

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

2023年6月号 (Vol.5)

不当表示に対する規制強化（ステマ規制導入・法改正）
／欧州企業結合審査における簡易手続の改正I. 不当表示に対する規制強化
（ステマ規制導入・法改正）II. 欧州企業結合審査における
簡易手続の改正

森・濱田松本法律事務所

弁護士 宇都宮 秀樹

TEL. 03 5223 7784

hideki.utsunomiya@mhm-global.com

弁護士 藤田 知也

TEL. 03 6266 8575

tomoya.fujita@mhm-global.com

弁護士 柿元 将希

TEL. 03 6266 8971

masaki.kakimoto@mhm-global.com

弁護士 門田 航希

TEL. 03 5293 4848

kouki.kadota@mhm-global.com

弁護士 小高 綾太

TEL. 03 6212 8341

ryota.kodaka@mhm-global.com

弁護士 橋永 果南

TEL. 03 6266 8737

kana.hashinaga@mhm-global.com

I. 不当表示に対する規制強化（ステマ規制導入・法改正）

（宇都宮、柿元、門田、橋永）

1. はじめに

消費者庁は、従来より、不当表示に対して継続的に取締りを行ってきています。すなわち、令和4年6月1日に公表された「令和4年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組」¹においては、令和4年度における措置命令（全て表示事件）は41件、課徴金納付命令は17件とされ、平成29年以来、同程度の処理件数が維持されています。

その一方で、インターネットやSNSが広告の媒体として活用されるようになったこと等に伴い、規制対象を拡充し、かつ、執行を強化する必要性が高まっています。これを受けた近時の規制強化の動きとして、本稿では、①令和5（2023）年3月に指定・公表され、同年10月より施行されるステルスマーケティング（以下「ステマ」といいます。）に関する告示及び運用基準、並びに、②同年5月に成立した景品表示法の改正についてご説明します。

¹ https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_230601_01.pdf

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

2. ステマに対する規制

(1) 概要

ステマとは、広告主が自らの広告であることを隠したまま広告を出稿する等の広告形態をいいます。

消費者は、製品の広告が事業者自身によるものと認識すれば、その広告に誇張・誇大が含まれ得ることを考慮に入れることができます。他方、ステマの場合、消費者はそのような認識を抱く機会がないため、自主的かつ合理的な商品選択が阻害されるおそれがあります。もっとも、従来は、優良誤認表示（景品表示法（以下「現行法」といいます。）5条1号）や有利誤認表示（同条2号）に該当する場合を除き、ステマという広告形態そのものは景品表示法上の規制対象ではありませんでした。

消費者庁は、ステマの実態を調査し、これを踏まえた規制のあり方を検討するため、令和4（2022）年に検討会を開催しました。その結果を踏まえ、消費者庁は、ステマに対する規制として、「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」（以下「本表示」といいます。）に関する告示（以下「本告示」といいます。）及び運用基準（以下「本運用基準」といいます。）を策定し、令和5（2023）年3月28日に公表²しました。本告示は、

- ① 「事業者³が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示」であって、
- ② 「一般消費者が当該表示であることを判別することが困難である」と認められる表示を、現行法5条3号の規制対象として指定しました。

また、本運用基準では、上記の2要件に関する考え方や具体例が示されました。

以下では、本表示の要件に関する考え方や具体例（(2)及び(3)）、及び本表示に対する制裁（(4)）についてご説明します。

(2) 表示主体性（要件①）

要件①について、本運用基準は、「事業者が表示内容の決定に関与したと認められる」場合には、当該事業者以外の者が行った表示であっても「事業者の表示」⁴に該当するとした上で、以下の考え方を示しています。

ア 「事業者が表示内容の決定に関与した」とされる表示について

本運用基準は、「事業者が表示内容の決定に関与した」とされる表示を「事業者が自ら行う表示」と「事業者が第三者をして行わせる表示」に場合分けし、それぞれについて考え方を示しています。

このうち、「事業者が自ら行う表示」が事業者の表示となる場合としては、例えば、事業者と一定の関係を有し、事業者と一体と認められる従業員等が行った表示等が

² <https://www.caa.go.jp/notice/entry/032672/>

³ 本告示の対象となるのは「事業者」（現行法2条1項）であるため、事業者から依頼を受けて広告・宣伝等を行うインフルエンサーやアフィリエイトは、規制対象とはなりません。

⁴ 事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示（現行法2条4項、5条柱書）

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

含まれます。このような表示が事業者の表示となるかは、従業員の事業者内における地位、立場、権限、担当業務、表示目的等の実態を踏まえて、事業者が表示内容の決定に関与したかが総合的に判断されます。本運用基準に記載された具体例は以下のとおりです。

	本運用基準上の記載	想定される具体例 ⁵
事業者の表示に該当（規制対象）	「商品又は役務の販売を促進することが必要とされる地位や立場にある者…が、当該商品又は役務の販売を促進するための表示…を行う場合（他の者に指示をして表示を行わせる場合を含む。）」	マーケティング担当者が、自身の SNS 上で、自社商品 A の画像と共に「商品 A はおすすめ」、「商品 B（他社商品）は商品 A に比べて質が悪い」と投稿した。
事業者の表示に該当せず ⁶	「商品又は役務の販売を促進することが必要とされる地位や立場にはない者が、当該商品又は役務に関して一般消費者でも知り得る情報を使うなどし、当該商品又は役務の販売を促進する目的ではない表示を行う場合」	商品の販売を促進することが必要とされていない法務担当者が、自身の SNS 上で、商品 A の画像と共に「商品 A を買ってみた」と投稿した。

