

13:50 ~ 14:30 講演 2

"Competition Policy in Network Industries"

ニコラス・エコノミデス 氏

(ニューヨーク大学レオナルドスターン校 教授)

1. エコノミデス氏の講演

皆さま、こんにちは。本日この席に伺うことができ、うれしく思っています。私はニコラス・エコノミデスと申しまして、ニューヨーク大学のスターン・スクール・オブ・ビジネスから来ています。ネットワーク経済に関する論文等のいろいろな情報を <http://www.stern.nyu.edu> というサイトの中に載せています。それから、NET Institute (<http://www.NETinst.org>) のディレクターも務めております。この Institute はネットワーク経済関連の研究を専門に行っているところです。時間の関係で詳しく御紹介することができないので、御関心のある方はホームページを御覧ください。

本日はネットワーク産業における競争政策についてお話ししたいと思います。

まず、導入部分として申し上げたいのですが、ネットワーク産業は今や世界経済の一角を占める大きな産業であり、その中のある分野は急成長を遂げています(2ページ<sup>1</sup>)。電気通信、インターネット、放送、ケーブルテレビ、また、クレジットカードネットワークやATMネットワーク、その他のいろいろな支払いシステム、決済機関、株や債権、デリバティブなどの金融取引といった金融ネットワークがそうです。それから、B2B (Business to Business) やB2C (Business to Customer) 取引、電力、鉄道、航空会社、道路、また、ネットワーク・インフラは特に無いものの、コンピューターのソフト、ハードなどの補完的商品があるバーチャル・ネットワーク、yellow pages, Yahoo, Google といったインフォメーション・サーバーもそうです。このように、ネットワーク産業は、経済の非常に大きな一角を担っているというのが第1番目の特徴です。

第2番目の特徴は、電気通信産業の例でも分かるように、ネットワークは必須なものを提供するというので、政府にとっても特別な関心事項になるということです(3ページ)。この点を理解するために、次のような競争法の論理を仮定します(4ページ)。皆さんのご賛同が得られればと思っております競争法の論理とは次のようなものです。つまり、反トラストは分配面、生産面のダイナミックな効率性がその望まれる結果である競争の制限に対抗するものとして存在するというものです。競争は効率性を達成するための手段であり、市場の力によって競争が達成できないことが明らかであったり、社会的ベネフィットと私的ベネフィットの間に明らかな相違がある、あるいは、ある程度効率から乖離することが社会的に認められるといった特別な場合に規制がなされるべきであるということです。

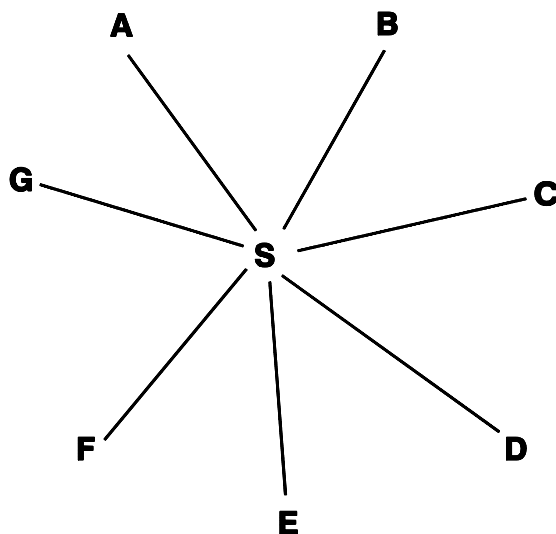
では、この考えが正しいとして、特に2つ目の点について考えてみたいと思います(5ページ)。これらネットワーク産業の特徴に起因する競争政策上の問題というのはあるので

<sup>1</sup> エコノミデス氏が使用したプレゼンテーション用スライドのページ数である。以下同じ。

しょうか。ネットワーク産業における反トラスト審査が許される若しくは拒否される特別なケースというものはあるのでしょうか。

まず、ネットワーク効果を有する市場の特徴とは何でしょうか（6ページ）。これは消費における規模に対する収穫逓増ということがあります。生産における規模に対する収穫逓増、つまり平均費用が逓減するということについては、皆さんよく御存知でしょう。ここでは、消費における規模に対する収穫逓増、これをネットワーク効果といますが、この点をお話いたします。ほかの点においてはすべて同じであるとして、より多くその製品が購入されればされるほど、その製品を購入する消費者の利益が増す場合、そこにネットワーク効果が働いているといたします。

