャイズ事業者が、入札の後半から簡単に参入できない場合は、そうである。さらに、現在の市場構造を考慮すると、フランチャイズの実施は比較的複雑である。最後に、選択肢 5 は、多数の競争を促進するメリットはあるが、多数の観光客を受け入れる町で市場が良好に機能するかどうか保証することはできない。選択肢 5 は、運転手と消費者間の不均衡な情報の問題を取り上げてはいないからである。しかも、品質も安全も市場では効果的に保証されない。

2. 歯科規制*

この章では、国内の歯科規制の変更に関する競争評価の事例を紹介する。まず、現状及び考えられる行動について説明する。これらは、広範囲にわたる規制審査によって想定される材料であり、したがって、競争評価に特有なものではない。これらの導入材料について紹介してから、競争評価の事例を紹介する。

この評価の事例は、どちらかという短い。長い評価の方が適切な場合もあり、とりわけ、市場の経済的重要性が高まるほど、評価は長くなる。

1. 全体的な状況

1.1. 背景

議会は2年前、歯科医師、歯科保険会社、歯科衛生士及び消費者団体による証言を含めた歯科公聴会を開催した。歯科医師以外からの証言は、歯の治療が政府の定める支払明細書よりずっと高い金額に移行していることを示唆していた。消費者団体は、これらの費用については、歯科医師間でほとんど積極的な競争がないと証言した。競争当局は、総合歯科医師会が許認可規制によって保護されていないならば、その活動の大半はカルテル組織の活動のように見られる可能性があるとして証言した。歯科衛生士は、歯科衛生士による歯のクリーニングなど、患者の自己負担で歯の治療を受ける選択肢はずっと安価だが、歯科治療の管理システムが障害になっていると指摘した。管理システムは、総合歯科医師会が歯科治療を管理すべきことを明記した規制によって設定されており、大半の問題は、歯科医師が総合歯科医師会の議席の過半数を占めていることに原因して発生していると考えられたため、議会は、新しい衛生法の一環として、保健省が歯科規制及び歯科専門職の業務を審査するという要件を採択した。その目的は次のとおりである。

- 歯科治療に従事する人の安全と資格及び提供するサービスの適切さを保証する。
- 歯科サービスの提供に対する不必要な、あるいは不釣り合いな制限、とりわけ公共の利益に合致しない制限を回避する。

1.2. 既存の規制及び現在の環境の概要

歯科サービスの提供では、大部分の患者は政府から治療費の払い戻しを受けるが、歯科医師の収入の大部分は患者が自己負担するサービスの提供から構成

* この競争評価の事例は、Marta Troya-Martinez によって作成された。

されている。政府からの払い戻しは、直接、若年者、失業者、低所得者、高齢者及び障害者を対象として支払われる。患者が自己負担するサービスの費用は、政府の定める手数料一覧表よりずっと高い。大半の歯科医師は、自己負担の患者と公的補助のある患者の双方にサービスを提供している。保健省は 37 年間、様々な歯科治療を提供するために必要な資格を判断する責務は、口腔外科手術を除き、専門的規制団体である総合歯科医師会が決定することを規制 103.4 (a) によって定めていた。総合歯科医師会は、歯科医師を監督し、開業する人はすべて総合歯科医師会が認定する課程を受講し、少なくとも専門的な歯科医師資格（歯学博士号）を取得し、そのすべての人々が、総合歯科医師会の優良な会員となることを要求している。総合歯科医師会は、歯学博士が優良な会員であるためには、同会の「倫理規範」を維持しなければならないと定めている。倫理規範は次のように定めている。

- 誠実な請求慣行（患者に、慣例価格リストに従って料金を請求する）。
- 新聞や、10cm x 20cm を超える公共パネルにサービス広告を出さない。
- 他の歯科医師の患者を横取りしない。
- 法人による雇用の禁止及び非歯科医師による歯科医師の雇用の禁止。
- 地方自治体の標準価格以下の価格設定をしない。