次に、「事業者が第三者をして行わせる表示」が事業者の表示となる場合としては、事業者が第三者に対して表示内容につき明示的に依頼・指示した場合が典型的です。もっとも、仮に明示的な依頼・指示がなかったとしても「事業者が第三者の表示内容を決定できる程度の関係性があり、客観的な状況に基づき、第三者の表示内容について、事業者と第三者との間に第三者の自主的な意思による表示内容とは認められない関係性がある場合」には、事業者が表示内容の決定に関与したとして事業者の表示となります。このような「関係性」があるといえるかは、事業者と第三者との間の具体的なやり取りの態様や内容、事業者が第三者の表示に対して提供する対価の内容、その主な提供理由、事業者と第三者の関係性の状況等の実態も踏まえて総合的に判断されます。本運用基準に記載された具体例は以下のとおりです。

	本運用基準上の記載	想定される具体例
事業者の表示に該当（規制対象）	「事業者が第三者に対して SNS を通じた表示を行うことを依頼しつつ、自らの商品又は役務について表示してもらうことを目的に、当該商品又は役務を無償で提供し、その提供を受けた当該第三者が当該事業者の方針や内容に沿った表示を行うなど」	メーカーがインフルエンサーに対し、「宜しければ SNS に投稿してください」と申し添えて自社商品 A を無償で提供し、当該インフルエンサーが SNS 上で「商品 A はおすすめ」と投稿した。

⁵ 本書の「想定される具体例」においては、参考として、本運用基準から合理的に想定され得る事例を挙げています。実際には、諸般の事情を総合的に考慮して判断する必要がある点に留意が必要です。

⁶ 但し、このような場合でも、従業員が自らの立場を明かさずに自社製品に関する投稿を行う行為については、一般消費者に否定的に受け止められる可能性は否定できません。従業員が販売促進に従事しているか否かにかかわらず、従業員が自社製品について SNS 等に投稿することについては、コンプライアンス上一定のリスクを伴う可能性があることに留意する必要があります。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

<p>「事業者が第三者に対して自らの商品又は役務について表示することが、当該第三者に経済上の利益をもたらすことを言外から感じさせたり（例えば、…当該第三者以外との取引の内容に言及することによって、遠回しに当該第三者に自らとの今後の取引の実現可能性を想起させること。）、言動から推認させたりする…などの結果として、当該第三者が当該事業者の商品又は役務についての表示を行うなど」</p>	<p>メーカーがインフルエンサーに対し、「今後とも宜しく願います。なお、弊社商品の魅力を投稿されている●●（他のインフルエンサー）さんとは、長くお付き合いさせていただいております。」等と申し添えて自社商品 A を提供し、当該インフルエンサーが SNS 上で「商品 A はおすすめ」と投稿した。</p>
--	--

イ 「事業者が表示内容の決定に関与した」とされないものについて

他方、本運用基準は、「客観的な状況に基づき、第三者の自主的な意思による表示内容と認められるもの」については、事業者の表示に当たらないとします。第三者の自主的な意思による表示内容と認められるか否かは、前記と同様に、事業者と第三者との間に事業者が第三者の表示内容を決定できる程度の「関係性」があるか否か、第三者と事業者との間で表示内容について情報のやり取りが直接又は間接に一切行われていないかをはじめとする各事情に照らして判断されます。本運用基準に記載された具体例は以下のとおりです。

	本運用基準上の記載	想定される具体例
<p>事業者の表示に該当せず</p>	<p>「EC サイトに出店する事業者が自らの商品の購入者に対して当該 EC サイトのレビュー機能による投稿に対する謝礼として、次回割引クーポン等を配布する場合であっても、当該事業者…と当該購入者との間で、当該購入者の投稿…内容について情報のやり取りが直接又は間接的に一切行われておらず、客観的な状況に基づき、当該購入者が自主的な意思により投稿…内容を決定したと認められる投稿…を行う場合」</p>	<p>メーカーが、商品 A を購入したユーザーに対して、「レビュー投稿で 500 円のクーポン進呈」等とのみ申し向け（それ以外のコミュニケーションは行わず）、当該ユーザーが自らの感想に基づき「商品 A はいまいち」と投稿した。</p>
	<p>「事業者が自社のウェブサイトの一部において、第三者が行う表示を利用する場合であっても、当該第三者の表示を恣意的に抽出すること…なく、また、当該第三者の表示内容に変更を加えること…なく、そのまま引用する場合」</p>	<p>メーカーが、自社のウェブサイトのレビュー欄において、ユーザーから自主的に寄せられたレビューを無作為に抽出し、原文のまま掲載した。</p>
	<p>「事業者が不特定の第三者に対して試供品等の配布を行った結果、当該不特定の第三者が自主的な意思に基づく内容として表示を行う場合」</p>	<p>メーカーが、不特定のユーザーに対し商品 A のサンプルを配布し、ユーザーが自らの感想に基づき「商品 A はいまいち」と投稿した。</p>

