

V. 市場調査

1. タイ市場構造の概観

1.1 タイ経済の構造

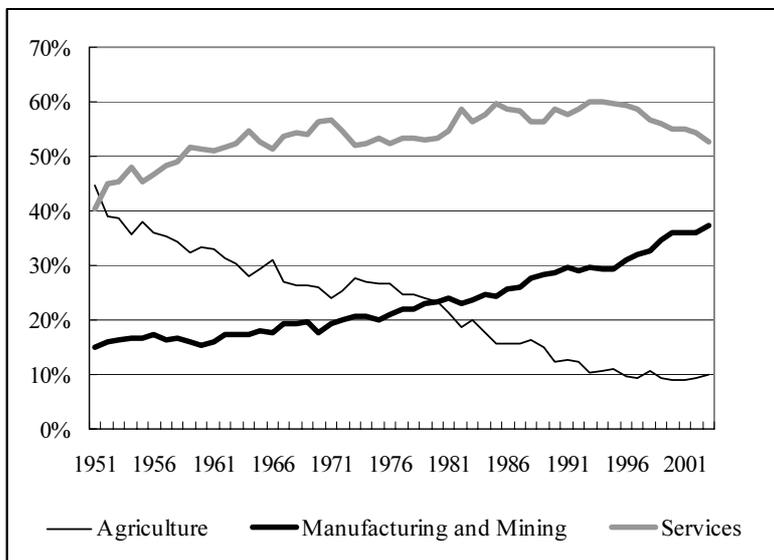
生産面からタイ経済の構造を概観すると、過去 50 年間で劇的な変化を遂げてきていることが分かる。1951 年当時、農業部門の生産額は国内総生産額（GDP）の 45%と大多数を占めていたのに対して、2003 年には 10%まで減少している（図 5-1-1）。他方、サービス部門の生産額は 1952 年に農業部門を上回り、2003 年には GDP の 53%を占めるに至り、製造業部門の生産額は 1980 年に農業部門を上回り、2003 年には GDP の 37%を占めている。1980 年後半以降のタイ経済の急速な成長は製造業・サービスという 2 つの部門により牽引されてきたといっても過言ではない（図 5-1-2）。1997 年のアジア通貨危機により、タイ経済は 97 年及び 98 年にマイナス成長を経験したものの、2001 年以降既に回復基調にある。通貨危機後の経済の回復はサービス部門と比較して製造業部門において顕著であるが、この事実は通貨価値の下落を反映した輸出の伸びによって実現してきたことを示唆するものであろう。

生産面における農業の役割が 1950 年代以降低下しているのに対し、雇用面からタイ経済の構造を見た場合、農業部門のウェイトは依然として重要であることが分かる（表 5-1-1）。2004 年第三四半期において製造業部門に従事していた労働者の割合は僅か 15.0%であるのに比して、農業部門の労働者の割合は 42.3%と依然として高い。こうした生産面と雇用面における経済構造の差異は、製造業部門と農業部門における労働者一人当りの付加価値には相当の格差の存在を示すものでもある。なお、サービス部門の従事者の大多数が「卸売・小売サービス及び自動車・二輪車等修繕サービス」、及び「ホテル・レストラン・サービス」に従事している（表 5-1-1）。

なお、タイ経済の貿易依存率¹⁶は 1980 年代以降、より輸出志向型政策への転換、各種貿易障壁の低減等を反映して劇的に上昇しており、1970 年において 40%以下であった貿易依存率は 2003 年に 124%に達している。従って、今日のタイ国内産業が直面している競争条件は、数十年前のそれとは大きく異なっており、競争政策が果たす役割も必然的に異なっていると見えよう。適切な競争政策が不在のまま貿易自由化を行った場合、輸入品との熾烈な国際競争への準備が不十分なまま輸入が急増し、国内産業は大きな損害を被る恐れがある。同時に、タイの輸出業者の技術面・経営面における革新を誘発し、国際市場における競争力を強化する上で、国内における適切な競争政策は不可欠なものと言えよう。

¹⁶ 貿易依存率 = (輸出 + 輸入) / GDP により算出。

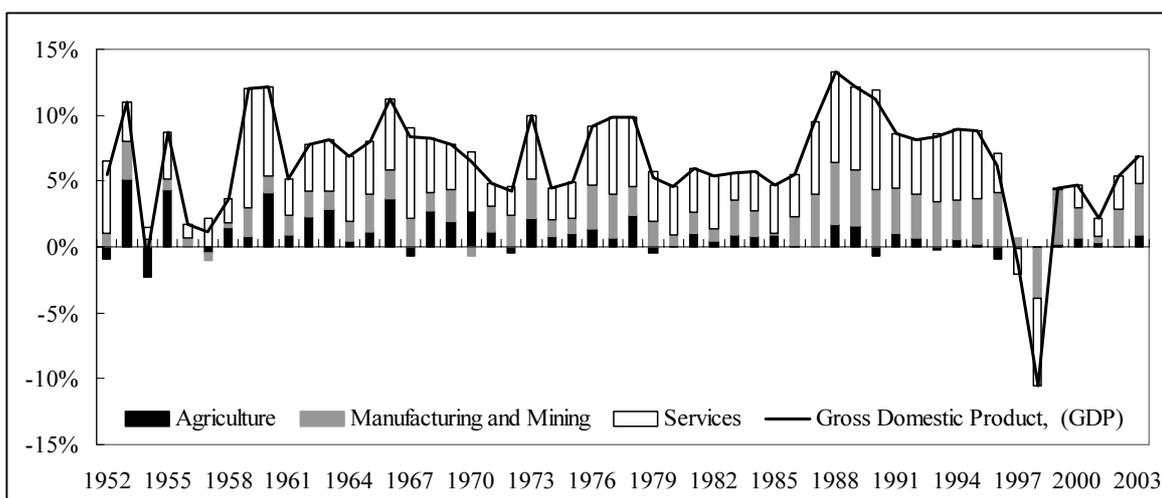
図 5-1-1: GDP の部門別構成比（1951-2003 年）



出所 : National Economic and Social Development Board, National Income of Thailand 1951-2003, available at: http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/macro_eng.php.

注: 2003 年のデータは暫定値。

図 5-1-2: 部門別実質 GDP 成長率及び寄与度の推移（1951-2003 年）



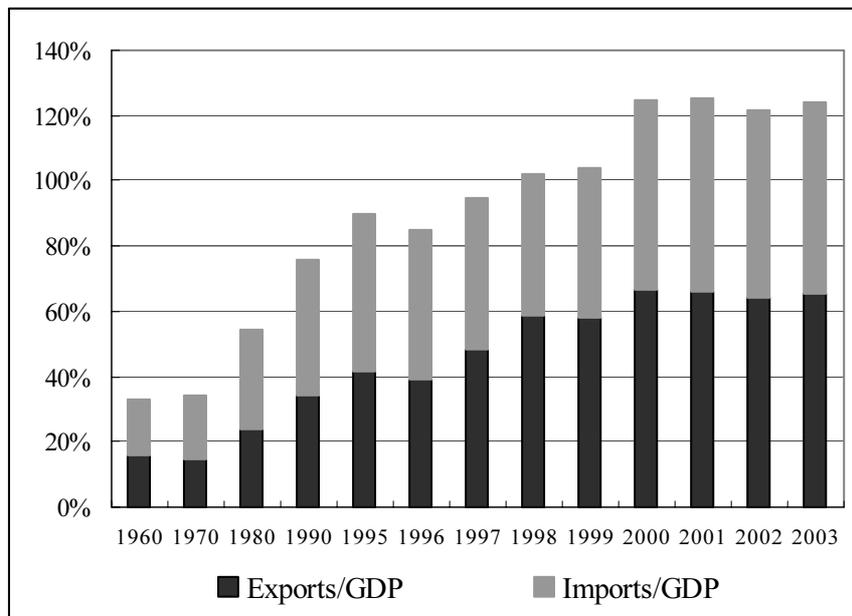
出所 : National Economic and Social Development Board, National Income of Thailand 1951-2003.

表 5-1-1: 部門別雇用割合 (2004 年第三四半期)

	Number of Employed Persons (Thousand)	Share (%)
Agriculture	15,115.4	42.3%
Manufacturing and Mining	5,348.5	15.0%
Services	15,247.5	42.7%
Electricity, gas and water supply	98.7	0.3%
Construction	1,878.1	5.3%
Wholesale and retail trade, repair of motor vehicles motorcycles and personal motor vehicles, motorcycles and personal and household goods	5451.59	15.3%
Hotel and restaurants	2,206.4	6.2%
Transport, storage and communication	1,067.5	3.0%
Financial intermediation	303.4	0.8%
Real estate, renting and business activities	633.7	1.8%
Public adman. and defense, compulsory social security	1,015.0	2.8%
Education	1,082.4	3.0%
Health and social work	535.1	1.5%
Other community, social and personal service activity	712.6	2.0%
Private households with employed persons	239.0	0.7%
Extra-territorial organizations and bodies	0.8	0.0%
Unknown	23.1	0.1%
Total	35,711.3	100.0%

出所 : National Statistical Office, Labor Force Survey (table 2), available at:
http://www.nso.go.th/eng/stat/lfs_e/lfse.htm.

図 5-1-3: 貿易依存率の推移 (1960-2003 年)



出所 : National Economic and Social Development Board, National Income of Thailand 1951-2003.

注 : 輸出入には財及びサービス双方が含まれる。

1.2 製造業及びサービス部門における市場構造

製造業の付加価値額を分野別に見てみると、「食料品及び飲料製品（18.3%）」、「自動車（9.3%）」、「衣類（7.8%）」、「家具及びその他製造業（7.7%）」、「石油精製品（6.5%）」といった分野のシェアが比較的高い（表 5-1-2）。しかしながら、通貨危機の前後で各分野が GDP に占める比率について若干の変化が見られる。「化学・化学製品」、「ゴム・プラスチック製品」、「電気製品・電気装置」といった製造業分野については 1996 年以降一貫してシェアの拡大を続けている一方で、「タバコ製品」、「衣類」、「卑金属」等についてはシェアが減少している。次に現在のサービス部門の付加価値額を分野別に見てみると、「卸売・小売サービス及び自動車・二輪車等修繕サービス（29.3%）」、「行政・防衛・教育サービス（19.2%）」の 2 分野が約半分の付加価値を産み出しており、次いで「運輸・郵便・通信サービス（14.9%）」、「ホテル・レストラン・サービス（9.6%）」のシェアが高い（表 5-1-3）。「エネルギー・サービス」、「運輸・郵便・通信サービス」については、1996 年以降 GDP に占める付加価値シェアが拡大している一方で、「建設サービス」及び「金融サービス」の付加価値シェアは減少傾向にある。

次に、国立統計局が出版する“Manufacturing industry survey¹⁷”を用いて製造業について詳細な市場構造分析を行う（表 5-1-4）。まず企業数を見てみると、「食料品及び飲料製品」、「金属製品」、「ゴム・プラスチック製品」、「家具及びその他製造業」等の分野において企業数が極めて多い。このことは、こうした市場においては競争環境が厳しいことを示唆するものである。付加価値率を見てみると、「タバコ製品」、「印刷・出版」、「その他鉱物製品」における付加価値率が高く、対内直接投資（FDI）の統計を概観しても、これら 3 分野はいずれも国内投資に占める対内直接投資の割合が極めて低い分野（外資の参入が遅れている分野）となっている（表 5-1-5）。一般的に、高い利益率（付加価値率）を達成しており、外資の導入が進んでいない分野においては、技術・制度・経済面において何らかの参入障壁が存在しており、競争が進んでいない可能性もあるが、それを特定する為には更に分野を細分化して分析する必要があるだろう。

¹⁷ 本サーベイは 10 人以上の従業員を雇用する企業のみを対象としていることに留意する必要がある。

表 5-1-2: 製造業部門における GDP 構成比 (1996-2003 年)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003p
Food Products and Beverages	17.6%	18.8%	20.7%	21.6%	17.3%	17.6%	17.7%	18.3%
Tobacco Products	2.1%	2.5%	2.3%	2.1%	2.0%	1.9%	1.9%	1.7%
Textiles	6.5%	6.3%	7.2%	6.6%	6.5%	6.3%	6.1%	5.5%
Wearing Apparel	11.1%	11.4%	10.8%	10.3%	9.8%	9.4%	8.8%	7.8%
Leather Products and Footwear	3.4%	3.6%	3.8%	3.9%	3.9%	4.2%	3.7%	3.3%
Wood and Wood Products	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.4%
Paper and Paper Products	1.6%	1.7%	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%	2.0%
Printing and Publishing	1.1%	1.0%	0.9%	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%
Refined Petroleum Products	7.2%	8.8%	9.8%	8.3%	7.3%	7.5%	7.0%	6.5%
Chemicals and Chemical Products	3.3%	3.7%	4.1%	4.2%	5.2%	4.9%	4.6%	5.1%
Rubber and Plastic Products	2.6%	2.6%	2.9%	2.7%	3.2%	3.2%	3.5%	4.0%
Other Non-metallic Mineral Products	5.1%	4.7%	3.8%	4.1%	3.9%	4.2%	4.3%	4.3%
Basic Metals	1.4%	1.3%	1.1%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.0%
Fabricated Metal Products	2.2%	2.3%	2.6%	2.7%	2.8%	2.8%	2.8%	2.6%
Machinery and Equipment	4.1%	3.7%	3.5%	3.5%	3.9%	4.1%	4.1%	4.0%
Office, Accounting and Computing Machinery	3.5%	4.1%	5.4%	5.7%	6.0%	5.6%	5.3%	5.0%
Electrical Machinery and Apparatus	1.0%	1.2%	1.5%	1.5%	1.5%	1.6%	1.6%	1.7%
Radio, Television and Communication Equipment and Apparatus	6.2%	5.8%	5.8%	5.2%	6.8%	5.0%	5.9%	6.5%
Medical, Precision and Optical Instruments, Watches and Clocks	1.1%	1.3%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.0%
Motor Vehicles	7.1%	4.9%	1.8%	3.7%	4.8%	6.4%	7.5%	9.3%
Other Transport Equipment	1.1%	1.3%	0.7%	0.7%	0.9%	0.8%	1.1%	1.2%
Furniture; Manufacturing n.e.c.	9.8%	8.3%	7.6%	7.7%	8.5%	8.9%	8.6%	7.7%

出所 : National Economic and Social Development Board, National Income of Thailand 1951-2003.

注: 鉱業は含まれていない。

表 5-1-3: サービス部門における GDP 構成比 (1996-2003 年)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003p
Energy (Electricity, Gas, Water)	3.9%	4.3%	5.4%	5.0%	5.4%	5.9%	5.9%	6.1%
Construction	12.5%	9.8%	6.8%	6.4%	5.6%	5.5%	5.6%	5.6%
Wholesale and Retail Trade, Repair Services	27.9%	29.3%	30.1%	30.8%	31.3%	30.3%	29.2%	29.3%
Hotels and Restaurants	9.1%	8.9%	8.8%	9.8%	10.2%	10.2%	10.4%	9.6%
Transportation, Postal and Telecom	12.5%	13.3%	13.8%	14.5%	14.6%	15.1%	15.2%	14.9%
Financial Services	12.0%	11.1%	9.0%	6.0%	5.4%	5.4%	5.8%	6.5%
Real Estate, Renting and Business Activities	5.7%	5.7%	5.9%	6.0%	6.0%	5.8%	5.8%	5.7%
Public Admin., Defense, Education, etc.	14.4%	15.4%	17.9%	18.8%	18.9%	19.0%	19.3%	19.2%
NPO, Recreational Services, and Other Services	2.2%	2.3%	2.3%	2.6%	2.7%	2.7%	2.9%	3.1%

出所 : National Economic and Social Development Board, National Income of Thailand 1951-2003.

表 5-1-4: 製造業の分野別統計の総括 (2000 年, 千パーツ)

Code	Division of industry	Number of establishments	Number of employees	Remuneration	Gross output	Value added	Ratio of value added	Value added per employees	Remuneration per employees
15	Food Products and Beverages	3,102	388,805	35,564,506	629,074,735	102,159,303	16.2%	262.8	91.5
16	Tobacco Products	198	11,883	2,412,405	41,308,279	32,917,423	79.7%	2,770.1	203.0
17	Textiles	1,358	232,594	21,504,214	329,256,530	58,318,599	17.7%	250.7	92.5
18	Wearing Apparel	1,581	145,148	12,891,322	74,714,245	21,700,150	29.0%	149.5	88.8
19	Leather Products and Footwear	756	105,613	8,538,793	50,960,510	14,727,501	28.9%	139.4	80.8
20	Wood and Wood Products	797	51,965	3,919,986	35,807,790	8,906,999	24.9%	171.4	75.4
21	Paper and Paper Products	487	44,093	5,534,621	98,677,867	22,476,913	22.8%	509.8	125.5
22	Printing and Publishing	796	44,221	6,202,478	40,289,477	13,666,655	33.9%	309.1	140.3
23	Refined Petroleum Products	48	7,986	1,896,362	276,272,894	29,131,971	10.5%	3,647.9	237.5
24	Chemicals and Chemical Products	903	86,013	13,576,461	317,037,042	47,002,183	14.8%	546.5	157.8
25	Rubber and Plastic Products	1,684	189,278	19,143,649	212,540,349	46,496,490	21.9%	245.7	101.1
26	Other Non-metallic Mineral Products	1,802	128,442	14,963,462	147,962,230	48,687,593	32.9%	379.1	116.5
27	Basic Metals	476	38,177	5,611,682	139,088,797	17,572,448	12.6%	460.3	147.0
28	Fabricated Metal Products	2,090	102,915	9,922,246	115,262,612	31,910,796	27.7%	310.1	96.4
29	Machinery and Equipment	880	82,990	11,133,829	139,420,932	28,994,265	20.8%	349.4	134.2
30	Office, Accounting and Computing Machinery	35	60,686	10,749,181	169,570,488	41,925,932	24.7%	690.9	177.1
31	Electrical Machinery and Apparatus	450	112,965	14,918,774	141,352,102	38,682,872	27.4%	342.4	132.1
32	Radio, Television and Communication Equipment and Apparatus	241	153,417	19,683,949	257,061,210	72,898,227	28.4%	475.2	128.3
33	Medical, Precision and Optical Instruments, Watches and Clocks	119	28,180	3,108,004	31,012,654	5,713,099	18.4%	202.7	110.3
34	Motor Vehicles	938	101,617	18,099,358	473,574,714	49,930,964	10.5%	491.4	178.1
35	Other Transport Equipment	179	24,509	2,772,550	25,761,486	4,714,112	18.3%	192.3	113.1
36	Furniture; Manufacturing n.e.c.	1,671	161,212	12,838,677	96,307,361	28,125,809	29.2%	174.5	79.6
37	Recycling	16	1,418	156,876	1,516,698	168,950	11.1%	119.1	110.6
	Total	20,608	2,304,124	255,143,382	3,843,831,001	766,829,252	19.9%	332.8	110.7

出所 : National Statistical Office (2001), Manufacturing Industry Survey. Available at: http://www.nso.go.th/eng/stat/manufact/tab1_44.htm.

注: 10 人以上の企業のみを対象としている。給与には福利厚生費用、企業が負担する社会保障費用が含まれる。

表 5-1-5: 製造業における外資系企業の数及び割合 (1999 年)

Code	Division of industry	Number of establishments	No. of Foreign Investment	Percentage of Foreign Investment
15	Food Products and Beverages	3,265	279	8.5%
16	Tobacco Products	205	5	2.4%
17	Textiles	1,371	137	10.0%
18	Wearing Apparel	1,629	181	11.1%
19	Leather Products and Footwear	728	64	8.8%
20	Wood and Wood Products	865	25	2.9%
21	Paper and Paper Products	477	38	8.0%
22	Printing and Publishing	779	34	4.4%
23	Refined Petroleum Products	47	12	25.5%
24	Chemicals and Chemical Products	906	329	36.3%
25	Rubber and Plastic Products	1,708	236	13.8%
26	Other Non-metallic Mineral Products	1,825	64	3.5%
27	Basic Metals	465	121	26.0%
28	Fabricated Metal Products	2,116	169	8.0%
29	Machinery and Equipment	856	140	16.4%
30	Office, Accounting and Computing Machinery	46	38	82.6%
31	Electrical Machinery and Apparatus	412	146	35.4%
32	Radio, Television and Communication Equipment and Apparatus	248	144	58.1%
33	Medical, Precision and Optical Instruments, Watches and Clocks	124	47	37.9%
34	Motor Vehicles	947	106	11.2%
35	Other Transport Equipment	193	25	13.0%
36	Furniture; Manufacturing n.e.c.	1,621	237	14.6%
37	Recycling	18	3	16.7%
	Total	20,851	2,583	12.4%

出所 : National Statistical Office (2000), Manufacturing Industry Survey,
Available at: http://www.nso.go.th/eng/stat/manufact/tab1_44.htm.

