HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	コメント1 ： 「競争」の概念について ： 東アジアの競争文化に寄せて
Author(s)	林, 秀弥
Citation	新世代法政策学研究, 17, 355-360
Issue Date	2012-07
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/49997
Type	other
File Information	HJNGLP017_023.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

コメント １
「競争」の概念について
―東アジアの競争文化に寄せて―

林　　秀弥

１．はじめに

第二部のセッションでは、東アジアの法文化に占める「競争文化」の位置づけと各国競争法制定後の現状と課題について、報告と議論が行われた。各報告者の原稿は、本誌に掲載されているとおりである。

このうち、筆者は、前者すなわち、東アジアの法文化に占める「競争文化」はどのように位置づけられるべきか、そして、アジアにおいて競争ないし競争法とはどのように捉えられるべきかについて、コメントを付するものである。以下は、各報告論文に対する個別的コメントというよりも、当日聞いた各報告を思い出しながら、それぞれの報告者より提出された問題意識の底流にある共通項のようなものを抽出しようとし、それに筆者の問題意識を重ね合わせながら、「シンポジウム全体へのコメント」として、書き連ねたものである。

２．コメント

各報告を聞きながら、筆者にとって「競争」とは何かについて、再考させられる貴重な契機となった。「競争」とは日本語の字面では「競い」「争う」ものであり、この字面だけを眺めるといかにも品のないものと捉えられるかもしれない。徐教授の論稿では、「「互いに欺き合う」、「弱肉強食」

は20世紀前の競争が我々に残した深い印象である」との一文がある。また稗貫教授は、公共調達を例に挙げながら、日本の行政機関における競争文化の欠如を指摘されていた。さらに顔教授は、「台湾は、儒教思想の影響を受け、謙譲の美徳が唱えられ、隣の関係において「対立」よりも「協和」を重視する文化（「以和為貴」:「和をもって尊しとなす」）」が存在し、伝統的にカルテル行為に親和的であることを指摘されていた。そして、三教授ともこれらを克服することの必要性を説かれていた。もちろん、「謙譲」や「以和為貴」は東亜の誇るべき精神の美徳であり、これらを毫も否定するものではない。問題は、競争法において「競争」とはどのように位置づけられるべきかという問いである。

私は、これらの報告を聞きながら、二人の高名な法学者の議論を漫然と思い浮かべていた。一つは、井上達夫教授による「競争」の原義解釈であり、もう一つは、江口公典教授による法における「新しい人間像」模索の試みである。

井上教授によると、競争には「emulation」としての競争と「competition」としての競争の二つがあるという[1]。「emulation」は「模倣としての競争」であり、所与の同じ目的・範型の達成度を競う「達成型競争」であるとされる。要するに、他人に負けたくないということで、勝った人の模倣をして、「追いつき追い越せ」というメンタリティに基づくものである。それに対して、「competition」はラテン語でいう「con」と「petere」という語から来ており、「con」とは「ともに」、「petere」は「seek」つまり「探す」という意味がある。「competition」の原義は「seek together」であり、本来の語源は「共に探そう」というものである（これを井上教授は「探求型競争」と訳し、はこの「emulation（達成型競争）」と、原義における「competition」

[1] 本節において「達成型競争」と「探求型競争」という区別は、筆者が井上達夫教授の公正取引委員会・競争政策研究センターセミナーでの講演（2009年３月６日・演題：「公正競争概念の法哲学的基礎」）を聴く機会があった際、そこから直に教示を受けたことに基づくものである。「達成型競争」と「探求型競争」という用語は、そこでの井上教授の命名によるものである。関連して参照、井上達夫他著『共生の冒険』（毎日新聞社、1992年）18-19頁。

というのを分けて使っておられる。以上につき、下記・注(1)の文献18-19頁を参照）。この「達成型競争」と「探求型競争」という区別は、東アジアの今後のあるべき競争を考えるにあたっても非常に示唆的である。