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

(3) 不明瞭性（要件②）

また、本告示は、本表示の要件として、上記（2）に加え、「一般消費者が当該表示であることを判別することが困難である」ことを挙げています。そして、本運用基準は、この要件につき、消費者にとって事業者の表示であることが明瞭となっているかを表示内容全体から判断するとした上で、大要以下のように整理しています。

	本運用基準上の整理
明瞭となっていない (規制対象)	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業者の表示であることが記載されていないもの。 ● 事業者の表示であることが(表示文言や動画における表示時間・表示タイミング、表示位置等から)不明瞭な方法で記載されているもの。
明瞭となっている	<ul style="list-style-type: none"> ● 一般消費者にとって、表示内容全体から、事業者の表示であることが分かりやすい表示となっているもの(例:「広告」「宣伝」「PR」「プロモーション」「A社からの商品提供を受けて投稿」等の文言をわかりやすい位置に大きく表示している場合)。 ● 事業者の表示であることが一般消費者にとって明瞭である又は社会通念上明らかであるもの(テレビCM、自社ウェブサイト・SNSアカウントを通じた発信等)。

(4) 本表示に対する制裁

これまでも、優良誤認表示や有利誤認表示に該当するステマについては規制対象とされており、これらに対しては措置命令（現行法7条1項）及び課徴金納付命令（現行法8条1項）の制裁が科されてきました。これに対し、本告示によって新たに規制対象となった本表示に該当するステマについては、課徴金納付命令の対象とはならないものの、措置命令の対象となります。従来から、ステマが露見した際には事業者は多くの批判に晒されてきたところ、今後、ステマそのものが景品表示法違反となることにより、ステマによるレピュテーション・リスクは一層大きなものになることが予想されます。

(5) 本告示・本運用基準を踏まえて事業者に求められる対応

本告示及び本運用基準は、令和5（2023）年10月1日から施行され、同日以降の表示が本告示及び本運用基準の対象となりますが、施行前からの表示についても、施行後も当該表示を事業者が管理可能な状態にある場合には規制対象となるため、施行日までに過去の表示も含めた表示管理体制について見直しておくことが推奨されます。その際には、本告示及び本運用基準のほか、公表されたパブリックコメントに対する消費者庁の見解⁷や、今後消費者庁のウェブサイトに掲載される予定であ

⁷ 例えば、以下のような見解が示されています。

①リファラルマーケティング（商品・役務の購入者が自主的に知人等に当該商品・役務を推薦し、その知人等が新規購入に至る等一定の条件を満たした場合に、事後的に事業者から紹介者に経済上の利益が提供されるマーケティング手法）は、事業者と第三者との間で事前に情報のやり取りが一切存在せず、

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

る Q&A の参照も有用であるほか、必要に応じて、弁護士への相談や消費者庁への事前相談を行うことも考えられます。

また、本表示に該当するステマが景品表示法の規制対象となった点に意義がある一方、例えば明示的に表示内容を依頼・指示しない場合の判断が考慮要素を踏まえた総合判断とされている等、本告示及び本運用基準の内容を見ても必ずしも事業者にとっての予測可能性が確保されているとは言い難い状況にあります。事業者においては、意図せず本表示に該当するステマを行うことのないよう、少なくとも施行後当面の間は、以下のような対応を行うことが推奨されます。

- 従業員（特に、マーケティング・営業部門）の情報発信に関し、内部的なルールの導入や研修等を通じて、意図せず本表示を行うことを防止する。
- 投稿内容について明示的に依頼しない場合でも、コミュニケーションの内容、提供する対価の内容（自社商品の無償提供を含む）、相手方との関係性等から本表示に該当するリスクに留意する。悩ましいケースでは、上記のような場合でも、保守的に「広告」表示等を付すよう依頼する。
- 商品等の宣伝を依頼する際には、インフルエンサーやユーザー等に対し、明瞭性を確保する表示方法、優良誤認表示及び有利誤認表示に該当しない表示方法について具体的にガイダンスを与えるとともに、事前・事後チェックを行う。

3. 景品表示法改正

(1) 概要

景品表示法は、平成 26（2014）年に 2 度の改正が行われましたが、その後の社会状況の変化や最近の運用状況に照らし、景品表示法検討会において、「端緒件数の増加・事件処理期間の長期化に対応するために事業者の自主的な取組を通じて早期是正を図る方策や、悪質な事業者に対応するための抑止力強化の方策を検討する必要がある」ことをはじめとした検討課題が示されていました⁸。こうした問題意識を受け、改正景品表示法（以下「改正法」といいます。）が、令和 5（2023）年 5 月 10 日に参議院本会議で可決・成立しました。改正法は、一部を除き、公布日（同月 17 日）から 1 年 6 か月以内に施行されます。

今回の改正における主な改正事項は、①事業者の自主的な取組の促進、②違反行

紹介者が自ら任意で紹介するものであり、事業者が紹介者の表示内容に関与していない場合は、本告示の規制対象とならない（パプコメ No.33）。

②ある商品の CM に関し事業者と契約締結しているタレントが SNS に投稿した写真に当該契約の対象となっていない商品が映り込んだとしても、タレントの自主的な意思に基づく表示であれば、本告示の規制対象とならない（パプコメ No.79）。

