

(本報告は、大橋陽・中本 悟編(2023)『現代アメリカ経済論—新しい独占のひろがり』日本評論社の序章とあとがきに基づいています)

はじめに

ここ40年ほどの間にアメリカのほとんどの産業部門では市場集中が進んだ。その結果、経済力の集中と独占化(ここでは、「独占」は「寡占」とほぼ同義で用いる)の傾向がさらに強まった。独占とは、独占企業間の共謀(collusion)とそれ以外の企業に対する排除(exclusion)が一体となった企業間関係である。共謀は、売り手独占においては販売価格を競争市場価格よりも高く設定したり、生産量の調整、さらには販売市場を分割する場合もある(日本でもカルテルや談合は常にどこでもある)。一方、買い手独占においては、買い手企業が競争市場価格よりも低い価格で財・サービスや労働力を購入したり、有利な条件で購入を行ったりする。共謀はカルテルや談合という当事者間では明示的な形をとることもあれば、価格吊り上げにあたって市場支配力のあるプライス・リーダー(price leader)企業がまず価格を引き上げ、ほかの企業がこれに追随するという暗黙の共謀もある¹。

本報告では、第1に、現段階におけるアメリカ経済における独占化の特徴を捉える。そこには、従来にはない独占の特徴がある。本報告では、これを「新たな独占」と定義し、その形成要因を論じる。第2に、売り手独占と買い手独占の双方における独占企業の行動を分析する。売り手独占は販売価格の吊り上げ(オーバーチャージ)、買い手独占は購入価格の切り下げを可能にする。報告ではオーバーチャージと労働市場における買い手独占、すなわち独占企業による労働市場支配の実態を探る。売り手独占と買い手独占から得られる独占利潤は、独占レント(競争市場で得られる利潤を超える超過利潤)と呼ばれる。第3に、この独占レントの形成の構造を検討する。そのうえで、レントの経済的・政治的影響を論じる。

I グローバル競争とアメリカ産業の独占

¹ ここでいう独占とは、企業間関係が自由競争という関係ではなく、少数の市場支配力をもつ企業同士がさまざまな方法で共謀・協調行動をとる一方で、それ以外の企業に対しては排除・支配行動をとるような関係(独占原理)をいう。そしてこの独占原理を担う企業が独占企業である。独占は先進国では19世紀末から20世紀初頭にかけて、企業の規模拡大と企業の合併・買収(企業集中)を通じて形成された。企業の合併・買収ブームは不況時ではなく好況時に生じてきたところにアメリカの特徴がある。

1 企業集中と市場支配力の強まり

現代アメリカの多くの産業部門において、少数企業が高い市場占有率をもつ市場集中が進んでいる（表 1）米国商務省によるこのデータでは個別企業名はわからないが、民間機関による別の調査は個別企業名と市場集中度を明らかにしている。これによれば、業種によっては上位の 2 社、3 社の市場占有率が 80%から 90%、なかには洗濯機・乾燥機製造のように上位 3 社で 100 %を占める業種もある（表 2）。現代アメリカ産業の市場集中の第 1 の特徴は、グローバル規模の企業の合併・買収（企業集中）の結果として市場集中が進んでいることである。たとえば、ビール業界のトップのアンハイザー・ブッシュ・インベブ（通称 AB インベブ）は、2008 年にベルギーに本拠を置く世界最大のビールメーカーのインベブがアメリカでバドワイザーなどを製造していたアンハイザー・ブッシュを 520 億ドルで買収して生まれた会社である。ビール醸造会社は買収と合併を繰り返してきており、同社はアメリカで 55 種類ものビールのブランドを販売している。これらのブランドのほとんどが、これまでの企業の合併 や買収の産物である。企業は買収されてもブランドは残る。むしろライバルのブランド獲得を目的として企業買収は行われる。このようにアメリカのビール業界の独占化は、ビール業界のグローバル独占化の一部である（図 1）。

表 1 各業種の売り上げ上位 50 社の市場占有率

	市場占有率 (%)			1997 ~2017 年の変化
	1997 年	2012 年	2017 年	
公益事業	64.5	69.1	71.6	7.1
金融・保険	38.6	48.5	45.7	7.1
運輸・倉庫	30.7	42.1	42.8	12.1
小売り	25.7	36.9	38.9	13.2
卸売り	20.3	27.6	28.1	7.8
管理支援	22.1	23.7	27.7	5.6
不動産・レンタル・リース	19.5	24.9	24.2	4.7
宿泊・飲食サービス	21.1	21.2	22.7	1.6
芸術・娯楽	17.1	19.6	22.7	5.6
教育サービス	18.5	22.7	21.7	3.2
宿泊・飲食サービス	21.1	21.2	19.2	-1.9
保健医療・社会扶助	16.4	17.2	18.8	2.4
専門・科学技術サービス	16.0	18.8	17.8	1.8

