

(参考)
プラットフォームビジネスの基礎知識

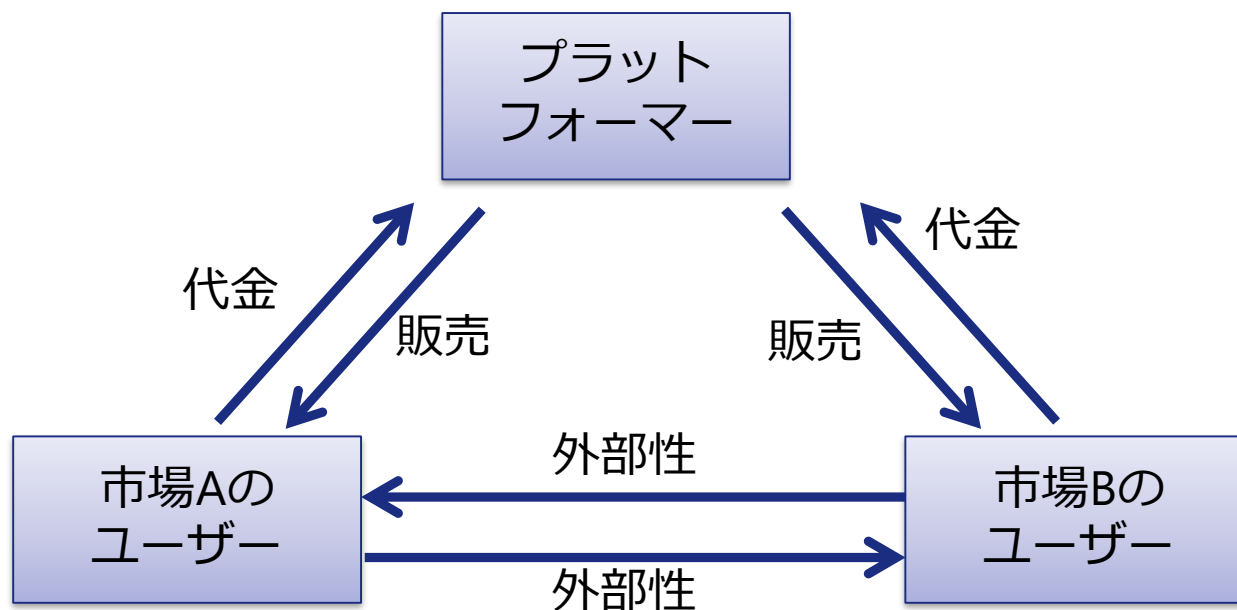
プラットフォームとは何か

- プラットフォームという言葉は、1つのシステムが1社またはそれ以上の企業が製造するパートで成り立っているとき、このようなシステムの核として機能し、その時にこそ価値が最大化するような基盤製品のことを意味する（MIT、クスマノ教授の定義）