③以下のような場合は、一般消費者にとって広告である旨が明確であるため、広告である旨の表示が不要である。

(i): 事業者自身の公式アカウントによる SNS 上の表示（但し、その前提として事業者自身の公式アカウントであるかどうかを一般消費者が理解できる必要がある）（パプコメ No.137）

(ii): EC モールサイト上のストアにおける個々のストアの表示（パプコメ No.154）

⁸ 景品表示法検討会「報告書」（令和 5 年 1 月 13 日）13 ページ。

（https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/review_meeting_004/assets/representation_cms212_230302_01.pdf）

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

為に対する抑止力の強化、③円滑な法執行の実現に向けた各規定の整備等に分類されるところ、その概要は以下のとおりです。

(2) 事業者の自主的な取組の促進

ア 是正措置計画に関する手続の導入

現行法においては、違反行為への制裁として、違反行為が認められれば措置命令又は課徴金納付命令を行い、違反のおそれがあれば行政指導を行う、という2つの方法のみが予定されています。そのため、事業者が表示の改善等の自主的な取組を積極的に行おうとする場合であっても、違反行為が認められれば、措置命令等の対象とされていました。また、優良誤認表示又は有利誤認表示に該当する違反行為については、当局は課徴金納付命令を行うことが義務付けられています（現行法8条柱書本文）が、課徴金納付命令を行う場合には、処理に要する日数が長期化する傾向にありました。こうした事情から、措置命令又は課徴金納付命令以外に、事業者の自主的な取組の促進も通じて不当表示事案の早期の是正に取り組んでいく必要性が指摘されていました⁹。

これを受けて、独占禁止法上の確約手続と同様に、景品表示法において是正措置計画に関する手続が導入されました（改正法26条～33条）。これにより、違反被疑行為に係る通知を受けた事業者において、是正措置計画に係る申請を行い、これが認定された場合には、当該事業者は、当該認定に係る疑いの理由となった行為について措置命令及び課徴金納付命令を受けないこととなります（改正法28条、32条）。

他方で、改正法における是正措置計画の運用に関して、これを具体化する規則等は未確定ですが、運用方法を定めるにあたっては、先行する独占禁止法上の確約手続の運用方法が参考にされる可能性があります。その場合、独占禁止法における確約手続¹⁰と同様に、是正措置計画の認定に関しても事業者名等が公表される余地があると考えられます。

イ 課徴金制度における返金措置の弾力化

現行法においては、課徴金制度の一環として返金措置（現行法10条1項）が導入されていますが、従来その利用件数は4件にとどまり、一般消費者の被害回復を充実させるために事業者の利用が促進されるよう返金措置の仕組みを改善する必要性が指摘されていました¹¹。そこで、返金措置の利用を促進するため、これまでは金銭以外による返金を認めていなかった返金措置について、電子マネー等による返金が可能となるよう改正されました（改正法10条1項）。

⁹ 前掲景品表示法検討会「報告書」13ページ。

¹⁰ 公正取引委員会「確約手続に関する対応方針」（令和3年5月19日改定）
(<https://www.iftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/kakuyakutaiohoushin.html>)

¹¹ 前掲景品表示法検討会「報告書」15ページ。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

(3) 違反行為に対する抑止力の強化

ア 課徴金制度の見直し

課徴金については、現行法では課徴金の算定の基礎となる売上額の3%とされてきましたが（現行法8条1項）、改正法では、10年以内に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対し、課徴金の算定率を4.5%に加重する規定が新設されました（改正法8条5項）。また、事業者が課徴金の計算の基礎となるべき事実について報告をしない場合に、迅速に課徴金納付命令が行えるよう、当局において課徴金の算定の基礎となる売上高を推計できる旨の規定が整備されました（同条4項）。

イ 罰則規定の拡充

優良誤認表示及び有利誤認表示を行った者に対し、100万円以下の罰金を科す直罰規定が新設されました（改正法48条）。法人に対する両罰規定も併せて新設されました（改正法49条）。

(4) その他の改正点

上記の点以外にも、外国執行当局への情報提供制度の創設（改正法41条）や適格消費者団体による資料開示要請等の導入（改正法35条）等がなされています。適格消費者団体による資料開示要請については、事業者は当該要請に応じる努力義務を負うにとどまります。しかし、適格消費者団体からの求めにもかかわらず、事業者が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料を開示しなかった場合には、適格消費者団体はその事実をウェブサイト等を通じて公表することが考えられるため、事業者にとってはレピュテーション上のリスクにつながります。

4. まとめ

以上のように、直近における表示規制においては、ステマ規制の導入により、違反行為の範囲が拡大するとともに、これと並行して、景品表示法の改正により、違反行為に対する抑止力が強化されました。また、是正措置計画に関する手続が導入されたことで、当局においては措置命令・課徴金納付命令によらない迅速な事件処理が可能となる一方、より多くの違反被疑事件を扱えるようになり、これによって改正法の下でこれまで以上に活発な取締りが行われていく可能性もあります。また、前記のとおり、是正措置計画が認定される場合には措置命令や課徴金納付命令は受けなくなるものの、仮に公表がなされる運用等が導入される場合には、依然として措置命令や課徴金納付命令と同様のレピュテーション・リスクが生じ得ることになります。