注: 10 人以上の企業のみを対象としている

1.3 競争の観点から見た市場構造

以下では、DIT チームにより提供された集中度に関する統計データを活用して、製造業及びサービス業における市場構造を概観する。表 5-1-6 は、輸出用手工業製品、国際データ通信サービス、金融及び銀行情報提供サービス、及びツアー・ガイド・サービスといった分野において上位四社が占める市場シェア (CR4) が 100%に達していることが明らかになった。同様に、通信サービス (99.7%)、各種インフラ・サービス (40~79%)、保険サービス (40.8%) においても比較的市場集中度が高い状況にある。同表からも、タイにおいては市場集中度が高い分野は製造業ではなくサービス業に集中していることが分かる。他方、入手可能な統計の品目が粗い為、同情報をもって製造業分野においては競争が激しいと結論付けることは困難である。競争政策の観点から市場分析を行う為には、次節で検討するように、より詳細な品目別のデータを用いることが望まれる。

表 5-1-6: 製造業及びサービス部門における市場構造 (2002 年)

TSIC Classification	Total Income (Million Baht)	No. of Firms	CR4 (%)
3. Manufacturing			
30 Export handcraft industrial goods	45,087,916	2	100.00
31 Food, beverage and tobacco	987,037,153,614	5,278	9.30
32 Textiles, wearing apparel, leather and leather products	454,063,900,804	6,713	7.60
33 Wood and wood products, incl. Furniture	122,485,807,635	2,826	8.72
34 Paper and paper products, printing and publishing	235,132,414,554	4,633	18.90
35 Chemicals & chemical, petroleum, coal, rubber and plastic products	1,892,369,288,410	6,350	36.54
36 Non-metallic mineral products, except products of petroleum and coal	220,325,162,098	1,870	20.15
37 Basic metal industries	317,008,043,181	1,754	18.73
38 Fabricated metal products, machinery and equipment	2,252,930,777,177	10,177	13.06
39 Other manufacturing industries	251,651,200,137	2,988	29.41
4. Electricity, Gas and Water supply			
40 Service providing	3,611,474,009	46	78.94
41 Electricity and gas	125,897,022,315	72	40.43
42 Water supply	1,696,090,886	39	69.87
5. Construction	401,223,800,014	32,098	10.22
6. Wholesale and Retail Trade, Restaurant and Hotel			
61 Wholesale trade	2,847,785,282,206	58,762	4.97
62 Retail trade	1,553,354,379,769	42,529	9.82
63 Restaurant and hotel	150,404,403,999	7,790	15.20
7. Transport, storage and communication			
70 Service provider of international communication of supporting data	109,190	4	100.00
71 Transport, storage for goods and communication	343,140,280,548	11,268	41.42
72 Communication (Telegram, Telephone)	126,294,213,641	82	99.67
73 Tour guide service	1,018,226	1	100.00
8. Financial service, Insurance Real estate and Business			
80 Financial, banking information service	75,593,854	4	100.00
81 Financial facilities	557,469,972,927	4,908	38.79
82 Insurance	115,162,702,552	1,011	40.77
83 Real estate service and businesses	412,656,326,496	35,134	15.41
9. Community service, Social service and Individual service			
91 Government administration and defense	4,387,295	1	100.00
92 Health service (cleaning, garbage collection)	11,490,690,998	1,054	34.34
93 Social service and related community service	65,326,743,629	1,798	19.33
94 Recreation and culture service	78,746,749,292	3,314	17.45
95 Individual service and household service	85,444,212,443	8,616	5.22

出所 : Data provided by DIT.

注 : 商務省に提出される 2002 年時の企業財務データを基に集計されている。ただし、商務省に登録された企業のデータのみが含まれ、国営企業等のデータは含まれていない。また、当データの分類 (TSIC) は、前掲の他の分類 (ISIC) とは異なっていることに留意する必要がある。

2. 海運サービスに関する詳細な市場調査

本プログラムにおいては、キャパシティービルディングの一環として、現地の調査機関（CA International Information、以後「CAII」）を活用しながらケーススタディとして海運サービスに関する詳細な市場調査を実施した。本節においては、当該市場調査における方法論及び最終報告書から抽出された主なファインディングにつき概観する。

2.1 本市場調査の方法論

本市場調査の主目的は、市場調査を行う際の準備、方法論について TCB に技術移転することである。同時に、具体的なケーススタディとして、タイにおける海運サービスの市場構造を概観し、特に複合コンテナ輸送市場（含む陸上輸送部分）における競争政策上の問題点を抽出することも目的とされた。

市場調査の対象産業については、DIT 側の要望により、海運サービスを対象とすることが第二次現地調査期間中に決定された。調査の対象となる市場の定義、実際の調査項目（SW）、及び委託先の選定手続・スケジュールについては DIT チームとの数次にわたる協議を経て決定された。委託先の選定については、候補となる調査機関のリストが DIT チームより TA チームに手交された。

なお、本調査においては定量的な分析（統計・企業財務分析）及び定性的な分析（専門家及び関連企業へのヒアリング、制度分析）を用いている。関連企業へのヒアリングについては、船会社、船会社代理店、海上運送取扱業者、及び陸上コンテナ輸送業者を含む合計 101 社へのヒアリングを行った。

本市場調査においては、次の 3 項目を調査することとなっている。

- 1) 序章：海運輸送サービスの概観
- 2) 海運サービスの国際的な市場構造
- 3) タイにおける海運サービス市場

以下では、CAII から提出された最終報告書における主要なファインディングを概観する。

2.2 タイにおける海運市場サービスの概観

2004 年、タイの総貿易量（輸出＋輸入）の 93.6%、及び総貿易額の 66.3%が海上輸送によるものとなっている。海上輸送を用いた輸出先上位三カ国としては、シンガポール、中国、

日本が、輸入元上位三カ国としては日本、中国、サウジ・アラビアが含まれている。タイの船会社が保有している多くの船は在来船 (conventional ship) もしくはタンカーであり、タイ国籍のコンテナ船はわずか 17 隻 (100 トン超のタイ船籍総数の 5.2%) であり、21 万 9 千重量トン (総重量トンの 5.2%) となっている。このほか、2004 年 1 月現在において外国船籍でタイに登録されている船としては、パナマ船籍が 11 隻 (約 5 重量トン)、バハマ船籍が 1 隻 (約 1.7 万重量トン) となっている。

タイにおけるコンテナ船用の主要な港としてはラム・チャバン港、及びバンコク (Klongtoey) 港が挙げられるが、2004 年においては、これらの港を経由する輸出入量の 75% 以上がコンテナ船によるものであった (表 5-2-1)。

表 5-2-1: タイの主要港における貨物の種類別貿易量

	Import Volume (ton), 2004			
	Conventional	%	Containerized	%
Leam-Chabang	108.732	1.0%	10,815,551	99.0%
Bangkok	1,980,835	24.9%	5,966,965	75.1%
	Export Volume (ton), 2004			
	Conventional	%	Containerized	%
Leam-Chabang	1,450,045	6.8%	20,026,525	93.2%
Bangkok	91,183	1.2%	72,266,306	98.8%

出所 : CAII 報告書

2.3 タイにおける海運サービスの市場構造

表 5-2-2 に示されているとおり、海運サービスに関連するタイ企業の本数は 217 社となっている (約 2,100 社に上る通関業者を除く)。2003 年において、船会社の合計は 18 社となっているが、このうち海上コンテナ輸送を行っている会社は 5 社のみであった。海上コンテナ輸送会社 5 社の売上高を見ると、最大手 Regional Container Lines Public Co., Ltd 社が約 18 億パーツの売上げを実現しており、市場全体の 46.5% のシェアを有している (表 5-2-3)。以下、Siam Paetra International Co. Ltd 社 (36.4%)、Jutha Maritime Public Co., Ltd 社 (14.0%)、Cots Shipping (Thailand) Co., Ltd 社 (1.6%)、Pacific Seatran Lines Co., Ltd 社 (1.5%) と続いている。Cots Shipping (Thailand) Co., Ltd 社を除き、全て外国資本が参加していることが特徴的である。

表 5-2-2: 海上輸送サービスにおける業態別の市場規模及びシェア（2003 年）

Types of Business	Number of Companies	Total Revenue (Million Baht)	Share (%)
Shipping Company (Container Shipping Carrier)	18* (5)	10,213.1 (3,963.5)	23.4%
Shipping Agent	78	25,770.2	59.1%
Freight Forwarder	121	7,624.8	17.5%
Rental Service with Crew	0	0	0%
Total	217	43,608.1	100.0%

出所：CAII 報告書

注：*在来船及びばら積み貨物を含む。

表 5-2-3: タイにおける海上コンテナ輸送会社及び市場シェア（2003 年）

Rank	Company Names	Share Holding (%)		Revenue (Million Baht)	Share (%)
		Thai	Foreigner		
2	Regional Container Lines Public Co., Ltd.	85.4%	14.6%	1,844.5	46.5%
4	Siam Paetra Intl. Co., Ltd.	70.0%	30.0%	1,441.2	36.4%
5	Jutha Maritime Public Co., Ltd.	96.4%	3.6%	556.3	14.0%
13	Cots Shipping (Thailand) Co., Ltd.	100.0%	0.0%	63.4	1.6%
14	Pacific Seatran Lines Co., Ltd.	51.0%	49.0%	58.2	1.5%
	Total			3,963.5	100.0%

出所：CAII 報告書

表 5-2-4 は 2003 年における海上輸送サービスにおける業態別の市場集中度（CR4）及びハーフィンダール指数（HHI）を示している。表からも明らかなおり、船会社及び船会社代理店市場は比較的寡占的な市場となっている。中でも、海上コンテナ輸送市場については極めて集中度の高い市場となっており、CR4 の値は 98.5%となっている。また HHI については、値が 1800 以上を超える市場については高度に集中していると言われているが、これについても会場コンテナ輸送市場は 3617 と極めて高い数値がでた。こうした高い市場集中度は、海上コンテナ輸送市場、及び海上コンテナ輸送会社の子会社が多数参入している陸上コンテナ輸送市場において反競争的な行為が存在している可能性を示唆するものであった。

表 5-2-4: 海上輸送サービスにおける業態別の市場集中度及び HHI (2003 年)

	CR4(%)	HHI
Container Shipping Company	98.5(%)	3,689.5
Shipping Company (Including Container Shipping Co.)	81.1(%)	1,952.8
Shipping Agent	84.5(%)	2,848.3
Freight Forwarder	51.9(%)	832.9

出所 : CAII 報告書

2.4 タイにおける海運サービスの慣行

今回関連業界に対して実施したヒアリング結果より、下記の事実が抽出されている。

(1) タイにおける船舶の登録手続は極めて煩雑であり時間を要する。現行の寡占的な市場構造、及び海上コンテナ輸送市場に参入する際の初期投資の大きさに加え、こうした規制上の手続も当該市場への新規参入を阻害している可能性がある。加えて、外国の船会社と比較してタイの船会社が保有するコンテナ船は絶対数及びキャパシティの双方において小さく、また国際的な業務ネットワークを活用できないことから規模の経済が働き難い事から、地場企業にとっての参入障壁も相当程度大きいと言われている。システム・文書の情報化が遅れていること、タイの関連省庁による各種手続の遅延に伴うコスト等が指摘されている。

(2) タイの船会社は路線別の標準価格を決定している。しかし実態として、料金は目的地、季節、顧客と船会社との間の交渉力等により標準価格から変動する。在タイ大手輸出企業は、通常 1~2 年という期間で船会社（主に外国籍）と長期契約を結び、価格は交渉により決定される固定レートとなっている。他方、タイ国籍の船会社の主な顧客は、固定レートで長期間の契約を結ぶだけの交渉力と体力を持たない中小企業である。

(3) 一般論として、タイ国籍か外国籍かを問わず、顧客のニーズを満たすためにコンテナ輸送会社はコンテナ陸上輸送部分を自社のサービスに含めて提供している。こうしたサービスは陸上輸送を担当する子会社を通して提供する場合と、他の独立した陸上輸送会社により提供される場合に分かれる。しかしながら、通常陸上輸送部分の料金については、協会が標準料金を設定している為、船会社による料金の差異は存在しない。

VI. 総括

VI. 総括

1. 競争当局における現状の課題

前述してきたとおり、1999年のタイ取引競争法（TCA）施行以降、タイ競争当局では取引競争委員会事務局（OTCC）を中心に、同法執行促進のための活動を進めてきた。しかしながら、過去5年に受理・調査された苦情案件が45件と極めて少ない数に留まり、未だ審決に至った案件実績はないこと、ガイドライン等の整備にも着手し検討が進められているが、委員会の承認を得るまでに至っていないこと等、実務の経験・実績に加え、制度整備の充実や、執行における体制面、人材面での充実が急がれるところである。

本調査全般、また、ワークショップ、アドボカシー活動等各プログラムを通して明らかになった課題としては以下を指摘することができる。

1.1 OTCC 運営面での課題

前述のとおり、OTCCはTCAによってDIT内に設置された機能としての組織で、取引競争部（TCB）が事務局となり、法審査の局面では法務部の担当官、申告受付及びそれに係る調査の一部についてはモニタリング・オペレーション部の担当官がそれぞれ担う形となっている。しかしながら、実態の組織として対応しているのは実質的には取引競争部であり、事前調査から審査に至る過程の多くが同部に集中している（例えば、審査のみに集中できるといった体制になっていない。）我が国の公正取引委員会と比較した場合、タイのTCBは、官房、経済取引局、審査局の機能をほぼ全て一部署で担っているといえる。加えて、審査手続きの開始を決定するにあたっては、違反事実に関して高い蓋然性を示すことが求められていることから、担当官に係る負荷が重いという側面もあろう。

ユニット別に規制分野を分担する体制にはなっているものの、各ユニットが担当すべき実務範囲が広いことで、それら全般にわたっての実務経験蓄積には多くの時間と労力を必要とすることは明らかである。こうした体制は、法文解釈に係る当局内での共通スタンスを醸成する上でも、恒常的調査・データ管理体制を整備し調査・審査の効率化をはかる上でも、また、競争政策・法令に係る普及啓発活動を企画・推進する上でも、少なからずネックとなっている。本調査活動の随所で、特定の条文解釈を巡って担当者の理解（解釈）にバラツキがあり、カウンターパート内でも議論が交わされる場面があった。また、審査手法に対する関心の背景には、事案が形成されてから初めて関係情報収集をゼロベースからスタートしなければならない実態があった。

1.2 申告受け入れルート及び処理体制の未整備

現状の申告受け入れに関しては、直接 TCB への申告、モニタリング・オペレーション部からの情報、他部門（例：首相府消費者保護局等）からの情報等と、いくつかのルートがあるが、そもそも TCA に関する一般の認識が低いため、ほとんどの場合、一般からは、これらが申告を持ち込む対象と考えられていない。加えて、当局サイドにあっても、「TCA 抵触が疑われる申告に関しては TCB に連携する」という一定のルールはあるものの、制度的に整備された環境とは言い難く、申告の受け入れ・処理の点での組織的対応が脆弱になっていると云わざるを得ない。

また、現在策定中の企業合併ガイドライン設立後には、企業合併にかかる許可申請が多数 TCB へ提出されることが予想される。このため、申告受け入れルート及び処理制度の整備に加えて、省内データベースの整備をはじめ企業合併許可申請受け入れ・処理制度の早急な整備が必要であろう。

1.3 審査手続の透明性確保に係る課題

現状の審査手続には、当局サイドのみの裁量に委ねられる部分が多く、例えば被疑者の抗弁の機会がどの様に担保されるかといった点等で、必ずしも透明性が確保されていない。取引競争委員会に限らず、専門小委員会においても手続制度の整備・公開環境が整備されることが重要であるといえる。

1.4 IT 化の遅れ

審査情報そのものの絶対量が少ない等の実態はあるものの、情報のデータベース管理、共有化の点で、更なる環境整備が期待される。内外線電話、PC の台数の不足といったハード面での環境整備も課題といえる。

1.5 TCC の独立性に係る課題

なお、純粋な競争政策上の観点からは、TCC の中立性を確保するという点が重要と考えられるが、現状の TCA においては、商務省の組織としての色彩が強く、事務局は商務省内に設置されている。このため、本調査活動過程において、一部産業界から、商務省系に偏る委員会メンバー構成に対する懸念も表明されている。

本調査においては、しばしば TCC (TCB) と JFTC の社会的インパクト (権威) の相違について言及があった。我が国の場合、JFTC が特定企業を調査するというだけで、相応の社会的なインパクトがあるのに対して、タイにおいては一般のみならず産業界にも TCB の活動の認知度は低いという実態がある。タイ競争当局が TCA 執行にあたって刑事手続の不可分を主張する一要因でもある。なお、一般論としては、日・タイ双方の企業におけるコンプライアンス意識の違いがこの背景にあるとの指摘もあった。

JFTC が、我が国において社会的「権威」を獲得してきた背景には、当然、50 余年という実績に支えられてきた部分が大きい。この部分については、タイ当局としても一夜に追いつくことは難しいといえる。しかしながら、社会にも認められる客観的かつ合理的な委員会運営を目指すことは十分可能であり、社会的「権威」を確保するという観点からも、TCC の独立性を確保することが重要であるといえよう。

2. キャパシティービルディング活動の展望

本調査では、主に OTCC の運営面での課題について、事務局 (TCB) を中心に、事件の端緒への取り組み方から審査手法、また、ガイドライン策定検討に係る考え方及び法要請と取引・市場実態との関係についてのキャパシティービルディング活動を展開し、今後の自助・継続的活動のためのノウハウ移転をカバーすることができたと考える。しかしながら、この分野は実務レベルでの経験・ノウハウの蓄積が不可欠であり、また、規制対象となる分野も広範に及ぶことから、引き続き、例えば公正取引委員会との経験・ノウハウ共有化の取り組み等が重要と思われる。但し、カウンターパートにおいては、既に、具体的課題抽出のための能力を整備しつつあり、また、本調査によるプロセス共有で活動企画運営のノウハウも拡充してきている。従って、活動のイニシアティブはあくまでカウンターパートに置き、実務レベルでの情報共有・技術支援という形での連携活動が有効と考えられる。

他方、法解釈に関する当局内における共通スタンスの醸成については、ガイドライン策定にかかわらず、広く TCA 執行においても重要なポイントとなろう。更に専門的な技術支援・情報共有化の活動の余地が残されている。また、本調査では、市場調査活動を実施し、今後の自助運営を支援するノウハウ共有化をはかってきたが、恒常的調査・データ管理体制を整備し調査・審査の効率化をはかる上では、IT 化の遅れという課題とも含めて、情報システム構築に係る支援協力の余地は広い。今回の普及啓発ツールとしてウェブ開発を契機として、包括的な情報蓄積・共有化システムを構築していくことの重要性は高いといえる。

その他、法改正・組織改革等を伴うことが考えられる課題に対しては、今後、中長期的な判断をすることが必要であろうが、タイの現行制度・組織の中においても対応できる点（申告受け入れルート及び処理体制の整備、手続の透明性確保等を含む）は多く残されている。また、今回のアドボカシーセミナーの取り組みでは一部カバーできたものの、産業界の競争環境に対する組織化、地方職員への普及啓発、消費者モニター等市場情報の収集等、当局と市場実態をつなげるための取り組み、広い意味での競争政策を推進するための環境整備活動等、対象を明確にした上での具体的な支援協力の余地が残されているといえよう。

アジア諸国における競争法導入状況、WTOをはじめ二国間協定における競争法・競争政策の位置づけの重要性拡大といった世界的な潮流に鑑みれば、我が国の実績・経験を十分に活かし、アジア諸国における競争当局の連携推進においてもイニシアティブを発揮できる余地があろう。

3. タイ競争政策に対する期待

農業国から発展し、今や輸出の7割以上を工業製品が占めるタイはアジアの経済発展の一つのモデルとなっている。しかし、本調査の過程において、「タイの国内産業は国際競争力を持つほどには育っていない」、とのコメントを商業省のカウンターパート及びセミナー参加者から出され、産業が発展途上にある国に於ける競争法の運用には産業政策的な配慮が必要であるとの見解が度々提示された。しかし一方では、鉄鋼、セメント、食品流通など多くのセクターで市場占有率の高い国内企業が存在し、適切な競争が阻害されているのではないかと、という疑問も消費者側の意見として示されている。

J.O.ヘイリー¹⁸は、「APEC 諸国における競争政策と経済発展」¹⁹において、競争政策が歴史的に経済と政治という二つの目的を持つことを指摘している。経済目的は効率性の促進と資源の最適配分であり、政治目的は経済集中の排除と民主化の促進にあると定義し、タイを含む APEC 諸国にとっては、この二つの目的のどちらをあるいは両方を目指すのかを明確にする必要がある、と論じている²⁰。同書においては、産業育成的視点はなく、むしろ政府の直接介入は競争環境を阻害するものとして位置づけている。

一方、日本の歴史的経験に照らすと、産業を政策的に保護・育成し、産業の国際競争力の強化を図り、相対的に競争政策より産業政策を優先した時期があった。その結果として、自動車、電機といった現在国際競争力を持つに至った産業が発展したという見方もあるが、

