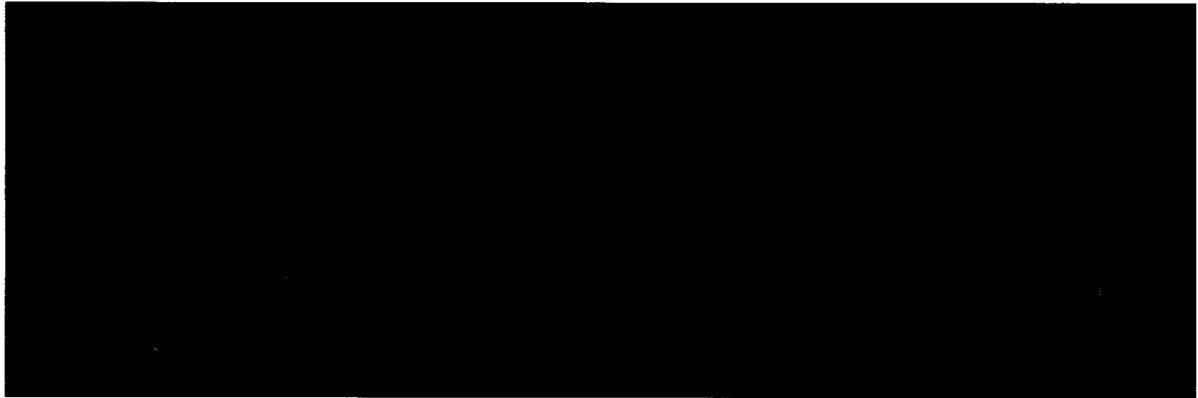


資料 2

新聞業特殊指定，無代紙の取扱いについて

1 はじめに

- (1) 新聞の再販制度にかかわる問題として新聞業特殊指定の見直しを行う必要があり，また，別途，新聞の景品規制の見直しの中で無代紙の取扱いをどのように行うか検討しているところである。



2 新聞業特殊指定について

(1) 経緯，変遷

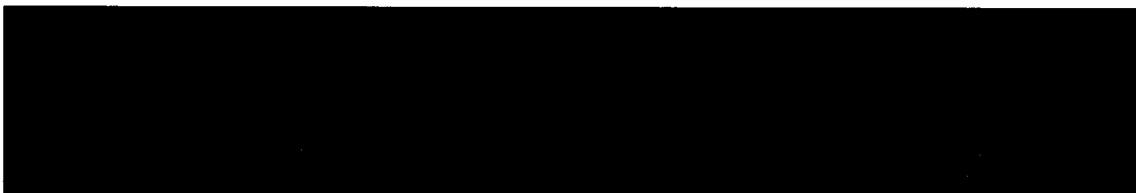
新聞業特殊指定は，当初，昭和 30 年に制定され，①物品等の利益供与（景品），②無代紙・見本紙，③差別対価，④押し紙について，規定していた。

その後，景品表示法が制定されたことにもない，昭和 39 年に全部改正が行われ，①差別対価，②押し紙を規制する現行の規定となっている（旧指定のその他の部分は，景品表示法に基づく告示・公正競争規約に移行）。

(2) 差別対価（新聞業特殊指定第 1 項）について

ア 規定上の問題点

新聞業特殊指定第 1 項は，新聞発行本社又は販売店が，地域又は相手方により，異なる定価を付し，又は定価を割引することを禁止している。



イ 制定当時の解釈、その後の運用等

(7) 制定当時の新聞業特殊指定の解説書（昭和 31 年，公取委事務局編）では，この差別対価に不当性がない場合，例えば，価格差がその商品の等級，品質，数量，輸送量，運賃その他の差異により合理的なものである場合は，「正当な」理由があるものとして不公正な取引方法とはされないとしており，

(イ) 違反事件例としては，隣県に対する略奪的価格設定（地域ダンピング）に関する第二次北國新聞事件（昭和 32 年，東京高裁緊急停止命令）がある。

ウ 二様の解釈について

(7) 学説の状況

学説は，①構成要件に該当すれば直ちに違法（違法性阻却の余地なし），②不当性・公正競争阻害性を有する場合は違法（実質的判断あり）という二つの見解に分けられる。

この見解の相違は，特殊指定の性格及び不公正な取引方法の規制趣旨の理解にかかわる違いである。前者は，特殊指定はその業界特有の事情に照らして「不当」とされる場合を具体的に規定するのであるから，それに当たれば直ちに違法となるというものであり，一方，後者は，独占禁止法の委任の趣旨からみて公正競争阻害性がない場合をも規制するものではないので，そのように解釈して適用すべきというものである。

