

プラットフォームの経済分析

佐藤 進

一橋大学 経済研究所 講師

@文科省と附置研センターとの定例ランチミーティング

個人HP: <https://sites.google.com/site/econsusumusato/home?authuser=0>

佐藤 進：自己紹介




• 経歴

- 2015年-2020年 東京大学経済学研究科 修士&博士（2020年博士取得）
 - 2020年-現在 一橋大学経済研究所 任期付→テニュアトラック講師
- } 国産

• 研究分野：産業経済学

- 特にプラットフォームビジネスを研究

• 国際交流・共同研究者

- Martin Peitz  マンハイム大学教授
 - Mark Tremblay  マイアミ大学助教授
 - Simon Anderson  ヴァージニア大学教授
- } ← 国内外の学会で知り合う
- ← 研究所に招聘

プラットフォーム：人をつなげる「場」




多様なビジネスモデル：

- 無料ビジネス
- 多彩な料金設定

巨大プラットフォームの台頭：

- GAFAM等による寡占化
- 競争の排除・自己優遇
- アプリストアを巡る訴訟

世界各国の規制：

-  デジタル市場法
-  イノベーション選択法案
-  取引透明化法

プラットフォーム：自分の研究

ビジネスモデルの研究：

- フリーミアムビジネス[6]
- エコマースの価格設定[2][7]


巨大プラットフォームの研究：

- プラットフォーム寡占[1][5]
- 自己優遇の経済分析[4]
- アプリ市場の経済分析[3]

政策実務への還元：

- 公取CPRC客員研究員[8][9]
- 総務省情報通信経済研究会

これから紹介



アプリ市場の経済分析：背景

- アプリ市場：デジタル経済の最重要分野
 - インターネットサービス利用の最大インフラ
- さまざまな政策課題：
 - アプリストアの手数料は適正か？ ← 今日の特ピック
 - プライバシー規制のビジネスモデルへの影響は？
 - アプリの合併が消費者に与える影響は？
- データと理論を用いたシミュレーションで課題を検討する

アプリ市場の経済分析：課題

- Q：アプリストアの手数料30%は適正か？
 - 「アップル税」：ダウンロード&課金収入への30%手数料
 - 各国政府で手数料への介入が議論
- 標準的な市場→手数料は商品価格に転嫁される→低いほど低価格に
- アプリ市場では数多の要素の考慮が必要：
 - アプリ事業者のビジネスモデルへの影響は？ ← 今回の焦点
 - アプリ事業者の参入退出への影響は？
 - ウェブなどの外部サービスとの競合関係は？

