

郵政研究所月報

2001. 4



時代の要請—会計ディスクロージャーがもたらすもの—

岩本 繁

財政再建最優先でよいのか

田岡 文夫

E U電気通信における競争法の適用

佐々木 勉

消費者物価指数をめぐる議論について

荒田 健次

電子認証技術に関する動向調査

丸山 誠二

No. 151

前島密（写真）



前島密は、新潟県上越市大字下池辺の農家に生まれ、十二歳で単身江戸に遊学し、苦しい生活の中、医学、兵学、数学、航海術、語学など様々な学問を実地に体験して習得しました。その能力を認められ明治政府に出仕した密は、郵政事業の基礎を確立し、その発展に多大な功績を残したため「郵便の父」と呼ばれています。

しかし、前島の業績はそれにとどまらず、駅制改革、陸・海運の振興、鉄道の計画、新聞の育成など近代国家の建設に必要な基盤の整備に取り組み、また、教育や社会福祉の先駆者としての役割も果しました。

生誕地に建てられた生誕記念碑の碑文には「日本文明の一代恩人がここで生まれた」とあり、前島密の業績や人柄が簡潔に述べられた後「忠実で、果敢で、廉潔で、趣味は博かった。」と記されています。

向かって右が維新期の写真で、左は駅通頭時代のものです。

（表紙解説）

東海道五拾三次之内 三島 朝霧

正面に供を連れ箱根越の山駕籠のりかけうまに乗る人、合羽に身を包み乗懸馬に乗る人がはっきりと描かれ、背景に朝霧が一面に立ち込めた三島神社の大鳥居や宿場の様子がシルエットとして描かれている。

旅人は、早朝のため皆眠いのか、頭を垂れ笠で顔を隠している。

目 次

巻 頭 言

時代の要請—会計ディスクロージャーがもたらすもの—	2
朝日監査法人理事長	いわた 岩本 しげる 繁

調査研究論文

消費者物価指数をめぐる議論について	4
第三経営経済研究部研究官	あらた 荒田 けんじ 健次
電子認証技術に関する動向調査	19
通信経済研究部研究官（技術開発研究担当）	まるやま 丸山 せいじ 誠二

特別寄稿

EU電気通信における競争法の適用	34
情報通信総合研究所嘱託	ささき 佐々木 つとむ 勉

視 点

財政再建最優先でよいのか	69
京都教育大学教授	たおか 田岡 ふみお 文夫

月例経済・金融概観	74
第三経営経済研究部	

トピックス

年齢別にみた金融機関の商品・サービス等に対する意識・行動の違い	92
—平成11年度「金融機関利用に関する意識調査」より—	
第二経営経済研究部研究官	さくらい 櫻井 まさみち 正道
インターネットとプライバシー・個人情報保護	101
郵政事業庁総括専門官	おおてら 大寺 ひろゆき 廣幸

郵政研究所通信	119
---------	-----

本誌に個人名で発表・掲載する研究内容や意見は執筆者個人に属し、総務省あるいは郵政研究所の公式見解を示すものではない。

巻 頭 言

時代の要請—会計ディスクロージャーがもたらすもの—

朝日監査法人 理事長 岩本 繁
(アーサーアンダーセン日本代表)

郵政研究所とも関連の深いIT技術の発達・普及は、私が身を置く会計の世界にも多大な影響を与えています。身近なところで、インターネットを通じて企業のホームページを覗いてみますと、その内容の豊富さや充実度に驚かされることがあります。上場、公開企業が単独、連結の財務諸表を公開しているのはもちろん、広く社会や市場に訴える企業メッセージや戦略など、従来は株主等の一部の者によって限定的に共有されてきた企業の「理念、戦略」が、将来の投資家を始めとした広い意味での第三者に対して開示されており、また、電子媒体を通じた企業財務情報の開示(EDINET)制度の導入も予定されております。

バブル崩壊、再編や破綻といった企業環境の劇的な変化が起きた前世紀末以来、“ビッグバン”と称される会計制度の大改革が進められてきたことは周知のとおりです。これは、企業経営、資本市場のグローバル化をにらんだ広範囲かつ抜本的な会計基準の見直しであり、我が国の会計基準の設定主体である企業会計審議会が平成7年10月に「連結財務諸表を巡る諸問題」を議題として取り上げたことにより、新たな、そして大きなディスクロージャーが始まりました。

平成8年11月には、当時の橋本首相により「我が国金融システムの変革」構想が提唱され、Free（自由）、Fair（公正）、Global（国際化）の三原則の下に金融市場の構造改革を目指すことが宣言され、ディスクロージャーの充実とそれを可能とする会計制度の国際標準化の方向が決定付けられました。その後、連結主体の財務諸表の開示、退職給付会計、金融商品の時価評価会計等の導入が決定されました。さらに最近では、企業側も積極的にIR活動を行ない、過去を積み上げた決算数字とその背景となった要因を投資家へ説明するだけでなく、事業戦略を語り、将来リスクとなりうる事業の説明や明確な企業の意思表示などの開示も行なわれるようになりました。

また、ディスクロージャーでは、企業にとっての「株主、投資家への責任」の面だけでなく、その「社会的意義」についても見過ごすことはできません。企業の本来の



目的から外れる反社会的行動や、その危険を事前に抑制することも可能となり、企業が社会からの信用を獲得する一方で、企業の不正な活動、例えば連結逃れによる含み損隠しといったことを、これまで以上に抑止し、経営を健全化させるという二重の効果を、ディスクロージャーを通して期待できるのです。

私たち監査法人も、クライアントのニーズに的確に応え、経済の発展と公正な社会の実現に貢献するという、法人経営理念を具現化していくために、会計基準の見直しに対応する体制整備を、IT技術の積極的導入を含めて進めてまいりました。企業会計の基準見直しに端を発する社会的に要請された幅広いディスクロージャーを実現していくための環境が整いつつある現在、監査法人が社会的公器として、更に社会的信頼を高めていくために、この制度を厳格に運用していくことが、私たちの責務であると痛感しております。

郵政事業や情報通信行政は、言うまでも無く国民生活の基本的インフラを形成していますので、その潜在的な可能性や波及効果は、我が国の将来の発展や存亡にまで影響を与えるものです。そこで、検討・実行される政策は、適切なディスクロージャーを通して国民と対話し、そこから得られる理解があってこそ成果が上がるものと信じております。国民生活を支える基盤であるがゆえに、Free（自由）、Fair（公正）、Global（国際化）の三原則の精神を反映した企業経営のディスクロージャーと同じような、タイムリーなディスクロージャーが求められていると思います。私たち監査法人としましても、郵政事業、情報通信行政のディスクロージャーのうえで、財務会計的側面から協力してまいりたいと思います。

消費者物価指数を巡る議論について

第三経営経済研究部研究官 荒田 健次

[要約]

物価指数は国内外の経済情勢を反映した「経済の体温計」として重要な経済指標である。とりわけ、消費者物価指数（CPI）は厚生年金や国民年金など公的年金の支給額の算定根拠となる他、民間企業の賃金決定に影響を与える等の必要な役割を担っている。

1999年4月を景気の谷とした回復過程にありながら、CPIが下落傾向をみせるなど、「デフレ」議論と相まって物価指数の在り方を巡って活発な議論が展開されている。

アメリカでは、1990年代後半に入ってCPIを巡る議論が活発になり、1996年12月に米国議会のCPI諮問委員会が上院財政委員会に報告書（ボスキンレポート）を提出し、米国のみならず他の国でも注目された。日本におけるCPIの議論もこのレポートを根拠にしているものが見られる。

我が国でも、1999年5月11日の日本経済新聞に「消費者物価指数が実際より高め」という記事が掲載されたことから、CPIを巡る議論が高まってきている。

その他、卸売物価指数や企業向けサービス価格指数が下落を続けデフレ懸念が言われる状況にあって、CPIはほぼ横ばいで推移していることに疑念の声もある。

これらのことから、CPIを巡る議論が活発に行われている。

本稿ではまず、それらの議論等を概観することとする。

総務省統計局は現在の1995年基準指数から2000年基準指数へ変更し、2001年8月の公表日から切り替える予定にしている。この改訂によって、情勢の変化や要請をできる限りの確に指数に反映させることとしている。より精度の高い指標になるとどうか注目される場所である。

経済統計にはサンプルバイアスが付きものであり、すべての実態が把握できるわけでは

ない。その他の経済指標と総合的に判断し、国全体、世界全体の状況を判断すべきである。しかし、逐次、経済統計の精度を高める努力は求められる。

最後に、CPIと実感の乖離について、ライフスタイルや家族構成（ライフステージ）の違いによって、CPIと実感に乖離が発生することを検証し、「生計費の指数として世帯属性ごとの指数を作成する」ことを提唱する。

はじめに

消費者物価指数（CPI）は、1946年8月に作成が開始されて以来、景気が過熱きみか停滞きみかといった景気判断に用いられるなど、「経済の体温計」とも呼ばれており、経済政策を的確に推進する上で極めて重要な指標となっている。また、国民年金や厚生年金などの実質的な給付水準を維持するため、物価の動きに応じて改定される物価スライド制が法律によって定められており、この物価の動きを示す指標としても使われている。そのほかにも、賃金、公共料金や家賃の改定の際の参考に使われるなど、官民を問わず幅広く利用されている。

しかし、その指数が実際の生活実感から乖離しているのではないかとの議論が最近、高まってきている。

1996年12月に米国上院財政委員会により設立された「消費者物価指数諮問委員会」がそのレポート（ボスキンレポート）の中で米国の消費者物価指数（CPI）に上方バイアスが存在することを指摘した。以来、CPIを巡る議論が活発になり、日本でも新聞記事になる等活発な議論が展開されている。

本稿では、まずアメリカのボスキンレポートの内容とそれに対する労働統計局（BLS）の対応、日本におけるCPIを巡る議論と総務庁（現、総務省）統計局の対応等を概観することとする。

最後に今後のCPIの在り方について、筆者の所

見を記したいと考えている。

1 米国のCPIを巡る議論

米国では、1990年代後半に入って政府作成のCPIを巡る議論が活発に行われるようになった。とりわけ1996年12月に出されたボスキンレポートは米国のみならず他の国でも注目された。

1.1 ボスキンレポートの背景

ボスキンレポートは、米国議会のCPI諮問委員会が、上院財政委員会に提出した報告であり、“Toward a More Accurate Measure of the Cost of Living”（「生計費のより正確な尺度を目指して」）と題されている。同諮問委員会の委員長がスタンフォード大学のマイケル・ボスキン教授であることからこう呼ばれた。

米国においては、CPIの上昇率に上方バイアスが存在するという批判が1990年代前半以前から存在していた。1990年代後半には政治の舞台でこの問題が取り上げられるほど加熱することとなったが、その背景には、米国の財政事情がある。

米国では、CPIは1970年代初期以前は財政部門でほとんど利用されていなかったが、その後のインフレの進行に伴い、CPIを税率区分や社会保障費などと連動させる仕組みが作られた。これによりCPIの作成方法や精度は財政状況に大きな影響を与える要素となった。

1980年代に入ると、税収は伸び悩む一方で歳出削減が計画どおりに進まず、財政赤字が急拡大し

た。同時に、個人貯蓄率の急速な低下に伴って、経常収支は急速に悪化し、「双子の赤字」の時代が到来した。この為、1990年代半ばにさしかかると、財政赤字の削減が最重要課題の一つとされた。

このような中、1995年1月にアラン・グリーンズパン連邦準備制度理事会議長が議会の予算委員会で、米国CPIには上方バイアスがあり、これを是正すれば財政赤字の改善に役立つとの趣旨の発言をしたことがきっかけとなって、CPIの精度に関して検討するよう委員会に諮問することとされた。こうして発足したのが、ボスキン氏を含む5名から成るCPI諮問委員会である。

1.2 ボスキンレポートの概要

CPI諮問委員会は、1996年12月の最終報告では、過大評価の大きさ（上方バイアス）を年率1.1ポイントとした。

(1) 米国CPIにおける上方バイアス

ボスキンレポートにおいて、CPIは生計費の変化を測定するものと定義した上で、次の四つのバイアスが存在すると指摘している。

① 代替バイアス

商品の代替に関するバイアスであり、消費者がより安価な代替商品を購入しても、それがCPIに反映されないというバイアスである。特に、現行CPIが固定マーケットバスケット方式を前提としていることに起因するものである。

この一つの要因は指数算式の問題である。委員会は、本来なら最良指数¹⁾を採用すべきと考えるが、現行CPIはラスパイレステ型²⁾を採用しており、品目間での代替効果が反映されないために、上位集計レベルで年率0.15ポイントの上方バイアスが発生しているという。

もう一つは品目内で各銘柄の価格を集計するときのバイアスである。下位集計レベルについて、幾何平均を真の生計指数とみなすとすれば、年率0.25ポイントの上方バイアスが発生しているとしている。

② 新店舗バイアス

消費者がディスカウントストアなどの安売り店にシフトする行動が適切に反映されないことによるバイアスであり、年率0.1ポイントの上方バイアスがあるとしている。

③ 品質バイアス

製品の品質改良が正確に評価されないことに起因するバイアスである。ボスキンレポートでは、CPIの作成に用いられる206の品目を27のカテゴリに分類し、それぞれバイアスの大きさを推計している。このうち、光熱、家事用品、家事サービス、他の個人交通、公共交通、医療保険、娯楽サービス、煙草の8カテゴリについてはバイアスが存在しないとしている。一方、食料（農産物を除く）、家賃、新車などの19カテゴリについては上方バイアスが存在するとしている。

1) 基準時ウェイトによる指数の幾何平均を用いるFisherの理想指数と呼ばれるものと、基準時と比較時のウェイトの平均値を使って価格比の加重幾何平均を用いるTornqvist指数と呼ばれるもの、2種類のものが紹介されている。

2) 日常用いられる代表的な物価指数としてラスパイレステ指数とパーシェ指数がある。qtiを第i品目のt時点における数量（購入量、あるいは生産量、輸入量など）とするとき、ラスパイレステ指数ではqi=q0iと基準時点の数量を用いるのに対して、パーシェ指数ではqi=qtiと比較時点の数量を用いる。したがって、ラスパイレステおよびパーシェのt時点の価格指数をそれぞれPL(t)、PP(t)と表せば、それらは

$$P_L(t) = \frac{\sum_i p_i(t) q_{0i}}{\sum_i p_{0i} q_{0i}}$$

および

$$P_P(t) = \frac{\sum_i p_i(t) q_{ti}}{\sum_i p_{0i} q_{ti}}$$

となる。

④ 新製品バイアス

新しい製品が出現してもCPIにはすぐに反映されないことによるバイアスであり、③のバイアスと合わせて年率0.61ポイントの上方バイアスになるとしている。

(2) CPIバイアスの財政への影響

これらの四つのバイアスを合計すると、先述の年率1.1ポイントとなる。また、同レポートでは、CBO（議会予算局）の推計によれば、今後10年間で毎年1.1ポイントの上方バイアスがあるとするれば、2006年には1,480億ドルの財政赤字が水増しされ、政府の負債は6,910億ドル増加することになるとしている。この赤字要因は、社会保障費、保健医療費、防衛費に次ぐ4番目に大きい要因である。さらに、この推計を延長すると、2008年までに財政赤字は2020億ドル増加し、政府債務は1兆700億ドル増加するとの結果も得られている。このようにCPIのバイアスが財政に大きな影響を与えるのは、米国においては、社会保障費を始めとする歳出の約3割がCPIに自動的に連動しているほか、歳入の45%前後を占める個人所得税の税率区分が物価にスライドして調整されるためである。

(3) 勧告

ボスキンレポートでは、これらの推計を踏まえた上で、以下16項目の勧告を出している。

- ① 消費者物価を測定する目標として生計費指数を掲げるべきである。
- ② 2つの指数を作成、公表すべきである。一つは月次指数でデータの制約はあるものの、できるだけ生計費指数の考えに基づくものを月一回公表し、もう一つは年次指数で最新の情報や検討の成果を反映したものを年一回公表すべきである。年次指数は、過去に遡及し改定する。

- ③ 月次指数には、マーケットバスケットの変化を反映させ、生計費指数の概念に適応したものとするため、ラスパイレズ指数をやめ、最良指数の算式を採用すべきである。

年次指数にも同様の算式を採用し、該当年以降のデータ、更新されたウェイト及び新製品の導入を反映させるべきである。

- ④ 下位集計レベル（品目レベル）の指数の算出には幾何平均を用いるべきである。
- ⑤ 指数の長期的な変動に影響を及ぼす要因を見極めるために、指数の個別の要素の動きを分析し、そのうちの重要なものについてのデータ収集に力点を置くべきである。
- ⑥ 価格収集のサンプリングにおいては、地理的要因の優先度を下げ、まず、商品の母集団の中からサンプリングを行い、次に各品目ごとに店舗や地域のサンプリングを行うべきである。
- ⑦ 品目の分類基準を設定する際には、例えばオンライン・ニュース・サービスと新聞を同じグループに入れるなど、指数に品目の代替性が十分に反映されるよう改善すべきである。
- ⑧ 自動車のような耐久財については、持ち家の帰属家賃と同様、その商品の価格ではなく、その利用により得られるサービスの価格に変更すべきである。また、保険については、現行の保険の収支差額によるのではなく、消費者の支払う掛金に基づくものとすべきである。
- ⑨ 外部の情報収集、専門的技術の把握・研究のため、専門家による常設の独立した公的組織が必要である。
- ⑩ 長期的視点に立って、現行のマーケットバスケット方式の枠組みを超える研究プログラムを策定すべきである。
- ⑪ CPIの算出の際の前提となっている価格均衡が成り立たないような場合の結果について検討すべきである。

- ⑫ 長期的課題として、生活の質を測定するため、消費者の時間配分、環境、治安などに関する情報を広範に収集すべきである。
- ⑬ 議会は、経済統計の正確性と迅速性を改善するため、商務省と労働省とで情報を共有し、統計の開発・作成のコストを削減するために必要な法の整備を行うべきである。
- ⑭ 議会はCES（消費者支出調査）の標本規模と詳細情報を拡充し、POPS（購入先調査）の頻度を増やすとともに、業界データやPOSデータなど新しい情報源により追加品目の詳細データが得られるよう、必要な追加財源を措置すべきである。
- ⑮ 議会は、約3年ごとにこの分野における進捗状況をレビューし、助言するため、永続的な専門委員会を設置すべきである。
- ⑯ 議会及び大統領は、連邦政府の支出プログラムや税制度を現在のように高めの指数によって調整することを今後も継続するかどうかを判断すべきである。指数による調整の目的が納税者や受給者に物価変動の影響を及ぼさないようにすることにあるとするならば、調整方法を改める法律を制定すべきである。

1.3 BLSの対応

BLSはボスキンレポートに対して、1997年6月に“Measurement Issues in the Consumer Price Index”という報告書を提出し、さらに1998年6月には特に勧告への見解や対応についてその改定版を出している。そのなかで、BLSは、ボスキンレポートの指摘には統計的な根拠の薄弱なものが多くあること、実務的に実行が困難なものも多いことなどを説明し、BLSとしてはCPIの基本的な枠組みを変更することについては慎重な姿勢を示しているが、CPIに最近の社会経済動向をよりの確に反映させるために様々な改善や検討を行いつ

つあることも併せて説明している。

まず、ボスキンレポートの勧告①から④までについては、CPI作成の目的には様々なものがあり、その中でも最も重要なものの一つが生計費指数の作成であるとして、この意味ではボスキンレポートの考えに賛同している。しかしBLSとしては、仮に、毎月公表できるような真の生計費指数の作成方法が存在するのならそれを採用したいところであるが、生計費指数は理論的な概念であり、実用に耐える単一明快な万能の指数算式は現存しないことに留意する必要があるとして、この点ではボスキンレポートとは立場を異にしている。

指数計算における品目を合算して上位レベルの指数を算出する算式として、比較時のウェイトを用いたTornqvist型（（注2）参照）の算式を用いるべきであるとしていることについては、この方式ではウェイト作成に時間がかかり指数の公表が著しく遅れるため、仮にこれを適用するとすれば近似方式を使用せざるを得ないが、この近似方式では下方バイアスが生じる傾向にあることや、毎年事後的な改定が必要となり利用上不便であること、結果の解釈が難しいことなどの問題を指摘している。

このため、BLSは指数算式の変更については慎重に対応すべきであるとして、今後も引き続きラスパレイス型を維持しつつ、指数の数式、対象品目及び作成方法など、CPIの理論的前提、概念、範囲などについて十分な情報を提供していくこととしている。

また、最良指数の算式による指数を真の生計費指数と見なし、その算式による試算値と現行のラスパレイス型のCPIの値と比較した結果、現行CPIが年率0.15ポイント高いとして、これを指数算式に起因する上方バイアスの推計値としている点については、指数算式の性格上このような差が生じるのは当然のこととして、試算結果を妥当で

あると認めている。

勧告④については、同じ層（品目）の中で商品間に代替制がある場合には、現行の算術平均よりも幾何平均のほうが生計費指数のよりよい近似となっているとしている。そして1997年4月分から幾何平均の算式による試算値を試験的に公表し1999年1月分からは正式な指数として公表している。BLSの推計によると、幾何平均の採用によりCPI上昇率は年率0.2ポイント減少するとの結果が得られている。

新店舗バイアスについては、①わずか2年間という短いデータに基づいていること、②推計結果は標準誤差が大きいこと、新店舗バイアスはゼロである可能性もあること、③対象となった食品とガソリンの状況が他の品目にも妥当するかどうか疑問であること、を指摘している。そして、このバイアスの推計結果は信頼性が低く、むしろ他の要因を考慮すると、この結果は過大となっていると指摘している。

次に、品質・新製品バイアスについては、すでにCPIには品質変化に対する調整方法をかなり適用して効果が上がっていること、また新製品をCPIに反映させる手法を確立していることを述べている。その上で、ボスキンレポートにおける品質・新製品バイアスの推計の妥当性についてコメントしている。同レポートでは、CPIの品目を27分野に分けてバイアスを推計しているが、BLSは、①これらの推計は裏付けとなるデータがないこと、②推計法が具体的に示されておらず、多くの場合には直感的判断に基づいていること、③必ずしも代表性のない偏ったデータをもとに推計していること、などの理由から、同レポートの推計結果は信頼できないと指摘している。またBLSは2分野について自ら行った推計の方法と結果を紹介し、これらの分野については同レポートの推計結果が過大であるとしている。さらに、品質・新製品バ

ياسに関して同レポートに特段の提言がされていないことから、BLSは、この問題への対処方法についてエコノミストの間でコンセンサスがないと考えられると指摘している。

2 日本のCPIを巡る議論

2.1 日本経済新聞（1999.5.11）記事

日本でも1999年5月11日の日本経済新聞に「消費者物価指数が実際より高め」という記事が掲載されたことから、CPIを巡る議論が高まってきている。

この記事によると、日銀が指摘した問題点は4つ。①調査地域が商店街を中心とした狭い地域で、郊外型のディスカウント店の動向などを把握できない②各県別に集計しているが、実際には消費者はマイカーなどで隣接県でも消費をする③調査の曜日が偏っており土曜日のバーゲンなどを反映できない④ある特定の銘柄の商品の物価だけを調査するので、競合する商品の需要が増えたときの影響を把握できない、といった点である。

（記事の内容は上述のとおりだが、実際は日銀が指摘したのではなく、日銀職員（白塚重典（1998））が個人的見解を示した論文であったようだ。）

2.2 白塚論文（日銀）の概要

白塚論文によれば、以下4つの要因によってCPIの計測誤差が生じている。

（1）相対価格変動に伴う代替

- ① 品目間における代替：例えば、肉の値段が上昇すると、家計は魚へ購入をシフトさせるが、肉と魚のウェイトは、基準時点のものが利用されるため、肉の価格上昇を過大に評価し、上方バイアスが生じる。
- ② 調査銘柄の価格を品目レベルに集計する際の代替：一般に公表されていない品目以下の個別

調査銘柄の価格データを品目レベルに集計する段階でも(1)同様の代替効果に起因するバイアスが生じる。

- ③ 同一品目内での購入銘柄間の代替：多くの品目で特定の銘柄についてだけ調査が行われているため、品目全体の価格変動を把握することが困難なケースが多い。
- ④ 既存店舗間での代替：多くの消費者は、近隣のスーパー、百貨店、専門店等の中から、その時々で一番安い製品を購入しようと考えられるが、特定の日時・店舗における販売価格を調査しているため、こうした動きを十分に捕捉できていない。
- ⑤ ディスカウント・ストア等の新規出店に伴う代替：CPIの価格調査では、ディスカウント・ストアがほとんどカバーされていないため、消費者が、既存の小売店・百貨店等から価格低下幅の大きいディスカウント・ストアへシフトしている実態は、物価指数の変動にはなかなか反映されない。

(2) 品質変化の影響

物価指数の価格調査では、特定の商品を継続的に調査しているが、経済構造の変化や技術革新の進展等に伴って、調査対象銘柄が市場から消滅したり、代表性を失うなど、同一の調査銘柄の変遷に合わせて調査銘柄を入れ替える必要が生じる。その際、物価指数は、新旧調査銘柄間の品質差を適切な方法で調整し、純粋な価格変動を物価指数へ反映させる。

銘柄変更手続きとしては、(ア)新旧調査銘柄間で品質・容量等に差がない場合、新旧銘柄の価格をそのまま接続する、(イ)新旧調査銘柄間で品質は同じであるが容量等に差があり、容量と価格が比例関係にあるとみなすことができる場合、容量比により価格を調節し接続する、(ウ)新旧調査銘柄間に

明らかに品質差がみとめられる場合は、新・旧銘柄の価格指数比を用いて接続する、というの3種類の方法が主として採用されている。

物価指数は品質を一定に保ったとした場合の価格変化を捕捉するものであるから、その上昇率は、表面価格の上昇率から品質向上率を控除した値と考えられる。CPIの品質調整法を、表面価格変化率と品質変化率の関係から調整すると、まず、(ア)の場合は「品質向上＝ゼロ」として処理するものであり、物価指数上昇率は表面価格上昇率と等しくなる。また、(ウ)の場合は「表面価格上昇率＝品質向上率」とみなすため、物価指数上昇率はゼロとなる。したがって、多くの銘柄変更が属すると考えられる「価格差≠品質差」のケースが的確に処理されるのは、容量のみの変化時に限定される。

このように銘柄変更時の品質調整には、かなり限定的な手法が採用されているため、品質変化の把握には自ずから限界が存在している。この結果、CPIは、技術革新の著しいマイクロエレクトロニクス製品を中心として価格調査対象の品質向上を過小評価し、上方バイアスを有している。

(3) 新製品登場の影響

新製品が登場した後、これらが物価指数バスケットへ取り込まれるまでにはラグが存在するため、新製品登場の影響が適切に反映されにくく、上方バイアスの源泉となっていると考えられる。すなわち、新製品が登場し、一般家庭に普及していく過程では、新製品そのものが新たな需要を創出すると同時に、新製品が既存製品に代替されていく。これは、消費者が、新製品を既存製品に比べ品質変化調整ベースでみて相対的に割安であると判断していることを意味している。この結果、新製品が迅速に対象範囲に取り込まれない限り、調査対象品目の調査対象外品目に対する相対価格が上昇し、物価指数には上方バイアスが生じるこ

とになる。

また、新製品取り込みのラグは、サービスについても認められる。例えば、車庫借料や遊園地入園料等は1985年基準から取り込まれたほか、ハンバーガーの外出価格やビデオレンタル料が取り込まれたのは、1990年基準になってからである。このほか、新電電による通話料金やレンタカー代等は依然として取り込まれていないほか、クレジット・カードや口座振替手数料等の各種金融サービスについても、指数対象外となっている。

こうした新製品のCPIへの取り込みラグは、技術革新のテンポが速く、プロダクト・サイクルの短い製品において特に著しい。これは、これらの製品に関しては、品質調整が極めて困難なことから、継続的に価格調査を行うことが難しいと判断され、このため、指数対象範囲への取り込みが先送りされやすい傾向があるためと推測される。

このほか、調査品目が細分化されている結果として、新規採用品目について、類似の機能を果たす既存調査品目との比較が行われえないとの問題も指摘される。例えば、将来、パソコンが新規に採用されるとした場合、ワードプロセッサからの代替に伴う影響はカウントされないことになる。

(4) 統計作成技術的な問題

価格調査方法の問題：第1は、特定日の価格を調査しているため、バーゲンセール、季節料金等の特殊要因が混入しやすい問題が挙げられる。価格調査は、原則として毎月12日を含む週の水・木・金のいずれかに実施されるため、曜日構成の違いにより実際の調査日は最大8日間前後する。この結果、バーゲン品に代表されるように、ある月の中の特定の期間に調査日が重なるか否かにより、価格変動が大きく異なる品目がみられることになる。また第2に、民営家賃について、価格調査が3ヵ月に1回となっていること、価格調査の

サンプル数が少ないこと、などの問題から、月々の指数変動が、年によって大きく振れやすいとの問題が指摘される。

ウェイトの問題：算出基礎資料となっている「家計調査」の抱えている問題が大きい。・調査対象とする課程の標本抽出作業に偏りがみられること、・単身世帯が含まれていないほか、主婦以外の家計構成員の支出が捕捉されにくく、家計全体としての消費支出の把握度が低いことの問題がある。また、帰属家賃のウェイト算出方法等の問題点が指摘される。

以上4つの問題点を指摘したうえで、

①品目指数を総合指数に集計する指数算式の問題、②個別調査価格を品目指数に集計する方法の問題、③品質調整手法の問題、④価格調査サンプルの問題（小売構造の変化の影響）、について定量的な評価を行い、0.9%程度の上方バイアスを試算値として発表している。（大胆な仮説のもとに試算したもので、必ずしも精度の高いものではない、と断り書きしている）

2.3 総務庁（現総務省）統計局の対応

これに対し、総務庁（現、総務省）統計局は以下の様に回答している、

「これは日銀職員が個人的な見解を示した論文に基づくものと思われますが、その論文には、例えば、消費者物価指数の作成方法が日本と全く異なるアメリカの指数作成方法に基づく固有のバイアスを日本にそのまま当てはめて推計する部分があるなど、その妥当性には多くの疑問点があります。なお、日銀では、この論文の指摘はあくまで個人的なものであり、日銀の公式見解ではないと回答しています。しかし、消費者物価指数の精度については、様々な議論があるところであり、統計局としては引き続き研究していきたいと考えて

います。」

また、表1のとおり、新聞記事にある指摘についてそれぞれ回答している。

また、2000年10月4日に開催された第94回統計審議会経済指標部会において、ボスキンレポートやその他消費者物価指数への批判に対する統計局としての見解を報告した際のレポートをインターネットで公表している。

3 その他の議論

3.1 CPIとWPIの乖離

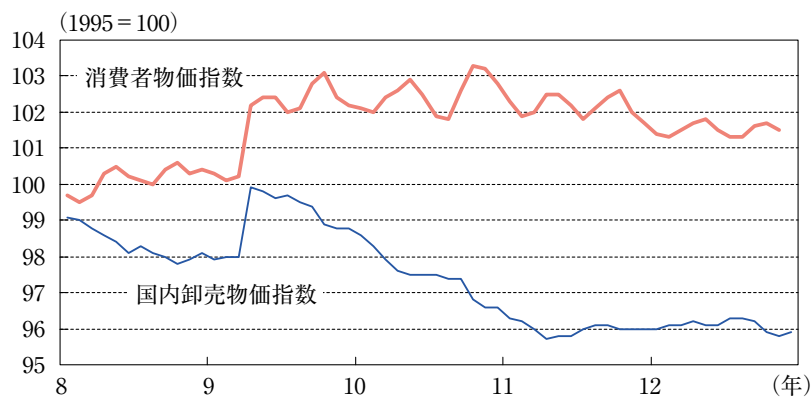
最近になってCPIに対する議論が盛んになっている背景には、卸売物価指数（WPI）の下落が続く、デフレ懸念が言われる状況にあって、CPIは、平成9年度ころから、ほぼ横ばいで推移し、WPIの動向と異なっていることに対する疑念があると

思われる。（図表1）

また、対前年度比でも、平成10年度までは同じような動向を示していたのが、平成11年度からCPIとWPIは異なった動きを示している。（図表2）

これについて、総務庁（現、総務省）統計局は「消費者物価指数には、卸売物価指数が対象としていない授業料、家賃、外食などのサービスの価格も5割近く含まれています。サービスの価格は、商品に比べて人件費の割合が高く、商品の価格が低下しても、それほど低下しない傾向があります。また、消費者物価指数が対象としている商品は消費者が購入するものについてであり、原油などの原材料、電気部品などの中間財、建設機械などの設備機械は含まれていません。したがって、これらの商品が値下がりしても、消費者物価が直接下

図表1



図表2

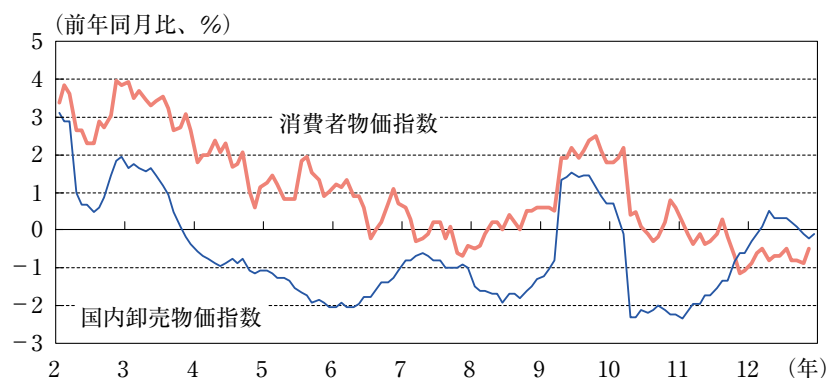
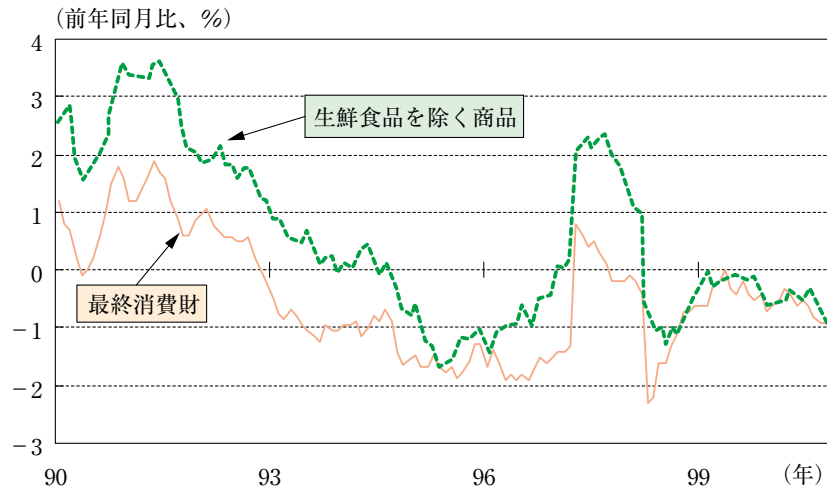


表1

新聞記事にある日銀の主張	総務庁（現、総務省）の見解
1 調査地域が商店街を中心とした狭い地域であるため、郊外型のデパート・ディスカウント店等の価格動向が“把握できていない”。	現行の調査店舗は、商店街や繁華街だけから選定しているわけではありません。また、調査品目によっては、調査地域を定めず、調査市町村全域から調査店舗を選定しています。 最近では郊外型店舗での購入が多くなってきているとの指摘もありますが、その一方で大型店がかなり増加し、以前よりも商圏が狭くなっている地域もあります。したがって各地域の実態に即して、今後も随時見直しを行っていく必要があります。
2 調査の曜日が平日に偏っており、土曜日などのバーゲンを反映できていない	通常、バーゲンや特売は特定の商品が対象となっており、すべての商品の価格動向を安定的にとらえることができません。
3 ある特定の銘柄の商品の物価だけを調査するので、競合する商品の需要が増えたなどの影響を把握できない	消費者物価指数では、各品目中でも販売額が多く、出回りが安定している代表的な商品（総務庁（現総務省）統計局では「基本銘柄」と呼んでいます。）の価格を調査しています。一般的に、同一品により価格の動きにバラツキが生じますが、趨勢としてはほぼ同じ動きをしていると見られます。また、競合のために、売上げ下位の商品ほど価格の変動を伴いながら売上シェアが大きく変動する傾向があります。各品目から複数の商品を選定して調査する場合には、売上順位がやや低い商品を含めることとなるので、むしろ競合によって生じる価格代替効果（商品の価格変化に伴う販売量の変化）の影響により、価格指数に偏りを生じる恐れがあります。 なお、調査する商品については、基準改定における全面的な見直しに加え、出回り状況を年に4回調べ、見直しを年2回行っており、調査する品目の代表性を維持するようにしています。また、商品の特性が異なり、価格の推移が異なる場合（例えば、店頭販売される牛乳と配達される牛乳は、後者が配達サービスのコストが含まれるため、価格の推移が異なる。）、消費者物価指数では、それぞれを別の品目に区分しています。
4 調査する商品を変更する際、製品の品質や性能の向上による実質的な値下がりなどが反映されていない	物価指数は商品の品質が一定という条件のもとでの価格変化を把握するものです。したがって、新旧両商品の価格差①品質の変化に対応する部分と、②品質一定の下での純粋な値上げ（値下げ）部分に分割し、後者のみを指数に反映させることとなります。前者の品質変化に対応する部分を数値化（価格に換算）し、指数にふくませないように調整することを品質調整と呼びます。この品質調整を行う際の基本的な考え方は、出回りが同程度の二つの商品は、同一時点で同一店舗において同一条件で販売されている場合に、両商品の価格差は調査する商品を変更する場合には、この考え方に基づいています。実際に調査する商品を変更するためには、この考え方に基づいて、個々のケースについて吟味する必要があります。具体的には、①質の差がほとんど無いとみられる場合は、価格の違いは質の差を含んでいないと評価して、新旧商品の価格を直接比較（調整をしない）します。また、②数量に比例した差がほとんど無いとみられる場合には数量に比例する調査を行い、③質の差があるともみられる場合には同一調査時点の両者の価格を調査して、その価格比を使って調整する方法（いわゆる価格リンク）をとっています。なお、品質の差を調整する方法の一つとして、ヘッドニックアプローチという回帰モデルを用いる方法が知られています。この方法も価格差は品質差を反映しているという考え方に基づいている点では、上記の調整とまったく変わりません。しかし、ヘッドニックアプローチによる品質調整は、①多くの商品の価格が必要になるのですが、通常、売れ筋といわれる商品の数が限られており、多くの商品が同程度の出回りで、同一条件で販売されていると考えられないこと（売れ筋と売れ筋でない商品の価格差は品質の差を反映していると考えことはできない）、②完全な回帰モデルを推計することが容易ではないこと、さらに、③適切な回帰モデルを常に維持していかないという過剰な調整を行ってしまう危険があることなどから、ヘッドニックアプローチについては慎重な意見が多く出されています。

図表 3



がるのではなく、間接的にしか影響を与えません。このような理由から、卸売物価指数と消費者物価指数の総合指数は必ずしも一致した動きをするとは限りません。なお、両指数をできるだけ同じ範囲の商品で比較するため、国内卸売物価指数の「最終消費財」と消費者物価指数の「生鮮食品を除く商品」に限定して両指数の動きを見てみると、両者はほぼ同じ動きをしています。」と回答している。

実際にデータで検証してみると、国内卸売物価指数の「最終消費財」と消費者物価指数の「生鮮食品を除く商品」両指数とも対前年度比でみると（図表 3）ほぼ同様の動きを示していることから経済指数として傾向をみるという役割は果たしているかに思える。

3.2 CPIと実感の乖離

また、消費者の実感と比べてCPIが下がっていないとの意見も散見する。2000年1月に「経済企画庁」（現、内閣府）で実施した「物価安定下の消費者の物価意識調査結果」によると、最近の物価は生鮮食品を除き全般的に安定しているといわれていることについて、80%の者は「実感に大体あっている」としている。1999年1月に実施した

図表 4

	実感に大体あっている	むしろ上昇している	むしろ下落している
1999年 1月調査	68.4%	19.8%	7.8%
2000年 1月調査	80.0%	11.2%	6.0%

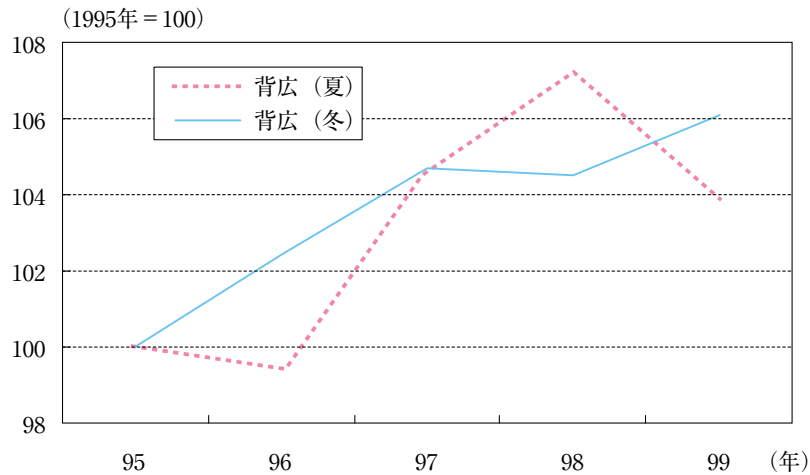
同様の調査では、約70%の者が「実感に大体あっている」としている。（図表 4）

実感とCPIが乖離していないという裏付けの資料と思われるが、消費者の実感と比べてCPIが下がっていないとの意見は杞憂なのか？。

こういった実感論争のでてくる背景には価格破壊の問題があると思われる。

背広の価格破壊の仕組みを見てみると、百貨店等で販売している背広は、ある程度売れ残りを計算に入れて価格を設定していると言われる。かりに4着のうち1着が売れ残ったら、残りの3着の販売価格の中に1着の費用を入れなければ採算が合わない。それだけで本来あるべき価格よりも25%価格が高くなる計算になる。要するに価格の半分以上が流通マージンである。こういった一見「無駄」に見える部分が発生するのは、私たち消費者が衣料品に多様性を求めるからで、仮に、日

図表 5



本国民が全員国民服を着れば、計画生産、計画流通が可能になるので、こういった「無駄」がでなくなる。しかし、日本の消費者はそういった画一的な押しつけの消費を望んではない。「無駄」とも思われる流通コストを払っても高い商品を購入する。

一方、価格破壊を実現した郊外店の特徴は、商品の品数を売れ筋の紺やグレーの単色、あるいは標準的な柄物の商品に絞り込んで、大量の店で一気に売りさばくことにある。つまり、少品種多量を実現したのだ。少品種多量にするほど、店の間での商品のやりくりで、売れ残りは相当解消することができる。背広の郊外店に限らず、これはチェーン店の専門店の持つ大きな強みである。チェーン店という新しい仕組みの中で、売れ残りの「無駄」を解消することができた。

我々のライフスタイルは、このような流通革命によって変化している。定番の背広は郊外型専門店で購入し、多少デザインの違った背広は百貨店等でブランド物を買う。といったライフスタイルの変化をもたらしているという人は多いのではないと思われる。

しかしCPIにおける背広の指数はほぼ一環して上昇している。(図表5)

郊外型専門店のシェアは百貨店、量販店に比べ低く、調査の対象にならない場合が多いと思われるので、こういったライフスタイルの変化はCPIに反映されない。仮に反映されたとしても、CPIにおける背広のウェイトは夏、冬合わせて44/10000であるので、数値として現れづらい。

こういったことから、ライフスタイルが多様な人ほど、CPIと実感に乖離が生じてくることになる。

背広の例で考えたが、その他にも電化製品、医薬品等でこういった現象が発生していることが推察できる。

また、ライフスタイルだけでなく、ライフステージの違いによってもCPIと実感が乖離しているケースもあることも、予想される。

その他、買い物の都度一定価格以上にはポイントが付き、ポイントを貯めると一定額の割引を行うという、「ポイント制等の払い戻し」がCPI調査から除外されているという問題も指摘されている。

それに対して総務庁（現、総務省）統計局は、「・欧州調整消費者物価指数HICPでは、収集価格に含める基準として、個々の製品の購入に適用されること、製品の実際の購入時点で与えられる

こと、差別的でないことを定めており、原則としてポイント制等の払い戻しを除外している。

- ・HICPの考え方が現実的。
- ・なお、販売店は、ポイント制等による払い戻し分を売上高から控除せず、経費に計上しており、割引とみなすべきではないという考え方もある。
- ・各種割引制度等の多様化の状況と対応について、今後さらに研究していきたい。」

としている。

こういったポイント制を活用している者もCPIと実感に乖離を感じているのではないかと推察する。

3.3 生計費の指標としてのCPI

現在の指数は各家庭の平均的なウェイトを用いて作成されているが、実際の我々の生活においては、家族構成員（ライフステージ）等の条件の違いによってウェイトは異なるはずである。

前述の実感論争でも触れたが、ライフステージが、平均的なウェイトと異なる者にとっては、CPIに対して実感との乖離が発生する。

若者と高齢者では消費行動の違いは容易に予想され、当然ウェイトに違いがあることはあきらかであり、指数においても、その違いが反映されることが予想される。

3.3.1 単身者世帯の生計費

1999年の消費実態調査を基に年齢別に単身世帯の指数を試算してみると、平成2000年のCPIが101.5に対し男が100.9、女が101.6となり、女の単身世帯の方が、生活の負担感が年々増していることが推察できる。（図表6.7）

これは、物価上昇率が高い、住居、被服及び履物、諸雑費において女が男よりウェイトが高い（支出割合が高い）ためである。

年齢別にみると、男は30～39才が100.6と一番

図表6 単身世帯・男

	CPI	平均	30才未満	30～39才	40～49才	50～59才	60～69才	70才以上
95年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
96年	100.2	99.9	99.9	99.9	99.9	100.1	100.0	99.9
97年	101.9	101.5	101.4	101.4	101.4	101.7	101.6	101.6
98年	102.5	101.9	101.7	101.7	101.8	102.2	102.2	102.1
99年	102.2	101.6	101.4	101.4	101.6	102.1	102.0	101.8
00年	101.5	100.9	100.7	100.6	100.9	101.4	101.2	101.1

図表7 単身世帯・女

	CPI	平均	30才未満	30～39才	40～49才	50～59才	60～69才	70才以上
95年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
96年	100.2	100.1	100.2	100.2	100.1	100.1	100.1	100.1
97年	101.9	101.8	101.9	101.8	101.7	101.8	101.8	101.8
98年	102.5	102.4	102.4	102.3	102.2	102.4	102.5	102.5
99年	102.2	102.3	102.1	102.1	101.9	102.4	102.3	102.3
00年	101.5	101.6	101.6	101.6	101.3	101.7	101.6	101.6

図表8 夫婦と子どもが2人の世帯

	CPI	平均	長子が3～6才	長子が小学生	長子が中学生	長子が高校生	長子が大学生
95年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
96年	100.2	100.2	100.2	100.1	100.2	100.3	100.6
97年	101.9	101.9	101.9	101.8	101.9	102.0	102.3
98年	102.5	102.6	102.6	102.4	102.6	102.8	103.2
99年	102.2	102.5	102.5	102.2	102.5	102.9	103.5
00年	101.5	102.0	101.9	101.5	101.9	102.3	103.3

低く、女は40～49才が一番低い。30～39才の男は物価が下落している教養娯楽のウェイトが、40～49才の女は同じく、物価が下落している交通・通信のウェイトが他の年齢層に比べ高くなっているため、このような結果になった。

3.3.2 標準的世帯の生計費

夫婦と子供2人の標準的な世帯においても、子

供が小学生か、中学生か等の条件によってウェイトは異なるはずであり、指数にも違いが出てくる。

単身世帯と同様に、2000年の消費実態調査を基に夫婦と子供2人の世帯の物価指数を試算してみると、2000年の年間指数が101.5に対し102と0.5ポイント高くなった。(図表8)

更に、長子が大学生の家庭は103.3と1.8ポイントも高いという結果が出てきた。

物価が上昇している教育のウェイトが長子が大学生の家庭が最も高いためである。

当然、年とともにライフステージも変化するのだから、2000年のように、各ライフステージで指数が下落している年でも、その年に長子が高校生から大学生になった家庭においては、全体の物価が下落しているにも関わらず、102.9から103.3にと0.4ポイントも上昇することになり、物価上昇感を相当感じることになる。

子供がいる家庭は消費実額が多いことは容易に予想できるが、この結果から生活の負担感が年々増していることが、推察できる。

指数を世帯属性別にみていくと、現在の物価上昇(下落)がどのライフステージにどのような影響を与え、どの費目の上昇(下落)がどのように影響するか等を分析するツールになり得る。

教育費が1995年を100として、2000年は109.3に大きく上昇しているのは公表されているが、その影響がどのライフステージでどのように出ているのかは、理解されていない。長子が高校生、大学生の家庭は高騰する教育費の負担のため、他の支出を抑える行動にでるはずである。長子が高校生、大学生の家庭の指数があれば、現在、なぜ、消費が活発でないかの分析ツールにもなり得ると考える。

4 CPI今後の課題

以上、アメリカ、日本のCPIに関する議論の概

要に加え、多少私なりの考えを記した。

精度を高めるために、いろいろな議論をすることは大切なことであり、所管官庁は真摯にそれを受けて改正することも必要である。

アメリカはボスキンレポートを受けて、財源措置が行われればと前置きしながらも、家計調査を拡大し、2002年から2年ごとにウェイトを改定する等いくつかの改善を行う予定にしている。