このように、ステマ規制の導入や景品表示法の改正が事業者に与える影響は大きいと考えられるため、事業者においては、表示規制強化に関する今後の動向を注視するとともに、リスク低減のための対応策を検討していくことが推奨されます。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

II. 欧州企業結合審査における簡易手続の改正

(藤田、小高)

1. はじめに

欧州競争法の執行機関である欧州委員会（以下「欧州委」といいます。）は、2023年4月20日、欧州（EEA）域内に影響する企業結合審査の簡易審査基準を改訂し、適用対象を拡張及び明確化しました¹²（改訂前の基準を「旧基準」、改訂後の基準を「新基準」といいます。）。新基準は、同年9月1日から適用されます。また、同日以降、新様式の届出書フォーマットの使用が求められ、電子届出の原則義務化も施行されます。

今後、欧州企業結合審査における簡易手続等の変更点を理解した対応が求められることとなりますが、本稿では、その前提としての既存の欧州企業結合届出制度及び届出実務の概要を紹介するとともに、今般の改正の概要並びに実務上の留意点をご紹介します。

2. 欧州企業結合届出制度の概要

(1) 企業結合届出の対象となる取引・基準及び届出要否の判断

欧州委の企業結合審査においては、二当事者以上の合併や会社・事業等について一定の支配関係を生じさせる取引を届出の対象とし、主として売上高に着目した届出基準が定められています。

届出の対象となる取引に関して日本企業がしばしば直面するケースとして、合併会社（JV）を組成する場合に、EEA 域内での事業活動がない JV であっても、出資者である二当事者以上が共同で JV を支配する関係（いわゆる「共同支配」）となり、その複数の出資者が売上高基準を満たすことで届出が必要になる場合があります。

なお、JV 組成の場合の届出要否の判断については、当該 JV が出資者から独立して人的・物的・財政的リソースを保有し活動しているという場合でなければ企業結合審査の対象とはならないとされる（いわゆる full function 要件）ことも一つのポイントとされています。

欧州委届出の売上高基準は、大要下表のとおりです。なお、欧州委と加盟国それぞれが届出基準を有し、欧州委への届出が不要でも加盟国各国での届出が必要となる可能性もあるため、届出の要否を判断するにあたり留意を要します。

届出基準・第 I 類型

- (i) 全当事者の全世界売上高の合計が 50 億ユーロを超え、
- (ii) 少なくとも 2 当事者の EEA 域内での売上高が、それぞれ 2 億 5,000 万ユーロを超え、かつ

¹²https://competition-policy.ec.europa.eu/mergers/publications/simplification-merger-control-procedures_en

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

(iii) 当事者のいずれも EEA 域内売上高の 3 分の 2 超を同一国から得ていない場合

届出基準・第 II 類型

- (i) 当事者全ての全世界における売上高の合計が 25 億ユーロを超え、
- (ii) 少なくとも 2 当事者の EEA 域内での売上高がそれぞれ 1 億ユーロを超え、
- (iii) 3 以上の加盟国において、当事者全ての合計売上高が 1 億ユーロを超え、
- (iv) (iii) に合致する 3 以上の加盟国のそれぞれにおいて、少なくとも 2 当事者の売上高がそれぞれ 2,500 万ユーロを超え、かつ
- (v) 当事者のいずれも EEA 域内売上高の 3 分の 2 超を同一国から得ていない場合

(2) 審査手続及び審査期間

欧州委に対する企業結合審査の届出は、当事会社が欧州委に対し審査チームの構成を要請する書面（Case Team Allocation Request Form）を提出することで手続が開始します。その後、多くのケースでは事前相談の段階を経ることになります。この段階では、当事会社が提示した届出書のドラフトに基づいて形式面及び管轄権の有無の確認並びに市場画定や競争に対する影響といった実質的な内容面について確認されます。そして一定のやり取りを経た後、当事会社が届出書を正式に提出して欧州委がこれを受理することで、第 1 次審査が開始します。事前相談は最短でも 2 週間を要するとされています。

届出書提出後に開始する第 1 次審査の期間の上限は、原則として、不備のない届出書の提出日の翌日から 25 営業日です。簡易手続も法定審査期間は同じく 25 営業日ですが、より速やかに審査が行われるとされています。また、第 2 次審査に移行した場合、審査期間の上限は原則として 90 営業日です。但し、移行後 55 営業日目以降に当事会社が問題解消措置を提案した場合は 105 営業日が上限となり、当事会社が同意するとさらに 20 営業日の範囲内で延長となります。

欧州委の届出手続においては通常手続と簡易手続に分かれており、簡易手続においては届出に必要な情報が少なく（通常審査の場合は Form CO、簡易審査の場合は Short Form CO と届出書式が異なります。）、欧州委の審査も簡略化されるというメリットがあるとされています。もっとも実際には、通常手続だけでなく簡易手続でも、届出書において市場画定から競争への影響まで広範かつ詳細な分析の記載が求められ、日本の公取委への届出よりも届出書記載事項が多く、その準備期間を十分見ておく必要があります。また、簡易手続では上記のとおり通常手続より速やかなクリアランスが想定されるものの、Case Team Allocation Request Form 提出後の事前相談が開始してから届出が欧州委に正式に受理されるまでに想定外に時間がかかることも多く、法定審査期間を超えて十分に余裕を見たスケジュール管理が求められます。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

