

アマゾン、強まる支配力

アマゾンやグーグルなどの大手ITプラットフォームに対し、欧米で独占禁止法の視点からの批判的な意見が多く出ている。流通で言えば、米国の下院で展開されているアマゾンに対する議論が特に興味深い。アマゾンは米国の流通のいくつかの重要なチャネルで圧倒的なシェアを持つ。商品を直接消費者へ届ける物流システムにおいて、業界大手のフェデックスやUPSと張り合うような規模になっている。スマートスピーカーと呼ばれる音声で消費者の指示を受けるアレクサはこの分野で圧倒的な



伊藤元重の

エコノオッチ

シェアを誇る。もちろん、オンライン小売サイトでも大きなシェアを持っているし、クラウドサービスでもトップ企業となっている。これらの分野で独占的な行為をすることも問題ではある。ただ、それ以上に重要なのは、こうしたチャネルの独占を利用して、アマゾンが流通分野で競争制限的な行為をする可能性だ。多くの消費者がアマゾンのネットワークを利用して商品を注文し、時にはアレクサを利用して、そしてアマゾンの物流が商品を届けるということになると、商品の流通・販売においてアマゾン

必要性増す監視の目

ンが強力な影響力を行使できる立場となるからだ。米国では、歴史的にこうした独占力の存在に独占禁止法などで対応することがあった。例えば20世紀のはじめには鉄道で独占的な地位にある者は、輸送において強力な支配力を持った。その鉄道業者が製造業や物流業に関わる分野にも参入できれば、鉄道独占という威力を行使して製造業や物流業に歪（ゆが）みをもたらすことになりかねない。

だから、鉄道業者がそうした分野に関わるビジネスを行うことが制限された。銀行ビジネスでも競争制限を排除するという視点からいろいろな規制がある。銀行が不動産業や製造業などに参入できるようになれば、資金支配力を利用して競争上問題のある行為を行う可能性が出てくる。だから、銀行が他のビジネスに関わることに關しては多くの国で制約が課されている。

独占禁止法の視点で企業が分割されたという意味では、通信事業の事例が有名だ。通信分野では巨大な影響力を持ったAT&Tの分割が行われ、日本の電電公社の民営化のあり方にも大きな影響を与えた。アマゾンなどで分割論などの議論が一部で出ているのも、こうした過去の政策の影響があるのかもしれない。独占禁止法という単純な独占力の行使のみを想定しがちだが、現実には競争政策として健全な競争環境を維持するの視点も重要だ。小売りや物作りの分野で競合事業者に不利な条件が課されたり、あるいは新規の事業者の成長の機会が制限されたりするようなことがあってはならない。今の時点でアマゾンがそうした行為をしていると言っているわけではないが、アマゾンが持っているいくつかの主要なチャネルでの圧倒的な支配力が、将来そうした行動に走る可能性を懸念させる。だからこそ競争政策の視点からアマゾンのような巨大企業への監視の目が必要となるのだ。

(学習院大学国際社会科学部教授)

*この記事・写真は日本経済新聞社の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。