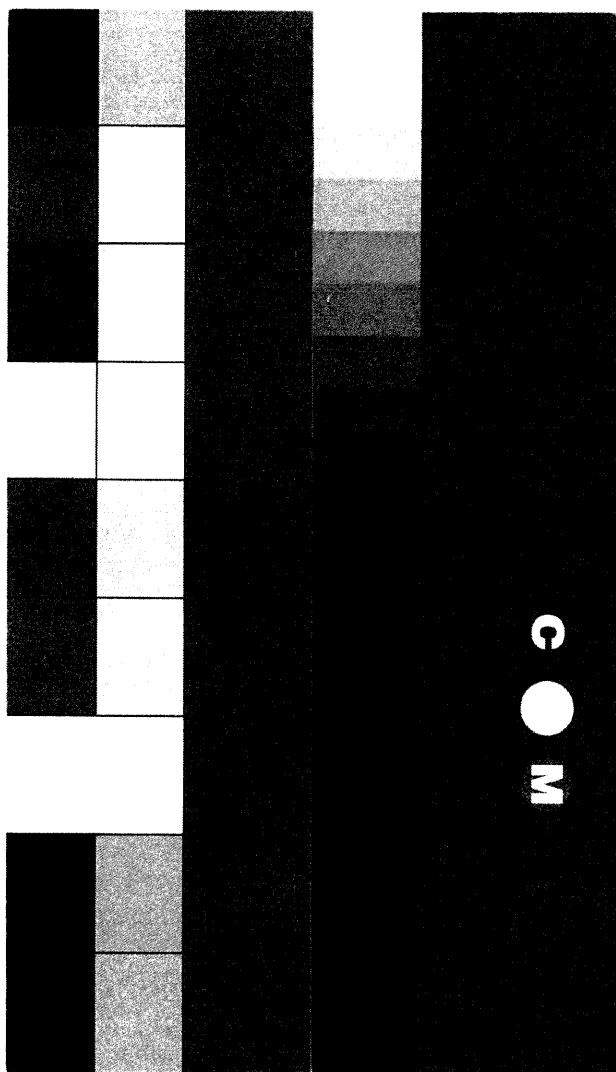




引 演

NO.148

1999.III

私の新聞経営

清水 晃（西日本・社長）

吉田 耿介（福井・社長）

特殊指定改定

——新秩序時代を迎えた新聞界

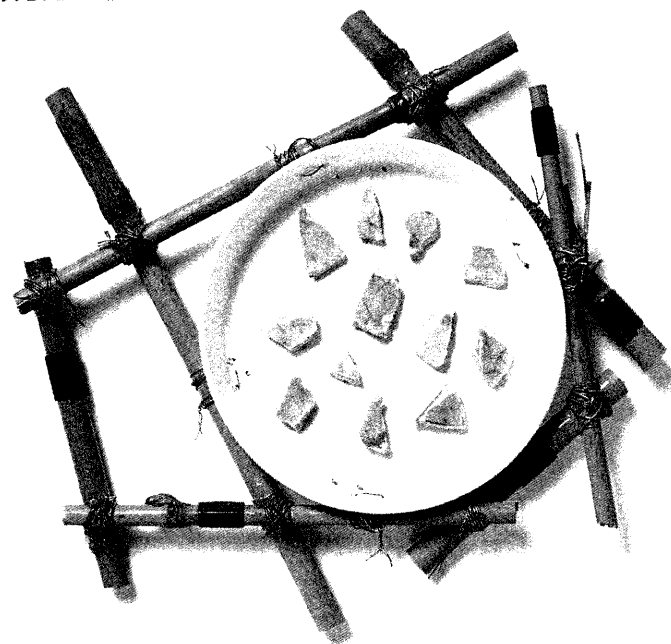
Z21-87

1999(3)(148)

M 1999.9



199900253809
19990917



社団法人 日本新聞協会

改定された新聞特殊指定

新秩序時代を迎えた新聞界

——公取委との交渉の経緯・これからの課題

日本新聞協会 新聞再販と特殊指定に関するプロジェクトチーム座長
読売新聞社 取締役社長室長

滝 鼻 卓 雄

戸別配達への堅持を主張

日本新聞協会内に設置された「新聞再販と特殊指定に関するプロジェクトチーム」と公正取引委員会事務総局との間で行われた新聞特殊指定に関する交渉は、事実上、1998年12月1日から始まった。その翌日の12月2日、公取委は「著作物再販制度下における関係業界の流通・取引慣行改善等の取組状況等について」と題する文書を公表し、その中で公取委は新聞について次のように言及した。

「新聞業における特殊指定は、異なる定価の設定、定価の割引を禁止することにより、長期購読割引、口座振替割引、大量購入割引、一括前払割引等の合理的な価格差を設けることまで禁止していると受け取られるおそれがあるところ、このような価格設定の多様化が阻害されることがないようにするなどの観点から、本特殊指定の見直し作業中であり、平成11年春を目途に結論を得ることとする」

公取委は再販制度そのものの存廃については、2001年春まで結論を延ばしたが、その間、著作物関係の各業界に対し、6点の是正措置を求めてきた。その一つが価格設定の多様化であり、特に新聞業界に対しては、割引制度を導入しやすくするよう、特殊指定の見直しを強く要求してきた。

12月2日付文書でいわれている「長期割引、口座割引、大量割引、前払割引などの合理的価格差」の問題は、特指交渉の最初から最後までつきまとった課題であった。

合理的価格差の問題については、当初から新聞界は極めてナースであり慎重にならざるを得なかった。特に各種の割引制度が実現すれば、新聞商品の命綱であり、経営力が千差万別の販売店によって組み立てられている戸別配達制度が、値引き競争の荒波にのまれて崩壊へ向かい、ひいては割引そのものが再販制度に重大な悪影響を与える「起爆剤」になりかねない。価格差とか割引とかいえば、消費者の耳には聞こえやすい。公取委もそれを狙って、新聞界に割引制度の導入を要求してきた。が、ここは新聞界の生命線にかかわる問題である。特殊指定維持を公取委に訴える論理構築を急ぐことになった。

そこで99年1月20日、新聞協会は「新聞業における『特殊指定』に関する日本新聞協会の基本的考え方」と題する意見書(『新聞経営』146号・99年1号に掲載)を公取委に提出。小池唯夫会長(当時)、渡辺恒雄再販対策特別委員会委員長(現会長)が直接根拠を泰周委員長に手渡した。

意見書の柱は次の点である。

①再販制度と特殊指定とは新聞の販売秩序を守る上で補完的な関係にあり、再販制度があれば、特指がなくても販売秩序は維持できるという考え方は、現実には当てはまらない。

②価格設定が自由化されると、販売店同士が過酷な価格競争に突入し、コストのかかる遠隔地への配達の切り捨て、配達時間の遅れなどの事態が起きる。その結果現在の配達網が虫食い状態になり、戸別配達網が崩壊に向

かう。

③発行本社による合理的価格差の設定は、例えば長期購読者割引の場合、ほとんどの読者が長期読者である現状、発行本社が直接読者管理を行っていないことなどから、実行が極めて難しい。そもそも自由な価格設定が業界に混乱をもたらすことは、旧特殊指定の立法事実からも明らかであり、当時の乱売戦では拙材や無代紙だけでなく値引きや二重価格も広く行われた。だからこそ特殊指定で禁止行為を明確にする必要があった。