¹⁸ John. O. Haley, ワシントン大学法学部教授

¹⁹ 伊従寛他編、中央大学出版部、2002年6月

²⁰ 同著、「APEC 諸国の競争法：多様性を許容する法制度の設計」P.4-5

他方で、こうした成功の背景には国内に於ける熾烈な競争、及び段階的な貿易障壁撤廃による諸外国企業との競争を通じて市場における淘汰が繰り返され、技術革新力のある企業が生き残ってきたという事実も忘れてはならない。また、日本においても保護が恒久化している産業、または長年にわたり独占禁止法の適用除外とされていた産業が、今日国際競争力を有する産業に成長していると断言することは出来ないであろう。

産業の発展という命題を抱える多くの発展途上国においては、産業育成策を優先し競争政策を弱める政策に政治的な支持が得られ易いという傾向にある。無論、途上国の開発戦略の中において特定産業の保護や積極的な振興政策が経済・政治的な理由により必要とされ、国家の責任において選択されることも視野に入れる必要があるだろう。しかしながら、競争政策の目的が、経済全体の効率性の追求と経済の民主化（消費者の立場）にあるとすれば、競争政策という政策手段で、単に「特定」産業の育成という政策目標の実現を目指すことは必ずしも合目的的ではない。特定産業の保護・育成という政策目標は、競争当局が競争政策を裁量的に運用することで目指すのではなく、産業振興を所管する別の政策実施主体の他の政策手段によって追求されることが望ましい。競争当局の裁量により個別産業育成の判断をその都度行ってしまう場合、競争政策の一貫性や透明性を担保し、ひいては競争政策に対する社会的な信頼性・正統性を獲得する上での障害ともなり得る。むしろ、一時的には市場の効率性を歪め得る特定産業の育成政策を実施する主体と、市場の効率性を追求する競争当局との間に適切な緊張関係を維持することが、求められる政策バランスの確保をより実現可能なものとするといえる。経済の発展をダイナミックに見据えることにより、競争的市場環境を長期的に達成するということは日本の経験からも可能であることは証明されよう。一方のバランスを担う重要な位置づけとなるためにも、タイ競争当局が今後とも着実な実績を積み重ねていくことを期待したい。

VII. 提言

Ⅶ. 提言

1. 包括的提言

1.1 更なるキャパシティーデベロップメント²¹活動の継続推進

当面の課題として陣容の拡大ニーズがあるが、現有陣容にて対応することを考慮すれば、当面、現有陣容の知識・経験の充実をはかるためのキャパシティーデベロップメント活動の継続推進をはかることでニーズに対応する効果を得ることができると思料される。

1.1.1 活動計画策定手法の活用

本調査において、TA/DIT チーム双方の共同活動として進めてきたキャパシティービルディング活動策定のための一連のプロセスは、今後の計画策定に資する基盤となりうる。特に、活動にて取り上げるためのテーマ選定に係るマトリクス・ワークシートは、以下の諸点について有効な手段となり得る：

- －一過的な活動に留まることなく一連の活動を包括的に設計する場合
- －ユニット間の討議検討を通して TCB としての課題プライオリティーを特定する場合
- －事後の見直し・評価を次活動へ有効に反映させる場合

1.1.2 内部知識共有化活動の強化

当局にあっては、既に相応の知識と経験を有した指導的な担当者が在籍しており、また、内部の勉強会等も定期的実施される等、一定の知識共有化の基礎はあるが、更に、こうした活動を強化していくことは重要と考えられる。特に、知識の共有化という観点だけでなく、担当者間での知識レベルの標準化をはかるという観点からもこうした活動を活用していくことが重要であろう。前述の活動計画策定手法を応用することも有用といえる。同活動の推進にあたっては、特に以下を踏まえることが重要であろう：

- －年間計画等に組み込む形で定期的実施することを考慮
- －知識・情報の棚卸し及び標準化された保存方法を実施し、必要に応じて柔軟に利用することができる状態を確保することを考慮

- a) 担当者各自が属人的に保有する情報
- b) 従来から国際的支援を受けてきたワークショップ等の情報

²¹ キャパシティービルディングは、一定の継続を経てキャパシティーデベロップメントの段階へと進展するため、本項では、同語を使用する。

c) セミナー/コンフェレンス等へ参加した担当者の情報

ーその他、内部の情報共有化システムを活用して知識の共有化をはかることも有効といえる。例えば、イントラネット、地方事務所に対しての e-ラーニングシステムの導入等も考えられよう。従って、以下、ホームページ作成についても、本調査では、アドボカシー活動の一環として位置づけてスタートするものであるが、こうした活動に発展させるための機能拡大等が検討されよう。

1.1.3 競争当局間のネットワークの拡充

本調査においては、技術支援活動を通じて、競争当局間（本調査としては特に DIT と公正取引委員会）の友好的ネットワーク基盤整備が進んだと考えられる。制度の違いにかかる相互理解、情報の共有化等の推進は、キャパシティーデベロップメントや人材育成という分野を含め、多くの分野における対話を進めることができる共通の土俵を整備するものといえる。こうした観点からは、例えば、今後も可能な範囲で、定期的にハイレベルを含む政府関係者を招請した研修プログラム等を実施することも、競争当局間のネットワーク拡大を通じた更なる人材育成活動に資するものと考えられる。

1.2 継続的な情報支援基盤の拡充

1.2.1 生産・売上集中度データベースの作成

既に寡占度が高いと判明している財・サービスについては、年一回生産量・売上（必要に応じて価格）の情報を定期的に収集し、定点観測する。必要に応じて、独占や M&A の審査、カルテルの審査等に活用する（公正取引委員会でも実施）。対象とする分野は徐々に増やしていく。

1.2.2 DBD 企業データベースの有効活用及びアクセシビリティ向上

現在、商務省内の DBD（Department of Business Development）は、企業が毎年報告する各種情報のデータベースを有している。上記提案の通り、特に寡占度の高い産業に属する企業について TCB が独自に情報収集することが困難な場合には、TCA 執行に必要なデータ（財・サービス別の生産量・価格等の情報）を DBD に報告することを企業に義務付けることも有益である。また、TCB が DBD のデータベースを迅速に活用する為にも、TCB 職員による DBD データベースへのアクセス権限を緩和し、TCB のオフィス内で DBD のデータに自由にアクセスできる環境が構築されることが望ましい。

1.2.3 TCB 内部における情報ライブラリーの整備

事件の審査前に被疑企業へコンタクトし、ヒアリングを行えば、各種証拠の隠滅がなされる恐れがある。タイにおいては内偵段階で行う市場調査に必要な公開情報が必ずしも十分整っていないものの、証拠隠滅の問題を回避する為にも、極力 TCB 内部で審査（開始）に必要な情報を迅速に収集・分析する環境を整備することが必要である。その際には、必要に応じて公開情報を定期的に入手・分析する為の予算・人員を増額することが求められる。なお、調査・審査に必要な公開情報としては以下のものが挙げられるが、先ずはどの業界についてどのようなデータが存在しているのか、メタデータベースを作成し、TCB 内で共有することも有益であろう。

- －新聞記事 DB 検索（バンコク・ポスト英語版等は有料記事検索サービスあり）
- －輸出入統計
- －有価証券報告書
- －業界団体の統計
- －業界団体の新聞・プレスリリース
- －有料データ提供会社の報告書（AC ニールセンは財別のレポート提供している）

1.2.4 経済学・経済分析の知識を持つ人材獲得

市場における公正な競争の維持を目的とする競争法の運用には、経済学、特にマイクロ経済学に関する知識が不可欠である。多くの競争当局においては大学院修士課程・博士課程修了レベルのエコノミストを採用しているが、これは、ガイドラインの策定や個別事案の審査の際に、政策やその運用の一貫性を確保する上で経済学理論や分析ツールに関する知識が欠かせない為である（近年公正取引委員会もエコノミストの採用に意欲的になっている）。TCB においても、修士・博士終了レベル（特にマイクロ経済学、中でも産業組織論専攻が望ましい）の職員を積極的に採用していくことが望ましい。

1.2.5 外部調査機関への調査委託の範囲の限定

市場調査を外部調査機関に依頼する場合、TCB 内部の人的・時間的資源を節約することが出来るというメリットが存在する。他方、個別事案において外部の調査機関に調査を委託する場合、内偵段階で情報が被疑企業に伝わってしまうリスクがある。法施行時における情報管理を徹底する為にも、外部調査機関に委託する調査はガイドライン策定・法改正時に関する予備調査等に限定し、個別事案に関する調査・審査は極力 TCB 内部で完結させ

ることが望ましい。

1.3 アドボカシー活動の拡大

1.3.1 活動の総合的な取り組み

これまでラジオ、TV、セミナーなどの方法でアドボカシー活動が個別に実施されて来ているが、これらは相互に関連しているものであり、今後はこれらの活動の手段と目的を整理し、より総合的な取り組みを行う必要がある。また、ラジオの視聴者、セミナーの参加者などの受け手からのフィードバックを生かしつつ、社会あるいは市場に効果的な普及啓蒙活動を展開することが望ましい。

上記のフィードバックを組織的に行うため、一般の消費者あるいは小売業者などの参加によるモニター制度を設けることが考えられる。日本の公正取引委員会では消費者モニター制度を実施しており、消費者あるいは小売業者から市場動向や不当取引などについての情報を集めると同時に競争政策の知識の普及に役立てている。

アドボカシー活動のツール、ターゲットと発信内容は概ね次の表のように整理することができる。この表をベースに今後の活動の拡大を検討することを提言する。

表 7-1-1: アドボカシー活動のツールとターゲット

ツール	ターゲット	発信内容
ラジオ、TV	消費者、中小企業	競争法の存在、消費者保護と相談（ホットライン）
セミナー	他の政府機関、民間団体、企業、専門家	政策の説明、複数の関係組織間の意見交換、ネットワーク、社会へのアピール
ウェブ・サイト	企業（内国および外国）、専門家	制度の詳細、ガイドラインの内容、適用事例、海外事例の紹介、TCC の活動、OTCC の活動、
消費者モニター	消費者、小売業者	知識の普及、市場情報のフィードバック
出張講義	大学生、中高生	企業活動と競争の基礎知識

1.3.2 産業界の競争法対応組織の構築

競争法を実効性のあるものにするためには、産業界サイドの理解促進と対話の機会が必要である。このためには、産業界側には委員会のような受け皿組織を設置するよう働きかけ、競争法当局との間の制度説明、意見聴取、および相互理解の促進の場とすることが有効である。

また、新たな制度、ガイドラインの策定にあたっては、一般からのパブリック・コメントを一定期間求め、詳細策定の参考にすることが実効性を担保するためにも必要であり、その際にも民間側の対応組織が当該組織のコメントの取りまとめを行なう上で効果的であ

る。

日本の場合は日本経済団体連合会に「経済法規委員会」が設置され、必要に応じ会員企業の法規部門を中心とした会合を持ち、公正取引委員会による制度変更等の説明の機会を設けたり、公正取引委員会に対する意見の取りまとめを行なっている。最近の事例でも日本経団連は独占禁止法の改正（案）に対する意見書を取りまとめ、提出し、またその内容を公開している。タイにおいても民間産業団体の対応組織構築への働きかけを行なうことを提言する。

1.3.3 ウェブ・サイトの更なる拡充と活用

今後のアドボカシー活動を支えるツールとして、ウェブ・サイトは有効なツールであるので、ウェブ・サイトのコンテンツの充実と活用を図ることを提案する。また、消費者、産業界、専門家などがどのような情報に関心を持ち、ウェブに載せることが有効かを知るために各界の意見を聴取する機会を持つことも有効とである。

さらに、ウェブ・サイトの活用を双方向のコミュニケーションのツールとして活用し、質問へ答える、苦情を受けつける、さらに意見の聴取の場とすることも効率的な方法と考えられる。

上記のウェブ・サイトの活用の拡充と高度化を図るためには、担当部局の強化が必要であり、とりわけ担当職員の研修と知識の部局内での共有を図る必要がある。

2. 法制度整備に係る提言

2.1 手続法制度の整備

2.1.1 審査開始決定基準の緩和

タイにおいては審査手続きの開始を決定するにあたり、違反事実に関して高い蓋然性を示すことが求められている。このため OTCC は審査開始前の「調査」段階において、被疑企業を含む関係者に対して任意の事情聴取を行うケースも散見される。しかし立入検査を含む関係書類等の収集の権限は、次の段階である専門小委員会による審査手続時においてはじめて認められる。よって、被疑企業及びその関係者への審査・調査事実の漏洩に伴う証拠の隠滅・破棄を防ぐためにも、公開情報から得られる程度の蓋然性をもって審査開始を決定できるようにする等、審査前調査に求められる基準を緩和することを検討することが重要と考えられる。

2.1.2 行政命令手続（TCA 第 30 条・第 31 条）の整備

日米欧等での実務においては、違法性・反社会性が比較的低いケースについては、詳細な立証責任が当局側に求められる刑事手続きの代わりに、行政命令を発出することで当該行為の是正を図る行政手続きが有効に機能している。同様にタイにおいても、第 30 条及び第 31 条にこうした規定が準備されているが、同規定を適用するためには、ルール・手続・条件・時限性といった詳細を整備する必要がある。右整備を進め、同手続を効果的に運用していくことが、競争政策の実効性を担保する為には有用と考えられる。

2.1.3 専門小委員会・取引競争委員会審査手続の整備

TCA 違反の審査について重要な役割を果たすところの専門小委員会の審査、さらには TCC の審査については、未だに公開された規定が存在しない。このため被疑企業に反論の機会が保証されていないことや、第 16 条（刑事手続）と第 30 条/第 31 条（行政手続）という二つの手続がそれぞれどのようなケースに対して適用されるのかが不明確である等、デュー・プロセスの保証²²の観点からは課題と考えられる側面があろう。このため、適切な手続規定を整備することが重要と思われる。

2.2 実体法関連制度の整備

2.2.1 第 25 条関連制度

TCA 第 25 条の「支配力を有する事業者」に該当する事業者については、その「総売上高」および「市場占有率」を内閣の承認の下に TCC が明示的に規定すると、TCA 第 3 条に定められている。タイ競争当局が現在直面している主要な問題の 1 つが、市場占有率と総売上高基準に関する独占ガイドラインを策定することである。しかし関連市場の状況によって

²² 本項で「デュー・プロセス」の保証という際には、いわゆる実体的適正手続（substantive due process）の保証までは含まず、「手続の適正」を保証のみを指すものとする。これは実体的適正手続については、今次技術支援の対象である取引経済法ではなしに、タイ国憲法や国内諸法規に依拠すべきと考えられるからである。なお、「デュー・プロセス」の定義については以下を参照のこと。「アメリカ合衆国では、修正第 5 条が連邦政府に対し、修正第 14 条が週に対し、法の適正な仮定によらないで生命・自由・財産を奪うことを禁じている。…この規定は、19 世紀の中ごろまでは単に手続の適正を要求するものと解されていたが、その後法律の内容も適正でなければならないと解されるようになった。…日本国憲法についても、第 31 条は単に手続が法律によらなければならないことを定めたというだけでなく、実体的にも、法律による自由の制限が適正でなければならないことを意味すると一般に解されて」いる（金子宏編（1994）『法律学小辞典』有斐閣 p819 参照）。

独占状態が認定される市場占有率が上下するため、独占状態の認定に当たっては、日本のみならず米国及びEUをみても、市場占有率を法律又はガイドラインによって明記している国は見あたらない。一定の市場占有率を法令またはガイドラインという形で明記することには、一定の留意が必要と考えられる。

2.2.2 第26条関連制度

TCA第26条は、「ガイドライン」において「市場占有率、総売上高、資本総額、株式保有率、又は資産保有率の取得」について規定するように取引競争委員会に対して求めている。同「ガイドライン」が定められていないため、第25条（私的独占）のケースと同様に、第26条の適用は未だ不可能となっており、同条に基づく「報告」件数もゼロとなっている。このため、現在、ワーキング・グループ（WG）において同条に関する「市場占有率、総売上高、資本総額、株式保有率、又は資産保有率の取得」が検討されている。同「ガイドライン」は、審査指針を示した日本等におけるいわゆる「ガイドライン」ではなく、むしろ申請や審査のための「客観的な数値」を定めたものである。また当該「客観的な数値」は、①届出基準や、②審査におけるセーフ・ハーバー基準ではなしに、③違法性推定基準とされている点には注意が必要である。このため「ガイドライン」に規定された閾値以下の企業結合については、TCA第26条の適用自体が不可能となる点を十分留意した上で「ガイドライン」を検討することが重要であろう。なお、これは日本において独占禁止法第10条以下に定められる諸基準を下回る企業結合が、届出義務はないものの、公正取引委員会による規制の対象となり得るといった法構造とは異なる。

2.2.3 第29条関連制度

TCA第29条の規定があいまいなものであることから、日本における一般指定のような下位法を制定し、その内容を明確化することが必要との一部有識者からの意見については、TCAの法的安定性を高めることには一定の意義が認められよう。他方、下位法を定めると第29条の解釈・運用に一定の制限が課されることになる。第25条や第26条の運用をはじめ、未だに「片肺」運転の状況にあるタイ競争政策の実情を考えると、まずは第25条・第26条のガイドライン・手続法、さらには第31条に基づく行政手続を整備することが優先されると考えられるが、第29条に関する一般指定類似の下位法制定も、中長期的課題として、認識される必要があるだろう。

附属資料

Annex

Contents

I. Documents Related to Findings of Baseline Survey

1. 7 Acts under DIT's Responsibility
2. Center of Complaints Department of Internal Trade
3. List of the Products and Services Under TCA's Supervision and Survey

II. Documents Related to Sector Study

III. Documents Related to Guideline Workshops

1. Documents Used for Identifying Cases for Case Studies
2. Documents for the Second Workshop - Moot Court Practice -
3. Documents for the Third Workshop - Role Playing Materials -
4. Documents for the Fourth Workshop - Comparison of Merger Regulations -

IV. Documents Related to Advocacy Activities

ANNEX I

Documents Related to Findings of Baseline Survey

ANNEX I - 1

7 Acts under DIT's Responsibility

7 Acts under DIT's Responsibility

1. Price of Goods and Service Act, B.E. 2542 (1999)
 2. Competition Act, B.E. 2542 (1999)
 3. Agricultural Futures Trading Act, B.E. 2542 (1999)
 4. Weights And Measures Act, B.E. 2542 (1999)
 5. The Announce of the National Executive council No 58 (Only the Part for regulating Warehouse business, including Silo and cold Storage Business), B.E. 2515 (1972)
 6. Commodity Control Act, B.E. 2495 (1952)
 7. The Rice Trading Act, B.E. 2489 (1946)
-

ANNEX I - 2

Center of Complaints

Department of Internal Trade



Center of Complaints
Department of Internal Trade
Ministry of Commerce

Vision: Efficient Center to develop the roles of consumers in order to protect their own rights involved of price and quantity of goods and services

Foundation: It was formed in 1994 to implement the tasks according to the Price of Goods and Services Act and the Business Competition Act. The Center has an information line available to business and consumers to explain their rights and obligation under the legislation.

Authorities:

1. To administrate fairly the system of price and quantity of goods and services and also promote and develop the roles of consumers in order to protect their own rights.
2. Giving legal advice and recommending appreciate government departments or agency.
3. Negotiate with the seller or service for refunds.
4. Providing domestic trade information.