(イ) 論点



エ 政府規制研報告書等

- (ア) 平成7年7月の再販問題検討小委員会報告書では、新聞業特殊指定について、「値引き自体を否定的に考える傾向もあり、このため、長期購読者等に対する値引が行われな
いなど、極めて硬直的な形で定価販売制度が実施されている」との弊害を指摘している。
- (イ) また、今回の政府規制研報告書では、新聞業特殊指定について「現在でも一部売り
と戸別配達による購読料に差異があるように、様々な取引条件等の差を反映した合理的な
価格差を設けること自体を禁止するものではないと考えられる」としている。

オ 今後の対応について



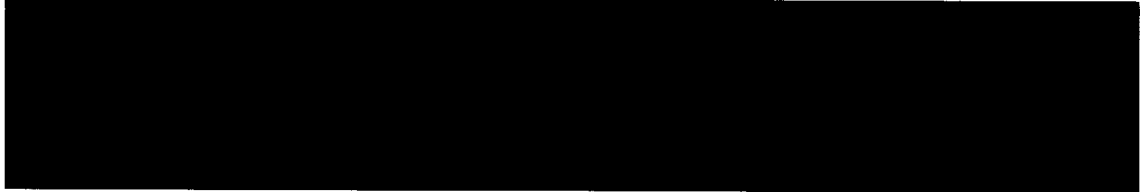
(3) 押し紙（新聞業特殊指定第2項）について

ア 問題の所在等

(7) 規定上の問題



(イ) 実際上の問題



(ウ) 運用面の問題



イ 今後の対応について



(4) 新聞業特殊指定と自主機関について

ア 経緯、活動対象

(7) 旧特殊指定制定時

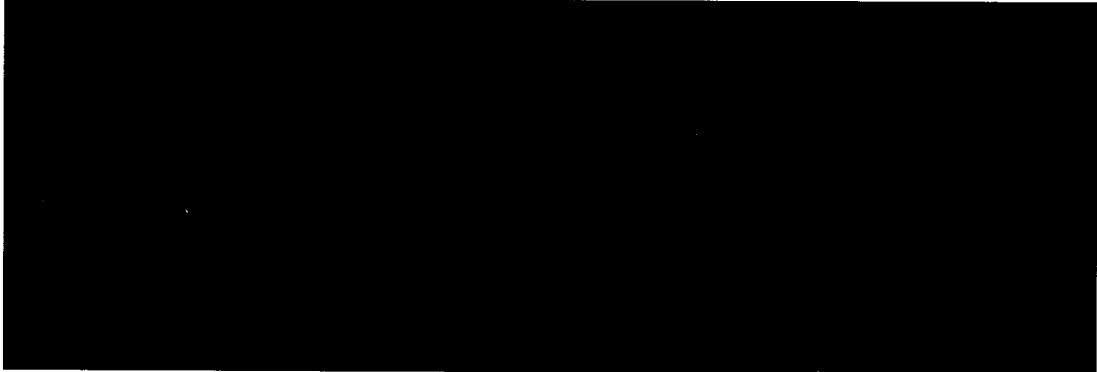
昭和 30 年、旧特殊指定の制定とともに、その円滑実施のため、新聞協会において実施要綱を定め自主規制のための機関（以下「自主機関」という。）を設けた（新聞公正取引協議委員会）。

(イ) 現行の特殊指定、景品告示・規約への移行時

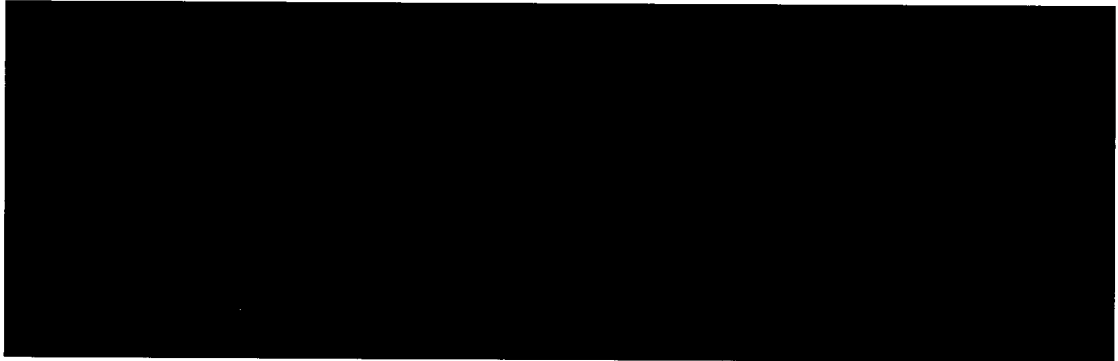
昭和 39 年、上記の組織は、公正競争規約の運用団体に衣替えしたが、併せて、引き続き新特殊指定に関する自主機関でもあるという形態となった（協議会規則その他の規程の中で、差別対価・割引、押し紙に関する定めを設けている。）。