④現在の新聞の価格政策について、読者から様々な要望が寄せられていることは事実。再販制度の下で新しい多様な定価の設定や各種サービスには、研究の余地がある。

*

この新聞協会の意見書に盛り込まれた問題点こそが、約半年間にわたって続けられた協会プロジェクトチームと公取委との協議の“まな板”上に載った検討材料であった。特に合理的価格差の考え方をどのような形で取り入れるか。現行の新聞特殊指定の精神を維持し、かつ戸別配達制度をいささかも揺るがせることなく、2年後の再販協議に影響を及ぼさないような交渉を継続し、それに沿った結論を得ることが、プロジェクトチームに託された使命であった。

新聞協会の意見書に対し、公取委はすぐさま反論を加えてきた。

「廃止」検討に危機感、再度の意見書

その要点は次のようなものである。

①現行の新聞特殊指定第1項は、発行本社が略奪的な価格設定を行うようなケースを規制するものであり、合理的な価格差まで不公正な取引方法として規制するものではない。

②最近、読者・消費者の利益を確保する観点から、新聞の価格設定の多様化が求められており、その意味でも、現行規定には問題がある。

③新聞販売店における割引行為は再販契約に違反するかどうかの問題であって、これを特殊指定で規定する必要性はない。独禁法違

反行為として規制するためには、公正競争阻害性が必要であり、販売店による割引行為に公正競争阻害性を想定することは困難である。

④発行本社が特定の地域において組織的に定価を割り引く行為を行った場合には、一般指定に違反する行為として規制することができる。

*

この段階で公取委は新聞特殊指定の取り扱いについて、「廃止」の方向も打ち出していた。

「廃止」の理由として、公取委は「特殊指定違反とするためには禁止行為には公正競争阻害性が必要。特殊指定がなくなっても一般指定の規制を受けるので公正競争は維持できる。だから一般指定と特殊指定を区別する必要はなく、一般指定で禁止できないような行為は特殊指定でも禁止できない」という論理を繰り返し主張した。しかし、そこには新聞のもっている商品特性、つまり戸別配達制度の必要性、商品の公共性・公益性、あるいは文化性などについては、何の言及もなく、公取委はもっぱら競争政策上、新聞業にだけ、なぜ、「不公正な取引方法」を指定しなければならないのか、という考え方に終始した。

公取委が「廃止」の方向で新聞特殊指定の見直しを検討していることに、新聞協会は強い危機感をもち、追加意見書を作成することにした。

「新聞業における『特殊指定』に関する日本新聞協会の基本的考え方・追加」と題する追加意見書(本誌16ページ参照)は、3月5日に提出された。その要点は以下の通りである。

①新聞の質には、紙面とともにスムーズな配達も含まれており、配達サービスの低下は質の一部を阻害するものであり、これはフェアな競争を阻害することになる。

②新聞商品の特性として、継続的な購読、高普及率があり、これらはいったん崩壊すると回復し難いことは、裁判所も認めている(北国新聞事件東京高裁決定)。

③原価割れなどの略奪的な価格ではなく、一般指定違反にならない程度の少額の割引であっても、それらが繰り返されるならば、

公正な競争秩序は阻害される。

④割引などの価格競争は、新聞商品の生命線でもある責任配達区域を崩壊させる危険性をはらんでいる。

⑤多様な価格設定にあたっては、新聞商品の特性である公共性、公益性にふさわしいものの一例として、「学校特別定価」が想定される。

*

この段階で、新聞側は、新聞の公共性、公益性から、合理的価格差の設定に限界があることを主張したが、具体的な議論が煮詰まるまでには至らなかった。そこで公取委、新聞協会の両者の議論は、特殊指定によって規制されるべき「行為類型」（禁止行為）にはどういふものがあるか、特殊指定を廃止するとどのような影響がでるか——などの点に移ってきた。

公取委の交渉スタンスにも変化の兆しが見えはじめた。それまでの強硬な態度が若干柔軟になり、新聞の商品特性に一定の理解を示し、「結論を得る時期が本年春であること」に変わりはないが、一方的に公取委が結論を示すようなことはしない「特殊指定の廃止だけではなくて、修文（条文の修正）にも応じる」などの点を明らかにした。

交渉の中盤において、新聞側は、特殊指定廃止による影響がどこまで広がるか、その点を特に強調した。現在でも無代紙や過大な景品、あるいは値引きが発生する可能性を常に秘めており、その一部については、極めて部分的ではあるもののすでに現実の問題を引き起こしているのが実情である。このような状況は、特殊指定の廃止によって一気に顕在化し、広範囲に横行することが予測される。こうした販売店の値引き行為は、守るべき新聞の商品特性を決定的に損なう。これこそが新聞という商品の公正競争を阻害するものにほかならない。

特殊指定廃止による影響は、発行本社による地域差別対価が解禁された場合でも、新聞の公正競争を阻害する形で現れてくる。

以上のような様々な論点をめぐって、新聞側と公取委は交渉を重ね、その結果、6月10

日の官報で新特殊指定案が公表された。この新特殊指定案は、その後の公聴会（6月30日）を経て、7月21日に改正特殊指定告示として官報で公告され、9月1日に施行された。

新特殊指定についての考え方

1. 総論

新しい新聞特殊指定は、発行本社と販売店の取引方法について、一般指定の禁止行為のほか、新聞業の特殊性に鑑み、発行本社による差別定価の設定と定価の割引、販売店による定価割引の行為をそれぞれ禁止し、あわせていわゆる「押し紙」を禁止したものである。この原則は、いままでの特殊指定と何ら変更はない。すなわち、旧特殊指定の精神をそのまま新特殊指定のなかに盛り込むことができた。

ただし、以下の3点について変更を行った。

①発行本社の行為のうち、相手方により異なる定価を設定することに関しては、禁止行為の例外を設け、例示した。

②販売店については、戸別配達を行う店に限定した。

③押し紙禁止規定については、禁止行為を明確化するため、**条文修正**を行った。

2. 発行本社の禁止行為のうち「ただし書き」について

第1項は発行本社の禁止行為（不公正な取引方法）を規定したもので、本社はこれまでどおり、差別定価を設定することや販売店に割引販売をさせる行為を禁止される。

「ただし書き」部分は、原則禁止の例外を規定したものである。例外は「学校教育教材用」「大量一括購読者向け」と「その他正当かつ合理的な理由をもってこれらの行為」である。

「学校教育教材用」は、新聞協会が実施しているNIE活動のほか、純粋に授業で利用するための教材として購入するものを指し、教師用、図書館用、あるいは教師や学生が個人的に購読するものは含まない。「大量一括購読者向け」とは、相当数の部数を、同一者に対し配達し、かつ、同一者から集金をする場合が想定されており、配達、集金が一括である

ことが求められている。何部以上を大量とするかは、各社の定価設定行為として判断されるべきことである。

「学校」と「大量」は限定列举ではなく例示である。とはいっても、「正当かつ合理的理由をもってする行為」は無制限なものではなく、あくまで「学校」「大量」の延長線上にある行為を指すと考えている。「A、Bその他」といった例示方法をとった場合には、「その他」に含まれるのはあくまで「A」や「B」であり、決して「C」や「D」が含まれることはない。