Complaints:

1. Phone Complaints;

- Hotline **1569** 24hrs 10 lines
- Fax 0-2547-5356, 0-2547-5359

2. Electronic Complaints;

- E-mail compro@dit.go.th
- Website <http://www.consright.com>
<http://www.dit.go.th>

3. Post Complaints;

- Mail box P.O. Box 156 Nonthaburi 11000
- Postcard P.O. Box 156 Nonthaburi 11000

4. Office;

- Ministry of Commerce
Department of Internal Trade
Center of Complaints 3 rd floor
44/100 Sanam Bin Nam - Nonthaburi Rd.
Muang, Nonthaburi 11000

Table 1. Number of complaint cases in 2003 and Jan-Oct 2004

Year	Give advise	Complaints	Total/Cases
2003	623	741	1,364
2004	1,902	1,285	3,187

ANNEX I - 3

List of the Products and Services
Under TCA's Supervision and Survey

List of the Products and Services
Under TCA's Supervision and Survey

1. Coffee
2. Flour
3. Beer
4. Vegetable Oil
5. Powder Milk
6. Liquor
7. Vinegar
8. Seasoning
9. Condensed Milk
10. UHT drinking Milk
11. Soft Drink
12. Juice
13. Canned Food
14. Instant Food
15. Soybean Milk
16. Feeds
17. Motorcycle
18. Truck
19. Battery (Automobile)
20. Car
21. Pick-up truck
22. Tire
23. Fuel
24. Cooking Gas
25. Fertilizer
26. Plastic
27. Plastic Products
28. Plastic Straw for UHT Box
29. Pesticides
30. Calcium Carbide
31. Formic Acid
32. P.V.C

33. Glass
34. Cold Roiled Coil Iron
35. Iron Wire
36. Cement
37. Asbestos Tile
38. Concrete Tile
39. Structural Steel
40. Zinc
41. Floor Tile
42. Hot Roiled Coil Iron
43. Painting
44. Electric Wire
45. Aluminum
46. Plywood
47. Battery
48. Shampoo
49. Gymsum
50. Toothpaste
51. Detergent
52. Student Uniform
53. Student Shoes
54. Medicine
55. Insecticide
56. Pen
57. The Internet
58. Computer Game
59. Compact Disk
60. Paper Pulp
61. Toilet Paper
62. Craft Paper
63. Print Paper & Newsprint
64. Sanitary Napkin
65. UHT Box
66. Wholesale & Retail

67. Finance & Banking Business
68. Telecommunication Business
69. Freighter Business
70. DVD Player
71. Movie Theatre
72. Cable TV



ANNEX II

Documents Related to Sector Study

Call for Preliminary Proposal (Short Proposal)
for
“The Market Survey on Maritime Transport Services in Thailand”

December 17, 2004
JICA TA Consultant TEAM

Through this Call for Preliminary Proposals, UFJ Institute Ltd., as the JICA¹ TA Consultant Team² for *Technical Cooperation for the Study on Capacity Building for Implementation of the Trade Competition Act in the Kingdom of Thailand*, is inviting “Preliminary Proposals (short proposal)” for “The Market Survey on Maritime Transport Services in Thailand.”

1. Research Topics

Please see the “ANNEX” attached to this letter.

2. Definitions

“Maritime Transport Services” in this study only covers international freight transport services. It does NOT include internal (domestic) waterway service, and any kind of “passenger” maritime transport service.

3. Contents of Preliminary Proposal

The Preliminary proposal (in English) of 4-6 pages should include,

- (1) Possibility of conducting this study
- (2) Methodology for this study (Brief explanation on how to collect/compile the necessary information, such as web searching, literature survey, interview (possible interviewees), mailing survey, etc.)
- (3) Rough estimate broken down by item (personnel expense, direct costs, taxes, etc.)
- (4) Past experiences on related works/researches (1 page maximum)
- (5) Names of project manager(s)/researcher(s) who will be engaged in this study
- (6) Contact information

¹ Japan International Cooperation Agency

² Technical Assistance Consultant Team

4. Deadlines

Submission deadline for

Preliminary Proposal:	17:00 pm, December 27 (Mon), 2004
→ Preliminary selection	By the end of December
(Full Proposal)	January 12, 2005
→ Final selection	In few days after the submission deadline

Submission deadline for repots

Interim Report	February 25, 2005
Final Report	March 18, 2005

5. Review and Selection of the Proposals

Appropriate institute(s) will be selected by the end of December 2004, as candidate(s) for the next selection with Full Proposal. TA Consultant Team may make its determination with respect to any proposal based solely on the written submission.

6. Submission Format

Preliminary Proposal with 4-6 pages must be submitted electronically (either PDF or MS Word file) to competition@ufji.co.jp AND aratak@ufji.co.jp, by the abovementioned deadline.

7. Confidentiality

Confidentiality will be maintained. JICA TA Consultant Team maintains strict confidentiality with respect to all business confidential information.

8. Contact Person

For more information, you can contact the following person.

Arata KUNO (Mr.)

JICA TA Consultant, *Capacity Building Program for Implementation of Thai Trade Competition Act*
Analyst, Trade Policy Unit, Frontier Strategy Department, UFJ Institute Ltd.

Mobile Phone in Thailand: 06-047-6621 (Until December 21st)

(Office in Japan)

UFJ Institute Ltd.

Address: 1-11-7 Shimbashi, Minato-ku Tokyo 105-8631, Japan

Phone: +81-3-3289-7101, Fax: +81-3-5537-8038

E-mail: competition@ufji.co.jp, aratak@ufji.co.jp URL: <http://www.ufji.co.jp/eng/index.html>

The Market Survey on Maritime Transport Services in Thailand

Research Topics

1. Introduction: Overview of the Maritime Transport Services

(Importance, and Significance of Maritime Transport Services in the Global Economic Activities)

2. Market Structure: Global Perspectives

2.1 Elements of Maritime Transport Services

2.1.1 Types of Ship

(e.g., Container Ship, General Cargo Ship, Bulk Cargo Ship, Ore Carrier, Bulk Carrier, Tanker, Reefer Cargo Ship, LNG/LPG Carrier, etc.)

2.1.2 Major International Sea Routes for Maritime Transport

(e.g., In terms of number of containers, sales volume, number of ships, etc.)

2.2 Business Structure/Entities related to Maritime Transport Services

(e.g., Shipping Companies, Shipping Agent, Freight Forwarder, Rental service of vessels with Crew, Exporter/Importer, Marine Insurance Companies, Terminal Handling Service Companies, Maritime Cargo Handling Service, Storage and Warehouse services, Road Transport Service as an Element of Maritime Multimodal Transport)

2.3 Major Global Alliances in the Maritime Transport Industry and Their Practices

(e.g., Types of alliances (consortium, conference, rate agreement, etc.), and names of major global alliances.)

2.4 Global Top 20 of Maritime Transport Service and Their Market Share

2.4.1 Market Size by Type of Ship

2.4.2 Global Top 20 Companies by Type of Ship and Their Market Share

(Including name, nationality, sales volume, number of ship, etc.)

2.4.3 Market Size by Type of Business

(For Shipping Companies, Shipping Agent, Freight Forwarder, Rental service of vessels)

2.4.4 Global Top 20 Companies by Type of Business and Their Market Share

(Including name, nationality, sales volume, number of ship, capacity etc.)

2.5 International Rules Affecting Competition in Maritime Transport Market

(e.g., WTO/GATS, Other International Laws/Agreements/)

2.6 Role of Competition Policy in Maritime Transport Services in Major Countries

(e.g., Major cases, and anti-trust exemption of competition policy for this sector, etc.)

3. Market Structure in the Thai Market

3.1 Market Structure in Thailand

3.1.1 Definition of Market

(As for the type of ship, this section focuses on container shipping market. As for the type of business, this section focuses on shipping companies, shipping agent, freight forwarder, rental service of vessels with crew, unless otherwise specified.)

3.1.2 Market Size, and Market Trends by Type of Business

3.1.3 Names and Number of Companies by Type of Business

3.1.4 Market Concentration by Type of Business

(e.g., Share of main operators, concentration ratio, Hirschman-Herfindal Index (HHI))

3.1.5 Characteristics of Distribution Channel/Business Structure in Thai Market

(Comparison with other major countries)

3.1.6 Barriers to Enter into the Market

(Technologies, economy of scale, regulations, etc.)

3.2 Business Practices and Competition Situation in Thailand

3.2.1 Prices of Container Shipping Service between Ports in Thai and Major International Ports

(e.g., Major Thai Ports = Lam Chabang Port, Bangkok Port)

3.2.2 Cost Structure of Container Shipping Service

(e.g., Financial status, cost price, profitability, and their trends)

3.2.3 Behaviors in the Market

(e.g., Price negotiation, price fixing, tying)

3.2.4 Competition Situation in Road Transport Service as an Element of Maritime Multimodal Transport (Only those for container transportation)

- (a) Competition AMONG integrated (multimodal) maritime transport companies (such as shipping company)
- (b) Competition BETWEEN maritime multimodal transport companies and other road transport companies which can handle container transportation
- (c) Substitutability of services between maritime transport companies and road transport

companies

3.3 Other Laws and Regulations in this Sector Affecting the Competition

3.4 Issues/Obstacles to be Addressed

(For service providers, clients, and competition authorities)

3.5 Recommendation

(From viewpoints of both competition policy and maritime transportation policy)

ANNEX III

Documents Related to Guideline Workshops

ANNEX III - 1

Documents Used for Identifying Cases for Case Studies

Overviews of JFTC Important Case Laws

Type of cases	Year	Point of issues	
Private Monopolization			
Pachinko machines manufactures case*	1997	Restrictions of new market entries through patent pools among Pachinko makers	
Nippon Medical Food Assn. Case	1996	Monopoly and restrictions of new market entries by a collusion between a testing institute and a leading comp. in a medical food	
Paramount Bed Case	1998	Exclusions of competitors and dominance of bidders through contacting with administrative bodies	
Hokkaido news paper case*	2000	Exclusions of a new market entry by registering trademarks	
Unreasonable Restraint of Trade			
Newspaper sale route case	1993	Scope of entrepreneurs for collusion	
Toshiba Chemical case	1995	Express agreements among leading makers and un-expressed agreements to follow the above agreement	
Kyowa-Exeo case	1994	Un-expressed agreements for bid rigging	
Kubota and others case	1999	Agreements on the ratio of quantities of orders received	
Maruzen and others case	1996	Agreements on the markup prices of foreign books	
Tokyu Department and others case	1996	Riggings on seasonal gifts	
GL machine makers case	1997	Agreements on a prospected receiver of an order among machine makers	
Mie Prefecture Bus Assn. Case	1990	Elimination measures by JFTC - reorganizations of concerned organizations	
Unfair Trade Practice			
General	Toshiba Elevator Techno case*	1993	Impediments of fair competition - safety standard and impediment of fair competition
Concerted Refusal to Deal (Art.1)	Rockman Construction Execution Entrepreneurs case	2000	Refusals to deal among construction entrepreneurs with special construction technologies
Other refusal to deal (Art. 2)	Zennoh (National Federation of Agricultural Co-operative Associations) case	1990	Refusals to deal and dealing on restrictive terms of cardboard sales by Zenno
Discriminatory pricing (Art.3)	Kitaguni Newspaper case*	1957	Discriminatory pricing of newspapers between two geographic areas
Discriminatory treatment on transaction terms (Art. 4)	Auto Glass East Japan case	2000	Discriminatory treatments against a trader importing glasses
Discriminatory Treatment in a Trade Association (Art. 5)	Hamanaka dairy farming assn. case	1957	Discriminatory treatments to limit uses of common facilities by farming assn.
Unfair Low Price Sales (Art.6)	Maruetsu-Hello mart case	1982	Unfair low price sales of milk by retailers
	Tokyo public slaughter case	2000	Levels of unfair low price sales
	Damage suit by private greeting card makers*	1998	Unfair low price sales of greeting cards by governments

Overviews of JFTC Important Case Laws

Customer Inducement by Unjust Benefits (Art. 8)	Nomura Securities case	1991	Customer inducements through unjust benefits (loss compensation) by a securities company
Tie-in sales (Art. 10)	Microsoft case*	1998	Tie-sales of worksheet software and others
	Toshiba Elevator Techno case*	1993	Tie-sales of elevator machines and their maintenance services
Dealing on exclusive terms (Art. 11)	Toyo rice cleaning machine company case*	1984	Impediments of fair competition by exclusive agent systems
Resale price restriction (Art.12)	NTT docomo case	1997	Fixing of agents' prices at the level of its own branches by mobile phone companies
	Nike Japan case	1998	Resale price restrictions of sport shoes by account systems
	Ezai case	1991	Resale price restrictions and customer
	Sony computer entertainment case*	2001	Resale price restrictions of software and prohibitions of used sales
	Haagen-Dazs case	1997	Resale price restrictions of high class ice-
Dealing on restrictive terms (Art.13)	Fujiki case*	1998	Refusals to deal for not to implemente personal selling
	Tohoku cellular	1997	Restrictions of agents to display cellular prices by telecom companies
	Hobby Japan	1997	Restrictions of parallel imports by exclusive import agencies of trading card games
	Asahi Denkka case	1995	Restrictions to supply products after the concerned technology licenses are expired
Abuse of dominant bargaining position (Art. 14)	Lawson case	1998	Restrictive conducts against suppliers by a headquarter of convenience stores
	Zennoh (National Federation of Agricultural Co-operative Associations) case	1990	Abuse of dominant position to deal with cardboard sales by Zenno
Interference with a competitor's transaction (Art. 15)	Kanagawa cement producers assn. case	1990	Interference with non-member's transaction by cement producers assn.
	Radio Meter Trading Corp. case	1993	Interference with parallel imports by exclusive import agents

Overviews and Issues of Cases Selected by TCB

*Selected cases are useful to understand, in particular, the following issues, which are important concepts/tools to implement Competition Policies.

Type of cases	Year	Point of issues	
Private Monopolization			
Private Monopolization			
Pachinko machines manufactures case*	1997	<p>[Overview of the case] Restrictions of new market entries through patent pools among Pachinko makers. [Monopolization] Dominance not of one company, but of an association composed of ten makers whose CR 10 was about 90% [Conducts/Behaviors] Exclusion by using the license of patent pool</p>	
Paramount bed case	1998	<p>[Overview of the case] Exclusions of competitors and dominance of bidders through contacting with administrative bodies [Monopolization] Dominance of one company [Conducts/Behaviors] Building and strengthening market dominance through unfair interventions to "terms of reference" of a local government's bidding.</p>	
Unfair Trade Practice			
Unfair Trade Practice			
Unfair Low Price Sales (Art.6)			
	Tokyo public slaughter case	2000	<p>[Overview of the case] Tokyo public slaughter provided its service with the low price, which was under its competitor. [Legal character of accused] A public entity sponsored and operated by Tokyo prefecture [Low price without reasonable reasons] Lower than its competitor in Tokyo, but higher than those in other prefectures</p>
	Damage suit by private greeting card makers*	1998	<p>[Overview of the case] Post office of Japan sold new year greeting cards at a low price. [Legal character of accused] Post office was operated by government in Japan [Definition of product market] Card generally/greeting cards/greeting cards with prize contests?</p>
Tie-in sales (Art. 10)			
	Microsoft case	1998	<p>[Overview of the case] The accused forced computer makers to sell word processing software with spreadsheet one. [tying product/tied product] Excel was a tying product and Word was a tied. [Market power in tying product] Excel had a No. 1 share in spreadsheet software market. [Unfair effects to tied product market] Word became the best seller word processing software instead of Ichitaro, which was No.1 before.</p>

Overviews and Issues of Cases Selected by TCB

Unfair Trade Practice			
Dealing on exclusive terms (Art. 11)	Toyo rice cleaning machine company case*	1984	<p>[Overview of the case] The accused maker forced wholesalers (1) not to deal with products of its competitors and (2) not to sell its products to other wholesalers.</p> <p>[Unfair exclusive dealing] Vertical restraint and not per se illegal [Market power/foreclosure] Needs for an economic power in one product to be able to use as leverage to affect intrabrand sales</p>
Dealing on restrictive terms (Art.13)	Hobby Japan	1997	<p>[Overview of the case] The accused (exclusive import agencies of trading card games) restricted parallel imports.</p> <p>[Reasonable restrictions of parallel import] Promotion/advertisement fees, maintenance [Intellectual property and parallel import] Patentee is required to show its intent not to allow sales outside of the country in which the products sold</p>
Interference with a competitor's transaction (Art. 15)	Kanagawa cement producers assn. case	1990	<p>[Overview of the case] The accused (1) forced retailers not to deal with non-members of its associations and (2) stop dealing with those who violated the restriction.</p> <p>[Market definition] Limited area as geographic market [Unfair trade practice] Forcing retailers not to deal with outsiders</p>
Unreasonable Restraint of Trade			
	Triple transport fare		
	Kubota and others case	1999	<p>[Overview of the case] The accused allocated respective market shares. [Communication of intent] An agreement exists [Market definitions] direct sales with/without sales through wholesalers [Substantial restraint] Agreement on respective market shares</p>
	Maruzen and others case	1996	<p>[Overview of the case] The accused agreed on the markup prices of foreign books. [Communication of intent] An agreement exists. [Market definition] Foreign book sales to 6 major universities. [Substantial restraint] Common restraint among wholesalers (CR 50%). Note: the rest of the competitors will follow their markup prices</p>
Merger and Acquisition			
	Guideline (2004)		

Overview of the Recent Important Cases by JFTC

#	# of cases	Name of the case	Contents	Violated Articles	Date
Unfair Trade Practices (Abuse of Dominant Positions)					
1	16 (Re) 30	Mr. Max Corp. Case	The accused forced its suppliers the following conducts; <ul style="list-style-type: none"> To pay the amount, which is over those agreed at the contracts, To return the products, which is sold under the contract without any condition of returns. To send their staffs for the preparations of its opening/closing sales. 	Sec. 19 (Art. 14 of General Designations Art. 1 & 6 Special Designations on Departments)	2004.10.22
2	16 (Re) 31	Karakami Corp. Case	The accused hotel forced its suppliers the following conducts; <ul style="list-style-type: none"> To buy the ticket for staying its accommodations, To ask to join its own parties and to stay its accommodations 	Sec. 19 (Art. 14 of General Designations)	2004.10.28
3	16 (Re) 32	Konan Trading Corp. Case	The accused forced its suppliers the following conducts; <ul style="list-style-type: none"> To provide money for its sales programs without any rational reasons; To send staffs for its opening sales 	Sec. 19 (Art. 14 of General Designations Art. 6 of Special Designations on Departments)	2004.11.11
4	16 (Re) 2	Posful Corp. Case	The accused paid its suppliers the amount as payments less than those agreed on contracts without any fault of suppliers.	Sec. 19 (Art. 2 of Special Designations on Departments)	2004.3.25
5	16 (Re) 3	Sanyo Marunaka Corp. Case	The accused forced its suppliers to discount the amount of payments after making contracts and to send staffs for its own sales activities.	Sec. 19 (Art.1, 2, 6 of Special Designations on Departments)	2004.3.26
Unfair Trade Practices (Dealing on Exclusive Terms)					
6	15 (Re) 21	J-Phone Corp. Case	The accused forced retailers to exhibit the price of mobile phone at the level it decided.	Sec. 19 (Art. 13 of General Designations)	2003.7.28
Unfair Trade Practices (Interference with a competitor's transaction)					
7	15 (Re) 27	Yonnex Corp. Case	The accused sold shuttles for badminton. It indicated to its suppliers who imported shuttles to stop dealing if they would not stop imports.	Sec. 19 (Art. 15 of General Designations)	2003.10.24
8	14 (Re) 7	Mitsubishi Techno Service Case	The accused dealt with the company maintaining elevators made by Mitsubishi Electronic (the company is not belong to Mitsubishi group) as follows; <ul style="list-style-type: none"> To delay the deliveries of elevator parts even though it had the concerned stocks. To increase the prices of parts, without any rational reasons, for the clients with which it had maintenance contracts, 	Sec. 19 (Art. 15 of General Designations)	2002.6.11
9	14 (Re) 23	ALC Tokyo Association Case	The accused forced entrepreneurs, which were not its members to notify the constructions which they wanted to receive the orders and to force them not to join bids for any other constructions.	Sec. 19 (Art. 15 of General Designations)	2002.12.26

Seminar Matrixes of Cases Selected by TCB

	Unit 1	Unit 2	Unit 3	Unit 4	Total	Substantial	JFTC Recom.	Reasons / Remark
Dominant Position	4	3	4	3	14	1. Principle & Criterion 2. Cases - Pachinko Machines Manufactures Case. - Paramount Bed Case. - Mr. Max Corp. Case.	Mr. Max Case	2 days - To understand the competition in the markets and the reasons to adopt criteria of private monopolization in Japan. - To learn about trade practices and how to prove the offenses. - To gain more knowledge about anti-competitive practices, its effects and analytical techniques.
Unfair Trade Practice	1	1	2	2	6	1. Guideline 2. Cases		4 days - Most of the complaints received by T-TCC are Unfair Trade Practices. - To study Japanese guidelines for creating the idea in order to adopt Thai's guideline. - To examine the evidence method in proving the offenses.
						Toyo Rice Cleaning Machine Case.	J-Phone case Green Group case	
						Tokyo Public Slaughter Case.	-	
						Damage Suit by Private Greeting Card Makers Case.	-	
						Tie-in Sales (goods+goods) Case.	-	
						Kanagawa Cement Producers Assn. Case	J-Phone case Green Group case	
						Mitsubishi Techno Services Case	J-Phone case Yonex case	
						Hobby Japan Case.	Yonex case	
M&A	3	4	3	4	14	1. Principle & Criterion 2. Cases - Horizontal Collusion in Banking Sector. - Vertical Collusion in any business.	-	2 days - To know the basic idea and factors to be considered for Japanese Merger guideline. - To learn the analytical technique and case studies of transnational Merger. - To learn about types of merger under AMA including Merger guidelines

	Unit 1	Unit 2	Unit 3	Unit 4	Total	Substantial	JFTC Recom.	Reasons / Remark
Collusion	2	2	1	1	6	1. Investigation Technique. 2. International Cartels / Leniency Program. 3. Cases - Triple Transport Fare Case. - Kubota Case. - Maruzen Case.	-	4 days - To understand JFTC's investigation and interrogation techniques. - To learn more about types of international cartels and its remedies. - To study how to prove the anti-competitive offenses.
Case/Others	5	5	5	5	20			

December 2, 2004

Summary of Cases Selected by JFTC

	Yonex Case	J-Phone Case	Mitsubishi Techno Service Case	Mr. Max Case
Firm to receive recommendation	YONEX K.K., Tokyo: Main Business: manufacturing and selling of sporting equipments	J-PHONE Co., Ltd., Tokyo Main Business: first-class telecommunications carrier (mobile communications service and ancillary business)	Mitsubishi Techno Service Main Business: Manitanance provider/parts supper of elevators/escalators.	Mr. Max Co., Ltd., Fukuoka Main Business: Discount Supermarket
Background Information	(a) Feather shuttlecocks authorized for formal badminton matches are pupolar in the market and have a strong market power; (b) Yonex was the top maker of authorized shuttlecocks; (c) Since 1993, retailers started to import foreign makers' shuttlecocks because of its cheeper price.	(a) J-Phone was the third largest mob. comm. service provider in Japan; (b) The concerned mob. phone was quite popular and J-Phone had a power in the market.	(a) Mitsubishi Techno is a subsidiary of Mitsubishi Electronics Corp. which produce elevators/escalators, (b) Elevator/Escalator makers usually establish subsiriaries dealing with maintenance businesses of its own products, (c) Independent maintenance service providers provide their services at the cost below those of subsidiaries, (d) Maintenace of elevators/escalators requires special parts sololy provided from the makers.	(a) Mr. Max is one of the largest discount retailer in Kyushu Area of Japan. (b) Mr. Max dealt with more than 300 suppliers. The periodical deals with Mr. Max is quite important for the suppliers, therefore Mr. Max had a market power.
Outline of Violation	YONEX is unjustly hindering the business of import/sales companies as follows: (a)(i) YONEX is urging retailers to sell YONEX feather shuttlecocks and to switch from the imports to YONEX shuttlecocks, and (ii) In cases where client retailers sell the imported shuttlecocks, YONEX is urging the retailers to refrain from selling its shuttle. (b) YONEX is urging promoters and organizers of badminton competitions not to use imported shuttlecocks by hinting that, if they accept support from import/sales companies, YONEX will withhold its support for said competition.	(a) J-PHONE had made its agencies and retailers display in shops and on leaflets "reference price" or "assumed price" which J-PHONE designated as guides of selling prices to consumers (b) The concerned phone was new and popular models of J-PHONE branded mobile phones with camera. (c) Those phones were sold to consumers who newly sign on for mobile phone service in Kanto Koushin district.	The accused dealt with the company maintaining elevators made by Mitsubishi Electronic (the company is not belong to Mitsubishi group) as follows: To delay the deliveries of elevator parts even though it had the concerned stocks. To increase the prices of parts, without any rational reasons, for the clients with which it had maintenance contracts,	The accused forced its suppliers the following conducts; (a) to discount the amount agreed at the contracts; (b) to receive the unsold products, which is supplied under the contract without any condition of returns. (c) to send their staffs for the preparations of its opening/closing sales.