日本では、2000年基準改定において、急速に普及し一定のウェイトを占めるに至った新たな財やサービスを迅速に指数に取り込めるようにするため、次の基準改定を待たずに品目の見直しを行えるようにする等、指数の精度向上等の観点から所要の改定を行うこととしている。

指数の精度を高める努力は常に行うべきであるが、あまり重箱の隅を突くような議論は建設的ではない。ここではCPIについての内容を記しているが、WPIについても、政府の統計審議会が「目まぐるしいコンピューターの技術革新に統計が追いついていないのでは」と指摘している。(2001年1月17日 日本経済新聞)

大切なのは、CPI、WPI、GDPデフレーター等関連指標を総合的にみて、物価の現状を判断することである。CPIだけを取り上げて問題にすることは、それぞれの立場における反論ばかりが前面にすぎ、指数の精度を高めるための建設的な議論をも阻害しかねない懸念を感じる。

最後に、指数の動向をウォッチする立場から、精度の問題だけではなく、今後検討して欲しいことについて触れたい。

4.1 指数の基準時及びウェイトの算定年次の改定を現行の5年ごとから2～3年程度に改定する。

流通革命、技術革新による商品の性能向上等による価格破壊が激しい時代に5年ごとの改定基準

の見直しでは実態から乖離してくるのは当然のことである。

「調査する商品を変更する際、製品の品質や性能の向上による実質的な値下がりやが反映されていない」という問題点に対し、日銀（職員）はヘドニック・アプローチによる回帰モデルを用いる方法を提案している。ヘドニック・アプローチの適否はともかく、改定年次を短縮することにより、この問題については、ある程度解決するものと考ええる。

4.2 消費行動の多様化に対応する

その他、今後の課題として、日々変化する我々の経済生活の変化に対応する体制を構築すべきと

考える。

例えば、インターネットの普及により、活発化してきたオンラインショッピングをどのように指数に反映させるのか。

富士通総研の「インターネットユーザー調査」によると1999年にはオンラインショッピングの利用比率が60.1%にもなっている。

ここで売買されるものもCPIには入っていない。

CPIは生活実感にあった生計費指数になるには、まだまだ多くの課題を抱えている。

CPIはまだまだ発展途上の指数と言えるだろう。経済政策により有効に活用するためには、今後の改定が期待される。

参考文献

水野勝之 [1998] 「経済指数の理論と適用」 創成社
白塚重典 [1998] 「物価の経済分析」 東京大学出版会
「統計」 (1999年9月号～2000年4月号)、日本統計協会
伊藤元重 [1995] 「日本の物価はなぜ高いのか」 NTT出版
パソコン白書 (1999—2000) コンピュータ・エイジ社
<http://www.stat.go.jp/data/cpi/index.htm>

電子認証技術に関する動向調査

通信経済研究部研究官（技術開発研究担当） 丸山 誠二

[要約]

本年4月に施行された『電子署名及び認証業務に関する法律』により、電子署名が法的に効力を持つこととなり、電子商取引の急速な拡大が予測されている。

一方、郵政事業を取り巻く環境も急激に変化しており、更なるお客様ニーズに合ったサービスを提供するためには、電子商取引に対応したサービスの提供が必須となる。そこで、電子商取引を支える技術として有効な手段である電子認証について、その技術や電子認証を活用したサービス及びその業務内容などについて動向調査を実施した。

本稿では、インターネット上で安全な電子商取引を実現するための基盤技術の一つとして注目されている公開鍵基盤（PKI）について、使用される暗号技術と構成要素、その運営を担う認証局の運営方式などをまとめている。また、電子認証を専門とするホスティングサービスプロバイダや特定業界向け認証サービス、海外の郵便事業体における認証サービス等の概要を併せて紹介する。

1 はじめに

近年の著しいIT化の進展により、誰もが日常的にインターネット上で情報の発信や受信を行う時代へと変化してきた。特に企業においては、サービスの向上やコスト削減等を実現する手段として、B to BやB to Cの電子商取引を積極的に行っている。これら電子商取引を実現するためには、ネットワーク基盤が必要不可欠である他に、インターネット上にある情報を送り手と受け手以外の第三者から守る暗号化技術が必要となり、更に、通信相手を認証する機能が重要視され、これを実現するためには電子署名等による認証技術が有効と考えられている。

本年4月に施行された『電子署名及び認証業務に関する法律』は、電子署名の円滑な利用の確保による情報の電磁的方式による流通及び情報処理の促進を図ることを目的としており、電子署名が法的な効力を持つことによって、電子商取引が拡大していくことが予測されている。

一方、郵政事業を取り巻く環境も急激に変化しており、更なるお客様ニーズに合ったサービスを提供するためには、電子商取引に対応したサービスの提供が必須となる。そこで、電子商取引を支える電子認証にかかる先端技術や、電子認証を活用したサービス及びその業務内容などについて動向調査を行った。

2 電子認証と公開鍵基盤 (PKI)

2.1 電子認証

電子認証とは、「本人の同一性確認」を電子的に行うことである。「本人の同一性確認」とは、ある者が真に当該本人であるということを確認することである。このため、本人しか知り得ない情報、或いは本人しか持ち得ない物品等により本人を確認することとなる。

(1) 電子認証における認証方式

電子的に行われる認証方式の代表的なものとして、次の3種類を挙げることができる。

① カード等の所有物による認証方式

ICカードその他を所有していることにより、本人の同一性確認を行う方法。ただし、カードの所有に依存するため、盗難の際に問題となる。そのため、通常は、カードの所有のみで認証を行うことは避け、暗証番号の入力などを併用する。

② パスワード等の記憶による認証方式

パスワード、暗証番号、その他のユーザしか知り得ない情報により、本人の同一性確認を行う方法。

③ 生体特性等による認証方式

本人の生体特性等により、本人の同一性確認を行う方法。認証方式として、次の2つに大別される。

- ・身体の特徴（指紋、虹彩、声紋、…）
- ・行動の特徴（筆跡、タイピングの特徴、…）

(2) 電子認証により実現できること

① 機密情報へのアクセス権の管理

電子的な機密情報或いは私的な情報へのアクセス権の管理が可能となる。いわゆるログインと呼ばれる概念や、電子文書へのパスワード付与等により広く使われている。

② 手続きや作業等の責任の明確化

電子認証により特定の作業を行った際の責任を明確にすることが可能となる。従来の押印やサイン等により責任を明確化していたことに代わる可能性を有している。

2.2 公開鍵基盤 (PKI; Public Key Infrastructure)

公開鍵基盤は、インターネット上で安全な電子商取引を実現するためのインフラとして注目されており、公開鍵暗号方式という暗号技術を使用して電子認証を実現する手段の一つである。

(1) PKIで使用される暗号方式

暗号化とは、ある情報を、解読方法を知らない者には意味を成さない状態にすることである。通常は、送信者から受信者へ通信を行っても、常に覗き見（盗聴）されるリスクが存在するが、暗号化することでリスクを極小にしつつ通信を行うことができる。このとき、オリジナルの情報を平文（ひらぶん）、暗号化された情報を暗号文と呼ぶ。そして、暗号文を再び意味を成す状態、すなわち平文に戻すことを復号といい、暗号化や復号の方法を正確に定めるものを鍵と呼んでいる。

一般に暗号方式は、鍵の種類により2つに大別される。

① 共通鍵暗号方式

秘密鍵暗号、或いは対称鍵暗号と呼ばれており、この方式で使われる鍵のことを共通鍵という。共通鍵暗号は、暗号化と復号に同一の鍵を利用する方法である。

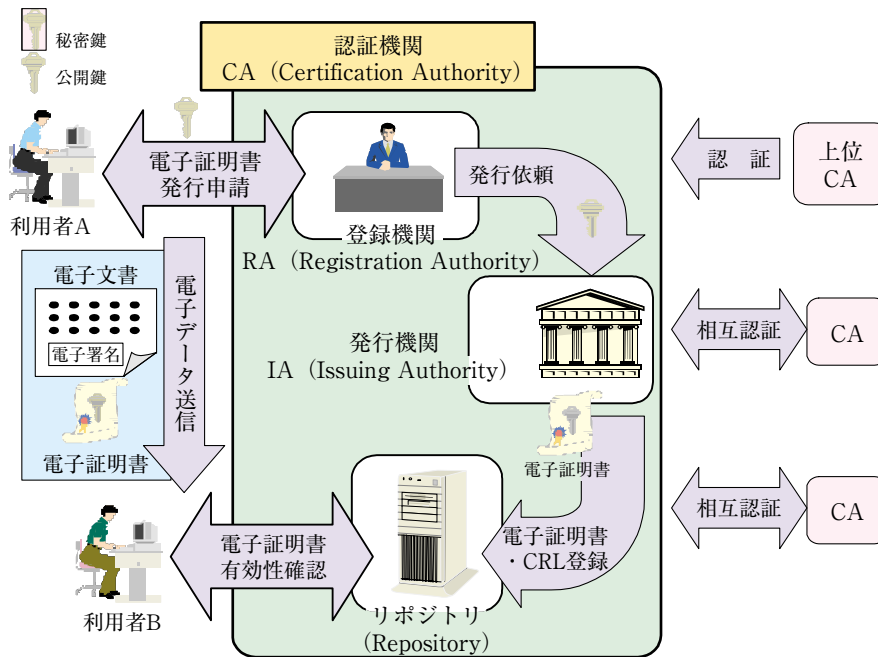
【利点】

- ・公開鍵暗号に比べて処理が早い。

【欠点】

- ・ネットワークを利用した鍵の送付に安全性が確保できない。

図表1 PKI利用の大まかな流れ



・通信相手毎に複数の鍵を管理する必要がある。

代表的な共通鍵暗号方式としては、DES (Data Encryption Standard) があり、米国政府標準暗号として長年利用されていたが、コンピュータ性能の向上や暗号解読技術の進歩により暗号としての強度が不安視されてきた。そこで1997年に公募が行われ、2000年10月に次世代の米国政府標準暗号AES (Advanced Encryption Standard) としてRijindaelが選ばれ、パブリックコメント期間を経て正式発表となる予定である。

② 公開鍵暗号方式

公開鍵暗号は、非対称鍵暗号とも呼ばれ、異なった鍵のペアを使って暗号化と復号を行う。一方の鍵から他方の鍵を導き出すことは数学的に非常に困難であることが証明されており、これによって実現できる方式である。この2つの鍵のうち、公開する一方の鍵を公開鍵と呼び、秘密にするもう一方の鍵を秘密鍵、或いは私有鍵と呼ぶ。この公開鍵と秘密鍵のどちらを使っても暗号化は可能であるが、復号の際にはペアとなっている他

方の鍵を使う必要がある。

【利点】

- ・ネットワークを利用した鍵の送付に安全性が確保できる。
- ・一つの秘密鍵を管理するだけで良い。

【欠点】

- ・共通鍵暗号に比べて処理速度が遅い。

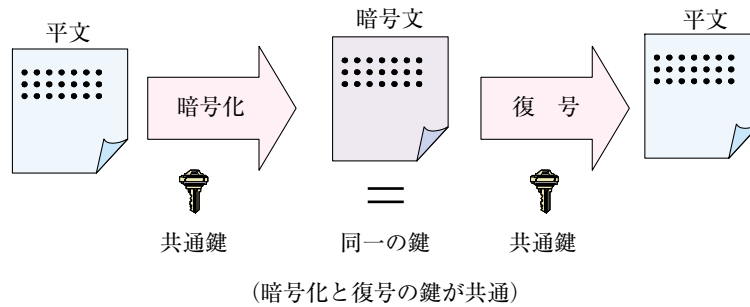
代表的な公開鍵暗号方式には、RSA (Rivest, Shamir, Adleman)、離散対数暗号、楕円曲線暗号などがある。

秘密鍵の格納として、次の方法が挙げられる。

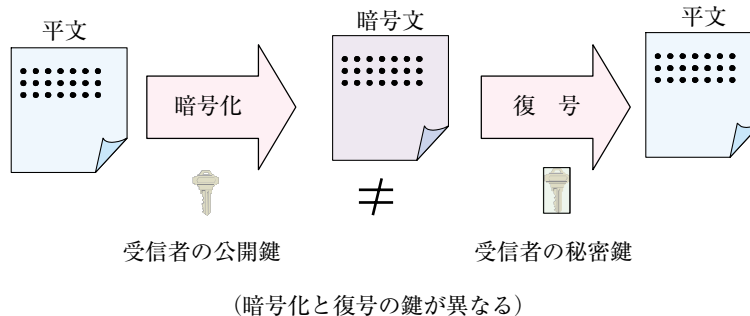
- ・ハードディスク内：可搬性に乏しくコピーや覗き見される危険性が高い。
- ・フロッピーディスク内：可搬性はあるが、コピーや覗き見される危険性がある。
- ・ICカード内：可搬性があり、コピーや覗き見される危険性はない。

なお、日本国内の次世代暗号方式は、平成15年度の電子政府実現に向け、利用可能な暗号技術のリスト作成を目的に、情報処理振興事業協

図表 2 共通鍵暗号方式での暗号化と復号



図表 3 公開鍵暗号方式での暗号化と復号



会（IPA）が、公募によって暗号方式の募集を行い、安全性等の詳細な評価を経て、パブリックコメントを求める状況にある。

(2) PKIが提供するもの

① 認証（Authentication）

遠隔地の利用者が自分だと主張することを第三者機関である認証局が他の利用者に対して保証すること。

② 完全性（Integrity）

データが改ざんされていないことを保証すること。従来の技術であれば、誰かが意図して行う改ざんに対しては無力であったが、PKIの仕組みであれば、意図して行われた改ざんを検出することが可能となる。

③ 秘匿性（Confidentiality）

データのプライバシーを保証すること。意図した特定（或いは意図した複数の）相手にのみ内容を読むことを認め、それ以外の相手に対しては、データが読めない状態にできる。

④ 否認防止（non-repudiation）

否認とは、ある人が自分で行った行為を認めないことを指し、例えば、注文しておきながら注文の行為を否定することである。電子署名を施した文書では、利用者の秘密鍵が漏洩していない限り、その電子署名を作成したのは当該利用者であることを証明することが可能となり、否認行為を防ぐことができる。

(3) PKIの構成要素

① 認証局（CA; Certificate Authority）

公開鍵暗号を利用するユーザが多数いる場合、個々のユーザと各々の公開鍵を結びつける仕組みが必要となる。この仕組みを担う機関として、「ユーザから信頼される第三者機関」（TTP; Trusted Third Party）が必要となり、この第三者機関を、認証機関、もしくは認証局と呼んでいる。

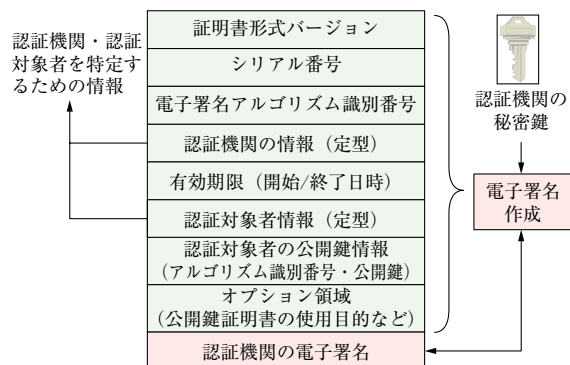
② 電子証明書

認証局によって作成される公開鍵の有効性を保

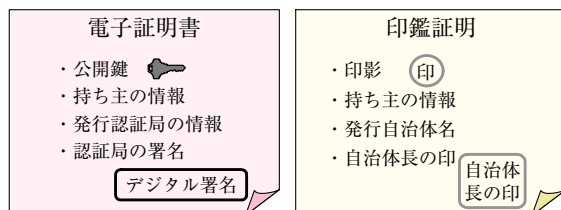
証するデジタル化された証明書である。その内容は、認証対象者の名義と公開鍵情報を含んだデータ構造となっており、これに認証局が電子署名を施すことで鍵ペアと本人との結合を認証する。

図表4にITU（国際電気通信連合電気通信標準化部門）が定めた電子証明書の標準仕様を示す。

図表4 電子証明書の標準仕様(X.509 ver 3 形式)



図表5 電子証明書と印鑑証明書の比較



また、電子証明書と印鑑証明書の内容比較を図表5に示す。

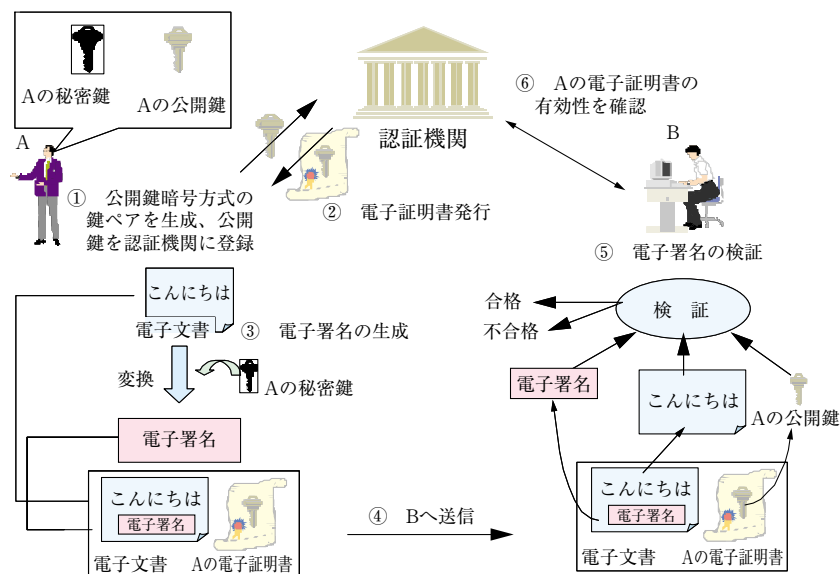
③ 電子署名

様々な暗号方式に基づき電子的に作成された固有の識別子(署名)の総称を電子署名と呼び、中でも公開鍵暗号方式に基づく電子的署名をデジタル署名と定義することが一般的となっている。これにより、データ送信者を認証し、データの完全性を保証することができる。なお、電子署名に法的効力を認めるかどうか、どの方式を電子署名と認めるかといった事項は、国によって異なる。米国などは州によっても異なっている。

④ タイムスタンプ

電子商取引などで扱う電子データには、作成日時や有効期限について第三者機関が保証する時刻を利用する必要がある。これは、デジタルタイムスタンプ、或いはタイムスタンプと呼ばれ、特定の日時には既に文書が存在していたことを証明する。正確な時間管理機器を備えた信頼できる第三者機関が電子データに時刻を添付し、その結果に電子署名を付与することで実現できる。

図表6 電子署名利用の流れ



⑤ CP (Certificate Policy)

認証局が証明書を発行するときのポリシー。証明書を特定のコミュニティやアプリケーションに共通のセキュリティ要件に沿って提供するための規則である。

⑥ CPS (Certification Practice Statement)

信頼される第三者機関が、認証を利用するものに対して、信頼性、安全性、経済性などを評価できるように認証機関のセキュリティポリシー、約款及び外部との信頼関係などに関する詳細を規定した文書である。

⑦ リポジトリ

ディレクトリ構造の証明書や失効情報を格納するデータベースである。

2.3 認証局のセキュリティ

認証局は、PKIの安全性を支える重要な役割を果たしており、認証局そのもののセキュリティレベルが、その認証局によって支えられているPKIのセキュリティレベルに非常に大きな影響力を持つことになる。従って、以下に挙げる事項に留意し、セキュリティレベルを維持することが重要である。

(1) セキュリティポリシー

セキュリティ保護のための運用面での指針となり判断基準となるものである。従って、認証局に求められるセキュリティレベルに応じたセキュリティポリシーを策定することが重要となる。加えて、認証局のセキュリティレベルを維持するためには、セキュリティポリシーを策定した後も、導入、運用、評価・見直しというサイクルを継続的に続けていく必要がある。更に、情報技術の進歩の早さや、ハッカー等の技術の巧妙化に伴い、この見直しのサイクルは短期間であることが望まれる。

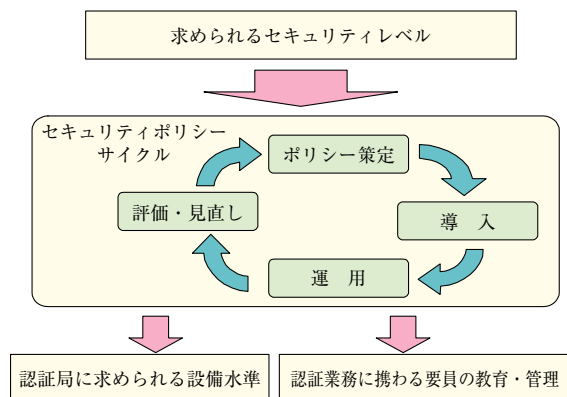
(2) 建物等に求められる物理的なセキュリティ

サーバ等に物理的危害を与えられることの無いように入退室管理について考慮する必要がある。また、天災等の不測事態や停電等が発生した場合、サービス提供をどのようにするか等の検討を加えておく必要もある。

(3) 認証業務に携わる要員の教育・管理等の人的セキュリティ

セキュリティポリシーをどれだけ厳格に定めたととしても、実際に情報を扱いセキュリティ保護を行うのは人である。そのため、認証業務に携わる要員の責任や役割、教育・管理等の人的セキュリティについての規定を定めなければならない。

図表7 セキュリティポリシーのサイクル



2.4 認証局の運営方式

認証局（CA）の機能は、登録と発行の2つの機能に大別され、この機能をどのように運営するかによって認証局の運営方式が異なってくる。それぞれの機能に対応した機関を登録機関（RA; Registration Authority）と発行機関（IA; Issuing Authority）と呼び、通常、次の3つの形態が考えられる。

(1) プライベート認証局¹⁾方式

認証局の機能を全てインソースで行う方式であ

る。すなわち、電子証明書の発行申請受付や、発行処理等をすべて自前で行う方式である。

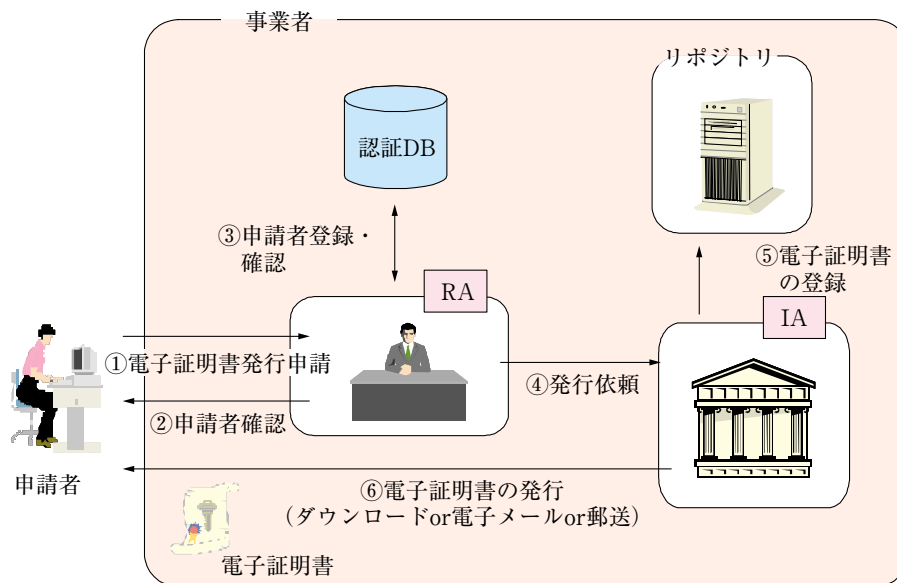
【利点】

- ・電子証明書発行業務の管理を自前で行うことが出来る。
- ・登録時の検査を自前で行うことが出来る。
- ・電子証明書発行に伴うコストを抑えられる。

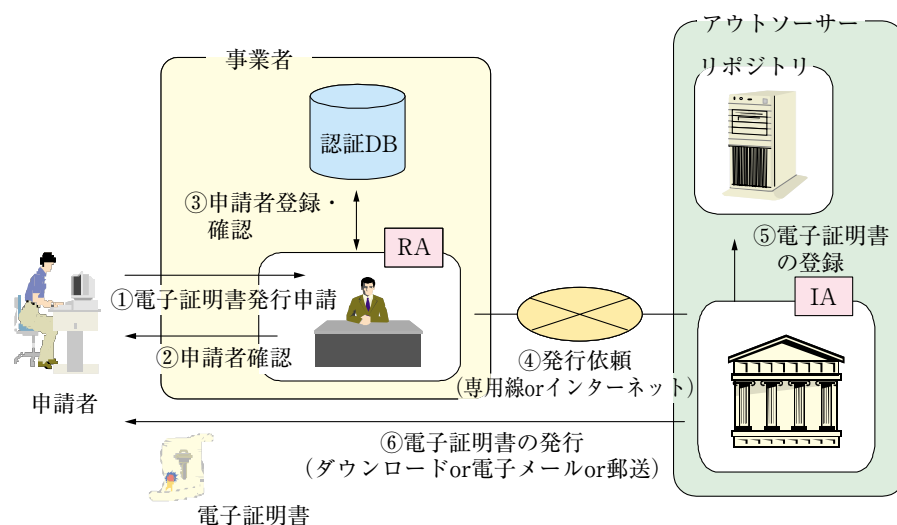
【欠点】

- ・全て自前で用意するために、初期コストが高くなる。
- ・運営に携わる要員を自前で用意する必要がある。
- ・運営に携わる要員の教育が必要である。

図表 8 プライベート認証局運営方式



図表 9 IAの外部委託運営方式



1) 企業内もしくは関連グループ内に限定して行われるケースがプライベートなCAと指されることが多いが、本稿では、一般の利用者を対象に電子認証を事業として行うために自前でRA・IAを持つ運営を指す。

(2) 発行機関（IA）の外部委託運営方式

認証局の機能のうちRAを事業者の内部に置き、IAをアウトソースして運営する方式である。

【利点】

- ・登録時の検査を自前で行うことが出来る。
- ・発行機関の構築という初期投資を抑えることが可能となる。
- ・電子証明書の発行業務という定型的な作業をアウトソースすることでコストを抑えることが出来る。

【欠点】

- ・発行機関をアウトソースするため、運用費用が相対的に高くなる。
- ・登録業務に携わる要員を自前で用意する必要がある。
- ・電子証明書の発行には、発行枚数に比例したコストが通常発生する。

(3) 完全な外部委託運営方式

認証局の機能であるRA・IAを事業者の内部には置かず、全てアウトソースして運営する方式である。図表8の「事業者」部分が「アウトソーサー」に置き換えられて運営されることになる。

【利点】

- ・認証局業務全般をアウトソースすることで初期投資を抑えることが出来る。

【欠点】

- ・全てをアウトソースするため、運用費用が相対的に高くなる。
- ・電子証明書の発行には、発行枚数に比例したコストが通常発生する。

2.5 認証局運営上の課題

認証局を構築・運営する上で、現時点では、いくつかの課題や問題点がある。

(1) PKI全般に関する課題

① 公開鍵・秘密鍵・証明書に関するオペレーションが多様・複雑

PKIに関連するアプリケーションの操作方法や電子証明書の取得方法が標準化されていない。このため、ある程度の技術を持ったユーザでなければ、操作が煩雑であったり利用が難しいという問題が存在している。

(2) 認証局に関する課題

① 認証局の秘密鍵の安全確保

認証局の秘密鍵が漏洩した場合、その認証局が発行している電子証明書全てが信頼性を失ってしまう。認証局は、秘密鍵を厳重に管理する必要がある。

② 障害・災害時における秘密鍵やリポジトリのバックアップなど

認証局において障害が発生した場合、秘密鍵の情報やリポジトリのバックアップが失われる可能性がある。そして、秘密鍵の情報が失われた場合には、その認証局が発行している電子証明書を新たな秘密鍵を使って再発行しなければならない。また、リポジトリのデータが失われた場合には、電子証明書の有効性確認が行えなくなり運用に支障をきたす。これらの対応策（システムの二重化等のバックアップ体制、セキュリティ体制）の検討が必要である。

(3) 電子証明書に関する課題

① 証明書有効期間の制約

暗号には技術的な寿命があるため、公開鍵暗号方式の鍵にもライフサイクルが存在し時間と共に陳腐化する。このライフサイクルが証明書の有効期間に対する制約条件となる。

② 電子証明書の拡張領域利用による互換性

電子証明書の拡張領域を利用する場合、アプリ

ケーション側でその利用を判別しなければならぬが、アプリケーションに正しい取扱が実装されていないと、その互換性に問題が発生することがある。

③ 電子証明書に記載される情報内容

電子証明書に記載される個人情報の種類や記入領域、言語等が統一化されていないため、複数の認証局間で個人を認証する際に問題が生じる可能性がある。

(4) 電子署名に関する課題

① XMLの標準化

インターネット上でやり取りする文書の構造を記述する言語XML (Extensible Markup Language) は、電子商取引の注文書や送り状のような電子版の標準ドキュメント作成の主流となりつつある。現在、電子署名付きのXMLが標準化の過程にある。

(5) 暗号に関する課題

① 暗号の技術的な寿命

コンピュータの性能向上や暗号解読技術の進歩により暗号の強度が弱くなる。また、理論上は万全の暗号技術であっても、その実装や鍵の管理に問題があればセキュリティ面からも強度が弱くなる。そのため、暗号には解読されるリスクが存在していることを認識しておく必要がある。

(6) 要員管理に関する問題

① 運用スキルとオペレーション権限の分散

認証局、特に発行機関内での運用スキルを多くの人を知ることは、セキュリティ上問題である。また、オペレーション権限は一人に集中せず、複数の人に分散させることが重要である。そのため、オペレーション権限を分散させつつ、少ない補充要員で業務をカバーすることが必要である。

② 要員のセキュリティ意識

認証局の運用に従事する要員のセキュリティ意識が重要である。技術的に高いセキュリティを確保しても、要員のセキュリティ意識が低ければ、全体のセキュリティレベルが低下してしまう。

(7) オペレーションに関する問題

① ログの管理手法

電子証明書を多数発行し、多くの有効性確認を受ける認証局では、有効性確認の件数やそれら記録を残すことを想定し、不測の事態があった際にログを検証することを含めて、ログ管理手法等に検討が必要である。

② 電子証明書の廃棄

電子証明書の有効期限内でありながら盗難・漏洩等があった場合、不正利用を防ぐため、その電子証明書の廃棄が必要となる。これは、認証局が電子証明書の失効情報を利用者に対して提供することで不正利用を防止できるが、現状では、失効情報の提供手段が標準化されていない。加えて、失効情報そのものが、プライバシーに密接に結びついているため、慎重に取り扱う必要もある。

失効情報の提供手段としては、大きく分けて2つある。

・CRL (Certificate Revocation List)

電子証明書の失効リストがリポジトリ等を介して提供され、ユーザが有効性を確認する方式であり、多く使われている。問題点として、一定の間隔をおいて失効リストを更新するため、失効手続きから失効情報が公開されるまでにタイムラグが発生し、この間に不正利用される可能性がある。また、運用規模に比例してCRLが大きくなる傾向にあり、ユーザがCRLを取得するには大きなファイルをダウンロードしなければならない。

・OCSP (Online Certificate Status Protocol)

オンラインでリアルタイムに電子証明書の失効

状態を確認する方式で、OCSPレスポンド・サーバに対し、利用者が電子証明書の有効性確認を行う仕組みである。技術的にはCRLより優れているが、アプリケーション対応が進んでいないこと、OCSPレスポンドのスケラビリティ確保など技術的な課題も残っている。

3 電子認証事業関連の動向

3.1 認証局ホスティングサービスプロバイダ

日本国内における主な認証局ホスティングサービス（証明書の発行業務請負）プロバイダが提供する運営方式やPKI製品の特徴等は以下の通りである。

(1) A社

① 提供可能な運営方式

IAの外部委託方式を提供している。RAは認証事業者である顧客サイドに置き、IAをA社のセンター内で運用してホスティングサービスを行う。顧客である認証事業者とA社との間はインターネットで通信する。

なお、A社が提供するCPSに基づいた運用とすることで、迅速に認証業務が開始できる。

② 特徴等

- ・顧客である認証事業者は、認証局システム全体の構築、運用（セキュリティ管理、バックアップ、障害復旧など）を気にすることなく、簡単にブラウザ操作で証明書申請の審査、承認、却下、保留の判断と指示をすることで認証局の運用が可能となる。A社は、セキュリティ施設やCPSによって鍵を管理し、証明書を発行するなど認証局のバックエンドを運用する。
- ・個々の申請者（エンドユーザ）は、簡単なブラウザ操作によって証明書を申請し、使用することができる。

(2) B社

① 提供可能な運営方式

プライベート認証局方式、IAの外部委託方式、完全な外部委託方式の各方式を提供することが可能である。認証事業者のニーズに合わせたコンサルティングを行い、最も適当な方式が選択できるよう柔軟な対応が得られるが、立ち上げに時間がかかる。

② 特徴等

- ・認証事業者のニーズに合わせた対応を行うため、フレキシビリティ、管理のしやすさを実現するPKIシステムのコンポーネントが用意されている。
- ・認証局の運営をアウトソースする場合には、専用パッケージを用意し、認証事業者である顧客企業のブランドを前面に押し出すことが可能である。
- ・運用を開始後でも、鍵の移行を行うことで、運営形態を変更すること（アウトソースからインソースへ。またはその逆）が可能である。

(3) C社

① 提供可能な運営方式

プライベート認証局方式、IAの外部委託方式、完全な外部委託方式の各方式を提供することが可能である。認証事業者のニーズに合わせたコンサルティングを行い、最も適当な方式が選択できるよう柔軟な対応が得られるが、立ち上げに時間がかかる。

なお、アウトソースには、顧客のシステムを資産として預かる場所を提供する方式と、システムをリース提供する方式の2種類がある。

② 特徴等

- ・ユーザ数の増加や時間帯に依存することなく、ユーザ登録・認証処理の自動化やパスワード紛失時の復旧処理を自動的に処理することが可能

である。

- ・所持していた鍵の紛失やパスワード忘れに対処するため、鍵のリカバーと否認防止の両方を実現する2つの鍵ペアを使用している。
- ・すべてのアプリケーション（電子メール、Web、デスクトップ）に対し、1回のログインで環境が提供されるユーザ・インターフェースを採用している。
- ・別々に立ち上げた認証局の統合化や、サービス・グレード毎の個別認証システムを上位層で接続するなど、環境要件の変化に過去のシステムを活かしながら対応することが可能である。

3.2 認証局サプライヤ

主な認証局サプライヤが提供する技術やソリューションの特徴等を次に挙げる。なお、国内ベンダーには、認証局ホスティングサービスプロバイダ等から技術を導入するなどの関係も多い。

(1) D社

B社からRA運用機能を導入し、E社からシングル・サインオン技術を導入することによって、PKI製品群を揃えている。

(2) E社

PKI環境を構築するため、証明書の発行・管理、アクセス・コントロールの集中管理、ファイル暗号化やシングル・サインオンなどのセキュリティ、アプリケーション・サーバとユーザ間の認証などのコンポーネント製品を揃えている。

(3) F社

企業内において公開鍵を利用する認証システムを実現するPKIのサービスを提供しており、ICカードによる証明書・秘密鍵の格納や、鍵の一括生成、ディレクトリサーバ利用による社内管理情

報の共有化などを可能としている。

(4) G社

ユーザニーズに応じた認証局形態を提供するため、情報管理、アプリケーション、ネットワーク、ウィルス対策、セキュリティ運用、基盤の6つに分類された製品が揃えられている。

(5) H社

特定顧客を対象としたインターネット電子商取引やイントラネットでの利用を目的とした1万を超える大規模ユーザにも対応できる電子認証局システムを提供している。

(6) I社

独自技術によりPKIシステムを開発しており、認証サーバによる鍵リカバリーや独自の暗号アルゴリズムなどによって、ネットワーク上での個人認証システムやデータ通信システムを提供している。

(7) J社（米国）

J社の製品は、Sun SolarisとWindows NTプラットフォームの上で稼動するものであり、USPSで導入されている。

日本では、企業がイントラネット／エクストラネット用として利用できる製品を提供しており、リモートアクセスクライアントとアクセス先サイトの双方向認証及びデータ暗号化をサポートしている。

3.3 企業・特定業界向け認証サービスプロバイダ

特徴のある認証サービスが行われている業種での概要は以下の通りである。

(1) 企業審査用認証サービス／K社

K社は、企業信用調査を実施している企業であり、全国の企業情報をデータベースに、B to B電子商取引において、電子認証や取引相手の与信情報を提供する第三者機関としてサービスを展開している。

K社は、A社、B社から技術協力を得て、サーバ証明書の発行サービスを行っており、電子証明書の発行及びライフサイクル管理等のバックエンド・サービスを、A社にアウトソースしている。また、ルートCA²⁾として各企業にCAの提供サービスを行っている。

(2) 金融業界向け認証サービス／アイデントラス

世界中の金融機関を通じたインフラの提供を目的とし、1999年3月に欧米の有力金融機関8行によりアイデントラスが設立された。

基本的な認証サービスの流れは、「4コーナーモデル」と呼ばれるビジネスモデルで行われ、すべてのトランザクションはインターネット経由でリアルタイムに行われる。

3. 4 海外郵便事業体の認証サービス

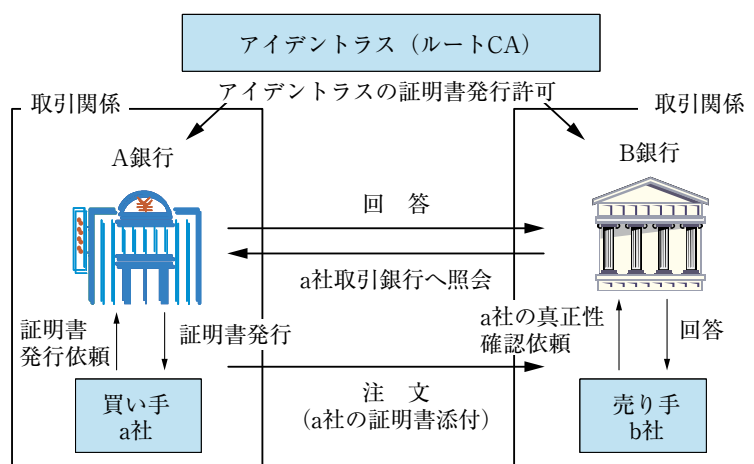
海外の郵便事業体における電子認証等に関するサービスは以下の通りである。

(1) 米国／USPS

米国では、2000年6月に電子署名法案が可決され、FPKI (Federal Public Key Infrastructure) の構築が進められている。この法案では、コンピュータやインターネットに関する知識の乏しい消費者への配慮から、消費者に対し電子署名を使うか、書類上の署名を選ぶかの選択肢が与えられており、更に法的に重要度の高い取引（保険の解約、商品のリコール、抵当流れ処分、遺言など）では、電子署名ではなく書面上の署名が義務付けられている。

米国郵便事業体のUSPSでも、従来の郵便サービスに加え、安全にインターネット上で利用できるポータルサービスに乗り出している。その中で、現在PKIによる認証が行われているのは電子切手だけであるが、今後、電子データ配送サービスにPKIを利用する可能性もある。主なインターネットサービスは次の通りである。

図表10 アイデントラスの「4コーナーモデル」



2) 階層構造型の認証構造において、上位に位置する認証局を指す。下位認証局の公開鍵の発行、執行を管理する。

① 電子切手 (PC Postage)

自分のPCとプリンタを郵便料金計器として使用し、郵便料金をオンラインで支払うことを可能にするサービス。USPSと提携している会社のWebサイトからユーザは電子切手を購入し、自分のプリンタで二次元バーコードの電子切手を印刷する。24時間365日電子切手購入が可能なこと、通常の郵便切手料金よりも安いことなどから、業務効率の向上やコストの削減を狙う中小企業を中心に利用されている。

・電子認証の方法

USPSはルートCAとして機能しており、提携各社の認証局では、ユーザが使用するPCに接続する専用機器 (PSD; Postal Security Device) に対して鍵ペアを発行する。電子切手には、PSDの秘密鍵を使って電子署名が施され、PSDの公開鍵を使って検証する。公開鍵は、USPSもしくは提携会社のリポジトリから得られる。

② 電子データ配送サービス (PosteCS™)

インターネットを利用した電子データの配送を行うサービス。機密性の高いデータ交換をインターネット上で行うことができる。USPS, Canada Post及びLa Posteが共同で開発したサービス。

・電子認証の方法

認証は、SSL (Secure Sockets Layer) を用いた暗号化、サーバ認証、パスワードによって行われる。文書の有効期限設定が可能であり、Electronic Postmark™と組み合わせれば、データの正確性、信頼性の証明、配送時間の確認が可能となる。

PKIを利用したend-to-endの暗号化、デジタル署名、ユーザの電子認証を行う計画が進められている。

③ Electronic Postmark™

電子消印サービス。ユーザが証明したい文書の存在時刻証明や、文書が改ざん・盗聴されていない

ことの安全性を保証する。また、誰がいつ文書を見たかを証明する。

(2) オーストラリア/Australia POST

オーストラリアでは、1998年から電子認証のフレームワークを開発する国家プロジェクトGatekeeperを開始し、PKAF (Public Key Authentication Framework) を策定した。

Australia POSTは、インターネット上でも信頼できる商取引空間を提供するため、Key POST部門を立ち上げた。現在、全国約800の郵便局において、対面による本人確認を行うRAの役割を担っており、証明書の発行をGatekeeperの要件を満たす外部企業に完全委託して行っている。

Australia POSTが提供しているインターネットサービスは、次の通りである。この中で、PKIによる認証を行っているのは、POST eDeliver™である。

① POST eDeliver™

オンラインビジネスを行う企業に商品の保管設備及び配送を提供するサービス。郵便局の最寄り倉庫から顧客へ商品発送を行う。また、インターネット上で、小包の配送依頼、及び依頼した小包の配送状況の確認ができる。

② Pay it @ POST™

オンライン取引の請求書をプリントアウトし、郵便局へ持参して支払いが行えるサービス。

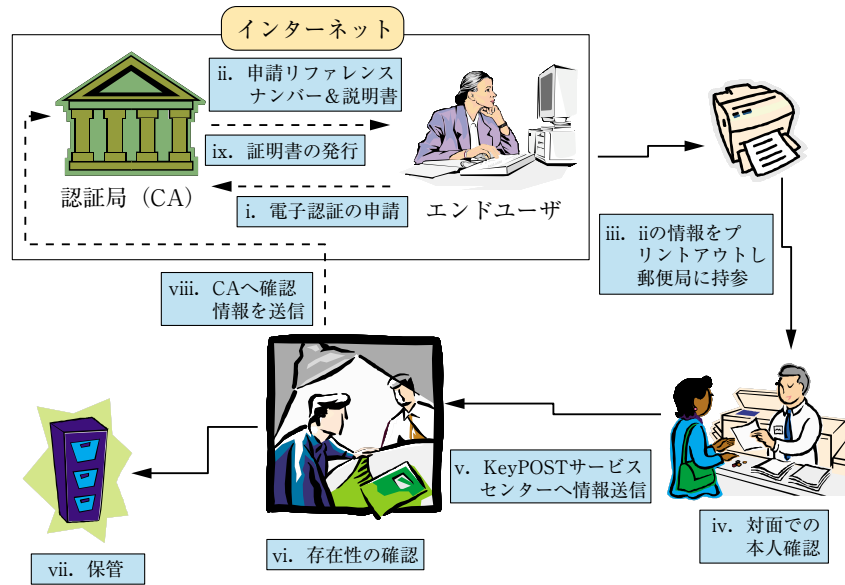
③ POSTbillpay

オンライン上での公共料金などの代金支払や明細票の照会を可能にするサービス。

(3) ドイツ/Deutsche Post

1995年の株式会社移行後、e-ビジネス部門のDeutsche Post AGが、法人、個人の顧客に対して、インターネットをベースとした新しいサービスを開発しており、社内の主要な4部門 (郵便、

図表11 Key POSTによる電子証明書の発行手順



速達便、物流、金融）において、多くのデジタルサービスを展開している。主なサービスは次の通りである。この中でPKIを利用するサービスは、SigntrustとVirtual eTrustである。

① Signtrust

電子商取引を安全に行うためのデジタル署名と暗号化を提供するサービス。全てのインターネットユーザは、ドイツの電子署名法の基準を満たしているDeutsche Post AGのトラストセンターを通じてデジタル署名を申し込むことができる。これにより、ICカードと暗証番号、カードリーダーがあれば、誰でもデジタル署名を保持することが可能になる。

・ICカードの利用

1997年に制定された電子署名法では、ICカードに秘密鍵を格納することが定められている。鍵ペアはDeutsche Postのトラストセンター内で生成され、ディレクトリサービスから公開鍵が検索でき、ICカードに格納された秘密鍵とともに利用することで実現されている。

・アプリケーション

基本的なアプリケーションにeTRUST Mailが

ある。これはOutlookやLotus Notesと連動し、暗号メールや署名付きメールを送信、受信メールの署名を検証することが可能となる。

② Virtual eTrust

企業、銀行や公的機関に対して、従業員をメンバーとして登録するための仮想的なトラストセンターを提供するサービス。顧客は、あたかも自前のトラストセンターを持っているかのように、Deutsche Post AGの持つトラストセンターを利用することが出来る。提供されるサービスのレベルは次のとおりである。

レベル1：従業員に対して証明書を発行

レベル2：認証局(IA)のための証明書を発行

レベル3：認証局(IA+RA)のための証明書を発行

③ eVITA

ショッピングポータルサイトで、1999年5月からサービスを開始。毎月約300万のページビューがあり、ドイツのインターネット市場でその地位を確立している。

④ ePost Portal

ドイツ在住であれば誰でもePostのポータルサ

イトでメールアドレスを取得でき、このメールアドレスは、生涯無料で使用できる。

⑤ eCS

インターネットショップの開設から注文、代金支払い、在庫管理、配送、返品に至るまでのサービスを提供する総合サービスパック。

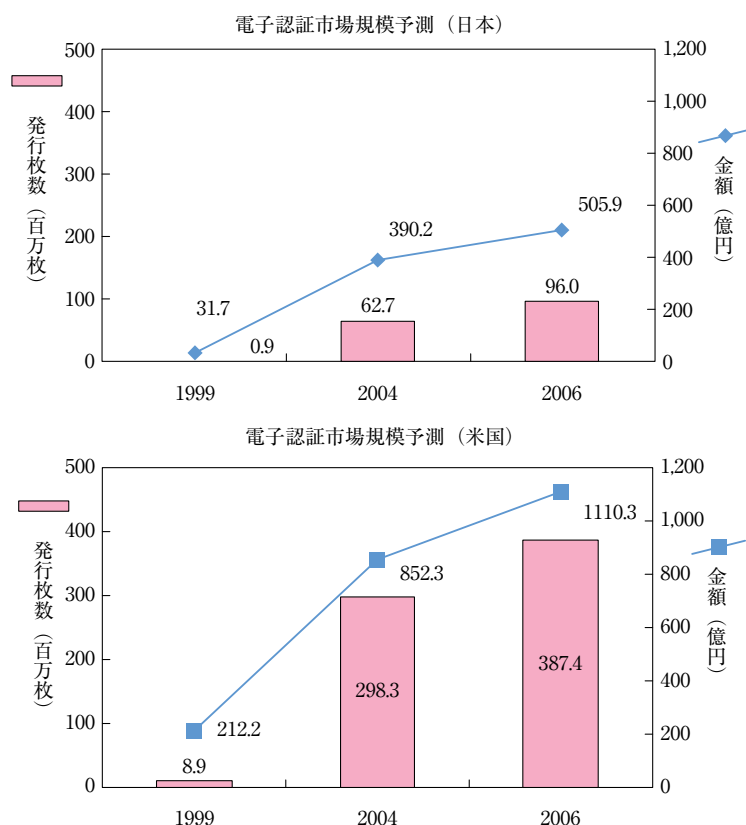
4 おわりに

インターネットの普及と電子署名法等の整備により、安全な電子商取引や電子政府の実現には電子認証が必要不可欠なものとなる。今後、郵政事業においても、インターネット利用を意識したサービスの充実が期待されてくることから、イン

ターネット上で提供されるサービスを支える電子認証について検討しておくことは重要であり、本調査は、今後の検討を行うための基礎資料となることを期待している。

最後に、電子認証の市場規模を図表12に示す。これは、通商産業省（現経済産業省）と日本ブーズ・アレン・アンド・ハミルトン株式会社（BAH）が平成12年2月15日に発表した「電子認証ビジネスの将来像」の予測値であり、電子認証の使われ方を、B to B、B to C、組織内、公共サービス等でそれぞれモデル化して電子認証市場規模の予測が行われている。

図表12 電子認証市場の規模予測



注）通商産業省・BAH「電子認証ビジネスの将来像」より作成

EU電気通信における競争法の適用

佐々木 勉¹⁾

はじめに

2000年秋から開始されたIT競争政策に関する郵政省第一次答申へ向けての政策立案において、電気通信分野への競争法導入というフレーズが新聞紙上で賑わった。しかしながら、紙面を拝見する限り関係者の間で競争法について十分な理解なり共通認識がないように見られた。そこで本稿は、先進諸国で電気通信分野への競争法適用についての最も多くの議論が行われている欧州連合における取り組みを紹介し、我が国における検討の足掛かりを提供しようとする。

以下では競争法とは何か、その条文内容、その解釈を紹介し、それがどのように電気通信分野に適用されようとしているのか、さらに分野特殊な規制との関係は何かについて述べることにする¹⁾。

1 EUにおける競争法

EUの電気通信分野における競争法適用につい

て、その基本的な構想は1987年グリーンペーパー²⁾に遡る。EU域内における電気通信分野の自由化構想を説いたこのグリーンペーパーは、自由化のための原則として、当初より三つの目標を設定していた³⁾。

- 独占的事業分野の漸進的自由化（サービスおよび端末機器の自由化）
- 加盟国間の調和（電気通信ネットワークに対する調和のとれたオープン・アクセスの条件の確立）
- ローマ条約における競争ルールの適用（電気通信事業者に対する競争法の適用）

このように三大目標の一つが競争ルール⁴⁾あるいは競争法の適用であった⁵⁾。競争ルールの有効な適用は、分野特殊な規制により実施される自由化の完全な利益を実現するために欠かすことのできないものとされた。特に、競争ルール適用により、市場のプレーヤーが競争を回避するような市場行動により自由化プロセスを骨抜きにしないよ

1) 筆者は、郵政研究所研究官、慶應大学総合政策学部講師、群馬大学社会情報学部助教授等を経て、現在情報通信総合研究所嘱託。パリにて電気通信政策を研究。tsaki@club-internet.fr
本稿は関係する機関の意見ではなく、あくまでも筆者個人の意見である。

2) Towards a dynamic European economy : Green Paper on the development of the common market for telecommunications services and equipment ("1987 Green Paper"), COM (87) 290 final, July 30, 1987.