ネットワーク効果が見られる産業の1つは、伝統的な電気通信ネットワークにおいてです（7ページ）。例えば電気通信の交換機とA、B、C、D、E、F、Gという消費者を考えます（下図参照）。そして今消費者Aがネットワークへ入ろうかと考えているとします。Aはたくさんの利益を得たいのであれば、加入者が多いネットワークへ入るでしょう。図のA-S-Bで電話する場合、A-SとS-Bの回線が使われますから、補完性があるので、ネットワーク効果が生じます。



もう1つの例がバーチャル・ネットワークです。2つだけしか例がないということではないのですが、一応、今はこれらに絞って申し上げます。バーチャル・ネットワークの場合は、別にネットワークのパーツの接続は必要ありませんが、例えば、コンピューターCPU（Central Processing Unit）とコンピューターモニターといった2種類の補完的な財が必要です。同じ種類のCPUが多ければ多いほど、その補完財であるコンピューターモニターの価値は上がります。逆もまた然りということになるわけです。また、ハイテク製品である必要はありません。卸売サービス、小売サービスといった関係でも、やはりバーチャル・ネットワークは存在し、ネットワーク効果が存在するのです。

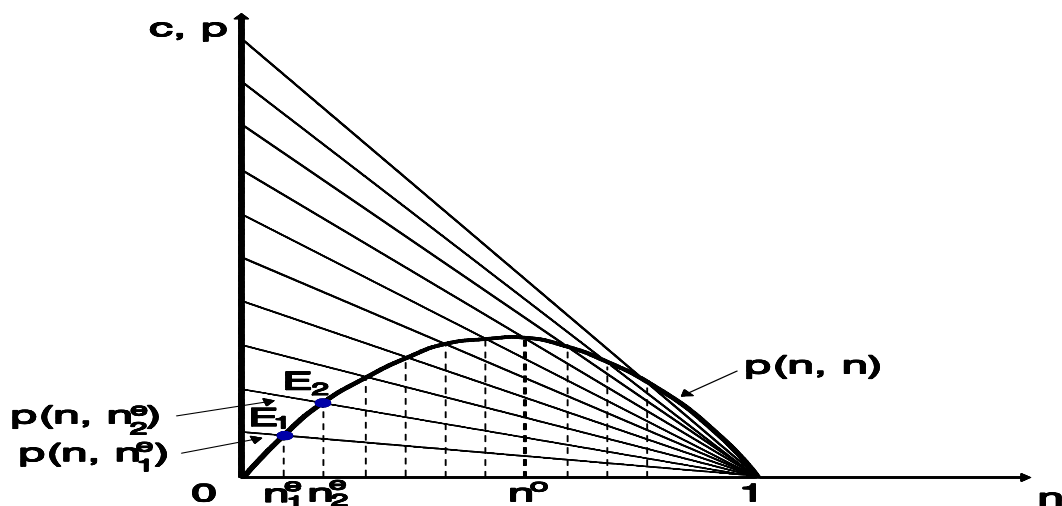
それでは、ネットワーク産業の特徴とは何でしょうか（8～9ページ）。

第1番目に、これは明らかなことであり、また、重要なことでもあるのですが、まず、

企業はネットワークの片方からでも両方からでも利益を上げることができます。例えば、Adobe Acrobat Distiller や Adobe Reader といったものは御存知でしょう。アドビシステムズ社 ( Adobe Systems Incorporated ) は、Acrobat の読み手からではなく、Acrobat の文書作成側 ( Distiller ) からのみ使用料を徴収することを決めましたが、実は、サーバーそしてクライアントのどちらからも本来は使用料を徴収することができるのです。電気通信産業において、電気通信会社は、発信者、着信者の片方もしくは両者から利益を上げることができ、実際はこれらを組み合わせて、様々な形で利益をあげています。これが重要なのです。というのは、マーケットの両サイドを複合する巧妙な価格の差別化をすることができるからです。これはネットワーク産業だからできることであり、そうでない産業ではできません。

