

企業経営者は 外国競争法※コンプライアンスの “甘さ”を認識せよ

経済法制・国際標準戦略委員会(2015年度)

委員長／遠山 敬史

(インタビューは6月1日に実施)

企業活動がグローバル化していく中で、海外の競争当局による日本企業の外国競争法違反での摘発が増加している。例えば、米国で巨額の罰金を支払った(または支払いに合意した)企業は、金額の上位50社中、日本企業が22社にも上っている(2015年2月現在)。日本企業の何が問題なのか、遠山敬史委員長が語った。 ※本提言での「外国競争法」とは、わが国の独占禁止法に相当する外国の法律をいう。

遠山 敬史 委員長

パナソニック 常務取締役

1955年徳島県生まれ。78年東京大学経済学部卒業後、松下電器産業(現パナソニック)入社。2010年取締役、11年常務取締役、現在に至る。

06年9月経済同友会入会、11～12年度幹事、12年6月退会、14年4月復帰、15年度より幹事。15～16年度経済法制・国際標準戦略委員会委員長。

海外の競争法制対策に対し 日本企業の備えは甘い

グローバル競争が激化する中で、世界の情勢は日々、大きく変化しています。その変化の中で対応が遅れているのが、外国競争法コンプライアンスへの対策です。今、日本企業の国際カルテル摘発が増えています。その原因として、日本の企業経営者の多くが、諸外国の競争法制や摘発、制裁の現状について十分に理解していないことが考えられます。

海外における摘発状況が報道されても、「うちは国内で商売している、海外では事業を行っていない」などと、自分たちには無関係と考えている経営者も多いのかもしれませんが、しかし、日本企業の多くは、何らかの形でグローバル展開にかかわっているはず。経営者は、海外の競争法制に対するリスク感度をもっと高める必要があると思います。

「日本企業が狙い撃ちされている」という指摘もあります。確かに、経営体力のある日本企業を摘発すれば、制裁

金等を多く課すことができると思われている部分もあるかもしれません。しかし、より重要なことは、こうしたリスクに十分に備えていない日本企業に「甘さ」があるということです。

海外で日本の業界団体は 国際カルテルの温床と見られている

多くの日本企業の認識不足の一つに、「域外適用」の問題があります。例えば、日本国内において競合他社とある製品の価格について情報交換を行ったと疑われた場合、その製品が組み込まれた完成品が海外に輸出・販売され、現地市場に影響を及ぼすことになれば、当該国の競争当局から国際カルテルとして摘発される可能性があるのです。

また、日本企業は横並び意識が強く、「業界団体」が多数存在しますが、競合他社が接触する機会が多い場所であるため、海外の競争当局から国際カルテルの温床と見なされる恐れがあります。日本の業界団体は海外から見ると、異質な組織なのです。

文化・習慣の違いが問題になることもあります。例えば、メールの文書な

どにおける「いつもお世話になっております」「その節はありがとうございました」といった言葉は、日本人にとってはビジネスで一般的な挨拶にすぎません。しかし、海外の競争当局には非常に不自然な表現と思われ、こうしたメールがカルテルへの関与を裏付ける証拠として用いられる可能性もあります。

競争法違反が摘発されれば 社会との信頼関係が崩れ落ちる

国際カルテルなどの競争法違反が摘発されれば、巨額の制裁金等が課せられます。経済的負担は、取引先や消費者からの損害賠償請求訴訟や株主代表訴訟による損害賠償金、弁護士費用なども加わります。

しかし、その企業の受けるダメージは、これにとどまりません。訴訟の長期化や当局対応などにも、相当の時間が費やされます。米国では、役員や従業員が収監されることもあります。「競争法違反を行った企業」ということによる信用失墜に伴う売り上げの減少も起こり得ます。それまで築き上げてき



提言概要(5月13日発表)

外国競争法コンプライアンスへの 取り組みに関する行動宣言

I 企業経営者としての取り組み(行動宣言)

われわれ企業経営者は、外国競争法違反が、グローバル競争に直面している企業にとって大きなリスク要因になることを再認識し、自らのリーダーシップの下に、海外子会社や事業拠点等を含め、実効性のある外国競争法コンプライアンス態勢を構築していくことを、ここに宣言する。

