

2023年4月7日

COMPETITION LAW LEGAL UPDATE(2023/4)

Contents

- I. 公取委による「グリーン社会の実現に向けた事業者等の活動に関する独占禁止法の考え方」の公表
- II. 景品表示法に基づくグリーンウォッシュ事例の摘発と不実証広告規制の適用
- III. 2022年12月以降に執筆した独占禁止法に関する主な論文・書籍のご紹介
- IV. 事務所 News(受賞歴)

I. 公取委による「グリーン社会の実現に向けた事業者等の活動に関する独占禁止法の考え方」の公表

弁護士 矢上 浄子 / 弁護士 西向 美由 / 弁護士 本郷 あずさ

近年、気候変動の問題は広く認識され、企業においても環境負荷の低減と経済成長を両立できる「グリーン社会」の実現に向けた様々な取組が模索されている。一方で、そうした企業の取組が独占禁止法に抵触するのではないかという懸念も生じているところである。

このようなグリーン社会の実現に向けた企業の取組を競争政策の観点から後押しするため、経済産業省は2022年3月に「グリーン社会の実現に向けた競争政策研究会」を立ち上げ、競争政策上の論点の検討を行った。公正取引委員会(以下「公取委」という。)もまた、2022年10月から12月にかけて「グリーン社会の実現に向けた事業者等の活動に関するガイドライン検討会」を開催し、ガイドラインの整備に向けた検討を行った。

これらの背景のもと、公取委は2023年1月13日、「グリーン社会の実現に向けた事業者等の活動に関する独占禁止法の考え方」(案)を公表し、2023年2月13日までパブリックコメントを募集した。そして、パブリックコメントを踏まえたガイドライン(以下「グリーンガイドライン」という。)が、2023年3月31日に公表された。

1. グリーンガイドラインの概要

(1) グリーンガイドラインの目的

グリーンガイドラインの目的は、事業者及び事業者団体(以下「事業者等」という。)によるグリーン社会の実現に向けた様々な取組について、イノベーションを失わせる競争制限的な行為を未然に防止するとともに、独占禁止法の適用・執行に係る透明性及び予見可能性を高めることで、事業者等による取組を促進することにある。グリーンガイドラインは「グリーン社会」を冠するものの、社会公共的に望ましい目的のために実施される「持続可能な開発目標(SDGs)」達成に向けた取組についても判断枠組みを適用できる可能性が高いとされ、より広く SDGs に取り組む企業にとっても参考になると考えられる。

(2) グリーンガイドラインの構成

グリーンガイドラインは大きく分けて 5 つの部分から構成されている。第 1 から第 4 では、共同の取組(水平関係)、取引先に対する行為(垂直関係)、優越的地位の濫用、企業結合の 4 つの行為類型ごとに、「独占禁止法上問題となる行為」、「問題とならない行為」、「問題とならないよう留意を要する行為」についてそれぞれの考え方の枠組みを示したうえで、具体的な想定例と解説を加えている。また、第 5 では、事業者等が実施しようとする具体的な取組について、事前に公取委に対し相談を行う際の方法(事前相談制度と一般相談)、相談時に準備しておくことが望ましい説明内容等につき、具体的なガイダンスを示している。

サステナビリティに向けた企業の活動に対する競争法の適用について示したガイドラインは EU やオランダ等でも検討が進められているが、公取委のグリーンガイドラインは共同の取組以外の行為類型も対象に含めており、包括的なガイドラインとなっている点に特徴がある。以下では、このうち共同の取組、取引先に対する行為、企業結合に関するポイントを俯瞰することとしたい。