「学校」と「大量」が例示として挙げられたのは、実行可能性のあるケースとして考えられたからである。公取委が「価格の弾力化」を進めるために、長期購読者割引、口座振替割引、前払割引などの実現を、交渉の過程で強く求めていたが、それらの割引制度は実行可能性が極めて低いため、例示に含まれなかったと判断される。

交渉の中では、「正当かつ合理的」の範囲については、公取委の間で詰めた議論はしなかったが、新聞側としては二つの例示について、新聞の公共性・公益性と、経済合理性を加味したものと理解している。それゆえに、「その他正当かつ合理的」についても新聞の公共性が求められることになると考えられる。

公聴会でも公取委は「ただし書き」について、次のように説明している。

「『その他正当かつ合理的な理由をもってするこれらの行為』とは、学校教育教材用として販売される新聞、大量一括購読者向けに販売される新聞のように、その用途からみて正当かつ合理的な理由のあるもの、取引の形態などからみて経済合理性のあるものを含む趣旨である。

どのようなものが正当かつ合理的なものに含まれるかについては、今後、具体的事案に即して検討されていくことになるが、公正取引委員会としては、発行業者の創意工夫と経営判断によって、多様な価格設定が行われていくものと期待して、今後、正当かつ合理的な理由があるとして導入される多様な価格設定については、特殊指定に違反しないものと

考えている。」

戸別配達守りつつ新秩序確立を

そもそも新聞特殊指定は、発行業者と販売店がやってはいけない禁止行為を規定したものである。若干の例外が認められたからといって、業界での取引実態を無視し、取引の混乱を助長するような競争を推奨する動きがあるとすれば、これは厳に警戒しなければならない。

ところでNHKは7月20日のニュースで、「新聞値引き販売禁止の公取委基準 40年ぶり緩和へ」というタイトルを付け、あたかも読者が長期割引などを新聞社に請求できる特殊指定の改正が行われたかのような報道を行った。この報道は、基本的認識に誤りがあるばかりでなく、誤解に基づく多くの反響を呼び寄せ、発行本社や販売店にも問い合わせが相次いだと聞いている。

基本的認識の誤りというのは、特殊指定という「法律」は、禁止行為（不公正な取引方法）を規定するものであって、これこれの行為をやりなさいと合法行為を広げようとする法律ではないからだ。そういう性格の特殊指定であるにもかかわらず、NHKニュースは、購読者の側に割引請求権があるかのような報道を行った。

もちろん各発行本社はいつも新しい価格設定を模索しているはずである。新聞の社会的使命を全うするためには、読者が購読しやすい価格で言論商品を提供すること、これも新聞の使命である。しかし、新聞という商品の場合、毎日毎日一つひとつの商品を購読者の手元に届けるという義務があり、その努力が日本における新聞の高普及率を支えてきたという歴史的な経緯もあった。

再販問題という大きな課題に立ち向かうとしているいま、新聞界は、戸別配達義務を完全に果たしながら、新聞の秩序を守る体制を確立しなければならない。新特殊指定が、新秩序時代を迎える新聞界にとって有効な「法律」であることを願っている。

（たきはな・たくお）

改定された新聞特殊指定

公取委に対する意見書 (1999年3月5日)

新聞業における「特殊指定」に関する日本新聞協会の基本的考え方・追加

日本新聞協会

新聞業にとって、特殊指定が必要であることについて再び意見を述べたい。この議論の重要な点は、「一般指定」にいう一般市場における公正競争を阻害する状況と、「新聞流通」における公正競争を阻害する状況は明らかに異なる、ということにある。

1. 特殊指定制定の立法事実について

1950年代以降の新聞界の販売状況を改めて振り返ってみると、用紙統制の解除と共販から専売制への移行のなかで、激しい販売競争に突入していた。一方で度重なる値上げが行われ、例えば朝日、毎日、読売各紙の場合、1年間で5回の値上げにより3倍以上に価格が高騰する状況があった。この間、発行本社や販売店は景品により新規勧誘を進めるとともに、一部販売店においては読者との間で旧定価による販売という形で実質的な割引販売が行われていた。

こうした業界の販売秩序を崩し公正な競争を阻害する状況を受けて、業界内では度重なる定価販売の申し合わせや販売綱領の制定が行われたにもかかわらず、適当な景品や値引き競争はいつこうに収まることはなかった。そして、新聞の自由の見地から公権力による規制は好ましくないとの業界独自の判断から法制化が見送られたものの、最終的には景品及び価格に関する法規制を受けざるを得ないこととなり、特殊指定が制定された経緯がある。

ここであえて確認しておきたい点は、当時想定された割引価格、もしくは実施されていた実質的値引きが、貴委員会がいうような略率的価格や不当販売というレベルにはほど遠い、小規模な価格差であったにもかかわらず、公正競争確保の観点から従前から行われていた景品規制とともに、価格規制を予防的に組み入れた法規制を実施した点である。

2. 特殊指定を撤廃した場合の新聞業における「弊害」

(1)

新聞の販売競争は品質で行われるべきであり、新聞の質には「紙面内容」と「配達サービス」の両側面がある。これは、新聞という商品にとって、紙面内容が重要であることは言うまでもないが、同時に配達サービスが確実に保障されてこそ初めて、新聞という商品が完結することを意味する。ゆえに、新聞販売に期待されている公正競争条件とは、品質による競争の確保であり、新聞の「質の低下」を招くような行為は、公正競争を阻害する要因の一つである。

こうした紙面内容の向上や戸別配達制度の維持といったサービス競争の促進には、ブランド内の一定価格の維持が極めて効果的である。すなわち価格設定が自由になれば、販売店レベルでは価格競争のためにコスト圧縮から配達サービスの低下が起こり、発行本社レベルでは収益性の圧迫から取材・編集活動が抑制されると一般に考えられる。こうした配達サービスや紙面内容といった新聞の質的低下を未然に防ぐためには、価格の指定をすることに合理性が存在する。

さらに、高度に商品が普及した新聞市場において、この高普及率を維持するために価格競争を行うならば、容易に品質が犠牲とされることも、歴史的経験に学ぶまでもなく想像に難くない。

新聞商品においては、価格の多様性よりも言論の多様性に比重がおかれることに改めて注意を払う必要があり、相手方や地域によって複数の定価が存在することは、価格の下降スパイラルが生じ、一般指定にいう不当販売や差別定価の状況に至る前に多様な言論が阻害される危険性が極めて高い。こうした値引きスパイラルを事前に防止するためには、法による事前抑制策が最も適当であるというのが新聞界としての結論である。

(2)

商品特性のうえから守るべき配達サービスとし

て、スムーズな配達の確保がある。毎日、迅速確実な戸別配達の維持が、新聞商品が成立するための必要条件なのである。なぜ新聞にとって継続的配達が必要不可欠なのか、あるいは特殊指定の廃止が継続的サービスに大きな悪影響を及ぼすのかについては、すでに前回意見書に詳述した通りである。