3) Commission Working Document (2000), *Europe's liberalised Telecommunications Market—A Guide to the Rules of the Games*, pp. 6–9. Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, pp. 3–5.

4) 本論では競争ルールと競争法という用語を同義に用いる。

5) 1987年以前、競争法の電気通信分野に対する適用は1982年の欧州裁判所におけるBritish Telecommunications事案以降可能とされたが、それはEC域内の越境電気通信サービスに関するものであった。ECJ, Judgment of 20 March 1985, Case 41/83, Italy v. Commission (1984) ECR 973. Larouche, P. (2000), *Competition and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, Oxford. p. 3. ここでECが選択した規制スタンスは、域内国際サービスについて分野特殊な規制手法ではなく他の産業分野で適用されている競争法を電気通信分野に適用しようとする選択が行われた点で注目される。

6) Garzaniti, L. (2000) *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 5.

う保証することが目指された⁶⁾。

EUにおける競争法は、Bishop and Walker (1999) の別の整理によれば、大きく二つの目標を内包しているという。一つは「加盟国の統合促進」であり、もう一つは「有効かつ歪みのない競争の促進」である⁷⁾。前者はEUにおける電気通信政策の特徴的な目標であり、後者はどの国でも列挙される目標である。さらに1987年グリーンペーパー作成段階における欧州情報通信分野の米国、日本に対するキャッチアップの姿勢も見落とすことができないであろうし、それは現在でもGSMが規模の経済実現という成功を受けて、次世代携帯電話においてさらにEUの国際競争力増強という目標に繋がっている。

ここまで漠然と競争法と述べてきたが、EUにおけるそれは一般にローマ条約第81条(旧第85条)と第82条(旧第86条)⁸⁾(以下では、新条文番号を用いる)、及び合併規制規則第2条(Merger Control Regulation: MCR)⁹⁾を意味する。競争を制限する協定及び行為を禁止し、また市場における支配的地位乱用を禁止し、あるいは合併により市場の有効競争が妨げられることを禁止するという三つの柱から構成されている。

そこでまず条文の内容確認から記述を始めることにしよう。(なお、本論では合併規制に関しては、条文内容を参考として、その議論には深く踏み込まないことにする。)

1.1 第81条

第81条は「競争制限的な協定及び行為の禁止」を定めた条文で、その主要内容は第1項に下記の

ように規定されている。

「(1)加盟国間の取引に影響を与えるかもしれず(zu beeinträchtigungen geeignet sind)、またその目的あるいは効果として共同体市場内における競争を回避、制限あるいは歪める効果を有する企業間の協定、企業団体による決定、協調的な慣行の全て、特に、

- (a) 直接的あるいは間接的に購入価格あるいは販売価格、あるいはその他の取引条件を確定させること、
 - (b) 生産、販売、技術発展あるいは投資の制限あるいは統制(Kontrolle)
 - (c) 市場あるいは供給源の分け合い(Aufteilung)
 - (d) 他の取引相手との同等な取引に対して区別した条件を適用し、それにより競争上不利にそれらを追いやること
 - (e) 契約相手が契約対象案件と客観的にもあるいは取引慣行とも関係しない追加的な内容を受諾するようにした契約の締結、
- は共同体市場と矛盾する(unvereinbar)ものとして禁止される。

(2)本条により禁止されている協定あるいは取り決めは無効となる。

(3)本条第1項は、

- 企業間の協定、
- 企業団体の決定、
- 相互に合意した取引方法

について、それが財の生産あるいは供給を改善し、あるいは技術的ないし経済的な発展を促進

7) Bishop, S. and M. Walker (1999) *The Economics of EC Competition Law*, Sweet & Maxwell, London, p. 3.

8) Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft vom 25 März 1957, *Konsolidierte Fassung mit den Änderungen durch den Vertrag vom Amsterdam vom 2. 10. 1997*. 1999年5月1日のアムステルダム条約の実施により、EC条約の多くの条文番号は変更された。

9) *Regulation 4064/89 of 21 December 1989 on the control of concentrations between undertakings* (1989) OJL 385/1, corrigendum in (1990) OJL 257/14, as amended by Regulation 1310/97 of 30 June 1997 (1997) OJL 180/1

し、それにより生じる便益のかなりの部分を消費者に還元し、またそれが

- (a) その目標実現に必ずしも必要ではない協調的な制限を企業に課さず、また
- (b) 問題の財の実質的部分に関して競争を減じる可能性を企業に与えることがない場合に、適用されないとされることがある。」¹⁰⁾

1.2 第82条

第82条は「市場支配的地位の乱用」について規定している。

「共同体市場内であるいはその実質的な部分において一つあるいは複数の企業による支配的地位の乱用は、それが加盟国間の取引に影響を与える限り、共同体市場と矛盾するとして禁止される。この乱用は特に以下の行為により構成される。

- (a) 直接的あるいは間接的に不適正な (unangemessen) 購入価格あるいは販売価格、あるいはその他の不適正な取引条件を課すこと
- (b) 消費者の損害に関わる生産、販売あるいは技術発展の制限
- (c) 他の取引相手との同等な取引に対して区別した条件を適用し、それにより競争上不利にそれらを追いやること
- (d) 契約相手が契約対象案件と客観的にもあるいは取引慣行とも関係しない追加的な内容を受諾するようにした契約の締結」¹¹⁾。

1.3 合併規則第2条(参考)

合併に関する規定であるが、ローマ条約は合併

を特に扱った規定を含んでいなかった。1989年以前には、支配的地位を強化すると見なされる合併・買収について(旧)第85条及び(旧)第86条を適用する試みが行われたが、それは不十分な規制手法と見なされた。そこで1989年閣僚理事会はEEC合併規則(EEC Merger Regulation)を採択した¹²⁾。これは25の条文からなる規則であり、その第2条(1)「合併の評価」は、

「本規則の意味する合併(Zusammenschlusse, Concentrations)は共同体市場との整合性から以下の規定に従って評価されるものとする。その評価に際して、欧州委員会は以下の事項を考慮するものとする。

- (a) 特に関係する市場全ての構造及び共同体内部あるいは外部に位置する企業の現実のあるいは潜在的な競争に留意して、共同体市場における有効な競争を維持しまた促進するための必要性
- (b) 消費者利益に適い競争を阻害しない限り、関係する企業の市場での地位、その経済力及び財政力、買い手及び売り手の選択可能性、調達市場及び販売市場へのアクセス、法的及び事実上の参入障壁、関連する財・サービスの供給と需要の傾向、中間消費者及び最終消費者の利害、技術的及び経済的な進展動向」

と規定し、さらに同条(3)は、

「共同体市場あるいはその実質的な部分において有効な競争を阻害することになる支配的地位を創出しあるいは強化するための合併は、共同体市場に相容れないものとする。」

10) ここではドイツ語による条文を参考にしてている。

11) Botsch, W. (1997) *Telekommunikationsrecht*, C.H Beck, Munchen

12) *Regulation 4064/89* (1989), OJL 395/1 (1990) 4 CMLR 314, 1997年に改定された。*Verordnung Nr. 1310/97 des Rates vom 30 Juni 1997* (Abl. 1997 Nr. L180/1-berichtigt in Abl. 1998 Nr. L3/16 und 40/17)

として合併・買収に関する支配的地位の取り扱い規定を置いている。合併規則（MCR）は共同体市場にとって重要な合併・買収やジョイント・ベンチャーだけを取り扱うものであり、大まかに言えば、一定規模以上の合併あるいは一定規模以上の当事者の関わる合併を対象としている。この合併規則の1997年修正は、一定基準を満たす合併のみを取り扱うとした（第1条(3)）¹³⁾。

2 電気通信分野に対する競争法の適用—1991年ガイドラインと1998年アクセス告示—

EUにおける競争法の電気通信分野への適用は、1987年のグリーンペーパーで既に謳われていたが、その最初の関連文書は1991年に出された。これは「電気通信分野におけるEEC競争規則の適用に関するガイドライン」¹⁴⁾（以下、1991年ガイドライン）と題され、電気通信事業者、端末機器製造業者、利用者、法律専門家などを対して欧州委員会がこれまで電気通信分野の事業者に対して競争法を適用し¹⁵⁾またこれから適用することとなる一般的な法律的及び経済的な原則を、欧州裁判所判例を踏まえ説明とした文書である¹⁶⁾。それはあくまでも一般的な枠組みを示したものであり、加盟国の法整備に組み込むとした強制力を持つものではなかったが、完全自由化¹⁷⁾をにらんで独占から競争への法律改正と取り組んでいた加盟各国の文字通り大きな指針となった。

このガイドラインは完全自由化が実施された1998年、それは新たな状況を踏まえた形でさらに対象を絞って更新された。それが「電気通信分野におけるアクセス協定への競争規則の適用に関する告示：フレームワーク、関連市場及び原則」¹⁸⁾（以下、1998年アクセス告示）である。これは完全自由化後における電気通信市場ではアクセス協定が中心的問題であるとの認識に立ち、そこで競争ルールがどのように適用されるかの指針を示した文書である¹⁹⁾。

以下では、1991年ガイドライン及び1998年アクセス告示を中心に、EUにおける電気通信分野に競争ルールを適用する考え方、枠組み、解釈等を紹介することにする。

既述したようにEUにおける競争ルールは、競争制限的な行為の禁止（第81条）、市場支配的地位の乱用（第82条）、そして合併・買収等による競争阻害（MCR第2条）に関する規則であるが、議論の最初はどのような市場でそれが行われるのか、すなわち、そうした制限的行為あるいは支配的地位乱用等が行われる対象市場がどこであるのかを確定しなければならないということである。それは「関連市場」の定義として整理される重要課題である。それを確定して初めて、どのような制限的行為あるいは乱用が行われるのか、支配的地位の乱用の問題では何をもって支配的地位とするのが問題となる。関連市場の定義次第で、そ

13) *Regulation 1310/97 (1997)* OJL 180, (a)関係する全ての企業の世界全体の合計売上高は25億ECU以上でなければならない。(b)関係する全ての企業の合計売上高が少なくとも三つの加盟国のそれぞれにおいて1億ECUを越えなければならない。(c)の三つの加盟国それぞれにおいて関係する企業の少なくとも二つのそれぞれの売上高が2,500万ECU以上でなければならない。(d)関係する企業の少なくとも二つの企業それぞれの共同体全体での売上高が1億ECU以上でなければならない。

14) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02)

15) ただしこのとき欧州委員会は電気通信分野で前例をほとんど持っていなかった。Larouche, P. (2000) *Competition and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, p. 127

16) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02). para 8.

17) EUにおける電気通信のインフラ及びサービスの完全自由化は1993年の閣僚理事会により採択された。

18) *Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector: Framework, Relevant Markets and Principles* (1998), OJC 265/2

19) こうした競争ルールの適用に関する告示は、他分野を含めると1991年ガイドライン以降、1998年アクセス告示のほか、1995年9月の越境クレジット・トランスファーに関する告示、1998年2月の郵便部門に関する告示がある。Larouche, P. (2000) *Competition and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, p. 127

の対象となる行為自体の判断が左右される可能性が生じるからである。

2.1 関連市場の定義

市場の定義は競争ルール適用の鍵である。第81条に関して言えば、それは協定が競争に与える効果を評価するために、また第82条に関して言えば、支配的な地位がどこで存在するのか、さらにMCRについては合併・買収プランがそうした支配的地位に導くかどうかあるいは競争阻害となるかどうかの判断のため必要とされる。その定義を行うことで、市場での有効な競争に弊害となる事業者ないし事業者行為の確認が可能となる。定義において、市場を広く定義すればするほど、有効競争に影響を与えるとする該当事業者の摘出可能性は小さく、逆の場合には、その可能性が大きくなるというのが基本にある。

EUではこうした競争への影響を評価するための市場を通常の「市場」という用語と区別するため「関連市場」(relevant market)という用語を用いている²⁰⁾。関連市場の定義に関する指針は、1997年の「共同体の競争法のための関連市場の定義に関する告示」(1997年関連市場告示)²¹⁾において示された。

それによれば関連市場の定義は「関連する生産物市場」と「関連する地理的市場」の面から検討している。

(1) 関連する生産物市場

1997年関連市場告示は、以下のように「関連する生産物市場」(relevant product market)を定

義している²²⁾。

「関連する生産物市場は、生産物の属性、その価格及びその意図した用途により、消費者の視点から交換可能でありあるいは代替可能であると見なされる生産物あるいはサービス全てから構成される。」

この定義は「需要の代替性」(demand substitutability)を中心に据え、「供給の代替性」(supply substitutability)及び「潜在的競争」(potential competition)という生産者サイドの視点を補完的に示し、あるいは暗黙に示唆している。この暗黙とは、消費者サイドの視点である需要の代替性が引いては供給サイドの関連市場を定めることになるとするためである。過去における事例に拠れば、供給の代替性、潜在的競争の観点はあまり持ち出されず、むしろ「過去における代替性の実態」、「顧客及び競争者の意見」、「消費者選好」、「潜在的代替物への転換に関する障壁及び費用」、「消費者カテゴリー及び価格差別のようなその他の要因」を利用可能性の面から考慮している。

① 需要の代替性

需要の代替性は消費者がある製品(サービス)から他の製品(サービス)に移行する事象に着目し、それにより製品(サービス)間の関連性を判断し、同一の市場と見なすことができるかどうかを判断する基準である。欧州裁判所は既に1979年に生産物の関連市場についての解釈を示し、その中で需要の代替性に言及している。Hoffman-La Roche裁判²³⁾(1979)において、同裁判所は以下

20) Commission Notice on the definition of relevant market for the purpose of Community competition law (97/C 372/03) (1997), para. 3 and 4

21) *ibid.*

22) *ibid.* at 7, para. 2

23) Case 85/76 *Hoffman-La Roche v. Commission* (1979) ECR 461, (1979) 3 CMLR 211. 同様に欧州委員会は *Aerospatiale-Alenia/de Havilland* ケース (1992) において主張した。Case IV/M53 *Aerospatiale-Alenia/de Havilland* (1992) 4 CMLR (1991) O.J. C 334/42.

のように述べている。

「実際上の関連市場に関する概念は、その一部分を形成する生産物間に有効な競争が存在しうることを意味するものであり、それはそれら生産物の特別な用途に関して同じ市場の一部を構成する生産物全ての間で十分な程度の交換可能性が存在することを予想するものである。」

これを受けて、欧州委員会は1997年関連市場告示で²⁴⁾、

「答えられるべき問題は、考察対象の生産物及び地域において仮説的な小規模（5%から10%の範囲）であるが一時的ではない相対価格の引き上げに対応して、顧客が速やかに利用可能な代替生産物へあるいは代替供給者へ転換するかどうかということである。結果として売り上げに減少が出てその価格引き上げを非利益なものとするような代替性が存在するならば、その代替に関わる生産物あるいは地域は関連市場に含まれる。」

を挙げた。なお、ここでの需要の代替性を判断するための仮説的な価格引き上げのアプローチは、「5%テスト」あるいは「SSNIPテスト」(SSNIPは“small but significant non-transitory increase in price”の略)と呼ばれている。この方式は1992年米国の司法省 (Department of Justice) 及び連

邦取引委員会 (Federal Trade Commission) が示した合併ガイドライン (1992 Merger Guidelines)²⁵⁾の中で用いられたものである²⁶⁾。この方式はオーストラリア、ニュージーランド、カナダ、英国OFTELなどでも採用されているものである。

② 供給の代替性

供給の代替性は、相対的な価格の小規模で一時的ではない変化に反応して発生する有意な追加的費用やリスクを被ることなく短期的に関連する生産物へ転換することの可能性、すなわち関連する生産物生産のために生産能力を調整しその生産物を市場化する能力である²⁷⁾。1997年関連市場告示は製紙会社の事例を用いてこの代替性を説明している²⁸⁾。製紙会社は一般に、通常品質の用紙から芸術書に用いられるような高品質紙まで様々な品質の紙を製造する。製紙会社が異なった様々な品質の用紙を製造する用意があり、工場を大きな追加費用を必要とすることなく短期間に調整することができ、市場での価格動向あるいは需要動向に対応して製品の製造を転換することができるならば、そのとき各品質の用紙について異なった市場と定義することはできない、すなわち、関連する生産物市場とすることができる。

なおこうした定義はあくまでも生産者だけに着目した定義であり、市場に他の同種生産者が存在するかどうかという観点から希薄であること、さらに言えば潜在的な生産者までを含んだ概念となっていない。その点で、技術革新の進展速度の急な電気通信市場での定義に当てはまるかどうかが焦

24) Commission Notice on the definition of relevant market for the purpose of Community competition law (97/C 372/03) (1997), para 17.

25) Department of Justice and Federal Trade Commission, *Horizontal Merger Guidelines* (1992, amended 1997)

26) この方式は各国で導入されている。オーストラリアではAustralian Competition and Consumer Commission, *Merger Guidelines: A Guide to the Commission's Administration of the Merger Provisions of the Trade Practices Act* (1996)、カナダではCanadian Competition Bureau, *Merger Enforcement Guidelines* (1997)、EFTAではEFTA Surveillance Authority, *Notice on the Definition of Relevant Market for the Purposes of Competition Law within the European Economic Area* (1998)、ニュージーランドではNew Zealand Competition Authority, *Business Acquisition Guidelines* (1996)、そして英国ではOffice of Fair Trading, *Guide to the Provisions of the Competition Act: Market Definition* (1998)、OFTEL, *Effective Competition Review* (1998) において導入されている。

27) Commission Notice on the definition of relevant market for the purpose of Community competition law (97/C 372/03) (1997), para. 20.

28) Ibid, para. 22.

点となる。

③ 潜在的競争

三番目は潜在的競争であるが、実際には用いられてはいない²⁹⁾。その市場における競争に新規参入の可能性があるのかという市場特性分析に依拠することから、潜在的な競争の有効競争に与える影響を直接的に把握しがたいためである。したがって規範的には例示される項目ではあるものの、ほとんど利用されてはいない。

④ その他の基準

上記の規範的な基準に加え、1997年関連市場告示は、以下のような実際の基準も示している。

- 近過去における代替の事実：直近の過去において、二つの生産物に関して代替性が存したという事実から関連する生産物市場を定義しようとする方法であり、きわめて現実的である。特に過去において相対的な価格の変化があった場合には、需要量における反応が代替性を判断する上で大きな材料となる³⁰⁾。
- 顧客及び競争者の意見：これは検討対象の企業の主要顧客と競争者に対してアンケートを行い、それにより関連する市場を確定しようとする方法である³¹⁾。
- 消費者選好：消費財の場合、欧州委員会にとって、最終消費者に対して直接代替生産物について情報を集めることが難しい。そこで当該企業が行ったマーケティング・スタディや関係者が提出するマーケット・リサーチから市場の定義を行う手法である³²⁾。
- 潜在的な代替生産物への需要転換に関わる障壁及び費用：これは政府の介入、規制による障壁、特別な資本投下の必要性、下流市場での制約、

顧客の立地、未知の供給者の評判などを内容としている。

- 顧客カテゴリー及び価格差別：明確に顧客グループを特定できるならば、関連する市場の範囲を狭めることが可能となる。特に価格差別にその顧客グループが服している場合、市場の定義は容易である。しかしその場合、個々の顧客が関連する生産物を購入する瞬間にどのグループに属しているのか確認可能であること、顧客間の取引あるいは第三者の仲介による取引が不可能であるという条件が必要とされる。

これらのその他の基準は、主として需要の代替性により関連する生産物市場を定義し、その補完的基準として用いられることになる。

(2) 関連する地理的市場

1997年関連市場告示は、関連する地理的市場（relevant geographic markets）について以下のように定義している。

「関連する地理的市場は関係の企業が製品あるいはサービスの供給と需要に関わるエリアから構成され、そこにおいて競争条件が十分に同質的であり、またそれは競争条件が隣接する地域と明らかに異なることによってそのエリアと区別される³³⁾。」

ここでも基本的な基準は、需要の代替性、供給の代替性そして潜在的競争であり、特に需要の代替性が重要とされる。すなわち、そのエリアの中で顧客がある供給者から他の供給者に転換できるかどうかの問題となる。ただし、関連する生産物

29) Commission Notice on the definition of relevant market for the purpose of Community competition law (97/C 372/03) (1997), para. 24.

30) ibid. para. 38.

31) ibid. para. 40.

32) ibid. para. 41.

33) ibid. para. 8.

市場の定義と同様に、供給の代替性、潜在的競争はあまり用いられない。

むしろここでは、他地域消費者の価格反応に関する過去の事例、基本的な需要特性、顧客及び競争者の意見、他地域に位置する企業への注文に関わる障壁と転換費用などが實際上重要となる³⁴⁾。

- 他地域消費者の価格反応に関する過去の事例：異なった地域の価格変化やそれに対する消費者の反応についての過去の情報は、需要の代替性基準を補完する意味で有用となる。
- 基本的な需要特性：ここでは国民的な嗜好性、ナショナル・ブランドの選好、言語、文化、生活スタイルのような要因が関連する地理的市場の確定に大いに参考になるとする。
- 顧客及び競争者の意見：これは関連する生産物市場のケースと同様である。
- 他地域に位置する企業への注文転換に関わる障壁及び転換費用：ここでの着目点は輸送コストが転換費用あるいは障壁になる可能性、また各加盟国内に地理的市場を限定することの問題を取り上げている。

2.2 電気通信分野における関連市場の定義

この章の最初に述べたように、電気通信分野への競争法適用に関して、欧州委員会は1991年ガイドラインと1998年アクセス告示の二つの文書を発表している。

1998年アクセス告示は関連市場について以下のように述べている。

「事業者は競争上の制約に関して三つの主要

な源泉に従っている。需要の代替性、供給の代替性、潜在的競争であり、最初の代替性は一定の財・サービス提供者に対して最も直截的で有効な規範的作用を与えるものとなっている。そのため需要の代替性は第85条(1)及び第86条の目的である競争制限行為を確認するための関連する生産物市場を定義するに際して中心的なツールである。

供給の代替性は適切な環境において関連市場を定義するための補完的要素として用いることができる。實際上それは潜在的競争と明確に峻別し得ない。供給の代替性と潜在的競争は、事業者が支配的地位を有するかどうか、第85条の意味において競争制限があり得るかどうか、あるいは競争の排除的行為があるかどうかを判断するために用いられる。」³⁵⁾

この説明は先の節で見てきた1997年関連市場告示に沿ったものであることが確認できる。1991年ガイドラインでは、具体的に関連市場が何であるかを提示している。それによれば、生産物あるいはサービス市場には少なくとも(i)地上ネットワーク（設備）の提供、(ii)音声コミュニケーション、(iii)データ・コミュニケーション、(iv)衛星市場があり得るとしている³⁶⁾。こうした関連市場の定義は時代遅れになった感がするものの、依然出発点となっていることに変わりない。そこでGarzaniti (2000)³⁷⁾の整理にしたがって電気通信分野における以下の関連市場の定義を紹介することにする。

34) *ibid.* para. 45-50

35) *Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles* (1998), OJC 265/2, para. 40 and 41.

36) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02), para. 27.

37) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, pp. 157-163.

(1) 端末機器

欧州委員会は別々の端末機器市場として、(i)公衆交換機、(ii)専用交換機、(iii)伝送システム、(iv)電話機セット、(v)モデム、(vi)テレックス・ターミナル、(vii)データ伝送ターミナル、(viii)移動体の8市場を挙げている³⁸⁾。しかしインターネット音声電話が徐々に実用化していることから、電話機セットとデータ伝送ターミナルの区別が徐々に曖昧になり、見直しを迫られている。

(2) 衛星

衛星は長距離音声及びデータ伝送のための地上ネットワーク提供と大きな代替性を持つものであるが、それは実質的な交換可能性を持つのではなく、むしろ(i)周辺地域あるいは後進地域へのサービス、(ii)非隣接地域間の連絡、(iii)トラフィック復旧のためのルーティング提供、(iv)キャパシティのリコンフィギュレーションのようないくつかの特別な音声及びデータ伝送利用のための地上伝送に対する補完的な役割を果たすものであると欧州委員会は判断し、そうした利用者全てにとり、衛星は異なった生産物市場を構成するとの見解を示している³⁹⁾。

(3) 移動体

欧州委員会はセルラー電話、ポケットベル(ページング)、テレポイント(PHSに相当)、コードレス音声、コードレス・データ・コミュニケーションを個々の市場とする立場をとっている。これは1991年のEirpage裁定⁴⁰⁾において欧州委員会が示した立場で、それによるとページング・

サービスは、他の移動体サービスよりも料金及び運営費用の点で安価であり、移動体電話ほど扱いにくいことを理由に、一つの市場を構成するとした。また欧州委員会はそうした相違が将来的には消失するかもしれないが、ページングが片方向コミュニケーションであり、費用を低く抑え続けるという明確な利点があるとの理由から、移動体分野の中で一つの市場を構成するとの見解を示した。

しかしながら、Garzaniti (2000)⁴¹⁾は、そうしたサービスが統合化する傾向にあり、将来的にはいくつかの市場と合わさって一つの市場を構成するようになるだろうと指摘している。欧州の現状をみると、セルラー電話の普及により、ページング・サービスは減少傾向にあり、一つの市場と見るにしても、移動体分野での重要性はなくなりつつある。

(4) 設備へのアクセス

1998年アクセス告示⁴²⁾では、電気通信分野の自由化によって、設備へのアクセス市場が創出されたとし、そこでは、エンド・ユーザーにサービス提供するため、事業者は一つあるいは複数の設備へアクセスする必要性が生じたと指摘する。それはまず物理的なアクセスを、例えば、エンド・ユーザーが接続されている電気通信ネットワークのターミネーション・ポイントへのアクセス、次いで電話帳サービスのような顧客情報などへのアクセスの必要性である。ただし同告示は明確に関連市場の定義を示してはいない。

38) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02). para 27.

39) *ibid.* para. 29

40) *Eirpage*, O.J. 1991 L306/22, para. 10

41) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, pp. 158

42) *Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles* (1998), OJC 265/2, para. 45-53.

(5) 関連する地理的市場

関連する地理的市場は(i)ビジネスが互いに競争している、(ii)全ての取引者にとって関係する生産物あるいはサービスの客観的な競争条件が類似している地域であるとされる⁴³⁾。1991年ガイドラインにおいて欧州委員会は、(i)顧客ニーズが非国内サービスを利用することによって満足され得ない場合、(ii)サービスに対するアクセスに異なった規制上の条件、特に国内領域に隔離しようとする特別あるいは排他的な権利が存在している場合、(iii)端末機器及びネットワークに関しては国内市場に隔離される結果、EU域内を通じて適用される共通の標準が存在しない場合、加盟国の国内市場が明確な地理的関連市場とし得るとした見解を示した。しかし自由化と標準化ないし協調化の推進により、関連する地理的市場は少なくとも域内全域に拡大している。例えば1998年既に、移動体分野においてベルガコム、テレダンマーク、チューリップ裁定、端末機器分野においてGEC/GPTH裁定において、そうした判断が見られた⁴⁴⁾。

(6) 関連市場定義上の留意点

欧州委員会は、関連市場の定義が既存市場の独占性、あるいは独占性の乱用、あるいは企業集中の結果として独占性の可能性が生まれるのかどうかによって別々に関連する市場の定義をするよう考えていると解される⁴⁵⁾。

1998年アクセス告示では、電気通信分野が急激な技術進歩に揺れ動かされている分野であることから、関連する市場の定義がすぐに不正確となる

可能性を有していることを示唆している。上記(3)で述べたように、移動体分野での市場の定義でそうした問題が明らかにされた。

2.3 ドイツにおける関連市場の定義⁴⁶⁾

(1) 関連法規の規定

電気通信分野の分野特殊な規制の基礎は、1996年電気通信法 (Telekommunikation Gesetz : TKG)⁴⁷⁾である。それは下位法に料金規制規則 (Entgeltregulierungsverordnung)、相互接続規則 (Zusammenschlittungsverordnung)、ユニバーサル・サービス規則 (Universaldienstverordnung)、顧客保護規則 (Kundenschutzverordnung) を従える。料金規制規則、相互接続規則、ユニバーサル・サービス規則に関する電気通信法の実質的な規定は、関連市場の確定を要求する競争制限禁止法 (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen : GWB) 第19条 (市場支配的地位の乱用禁止) に従い市場支配性の確定について規定している (電気通信法第18条、第24条、第25条、第33条)。電気通信法第3条第16項は、『『電気通信』(Telekommunikation)とは、電気通信システムを通じて、符号、音声、映像、あるいは音響の形式のメッセージを送信し、転送し、受信する技術的プロセスを意味する。』と定義しているにすぎず、電気通信の概念はきわめて広義に定め、多数の市場を含む規定となっている。このように電気通信法は市場の定義を明確に示しておらず、したがって関連市場の確定は個々のケースで検討しなければならないことになっている。

43) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, pp. 158

44) Case IV/M. 1177, Belgacom/Tele Danmark/Tulip, Commission Decision of May 19, 1998, and Case IV/M. 1226, GEC/GPTH, Commission Decision of July 27, 1998.

45) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 159.

46) ここの記述はPlum, Monika and Cara Schwarz-Schilling (2000), *Marktabgrenzung im Telekommunikation-und Postsektor*, Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste, Diskussionsbeiträge, Nr. 200, Bad Honnef, ss. 46-70を参考に行っている。

47) Telekommunikationsgesetz vom 25. Juli 1996 (BGBI. IS. 1120)

ドイツでは関連する生産物市場を物的に（sachlich）関連する市場と空間的に（raumlich）関連する市場を欧州委員会の概念に対応させている。以下はドイツ電気通信法において関連市場に関する文言が含まれているケースあるいは関連市場の確定が必要とされるケースを挙げている。

- 免許数に制限がある場合の免許交付手続き：自ら電気通信設備を保有して音声電話サービスの提供及び伝送路の運営を行うには免許を必要とする。中でも周波数の希少性から免許数に制限のある場合（電気通信法第10条）、交付手続きを実施するために対応する物的に関連する市場と空間的に関連する市場を考慮しなければならない（同第11条第3）としている。すなわち、「免許に従い電気通信サービスの関連する物的市場及び空間的市場における機会均等な競争が、損なわれると予想される場合には、（中略）欠陥のない競売あるいは（中略）競争入札の基準に基づき、それに関係する事業者は免許交付手続きから排除されることがある。新技術の普及の観点から関係する事業者の正当な利益は、適切に考慮されるものとする。」と規定され、電気通信法の中で関連市場の確定が必要であることを示している。
- 構造的分離と会計分離：ある事業者が一つの電気通信サービス提供市場において活動し、かつ他の電気通信サービス以外の市場において競争制限禁止法第19条に述べる市場支配的地位を有する場合、電気通信法第14条第1はその事業者の活動の構造的な分離を要求している。また同法第14条第2では、電気通信サービス提供市場において市場支配的である場合、免許された分野内であるいは免許された分野と非免許分野で

の会計の分離を要求している。ここではまず市場支配性を確認するための関連市場と会計分離する際の関連市場の定義が必要となっている。

- 料金規制：競争制限禁止法第19条により関連市場において市場支配的な地位を有する事業者の場合、電気通信法第6条⁴⁸⁾の免許クラス3及び免許クラス4において伝送路提供あるいは音声電話サービス提供を行う際、その一般的業務条件である料金とそれに関連する構成要素は、規制機関の認可を必要とする（電気通信法第25条）。ここでも市場支配性の確認に関連する市場の定義が必要とされている。
- ネットワーク・アクセスと相互接続の保証：電気通信法第33条は、公衆に対する電気通信サービス市場において競争制限禁止法第19条により支配的地位を有するとされる事業者は、非差別性を基礎として、それが内部的に行っているサービスへまたその市場で提供するサービスへ競争事業者がアクセスできるようにするものと規定している。また同法第35条は公衆に対する電気通信サービスを提供し、競争制限禁止法第19条により公衆に対する電気通信市場で支配的地位を有するとされる事業者は、他の利用者に対し、その電気通信ネットワークの全部あるいはその一部へのアクセスを可能としなければならないと規定している。ここでも支配的地位を享受するとされる公衆向けの電気通信市場の確定が関連する市場として重要になる。すなわち、公衆向け電気通信市場とは何かを確定しなければならないことになる。
- 合併の禁止：競争制限禁止法第19条により関連市場で支配的地位を有するとされる免許者は、他の事業者がその免許者の活動領域と同一の物

48) 伝送回線運用のための免許として、免許保有者自身あるいは第三者による公衆に対する移動無線サービス提供の免許を免許クラス1、免許保有者自身あるいは第三者による公衆に対する衛星サービス免許を免許クラス2、また免許保有者自身あるいは第三者、免許クラス1あるいは免許クラス2以外の公衆に対する電気通信サービス免許を免許クラス3、そして自ら運用する電気通信ネットワークを基礎とした音声電話のための免許を免許クラス4としている。

的及び空間的関連市場とみなされる電気通信市場において事業を行いあるいは事業を行う予定をしている場合で、免許数に制限のあるとき、競争制限禁止法第19条の支配的地位乱用禁止の意味を持つ関係を他の企業と結ばないようその免許条件において要求されることがある（電気通信法第32条）。事業者間の合併においても、一方の事業者が関連市場で支配性を持つ場合に、制約が課される可能性を示し、支配性の確認において関連市場の確定が必要となっている。

- ユニバーサル・サービス提供責務：ユニバーサル・サービスが十分にあるいは適切に提供されていない場合、免許を必要とする電気通信サービスの物的に関連する市場で事業を行いかつ電気通信法が対象とする市場での総売上高の4%を超えるシェアを持つ免許事業者、あるいは競争制限禁止法第19条による市場支配的地位を有する免許事業者は、ユニバーサル・サービスの提供を行わなければならない（電気通信法第18条）。ここではユニバーサル・サービスの提供について空間的関連市場ではなく物的関連市場でサービス提供する事業者をまずとりあげることから、物的関連市場の定義が必要となり、次いで上記のケースと同様に支配的地位の確認のために関連市場の確定が必要とされている。

(2) 物的関連市場の確定の基準

ドイツにおける物的関連市場あるいは空間的関連市場の確定については、実際にどのように行われているのかが問題になるが、その前にまずそこではどのような基準でそれを考えることができるのかを整理しておこう。これについては、ドイツ

図表1 物的関連市場の確定基準（生産物側面）

通 信 手 段	音 声 データ 動画像
サ ー ビ ス	基礎的な伝送サービス 付加価値サービス
サービスエリア	市 内 全 国（市外） 国 際
伝 送 網	固定網 移動体網 衛星無線網
技 術 的 特 性	周波数帯域 交換技術

の研究所WIK報告「電気通信及び郵便分野における市場の画定」⁴⁹⁾（2000）（以下、WIK報告⁵⁰⁾）が参考になる。それによれば、まず物的関連市場を決めるための基準として、

- 生産物ないしサービス提供
- 顧客層
- 生産段階

の三つの側面を挙げている。最初の生産物あるいはサービスについては、実際の観点から次表のような項目に整理し、その検討視点を示している。

次の顧客層については、事業者が料金あるいは提供条件を差別化することができる場合、顧客層を確認することが可能である。まず顧客層の識別確認について、様々な電気通信サービスの需要が考えられ、そこでは需要の代替可能性が基準となる。これは上述した欧州委員会の表現を借りれば、需要の代替性に着目した考えである。また顧客層の識別は、サービスの組み合わせ（Bundelung）でも可能となる。これは料金の差別化戦略として

49) Plum, Monika and Cara Schwarz-Schilling (2000), *Marktabgrenzung im Telekommunikation- und Postsektor*, Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste, Diskussionsbeitrag, Nr. 200, Bad Honef, SS. 49-70

50) ドイツの通信サービス科学研究所（Wissenschaftliches Institute für Kommunikationsdienste GmbH）は郵便電気通信省（現ドイツ・テレコムの前身でもある）の研究所として設立され現在は有限会社組織の独立研究機関であるが、その経緯から完全自由化後も、その公刊物は規制機関（RegTP）の政策の答申的意味合いを持っている。

利用されるからである。このほか、顧客立地に依拠した差別化、時間帯による差別化、数量による差別化も同じように顧客層の識別に役立つ。

生産段階は生産工程（サービス提供工程）の垂直的側面に着目したものである。すなわち、相互接続、専用線、アンバンドリングされたネットワーク・アクセスという側面である。また固定網における相互接続では発信と着信部分に分けることができる。さらに伝送部分に着目すれば、市内（Local）、地域（Regional）、全国（National）にも分けることができる。

物的な関連市場はこうした側面を考慮して、個々のケースに沿って決定されるとしている。

（3）空間的な関連市場

ここでは固定網接続において加入者は固定した位置に置かれることから、その加入者が代替的な加入接続手段を持たない限り、空間的な関連市場の確定は容易となる。ただし、コール・バイ・コールによりあるいは事前選択により加入接続事業者を選択できるような場合には、場所による制約は弱まる。

通常空間的な関連市場は免許に定める範囲として想起することができるが、免許制度により定められた空間的市場（例えば、市内、地域、全国）がそのまま空間的な関連市場と見なすことができないということである。すなわち、技術革新の急な電気通信市場では、免許制度の枠をはみ出した新規事業者による新サービス提供より、既存の事業者が免許制度でサービス・エリアの制限を受けていたとしても、利用者が代替サービスとしてそれ

を利用することができるかもしれないからである。

（4）無線呼び出し免許における事例

ドイツでは関連する市場について、個別にその確定内容を発表するが、最も直近のものとして2001年1月における無線呼び出し免許に関する決定⁵¹⁾において、関連市場を示している。これは関係する免許についての市場分析の際に考慮する市場としての関連市場を定義している。それによれば、物的な関連市場は無線呼び出し市場（Funkrufmarkt）であり、空間的な関連市場をドイツ全国として定義している。

3 第81条及び第82条における反競争的行為あるいは市場支配的地位乱用の禁止

ローマ条約第81条は「競争制限的な協定及び行為の禁止」について、同じく第82条は「市場支配的地位の乱用」について規定している。これらの条文はいずれも電気通信分野を含む全ての産業分野に共通して適用可能であるが、電気通信分野が国営あるいは公社形態のもとでは、分野特殊な形でその事業法により規律されてきた。1998年の完全自由化以降、競争化の中で特殊な形で律してきた市場行動は他の産業分野におけるそれと大きな相違を持たなくなってきた。これは電気通信分野の競争化という理由だけでなく、電気通信分野が他の産業分野と密接な関わりを持つようになり、もはや分野特殊な法体系では間に合わなくなってきたためでもある。では電気通信分野における規制を全て競争法に委ねることができるかということそうも行かない。OECD諸国の中では、ニュー

51) RegTP (2001) Entscheidung der Praesidentenkammer vom 13. 12. 2000 über die Wahl des Verfahrens sowie die Festlegung und Regeln zur Vergabe einer Lizenz zum Betreiben von Übertragungswegen für das Angebot von Funkrufdienstleistungen für Öffentlichkeit im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland im Frequenzbereich 460 MHz sowie über die Regeln für die Durchführung des Ausschreibungsverfahrens im Einzelnen. Amtsblatt 1, Bonn, 17. Januar 2001, ss. 3-19

52) これについては、OECD (1997) The OECD Report on Regulatory Reform, Vol. 1 : Sectoral Studies, Paris.邦訳は、山田・山本監訳「世界の規制改革（上）」（日本経済評論社）2000年、東京。第1章電気通信分野（拙訳）の43-44頁が参考になる。

ジーランドが分野特殊な規制を廃し全て競争に委ねたがものの、一般的な評価ではそれが成功したとは見なされていない⁵²⁾。

以下ではまず第81条の競争制限的な協定及び行為の禁止に関して、それが電気通信分野でどのように適用されるのか、あるいは適用されてきたのかを具体的に検討していくことにする。次いで、同じようにして、第82条の市場支配的地位の乱用について述べることにする。

3.1 第81条による競争制限的な協定及び行為の禁止

第81条に関して料金設定、設備へのアクセス及び専用線へのアクセス、市場の分け合い、電気通信経路の選択、技術及び品質水準、機密情報の交換において反競争的な行為が有効な競争をどのように妨げるのかを順に見ていくとする⁵³⁾。

(1) 料金設定

1991年ガイドラインは、料金が顧客の選択肢の重要な要因であり、それは事業者の技術開発を刺激する要因であることを確認している⁵⁴⁾。こうした観点から欧州委員会は、欧州郵便電気通信主管庁会議（CEPT）が加盟機関に対して国際電気通信回線の賃貸に関する条件を定めた勧告に異議を唱えた⁵⁵⁾。同勧告は、回線容量が第三者トラフィックのために使用される場合あるいはその回線が公衆電気通信ネットワークに相互接続される場合には、30%の追加料金を課すことに同意するものであった。またそれは国際電気通信専用線の

料金決定のために一様な料金係数を適用することも規定していた。それによる協定は、付加価値サービスを第三者に提供しそれによりテレックスなどの既存事業者が提供する伝統的なサービスと競合したスイフト（Swift）のような会社の専用線利用に対する既存事業者側からの対抗策となった。これについて欧州委員会は、CEPT勧告が第81条(1)に違反する違法な料金協定の疑いがあるとの立場をとった。これに対して、CEPTは最終的に同勧告を破棄した。同委員会は新規参入事業者の相互接続料金部分はその総費用の大きな割合（50%）を占め、料金競争の可能性を制限することになるとし、既存事業者による相互接続協定での料金協調の可能性が特に大きいとする判断を示した⁵⁶⁾。これは料金協定が有効な競争を阻害する一つのケースであり、第81条に抵触する可能性があることを示唆している。

(2) 設備へのアクセス

欧州委員会は、電気通信事業者間のアクセス協定が関係する設備へのアクセスに依存する第三者に対する市場からの締め出し効果を有するかもしれない場合、第三者のネットワーク・アクセスを制限する内容の協定について、通常容認しない姿勢を取っている。その一例が、上記(1)で述べたCEPTに対する欧州委員会の対応であった。

相互接続協定のようなアクセス協定は、それがサービス及びインフラの相互運用性に不可欠であり、下流のサービス市場における競争に影響を与えるため、競争促進にとり重要である⁵⁷⁾。しかし

53) この節の記述は、Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, pp. 166-204. に依拠している。

54) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02). para 45.

55) *Commission Press Release* IP/90/18, March 6, 1990.

56) 欧州委員会は、その協定が料金を費用関連性を有し透明性を保ちかつ利用者の便益を改善するのであれば、また料金設定協定がない場合、共通の料金体系あるいは原則を定める協定について、第81条(3)のもとに例外措置とすることができた。Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 166.

それは第三者に対する排除的效果を有する反競争的な行為を生じさせる可能性も持っている。1998年アクセス告示において欧州委員会は、限られた数の事業者あるいは一つの当事者による電気通信ネットワークだけによるアクセス提供の排他的協定は、それが第三者による設備へのアクセスを制限する場合には、競争制限的であると指摘している⁵⁸⁾。なお欧州委員会は、特別なアクセス条件を正当化する客観的な論拠、例えば、特別な設備のための特別なアクセス条件が必要とされる場合、第81条(3)により適用除外とすることも認めている。

これに関連する判例あるいは裁定事例をみると、交通輸送分野において1994年のユーロトンネル・ケース⁵⁹⁾がある。そこで欧州委員会は、SNCF(フランス国鉄)及びBR(英国鉄)がトンネルの計画存続性を保証するために多額の投資を行いその回収のため優先的な地位を必要とするという理由から、SNCF及びBRと競合する鉄道輸送サービス提供の第三者による海峡トンネル利用制限を、適用除外とする決定を行った。ただし、第三者の締め出し可能性を抑制するため、BRとSNCFは一日の何時間かについて、それらに予定されたキャパシティの一定割合について、関係する当事者に利用可能とするよう求められた。しかし当事者に課されたその条件を含めこの欧州委員会裁定は欧州第一審裁判所において無効とされた。委員会が利用可能とするよう求めたインフラは第三者が下流市場で競争するためにアクセスしなければならない不可欠設備であることを、欧州委員会が確認していないと、欧州第一審裁判所が考えたた

めであった⁶⁰⁾。

(3) 市場の分け合い

サービスあるいは地理的レベルでの市場の分け合い(market sharing)をもたらす電気通信事業者間の協定は第81条(1)に違反し、また第81条(3)の適用除外となる可能性は少ない。この点で欧州委員会は1998年アクセス告示において、相互接続協定が相互接続提供事業者とそれを求める事業者との間で、ネットワーク競争を推進するのではなく、市場の分け合いの手段となるかもしれないとの注意を促している⁶¹⁾。

(4) 電気通信経路の選択

欧州委員会は、国際サービス提供のため電気通信経路に関するネットワーク事業者間の協定が「ハブ」競争、すなわち、国際企業の国際通信を特定国に集中させようとする電気通信事業者間の競争を制限する効果があるかもしれないと考えている⁶²⁾。ただし、そうした協定は、共通の経路デザインが相互接続のため、また欧州域内ネットワーク構築のために必要である場合には、第81条(3)により、適用除外の可能性も示している。

(5) 技術及び品質標準

電気通信事業者あるいは端末機器製造業者間の技術標準・品質標準に関する協定は、そうした協定が汎欧州的な電気通信サービスの発展を容易にすると、欧州委員会により一般に望ましいとして容認されている^{63)、64)}。競争法の観点からすれ

57) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 13358) ibid.

59) Eurotunnel, Commission Decision of December 13, 1994, OJ. 1994 L354/66

60) Joined Cases T-374/94, T-375/94, T-388/94 European Night Services, Judgment of September 15, 1998, [1998] II ECR 3141.

61) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 136

62) Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector (91/C 233/02), para. 48.

