

消費者政策に関する関心事 ~プラットフォームの経済学の観点から~

神戸大学 大学院経営学研究科

善如 悠介

2025年11月5日

プラットフォームの経済学

- ✓ プラットフォーム ≒ 人々が交流・取引するための「場」、またはその提供者
 - X (旧 Twitter) や Facebook などのソーシャルメディア
 - Amazon や楽天などのオンラインモール
 - Apple App Store や Google Play Store といったアプリストア
 - Booking.com やじゃらんなどの旅行予約サイト
 - Uber や Airbnb などのギグエコノミー / シェアリングエコノミー
- ✓ 連載「プラットフォームの経済学」、経済セミナー、日本評論社
 - 共著 w/ 佐藤進 @ 一橋大学
 - 第1~8回まで刊行済み。残る第9~10回を書き上げた後に書籍化？

近年の研究関心：Platform Design (1/2)

✓ 価格同等性条項とプラットフォーム競争

- Maruyama, M., & Zenryo, Y. (2020). Platform most-favored-customer clauses and investment incentives. *International Journal of Industrial Organization*, 70, 102617.

- ◆ プラットフォームが売手に対して、同じ製品を他のチャネルにおいてより好条件で販売することを禁じる行為について

✓ 二刀流プラットフォームによる自己優遇

- Zenryo, Y. (2022). Platform encroachment and own-content bias. *Journal of Industrial Economics*, 70(3), 684-710.

- ◆ マーケットプレイスの運営のみならず、自らも製品を販売する“二刀流”プラットフォームが、自社製品を検索表示アルゴリズムにおいて優遇する行為について

- 「プラットフォームによる自己優遇の経済分析」、根岸哲・泉水文雄・和久井理子編著『プラットフォームとイノベーションをめぐる新たな競争政策の構築』、商事法務、2023年7月

- ◆ 経済学(またはその隣接)分野における関連研究サーベイ

- ◆ 共著 w/ 橘高勇太 @ 京都産業大学 & 佐藤進 @ 一橋大学

近年の研究関心：Platform Design (2/2)

✓ モバイルアプリ経済圏の包括的理解にむけて

□ Zenny, Y. (2024). A model of mobile app and ad platform markets. *International Journal of Industrial Organization*, 97, 103117.

◆ モバイルアプリ経済圏を、アプリストア (Apple・Google) や広告仲介プラットフォーム (Google など) といった異種プラットフォーム市場の複合体として捉え、その中で起きる相互依存関係 (生態系) の解明を試みる第一歩

✓ プラットフォーム責任について

□ Zenny, Y. (2023). Should platforms be held liable for defective third-party goods? CPRC Discussion Paper Series, CPDP-93-E.