第2番目の点は、加入者は自分が加入した場合に他者にもたらした効用によって何らかの報酬を受けるわけではないということです。私がニューヨーク地域の電気通信会社であるベライゾン ( Verizon Communications Incorporated ) の地域通話網に入ったとしても、みんなが私に電話をかけてくれるからといってベライゾンが私にディスカウントをしてくれるということはありません。そこに外部性があるわけです。マーケットによって十分に仲介されませんから、本人は裨益していないということになります。

3番目は、より基本的なことですが、需要曲線が右下がりになるという需要の法則を逆転させることができる、つまり、需要曲線を右上がりにするることができるということです ( 10 ページ )。少し説明します。これは説明しにくいのですが、簡単にやってみましょう ( 下図参照 )。

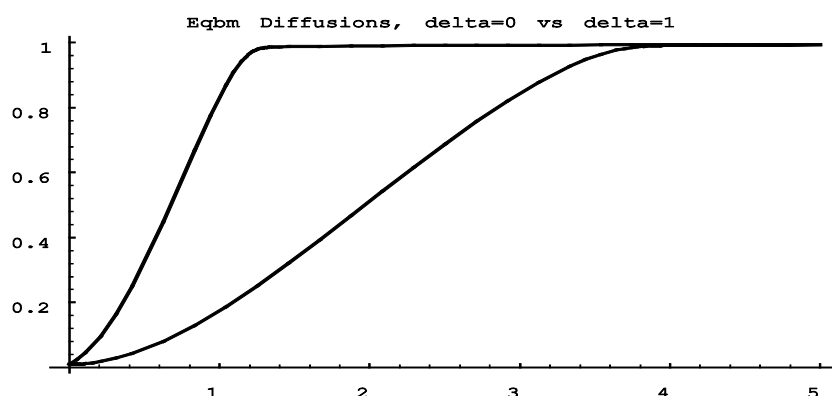


この縦軸がコストと価格で、横軸が量です。すべての直線は、ネットワーク財に関する生産、販売についての様々な期待に基づく需要曲線と考えてください。例えばIBM ( International Business Machines Corporation ) のPC ( Personal Computer ) が1981年に発売されますが、どのくらい売れるか分からないということで、最初は期待も低く、その低い

期待に基づく需要も低いわけです。高い期待，もっと高い期待と，期待度に応じて需要は変わってきます。それぞれの需要曲線は販売量と期待度の関数ということです。

では，期待が充足されたと仮定しましょう。つまり，実際の販売量と期待される販売量が同じになったと仮定するということです。そのような場合，それぞれ1ポイントずつ需要曲線が上がってくるということで，実績が期待どおりということになるとこうなります。充足された期待をベースにした需要というのは，このように右肩上がりで上がってきます。量が増えるにつれ，人々はもっと価格を払ってもいいと思うかもしれません。というのは，当該財の価値が高くなったからで，なぜ高い価値なのかというと，その補完財がより多いからです。例えば，Windows の OS であれば，アプリケーションが多ければ，更にそれだけ Windows が売れることになるわけです。

少し奇妙なことに見えるかもしれませんが，これはネットワーク産業以外では起こらないことなのです。需要が最初は上がっていき，次第に下がっていきます。つまり，新しい商品が導入されたときのように，コストが下がった時，最初はあまり生産されません。しかし，突然大量に生産が行われます。ネットワークの急速な拡大です。これがネットワークの持つ重要な特徴です。この急激な拡大を伝統的な普及曲線で見比べてみます（11 ページ）。



横軸は時間軸，縦軸は財の採用の累積率なのですが，非ネットワーク財の場合は S 型曲線になります。しかし，例えばインターネットのようなネットワーク財の場合は，より急速な累積率の上昇がみられます。つまり，ネットワーク産業においては，非ネットワーク産業に比べて，ずっと早いスピードで市場への普及が起こるのです。

では，次に 4 番目の点です。4 番目にぜひネットワーク産業の特徴として挙げておきたいのは，田中教授もおっしゃられたことですが，企業がそれぞれ自分独自の技術標準を選択することができるということです。つまり，コンピューター OS を例にとると，ウィンドウズであればウィンドウズの，Mac であれば Mac の技術標準といった感じです。このような市場では，利益と市場シェアに非常に大きな不均衡が観察されます（12 ページ）。

