

GAFA と企業の社会的責任 (CSR)

石 川 実 令

- I はじめに
- II 企業の社会的責任 (CSR)
- III デジタル・プラットフォームの特徴
 - 1. ネットワーク効果
 - 2. スイッチング・コストの発生
- IV GAFA の問題行為と反トラスト法
 - 1. GAFA の問題行為
 - (1) グーグル
 - (2) アップル
 - (3) フェイスブック
 - (4) アマゾン
 - 2. 反トラスト法の限界と法改正の動向
- V おわりに

I はじめに

情報通信技術 (information and communication technology) の発展・普及は、私たちの経済・社会に様々な影響を及ぼしている。近年の大きな変化は、デジタル経済の進化であろう。元来、デジタル経済の概念はインターネットを中心とする情報通信技術を提供する産業の活動を意味する狭いものだったが、近年はインターネット上で提供される様々なサービス (電子商取引など) をも含む広いものとなっている¹。

今日のデジタル経済の進化を支えているのが、デジタル・プラットフォーマー (以下ではプラットフォーマー) である。プラットフォーマーとは、第三者がビジネスを行うための基盤 (プラットフォーム) として利用するソフトウェアやアプリケーションなどを構築・提供・運営する事業者のことである。代表的なプラットフォーマーはグーグル、アップル、フェイスブック、そしてアマゾン・ドット・コム (以下ではアマゾン) の4社であり、それぞれの頭文字をとって、GAFA と総称される²。

GAFA のサービスは私たちに様々な利便性を提供してくれているものの、その高い

1 総務省 (2019), 2 ページ。

2 「プラットフォーマー」『日本経済新聞』2018年4月27日付朝刊3ページ。なお、プラットフォームはデジタル空間に限って存在するものではなく、市場 (いちば) のようにリアル空間に存在するものもあるが、本稿でのプラットフォームはデジタル・プラットフォームを意味する。

市場シェアに対する懸念も強い³。本稿は、GAFAの市場支配力が問題視される背景や具体的な問題行為をあげ、米国の法規制の動向を整理するものである。IIでは、企業の社会的責任 (corporate social responsibility; 以下では CSR) の観点から、法規制の順守を超えた企業の責任について検討する。IIIでは、なぜGAFAが市場支配力を強めたのか、その理由をプラットフォームの特徴から見出す。IVでGAFAの問題行為を具体的に示し、米国の反トラスト法の限界を指摘する。Vでまとめを行う。

II 企業の社会的責任 (CSR)

CSRとは、企業が経営活動のプロセスに社会的公正性や倫理性、環境や人権などへの配慮を組み込み、利害関係者 (stakeholder) に説明責任 (accountability) を果たしていくことである⁴。1990年代から2000年代にかけて、欧州を中心に広く議論されるようになった。発展途上国の環境・労働・投資に関する未整備な法規制を最大限に利用して多大な利益をあげる多国籍企業の姿勢が明らかになり、企業の役割が問い直された。企業は社会の一員として、法規制を順守することはもちろん、あらゆる利害関係者に配慮した活動をすべきと考えられるようになった。

キャロルはCSRの要素を4つに分類し、「CSRのピラミッド」として階層化した⁵。図1を最下層から順に見ていこう。まず経済的責任 (economic responsibilities) がある。歴史的に見て、企業 (business organizations) は社会のメンバーにモノやサービスを提供するための経済的制度 (economic entities) として作られた。このことから、企業の主な役割は消費者が必要とし求めるモノやサービスを提供し、そのプロセスにおいて容認可能な利益 (acceptable profit) をあげることにある。

次いで、法的責任 (legal responsibilities) がある。社会は企業に利益的動機 (profit motive) に従って行動することだけを認めているわけではなく、同時に、法律や規制に従うことを求めている。企業による経済的使命 (economic missions) の追求が認められるのは、法的枠組みの中においてである。法律や規制を順守して、事業活動を展開しなければならない。

