

日経MJ 2019年 3月11日付

ポイント還元原資、誰が負担？

米アマゾン・ドット・コム
のポイント制度の運用に
公正取引委員会の調査が入
った。アマゾンは全商品へ
のポイント還元を始めるこ
とにしたが、出品者に一律
に還元の原資を負担させる
方式が、独占禁止法の優越
的地位の乱用の違反に当た
る可能性があるという。同
様の方式は楽天やヤフーな
ども行っており、これも調
査の対象になるようだ。
ポイント還元の原資を出
品者に求めることが優越的
地位の乱用になるのかは、
微妙な判断となる。実際の
契約がどのような形になっ
ているのか、そしてその契



伊藤元重の

エコノウオッチ

約が出品者に不利益となる
のかという点が判断材料に
なる。例えば、こうしたポ
イント還元の原資の負担が
契約時点で明記されていれ
ば、優越的地位の乱用とは
ならないだろう。出品者は
そのような契約内容を見
て、出品するか否かを決め
られるからだ。ただ、突然
の通告で原資の負担を求め
られ、嫌なら出品をやめて
もらう、というような内容
の場合には、出品者が原資
を負担せざるをえない。優
越的地位の乱用となりう
る。
経済学の世界では、「2
階に上げてからハンコを外

優先的地位の乱用 議論を

すような行為は、市場の
失敗を起こす不当なもの
とされる。突然の通告によ
って出品者が不利益を被
つても契約を続けざるを
えない状況なら、優越的
地位の乱用といえること
になる。アマゾンのように
インターネット販売の世界
で巨大なシェアを持つよ
うになると、出品者が簡
単に他の業者に移るのも
難しいだろう。
ただ、ポイント還元の原
資を出品者に負担させる
のが、出品者の不利益に
なるとは限らない。この
問題を複雑にしている。そ
れもポイント還元の目的
が売り上げの拡大にある
なら、原資を負担しても
出品者の利益が拡大する
ことありうるからだ。出
品者に明らかに不利益に
なることが示されない限
り、優越的地位の乱用を
適用することができると
いえる。この点はきちん
と議論されるべきであ
らう。
ところで、米国の独占
禁止法では、日本のように
優越的地位の乱用が頻
りに適用されるわけでは
なさそうだが、独占禁
止法の目的が、消費者
の利益を守ることにあ
るといって「消費者主
権」の立場に立てば、
業者間の取引にまで規
制をかけるのは好ま
しくないという考え方に
なる。ポイント還元の
原資を誰が負担して
も、結果的に消費者の
利益になればよい。こ
れが消費者主権に基
づいた考え方である。
優越的地位の乱用を
重視する日本の制度では、
消費者だけでなく中小の
業者の利益にも言及が
及ぶ。こうした日米の
考え方の違いなども、
今回のアマゾンの行
動に影響を及ぼした
のだろうか。
いずれにしても、アマ
ゾンを巡る独占禁止法
上の議論は今後も注
目を集めるだろう。少
し前のある会議で、
「このままでは日本の
産業界はGAFAM(米グ
ーグル、アマゾン、フ
ェイスブック、アップ
ル)の奴隷になってしま
う」と発言した経営者
がいたが、アマゾン
の圧倒的な独占力に
独占禁止法がどう関
わっているのか注
目したい。
(学習院大学国際社会科学部教授)