少しこのことを説明させて下さい。つまり、一番大きな企業のマーケットシェアは、第2位企業のシェアの何倍にもなり、第2位企業のシェアは第3位企業に比べ何倍にもなるということです。例えば、それが3倍ということであれば、第1位は66%、第2位は22%、第3位が7%。第4位が2.5%、第5位が1%となり、残りは無視できるほど小さい数になります。この幾何学的数列が意味するところは、このスケールが何段階か下がってしまうと、本当に無視できるくらい小さなマーケットシェアになってしまうということです。OSのように固定費がないものを考えたとしても（実際はOSに固定費はあるのですが）、市場構造や価格水準にも影響を与えないようなあまりにも小さな企業にすぐになってしまいます。

このような特徴は、パソコンOS市場やアプリケーションソフトウェア市場等で見られます。なぜこのように不均衡になってしまうのでしょうか。理由は簡単で、ネットワーク効果があるからです。大きなマーケットシェアを持っているということは、特別な仕様の補完財がたくさん出ているということです。Windowsがそうですね。そういう財は消費者にとってより価値を持った財であるということになります。逆に、小さなマーケットシェアしかない、例えば、アップル社（Apple Computer Incorporated）の製品のような場合は、OSに対する補完財も少なく、ネットワーク効果が小さく、したがって、消費者に対しての価値も低くなります。

もう一つご覧いただきたいのは、この市場構造について、勝者が「すべて」を獲得するのではなく、「ほとんど」を獲得するものだとしていることです。最大の企業の市場シェアは100%ではなく66%です。これは大きく、支配的な市場シェアですが、100%ではありません。なぜ66%から100%にしたがらないのでしょうか。それは100%の市場シェアを獲得するために価格を下げたくないと思うからです。だから、価格を高く維持して大きな市場シェアは持つのですが、100%のシェアは取りません。ですからこれが「勝者がほとんどを獲得する」市場構造なのです。

2番目の論点ですが、大きなネットワーク効果がある産業で、互換性がないところでは独占企業は、社会余剰を最大にすることができるということです（13ページ）。しかし、これは従来の産業組織論の伝統的モデルの下での完全競争においては不可能です。なぜそれが起こり得るのかというと、独占状態になると同じプラットフォームの標準化が起こり、この製品を買うすべての参加者の間にネットワーク効果を作り出すからです。これを分断化し、互換性のないもの同士を作ってしまうと、ネットワーク効果が適用されるのはそれぞれの小さな範囲になってしまい、全体としては、独占者のより大きな互換性のあるグループのネットワーク効果よりも小さくなります。だから、デファクトの標準化は独占企業がやったとしても価値があるのです。

それでは、反トラストに対してこれが持つ意味は何でしょうか（14ページ）。例えばネットワーク産業のことを考えてみましょう。もちろん不平等があるわけですが、しかし、こ

れは自然のものです。ここで不平等があるからといって、反競争的な行為があると推定すべきではありません。というのは、均衡には不平等が付き物だからです。こういった状況の背後には必ずしも反競争的な行為があるというわけではないのです。

伝統的な反トラストの用語でいうと、反競争的行為を判断するのに「これさえなければ」というベンチマーク ("but-for" benchmark) がありますが、これは完全競争ではなく、重大な不均衡という状態であるべきです。少しテクニカルに聞こえるかもしれませんが、経済学の考えを反トラストに当てはめるのであれば、反競争行為が存在する現実の世界を完全競争に対する反トラスト行為と比較するのではなく、この市場シェアと利益についてかなりの不均衡が生じている場合と比較することが非常に重要です。