- ①自ら意識改革を行い、外国競争法コンプライアンスに関するリスクを認識し、コンプライアンス意識の向上に向けて率先垂範する。
- ②自ら強力なリーダーシップを発揮し、全社的に実効性ある外国競争法コンプライアンス態勢を構築するとともに、それが機能しているかどうか、常に関心を持って検証していく。
- ③不透明で競争抑制的であるとの疑念を抱かれやすい「業界団体」の活動について、より透明性を高め、競争抑制的な行動を厳に慎むルールを策定・遵守していく。同時に、オープン・イノベーションを生むプラットフォームとなるような開かれた存在にしていく。

II 行動宣言を具現化するための取り組み

1 企業経営者自身の意識改革と率先垂範

- ・経営者自身が外国競争法コンプライアンスに対する意識を高め、企業のリスクマネジメント上、重要な問題であるとの認識を持つ。
- ・経営者自身がいかなる行為が外国競争法違反に成り得るのか、外国競争法違反として摘発されると、巨額の制裁金等の経済的な損失ばかりか、役員や従業員等の収監、信用失墜やレピュテーションの低下など計り知れないダメージを受ける可能性があることを十分に認識する。
- ・外国競争法コンプライアンスに関する研修を実施する際には、経営者トップが従業員に直接その場でメッセージを発するなど、従業員の目に見える形で、経営者自身が外国競争法コンプライアンスに本気で取り組んでいることを示していく。

2 実効性ある

外国競争法コンプライアンス態勢の構築

(1) 基礎となる体制の構築など

- ・経営者自身が、直接、全世界の従業員に理解できるよう、外国競争法コンプライアンスの重要性に関するメッセージを発信する。
- ・外国競争法コンプライアンスを特に意識した組織体制を整備する。
- ・企業グループ全体での一体的な取り組みを行う。
- ・海外での事業展開の前提となる自社固有の外国競争法上のリスクを特定する。

(2) 予防策の整備

- ・外国競争法コンプライアンスを特に意識したマニュアル、事業展開をしている国・地域の競争法の特徴や法執行の実情を踏まえたコンプライアンス・マニュアル策定や研修を行う。
- ・外国競争法コンプライアンスを意識した、競合

他社との会合に関する接触ルールを策定する。

(3) 早期発見のための方策

- ・外国競争法監査を実施する。また、社内メールを日常的または定期的にチェックする。
- ・外国競争法違反行為や違反の疑いのある行為に関する内部通報窓口を設置する。

(4) 危機管理のための方策の整備

- ・外国競争法事案を特に意識した有事対応マニュアルを策定する。

(5) 海外子会社や事業拠点等における体制の構築

- ・海外子会社や事業拠点等における外国競争法コンプライアンス態勢を構築するとともに定期的にその遵守をチェックする。
- ・製品あるいは、その製品が組み込まれた完成品の輸出・販売を通じて、輸出・販売先の国の競争法が適用される可能性があることも踏まえて、その製品の直接の納入先が日本国内であっても、海外で最も厳しい競争法に合わせた行動規範の策定や輸出・販売先の国の競争法に関するマニュアル策定などのコンプライアンスにも取り組む。

3 より透明で開かれた業界団体活動へ

- ・外国競争法コンプライアンスを意識した、業界団体との会合に関する接触ルールを策定する。
- ・業界団体においても、当該団体役員および会員企業を対象とした競争法コンプライアンス・ルールの策定や研修を実施するなどして、競争法の遵守に努める。
- ・業界団体の役割・機能を見直す。その際、「横並び意識」による護送船団的な行動を排し、競合他社が切磋琢磨し、国や業界の枠を超え、オープンなイノベーションが推進されるプラットフォームの構築を意識する。

た社会との信頼関係が、一夜にして崩れ落ちてしまうのです。フェアに戦って利益が上がり、税金を納め、それが国の成長につながっていくなら、素晴らしいことですが、「日本企業はルールを犯して利益を得ているのだ」と海外で思われるのは、とても残念なことです。

そのようなことにならないよう、多くの企業では、外国競争法コンプライアンス態勢構築のために、さまざまな取り組みを行っていると思います。しかし、経営者自身が真剣にコミットしなければ、実効性のあるものにはなりません。勉強会などを継続して行い、社員のコンプライアンス意識が肌感覚でどこまで身に付いているか、常にチェックする体制も必要でしょう。

分かっているはずだと思っていることでも、見過ごされることは多いものです。公平公正な正しい活動を行っていくために、会員の皆さんも謙虚に一人から勉強した上で、自社のコンプライアンス態勢はどうあるべきかという論議をしてほしいと思います。

※詳しくは、<http://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2016/160513a.html>