注:1997 年は課税法人のみ。2012 年と 2017 年は課税、非課税法人の双方が対象。

出所:2012 年および 1997 年データについては、Council of Economic Advisors [2016] table1 を加エ。

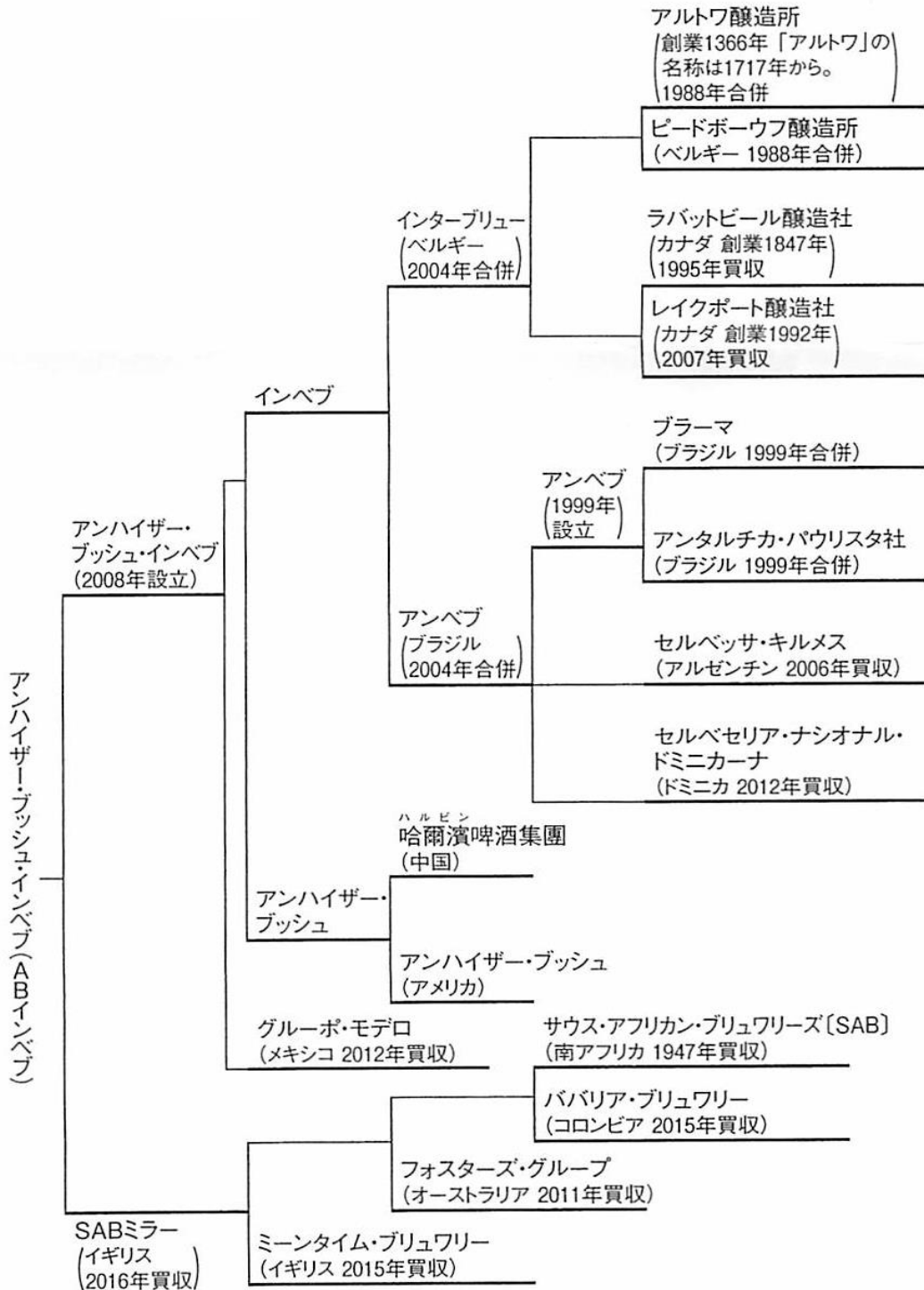
2017 年データは、U.S. Census Bureau [2020I より作成。

表2 市場集中度の高い業界の独占企業例

業種	年	シェア	独占企業
検索エンジン	2017	97%	Alphabet,Microsoft,
スマートフォンOS	2018	99%	Google,Apple
電子商取引	2018	56%	Amazon,eBay
ソーシャル・ネットワーキング・サービス	2018	85%	Facebook,LinkedIn,Twitter
アダルト・ウェブサイト	2018	70%	MindGeek
携帯電話のプロバイダー	2018	69%	Verizon,AT&T
手術用衣類	2018	59%	Cardinal Health Inc., Medlin Industries
ペースメーカー製造	2018	89%	Medtronic,Abott Laboratories,Boston Scientific
患者向け医療金融	2017	77%	Synchrony,Citigroup,Wells Fargo
医療電子記録システム	2017	58%	Epic Systems,Cerner,Allscripts Healthcare Solution
補聴器	2018	84%	William Demant,Starkey Hearing Technologies,Sonova,Sivantos
透析センター	2018	92%	Fresenius,DaVita
薬剤給付管理	2018	68%	CVS,Express Scripts,Unitedhealth
整形外科器具製造	2019	88%	Stryker Corporation,Zimmer Holdings Inc.,Johnson & Johnson
X線機械装置製造	2019	49%	General Electric,Siemens AG,Philips Healthcare
歯科保険	2019	44%	Aetna Inc.,MetLife Inc.,Delta Dental
歯科医療器械	2018	49%	Danaher,Dentsply
医療コンサルタント	2018	66%	Accenture,The Advisory Board,Deloitte
薬局・ドラッグストア	2017	67%	Walgreens,CVS
メガネ・コンタクトレンズ・ストア	2019	61%	Luxottica Group SpA,National Vision Inc.,Vision Works of America
ピーナッツバター	2017	82%	J.M.Smucker,プライベートブランド, Hormel
洗濯機・乾燥機製造	2018	100%	Whirlpool,Haier,Samsung
トレーラーハウス	2018	71%	Berkshire Hathaway,Champion Enterprises,Cavco
コンタクトレンズ製造	2019	69%	Johnson & Johnson,Novartis,The Cooper Companies
レンタカー	2018	50%	Enterprise,Hertz,Avis Budget
国内航空便	2018	76%	Delta,American,United Continental
ビール	2017	75%	Anheuser-Busch InBev,Miller Coors,Constellation
マヨネーズ	2018	87%	Unilever,Kraft
トウモロコシ種子	2015	78%	DowDuPont, Bayer
葬儀用のお棺製造	2019	82%	Hillenbrand,Matthews
ホームセンター	2017	87%	Home Depot,Lowe's
タバコ製造	2019	83%	Altria,Reynolds American

(出所) Open Markets Institute, *America's Concentration Crisis*, 2019 June(<http://concentrationcrisis.openmarketsinstitute.org/>).