イ 問題点

(7) 新聞公取協が景品規約以外の事業を行っていること



(イ) 割引の禁止等を定めていること



(ウ) 特殊指定について業界自主機関が運用すること



ウ 今後の対応について



3 無代紙の取扱いについて

(1) 経緯等

ア 旧特殊指定の制定

昭和30年の旧特殊指定においては、第2項で、無代紙又は見本紙の配布を禁止していた。その理由としては、当時の解説書によれば、新聞が真に商品見本として配付されるこ

とは希有の事例に属し、無代紙、見本紙を問わず、ほとんどすべての場合において、実際的には景品のものとして使用されている事実であり、それ自体正常な販売技術とはみられず、公正な販売競争を阻害していると考えられたためとしている。

イ 新聞業の景品告示

(ア) 昭和39年、新聞業景品告示が制定され、景品提供が原則禁止された。「物品」である無代紙（新聞）も原則禁止。

新聞業の景品告示は、提供が許容される経済上の利益として5項目を規定しているが（いわゆる例外5項目）、その1つとして、「新聞の発行又は販売を業とするものが無償で提供する新聞であって、新聞業における正常な商慣習に照らして適当と認められる限度内のもの」を規定し、具体的には規約において予約紙・見本紙以外の提供はすべて禁止する内容となっている。

(イ) 当時の解説書（「景品表示法の実務（昭和45年 吉田文剛編）」）は、「主商品と同一の物品でも景品類になりうる」として、「本告示は、いわゆる無代紙で景品類に該当するものについては、新聞業における正常な商慣習に照らして適当と認められる限度をこえるものの提供を禁止している」としている。

他方、同解説書は、「新聞の購読勧誘の手段として提供される経済上の利益で「景品類」に該当するかについて疑問のもたれるものに「無代紙」の問題と「金銭提供」の問題がある。」としている。

すなわち、同解説書の中では、醤油業の特殊指定の解釈を紹介し、「同種の商品の提供と値引」について、余計な物品等を併せて提供することで誘引することを禁止するのであり、値引き、割引行為については何ら規制するものではなく、例えば醤油10本の購入者に対し、醤油1本を無料で提供するということは、醤油11本を10本の価額で販売することと同様、一種の値引き行為とみなされるとの昭和40年の事務局の見解が紹介されている。

なお、同解説書は、無代紙と差別対価との関係について、無代紙が景品類と認められない場合には特殊指定違反（定価の割引）の問題が生じる旨を指摘している。

ウ 景品類の指定告示の運用基準（昭和52年）

(ア) 昭和52年、景品類等の指定告示の運用基準が設けられた。そこでは、「値引と認められる経済上の利益」に当たるか否かについては、当該取引の内容、その経済上の利益の内容及び提供の方法等を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する旨及び公正競争規約が設定されている業種については、当該公正競争規約の定めるところを参酌する旨を述べた上で、「値引と認められる経済上の利益」に当たらない場合として、「取引通念上景品類であると認識されているとき（例えば、新聞の無代紙）」としている（旧運用基準6項4号イ）。

(イ) この点について、当時の解説書（「新しい景品規制（昭和52年 長谷川 古編）」）は、

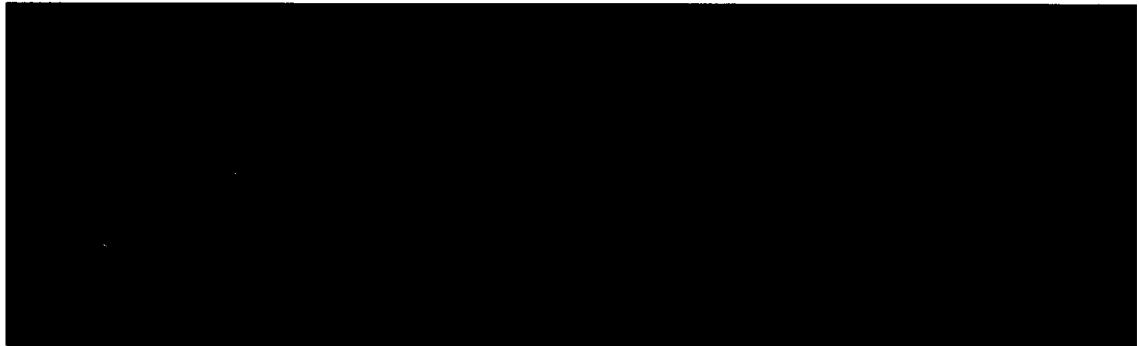
「新聞を6カ月購読予約した人に対して1カ月分無料で配達する、いわゆる無代紙は、
「新聞業における景品類の提供の禁止に関する公正競争規約」で景品類とされていますが、このような取引通念上景品類であるとされている場合には、値引になりません」と解説している。