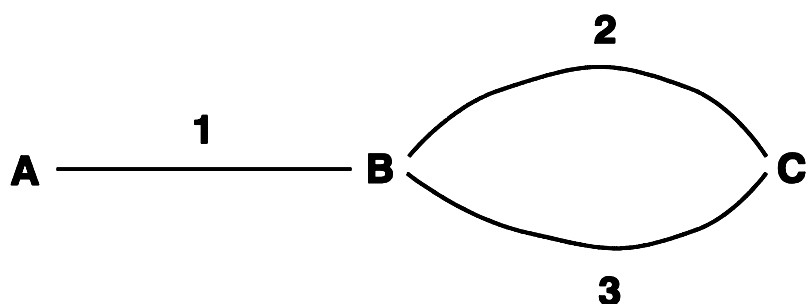
反トラストに関する2番目のポイントですが、ネットワーク効果を持っているマーケットにおいては、我々は、それを持たないマーケットほどうまく対処できないかもしれないということです(15 ページ)。例えば、参入障壁をすべて取り払って自由参入を認めたとしても、ネットワーク効果があるところでは不平等は残ります。先ほど、66%、22%というふうに小刻みにマーケットシェアが分かれるということを申し上げましたが、そこには何ら反競争的な行為はなく、均衡が存在するわけです。参入障壁をすべて取り払ったとしても、必ずしも完全な競争は生まれないのです。ですから、競争当局が参入障壁を取り払っても、市場構造に重大な影響を与えることができないかもしれません。参入障壁を無くさなくてもよいということではありませんが、無くしたからといって、その行く末として平等な市場分配がなされることにはなりません。

競争という観点について、もう1点申し上げたい点があります(16 ページ)。まず、ネットワーク産業においてはマーケット獲得競争がマーケット内の競争に先立ちます。マーケットにおける競争というよりも、どの会社がトップのプラットフォームを作り出して、利益のほとんどを取るのかについて非常に激しい競争があります。実際、最近の経験では、例えば1999年から2000年のドットコム間の市場支配への競争は非常に激しいものでした。インターネットは、双方向の広告等の新たな市場を創り出しました。たくさんの新規企業が参入し、IPO (Initial Public Offering 株式公開) もたくさんあり、金融市場から資金を調達しました。ウォールストリートはこれを見て、支配的な企業がそうでない企業に比べ、ずっと評価を上げるだろうという認識を持っていました。私が先ほど申し上げた理論上もそうでしたが、ウォールストリートもそう考えました。ですので、企業側もこれを十分理解して、持ち金をすべて使い果たしてマーケットシェアを増やそうとするわけです。日本の場合はどうだったか分かりませんが、米国の場合、無理にでももう1台売ってシェアを上げ、それによってウォールストリートから資金調達するというところにほとんど血眼になってしまったのです。

それから、ネットワーク産業についてもう1つ申し上げたいのは、経路依存 (path-independence) ということです(17 ページ)。つまり、今日下す決断は過去の売上ベースに依存しているということです。例えば今日 Windows を買う人は、今日 Windows が何

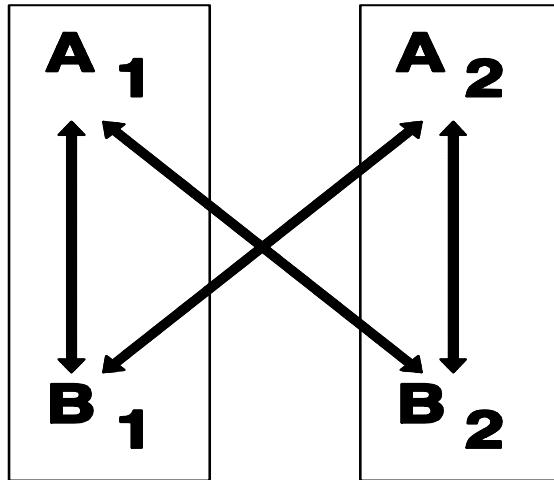
台売れたかということや価格は別に気にしません。過去においてインストールベースでどのくらい Windows が売れているかを気にするわけです。例えば、昔、VHS 対ベータの戦いが米国でもありました。ソニーは、ネットワーク外部性を見過ごして、ベータをオープンにせず、ライセンスしなかったという間違いを犯しました。JVC は、VHS を広くライセンスし、安価な VHS のプレーヤーがネットワーク効果に非常に大きな貢献をしました。安価な VHS プレーヤーは、ネットワーク効果について、高価格のベータと同じくらい、貢献できるのです。ですから、これは、一番手の企業が価格戦略を誤り、2 番手に付いていた参入者・ライバルが成功したということです。

次に、ネットワークにおけるボトルネックに特徴的な点について考えてみたいと思います。これはよく理解されているもので、One-sided のボトルネックの話です（18 ページ）。こちらの図を見てください。