図1 ABインベブの企業統合の系譜



出所：ティム・ウー（2021）『巨大企業の呪い』朝日新聞出版。

洗濯機・乾燥機市場では、上位3社のうちハイアールは中国、サムスンは韓国のメーカーである。この業界のトップは2013年ではGE（General Electric）であったが、2016年にハイアールがGEの家電部門を買収した。この結果、洗濯機・乾燥機市場から独立企業としてのGEは消えた。ただしこの買収では、ハイアールはGEというブランドを2056年まで使用できる権利を獲得した。そこでハイアールは、GEブランドによってアメリカ市場でハイエンド製品の販売を展開できることになった。またこの買収には、GEが48.4%の株式保有するメキシコの家電メーカーで中南米市場に圧倒的なシェアを誇るマベ（Mabe）の買収も含まれており、これによってハイアールは中南米への進出の足掛かりを得たのである。

これら外資系多国籍企業によるアメリカ進出は、子会社の新設のための株式投資（グリーンフィールド投資）よりも既存企業を買収という方法によるもののほうが金額的には圧倒的に大きい。欧米ではTOB（株式の公開買い付け）による企業を買収・合併が一般的だからである。2016年では国内における企業の合併・買収取引額は2000億ドルだったのに対し、国際的な企業の合併・買収取引額は5000億ドルであった。国際的な企業の合併・買収は、前述のベルギーのインベブによるアメリカのアンアンハイザー・ブッシュの買収のように巨額のディールになるのである。このようにアメリカ国内における市場集中は、いまや外資系多国籍企業によるアメリカ企業を買収というグローバルな企業集中の一コマであり、グローバル競争がアメリカ国内市場における独占化を強めているのである。

第2の特徴はGAFAM（Google = Alphabet、Apple、Facebook = Meta、Amazon、Microsoft）と略称され、あるいはビッグ・テック（Big Tech）、プラットフォーム企業とも呼ばれる新興巨大IT企業による高い市場集中度である。これらの企業はAppleとMicrosoftを除けば、いずれも1990年代の創業であり比較的若い企業であるが、短期間のうちにグローバル規模の独占企業となった。それはこの産業の技術特性によるものである。第1に、これらの企業が提供するサービスの利用が増えれば増えるほど既存の利用者の便益が高まるというネットワーク効果、そして第2に取引規模が拡大すればするほど固定設備を効果的に利用できるという規模の経済性が働く。このため少数巨大企業にITサービス業は集中する傾向があり、新規参入は困難になるのである。

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GAFAMのほかの企業もネットワーク効果を活かし、個人情報から高収益を創出する点では、程度の差はあれ、Googleとほぼ同じである。ここで問題となるのが、個人情報の何をどこまで公開するか

という個人の権利そのものが、個人の同意なくこれらの企業によって握られている点である。プラットフォーム企業による個人情報のこうした私的独占のシステムをショシャ ナ・ズボフは「監視資本主義」と呼ぶ（ズボフ [2021] 第3章）。

この業界においても、有力なライバルを買収して独占は強化された。Facebook はインスタグラム（2012年）とワッツアップ（2014年）を、Google もまたユーチューブ（2006年）とモバイル広告のアドモブ（2010年）を買収することによって、脅威となるライバルを取り込んだのである。このように「競争するな、独占せよ」というペイパルの創始者ピーター・ティールの主張を地で行くような大規模な企業買収が、当局による規制なしに展開された。

2 反トラスト司法・行政の変遷と市場集中

上述のように、多くの産業部門で市場集中は進んできた。そこには産業特性やグローバル化要因の強弱はあるが、共通するのは反トラスト司法や行政の当局が独占化を強めるような企業の合併・買収を容認するようになった結果だという点である。

かつて独占企業といえ、その市場支配力に基づいて「管理価格」(administered price)を設定し、一定期間その価格を維持し、需要の変化に対しては価格ではなく生産と販売を変えることにより対応するものとされた。独占企業は需要と供給で決まる価格に対応するプライス・テイカーではなく、プライス・メーカーだといっているのである。そして独占企業は、競争市場における価格よりも高い価格を設定し超過利潤を確保する一方で、消費者や非独占企業は損失を被るのである。

このような独占を違法とし公正な競争と取引を促進するために、早くも19世紀末に初めての反トラスト法であるシャーマン法が成立した。戦後の反トラスト行政について言えば、企業集中と独占化が進むなかでの繁栄が1929年の株価大暴落で潰え、その後の大恐慌のなかで誕生したニューディール体制に始まると言える。ローズベルト大統領は、1938年に司法省の反トラスト部長にエール大学教授のサーマン・アーノルド(Thurman Arnold)を任命し、彼のもとで反トラスト部の法律家はそれまでのわずか15名から1942年には583人にまで拡大した。この結果、反トラスト件数は増加するとともに企業の合併・買収件数は減少した(図2)。

この時期の反トラスト疎違法・行政の経済理論的支柱となったのはハーバード大学のエドワード・S・メイソン(Edward S. Mason)やその門下であったジョー・S・ベイン(Joe Staten Bain)らで、彼らはハーバード学派と呼ばれた。ベインらは「市場構造、市場行動、市場成果」の枠組みの中で企業合併や寡占の是非を問おうとした。市場構造とは市場集中度や新企業の参入条件などの市場における企業間関係であり、市場行動とは企業の投資、価格、製品などに関する政策である。市場構造と市場行動の相互作用が市場成果を生み出すが、この成果とは生産技術の改善、そして利潤率や成長率の上昇などである。この成果によって、有効競争があるのかどうかを判断しようとした(宮崎[1972] 173-176頁)。有効競争が作用せず望ましい成果を生まない企業間関係や企業行動は、反トラスト法

に基づいて厳しく規制された。それゆえ 1940 年代から 70 年代初頭までは反トラスト法の「黄金時代」と称される(Bakiretal.[2021])。

しかし、1970 年代初頭には市場原理主義のシカゴ学派が反トラスト規制分野にも台頭してきた。彼らは企業合併について、ハーバード学派のように市場集中そのものを問題視するのではなく効率性を最重視した。市場それ自体は消費者にも企業にも利益をもたらすように成立しているのであり、効率化の結果であるような独占はむしろ推奨されるべきだというのである。そして 価格吊り上げや生産量制限がない限り、反競争的な企業行動の証拠はないというのであり、消費者利益の有無だけに焦点が絞られる。

シカゴ学派は司法の場でも勢力を増長させたが、その背景には、一つはニクソン政権が最高裁判事の人事において反トラスト法を限定的に運用する ような者を任命したこと、いま一つにはアメリカ企業の国際競争力が低下し、 輸入品の国内市場への浸透が進んでいたということが挙げられる (Kovacie and Shapiro [2000]) 。