総合歯科医師会は、歯科医師による監督がなされる場合を除き、歯科博士でない者が歯科業を開業することを許可しないと定めている。とりわけ、歯科衛生士と歯科技工士は、開業してそれぞれのサービスを提供するために十分な資格を保有していないと判断された。歯科医療法によって要請された審査の結果、保健省は規則 103.4 (a) を改めることを提案している。提案された改正内容は、歯科医師、歯科衛生士、又は歯科技工士になるための医療安全要件を決定し、開業医及び法人形態の事業展開を規制する責務を総合歯科医師会に付与している。ただし、保健省は総合歯科医師会が提案する行動規範に対する拒否権を保有し、誰でも誠実に従事し、虚偽広告をしない限り、開業し、免許が与えられた業務を遂行することが許可されるという原則に従って医療行為をすることになる。保健省は、さらに、苦情処理手順を導入し、患者がサービスの悪さを訴える歯科専門家に対する懲罰を定め、懲戒手順を導入する。

1.3. 代替案

次の 4 つの主要な政策代替案が検討されている。

- 現状維持

- 総合歯科医師会は、提供する医療の品質基準管理と非医療的側面を管理する。ただし、非医療的側面は、保健省の監督対象となる。同様に、苦情処理手順も保健省の規則によって管理される。
- 保健省は、これまで総合歯科医師会が担当してきたすべての役割を担当する。
- 一切の規制の撤廃

最初の「現状維持」という選択肢では、これまでの規制 103.4 (a) がそのまま維持される。2つ目の選択肢では、現在の歯科規制について、一部のオブザーバーから指摘された懸念を対象とする多数の変更が提起されることになる。とりわけ、総合歯科医師会は、同会の権限を行使し、口腔保険専門家の適切な資格を定め監督し、業務の保険に関係する側面と関係しない側面を管理してきたが、治療が行われる前に患者がその治療の価格を認識しているかどうかについては、適切な方法で確認されていない。したがって、総合歯科医師会は、治療の保険に関係する資格と保険に関係しない側面を監督する責任を維持することになる。ただし、治療については、今後、保健省の承認の対象となる。苦情処理手順も、今後、保健省の管轄となる。3つ目の選択肢では、担当省庁が開業医の資格を設定し、所定の診断を行う適切な手順に関する勧告を決定する責務を担当する。4つ目の選択肢では、安全な治療を管理する現在の規制が撤廃される。資格は、今後も総合歯科医師会から発行されることになるが、治療を提供するためにそのような資格は必要ではなくなる。むしろ、開業医が適切な資格を保有しているかどうかを確認することは、潜在的な患者の責任となり、不適任の場合には法廷に訴えることになる。競争評価は、規制案の選択肢 1 は、OECD 競争評価ツールキットが提案する「競争評価チェックリスト」にリストアップされた影響のうち、少なくとも 1 つに影響を及ぼすと思われるので、実施すべきである。とりわけ、選択肢 1 は、「市場で商品又はサービスを販売することができる価格を管理するか、あるいは実質的な影響を及ぼし」、「(正確な表示を要求し、虚偽広告又は誤解を招く広告を禁じる一般的な制限を超えて) 製品又はサービスの供給者が製品を宣伝する、あるいは販売する自由を制限する」ことになるだろう。