◆ プラットフォームは、そこで取引された製品の欠陥・不具合、そしてそれに関連して生じた消費者被害についても責任を問われるべきか？

◆ 製造物責任法がプラットフォームにも拡張された場合、なにが起こるか？

✓ その他：現在進行中のプロジェクトがいくつか

Platform Liability

プラットフォームにおけるさまざまな責任問題

✓ 大前提：粗悪・欺瞞的な製品・コンテンツを流通させる人が悪い

✓ 事前の責任

□ 悪質なコンテンツは、消費者の目に触れる前に、排除しておくべき

◆ コンテンツ・モデレーションとも呼ばれ、ある程度研究が蓄積されてきた

◆ 排除されるに越したことはないが、プラットフォームの負担増が利用料金に転嫁され、ネットワークサイズが縮小してしまっては困る

✓ 事後の責任

□ プラットフォーム経由で購入した財・サービスから、消費者がなにかしらの被害を被った場合、プラットフォームもそれを補償すべきか？

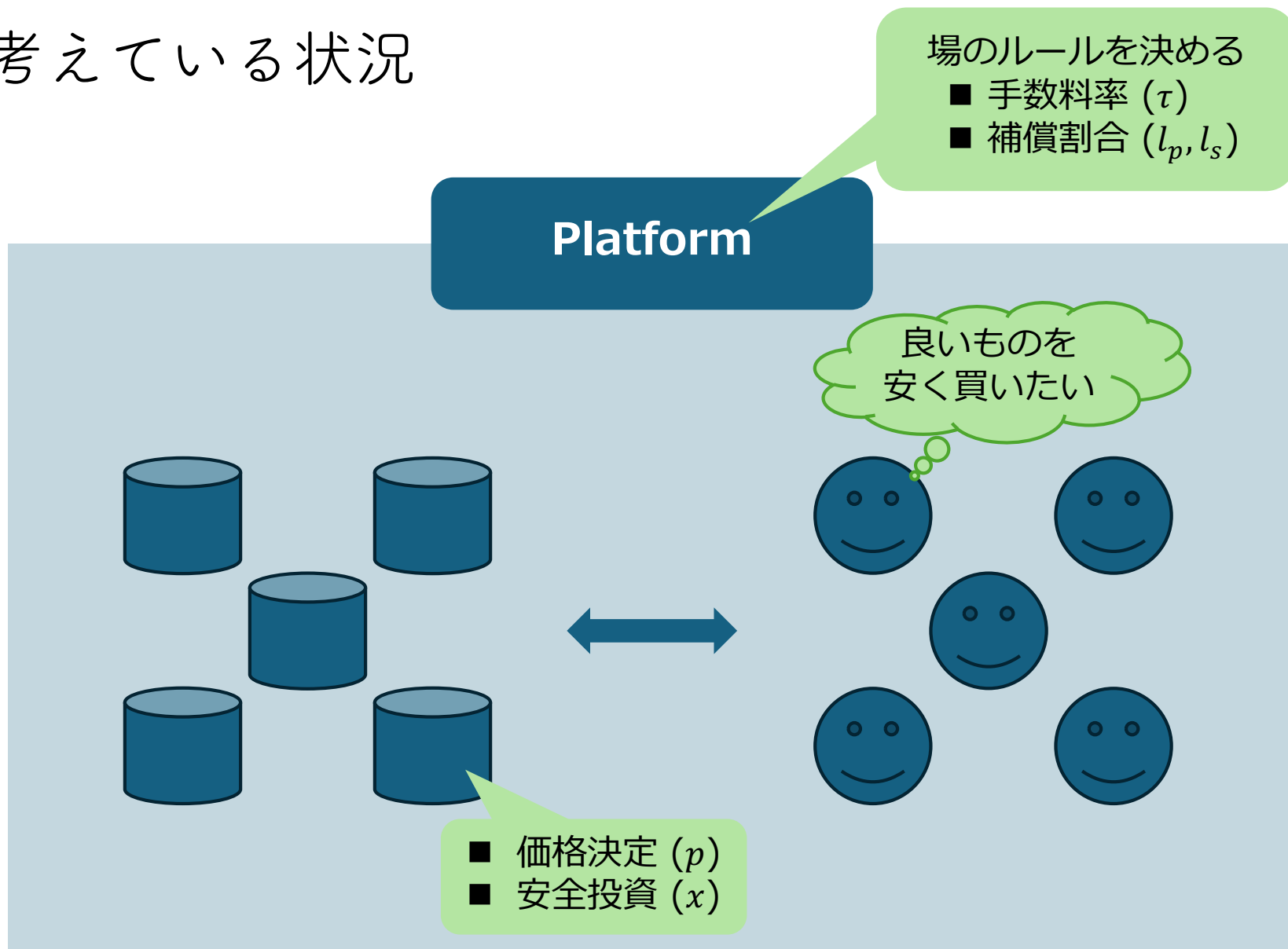
◆ 研究の蓄積が未だ限定的

➤ Hua, X., & Spier, K. E. (2025). Holding platforms liable. *American Economic Journal: Microeconomics*, forthcoming.

➤ Yasui, Y. (2022). Platform liability for third-party defective products. Working paper. Available at SSRN 4224267.

● 安井佑太 @ 高知工科大学

考えている状況



プラットフォーム責任の効果・影響

- ✓ プラットフォームが補償責任をもつこと自体は望ましい
 - 消費者被害が 100% 補償されるケース ($l_p + l_s = 1$) であっても、プラットフォームが補償に乗り出すこと ($l_p \nearrow$) は消費者厚生を改善する
 - たとえば売手が無責任だった場合など、被害が部分的にしか補償されないケースにおいてはなおさら好ましい
- ✓ 実際、プラットフォームが責任をとるインセンティブはそこまで高くない
 - 責任 ($l_p \nearrow$) $\rightarrow$ 売手が安全投資を怠る ($x \searrow$) $\rightarrow$ 補償費用がさらに膨れ上がる
 - ◆ 自分は補償したくないけど ($l_p^* = 0$)、売手には責任をとってもらいたい ($l_s^* = 1$)
 - ◆ プラットフォームは各売手の売上金を管理しており、そこから補償費用を天引きする
 - 自主的には責任をとらない状況 ($l_p^* = 0$ & $l_s^* = 1$) をスタートラインとして、そこに規制 ($L_p \leq l_p$) をかけた場合の結果を知りたい
- ✓ 強制的に責任を追わせることの副作用
 - 増加する補償費用を補填しようと、手数料率を引き上げる ($\tau \nearrow$)
 - 売手の費用 $\nearrow \rightarrow$ 価格上昇 ($p \nearrow$) & 安全投資の減退 ($x \searrow$) $\rightarrow$ 消費者厚生 $\searrow$

効果的なプラットフォーム責任規制にむけて

✓ 副作用をできるだけ抑え込むには？

□ 副作用 = 補償費用の負担が膨れ上がり、手数料率が引き上げられる

1. 独占力 (市場支配力) が強いほど、手数料率の引き上げが顕著
 - プラットフォーム競争を促進するなど、競争政策とセットで
2. 無責任・悪質な売手がいるほど、補償費用の増加が顕著
 - 悪質な売手を排除する取り組み (コンテンツ・モデレーション) とセットで

✓ 非対称規制に対する懸念

□ プラットフォーム規制は一部の巨大事業者のみを対象とする場合が多い

□ 巨大プラットフォームにのみ事後補償責任を課すと...

- ◆ 巨大プラットフォームの取引環境のみが改善し、結果として、中小プラットフォームの競争力が損なわれるかもしれない
- ◆ 場合によっては、中小プラットフォームの撤退、あるいは参入意欲の減退を招く