A B 部分には独占があり、この独占企業は、B C にも参画しています。しかし B C 部分では競争者があり、この競争者は、A B 部分にはネットワークを所有していません。例えば、1900 年頃の A T & T (American Telephone and Telegraph Company) を考えて下さい。市内通話の特許権を失効したことにより、市内通話のライバル電気通信業者がいろいろ出てきました。しかし、長距離通信の技術についてはまだ A T & T が特許権を持っていました。ですから、同社は、A B 部分の長距離では独占していましたが、市内では激しい競争に直面していました。それで、A T & T は何をしたのでしょうか。A T & T は、相互接続を拒否したのです。つまり、独立系の市内電話事業者が買収されて Bell System の傘下に下らない限り、長距離の接続を断ったのです。これが A T & T にとっては効果的な戦略になり、1935 年までに 89% のマーケットシェアに達しました。これは米国政府により同意審決で分割された 1981 年当時と同じ数字です。以上が One-sided のボトルネックの話です。A T & T はこれを活用して自らの独占力を拡大することができました。

次に申し上げるのはより複雑な例で、Two-sided、つまり片側ではなく両側のボトルネックの話です（19 ページ）。



この場合はどうでしょうか。例えば市内通信における競争を考えるとします。ベライゾンのような大きな会社を想定してください。日本の場合はNTT（日本電信電話株式会社）ということになるのでしょうか。そして、私はニューヨークのグリニッジビレッジにある企業で、市内電話事業者になる権利を持っています。こちらは1,000人くらいの加入者がいて、あちらは何百万もの加入者を持っています。通話は電話ネットワーク1内、ネットワーク2内、またネットワーク間でも行われます。ネットワーク間で電話が行くと、例えば私のコールをベライゾンのネットワークに通すためには、ベライゾンに対してある程度の着信料を払わなければなりません。同様に、ベライゾンのコールが私のネットワークを通るのであれば、ベライゾンの方が私にある程度の料金を着信料として払ってくれます。

この着信料をベライゾンが非常に高く設定すると、私のネットワークからベライゾンのネットワークに電話をかける人がいなくなります。つまり、ここのA2からB1が消えます。加入者が私のネットワークに入るかベライゾンのネットワークに入るかを決めるとして、私のネットワークではネットワーク間でのコールがなく、加入者間のコールしかやらないということになると、私のネットワークに入って得る効用は加入者から見れば本当に小さくなってしまいます。だから、私のネットワークには絶対に入らず、みんなベライゾンに入ることになります。これがベライゾンが私を排除するために実行することができる価格メカニズムです。

これは理論上の問題にとどまらず、支配的な電話会社が民営化されたニュージーランドで実際に起こったことなのです。国営企業が民営化されて、競争者が排除されるような着信料を設定しました。その結果、実際に、競争業者はマーケットから閉め出されてしまったのです。現在、米国では、着信料を平等にさせることによりこれを解決しています。互惠性（reciprocity）という規制ルールです。しかし、規制対象でないようなATMネットワークやクレジットカード・ネットワークについては、問題は未解決です。

市場をまたいだ市場支配力行使の例を、更に挙げてみたいと思います（20ページ）。これ



は、典型的には、様々なタイプの排他的な取決めで見られ、技術標準、抱き合わせ、価格戦略、ライバルのコストを引き上げるなどの非価格差別戦略などがあります。

具体例をあげましょう。任天堂は皆さん御存知だと思います(21ページ)。1980年代半ば、任天堂は支配的なゲーム用ハードウェアのプラットフォームを有していましたが、ソフトウェアは第三者が開発していました。そのゲームソフトメーカーに対し、任天堂は次のようなルールを決めました。任天堂向けのゲームを開発する場合は、競合のプラットフォーム向けのゲームを2年間は開発してはならないというものです。つまり、ハードウェアのマーケットでの支配力を使ってソフトウェアのマーケットでも支配力を確立し、ハードウェアのマーケットにおける現在の支配力を維持しようとしたのです。これは非常に賢いアイデアでしたが、司法省からの圧力があり、やめなければなりませんでした。