63) Ibid, para. 49

ば、標準化協定の重要な側面は、支配的ネットワーク事業者（一般に既存事業者）が新規参入者による自市場へのアクセスを制限するために、標準を押しつける可能性が危惧される。また第三者による特別な市場へのアクセスを制限する場合には、標準化協定は競争制限的な効果の可能性がある。しかし標準化協定については、経済的な便益と競争制限のバランスを取ることが複雑で難しい。欧州委員会は、その協定の便益（例えば、市場参入の公開性及び容易性の増大）が競争制限による損失を上回る場合に、第81条(3)による適用除外とする姿勢を取っている⁶⁵⁾。

(6) 機密情報の交換

電気通信事業者間の情報交換に関する協定は、電気通信サービスの適正な機能、相互運用性を確保し、あるいはワン・ストップ・ショッピングや料金請求処理を行う上で必要な場合には、制限されるべきものではない。しかしそうした協定は料金、割引、マーケティングのような機密情報に関わる場合には禁止される。例えば、付加価値ネットワーク・サービス提供のために電気通信事業者間でジョイント・ベンチャーを設立する際の評価において、欧州委員会はジョイント・ベンチャーの競争者が他では迅速にまた同等に入手し得ない顧客情報をそれら同士で交換することにより他の事業者を差別してはならないとの判断を示している⁶⁶⁾。また1998年アクセス告示では、電気通信ネットワーク事業者が相互接続協定の枠内でも競争事業者の顧客あるいはトラフィック情報を得ることができるかもしれない⁶⁷⁾として、ネットワー

ク事業者は関連する機密情報が相互接続に関わる事業者の部門に対してしか開示されないことを保証するセーフガードを導入するよう勧告している。

(7) 移動体事業者間のローミング協定

移動体事業者は、その利用者が国を超えて異なるネットワークでその移動体端末が利用できるようにするための「ローミング協定」を結ぶ。欧州委員会は大多数の移動体事業者間の「GSMローミング協定覚書」(GSM MoU Roaming Agreement)に関する調査の中で、第81条との関係を調査した。これは現実あるいは潜在的な競争者間の協定であり、その意味で第81条(1)に関わってくる。欧州委員会はそうした協定が移動体サービスの国際的な提供における競争制限の効果を持つかもしれない、その意味で第81条(1)に抵触する可能性があると考えている。特にその協定が料金の固定化、市場の分け合い、競争者間の不当な情報交換、越境移動体サービスの抑制をもたらす可能性があるとしている。しかし欧州委員会は、個々の協定交渉コストの削減やローミング・サービスの迅速な利用可能性という事実から、その便益も評価している。そのため、欧州委員会は、(i)ローミング料金が費用ベースである、(ii)情報交換が最小限とされる、(iii)覚書が移動体事業者のローミング協定バイパスさせ他の地域での実際のセールスを妨げない、との条件のもとに、GSMローミング覚書を認可した。

3.2 第82条における市場支配的地位の乱用制限

ローマ条約第82条は支配的地位の乱用を禁じて

64) 欧州における電気通信の標準化はETSI (European Telecommunications Standards Institute) により進められている。

65) Global European Network OJ C55/3 (国際専用線の品質及び利用可能性を改善するため電気通信ネットワーク事業者間における技術的な協力協定について)

66) Infonet, OJ. 1992 C7/3, para. 9(1) d ; Atlas, Commission Decision of September 19, 1996, OJ. 1996 L239/23, para. 28(4) ; Unisource, Commission Decision of October 29, 1997 OJ 1997 L318/24, para. 47

67) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 139

いる。ここでは支配的地位あるいは支配性をどのように決定するか、ついでどのようなその乱用があるのかを述べていくことにする。

(1) 支配的地位の概念と決定要因

学問的には、企業が持つ市場での行動上の強さは「市場力」(market power)という用語で表現される。すなわち、市場力は、生産量を制限することにより、競争条件下における水準よりも価格を引き上げ、それによって増大する利潤を享受するある企業ないし企業グループの能力と定義される⁶⁸⁾。その市場力確認のための基本的な指標は、同一生産物供給の競争者の数、その市場シェア、市場の集中度、代替生産物の利用可能性、製品差別化、参入障壁の存在、潜在的競争の有無、企業間の寡占的相互作用の性質などである⁶⁹⁾。

こうした学問上の整理は、西欧における経済現場での事象との相互作用により発展して来たわけであるが、欧州の経済法あるいは競争法の中では、「支配的地位」(dominant position)という用語を用いて、第82条において規定されている。この支配的地位の用語の意味は、欧州委員会が当初より定義を与えているのではなく、裁判判例を通じて具体的にされてきている。

欧州裁判所は第82条の支配的地位(dominant position)を以下のように定義している。

「認識できる程度に競争者あるいは顧客から独立してまた究極的に消費者から独立して行動することにより、関連する市場での有効競争の

維持を妨げることを可能とする企業が持つ経済的地位」⁷⁰⁾

この支配的地位は、主として市場シェアにより決定されるが、そのほか参入障壁、技術的資源、知的所有権、設備へのアクセス制御も判断基準とされる。

① 市場シェア

市場シェアは支配性を判断する最も一般的な指標である。1998年アクセス告示では、50%を超える市場シェアが通常、支配性を構成するのに十分であるとしている⁷¹⁾。対照的に、正確に定義された市場における30%以下の市場シェアは、例外的な状況を除き、支配性の判断から除外される。30%と40%の間の市場シェアも通常、支配性を問われない。しかし40%から50%の間の市場シェアは、(i)時系列の市場シェアの推移、(ii)最も敵対する競争者の市場シェア、(iii)支配性を示す他の要因の存在(以下の事項)に依拠して、支配性があるとされることもある⁷²⁾。

市場シェアが表現する事柄は、それが「過去」における市場構造の特徴を説明するものであって、「将来」における市場構造を説明するものではない。そのため、上記の40%～50%のケースのように、時系列の市場シェア推移、最も敵対する競争者の市場シェアなどが考慮される必要が生じる。

支配性確定に関するこれらの市場シェア数値は恣意性を免れない。すなわち、なぜ50%かという疑問である。しかしそれは40%、30%としたところでその質問から脱し得るものではない。適度な

68) Bishop and Walker (1999), *The Economics of EC Competition Law*, Sweet & Maxwell, p. 27

69) *ibid.*, p. 27-45

70) Case 322/81 *Michelin v Commission* [1983] ECR 3461; Case 311/84 *Telemarketing* [1985] ECR 3261; Case 27/76 *United Brands v Commission* [1978] ECR 207 and Case 87/76 *Hoffman-La Roche v Commission* [1979] ECR. 461

71) *Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector: Framework, Relevant Markets and Principles* (1998), OJC 265/2, para. 73

72) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet: E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 170

数字を基準に定め、支配性により生じる市場弊害事象との関係を経験によって補っていかなければならない事柄である。その点で上述したような40%から50%の市場シェアにおける判断対応は柔軟性を加味する上で大きな意味を持つ。以下では、さらに支配性判断に関わる他の要因を見てみることにする。

② 参入障壁

欧州委員会は支配性の評価に際して、市場へ参入する新規参入者の能力を制限する要因、すなわち「参入障壁」に着目している。その一般的な詳細事項としては、例えば、多額のスタート・アップ費用、規模の経済性、戦略的なインフラに関する既存事業者のコントロール、知的所有権、あるいは大規模供給システムの必要性などが挙げられる。

③ 技術的資源

技術的な優位性保有は支配性の指標となりうるかもしれない⁷³⁾。1991年ガイドラインでは、電気通信分野においてソフトウェアやハードウェアの相互運用性を確保するために必要なアクセス・プロトコルあるいはインターフェイスに関する情報の保有が特に関係すると指摘している⁷⁴⁾。

④ 知的所有権

技術的な情報が知的財産権によりカバーされている場合、それは支配性の指標となりうる⁷⁵⁾。知的財産権に守られた技術情報は支配性の形成につながるとしても、それ自体の所有が支配性を構成するわけではない⁷⁶⁾。問題はそうした知的所有権の保持が関連する市場においてその所有者をして

明示的に競争阻害を可能とするかどうかということである。例えば、Magill判決（1995）において、欧州裁判所はテレビ局が週間テレビ番組雑誌を発行するために必要な唯一の情報源であることから、その著作権化された情報について独占を享受し、そのためそれら雑誌に関する市場での有効な競争を妨げているとの判断を示している⁷⁷⁾。

⑤ 設備へのアクセス制御

電気通信分野は1998年完全自由化に踏み切ったが、引き続き設備へのアクセス制御が電気通信インフラ市場において既存電気通信ネットワーク事業者の支配性の源になっている。これは既存事業者のネットワークに対する有効な代替インフラが利用可能となるまでのケースともいえる。しかしネットワーク設備へのアクセスが適度な時間枠の中であるいは法的問題のために妥当な重複が不可能であり、また代替ネットワーク構築が過度に費用のかかるものであることから⁷⁸⁾、関係するネットワーク設備へのアクセスが不可欠であると見なされる場合、そうした不可欠設備へのアクセスを制御する事業者は、第82条の意味でその設備へのアクセス提供市場において支配的地位を享受すると見なされる。

1998年アクセス告示において、欧州委員会は設備へのアクセス市場に関して具体的な記述で指摘を行っている。特定設備へのアクセスを得ることの経済的重要性は相互接続するネットワークのカバレッジに依拠するとして、ある事業者のネットワーク制御に関わる経済的作用力は、関連する地理的エリアにおいてターミネーション・ポイント

73) これはHoffman-La Roche, para. 7-11, note 16, Case T-51/89 Tetra Pak Rausing v. Commission [1990], II ECR. 307 ; Case T-83/91 Tetra Pak International v. Commission [1994] II ECR 755において指摘されている。

74) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02). para. 81.

75) Tetra Pak International, para. 7-11, para. 110.

76) Case 238/87 Volvo v. Veng [1988] ECR 6211 ; Case C-241 & 242/91 P RTE and ITP v Commission (The Magill case) [1995] I ECR 743.

77) RTE and ITP v. Commission, para. 7-17, note 25.

78) *Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles* (1998), OJC 265/2, para. 74

に接続する加入者総数に占める、その事業者の電気通信ネットワークのターミネーション・ポイントへ接続する加入者数の割合により計測されると指摘している⁷⁹⁾。

(2) 支配性の他の態様

これまでは暗黙的に単一供給者としての支配性に言及してきた。市場支配的地位の態様には、さらに「買い手として独占性」(dominance as a Purchaser)と「共同支配性」(joint dominance)、さらに「密接に関連する市場での支配性」(dominance on closely related markets)も考えられる。

① 買い手としての独占性

既存電気通信事業者がネットワークあるいはサービスの提供においてなお支配的であるならば、それら事業者は電気通信設備、ソフトウェアあるいは工事サービスの大部分をなお購入し続ける。したがって特定国内市場における供給者の産出物の大部分について代替的な買い手が存在しないならば、既存電気通信事業者は産出物供給者に大きな影響を与え、その産出物需要についての支配性を有すると見なされる。これに関連して、例えば、Alcatel/Telettra事案において、欧州委員会は合併される会社がスペインの回線伝送機器及びマイクロウェーブ機器市場において非常に高い市場シェアを持つことになるが、この設備の唯一の買い手であり既存電気通信事業者であるテレフォニカが代替供給者から機器設備の購入する能力を有しているとして、その合併が支配的地位を築くものではないと判断した⁸⁰⁾。

② 共同支配性

第82条は二つ以上の企業が独占的地位を共有する場合にも発動される⁸¹⁾。二つ以上の企業が共同支配性をもつと考えられるのは、以下の条件を満たすときである。(i)それら企業が、それぞれ単一企業が関係する顧客及び競争者に対して実質的に同じ立場を持たなければならない(例えば、二つの電気通信ネットワーク事業者が同じ地理的エリアをカバーしている場合)、(ii)関連する市場においてそれら企業間で競争がない。

Garzaniti (2000) は電気通信分野においてこの問題がローカル・ループ・アクセスにおいて生じるだろうと指摘している⁸²⁾。それによれば、既存ネットワーク事業者あるいはケーブル・ネットワークによりその提供が可能であるにすぎない限り、ローカル・ループ・アクセスの提供が共同支配性の問題をもたらすかもしれないと述べている。

③ 密接に関連する市場の支配性

Tetra Pak判決において、欧州裁判所はある会社が特定の生産物市場で支配的であるとき、その支配的とされる市場に密接に関連する他の生産物市場においても支配的であり得る場合があるとの判断を示した。Garzaniti (2000) は、この論拠から、既存電気通信事業者がインフラ市場においてまたそのインフラの下流市場において強い市場作用力を持つ場合、欧州委員会がそれら市場の一つだけにおける支配性の証明に基づいて、その電気通信事業者の支配的地位の存在を確定し得るかもしれないと述べている⁸³⁾。

79) ibid. para. 72

80) Alcatel/Telettra, Case IV/M, 042, Commission Decision of April 12, 1991, OJ. 1991 L122/48

81) 他産業では、Societa Italiana Verto Spa v Commission : Italian Flat Glass [1992] II ECR 1403 ; Case C-393/92 Almelo [1994] I ECR 1477, Port of Rodby, OJ. 1994 L55/52において適用されている。

82) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 172

(3) フランスにおける有意な支配的事業者の確定

フランスの郵便電気通信法典第L36—7条は「競争委員会の意見に基づき、競争、利用実態、不正行為の処罰について、また第L34—8条Ⅱの規定による関係事業者のリストからなる報告書(Bulletin)を、毎年、作成し、また同じ規定に基づき関係する電気通信市場においてどのように市場支配力が行使されているかを考察する。市場において25%以上のシェアを有する事業者は、市場支配力を行使するものとみなされる。電気通信規制庁は、その事業者について、その売上高を市場規模と比較し、最終利用者に対するアクセス手段の制御、財政資源への取り組み方、市場への財及びサービス提供の実態を検討する。」と定め、翌年の電気通信市場における有意な市場支配力を有する事業者(*opérateurs exerçant une influence significative sur un marché des télécommunications*) 指定を毎年前年秋に行っている。

電気通信規制庁(ART)は、指定に際して、関連する市場を四つに定め、その中で有意な市場支配的事業者を指定している⁸⁴⁾。

- 固定電話小売市場における固定事業者
- 専用線小売市場における固定事業者
- 移動体電話小売市場における移動体事業者
- 相互接続全国市場における移動体事業者

である。これら市場に関わる事業者に対してARTはまず、売上高、加入者数、トラフィック量についてアンケートを行い、売上高の市場シェアをもって有意な市場支配的事業者の決定を行っている。上記郵便電気通信法典に定める最終利用者に対するアクセス手段の制御、財政資源への取

り組み方、市場への財及びサービス提供の実態は、今のところ検討されていない。この結果2000年における有意な市場支配的事業者は、フランス・テレコムとSFRが指定された。

(4) 支配的地位の乱用

支配性を有することはそれ自体禁止されることでもないし、またその支配的な事業の妥当で正常な行為には何の制限も課されるものでもない⁸⁵⁾。一般的原則は、1979年のHoffman-La Roche事案において欧州裁判所が示した見解に見ることができる。同裁判所は、

「乱用の概念は、支配的地位を有する会社が存在することの結果として、競争の程度が弱められ市場構造に影響を与え、また商業的な取引を基礎として財・サービスにおける正常な競争の条件とは異なった方法によって、既存の市場での競争度合いの継続あるいはその競争の促進を阻む効果を有する、支配的地位の会社の行動に関する客観的概念である。」⁸⁶⁾

との考えを示した。これに基づきGarzaniti(2000)は、「適切に定義された市場における競争を重大にあるいは不当に歪める支配的企業の行動は、それが加盟国間の取引に影響を与える場合、第82条により禁止される」とまとめている⁸⁷⁾。支配的地位の乱用概念は、その市場での強力な立場から支配的な会社が、非支配的な会社ができないようなある種の行為を競争者、供給者、顧客に対して行わないようにするべき「特別の責務」を有

83) *ibid.*

84) Decision no. 99-167 du 15 septembre 1999 établissant pour 2000 la liste des opérateurs exerçant une influence significative sur un marché des télécommunications JO. 22 août 1999, ss17883-17886

85) *XXIVth Report on Competition Policy* (1994), point 207.

86) Hoffman-La Roche para. 7-11, note 6, para. 541

87) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 173

するという前提に基づいている⁸⁸⁾。

以下では電気通信分野における支配的地位乱用の（現実のあるいは想定される）ケースを記述することにする。

① 供給の拒否及び利用の制限

まず供給に拒否について、支配的な企業は、それが客観的な正当性を示すことができないならば、既存顧客に対する供給を拒否することができない。これに関しては、Commercial Solvent判決（1974）において欧州裁判所が、「原材料市場において支配的な地位を有し、原材料がそれ自らの派生商品を製造するためのものであることから、顧客への供給を拒否し、よってその顧客の一部において競争を減少させる可能性を持つ企業は、第82条の意味において支配的地位の乱用に当たる」との判断を示している⁸⁹⁾。しかし何が「客観的な正当性」かについては明らかにしていない。例えば、既存顧客と同じ市場に参入し、顧客の商業的戦略と対抗しようとする支配的企業の行動は、容認しえる「客観的な正当性」を構成するものではないとの判例もあるが⁹⁰⁾、電気通信分野についてはまだそうした事例は見あたらない。

次に利用の制限であるが、「既存」顧客に対する支配的企業による利用の制限は、乱用と見なされることがある。なお「新規」顧客に対し（供給の拒否あるいは）利用の制限を課すことは、支配的地位の乱用を構成し得るとの見解もある⁹¹⁾。これに関する電気通信分野に関する事例として、Belgian RTT事案がある。それに関して欧州委員会は電気通信サービス市場における支配的事業者は、それらサービスが一般的な経済的利益を持つ

サービス提供業務に必要でないならば、そのサービスの利用に制限を課してはならないとの判断を下した。すなわち、逆説的ではあるが、一般的な利益に関わる場合には、支配的事業者が利用制限を課すことも許されるとの判断である。このケースでは、Belgian RTTがその電気通信回線リースについて、その回線が第三者のデータ・トラフィック伝送に利用されてはならないとする制限を課した行為に対し、欧州委員会が異議を唱えた。このケースはネットワーク運営がまだ留保されたサービス（法的に排他的権利が許された）だった期間に関係していたが、そこでの原則は自由化後においても事業者がネットワーク運営においてなお支配的である限り、適用できだろうと考えられている⁹²⁾。

また1991年ガイドラインでは、その他の利用制限の例として、電気通信ネットワーク事業者が第三者に対して(i)公衆交換網に対してコンセントレーターやマルチプレクサーなどを通じて専用線に接続し、あるいは(ii)その電気通信事業者と競争するサービス提供のために専用線サービスを利用することを禁じることを挙げ、第82条に違反する可能性がある指摘している⁹³⁾。

② 差別的行為

第82条(c)は支配的企業が他の取引相手との同等な取引に対して区別した条件を適用し、それにより競争上不利にそれらを追いやることをその乱用行為として禁止している。したがって、支配的企業は異なる顧客あるいはサービス提供者に対して提供されるサービス料金あるいは品質において差別することは許されない。しかしその差別が客観

88) Michelin v Commission, para. 7-10, note 16

89) Commercial Solvent v Commission [1974] ECR 223.

90) Commercial Solvent v. Commission [1974] ECR 223, Case 27/76 United Brands v Commission [1978], ECR207

91) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 174, note. 44

92) *ibid.* note. 46.

93) Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector (91/C 233/02). para 89.

的正当性を持つならば、それは差別的行為ではない。例えば、顧客特殊な費用節約や技術的考慮、あるいは異なったレベル（卸しあるいは小売）での運営のような客観的要因に基づいてより安価な料金を顧客に供給者が課すことは合法的である。欧州委員会は1998年アクセス告示⁹⁴⁾あるいは1997年相互接続指令第7条において、差別が競争を歪めることがないことを条件に、その差別が提供される相互接続タイプあるいは関連する各国の免許条件を基礎に客観的に正当化することができる場合には、相互接続に関して異なった料金、条件を異なるカテゴリーの企業に対して設定することができるとしている。また差別的料金設定は、既存顧客が競争相手に流出するのを防ぐために支配的事業者による防御的戦略の枠内で競争対応として取られるとき正当化しえるとの解釈がある⁹⁵⁾。

また差別的行為は、ネットワーク接続の制限や遅延行為、メンテナンスや補修サービス提供の制限や遅延行為、さらにネットワーク・プログラミング、信号化プロトコル、技術標準、さらに適切な相互接続、相互運用性、番号化や経路化に必要なその他の設備に関する情報提供の制限あるいは提供遅延についても関係している。1998年アクセス告示では、(i)アクセスの技術的高度化の程度（すなわち、アクセスに関わる交換のネットワーク・ヒエラルキーのタイプあるいはレベル、その交換の技術的能力に関する制限）、(ii)接続点の数あるいは立地、(iii)イコール・アクセス（すなわち、アクセス要求事業者の顧客がアクセス提供事業者の顧客と同じダイヤル桁数を用いてサービスを利

用できるようにする可能性）の三つのに分けて、ネットワーク・アクセスにおける技術的コンフィギュレーションに関する差別行為の可能性を示唆している⁹⁶⁾。こうした差別行為が最も発生しやすいのは、既存事業者が自らのサービス部門に対して与えるよりも不利なアクセス条件（例えば、相互接続キャパシティ、料金、回線品質など）を他の事業者に対して課すケースである。これについては、1997年のUnisource/Uniworld事案、Iridium事案において欧州委員会が、またDeutsche Bahn判決において欧州裁判所が判断を示している⁹⁷⁾。それによれば、第三者と支配的事業者自身の子会社あるいはその事業部門の間の差別的取り扱いは第82条に違反すると判断している。

③ 略奪的料金設定

略奪的料金設定（predatory pricing）は、支配的企業が競争者を減らしあるいは弱め、あるいは市場への参入を阻止する意図をもって、財政的に支えられる期間、費用割れした料金でその財・サービスを供給するための料金設定の在り方である。略奪的料金設定は競争プロセスで生じる通常の料金競争とは峻別されなければならない。その区分は、(i)支配的企業の平均可変費用を下回っていること、あるいは(ii)平均費用を下回り、支配的企業の側に略奪的な意図が存在することであり、その場合にその料金設定は通常の料金競争と異なり、略奪的であり、支配的地位の乱用と見なされる⁹⁸⁾。

1998年アクセス告示において、欧州委員会はネットワークのサンク・コストがサービス提供の

94) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 120 ; Directive 97/33 (Interconnection Directive) [1997] OJ L199/32.

95) Waelbroeck, Price Discrimination and Rebate Policies Under E.C. Competition Law (1995) Fordham Corporate Law Institute, Chap. 10, pp. 147-160

96) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 127

97) Unisource/Uniworld, OJ 1997 L318/24 and Iridium, OJ 1997 L16/87, Case T-229/94 Deutsche Bahn v. Commission [1997] II ECR 1689

大きな割合を占めているために、電気通信分野では上記のような検証テストが適当ではないかもしれないと指摘している。それに代えて、欧州委員会は適切な時間的枠内においてサービス提供の増分費用を検討することを推奨している⁹⁹⁾。最近になって、欧州委員会は、支配的企業が競争を弱めるためにターゲットを絞った(平均費用を下回る)料金引き下げを行い、その一方で平均費用を上回る料金を維持している場合に、略奪的料金設定があり得るとの立場を示している¹⁰⁰⁾。このことは費用と料金の関係に基づき略奪性をテストすることから、料金の選択性(すなわち、ターゲットを絞った選択的料金制)が略奪的料金設定の中心的基準とするテストへの移行を意味している¹⁰¹⁾。

④ 内部相互補助

1991年ガイドラインによれば、内部相互補助(Cross-subsidisation)は、ある事業がある生産物あるいは地理的市場においてその活動の費用の全てあるいは一部を他の生産物あるいは地理的市場の活動に配分するときに発生する¹⁰²⁾。電気通信分野では、電気通信事業者が支配的地位を有する市場での収入(例えば、ネットワーク提供など)を競争的な事業分野(例えば、下流の付加価値サービスなど)内部相互補助する場合、それは競争を歪め、第82条に違反すると考えられる。その場合、支配的事業者は、効率性あるいはパフォーマンスの結果としてではなく補助のような人為的手段によって、競争市場における競争相手よりも優れた条件を提供できる地位にある。さらにその

ことは、長期的に競争事業者の市場での力を弱め市場からの締め出しという事態に追い込み、また新規参入を鈍らせる効果を持つことになる。そのケースでは、内部相互補助は略奪的料金設定を伴うこともある。

内部相互補助はそうした直接的な費用移転により生じるが、市場におけるよりも低利の資金調達やより安価の宅内機器、その他設備、専門家あるいは他のサービス利用などの間接的な費用移転を通じても生じる¹⁰³⁾。

内部相互補助は国から企業に与えられていた特別のあるいは排他的な権利に絡んで生じるのが通常であったから、欧州では1998年からの電気通信自由化に際し、その後も内部相互補助問題があり得るのかどうかという疑問が出された。これに対して欧州委員会は、Unisource/Uniworld事案においてそれについての考え方を示した¹⁰⁴⁾。それは、排他的権利あるいは特別の権利が廃止されたにもかかわらず、内部相互補助は依然支配的事業者としての乱用行為であるという考えである。しかし、欧州委員会の主張する立場は、欧州裁判所のTetra Pak IIにおいて示した判断¹⁰⁵⁾の不当な拡張であるとみなす意見もある。欧州裁判所は支配的な地位を確立している市場に隣接しているが異なった市場における乱用は、それら市場が密接に関連する場合に成立するとの判断を下していたためである。しかしGarzaniti (2000)¹⁰⁶⁾は、市場間の密接な関連性は、ある市場における支配性に由来する経済力が他の市場で乱用的な行為として作

98) Akzo v. Commission [1991] I ECR. 3359

99) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 110-116.

100) Irish Sugar (Case IV/ 34. 621) OJ 1997 L258/1.

101) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 176

102) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02). para 102-108.

103) SFEI v La Poste, [1996] I ECR 3547

104) Commission Decision of October 29, 1997, OJ 1997 L318/1

105) Tetra Pak International SA v EC Commission (Case C-333/94P) [1997] 4 CMLR 662

用しうるということを意味していることから、支配的な地位を享受するある市場における活動から生じた収入を活用して他の市場の活動に補助することを禁じることは、それほど拡大した解釈であるようには見えないと述べている。

内部相互補助の立証は決して容易ではない。多くの場合、内部相互補助の立証は略奪的料金設定の立証に行き着く。あるサービスが内部相互補助を受けていなければ、料金が費用との関係で安価にできないためである。略奪的料金設定の立証も費用把握の容易性に関わる。そのため欧州委員会及び欧州閣僚理事会は支配的事業者の会計制度の透明性を改善し、内部相互補助のチェックを容易にすることを目指していくつかの措置を計っている。第一に、ONP相互接続指令¹⁰⁷⁾は電気通信ネットワーク事業者が透明性を確保した会計制度を確立し異なる事業部門に関する会計を分離しなければならないと規定した。第二に、相互接続料金に関する欧州委員会勧告第二部¹⁰⁸⁾は、電気通信事業者が少なくとも事業分野毎に営業費、用途資本、収入に関するデータを各国規制機関に提出するよう勧告している。さらに、ジョイント・ベンチャーの評価に際し、欧州委員会は内部相互補助が生じないことを保証させるために分離した透明性を有する会計をそれに関わる企業に求めている。

⑤ エクセス・プライシング

電気通信事業者はそれが支配的な地位を有する市場でのネットワーク・アクセスあるいはサービスについて過大な料金を課してはならない。General Motors判決において、欧州裁判所は支配的な企業が提供する財・サービスの経済的価値と料

金の関係に基づく公平性テスト (fairness test) を採用した。そこでは、財・サービスの経済的価値と料金が合理的な関係を持たない場合には、その料金が超過している (excessive) と見なされる。料金が超過しているかどうかを決定するには、問題の財・サービスの費用が分析されなければならない。例えば、ある事業者が複数の事業を展開している場合、各事業に共通費への適切な貢献分を割り振りながら関連する費用を配賦することが必要とされる。ただし、欧州の自由化され、公的独占から競争化されたばかりの既存電気通信事業者の費用配賦は、まだ十分な会計上の経験を積んでいるとは言えないが、欧州委員会の会計原則に関する勧告等で、徐々に整備されて来ている。なお、Garzaniti (2000)¹⁰⁹⁾は、新規のネットワーク開発に関係するリスクを埋めるための大きな留保利潤を料金に含めることを妥当なものとし、超過した料金設定ではないと考えている。それはR&Dや製品開発に電気通信事業者が投資するためのインセンティブを構成するためである。

超過する料金設定 (excess pricing) に関する電気通信分野での実例としては、1997年ITT Promediaが電話帳発行のための加入者データに関するベルガコムに課す料金が第82条の意味において過大であり差別的であるとした訴えに対して、欧州委員会が調査に乗り出したケースがある。この係争はベルガコムがその料金を90%以上引き下げることに合意したことで解決したが、欧州委員会は費用ベースとするよう求めていた¹¹⁰⁾。

費用ベースのアプローチが利用できない場合、代替的な費用算定手法として、異なる加盟国の同

106) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 177

107) Directive 97/33 of June 30, 1997 on interconnection in telecommunications with regard to ensuring universal service and interoperability through application of the principles of Open Network Provision (ONP), OJ 1997 L199/32

108) Commission Recommendation, OJ L141, May 13, 1998, p. 6

109) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 177

種財・サービスの料金¹¹¹⁾、あるいは比較可能な財・サービスの料金との比較¹¹²⁾が利用されている。この手法に従い、欧州委員会は1996年、ドイツ・テレコムが競争者によるネットワークへのアクセスの料金が過大であるとして調査を行った。欧州委員会はドイツ及び類似市場におけるアクセス料金を比較し、ドイツ・テレコムの料金と比較可能な市場での料金が90%以上の開きがあるのは容認できないと結論した。その結果、ドイツ・テレコムは市内ネットワーク・アクセス料金を38%、長距離ネットワークへのアクセス料金を78%引き下げた¹¹³⁾。さらに、欧州委員会はドイツ・テレコムの事業者プリセクション(carrier-preselection)及び番号携帯性(number portability)の料金についても、同じ手法から調査を行い、ドイツ・テレコムは料金の引き下げに同意することになった¹¹⁴⁾。

⑥ 料金圧搾

1998年アクセス告示は、支配的なネットワーク事業者の料金圧搾(Price Squeeze)が、その事業者の上流部門において競争者に課した料金を基礎にしてその下流部門における事業を非収益的に営業する場合に生じると例示している¹¹⁵⁾。支配的な事業者は、本来下流部門の事業に割り振られるべき費用をアクセス事業部門に配分することで、あるいは同一社内における移転価格を不適切に決定することによって、下流部門の赤字を隠すことができるかもしれない。このため、欧州委員会は

垂直的に統合された支配的事業者内部での異なる事業部門について会計を分離するように勧告している¹¹⁶⁾。

⑦ 抱き合わせ販売

ある財・サービスについて支配的な地位にあることから、他の財・サービスを抱き合わせて支配的事業者が供給することは、その地位の乱用にあたる。第82条(d)は、その取引の性質あるいは商業的利用により、その契約と関係しない補完的な責務を取引相手との契約において締結させるときに乱用に当たるとしている。1998年アクセス告示は、既存の支配的事業者が契約、商業的圧力、あるいは割引を通じて、支配的地位にあるサービスを他のサービスと抱き合わせることがその地位乱用にあたると例示している¹¹⁷⁾。しかしその抱き合わせが技術的な点から正当化され、あるいは二つのサービスが単一の広範なシステムの構成要因にすぎず、あるいは性質ないし慣習的に提供される場合には、それは乱用と見なされないとする指摘がある¹¹⁸⁾。

⑧ 知的所有権の乱用

知的所有権の単なる保持自体が支配性の問題を構成するわけではないし、支配的事業者の知的所有権行使自体もそのまま乱用には当たらない¹¹⁹⁾。しかし支配的な事業者の(i)市場分割のための商標登録、(ii)不正なライセンス条件の賦課(ここでのライセンスとは、知的所有権の利用のための権利を言う)、(iii)知的所有権に守られた財・サービス

110) Commission Press Release IP/97/292 of April 11, 1997.

111) United Brands v Commission [1978] ECR 207

112) Case 30/87 [1988] ECR 2479, and Jointed Cases 110/88, 241/88 Francois Lucazeau and others v. SACEM [1989] ECR 2811

113) Commission Press Release IP/96/975 November 4, 1996

114) Commission Press Release IP/98/430 May 13, 1998

115) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 117.

116) Commission Recommendation OJ L141, May 13, 1998

117) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 103

118) Garzaniti, L. (2000), Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation, Sweet & Maxwell, London, p. 180

に対する超過した料金設定 (excess pricing) など、乱用に当たると見られている¹²⁰⁾。

⑨ ライセンスの拒否

原則的に、支配的企業がその知的所有権についてライセンス供与を拒否することは違法ではない¹²¹⁾。しかし例外的な状況において、それは乱用と見なされる。欧州裁判所はMagill判決においてそのケースを定義した¹²²⁾。

- (i) 当該知的所有権に対するライセンス供与が下流市場へのアクセスに必要でなければならない、
- (ii) 技術に関するライセンス供与の拒否が、
 - ④ 新製品ののための「潜在的な需要に関する特定の恒常的で規則的なパターン」が支配的企業によって満たされないことから、製品開発を制限し顧客に損失を与える、あるいは
 - ⑤ 下流の財・サービス市場における全ての競争を排除する。
- (iii) ライセンス供与の拒否に対応する正当性が全くない（ただし、何に対応する正当性かは明らかにされていない）。

Garzaniti (2000) は、ライセンスの供与を命じる場合には、競争の改善と技術革新へのインセンティブの減少とのバランスをはかる必要があると指摘している¹²³⁾。しかし競争者にライセンス供与することが収入の損失をもたらすという事実は、

ライセンス供与の拒否にとって合法的正当性とは言えないとされる¹²⁴⁾。Ladbroke判決 (1997) において、欧州裁判所は、差別を客観的に正当化する論拠がない場合、同一の生産物市場及び地理的市場における他の会社に既にライセンスが供与されているならば、知的所有権の保有者がある会社に対するライセンスの供与を拒否することは乱用的差別にあたるとの判断を示した¹²⁵⁾。

⑩ 支配的な買い手としての地位乱用

自由化後も既存電気通信事業者は端末機器及びサービス購入に関して依然支配的な地位を有していると見なされている。第82条には、(i)過度に買い手の有利となる価格あるいはその他の取引条件、(ii)購入される生産物に関して排他的な買い手として指名されるように求めること、(iii)購入する生産物及びその他の生産物の標準に関するライセンスの供与を、購入条件として支配的電気通信事業者が売り手に課すことを禁じている。また経済的な論拠なしに支配的事業者に供給する可能性からシステムティックに供給者を排除することも乱用に当たる（例えば、外国の供給者を排除すること）¹²⁶⁾。

⑪ 不可欠設備へのアクセス制限

不可欠設備 (essential facilities)¹²⁷⁾ へのアクセス制限が支配的地位の乱用のため第82条違反となるケースとして、1998年アクセス告示は三つの

119) Case T-30/89 Hilti v Commission [1991] II ECR 1439, Case T-83/91 Tetra Pak v. Commission [1994] II ECR 755

120) Bellamy & Child, *Common Market Law of Competition*, (Sweet & Maxwell, 4th ed., 1993)

121) Case 238/87 Volvo v Veng [1988] ECR 6211

122) RTE and ITP v. Commission (Magill Case) (Joint Cases C-241-242/91P) [1995] ECR I-743

123) Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, p. 180

124) British Midland/ Aer Lingus OJ 1992 L96/34 and Sea Containers v. Stena Sealink OJ 1994 L15/8

125) Case T-504/93 Tierce Ladbroke v. Commission [1997] II ECR 923

126) *Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02). para 116-120.

127) 「不可欠設備 (essential facility)」論は米国で議論され、欧州において導入された概念である。米国では、この理論はMFJ (最終同意審決) で決着したAT&Tに対する連邦政府の反トラスト訴訟及びMCIとスプリントがAT&Tに対して行った提訴¹²⁶⁾において基本的な論拠とされた。また歴史的にこの議論は1912年の鉄道に絡む裁判において生じている。当時、少数の鉄道会社がミシシッピー川を越えてセントルイスに渡る二つの橋とフェリーへアクセスする線路を支配し、他の競争者のアクセスを拒否していたためである。米国最高裁はそれに対しアクセス線路のシステムがボトルネックを形成しているとし、アクセスの拒否がシャーマン法に違反した取引制限であるとの判決を下した。Vogelsang and Mitchell (1997) *Telecommunications Competition—The Last Ten Miles—*, AEI and MIT Press, pp. 51-61. また拙稿「新たな電気通信規制の問題点—郵政省IT競争政策第一次答申から—」規制緩和研究会ディスカッション・ペーパー、2001年1月26日。

ケースを想定している¹²⁸⁾。

- サービス市場においてネットワーク事業者がすでに他の事業者アクセスを与えていながら、ある事業者に対してアクセスを拒否する場合：そうした差別化は、それが下流市場における競争制限となる場合に、明らかに支配的地位の乱用にあたる。拒否に客観的な論拠（潜在的な信用リスクを持つアクセス要求者に対する拒否など）がない場合、拒否はアクセス市場における支配的地位の乱用となる。一般に、下流の事業者に対して提供される財・サービスが、自らの下流事業部門を含む他の当事者に対して認める条件よりも不利とならないように、支配的事業者はアクセスを提供しなければならない¹²⁹⁾。
- 既存顧客に対するアクセス撤回：アクセス協定の片務的な撤回は供給の拒否に関連して吟味されるべき問題と実質的に同様の問題をもたらす。既存顧客に対して認めていたアクセスを撤回することは、下流サービス市場における競争制限となる場合、乱用行為となる。また客観的な理由の存在はその撤回を正当化するが、その撤回理由は競争に与える効果を考慮したもの、すなわち、大きな影響を与えないものでなければならない。
- サービス市場においてアクセス提供者が他の事業者にもアクセスを提供していない状況で、アクセス提供を拒否：この場合、そのネットワークへアクセスすることが下流市場において競争するためにアクセス要求事業者にとり不可欠でないとき、アクセス提供のネットワーク事業者は通常それを提供する必要はない。したがって、

不可欠であるかどうかの判断に問題は帰着する。

欧州裁判所は、Magill判決¹³⁰⁾及びOscar Bronner¹³¹⁾判決において、不可欠設備へのアクセス拒否が第82条違反であるとの判断を示している。それによれば、以下の条件が満たされるとき、不可欠設備への拒否が第82条違反であるとされる。(i)実際上あるいは潜在的な代替物が存在せずその財・サービスが事業遂行に不可欠である、(ii)拒否する客観的な論拠がない、(iii)その拒否がその財・サービス市場でのあらゆる競争を阻むおそれがある。

また支配的なアクセス提供事業者が既に提供している財・サービスと競争しない新規の財・サービスがある事業者が提供しようとし、それに対してその支配的事業者がアクセス提供を速やかに行わない場合にも、上記のような問題が生じる。その場合、アクセス提供の拒否（速やかに行わない消極的拒否を含め）は、下流市場での競争促進を阻むものであるから、第82条違反となる。

欧州委員会は不可欠設備へのアクセスを命じるべきかどうかを決定するためのポイントを1998年アクセス告示において示している¹³²⁾。

- 問題の設備へのアクセスが関連する市場での競争するために一般的に不可欠であること：この場合、アクセスが提供されたならば、潜在的なあるいは代替的な競争者の立場が競争上より有利になるというだけでは十分ではない。アクセスの拒否が下流市場での事業を不可能にあるいは重大ないし回避しえない非経済的なものとなる場合である。そうしたケースは設備の重複が

128) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 84-100

129) ibid

130) RTE and ITP v. Commission (Magill Case) (Joint Cases C-241-242/91P) [1995] ECR I-743

131) Case C-7/97 Oscar Bronner v. Media Print [1998] I ECR 7791

132) Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles (1998), OJC 265/2, para. 91-98

物理的、地理的あるいは法律的な制約、あるいは公共政策的な考慮により可能でない場合に生じうる。

- アクセス提供する設備において利用可能な十分なキャパシティがあること
- 設備の所有者が既存の財・サービス市場における需要を満たさないにもかかわらず、潜在的な新サービスあるいは財の出現を妨げ、あるいは既存のないし潜在的な財・サービス市場における競争を阻害すること
- アクセス要求事業者が妥当で非差別的な料金を支払う用意があり、あらゆる点で非差別的なアクセス条件に従うこと
- アクセス提供拒否に客観的な正当性がないこと。

1998年アクセス告示は¹³³⁾、上述したアクセス拒否に相当する行為についても指摘している。支配的事業者のアクセス提供の不当な遅延や技術的コンフィグレーションやエクセス・プライシングの行為も直接的な拒否と同様の効果を持つとしている。アクセス要求に対する対応の不当かつ説明し得ない遅延は支配的地位の乱用にあたる。それら乱用かどうかを判断するために、欧州委員会は(i)自らの事業部門あるいは小会社に対するアクセス提供に適用する通常の時間的フレームワークと条件、(ii)他の加盟国における同種設備へのアクセス提供に関わる時間、(iii)遅延の説明を比較考慮するとの指針を示している。技術的コンフィグレーションについては、競争事業者が設備へアクセスするのを制限するために支配的事業者が技術的コンフィグレーションを操作するかもしれない。こ

のため一般的な原則として、アクセス要求事業者には、その地点が技術的に可能であるならば、それにとって最適な地点でアクセスを提供しなければならないとする。エクセス・プライシングは、それ自体乱用行為となるが、それはまたアクセス提供の有効な拒否の手段となりうる。

4 EU電気通信分野における競争法と分野特殊な規制

4.1 EUと加盟国における電気通信規制の構図

EUと加盟国における経済的な電気通信規制は三つのレベルで実施されている。第一に、各国の分野特殊な規制 (sector-specific regulation) (EC指令に基づく) であり、次いで各国内競争法、そしてEC競争法である。

まずその関係及びフレームワークを図示しておき、ついでその説明を行うこととする。

4.2 三つの規制フレームワーク

(1) 各国内の分野特殊な規制

各国内における政策決定機関は、サービス指令 (指令90/388)¹³⁵⁾ 及びONPフレームワーク¹³⁶⁾ にそって創設あるいは改組された国内規制機関 (NRA) である。NRAについては、前者により電気通信事業者から独立したNRAの創設が要請され、後者によりその独立性を強化するため、NRA¹³⁷⁾ は全ての電気通信ネットワーク提供事業者から法的にも機能的にも明確に独立しなければならないと規定された¹³⁸⁾。さらに加盟国はNRAの決定によって影響を受ける当事者が関係する当

133) *ibid.* para 95–98.

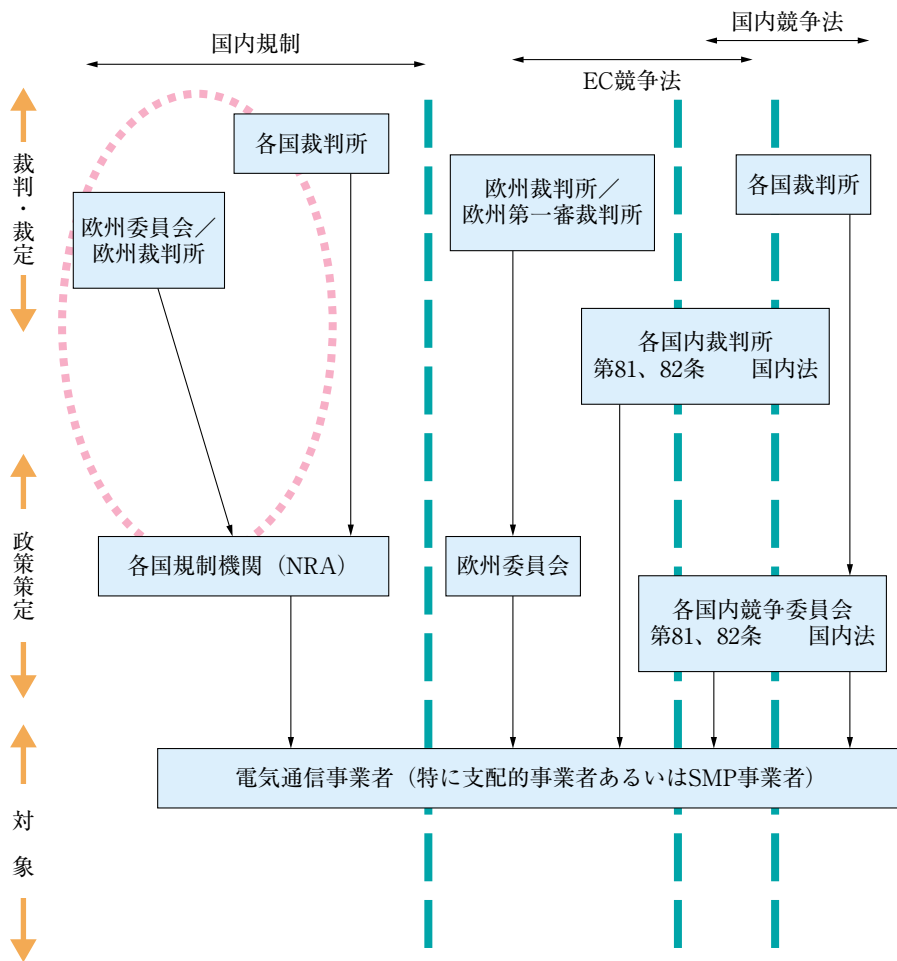
134) Larouche (2000) *Competition Law and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, Oxford, p. 285

135) Directive 90/388 Commission Directive on Competition in the markets for telecommunications services (Service Directive) [1990] OJ L192/10

136) Directive 90/387 Council Directive on the establishment of the internal market for telecommunications services through the implementation of Open Network Provision (ONP Framework Directive) [1990] OJ L192/1

137) ここでのNRAは、フランスの電気通信規制庁 (ART)、ドイツの電気郵便通信規制庁 (RegTP)、英国のOFTELのような独立規制機関を指している。しかし、規制のフレームワークから言えば、フランスにおける事業免許の交付者である産業省 (電気通信担当省) や周波数管理の全国周波数庁 (ANF) も含まれる。

図表2 規制の構図¹³⁴⁾



事者から独立した機関への訴権を保証しなければならないと規定した¹³⁹⁾。ここでの独立した機関とは、通常、一般の裁判所あるいは行政裁判所を意味し（図表1の国内裁判所）、訴えは各国内行政法の枠内であるいはEC法に基づいて行われる。国内裁判所はEC第234条（旧第177条）¹⁴⁰⁾に基づき、欧州裁判所（ECJ）の予備裁定（preliminary rulings）の助けを借りて、NRA決定がEC法に整合しているかどうかを裁定することができる。この国内裁判所のほかに、欧州委員会もNRA決定に関する問題に関与する場合がある。すなわち、

欧州委員会は加盟国の規制体系ないしNRAの決定がEC法に違反し、また加盟国によりEC法が遵守されていないと推定するならば、EC法第226条（旧第169条）により理由を付した意見を発することができ、場合によっては、欧州裁判所に提訴することができる。

（2）各国内の競争法

英国の1998年競争法（Competition Act 1998）やドイツの1998年（改定）競争制限禁止法（Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen）のよう

138) ただし、加盟国の電気通信事業者が国営ないし公社形態をとる場合、所有の分離に関しては言及されなかった。

139) Directive 90/387, Art. 5a (3).これはDirective 97/51, Art. 1 (6) により追加された。

140) 1999年5月1日のアムステルダム条約の実施により、EC法の多くの条文番号は変更された。本論では特に断らない限り新法の条文番号を用いる。

に加盟各国は全て、多かれ少なかれEC法をモデルとした国内競争法を備えている。それらはEC法と必ずしも同様というわけではないが、手続きあるいは制度のフレームワークは同じパターンをとっている。この法律の実施に責任を持つのが、国内競争委員会（NCA：National Competition Authority）である。国内の分野特殊な規制のケースと同様に、各国内裁判所は国内競争法において、例えば、その法律違反あるいは損害賠償などに関して競争者間における係争処理のため直接介入することもある。

(3) EC競争法

EC競争法の仕組みは、以下のようにEC法の適用が共同体機関に委ねられているという点で複雑になっている。すなわち、EC法第83条（旧第87条）により、同法第81条（旧第85条）及び第82条（旧第86条）の適用に関する権限が欧州委員会に与えられており¹⁴¹⁾、さらにEC法第230条（旧173条）に従い、個人による提訴について第一審裁判所（Court of First instance：CFI）でまた加盟国からの提訴について欧州裁判所が取り扱えることになっている。また各国内裁判所もEC法第81条(1)、(2)及び第82条の運用について、それら全てが直接的な効果を持つことから、関係することができる。ただし第81条(3)（適用除外条項）の運用は欧州委員会に留保されている¹⁴²⁾。また国内競争法において認められる場合、国内競争委員会も第81条(1)、(2)、第82条を運用する権限を持つことができる。2000年初現在、八つの加盟国（ベル

ギー、フランス、ドイツ、ギリシャ、イタリア、オランダ、ポルトガル、スペイン）がその競争委員会にそれらEC法の運用権限を与えている。ただし、企業合併に関する合併規制（Merger Control Regulation：MCR）は欧州委員会だけによって運用される¹⁴³⁾。

4. 3 三つの規制フレームワークの関係

(1) 各国内競争法とEC競争法

EC競争法適用と各国内競争法の関係では、第81条及び第82条の適用とMCRの適用では区別しなければならない。

●第81条及び第82条に関して、それら条文中の「加盟国間の取引に影響を与える」¹⁴⁴⁾という文言の概念はEC競争法の適用範囲から漏れるケースを少なくするためにきわめて広範囲に解釈されてきた。またこれら条文と各国内法との関係を扱った規則（regulations；Verordnungen, Reglement）あるいは指令（directives；Richtlinien, directives）については閣僚理事会（Council）が採択するとEC法第83条(2)(e)は規定しているが、この手続きはこれまでのところ発動されていない。1969年、欧州裁判所はWalt Wilhelm事案¹⁴⁵⁾において、EC法と各国競争法は異なった観点からカルテルを考察しているとし、それらが互いに排他的であるとはしないながらも、原則的に両法が平行して適用し得るとの判断を示したが、その姿勢が現在まで踏襲されてきている。しかしながら、共同体法の優越性（supremacy）を所与として、EC法が

141) Regulation 17/62 of 6 February 1962：First Regulation implementing EEC Treaty, Art. 85, 86. [1962] OJ L13/204

142) *ibid*, 1999年のWhite Paper on modernization of the rules implementing Art. 85 and 86 of the EC Treaty [1999] OJ C132/1において、欧州委員会は各国内競争委員会及び国内裁判所に対しEC法第81条(3)の運用を認めるよう提案している。

143) Council Regulation 4064/89 of 21 December 1989 on the control of concentrations between undertakings (MCR), OJ. 1989 L 395/1, Regulation 1310/97 of 30 June 1997 [1997] OJ L180/1により修正。MCR第21条(1)参照。

144) “affect trade between Member States”あるいはden Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen,あるいはd’affecter le commerce entre Etats membres

145) ECJ, Judgment of 13 February 1969, Case 14/68, Wilhelm v Bundeskartellamt [1969] ECR1.