2. 競争評価の事例

2.1. 規制の目的

規制の目的は次のとおりである。

- 歯科治療に従事する人々の安全と資格及び提供されるサービスの適切さを保証する。
- 歯科サービスの提供に対する不必要な、あるいは不釣り合いな制限、

とりわけ、公共の利益に合致しない制限を回避する。

2.2. 規制の選択肢

規制の選択肢は次のとおりである。

選択肢 1：現状維持。何もしないが、現在の規制内容を維持し、その下で総合歯科医師会（民間専門団体）は歯科に関係する、あるいは関係しない規制及び苦情処理手順を担当する。とりわけ現在の規制は、歯科医師を監督し、開業する人々すべてが総合歯科医師会が認定する課程を受講し、少なくとも専門的な歯科医師資格（歯学博士号）を取得し、該当するすべての人々が総合歯科医師会の優良な会員となることを定めている（つまり、倫理規範を遵守する。誠実な請求慣行。新聞や 10cm x 20cm を超える公共パネルにサービス広告を出さない。他の歯科医師の患者を横取りしない。法人による雇用の禁止及び非歯科医師による歯科医師の雇用の禁止。地方自治体の標準価格以下の価格設定をしない）。この規制の 1 つの結果は、歯科衛生士と歯科技工士は歯科医師の監督がない限り業務を遂行することができなくなることである。

選択肢 2：総合歯科医師会、政府による医療実務の監督。総合歯科医師会は、安全と品質の基準を設定することを許可するが、価格設定、広告、勧誘及び実務の組織化など、実務に対する管理権は与えられない。保健省に実務監督機関を設け、この機関は、誰でも誠実に従事し、虚偽広告をしない限り開業することができ、免許が与えられた業務を遂行することができるという原則にしたがって行動する。苦情処理手順と規制は保健省の管理下に置く。

選択肢 3：政府による医療実務の監督。保健省に、開業医の資格と非歯科規制を定める責務を付与するが、選択肢 2 の規制は保留する。

選択肢 4：規制の全廃。一切の規制を廃止する。とりわけ、業界に自主的な登録システム（認証システム）を定めることを要求し、総合歯科医師会が管理し、開業医が適切な資格を保有しているかどうかを判断する責任を潜在的な患者に負わせる。不適任の場合には患者に法廷に訴えさせる。

2.3. 影響を受ける市場

規制により直接的な影響を受ける市場は、歯科サービス市場であり、予防

サービス（例えば、一般的な検査、X線検査及び分析）、口腔の健康に関するアドバイス、入れ歯の取り付けと販売、義歯の修理、通常の治療（例えば、詰め物、抜歯、歯垢の除去）、複雑な治療（例えば、歯冠治療）、矯正治療、口腔外科手術及び美容治療（例えば、歯の美白）を提供することができるあらゆる専門職を含む。国土が狭いため、市場の地理的範囲は国内全体である。供給チェーンのその他の要素（例えば、入力情報と機械類の供給）に対しては、実質的な影響はないと思われる。市場の集中度は高くない（2005年4月時点で、3,459人の歯科専門職が登録し、一般的に開業医として、あるいは2、3人の専門職が提携してサービスを提供している）が、市場の競争は比較的弱く、各専門職は顧客が来ることを「待っている」状態である。これは、下記のことが原因している。

- あらゆる形式の競争（キャンペーンと広告を含む）を明示的に禁じる倫理基準の適用。
- 消費者が専門職を簡単に変えられない要素の存在。例えば、医療記録の転送の難しさ（大半の歯科医は、自らが所有する記録を、他の歯科医に引き渡すことを拒否する）、価格と治療特性に関する情報の不足など。
- 法人が市場に参入したり、歯科衛生士と歯科技工士が歯科医から独立して開業することを妨げる供給側の制約。

2.4. 競争評価

2.4.1. 選択肢1 - 現状維持

歯科医師は、今後も上述した弱い競争から恩恵を受け、消費者は情報、選択肢、低廉な価格を奪われる。

2.4.2. 選択肢2 - 総合歯科医師会、政府による医療実務の監督

ビジネスモデルをより自由に選択できるようになり、歯科医療従事者の専門知識をより効率的に活用できるようになるため、運営コストは削減されると予想される。しかも、法人は財源を利用しやすくなるため、投資額が増えると予想される。市場構造に対する影響がどのようなものになるかを一定の確実性をもって予測することは難しい。一つは、歯科衛生士と歯科技工士の開業が許可されるため、新規参入数が増加すると予想される。しかし、その一方で、自営業又は共同経営より潜在的に大きな法人とその他の企業の参入が、市場の集中度を高めるかもしれない。新規参入は、これまで禁じられていた市場戦略、例えば、新しいビジネスを周知させることを目的とする広告や、競争相手の患者を横取りするキャンペーンなどを実施できるようになるため増加する。これらのツールは、新規参入者の実務を促進し、したがって、