耐久性のある財やサービスにおいて消費者がロックインされた後のアフターサービス市場にも問題が起こります。例えばコダック(Eastman Kodak Company)の場合も、修理業者にコピー機のパーツの供給を拒絶するという問題がありました(22ページ)。また、米国では、ナンバーポータビリティ(携帯電話の加入者が別の事業者と契約を切り替えても元の番号がそのまま使える制度およびシステム)が無かったということや、ISP(Internet Services Provider)のEメールアドレスのポータビリティが無いといったこともあります。

もう少し高度な、コンピューター業界の例を挙げたいと思います(23ページ)。これはマイクロソフトと考えていただいても構いませんが、企業AがOSを持っています。このOSはほかのものとは互換性がありません。そして、補完財のメーカーに対して「補助」を行っています。「補助」とはどういうことかと思われるかもしれませんが、OSの中にはルーチンやサブルーチンなどのパーツがあります。これは我々のような最終消費者には直接役立ちませんが、アプリケーションソフトを開発する人たちは使います。OSはこういった様々なパーツを提供し、それによって補完財メーカーに対して「補助」を行うことができるのです。あるいは企業A、マイクロソフトはMicrosoft Officeを生産し、次から次へと補助を行っています。この結果、OSの価値は高まり、同時に競合他社の参入障壁も高まります。したがって、この戦略によって、企業Aは市場支配力を徐々に確立していきます。しかし、これは少なくとも競争促進的な正当性を有していますし、これが違法であると立証することは難しいでしょう。このような例では、非互換性が市場支配力を確立するための重要な要素になっています(24ページ)。そしてもし我々が社会厚生を増大する方向にいくとすれば、公的な標準、そして互換性を義務付けるということになるかもしれません。しかし、これには2つの問題があります。まず、反トラスト当局は介入して標準を設定することを躊躇しています。2点目は、田中先生がおっしゃったように、互換性を押し付けることにより革新のインセンティブがかなり失われてしまうかもしれないということです。

それ以外に、反競争的な問題が起こり得る分野として、B2B(事業者間)の取引が挙げられます(25ページ)。市場の片方において、他方を搾り取ろうとする企業によって起こされる場合があります。また、エンロン(Enron Corporation)のように、取引を行いながら

transaction にも参加する人々によっても行われます。結果として、買手独占の状態や、ナスダック（NASDAQ：National Association of Securities Dealers Automated Quotations）の価格拘束のような問題が起こり得ます。

静的な効率性が動的な効率性に欠け得るという問題点があり得ます（26 ページ）。どの時期においても最適に選ばれる技術がありますが、しかし、意思決定のタイミングが遅れると最適ではなくなることがあります。そして、支配的なネットワークを確立しようとするための競争の中でロックインが起これば、非常に効率的ではない決定を行うかもしれません。もう一つ、この分野でしばしば聞かれるもう一つの事柄は、イノベーションについてです（27 ページ）。イノベーションに関する問題は、独占の状況において、イノベーションが独占市場に比べて完全競争においてより活発に行われるかどうかについて、経済学ではまだコンセンサスが得られておらず、結果を簡単にネットワーク産業に応用できないということです。

ここでまとめたいと思います。反競争的な行為のためにネットワーク産業に介入をするなら、まず正しい基準、つまり、何が反競争的な行動であるのかを判断するための正しい基準が必要ということです（28 ページ）。それは完全競争ということであってはなりません。競争者に害があるということは介入のための十分な理由ではないということは確かです。反トラスト当局として、よく分からないときに、これから数年先どのような世界になるのかを広範に推測しないよう注意しなければなりません。これまで申し上げた点についても考慮にいれるべきだということです。

規制について、もう少しお話ししたいと思います（29 ページ）。いろいろな問題点を指摘してきましたが、この問題を解決する唯一の方法は規制を導入することだ、例えば電気通信や、それ以外の公益事業にも規制があるように、規制が必要だとおっしゃる方がいるかもしれません。規制が最も適している産業は、きちんと定義された、あまり変化しない製品の産業であることを念頭に置かなければなりません。急速に技術が変化している産業には規制は向きません。例えば米国で AT&T の規制が始まったのは、1930 年代で、もともとの特許が失効した 35 年以上経ってのことです。