優先し、各国内裁判所及び各国内競争委員会は、その国内競争法の適用が共同体法の完全で一様な適用を侵さずあるいは共同体法の実施のために着手されまた着手されるべき措置ないしその効果について齟齬をきたしてはならないことを保証しなければならない¹⁴⁶⁾。このようにEC法と国内競争法の関係は依然曖昧な部分を孕んでいるが、Larouche (2000)¹⁴⁷⁾によれば、現在主流となっている解釈は以下の通りである。EC法第83条(3)により協定が適用除外となっている場合、各国競争法はその協定を禁じることができない。第81条に従い欧州委員会が協定を禁じている場合、各国法はその国内においてもそれを容認することができない。欧州委員会が決定を下しておらず、それが予定されている場合、各国関係機関はその国内法がEC法に整合することを保証しなければならない。その際の各国が取り得る最善策は欧州委員会が決定を下すまで国内法のもとに手続きの中断をすることとされる。また第82条に関して、欧州委員会が支配的な地位の乱用として禁止措置を執った場合、各国内法はその行為を容認することができない。問題案件が欧州委員会でペンディングとなっている場合、その解釈は上記第81条におけると同様とされる。

- 合併・企業集中に関しては第81条第82条の場合よりも、その仕組みは簡潔である。すなわち、MCRの条件に該当すれば、その企業の合併・買収については欧州委員会が唯一の担当機関となる。他方MCR条件が該当しない場合には、その案件は各国内法により判断されることにな

る。ここでのMCR条件とは、(a)関係する全ての企業の世界全体の合計売上高は25億ECU（約2,500億円）以上でなければならない。(b)関係する全ての企業の合計売上高が少なくとも三つの加盟国のそれぞれにおいて1億ECU（約1,000億円）を越えなければならない。(c)の三つの加盟国それぞれにおいて関係する企業の少なくとも二つのそれぞれの売上高が2,500万ECU（約250億円）以上でなければならない。(d)関係する企業の少なくとも二つの企業それぞれの共同体全体での売上高が1億ECU（約1,000億円）以上でなければならない、である¹⁴⁸⁾。

このような原則の中で、さらに実際における欧州委員会、各国内裁判所、各国内競争委員会がどのようにEC法第81条及び第82条を適用しているのか、さらに見てみよう。

- 欧州委員会と各国内裁判所の関係は多くの欧州裁判所判決により道筋がつけられ¹⁴⁹⁾、それら判決に伴って欧州委員会の告示 (Notice)¹⁵⁰⁾が発表されてきた。欧州裁判所判決と欧州委員会告示によりもたらされてきた主な原則は、以下の通りである。すなわち、一般に欧州委員会は共同体の競争政策実施とその方向付けに責任を持ち、一方各国内裁判所はEC競争法に関わる個別的な権利の擁護に関係する。欧州委員会の政策は共同体に関する十分な利害に関わるケースについてのみ取り扱う。その場合の問題は各国内裁判所がその問題に十分な取り組みがなされている場合には、通常それは発生しないことになる¹⁵¹⁾。第81条(1)及び第82条の取り扱いにおいて、各国内裁判所は欧州委員会の裁定及び告示、

146) Ibid.

147) Larouche (2000) *Competition Law and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, Oxford, p. 289

148) Regulation 1310/97 (1997) OJL 180

149) Case 127/73 BRT v SABAM [1974] ECR 51, Case C234/89, Delimits v Henniger Braeu AG [1991] ECR I-935, Case T-24/90, Automec Srl v. Commission [1992] ECR II-2223

150) The Notice of 13 February 1993 on cooperation between national courts and the Commission in applying Article 85 and 86 EC Treaty [1993] OJ C 39/6

欧州裁判所の判決に指針を求め、必要な場合、それらは欧州委員会に見解を求め、あるいは欧州裁判所における予備審理（preliminary reference）にかけることができる。もし国内裁判所が問題の協定が第81条(1)に違反するとするならば、それは欧州委員会から適用除外条項である第81条(3)の適用を受けていたかどうか見なければならない。そうであれば、国内裁判所はそれを尊重しなければならない。他方そうでなければ、国内裁判所は適用除外とすることが可能かどうかを判断することができる。すなわち、その協定が適切に通知されておらず、あるいは通知されていても適用除外とするのに大きな疑義のある場合、国内裁判所は適用除外とせず第81条(1)及び第81条(2)を適用するとすることができる。またその協定が欧州委員会から適用除外とされる可能性があるならば、国内裁判所は手続きを中断し、欧州委員会がその立場を明らかにするのを待つことになる。

- 各国内競争委員会は欧州委員会によるEC競争法の実施において大きな役割を果たす。それは調査行為において国内競争委員会が協力し、また欧州委員会が裁定を下す前にかけられる諮問委員会（Advisory Commission）の構成員であることによる¹⁵¹⁾。各国内競争委員会自らがECの競争法を適用することに関して、欧州委員会はそれまでの国内裁判所の経緯を踏まえて、国内競争委員会との協力関係についての告示¹⁵³⁾を1997年発表している。その基本原則は、まず裁判所が個人の権利保護を基本とするのに対して、欧州委員会と国内競争委員会は競争法の実施について同一の利害を追求する。次いで欧州委員会の政策は、「国内的な効果を持つ」問題及び

「(EC法の) 適用除外とされない」問題を、欧州委員会が関与できる権利を留保するものの、国内競争委員会に委ねるということである。

(2) 国内競争法と国内の分野特殊な規制

国内競争法と国内の分野特殊な規制との間の問題は、それが次段で扱うEC法に関わる問題がなければ、それは国内法制上の問題となる。英国、フランスあるいはドイツの法律では、分野特殊な規制と競争法の適用分野を切り分けした実質的な規則はなく、法律は二つの機関間における協議あるいは協力についての仕組みを規定しているにすぎない。例えば、フランスの郵便電気通信法典（1996年電気通信規制法により修正）は、その第L36—7条7において「競争委員会の意見に基づき、競争、利用実態、不正行為の処罰について、また第L34—8条Ⅱの規定による関係事業者のリストからなる報告書（Bulletin）を、毎年、作成し、また同じ規定に基づき関係する電気通信市場においてどのように市場支配力が行使されているかを考察する。市場において25%以上のシェアを有する事業者は、市場支配力を行使するものとみなされる。電気通信規制庁は、その事業者について、その売上高を市場規模と比較し、最終利用者に対するアクセス手段の制御、財政資源への取り組み方、市場への財及びサービス提供の実態を検討する。」として、競争委員会と電気通信規制庁の協力関係を規定している。

(3) EC競争法と国内分野特殊な規制

まず電気通信分野におけるEC法と国内の分野特殊な規制との関係を見ると、ECの電気通信分野に関する法律について、加盟国はECレベルで

151) この姿勢はCase T-24/90, Automac Srl v. Commission [1992] ECR II-2223により示唆された。

152) EC法第81条、82条、MCR第19条に関して協議する。

153) Notice of 15 October 1997 on cooperation between national competition authorities and the Commission in handling cases falling within the scope of Article 85 or 86 of the EC Treaty [1997] OJ C313/3

採択されたそれらを行政し実施する役割を担っている。この構造は、欧州委員会がEC法の執行を担当するEC競争法のそれとは異なっている。電気通信分野では、ECの電気通信法と国内法の相互作用が法律レベルで生じ、ECの電気通信法が国内法で実施されなければならなくなっている。すなわち、電気通信分野のEC法が指令(directive)として発せられ、それを国内規制機関がその国での分野特殊な規制の実施としてその実施にあたる。この点で、欧州裁判所及び国内裁判所の関与の可能性を持つものの、欧州委員会による実質的なコントロールが機能する。

これに対してEC競争法と国内分野特殊な規制の関係は、Larouche (2000)によれば、「共存しているにすぎない」¹⁵⁴⁾。国内の分野特殊な規制はEC競争法と多くの関連性を持つものの、それは分野特殊な規制がEC競争法に反しないこと、あるいは分野特殊な規制の適用においてEC競争法が考慮されなければならないことを謳っているにすぎない。例えば、指令92/44において、専用線料金はEC競争法に従う、あるいはEC競争法は専用線に絡む係争に適用できるとされ、また指令97/33では相互接続協定はEC競争法に従う、さらに指令98/10ではEC競争法はユニバーサル・サービス規則に適用され、その音声電話料金はEC競

争法の非差別責務に従うとしている。

あとがき

本稿は欧州連合における競争法の在り方を述べてきたが、上述したように競争法が分野特殊な規制と十分に相関関係をもって行われているとはまだ言えない状況である。それは一つには欧州連合の複雑さ、さらに電気通信分野という変化の著しい分野での規制そのものの難しさに起因している。しかしEC法第81条及び第82条を中心にして、加盟各国との整合性を図っていこうとする法的枠組みはかなりしっかりしたものであり、またその執行に当たる欧州委員会と加盟各国との関係も徐々に試行錯誤しながら収束させようとしている。特に欧州委員会と加盟各国規制機関の分野特殊な電気通信法との関係は、我が国が電気通信法の体系に競争法を加味していこうという中で、参考になる点が多いのではなかろうか。

参考文献

- Australian Competition and Consumer Commission (1996), *Merger Guidelines : A Guide to the Commissions Administration of the Merger Provisions of the Trade Practices Act*
- Bishop, S. and M. Walker (1999) *The Economics of EC Competition Law*, Sweet & Maxwell, London
- Bellamy & Child (1993), *Common Market Law of Competition*, (Sweet & Maxwell, 4th ed., 1993)
- Botsch, W. (1997) *Telekommunikationsrecht*, C.H Beck, Munchen
- Boutard-Labarde, M. and Cavinet, G. (1994) *Droit francais de la concurrence*, LGDJ, Paris
- Burban, J. (1997) *Les institutions europeennes* Librairie Vuibert, Paris

154) Larouche (2000) *Competition Law and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, Oxford, p. 293

- Cairns, W. (1997) *Introduction to European Union Law*, Cavendish Publishing Limited, London
- Canadian Competition Bureau (1997), *Merger Enforcement Guidelines* (1997)
- Cini, Michelle and Lee McGowan (1998) *Competition Policy in the European Union* St. Martins Press, New York,
- EFTA Surveillance Authority (1998), *Notice on the Definition of Relevant Market for the Purposes of Competition Law within the European Economic Area*
- European Commission (1987) *Towards a dynamic European economy : Green Paper on the development of the common market for telecommunications services and equipment* (1987 Green Paper), COM (87) 290 final, July 30, 1987
- European Commission (1989) *Regulation 4064/89 of 21 December 1989 on the control of concentrations between undertakings* (1989) OJL 385/1, corrigendum in (1990) OJL 257/14, as amended by *Regulation 1310/97 of 30 June 1997* (1997) OJL 180/1
- European Commission (1989) *Regulation 4064/89 (1989)*, OJL 395/1 (1990) 4 CMLR 314
- European Commission (1991), *European Commission Guidelines on the Application of EEC Competition Rules in the Telecommunications Sector* (91/C 233/02)
- European Commission (1993), *Notice on co-operation between national courts and the Commission in applying Art. 85 and 86 of EC Treaty*, OJ 1993 C39/6
- European Commission (1997), *Commission Notice on the definition of relevant market for the purpose of Community competition law* (97/C 372/03)
- European Commission (1997) *Directive 97/33 of June 30, 1997 on interconnection in telecommunications with regard to ensuring universal service and interoperability through application of the principles of Open Network Provision (ONP)*, OJ 1997 L199/32
- European Commission (1997) *Notice on co-operation between national competition authorities and the Commission*, OJ. 1997 C313/3
- European Commission (1998), *Notice of 22 August 1998 on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector : Framework, Relevant Markets and Principles* OJC 265/2
- European Commission (2000) *Commission Working Document : Europes liberalised Telecommunications Market A Guide to the Rules of the Games*,
- Farrell, M. (1999) *EU and WTO Regulatory Frameworks* Kogan Page, London
- Garzaniti, L. (2000), *Telecommunications, Broadcasting and the Internet : E.U. Competition Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London
- Grynfoegel, C. (2000) *Droit communautaire de la concurrence* (2nd edition) LGDJ, Paris
- Hefermehl, W. (1999) *Wettbewerbsrecht · Kartellrecht*, DTV Beck-Texte, 21 Auflage, Munchen
- Les editions des Journaux officiels (1999), *Code des postes et telecommunications*, Paris
- Les editions des Journaux officiels (2000), *Code de Commerce*, Paris

- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (1997) Verordnung Nr. 1310/97 des Rates vom 30 Juni 1997 (Abl. 1997 Nr. L180/1 berichtigt in Abl. 1998 Nr. L3/16 und 40/17)
- Larouche, P. (2000), *Competition and Regulation in European Telecommunications*, Hart Publishing, Oxford.
- New Zealand Competition Authority (1996), *Business Acquisition Guidelines*
- OECD (1997) The OECD Report on Regulatory Reform, Vol. 1 : Sectoral Studies, Paris.邦訳は、山田・山本監訳「世界の規制改革（上）」（日本経済評論社）2000年、東京。第1章電気通信分野（佐々木勉訳）
- Plum, Monika and Cara Schwarz-Schilling (2000), *Marktabgrenzung im Telekommunikation-und Postsektor*, Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste, Diskussionsbeitrag, Nr. 2000, Bad Honnef, Februar 2000
- UK Office of Fair Trading (1998), *Guide to the Provisions of the Competition Act : Market Definition*
- UK OFTEL, (1998) *Effective Competition Review*
- US Department of Justice and Federal Trade Commission (1992, amended 1997), *Horizontal Merger Guidelines*
- Vogelsang and Mitchell (1997) *Telecommunications Competition-The Last Ten Miles-*, AEI and MIT Press, MA
- Waelbroeck, (1995) Price Discrimination and Rebate Policies Under E.C. Competition Law Fordham Corporate Law Institute
- <http://europa.eu.int/comm>
- 佐々木勉（2001）「新たな電気通信規制の問題点—郵政省IT競争政策第一次答申から—」規制緩和問題研究会ディスカッション・ペーパー、2001年1月26日、早稲田大学

財政再建最優先でよいのか

京都教育大学教授 田岡 文夫



はじめに

わが国の経済政策をめぐる議論は混迷している。政策目標として、景気回復、財政再建、構造改革の三つをあげることに異論はないであろう。問題はその優先順位であり、とくに議論が分かれるのは、財政再建を優先すべきか景気回復が先かである。

こうした議論で常に問題になるのが、わが国の巨額の国債発行額や発行残高である。また、額そのものの大きさだけでなく、アメリカやEUとの比較からわが国財政の危機的状況を糾弾する声は内外に多い。こうした声を背景に強く求められているのが、財政再建の最優先である。しかし、景気の低迷やデフレが再び危惧される昨今、財政再建に一意専心、着手するのは賢明な選択であろうか。

わが国の財政赤字を放置することはできないが、その危機に対する警鐘にはいささか誇張があるように思われる。そこで以下ではまず、昨今の財政再建最優先論を三つに分類して整理し、次いでわが国の財政赤字や国債残高の現状を考えるうえで念頭におかれるべきいくつかの事実を指摘する。さらに、財政再建と景気対策をどのように順序付けるべきか、あるいは財政再建と構造改革との関連についても考えてみたい。

財政再建最優先論の拠りどころ

わが国の財政赤字や国債発行残高の現状をまず整理しておこう。平成12年度の一般会計国債発行額は32.6兆円、国債依存度38.4%にのぼる。年々増加傾向をたどってきた結果、平成12年度末の国債発行残高は364兆円、その対GDP比は73%にも達すると見られている。国債以外の借入金等も加えた長期政府債務残高では数値はもっと大きくなり、平成12年度末対GDP比は97.1%に達するという。このほか地方自治体の債務を加えると深刻さはさらに増す。このようなわが国政府の債務状況を他の先進諸国との比較で見れば次のとおりである。平成10年度のわが国の長期政府債務残高の対GDP比は82%（平成12年度97.1%）である。これに対し同年度アメリカ56.5%、イギリス44.8%、ドイツ24.7%、フランス28.3%と、わが国の数値はたしかに際立っている。こうした数値やこれらにもとづくシュミレーションによって、わが国の財政再建の必要性が叫ばれているが、問題は財政赤字や国債残高累積のどのような弊害に注目するかである。ここでは財政再建を現在の最優先課題とする議論を、その論拠によって三つに分類してみよう。

まず第一は財政破綻論であり、国債依存による赤字財政の持続可能性や国債残高の返済可能性を問題にする立場である。今日のわが国のような赤

字国債による財政運営は、早晚、財政破綻さらには経済破綻を招くと見る。当否は別として、こうした立場でよく用いられるのが、年収600万円のところを毎年400万円の借金によって、1000万円の支出を続ける放漫家計のたとえである。予期せぬ巨額の収入でもない限り、このような家計はかならず破綻する。歳出削減の困難さや金利支払いを含む国債費の増額によって年々の財政赤字とともに国債残高が拡大していくと、年々の財政支出に占める国債費の割合が上昇し、いわゆる財政硬直化が進む。遅かれ早かれ国債に対する信頼は失われ、金利の暴騰を招き、国債の市中消化に困難をきたす形で財政運営がゆきづまると見る。

第二は対外弊害論である。わが国の財政赤字、国債残高の大きさは、他の先進諸国からの厳しい視線にさらされ、わが国経済の評価を低下させている。それは国際資本市場における日本企業の格下げにつながり、さらには資本調達コストを高めるなど企業の国際的な競争条件の悪化を、この立場は危惧する。

海外からこうした厳しい視線が送られるのはなぜであろうか。一つは、わが国の財政危機が顕在化すれば、わが国経済のみならず、世界経済全体に甚大な影響を及ぼすからである。しかしより重要なことは、近年先進諸国で財政赤字に対する考え方が変化してきたことである。アメリカ財政の黒字転換はよく知られているが、欧州諸国もEU発足を機に財政収支改善に努めてきた。公的部門といえども市場の評価が無視できなくなり、財政赤字は国際的に従来よりも厳しい目で見られる傾向にある。わが国の財政運営は、そうした国際経済の世論動向に逆行しているとする。

第三は構造改革阻害論である。これは、現在の赤字財政運営あるいは巨大公共投資の継続が、将来の生産力向上、活力維持のための民間の努力を阻害すること、つまり焦眉の課題である構造改革

の遅延や先送りにつながるとする立場である。不況対策として採られる公共支出の拡大が、企業の改革へのインセンティブを弱め、縮小すべき産業や退出すべき企業を延命させることで「日本的経済システム」の改革が阻害されるからである。

この議論の背後には、クラウディング・アウトがもたらす金利の上昇、それにともなう民間投資の抑制を強調する議論がある。財政赤字が資金市場において民間の資金需要と競合し、その結果、金利が上昇し民間投資が「押し出」される。この面でも新産業の誕生や新企業の設立が阻害され、「大きな政府」の弊害が顕在化する。そして将来の生産力向上につながる民間投資の抑制、資本蓄積の阻害は将来世代への負担要因となるとみなすのである。

財政赤字の別な見方

わが国の財政赤字、国債残高が現在なぜ憂慮され、早急な対策の必要性が叫ばれているかを見てきた。たしかに財政赤字を放置できないが、財政再建を唯一最重要の政策課題であるというわけにはいかない。あくまでも重要課題の一つと理解すべきである。わが国の財政危機に対してなされる最近の警告は特定の面が強調されすぎているように感じる。同じ危機ではあっても、少し視点を変えることで深刻さの度合は変わる。ここではわが国の財政赤字や国債残高に対するそうした視点をいくつかあげてみたい。

現在、国民の抱く不安の一つとして、巨額の国債返済負担の将来世代への転嫁がある。これは国債発行世代の死後、次の世代に対する増税によって国債の償還がなされる場合に生じるもので、負担の孫子への「つけ回し」としてしばしば話題になる。しかしこうした負担は世代の残す遺産や年金、社会保障その他を通じての負担や恩恵との兼ね合いで考えなければならない問題である。たし

かなことは、日本のような内国債の場合、発行時においても、償還時においても国内で利用可能な資源の量に変化があるわけではないということである。マクロ・レベルでは、この意味での「負担の先送り」は生じえないのである。したがって先にあげた借金を続ける放漫家計のたとえは当たらない。この放漫家計は借金の返済には将来、家計の消費支出を削減せざるを得ないのに対し、内国債の返済の場合、国民全体の消費支出を減らす必要はないからである。たとえとしては内国債の場合、家族内での貸借に近い。

わが国の国債は内国債であり、政府の自国民に対する債務であるが、同じ国債でも外債つまり対外債務となると話は違ってくる。対外債務は外国民に対する債務である。この間にどのような差があるかといえば、内国債の償還は資源の自国内での移動であるのに対し、対外債務の返済は資源の海外への流出であり、その分自国民の可処分資源の減少を意味する。対外純債務を負うことそのことはかならずしも不健全とはいえないが、それが将来の生産力として結実しない場合は、確実に国民の負担としてのしかかる。

対外経済の観点からつけ加えるとすれば対外決済能力の問題である。国債残高の累増にともなう対外威信の低下を指摘する向きがあるものの、経常収支の大幅黒字に加えて、わが国は世界第一位の対外純資産と外貨準備を擁している。平成9年の東アジア通貨経済危機のようにわが国の対外決済能力に支障が生じるとの危惧はほとんど杞憂に近い。

前述の三つの財政再建最優先論の根拠として共通するのは、金利水準や動向がきわめて重要な鍵を握るということである。破綻の到来時期、財政硬直化の度合、あるいは民間投資抑制やそれともなう将来への負担、いずれについてもそれが妥当する。しかしこの点について、金融安定化に対

する政策措置もあって、国債を含むわが国の金利水準はきわめて低い。この低い金利水準で現に国債が市中消化されているため、政府の金利負担は国債残高と比較して意外に低い水準にとどまっていることは注目に値する。国債利払費は平成6年度から12年度まではほぼ10.7兆円で一定の水準を維持している。また一般会計に占める国債利払費の割合で見ると、平成6年度の14.5%から12年度の12.6%までわずかながら低下傾向を示している。因みにこの間の利払費の対GDP比は、2.2%程度でほとんど一定している。

こうした数値の国際比較を試みよう。平成10年度の利払費の一般会計に占める割合あるいは利払費の対GDP比はそれぞれ日本の12.8%、2.2%（平成12年度12.6%、2.2%）に対し、アメリカ14.6%、2.8%、イギリス8.6%、2.5%、ドイツ12.3%、1.5%、フランス15.3%、3.0%で、日本の数値はかならずしも悪くない。

また、政府の債務状況の国際比較は、債務のみの比較でなく、金融資産・負債の純額で行うべきかもしれない。平成11年、日本の一般政府の金融資産411兆円に対し、負債625兆円、純額214兆円の負債であり、その対GDP比は43.2%である。これは、アメリカ48.8%よりは良く、ドイツ42.3%とほとんど同レベル、イギリス37.1%、フランス35.3%に比べて若干劣るといった程度である。

マクロ・バランスから見た政策課題

それでは、財政再建や景気対策、構造改革を現在の政策課題としてどのように位置づければよいのだろうか。それには意外にもマクロ経済学の原点に立ち帰るのが有効である。国民経済計算の初歩的な議論から導出されるマクロ・バランスの考え方に沿って考えてみよう。それによれば、一国の財政赤字、貯蓄超過、経常収支の間には常に次

の恒等関係が成立する。

貯蓄超過 $\equiv$ 財政赤字 $+$ 経常収支

ただし上式はこれら三者の間の因果関係を示唆するものではない。これを現在のわが国のケースにあてはめると、大きな財政赤字と大きな経常収支黒字があり、両者の合計に相当するさらに大きな貯蓄超過が存在するということである。平成11年の数値で495兆円のGDPの下で、41兆円の財政赤字と11兆円の経常収支黒字は必然的に52兆円の貯蓄超過の存在を意味する。

こうしたマクロ・バランス恒等式から、われわれは日本経済の現状と政策課題について次のようなメッセージが読みとれる。まず第一に、財政再建つまり財政赤字の縮小は、経常収支黒字の拡大か貯蓄超過の縮小、あるいはその両方があるてはじめて可能になるのである。かりに経常収支は不変であるとしよう。この場合、財政赤字の縮小には貯蓄超過の縮小が不可欠である。その場合、貯蓄超過の縮小が投資の拡大で実現すれば問題はないが、日本経済の現状では、産出水準や所得水準の低下にともなう貯蓄の減少によって実現するであろう。それは不況やデフレの深刻化以外の何ものでもない。

日本経済の場合、事情は逆で、「はじめに貯蓄超過ありき」である。この大きな貯蓄超過の下で、産出水準や雇用水準を維持するには、財政出動が必要であり、財政赤字が不可欠であったのである。この意味で、これまでの財政出動がクラウドイング・アウトによって民間投資を縮小したとは考え

られず、とくに貯蓄拡大の原因になったとは考えにくい。それどころか、それがなければ確実に景気の落ち込みははるかに大きかったはずである。低い金利水準が何よりもそのことを如実に示している。

いま一つのメッセージは不況やデフレを回避しながらの財政再建は、それと歩調を揃えた民間投資の拡大、あるいは貯蓄を縮小する消費の拡大があつてはじめて可能となるということである。過小な投資と消費の下、これだけの財政支出によりかろうじて現在の産出水準が維持できるというのは、経済の姿としてはいびつである。そのいびつさは原因から改善されなければならない。これはまさにいま一つの政策課題である構造改革のめざすところである。民間投資が活発化して新産業や新企業を立ち上げ、わが国の生産活動の成果をわが国自身が有効に使える状況を整備することが構造改革に求められている。つまり財政再建は構造改革が進む限りにおいて可能なのである。

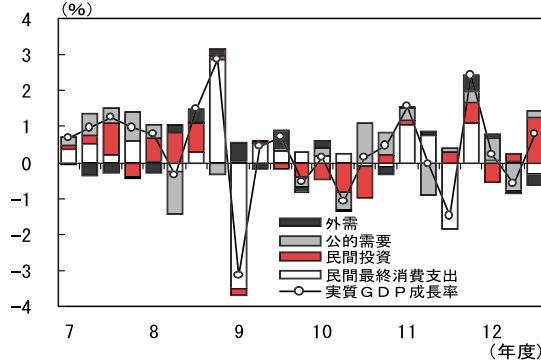
現在、景気は低迷から後退へ、さらにデフレへと進行する可能性がある。財政危機だけが破滅的なのではない。巨額の不良債権を未処理のまま迎えるデフレ危機も破滅的である。デフレ危機の進行するなかで、歳出削減努力による財政再建が果たしてありえようか。これを考えると財政支出について求められることは、その大枠は維持しながら、内容や内訳は構造改革を促進するものでなければならないということである。



景気の現状

○国民所得統計速報・・・10-12 月期の実質 GDP は、前期比+0.8%と 2 四半期ぶりのプラス成長に

実質 GDP 成長率(季調済み前期比、%)と需要項目別寄与度



実質 GDP 需要項目別伸び率(寄与度)の推移

		平成 10年度	平成 11年度	11年度 1-3月	12年度 4-6月	7-9月	10-12月
実質国内総生産	前期比	▲0.6	1.4	2.4	0.2	▲0.6	0.8
国内民需	寄与度	(▲1.2)	(0.8)	(1.7)	(▲0.5)	(0.3)	(0.9)
民間最終消費	前期比	1.3	1.5	2.0	0.1	0.0	▲0.6
民間住宅	前期比	▲10.4	5.1	4.6	▲5.4	0.5	4.4
民間企業設備	前期比	▲5.2	▲1.0	1.9	▲2.5	1.5	6.8
民間在庫	寄与度	(▲0.6)	(▲0.1)	(0.1)	(0.1)	(▲0.0)	(0.0)
公的需要	寄与度	(0.5)	(0.6)	(0.3)	(0.6)	(▲0.8)	(0.2)
政府最終消費	前期比	2.5	4.0	1.0	1.2	0.5	0.9
公的固定資本	前期比	1.8	▲0.7	1.5	5.4	▲10.7	0.8
政府在庫	寄与度	(▲0.0)	(0.0)	(0.0)	(▲0.0)	(▲0.0)	(0.0)
外需	寄与度	(0.2)	(0.0)	(0.8)	(0.0)	(▲0.1)	(▲0.3)
輸出	前期比	▲3.7	5.3	4.4	4.0	0.2	0.6
輸入	前期比	▲6.6	6.2	0.4	3.9	0.3	4.5

(年度) (注) 括弧内の数字は寄与度。年度の伸び率は前年度比。

《ポイント》

- ・「四半期別国民所得統計速報」によると、平成 12 年 10-12 月期の実質 GDP は、設備投資や住宅投資が全体を下支えし、季調済み前期比で+0.8% (年率+3.2%)と 2 四半期ぶりのプラス成長となった。
- ・需要項目別にみると、設備投資は前期比+6.8%、住宅投資は同+4.4%と高い伸びを示し、共に 2 四半期連続のプラスとなった。一方、消費は同-0.6%と 7-9 月期の横ばいからマイナスに転じた。この結果、国内民需は前期比寄与度+0.9%ポイントとなった。公的需要は、政府最終消費支出が前期比+0.9%、公的固定資本形成が前期比+0.8%と 2 四半期ぶりにプラスに転じ、前期比寄与度+0.2%ポイントとなった。この結果、内需は同+1.1%ポイントと 2 四半期ぶりにプラス寄与となった外需は、輸出が前期比+0.6%と小幅な伸びにとどまる一方、輸入が同+4.5%と高い伸びを示したため、外需の寄与度は前期比-0.3%ポイントとなった。

(出所:内閣府 3 月 12 日発表)

【概要】

全体

- ・景気の改善に、足踏みがみられる。アメリカ経済の減速から輸出が減少し、それに伴い、生産がここところ弱含んでいる。失業率はこれまでの最高水準で推移し、個人消費はおおむね横ばいの状態が続いている。企業収益や設備投資は増加しており、自律的回復に向けた動きは続いている。先行きについては、アメリカ経済の減速や設備投資に鈍化の兆しなど、懸念すべき点がみられる。公共投資は、総じて低調に推移しているが、工事の受注にはこのところ前年を上回る動きがみられる。

内需面

- ・1 月の実質家計消費支出：前年同月比-0.5% (2 か月ぶりの減少)。
- ・1 月の新設住宅着工戸数：年率換算値で 120.4 万戸 (3 か月連続の 120 万戸台)。
- ・1 月の機械受注(船舶・電力を除く民需)：前月比-11.8% (2 か月ぶりの減少)。
- ・1 月の公共工事請負金額(前払金保証実績)：前年同月比-17.1% (8 か月連続の減少)。

外需面

- ・1 月の通関貿易収支：-957 億円 (4 年振りの赤字)。

生産面

- ・1 月の鉱工業生産指数：前月比-3.9% (2 か月ぶりに低下)。
- ・1 月の在庫率指数(=在庫/出荷)：前月比+2.6% (2 か月連続の上昇)。

雇用面

- ・1 月の完全失業率：4.9% (既往最悪水準で前月比横ばい)。
- ・1 月の有効求人倍率：0.65 倍 (1 年 8 か月ぶりの悪化)

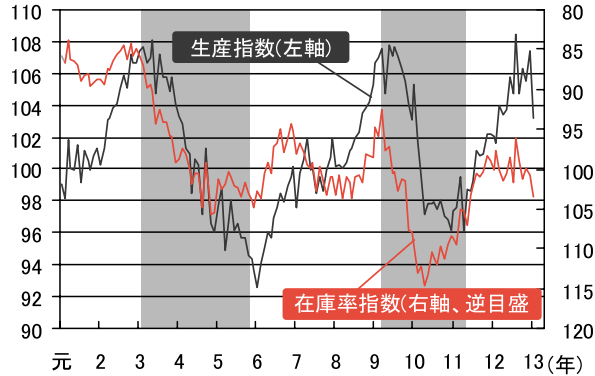
物価面

- ・1 月の全国消費者物価(生鮮食品を除く総合)：前年同月比+0.1%。2 月の国内卸売物価：同-0.4%。

生産

○鉱工業生産…… 1月の鉱工業生産指数は前月比-3.9%と2か月ぶりに低下

(平成7年=100)



《ポイント》

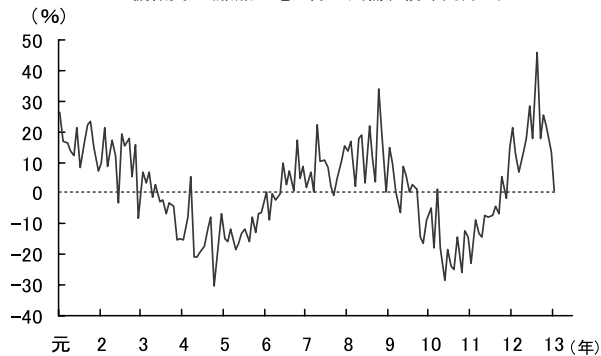
- ・出荷指数は前月比-3.9%と2か月ぶりに低下。在庫指数は同+0.6%と3か月ぶりに上昇。在庫率指数は前月比+2.6%と2か月連続で上昇。
- ・生産予測指数は、2月が前月比+2.7%、3月が同-1.4%と見込まれている。
- ・経済産業省は総括判断を「緩やかな上昇」から「横ばい傾向」へと、2か月連続で下方修正し、「今後の動向を注視していく必要がある」とした。

(出所：経済産業省 2月28日発表)

設備投資

○機械受注(船舶・電力を除く民需、季節調整値)…… 1月は前月比-11.8%

機械受注(船舶・電力除く民需、前年同月比)



(注) グラフは原数値

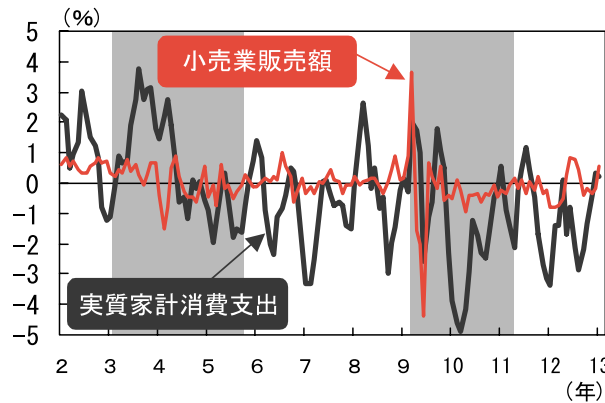
《ポイント》

- ・製造業、非製造業ともにマイナスとなり、予想を上回る大幅なマイナスとなった。通信業などがプラスとなったものの、電気機械を中心に幅広い業種でマイナスとなった。(出所：内閣府 3月8日発表)
- ・1月の資本財出荷指数(除く輸送機械、季節調整値)は前月比-5.4%と2か月ぶりに低下。
- ・1月の建築着工床面積(民間非居住用)は前年同月比-25.1%と5か月連続で減少。

(出所：国土交通省 2月28日発表)

家計

○実質家計消費支出…… 1月は前年同月比-0.5%と2か月ぶりの減少



(注) 3か月移動平均。シャドーは景気後退期を表す。

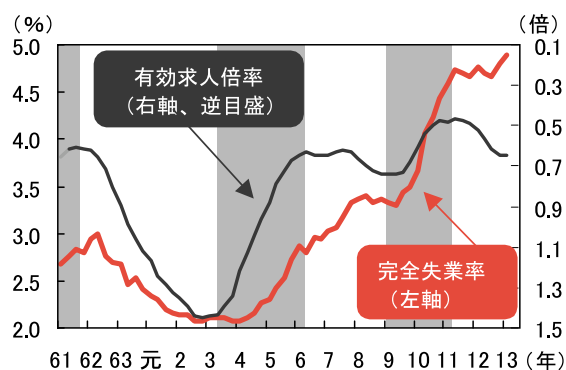
《ポイント》

- ・世帯別では、勤労者世帯は可処分所得が2か月連続で減少し、実質消費支出は前年同月比横ばい。勤労者以外世帯の消費も同横ばい。財・サービス別の実質増加率への寄与は、一般家具等の家庭用耐久財が好調なことから耐久財が増加寄与する一方、被服関連等の半耐久財の減少寄与が続いている。
- ・小売業販売額は、前月比+2.2%と3か月ぶりに増加。6費目中、各種商品小売業(同+5.9%)、家庭用機械器具小売業(同+5.6%)等5費目が増加した。

(出所：総務省 3月8日発表
経済産業省 2月26日発表)

雇 用

○完全失業率（季調値）……1月は4.9%と2か月連続の既往最悪水準



(注) 四半期平均。但し、平成13年第1四半期は1月値。
シャドーは景気後退期を示す。

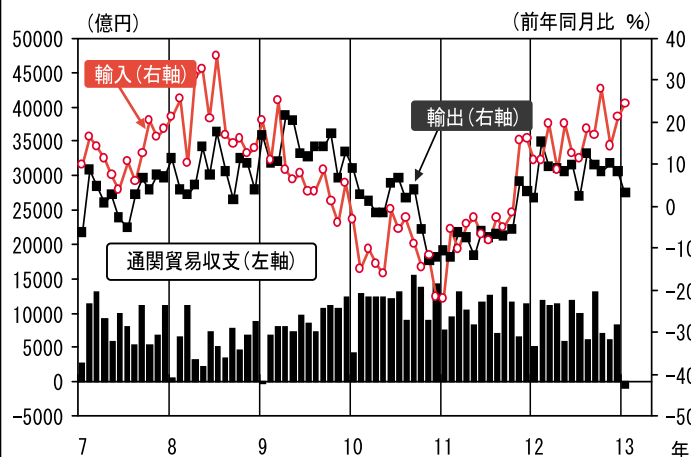
《ポイント》

- ・12月に続き4.9%と既往最悪（12月分は季節調整替えに伴い4.8%から4.9%へ修正）。足下の悪化は、労働市場への女性の新規参入者増加の影響が大きいといえる。女性の失業率は3か月連続で悪化している。
- ・有効求人倍率（季調値）は、前月比-0.01ポイントの0.65倍と1年8か月ぶりに低下した。これは、有効求職者数が前月比で横ばいとなった一方、有効求人数が同-1.8%と、平成11年12月以来の減少に転じたことによるものである。

(出所：総務省、厚生労働省
3月2日発表)

国 際 収 支

○通関貿易収支……1月の通関貿易収支は4年振りの赤字



《ポイント》

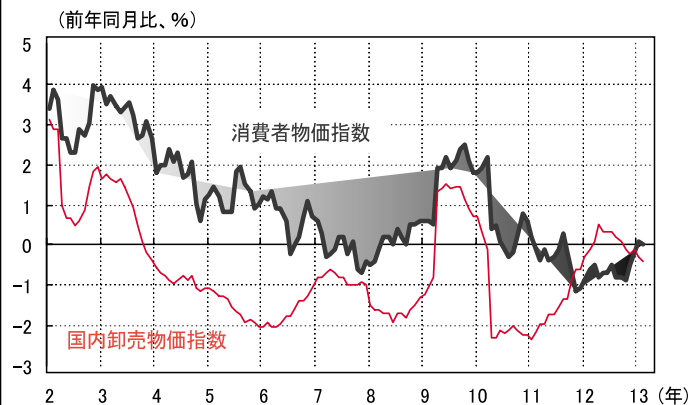
- ・輸出は、アジア向けが前年同月比で20か月連続、米国向けが6か月連続のプラスとなった。EU向けが2か月振りにマイナスに転じたことから、全体では同+3.2%と15か月連続のプラスとなったが、伸率は減少した。
- ・輸入は、EUからの輸入が2か月連続のプラスとなり、米国及びアジアからの輸入もプラスを続けたため、全体では同+24.4%と15か月連続のプラスとなった。
- ・この結果、通関貿易収支は、-957億円と4年振りに赤字となった。

(出所：財務省2月27日発表)

物 価

○全国消費者物価……1月の全国の指数は前年同月比+0.1%、コアで同-0.5%

○国内卸売物価……2月は前年同月比-0.4%

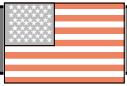


《ポイント》

- ・消費者物価指数：項目別では自動車等関係費(同+1.3%)、家賃(同+0.4%)等が上昇したが、通信(同-5.8%)、外食(同-1.4%)、家庭用耐久財(同-7.0%)等が下落した。
- ・国内卸売物価指数：項目別では石油・石炭製品(同+8.9%)等が上昇したが、電気機器(同-4.2%)、農林水産物(同-1.2%)、電力・都市ガス・水道(同-0.7%)等が下落した。前年同月比マイナスは5か月連続。

(出所：総務省 3月2日発表)

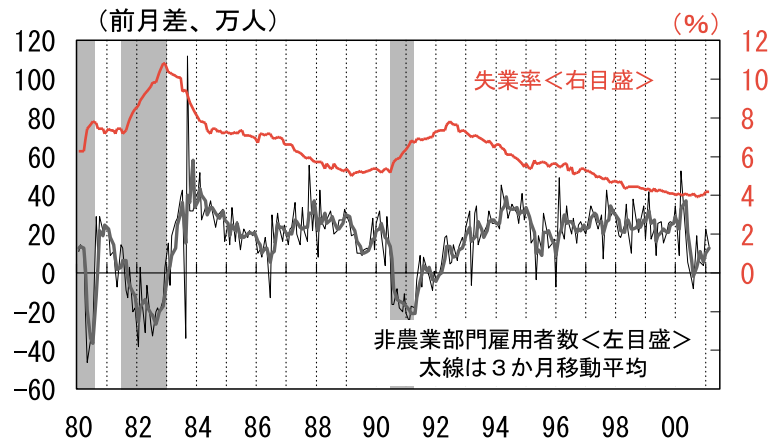
(出所：日本銀行3月8日発表)



米 国 経 済

景 気 の 現 状

○雇用の現状・・・2月の非農業部門雇用者数は、前月差+13.5万人の増加



(注) シャドーは景気後退期を示す。

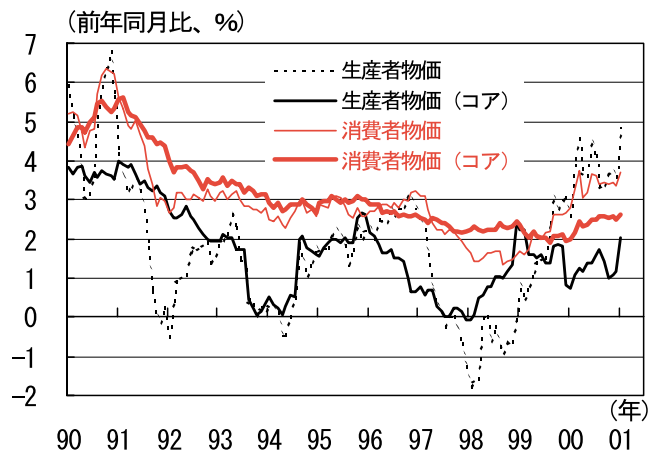
《ポイント》

- ・2月の非農業部門雇用者数は、前月差+13.5万人となり、2か月連続して10万人を上回る増加となった。内訳をみると、建設業は同+1.6万人と増加したものの、製造業は同-9.4万人と7か月連続の減少となり、財生産部門では同-7.5万人の減少となった。サービス生産部門全体では同+21.0万人の増加となり、全体の雇用の増加を押し上げた。2000年の後半以降、雇用の増加ペースが急速に鈍化していたが、年初以降はやや堅調さを取り戻しつつあることを窺わせている。ただし、新規失業保険請求件数も増加基調となっており、景気の急速な落ち込みを受けて企業の雇用削減計画も相次いで発表されており、今後の雇用の増加には、懸念材料も残されている。
- ・1月に前月より0.2%ポイント上昇した失業率は、2月は横ばいの4.2%となった。インフレ関連指標とされる平均時給は、前月比+0.5%とやや高めの上昇率となっている。(出所：労働省 3月9日発表)

物 価

○生産者物価指数(1月)・・・季節調整済み前月比+1.1%の上昇

消費者物価指数(1月)・・・季節調整済み前月比+0.6%の上昇

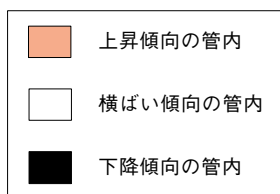


《ポイント》

- ・1月の生産者物価指数は、前月比+1.1%と、90年9月以来の高い上昇率となった。エネルギー価格の上昇もあるが、変動の大きい食品とエネルギーを除いたコアも、前月比+0.7%とやや高めの上昇率となっている。
 - ・1月の消費者物価指数は、エネルギー価格が前月比+3.9%上昇したことも影響し、総合が同+0.6%の上昇となった。コアは同+0.3%の上昇と落ち着いているもの、サービス価格がやや上昇している。
- (出所：労働省 2月16日発表)
同 2月21日発表)

地域経済

総合的な指標の動き



《12月の動き》

- ・上昇傾向の管内：北海道、東北、関東、信越、北陸、東海、四国、九州、
- ・横ばい傾向の管内：東京、近畿、中国、沖縄
- ・下降傾向の管内：なし

※ 以下の指標を用いて郵政局管内別地域経済総合指標（C I）を作成し、後方3か月移動平均後の前月比増減をもとに傾向を判断する。

一致指標…鉱工業生産（季節調整値）、有効求人倍率（季節調整値）、大型小売店販売額（店舗調整済）、入域観光客数（沖縄のみ）

先行指標…新設住宅着工戸数、建築着工床面積（商工業・サービス用）、新車販売台数（乗用車）

遅行指標…実質家計消費支出

※ 景気判断には13年3月9日現在発表の指標を用いており、今後新しい指標の公表や改定により判断を変更する場合がある。

（○：上昇、—：横ばい、×：下降）

	11年12月	12年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
北海道	○	○	○	○	—	—	○	○	○	○	○	○	○
東北	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
関東	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
東京	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	—	—
信越	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
北陸	○	○	○	○	○	○	○	○	○	—	—	○	○
東海	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
近畿	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	—
中国	○	○	○	○	○	○	○	—	—	○	○	—	—
四国	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
九州	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
沖縄	○	○	○	○	○	—	○	○	—	×	—	○	—
全国	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	—	—

主要経済指標の動き

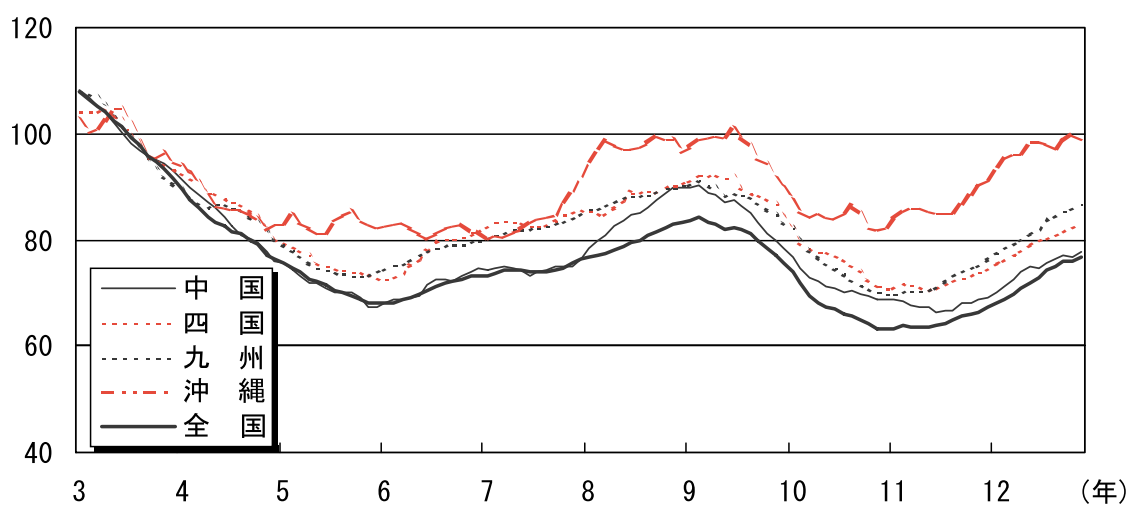
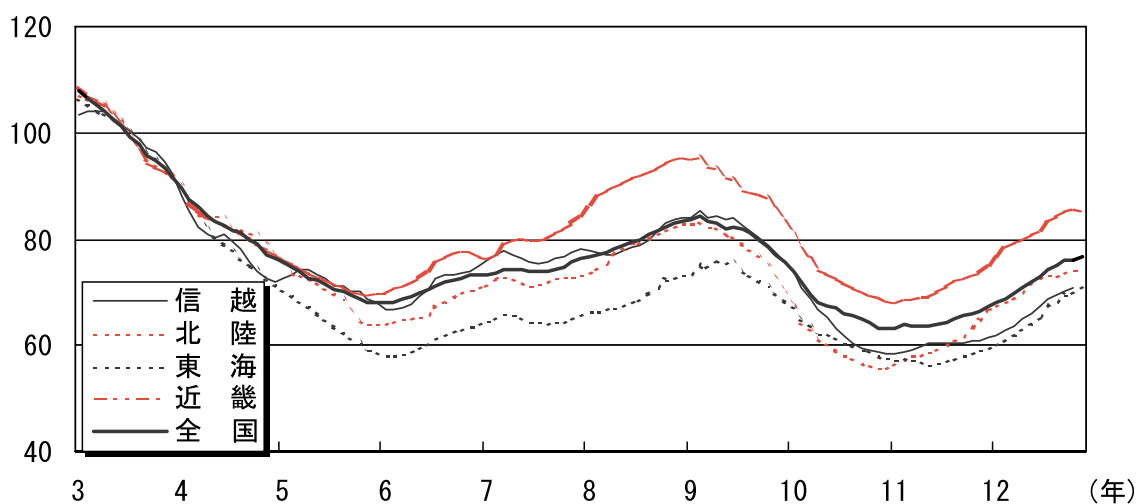
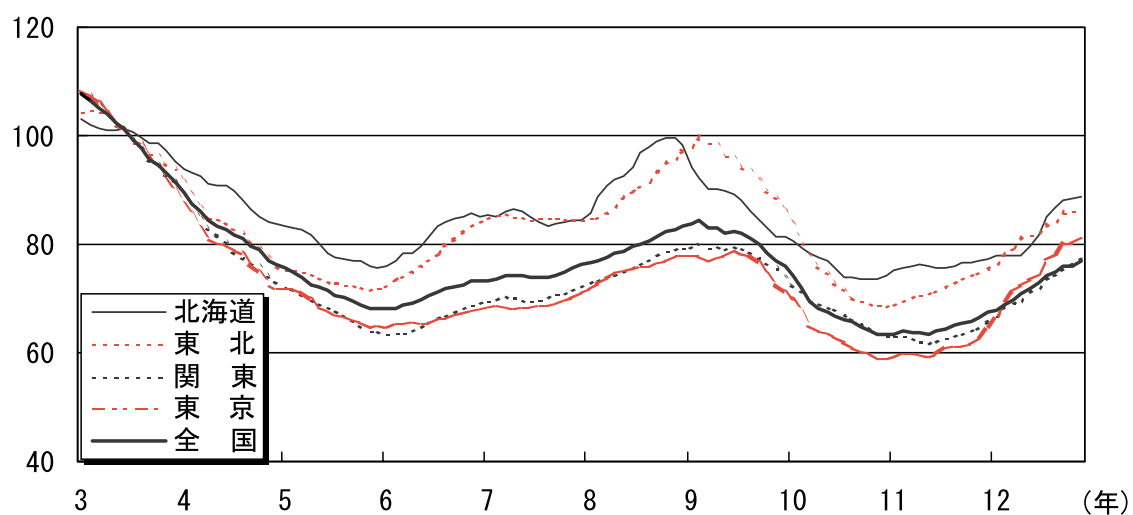
鉱工業生産指数（季節調整値）は、関東等5管内が前月比上昇、沖縄等7管内が同下降となった。有効求人倍率（季節調整値）は、信越等10管内が前月差改善、東北及び沖縄管内が同横ばいとなった。大型小売店販売額（店舗調整済）は、全管内が前年比減少となった。建設関連の指標のうち新設住宅着工戸数は、東京等7管内が前年比増加、中国等5管内が同減少となった。建築着工床面積は、信越等6管内が前年比増加、北海道等6管内が同減少となった。新車販売台数については、東海等10管内が前年比増加、北海道及び東京管内が同減少となった。実質家計消費支出は、東京等5管内が前年比増加、信越等6管内が同減少、東海管内が同横ばいとなった。