そして、倫理的責任 (ethical responsibilities) がある。成文化はされていないが、企

3 グーグルの検索エンジンにおける世界シェアは91.8% (2020年6月時点)、アマゾンの電子商取引における米国シェアは38.7% (2020年2月時点)、フェイスブックのソーシャルメディアにおける世界シェアは74.0% (2020年6月時点)、そしてスマートフォンOSの世界シェアはアンドロイド (グーグル) が86.1%、iOS (アップル) が13.9%である (2019年)。「巨大ITに包囲網」『日本経済新聞』2020年10月8日付朝刊3ページ。

4 谷本 (2013), 15-16ページ。利害関係者には従業員、株主、消費者のみならず、取引先、地域社会、債権者、規制当局、将来世代 (環境)、評価機関などが含まれる。梅田 (2009), 69ページ。また、企業に社会的責任が求められる根源的な理由は、高 (2013), 第3章に詳しい。

5 Carroll (1991)。

図1 CSR のピラミッド



（出所）Carroll（1991），p.42，Figure 3.

業は社会のメンバーによって期待されている活動を行ったり、あるいは逆に禁止されている活動を行わないようにするという責任である⁶。消費者や従業員、株主、そしてコミュニティの関心を反映した基準や規範、期待を包摂するものである。

最後に、慈善的責任（philanthropic responsibilities）がある。善良な企業市民であることへの社会の期待に応えようと、企業が活動を行うことである。但し、この責任は倫理的・道徳的な意味において期待されるものではない。コミュニティが企業に例えば金銭的貢献を期待したとしても、それが期待したレベルのものでなかったからと言って、企業を非倫理的とみなすことはできない。

以上のように、キャロルは法規制を超えて企業が負うべき責任を明らかにした。巨大企業となったGAFAには、法的責任を超えた責任を全うすることが社会から期待される。社会の一員としてあらゆる利害関係者に配慮した事業活動を行ってこそ、多大な利益をあげることが社会から許されるのである。

Ⅲ デジタル・プラットフォームの特徴

1. ネットワーク効果

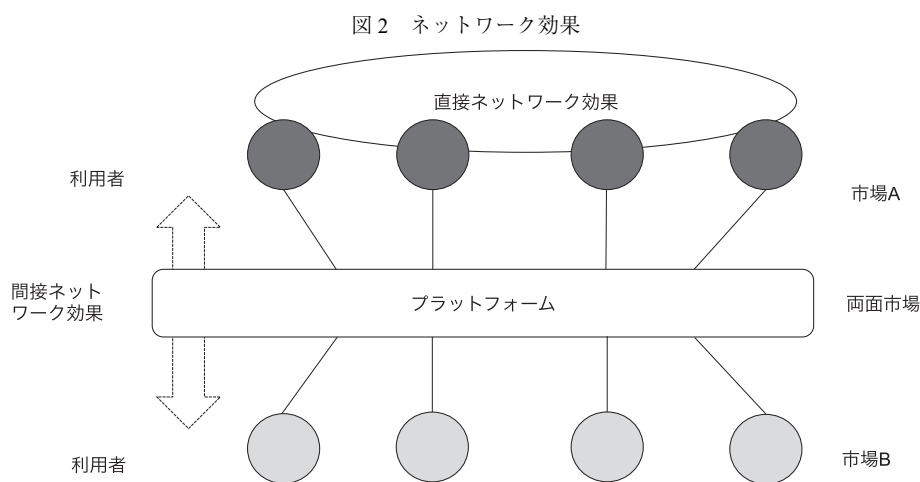
プラットフォームの主な特徴は、ネットワーク効果とスイッチング・コストにある。まず、ネットワーク効果は直接ネットワーク効果と間接ネットワーク効果に大別される（図2を参照のこと）。前者は、市場Aでの利用者が増えれば増えるほど、利用者にと

6 小山（2006），117ページ。

ってサービスの価値が高まり、利用者がさらに増えることである⁷。例えば、電話は一人では利用する意味がない。電話をかける相手、もしくはかけてくれる相手が必要である。電話を利用する人が増えれば増えるほど、連絡できる人が増えるため、電話を利用する人の効用は高まる。