ここでは、価格差の実現が配達サービスに格差を付ける結果につながることの指摘をしておきたい。例えば、配達サービスが低下しがちな人口散在地区や配達困難地区（配達に労力や時間がかかるなど）では、通常の配達に対し割高な料金を要求したり、あるいは従来よりも遅い配達時間を強いることが考えられる。これは、結果としてより低廉な価格でできる限り平等な情報アクセスを認めるという、新聞の根本的な商品特性を失わせるものにほかならず、価格の自由化が結果として社会全体のデメリットとして機能する例である。

こうした社会的なデメリットを引き起こす割引行為は、必ずしも原価割れを伴うような「略率的な価格」ではなく、100円単位の少額でも十分に同様の弊害は生ずるのであり、一般指定違反にならない程度の価格差によっても、容易に弊害が生じることを確認しておきたい。この点で北国新聞事件東京高裁決定は、新聞業にとって維持すべき競争条件として、継続購読と高普及率の維持を挙げており、多くの学者もこの見解を支持している。

(3)

安定的配達サービスが新聞商品に不可欠であることは前述した通りだが、特にこの発行本社の意思が反映された安定的な流通システムの維持が、「責任配達区域制度」に負っていることへの理解が必要である。新聞が最終消費者である読者に届けて初めて完結する商品である限り、いかに迅速確実な定時配達を継続させるかが重大事項である。こうした配達サービスを実現させるための制度的保障が「責任配達区域制度」であり、発行本社が定めた配達に最も効率的なエリアを責任をもって配達するシステムは、エリアの重複や境界線の変更が日常的にあるような状態では成り立ち得ない。

この責任配達区域制による安定的な配達サービスを守るためには販売店同士のエリア拡大競争を抑制する必要がある。とりわけ人口集中地域では割引価格による読者獲得合戦が配達網の虫食い化

を招いたり、遅配や欠配といった配達サービスの低下といったしわ寄せが配達困難地域に顕著に発生することは、前回の意見書で説明した通りであり、責任ある配達サービスを維持するためには「責任配達区域」が安定的に存在することが不可欠である。

こうした責任配達区域の変更はとりわけ同一ブランド内において、販売店が主体的に行うまでもなく、もし居住地の隣接地区に割引価格が存在すれば、必然的により安価な価格を求めて読者が販売店の変更を求めることが容易に推察される。こうした読者の求めに反して割高な新聞を販売することは現実的ではなく、とりうる方策としては対抗上同様な価格に引き下げざるを得ない。自然に配達区域の変更が行われることになる。

(4)

特殊指定は最もルール違反が生じやすいカテゴリーについて、即効性を持って取り締まることができるところに最大の特徴がある。その意味で、オール・オア・ナッシングの規定を持つ意味があり、解釈の余地なく実行行為が違法かどうか判断される必要がある。そのためには、一般指定規定では全く不十分であり、業界において最も起こりやすい不正な状況を想定した具体的な規定が求められることになる。

新聞業の場合、流通システムの維持を阻害するものに對し、即効性をもって排除することが求められていることについては、前回意見書で詳述したところであるが、毎日継続配達が新聞という商品の欠くべからざる要件であることを改めて強調しておきたい。

こうした状況に合わせて作られた特殊指定が必要とされる新聞業の業種業態の状況は、立法当時より何ら変わりはない。

3. 新聞業の価格設定のあり方

特殊指定第1項は、単に値引きや割引販売を禁止しているにとどまらず、際限のない価格競争を未然に防ぐことによって、迅速確実な配達サービスといった社会的な価値の実現をめざした制度的保障と見なすことができる。一般には自由競争の結果、良質廉価の原則が成立し、多様な価格に見合った多様な商品設計が試みられている。しかし言論性、批評性、批判性を持ついわゆる言論商品である新聞の場合、一定の品質が社会的に求めら

れており、これが新聞メディアの公共的・社会的使命であるとともに、それゆえにさまざまな法的・社会的制度がすでに存在しているといえる。

再販議論や前回意見書などにおいてすでに述べてきたことから明らかなように、新聞の商品特性はその公共性・公益性にほかならない。その公共的性格ゆえに、同一紙は全国一律の価格で販売することが求められている商品であることは、1956年発行の特殊指定に関する貴委員会解説でも示されており、今日もなおその性格に変わりはない。

そして、新聞業の場合と一般商品では、公正競争の意味内容が異なり、一般指定という合理的価格差の基準と新聞業に見合った価格設定のあり方は、自ずから異なることは明白である。特殊指定が、新聞という商品の高度な公共性・公益性に着目して認められた制度である以上、一般消費財に求められるような、商品の等級、品質、数量、輸送料、運賃、包装費その他の差異をもとに定められる「合理的な価格差」を新聞に機械的に求めるのは誤りである。

いま求められているのは、無限定な価格の多様化ではなく、情報の平等な伝達をいささかも阻害しない形で価格の設定である。特に販売店における価格割引（値引き）は、激しい読者獲得競争

を目的的に繰り広げている現状では、前述したように価格面で読者の平等な情報アクセスを阻害するものであり、不公平感を助長する可能性が極めて強い。

発行本社は配達サービスを含めて「商品」に責任をもっているものであり、これは流通の安定と質の維持を保障するためには、流通段階における価格の変動を認めないということにつながる。

ただし新たな価格を設定する際にも、忘れてはならない視点が、公共的、公益的である新聞の商品特性に見合うものであるか否かという点である。もし新聞が公共性という視点を欠いた、一般市場と同様な「合理的価格差」を許容したならばその瞬間、新聞という商品の信頼性を失うことになりかねない。新聞配達という社会的な価値と機能をゆがめることなく、しかも新聞の公共性にふさわしい新定価の設定が求められており、その意味では例えば、学校教育の教材として使用する新聞に適用される「学校特別定価」などが想定されよう。このような発行本社による新しい価格の設定方法については、多様化する読者の新聞定価についての要望にこたえるべく、各社とも新たな価格設定について検討を行っているところである。

以上

改定された新聞特殊指定

公聴会・公取委の案件説明（1999年6月30日）

「新聞業における特定の不正取引方法の全部改正(案)」の説明

(説明者) 公正取引委員会事務局 経済取引局取引部取引企画課長 山木 康 孝

1 はじめに

取引企画課長の山木でございます。

本日の公聴会にお諮りしますのは、先程の衆議院議員のあいさつにもありましたように、「新聞業における特定の不正取引方法」の告示の全部改正案についてでございます。広く関係各位から御意見をお伺いするものであります。

なお、6月10日の官報公報後、意見の公述を希望する方を募りましたが、本日御出席の方以外に意見の申し出はございませんでした。

2 特殊指定の説明

独占禁止法が禁止する不正取引方法を指定するものとしては、いわゆる一般指定と特殊指定

が存在します。一般指定というのは、新聞業を含めあらゆる業種に適用されるものであり、昭和57年公正取引委員会告示第15号におきまして、共同の取引拒絶など16の行為を不正取引方法として指定しています。他方、いわゆる特殊指定は、特定業種における特定の取引方法を不正なものとして指定するものであり、現在、新聞業のほか、百貨店業、教科書業等6つの特殊指定がなされております。

なお、一般指定、特殊指定のいずれも、独占禁止法第2条第9項に基づいて公正取引委員会が指定するものでありますが、再指定の関係は、特殊指定で規定されている行為については、特殊指定が優先的に適用されるというものであり、一般指定の適用そのものが排除されるものではありません。