	北海道	東北	関東	東京	信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全国
鉱工業生産指数（季節調整値、前月比）①	-1.5	-2.2	2.9	0.7	-1.9	-2.5	2.1	-1.9	1.4	0.5	-0.9	-2.6	1.8
有効求人倍率（季節調整値、前月差）②	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.01	0.00	0.01
大型小売店販売額（店舗調整済、前年比）③	-3.4	-5.0	-8.3	-1.1	-2.8	-7.9	-8.1	-5.6	-5.5	-5.7	-5.5	-10.2	-5.5
新設住宅着工戸数（前年比）④	-1.8	-2.7	15.7	23.2	-0.4	11.2	6.1	15.5	-3.1	-2.9	10.0	13.2	10.6
建築着工床面積（商工業・サービス用、前年比）④	-45.1	39.6	-7.2	-27.9	65.7	38.3	5.1	-47.0	46.4	-7.5	12.1	-60.8	-9.2
新車販売台数（乗用車、前年比）⑤	-1.2	4.3	6.5	-0.4	0.1	8.1	10.1	5.3	3.1	6.5	2.7	3.9	5.1
実質家計消費支出（前年比）⑥	-6.2	-3.0	1.4	9.2	-16.0	-13.2	0.0	0.2	5.9	-2.0	2.0	-14.4	0.8
C I（平成3年=100、後方3か月移動平均）	88.9	86.1	77.6	81.2	71.3	74.6	71.0	85.5	77.8	83.1	86.7	98.9	76.8
C I（平成3年=100、後方3か月移動平均、前月比）	0.6	0.1	1.8	1.1	0.7	0.5	1.7	-0.1	1.3	1.0	1.2	-0.9	1.2

（資料）①：経済産業省、各都道府県 ②：厚生労働省 ③：経済産業省 ④：国土交通省 ⑤：日本自動車販売協会連合会 ⑥：総務省
 なお、管内ごとのデータについては、各都道府県別データをもとに郵政研究所にて集計

地域経済の動向

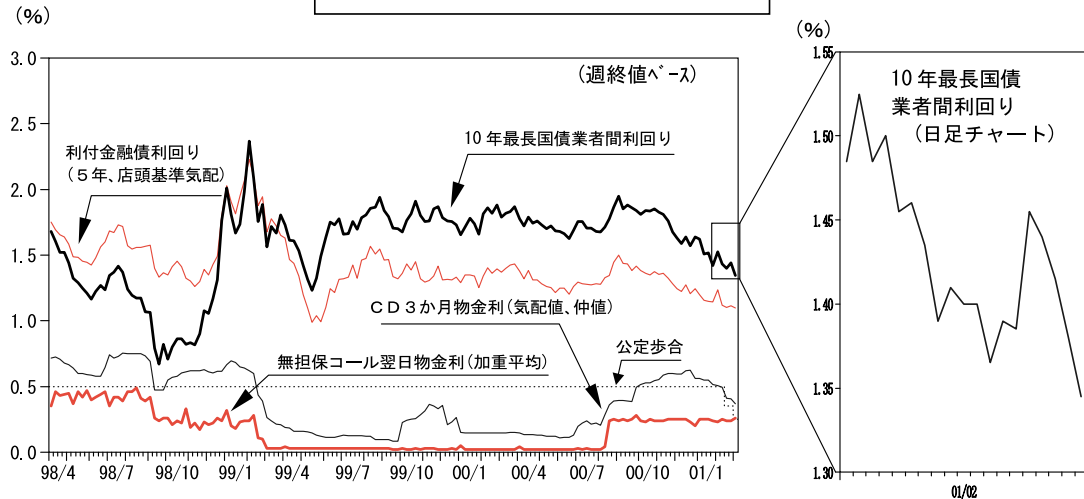
管内別地域経済総合指標（平成3年＝100、後方3か月移動平均）の推移





金 融 市 場 (2 月 期)

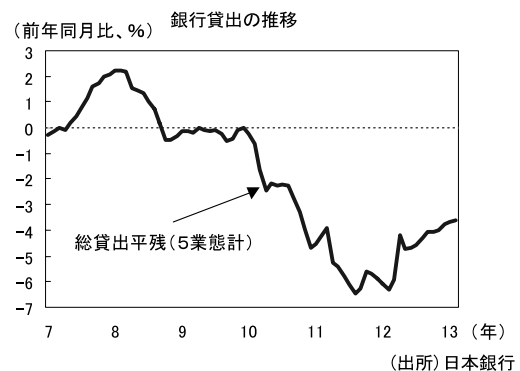
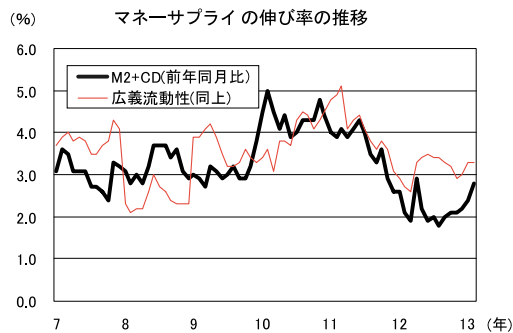
国 内 金 利



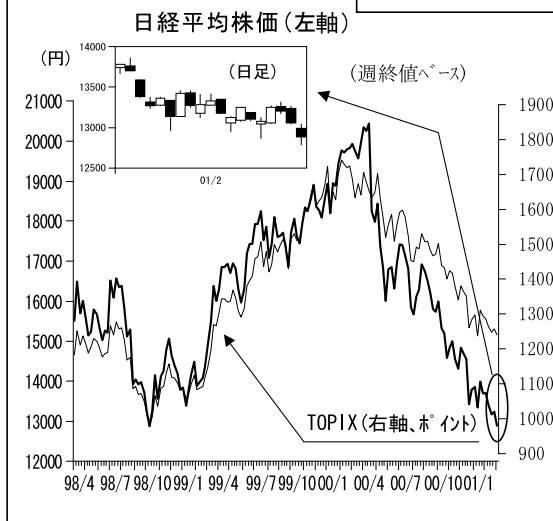
- ・ 2月の無担保コール翌日物金利は、0.23～0.28%で推移した。
(無担保コール翌日物加重平均金利：0.26% 2月28日現在)
- ・ 2月のCD 3か月物金利は、9日に0.39%、13日に0.35%で出合いが見られた。
(CD 3か月物金利 売り気配値：0.29% 2月28日現在)
- ・ 2月上旬の10年最長国債利回り(業者間)は、株価の続落や経済財政諮問会議で日銀に量的緩和を求める意見が出たことから、9日に日銀金融政策決定会合を控えて、金融緩和期待の高まりを背景に低下し、9日は機械受注のマイナス見通しや公定歩合引き下げとの一部報道を受けて1.425%まで低下。
中旬は、日銀による流動性供給方法の改善や公定歩合の引き下げを受けて低下し、14日に1.360%まで低下。その後は公明党幹部による首相退陣要求の一部報道をきっかけに利益確定売りが出て、1.4%台前半で推移。17日のG7は日本に追加的な金融緩和を期待する内容を受け止められ、19日に1.355%まで低下。
下旬は、金融機関に不良債権の最終処理を促す閣僚の発言から、先行きデフレ懸念が高まる中、好調な10年債入札結果や軟調な株価を受けて、22日に1.345%まで低下後、利食い売りで1.4%台に上昇。その後は、S&Pの国債格下げがあったが、日銀の田谷審議委員と山口副総裁の金融緩和に柔軟な発言を受けて低下し、28日には予想を大幅に下回った鉱工業生産や株価の下落、さらには日銀による予想外の利下げを受けて、1.300%まで低下。
(10年最長国債業者間利回り 引け値：1.345% 2月28日現在)

マ ネ ー サ プ ラ イ

- ・ 2月のM2+CD(平残)は、CDの伸び率拡大などから、前年同月比+2.7%と3か月連続で伸び率が拡大。準通貨は同-0.4%と15か月連続でマイナスとなるも、3か月連続でマイナス幅が縮小。
- ・ 2月の貸出平残の5業態計は、前年同月比-3.6%と38か月連続でマイナスとなるも、マイナス幅は縮小。貸出債権流動化など特殊要因を調整したベースでも、前年同月比-1.6%とマイナス幅は縮小。

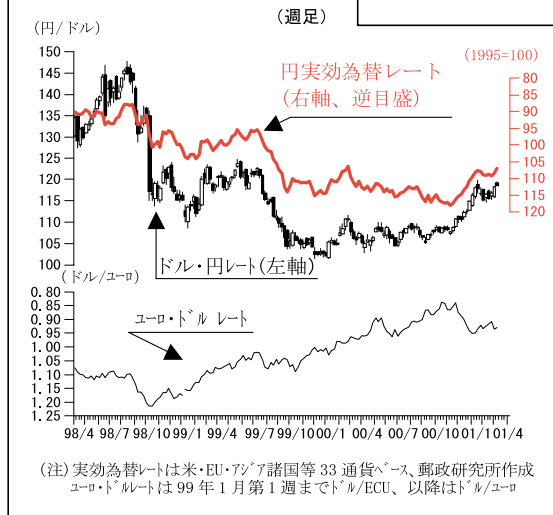


国内株式



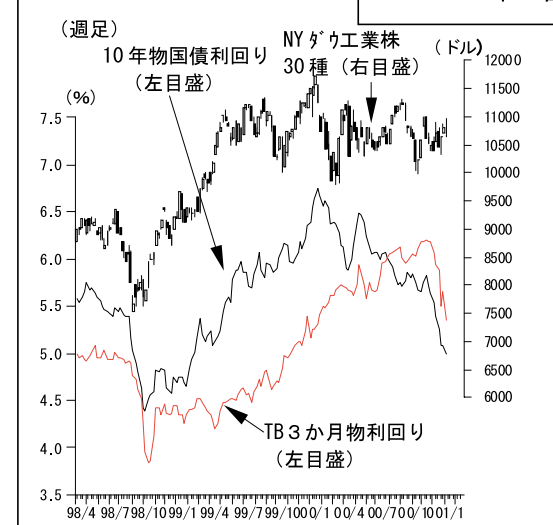
- 2月上旬は、下落後の値ごろ感から7日に、日銀が公定歩合の引き下げを決定すると一部の報道等から9日に反発したが、持合解消の売りやハイテク企業業績に対する不透明感、前期比マイナスとなった7-9月期 GDP 二次速報の結果等から、総じて下落基調で推移。
 - 中旬は、14日、15日と首相辞任関係報道による政権交代への期待等から続伸したが、ハイテク企業業績に対する懸念、月例経済報告での景気判断の下方修正、米ナスダックの大幅安等から総じて下落基調で推移。19日には昨年来安値を更新。
 - 下旬は、株価対策への期待等から反発して始まったが、ハイテク企業業績の下方修正や米ナスダックの下落等から、21日、22日と昨年来安値を更新。23日には不良債権処理促進策への期待等から反発したが、その後もハイテク企業業績に対する懸念、持合解消の売りや鉱工業生産指数の低下等から下落して推移。27日、28日と年初来安値を更新。28日には、98年10月以来の13000円割れに。
- (日経平均株価終値:12883.54円 2月28日現在)

為替



- 2月上旬は動意に乏しい方向感のない展開で114円台～116円台での揉みあいが続いたが、9日の公定歩合の引下げで117円台に。
 - 中旬は首相退陣論による日本株価の上昇や14日に日銀総裁が金融政策の量的緩和に懐疑的な見解を示したことややや値を戻したが、その後は115円台～116円台での揉みあいが続いた。
 - 下旬は、S&Pによる日本国債の格下げ、日米双方の株価の軟調、米消費者信頼感指数、日本鉱工業生産指数等の弱い経済指標等、円、ドルともに売り買い材料が交錯し、揉みあう展開が続いたが28日の日銀の追加利下げで円安基調に。
 - ユーロは、トルコのリラ変動相場制への移行で下落する場面もあったが、米国経済の減速感と日本経済の不透明感等から対ドル、対円とも堅調に推移した。
- (ドル・円レート東京終値:116.42/45円 2月28日現在)

米国金融



- 2月上旬の10年物国債利回りは、雇用統計で雇用者数の増加が見られたことや、四半期毎の国債入札などから、金利は一時的に上昇した。中旬は、次の利下げ幅が小幅に留まるとの見方から、やや上昇する場面もあったが、概ね低水準で推移した。下旬は、株価の下落や消費者信頼感指数の低下などを受けて金融緩和期待が高まり、金利は5%を下回る水準まで低下した。(10年物国債利回り終値:4.90% 2月28日現在)
 - 2月上旬のNYダウは、年後半の景気回復期待感から一時11000ドル台に達するなど、堅調に推移した。中旬は、ハイテク企業の業績見通しの下方修正などから、ナスダック指数は下落を続けたものの、ダウはもみ合いの展開となった。下旬は、企業業績に対する懸念が一段と強まる中、FRB議長の下院議会証言から緊急利下げの可能性が薄れたことを嫌気し、10500ポイントを割り込んだ。
- (NYダウ終値:10495.28ドル 2月28日現在)

日本経済主要経済指標(1)

	1999 3 Q	4 Q	2000 1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
鉱工業生産	100.4	101.8	102.6	104.3	106.0	106.4
前期比	2.7	1.3	0.8	1.7	1.6	0.4
前年比	2.7	5.3	4.5	6.6	5.5	4.6
鉱工業出荷	102.1	104.1	104.6	106.5	108.8	108.2
前期比	3.0	2.0	0.4	1.8	2.1	-0.5
前年比	3.1	5.7	4.4	7.5	6.6	3.9
うち資本財（除く輸送機械）	101.9	101.9	109.5	107.4	113.0	116.1
前期比	3.0	0.1	7.4	-1.9	5.2	2.7
前年比	-2.3	2.1	6.4	8.6	10.9	13.9
鉱工業在庫	95.1	94.0	94.8	95.7	95.3	95.7
前期比	-1.6	-1.2	0.9	0.9	-0.4	0.5
前年比	-8.8	-7.3	-3.5	-1.0	0.1	1.9
在庫率指数	101.2	99.2	99.3	100.2	98.9	100.6
前期比	-3.8	-1.9	0.0	0.9	-1.3	1.8
前年比	-8.8	-9.6	-7.9	-4.8	-2.3	1.4
稼働率指数	96.2	96.7	98.5	99.0	100.1	98.7
前年比	1.4	3.2	3.9	6.3	4.1	-1.4
第三次産業活動指数	103.9	104.2	104.8	106.0	106.5	106.8
前月比	0.7	0.2	0.6	1.2	0.4	0.3
前年比	1.8	2.5	2.0	2.8	2.4	2.5
実質可処分所得（勤労者世帯）	98.2	97.3	98.2	98.4	97.7	96.4
前期比	-1.5	-0.9	0.9	0.2	-0.7	-1.3
前年比	-3.2	-2.9	-1.7	-1.2	-0.5	-0.9
実質消費支出（勤労者）	97.5	96.2	96.9	97.8	95.7	95.6
前期比	-0.6	-1.4	0.7	1.0	-2.1	-0.1
前年比	-0.7	-3.1	-0.2	-0.3	-1.8	-0.6
消費水準指数（勤労者）	97.7	96.3	96.8	99.1	96.7	96.6
前期比	-1.1	-1.4	0.5	2.4	-2.5	-0.1
前年比	-1.2	-3.7	-1.1	0.3	-1.1	0.3
平均消費性向（勤労者）	72.0	71.6	71.5	72.0	70.9	71.9
小売販売（商業販売統計）	93.3	93.0	90.9	91.4	92.2	91.6
前期比	-0.5	-0.3	-2.3	0.6	0.8	-0.7
前年比	-1.9	-1.4	-3.0	-2.5	-1.2	-1.5
東京百貨店売上（店舗調整）	-3.5	-1.8	0.9	-2.8	-0.6	-0.4
大型小売店販売（店舗調整）	-3.8	-4.8	-3.2	-5.4	-5.9	-5.5
新車登録台数（年率・万台）（含む軽）	418.1	405.5	434.0	435.3	422.6	420.1
前期比	-0.5	-3.0	7.0	0.3	-2.9	-0.6
前年比	1.7	-3.7	3.0	3.6	1.1	3.6
有効求人倍率	0.47	0.49	0.52	0.56	0.62	0.7
前年差	-0.03	0.02	0.04	0.10	0.14	0.16
新規求人倍率	0.88	0.91	0.95	1.02	1.10	1.1
完全失業者（万人）	320	316	324	315	314	327
前年差	11	5	4	-1	-2	3
完全失業率	4.7	4.7	4.8	4.7	4.7	4.8
所定外労働時間（製造業：30人以上）	13.5	14.7	14.7	15.0	15.4	16.4
NSA 前年比	4.6	7.8	13.6	15.7	13.5	11.8
常用雇用指数（5人以上）	101.6	101.5	101.6	101.3	101.4	101.5
前期比	0.0	0.0	0.0	-0.3	0.1	0.1
前年比	-0.2	-0.2	-0.2	-0.3	-0.2	-0.1
現金給与総額（5人以上）	100.6	100.0	101.6	101.6	101.1	100.2
前期比	0.0	-0.6	1.6	0.1	-0.5	-0.9
前年比	-0.6	-0.8	0.6	1.0	0.5	0.2
取引停止処分	2,725	2,977	3,028	3,016	3,140	2,973
前年差	-619	94	1,079	418	415	-4
倒産負債総額（10億円）	2,949	1,434	2,458	4,497	6,417	10,616
前年差	-40	-43	-2,291	76	3,468	9,182
単位労働コスト*	101.7	99.7	100.6	98.7	96.8	95.5
前期比	-2.6	-1.9	0.8	-1.9	-2.0	-1.3
前年比	-3.4	-5.9	-3.9	-5.5	-4.9	-4.2

（注） 注記なきものは、季節調整済み系列。単位労働コストは、常用雇用指数×現金給与総額/鉱工業生産指数で定義。

2000 4	5	6	7	8	9	10	11	12	2001 1	2	3
103.4 −0.6 7.6	103.7 0.3 5.1	105.7 1.9 7.2	104.8 −0.9 5.5	108.4 3.4 7.1	104.7 −3.4 3.9	106.3 1.5 5.4	105.5 −0.8 3.2	107.4 1.8 5.1	103.2 −3.9 1.1	106.0 2.7 4.3	104.5 −1.4 0.5
105.1 −0.6 0.6	105.8 0.7 1.4	108.7 2.7 4.7	106.7 −1.8 0.9	110.9 3.9 5.5	106.9 −3.6 1.0	107.9 0.9 −0.7	107.5 −0.4 0.7	109.3 1.7 −1.4	105.2 −3.8 −1.6	(2−3月は 予測値)	
104.5 −9.3 10.2	105.5 1.0 4.8	112.2 6.4 10.9	108.4 −3.4 7.4	117.0 7.9 14.9	113.6 −2.9 10.4	110.3 −2.9 12.8	115.2 4.4 9.7	122.8 6.6 19.2	116.2 −5.4 8.3		
96.0 0.4 −1.3	95.5 −0.5 −1.1	95.5 0.0 −0.6	95.4 −0.1 0.2	95.7 0.3 0.5	94.7 −1.0 −0.3	96.1 1.5 2.0	95.6 −0.5 1.4	95.5 −0.1 2.2	96.1 0.6 1.9		
101.5 1.5 −3.6	100.5 −1.0 −6.2	98.5 −2.0 −4.6	101.6 3.1 −0.6	96.0 −5.5 −4.5	99.0 3.1 −1.9	101.3 2.3 1.0	99.8 −1.5 1.4	100.8 1.0 1.8	103.4 2.6 3.2		
98.1 7.1	98.6 4.9	100.4 7.0	100.0 5.0	102.3 6.0	98.0 1.2	99.2 3.9	98.4 0.6	98.5 1.9			
104.9 −0.6 2.0	105.8 0.9 2.6	107.4 1.5 3.7	106.0 −1.3 2.3	107.3 1.2 2.8	106.1 −1.1 2.2	106.1 0.0 2.5	106.5 0.4 2.0	107.8 1.2 3.1			
102.1 5.5 3.5	97.8 −4.2 −2.0	95.3 −2.6 −5.2	97.6 2.4 −0.4	97.7 0.1 0.4	97.7 0.0 −1.5	98.7 1.0 0.3	98.9 0.2 1.3	91.7 −7.3 −4.3	97.5 6.3 −1.3		
99.8 4.4 3.4	98.0 −1.8 −1.5	95.6 −2.4 −2.7	95.8 0.2 −3.6	94.9 −0.9 −2.8	96.5 1.7 0.9	96.3 −0.2 −0.2	94.9 −1.5 −2.5	95.7 0.8 0.9	96.5 0.8 0.1		
101.8 5.4 3.8	98.9 −2.8 −1.0	96.7 −2.2 −1.7	96.9 0.2 −2.5	95.8 −1.1 −2.0	97.4 1.7 1.5	97.2 −0.2 0.6	95.9 −1.3 −1.6	96.8 0.9 2.0	97.6 0.8 0.6		
70.8	72.6	72.7	71.0	70.3	71.5	70.7	69.5	75.6	71.7		
90.2 −0.3 −4.1	91.3 1.2 −2.4	92.8 1.6 −1.1	92.3 −0.5 −1.0	92.6 0.3 −1.1	91.7 −1.0 −1.5	91.8 0.1 −2.1	91.7 −0.1 −1.1	91.3 −0.4 −1.3	93.3 2.2 1.9		
−0.6	−2.5	−5.4	−5.6	−1.7	5.4	−1.8	0.2	0.5	−0.7		
−5.2	−6.0	−5.0	−4.3	−5.7	−7.6	−4.9	−5.1	−6.5	−2.0		
424.9 1.4 1.9	436.7 2.8 3.5	444.3 1.7 5.5	401.3 −9.7 −0.5	448.8 11.8 4.4	417.6 −6.9 −0.9	412.9 −1.1 4.5	421.3 2.0 3.2	426.0 1.1 3.0	439.3 3.1 −2.4		
0.55 0.08	0.56 0.10	0.58 0.12	0.60 0.13	0.62 0.15	0.63 0.15	0.64 0.15	0.65 0.16	0.66 0.16	0.65 0.14		
0.99	1.00	1.07	1.09	1.10	1.12	1.13	1.16	1.15	1.11		
322 2	310 −6	314 −9	314 −12	308 −10	319 3	321 4	327 15	332 12	329 9		
4.8	4.6	4.7	4.7	4.6	4.7	4.7	4.8	4.9	4.9		
15.6 16.4	14.3 14.4	15.1 16.2	15.3 14.2	14.9 14.6	15.9 12.0	16.3 13.2	16.5 13.0	16.4 9.3	14.1 5.2		
101.2 −0.4 −0.4	101.3 0.1 −0.2	101.3 0.0 −0.2	101.4 0.1 −0.1	101.4 0.0 −0.2	101.4 0.0 −0.2	101.4 0.0 −0.1	101.5 0.1 0.0	101.5 0.0 −0.1	101.5 0.0 −0.1		
101.9 0.9 0.6	101.9 0.0 0.7	101.1 −0.8 1.8	99.2 −1.9 −0.3	101.7 2.5 1.1	102.4 0.7 0.8	102.2 −0.2 0.7	102.2 0.0 0.6	96.1 −6.0 −0.7	102.7 6.9 1.1		
1,017 215	973 54	1,026 149	1,056 146	1,064 182	1,020 87	1,002 48	1,033 84	938 −136	816 −119		
946 −20	1,676 62	1,875 34	4,264 2,909	1,378 443	774 116	8,561 7,929	1,223 814	832 439	970 366		
99.7 1.1 −6.9	99.5 −0.2 −4.4	96.9 −2.7 −5.2	96.0 −0.9 −5.6	95.1 −0.9 −5.8	99.2 4.2 −3.2	97.5 −1.7 −4.5	98.3 0.9 −2.6	90.8 −7.6 −5.6	101.0 11.2 −0.1		

日本経済主要経済指標(2)

	1999 3 Q	4 Q	2000 1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
新設住宅着工戸数（年率、万戸）	124.3	117.4	126.3	122.2	121.2	123.2
前期比	0.7	-5.5	7.5	-3.2	-0.9	1.7
前年比	7.1	2.5	4.7	-0.9	-2.5	4.9
公共工事請負金額	2,045	1,861	2,042	1,800	1,804	1,661
前期比	-0.7	-9.0	9.7	-11.9	0.3	-8.0
前年比	-8.2	-12.7	-7.7	-12.6	-11.7	-10.8
機械受注（船舶電力除く民需）	8,269	8,991	9,436	9,725	10,525	10,801
前期比	2.3	8.7	4.9	3.1	8.2	2.6
前年比	-6.0	6.2	12.9	20.3	27.3	20.1
建築着工床面積（鉱工業商業サービス）	3.56	4.12	4.86	4.48	4.23	3.74
前期比	-1.7	15.8	17.8	-7.7	-5.7	-11.5
前年比	-15.8	10.0	24.6	23.7	18.7	-9.3
通関収支（兆円）	3.18	2.71	1.04	0.99	0.92	0.6
前年差	-0.4	-0.7	-2.2	-2.1	-2.3	-2.1
通関輸出数量	115.5	119.4	124.8	125.8	125.0	123.4
前期比	4.1	3.3	4.5	0.8	-0.6	-1.2
前年比	3.9	9.1	13.4	13.3	8.2	3.4
通関輸入数量	111.6	117.2	119.0	123.2	123.8	128.3
前期比	2.3	5.0	1.5	3.5	0.5	3.6
前年比	9.5	16.2	10.3	12.9	10.9	9.5
原油価格（通関・ドル）	18.93	23.59	25.98	26.60	29.06	31.63
前期比	27.2	24.6	10.1	2.4	9.2	8.9
前年比	43.4	70.6	129.7	78.7	53.5	34.1
貿易収支（兆円）	3.45	3.12	1.19	1.16	0.99	0.87
前年差	-0.51	-0.78	-2.62	-2.42	-2.46	-2.25
経常収支（兆円）	3.13	2.71	1.22	1.14	1.06	0.87
前年差	-1.02	-1.19	-2.11	-2.17	-2.07	-1.84
証券投資（兆円）	-1.47	-0.54	0.87	-1.47	-0.59	-0.179
前年差	3.28	-5.05	2.77	-2.92	0.88	0.36
対米貿易収支（億ドル）	178.6	168.5	57.6	57.2	59.5	60.0
前年差	47.1	18.3	-66.6	-87.4	-119.1	-108.5
ドル相場（月中平均）	113.1	104.4	107.0	106.7	107.7	109.9
前期比	-6.4	-7.7	2.5	-0.3	1.0	2.0
前年比	-19.2	-12.6	-8.1	-11.7	-4.8	5.3
輸入物価（円ベース）	102.7	101.5	104.4	104.2	106.8	110.4
前期比	-0.4	-1.2	2.9	-0.2	2.6	3.4
前年比	-11.0	-2.7	4.7	1.0	4.0	8.8
国内卸売物価	96.1	96.0	96.1	96.1	96.3	95.87
前期比	0.3	-0.1	0.1	0.1	0.1	-0.4
前年比	-1.4	-0.7	-0.1	0.4	0.2	-0.1
消費者物価（東京都区部）	101.8	101.4	101.2	100.7	100.6	100.3
前期比	0.2	-0.4	-0.2	-0.4	-0.1	-0.3
前年比	0.1	-1.3	-0.8	-0.9	-1.1	-1.1
消費者物価コア（東京）	101.7	101.6	101.5	101.1	100.9	100.6
前期比	0.0	-0.1	-0.1	-0.3	-0.2	-0.3
前年比	0.0	-0.4	-0.4	-0.5	-0.8	-1.0
M2 + CD（平残）（兆円）	619	622	624	629	631	635
前期比	0.7	0.5	0.4	0.7	0.3	0.7
前年比	11.4	11.2	11.2	10.8	1.9	2.1
銀行貸出（5業態・平残前年比） 特殊要因調整済み	-6.3	-5.7	-6.1	-4.5	-4.3	-3.933
貸出約定平均金利（新規）	1.79	1.81	1.73	1.74	1.8	1.9
前年差	-0.1	-0.1	-0.1	0.0	0.0	0.1
CD 3ヶ月金利	0.11	0.28	0.15	0.13	0.31	0.6
前年差	-0.6	-0.3	-0.3	0.0	0.2	0.3
10年国債利回り	1.78	1.78	1.79	1.72	1.79	1.7
前年差	0.7	0.7	-0.1	0.2	0.0	0.0
TOPIX	1,478	1,589	1,677	1,608	1,510	1,391
前年比	25.9	47.0	48.6	19.5	31.9	-198.7

（注） 注記なきものは、季節調整済み系列。

2000 4	5	6	7	8	9	10	11	12	2001 1	2
122.6 0.0 -0.1	120.3 -1.9 -1.1	123.8 3.0 -1.6	120.8 -2.4 -0.5	121.0 0.1 -3.9	121.7 0.6 -3.1	118.4 -2.7 1.7	124.9 5.5 2.8	126.2 1.0 10.4	120.4 -4.6 -11.1	
1,944 -47.4 -28.5	1,696 -12.7 8.6	1,758 3.6 -7.3	1,766 0.4 -16.7	1,660 -6.0 -7.1	1,988 19.8 -10.8	2,012 1.2 -18.6	1,527 -24.1 -7.9	1,442 -5.6 -0.7	981 -32.0 -17.1	
9,004 -1.1 14.1	9,406 4.5 17.8	10,765 14.4 28.4	9,501 -11.7 18.0	12,031 26.6 46.0	10,044 -16.5 18.0	10,879 8.3 25.3	10,559 -2.9 22.2	10,965 3.8 13.6	9,669 -11.8 0.5	(1-3月は前 期比-6.4% の見通し)
4.43 -2.2 4.7	4.61 4.1 45.9	4.41 -4.3 26.7	4.48 1.6 37.8	4.37 -2.5 18.8	3.83 -12.4 2.1	3.65 -4.7 -7.1	3.85 5.5 -11.1	3.72 -3.4 -9.5	3.67 -1.3 -32.3	
1.09 0.09	0.81 -0.24	1.07 0.02	0.90 -0.25	0.92 -0.04	0.93 -0.13	0.60 -0.48	0.67 -0.05	0.59 -0.31	0.36 -0.62	
124.0 -1.8 11.8	123.5 -0.4 13.4	129.8 5.1 14.7	121.1 -6.7 6.3	128.8 6.4 12.2	125.1 -2.9 6.0	122.0 -2.5 3.0	125.6 2.9 5.3	122.8 -2.2 1.9	115.5 -6.0 -4.8	
117.4 -4.5 5.0	127.9 8.9 20.1	124.2 -2.9 13.9	120.5 -3.0 11.7	128.0 6.2 12.9	123.0 -3.9 8.3	127.8 3.9 17.3	127.2 -0.5 4.3	129.8 2.1 7.6	128.2 -1.3 11.9	
27.30 0.0 111.0	24.88 -8.9 62.8	27.62 11.0 68.1	28.75 4.1 69.4	29.17 1.4 53.8	29.25 0.3 40.3	31.38 7.3 38.7	32.07 2.2 38.1	31.45 -1.9 26.2	25.28 -19.6 -0.1	
1.37 0.19	0.99 -0.27	1.13 -0.02	1.07 -0.10	0.93 -0.18	0.96 -0.20	0.97 -0.26	0.89 -0.04	0.74 -0.21		
1.25 0.42	1.09 -0.22	1.07 -0.09	1.01 -0.17	1.09 0.04	1.07 0.17	0.95 -0.17	1.00 0.14	0.66 -0.07		
1.79 -0.51	-2.29 -2.77	-3.90 -2.57	-0.19 -2.73	0.13 0.55	-1.70 1.88	0.20 -1.81	-0.73 -0.51	0.00 2.33		
68.5 20.5	42.9 0.4	60.2 6.1	57.5 -2.9	50.3 3.2	70.7 -0.4	59.5 1.0	59.0 6.9	61.5 3.5	39.2 -6.1	
105.6 -0.6 -11.8	108.3 2.6 -11.2	106.1 -2.0 -12.1	108.2 2.0 -9.3	108.1 -0.1 -4.5	106.8 -1.2 0.0	108.4 1.5 2.3	109.0 0.5 4.2	112.2 2.9 9.4	116.7 4.0 10.8	116.2 -0.4 6.3
103.7 -1.0 2.2	104.7 1.0 0.8	104.1 -0.6 0.2	106.9 2.7 2.3	107.4 0.5 4.6	106.2 -1.1 5.3	108.6 2.3 6.7	109.7 1.0 8.0	113.0 3.0 11.9	113.1 0.1 10.9	111.1 -1.8 4.4
96.2 0.1 0.5	96.1 -0.1 0.3	96.1 0.0 0.3	96.3 0.2 0.3	96.3 0.0 0.2	96.2 -0.1 0.1	95.9 -0.3 -0.1	95.8 -0.1 -0.2	95.9 0.1 -0.1	95.7 -0.2 -0.3	95.7 0.0 -0.4
101.0 -0.1 -0.7	100.7 -0.3 -0.8	100.5 -0.2 -1.1	100.8 0.3 -0.8	100.6 -0.2 -1.3	100.4 -0.2 -1.4	100.2 -0.2 -1.3	100.3 0.1 -1.2	100.5 0.2 -0.7	100.9 0.4 -0.3	100.7 -0.2 -0.5
101.3 -0.1 -0.4	101.3 0.0 -0.3	100.8 -0.5 -0.9	101.0 0.2 -0.7	100.9 -0.1 -0.8	100.8 -0.1 -0.9	100.6 -0.2 -1.0	100.6 0.0 -1.0	100.5 -0.1 -1.1	100.7 0.2 -0.8	100.4 -0.3 -1.1
629 0.7 2.8	628 0.0 2.0	629 0.1 1.9	630 0.1 2.0	630 0.1 1.9	632 0.2 2.0	634 0.3 2.1	635 0.2 2.1	636 0.2 2.2	638 0.3 2.4	641 0.5 2.8
-4.2 -1.8	-4.7 -2.2	-4.7 -2.2	-4.6 -2.1	-4.3 -2.0	-4.0 -1.8	-4.0 -1.8	-4.0 -1.8	-3.8 -1.8	-3.7 -1.8	-3.6 -1.8
1.75 0.0	1.74 0.0	1.74 0.0	1.76 -0.1	1.79 0.0	1.75 0.0	1.93 0.1	1.87 0.1	1.91 0.1	1.89 0.1	
0.13 0.0	0.12 0.0	0.12 0.0	0.22 0.1	0.31 0.2	0.40 0.3	0.53 0.3	0.59 0.2	0.61 0.4	0.54 0.4	0.44 0.3
1.75 0.2	1.71 0.4	1.70 0.0	1.73 0.0	1.77 -0.1	1.89 0.1	1.83 0.0	1.76 -0.1	1.62 -0.1	1.52 -0.2	1.43 -0.4
1,662 25.0	1,595 20.0	1,566 13.7	1,553 5.4	1,493 1.9	1,484 -0.8	1,443 -5.0	1,392 -13.6	1,337 -18.4	1,285 -22.5	1,258 -26.5

米国経済主要経済指標

	2000 1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	2000 4	5
非農業部門雇用者数（百万人）	130.6	131.6	131.6	131.7	131.4	131.6
前期差（万人）	0.6	0.7	0.1	0.0	41.0	17.1
失業率（％）	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.1
NAPM景気総合指数：製造業	56.0	53.3	50.4	49.3	54.7	53.1
鉱工業生産指数	144.4	147.1	148.4	148.8	146.3	147.2
前期比（％）	1.6	1.9	0.9	0.2	0.8	0.6
前年比（％）	5.8	6.5	5.9	4.7	6.5	6.4
設備稼働率（％）	82.0	82.6	82.4	82.3	82.5	82.7
製造業新規受注高（億ドル）	3,783.2	3,888.1	3,813.5		3,704.2	3,879.1
前期比（％）	2.6	2.8	－1.9		－3.8	4.7
耐久財受注高（億ドル）	2,144.7	2,232.3	533.3		2,065.6	2,213.9
前期比（％）	2.9	4.1	－76.1		－5.8	7.2
消費者景気信頼感指数(85年＝100)	140.9	140.5	142.1	139.7	137.7	144.7
小売売上高（億ドル）	2,665.3	2,676.6	2,713.0	2,719.2	2,671.2	2,674.2
前期比（％）	3.1	0.4	1.4	0.2	－0.5	0.1
住宅着工件数（万戸）	173.2	160.5	152.8	152.8	165.2	159.1
非防衛資本財受注（億ドル）	604.8	644.2	652.6		615.1	608.2
前期比（％）	4.7	6.5	1.3		1.9	－1.1
貿易収支（国際収支、億ドル）	－284.4	－296.0	－304.9		－292.4	－296.7
生産者物価（82年＝100）	136.3	137.5	138.4	138.8	137.1	137.1
前期比（％）	1.1	0.9	0.7	0.3	－0.3	0.0
前年比（％）	3.7	3.9	3.6	3.0	3.7	3.6
食品・エネルギーを除く	147.1	147.6	148.3	148.5	147.4	147.7
前期比（％）	0.1	0.3	0.5	0.1	0.0	0.2
前年比（％）	1.0	1.3	1.6	1.0	1.2	1.4
消費者物価（82/84年＝100）	170.3	171.5	173.0	173.4	171.1	171.3
前期比（％）	1.0	0.7	0.9	0.2	－0.1	0.1
前年比（％）	3.3	3.3	3.5	2.9	3.1	3.2
食料・エネルギー除く	179.8	181.0	182.1	182.5	180.7	181.0
前期比（％）	0.6	0.7	0.6	0.2	0.2	0.2
前年比（％）	2.2	2.4	2.6	2.1	2.3	2.4
時間当たり平均報酬	13.54	13.67	13.79	13.84	13.64	13.66
前期比（％）	0.9	1.0	0.9	0.3	0.4	0.1
前年比（％）	3.6	3.6	3.7	3.2	3.8	3.6
公定歩合	5.25	5.83	6.00	6.00	5.50	6.00
FFレート誘導目標水準	5.75	6.33	28.57	22.03	6.00	6.50
財務省証券利回り：10年	6.47	6.16	5.89	5.79	5.98	6.43
NYダウ：工業30種	10,768.9	10,702.5	10,881.8	10,807.8	10,944.3	10,580.3
WTI先物期近物終値	28.73	28.60	－0.17	－0.12	25.48	28.80
CRBインデックス（67年＝100）	210.9	218.8	223.2	225.1	211.28	220.42

6	7	8	9	10	11	12	2000 1	2
131.6	131.6	131.5	131.7	131.8	131.8	131.9	132.1	132.2
5.7	-4.0	-7.9	19.5	6.6	5.3	3.6	22.4	13.5
4.0	4.0	4.1	3.9	3.9	4.0	4.0	4.2	4.2
52.1	51.7	49.9	49.6	48.3	47.9	44.3	41.2	41.9
147.9	147.6	148.6	149.0	148.7	148.2	147.4	147.0	
0.5	-0.2	0.7	0.3	-0.2	-0.3	-0.5	-0.3	
6.7	5.7	5.9	6.1	5.1	4.4	3.2	2.4	
82.7	82.3	82.6	82.4	82.0	81.4	80.7	80.2	
4,080.9	3,750.3	3,823.7	3,866.5	3,712.5	3,784.5	3,808.9	3,665.4	
5.2	-8.1	2.0	1.1	-4.0	1.9	0.6	-3.8	
2,417.5	2,098.8	2,158.6	2,206.5	2,060.6	2,123.9	2,152.9	2,013.2	
9.2	-13.2	2.9	2.2	-6.6	3.1	1.4	-6.5	
139.2	143.0	140.8	142.5	135.8	132.6	128.6	115.7	106.8
2,684.4	2,706.5	2,705.5	2,727.1	2,724.9	2,709.3	2,712.7	2,732.7	
0.4	0.8	0.0	0.8	-0.1	-0.6	0.1	0.7	
157.1	152.7	151.9	153.7	152.9	156.4	156.8	165.1	
709.4	622.8	649.9	684.9	593.3	645.3	720.5	645.5	
16.6	-12.2	4.4	5.4	-13.4	8.8	11.7	-10.4	
-298.9	-318.9	-301.3	-338.1	-336.2	-331.3	-329.9		
138.3	138.2	138.0	139.0	139.5	139.7	140.0	141.6	
0.9	-0.1	-0.1	0.7	0.4	0.1	0.2	1.1	
4.5	4.1	3.3	3.3	3.6	3.7	3.6	4.8	
147.8	148.0	148.3	148.7	148.5	148.5	148.7	149.7	
0.1	0.1	0.2	0.3	-0.1	0.0	0.1	0.7	
1.4	1.6	1.7	1.4	1.0	1.1	1.2	2.0	
172.2	172.7	172.8	173.6	173.9	174.3	174.6	175.7	
0.5	0.3	0.1	0.5	0.2	0.2	0.2	0.6	
3.7	3.6	3.4	3.5	3.4	3.4	3.4	3.7	
181.3	181.7	182.1	182.6	182.8	183.3	183.5	184.1	
0.2	0.2	0.2	0.3	0.1	0.3	0.1	0.3	
2.5	2.5	2.6	2.6	2.5	2.6	2.5	2.6	
13.70	13.75	13.80	13.83	13.88	13.96	14.02	14.03	14.10
0.3	0.4	0.4	0.2	0.4	0.6	0.4	0.1	0.5
3.6	3.6	3.8	3.6	3.7	4.1	4.3	4.0	4.1
6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	5.00	5.00
6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	5.50	5.50
6.08	6.04	5.84	5.79	5.73	5.70	5.23	5.14	5.09
10,582.9	10,663.0	11,014.5	10,967.9	10,441.0	10,666.1	10,652.5	10,682.7	10,774.6
31.53	29.71	31.13	33.86	32.93	34.26	28.39	29.25	29.64
224.72	220.51	220.83	228.23	226.35	226.55	228.98	228.29	223.42

欧州主要経済指標

	1999 1Q	2Q	3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q	4Q
ユーロ (EMU11ヶ国)								
実質GDP成長率 (前期比%)	0.7	0.6	1.0	0.9	0.9	0.9	0.7	
(前年同期比%)	2.9	2.4	4.1	3.8	3.6	3.6	2.7	
鉱工業生産指数 (前期比%)	0.1	0.7	1.8	1.5	1.0	1.7	0.9	
生産者物価指数 (前期比%)	-0.6	0.6	1.0	1.1	1.5	1.4		
消費者物価指数 (前期比%)	0.3	0.6	0.3	0.3	0.8	0.7	0.7	
失業率 (%)	10.3	10.1	9.9	9.6	9.4	9.1	9.0	
欧州中央銀行政策金利 (%)	3.00	2.50	2.50	3.00	3.50	4.25	4.50	4.75
マネーサプライ (M3) (前年同期比%)	5.4	5.8	5.8	5.8	5.8	5.5	5.4	
為替相場 (期中平均、ドル/ユーロ)	1.11	1.04	1.07	1.02	0.97	0.93	0.89	0.9
(期中平均、円/ユーロ)	130.7	127.7	118.7	108.4	105.6	99.6	97.4	95.2
ドイツ								
実質GDP成長率 (前期比%)	0.8	-0.1	0.9	0.9	0.9	1.2	0.3	0.2
IFO業況指数 (91年=100)	90.6	91.3	94.8	98.1	100.5	101.2	98.6	
鉱工業生産指数 (前期比%)	0.8	0.8	1.7	0.8	1.2	1.6	1.9	0.1
製造業新規受注 (前期比%)	0.8	2.3	5.2	1.8	1.2	5.3	0.7	2.4
設備稼働率 (%)	84.9	85.3	86.0	87.0	88.0	87.7	87.7	87.8
小売売上数量 (前期比%)	3.0	-2.0	-0.2	0.0	1.6	2.5	-2.1	-1.6
貿易収支 (億マルク)	312.9	287.5	324.7	328.6	316.8	289.5	267.9	215.1
消費者物価指数 (前期比%)	-0.2	0.3	0.2	0.1	-0.3	0.6	0.3	0.4
失業率 (%)	10.6	10.5	10.5	10.2	10.1	9.6	9.4	9.2
マネーサプライ (M3) (前年同期比%)	9.0	10.9	10.4	8.3	7.4	3.7	1.9	-0.2
フランス								
実質GDP成長率 (前期比%)	0.7	0.9	1.0	1.1	0.6	0.7	0.6	0.9
鉱工業生産指数 (前期比%)	0.2	0.5	1.7	1.6	-0.1	0.3	1.4	0.6
設備稼働率 (%)	83.8	83.9	84.4	84.8	85.2	86.0	87.3	87.5
工業品家計消費 (前期比%)	1.1	0.5	2.2	0.1	1.5	0.5	0.1	0.5
貿易収支 (億フラン)	287.3	249.1	351.4	178.8	118.5	124.5	-80.6	-67.2
消費者物価指数 (前期比%)	0.0	0.6	-0.1	0.5	0.5	0.6	0.3	0.5
失業率 (%)	11.5	11.4	11.2	10.8	10.2	9.8	9.6	9.3
マネーサプライ (M3) (前年同期比%)	3.3	4.1	6.1	8.7	7.8	6.8	7.4	7.9
イギリス								
実質GDP成長率 (前期比%)	0.4	0.7	1.3	0.8	0.3	1.0	0.8	0.3
鉱工業生産指数 (前期比%)	-0.6	0.7	1.8	0.0	-0.7	1.3	0.8	-0.7
小売売上数量指数 (前期比%)	1.2	1.1	1.3	1.1	1.5	0.3	1.3	1.2
貿易収支 (億ポンド)	-74.1	-59.9	-59.5	-68.4	-67.3	-70.7	-73.2	-75.7
消費者物価指数 (前期比%)	-0.4	1.1	0.1	0.7	0.4	1.9	0.2	0.6
失業率 (%)	4.5	4.4	4.2	4.1	4.0	3.8	3.6	3.6
イングランド銀行政策金利 (%)	5.50	5.00	5.25	5.50	6.00	6.00	6.00	6.00
マネーサプライ (M4) (前年同期比%)	6.5	5.5	3.1	4.0	5.3	6.8	9.3	8.0
為替相場 (期中平均、ドル/ポンド)	1.63	1.61	1.60	1.63	1.61	1.53	1.48	1.40

(注1) ユーロ圏、ドイツ及びフランスの鉱工業生産指数は建設を除くベース。

(注2) イギリスのマネーサプライは末残ベース。

3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2001 1	2001 2
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.7	0.7	0.9	-0.9	0.7	0.3	0.9	-0.2	0.8	2.4		
0.5	0.3	0.7	0.4	0.5	0.3	1.0	0.6	0.2	-0.4	0.1	
0.4	0.1	0.1	0.5	0.1	0.1	0.5	0.0	0.3	0.1		
9.3	9.2	9.1	9.0	9.0	9.0	8.9	8.8	8.7	8.7		
3.50	3.75	3.75	4.25	4.25	4.25	4.50	4.75	4.75	4.75	4.75	4.75
6.6	6.7	6.0	5.4	5.2	5.7	5.3	5.2	5.0	5.2	4.7	
0.96	0.91	0.93	0.96	0.92	0.89	0.88	0.84	0.87	0.93	0.93	0.92
102.6	99.9	98.1	100.7	101.4	97.8	93.1	92.7	93.3	100.6	109.6	107.1
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
100.6	101.2	101.9	100.3	98.9	98.8	98.0	97.1	97.0	96.8	97.5	
-1.2	1.2	2.4	-3.1	3.0	0.8	-0.8	-0.3	0.8	0.2	0.9	
0.1	2.2	1.6	0.4	0.1	1.7	-3.8	3.1	0.9	2.0	-3.9	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
-2.4	5.1	-0.7	-2.1	-0.1	-0.3	-0.5	-0.3	-1.1	-0.4	2.4	
103.7	95.8	78.2	115.4	95.8	84.1	88.0	119.3	46.9	48.9	129.1	
0.3	0.0	-0.2	0.6	0.2	0.0	0.7	0.1	0.2	0.0	0.4	0.5
10.1	9.6	9.6	9.6	9.5	9.5	9.4	9.3	9.3	9.2	9.3	9.3
7.4	6.5	4.4	3.7	3.0	2.8	1.9	1.1	0.0	-0.2	-0.1	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.3	-0.2	0.1	0.1	1.5	0.0	-0.4	0.6	0.3	0.1	-0.3	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
-0.8	0.0	0.9	0.1	1.2	-1.7	-0.8	1.4	0.6	-0.4	3.2	
43.0	17.8	72.3	34.4	-60.7	-13.3	-6.6	-38.7	-13.8	-14.7	19.3	
0.5	0.0	0.2	0.2	-0.2	0.2	0.6	-0.2	0.3	-0.1	-0.4	0.3
10.0	9.9	9.8	9.6	9.7	9.6	9.5	9.4	9.2	9.2	9.0	
7.8	8.5	8.4	6.8	8.4	8.1	7.4	7.7	7.2	7.9		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.7	0.7	0.2	0.3	0.5	0.4	-0.8	-0.1	0.2	-0.7	0.0	
0.4	0.0	0.4	0.5	0.2	0.4	0.8	0.2	0.4	0.4	0.7	
-20.2	-25.7	-22.9	-22.1	-26.7	-20.2	-26.3	-24.0	-23.6	-28.1		
0.5	1.0	0.4	0.2	-0.4	0.0	0.7	-0.1	0.3	0.1	-0.6	
3.9	3.8	3.8	3.8	3.7	3.6	3.6	3.6	3.6	3.5	3.5	3.4
6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
5.3	5.0	5.2	6.8	7.0	8.8	9.3	9.4	8.5	8.0	9.4	
1.58	1.58	1.51	1.51	1.51	1.49	1.44	1.45	1.43	1.46		