後者は、市場 A での利用者が増えれば増えるほど、市場 B での利用者にとってもサービスの価値が高まり、市場 B での利用者をも増やしていくことである⁸。検索サービスを例にあげると、検索サービスの利用者が増えると、当該検索サービスに広告を掲載している広告主にとっても広告を出すことの価値が高まるため、広告主の増加につながる。

間接ネットワーク効果が働くとき、一方の市場の利用者が十分にいなければ、そのプラットフォームを利用して効用は低い⁹。インターネット通販サイトを例に考えると、利用者が十分にいなければ企業は利用（出品）しようとはせず、その結果当該サイトに出品する企業数が少なくなれば、利用者もそこで買い物をしようとはしない。新規参入者にとって、両方の市場で一定数以上の利用者数を獲得することは困難であり、高い参入障壁となる¹⁰。



7 総務省 (2019), 71 ページ。

8 総務省 (2019), 71 ページ。図2では間接ネットワークが双方向に働くよう示しているが、一方のみの場合もある。また、マイナスに働く場合もある。小田切 (2019), 279 ページ。

9 小田切 (2019), 286-287 ページ。

10 鈴木 (2020), 3 ページ。この一定数をクリティカルマスといい、商品が爆発的に普及するために最小限必要とされる市場普及率を意味する。シャビロ, ヴァリアン (2020), 341 ページ。

2. スイッチング・コストの発生

複数のプラットフォーマーが同様のサービスを提供している場合、利用者はシングルホームिंगとマルチホームिंगの2つのケースから選択する¹¹。前者は、余剰が最大となるプラットフォーマーを1つだけ選択するケースである。例えば、パソコンやスマートフォンのOSである。後者は、余剰がプラスであるプラットフォーマーをすべて利用するケースである。例えば、買い物をする店を（オンラインでもオフラインでも）1つに限定する消費者は少ない。これらの区別は利用者によって決まるといふより、プラットフォームの特性によって決まるのが一般的である。

シングルホームिंगの場合、新規参入は難しくなる。なぜなら、間接ネットワーク効果が働くことに加え、利用者の蓄積されたデータが、当該プラットフォームから別のプラットフォームに乗り換える際のスイッチング・コストとなるからである¹²。自分に関するデータであっても、コストを負担せずにそれを移すことは困難であろう。スイッチング・コストが発生すると、利用者は当該プラットフォームから余程のことがない限り乗り換えることはない。そうすると、利用者は当該プラットフォームに閉じ込められる（ロックインされる）こととなる。これにより市場の集中が維持され、ある種の参入障壁が生まれる。

IV GAFA の問題行為と反トラスト法

1. GAFA の問題行為

市場支配力に基づくGAFAの問題行為とはどのようなものだろうか。2020年7月の米国議会下院司法委員会公聴会と2020年10月の米国議会下院報告書で指摘された行為を中心にまとめる。なお、ここで取り上げる行為はEU（欧州連合）や日本などでも認識されており、それぞれの競争法を適用・改正するなどして、対処されている。

(1) グーグル¹³

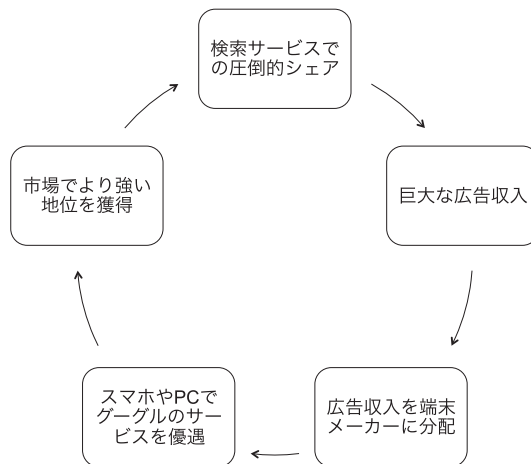
グーグルの主な問題行為は、検索サービスでの圧倒的なシェアを武器に他社のサービスを排除していることである。図3を用いて説明する。まず、グーグルは米国のインターネット検索サービスで約9割のシェアを有している。そして、検索広告から得られ