このようにシカゴ学派の反トラスト法の運用では、企業の合併・買収は独占化への懸念よりも国際競争力の強化や生産性と効率性の改善、そして消費者利益の観点から評価されるようになった。規制当局の水平的合併に対する調査と規制実績をみると、1996~2011 年では重要な競争企業が 1 社しか残らないような合併案はほぼ完全に認可されないが、5 社以上残る場合には 60% が、8 社以上残る場合にはすべての合併案件が認可された(Kwoka [2016])。

図 2 企業合併・買収一規模と裁判件数

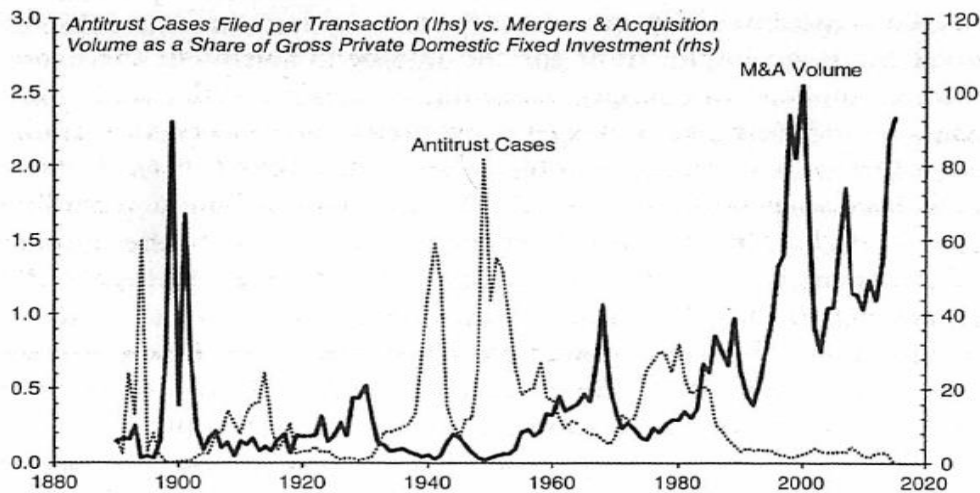


Figure 1.1 Merger Manias: 1890–2015
SOURCE: Taylor Mann, Pine Capital.

Tepper, Jnathan, *The Myth of Capitalism Monopolies and the Death of Competition*, 2019.

GAF A のような新興取引プラットフォーム企業にとって、検索サービスを無料で提供し、個人の

各種情報を独占的に取得し、それを基礎にターゲティング広告情報の販売独占を築く。ネットワーク効果によって Winner takes all の地位を築き、新規参入者を阻止することが死活問題となる。Amazon のように利益よりも規模拡大のための投資をすることは、合理的なのである。またこれらの新興 IT 関連企業は、デジタルデータ企業の取得、加工、販売を行っており、業種を超えて進出が可能であり、その影響力は大きい。このようなプラットフォーム企業の行動を不合理をみなすシカゴ学派にあっては、その過程そのものが独占化であることを捉えられない。このことを株式市場は高く評価してきた。effects⇒⇒winner takes all=参入障壁,②データ支配⇒⇒業種を超えて進出が可能=参入障壁。このた

以上のような反トラスト行政・司法により、今日のアメリカは合併・買収額も対 GDP 比はこれまでの最大規模であった 19 世紀後半の Gilded age(金ぴか時代)に匹敵する規模となっている(図 2)。

このような 1970 年代以降の反トラスト行政の変化は、ニューディールレジームの後退と新自由主義の台頭と軌を一にするものであり、新自由主義のイデオロギー旋風の一部をなしていたというべきであろう。もともと反トラスト法というものは寡占的な市場構造を変えるわけではないが、ここ 40 年余りにその規制緩和は独占化と経済力の集中を強くしてきたと言える。

II 独占企業の行動

1 売り手独占における独占企業の行動 <

米国司法省のホームページには反トラスト法違反で刑事起訴された件数、罰金額、実刑で刑務所に収容された平均期間などが公表されている。2021 年ではそれぞれ 25 件、1.5 億ドル、15 か月である。そもそもカルテルや談合はその性格からして秘密なので、反トラスト法によって起訴に至る件数は実際の共謀の「氷山の一角」に過ぎないといわれている。ましてプライス・リーダーに追随して価格を引き上げるような暗黙の共謀を反トラスト法違反で止めさせることは難しい。

カルテルによる価格の水増し (over charge) については、いくつかの推計がある。コナーとランデは研究者の 200 点以上の公刊物に基づき、1780~2009 年にかけての 381 業種に及ぶ 151 列牛のカルテルの価格吊り上げ率をまとめている。それによれば、カルテカ審加者は通常価格の平均 23.3%高で販売していたのである。最近の価格吊り上げ率に限っても、1990~99 年では 22.2%、2000~09 年では 22.5%であった(Connor and Lande [2012])。

カルテルはなくても市場支配力を高めて、価格吊り上げを行う場合もある。2008 年 6 月に大手のビール醸造メーカーの SAB ミラー (SAB Miller, 2007 年の市場シェア 18%)とモルソンクアーズ (Molson Coors, 同 11%)が合併し、ミラー・クアーズ (MillerCoors)が誕生した(表 2 参照)。この合併により新生ミラー・クアーズの市場シェアは 29%になった。ライバルはバドワイザーのブランドのビールを製造する AB インベブであり、その市場シェアは 35%であった(Constellation は輸入業者)。

両社合わせて 64% のシェアである。ビール市場は競争が激しくミラー・クアーズが誕生する前 の 7 年以上において、すべての銘柄のビールの小売価格は低下傾向が続いていた。しかし、合併直後からミラー・クアーズが生産するミラーライト (Miller Lite) とクアーズライト (Coors Light) の小売価格は急に上がり、同じようにライバルの AB インベブのバドライト (Bud Light) を含め小売 価格が約 8% も上がり、結局 2 年間で 7 年前の価格を超えるまで上がった。一方、輸入銘柄のコロナとハイネケン はミラー・クアーズの誕生後も価格低下が続いた。2008 年といえば、リーマン・ショックで消費不況が深刻になっていた時期 である。にもかかわらず、これらライバル 2 社はそれまでの価格低下傾向を 逆転させ、小売価格は急上昇したのである。これには、これら両独占企業の 協調行動があったと考えるべきだろう (Miller and Weinberg [2017])。