2. 共同の取組

グリーンガイドライン 6 頁の「共同の取組: 検討フローチャート」によれば、共同の取組が独占禁止法上問題となるか否かの検討は、次の 3 つのステップにより行われる。まず、ステップ 1 として、①価格等の重要な競争手段に関与しない、②新規参入を制限しない、③既存事業者を排除しない等の場合、当該行為は競争制限効果が見込まれない行為として、独占禁止法上問題とならない。また、独占禁止法上問題とならない行為の想定事例からすると、上記のほか、共同の取組が、法令により要求される範囲を超えない場合や、個々の事業者を拘束しない場合も、独占禁止法上の問題はないと判断される可能性が高いと考えられる。次に、ステップ 2 として、上記①～③のいずれかを満たさない場合(価格等の重要な競争手段について制限する場合等)は、原則として独占禁止法上問題となり、グリーン社会の実現を目的とすることのみによって正当化されることはないとされている。最後に、ステップ 3 として、ある行為について競争促進効果と競争制限効果の両方が認められる場合には、「取引の目的の合理性及び手段の相当性を勘案しつつ、競争制限効果及び競争促進効果について総合的に考慮して、市場における競争を実質的に制限すると判断される」か否かが検討されることになる。

さらに、グリーンガイドラインは、ステップ 3 について、行為類型ごとに細かな考慮要素を挙げている。

行為類型	考慮要素	独占禁止法上問題とならない場合の 想定例
自主基準の設定	<ul style="list-style-type: none"> ① 競争手段を制限し需要者の利益を不当に害するものでないか ② 事業者間で不当に差別的でないか ③ 正当な目的に基づき合理的に必要な範囲内か 	事業者団体が、温室効果ガス削減を目的として、 <u>価格等の重要な競争手段を内容としない、自主的な基準を設定し、会員事業者可能な範囲で取り組むよう推奨する。</u>
共同研究開発	<ul style="list-style-type: none"> ① 参加者の数及び市場シェア ② 共同研究開発の性格(基礎研究か開発研究か等) ③ 必要性(1社ではコスト負担が大きい等) ④ 対象範囲、期間 	<u>単独で実施するには多大なコストがかかり困難な新たな製造手法の研究開発について、重要な競争手段に関わる情報交換を防ぐ対策を講じたうえで、成果の活用にも制限をかけずに行う。参加事業者の市場シェアが70%超となる場合でも、共同研究開発の成果について、他の競争者に対しても合理的な費用負担を求めたうえで実施許諾を行う。</u>
共同生産及びOEM	<ul style="list-style-type: none"> ① 参加者の市場シェア ② 対象商品の供給に要するコストに占める共同生産等のコストの割合 ③ 対象商品の販売活動の独立性 ④ 共同生産等への参加が自由で制限されていないか 	商品Aの製造過程における温室効果ガスの削減に対応できないXは、自主製造を取りやめ、同じ商品Aを販売するYに全量の製造を委託することにした。 <u>重要な競争手段に関する情報については必要な情報遮断措置を講じ、今後も独立して販売を行うことにした。商品Aの製造販売市場にはX、Yの他にも有力な事業者が複数存在する。</u>
データ共有	<ul style="list-style-type: none"> ① 参加者の数及び市場シェア ② データの性質(研究開発における、又は商品・役務への投入財としての重要性) ③ 必要性 ④ 対象範囲、期間 ⑤ 対象商品・役務の販売活動の独立性 	商品Aの市場シェアが合計で60%超となる製造販売業者X、Y、Zは、商品Aの改善のため、商品Aの利用先での温室効果ガス排出量に関するデータを収集・共有することにした。データは <u>需要者を匿名化又は抽象化して提供され、価格等の重要な競争手段についてはデータ共有しない。研究開発は今後も独立して実施する。</u>

3. 取引先に対する行為

事業者が取引先事業者の販売方法を制限する行為や、取引先事業者との取引を打ち切る行為については、それがグリーン社会の実現に向けた取組として行われる場合、独占禁止法上問題とならないことが多いとされている。グリーンガイドラインは、前者の取引制限について、市場シェアが20%以下である事業者による行為であれば、通常公正な競争を阻害するおそれはないとも示している。しかし、有力な事業者による行為で、競争制