11 小田切（2019）、283-284 ページ。

12 スイッチング・コストとは、一度ある財やサービスを消費した後で、他の財やサービスに消費を移行する場合に発生する追加的な費用のことである。鈴木（2020）、4 ページ；小田切（2019）、287 ページ。

13 グーグルについては以下を参照した。U.S. House of Representatives（2020）、pp.174-247：「米、GAFA 寡占けん制」『日本経済新聞』2020年7月30日付朝刊2ページ；「巨大IT4社、米議会で証言」『日本経済新聞』2020年7月31日付朝刊3ページ；「米グーグル訴訟：争点を探る（上）」『日本経済新聞』2020年10月28日付朝刊5ページ。

図3 グーグルの「独占のサイクル」



(出所)「米グーグル訴訟：争点を探る (上)」『日本経済新聞』2020年10月28日付朝刊5ページ。

る収入をアップル等の端末メーカーと分け合う契約を結んでいる。その契約内容は、ネット閲覧ソフト「サファリ」でグーグル検索を標準扱いしてもらったり、検索・地図のアプリを最初からスマホに搭載させてもらったりするというもので、競合他社を排除する効果を持つとされる。

これに対するグーグルの反論は、まず検索サービスではアマゾン等と競争しているという。アマゾンでの商品検索も含めて市場シェアを算出すると、グーグルは6割程度になるという。また、端末メーカーとの契約については、マイクロソフトやヤフーも同じような支払いをしているという。そして、違法性はなく、消費者利益に貢献しているとしている。

(2) アップル¹⁴

アップルの主な問題行為は、アプリ配信サービスを独占して高額の手数料を徴収していること、そしてアプリ販売サービスで自社のアプリを優遇していることである。アップルは「iPhone」等で使うアプリの販売に自社で運営する「アップストア」を利用することを義務付け、売上高の30%を手数料として徴収している。アプリ内課金でも外部のシステムを使うことを認めていない。

人気ゲーム「フォートナイト」を開発するエピックゲームズは、30%の手数料などを不服として、アップルを訴えた。エピックゲームズによれば、独自の課金システムを導入したところ、アップルによってアップストア経由でのアプリ配信を止められたとい

14 アップルについては以下を参照した。U.S. House of Representatives (2020), pp.330-376:「米、GAFA寡占けん制」『日本経済新聞』2020年7月30日付朝刊2ページ;「アップル課金 2つの焦点」『日本経済新聞』2020年8月27日付朝刊3ページ。

う。アプリ開発企業が利用者への認知を高めるには、販売や課金をアップストアに頼らざるを得ない。しかし、どのアプリをアップストア上で扱うかはアップルが決める権限を持つ。

これに対して、アップルは開発者からの手数料は割高ではなく、競合と同じか低い水準だと反論している。そして、アップル以外の決算手段を認めない理由として、消費者の安全性確保などのために必要だとしている。

(3) フェイスブック¹⁵

フェイスブックの主な問題行為は、競合を買収して他社の台頭を阻害していることである。フェイスブックはこれまで86の企業を買収してきたが（2020年10月現在）、とりわけ問題視されているのが2012年のインスタグラムと2014年のワッツアップの買収である。前者は画像共有アプリ、後者は対話アプリを提供する会社である。

特定の市場において支配的地位にある企業が、将来代替財を供給する可能性のある企業を買収することにより潜在的な競争相手を事前に排除する行為は、抹殺買収（killer acquisition）と呼ばれ、将来の競争やイノベーション、技術革新を阻害することが懸念されている¹⁶。これに対して、フェイスブックはインスタグラムが成功したのは（買収後に）投資したからであり、成功の保証はなかったと反論している¹⁷。