シミュレーションに用いるモデル

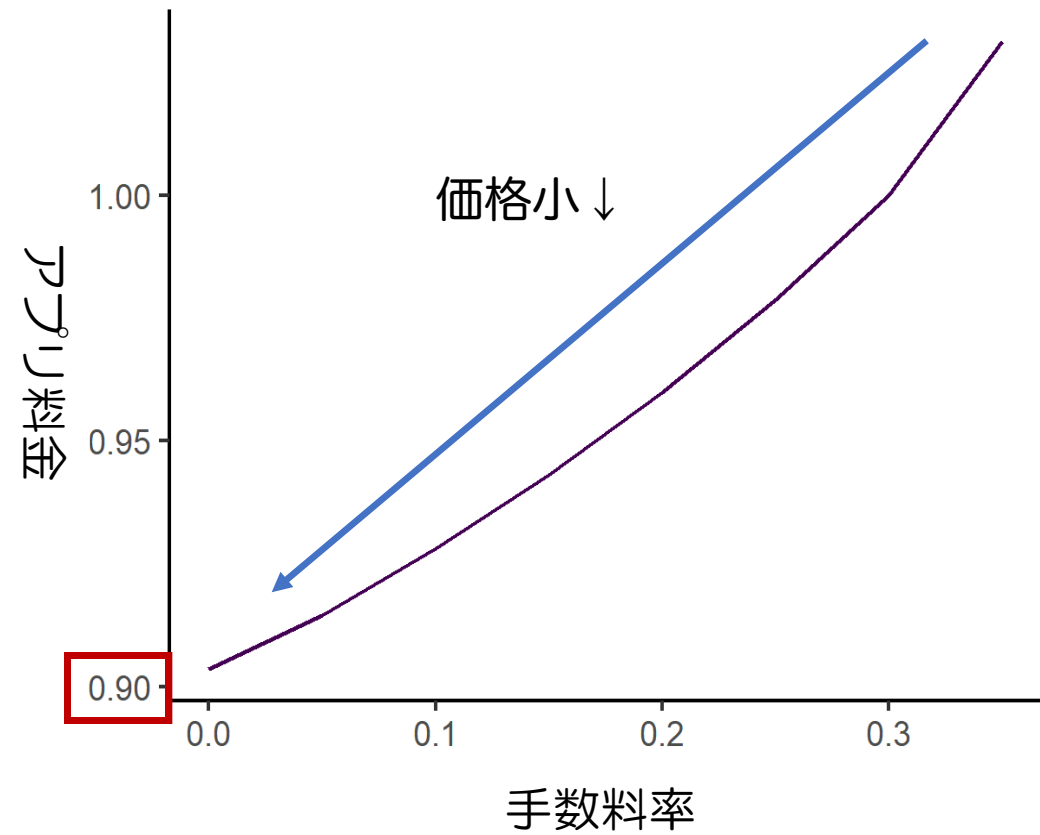
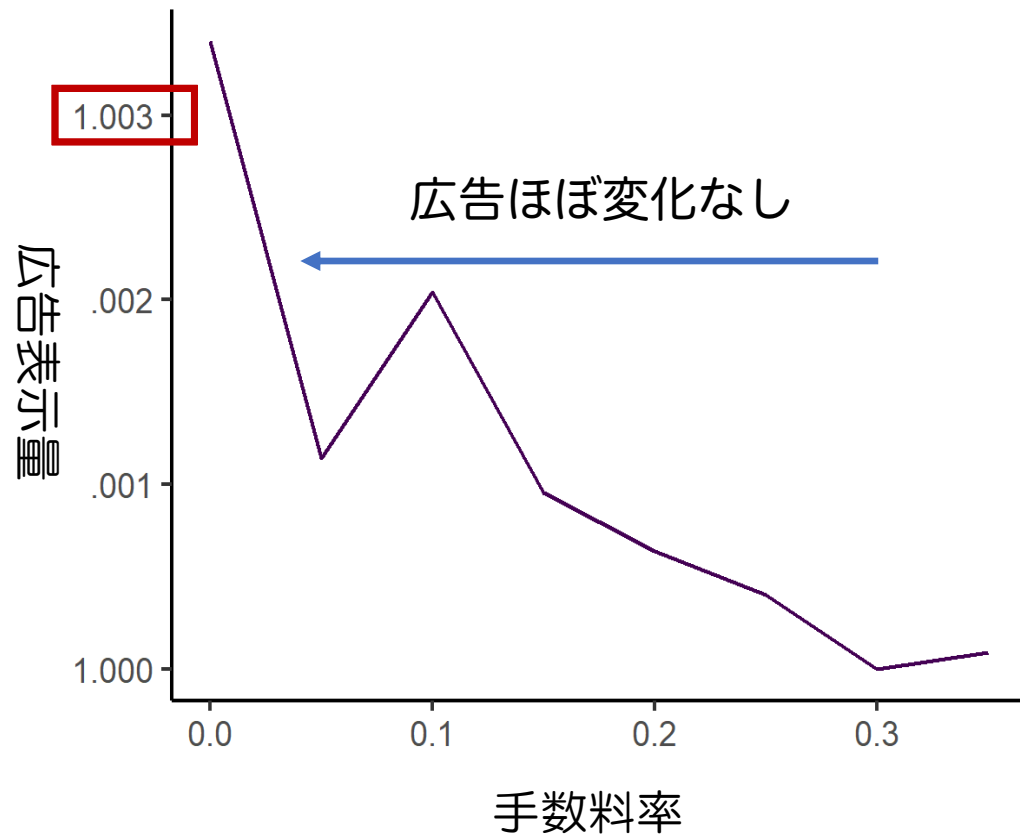
- 消費者は以下の、アプリ利用の便益が最も大きいアプリを使用する：

$$\begin{aligned} & \text{アプリ利用の便益} \\ = & \text{品質\&好み} - \text{アプリ料金} - \text{広告表示量} \end{aligned}$$

- アプリ事業者は①アプリ料金と②広告表示量を決める
 - 広告収益型
 - 料金収入型
 - 組み合わせ
- Androidアプリの2015-2017年のデータを用いてモデルを推定&分析
 - 本日はコミュニケーションアプリとゲームアプリの例を紹介