アジア主要経済指標

	1999 1Q	2Q	3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q
中 国							
実質GDP (前年同期比%)	8.3	7.1	7.0	7.1	8.1	8.3	8.2
鉱工業生産増加率 (付加価値ベース%)	10.1	9.1	9.3	8.5	10.7	11.2	11.6
全国小売物価指数 (前年同期比%)	-2.9	-3.2	-3.0	-3.0	-1.9	-1.9	-1.7
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	4,193	3,615	11,587	9,836	5,207	7,210	6,793
うち対日収支 (100万米ドル)	-62	-1,027	-18	-281	-249	-70	31
香 港							
実質GDP (前年同期比%)	-2.9	1.1	4.4	9.2	14.2	10.9	10.4
製造業生産指数 (前年同期比%)	-9.7	-6.9	-6.2	-3.0	-1.0	-0.9	-0.1
消費者物価指数(A) (前年同期比%)	-1.5	-3.5	-5.0	-3.0	-4.1	-3.4	-2.0
貿易収支 (通関ベース原数値100万香港ドル)	-12,930	-12,232	-6,458	-11,673	-23,712	-24,697	-16,820
うち対日収支 (100万香港ドル)	-18,716	-21,996	-23,873	-25,323	-24,757	-29,408	-19,092
韓 国							
実質GDP (産業総合・前年同期比%)	5.4	10.8	12.8	13.0	12.7	9.6	9.2
鉱工業生産指数 (産業総合・前期比%)	4.8	5.5	7.0	7.0	2.3	1.0	8.1
消費者物価指数 (前年同期比%)	0.7	0.6	0.7	1.3	1.5	1.4	3.2
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	4,687	6,982	5,329	6,935	493	3,614	4,003
うち対日収支 (100万米ドル)	-1,654	-2,070	-2,201	-2,355	-2,886	-3,236	-2,769
台 湾							
実質GDP (前年同期比%)	4.2	6.4	4.7	6.4	7.9	5.4	6.6
鉱工業生産指数 (前年同期比%)	6.0	9.6	5.0	10.1	11.4	7.5	10.8
消費者物価指数 (前年同期比%)	0.7	-0.1	0.3	-0.1	0.9	1.4	1.1
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	2,639	3,555	2,440	2,267	1,299	1,376	1,894
うち対日収支 (100万米ドル)	-4,127	-4,234	-4,450	-5,880	-5,144	-6,028	-5,789
シンガポール							
実質GDP (前年同期比%)	0.8	6.6	6.9	7.1	10.1	9.0	10.4
製造業生産指数 (総合・前年同期比%)	6.8	14.9	17.1	16.4	13.2	13.2	15.3
消費者物価指数 (前年同期比%)	-0.7	0.0	0.3	0.5	1.1	0.8	1.5
貿易収支 (通関ベース原数値100万Sドル)	1,838	1,739	84	2,487	1,546	142	1,767
うち対日収支 (100万Sドル)	-3,218	-4,144	-4,983	-4,559	-4,929	-5,548	-6,258
タイ							
実質GDP (前年同期比%)	0.1	2.7	7.8	6.5	5.1	6.3	2.6
製造業生産指数 (前年同期比%)	6.5	11.2	19.0	20.4	9.6	3.5	-0.7
消費者物価指数 (前年同期比%)	2.7	-0.4	-1.0	0.1	0.8	1.6	2.2
貿易収支 (通関ベース原数値100万バーツ)	58,188	75,347	94,615	78,715	101,849	41,735	76,082
うち対日収支 (100万バーツ)	-25,078	-37,442	-38,510	-51,555	-33,243	-47,414	-54,492
マレーシア							
実質GDP (前年同期比%)	-1.4	5.0	8.6	11.0	11.9	8.5	7.7
鉱工業生産指数 (総合・前年同期比%)	-2.4	6.6	14.2	17.9	23.5	20.1	18.3
消費者物価指数 (前年同期比%)	4.0	2.7	2.3	2.1	1.5	1.4	1.5
貿易収支 (通関ベース原数値100万リング)	15,819	18,245	18,793	20,227	16,527	12,287	14,933
フィリピン							
実質GDP (前年同期比%)	0.7	3.6	3.8	4.8	3.2	4.5	4.8
製造業生産指数 (前年同期比%)	1.0	7.2	11.7	15.4	14.7	16.7	26.7
消費者物価指数 (前年同期比%)	10.0	6.8	5.6	4.5	3.0	3.9	4.4
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	540	147	1,747	1,861	731	1,549	1,959
インドネシア							
実質GDP (前年同期比%)	-7.0	3.7	1.2	5.0	3.6	4.1	—
製造業生産指数 (前年同期比%)	4.9	25.7	37.0	34.8	—	—	—
消費者物価指数 (前年同期比%)	55.8	30.9	6.6	1.7	-0.6	1.1	5.7
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	4,609	5,545	7,189	7,320	7,584	8,020	—

(注1) 香港の消費者物価指数は所得階層別に3種類発表され、(A)は都市部家計の50%をカバーしている。

(注2) シンガポールの鉱工業生産指数はゴム加工を除く。

4Q	7	8	9	10	11	12	2001 1
8.0	—	—	—	—	—	—	—
11.4	12.8	12.8	12.0	11.4	10.6	10.4	
	-1.2	-1.3	-1.5	-1.7	-0.6		
4,904	1,986	2,540	2,267	3,827	505	572	
350	-206	120	117	366	-1.5	14	
	—	—	—	—	—	—	—
	—	—	—	—	—	—	—
-1.6	-2.1	-1.8	-2.0	-2.0	-1.3	-1.4	
-20,294	-8,119	-3,474	-5,227	-3,877	-3,902	-12,515	1,268
-29,335	-10,162	-9,017	87	-10,719	-8,412	-10,224	
	—	—	—	—	—	—	—
-3.8	3.5	3.7	-4.4	-0.4	-1.1	-2.7	
2.9	2.9	2.7	3.9	2.8	2.6	3.2	
	783	1,360	1,860	1,207	852		
	-1,039	-1,014	-716	-873	-805		
	—	—	—	—	—	—	—
2.0	7.2	9.5	16.0	6.8	1.5	-2.1	
1.6	1.4	0.3	1.6	1.0	2.3	1.7	2.4
3,769	105	641	1,149	1,321	739	1,709	550
-4,554	-2,079	-1,844	-1,866	-1,834	-1,780	-1,367	-940
	—	—	—	—	—	—	—
10.5	—	—	—	—	—	—	—
18.8	11.1	20.5	14.3	18.9	17.6	20.0	
2.0	1.1	1.7	1.7	1.9	2.0	2.1	
2,195.0	456	1,045	266	1,463	920	-188	1,031
-5,319	-2,123	-1,945	-2,190	-1,818	-1,810	-1,692	-1,026
	—	—	—	—	—	—	—
	-1.3	-2.3	1.5	0.7	-2.0		
	2.0	2.2	2.3	1.7	1.7	1.3	
	32,571	16,169	27,342	12,021	21,870		
	-15,840	-21,825	-16,827	-19,227	-11,441		
	—	—	—	—	—	—	—
	20.6	18.4	15.9	20.3	11.1		
	1.4	1.5	1.5	1.9	1.9		
17,164	4,000	4,766	6,167	5,664	6,000	5,500	
	—	—	—	—	—	—	—
3.6	34.0	21.5	25.5	34.6			
	4.2	4.6	4.5	4.8	5.9		
2,451.9	543	887	530	545	648	1,259	
	—	—	—	—	—	—	—
	—	—	—	—	—	—	—
	4.4	5.7	6.6	8.0	9.1	9.4	
	2,704	2,340					

年齢別にみた金融機関の商品・サービス等に対する意識・行動の違い

— 平成11年度「金融機関利用に関する意識調査」より —

第二経営経済研究部研究官 櫻井 正道

はじめに

出生率の低下と平均寿命の上昇により、日本では少子高齢化が進むことが明らかとなっており、金融商品開発等に際し、各年齢層による金融機関の商品・サービス等に対する利用動向やニーズを把握することは今後ますます重要となってくると考えられる。

以下のグラフは、郵政研究所において平成11年11月から12月にかけて全国4,500世帯を対象として行った「金融機関利用に関する意識調査」のデータ（ $n=3,267$ ）を用いて、各家計の金融機関の商品・サービス等に対する意識・行動の違いを年齢別にみたものである。各曲線は各年齢層において当該商品やサービスを利用していると回答した数をその年齢層の全回答数で除した値である¹⁾。これにより各年齢層において、どの商品等が支持されているかを相対的に把握できる²⁾。

まず前段として、現在利用している金融機関の業態ごとに利用年齢層を概観する。次に最も多く利用している金融機関を選んでいる理由及びその

アクセス方法について、年齢による差異があるか調べ、併せて高齢者の利用が少ないとされる無人店舗についてもその傾向の有無等を検証する。また今回のテーマにある“商品”や“サービス”が金融機関を選択する際にどの程度年齢による影響があるか確認し、金融商品の種別ごとにその傾向をみていく。最後に各年齢層のニーズ把握として、金融機関から教えて欲しい情報についてまとめた。

1 現在利用している金融機関(図表1及び図表2)

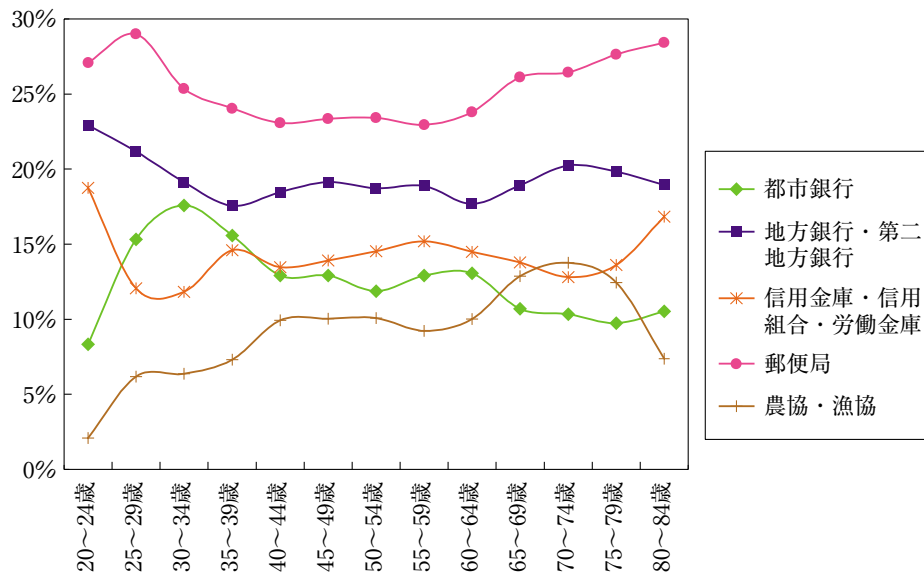
金融機関を10種類の業種に分類し、その利用が各年齢でほぼ5%以上となる業種と、それ以下となる業種の2つの図を作成した。

この中で特徴的なものは、都市銀行は若年層に、農協・漁協は高齢層に利用されていることである。特に都市銀行は30～34歳で、農協・漁協は70～74歳でピークとなっている。郵便局は各年齢を通じて最も利用されており、特に25～29歳での利用者が多くなっている。損害保険会社は主に30～50代で利用されており、退職年齢である60代以降では減少している。長期信用銀行・信託銀行・商工中

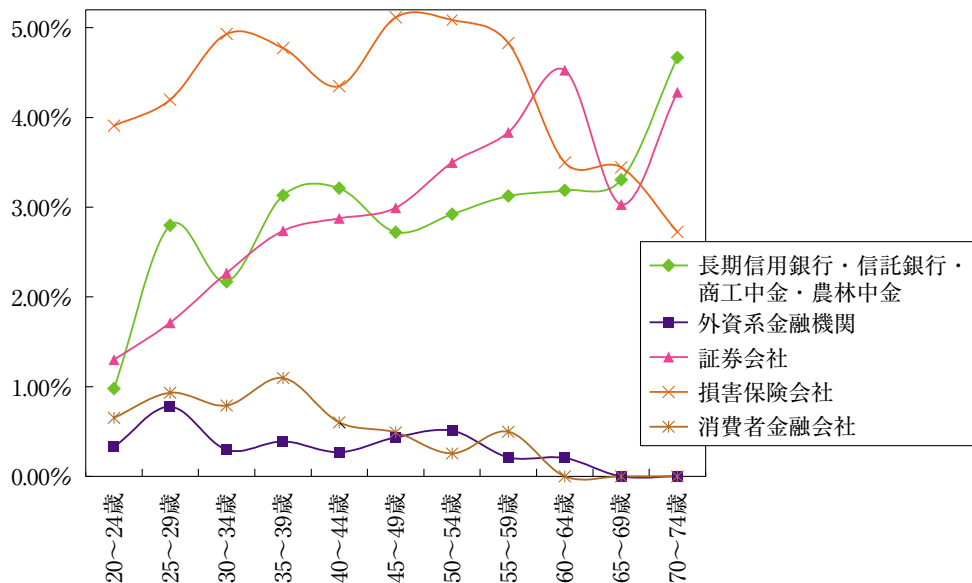
1) サンプル数（ n ）が少ないと偏った値になってしまうため、 $n \leq 10$ となる年齢層は割愛した。（これにより〔15～19歳〕及び〔85歳以上〕はすべての表で削除することとなった。）なお、各年齢における縦軸（%）の合計は100となり、各数値は相対度数を示すもので、実際の利用割合等ではない。

2) 今回のクロスセクション分析ではその原因までは分からない。結果に及ぼす要因等については、櫻井正道・奥井めぐみ『『金融機関利用に関する意識調査』に見る金融機関の利用動向—家族構成の変化が与える影響について— 第3章』〔郵政研究所月報2000.12〕を参照されたい。

図表1 現在利用している金融機関（その1）



図表2 現在利用している金融機関（その2）

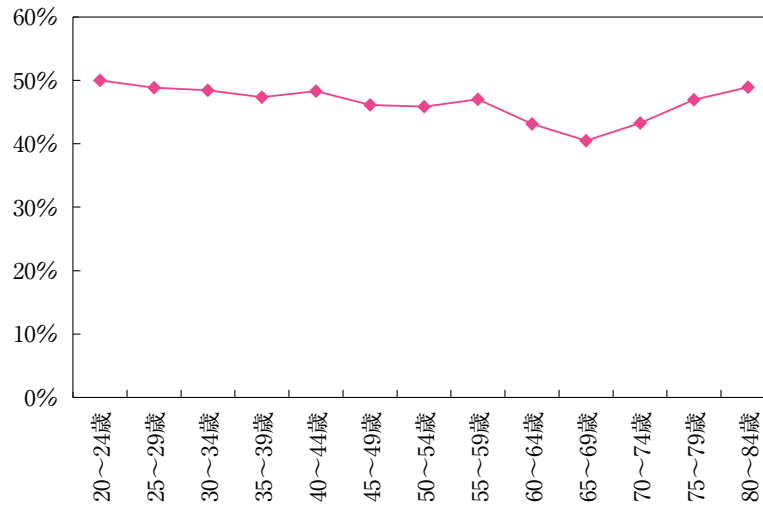


金・農林中金ではグラフの両端以外ほぼ平均した値である。一方、証券会社も60代前半までは年齢が上がるほど利用率も上昇している。地方銀行・第二地方銀行、信用金庫・信用組合・労働金庫は、ほぼ各年齢で均等に利用されており年齢による差異はあまりみられない。

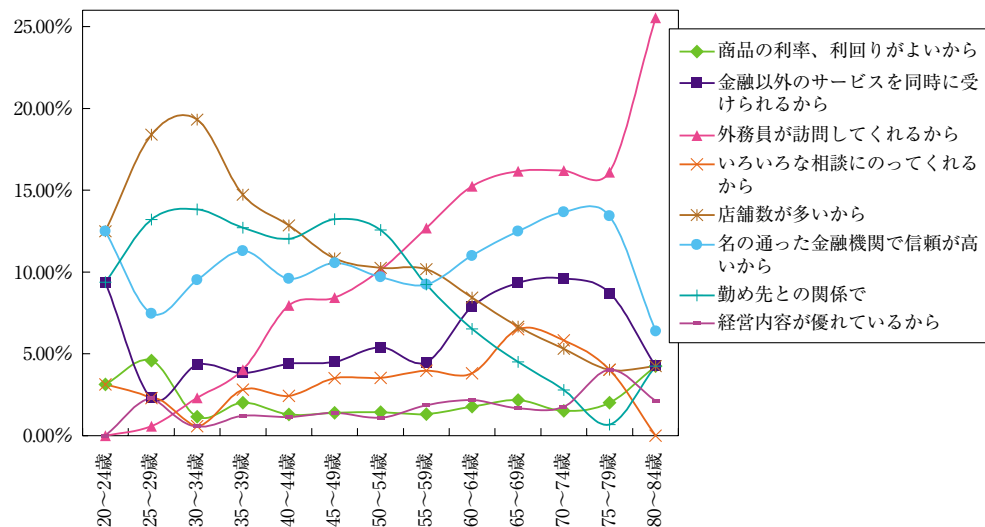
2 最も多く利用している金融機関を選んでいる理由（図表3及び図表4）

各年齢層において約半数の回答があった「自宅や勤務先に近いから」を図表3として、それ以外の理由（図表4）と分けて掲げた。これは家計が金融機関を選択する理由のうち最大³⁾のもので、各年齢層ともほぼ一定の値を示し、年齢による差

図表3 最も多く利用している金融機関を選んでいる理由（自宅や勤務先に近いから）



図表4 最も多く利用している金融機関を選んでいる理由



異はほとんどみられない。

「店舗数が多いから」は若年層に支持され、右下がりを示している。「勤め先との関係で」も退職年齢とリンクした50代後半から急激に減少している。「外務員が訪問してくれるから」は高齢になるほど割合が上昇し、外務員が訪問してくれることによる身体的負担軽減や人的触れ合いを求める傾向が強まることが考えられる。同様に「金融

以外のサービスを同時に受けられるから」も60～70代で特に高くなっている。「名の通った金融機関で信頼が高いから」が、住宅取得資金を準備する年齢である30代後半でひとつの山を作り、また一方、老後の資金が必要な60～70代でも上昇傾向がみられる。ペイオフ解禁を1年後に控え、金融機関の信頼性は今後ますます重要な選択要因となってくるであろう。

3) 重複回答では全体で86.5%、2番目の「勤め先との関係で」(23.5%)を大きく引き離している。

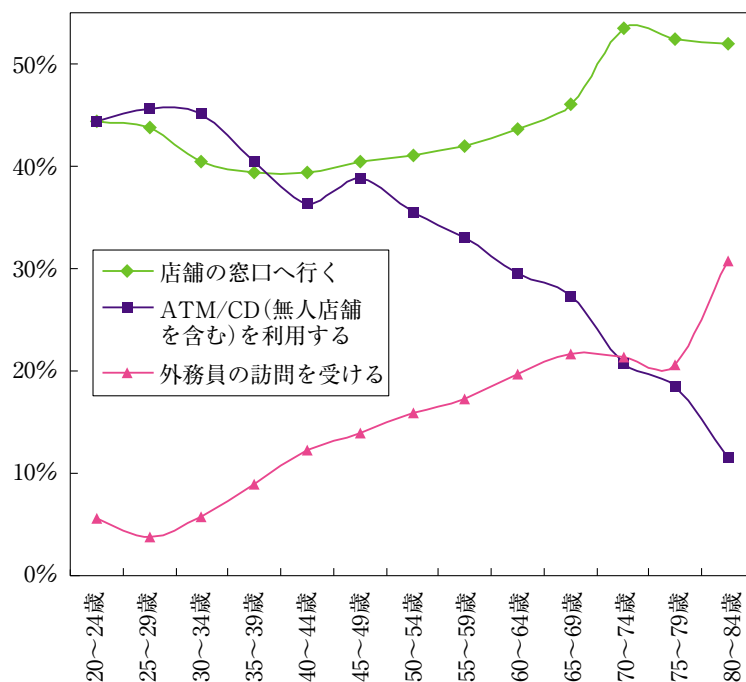
なお、それ以外の項目では各年齢による差異はあまりみられない。

3 金融機関との取引手段（図表 5 及び図表 6）

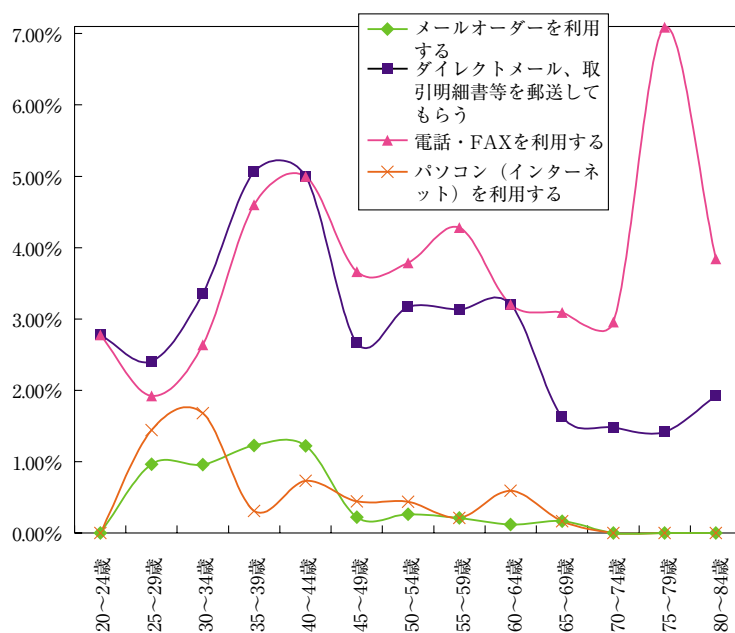
「店舗の窓口へ行く」と「外務員の訪問を受け

る」はいずれも右上がりの曲線であるが、相対的には「外務員の訪問を受ける」の方が割合が高くなっており、後者については前節の結果と合致した内容となっている。右下がりの「ATM/CDを利用する」は、右上がりの「店舗の窓口へ行く」

図表 5 金融機関との取引手段（その 1）



図表 6 金融機関との取引手段（その 2）



と反比例の関係が考えられ興味深い。

本節でもデータ数の関係で図を分けたが、特に図表6に掲出した取引手段は、サンプル数が極めて少なく⁴⁾、グラフの形状が直接その傾向を示しているとは言い難い。ただ全体的にはどの曲線も30代～40代前半までの世代を中心に利用されている様子が分かる。

4 無人店舗を利用したことがない理由(図表7)

本アンケート調査結果では、ATM/CDがある無人店舗を利用したことがないという人が、全体のほぼ4割を占める⁵⁾が、その理由をみると「近くに無人店舗がないから」が最も多く、これは若年層ほど顕著な傾向となっている。逆に「窓口の方が好きだから」と「機械の操作が難しいから」は、ほぼ右上がりの曲線で年齢が無人店舗を利用しない主因となっていることが分かる。「窓口の人に相談したいこともあるから」は、60～64歳で

最も多くなっている。

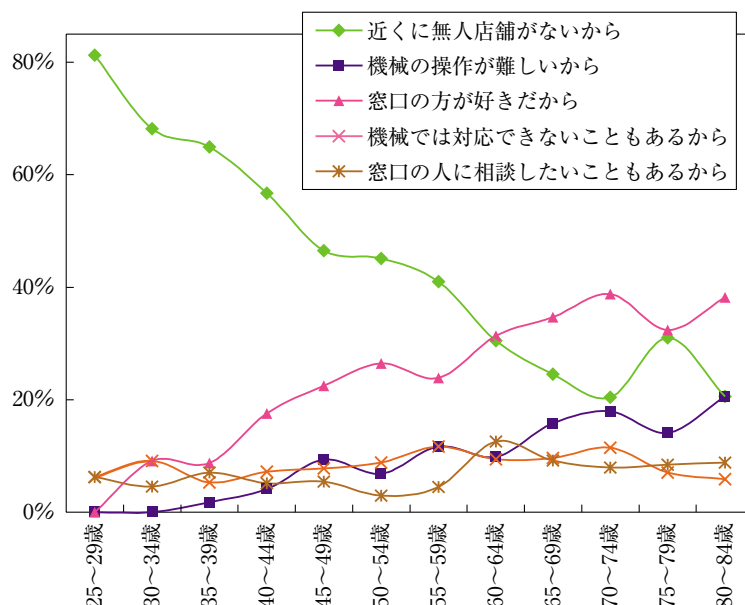
5 借入先金融機関を選択する最も重視する基準(図表8)

ここでは借入先金融機関の決定にあたって何を重視したかについて、以下の4項目から1つ選んだ結果を集計している。すなわち、

- 1 利便性……自宅・職場等への近さ、支店数の多さ、外務員の訪問
- 2 サービス……手続きが容易、いろいろな相談が可能
- 3 商品性……借入金利が低い、借入可能金額が大きい、分割返済が可能
- 4 信頼性……名の通った金融機関で信頼できる、経営内容が良い

である。第二節においても似た質問をしているが、本節では借入れのみに限定したものとなっており、結果は若干異なる⁶⁾。

図表7 無人店舗を利用したことがない理由

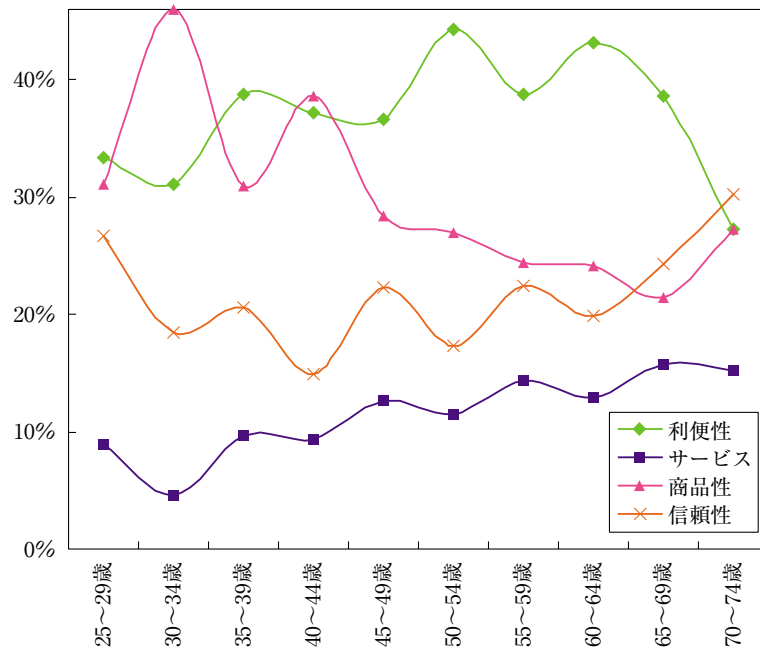


4) 「メールオーダー」、「パソコン」とも各年齢層でn≦10であった。

5) 川崎信用金庫からも、「60歳以上では窓口しか利用しない人が4割」という調査結果が、平成12年4月に発表されている。

6) 本節では様々な理由を一つにまとめているが、第二節ではそれらが独立しており、それぞれ若年層、または高齢層に支持されることが明示されるケースがあった。

図表 8 借入先金融機関を選択する最も重視する基準



まず、商品性であるが、トップの利便性に次ぐ順位であり、住宅や教育ローンの中心層である30～40代が重視する結果となっている。順位が最も低かったサービス性については、多少ばらつきはあるものの、やや右上がりで高齢者に支持されている要因といえる⁷⁾。

なお、利便性は最も重視されているが、ばらつきが大きく、年齢による傾向は特にみられない。順位的には3番目の信頼性も同様である。

6 現在行っている金融取引

本件の主題である各金融取引の状況である。以下各商品ごとに概観していく。

① 普通預金・通常貯金（図表9、以下同様）

最も多くの人に利用されている商品である。30代にかけて、かなり急激な落ち込みがあるが、その後は70～74歳まで年齢が上昇するのに合わせてほぼ一貫して増え続けている。

なお、75歳以降は若干の減少が見られる。

② 貯蓄預金・通常貯蓄貯金

普通預金と比べて金利的には高いが、その分決済機能に制約が多い商品である。多少のばらつきはあるが、年齢と共に利用割合が増える傾向がある。

③ 定期性預貯金

年金受給者に対し金利を優遇した定期預金等満期が設定された商品で、これも年齢が高くなるにつれ利用割合が増えている。

④ 公共料金の自動振替・年金の自動受取

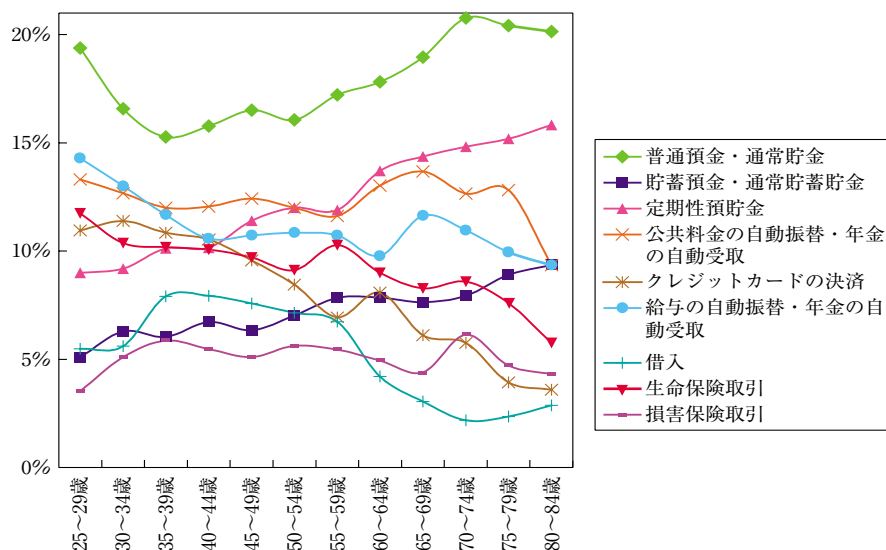
利用者は多いが60歳以下では大きな変化はなく、それ以上の年齢層で割合が増えており、年金受取の利用分と思われる。

⑤ クレジットカードの決済

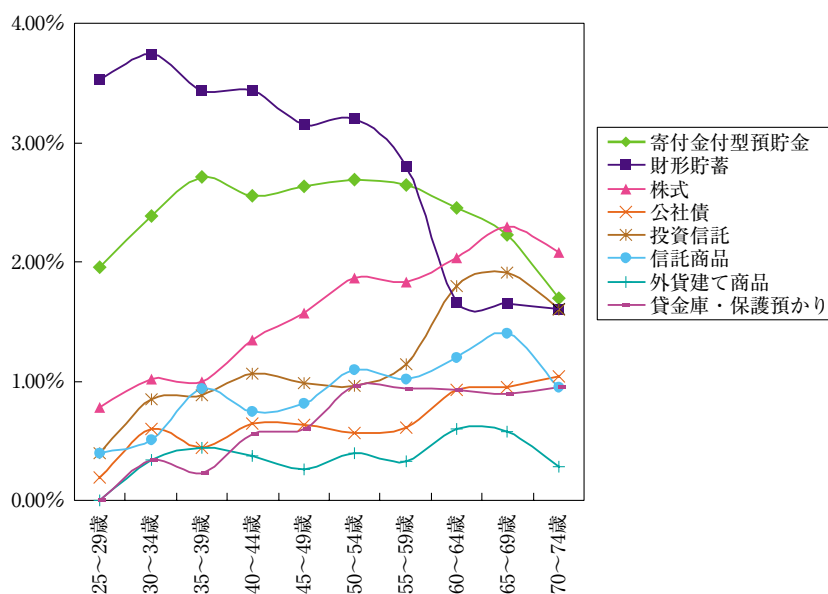
傾きが大きい右下がり曲線で、基本的に若年層ほど利用割合が大きくなっている。

7) 第二節の結果とほぼ合致する。

図表9 現在行っている金融取引（その1）



図表10 現在行っている金融取引（その2）



⑥ 借入

35～59歳の利用割合が大きい。住宅・教育ローンの中心層という特性からほぼ妥当な結果である。

⑦ 生命保険取引

20代から加入が増加し、35～39歳でいったん増加が止まり、その後変動はあるものの65～69歳ま

で逡減していく。

以下は図表10に掲げたものである。どの金融取引も最大値と最小値の差異が小さい⁸⁾ため別図として分けた。

なお、寄付金付型預貯金、財形貯蓄及び貸金庫・保護預かり以外の商品は、全体的に年齢が上

8) 乖離幅は大きいものでも2%程度。

がるほど利用割合が増える傾向を示した。

① 寄付金付型預貯金（図表10、以下同様）

34歳以下と65歳以上は利用割合が少なくなっている。それ以外の年代はほぼ一定である。

② 財形貯蓄

30～34歳をピークにほぼ一定の割合で緩やかに利用割合が減少しているが、60歳以上では利用割合が急激に落ちる。当該年齢ではその多くが勤労者世帯ではないためと考えられる。

③ 株 式

株式はなだらかな右上がりの曲線となっており、基本的に高齢者ほどその利用割合が大きくなっている。

④ 公社債

20代で低く、30代～50代の層までほぼ一定した値。それ以上の高齢者層では微増している。

⑤ 投資信託

20代で低く、30代～50代の層までほぼ一定した値。それ以上の高齢者層ではほぼ倍増している。

⑥ 信託商品

全体的には右上がりの傾向を示しており、公社債とはほぼ同様である。

⑦ 外貨建て商品

30～40代前半と60代の2つで曲線が盛上っており、その両端部分では低く、中間部分ではほぼ一定の値となっている。

⑧ 貸金庫・保護預かり

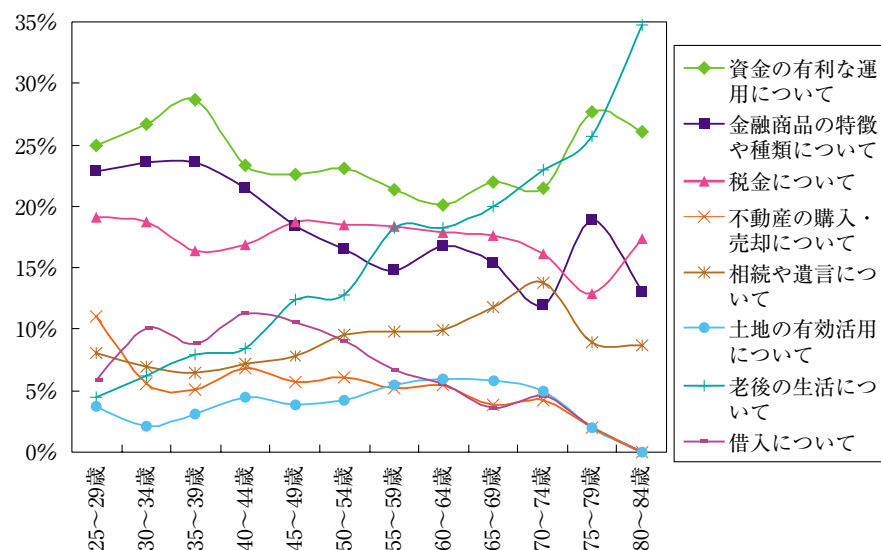
相対的に50歳までは年齢と共に通増していき、その後一定割合をキープしている。

7 金融機関から教えてほしい情報（図表11）

金融機関が有益な情報を提供することは、顧客の新規開拓はもちろん、その接点の維持においても経営上欠かせないものとなっている。また、それに伴うフィードバックが顧客ニーズを顕在化させ、新商品・サービスの開発にも大きなメリットがあると考えられる。ここでは、年齢による影響が大きい情報をピックアップする。

まず「資金の有利な運用について」と「金融商品の特性や種類について」は、順位は異なるものの、内容的に類似しており、曲線の傾向もほぼ同じである。すなわち、25～39歳までが高く、その後70代前半まで通減、ないし一定を保つ。そして75～79歳に再びそのニーズが高まるというものである。「借入について」は、30～40代が高くなっ

図表11 金融機関から数えてほしい情報



ており、第五節と符合する結果となっている。

「相続や遺言について」は、ほぼ年齢と共に関心が高まっていき、70～74歳で頂点を迎え、その後逡減していく。「土地の有効活用について」も「相続や遺言について」に似た傾向であるが、それより少し早い60～64歳でピークとなる。「老後の生活について」は、完全な右上がり曲線で、傾きも大きく、年を重ねるほど関心が高まることを示している。それ以外では、各年齢による差異はあまりみられない。

まとめ

以上を概観すると、“25～34歳は商品性を重視し店舗数の多い金融機関を選ぶ”、“35～59歳は住宅や教育ローン等の借入需要が高い”、“高齢者ほど外務員の在宅訪問や窓口による取引を選ぶ”ことが分かった。しかし、それ以外では年齢的に際

立ったものは少なく、そこから言えることは、特定の年齢層をターゲットにした金融商品を開発するのはそれほど容易ではないということである。

ペイオフ解禁を1年後に控え、顧客はその商品やサービスの特性だけでなく、それを提供する金融機関の経営内容等も視野に入れるであろうし、インターネット時代を迎え、金融機関側も経営効率がよいからという理由で、商品の販売チャネルを有人店舗からATMやインターネットなどの無人チャネルへ単純に移行すれば、高齢者の潜在需要を取りこぼす可能性がある。さらに大幅な金利優遇商品は顧客の増加にはつながっても、低金利下では運用面で逆ザヤが増長し、それが経営を圧迫する等、その時々的情勢も考慮しなければならない。今後の商品開発はこれら様々な要因を総合して検討していく必要があるだろう。

インターネットとプライバシー・個人情報保護

郵政事業庁総括専門官 大寺 廣幸

1 はじめに

EU各国の個人情報を保護し、大西洋をはさむ欧米間のデータ流通の障害を取り除くセーフ・ハーバー（避難港）が昨年11月1日完工し供用が始まった。

セーフ・ハーバー構築に米国商務省等を駆り立てた天候異変の原因は、1992年、欧州評議会（Council of Europe）で検討を始め、95年成案を得、そして、98年10月25日施行された「個人データの処理における個人情報保護と当該データの自由移動に関する指令（Directive 95/46/EC）」である。この指令第25条に基づき、欧州委員会は、EU域外国におけるデータ保護の妥当性（Adequacy）を判断する権限、責務をもつ。妥当性を欠くと考えられるプライバシー保護の仕組みしか持たない域外国へは、個人データの流出を禁止することができる。EUから個人が特定できる情報を取得したいと考える企業などは、「妥当な」プライバシー保護を行う必要があるのだ。

米国は、EU加盟国との間で膨大なデータ流通があり、2000年のEUとの貿易額が約3,850億ドルにのぼる。データの流通は企業の血流であり、特に電子商取引では基盤そのものである。多国籍企業や国際的に事業展開を行う企業にとっては、国境を越えオフィス間で個人情報を共有しあっているのが実態だ。それらの情報とは、たとえば、個人の電話・ファクス番号、電子メールアドレスも

あれば、秘密性の高い個人情報もある。保険金請求のための生命保険加入情報、クレジットカードの請求情報、新薬開発に必要な試験投与患者の情報もある。

米国側は、プライバシー保護、個人情報保護は、民間セクターの自主規制によることを原則とし、法規制はやむを得ない分野に限るべきだと主張する。EU側は、基本的人権を守るため国が包括的な法規制を行うべきだと主張する。米商務省、欧州委員会第15総局を中心に両者の間で、米国の法制度の枠組みに合うようなかたちで、この「プライバシー保護の妥当な水準（adequate level of privacy protection）」をどのように担保していくかをめぐって折衝が続いた。

昨年5月、ようやくEU・米データ保護セーフ・ハーバー協定案が定まった。ところが、7月はじめ、欧州議会は、投票総数279に対し反対票が259と、圧倒的多数で否決。本来、この協定は議会の議決を要せず、すでにEU加盟の15か国の政府がすべてこの協定を了承していたので、議会の指摘した疑問点などを書簡交換で明らかにして協定は11月発効した。

このセーフ・ハーバー協定は、この数年の爆発的なインターネットの普及発展の前に策定されたEUの個人データ保護指令を前提としているが、当然、インターネットも対象とする。

米国と欧州委員会は、データの自由流通と個人データの効果的保護をはかるためハイレベルでの

非公式対話を重ねてきた。この対話からセーフ・ハーバー（Safe Harbor、避難港）の枠組みが作られた。プライバシー保護に対する米国と欧州の規律の相違を踏まえた現実的な妥協案である。

この小稿では、昨年11月動き始めたセーフ・ハーバー協定までのプライバシー・個人情報保護の枠組み構築の歩みをたどってみたい。

2 公正情報基準

2.1 個人情報とは何か。

個人情報には、個人の名前、住所、電話番号、家族状況、個人を特定する番号（例：健康保険証番号）といった基本的なものがある。さらに、資産・負債状況（預貯金・ローン）、病歴・入院歴などの健康状況などの重要な個人情報がある。

2.2 枠組みの基本

個人情報の収集・利用に関し個人の関与を確保するため、約30年にわたり米、カナダ、EU加盟国等の世界各国やOECD（経済協力開発機構）などの関係国際機関で、公正情報基準（Fair Information Practices）と一般的に言われるガイドラインが模索されてきた。個人情報を扱うプロセスは、1）収集、2）蓄積、3）分析・加工と4）配布の4つに分けることができ、各プロセスでプライバシー問題が生まれる。また、プライバシー問題は、個人どうしの間、企業などの民間部門とのかかわり、国、自治体などの公共部門との関係の3つに分けて考えると便利だ。この基準を検討するうえで考慮すべき「ものさし」は、1）データの質、2）透明性、処理のオープン性、3）特に慎重な対応が必要な健康状態、人種・民族、宗教的信条、セックスなどのデータの取扱い、4）プライバシー・個人情報保護を具体的に担保する仕組みである。

プライバシー・個人情報保護に関する公正情報

基準は、世界的にコンセンサスがほぼできているが、次のようなものに要約化できる。

- 1）団体は、その保有する個人情報すべてに関し説明できるようにしなければならない。
- 2）団体は、情報を処理ないし収集する目的を特定すべきである。
- 3）団体は、原則として個人情報を収集するときは必ず個人の了知・同意を要する。
- 4）団体は、特定の目的の達成に必要な個人情報の収集に限るべきである。
- 5）団体は、個人の同意がある場合を除き、特定目的以外の目的のため個人情報を利用ないし開示すべきではない。（利用・開示特定原則finality principle）
- 6）団体は、情報を不必要に長い期間保有すべきではない。
- 7）団体は、個人情報を正確・完全・最新なものにしておくべきである。
- 8）団体は、個人情報に関し適切なセキュリティ保護措置を講じなければならない。
- 9）団体は、プライバシー・ポリシーをオープンにし非公開情報システムをもつべきではない。
- 10）団体は、データの客体たる個人がその個人情報にアクセスできるようにし、必要に応じ訂正できるようにすべきである。

2.3 欧米各国の歩み

OECDは、1980年9月、「プライバシーの保護と個人情報の国際流通を規律するガイドライン」を策定し、公正情報原則を国際的に一般化したのが、その動きをリードしたのが欧米である。

(1) 米 国

米国における公正情報原則は、1973年に健康・教育・福祉省（Department of Health, Education and Welfare：HEW）がコンピュータの利活用と

個人のプライバシーとの調和をはかるため策定したものが最初である。この公正情報原則は、データ処理の透明性、蓄積個人情報へのアクセス、個人情報の二次利用の制限、誤った情報の訂正、正確性、セキュリティ・セーフガードを定めている。

公正情報基準は、米国では主として、民間企業、業界団体などによる自主規制（self-regulation）のルールの中で具体化され、さらに、特に法的にプライバシー・個人情報保護が必要な分野での立法措置の中で具体的に盛り込まれていった。（なお、個人情報の処理の透明性、二次利用に関する規定ぶりが不十分な立法例もある。）米国では、歴史的にみて民間セクターによるプライバシー侵害よりも公的機関のそれを憂慮してきた。たとえば、連邦議会は、1974年プライバシー法を成立させたが、それは、米国市民の情報を収集する政府機関を規制するものである。民間セクターへの規制は、包括的に網をかぶせるのではなく、たとえば公正信用報告法（Fair Credit Reporting Act）のように、規制範囲を限り特定の業種を対象としている。なお、個別分野ごとに規制法を定めていく方式を「Sectoral Approach」という。この米国方式は例外的で、世界的に見ると包括的なプライバシー保護法が一般的である。

(2) EU（欧州連合）

EU（欧州連合）において公正情報基準がどのように具現化してきたか概観してみよう。

EU加盟国は、米国同様、プライバシー・個人情報の保護に熱心であるが、その規律のあり方は異なっている。プライバシー関連法の制定に慎重な米国に対し、欧州各国は、民間セクターも対象とする関連法の立法化に積極的に取り組んできた。これは、国家は、社会的危害から市民・国民を保護するため積極的な役割を果たすべきであるという伝統的な思想があるからであろう。1970年、ドイツ・ヘッセン州で世界初のデータ保護法が成立した。民間セクターにおける個人情報の取扱いの実態が十分把握できていなかったため、国レベルのデータ・プライバシー法制定は遅れた。1973年にスウェーデンが、世界で初めてデータ・プライバシー法を制定した。その後、プライバシー関係訴訟を受け、1977年ドイツで連邦データ保護法が、1984年英国でデータ保護法が成立した。このような立法過程で公正情報基準がさまざまな観点から検討され条文化されていった。

① EUデータ保護指令

また、欧州評議会（Council of Europe）では、1981年、「個人データの自動処理に関する個人保護条約（the Convention for the Protection of

図表 1

制 定 年	法 律	内 容
1970	公正信用報告法 (Fair Credit Reporting Act)	クレジット報告を規制
1974	プライバシー法 (Privacy Act)	政府のデータ処理を規制
1984	ケーブル通信政策法 (Cable Communications Policy Act)	CATV加入者のプライバシーを保護
1986	電子通信プライバシー法 (Electronic Communications Privacy Act)	電子通信のプライバシーに適用
1988	ビデオ・プライバシー保護法 (Video Privacy Protection Act)	ビデオ・レンタル利用者のプライバシーを規制

Individuals with Regard to Automatic Processing of Personal Data)」を採択した。さらに、OECDが「情報システムのセキュリティ・ガイドライン (Guidelines for the Security of Information Systems)」を採択した1992年、欧州評議会では、「個人データの処理における個人保護と当該データの自由移動に関する指令 (EUデータ保護指令) (Directive 95/46/EC)」の作成を始めた。1995年に策定され1998年10月施行されたこの指令に基づき、欧州委員会 (European Commission) は、法令の提案、政策の具体化などの作業を進めている。また、調査権限を持ち、関連条約などに違反する加盟国に対し法的制裁措置を講じるよう要請することができる。

EUデータ保護指令は、プライバシー問題に対し規制的・包括的アプローチをとっている。指令の目的は、1) 個人情報の処理に関し個人を保護することと、2) 国内法の調整手続を通しEU域内での個人情報の自由な流通を確保することである (第1条)。

個人情報は、特定の自然人に関する情報である。特定の自然人と直接、間接に推定できる情報を含む。たとえば、個人識別番号やその個人の属性、すなわち、身体的、生理的、精神的、経済的、文化的、社会的な個人識別の特性などの情報である (第2条)。

指令の範囲は広い。データ処理の形態は、オンライン、オフラインを問わず、手作業、機械自動処理を問わない。個人データをもつすべての組織、団体を対象にする。純粹に個人や家庭の活動を通じて利用されるデータは除かれる (第3条)。指令は、個人情報の処理に関し厳格なガイドラインを設けている。「処理」は、個人情報にかかわるすべての作業をいう。処理から例外となるのは、単純な送達だけであると解されている (第2条)。たとえば、情報をコピーすることやファイル化す

ることも処理とみなされる。この指令のプライバシー保護の公正情報基準は、1981年にOECDで採択された「プライバシー保護と個人データの国際流通に関するガイドライン」を受けて策定された。

指令によれば、すべての個人情報は公正かつ適法に処理されなければならない。たとえば、個人は、自らの情報が収集・利用されることを知らされるべきであり、そのため、その個人に利用目的を告知しなければならない。さらに、個人情報の利用は、最初に明らかにされた目的や関連する目的に限定される。情報は、収集目的を満たすに足る必要最低限のものに限られる。たとえば、個人が電話加入に際して自らの情報を提供する場合、その情報は、バカンス旅行へ個人を勧誘することなどに使ってはいけない。また、電話加入に際し、バカンス旅行に興味があるかといった情報を要求してはならない。情報は、正確で最新のものにしておかなければならない (第6条)。

指令は、「正当な」データ処理を求めている。特別の例外の場合を除き一般的に、情報が処理されるに先立ってデータの客体たる個人の同意を得なければならない (第7条)。さらに、一定の情報については、その個人情報が処理されるときデータ客体の個人にその情報が提供されなければならない (第10条)。たとえば、データを見たり、不正確な情報を訂正したり、あるいはデータを受け取る者を知る権利を、個人が有しているような場合である (第12条)。