Summary of Cases Selected by JFTC

	Yonex Case	J-Phone Case	Mitsubishi Techno Service Case	Mr. Max Case
Outline of Elimination Measures	<p>(a) YONEX shall refrain from the activities mentioned above.</p> <p>(b) YONEX shall notify import/sales companies, client retailers, and promoters/organizers of badminton competitions not to conduct actions similar to those above mentioned in the future.</p> <p>(c) YONEX shall not engage in activities similar to these described in ithe above in the future.</p>	<p>(a) J-PHONE shall confirm that it ceased the above acts</p> <p>(b) J-PHONE shall notify the agents, retailers and consumers that it will refrain from the above measures in the future.</p> <p>(c) J-PHONE shall not act the same kind of acts as the above in the future.</p>	<p>(a) Mitsubishi Techno shall confirm that it ceased the above acts,</p> <p>(b) Mitsubishi Techno shall revise the internal manual that interfere with the free and fair competition in the concerned market.</p> <p>(c) Mitsubishi Techno shall notify the agents, retailers and consumers that it will refrain from the above measures in the future.</p>	<p>(a) Mr. Max should cease the acts mentioned in the above;</p> <p>(b) Mr. Max should inform its suppliers that it will refrain from any acts similar to the above in the future;</p> <p>(c) Mr. Max should refrain from any acts similar to those described above in the future.</p>

ANNEX III - 2

Documents for the Second Workshop

- Moot Court Practice -

TENTATIVE

Moot Court Practice

Students are divided into two groups: Group A and Group B. Group A is the Claimant in the Dispute, and Group B is the Respondent.

1) Preparations for Written Submissions

- (1) Each Group prepares written submissions. Group A prepares a submission challenging the measure of the Respondent in question and Group B prepares a submission defending the measure.
- (2) While both Groups prepare submissions, the Advisors visit both camps and give necessary advices and suggestions to both Groups.
- (3) Submissions should not be longer than 10 pages. They should be typewritten and double spaced on A4 sheets.
- (4) When submissions are completed, both Groups turn them in to the Advisors and to each other.
- (5) The Advisors and each Group study the submissions.

2) Oral Hearings and Debates

- (1) Group A sits on one side of the room and Group B sits on the other side and the Advisors sit facing both Groups.
- (2) The Advisors announce the opening of oral hearing and give necessary instructions.
- (3) Each Group is given the maximum of 15 minutes to present its view.
- (4) Each Group is given the maximum of 10 minutes to bring counter-arguments to each other.
- (5) The Advisors ask questions to both Groups and each group responds to them.
- (6) Both Groups are given a chance to make final statements. Final statements should not be more than 10 minutes.
- (7) Coffee break
- (8) The Advisors comment on the positions of each Group (or alternatively, the Advisors render a judgment declaring that one or the other party prevailed.)

ANNEX III - 3

Documents for the Third Workshop

- Role Playing Materials -

平成 17 年 5 月 29 日

第 3 回ワークショップ
－ロール・プレイング案（ミッション・レター）－

UFJ 総合研究所

【共通】

（冷間圧延ステンレス鋼板について）

冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯には、鉄、クロム及びニッケルを主原料とするクロム・ニッケル系ステンレス（以下「ニッケル系」と鉄及びクロムを主原料とするクロム系ステンレス（以下「クロム系）」とがある。

（被疑企業について）

被疑企業 A、被疑企業 B、被疑企業 C、被疑企業 D の冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯の販売数量の合計は、X 国における冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯の販売数量のほとんどを占める。上記 4 社が冷間圧延ステンレス鋼板を販売する際には、店売り取引で販売する方法とひも付取引で販売する方法があり、4 社は冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯のほとんどすべてをこれらの方法で販売していた。

・被疑企業 A

冷間圧延ステンレス鋼板生産において国内最大手（マーケット・シェアは 45%）。同鋼板工場の稼働率は 90%。資本は 100%内資。

・被疑企業 B

冷間圧延ステンレス鋼板生産において国内二番手（マーケット・シェアは 30%）。同鋼板工場の稼働率は 70%。資本は 100%内資。

・被疑企業 C

冷間圧延ステンレス鋼板生産において国内三番手（マーケット・シェアは 20%）。同鋼板工場の稼働率は 70%。資本は 51%が外資、49%が内資。

・被疑企業 D

2000 年に冷間圧延ステンレス鋼板市場に参入（マーケット・シェアは 1～2%）。同鋼板工場の稼働率は 30%。資本は 100%外資。

（冷間圧延ステンレス鋼板の価格変動）

2001 年 4 月：冷間圧延ステンレス鋼板の店売り取引での販売価格が下落

2002 年 1 月：冷間圧延ステンレス鋼板の一部販売業者による価格（ニッケル系及びクロム

系ともに) が 1 キログラム当たり 20 円ずつ上昇

2002 年 9 月：すべての販売業者による冷間圧延ステンレス鋼板の価格が、1 キログラム当たり 20 円 (ニッケル系) 及び 10 円 (クロム系) 上昇

2003 年 2 月：一部販売業者の冷間圧延ステンレス鋼板の価格が、ニッケル系については 1 キログラム当たり 20 円、クロム系は同 10 円それぞれ上昇した。

(その他)

各ミッション・レターに記載されている以外の事実、すなわち冷間圧延ステンレス鋼板の性質、用途、製法、及び業界の動向等は日本における冷間圧延ステンレス鋼板カルテル事件における事実と同一とする。

【TCB】

(調査開始の背景)

2003 年 3 月、TCB は冷間圧延ステンレス鋼板に関するカルテルの疑いについて通報者 X、Y それぞれから個別に報告を受け、調査開始を決定した。

(通報者に関する情報)

X、Y から提供を受けた情報 (第一報) は、【共通】ミッション・レターに記載された情報に留まる。X は匿名の情報提供者であるため、TCB からのコンタクトは不可能。Y は冷間圧延ステンレス鋼板のユーザー企業であり、TCB からコンタクトすることが可能。

(被疑企業に関する情報)

被疑企業については、【共通】ミッション・レターに書かれた情報以外の情報を TCB は有していない。なお関連情報の破棄等の危険性は高いものの、TCB は被疑企業に対してコンタクトをとることは可能。

(ミッション)

TCC に対して審査開始を勧告するのに必要な情報収集を行う。但し、審査開始前 (当然、立入検査前) であるため、被疑企業による関連情報隠滅・破棄の可能性には十分な注意が必要である。また通報者からの確かな情報提供を受けるためには、通報者の地位・立場について配慮することが不可欠である。なお情報提供を行うことと引き換えに、(課徴金の行政処分、罰金等の刑事罰等の) 措置が減免される制度があると仮定した場合には、どのような対応が考えられるかについても検討せよ。

【被疑企業 A】

(ステータス)

冷間圧延ステンレス鋼板カルテルの幹事企業。冷間圧延ステンレス鋼板生産において国内最大手（マーケット・シェアは 45%）。同鋼板工場の稼働率は 90%。資本は 100%内資。

(価格の会合)

4 社はかねてより、4 社の営業担当部長級会合、営業担当課長級会合等の 4 社の営業担当者による会合を A 社を幹事として開催し、店売り取引で販売する冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯並びにひも付き取引で販売する冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯の販売価格等について情報交換を行ってきた。

2001 年 9 月

2000 年以降、近年の粗鋼原料の高騰でコスト高となっているにもかかわらず、競争が厳しくて製品価格にコストを転嫁できない市場状況が続いていた。一方、新規参入外国企業 D 社が、ダンピングに近い低価格で参入しシェアを伸ばしていた。2001 年 9 月、このような状況に危機感をもった A 社は B 社、C 社、D 社に対して販売価格の引き上げについて個別に打診を行い、4 社の営業担当部長級の者による会合を開催した。

会合は同年 10 月に開催された。同会合においては、冷間圧延ステンレス鋼板の販売価格引き上げの環境整備を目的とした**出荷数量等の制限**について話し合われた。D 社はカルテルに参加しないとの意思表示をしたため、その後の会合は残りの 3 社の代表のみにより開催された。その後の 3 社会合においては、販売価格の引き上げの具体的な程度、時期、シェアの固定や顧客争奪の禁止、地域分割、実効性確保手段（販売数量・価格のモニター、ペナルティ）等について検討し、ニッケル系及びクロム系とも、現行販売価格から 1 キログラム当たり 25 円を目処に 2002 年 1 月契約分から引き上げることを合意した。なおマスコミへのプレス発表時期に関しては、A 社→B 社→C 社の順に時期をずらして行うことについて合意がなされた。

2001 年 11 月、上記営業部長会議における合意を受けて、上記 3 社（A 社、B 社、C 社）の取締役による価格の会議が開催された。同会議においては、ニッケル系及びクロム系とも、現行販売価格から 1 キログラム当たり 20 円を目処に 2002 年 1 月契約分から引き上げることが合意された。同合意に基づいて、各社は冷間圧延ステンレス鋼板の店売り取引での販売価格の引き上げに関する社内指示をおこなった。

2002 年 5 月

2002 年 5 月、3 社は上記合意に基づく販売価格の引き上げが一部の販売業者には受け入れられたものの、十分には達成されていない状況に鑑み、3 社で営業担当部長級会合を開催

Company A (2-comp-A)

Questions	Answers
<p>1. Why are the selling prices of the cold-rolled stainless steels for nickel and chromium increased?</p>	<p>1. Raw material prices in the world market had been increased little by little for several times from 5 yen a kilo in 2000 to 10 yen a kilo in 2003; it is 100% of the increase. The cost of this part is 40% of the entire manufacturing cost.</p> <p>2. Profits had been decreased because</p> <ul style="list-style-type: none"> - The raw materials had been increased. - Company D entered into the market with the low prices nearly equal to anti-dumping. - The outcome of the selling prices has been declined since 2001.
<p>2. Please let us know the sources of the imported raw materials and the buying prices. Do you know where the competitors buy the raw materials and how much they cost ?</p>	<p>Most of them might buy the raw materials from the South Korea because the South Korea is the big manufacturer and it is the nearest place for delivering the raw materials to Thailand. If we buy the raw materials from other places, we will have the higher cost of delivery in regard to the distance despite of a little different price. In addition, we usually don't buy the high number of the raw materials in reserve on the ground that it is risky in the exchange rate and variation of the world market prices.</p>
<p>3. Is there any association for this industry?</p>	<p>Yes, it is for the following objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Research & development - Social welfare - Cooperating to the small members for technical knowledge
<p>4. How often does the association arrange meetings?</p>	<p>The association arranges one annual meeting but once in a while the association may arrange another meeting in the special occasion during the year; for example, the</p>

【被疑企業 B】

(ステータス)

冷間圧延ステンレス鋼板カルテルに参加。冷間圧延ステンレス鋼板生産において国内二番手（マーケット・シェアは 30%）。同鋼板工場の稼働率は 70%。資本は 100%内資。

(価格の会合)

被疑企業 A に同じ

(社内指示)

2001 年 12 月

2001 年 9 月の価格の会合における合意を受けて、2001 年 12 月、社内販売担当社員に対して「2001 年 12 月：値上げ方針について」と題する書面を配布し、販売業者に対する値上げを指示した。同書面には、「業界方針が下記のとおり決定されましたので、ご連絡致します。（中略）当社といたしましても業界レベルの値上げはぜひとも達成する必要がありますので、取締役会における合意を踏まえ、当社方針も業界同様と致します」と示達されていた。なお同書面の表紙には、TCB に注意せよとの趣旨を示した DIT のマークが描かれるとともに、「厳密取扱注意」と記載されていた。

2002 年 8 月

2002 年 5 月の価格の会合における合意を受けて、2002 年 8 月、社内販売担当社員に対して「2002 年 8 月：値上げ方針について」と題する書面を配布し、販売業者に対する値上げを指示した。同書面では「値上げ時期の発表については一斉値上げの事実を捕まれぬよう十分注意が必要です」といった指示が記載されていた。なお同書面の表紙にも DIT のマークが描かれるとともに、「厳密取扱注意」と記載されていた。

2003 年 1 月

2003 年 1 月の価格の会合における合意を受けて、同月、社内販売担当社員に対して「2003 年 1 月：値上げ方針について」と題する書面を配布し、販売業者に対する値上げを指示した。同書面では「値上げに係る業界方針については、当社としても、他社に迷惑をかけぬ様値上げに関する文書の保管連絡など従来以上に取扱いに注意致したいとおもいますので、販売課員などをご指導願います」といった指示が記載されていた。なお同書面の表紙にも DIT のマークが描かれるとともに、「厳密取扱注意」と記載されていた。

(ミッション)

TCB が調査を開始していることを前提にして、製品価格の並行的な動きについて抗弁を検討せよ。なお価格の会合の有無について、TCB がすでに情報を得ているか否かは不明であるため、両方の場合を想定して対応策を検討すること。また情報提供を行うことと引き

換えに、措置が減免される制度がある場合には、どのような対応（特に C 社と D 社に対して）が考えられるかについても検討せよ。

【被疑企業 C】

（ステータス）

冷間圧延ステンレス鋼板カルテルに参加。冷間圧延ステンレス鋼板生産において国内三番手（マーケット・シェアは 20%）。同鋼板工場の稼働率は 70%。資本は 51%が外資、49%が内資。外資企業であるため、母国の本社からコンプライアンス（遵法）について厳格に対処することを命じられている。このためカルテル参加の可否について現地法人内部でも検討しているが、業界下位であるためカルテルに参加しないとシェアを奪われかねない。このため消極的に参加している。

（価格の会合）

被疑企業 A に同じ

（ミッション）

TCB が調査を開始していることを前提にして、製品価格の並行的な動きについて抗弁を検討せよ。なお価格の会合の有無について、TCB がすでに情報を得ているか否かは不明であるため、両方の場合を想定して対応策を検討すること。また TCB に対して「価格の会合」に関する情報を提供するメリット及びデメリット、どのような条件が満たされた場合に TCB に対して情報を提供しうるか、その際にどの程度までの情報提供を行うか（もしくはいずれにせよ提供できないか）について検討せよ。また情報提供を行うことと引き換えに、措置が減免される制度がある場合には、どのような対応が考えられるかについても検討せよ。

【被疑企業 D】

（ステータス）

冷間圧延ステンレス鋼板カルテルに参加。2000 年に冷間圧延ステンレス鋼板市場に参入（マーケット・シェアは 1～2%）。同鋼板工場の稼働率は 30%。資本は 100%外資。なお D 社は、4 社による価格の会合には当初は参加していたものの、マーケット・シェアの向上を目指して同方針に則った価格引き上げは行っていない。

（価格の会合）

4 社はかねてより、4 社の営業担当部長級の者による会合、営業担当課長級の者による

会合等の 4 社の営業担当者による会合を A 社を幹事として開催し、店売り取引で販売する冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯並びにひも付き取引で販売する冷間圧延ステンレス鋼板及び鋼帯の販売価格等について情報交換を行ってきた。

2001 年 9 月

2000 年以降、近年の粗鋼原料の高騰でコスト高となっているにもかかわらず、競争が厳しくてコストを製品価格に転嫁できない市場状況が続いている。他方、新規参入外国企業 D 社が、ダンピングに近い低価格で参入しシェアを伸ばしている。2001 年 9 月、このような状況に危機感をもった A 社は B 社、C 社、D 社に対して販売価格の引き上げについて個別に打診を行い、4 社の営業担当部長級の者による会合を開催した。会合は同年 10 月に開催された。同会合においては、冷間圧延ステンレス鋼板の販売価格引き上げの環境整備を目的とした出荷数量等の制限について話し合われたが、D 社はカルテルに参加しないとの意思表示をしたため、その後の会合は 3 社の代表のみにより開催された。

なおカルテルに参加しないとの意思表示をおこなったことから、他の 3 社からは業界関連情報の提供拒絶や D 社顧客に対する集中的な販売攻勢などを受けており、カルテルには参加していないものの、業績は伸び悩んでいる。

(ミッション)

外資企業であるため、母国の本社からコンプライアンス（遵法）について厳格に対処することを命じられているうえ、新規参入企業であること、稼働率が低いことから、カルテル行為自体には参加してはいない。

上記を前提にして、TCB が調査を開始していることを踏まえ、製品価格の並行的な動きについての抗弁を検討せよ。また価格の会合の有無について、TCB がすでに情報を得ているか否かは不明であるため、両方の場合を想定して対応策を検討すること。また TCB に対して「価格の会合」に関する情報を提供するメリット及びデメリット、どのような条件が満たされた場合に TCB に対して情報を提供しうるか、その際にどの程度までの情報提供を行うかについて検討せよ。また情報提供を行うことと引き換えに、措置が減免される制度がある場合には、どのような対応が考えられるかについても検討せよ。

【通報者 X】

(ステータス)

被疑企業 B の従業員。部長級の価格の会合に担当者の補佐として参加。また「価格の会合」に関する情報に加えて、通報者 X は以下の事実に関する情報を保有している。但し同

情報に関しては、TCB から関連する質問がなされない限り、X から積極的に TCB に対して提供しないものとする。

(価格の会合)

被疑企業 A に同じ

(社内指示)

被疑企業 B と同じ。上記の「値上げ方針について」社内指示文書すべてを保有。

(ニッケルの価格高騰)

2002 年 10 月、ニッケル系鋼板の原材料であるニッケルの価格が高騰し、2004 年 3 月まで続いた。

(冷間圧延ステンレス鋼板の需要動向)

2000 年以降、近年の粗鋼原料の高騰でコスト高となっているのにもかかわらず、競争が厳しくて製品価格に転嫁できない市場状況が続いている。他方、新規参入外国企業 D 社が、ダンピングに近い低価格で参入しシェアを伸ばしている。その後、同需要は 2002 年 2 月まで微増の状態が継続している。2002 年 3 月から 2003 年 2 月にかけては、横ばいの状況が続いている。

(ミッション)