このようにカルテルや談合の存在が明るみにならなくても、ライバル関係にある独占企業同士が何かしらの共謀を図れば、市場支配力はもっと強くなり販売価格を吊り上げることができる。

2 買い手独占と独占企業の労働市場支配

(1) 多数の低賃金労働者雇用の波及効果

既述のように小売業においては企業集中が進み、超巨大小売企業が誕生した。これらの企業は有力な競合企業が存在しない地域に進出すると、圧倒的な市場支配力を得ることになり、売り手独占であるとともに買い手独占 (monopsony) になる。よく知られた例は、巨大な多国籍小売企業であるウォルマートである。

ウォルマートが新店舗を設置すれば、進出先地域の労働市場にどのような 影響を及ぼすのか。店舗数が急増した 1990 年代 (1992~2000 年) において、 店舗新設による進出先のカウンティ (郡) ならびに州における賃金への影響 を国勢調査から検討したドユベらによれば、その結果は以下のようであった。

第 1 にウォルマートが 1 店舗新設すると、カウンティ"は総合商品ストア の従業員の平均時給が 1%、食料品スーパーマーケットのそれは 1.5%、それぞれ低下した。州レベルでは 10 店舗新設されると、州の小売業の雇用者の 平均時給の 2% 減少を、また 50 店舗新設されると、同じく 10% の減少をもたらした。これらの平均時給の低下はもともと平均時給が低い農村部よりも、 組合組織率が比較的高い都市部で顕著であった。第 2 に雇用主提供の医療保 険の適用率は同業の雇用者への適用率よりも 5% 低かった。

ウォルマートの進出が進出先地域の競合企業の賃金を下げるのは、一つは ウォルマートの低い時給の大量の新規雇用が作用して、総合商品ストアやス ーパーマーケットの雇用者の平均時給の引き下げ圧力となるからである。い ま一つはウォルマートの新規参入に対?句て競合相手であるスーパーマーケットがコスト削減のために賃金を下げるからである (Dube et al.[2005]; Dube [2007])。

ウォルマートによる多数の低賃金労働者の雇用は、同社の安い小売の一因 である。しかし、ウォ

ルマート進出による賃金低下は進出先地域の小売業労働者に集中する一方で、同社の安い小売の利益はすべての消費者に及ぶ。たしかに消費者物価低下による節約はあるが、小売業の労働者にとっては賃金低下を埋め合わせるものではない。

同社は2007年まで長年にわたって“Always low prices”をスローガンとしてきたが、それを可能とした一因には買い手独占による労働市場支配力の強化があり、労働者にとっては、“Always low wages”にほかならなかった。

(2)競業禁止契約(non-compete contract)

買い手独占による労働市場支配力の強化は、上述のような低賃金雇用以外の要因も働く。その一つが競業禁止契約(non-compete contract)で、あり、企業が労働者に対して、解雇または離職してから一定期間は一定の地域内でその企業と競合するような業種で再就職することや起業することを禁止する労働契約である。

この競業禁止契約の存在が社会的にクローズアップされたのは、2014年のことであった。全米に2700店舗のフランチャイズ店を擁するサンドイッチ・チェーン店のジミー・ジョンズ(Jimmy Johns)は、低い職位の労働者に対して当該店を離職後2年間は、売上の10%以上をサンドイッチ販売が占める競合店では、全米規模で当該店の3マイル以内の地域では就業することを禁じる契約を結ぶことを求めている(同社は2017年にはこの契約を廃止したという)。この契約は、サンドイッチ作りのような職位の低い労働者がほかのサンドイッチ店に就職することを広い地域で妨げていたといえる。

このような競業禁止契約が異例ではないことは、その後の調査でも明らかである。スターらによる1万1505人を対象にした調査によれば、2014年で競業禁止契約を結んでいた労働者は全体の15%、「おそらく契約していた」とする者は30%であり、大卒以上の学歴では30%、大卒未満の学歴では14%、年収4万ドル以上の労働者のうち30%、4万ドル未満の低所得労働者の13%がそれぞれこの契約を結んでいた。また契約の有効期間は2年以上が33%、地理的範囲は「無制限」が最も多く23%であった。また労働者全体では約20%がこの労働契約に拘束されている(Starr et al. [2021] pp.29-31)。なお、この競業禁止契約はしばしば秘密保持契約(Nondisclosure agreement)とセットとなっており、労働者が雇用主に関する情報や労働環境に関する情報を共有する能力を低下させる。

このようにアメリカの多くの職場では、学歴、賃金、事業所規模などにおいて多少の違いがあるとはいえ、競業禁止契約が広く浸透しており、低学歴で低賃金の職位の低い、そもそも企業秘密をもちえないような労働者にもそれが適用されている。その結果、低賃金労働者は賃上げの好機にも転職の機会を奪われ、低賃金を強いられる。そしてこの労働契約のために、ほかの競合企業への転職が抑制され、労働条件の向上を求める雇用主に対する労働者の交渉力が低下し、結果として低賃金や低い労働条件が維持される。あるいはこの契約のために、離職前とはまったく異なる職種に就くことによって労働者の蓄積された経験が消失する。競業禁止契約は、このように労働者に対して大きな損失を強いるのである(U.S. Department of the Treasury, Office of Economic Policy [2016] p.3)。

(3) 従業員引き抜き禁止協定(non poaching agreement)

競業避止契約と併せて使われるのが、雇用主間で合意される従業員の引き抜き禁止協定(non-poaching agreement)である。従業員引き抜き禁止協定は、しばしば雇用主間で秘密裏に締結されるため、その存在は裁判になってから公になることが多い。