(4) アマゾン¹⁸

アマゾンの主な問題行為は、第1に出店企業の販売履歴を使ってプライベートブランドを開発していることである。アマゾンの「マーケットプレイス」はいわば実験室であり、売れているものを模倣して製品化し、サイト上のより目立つ位置に同価格で表示し、販売している。結果的に、模倣された外部事業者の商品の売り上げは落ちる。

これに対して、アマゾンは公聴会で情報の不正利用には直接言及せず、世界で170万の中小企業が同社を通じて商品を販売しており、外部事業者の事業拡大に貢献していると実績を訴えた。

第2に、「マーケットプレイス」に出品する外部事業者の価格を不当に拘束していることである。アマゾンは電子商取引サイト上で自社で仕入れた商品を扱うだけでなく、

15 フェイスブックについては以下を参照した。U.S. House of Representatives (2020), pp.132-173, 423-430; 「米, GAFA 寡占けん制」『日本経済新聞』2020年7月30日付朝刊2ページ。

16 鈴木 (2020), 8 ページ。

17 「巨大 IT 4 社, 米議会で証言」『日本経済新聞』2020年7月31日付朝刊3ページ。

18 アマゾンについては以下を参照した。Khan (2017), pp.780-783; U.S. House of Representatives (2020), pp.247-329; 「米, GAFA 寡占けん制」『日本経済新聞』2020年7月30日付朝刊2ページ; 「米首都, アマゾンに提訴」『日本経済新聞』2021年5月26日付夕刊1ページ; 「米 IT 強まる独禁包囲網」『日本経済新聞』2021年5月27日付朝刊15ページ。

外部事業者から手数料を受け取って出品を受け入れている。その際、外部事業者には他社の電子商取引サイトで提供している価格と同水準もしくは低く設定するよう要求し、違反した場合には、アマゾンのサイトから削除するなど「罰則」を科せる契約を結んでいた。

これに対してアマゾンでは、外部事業者は商品の価格を自分で設定している反論している。そして、「最恵国待遇 (Most Favored Nation)」に関する条項を米国等で削除したという¹⁹。しかしながら、同条項の代わりに、実質的に同じ内容のフェアプライシングポリシー (Fair Pricing Policy) に差し替えたといわれている。違反した場合には、アマゾンのサイトから完全に排除するといった「制裁」を科すことができる契約も結んでいた。

2. 反トラスト法の限界と法改正の動向

以上のような問題行為に対して、現行の反トラスト法で対処することは難しい²⁰。米国では1970年代以降シカゴ学派が台頭し、自由競争の結果としての独占には寛容だった²¹。消費者利益を重視し、企業の合併・買収 (以下では M&A) や民間取引契約になるべく国家は介入しないという基本線を維持してきた²²。プラットフォーマーは基本的には消費者に無料でサービスを提供している。消費者価格の上昇を重視する姿勢では、GAF Aの問題行為を解消することは難しい。プラットフォーマーは消費者から無料で集めたデータをアルゴリズムを用いて分析し、その人が興味を持ちそうな商品の広告を提示しているとされる。これは消費者の選択の幅を狭めるものであり、必ずしも消費者の利益に貢献しているとはいえない。

また、フェイスブックの問題行為として取り上げた抹殺買収は他の3社も行っているが、規制当局が事前に被買収企業を買収企業にとって潜在的な競争相手かどうかを判断することは難しい。米国議会下院で検討中の反トラスト法改正法案の中には、M&Aによって競争が妨げられないことを企業が自ら証明することを求めるものや、M&Aの際に当局に支払う手数料を引き上げるものが含まれている。データの価値を M&A の審査にどう反映させるかなど議論があるだろうが、M&A の審査がより厳格になれば、抹

19 商取引における「最恵国待遇」とは、売り手が買い手に対し、他の買い手に対するよりも不利な条件で販売することはないことを保証する条項のことである。小田切 (2017), 218 ページ。