2 つ目の問題ですが、被規制企業側が規制を悪用し、価格を高止まりさせる可能性があるということです。米国では、電気通信事業者が規制を幅広く使って価格を高い水準にとどめてきました。そのために急速な技術革新やコスト削減のメリットを消費者は享受できませんでした。そして、規制当局は、公共の利益よりも規制される産業側の利害を考えがちで、費用についてよく知りません。これが米国の状況です。

規制当局に対しては、行政府や立法府からの圧力も掛かります。例えば FCC（Federal Communications Commission 連邦通信委員会）ですが、議会議員や行政府、大統領府などからも圧力も受けています（30 ページ）。より一部のクライアント企業や選挙区に対して有利になるように取り計らってほしいといった圧力にさらされているのです。これは裁判所や判事などが感じるよりも、非常に強い圧力です。規制というものはこういった行政府、立

法府からの圧力に常につながりかねないという問題をはらんでいます。また、いったん規制が導入されると、たとえそうするのが不適當であっても、更に新しい市場へと規制が拡大されてしまうという傾向があります。規制が存在するために、このような欠点によって相当の余剰が失われる可能性がありますから、規制を導入するに当たっては慎重でなければなりません。

ネットワークについて多くの事柄に触れてきましたが、今回皆様方に覚えていただきたいことは次の2点です。第1点目は、財に互換性が無く、ネットワーク効果がある場合には、市場シェアと利益に大きな不均衡が生じるということです。第2点目に、参入障壁を取り除くといった従来型の反トラスト法上の介入はこの不均等を取り除くには十分ではなく、完全競争に至るものではありません。したがって、ネットワーク効果がある市場においては反トラスト当局にとっては限られた手だてしかないということです。これについては議論の時間に更にお話ししたいと思います。

## 2. 質疑応答

質問者 D：エコノミデス先生がおっしゃったレギュレーションという言葉ですが、これは Antitrust Regulation という意味なのか、それとも Sector-Specific Regulation という意味なのかをまず第1点目にお聞きしたいと思います。

それと、最後に先生が指摘された、Antitrust Intervention は非常に限定的であるといった文脈においては、この場合、Sector-Specific Regulation が重要であるというふうに理解してよろしいでしょうか。よろしくお願いします。

エコノミデス：Regulation という言葉を使いましたが、その意味は、特に最後の2枚のスライドのところでは、Sector-Specific、セクター別の規制ということで申し上げました。規制にはいろいろな欠点があると言いましたが、この「規制」とは、セクター別に課せられる規制ということです。また、他の分野に比べて反トラスト当局としてできる介入は限定的であるとも申し上げましたが、これは本当のことだと思います。ただ、私も魔法の解決策を持っているわけではないので、単に、ネットワーク産業において市場構造を定義するに当たって、反トラスト当局として行えることについては限界があることを認識すべきであるということまでを申し上げたのみです。

質問者 E：企業間の反競争的な行為は、ある業界内の行動だけに限られているのではありません。つまり、例えばネットワーク業界とリテール業界の間とか、ネットワーク業界とメーカーの間など、産業間において大きな提携や反競争的行為があり得ると思います。この場合に、効率性や不均衡の測定について有効な基準はあるのでしょうか。つまり1つの業界だけではなく、複数の業界が関わっている提携や反競争的行為についてどのようにお考えでしょうか。

エコノミデス：これは難しい質問です。垂直的効果の特徴を持つ多くの複雑な反トラストの問題があります。質問者が正しくおっしゃったように、ネットワーク業界が一方にあって、もう一方にそうでない業界があるといったようなことがあるかもしれません。またこちらの業界もネットワーク業界だということもあるかもしれません。そうすると、問題が一層複雑になります。講演の中で複雑な差別価格の問題を採り上げましたが、それらは、反競争効果を有する排他的な戦略にもなり得ますし、それ以外にも同様に反競争効果を有する行為というものはあります。

残念ながら、現在の産業組織論の理解の段階では、明確な目安になるようなルールはまだ見つかっていません。例えば左側にあるものは反競争的で右側にあるものは競争的というふうに、しっかりと分けるようなルールはないということです。やはり、ケースごとに事実に則って分析、理解するしかないと思います。満足のいくような答えではないことは分かっていますが、これが現状で考えられる最も良い答えです。問題がないと言い切っているわけではありません。私が理解する限りでは簡単な答えは無いと申し上げているだけです。

(以上)