当該情報提供が会社側に明らかになると社内の立場が厳しいものになる。TCB への通報も匿名で行っていることを踏まえ、TCB に対して「価格の会合」及び「社内指示」に関する情報を提供するメリット及びデメリット、どのような条件が満たされた場合に TCB に対して情報を提供しうるか、その際にどの程度までの情報提供を行うかについて検討せよ。なお匿名による情報提供のため TCB 側からのコンタクトは不可であり、通報者 X は最低一回は TCB へ通報を行うこと。

【通報者 Y】

(ステータス)

冷間圧延ステンレス鋼板のユーザー企業。従来 Y は冷間圧延ステンレス鋼板を被疑企業 B とのみ取引しており、価格交渉力が弱く、供給者からの値上げ要請に応じざるを得ない状況にある。TCB への通報も実名で行っている。ただし、被疑企業による価格の会議開催の有無については、推測はしているものの、確固たる事実・証拠を把握しているわけではない。

通報者 Y は以下の事実に関する情報を保有している。但し同情報に関しては、TCB から

関連する質問がなされない限り、Z から積極的に TCB に対して提供しないものとする。

(冷間圧延ステンレス鋼板の需要動向)

通報者 X と同じ

(販売業者と被疑企業の関係)

2002 年 1 月の価格（ニッケル系及びクロム系ともに）上昇は、ほぼ半数の販売業者にみられた。値上げしなかった販売業者には、被疑企業 4 社のいずれかが納入をしており、特に納入元被疑企業による偏りはみられなかった。

2003 年 2 月、ニッケル系について 1 キログラム当たり 20 円、クロム系同 10 円それぞれ上昇したのは、D 社から納入を受けている販売業者以外の販売業者の冷間圧延ステンレス鋼板の価格であった。D 社から納入を受けている販売業者の同鋼板価格は、ニッケル系は 1 キログラム当たり 10 円増加したものの、クロム系については変動がなかった。

(ミッション)

カルテルが解消された場合には購入価格が下がるというメリットがある一方で、当該情報提供の事実が被疑企業に伝わった際に蒙るだろうというデメリット（例：取引拒絶、納入遅延、価格引き上げなど）も存在する。このような状況を踏まえつつ、TCB に対して情報を提供するメリット及びデメリット、どのような条件が満たされた場合に TCB に対して情報を提供しうるか、その際にどの程度までの情報提供を行うかについて検討せよ。

การสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 3
– ข้อเสนอ Role Playing (Mission Letter) –

สถาบันวิจัย UFJ

[ข้อเท็จจริงส่วนกลาง]

(แผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น)

แผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น แบ่งเป็นสเตนเลสประเภทโครเมียม-นิกเกิล ซึ่งประกอบด้วยเหล็กโครเมียม และนิกเกิลเป็นหลัก (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “ประเภทนิกเกิล”) และสเตนเลสประเภทโครเมียมซึ่งประกอบด้วยเหล็กและโครเมียมเป็นหลัก (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “ประเภทโครเมียม”)

(บริษัทผู้ต้องสงสัย)

ขอยกขายแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นของบริษัทผู้ต้องสงสัย A บริษัทผู้ต้องสงสัย B บริษัทผู้ต้องสงสัย C บริษัทผู้ต้องสงสัย D คิดเป็นเกือบทั้งหมดของขอยกขายแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นในประเทศ X ในการจำหน่ายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นของบริษัททั้ง 4 ข้างต้น มีวิธีจำหน่ายแบบธุรกรรมขายผ่านร้านและแบบธุรกรรมตรง บริษัททั้ง 4 จำหน่ายแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นเกือบทั้งหมดด้วยวิธีการทั้งคู่นี้

* บริษัทผู้ต้องสงสัย A

เป็นบริษัทเจ้าภาพในการร่วมกันตกลงราคาขาย (cartel) แผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เป็นผู้ผลิตแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นรายใหญ่ที่สุดในประเทศ (ส่วนแบ่งตลาด 45%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 90% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนในประเทศ 100%

* บริษัทผู้ต้องสงสัย B

เป็นผู้ผลิตแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นอันดับสองในประเทศ (ส่วนแบ่งตลาด 30%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 70% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนในประเทศ 100%

* บริษัทผู้ต้องสงสัย C

เป็นผู้ผลิตแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นอันดับสามในประเทศ (ส่วนแบ่งตลาด 20%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 70% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนต่างประเทศ 51% ในประเทศ 49%

* บริษัทผู้ต้องสงสัย D

เริ่มเข้ามาในตลาดแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นเมื่อ พ.ศ. 2543 (ส่วนแบ่งตลาด 1-2%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 30% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนต่างประเทศ 100%

(การเปลี่ยนแปลงราคาของแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น)

เม.ย. 2544: ราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นในธุรกรรมขายผ่านร้านค้า

ม.ค. 2545: ราคาแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น (ทั้งประเภทนิกเกิลและประเภทโครเมียม) ที่ซื้อจากผู้จำหน่ายบางราย เพิ่มสูงขึ้นอย่างละกิโลกรัมละ 20 เยน

ก.ย. 2545: ราคาแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นที่ซื้อจากผู้จำหน่ายทุกราย เพิ่มสูงขึ้นกิโลกรัมละ 20 เยน (ประเภทนิกเกิล) และกิโลกรัมละ 10 เยน (ประเภทโครเมียม)

ก.พ. 2546: ราคาแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นที่ซื้อจากผู้จำหน่ายบางราย ประเภทนิกเกิลเพิ่มสูงขึ้นกิโลกรัมละ 20 เยน และประเภทโครเมียมเพิ่มสูงขึ้นกิโลกรัมละ 10 เยน

(อื่น ๆ)

ข้อเท็จจริงที่ไม่ได้ระบุไว้ในหนังสือแจ้งภารกิจ (mission letter) แต่ละฉบับ กล่าวคือ คุณสมบัติและวัตถุประสงค์การใช้งานของแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น รวมทั้งแนวโน้มของวงการ ฯลฯ ให้เป็นไปตามคดีร่วมกันตกลงราคาขาย (cartel) แผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นในประเทศญี่ปุ่น

[TCB]

(เบื้องหลังการเริ่มตรวจสอบ)

เมื่อเดือนมีนาคม 2546 TCB ได้รับแจ้งจากผู้แจ้งเบาะแส X, Y ซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกัน เกี่ยวกับข้อสงสัยในการร่วมกันตกลงราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น จึงตัดสินใจเริ่มตรวจสอบ

(ข้อมูลเกี่ยวกับผู้แจ้งเบาะแส)

ข้อมูลที่ได้รับจากผู้แจ้งเบาะแส X, Y (ข้อมูลเบื้องต้น) มีเพียงข้อมูลที่ระบุไว้ในหนังสือแจ้งภารกิจในหัวข้อ [ข้อเท็จจริงส่วนกลาง] เนื่องจาก X เป็นผู้ให้ข้อมูลที่ใช้นามแฝง ดังนั้น TCB จึงไม่สามารถติดต่อได้ ขณะที่ Y เป็นบริษัทลูกค้าที่ซื้อแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น ซึ่ง TCB สามารถติดต่อได้

(ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ต้องสงสัย)

สำหรับบริษัทผู้ต้องสงสัย TCB ไม่มีข้อมูลอื่นใดนอกจากข้อมูลที่ระบุไว้ในหนังสือแจ้งภารกิจในหัวข้อ [ข้อเท็จจริงส่วนกลาง] หนึ่ง TCB สามารถติดต่อกับบริษัทผู้ต้องสงสัยได้ แต่เสี่ยงต่อการทำลายหลักฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ

(ภารกิจ)

จรวรรวมข้อมูลที่ทำเป็นในการเสนอต่อ TCC ให้เริ่มตรวจสอบ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยังไม่ได้เริ่มวินิจฉัย (และยังไม่ได้เข้าตรวจค้น) จึงต้องระมัดระวังไม่ให้บริษัทผู้ต้องสงสัยซึ่งทำลายหลักฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้น ในการขอข้อมูลที่จะยึดมั่นยำจากผู้แจ้งเบาะแส จะต้องคำนึงถึงฐานะและสถานะของผู้แจ้งเบาะแสด้วย หนึ่ง ถ้าสมมติว่ามีระบบการต่อรองลดหย่อนผ่อนโทษ (เช่น ค่าปรับเพื่อยุติคดี ค่าปรับที่เป็น โทษอาญา ฯลฯ) จงพิจารณาว่าจะมีมาตรการดำเนินการอย่างไร

[บริษัทผู้ต้องสงสัย A]

(สถานะ)

เป็นบริษัทเจ้าภาพในการร่วมกันตกลงราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เป็นผู้ผลิตแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นรายใหญ่ที่สุดในประเทศ (ส่วนแบ่งตลาด 45%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 90% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนในประเทศ 100%

(การประชุมราคา)

บริษัททั้ง 4 ได้จัดการประชุมผู้รับผิดชอบการขายของบริษัททั้ง 4 เช่น การประชุมระดับผู้จัดการฝ่ายที่รับผิดชอบการขาย การประชุมระดับผู้จัดการแผนกที่รับผิดชอบการขาย ฯลฯ โดยมีบริษัท A เป็นเจ้าภาพตั้งแต่ที่ผ่านมามีอยู่แล้ว และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับราคาขายแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นที่จำหน่ายด้วยธุรกรรมขายผ่านร้านและแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นที่จำหน่ายด้วยธุรกรรมตรงมาตลอด

กันยายน 2544

ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา สภาพตลาดแม้ว่าวัตถุดิบเหล็กกล้าดิบในระยะหลังจะมีราคาแพงทำให้มีต้นทุนสูง แต่เนื่องจากมีการแข่งขันรุนแรง จึงไม่สามารถผลักดันต้นทุนไปเพิ่มในราคาขายได้ ในขณะเดียวกัน บริษัท D ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติต่างชาติที่เข้ามาในตลาดเป็นรายใหม่ ได้เข้ามาในตลาดด้วยราคาต่ำใกล้เคียงกับการทุ่มตลาด และกำลังมีส่วนแบ่งมากขึ้นในตลาด เมื่อเดือนกันยายน 2544 บริษัท A ซึ่งรู้สึกวิตกกังวลกับภาวะเช่นนี้ ได้ทาบทามบริษัท B บริษัท C บริษัท D ที่ละแห่งให้ขึ้นราคาขาย และจัดประชุมระดับผู้จัดการฝ่ายขายของบริษัททั้ง 4 ขึ้น

การประชุมจัดขึ้นในเดือนตุลาคมปีเดียวกัน ในที่ประชุมดังกล่าว ได้มีการหารือเกี่ยวกับการจำกัดปริมาณการขายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เนื่องจากบริษัท D ได้แสดงเจตนาสมัครไม่เข้าร่วมกันตกลงราคาขาย การประชุมหลังจากนั้นจึงจัดขึ้น โดยมีตัวแทนจากบริษัท 3 รายที่เหลือเท่านั้น ในการประชุมของบริษัททั้ง 3 หลังจากนั้น ได้มีการพิจารณาถึงระดับราคาอย่างเป็นรูปธรรมและเวลาที่ขึ้นราคาขาย การกำหนดส่วนแบ่งตลาดให้คงที่ การห้ามแย่งลูกค้า การแบ่งเขตพื้นที่ วิธีประกันผลบังคับใช้ (การเฝ้าติดตามยอดขายและราคา การลงโทษ) ฯลฯ และได้ตกลงกันขึ้นราคาทั้งประเภทนิกเกิลและประเภทโครเมียมจากราคาขายปัจจุบันที่โลกริมละประมาณ 25 เยนสำหรับส่วนที่จะทำสัญญาตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 อนึ่ง สำหรับเวลาแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน ได้ตกลงกันที่จะกำหนดเวลาให้หลือกันจากบริษัท A → บริษัท B → บริษัท C ตามลำดับ

เดือนพฤศจิกายน 2544 จากข้อตกลงในที่ประชุมผู้จัดการฝ่ายขายข้างต้น มีการจัดประชุมราคาโดยกรรมการบริหารของบริษัททั้ง 3 ข้างต้น (บริษัท A บริษัท B บริษัท C) ในที่ประชุมดังกล่าว ได้ตกลงขึ้นราคาทั้งประเภทนิกเกิลและประเภทโครเมียมจากราคาขายปัจจุบันที่โลกริมละประมาณ 20 เยนสำหรับส่วนที่จะทำสัญญาตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 เป็นต้นไป จากข้อตกลงดังกล่าว แต่ละบริษัทได้ออกคำสั่งภายในเกี่ยวกับการขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นในธุรกรรมขายผ่านร้าน

พฤษภาคม 2545

เดือนพฤษภาคม 2545 บริษัททั้ง 3 เห็นว่าถึงแม้ผู้จำหน่ายบางส่วนจะยอมรับการขึ้นราคาขายตามข้อตกลงข้างต้น แต่ก็ยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์เพียงพอ จึงจัดการประชุมระดับผู้จัดการฝ่ายที่รับผิดชอบการขายระหว่างบริษัททั้ง 3 ขึ้น ในที่ประชุมดังกล่าว ได้มีการพิจารณาถึงความจำเป็นในการขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าและสเตนเลสรีดเย็นในธุรกรรมขายผ่านร้าน ระดับราคาอย่างเป็นรูปธรรมและเวลาที่จะขึ้นราคาขาย เป็นต้น และได้ตกลงกันขึ้นราคาประเภทนิกเกิลโลกรัมละประมาณ 20 เยน และประเภทโครเมียมโลกรัมละประมาณ 10 เยนสำหรับส่วนที่จะทำสัญญาตั้งแต่เดือนกันยายน 2545 เป็นต้นไป นอกจากนี้ สำหรับเวลาแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน ยังได้ตกลงกันที่จะกำหนดเวลาไม่ให้ตรงกันอีกด้วย

เดือนมิถุนายน 2545 จากข้อตกลงในที่ประชุมผู้จัดการฝ่ายขายข้างต้น มีการจัดประชุมราคาโดยกรรมการบริหารของบริษัททั้ง 3 ในที่ประชุมดังกล่าว ได้ตกลงกันขึ้นราคาประเภทนิกเกิลโลกรัมละ 20 เยน และประเภทโครเมียมโลกรัมละ 10 เยนจากราคาขายปัจจุบันโลกรัมละประมาณ 20 เยนสำหรับส่วนที่จะทำสัญญาตั้งแต่เดือนกันยายน 2545 เป็นต้นไป อนึ่ง ในการประชุมครั้งนี้ กรรมการบริหารรับผิดชอบการขายของบริษัท A ซึ่งมีบทบาทเป็นเจ้าภาพ ได้กล่าวว่า “ถ้าไม่ขึ้นราคาครั้งนี้ แต่ละบริษัทน่าจะต้องขาดทุน ดังนั้น แต่ละบริษัทมีอิสระที่จะขึ้นราคาหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าขาดทุน พวกคุณก็แค่ต้องออกจากตำแหน่งเท่านั้น” จากข้อตกลงดังกล่าว แต่ละบริษัทได้ออกคำสั่งภายในเกี่ยวกับการขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นในธุรกรรมขายผ่านร้าน

มกราคม 2546

เดือนมกราคม 2546 จากการที่นิกเกิลมีราคาสูงขึ้นตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 เป็นต้นมา ผู้จัดการที่รับผิดชอบการขายของบริษัททั้ง 3 ข้างต้นได้พิจารณาถึงความจำเป็นในการขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าและสเตนเลสรีดเย็นในธุรกรรมขายผ่านร้าน ระดับราคาอย่างเป็นรูปธรรมและเวลาที่จะขึ้นราคาขาย การกำหนดส่วนแบ่งตลาดให้คงที่ การห้ามแย่งลูกค้า การแบ่งเขตพื้นที่ วิธีประกันผลบังคับใช้ (การเฝ้าติดตามยอดขายและราคา การลงโทษ) ฯลฯ และได้ตกลงกันขึ้นราคาประเภทนิกเกิลโลกรัมละประมาณ 20 เยน และประเภทโครเมียมโลกรัมละประมาณ 10 เยนสำหรับส่วนที่จะทำสัญญาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2546 เป็นต้นไป นอกจากนี้ สำหรับเวลาแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน ยังได้ตกลงกันที่จะกำหนดเวลาไม่ให้ตรงกันอีกด้วย ในเดือนเดียวกัน ได้มีการประชุมราคาโดยกรรมการบริหาร ซึ่งได้รับรองเนื้อหาข้อตกลงในที่ประชุมผู้จัดการฝ่ายและแต่ละบริษัทได้ออกคำสั่งภายในเกี่ยวกับการขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นในธุรกรรมขายผ่านร้าน

อนึ่ง เอกสารที่แจกประกอบการอธิบายในการประชุมราคาทั้ง 3 ครั้งข้างต้น เมื่อประชุมเสร็จแล้วจะเก็บคืนทุกครั้ง รวมทั้งห้ามผู้เข้าร่วมประชุมจดบันทึกด้วย

(ภารกิจ)

สมมติว่า TCB จะเริ่มตรวจสอบ จงพิจารณาการแก้ต่างเรื่องความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการขึ้นราคาพร้อมๆ กัน อนึ่งสำหรับเรื่องการประชุมราคาว่าได้จัดขึ้นหรือไม่นั้น เนื่องจากไม่ทราบแน่ชัดว่าทาง TCB ทราบข้อมูลแล้วหรือไม่ ดังนั้น จงพิจารณามาตรการรองรับในทั้งสองกรณี นอกจากนี้ ถ้าสมมติว่ามีระบบการต่อรองลดหย่อนผ่อนโทษ จงพิจารณาว่าจะมีมาตรการดำเนินการ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อบริษัท C และบริษัท D) อย่างไร

[บริษัทผู้ต้องสงสัย B]

(สถานะ)

เข้าร่วมการร่วมกันตกลงราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เป็นผู้ผลิตแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นอันดับสองในประเทศ (ส่วนแบ่งตลาด 30%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 70% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนในประเทศ 100%

(การประชุมราคา)

เหมือนบริษัทผู้ต้องสงสัย A

(คำสั่งภายในบริษัท)

ธันวาคม 2544

จากข้อตกลงในการประชุมราคาเมื่อเดือนกันยายน 2544 ในเดือนธันวาคม 2544 บริษัทนี้ได้แจกจ่ายเอกสารที่มีชื่อว่า “นโยบายการขึ้นราคา: ธันวาคม 2544” ให้แก่พนักงานที่มีหน้าที่จำหน่ายภายในบริษัท ซึ่งมีคำสั่งการให้ขึ้นราคาที่กำหนดให้ผู้จำหน่าย เอกสารดังกล่าวระบุว่า “เนื่องจากนโยบายของวงการ ได้ถูกกำหนดขึ้นดังต่อไปนี้ จึงแจ้งมาเพื่อทราบ (... ละไว้ ...) สำหรับบริษัทฯ เอง การขึ้นราคาในระดับทั้งวงการ เป็นสิ่งที่ต้องทำให้สำเร็จให้จงได้ ดังนั้น จากข้อตกลงในที่ประชุมกรรมการบริหาร จึงได้กำหนดนโยบายของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับของวงการ” อนึ่ง ที่หน้าปกของเอกสารฉบับดังกล่าว มีเครื่องหมาย DIT แสดงไว้ ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงเจตนากรณีให้ระมัดระวัง TCB รวมทั้งมีข้อความว่า “ระมัดระวังการดูแลจัดการ (handling) อย่างเข้มงวด”

สิงหาคม 2545

จากข้อตกลงในที่ประชุมราคาเมื่อเดือนพฤษภาคม 2545 เมื่อเดือนสิงหาคม 2545 บริษัทนี้ได้แจกจ่ายเอกสารที่มีชื่อว่า “นโยบายการขึ้นราคา: สิงหาคม 2545” ให้แก่พนักงานที่มีหน้าที่จำหน่ายภายในบริษัท ซึ่งมีคำสั่งการให้ขึ้นราคาที่กำหนดให้ผู้จำหน่าย เอกสารดังกล่าวระบุว่า “การแถลงข่าวเรื่องเวลาขึ้นราคา จะต้องใช้ความระมัดระวังอย่างเพียงพอ ไม่ให้ถูกจับได้ว่าที่จริงแล้วเป็นการขึ้นราคาด้วยกัน” อนึ่ง ที่หน้าปกของเอกสารฉบับดังกล่าว ก็มีเครื่องหมาย DIT แสดงไว้ รวมทั้งมีข้อความว่า “ระมัดระวังการดูแลจัดการ (handling) อย่างเข้มงวด” เช่นกัน