投資収益を確保するために十分な事業を形作ることに必要な時間を短縮し、参入の便宜を図ることになる。最も制限の厳しい非歯科規制の廃止は競争を激化させるが、品質が犠牲になることもない（この選択肢では、専門的な実務条件は不変であり、苦情処理手順は更に効率的になる）。また、新しい顧客の獲得競争では、更に多くの情報が開示されることになる。このことにより、市場はより効率的に機能するようになり、消費者はより自分のニーズにあった選択ができるようになるはずである。

2.4.3. 選択肢 3 - 政府による医療実務の監督

競争の影響は、選択肢 2 とほぼ同じだが、専門職と比較すると一般的にあまり適格ではない保健省が技術的・専門的規制を引き継ぐため、品質が低下すると予想される点が相違点である。

2.4.4. 選択肢 4 - 規制の全廃

選択肢 2 及び 3 と同じように、運営コストは削減されると予想される。ただし、（認証システムが導入されるため）新規参入者にはメリットがある。同様に、投資の増加も予想される。歯科衛生士及び歯科技工士だけでなく、現状では開業することができない専門職からも新規参入が増加すると予想される。ただし、市場の集中に対する影響は、新しい大型事業も予想されるため未知数である。選択肢 2 及び 3 と同じように、市場では情報戦略と新しい市場戦略が展開することになる。ただし、専門職の行動については制限が課されないため、この潜在的な情報の流れは混乱を生じたり、誤解を招いたりする可能性があり、したがって、患者と専門職間の情報の不均衡さを緩和することには役に立たない。したがって、市場は不透明になり、サービスに対する不確実性の認識が高まる。その結果、市場の機能は効率性を失い、消費者は自分のニーズにあった選択を行えなくなる。さらに、認証システムと効率的でない苦情処理手順が原因となり、品質は平均的に低下すると予想される。したがって、競争は激しくなると思われるが、品質が犠牲になる。

2.5. 結論

選択肢 1 は、競争に最も有害な影響を与えると考えられる。規制は、歯科医の事業に不必要な参入障壁を課し、競争を損なうだけでなく、消費者が自分のニーズにあった選択をするために必要な情報も損なうからである。提案 2 と 3 は、逆に、多くの競争促進効果がある。現在の規制と比較すると、歯科医は競争を制限する効果がある宣伝、キャンペーン、法人化及び歯科専門家の補足的雇用を制限することができなくなるからである。ただし、選択肢 3 については、品質は効果的に保証されない。最後に、選択肢 4 は、多数の競争促進効果があ

るが、効率的な市場機能を確保することができない。選択肢 4 は、専門家と患者の間の不均衡な情報の問題を取り上げていないからである。したがって、選択肢 2 は、政策目標を達成するが、競争プロセスをもっとも促進する可能性が高い。選択肢 2 は、競争の観点からは最善の選択肢であると思われる。

3. 大気環境規制*

この章では、国内の大気環境規制の変更について、競争評価の事例を紹介する。まず、現状及び考えられる行動について説明する。これらは、広範囲にわたる規制審査によって想定される材料であり、したがって、競争評価に特有なものではない。これらの導入材料について紹介してから、競争評価の事例を紹介する。