ん。また、独占禁止法第19条違反とされるためには、当該行為が公正な競争を阻害するおそれがあることが要件とされており、この点で再指定の間で異なることはありません。

3 今回の新聞特殊指定の見直しに至る経緯

現行の「新聞業における特定の不正取引方法」(以下「特殊指定」といいます。)は、当初、昭和30年に指定されており、その後景品表示法の制定に伴い、昭和39年に一部の規定が景品表示法に基づく規制に移行され、現行のような規定となったものであります。お手元の資料の新旧対照表を見ていただくとわかりますとおり、現行の特殊指定は、第1項で差別対価について規定し、第2項で優越的地位の濫用の一類型と考えられる、いわゆる押し紙について規定しています。

特殊指定の制定当時、新聞業において過大な景品競争を始めとする様々な取引方法上の問題が提起され、特殊指定の制定に至ったものであります。

さて、公正取引委員会は、平成3年以降著作物再販制度の見直し作業を進めてきたところですが、平成10年3月にそれまでの検討結果を踏まえ、当面の措置について公表しました。その中で、新聞については、「価格設定の多様化を阻害することのないよう、新聞業における特殊指定の見直しを行うこととする」と表明しております。これは、再販制度に関する見直し作業の過程で、特殊指定に関する問題点の指摘がなされたからであります。すなわち、平成10年1月の再販問題検討のための政府規制等と競争政策に関する研究会の報告書では、特殊指定が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まで禁止するものであってはならないとの指摘があり、公正取引委員会としても、再販制度の下における新聞業の流通・取引慣行改善等を図る観点から特殊指定の見直し作業を進めてきたものであります。

本日、公聴会にお諮りします改正案は、このような経緯を経て作成されたものであります。

4 現行特殊指定の具体的な問題点

「新聞業における特定の不正取引方法」を改正する理由としては、大別して2つあります。

第1の改正理由としては、現行の特殊指定は、その文言上、異なる定価の設定等が一律に禁止されているかのごとき規定となっていることに關

るものです。

特殊指定は、発行者等が特定の地域又は相手方に対して行う差別的な価格設定を規制することを目的とするものであって、正当な理由のある価格差までも禁止するものではないことは当然のこととあります。また、当委員会は、平成10年12月2日付で「著作物再販制度下における関係業界の流通・取引慣行改善等の取組状況等について」を公表し、その中で関係業界に対し読者・消費者利益確保の観点から、新聞の価格設定の多様化の取り組みを求めているところとあります。しかしながら、現行特殊指定の第1項の規定の文言は、異なる定価の設定等が一律に禁止されているかのような規定振りとなっていることにかんがみ、正当かつ合理的な理由のある場合には、異なる定価を付す等の行為が不正取引方法として違法とならないことを明らかにし、特殊指定がこのような新聞の価格設定の多様化を阻害することのないようにしようとするものであります。

なお、今回の特殊指定第1項の見直しに当たっては、新聞が独占禁止法第24条の2に基づき適用除外とされている著作物再販制度の対象とされており、販売業者による定価の割引行為に関する規定については、現に制度として存在する再販契約の履行とからむ問題であることにかんがみ、著作物再販制度の問題と並行して検討を行うこととし、今回の改正案では必要最小限の文言の修正を行うことにとどめています。

第2の改正理由としては、発行者による販売業者に対する優越的地位を背景とした、いわゆる押し紙の規定の整備であります。現行の規定の仕方からは、発行者が販売業者の注文部数自体を増やすようにさせた上、その指示した部数を注文させる行為も規制されることが明確になっていないという問題があり、このような行為も明確に禁止の対象とする必要があると考えたものであります。これは、平成9年12月に、北国新聞社が申し上げたような方法によって販売業者に対し押し紙を行っていたため、公正取引委員会が排除勧告（平成10年2月に審決）を行った事件がございまして、このようなことから、禁止行為として明確にする必要があると考えた次第です。

このように、新聞業における公正かつ自由な競争を維持・促進する観点から、不正取引方法として禁止される行為を明確にするとともに、併せ

で問題とならない行為の明確化を図ろうというのが、今回の改正案を提案する理由であります。

5 改正案の概要

それでは、改正案の具体的内容について説明申し上げます。

(1) お手元の資料にありますとおり、改正案の備考におきまして、「日刊新聞」とは、時事に関する事項を日本語を用いて掲載し、日発行されるものと定義しております。これには、いわゆる一般の日刊紙のほか、スポーツ新聞などが該当しますが、英字紙などの外国語の新聞は含まれません。これは、外国語の新聞の販売については、邦字紙の場合と比べ取引方法において異なる面が見られることから、特に特殊指定の対象とする必要はないと考えられるからであります。

「直接であると間接であるとを問わず」とは、発行者が直接行う場合だけでなく、販売業者等の第三者を通じて行う場合も禁止されるとする趣旨を表すものですが、具体的には発行者が販売業者に指示して、一定の地域の購読者又は一定の層の購読者のみに定価を割り引いて販売する場合も該当するとする趣旨であります。つまり、発行者が販売業者に指示して行わせる行為については、販売業者の行為ではなく発行者の行為として禁止することです。

「地域又は相手方により、異なる定価を付し、又は定価を割り引いて新聞を販売する」とは、例えば、特定の地域にのみ異なる定価を付したり、定価を割り引いたりすること、あるいは特定の相手方にのみ異なる定価を付したり、定価を割り引いたりして新聞を販売することをいいます。

ただし、正当かつ合理的な理由のある場合における異なる定価の設定又は定価の割引については、当然、特殊指定上問題とならない行為でありますので、その旨ただし書により明確に規定することといたしました。この点は従来からそのように解釈・運用されてきたところでありますが、今回、例示を示してその旨明確化を図ったものであります。

ただし書にある「学校教育教材用であること」とは、学校における教育のための教材として新聞が使用される場合に、当該用途向けに一般購読者に販売される新聞と比べて安い定価を設定したり、定価の割引をすることをいいますが、これは、

このような行為は、学校教育教材用という公共的な用途のものであり、また、新聞の普及を高める効果なども期待されるところであって、公正な競争を阻害するおそれはないものと考えられることから、例示したものであります。

「大量一括購読者向けであること」とは、企業や団体、官公庁等が大量の部数の新聞を一括して購読している場合に、その取引部数に応じて割安の定価を設定したり、又は定価の割引を行うことをいいます。このような場合には、発行者にとっても配達コスト、集金コストその他大量購読に伴うメリットがあることから、これを価格に反映させることはむしろ当然のことでありまして、特殊指定上も許容されることを明確にする趣旨で例示しております。

「その他正当かつ合理的な理由をもってこれらの行為」とは、学校教育教材用として販売される新聞、大量一括購読者向けに販売される新聞のように、その用途からみて正当かつ合理的な理由のあるもの、取引の形態などからみて経済合理性のあるものを含む趣旨であります。どのようなものが正当かつ合理的な理由のあるものに含まれるかについては、今後、具体的事案に即して検討されていくことになりますが、公正取引委員会としては、発行者の創意工夫と経営判断によって、多様な価格設定が行われていくものと期待しておりまして、今後、正当かつ合理的な理由があるとして導入される多様な価格設定については、特殊指定に違反しないものと考えております。