最近では、2010年9月にシリコンバレーの大手IT関連企業6社が技術者の引き抜き禁止協定を締結していたとして、司法省は反トラスト法の民事訴訟で6社を提訴した。AppleとGoogle、Appleとアドビー、Appleとピクサー、Googleとインテルは、お互いに高度技術人材の引き抜きを行わないように各社で勧誘電話禁止名簿(Do not call list)を作り、勧誘電話(cold call)をかけることを自社の従業員に禁じる協定を締結していた。またGoogleとインテュイット(Intuit)はGoogleがインテュイットの従業員の引き抜きの勧誘をすることを禁じる協定を結んでいた(U.S. Department of Justice, Office of Public Affairs [2010])。

さらに大きな社会問題となったのが、2017年にハンバーガーのフランチャイズ店のマクドナルドの従業員が、引き抜き禁止協定は反トラスト法違反だとして訴えた事案である。同社は少なくとも1987年から2017年までの長きにわたり、フランチャイズ加盟店に対してほかの店舗で働いている労働者の引き抜き禁止協定を締結していた(同社は、この協定が社会問題となった2017年初めにはこれを撤廃したとしている)。

従業員引き抜き禁止協定は、協定の性格上なかなかその実態がわからない。そこで労働経済学の専門家であるアラン・クルーガーらは、大手のフランチャイズ本部45社の公開文書に基づいて、1996年に35.6%の本部にこの協定があったが、20年後の2016年にはそれは53.3%に高まったことを明らかにした(Krueger and Posner [2018])。

このように、競業避止契約は企業と労働者との間で、従業員引き抜き禁止協定は企業間で、それぞれ締結される。その結果はいずれも、独占企業が労働市場における市場支配力によって労働者の自由な転職の機会を狭めるものである。低賃金労働者に対しては転職の機会を奪い、賃上げを抑制し、あるいは労働条件の改善に向けて雇用主と交渉するパワーを弱めるものとなる。高度技術者にとっては、雇用主の共謀によって、より良い労働条件へのオファーのチャンスが封殺されるのである。

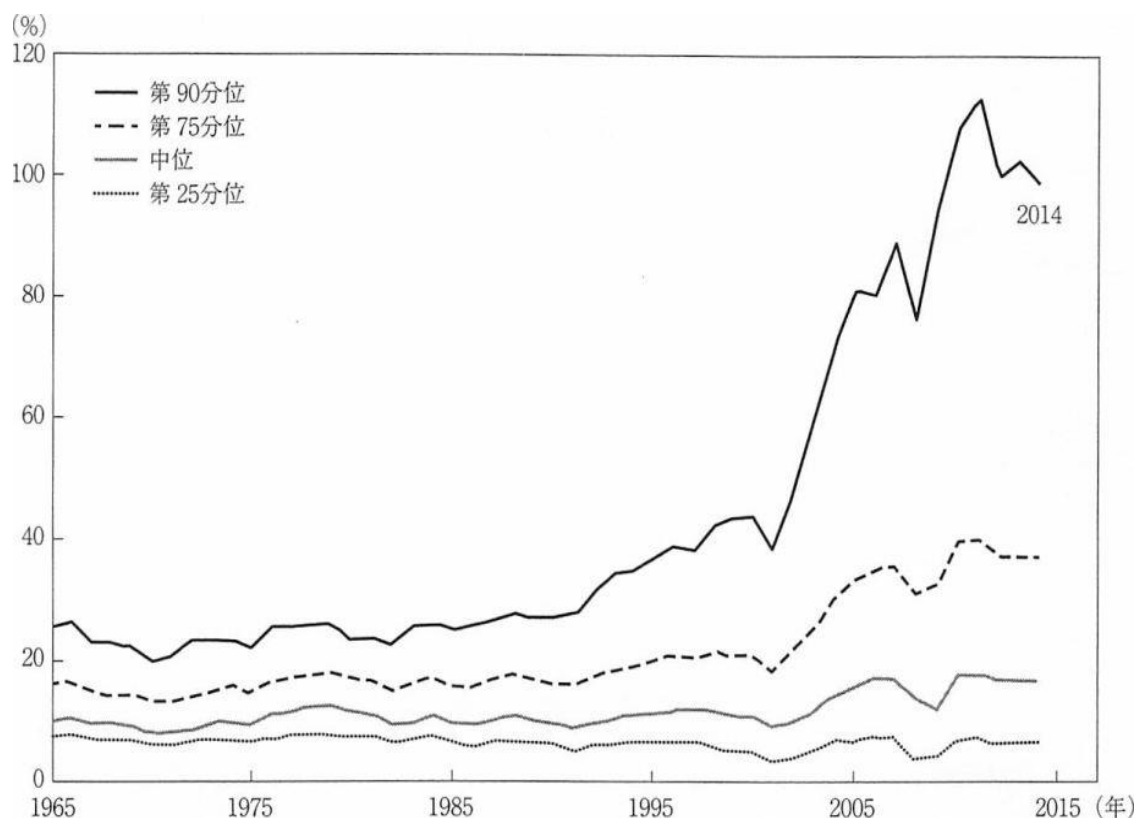
Ⅲ 独占レントとレントシーキング

1 独占レントの増加

独占による販売市場と購買市場における市場支配力の強化は、独占企業に対して競争市場において

得られる利潤を超える超過利潤（独占レント）をもたらす²。労働は付加価値というパイを大きくし、その対価が労働所得である。これに対して独占レントは市場支配力によって獲得する超過利潤であり、パイ自体を増やすわけではない。それ自体は不労所得であり、むしろレントを増やすためにパイの生産を削減することもある。

図3 アメリカの株式公開の非金融企業の対投下資本利益率の格差



注:税引き後利益で、のれん代を含まない。

出所:Furman and Orszag [2018] p.10, Figure 1.7 より作成。

独占レントの増加は独占企業への利潤集中を進め、図3にみられるように非独占企業との利益格差を拡大するとともに、独占レントの分配は労働者よりもCEOなど経営陣、そして株主に向けられた。この背景には金融化の強まりもあった。コーポレートガバナンスにおいて配当や株価において株主利

² レント (rent) とは、もともと地代を指すが、近年では独占による利益、さらには所有による利益—たとえば、利子、配当、キャピタルゲイン、特許料、技術使用料など—を含んで広義に使われるようになった。共通するのは価値を創造するのではなく、所有に基づいて価値を取得するという点である。

