

随想

アメリカにおけるマーケット独占への反感

アメリカIT市場最大手企業たちによりやく注がれる厳しい目

(株)PPQC研究所 加藤 宏光

五月二十一日付、ニューヨーク・タイムズのビジネス版にポール・ローマー博士 (Paul Romer) の SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) に対する警告の記事が掲載されていることを、筆者の長女から教えられ、ざっと目を通してみた。

この記事は、ローマー博士の言葉を提言として直接取り上げていたのではなく、STEVE LOHR との署名による当該紙社説として掲載されている。ローマー博士はノーベル経済学賞を受賞した経済学の研究者 (大学教授) であるとともに、経済実践家である。Webマガジンは彼を《テクノロジ時代のエコノミスト》と呼び、ウォールストリート・ジャーナルは《ロックスターのようだ》と紹介している。ローマー博士の写真込みで

七ページの下一／三を占めるこのコラムで、コメンテーター (STEVE LOHR 氏) は YouTube や Facebook のようなソーシャル・ネットワークの策略が姑息であること (と筆者は理解した)、またその策略ゆえにこうしたサイトを訪れた人々がそのサイトにできるだけ長くどまると、また優先的にサイトへ誘導できるように個人情報を操作し、それによって巨額の所得を得ていること、またそのような戦略により市場を独占している現状をよしとしない、という意見をまとめている。

このようなガリバー型市場占有に対して《特別税》をかけることによつて抑制すべきである、というローマー博士の説を引用し、加えてアメリカのある州 (メリーランド) ではこのような税

を賦課できるように州法を確立していることを紹介している。独禁法はわが国でも適正な競争を促すために、時として過剰に寡占された市場構成の場合で公正取引委員会をして議論される (市場が特定の会社により過剰に独占されている、もしくははされるであろうと、判断された折には、適正化が促される)。

アメリカのIT市場、SNS市場はGAF Aに代表される最大手でほぼ独占状態であることは、しばしばマスコミで取り上げられるが、ニューヨーク・タイムズのビジネス版で、SNSの独占に対しての厳しい注目記事が掲載されていること自体が、世相の変化を感じさせる。この記事には、ローマー博士以外の経済学者や専門識者の同様な研究成果や意見が参考資料として

力を実感させられる。

GAF Aを始めとするSNS やリモートマーケット占有により、貧富格差が鮮明となり、さらに加速されている。

加えて、新型コロナウイルス騒動で通販をはじめとするリモート関連市場の活性化は著しく、営業規制により弱体化しているマーケットとこのような活性化の著しい市場では所得格差がますます開いている。昨今の非常事態宣言と自粛要請、さらにその延長に對して、街のレストランや飲み屋・酒を提供するサービス業界の経営者が口々に「これまでも苦しかったが、今後はもうもない!」補助金・援助金が建前だけで実際に下りてこない。このような状況では生きて行くために通常営業を再開せざるを得ない」といった悲痛な叫びを上げている。また、ニュースでは《新型コロナウイルス問題での倒産件数増加》《新型コロナウイルスセッションによる失業者増加》を取り上げている。しかし、この新型コロナウイルス問題を機に、上げ潮に乗って高利益を上げている企業 (業界) と激しく落ち込んでいる分野の格差

に対する怨嗟のうねりは、わが国では肌で感じられない。

アメリカでは、こうした格差に対してのマスコミの取り上げ姿勢が相当異なることを、このコラムから感じたのは筆者だけであらうか??

同じく、ニューヨーク・タイムズの五月二十九日、一面のOpinion 面で《The Apple Tax Is Rotten = Apple タックスは腐っている》という見出しで、Apple 社の独占体制に対しての批判記事を掲載している (文責 Farhad Manjoo さん)。

この記事では、Apple 社が Apple の OS 機構を踏まえてのアプリケーション開発者に多大なロイヤルティーを負荷していることやこれによって莫大な利益を上げていること、さらにはその市場寡占と顧客の Apple 仕様への取り込みにより、他の選択肢を極端に狭めている現実に対して、批判的に論述している (Rotten とは果物等が腐ることを意味し、Apple 社をリンゴと掛けている)。著者は Apple 社に対しては基本的に好きになれない。創業者である Steven Jobs 氏は天才で

あったのであろう。マウスを駆使したコンピュータ操作法は初心者のキーボード拒否症を緩和してくれる。今をさかのぼること三〇数年、マイクロソフト社のMS-Dosという基本ソフトを基盤としたワード・エクセル・その他のアプリケーションは、キーボードアレルギーの初心者にはコンピュータに馴染めないハードルであった。それをマウスでカーソルを動かすことで駆動する、という発想で初心者が容易にコンピュータに入門できるようにしたことで、Apple コンピュータは瞬く間に独自の市場を開拓した。

キーボード操作に慣れてきた筆者にとつては「それ、何?!」という印象であったが、この時期すべてデータをコンピュータ化しようとしていた当時の若手経営者がこのシステムを取り入れることにより、スタッフのコンピュータ・アレルギーに対処しようとしていたことを思い出す。

しかしその後は、Jobs 氏の独特のカリスマ性が同社の看板、ということに違和感を覚えるようになった。加えて Apple シェッブのスタッフが押しなべて Jobs

スタイルを踏襲しているように感じられることが《どうにも鼻持ちならない》感じられてしまう (なんとなく顧客を上から目線で見ている印象を拭えなく)。

Apple の iPhone や iPad を扱う時、鼻面をつかまれて振り回されているような気がしてくるのである。

『世の中にはマゾ気質の人がよほど多いのかな』等と捨て台詞を吐いて、Apple のツールには触れないで来た。筆者の勝手な思いはさて置き《先の Opinion 記事》にあることは、Apple 社の戦略が実際に効を奏し、多くのユーザーが Apple 社に多額のロイヤルティーを献上していること、さらにその対象を良しとしないアメリカ社会の風潮が高まっていることを表している。

ここに上げた二つの記事は、アメリカン・ドリームを敬意と好意を持って称賛していたはずのアメリカで起きている、何かしら不気味な潮流のようなモノを感じさせる。