限効果と競争促進効果の両方が認められるものについては、上記共同の取組と同じく、「目的の合理性及び手段の相当性を勘案しつつ、取引先事業者の事業活動に対する制限等から生じる競争制限効果及び競争促進効果について総合的に考慮して判断」されることになる。また、取引拒絶については、単独の事業者による場合は基本的に独占禁止法上問題とならないとしつつ、例外的に独占禁止法上不当な目的を達成するための手段として取引拒絶が行われる場合、問題となりうるとしている。

グリーンガイドライン案 32 頁から 44 頁では、取引先に対する行為について、行為類型別に考慮要素を掲げつつ、独占禁止法上問題となる場合とならない場合の想定例が示されている。

行為類型	考慮要素	独占禁止法上問題とならない場合の想定例
競争事業者の商品の取扱い等を制限する行為	<ul style="list-style-type: none"> ① ブランド間競争の状況 ② ブランド内競争の状況 ③ 行為者の市場における地位 ④ 取引先事業者の事業活動への影響 ⑤ 取引先事業者の数及び市場シェア 	<p>市場シェア 25%を占める部品 A を製造する X は、<u>生産設備増強のための投資コスト回収</u>を目的として、部品 A を購入する取引先に対してコスト回収に必要な 3 年間、<u>自社の部品 A を継続的に一定量購入することを義務付けた</u>。部品 A の市場にはシェア 20%の Y や 15%の Z がおり、部品 A の販売社は、<u>彼らとの取引を行うことが可能な状況にある</u>。</p>
単独の取引拒絶	<ul style="list-style-type: none"> ① 拒絶される事業者の事業活動が困難になるか ② 市場競争に与える悪影響 ③ 行為者及び競争者の市場における地位 ④ 行為の期間 ⑤ 行為の態様 	<p>役務 A の提供上使用される商品 B を販売している Y は、<u>役務 A の提供事業者に対して所轄官庁が課している温室効果ガス排出量削減の努力義務を履行していない X に対して、自らの社会的責任を踏まえ、商品 B の提供を取りやめた</u>。</p>

4. 企業結合

企業結合審査について、グリーンガイドラインは、グリーン社会の実現を目的としているケースに対して特殊な判断枠組みを提供するものではなく、既存の企業結合ガイドラインと同様の判断枠組みが紹介されているにすぎない。もっとも、企業結合が一定の取引分野において競争の実質的制限をもたらすか否かを判断する際の要素として、当事会社のシェアや参入圧力等の既存の考慮要素に加え、規模の経済性、生産設備の統合、工場の専門化、輸送費用の軽減、研究開発体制の効率化等により当事会社グループの事業の効率性が向上する場合には、その点も加味すると明示されている点は注目に値する。ただし、効率性については、①企業結合に固有の効果として向上する効率性であって、より競争制限的でない他の方法では生じないものであるか、②効率性の向上の実現可能性はあるか、③当該効率性の向上により、製品・サービスの価格の低下や品質当該の向上等、需要者の厚生が増大するといえるか、などの観点から判断される点に注意を要する。

5. 今後の展望

グリーンガイドラインは、これまで複数のガイドラインにより示されてきた公取委の独占禁止法の適用に関する見解を、グリーン社会の実現のための取組という観点から整理したうえで、具体的な想定例を数多く取り入れたもの

となっており、場面に応じて参照しやすい構成となっている。

もっとも、グリーンガイドラインは、グリーン社会の実現に向けた取組についてセーフハーバーを設定するものではなく、既存の判断枠組みを緩和するものではない。グリーン社会の実現に向けた取組には、業界全体で又は業界の主要プレイヤーが中心となる場合が多いことや、効率性の向上が必ずしも需要者に直接は還元されないことといった特殊性があることにかんがみれば、従来の判断枠組みを踏襲しただけでは、企業の取組を後押しするにはいまま一つ不足があるものと考えられる。これらの問題点に関しては、引き続き議論の蓄積を踏まえた今後の修正が待たれるところである。