3. 欧州企業結合審査における簡易手続の改正

(1) 簡易手続の改正

(ア) 概要

下記(イ)に記載の簡易審査基準①～⑤のいずれかに該当すると、簡易手続を排除するいずれかの類型(下記(ウ))に該当しない限り簡易手続が適用されることとなります¹³。今回の改訂により、簡易審査基準の類型や要件が追加されました(下記(イ))。

また、企業結合が簡易審査基準を充足しない場合でも、フレキシブル基準(下記(エ))を充足していれば、届出会社の要請の下で、欧州委が裁量により簡易手続で審査できるとされています¹⁴。

そして、今般の改正により超簡易手続(下記(オ))が新設されました。所定の基準を充足し超簡易手続が適用されると、欧州委との事前相談なく直ちに届出可能とされています。

(イ) 簡易審査基準の改訂内容

簡易審査基準の改訂内容は下表のとおりです。下線部分が今般の改訂による追加事項であり、対象範囲の拡大又は明確化がなされていると評価できます。

旧基準 (2023年8月31日まで運用)	新基準 (2023年9月1日から運用)
I 簡易審査基準①-1 2以上の事業者がJVの共同支配を取得する場合において、JVが現に、また将来にわたってEEA域内で事業活動をしない場合	I 簡易審査基準① 2以上の事業者がJVの共同支配を取得する場合において、(1)JVが届出日現在EEA域内で <u>売上</u> がなく、また届出後3年以内に同域内で <u>売上</u> が見込まれておらず、かつ、(2) <u>当事会社が届出時点でJVにEEA域内の資産を移管することを計画していない</u> 場合
I 簡易審査基準①-2 2以上の事業者がJVの共同支配を取得する場合において、(1)JVの売上高及び/又はJVの親会社が移管する事業活動の売上高がEEA域内において届出時点で1億ユーロ未満であり、かつ、(2)届出時点においてJVに移管されたEEA域内の総資産額が1億ユーロ未満である場合	II 簡易審査基準② 2以上の事業者がJVの共同支配を取得する場合において、(1) <u>届出日が属する年間のJVの売上高及びJVの親会社が移管する事業活動の売上高並びに届出後3年以内に見込まれる年間売上高</u> がEEA域内において1億ユーロ未満であり、かつ、(2)届出時点でJVに移管予定のEEA域内の総資産額が1億ユーロ未満である場合
II 簡易審査基準② 2以上の事業者が合併する場合、又は1以上の事	III 簡易審査基準③ 2以上の事業者が合併する場合、又は1以上の事

¹³ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52023XC0505\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52023XC0505(01))

¹⁴ https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2023-04/Merger_Control_in_the_EU_Further_simplification_of_procedures_QandA.pdf

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

<p>業者が他の事業者の単独支配もしくは共同支配を取得する場合において、いずれの当事会社も同一の商品市場及び地理的市場において事業活動に従事しておらず、又は他の当事会社が事業活動に従事しているある商品市場の川上又は川下市場において事業活動に従事していない場合</p>	<p>業者が他の事業者の単独支配もしくは共同支配を取得する場合において、いずれの当事会社も同一の商品市場及び地理的市場において事業活動に従事しておらず、又は他の当事会社が事業活動に従事しているある<u>関連商品市場</u>の川上又は川下市場において事業活動に従事していない場合</p>
<p>Ⅲ 簡易審査基準③</p> <p>2以上の事業者が合併する場合、又は1以上の事業者が他の事業者の単独支配もしくは共同支配を取得する場合において、以下の条件をいずれも充足する場合</p> <p>(1) 同一の商品市場及び地理的市場において事業活動に従事している（以下「水平関係」といいます。）全ての当事会社の合算市場シェアが20%未満であり、かつ、</p> <p>(2) 他の当事会社が事業活動に従事しているある商品市場の川上又は川下市場において事業活動に従事している（以下「垂直関係」といいます。）全ての当事会社の単独又は合算市場シェアが30%未満である場合</p>	<p>Ⅳ 簡易審査基準④</p> <p>2以上の事業者が合併する場合、又は1以上の事業者が他の事業者の単独支配もしくは共同支配を取得する場合において、合理的に画定し得る<u>全ての市場において</u>以下の条件をいずれも充足する場合</p> <p>(1) 同一の商品市場及び地理的市場において事業活動に従事している（以下「水平関係」といいます。）全ての当事会社の合算市場シェアが、</p> <p>(i) 20%未満である場合、又は (ii) 50%未満かつ当該市場における企業結合に基づく HHI の増分が150を下回る場合であり、かつ、</p> <p>(2) 他の当事会社が事業活動に従事しているある商品市場の川上又は川下市場において事業活動に従事している（以下「垂直関係」といいます。）全ての当事会社の単独又は合算市場シェアが、(i) <u>川上市場及び川下市場において</u> 30%未満である場合、(ii) <u>川上市場において</u> 30%未満であり、かつ川下市場で活動する当事会社の川上市場における投入物の購入シェア¹⁵が30%未満である場合、又は (iii) <u>川上市場及び川下市場の双方において</u> 50%未満であり、<u>川上市場及び川下市場の双方において</u> 企業結合に基づく HHI の増分が150を下回り、かつ市場シェアの小さい方の当事会社が川上市場及び川下市場において同一な場合</p>
<p>Ⅳ 簡易審査基準④</p> <p>単一当事会社が、既に共同支配を有している事業者の単独支配を取得する場合</p>	<p>Ⅴ 簡易審査基準⑤</p> <p>単一当事会社が、既に共同支配を有している事業者の単独支配を取得する場合</p>