20 米国の反トラスト法は単一の法律ではなく、公正な競争を阻害する行為を規制する複数の法律、すなわちシャーマン法、クレイトン法、連邦取引委員会法の総称である。さらに州ごとにも独自の法律がある。「反トラスト法」『日本経済新聞』2021年5月27日付朝刊15ページ。

21 米国の反トラスト政策は時代によって展開される路線が変化してきた。石原 (1997) によれば、以下の通りである。①戦前の「条理の原則」に基づく一種の「市場行動主義」、②戦後 (1960年代) から1970年代初頭にかけての「市場構造主義」による厳格な政策路線 (ハーバード学派)、③レーガン政権下の「市場行動主義」 (自由放任主義に近いシカゴ学派)。そして、2020年代以降は「新ブランドイス学派」が付け加わることとなる。

22 「大きな転機迎えた米独禁政策」『日本経済新聞』2021年6月28日付朝刊2ページ。

殺買取が減少し、新興企業が台頭することが期待される。

V おわりに

狭い意味でのデジタル経済を牽引したのはマイクロソフトである。そのマイクロソフトはパソコン用基本ソフト (OS) 市場をほぼ独占し、インターネット閲覧ソフトとの抱き合わせ販売を行った。そうした行為が問題視され、1998年に反トラスト法訴訟を起こされた。²³ 2002年に和解が成立し、マイクロソフトは「ウィンドウズ」への競合ソフトの搭載を容認し、競合企業と取引した会社への報復を禁じるなどの是正措置をとることとなった。

そうした制約をマイクロソフトが受ける間に、広い意味でのデジタル経済を支えるGAFAは生まれ成長した。マイクロソフトの件を規制当局が巨大企業に待ったをかけたことで新興企業が台頭する新陳代謝が生じたと考えるのであれば、²⁴ 米国における反トラスト法改正に向けた動きは、「市場での競争 (competition in the market)」にとって朗報であろう。近年のGAFAの行為は、「市場のための競争 (competition for the market)」²⁵ になっていた。

米国では「市場構造の保護」にも力を入れるべきと考える新ブランダイス学派が勢いづいている。「構造的分離」によって、プラットフォームの運営と利用を同時に手掛けることによる利益相反を回避できれば、取引先や労働者を含む社会全体の利益になるだろう。²⁶

法規制はどうしても現実の後追いになる。変化が激しいデジタル経済においては尚更である。大企業には法規制を順守すること以上に、あらゆる利害関係者に配慮する姿勢が求められる。本稿では取り上げなかったが、適正な税を負担していない点でもGAFAには批判がある。²⁷ 租税回避の問題である。各国の法制度を守りながら巧妙に組み立て、結果的に税負担を低くしているという。²⁸ また、データプライバシーやデータポータビリティなどの問題もある。法規制が未整備な状況を利用して利益を得ても社会は納得せず、長期的な成長は難しい。企業は、規模が大きくなればなるほど利害関係者が増え、社会的責任も大きくなるのである。

23 「米グーグル訴訟：争点を探る (中)」『日本経済新聞』2020年10月29日付朝刊5ページ。

24 村山恵一「『得より徳』GAFAに圧力」『日本経済新聞』2020年7月9日付朝刊7ページ。

25 U.S. House of Representatives (2020), p.37.

26 「巨大ITに包囲網」『日本経済新聞』2020年10月8日付朝刊3ページ。

27 GAFAの税負担率は15.4%で、世界の計5万社超の平均(25.1%)よりも低いといわれている。「GAFA課税15%どまり」『日本経済新聞』2021年5月9日付朝刊1ページ。なお、税負担率は2018年から2020年までの3年平均である。

28 「行き過ぎた節税『租税回避』の批判」『日本経済新聞』2021年5月10日付15ページ。なお、プラットフォームによる租税回避の問題は、森信(2019)に詳しい。

【謝辞】青木真美先生には、筆者が任期付講師（有期）として同志社大学商学部に在職した際、大変お世話になりました。青木先生は趣味がとて多く、いつも楽しいお話を聞かせて頂きました。この場を借りて御礼申し上げます。

参考文献

【英語文献】

- ・ Carroll, Archie B. (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 34(4), pp.39-48.
- ・ Khan, Lina M. (2017), Amazon's Antitrust Paradox, *The Yale Law Journal*, 126, pp.710-805.
- ・ U.S. House of Representatives (2020), Majority Staff Report and Recommendations, Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of the Committee on the Judiciary, *Investigation of Competition in Digital Markets*.