II. 景品表示法に基づくグリーンウォッシュ事例の摘発と不実証広告規制の適用

弁護士 江崎 滋恒 / 弁護士 西向 美由 / 弁護士 橋本 康 / 弁護士 平岩 三佳

2023年4月4日、消費者庁は、「[景品表示法に基づく法的措置件数の推移及び措置事件の概要](#)」と題する措置命令一覧を公表した。同一覧表には2022年3月1日～2023年2月28日の景品表示法に基づく法的措置事件の概要が掲載されているところ、近年関心が高まっている環境への配慮を標榜する商品に関する執行事例が多数確認できることから、本稿では、グリーンウォッシュ事例及びこの種の案件の摘発において適用されることが多い不実証広告規制の概要について説明する。

1. グリーン社会への関心とグリーンウォッシュ事例の摘発

近年、日本では、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けた温室効果ガスの削減など、環境のための様々な取組が進んでいる。環境に対する消費者の関心も高まっており、商品の購入に際して、環境への影響を配慮する消費者も増えている。しかし、同時に、そのような消費者の環境への意識に付け込んで、実態や根拠がないにも関わらず環境問題等に取り組んでいるように見せかける、いわゆるグリーンウォッシュが消費者問題となってきた。グリーンウォッシュの問題については、消費者団体等が事例を紹介し、「地球にやさしい」「CO2ゼロ」などの曖昧な表現への注意喚起を行うなど、問題意識も共有されつつある。

このような状況の中で、消費者庁は、2022年12月19日から21日にかけて、「環境にやさしい〇〇」「生分解性〇〇」「微生物などにより最終的には二酸化炭素と水にまで分解される」など、土壌中や水中の微生物によって水と二酸化炭素に分解される生分解性等の性質を有するかのような商品表示を合理的な根拠なく行った事案について、実際のものよりも著しく優良であると示すもの（優良誤認表示）であるとして、計10件の措置命令を行った。対象商品には、ごみ袋やカトラリーなど、消費者の日常生活に密接に関係する商品も含まれる。

2. 不実証広告規制の概要

(1) 優良誤認表示への適用

上記の措置命令に至った案件は、いずれも優良誤認表示として摘発されたものである。原則として、消費者庁は、優良誤認表示として行政処分を行うには、当該商品又は役務の内容が表示どおりのものではないことを立証することが必要となる。しかし、上記の措置命令に至った案件においては、そのような立証はされていない。消費者庁は、景品表示法第7条第2項の規定に基づき、対象会社に対し、期間を定めて、当該会社による表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求め、当該会社は実際に根拠資料を提出したが、提出された資料が当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとして認められなかったことを理由に措置

命令がされており、いわゆる不実証広告規制が適用されている。

不実証広告規制とは、優良誤認表示の規制の実効性を高めるための規制である。消費者庁は、優良誤認表示の疑いがある事業者に対し、期間を定めて表示の裏付けとなる合理的な根拠資料の提出を求めることができる。事業者が期間内に根拠資料を提出しない場合や、提出された資料が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと認められない場合には、消費者庁が当該表示について実際のものとは異なるものであること等の具体的な立証を行うまでもなく、措置命令との関係では不当表示とみなされ(景品表示法第7条第2項)、課徴金納付命令との関係でも不当表示と推定され(同法第8条第3項)、事業者に対し、措置命令や課徴金納付命令を行うことができるとする制度である。

不実証広告規制は、商品又は役務の内容に関する表示が広く適用対象となり得るが、これまでの運用では、内容に関する表示のうち、主に効果、性能に関する表示について適用されてきた。上記の措置命令に至った案件は、まさに商品の環境に対する効果、性能に関する表示が問題となったものであり、過去の運用からしても、不実証広告規制が適用されることが想定され得る事案であった。一般的なグリーンウォッシュ事案についても、問題となり得る表示がその商品又は役務の効果、性能に関するものであれば、同様のことがいえよう。