秘匿性の高いデータについては特則がある。「秘匿性の高い」データとは、人種・民族、政治的信条・信教、健康などについての情報である。これらのデータは、個人が明示的に同意する場合などきわめて限られたとき以外は、処理ができない (第8条)。

また、指令は、セキュリティ確保の観点から、破壊や破損、変更、無断開示・アクセスに対し、

「データを保護する適切な技術的・組織的措置」を求めている（第17条）。

さらに、指令では、データの処理にさまざまな要件の充足を要請している。データ処理に責任をもつ「データ管理者」を指名しなければならない。データ管理者は政府機関に登録し（第19条）、データ処理の前に最小限、次の事項を通知しないといけない。義務的通知事項としては、1）処理の目的、2）データの客体たる個人に関すること、3）データの開示を受ける者ないしその範疇、4）第三国への情報移転の予定、5）処理のセキュリティ要件が満足しているかの事前確認に関すること（第19条）

指令に基づき、加盟国の政府機関は、データ処理活動を監督する権限・責務をもつ。各国は、独立の公的機関を置き個人データの保護を監督する。この「データ保護委員会」の権限は次のとおりである。1）データ処理活動の調査と指令の実行状況の監視、2）データ処理に介入し、データの封鎖、抹消、破壊の命令や、処理の禁止、3）データの客体たる個人からきた苦情の処理、4）委員会活動に関する定期報告の作成・発表（第28条）。

米・EU間でセーフ・ハーバー協定を締結する契機となったEU域外へのデータ移転については、指令は次のように定めている。すなわち、加盟国は、「プライバシー保護の適切な水準」を確保できない域外国への個人データの移転を禁止する法律を制定しなければならない（第25条）。保護水準が不適当と判断されると、加盟国は当該域外国へのデータ移転を阻む措置を講じなければならない。加盟国やデータ保護委員会は、域外国が保護の適切な水準を確保していないとみとめる場合は、相互に通報する義務を負う。

② EU加盟国

この指令を受けて加盟国は、所要の措置を講じつつある。具体的な措置としては、一定の政府機

関を「データ保護コミッショナー（data protection commissioner）」として指定し、個人情報収集する者はこの指定機関に登録しデータ保護方針を明らかにする義務を法定化するなどの措置である。

③ インターネットとの関係

これらの法規制は、もともとインターネットを視野に入れていたわけではない。しかし、インターネットも対象とするものであることを明らかにするため、1999年2月、欧州評議会は、「情報ハイウェイ上の個人データの収集と処理に関する個人保護ガイドライン（Guidelines for the Protection of Individuals with Regard to the Collection and Processing of Personal Data on the Information Highways）」を採択した。

3 インターネット時代のプライバシー・個人情報保護の問題

個人情報の収集は、インターネット登場以前ずっと昔から行われてきたことでそれ自体目新しくはない。発信者の電話番号を受信者に知らせる発信者番号通知制度（Caller ID）が導入されてから、消費者の電話番号は秘密ではなくなった。消費者の行動パターンは、通販のオーダーやクレジットカードの使用、診療カードへの記入、お客様優待クラブへの加入などを通じ把握されてきた。

しかし、インターネットの出現で、個人データの収集、蓄積などはきわめて容易になった。ウェブサイトは、広い範囲のインターネットユーザからアクセスでき、それらの人たちからサイトへの登録や調査表への記入といったかたちで、様々なデータを得ることができるようになった。さらに、ウェブ・ブラウザは、データを追跡できるようになった。ブラウザは、ユーザのパソコンのハード・ドライブに「クッキー」をつける。これはあたかも商店街の買い物客を追跡しどの店に入った

かをチェックするマーケット調査員を雇ったようなものだ。ユーザがどのようなウェブサイトにサーフィンするのか、オンラインショッピングでどのような商品・サービスを購入するか、といったことがクッキーのタグに記録され、そのクッキーを付けたウェブに送信される。ウェブサイトは、個々のユーザのインターネット利用情報にアクセスできるのだ。データの蓄積が非常に廉価にできるようになったので、より多くの企業が、より多くの人たちのより多くの情報を集めることができ、情報をより長期間保持できる。データ収集の制約であったコストをあまり気にする必要はなくなった。

3.1 クッキーとは

クッキーについて、少し詳しく述べてみよう。インターネットの技術革新が新たなプライバシー・個人情報の問題を生み出した。それは「クッキー」の存在である。

消費者の多くは、インターネットの特異点は「匿名性」だと思っている。しかし、これは多くの場合真実ではない。多くのサイトは、サイトを訪れる消費者の情報をクッキーのような技術を使って集めている。クッキーは、一種の電子タグで、インターネットを通じ訪問したサイトが、その訪問者のパソコンのハードディスクに貼り付けるのだ。クッキーは、ユーザの名前、クレジットカード番号、訪問サイト、メールアドレス、利用・購入パターンなどの情報を蓄積していく。これらの情報は、パソコンのハードディスクのクッキー・ファイルに保存され、ユーザがサイトを一層便利に使うため活用されるのが一般的だが、しばしば、ユーザが同意せず知らぬ間に集められる。いったんクッキーが貼り付くと、ユーザのパソコンのブラウザは、ユーザが訪れるサイトすべてに対し、常にそのサイトのクッキーがあるか否かを

チェックする。そのサイトのクッキーがあるとわかると、ブラウザは、クッキー情報をそのサイトに送信する。

Cookie Centralは、企業がクッキーをどう活用しているかをそのホームページに掲載している。

(<http://www.cookiecentral.com>)

① ターゲット・マーケティング

クッキーを使えば、個人がどのサイトを訪ね、どの広告をクリックし、どのようなことに興味を持っているのか、のプロフィールをサイトが作ることができる。このプロフィールを活用し、個々の消費者に特定の広告をうつことができる。

② ウェブサイトの追跡

クッキーを使えば、消費者がどのサイトを訪ねたか、そのサイトに幾人訪れたか、関心を引くリンクがないのでサイトから立ち去ったのはどのようなユーザか、などがわかる。

③ オンライン・オーダー

クッキーの中には、個人の購買傾向を示す情報を蓄積するものがある。時間をかけて商品・サービス（アイテム）を選んだあげくオーダーせずに立ち去ったとしても、ショッピング・バスケットにそのアイテムを入れた段階でその記録をクッキーに残すことができる。

④ サイトの個人向け特別仕様化（カスタマイズド化）

クッキーは、ニュースサイトに見られるように、ウェブサイトを個々人向けに再編集するのに利用できる。クッキーの機能を使って、個人が特に興味をもつ分野のニュースを優先的に画面に表示されることができる。

以上のような用途にクッキーは広く用いられ様々な便宜をもたらしているが、他方で、好ましくない利用の仕方も報告されている。たとえば、特定の医学情報を入手するためインターネットをサーフィンしたことを記録としてクッキーに残す

ように仕組んだ場合、そのデータは秘匿されるべき個人情報であるが、本人の了解なしに収集され第三者に売られるおそれが出てくる。

クッキーの存在をインターネットユーザは認識し、その便益とともに危険性も十分知っておく必要がある。繰り返して言えば、インターネットサーフィンの足跡、痕跡が知らぬ間に誰かに「盗まれ」、悪用される危険があるのだ。個人の名前、IPアドレス、ブラウザ、OSの種類、訪問サイトなどの情報が、簡単に集積、加工分析され、個人のプライバシーを脅かす用途に使われ、第三者に渡される危険があるのを知りその対策を講じておく必要がある。

4 インターネットでの公正情報基準

インターネットでは公正情報基準は一層重要になる。インターネットの技術特性から、特に配慮すべき点は、1) データ収集の目的の特定、2) 個人情報の取扱いにかかる個人の同意、3) 個人に対するデータの扱いの透明性（データ収集と蓄積個人情報へのアクセスを個人に周知することを含む）、4) 慎重な扱いを要するデータへの特別の保護、5) 損害賠償・復旧の仕組みの構築、である。

4.1 連邦取引委員会の公正情報基準

インターネットを視野に入れた連邦取引委員会（Federal Trade Commission：FTC）の公正情報基準を見てみよう。

FTCは、5つの区分（告知、選択、アクセス、セキュリティ、コンタクト）に分けて原則を策定している。この基準にしたがうことで、個人はデータ収集の危険性を事前に理解し自らの情報を管理できるようになる。これらの原則は、技術革新がどのように進もうと、また、データがどのような種類のものであっても適用できる普遍性を有

する。

「告知」は、個人がデータ収集のプロセスを知り自らの情報を管理するためのスタートラインとなるものであり、いわば公正情報基準の基本ともいえるものである。データを収集する者は、「どのような情報をどのような方法で収集し、どのような用途に使い、さらに、誰と共有するのか。」を明確に示す義務を負う。

この基準は、収集の事実があいまいになりがちなオンラインでは特に重要だ。ウェブサイトは、クッキーの利用の有無と使用目的を明らかにすべきである。理想をいえば、サイトは、そのホームページや情報収集ページから容易にアクセスできるかたちでリンクを張って、自らのプライバシー・ポリシーをウェブユーザに閲覧できるようにすることが望ましい。

個人は、「選択」によって、そのデータの利用を実際に管理できるようになる。選択とは、ウェブユーザが、ウェブサイトからの電子メールを受信するか否かを選択し、ユーザ自身の情報をサイトが他の企業と共有しないよう要求することができるようになることである。選択には大別して二つの方式がある。オプト・イン（opt-in）とオプト・アウト（opt-out）である。オプト・インとは、サイトが、データを利用する前に明確な承諾をユーザから得る方式だ。他方、データ収集者であるサイトに対し、自らの情報を利用しないよう告げる方式が、オプト・アウトだ。一般的に、オプト・インのほうが、サイトがデータを利用しようとする前に個人に諾否を尋ね、ユーザがその利用の応諾を判断しなければならないので、情報保護に有用である。

また、個人は、「アクセス」によって、収集された自分の情報をたやすく検証できるようになり、また、不正確な情報を訂正させることも可能になる。プライバシー・ポリシーにおいては、個人が

どのようにすれば訂正を申し入れることができるか明らかにすべきである。アクセスが可能になることで、個人はデータ収集者のデータベースなどをモニターし自らの情報が最新のものになっていることを確認できる。

「セキュリティ」の義務づけにより、データ収集者は、データの流通・蓄積の過程でのデータへの加害行為を防止する義務を負う。窃取、消滅、破壊、改変、無許可アクセスを防ぐ措置などである。セキュリティは、ハッカーがデータベースに侵入する危険性があるので、特にオンラインでは重要だ。

公正情報基準は、データ収集者がデータ元の個人に信頼できる「コンタクト」情報を提供することを求めている。データ収集者との間に意思疎通ができることで、個人は、選択、アクセスの権利を有効に行使できるのだ。さらに、コンタクト規定があるということは、個人が苦情や質問を容易に行う手段があるということで、この仕組みの存在によりデータ収集者は、より一層の説明責任を負うことになる。インターネットでは、電子メールがユーザとサイトとの間を手軽に結び意思疎通をはかる手段になる。

5 プライバシー・個人情報保護に関するインターネット利用者へのアンケート

電子商取引の目覚ましい発展とともに、消費者は、オンライン・ビジネスが個人データを収集・利活用していること、そしてプライバシーへの侵害の危険が増加していることを理解し始めた。1999年実施の調査「Personalized Marketing and Privacy on the Net : What Consumers Want」によれば、消費者の92%がオンラインでの個人情報の誤った利用を心配している。IBMの「Multi-National Consumer Privacy Survey」という調査では個人情報の誤った利用に対し一般的には不安を

覚えない人でもその76%がインターネットでのプライバシー侵害を憂慮している。オンラインで個人情報がどう扱われるか不明なことが不安を掻き立て、電子商取引（B2C）に二の足を踏む原因になっているのであろう。「Cyber Dialogue E-Commerce Survey」によれば、インターネットがプライバシーに脅威を与えていると考えている人だと、オンラインでオーダーする割合は20%にも達しない。昨年4月の「Survey Shows Few Trust Promises on Online Privacy」では、インターネットを使っている家庭の92%が、オンライン企業は個人情報を機密扱いしているとは思っておらず、82%の家庭が、政府はオンライン企業の個人情報利用を規制すべきだと回答した。

5.1 AT&Tの「Beyond Concern : Understanding Net User's Attitudes about Online Privacy」等の調査結果

1999年4月公表されたAT&Tの「Beyond Concern : Understanding Net User's Attitudes about Online Privacy」がプライバシー・個人情報保護に関し詳しくアンケート調査を行っているのでその結果を概観してみよう。

○インターネットユーザは、自らを特定する情報を求められる時よりもそうでない時のほうが情報を提供する。

○データの種類によって慎重な取扱いが必要だ。クレジットカード番号や社会保険（social security）番号をウェブサイトに出すことに不快を感じる人が多い。また一見同じような種類のデータでも微妙な差があるようである。たとえば、郵便の受取り住所と電話番号、電子メールアドレスでは、ほとんどの回答者が電話番号の提供を嫌うのに対し、宛先住所の提示には違和感はなく、電子メールアドレスはその中間、という結果が出た。○ユーザは、情報開示を応諾するときにはさまざま

まな要素を考慮していることがわかった。最も重要なのは、情報が第三者と共有されるか否かである。次に大切な判断要素は、情報が個人を特定できるような方法で利用されるのか、どのような種類の情報が収集されるのか、その情報の利用目的は何か、といった点である。サイトがプライバシー・ポリシーを掲げているか、サイトがシール・プログラムの承認を受けているか、なども重要であるが、前記の事項ほど、ユーザの判断において大きな比重をもっていないようだ。

○ユーザが、クッキーのような持続的な特定コードを受け入れるか否かは、その使用目的次第であるとの結果が出た。回答者の52%は、クッキーに憂慮を示している。12%の人はクッキーとは何かを知らなかった。クッキーを理解している回答者の56%は、クッキーが自らのパソコンのブラウザに自動的に貼り付くを防ぐよう、パソコンのセッティングを変更していた。しかしながら、回答者の78%は、持続的な特定コード、特にクッキーをユーザの利用目的に合ったサービス（カスタマイズド・サービス）を受けるため必要だとして肯定的にとらえている。60%が自らの嗜好にあった広告を受けるためこのような特定コードを容認している。

○インターネットユーザは、データの自動送信を好ましくないと思っている。ウェブを一層便利に利用するためのソフト・ツールへの関心が高い一方で、大半のユーザは自らの情報をウェブサイト自動的に送るツールを望んでいない。ユーザの関与なしに情報をサイトに送る自動送信機能をもつブラウザ・ソフトに対し、86%の回答者は、「ノー」と答えた。

○また、インターネットユーザは、自らが求めもしないコミュニケーションを強いられることに嫌悪感を抱いている。回答者は、ウェブサイト情報を送ることによって、一方的に情報が送られる

ようになることに強い忌避反応を示した。たとえば、自らの名前、郵便の受取り住所をサイトに知らせ、その結果、無料のパフレットやクーポンが送られてくることに肯定的な回答者の61%が、もし、それらの情報が他の企業にも共有され、そこからダイレクト・メールなどが送られてくるようならば、情報提供はしないだろうと答えた。

○インターネットユーザは、プライバシー・ポリシーを自らのサイトに掲載し、著名なプライバシー・シール・プログラムへ登録する自主規制と法規制のいずれが適当か、との質問に対し、興味深い結果が出た。情報提供の際に告知された目的を外れて勝手に情報が利用されることについては、48%の人が法的に禁止することに賛成した。28%は、目的外使用をサイトが定めるプライバシー・ポリシーで禁止するほうを選択。そして、58%が、サイトが定めるプライバシー・ポリシーと、Better Business BureauやAAAのような著名な団体によるシール・プログラム認定の双方で担保されることを選んだ。

このほか、Jupiter Communicationsが行った調査「Proactive Online Privacy, Scripting an Informed Dialogue to Allay Consumers' Fears」では、消費者のほぼ3人に2人（64%）は、たとえば、ウェブサイトがプライバシー・ポリシーをホームページに掲載していてもそのサイトを信用しないと答えている。クレジットカードの情報のセキュリティが不安と答えた人が78%、第三者への個人情報の販売が最も心配だという人が58%にのぼる。FOX News Opinionが昨年6月に行った調査では、回答者の69%は、医療・金融データなどを秘密にしておくことはできないのではないかと大いに心配し、90%の人は、ますます秘匿が困難になっていると答えた。

6 プライバシー・個人情報保護のためのソフト技術

インターネットでは、クッキーのように便利な反面、個人情報を個人の知らぬ間にウェブサイトへ収集する技術が猛スピードで開発される一方で、個人を特定できる情報を保護するため様々なソフト技術、サービスも日々生まれている。インターネット上でのプライバシー・個人情報保護を論ずる場合、当然、その技術革新の動向を把握しておくことが必要である。代表的事例を紹介してみよう。

6.1 クッキー撃退法

クッキーは一種の電子タグであるが、その撃退法は、1) クッキーがパソコンのハード・ドライブに付いたときにそれを知らせる、2) クッキーの付着をブロックする、3) ユーザのパソコンからクッキーを除去する、という各段階のものがある。

現在、インターネットユーザは、クッキーがパソコンに植え付けられたかを知り、それを受け入れるか拒否するかが選択できる。Netscape NavigatorやInternet Explorerといったブラウザでは、サーバがパソコンのブラウザにクッキーを貼り付けようとするときは常にその情報をスクリーン上で警告する仕組みを選択することができる。

また、インターネットユーザは、ウェブサイトから送られてきたクッキーを一個所にまとめてあるので一挙に削除できる。たとえば、Netscape Navigatorでは、クッキーはユーザのプロフィールを保存するユーザ辞書の中の「cookies.txt」というファイルに蓄積されている。削除したければ、この「cookies.txt」を探し出し削除すればよい。特定のクッキーの削除も可能だ。

不要なクッキーをパソコンから掃除するソフト

は多数出ている。たとえば、America Onlineが開発したNetscape Cookie Managerは、Netscapeブラウザの機能だが、ユーザが個々のプライバシー・プレファレンスに基づきクッキーを探しブロックし削除できる機能を持っている。

6.2 特定性除去サービス (Identity Scrubber)

様々なユーザの情報は、ウェブサイトを訪れた瞬間にそのサイトにパソコンから情報が送られサイトでその情報を把握できるようにプログラムすることができる。この特定性除去サービスは、インターネットを匿名のままサーフィンできるようにする機能をもつものだ。多種多様なサービスが実用化されているが、たとえば、ネットワーク・サービス・プロバイダー用に開発されたPrivadaControlは、ユーザのパソコンで機能し、ユーザのウェブページのリクエストは暗号化されてPrivada Networkに送られ、そこで、復号化される。いわば、自らのパソコンのほかに匿名性をもった第二のパソコンを持つようなものだ。これによって、ユーザはPrivada Networkを使って匿名性を保ったまま電子メールの送受やクッキーの利点であるカスタマズド・ブラウジングの便益を享受できるようになる。

6.3 ウェブサイト・シール・プログラム (Website Seal Program)

シール・プログラムとして知られている第三者機関による実施プログラムは、企業の公正情報基準をモニターしプライバシー・ポリシーが実践されるように誘導する機能をもつ。企業等のウェブサイト上のTRUSTe、BBBOnline、Webtrustなどのシールをクリックすると、ユーザは、サイトのプライバシー規約に飛ぶことができる。シール・プログラムの目的は、そのサイトがプライバシー・個人情報保護の観点で信用に足るところか

否かをシールで簡単に判別できるようにすることである。シール・プログラムは、ウェブ企業のプライバシー・ポリシーの標準化にも役立っている。その代表的なものがTRUSTeである。このシールを獲得するには幾つかの要件をもつプライバシー・ポリシーを持つ必要がある。どのような個人情報消費者から収集されるのか。情報はどのように利用されるのか。情報は第三者と共有されるのか。消費者は、収集された情報の利用にどのような選択ができるのか。このような事項が開示されなくてはならない。さらに、TRUSTeは、消費者を情報の滅失、誤用、変更から守るセーフガードを設定し、また、消費者が自らの情報を最新のものにし不正確を正す方法を開示することをウェブサイト上に義務づけている。シールが承認されると、サイトは毎年、プライバシー・ポリシーとTRUSTeの要求条件に合致しているかをチェックしなければならない。TRUSTe自体もモニターするが、違反やプライバシー侵害の不安といったユーザからの情報も積極的に受け付けている。

6.4 プライバシー・プレファレンス技術 (Privacy Preference Technology)

プライバシー・プレファレンス技術とは、ユーザが個人情報の開示の許容範囲をあらかじめ決め、この条件と合ったサイトのプライバシー・ポリシーを自動的に識別する技術である。たとえば、AT&T ResearchがMicrosoftと組んで開発中のものは、MicrosoftのInternet Explorerに組み込まれる。このソフトをインストールするとブラウ

ザ・ウィンドウ上にプライバシー・ボタンが表示される。このボタンをクリックすると、ユーザは自分の情報開示の許容範囲を設定でき、ウェブサイトのプライバシー・ポリシーが自らの条件に合うかのチェックが可能になる。

また、World Wide Web Consortiumが開発中のPlatform for Privacy Preferences (P3P)は、注目すべきプロジェクトである。このコンソーシアムは、America Online、AT&T、IBM、Microsoft、Nokia、Hewlett Packard、日本電気、Citigroup、Direct Marketing Association、Center for Democracy and Technology、Privacy Alliance¹⁾、TRUSTeなどさまざまな企業、業界・公益団体が参加している。ウェブを通じて収集されるデータに関し公正情報基準の開示を促進することにより、ユーザのプライバシー保護とインターネットの信頼性を向上させようとするのが狙いの技術だ。P3Pのアプリケーションによって、サイトは、ユーザのブラウザにユーザが理解できる方法でサイト自らの公正情報基準を自動的に明らかにする。この基準はウェブサイトを組み込まれており、ユーザは、その条件を判断した上でウェブサイトへのアクセスを決定できるのだ。このようにP3P技術によって個人は、自己の情報を管理し自らの情報開示条件に合ったサイトの選定が可能になる。P3Pプロジェクトのメリットは、標準フォーマットで公正情報基準を明らかにすることによりユーザがパソコン内で自動的かつ容易にその条件を照合できる点だ。本年中に、P3Pの勧告案が固められる予定である。

1) プライバシー保護の観点から自主規制の実効性を高めるため、シール・プログラムのほかに、プライバシー保護を遵守しているか否かをモニターする団体が誕生している。たとえば、Online Privacy Allianceは、個別企業や業界団体がメンバーの組織で、個人のオンライン上のプライバシー保護にかかる環境整備を推進するものである。この団体は、自主規制をさらに促進するため、会員にプライバシーの技術開発の進展状況を知らせ、議論のためのフォーラムを提供し、個々のウェブサイトが告知、選択、アクセス、セキュリティ等を内容とするプライバシー・ポリシーを構築する支援を行う。この団体には、AT&TやeBay、Disney、Yahooなどが会員になっている。

7 プライバシー・個人情報保護の枠組み構築とその推進

欧米各国では、プライバシー・個人情報保護のため多種多様な仕組みが工夫され稼働している。ここでは、米国内の自由放任主義や自主規制の状況を概観してみよう。

7.1 自由放任主義

市場への政府の関与を最小限にし「見えざる手」が需給の最適解をもたらすという自由放任主義によれば、オンライン・プライバシーの世界においても、外部からの干渉自体は消費者の求めるプライバシー保護の水準を生み出すものにはならない。自由放任アプローチは、最大限の自由度をもたらすゆえ電子商取引の関連産業から多くの支持を集めている。自由放任はもっとも理想的なプライバシー保護の環境を生み出すと賛成派は主張する。ビジネスの成功は、消費者の選好、つまりマーケットシェアの増加しだいであり、プライバシーに関しても消費者の意向を考慮して必要な措置を各企業は自発的に講じる。何も外的な規制を加えなくとも企業は自ずからプライバシー保護に努力する。また、インターネットは本質的に急速な変貌を遂げており、すべてのサイトはプライバシー保護措置を含めその公正情報基準をその変化に迅速かつ絶え間なく合わせなくてはならない。外的な規制はその変化に適応が難しい場合もある。このように主張する。

他方、自由放任に反対する立場からは、ビジネスは消費者の憂慮に適切に応えておらず、また、プライバシー・ポリシーを策定したとしてもそれは公正情報基準に完全に対応しているとは言い難いとの批判がなされている。消費者が十分な情報を持っていない場合、自由放任主義は本当に最適解を生み出すか疑問だ、との声もある。

理論的には、消費者がプライバシーを重視するなら、プライバシー保護に配慮するサイトを評価し、そうでないサイトの利用はやめるであろう。公正情報基準がなかったり、あったとしても遵守していないサイトから消費者が遠のけば、そのサイトは自ずと市場から退場しなくてはならない。逆に消費者の立場を尊重した基準をもつサイトは、消費者から評価されヒット数は増加するであろう。競争の激しいコマーシャルサイトでは、プライバシー重視の姿勢が消費者を魅了すると判断すれば、プライバシーに一層配慮するであろう。消費者がハイレベルのプライバシー保護を期待すれば、公正情報基準は、サイトの市場参入の必要条件になるのである。

事実、優良企業の多くがプライバシー保護を重視することのメリットを認識し始めているようだ。Electronic Privacy Information Center (EPIC) とOnline Privacy Alliance (OPA) の研究によれば、プライバシー・ポリシーをもつ人気サイトが増加している。消費者の圧力が企業行動に影響を与えているのは事実であるが、そのプライバシー・ポリシーの質となると公正情報基準の域まで達しているか否か疑問のものもあるとのことである。

1999年OPA調査（対象：94のサイト）によれば、全サイトの93%は少なくとも部分なりと「告知」し、83%が「選択」の機会をユーザに与えている。しかし、「アクセス」は50%、「セキュリティ」は51%、「コンタクト」は59%しか関連情報をサイトに掲載していない。1999年実施のGeorgetown Internet Privacy Policy Study (GIPPS) の調査結果は、なお悪い。調査した363のサイトのうち65%、236がなんらかの情報公開をしており、そのうち、89%は「告知」、62%は「選択」の情報をサイトに掲載している。しかし、「アクセス」は40%、「セキュリティ」は46%、

「コンタクト」は49%のサイトしか関連情報を出していない。公正情報基準の5つの条件を満たすのはわずか13.6%（調査全体ではわずか9%）に過ぎない。これらの調査結果からすると、自由放任は公正情報基準遵守に十分応えているとは言えないようだ。

「告知」は、掲出割合がもっとも多いものだが、その情報の質は不十分である。EPICの1999年の調査では、わずかに51%のサイトがホームページからプライバシー・ポリシーのページへリンクし、また、情報収集を行うページからのリンクはわずかに35%に過ぎない。同じ調査によれば、「告知」の質の面をチェックしてみると、たとえば、わずか58%のサイトが情報収集の理由を明示しているだけだ。クッキーを使っていることを明らかにしているのは1サイトで、EPICは、他の多くのサイトもクッキーを利用していると見ている。プライバシー・ポリシーの多くはわかりにくく、理解困難な法律用語を多用し近寄りがたい。

完全で明快なプライバシー・ポリシーがまだないということは、自由放任アプローチの限界を示している。自由放任主義は、消費者がその選好に基づき選択する能力を前提にしている。しかし、消費者がそのような決定を行えるのは信頼に足る十分な情報がある場合である。消費者が完全な情報を欠いているとき正しく選好がなされるとはいえず、したがって市場メカニズムが働いて理想的なプライバシー保護が実現するとはいえないであろう。なんらかの外からの力に促されなければ自由放任アプローチは有効に機能しないようである。

7.2 自主規制

個々のウェブサイトのレベルでは自由放任であっても、産業界レベルでは多数のサイトが自治的組織を作って自主規制が行われている。産業界の自主規制は、自由放任と同様、企業にプライバ

シー基準の採用に弾力度を与え、プライバシー保護への有効なアプローチと言われてきた。自主規制は、産業界の専門家やプライバシー保護の有識者が自主規制の枠組みづくりに参画でき、この枠組みを基準に各ウェブサイトのプライバシー・ポリシーの当否を判断することが可能になる。自主規制に批判的な人は、公正情報基準の実践の有効性が自主規制によって担保されないと指摘する。特に、自主規制は、プライバシー・ポリシーの質を保証するものでなく、プライバシー保護を有効に強制するメカニズムを欠いていると指摘する。

クリントン政権下の数年間は、連邦政府も産業界、公益団体も自主規制こそプライバシー問題への妥当なアプローチであるとみなしてきた。連邦政府はプライバシー保護の必要性和インターネットの急激な変化の両面を勘案し、オンライン関連産業が、政府の過度の関与を受けることなく自らのイニシャティブでプライバシー問題を解決するのがベストであるとの姿勢を貫いてきた。クリントン大統領は、1997年の「電子商取引に関する指令」の中で次のように述べている。「電子商取引の発展のため民間セクターがリーダーシップをとるべきだ。連邦政府は、産業界の適切な自主規制を促し、インターネットの成長・成功に資する技術や商取引ルールの開発に対する民間セクターの努力を支援すべきだ。」

1998年議会報告の中で、FTCは、オンライン・プライバシー保護のため、政府規制よりも自主規制のほうが効果的・効率的な手段であると述べた。（注）このスキームは、消費者、ビジネス双方のニーズをすばやく充足させる利点をもつといえよう。自主規制としては、シール・プログラム、産業界のガイドライン、プライバシー関係団体、米・EUセーフハーバー・イニシャティブなどがある。

（注） なお、昨年5月のFTCの議会報告では、

公正情報基準を遵守する自主規制は実効性の点で問題があり、インターネットプライバシーへの消費者の憂慮がさらに強まった結果、何らかの包括的な立法措置が必要であると述べている。

(1) シール・プログラム

シール・プログラムは、プライバシー遵守を判定するものさしとなる。ウェブサイトのプライバシー・ポリシーがプログラムの要件を満足すればサイトはプログラムのシールを有料でホームページ上に掲示することができる。消費者は、シールを見て、そのサイトがプログラムの要件に合致していることを認識し、また、シールの部分をクリックすればその要件を閲覧できる。品質を保証するシール・プログラムが広く普及しウェブユーザがたやすくわかるようになれば、シールは、サイトのプライバシー基準遵守を知らせる手早く信頼性のある判別方法になろう。ほとんどのシール・プログラムは、米国で開発され、最近、欧州のサイトにも用いられ始めた。

よく知られているシール・プログラムはTRUSTeである。1996年に構想が発表され、97年から98年にかけてすべての大手のポータルサイトの協力を得てプライバシー・パートナーシップを打ち上げた。また、Microsoft、Netscape、America Online、IBMなどの主要企業がスポンサーになっている。TRUSTeは、現在もっとも大きなシール・プログラムである。ただ、欧州からの参加はオンライン・オークションのQXL.comなどまだ少数にとどまっている。

Council of Better Business Bureausは、1998年、BBBOnlineシール・プログラムを始めた。TRUSTeに比して参加メンバーの数は少ないが、Council of Better Business Bureausの名声に裏打ちされこのシール・プログラムへの信頼は高い。

AT&T、Dell Computers、American Airlines、eBayがこのプログラムに参加している。

ほとんどのプライバシー関連のシール・プログラムは、公正情報基準をカバーしており、その参加者に対し消費者へ次の事項を告知することを求めている。情報の用途、第三者との共有の有無、情報共有・提供の場合のオプト・アウトの方法、データ内容の変更方法、データ保護の方法、ウェブサイトとのコンタクト方法などである。また、シール・プログラムは、苦情処理・解決の手続を定めており、シール・プログラムが消費者とウェブサイトとの間の斡旋・仲介者となる。必要があれば苦情の調査も行う。

1999年後半に始まった新しいシール・プログラム、SecureAssureは、さらに厳しい条件を課している。他のプログラムが、消費者に明示的に告知する限り第三者との情報共有を認めているのに対し、SecureAssureは、第一次利用をこえる目的のための利用や情報共有を禁止している。また、他の多くのプログラムがオプト・インとオプト・アウトのいずれかを求めているのに対し、SecureAssureは、明示的なオプト・インの許可を得ることを条件にしている。

シール・プログラムは、公正情報基準に準拠しプライバシー問題に効率的な自主規制の枠組みを提供しているように見える。しかし、この方策にも2つの大きな問題がある。シール・プログラムへの参加が任意であり、また、公正情報基準を強制できないことだ。もっとも知られたシール・プログラムであるTRUSTeとBBBOnlineのメンバーはまだ少数にとどまっている。EPICの1999年の調査では、上位100のショッピングサイトのうちわずかに20が、このいずれかのプログラムを導入しているにすぎない。シール・プログラムは充実してきてはいるが、比較的新しくプライバシー保護にはなお完全なものとはいえない。

シール・プログラムは、その規定を強制する手段は現在もないし将来的にもないだろう。紛争解決や調査の手段はあるが、違反からの十分な原状回復には程遠い。もっとも厳しい制裁は、シールを無効にすることだ。確かに違反したサイトに対する悪評とはなるが、プログラムそれ自体は、直接的な制裁はできない。

TRUSTeは、プロファイルの苦情事例に対するアクションに消極的な姿勢を示してきた。1998年、FTCは、ウェブサイトのGeoCitiesにかかるプライバシー侵害事件を審査したが、その審査の過程で、GeoCitiesは、プライバシー遵守基準に違反しながら、一方でTRUSTeへ申請しシールを付与されていたことが明らかになった。TRUSTeは、FTCの審理終了まで沈黙を守った。また、1999年3月、Microsoftは、そのソフトウェアに追跡可能な独自の識別符号を埋め込みTRUSTeのシールに違反した。しかし、「Microsoftは、消費者のプライバシーに配慮すべきだが、TRUSTeとの契約違反はない。」とTRUSTeは判断し、この事実を荒立てなかった。さらに、1999年後半、ハッカーが、MicrosoftのHotmailのセキュリティ上の欠陥を見つけ、何千もの個人の電子メール・アカウントが侵入の被害にあったが、問題が公になるまでTRUSTeは、事態を放置し、その後もMicrosoftが問題を解決する手助けに、外部の会計事務所を雇っただけであった。Microsoftの事例は、MicrosoftがTRUSTeの有力なスポンサーであることから特に問題となった。TRUSTeがMicrosoftを譴責しようとしなのは、利害の衝突から来るのではないかとの見方もあった。

(2) 産業界のガイドライン

産業界のガイドラインは、その産業に特有の基準を設けようとするもので、ダイレクト・マーケ

ティング協会（DMA）やバンカーズ円卓会議（Bankers Roundtable）のような業界団体を通じて設定されている。これらの団体は、個々の産業の事情に精通しているので、会員企業にふさわしいプライバシー・ガイドラインを決めることができる。理論上は、ウェブサイトすべてを対象とするものよりも個別ビジネス事情を勘案して定めるプライバシー保護基準のほうが実効性もあり効率的である。

いくつかの業界団体が、会員企業のためプライバシー・ガイドライン、行動指針を作成した。DMAは、1999年、「プライバシー誓約」（Privacy Promise）を定め、その中で、会員企業は、「情報共有や勧誘のときにその情報を利用されないよう求める消費者の権利」を、消費者に告知することを定めている。DMAは、会員企業向けにオンラインでそのガイドラインの解説を提供している。1999年、財務省の貯蓄金融機関監督室（Office of Thrift Supervision：OTS）は、その監督下のS&Lなどの金融機関がオンライン取引を行うウェブサイトにはプライバシー・ポリシーを掲げることを求める規則を公表した。OTSは、金融機関に次のような義務を課した。1）利用者にその情報がどのように使用されるか告知すること。2）金融機関が情報使用を制限する権利を利用者に与えること。3）利用者の情報が正確で安全に保護されること。

残念ながら、産業界のガイドラインの多くは、公正情報基準を完全に満たしていない。FTCは、議会への1998年報告のため9つの業界向けガイドラインを調べた。その結果は次のとおりであった。情報収集の告知義務はすべてのガイドラインが明示している。大半のガイドラインが、情報共有の可否について個人の同意を求めている。ところが、アクセスやセキュリティへの言及は事実上どのガイドラインにも見当たらない。特に重要な点は、

どのガイドラインも、業界のガイドラインの実効性を確保する強制の仕組みを用意していないことだ。Magazine Publishers of Americaのようなところは、単に参考資料、模範としてプライバシー原則を掲げるだけで、その会員に原則の採用を要求していない。会員に業界のガイドラインに従うことを要求するものもあるが、その義務づけの程度は弱い。最悪、業界団体は、除名処分をすることが可能でその企業が評判を落とすことにあろう。しかし、このような制裁も違反企業にとって苦痛になるとは必ずしも言えず、侵害された個人へ損害賠償となることにはならない。

8 セーフ・ハーバー協定

冒頭述べたように、セーフ・ハーバー（Safe Harbor：避難港）は、「プライバシー保護の適切な水準」を確保できない域外国への個人データの移転を禁止するEUのデータ保護指令と、プライバシー・個人情報保護は、民間セクターの自主規制によるとする米国の間で作られた知恵の産物である。

セーフ・ハーバー協定は、米国・EUの行政当局間の取決めとして、データ保護指令の「プライバシー保護の適切な水準」を確保するフレームワークをとりあえず構築し、国際公法レベルではこれで指令の条件を充足したことにする点にまず意義があったように見える。

EUの立場を尊重し、米国企業等へ好ましくないデータ移転を避けるため、EUが裁量的に執行権限を行使するというEUの政治的合意（セーフ・ハーバーの一時中断）は有効である。また、セーフ・ハーバー協定は、今年半ばにその履行状況を検証することになっている。そのとき、前記の一時中断も検討対象になる。

他方で、米国の理念である自主規制の建前が工夫して協定に組み入れられている。セーフ・ハー

バーの枠組みに入るか否かは、米国企業・団体の任意とし、この枠組みから脱退することも任意にしてある。米国企業・団体は、この枠組みに入るに際しセーフ・ハーバーが求める条件に合致していることを自己診断しその旨を公告することが条件だ。商務省は、その企業等のリストを公表する。セーフ・ハーバーによって、EUから米国へのデータ移転に関わる欧米企業等には予見可能性と継続性のメリットが生まれる。セーフ・ハーバー協定が定めるプライバシー原則は、指令の妥当性基準に適合するものとみなされる。セーフ・ハーバーに参加すれば、データ移転の事前承認が不要になり自動的に承認されるようになる。このプライバシー原則の違反行為は、一般的には具体的な個人からのプライバシー侵害の訴えをもって顕在化し、その問題解決は裁判外の調停・和解手続きの活用が期待されるようだ。プライバシー原則の違反行為は、一般的に連邦取引委員会法第5章の不正取引（詐欺・欺もう行為）とみなされる。連邦取引委員会法がプライバシー原則遵守の担保として機能する仕組みとなっているのだ。ただ、連邦取引委員会法の管轄外の通信事業者などに関する取扱いには不明瞭な点が残っているようである。

9 終わりに

連邦取引委員会は、昨年5月の議会への報告「Privacy Online：Fair Information Practices in the Electronic Marketplace」の中で、次のように強く包括的なプライバシー・個人情報保護法の制定を強調している。

9.1 報告書の要点

電子商取引は、急速に発展を遂げている。同時に技術革新は、ウェブサイトを訪れる消費者の膨大な情報を収集・蓄積・移転・分析する企業の能

力を飛躍的に高めている。このデータ収集・利用の増大はプライバシーへの消費者の不安をさらにかきたてている。電子商取引への消費者の信頼を確保し、電子商取引市場を発展させるため、この消費者の不安に対し対策が必要だ。

連邦取引委員会は、インターネットを含むオンラインでの公正情報基準をより一層実効性あるものにするため、立法措置が必要であるとの結論に達した。

1998年の議会報告では、ほとんどすべてのウェブサイト（92%）が消費者の個人情報を収集し、その一方で程度の差はあるにせよなんらかの形で情報基準を開示しているサイトはわずかに14%に過ぎないことを明らかにした。この報告では、告知、アクセス、セキュリティの公正情報基準の原則を詳述し、プライバシー保護のため、行政的措置や自主規制の枠組みを推奨した。

1999年、Georgetown大学のMary Culnan教授が行ったGeorgetown Internet Privacy Policy Surveyでは、プライバシーの開示頻度で顕著な改善傾向が見られたが、4つの公正情報基準をすべて開示しているのはわずか10%のサイトであった。この結果から、1999年の報告では、自主規制がうまく機能するか否かの見極めにはなお時間が必要で、民間企業等の公正情報基準の実践への努力を喚起した。

2000年2・3月行った連邦取引委員会の調査では、ほとんどすべてのサイトが電子メールアドレスやその他の個人を特定する情報を収集していた。335のサイト中20%のみが4つの公正情報基準を開示しているに過ぎなかった。確かにアクセス、セキュリティ原則の遵守は困難と考え、告知、選択に限ってその原則の実行状況を調べたが、335サイト中41%しか守っていなかった。主要な自主規制の手段であるシール・プログラムについて調査したところ、わずかに8%しかシールを表示し

ていなかった。

このような調査結果を踏まえれば、確かに将来的にも自主規制は大きな役割を果たすであろうが、連邦取引委員会としては、自主規制とともに消費者のプライバシー保護のための立法措置が必要だと結論せざるを得ない。

9.2 プライバシー・個人情報保護に対する我が国の取り組む視点

わが国では、今国会に個人情報保護法案が審議される予定だ。米国においても、このような連邦取引委員会の見解を受けて、包括的なプライバシー・個人情報保護法が誕生するかどうか注目が集まっている。

また、今後、電子商取引のみならずさまざまな形態でのインターネット利用が国境を超えて進んでいく。個人情報の保護の枠組みは、国際的な協調を視野にいれなければ一歩も前進しない状況である。Information Heavenや治外法権を生みださない工夫が必要だ。公正情報基準は、その大枠が収斂化しているといっても、個人情報の範囲、透明性基準、告知条件などに関し解釈はEU加盟国内でも微妙に異なる。その実効性を担保する法的強制メカニズムは、管轄権、裁判外の紛争処理手続き、復旧・損害賠償措置などの面で、各国で多種多様である。ますますの国際連携が求められるであろう。他方で、インターネットが優れて技術指向であり、その技術革新が、コインの表と裏のように、経済社会、生活に多大な恩恵をもたらすとともにプライバシー侵害も拡大する危険性を内在していることに留意することが大切だ。

個人・民間セクターの自由競争の優位と国家・社会秩序の安定のいずれに優位に置くかなど、大西洋をはさんで大きな価値観の相違がある米国とEUがセーフ・ハーバー協定を作り上げた両者の努力は、十分吟味すべきである。インターネット

を通じての情報交流や電子商取引が国境を超えてますます進展する21世紀、国際的なプライバシー・個人情報保護の新たな枠組みづくりにわが国も積極的な参画ができるよう、国際対話・協力、政策提言、技術革新等、官民協力して進めていくべきだと考える。

郵政研究所通信

1 学会・大学・講演会等での発表

- 「平成13年度経済・金融見通し」北陸郵政局（2月1、2日）
- 「銀行経営の新潮流—顧客中心主義への転換」郵便貯金サービスセンター自主大研修会（2月13日）
- 「前島密・創業の精神」中央郵政研修所（2月15日）
- 「経済指標の見方について」電気通信研修所（2月20日）
- 「平成13年度経済・金融見通し」東北郵政局（2月26日）
- 「平成13年度経済・金融見通し」九州郵政局（2月26、27日）
- 「経済指標の見方について」中央郵政研修所（2月28日）
- 「経済指標の見方について」四国郵政局（2月28日）

2 報道発表

- 「金融業の進化と経営組織の在り方に関する調査研究会」第二回議事内容、郵政研HP（2月1日）
- 「金融業の進化と経営組織の在り方に関する調査研究会」第三回議事内容、郵政研HP（3月6日）

3 郵政研究所セミナー

- 「銀行経営の戦略的重点分野」（2月13、14日）

4 金融・経済解説紙等の発行

- 「IPTPトピックス」（適宜）
- 「IPTP ECONOMIC WEEKLY」（毎週金曜日）

5 広報活動

- (1) P-sat放映
 - 「デジタルパーク郵政館」毎週水曜日放映（1ch）
 - 「月例経済・金融概観の解説」（2月）
 - 「月例経済・金融概観の解説」（3月）
 - 「手紙作文全日本年賀状版画絵手紙コンクール中央展」（関東郵政局P-sat全国版）
 - 春休みこども大会「アンパンマンワールド」（関東郵政局P-sat全国版）
- (2) 新聞・雑誌・学会誌等への掲載
 - 「郵政省のうつりかわり」郵政（2月号）
 - 「IT導入によるメリットにまつわる論点」情報通信ジャーナル（2月号）
 - 「RTGS」かんば資金（2月号）
 - 「10月の地域経済指標の総合的な動き」かんば資金（2月号）

「平成13年度経済・金融見通し」郵便貯金（2月号）
 「平成13年度経済・金融見通し」郵政研究（2月号）
 「効率的な経営に向けて―アウトソーシングの活用」郵政（3月号）
 「平成13年度経済・金融見通し」郵政（3月号）
 「さまざまな貯金箱」郵政（3月号）
 「平成13年度経済・金融見通し」情報通信ジャーナル（3月号）
 「平成13年度経済・金融見通し」かんぽ資金（3月号）
 「不動産投信」かんぽ資金（3月号）
 「11月の地域経済指標の総的な動き」かんぽ資金（3月号）
 「平成13年度経済・金融見通し」郵便局経営（3月号）
 「ていばーく120%活用術」郵政研究（3月号）
 「平成13年度経済・金融見通し」通信協会雑誌（3月号）

“Market position, resource profile, and governance : linking Porter and Williamson in the context of international courier and small package services in Japan” Strategic Management Journal (John Wiley&Sons刊行) March 2001

6 ていばーくの特別展

- ・特別展「地球の声を聞いた男～郵便局長と昭和新山～」(1月5日(金)～2月4日(日))
- ・NHK大河ドラマ「北条時宗」展(2月10日(金)～2月25日(日))

7 その他

- ・坂野記念館「20世紀デザイン切手原画展」(1月4日～6月30日)
- ・神栖町歴史民俗資料館第21回企画展「ふるさとのおもちゃ～受け継がれてきた郷土のぬくもり～」(2月8日～3月25日)
- ・東京郵政局「ポストカプセル郵便展」(2/7～2/16)
- ・中国郵政局「20世紀デザイン切手原画展」(3/3～3/4)

◆ Opinion—読者の声— ◆

本号に掲載した論文等について、皆様からのご意見をお寄せください。本誌の中で随時取り上げていきます。宛て先は下記まで、所属先及び氏名を明記の上、お送り願います。

今回、1月号のトピックス「インターネットと米国の選挙」についてコメントいただきました。どうもありがとうございました。

——Original Message——

To : www-admin@iptp.go.jp

Subject : 2001年1月号月報へのコメント

—略— 特に候補者にとっての課題に関心を持ちました。低学歴層、低所得者層などではインターネット利用者が少ないため、インターネットを通じて候補者の情報が多く配信されるようになることは、インターネットを利用しない有権者層を排除することに繋がる危険性がある、というご指摘はまったく同感です。また、私は2000年の選挙では、ゴア陣営に登録し、定期的に情報を送信してもらうように設定したのですが、いつのまにかブッシュ陣営からも送られてくるようになり、寄付金を募るメールが頻繁に送られてきました。個人情報の流出が今後ますます心配されることと思います。

日本でも投票率を上げるために、さまざまな案が考えられていますが、インターネットの普及と共にウェブ上での選挙活動、投票が実現される可能性もあるでしょう。その意味においても、アメリカの選挙におけるインターネット利用に関して、継続的な研究、調査が必要であると思われます。
(2/16付 清原聖子氏よりメールにて 一部略)

なお、郵政研究所では大学・研究機関等のホームページと積極的にリンクを設定していきたいと考えております。リンクをお考えの方は下記までE-mailにてお知らせ下さい。

【御意見等の宛て先】

〒106-8798 東京都港区麻布台1-6-19 総務省郵政研究所 研究交流課

TEL : 03-3224-7310 FAX : 03-3224-7382

URL <http://www.iptp.go.jp/>

E-mail : www-admin@iptp.go.jp

編集後記

「いっちなんせーいになったーら、いっちなんせーいになったーら、友だち100人できるかな」「いーつのーことーだかー、思い出してごーらん、あんなことー、こんなことー、あったでしょう」

卒業・入学・就職の季節です。3年くらいの短いスパンで一区切りするのは、今思えば気持ちよかったように思います。環境ががらっと変わる機会に、「一年生になったら友だちいっぱいつくろう!」と決心するのは、普段よりも容易でした。「いろいろあったなあ」と反省したり、感傷にひたったりするのも、時には必要だったと思うし。社会人×年目、たまには自分で自分を引き締めてみようか、と思います。

郵政研究所では、研究の成果のほとんどをインターネットで公開しています。

郵政研究所ホームページアドレスはこちら→ <http://www.iptp.go.jp/>

さて、省庁再編に伴い送付先の見直しを致しましたが、不備な点も多いかと思いますので、届いていない或いは宛名が違う等の場合は、FAXにて下記までお知らせください。

また、すでにご連絡頂いた方、ご協力ありがとうございました。(倉澤)

FAX 03-3224-7382

IPTP

Institute for Posts and Telecommunications Policy

郵政研究所月報

第14巻 第4号 通巻151号 2001年4月1日発行

編集・発行 総務省郵政研究所

〒106-8798 東京都港区麻布台1-6-19

TEL : 03-3224-7310 FAX : 03-3224-7382

URL <http://www.iptp.go.jp/> E-mail www-admin@iptp.go.jp

※本誌の無断転用、複写を禁じます。

本誌は再生紙を使用しています。