プラットフォームの特徴

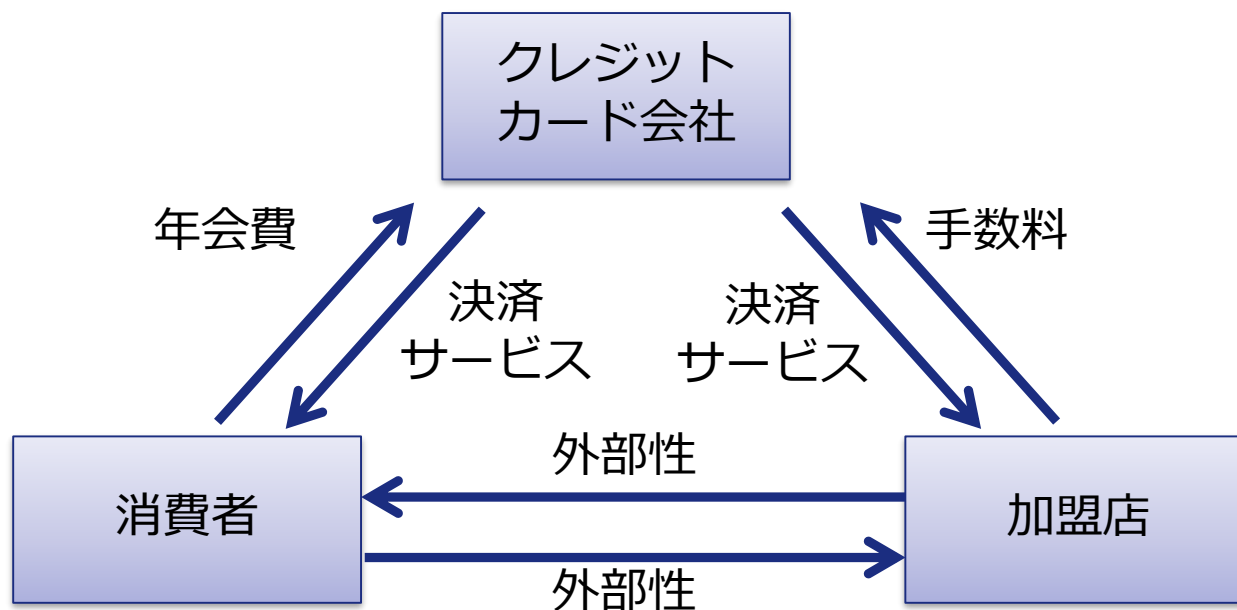
市場の多面性と外部性

- 多くのプラットフォームは事業者と消費者など、複数の市場を持つ
- プラットフォームに関わる市場は、互いに外部性を持つ
 - 多くの場合、参加する事業者が増えれば消費者が増えるし、消費者が増えれば事業者が増えるといった影響がある
 - 卸売市場でいえば、出荷者が増えれば仲卸・売買参加者も増えるし、仲卸・売買参加者が増えれば出荷者も増えるという構造



プラットフォームの例 クレジットカード

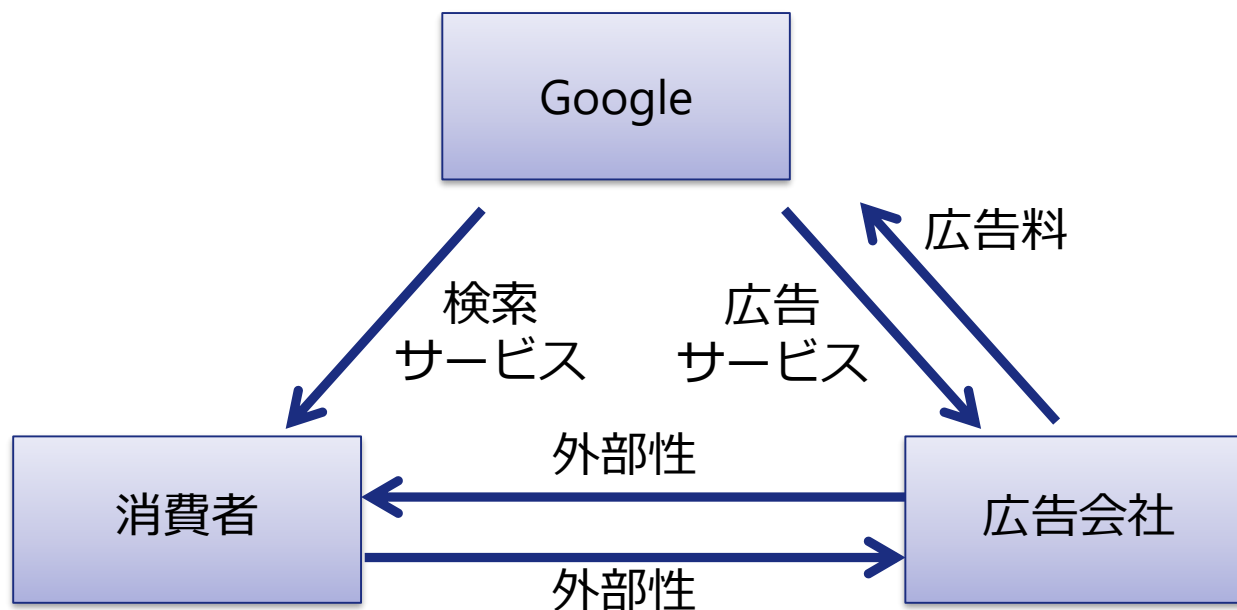
- クレジットカード会社は、消費者と加盟店という、2通りの市場を持っている
- クレジットカードを持つ消費者が増えれば加盟店が増え、加盟店が増えればカードを持つ消費者も増える



プラットフォームの例

検索サイト

- Googleなどの検索サービス企業は、消費者と広告会社という、2通りの市場を持っている
- クレジットカードとの違いは、消費者からお金を取っていないこと
- 消費者市場の拡大による広告市場への外部性を最大限に生かし、収益を最大化する戦略といえる