「達成型競争」は目的として明確であり、その達成度を競い合うという意味でモデル（範型）も明瞭である。日本の近代を例にとってみても、明治以来、日本は列強の欧米近代国家による植民地化の圧力に抗するために、列強の近代化のモデルを採用して、富国強兵政策と殖産興業政策を両輪に近代化に邁進した。また戦後の復興期から高度経済成長期の日本の市場競争は（そして、現在の新興国市場においてもまた）、明治期の富国強兵政策と殖産興業政策のごとく、敗戦をバネにいわば先行者（欧米先進工業国）を目指した「追いつき追い越せ」型モデルに依拠してきたように見受けられる。その結果、日本は世界有数の経済大国に位置づけられるなど、「達成型競争」モデルは一定程度成功したのもまた事実である。

しかし、消費者の嗜好が多様化・成熟化し、商品・サービスの多くが飽和状態にある今のわが国では、ゼロ・サム的な「達成型競争」を競うだけでは永続的な成長展望は切り開けない。というのも、達成型競争は自分が勝者になるためには、だれかを負かさないことには、自分は勝者になれない。あるいは、だれかを負かした分だけしか自分が勝てない。このようなゼロ・サム的構造がそこにはあるからである。それに対して、探求型競争の場合の自他関係は、これは、同じ目的・範型に基づいて、どっちがより多く達成したかという話ではない。新たな目的・範型を模索しあう、異なった目的や範型を模索し合うので、ゼロ・サムとはならない。むしろ、相手が自分とは違った目的や範型を追求しようとする試み、その他者の試みの中から自らも学習する、という意味において、win-win の関係にある。このような他者接遇による自己変容、「価値の発見手続」としての競争[2]を

[2] ハイエクの「価値の発見手続」としての競争観については以下を参照。F.A. ハイエク（田中真晴・田中秀夫編訳）第三章「競争の意味」、同『市場・知識・自由』（ミネルヴァ書房、1986年）77頁。井上他『共生の作法』前掲注(1)19頁には、「勝敗を一義的に決定するようなルールは、単一の目標の達成を競うエミュレーションにはあっても、目標自体が多元化されているコンペティションにはない。むしろ、勝敗の意味そのものをめぐって、多様な解釈が競合するのがコンペティションなのであ

「探求型競争」は問題にする。要するに、何が価値あるものとして多くの人々に受容されるかは、あらかじめ人々の固定した需要という形で存在するわけではない。さまざまな新しい目的や価値モデルの探求を試行錯誤することの中から、自生的に開拓されていくものである。想像もできないような革新的な新製品や新サービスが登場する過程とはこういうものであろう。こういう試行錯誤の場が「市場」である。「探求型競争」とは、既にあるマーケットの中でシェアを最大化する競争（competition in the market）とは異なり、新市場創出なり新産業創出のためのイノベーティブな競争（competition for the market）である。「達成型競争」とあわせて、「探求型競争」こそ今後の市場における競争の一つの範型を示唆するように思えてならない。

本セッションの報告を聞きながら思い浮かべていた江口教授の議論は、同氏の「法における新たな人間像を求めて」というエッセイにまとめられている[3]。江口教授は次のように言う。すなわち、「今日の日本法の基本的なあり方は、一九世紀後半の大規模な社会改革（明治維新）、さらに二〇世紀中葉の第二次世界大戦敗戦に基づく戦後改革の枠組みのなかで、西ヨーロッパ・北アメリカ由来の近代法秩序と個別的法制度が導入されたことに基づいている。このような従来のあり方を前提として日本法の将来像を展望する場合、西ヨーロッパ・北アメリカ由来の法秩序やその個別的構成要素を単に導入し、その固有の秩序原理に即して展開するだけではく、日本ないしアジアの立場から主体的に法のあり方を更新することが求められているのではないか」（48頁）。感動的な一文である。徐教授は、競争は社会の調和と発展を推進する原動力とならなければならないと強調されていた。徐教授のいう「社会の調和」とは「公正」と言い換えてもいいだろう。また、江口教授の言葉を借りれば、日本ないしアジアの立場から主体的に競争法のあり方を更新するのに必要な概念の一つは、競争の「公正さ」であろう。競い合いの過程の中で、一時期、競争の勝者となり支配的事業者とさえなったとしても、その地位に安住して消費者に良質廉価なサービスを提供できなかったが最後、たちまち、競争の敗者となり支配的地位を喪失する。逆に、かつて競争に負け、市場からの退出を余儀なくされた者が、再起して、消費者のニーズを満たす良質廉価なサービスを提供することにより、勝者であった支配的事業者のシェアを奪ってその地位を奪う。公正競争とはそういうものだろう。今日の勝者が明日の敗者になるかもしれず、あるいは逆に今日の敗者が明日の勝者になるかもしれないという、そのいわば攻守逆転（反転可能性）が通時的に生じないかぎり、そこでの競争状態を「正統」とはいえない（競争の「正統性」に関するここでの議論については、井上達夫「公正競争とは何か―法哲学的試論」同『法という企て』第９章所収（東京大学出版会、2003年）235-262頁に依拠する）。