(2) 改正案の第2項については、現行第1項において、発行者と販売業者による行為をまとめて規定していたものを改め、書き分けることといたしました。第2項の主体である「販売業者」について、戸別配達の方法により新聞の販売することを業とする者としたのは、いわゆるコンビニエンス・ストア、キオスク等の店頭販売を行う販売業者は特殊指定の対象から除外する趣旨であります。これは、このような業者の行う店頭販売の場合には、販売業者から発行者へ売残った新聞の返品が可能ということでありまして、このような場合に、販売業者が割引をすることは考え難いことですので、特に特殊指定で規定する必要はないと考えられるからであります。

「直接であると間接であるとを問わず」とは、販

売業者が自己の従業員などにより、直接購読者に対して割引を行う場合に限らず、別の販売組織に属する者（例えば、いわゆる拡張団）を通じて行う場合も含む趣旨を表すものであります。

第2項については、現行の特殊指定の販売業者の行為に関する規定をほぼそのまま維持することとしております。販売業者による定価の割引行為については、発行者の販売業者に対する再販契約の履行とから問題であり、再販制度自体の存廃については、平成13年春を目途に結論を得ることとしていることにかんがみ、特に第2項については、再販制度の存廃それ自体の議論と並行して更に検討することとしております。

なお、冒頭でも述べましたが、特殊指定違反とされるためには、公正競争を阻害することが必要と解釈・運用されており、この点については、第2項の販売業者の割引行為が特殊指定に違反するかどうかについても同様であります。改正案においても、この点変わるものではありません。

(3) 改正案の第3項については、1号に「販売業者からの減紙の申出に応じない方法による場合を含む」という表現を付け加えてありますが、これは、このような場合も禁止行為に含まれることを確定的に規定したものです。

2号の規定は、冒頭申し上げたとおり、現行の特殊指定では読みにくかった発行者が販売業者に対し注文部数自体を増やすようにさせた上、その部数を供給する行為を明確に禁止の対象として規定するものであります。

「正当かつ合理的な理由がないのに」との規定は、例えば、正常な商慣習に照らして適当と認め

改定された新聞特殊指定

公聴会・新聞協会の公述（1999年6月30日）

「新聞業における特定の不正取引方法」全部改正案について

（公述人）日本新聞協会 滝 鼻 卓 雄

1. はじめに

日本新聞協会を代表して、「新聞業における特定の不正取引方法」全部改正案について、意見を述べさせていただきます。

当協会ではこれまで、独占禁止法上の再販制度と、差別定価と定価割引などを禁止した現行特殊

指定の部数の予備紙、予約紙などを付加して供給する場合は除外されるとする趣旨のものであります。通常、販売業者は、予備紙等を含めて注文することとなっていると承知しておりますが、このような取引形態ではなく、販売業者が予備紙等を含めずに注文している場合には、これに適切な予備紙を付加して供給することを例外的に許容する趣旨であります。現時点では、これ以外に正当かつ合理的な理由がある場合は想定し難いと考えております。

「販売業者に不利益を与えること」とは、本項による禁止が一般指定の優越的地位の濫用の一類型であること、から、一般指定14項の表現に即してこのような規定としたものです。1号又は2号に該当する行為により、販売業者が真に必要な部数を超えた新聞が有代で供給される場合には、当然に販売業者に不利益が生じると考えており、この「不利益」との要件によって現行の特殊指定に新たな要件を付加するものではありません。

6 まとめ

この改正案につきましては、本日の公聴会において皆様からいただきます御意見を参考にしまして、できるだけ早い時期に新告示を決定し、公告を行いたいと考えております。新告示の施行目については、公告後、一定の周知期間を設けて施行する運びになると考えております。

これまでの検討の経緯及び改正案の概要につきましては、以上のような次第でございます。

以上で、私からの説明を終わります。

（公正取引委員会発表資料）

指定の堅持を、公正取引委員会に求めてまいりました。それは、新聞が国民の知る権利にこたえ、その使命をまっとうするために、この両制度は必要不可欠であると確信してきたからで、この立場は今後いさかも変わりありません。

このたび、貴委員会が示された特殊指定の改正案につきましては、当協会として同意する所存で

すが、改めて当協会の基本的な立場、考え方を貴委員会にお伝えし、あわせて今回の特殊指定改正について思うところを述べさせていただきます。

2. 新聞の果たす役割と新聞定価について

新聞社は旺盛で活力ある報道・評論活動によって、紙面の充実・強化に日々努める一方、毎日、一定の時間内に多種多様な情報を正確・迅速に読者に届けるといった社会的・公共的使命を果たしています。

全国どこにあっても複数の新聞が存在し、日々政治・経済や国際など、多彩なニュースを報道することによって、民主主義の発展、文化・教育の向上に多大な貢献をしてきたことは、新聞界内外を問わず異論のないところであります。

一貫性、保存・記録性といった優れたメディア特性をもつ新聞の価値は、多メディア化、多チャンネル化の時代であっても、今後、高まることこそあれ、減衰することはいささかもないと確信します。そしてこうした新聞の価値は、安定的な流通システムに裏打ちされた配達サービスが確保され、読者の手元に新聞が届けられてはじめて成立するものであります。

国民の知る権利を保障するための具体的な施策として、だれもがどこでも、新聞を均一・低廉な価格で、容易かつできる限り平等に入手できることが必要不可欠であります。そして、これまで国の文化コミュニケーション政策の一環として、独禁法上の再販禁止の適用除外、特殊指定が法制度として運用されてきたのも、こうした新聞の公共的、公益的な財の特質に着目したからにはかたがたにほかにありません。

3. 戸別配達制度の重要性について

今日、日本の新聞の総発行部数7,200万部の93%は戸別配達で、しかも1か月単位の予約購読となっており、1部売り部数は全体の5%にすぎません。1世帯あたりの新聞閲覧は1.22部で世界の最高水準に達しています。

このことは、読者が毎日、家庭に居ながらにして新聞を購読できることを望んでおり、世帯あたりの普及率の高さは、膨大な数の購読者が、新聞社と販売店が長年かけて構築し維持してきた戸別配達制度を評価し、支持していることの証左といえます。

新聞は新聞社から各地の販売店に直送され、読者にただちに戸別配達されています。中間業者を排して新聞社から販売店へ直送するのは、新聞の生命である、より早く新聞を読者の手元に届けるためであるとともに、できる限りの低廉化を実現するためです。

販売店は全国で約2万4千店、そこで働く従業員は約48万人にのぼります。読者と購読契約を結び、新聞を新聞社に毎日注文し、受け取り、配達し、集金し、新規読者の開拓に努めるのが、販売店の主な仕事です。販売店はさらに、大事件の発生や天候などによる輸送計画の変更、不測の事態にも備えた態勢作りや日常的な読者への対応など、幅広い仕事を行っています。

このような多忙な業務をこなす販売店にあって、再販制度、特殊指定が認められていることにより、読者・国民が販売店の本来の仕事として期待する配達業務に専念することができています。この結果、読者は毎日、定時に、確実に新聞を自宅ですぐ入手することができるのです。

4. 今回の改正について

特殊指定はこれまで新聞の販売・流通システムを支える役割を担い、その意義を十分に果たしてきました。新聞社が販売価格を指定し、販売店が読者にその定価で販売するという現行システムは、読者が安心して新聞を購読できる最も優れた合理的な流通手段といえます。