益優先の経営とそれを達成する CEO への高額報酬が広がったからである。その結果、労働者と金融資産富裕者や経営幹部との所得格差はさらに拡大する。これまで、所得格差の要因としてグローバリゼーションや能力・学力格差が指摘されてきたが、これらの要因に加えて独占レントの増加が所得格差を拡大してきたのである。

不均等に利益率が上昇する上位企業は、同時に世界的な多国籍企業である。これらの多国籍企業は、Global Supply Chain(GSC)において 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 (GVC) において価値の独占的取得（独占的超過利潤）を実現する（表 3）。UNCTAD の報告は、GVC への参加のメリットを説く UNCTAD も、GVC の利益の分配は不均等であることを主張する。

「部品や業務を途上国に外注する巨大企業は利益増加を実現しているが、GVC 参加から得られるコスト削減のますます大きな分け前は消費者には届いていない。同時に、途上国の生産者の利益は減少している」。(UNCTAD(2020), *World Development Report 2020 : Trading for Development in the Age of Global Value Chains*,p.3)

「巨大な規模で、市場支配力をもち、利益率の高いスーパースター企業の台頭にとって、GVC はこれらの巨大企業がそのサプライヤーに対してもつ不均衡な取引交渉力をさらに強めるものであった。先進国の買い手企業が高利潤を獲得する一方で、途上国のサプライヤーは搾り取られている」(*Ibid.*,p.85)。

「GVC におけるひと握りの巨大勝者と搾り取られる GVC への多数の参加者や企業や労働者のとのギャップは拡大し続けている。輸出市場における輸出企業の集中の高まりや競争への無形の障壁、これらはいずれもトップ多国籍企業（国際貿易・金融の最大の主役）のレントを増大し、不平等に対する貿易の影響を激化させた」UNCTAD(2018), *Trade and Development Report 2018.Power,Platforms and The Free Trade Delusion*,p.57)。

表3 売り上げトップ 2000 社の多国籍企業の対売上純益率

	1996– 2000	2001– 2005	2006– 2010	2011– 2015
Net sales or revenues	12.8	18.7	29.7	36.8
Net income or profits	0.7	1.0	2.0	2.6
Ratio of profit to revenue	5.7%	5.4%	6.8%	7.0%

Source: UNCTAD database of consolidated financial statements, based on Thomson Reuters Worldscope.
Note: Data relate to annual averages.

出所：UNCTAD (2018) , *Trade and Development Report 2018 : Power, Platforms and The Free Trade Delusion.*

不均等に利益率が上昇傾向を見せている上位企業は、同時に世界的な多国籍企業でもある。「巨大な規模で、市場支配力をもっており、利益率の高いスーパースター企業の台頭にとって、GVC はこれらの巨大企業がそのサプライヤーに対してもつ不均衡な取引交渉力をさらに強めるものであった。先進国の買い手企業が高利潤を獲得する一方で、途上国のサプライヤーは搾り取られるな、

2 レントシーキングと政治権力

独占企業はその市場支配力を維持し、独占レントを増加させるために政治権力に接近する。立法、政策、行政によって市場支配力をより強め、独占レントを増やそうとするからである。この活動は政治的レントシーキングといえよう。具体的には、連邦議会議員や大統領の選挙資金および政治活動資金への拠出、あるいはロビイング会社と契約してロビイストに議会で審議される関連法案の分析、正案や対案の作成、そして現職議員への働きかけをしてもらう。さらには、大統領政権が代わるごとに「政治的任用」によって、ビジネス界の実力者を行政政府の高官に送り込み、あるいは逆に行政政府からビジネス界に入るといふ「回転ドア」といわれる人事もまた、人的ネットワークと価値観の共有によるレントシーキングである。

このようなレントシーキングは、GAFAM のような新興独占企業では一層顕著である。この業界は個人情報漏出、関連市場の独占、優越的地位の濫用、コンテンツ内容の説明責任、既存メディアとの関係、労働問題などさまざまな問題に直面している。議会では「Facebook、メディア・プライバシー、データの利用と濫用」(上院、2018年)や「オンライン・プラットフォームと市場支配力」(下院、2019年)などをテーマに、GAFAM をめぐって公聴会が続いている。また司法省は2020年には検索サービスで、2023年には広告業で、それぞれ反トラスト法違反があるとして Google を提訴した。

そしてソーシャル・メディアは民主主義にとって悪いとするアメリカ国民の割合は、先進国では頭抜けて高く 64%に達する（ピューリサーチセンターによる 2022 年 3 月の世論調査）。

このように短期間に独占企業となった GAFAM に対しては、内外から厳しい目が注がれている。これに対して GAFAM はロビイングに拍車をかけて応戦しようとしている。これら企業を含むインターネット命業種のロビイング支出は、2000 年ではわずか 700 万ドルであったが、2022 年では 14 倍の 9500 万ドルに増え、契約するロビイング会社は 57 社から 103 社に倍増した。この支出は潤沢な利益のほんの一部に過ぎないが、この新興産業もまたレントシーキングにおいてはオールド産業と何ら変わることはない。

GAFAM が提供するサービスは、いまやビジネスや社会生活に不可欠のインフラであるが、政治、経済、社会を動かす情報を収集、創造、発信するという点で独自である。それだけに、その活動に対してはビジネス、市民社会、行政、司法からの絶えざるチェックが必要である。

結論

われわれは以上のように、現代アメリカの独占を以下の 3 つの側面から捉え、それを「新しい独占」と定義した。

第 1 にグローバル競争がアメリカの独占を強めてきたこと。とくに WTO 成立以降の hyper-globalization のもとでの GVC の過程において、優越的取引によりグローバル規模でコストを削減する一方、アメリカ市場の市場支配力によってオーバーチャージする、そしてこの両者が相まってレントを実現した。

第 2 に、そのような業界のスーパースターの台頭と独占化を、シカゴ学派をバックボーンとする反トラスト司法・行政は効果的に規制することがなかった。それはグローバル競争と消費者利益があれば独占化も是認したからである。