エ 景品規制の一般ルールの見直し

平成8年の一般ルールの見直しの際、上記の昭和52年の運用基準における「取引通念上景品類であると認識されているとき（例えば、新聞の無代紙）」との規定を削除して、
実質的値引であって景品とは認められないものについては景品規制の対象外であること
を明確にし、従来公正競争規約で例外的に規制していた酒類、醤油等の商品については
既に規約の関係規定を削除し、一般ルールと同様の規制に変更しているところである。

(2) 新聞業界側の反応状況等

ア 現状



イ 論点の整理

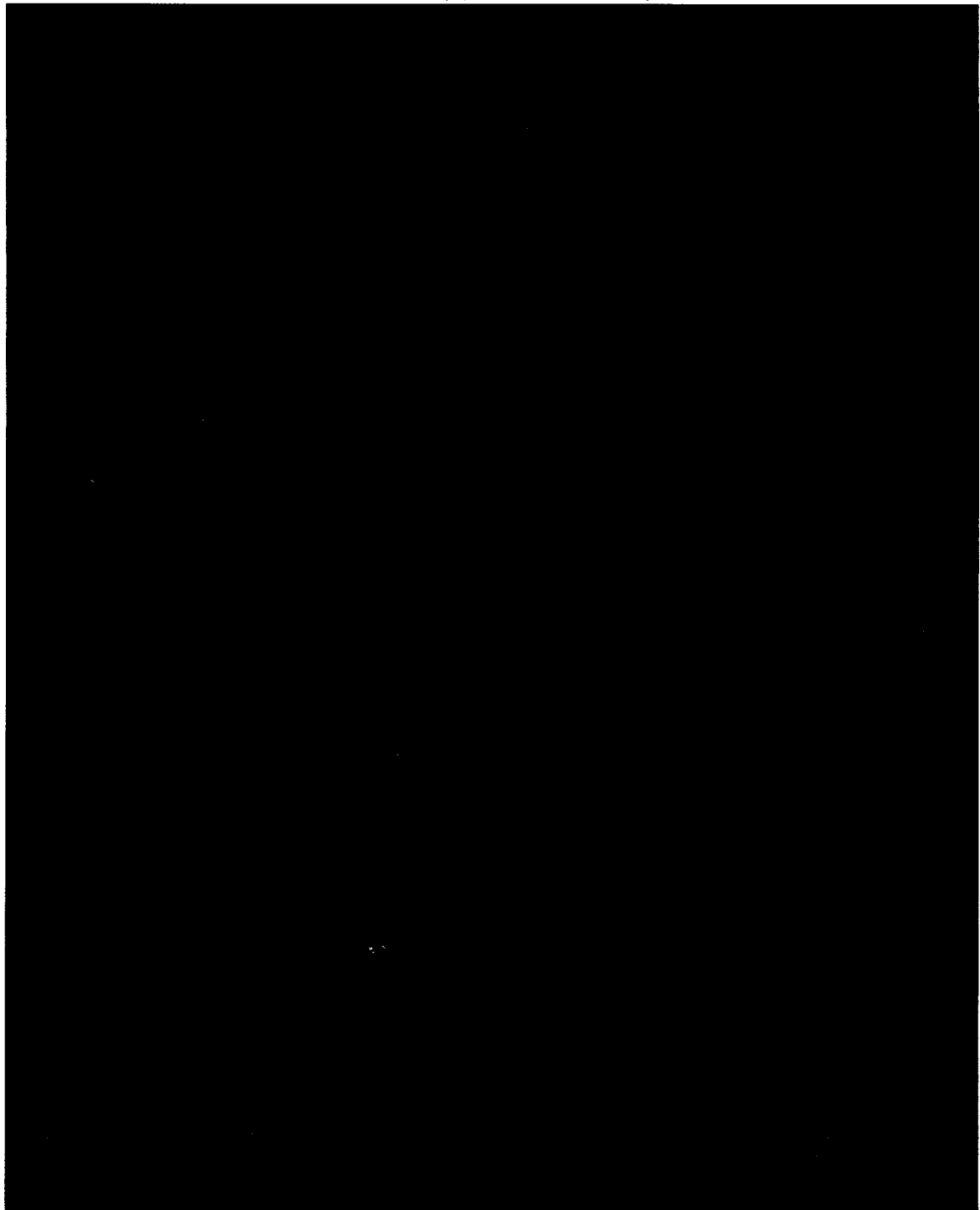
これまでの経緯を含め新聞業特殊指定や景品規制をめぐる各種の問題点は、前記のとおりであるが、