また、本セッションで議論になっていたように、東アジア各国の競争当局として重視している活動の一つに、消費者の競争政策への理解を高める活動がある。いわゆる競争唱道（competition advocacy）と呼ばれるものである。日本においても重要な取組みと考えられている。競争法の厳正な運用を通じて消費者に競争法の重要性を間接的に認知してもらうこともちろん重要ではあるが、むろんそれには限界があり、そこで競争法が消費者のために存在することを啓発活動等を通じて直接理解してもらうことで、競争法に対するシンパシーを高めてもらおうというのである。

この見地にかんがみるならば、競争法は消費者法的生活をもつ法律の一つであることを忘れてはならない。競争法の目的が消費者厚生の向上にあり、消費者が保護されることはその目的に資する。消費者の認知能力の限界ゆえに厚生上の喪失が発生している場合、それを是正することは効率性の観点からも正当化できる。他方、競争は消費者の不合理な行動を是正する効果も期待されているが、この側面を過度に強調すべきではない。すなわち、行動パターンに不合理な消費者が存在し、それを搾取する企業がいたとしても競争が十分であればそのような活動は競争によって淘汰されるはずだというのは、不完全な競争しか存在しない状況ではそもそも妥当しない。加えて、依然として市場の修復作用が弱いと考えられるアジアの新興国の中には、とりわけ妥当しないのではないか、とも思われる。

競争唱道は消費者に対する啓発活動に限られない。事業者への競争唱道もまた重要である。事業者に対しても、国際競争力を高めるためには、国

る」という指摘がある。

[3]『三田評論』2009年５月号48頁。より詳しくは、江口公典「法における人間像の更新」『現代企業法学の理論と動態』（奥島孝康先生古稀記念論文集第一巻《下篇》）（成文堂、2011年）867頁を参照。

内市場でも競争すること、つまり、Competing at home, to win abroad をあらためて認識してもらうこと、が重要なのであるが、日本を含め東アジア諸国でまだこの認識は十分に浸透していないのではないか。そもそも経済のグローバル化とは、国内市場と国際市場との融合を意味するはずであり、そこでは、国内市場と国際市場をあたかも別の市場ととらえて行動し、国際市場で厳しい競争に直面している企業であっても、国内市場では逆に協調的行動を選択するというような御都合主義や甘えは本来許されないはずである。

さいごに、稗貫教授が、公共調達活動における入札談合蔓延の背景には官尊民卑の構図があることを指摘されていたのは、一部のアジア諸国の状況を考えるとたいへん示唆的である。すなわち、アジアの一部の開発途上国では、産業の近代化が国家の手で後発的に育成されたことから、政府介入に対する社会の抵抗感が乏しく、行政権の専断性・裁量性が依然として小さくない。また市場支配的な国内企業（集団）や財閥による消費者に対する搾取的濫用行為（exploitation）に対する社会的緩衝・統御機能が未だ脆弱であり、市民の権利擁護の最後の砦であるはずの司法権が脆弱で、腐敗している場合さえある。

これらの問題を克服することは容易ではないが、実現される資源配分の効率性を制度的に保障し、生産性とは直結しない理由による差別を排除して、手続的に衡平な処遇を担保するという、公正競争に付託された機能にかんがみるとき、これはきわめて重要な課題である。