この評価の事例は、どちらかという短い。評価は長短を問わず、適切な評価となり得る。

1. 背景

West 地域は人口密度が高く、大気汚染レベルが高いため環境上の脅威は深刻である。West 議会は大気汚染を抑制するため、地域の規制機関である West 大気清浄委員会 (WCAB) に、自動車用混合燃料に関する規制を策定し、施行することを許可した。WCAB は自動車による大気汚染を抑制する様々な選択肢を検討し、West 地域で使用する自動車用燃料を生産するため新しい精製技術の開発を要求することを決定した。精製業者が精製設備の改造のために投資を行った後、1社の石油企業 (Xoil) は、使用されている技術について同社が特許を保有しており、精製業者はその技術の使用権のライセンス料を支払うべきだと公表した。精製業者は自分達が支払わなければならない特許料が高いと苦情を申し立て始めた。政府のタスクフォースは、WCAB の規制の影響について調査を実施し、規制が West 地域で自動車用燃料を生産するために必要な精製技術のライセンスの使用許可を与える独占力を Xoil に付与しており、その独占力が Xoil のライバル企業の精製コストを増加させ、West 地域における自動車用燃料の価格を支配する権限を Xoil に与えていると報告した。タスクフォースは、Xoil がその技術について WCAB に圧力をかける時に自社の特許出願について明らかにはしておらず、その技術が特許を取得しないかもしれないということも表明していなかったことを確認した。消費者団体とトラック運転手は、WCAB 規制が導入されてから自動車用燃料の価格が高いことについて苦情を言い始めた。自動車用燃料の価格の値上げは West 地域では 6%だが、国内のその他の地域では、わずか 1%だった。WCAB の弁護士は、特許出願について明らかにしなかったことについて、規制当局が Xoil を処罰することはできないし、WCAB が特許を撤回することもできないと判断した。WCAB は、既存の規制が必ずしも公共の利益と合致していないと考えており、別の規制を検討している。

* この競争評価の事例は、Özlem Bedre によって作成された。

2. 規制の目的

WCAB は、国内の大気汚染防止法の次の3つの政策目標を推進しようとしている。(1) エンジンからの排気量を削減し、環境条件を改善する。(2) 企業がR&Dに投資し、クリーンな自動車用燃料を開発することを奨励し、クリーンな自動車用燃料を製造する技術の研究が重複しないようにする。(3) 不釣り合いな環境規制、とりわけ、公共の利益に合致しない規制、例えば、大気条件を改善することから得られる社会福祉の向上よりも損失の方が大きい自動車用燃料の価格の値上げなどを回避する。

3. 規制の選択肢

多数の選択肢が提出された。規制の選択肢は、次のとおりである。

選択肢1：技術基準を現状のまま維持する。何もせずに、現行の規制を維持し、その下で、精製業者は、Xoilの精製技術を利用してWest地域で使用する自動車用燃料を生産することが要求される。したがって、Xoilは、今後も自社の技術の使用料として独占価格又は特許料を精製業者に請求する。その結果、West地域で使用される自動車用燃料の生産コストは高いままとなり、West地域の自動車用燃料の価格が高くなる。

選択肢2：生産技術基準に価格規制を追加する。業界団体及び企業と協議し、クリーンな自動車用燃料の調合・混合プロセスの基準として別の技術を設定し、同時に、基準として選定する精製技術の価格を規制する。その結果、その技術の開発者は、その技術について規制された価格で請求しなければならなくなる。したがって、精製業者は、WCABの規制が導入される前に、クリーンな自動車用燃料の生産コストを認識することになる。

選択肢3：性能基準を導入する。クリーンな自動車用燃料の生産方法については規制を設けないが、あらゆる種類の自動車用燃料の燃焼からの排気量については上限を設ける。各精製業者は、自動車用燃料を生産する方法又は技術を自由に選択できるが、自動車用燃料の燃焼からの排気量は最大閾値より少なくなければならない。

選択肢4：排気税を導入する。クリーンな自動車用燃料の生産方法については規制を設けないが、West地域のガソリンスタンドで販売されるガソリンの排気量に対して税金を導入し、できれば、あらゆる種類の自動車用燃料の燃焼からの排気量について上限を設ける。上記選択肢3の選択