紙面内容、迅速、確実な配達サービスといった新聞にふさわしい競争以外の、不合理な値引き競争、差別的な定価設定は、新聞本来の特質をおとしめるばかりか、読者に安定的に新聞を届ける配達システムそのものの崩壊を招くに違いありません。

今回の改正については、新聞という公共性、公益性をもつ商品の観点から、一部例外的に異なる定価設定が認められるなどの変更があるものの、法目的と運用の実態については従来といささかも変わらないものと受け止めています。特に、地域、相手方による差別的な定価設定を、今回の改正案によっても引き続き原則禁止とした貴委員会の判断は、新聞業界として大変意味があることと考えます。

なお、改正特殊指定の告示の施行日につきましては、現行の特殊指定と比べ大きな変更はないも

のと考えておりますので、一定程度の周知期間を設けることで十分かと思われます。

5. 最後に

従来、この特殊指定の運用、監視については、罰則の適用を含め新聞公正取引協議会にゆだねられており、新聞業界が直接その順守、徹底に関する施策を講ずることができました。しかし、昨年9月以降、特殊指定の運用は貴委員会のみ所管

とされております。新聞業界としても他の諸法規同様、順守してまいります。直接運用はできないため違反事実があれば、貴委員会に申告、措置方をゆだねることになります。

それゆえ、今後、貴委員会におかれては、新聞の公共性、公益性に照らし、よりいっそう厳正に特殊指定を運用されるようお願いするところであります。

以上

改定された新聞特殊指定

公正取引委員会告示第9号（1999年7月21日）

新聞業における特定の不正取引方法

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）第2条第9項の規定に基づき、新聞業における特定の不正取引方法（昭和39年公正取引委員会告示第14号）の全部を次のように改正する。

平成11年7月21日

公正取引委員会委員長 根 来 泰 周

新聞業における特定の不正取引方法

- 1 日刊新聞（以下「新聞」という。）の発行を業とする者（以下「発行業者」という。）が、直接であると間接であるとを問わず、地域又は相手方により、異なる定価を付し、又は定価を割り引いて新聞を販売すること。ただし、学校教育教材用であること、大量一括購読者向けであることその他正当かつ合理的な理由をもってこれらの行為については、この限りでない。
- 2 新聞を戸別配達の方法により販売することを業とする者（以下「販売業者」という。）が、直接であると間接であるとを問わず、地域又は相手方により、定価を割り引いて新聞を販売すること。
- 3 発行業者が、販売業者に對し、正当かつ合理的な理由がないのに、次の各号のいずれかに該当する行為をすることにより、販売業者に不利益を与えること。

一 販売業者が注文した部数を超えて新聞を供給すること（販売業者からの減紙の申出に応じない方法による場合を含む。）。

二 販売業者に自己の指示する部数を注文させ、当該部数の新聞を供給すること。

備考

この告示において、「日刊新聞」とは、一定の題号を用い、時事に関する事項を日本語を用いて掲載し、日刊発行するものをいう。

附則

この告示は、平成11年9月1日から施行する。

特殊指定 関連日誌 (1998年3月31日～99年9月1日)

1998年		
3月31日	公取委	報告書「著作物再販制度の取扱いについて」の中で、新聞業における特殊指定の見直しを行う旨言及。
10月8日	新聞協会・公取委	販売委員会再販問題小委員会と公取委事務総局取引部取引企画課長との懇談。3月31日報告書で示された「弊害の是正措置」についての新聞業界の取り組みについて意見交換。
10月21日	新聞協会	新聞メディアの強化に関する委員会（以下、メディア強化委）。『新聞再販と特殊指定に関するプロジェクトチーム（以下、Pチーム）』の発足を了す。
10月21日	公取委	新聞10社に対し、「弊害の是正措置」についてヒアリングを実施（～11月16日）。
11月11日	新聞協会	メディア強化委。滝鼻卓雄座長から公取委の動きを報告。
11月24日	新聞協会	再販問題小委。公取委ヒアリングを受け、今後の対応を審議。
12月1日	新聞協会 新聞協会・公取委	第1回Pチーム会議。再販問題小委の報告内容と今後の対応を審議。 事務総局取引課長と意見交換。弊害是正の実施状況、特殊指定の基本的考え方等について質疑応答。
12月2日	公取委	報告書「著作物再販制度下における関係業界の流通・取引慣行改善等の取組状況等について」を公表。
12月9日	新聞協会	メディア強化委。滝鼻座長から第1回Pチームの審議内容を報告。
12月16日	新聞協会	第2回Pチーム会議。特殊指定に関する新聞業界の考え方を審議。伊藤寛・三笠裕合研究所顧問と意見交換。
1999年		
1月6日	新聞協会	第3回Pチーム会議。特殊指定に関する公取委あての意見書について審議。
1月19日	新聞協会	第4回Pチーム会議。同上。
1月20日	新聞協会	意見書「新聞業における『特殊指定』に関する日本新聞協会の基本的考え方」を新聞協会会長名で公取委に提出。小池唯夫会長、渡辺恒雄再販対策特別委員長ほかが根拠を来周公取委員長に直接会い、手渡す。
1月20日	新聞協会	理事会。公取委あて意見書の報告を了す。
2月9日	新聞協会・公取委	第5回Pチーム会議。公取委事務総局取引課長と第1回交渉。1月20日意見書の内容に対する「課長メモ」をもとに意見交換。合理的価格差、販売店の割引行為、制定当時の立法事実、特殊指定の立法目的、再販と特殊指定の関係、改廃の必然性について質疑応答。
2月10日	新聞協会	メディア強化委。滝鼻座長から、公取委あて意見書提出から公取委との第1回交渉までの経緯について報告。
2月17日	新聞協会	運営委員会。2月9日公取委との第1回交渉内容の報告を了す。
2月18日	新聞協会	第6回Pチーム会議。第1回交渉で出された課長メモの内容を審議。
2月26日	新聞協会	第7回Pチーム会議。課長メモに対応する追加意見書の内容を審議。村上政博・横浜国立大学大学院教授と意見交換。
3月3日	自民党	新聞販売懇話会（会長・小海恵三首相）総会。公取委事務総局取引部長、新聞協会、日報協を招いて、特殊指定について懇談。
3月5日	新聞協会・公取委	第8回Pチーム会議。公取委事務総局取引課長と第2回交渉。「追加意見書」を提出。立法事実の認識、公正な競争の解釈について合意。再販との関係、合理的価格差等について意見交換。
3月10日	新聞協会	メディア強化委。滝鼻座長から第2回公取委との交渉の内容を中心に報告。
3月12日	新聞協会 新聞協会	国会議員と協会理事有志との朝食会。特殊指定の維持を議員に申し入れ。 第9回Pチーム会議。特殊指定制定当時の販売実態、新聞の商品特性、特殊指定廃止の影響について審議。
3月18日	新聞協会・公取委	第10回Pチーム会議。公取委事務総局取引課長と第3回交渉。新聞協会「新聞業における特殊指定に関する討議メモ」をもとに意見交換。制定当時の値引き実態、新聞の