มกราคม 2546

จากข้อตกลงในที่ประชุมราคาเมื่อเดือนมกราคม 2546 ในเดือนเดียวกัน บริษัทนี้ได้แจกจ่ายเอกสารที่มีชื่อว่า “นโยบายการขึ้นราคา: มกราคม 2546” ให้แก่พนักงานที่มีหน้าที่จำหน่ายภายในบริษัท ซึ่งมีคำสั่งการให้ขึ้นราคาที่กำหนดให้ผู้จำหน่าย เอกสารดังกล่าวระบุว่า “สำหรับนโยบายของวงการเกี่ยวกับการขึ้นราคา เพื่อไม่ให้เกิดความเดือนร้อนแก่บริษัทอื่น บริษัทฯ เองจึงต้องการระมัดระวังการดูแลจัดการ (handling) ให้มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา เช่น เรื่องการจัดเก็บและจัดส่งเอกสารเกี่ยวกับการขึ้นราคา เป็นต้น ดังนั้น โปรดให้คำแนะนำสั่งการแก่พนักงานแผนกจำหน่ายต่างๆ ด้วย” อนึ่ง ที่หน้าปกของเอกสารฉบับดังกล่าว ก็มีเครื่องหมาย DIT แสดงไว้ รวมทั้งมีข้อความว่า “ระมัดระวังการดูแลจัดการ (handling) อย่างเข้มงวด” เช่นกัน

(ภารกิจ)

สมมติว่า TCB จะเริ่มตรวจสอบ จงพิจารณาการแก้ต่างเรื่องความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการขึ้นราคาพร้อมๆ กัน หนึ่งสำหรับเรื่องการประชุมราคาว่าได้จัดขึ้นหรือไม่ นั่น เนื่องจากไม่ทราบแน่ชัดว่าทาง TCB ทราบข้อมูลแล้วหรือไม่ ดังนั้น จงพิจารณามาตรการรองรับในทั้งสองกรณี นอกจากนั้น ถ้าสมมติว่ามีระบบการต่อรองลดหย่อนผ่อนโทษ จงพิจารณาว่าจะมีมาตรการดำเนินการ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อบริษัท C และบริษัท D) อย่างไร

[บริษัทผู้ต้องสงสัย C]

(สถานะ)

เข้าร่วมการร่วมกันตกลงราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เป็นผู้ผลิตแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นอันดับสามในประเทศ (ส่วนแบ่งตลาด 20%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 70% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนต่างประเทศ 51% ทุนในประเทศ 49% เนื่องจากเป็นบริษัทต่างชาติ จึงได้รับคำสั่งสำนักงานใหญ่ในประเทศต้นกำเนิดให้ปฏิบัติตามกฎหมาย (compliance) อย่างเคร่งครัด ดังนั้นเรื่องการเข้าร่วมกันตกลงราคาขายหรือไม่ นั่น ได้มีการพิจารณากันภายในบริษัทที่ญี่ปุ่นแล้ว แต่เนื่องจากอยู่ในลำดับต่ำในวงการ หากไม่เข้าร่วมกันตกลงราคาขาย อาจจะถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดไปได้ ดังนั้นจึงเข้าร่วมอย่างไม่กระตือรือร้นเท่าใดนัก

(การประชุมราคา)

เหมือนบริษัทผู้ต้องสงสัย A

(ภารกิจ)

สมมติว่า TCB จะเริ่มตรวจสอบ จงพิจารณาการแก้ต่างเรื่องความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการขึ้นราคาพร้อมๆ กัน หนึ่งสำหรับเรื่องการประชุมราคาว่าได้จัดขึ้นหรือไม่ นั่น เนื่องจากไม่ทราบแน่ชัดว่าทาง TCB ทราบข้อมูลแล้วหรือไม่ ดังนั้น จงพิจารณามาตรการรองรับในทั้งสองกรณี และจงพิจารณาข้อดีและข้อเสียของการให้ข้อมูลเรื่อง “การประชุมราคา” แก่ TCB และพิจารณาว่าในกรณีที่มีสภาพการณ์เช่นไรจึงจะสามารถให้ข้อมูลแก่ TCB ได้ และในกรณีนั้นจะสามารถให้ข้อมูลได้เพียงใด (หรือว่าไม่สามารถให้ข้อมูลได้ไม่ว่ากรณีใดๆ) นอกจากนั้น ถ้าสมมติว่ามีระบบการต่อรองลดหย่อนผ่อนโทษ จงพิจารณาว่าจะมีมาตรการดำเนินการอย่างไร

[บริษัทผู้ต้องสงสัย D]

(สถานะ)

เข้าร่วมการร่วมกันตกลงราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เริ่มเข้ามาในตลาดแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นเมื่อ พ.ศ. 2543 (ส่วนแบ่งตลาด 1-2%) อัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตเท่ากับ 30% เงินทุนจดทะเบียนเป็นทุนต่างประเทศ 100% หนึ่ง แม้ว่าในตอนแรกบริษัท D จะเข้าร่วมประชุมราคาโดยบริษัททั้ง 4 แต่ก็ไม่ได้ขึ้นราคาตามนโยบายดังกล่าวเพราะต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

(การประชุมราคา)

บริษัททั้ง 4 ได้จัดการประชุมผู้รับผิดชอบการขายของบริษัททั้ง 4 เช่น การประชุมระดับผู้จัดการฝ่ายที่รับผิดชอบ

การขาย การประชุมระดับผู้จัดการแผนกที่รับผิดชอบการขาย ฯลฯ โดยมีบริษัท A เป็นเจ้าภาพตั้งแต่ที่ผ่านมามีอยู่แล้ว และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับราคาขายแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสแตนเลสรีดเย็นที่จำหน่ายด้วยธุรกรรมขายผ่านร้าน และแผ่นเหล็กกล้าและแถบเหล็กกล้าสแตนเลสรีดเย็นที่จำหน่ายด้วยธุรกรรมตรงมาตลอด

กันยายน 2544

ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา สภาพตลาดแม้ว่าวัตถุดิบเหล็กกล้าดิบในระยะหลังจะมีราคาแพงทำให้มีต้นทุนสูง แต่เนื่องจากมีการแข่งขันรุนแรง จึงไม่สามารถผลักดันไปเพิ่มในราคาขายได้ ในขณะเดียวกัน บริษัท D ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติต่างชาติที่เข้ามาในตลาดเป็นรายใหม่ ได้เข้ามาในตลาดด้วยราคาต่ำใกล้เคียงกับการทุ่มตลาด และกำลังมีส่วนแบ่งมากขึ้นในตลาด เมื่อเดือนกันยายน 2544 บริษัท A ซึ่งรู้สึกวิตกกังวลกับภาวะเช่นนี้ ได้ทาบทามบริษัท B บริษัท C บริษัท D ที่ละแห่งให้ขึ้นราคาขาย และจัดประชุมระดับผู้จัดการฝ่ายขายของบริษัททั้ง 4 ขึ้น การประชุมจัดขึ้นในเดือนตุลาคมปีเดียวกันในที่ประชุมดังกล่าว ได้มีการหารือเกี่ยวกับการจำกัดปริมาณการขายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขึ้นราคาขายแผ่นเหล็กกล้าสแตนเลสรีดเย็น เนื่องจากบริษัท D ได้แสดงเจตนาจะไม่เข้าร่วมกันตกลงราคาขาย การประชุมหลังจากนั้นจึงจัดขึ้นโดยมีตัวแทนจากบริษัท 3 รายที่เหลือเท่านั้น

อนึ่ง จากการที่แสดงเจตนาไม่เข้าร่วมกันตกลงราคาขาย ทำให้บริษัททั้ง 3 ปฏิเสธไม่ยอมให้ข้อมูลเกี่ยวกับวงการ รวมทั้งยังถูกรุมแข่งขายให้แก่ลูกค้าของบริษัท D อีกด้วย ดังนั้นถึงแม้ว่าไม่ได้ร่วมกันตกลงราคาขาย แต่ผลประกอบการก็ไม่ค่อยกระเตื้องเท่าใด

(ภารกิจ)

เนื่องจากเป็นบริษัทต่างชาติ นอกจากจะได้รับคำสั่งสำนักงานใหญ่ในประเทศต้นกำเนิดให้ปฏิบัติตามกฎหมาย (compliance) อย่างเคร่งครัดแล้ว ยังเป็นบริษัทรายใหม่ที่เข้ามาในตลาด และมีอัตราการเดินเครื่องของโรงงานผลิตต่ำ จึงไม่ได้เข้าร่วมกันตกลงราคาจริงๆ

สมมติว่า TCB จะเริ่มตรวจสอบ จงพิจารณาการแก้ต่างเรื่องความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการขึ้นราคาพร้อมๆ กัน อนึ่งสำหรับเรื่องการประชุมราคาว่าได้จัดขึ้นหรือไม่นั้น เนื่องจากไม่ทราบแน่ชัดว่าทาง TCB ทราบข้อมูลแล้วหรือไม่ ดังนั้น จงพิจารณามาตรการรองรับในทั้งสองกรณี และจงพิจารณาข้อดีและข้อเสียของการให้ข้อมูลเรื่อง “การประชุมราคา” แก่ TCB และพิจารณาว่าในกรณีที่มีสภาพการณ์เช่นไรจึงจะสามารถให้ข้อมูลแก่ TCB ได้ และในกรณีนั้นจะสามารถให้ข้อมูลได้เพียงใด นอกจากนี้ ถ้าสมมติว่ามีระบบการต่อรองลดหย่อนผ่อนโทษ จงพิจารณาว่าจะมีมาตรการดำเนินการอย่างไร

[ผู้แจ้งเบาะแส X]

(สถานะ)

เป็นพนักงานของบริษัทผู้ต้องสงสัย B เข้าร่วมในการประชุมราคาในระดับผู้จัดการฝ่ายในฐานะผู้ช่วยของผู้รับผิดชอบ นอกจากข้อมูลเกี่ยวกับ “การประชุมราคา” แล้ว ผู้แจ้งเบาะแส X ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงต่อไปนี้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวนี้หากไม่มีคำถามที่เกี่ยวข้องมาจาก TCB ให้ถือว่า X ไม่ได้กระตือรือร้นที่จะให้ข้อมูลแก่ TCB

(การประชุมราคา)

เหมือนกับบริษัทผู้ต้องสงสัย A

(คำสั่งภายในบริษัท)

เหมือนกับบริษัทผู้ต้องสงสัย B โดยมีเอกสารภายในเรื่อง “นโยบายการขึ้นราคา” ทุกฉบับ

(การขึ้นราคาของนิกเกิล)

เดือนตุลาคม 2545 นิกเกิลซึ่งเป็นวัตถุดิบของเหล็กกล้าประเภทนิกเกิลมีราคาสูงขึ้น โดยคงราคาสูงไว้จนถึงเดือนมีนาคม 2546

(แนวโน้มอุปสงค์แผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น)

ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา สภาพตลาดแม้ว่าวัตถุดิบเหล็กกล้าดิบในระยะหลังจะมีราคาแพงทำให้มีต้นทุนสูง แต่เนื่องจากมีการแข่งขันรุนแรง จึงไม่สามารถผลักดันต้นทุนไปเพิ่มในราคาขายได้ ในขณะเดียวกัน บริษัท D ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติต่างชาติที่เข้ามาในตลาดเป็นรายใหม่ ได้เข้ามาในตลาดด้วยราคาต่ำใกล้เคียงกับการทุ่มตลาด และกำลังมีส่วนแบ่งมากขึ้นในตลาด หลังจากนั้น อุปสงค์ดังกล่าวค่อยๆ เพิ่มขึ้นทีละน้อยจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2545 ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2545 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2546 อุปสงค์คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

(ภารกิจ)

หากบริษัททราบเรื่องการแจ้งเบาะแสดังกล่าว จะทำให้อยู่ในฐานะลำบากในบริษัท เมื่อคำนึงถึงการแจ้งเบาะแสให้แก่ TCB เป็นการแจ้งโดยใช้นามแฝงแล้ว จงพิจารณาข้อดีและข้อเสียของการให้ข้อมูลเรื่อง “การประชุมราคา” และเรื่อง “คำสั่งภายในบริษัท” แก่ TCB และพิจารณาว่าในกรณีที่มีสภาพการณ์เช่นไรจึงจะสามารถให้ข้อมูลแก่ TCB ได้ และในกรณีนั้นจะสามารถให้ข้อมูลได้เพียงใด อนึ่ง เนื่องจากการแจ้งเบาะแสด้วยนามแฝง ทาง TCB จึงไม่สามารถติดต่อมาได้ ให้ผู้แจ้งเบาะแส X ต้องแจ้งเบาะแสแก่ TCB อย่างน้อยหนึ่งครั้ง

[ผู้แจ้งเบาะแส Y]

(สถานะ)

เป็นบริษัทผู้ใช้แผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น เดิมบริษัท Y เคยซื้อแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็นจากบริษัทผู้ต้องสงสัย B เท่านั้น และมีอำนาจต่อรองราคาต่ำ ต้องจ่ายอรับค่าของขึ้นราคาจากผู้ผลิต ผู้แจ้งเบาะแสรายนี้แจ้งเบาะแสแก่ TCB ด้วยชื่อจริง อย่างไรก็ตาม เรื่องการจัดประชุมราคาโดยบริษัทผู้ต้องสงสัยว่าจะได้จัดขึ้นจริงหรือไม่ ผู้แจ้งเบาะแสรายนี้ก็ได้แต่คาดเดาเท่านั้น ไม่ได้มีข้อเท็จจริงหรือหลักฐานที่แน่นอน

ผู้แจ้งเบาะแส Y มีข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงดังต่อไปนี้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวนี้หากไม่มีคำถามที่เกี่ยวข้องมาจาก TCB ให้ถือว่า Y ไม่ได้กระตือรือร้นที่จะให้ข้อมูลแก่ TCB

(แนวโน้มอุปสงค์แผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสรีดเย็น)

เหมือนกับผู้แจ้งเบาะแส X

(ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จำหน่ายกับบริษัทผู้ต้องสงสัย)

การขึ้นราคา (ทั้งประเภทนิกเกิลและประเภทโครเมียม) เมื่อเดือนมกราคม 2545 เป็นการขึ้นราคาโดยผู้จำหน่ายประมาณครึ่งหนึ่ง ผู้จำหน่ายที่ไม่ได้ขึ้นราคา เป็นผู้จำหน่ายที่ซื้อจากบริษัทผู้ต้องสงสัยทั้ง 4 รายใดรายหนึ่ง ซึ่งไม่พบว่าเป็นผู้จำหน่ายที่ซื้อจากผู้ต้องสงสัยรายใดรายหนึ่งเป็นส่วนใหญ่

เดือนกุมภาพันธ์ 2546 ที่ประเภทนิกเกิลมีราคาเพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 20 เยน และประเภทโครเมียมมีราคาเพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 10 เยนนั้น เป็นราคาแผ่นเหล็กกล้าสเตนเลสของผู้จำหน่ายที่ไม่ได้ซื้อจากบริษัท D ราคาแผ่นเหล็กดังกล่าวของผู้จำหน่ายที่ซื้อจากบริษัท D ประเภทนิกเกิลมีราคาเพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 10 เยน ส่วนประเภทโครเมียมไม่เปลี่ยนแปลง

(ภารกิจ)

กรณีที่มีการร่วมกันตกลงราคาขายได้หยุดลง แม้ว่าจะมีข้อดีคือราคาซื้อจะลดลง แต่เมื่อใดที่บริษัทผู้ต้องสงสัยทราบเรื่องการแจ้งเบาะแสดังกล่าว ก็มีข้อเสียที่การเกิดขึ้นได้ (เช่น ไม่ทำธุรกรรมด้วย ส่งของให้ช้า ขึ้นราคา เป็นต้น) เมื่อคำนึงถึงสภาพการณ์ดังกล่าว จงพิจารณาข้อดีและข้อเสียของการให้ข้อมูลแก่ TCB และพิจารณาว่าในกรณีที่มีสภาพการณ์เช่นไรจึงจะสามารถให้ข้อมูลแก่ TCB ได้ และในกรณีนั้นจะสามารถให้ข้อมูลได้เพียงใด

Questions for People Giving the Clue(1-TC Brev.)

1. What is your name and address?
2. What is the kind of your business?
3. What is the relationship between you and the owner of the cold-rolled stainless steel business? Which part of the business do you involve to? (Distributor or direct consumer)
4. What kind of product do you purchase from the owner of that business?
5. Why do you suspect that the selling price has been made among owners of the cold-rolled stainless steel business? Please tell us the matter of fact that you have been suspecting.

In case where there are meetings,

- Number of the meetings
 - Participants
 - Resolutions, minutes, notes of all proceedings, meeting letters, emails or documents relating to the meetings
 - Time and place of the meetings
 - Leader, organizer, presiding chairman
6. Whom do you relate to or do any transaction with? How long is your relationship or the term of such transaction?
 7. Price
 - Who set the buying price? Is it possible to negotiate the price?
 - Has the buying price been different from the other buyers? (Past to present)
 - Are you informed of the change of price in advance if it happens? Which means were you informed of the change? (Please show evidence.)
 - Are there conditions for the purchase?
 - Please let us know the prices from 2001 until present.
 8. Manners in the market
 - Can you choose to buy the goods from any of business owners?
 - Are the prices in the market similar to or different from?
 - Trend of the market

Questions for the Suspected Company

1. What is your name and address?
2. What is the kind of your business? (Who is the manufacturer if you are distributor? What is the relationship between you and the manufacturer?)
3. What kind of goods do you produce?
4. What kind of industries are your goods produced for?
5. Have the markets been domestic markets or foreign markets?
6. Who are your customers?
7. Please let us know your channel for distribution. (Is it depending on the kind of goods or kind of customers or proportion of each channel?)
8. What are the volume of manufacture and volume of distribution per year? (Please show documents from last two years until present)
9. How much is approximately the annual selling value in the market? Do you know how much the total value in the market is?
10. How many are the business owners in this arena? Who are the business owners?
11. Who are the first, second and third market shareholders?
12. What factors do you consider to determine the prices? What are the factors of increasingly changing the prices?
13. Do you determine the selling prices in the price list or negotiate the selling prices at intervals? Do you have any conditions for the distribution? (Please give us documents in the past two years.)
14. How often has the price been adjusted? Why has it been adjusted?
15. Do you inform customers of the change of prices in advance? Which means do you usually prefer to use? If you inform the customers in advance, how many day do you do that before changing the prices?
16. Do you know the selling prices of the competitors in the market? Is there the adjustment of the prices?
17. Please let us know situations of the competition, manufacture and distribution in the past. How were the changes? Why were such situations changed?

18. Are there any cluster or associations between the business owners in the industry?

What is the objective of the circles or associations?

19. Is there a meeting among the business owners? What are topics in such meeting?

20. What do you anticipate the trend of the market? How about the demand, supply and price?

21. What do you think about the obstacle of entering into the market and situation in the market?

Company A (2-comp-A)

Questions	Answers
<p>1. Why are the selling prices of the cold-rolled stainless steels for nickel and chromium increased?</p>	<p>1. Raw material prices in the world market had been increased little by little for several times from 5 yen a kilo in 2000 to 10 yen a kilo in 2003; it is 100% of the increase. The cost of this part is 40% of the entire manufacturing cost.</p> <p>2. Profits had been decreased because</p> <ul style="list-style-type: none"> - The raw materials had been increased. - Company D entered into the market with the low prices nearly equal to anti-dumping. - The outcome of the selling prices has been declined since 2001.
<p>2. Please let us know the sources of the imported raw materials and the buying prices. Do you know where the competitors buy the raw materials and how much they cost ?</p>	<p>Most of them might buy the raw materials from the South Korea because the South Korea is the big manufacturer and it is the nearest place for delivering the raw materials to Thailand. If we buy the raw materials from other places, we will have the higher cost of delivery in regard to the distance despite of a little different price. In addition, we usually don't buy the high number of the raw materials in reserve on the ground that it is risky in the exchange rate and variation of the world market prices.</p>
<p>3. Is there any association for this industry?</p>	<p>Yes, it is for the following objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Research & development - Social welfare - Cooperating to the small members for technical knowledge
<p>4. How often does the association arrange meetings?</p>	<p>The association arranges one annual meeting but once in a while the association may arrange another meeting in the special occasion during the year; for example, the</p>

	association wishes to donate the charity to society or to protect the national gain. In the past, the association arranged a special meeting for tsunami disaster. The association consulted in such meeting to bring steels so as to support the construction of houses for the victims in the South.
5. Is there any minutes of the meetings?	No, there is not because it is unofficial meeting and cooperation. Then, members who wish to donate the charity informed the secretary of such meeting to bring said charity to the relevant organization.
6. Did you have any meeting in October 2001?	Yes, we had a meeting. It is a special meeting relating to consultation of joint importation of the raw materials for enhancing the power of negotiation and decreasing the buying prices, which is a method for declining the trade imbalance of the country.
7. Why did you authorize the representative of the sale department to represent in the meeting?	It is because the sales department is responsible for forecasting the domestic demand. This is to know the need of the raw materials and to prevent from the redundant raw materials in reserve because it will effect to the company's cash flow.
8. Was there any other issue in the meeting?	Yes, there were many issues. All issues related to determine the volume of importation of the raw materials.
9. Did you discuss on the domestic selling prices in the meeting?	No, we didn't because the selling prices of retail will comply with the manufacturing cost.
10. Why were the prices of nickel and chromium increased from the old prices of 25 yen a kilo in accordance with the contract in January 2002?	For increasing the selling prices by retail, the company will consider the following significant factors; for instance, <ul style="list-style-type: none"> - Cost of the raw materials - Decreasing the continuous loss of capital since 2000 The increased prices have been lower than the amount of

	the company's current loss.
11. Did you have any meeting of the association in November 2001?	Yes, we had a meeting. It is the association's annual meeting in order to consider the association's activities in year 2002; for example, <ul style="list-style-type: none"> - Guidelines of doing R&D in the steel industry - Guidelines of aiding the society - Outcome of business in the past year - Election of new chairman of the association replacing the present chairman who will expire his term in this year
12. What are the matters of the company's internal command?	The matters of the company's internal command relate to all departments of the company upon the necessity.
13. Did you have any meeting in May 2002?	Yes, we had a meeting. It is a special meeting relating to situation and importation of the raw materials because of the variation of the world market prices.
14. Did you give any information to the mass media? Why did you do that?	Yes, we did because we would like to let the distributors and consumers know our reasons and necessity.
15. Did you have any meeting in June 2002?	Yes, we had a meeting because there were the important and urgent matters for consideration i.e. problems on unexpected higher prices of the imported raw materials and variation of the prices by dint of the stockpile and speculation and also on account of the fact that China needs high number of such raw material for completing the construction of infrastructure and Olympics stadiums in due time.
16. Did you have any meeting in January 2003?	Yes, we had an annual meeting in order to: <ul style="list-style-type: none"> - Report the outcome of business in 2003 - Consider problems on the shortage of the imported

	raw materials and their higher prices on account of the fact that China needs a high number of such raw material for completing the construction of infrastructure and Olympics stadiums in due time.
17. Did you have any other meeting in the same month?	Yes, we did have for the purpose of compiling information on the overall situation of the imported raw materials before executive officers consider solving problems involving to such situation.
18. Are there any minutes in each meeting?	Yes, there are the minutes in case of the annual meeting.
19. How is the competition in this industry?	The competition in this industry is very high.
20. Is it high competition in the prices?	No, it is not so high because the manufacturing cost is not different but there is high competition in the marketing strategies.
21. Why are the increased prices not so different?	The increased prices are not so different because most of companies have the same source of raw materials.
22. What do you think why each business owner increased the price in the vicinity of time?	We think that the quantity of raw materials in reserve of the most companies is not so different.