肢と同様、各精製業者は自動車用燃料を生産する方法又は技術を自由に選択できるが、汚染レベルは最大閾値より下とする。さらに、ガソリンスタンド（あるいは、自動車用燃料の販売業者）は、それぞれのガソリンの燃焼からの排気量に比例して税金を支払うことになる。

選択肢 5：規制の全廃。 一切の規制を廃止する。とりわけ、精製業者に、必要とする何らかの自動車用燃料を生産させ、ガソリンの排気レベルに課税しないで、所定の自動車用燃料を使用することから放出される排気レベルについて業界に自主的な認証システムを設けさせる。その結果、West 地域の消費者は、どの種類の自動車用燃料を購入するのか、自分の自動車からの排気量を減らすために自分がどの程度の負担をするのかを決定することになる。

4. 影響を受ける市場

規制から直接的な影響を受ける製品市場は、WCAB に準拠する自動車用燃料を製造する精製技術市場（技術市場）である。規制から間接的な影響を受ける市場は、West 地域で販売することができる自動車用燃料の市場（自動車用燃料市場）である。

業界団体及び企業との協議を通じて、諸成分を調合し、混合して、クリーンな自動車用燃料を生産する方法に関する基準を設定することは、クリーンな自動車用燃料を製造する最も効率的な精製技術を見付け出す効果的な方法である。しかしながら、WCAB の規制は特定の技術を規定しているため、(1) 操業要件としてライセンスを設定することによって、技術市場の供給者数または供給者の範囲を制限し、(2) (a) Xoil 以外のすべての精製業者の WCAB に準拠する自動車用燃料の生産コストが増大し、(b) West 地域に自動車用燃料を供給する石油会社の能力に対して地理的障壁を設けることによって、WCAB の自動車用燃料市場の供給者の競争能力を制限し、技術市場の競争を妨げ、自動車用燃料市場の消費者価格が値上がりすることになった。(他の地域で操業する石油会社は、WCAB 標準技術 (Xoil の特許取得技術) に従って生産された燃料を除き、West の販売網に自動車用燃料を持ち込むことが許可されていない)。したがって、WCAB の規制は、Xoil に技術市場における独占力を与え、この独占力は WCAB 自動車用燃料市場に供給する他の精製業者に対して競争を疎外する優位性を Xoil に付与することになった。Xoil は、技術の特許料を値上げして、ライバル企業のコストを増額することができたからである。

5. 競争評価

5.1 選択肢 1：技術基準を現状のまま維持する。

Xoil は、上述したように、今後も、技術市場における自社の独占力と、WCAB 自動車用燃料市場の弱い競争から恩恵を受けることになる。

5.2. 選択肢 2：生産技術基準に価格規制を追加する。

業界は共同研究を行い、最も効率的な技術により、クリーンな自動車用燃料を精製する基準として設定することによって、重要な効率の向上を達成することができる。それだけでなく、必要な技術の価格の規制は、WCAB に準拠する自動車用燃料の生産コストを低く維持し、その結果、West 地域の自動車用燃料の価格が値下がりすることになる。投入価格の規制は、さらに、WCAB に準拠する自動車用燃料の生産コストの不確実性を抑制する。しかしながら、必要な精製技術の価格が規制されることを考慮すると、R&D に投資し、そのような技術を開発しようとする企業のインセンティブは低下することになる。さらに、Xoil の技術から新しい技術への移行は、Xoil の技術に「埋没した」投資を無駄にしなければならないことになるかもしれない。精製業者に基準を設定することを許可すると、Xoil との特許料の交渉における精製業者の影響力を増大することになるかもしれない。自主基準方式の開始には多くのメリットがあるかもしれない。このような方式はごく一般的な方式であり、競争当局から非難されることもない。