(2) 合理的な根拠資料として認められる要件

事業者から提出された資料が合理的な根拠を示しているか否かの判断については、不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の運用指針―不実証広告規制に関する指針―に考え方が示されている。同指針によれば、広告表示の裏付けとなる合理的な根拠と認められるためには、次の2つの要件を満たす必要がある。

(ア) 提出資料が客観的に実証された内容であること

(イ) 表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること

上記(ア)については、①試験・調査によって得られた結果であること、②専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献であることいずれかに該当するものである必要がある。

①の場合、試験・調査の方法は、表示された商品・サービスの効果、性能に関連する学術界又は産業界において一般的に認められた方法又は関連分野の専門家多数が認める方法により実施する必要がある。そのような方法が存在しない場合には、社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法で実施する必要がある。

一般的に、商品・サービスの効果、性能に関する表示を行った事業者とは関係のない第三者(例えば、国公立の試験研究機関等の公的機関等)が当該性質の試験・調査を行った場合には、当該試験・調査は客観的なものであると考えられている。また、当該事業者自身が実施したものであっても、上記の方法で実施されたものであれば、根拠資料として提出することが可能である。

②の場合、専門家等が客観的に評価した見解又は学術文献であって、当該専門分野において一般的に認められている必要があり、当該専門分野において一般的には認められていない専門家等の見解は、客観的に実証されたものとは認められない。

上記(イ)については、提出資料が客観的に実証された内容であるのみならず、その内容が表示された効果又は性能と適切に対応している必要がある。例えば、生物分解性を有し、自然環境中において短期間で分解される旨を表示していた場合、特殊な環境においてのみ短期間で分解された結果を示す根拠資料を提出しても、表示内容と適切に対応しているとは認められない。

(3) 根拠資料提出における15日ルール

根拠資料の提出期限は、消費者庁長官が当該資料の提出を求めた日から、原則として15日後とされてお

り(景品表示法施行規則第7条第2項)、「15日ルール」とも呼ばれている。事業者から書面により提出期限の延長の申出があり、正当な事由があると消費者庁が認めた場合には、その提出期限を延長することができるが、期限の延長が認められるか否かは消費者庁の判断に委ねられており、新たな又は追加的な試験・調査を実施する必要があるなどの理由は正当な事由とは認められない。

事業者が、上記(2)(ア)及び(イ)の要件を満たした合理的な根拠資料を15日間で一から用意し、提出することは困難である。そのため、事業者としては、商品又は役務の著しい優良性を示す表示を行う場合、あらかじめ当該表示の裏付けとなる合理的な根拠資料を準備しておくことが重要である。

3. 今後の動向及び景品表示法の改正

グリーンウォッシュ事例は、消費者の日常生活に影響を与えることも多く、今後もグリーン社会実現への動きと連動して、不適切な表示が行われた場合には、さらなる摘発が予想される。そして、その摘発に際しては、不実証広告規制の適用が想定され得る。

また、優良誤認表示及び有利誤認表示については、既に課徴金制度が導入されているが、現在、新たに直罰規定(100万円以下の罰金)の導入を含めた景品表示法の改正法案が国会で審議されており、法案が成立すれば、措置命令を経ずに罰金が科される可能性が出てくる。同改正案には、繰返しの違反に対する課徴金の割増しや課徴金の計算の基礎となるべき事実を把握することができない期間における売上額を推計することができる規定も含まれている。

これらのことからすれば、事業者が商品又は役務の著しい優良性を示す表示を行う場合、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠資料を事前に準備しておくことの重要性はさらに高まっていくものと考えられる。

III. 2022年12月以降に執筆した独占禁止法に関する主な論文・書籍のご紹介

2022年12月以降にこれまで当事務所の弁護士が執筆した独占禁止法に関する主な論文・書籍をご紹介します。リンク先から閲覧可能なものも多くございますので、ご高覧いただけますと幸いです。