Company B(3-comp-B)

Question: *Had you met Company ACD?*

Answer: Yes, we had sometimes meetings and they were informal meetings such as dinner, playing golf, etc. in the same way as other businesses.

Question: *How many times were the prices increased in total? Why were the prices continuously increased?*

Answer: From 2001 to 2003, the prices were totally increased for three times because of the previous loss crisis and lessen of the prices. After that, the volume of manufacturing goods was decreased and also the cost of major raw materials was so high. Moreover, the prices were adjusted in accordance with the market leader's acts.

Question: *Why did you increasingly adjust the prices in the same rate of 20 yen every time?*

Answer: Actually we intended to adjust the prices in the rate of 60 yen once but we were afraid that the consumers would receive an impact on the prices increasing too much. Then, we decided to adjust one after another in order to relieve such impact. Besides, we adjusted the prices nearly in the same rate of other companies because each company had almost the same rate of the manufacturing cost.

Question: *Why did you adjust the prices almost in the same time that other companies did?*

Answer: We adjusted the prices in accordance with the market leader's acts.

Question: *These documents are internal documents of the company or documents of the company's meetings relating the price increase, aren't they?*

Answer: No, they are not our company's documents. Any person could forge them. Neither has the company issued any order like these nor the company has any meeting for fixing the prices because we know it is illegal.

Question: *Do you limit the area of distribution in order to remain the market share of each company?*

Answer: No, we do not definitely limit any area of distribution. We normally do our business and we are able to do any business transaction without limiting the area of distribution. Nonetheless, we firstly take good care our habitual customers since most of them have executed the futures contracts.

Company C(4-comp-C)

Question: *Did you participate the meetings?*

Answer: We sometimes participated the meetings.

Question: *What were topics in the meetings?*

Answer: They were problems on export, effect of Free Trade Area (FTA), competition with foreign countries and new technologies. The participants are usually the executive officers.

Question: *Why were the goods prices increased almost in the same time and nearly in the same rate?*

Answer: We do not know when other business owners increase the goods prices. We increase the goods prices in respect of the higher manufacturing cost.

Question: *Some people informed us that you participated the meetings relating to fixing prices.*

Answer: As we told you that we participated the meetings but there was no topic about fixing the prices.

Question: *Nevertheless the conversation with Company A mentioned that there was topic about fixing the prices.*

Answer: We do not know because the Company A did not talk to us about such topic.

Question: *Do you have any regulations relating to the area of distribution in order to persuade customers?*

Answer: Our parent corporation gave us a policy on increasing the distribution total by the marketing strategies. Giving a discount to the customers who enter into the futures contract is one of the marketing strategies enabling to project the manufacture and also reducing the manufacturing cost. In contrary, we distribute the goods with normal prices to other customers.

Question: *Why do you frequently increase the prices?*

Answer: We increase the prices upon the higher manufacturing cost. Furthermore, we increase the prices because we usually sell the goods to the customers with low prices and low profits. Therefore, it is indispensable to increase the prices frequently but slightly when the manufacturing cost becomes higher. Because we are afraid of losing our customers, currently we provide various kinds of services to our customers; for instance, we provide the academic service to the customers so as to lessen the loss rate from the customers' manufacture. We pay lump sum for the research and development in this project every year. This is a reason why our manufacturing cost becomes higher.

Question: *Do you know the competition law?*

Answer: Yes, we do. The parent corporation has had the policy to comply with the competition law; in addition, we have to remain our company's reputation. As a result, we always comply with the competition law in all aspects.

Questions for Company D(5-comp-D)

Question: *When did Company D start the business?*

Answer: Company D entered into the cold-rolled stainless steel market since 2000.

Question: *Who is the majority shareholder of the company?*

Answer: Foreigners hold 100% of shares.

Question: *What is your company's market share?*

Answer: It is 1-2% of market shares.

Question: *Does your company have the potentiality to enhance the volume of manufacture? How many is that volume?*

Answer: Nowadays our company is running 30% of the entire capability.

Question: *Please let us know the information about the adjustment of the company's selling in the last five years.*

Answer: We adjusted the selling prices once in September 2002 because of the manufacturing cost.

Question: *Had the company fostered any senior executive officer or officer who is responsible for setting the selling prices/volume of the manufacture to participate the meetings concerning the cold-rolled stainless steel business with other company in the last five years?*

Answer: Yes, we had fostered some operating officers from time to time so as to exchange the general information of the market situation.

Information of “X” who gives the clue (6-x)

Question: *Whom is the person giving the clue? Where is he? How to contact him?*

Answer: He uses an alias; thus, he does not wish to give his own address, contact address and contact telephone number.

Information for TCB

1st - the prices of nickel and chromium were increased 20 yen/kilogram and 10 yen/kilogram, respectively in about August - September 2002.

2nd - the prices of nickel and chromium were increased 20 yen/kilogram and 10 yen/kilogram, respectively in about January - February 2003.

Information of Company Y (7-Y)

1. We are a consumer of the cold-rolled stainless steels and always buy them from Company B.

2. We are a small company and have no power to negotiate with Company B. When Company B increases the price, we have to buy the goods in such price. Furthermore we know that since 2000 even though the price of the raw materials (the raw steels) has been increased, the price of the cold-rolled stainless steels has not been adjusted because the competition of this business is so high and Company D, a foreign company, entered into the market with low price nearly equal to anti-dumping. This makes Company D have 1-2% of market shares.

3. We know that since January 2002 half of all distributors have increased the prices of both nickel and chromium and the other distributors, particularly who buy the nickel and chromium from Company ABCD have still not increased the prices thereof.

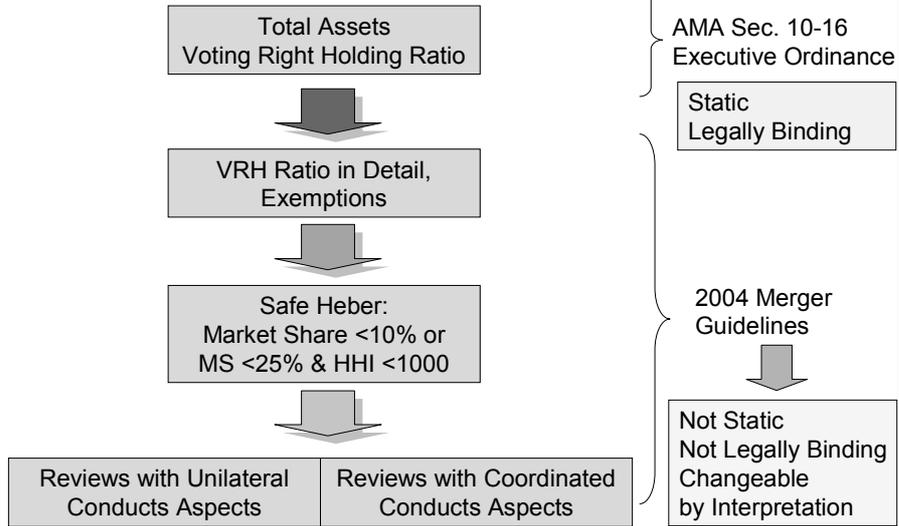
4. Since February 2003 the distributors of Company ABC have increased 20 yen/kilogram for nickel and 10 yen/kilogram for chromium while the distributors of Company D have increased 10 yen/kilogram for only nickel.

ANNEX III - 4

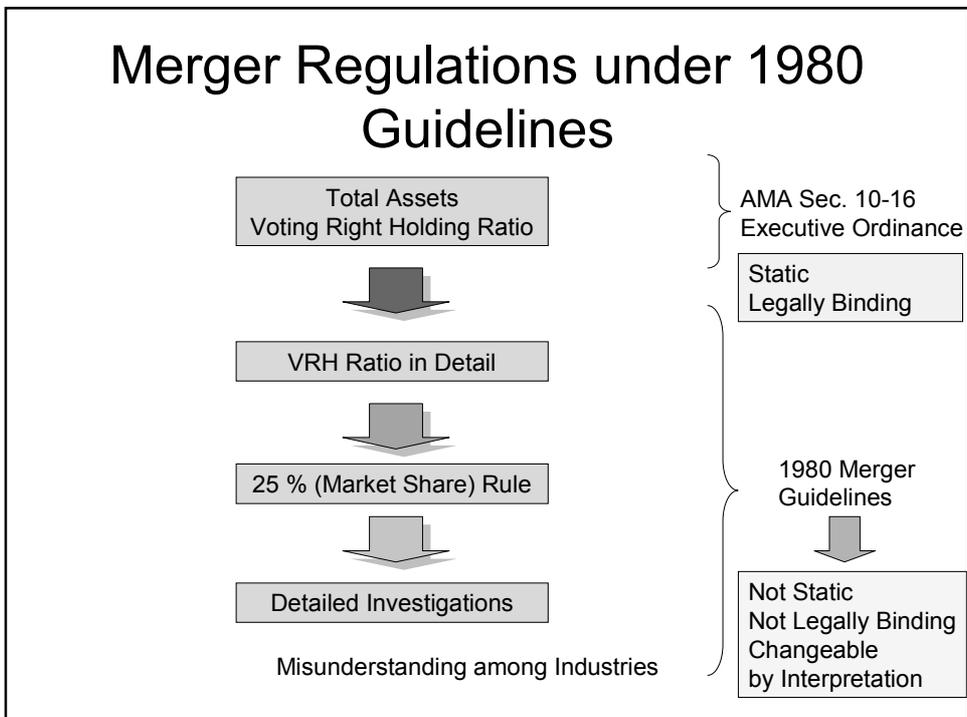
Documents for the Fourth Workshop

- Comparison of Merger Regulations -

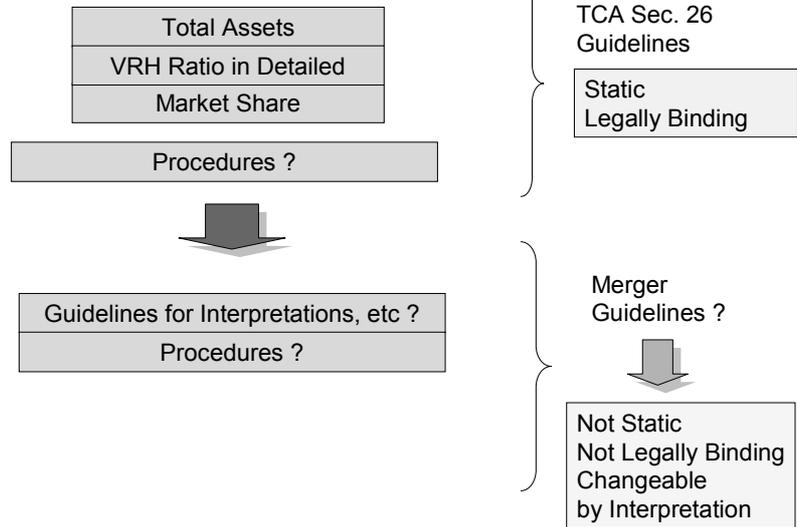
Merger Regulations under 2004 Guidelines



Merger Regulations under 1980 Guidelines



Prospected Merger Regulations in Thailand



ANNEX IV

Documents Related to Advocacy Activities

Overviews of ADVOCACY ACTIVITIES

	Target Group	Technical Assistance
SEMINAR	Regional Officials Other government officials Lawyers and experts Private sector Consumer group (?)	JFTC official for key note address Lecture in Thai language for basic issues - DIT - Expert Venue, preparation and management
MEDIA COMMUNICATION	Web site: General public with interest and computer access capacity	Web page development Contents development Link and location
	Radio program: public in general with and without interest	(limited experience by JFTC and TA Team)

Studies on the current activities:

- 1) Web-site
- 2) Newsletter
- 3) Radio broadcasting contents
- 4) TV program contents
- 5) Seminar 2003 for private sector

	局の紹介	局の管理者	掲示板	質問	ニュース	お知らせ
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE (DIT)						
	活動			広報ニュース		
政策と計画	(写真イメージ)			(最近のニュースとして、2004年7月に開催された消費者のための安売りイベントがデパート、スーパーマーケット等の協力で開催されたことが報じられている)		
業務実績の要約(月刊)						
局が所管する法律						
農産物						
取引競争の奨励						
委員会からの公告						
DITと消費者保護委員会事務局との相違点						
生産統計	商品の価格			鉄板／鉄線の価格		
<ul style="list-style-type: none"> - 籾(モミ) 04/05(季節に田植えした籾) - 籾(モミ) 04(季節外に田植えした籾) - 肥料(とうもろこし) 04/05 - キャッサバ芋 04/05 	<ul style="list-style-type: none"> - バンコクにおける生鮮食品の小売価格(日刊) - 重要農産物の卸売り価格(日刊) - 米の価格 - 生鮮食品の小売価格の比較 - 畑作物と飼料の原料の価格比較 			<ul style="list-style-type: none"> - 鉄板の価格(2004.12) - 鉄線の価格(2004.12) 		
知っておくべき重要点 <ul style="list-style-type: none"> - 度量衡 - 商品の量と価格の体制 - ガス製品の保証計画 - 優秀な消費者のための生鮮市場の構造 	<ul style="list-style-type: none"> - バンコクで消費した商品の小売価格(2003-04) - バンコクにおける重要商品の月別価格の平均(過去12年) - バンコクにおける重要商品の商品別価格の平均(過去12年) - 自動車販売価格(2004年7月28日) 					
サービス <ul style="list-style-type: none"> - 図書館 - インターネットによる登録と情報 - 用紙のダウンロード - 電話番号 - 市民のための情報センター - 公開書類 - プラスティック(ペレット)の製造者メンバーリスト - 自動車の製造業者リスト(tel no.) - 公正なガソリン販売 - 消費商品の価格基準(new!) 	商品、サービスの管理			2005年度第一回 公務員募集		
	<ul style="list-style-type: none"> - DITが管理する商品及びサービスの重要度指定(update) - 保護商品とサービスおよび管理基準 - 価格を不表示しなければならない商品 - DITが管理する商品とサービスの重要な基準の規制 - 保護商品とサービス及び管理基準 			苦情センター		
				- 苦情受け付け用紙		
				MEMBER		
				WEBSITE SERVICE		
	権利の委任			商品とサービスに関する委員会よりのお知らせ		
<ul style="list-style-type: none"> - 地方公務員への委任 - 命令の代行 	<ul style="list-style-type: none"> - 管理期間の制限、特別時の商品、サービスの価格の動きのフォローについての中央委員会事務局からのお知らせ - 情報収集のための環境規制システム使用奨励に関する規定を制定する小委員会からのお知らせ 			VOTE		
	リンク			<ul style="list-style-type: none"> - DITのインターネットサービスに満足していますか? - とても満足 - 普通 - あまり満足してない 		
<ul style="list-style-type: none"> - 官庁 - 国営企業 - 新聞 - 電話 - テレビ 						

取引競争の奨励
取引競争状況に関するレポート - No.1 2004.9 - No.2 2004.10 - No.3 2004.11
TCBへのコンタクト
構造、資格、権限
1999年取引競争法に基づいた委員会及び小委員会のメンバーリスト
1999年取引競争法/省令/公告
月刊ニュースレター「取引競争の世界へ」
卸売り・小売における不正取引の活動に関する検討方針 (Guidelines)
取引競争委員会での決定事項要約
取引競争法に関する業務実行結果要約
産業、経済、競争法の用語
他国の不正取引行為研究計画
セミナー、研修結果

委員会からの公告
取引競争委員会
取引競争委員会の公告: 独占的地位にある事業者に関する規則の検討小委員会の任命の件
取引競争委員会の公告: オートバイ関連事業に関する専門会合 (Expert Commission) の任命の件
取引競争委員会の公告: 卸売り・小売に関する専門会合 (Expert Commission) の任命の件
商品とサービスに関する中央委員会
農産物商品の事前売買を管理する委員会
市場農産物商品委員会
農業者救済政策および基準委員会

DITと消費者保護委員会事務局との相違点	
DIT	Consumer Protection Bureau
1. 管理法令: Goods and Service Act (1999) and Weights and Measures Act (1999)	1. 管理法令: Consumer Protection Law (1979)
2. 管理範囲: - 公正な価格 - 生産量統計 - 商品の供給の確保	2. 管理範囲: - (虚偽) 広告、(ニセ) 宝くじ、(不当) 契約および危険商品からの消費者の保護 - 直接販売事業 - 法律違反に関する消費者のための法的手続きの代行
3. 苦情ホットライン Tel No. 1569	3. 苦情ホットライン Tel No. 1166

-DITが管理する商品及びサービスの重要度指定 (update)		
定義:	- Sensitive List (SL) - Priority Watch List (PWL) - Watch List (WL)	
Year 2003		
Year 2004		
	管理商品	管理サービス
	- Jan 2004	- Jan 2004
	- Feb 2004	- Feb 2004
	- Mar 2004	- Mar 2004
	- Apr 2004	- Apr 2004
	- May 2004	- May 2004
	- Jun 2004	- Jun 2004
	- Jul 2004	- Jul 2004
	- Aug 2004	- Aug 2004
	- Sep 2004	- Sep 2004
	- Oct 2004	- Oct 2004
	- Nov 2004	- Nov 2004
	- Dec 2004	- Dec 2004
	(商品)	(サービス)
Sensitive List (SL)	ガソリン、ディーゼル、プラスチックバッグ、肥料、電線、亜鉛、材料鉄、鉄板、鉄線	(なし)
Priority Watch List (PWL)	PVCパイプ、ヘルメット、コピー用紙、合板、缶詰食品、密閉容器入り飲料	自動車修理、映画館入場料
Watch List (WL)	牛肉、卵、エビ、野菜、魚、牛乳、コーヒー、食用油、醤油、小麦粉、石鹸、洗剤、殺虫剤、紙、家電製品、自動車、トラック、電池、セメント、ガラス、釘、ハンキ、薬品、飼料、形態電話、など (全 85 品目)	電気器具の修理、クリーニング、散髪、洋服仕立、電気水道電話設置、コピー駐車場、宅配便、運動施設、美容院、ビデオ/CD レンタル、ホテル、貸し本、など (全18 項目)

Member List of DIT Team

Ms. Porntip Poovarodom, Senior Trade Technical Officer
Ms. Sumalee Wasiganont, Senior Trade Technical Officer
Ms. Prattana Hasamin, Senior Trade Technical Officer
Ms. Orawan Rattanasupa, Senior Trade Technical Officer
Mr. Somsak Kiatchailak, Senior Trade Technical Officer
Ms. Onouma Premyothin, Trade Technical Officer
Mr. Surinthorn Sunthornsanan, Trade Technical Officer
Ms. Chantida Kalampakorn, Trade Technical Officer
Mr. Jarim Dumronghutt, Trade Technical Officer