

日本国際経済学会第 82 回全国大会

企画セッション 「アメリカの『新しい独占』に関する研究」

(要旨) 第 1 報告 中本 悟「アメリカにおける『新しい独占』をめぐって」

アメリカでは、ここ 40 年以上にわたって企業の買収・合併が進み、独占化による経済力集中が強まった。また新興の IT サービス産業では、ネットワーク効果により短期間で独占化が進んだ。本企画セッションでは、このような独占化を「新しい独占のひろがり」として捉え、いくつかの側面からその分析を行う。

この第 1 報告では、アメリカの「新しい独占」を 3 つの要因から検討する。

まず第 1 に、制度的要因である。すなわちそれは、反トラスト法の行政・司法の当局の対応である。グローバル競争や価格低下といった消費者利益があれば、独占化をもたらす垂直的企業合併も当局が是認してきた結果である。その背景には、新自由主義の経済理論であるシカゴ学派の強い影響があった。しかし、検索サービスは無料であってさえも、引き換えに個人が提供する個人情報の独占的取得自体が問題なのである。

第 2 に、グローバル化要因である。アメリカ国内の独占化はグローバル競争の一部である。外資系多国籍企業がアメリカ企業の買収を通じてアメリカに拠点を設置したり、アメリカの独占的企業と協調行動をとることによってアメリカ市場で市場支配を強めている。また Global Supply Chain(GSC)の発展は outsourcing, offshoring を内外に拡大し、その過程で優越的地位を利用して Global Value Chain において価値の独占的取得（独占的超過利潤）を得る。

第 3 は、ビジネス特性要因による GAFAM のような新興企業の独占化である。これらはいずれも ICT（情報通信技術）関連のハードウェア、ソフトウェア、サービスを供給する企業であり、ネットワーク効果によって独占化が急速に進んだ。ネットワーク効果自身は産業特性によるものであり、かつてから存在した。新しいのは、これらの企業が取得（「購入」）し、加工（生産）、そして販売するのがデジタル・データだということである。プラットフォームとも呼ばれる GAFAM は、たとえばグーグルにみられるように検索サービスと引き換えに個人の基本情報、購買データ、検索データ、共有データなど膨大なデジタル・データを無償で取得し、それをアルゴリズムで加工し、販売業者にターゲティング広告としてのスキームを販売し高利潤を得る。のみならずアマゾンのように、自社のプラットフォームを使い自ら有利に商品を販売する。蓄積された情報は将来の消費者行動予測を可能にするなど、情報の資産価値をさらに高める。

情報化社会ではデジタル・データは個人の生活、ビジネス、政府活動のあらゆる領域で必要不可欠な要素である。その使い方次第では成果が大いに期待できる。反面、デジタル・データ多国籍企業をもたらす問題もまた多い。市場支配と優越的地位の濫用、私的「情報独占」と個人情報の漏出、デジタル・データ操作による政治や社会への介入や監視強化、政治的レントシーキング、デジタル時代の反トラスト法、ギグワークなどである。

「新しい独占」問題は市場における独占価格形成にとどまらない。経済民主主義の観点からグローバルな規模での対応が必要である。