プラットフォームの例 その他

- 以下のように、プラットフォームとしてとらえられる市場は多い
- 卸売会社や卸売市場もプラットフォームの一種とみなせる

商品	市場 1	市場 2
ゲーム機 (Play Station 等)	ゲーム機購入者	ゲームソフト会社 (ライセンス)
文書作成ソフト (Acrobat Reader 等)	文書閲覧者	文書作成者
新聞、雑誌 (読売新聞等)	購読者 (購読料)	広告主 (広告料)
オンライン求人 (リクナビ等)	求職者	雇用者
通信販売 (Amazon 等)	買物客	加盟店
ライドシェア (ウーバー等)	乗車客	ドライバー
卸売会社 (東京青果等)	農協、任意団体、個選出 荷者等	仲卸業者、売買参加者、 第三者販売先
卸売市場 (大田市場等)	卸売会社、仲卸会社等	農協、任意団体、個選出 荷者等 (無料)

プラットフォームの特徴

外部性とアマチュア化

- 市場間の外部性は、プラットフォームの大きな特徴
 - 外部性によるネットワークが大きくなると収益性が高まり、大手企業の独占・寡占が進む
 - 一部の大手と、差別化されたニッチ企業のみがプラットフォームを運営する状況になりやすい
 - 卸売市場は地理的にそれぞれが離れているため多数の市場が存在するが、本来は少数に集約されやすい業種といえる
- 近年のプラットフォームは、ビジネスのアマチュア化を進めている
 - ウーバーのライドシェアにより、プロのタクシードライバーでなくても輸送サービスが提供できる
 - エアビーアンドビーの民泊検索サービスにより、一般の世帯でも宿泊サービスが提供できる
 - 卸売市場においても情報システムの進展次第では、個選出荷や買参権を持たない需要者の取引が拡大される可能性がある

プラットフォームの特徴

マルチホーミングと構造変化

- プラットフォームへの参加者は、複数のプラットフォームを同時利用できる（例：Yahoo!の検索とGoogleの検索）
- 卸売市場でも、出荷者は複数市場に出荷するし、仲卸・売買参加者も複数市場から仕入れることができる
 - 複数市場の利用は、出荷者の分荷等により、価格調整機能の一部となっているといえる
 - 一方で、出荷者や仲卸・売買参加者が複数市場を利用できる以上、他市場との競争に勝つ必要がある
- 大きなプラットフォームであっても、制度変更や技術革新等により、プラットフォームの構造が変化する
 - 例えばPCからスマートフォンへの変化は、プラットフォームへの参加者や、参加者のビジネスモデルを変化させた
 - 卸売市場でも、他業種の参入や市場外流通の新ビジネスの登場に打ち勝てる仕組みの構築が求められる

プラットフォームビジネスの競争力

- プラットフォームビジネスを強化するには、以下の視点が重要である
- 外部性の発揮
 - 重点的に顧客を取り込む市場に投資し、利益を生む市場の拡大につなげる
 - 例えばGoogleやフリーペーパー等の消費者使用料無料
- 参加者の設定
 - ビジネスの対象とする市場を決める
 - 多くのプラットフォームは誰でも参加できるが、ウーバーはドライバーを絞り込み
- 情報システムの構築
 - 近年のプラットフォームビジネスは、情報システム技術で支えられる
 - エアビーアンドビーによる民泊マッチングシステム、Amazonのレコメンデーションなど

プラットフォームビジネスの競争力

卸売市場・卸売業者の場合

- プラットフォームビジネスの視点で考えると、卸売市場・卸売業者の競争力として、以下のような点が重要と言える
- 外部性の発揮
 - 集荷先か販売先の一方に強みがあると、取引全体が拡大する可能性がある
 - 取組例：市場の特性に合わせ、集荷先と販売先のいずれかを重点的に拡大
- 参加者の設定
 - 市場参加者の範囲を広げることで、取引全体が拡大する可能性がある
 - 取組例：輸出の取組みや、第三者販売・直荷引きの解禁、地元市民向けイベントなどで、市場参加者を拡大
- 情報システムの構築
 - 取引先に便利な情報システムにより、取引全体が拡大する可能性がある
 - 取組例：現状よりも便利で安全な決済システム、取引の安定化につながる予測システム、多くの参加者が使用可能なマッチングシステム・せりシステム