第 3 に、今日の経済社会で不可欠な新興プラットフォーム企業の独占化である。この業界では、ネットワーク効果が働くため、グーグルやアマゾンのように検索サービスを無料で提供することによって、ユーザーの個人情報をも独占的に取得することが死活問題である。こんどはそれをターゲティング広告情報として販売独占できるからである。このようなビジネスモデルにとって、事業規模の拡大によって market leadership を獲得することが必要であり、アマゾンのように低収益性でも市場シェアを高めることが合理的なのである。そしてその過程そのものが、独占化なのである。しかるに、シカゴ学派ではこのような企業行動は不合理なのである。

このような「新しい独占」は、スーパースター企業とその他の企業との収益性の格差を拡大しており、そのことが所得格差の一因となっている。

このようにして成立した「新しい独占」に対しては内外からの批判が多い。そのため、政治的レントシーキングへの行動も活発である。

References

- ウー、ティム/秋山勝訳 [2021]『巨大企業の呪い——ビッグテックは世界をどう支配してきたか』朝日新聞出版(Wu, Tim, *The Curse of Bigness: Antitrust in the New Gilded Age*, New York, NY: Columbia Global Reports, 2018.)
- ウォーレン、エリザベス/大橋陽訳 [2018]『この戦いはわたしたちの戦いだ——アメリカの中間層を救う闘争』蒼天社出版(Warren, Elizabeth, *This Fight is Our Fight: The Battle to Save America's Middle Class*, New York, NY: Metropolitan Books/Henry Holt and Company, 2017.)
- 大橋陽・中本悟編著 [2020]『ウォール・ストリート支配の政治経済学』文眞堂。
- スティグリッツ、ジョセフ・E/山田美明訳 [2020]『スティグリッツ プログレッシブ・キャピタリズム』東洋経済新報社(Stiglitz, Joseph E., *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent*, New York, NY: W. W. Norton & Company, 2019.)
- ズボフ、ショシャナ/野中香方子訳 [2021]『監視資本主義—人類の未来を賭けた闘い』東洋経済新報社(Zuboff, Shoshana, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York, NY: Public Affairs, 2019.)
- スミス、アダム/大河内一男監訳 [1978]『国富論 1』中公文庫。
- 福田泰雄 [2021:『格差社会の謎——持続可能な社会への道しるべ』創風社。
- 米国上院反トラスト小委員会編・坂根哲夫監修 [1970] 独禁政策研究会訳『管理価格— 公共政策論集』ペリかん社。
- 宮崎義一 [1972]『寡占—現代の経済機構』岩波新書。
- Bakir, Erdogan, Megan Hays and Janet Knoedler [2021] "Rising Corporate Power and Declining Labor Share in the Era of Chicago School Antitrust," *Journal of Economic Issues*, Vol.55, No.2, pp.397- 407.
- Barkai, Simcha [2020] "Declining Labor and Capital Shares," *The Journal of Finance*, Vol.75, No. 5, pp.2421-2463.
- Colvin, Alexander J. S. and Heidi Schierholz [2019] "Noncompete Agreements," Economic Policy Institute, December 10.
- Connor, John M. and Robert H. Lande [2012] "Cartels as Rational Business Strategy: Crime Pays," *Cardozo Law Review*, Vol.34, pp.427-49.
- Council of Economic Advisers [2016] "Benefits of Competition and Indicators of Market Power," *Issue Brief*.
- Dube, Arindrajit T. [2007]"A Downward Push: The Impact of Wal-Mart Stores on Retail Wages and

- Benefits," *UC Berkeley Center for Labor Research and Education*, Research Brief, December.
- Dube, Arindrajit T., William Lester, and Barry Eidlin [2005] "Firm Entry and Wages: Impact of Wal-Mart Growth on Earnings through out the Retail Sector" Institute of Industrial Relations, *Working Paper, No. iirwps-126-05*, November.
- Furman, Jason and Peter Orszag [2018] MA Firm-Level Perspective on the Role of Rents in the Rise in Inequality, M Martin Guzman ed., *Toward a Just Society: Joseph Stiglitz and Twenty-First Century Economics*, New York, NY: Columbia University- Press.
- Khan, Lina M. [2017] , "Amazon's Antitrust Paradox," *The Yale Law Journal*.
- Kovacic, William E. and Carl Shapiro [2000] Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking," *The Journal of Economic Perspectives*, Vol.14, No.1.
- Krueger, Alan B. and Eric A. Posner [2018] A Proposal for Protecting Low-Income Workers from Monopsony and Collusion, *The Hamilton Project*, February.
- Kwoka, John E. [2016] "The Structural Presumption and the Safe Harbor in Merger Review: False Positives, or Unwarranted Concerns?" May 19.
- Miller, Nathan H. and Matthew C. Weinberg [2017] "Understanding the Price Effects of the MillerCoors Joint Venture," *Econometrica*, Vol.85, No.6, pp.1763-1791.
- Neumark, David, Junfu Zhang, and Stephen Ciccarella [2008] "The Effects of Wal-Mart on Local Labor Markets," *Journal of Urban Economics*, Vol.63, No.2, pp.405-430.
- Schechter, Asher [2018] (Interview) "Angus Deaton on the Under- Discussed Driver of Inequality in America: It's Easier for Rent-Seekers to Affect Policy Here than in Much of Europe," *Promarket*, Stigler Center for the Study of the Economy and the State, University of Chicago, Booth School of Business.
- Starr, Evan P., J. J. Prescott, and Norman Bishara [2021] "Noncompete Agreement in the U.S. Labor Force," *The Journal of Law and Economics* ,Vol.64, No.1, pp.53-84.
- UNCTAD(2018), *Trade and Development Report 2018. Power, Platforms and The Free Trade Delusion*.
- UNCTAD(2020), *World Development Report 2020 : Trading for Development in the Age of Global Value Chains*.
- U.S. Census Bureau [2020] *Selected Sectors: Concentration of Largest Firms for the U.S.*, 2017, 2020.
- U.S. Department of Justice, Office of Public Affairs [2010] *Justice News*,. Friday, September 24, 2010.
- U.S. Department of the Treasury, Office of Economic Policy [2016] *Non-compete Contracts: Economic Effects and Policy Implications*, March.