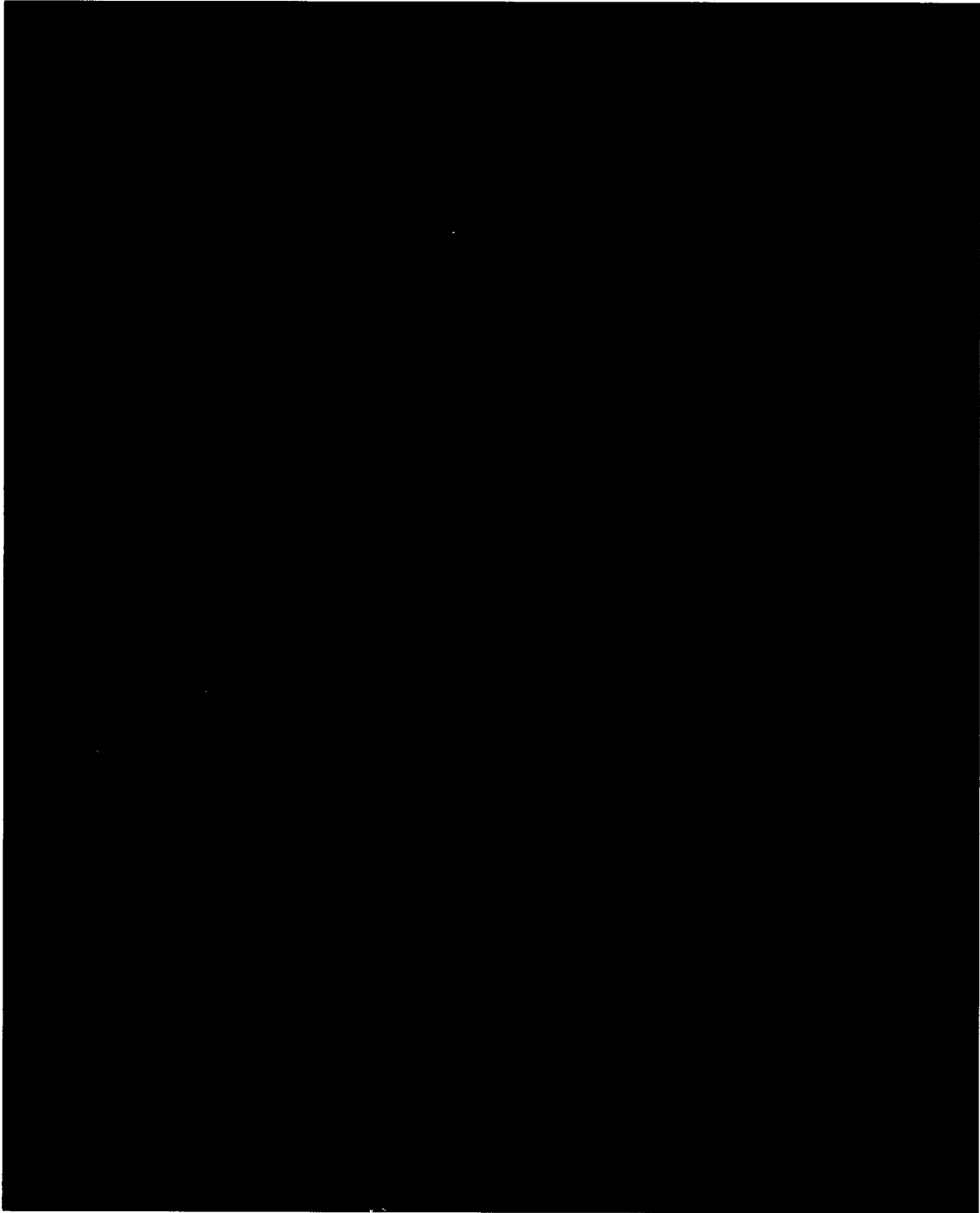




(3) 主要な論点についての検討

以下、特にポイントとなる部分について検討することとする。





(4) 無代紙問題に関する今後の対応について