5.3. 選択肢 3：性能基準を導入する。

クリーンな自動車用燃料の生産方法の規制を撤廃すると、各精製業者はあらゆる自動車用燃料の生産方法と技術を利用するようになる。さらに、あらゆる種類の燃料の燃焼から発生する排気量に上限を設定すると、各精製業者はライセンスを購入するか、あるいは個別に排気量の最大閾値を遵守する自動車用燃料を生産する技術研究を実施するようになる。この規制枠では、研究努力の重複が起りやすいが、研究努力の重複はイノベーションを加速し、使用する技術の選択肢を増やすので、明確な害はない。クリーンな自動車用燃料を生産する方法と技術は多数ある。したがって、技術市場の供給者間の競争は、クリーンな自動車用燃料の生産コストは急激に低下することになる。WCAB は競争を妨げないで、自動車の排気量を所定レベルに削減することができる。精製業者は、それぞれの生産技術を、より柔軟に選択し、R&D に投資し、精製技術を開発し、クリーンな自動車用燃料を生産できるようになる。ただし、このような技術のライセンスを購入する方が安価の場合は、この限りではない。

5.4. 選択肢 4：排気税を導入する。

クリーンな自動車用燃料の生産方法の規制を撤廃すると、各精製業者は、

あらゆる自動車用燃料の生産方法と技術を利用するようになる。ガソリンスタンドが販売しているガソリンの排気レベルに比例してガソリンスタンドから税金を徴収すると、排気税の削減から得られる限界利益が、排気量の削減の限界費用と同じになる燃料を生産しようというインセンティブを精製業者に与えることになる。各精製業者は、したがって、ライセンスを購入するか、あるいは個別に研究を行い、汚染度の最も低い自動車用燃料を生産できる、最も効率的な技術を発見するようになる。あらゆる種類の自動車用燃料からの排気に対する上限は、燃料需要が増加するため、閾値より汚染度が低い自動車用燃料を生産することを既に計画している企業にとっては効果がない。したがって、この規制の選択肢は、R&D に投資し、クリーンな自動車用燃料を生産しようという強いインセンティブを与えることになる。選択肢3と同様、クリーンな自動車用燃料を生産する技術は多数ある。したがって、技術市場の供給者間の競争は、激しく（排気税によってR&Dに対する投資インセンティブが強まるため、選択肢3の競争よりも激しい）、クリーンな自動車用燃料の生産コストが低下することになる。燃料から発生する排気レベルに比例して、ガソリンスタンドで販売されている自動車用燃料に課税すると、消費者は自動車の運転から発生する汚染の悪影響を自分の問題として受け止めるようになる。税金は自動車用燃料の価格を値上げさせ、West地域の自動車用燃料の需要を低下させる。環境税は、自動車の価格が高くなることによる消費者の損害が、大気汚染の改善から得られる社会的利益より小さい場合には、消費者利益を増大させる。ガソリンの排気税の適正レベルを決定することは容易な作業ではない。精製業者は、（選択肢3と同様）生産技術の選択については柔軟で、前向きにR&Dに投資し、精製技術を開発し、クリーンな燃焼性状の自動車用燃料を生産できるようになる。ただし、このような技術のライセンスを購入する方が安価の場合は、この限りではない。

5.5. 選択肢5：規制の全廃

規制を全廃すると、生産者は、必要なあらゆる種類の自動車用燃料を生産できるようになる。しかしながら、業界は、使用するあらゆる種類の自動車用燃料から排出される排気量のレベルについて、自主的な認証システムを開発すると考えられるので、消費者には、どの種類の燃料の汚染度が低いのかについての情報が提供されるようになる可能性がある。その結果、West地域の消費者は、どの種類の自動車用燃料を購入するのか、自分の自動車からの排気量を減らすために自分がどの程度の負担をするのかを決定することになる。ガソリンの排気レベルに対する課税措置がなければ、消費者は自動車からの排気量を減らすためにほとんど負担をしないだろう。消費者はネガティブな結果を自分の問題として受け止めることができないので、大気汚染に