3月26日	新聞協会・公取委	商品特性、特殊指定廃止後の影響、合理的価格差等について質疑応答。 第11回Pチーム会議。公取委事務総局取引課長と第4回交渉。特殊指定廃止後の影響について意見交換。公取委から「価格差の例」の提示。
4月14日	新聞協会	メディア強化委。滝鼻座長から公取委との第3、4回交渉の内容を中心に報告。 第12回Pチーム会議。価格差について審議。
4月15日	新聞12社連合	「特殊指定存続に関する支援お願い」文書を野中広務内閣官房長官に提出。
4月16日	活字文化議員懇 新聞協会	活字文化議員懇談会（代表幹事・与謝野馨衆院議員）が、公取委事務総局取引部長、新聞協会、日報協を招いて、特殊指定について懇談。
4月20日	新聞協会	第13回Pチーム会議。特殊指定・修文案を審議。Pチーム試案をまとめる。
4月21日	新聞協会 新聞協会・公取委	運営委員会。Pチーム試案についての報告を了す。 Pチーム試案を滝鼻座長が公取委事務総局取引部長に提出。
4月28日	新聞協会・公取委	公取委事務総局取引部長と第5回交渉。公取委「試案に対する意見（イモ）」をもとに、特殊指定・修文案の内容について意見交換。 新聞協会 第14回Pチーム会議。今後の対応を審議。
5月12日	新聞協会・公取委	第15回Pチーム会議。Pチーム試案・その2について審議。
5月13日	新聞協会・公取委	第16回Pチーム会議。公取委事務総局取引部長と第6回交渉。試案・その2を提出。特殊指定・修文案について意見交換。販売店の割引行為を相、押し紙事項については大筋合意。
5月17日	新聞協会・公取委	公取委事務総局取引部長と第7回交渉。特殊指定・修文案について意見交換。「例示」の方法を除き、発行本社の差別化価値行為を認め、大筋において合意。 新聞協会 第17回Pチーム会議。今後の対応を審議。
5月18日	新聞協会	Pチーム最終案を滝鼻座長が公取委事務総局取引部長に提示。全体について、大筋合意。
5月19日	新聞協会	メディア強化委。滝鼻座長から特殊指定・修文案の内容と交渉経緯を報告・了す。
5月21日	新聞協会	交渉経緯を運営委員会・理事会で報告・了す。
5月27日	新聞協会 新聞協会・公取委	第18回Pチーム会議。特に、例示の方法について審議。 公取委から示された改正案について意見交換。示された改正案をもって基本的に合意。
5月28日	新聞協会	理事・監事に改正案を送付（31日に会員社に送付）。
5月31日	新聞協会	滝鼻座長より改正案を了承する旨、公取委に連絡。
6月9日	公取委	通産省記者クラブで記者レク。公聴会日程および改正案を発表。
6月10日	公取委	官報公告。
6月16日	新聞協会	第19回Pチーム会議。改正案の考え方について討議。公聴会の公述人および提出意見書について審議。
6月18日	新聞協会	交渉経緯を運営委員会・理事会で報告・了す。
6月30日	公取委	公聴会開催。新聞協会からは滝鼻座長が公述。新聞協会からの推薦で、春原昭彦上智大学名誉教授が公述。
7月21日	公取委	改正特殊指定告示を官報公告。
7月28日	新聞協会	第20回Pチーム会議。今後の対応を審議。
8月9日	新聞協会・公取委	公取委事務総局取引部長ほかと改正特殊指定告示の解釈について意見交換。
8月30日	新聞協会	第21回Pチーム会議。今後の対応を審議。
9月1日	公取委	改正特殊指定告示施行。

II
COLOR
P

「カラートップ」誕生から8年 今日も色鮮やかに

すでに40社以上の新聞社や企業で稼働。その技術力が実証されています。

万有色彩すべてのものに色があり、色があることとて、より多くの情報を伝えることができます。「カラートップ」は色の再現力においても他を追随を許しません。

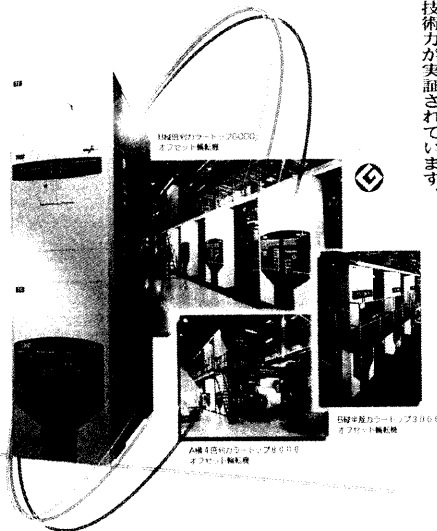
東京機械製作所（TKS）は1874年の創業以来、新聞用をはじめとする輪転機のトップメーカーとして業界をリードしてきました。

その集大成として生まれた輪転機がタワー型両面同時フルカラー印刷対応の「カラートップ」です。高精度・高印刷品質を実現する多くの技術・技術の集大成として生まれた輪転機がタワー型両面同時フルカラー印刷対応の「カラートップ」です。

優れた耐久性を発揮するフランク・印刷のステンレス溶着。

回転精度を長期維持するギアの浸炭焼入れ。省エネのキースインキング装置。

各種自動化・省力化機器など。数えあげればきりが無い程の、二つの独自の技術が126年の間に積み上げ磨きあげられた膨大なノウハウと経験というバックボーンに裏打ちされた確かな総合技術力となつて「カラートップ」オフセット輪転機に生かされています。



カラートップに贈られた数々の賞

- 「ベスト・デモンストレーション賞」・NAA（米国新聞協会）
- 「新製品賞」・日本新聞協会
- 「日本印刷学会技術賞」・日本印刷学会
- 「フレッド・デザイン賞」・読者サービス賞
- 「機械技術賞」・機械技術協会
- 「読者サービス賞」・日本機械工業連合会

最新型輪転機関連

- 4色フルカラー・オフセット20000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット15000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット10000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット7500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット5000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット2500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット250輪転機
- 4色フルカラー・オフセット150輪転機
- 4色フルカラー・オフセット100輪転機
- 4色フルカラー・オフセット50輪転機
- 4色フルカラー・オフセット25輪転機
- 4色フルカラー・オフセット15輪転機
- 4色フルカラー・オフセット10輪転機
- 4色フルカラー・オフセット5輪転機
- 4色フルカラー・オフセット2.5輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1.5輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1輪転機

商業輪転機関連

- 4色フルカラー・オフセット20000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット15000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット10000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット7500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット5000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット2500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1000輪転機
- 4色フルカラー・オフセット500輪転機
- 4色フルカラー・オフセット250輪転機
- 4色フルカラー・オフセット150輪転機
- 4色フルカラー・オフセット100輪転機
- 4色フルカラー・オフセット50輪転機
- 4色フルカラー・オフセット25輪転機
- 4色フルカラー・オフセット15輪転機
- 4色フルカラー・オフセット10輪転機
- 4色フルカラー・オフセット5輪転機
- 4色フルカラー・オフセット2.5輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1.5輪転機
- 4色フルカラー・オフセット1輪転機

TKS
SINCE 1874

東京機械製作所

本社：〒108-8375 東京都港区芝5丁目26番24号 電話(03) 3451-8141(代)

営業所：大阪、福岡、札幌

ISSN 0288-6324

定価 1,260円 本体 1,200円