¹⁵ 当事会社の「購入シェア」とは、(1) 当事会社が川上市場において購入する商品の数量又は金額を、(2) 川上市場において供給される合計数量又は合計金額で除して求められる数値を指します。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

(ウ) 簡易手続の適用が排除されて通常手続による企業結合審査となる場合

企業結合について欧州委の詳細な調査が必要な類型では、簡易手続の適用が排除されて通常手続が適用されます。その具体的な場合が今般の改正で定められています。例えば、(i) EEA 域内での事業活動が限定的でも当事会社間に水平関係又は垂直関係があることにより競争上の問題を生じる可能性が排除できない場合、(ii) 市場画定又は当事会社の市場シェアの算定が困難な場合、(iii) 競争上重要な資産(知的財産権、インフラ、重要な顧客基盤、ビジネス上重要なデータ等)の統合がある場合、(iv) 隣接市場で密接な関係がある場合、(v) 競争圧力の低下や市場集中度を高める行為等の競争上の懸念が生じる場合、(vi) 共同支配から単独支配へ転換される場合、(vii) 第三者から競争上の懸念が表明されている場合、(viii) 加盟国から移送要請があった場合等が挙げられています。

このように簡易手続排除の局面は幅広に想定されているようです。そのため、簡易審査基準に該当する場合でも、直ちに簡易手続の適用が確定するわけではなく、簡易手続の適用が排除される場合に該当しないかについては留意が必要です。

(エ) フレキシブル基準 (flexibility clause)

届出会社の要請の下で、欧州委が裁量により簡易手続で審査できるとされるフレキシブル基準について、新基準施行後の基準は次のとおりであり、①又は②を充足する場合に適用されます。上記(イ)の簡易審査基準を充足しない場合であっても、フレキシブル基準を充足する場合においては、簡易手続の適用を主張し欧州委と協議することで、届出書類及び手続の簡略化を図ることが考えられます。

- ① 2以上の事業者が合併し、又は1以上の事業者が他の事業者の単独支配もしくは共同支配を取得する場合であって、合理的に画定し得る全ての市場において、
 - (a) 水平関係にある全ての当事会社の合算市場シェアが25%を下回り、かつ、
 - (b) 垂直関係にある全ての当事会社の単独又は合算市場シェアが、(i) 川上市場及び川下市場において35%未満であり、又は(ii) ある市場において50%未満かつ他の全ての垂直関係にある市場において10%未満である場合
- ② 2以上の事業者がJVの共同支配を取得する場合であって、
 - (a) 届出日が属する年間のJVの売上高及びJVの親会社が移管する事業活動の売上高がEEA域内において1.5億ユーロ以下であり、かつ、
 - (b) 届出時点でJVに移管予定のEEA域内の総資産額が1.5億ユーロ以下の場合

(オ) 超簡易手続 (super-simplified procedure)

今般の改訂で新設された超簡易手続の基準は次のとおりであり、①又は②を充足する場合に適用されます。

- ① EEA域内で事業活動をしていないJVの共同支配を取得する場合
- ② 当事会社間に水平関係及び垂直関係のいずれも存在しない場合

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

超簡易手続では事前相談が不要とされており、これにより正式届出前に要した審査期間の短縮が見込まれます（なお、正式届出前に Case Team Allocation Request Form の提出は必要となります。）。超簡易手続の要件は日本企業同士の EEA 域内とは無関係の JV 組成の案件等で適用され得ることが想定され、審査期間の短縮に資することが期待されます。他方で、実質的に企業結合の内容審査が行われていた事前相談の段階を省略するということが手続として適切に機能するかについては、その運用を注視する必要があるように思われます。

（カ）簡易手続に関する小括

以上の本改正後の簡易手続について、適用想定場面をまとめると下表のとおりとなります。なお、表中の%表記は市場シェアを指し、水平関係では合算市場シェア、垂直関係では単独市場シェア又は合算市場シェアが問題になります。

	想定場面	超簡易	簡易	フレキシブル
	EEA で活動しない JV	○		
	3 年以内に EEA で売上も資産もない JV		○	
	EEA の売上と総資産額が 1 億ユーロ未満の JV		○	
	EEA の売上と総資産額が 1.5 億ユーロ未満の JV			○
	水平関係及び垂直関係なし	○		
	既に共同支配を有する事業者を新たに単独支配		○	
水 平	20%未満、又は 50%未満で HHI 増分 150 未満		○	
	25%未満			○
垂 直	川上市場で 30%未満かつ川下事業者の川上市場における投入物購入シェアが 30%未満		○	
	川上・川下市場で 50%未満・HHI増分 150 未満、シェアの小さい当事会社が川上・川下市場で同一		○	
	川上・川下市場で 30%未満		○	
	川上・川下市場で 35%未満			○
	ある市場で 50%未満かつ他の全ての垂直関係市場で 10%未満			○