対して個人的に貢献し、問題を他人に押し付ける。したがって、大気汚染は所定レベル及び他の規制枠よりもずっと高くなる。

6. 結論

この分析の主要なポイントは、適切なイノベーションを誘発するためにはどの選択肢かという点である。重要なポイントは次のとおりである。

- 政策は柔軟か、つまり、その政策は目的を達成する最善の方法を革新者に決定させる政策か。
- 政策は、汚染因子を対象としているのか、つまり、その政策は代替物又は技術ではなく、外因性に直接適用されるか。
- 政策には奥行きがあるか、つまり、その政策は所定範囲全体に適用され、減少技術の開発を継続的に奨励するか。¹

選択肢 4 は、消費者利益にとって最善の規制の選択肢である可能性が高く、しかも、自動車の排気量を削減するという主目的を達成する。選択肢 4 は柔軟であり、汚染因子に直接適用され、奥行きが深い。選択肢 3 は、次善の選択肢である。奥行きに欠け、基準レベル以下に対してイノベーションのインセンティブを提供しないからである。選択肢 3 と 4 は、選択肢 1 の競争を阻害する制限についても排除している。選択肢 1 では、West 地域では大気汚染が抑制され、業界は研究努力の重複を回避し、最も効率的な精製技術をクリーンな自動車用燃料を生産する基準として導入し、効率を改善することができる。しかしながら、選択肢 1 は、競争に対して最も大きな悪影響を及ぼす可能性がある。規制が、クリーンな自動車用燃料を生産する要件としてライセンスを設定するので、技術市場に独占権が生まれるからである。規制は、さらに、自動車用燃料の精製コストを引き上げ、West 地域の自動車用燃料市場への新規参入に対して地理的障壁を作り出し、自動車用燃料市場の供給者の競争力を制限する。その結果、West 地域の燃料の価格は値上がりし、消費者利益が低下する。この悪影響は、選択肢 2 によって排除することができる。選択肢 2 は、独占価格を規制することによって必須な精製技術の価格を値下げさせるが、同時に R&D に投資して、そのような技術を開発しようというインセンティブを低下させる。選択肢 3 と 4 は、自動車用燃料の生産プロセスの規制を解除することによって、精製業者がより柔軟に技術を選択できるようになる。どちらの場合も、規制機関は、大気汚染を必要レベルに維持することができる。さらに、どちらの選択肢も、R&D

¹ 環境イノベーションの重要なポイントに関する詳細については、
[http://www.oilis.oecd.org/oilis/2009doc.nsf/LinkTo/NT00006E5E/\\$FILE/JT03274164.PDF](http://www.oilis.oecd.org/oilis/2009doc.nsf/LinkTo/NT00006E5E/$FILE/JT03274164.PDF)
 で (OECD (2009)「環境政策の枠組条件、イノベーションと技術移転」) を参照。

に投資し、クリーンな自動車用燃料を生産する精製技術を開発しようという高いインセンティブを精製業者に与える。選択肢 4 は、燃料から出る排気量レベルに比例して燃料に課税することによって、自動車用燃料の消費量に変化をもたらす。選択肢 5 は、排気基準も課税もないので、企業は極めて柔軟に精製技術を選択することができるが、選択肢 5 は、排気量を削減しようというインセンティブも、R&D に投資しクリーンなガソリンを生産する技術を開発しようというインセンティブも与えないので、West 地域の大气汚染は抑制されない。

競争評価ツールキットは、以下の言語に翻訳されており、下記のウェブサイトでダウンロードできます:

www.oecd.org/competition/toolkit

アラブ語 / العربية

日本語

中国語 / 中文

韓国語 / 한국어

英語 / English

ルーマニア語 / Român

フランス語 / Français

ポルトガル / Português

ハンガリー語 / Magyar

ロシア語 / Pycckо

インドネシア語 / Bahasa

スペイン語 / Español

イタリア語 / Italiano

トルコ語 / Türk



競争評価ツールキットについて、更に御質問がある場合には、以下の連絡先に御連絡ください:

comp.toolkit@oecd.org // www.oecd.org/competition/toolkit