- ◆ Lexology Getting The Deal Through – Dominance 2023 (Japan Chapter)
2023年3月（著：[山田 篤](#)、[臼杵 善治](#)）
原文(英語)は、[こちら](#)から閲覧可能です。
- ◆ GCR – The Asia-Pacific Antitrust Review 2023(Japan Chapter: Cartels)
2023年3月（著：[山田 篤](#)）
原文(英語)は、[こちら](#)から閲覧可能です。
- ◆ GCR – The Asia-Pacific Antitrust Review 2023(Japan Chapter: Merger Control)
2023年3月（著：[鈴木 剛志](#)）
原文(英語)は、[こちら](#)から閲覧可能です。
- ◆ 独禁法・下請法の強化と中小事業者①②③
2023年1月（著：[石田 健](#)）社労士 TOKYO (No.506)
2023年2月（著：[石田 健](#)）社労士 TOKYO (No.507)
2023年3月（著：[石田 健](#)）社労士 TOKYO (No.508)
- ◆ 消費者庁、「ステルスマーケティングに関する検討会報告書(案)」に関する意見募集の結果の公示
2023年1月（著：[臼杵 善治](#)、[久米 野乃香](#)）
[こちら](#)から一部閲覧可能です。
- ◆ 消費者庁、「ステルスマーケティングに関する検討会報告書(案)」の公表および意見募集
2022年12月（著：[臼杵 善治](#)、[久米 野乃香](#)）
[こちら](#)から一部閲覧可能です。
- ◆ Market Intelligence – Merger Control 2022 – Japan
2022年12月（著：[中野 雄介](#)、[バシリ ムシス](#)、[矢上 浄子](#)）
原文(英語)は、[こちら](#)から閲覧可能です。
- ◆ 欧州委員会による垂直的制限に関する一括適用免除規則および垂直的制限ガイドラインの改正
2022年12月（著：[バシリ ムシス](#)、[西向 美由](#)）NBL 1232号

IV. 事務所 News（受賞歴）

当事務所は、国際的に定評ある評価媒体による最新のランキングにおいて、前年度に引き続き、競争法を含め多数の分野にて最高位(Band 1／Tier 1)にランクインしました。競争法分野の個人部門においても、複数の弁護士がランクインしております。

◆ Chambers Asia-Pacific 2023

分野の評価: Competition / Antitrust (Band 1)

Ranked Lawyers: (Competition / Antitrust) [石田 英遠](#)、[中野 雄介](#)、[バシリ ムシス](#)、[原 悦子](#)

詳細は、[こちら](#)から閲覧可能です。

◆ The Legal 500 Asia Pacific 2023

Antitrust and Competition (Tier 1)

Leading Individual: [中野 雄介](#)、[バシリ ムシス](#)

詳細は、[こちら](#)から閲覧可能です。

◆ 日本経済新聞 - 2022 年に活躍した弁護士ランキング

総合ランキング(企業票+弁護士票):(独禁・競争法分野) 8位 [鈴木 剛志](#) 17位 [中野 雄介](#)

[こちら](#)から一部閲覧可能です。

以上

-
-
- 本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供であり、具体的な法的アドバイスではありません。お問い合わせ等ございましたら、下記弁護士までご遠慮なくご連絡下さいますよう、お願いいたします。
 - 本ニュースレターの執筆者は、以下のとおりです。
 - 弁護士 江崎 滋恒 (shigeyoshi.ezaki@amt-law.com)
 - 弁護士 矢上 浄子 (kiyoko.yagami@amt-law.com)
 - 弁護士 西向 美由 (miyu.nishimukai@amt-law.com)
 - 弁護士 橋本 康 (yasushi.hashimoto@amt-law.com)
 - 弁護士 本郷 あずさ (azusa.hongo@amt-law.com)
 - 弁護士 平岩 三佳 (mika.hiraiwa@amt-law.com)
 - ニュースレターの配信停止をご希望の場合には、お手数ですが、[お問い合わせ](#)にてお手続き下さいますようお願いいたします。
 - ニュースレターのバックナンバーは、[こちら](#)にてご覧いただけます。

アンダーソン・毛利・友常 法律事務所

www.amt-law.com