（2）届出書面の簡素化

欧州委は、簡易手続の適用場面で使用される届出書（Short Form CO）の様式も見直しました。旧様式は記述式の回答を求める質問事項が主でしたが、新様式では主として該当するボックスにチェックして回答すれば足り、根拠資料も提出不要とされました。新様式の Short Form CO にも記述式の回答を求める項目はありますが、各項目の質問事項を判断するために厳密に必要な情報に限って、可能な限り簡潔に記述すべきとされています。これは、欧州届出において従前から時間を要していた届出準備の時間短縮に資する可能性があり、その効果が期待されます。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

他方で、今般の改正前は明示的にその記載が求められていなかった当事会社及びその競業者の開発中商品に関する情報（Short Form COの水平関係及び垂直関係にある市場情報記載表に記載します。）のほか、水平関係・垂直関係・隣接関係にある商品の名称及び当該商品のNACEコード（欧州共同体経済活動統計分類）の記載が求められるようになっている点は、留意を要します。

なお、2023年9月1日以降は、新様式のShort Form COを用いることが求められ、旧様式を用いた届出は受理されないとされています。

（3）電子届出制度の整備

欧州委への届出書の提出は、2023年9月1日以降、原則として電子届出となります。コロナ禍の影響で既に電子届出は行われていたものの、従来は書面での届出書の提出が原則であったところ、改めて原則が電子届出となるものです。なお、届出は全EEA加盟国が手書き署名と同じ法的効力を有すると認めた電子署名（Qualified Electronic Signature）が必要とされています。

4. おわりに

欧州企業結合の簡易審査に関する今般の見直しについて、詳細に見ると、届出に必要な情報の一部追加と見られる部分もあり届出の準備及び審査にどの程度の影響を与えるか、超簡易手続が適用される場合について事前相談の省略が適切に機能するかなど、本改正後の実務については引き続き注視が必要と思われます。

しかしながら、簡易審査基準の拡充及び明確化、超簡易手続の導入、届出様式の簡略化等、当事会社にとってメリットの多い改正といえます。特に欧州の競争に影響を及ぼすことにならない合弁組成を企図した場合においても欧州委への届出を必要とされてきた日本企業においては、本改正により、欧州委への届出に関する準備期間及び審査期間の短縮並びに当事会社の負担の軽減という効果が期待されるといえます。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

セミナー情報

- セミナー 『慶應義塾大学法科大学院「競争法・経済法の新潮流Ⅰ：競争法グリーン化の諸論点」第15回【まとめ：日米欧における「環境と競争法」をめぐる法執行の検討】』
開催日時 2023年7月21日（金）18:10～19:50
講師 高宮 雄介
主催 慶應義塾大学法科大学院

- セミナー 『第5179回金融ファクシミリ新聞社セミナー「任期付経験者が語る M&A に伴う企業結合審査の内容と実務対応」』
開催日時 2023年8月8日（火）13:30～15:30
講師 柿元 将希
主催 株式会社 FN コミュニケーションズ

NEWS

➤ 札幌オフィス開設のお知らせ

今般、当事務所は、札幌オフィスを開設することといたしましたので、お知らせいたします。

当事務所は、現在、北海道の案件につきましても、東京をはじめとする国内各拠点においてリーガル・サポートを提供しておりますが、企業法務を中心とした分野において、より近接した拠点からのサポートを期待するとの声をいただいております。当事務所は、このようなご要望・ご期待にお応えして、きめ細やかなサポートを行うべく、今般、北海道札幌市に新たな拠点を設けることといたしました。

札幌オフィスには、M&A、会社法関連業務、スタートアップ等において豊富な経験を有するパートナーである立石 光宏 弁護士及びアソシエイト弁護士が所属いたします。

札幌オフィスは、他の国内拠点（東京、大阪、名古屋、福岡及び高松）及び海外拠点（北京・上海・シンガポール・バンコク・ヤンゴン・ホーチミン・ハノイ・ジャカルタオフィス及び2023年秋の業務開始を予定しておりますニューヨークオフィス）、並びにその他の国の提携法律事務所等と密に連携をとりながら、M&A・スタートアップ・事業承継・危機管理・ファイナンス・訴訟・事業再生・クロスボーダー取引をはじめとする幅広い分野において最先端のリーガル・サポートを提供し、北海道の経済発展に微力ながら寄与して参る所存です。

ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

札幌オフィスの開設については、開設に必要となる諸手続を経た上、2023年9月又は10月のスタートを目指しております。開設日・開設場所等の詳細が決まりましたら、改めてお知らせいたします。

※札幌オフィスは、弁護士法人森・濱田松本法律事務所の従事務所として開設する予定です。

(当事務所に関するお問い合わせ)

森・濱田松本法律事務所 広報担当

mhm_info@mhm-global.com

03-6212-8330

www.mhmjapan.com