【日本語文献】

- ・ 石原敬子 (1997) 『競争政策の原理と現実——アメリカの反トラスト政策をめぐって——』 晃洋書房。
- ・ 梅田徹 (2009) 『企業倫理をどう問うか：グローバル化時代の CSR』 日本放送出版協会。
- ・ 小田切宏之 (2017) 『競争政策論 [第2版]——独占禁止法事例とともに学ぶ産業組織論』 日本評論社。
- ・ 小田切宏之 (2019) 『産業組織論——理論・戦略・政策を学ぶ』 有斐閣。
- ・ 小山巖也 (2006) 「アメリカにおける企業の社会的責任論の生成と展開」 松野弘・堀越芳昭・合力知工 編著 『「企業の社会的責任論」の形成と展開』 ミネルヴァ書房, 第4章。
- ・ 鈴木絢子 (2020) 「デジタル・プラットフォーマーと競争政策」 『調査と情報』 第1088号, 1-14 ページ。
- ・ カール・シャピロ, ハル・ヴァリアン (2020) 大野一訳 『情報経済の鉄則——ネットワーク型経済を生き抜くための戦略ガイド』 日経 BP 社。
- ・ 総務省 (2019) 『令和元年版情報通信白書：進化するデジタル経済とその先にある Society 5.0』。
- ・ 高巖 (2013) 『マネジメント・テキスト ビジネスエッセンス [企業倫理]』 日本経済新聞出版社。
- ・ 谷本寛治 (2013) 『責任ある競争力—CSRを問い直す』 NTT 出版。
- ・ 森信茂樹 (2019) 『デジタル経済と税——AI時代の富をめぐる攻防』 日本経済新聞出版社。

【新聞記事 (日付順)】

- ・ 「プラットフォーマー」 『日本経済新聞』 2018年4月27日付朝刊3ページ。
- ・ 村山恵一 「『得より徳』 GAFA に圧力」 『日本経済新聞』 2020年7月9日付朝刊7ページ。
- ・ 「米, GAFA 寡占けん制」 『日本経済新聞』 2020年7月30日付朝刊2ページ。
- ・ 「巨大 IT 4 社, 米議会で証言」 『日本経済新聞』 2020年7月31日付朝刊3ページ。
- ・ 「アップル課金 2つの焦点」 『日本経済新聞』 2020年8月27日付朝刊3ページ。
- ・ 「巨大 IT に包囲網」 『日本経済新聞』 2020年10月8日付朝刊3ページ。
- ・ 「米グーグル訴訟：争点を探る (上)」 『日本経済新聞』 2020年10月28日付朝刊5ページ。
- ・ 「米グーグル訴訟：争点を探る (中)」 『日本経済新聞』 2020年10月29日付朝刊5ページ。
- ・ 「GAFA 課税 15% どまり」 『日本経済新聞』 2021年5月9日付朝刊1ページ。
- ・ 「行き過ぎた節税『租税回避』の批判」 『日本経済新聞』 2021年5月10日付朝刊15ページ。
- ・ 「米首都, アマゾンを提訴」 『日本経済新聞』 2021年5月26日付夕刊1ページ。
- ・ 「米 IT 強まる独禁包囲網」 『日本経済新聞』 2021年5月27日付朝刊15ページ。
- ・ 「反トラスト法」 『日本経済新聞』 2021年5月27日付朝刊15ページ。
- ・ 「大きな転機迎えた米独禁政策」 『日本経済新聞』 2021年6月28日付朝刊2ページ。

(2021年7月5日脱稿)