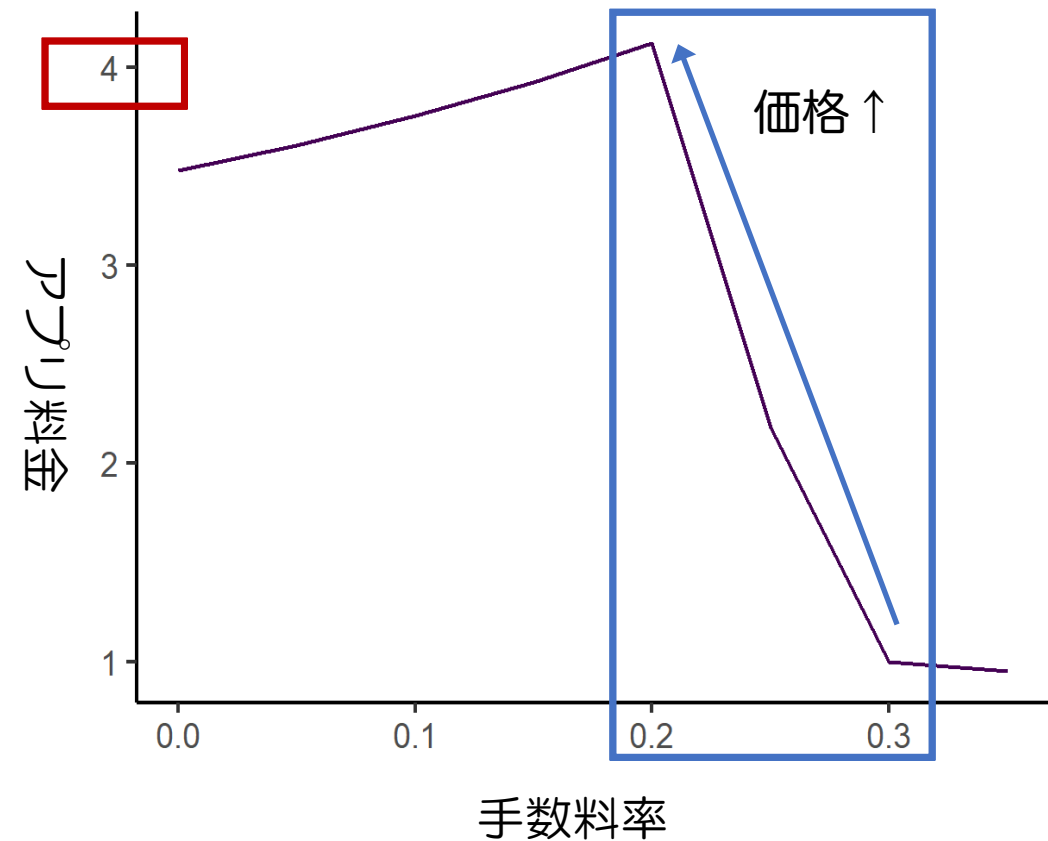
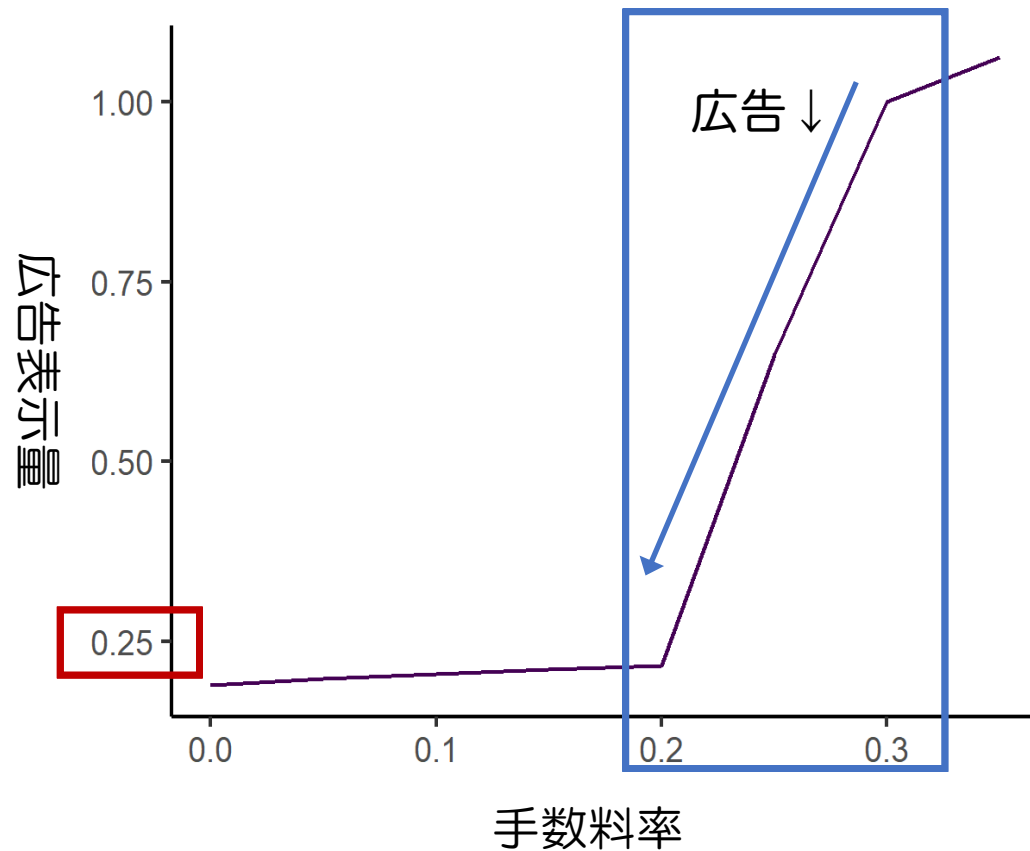
手数料減額シミュレーション①

コミュニケーション(ニュース・SNS)アプリへの影響は標準的&微小



手数料減額シミュレーション②

ゲームアプリでは手数料減がビジネスモデルの変化を誘発
→有料アプリ増加（広告減&価格増）



アプリ市場の経済分析：結論

- アプリ事業者の多様なビジネスモデルの重要性
 - 手数料↓＝価格↓は成立しない
 - アプリ市場の規制には慎重な検討が必要
- その他の論点も検証する必要あり
 - アプリ事業者の参入・退出
 - 外部の競合サービスとの関係
- より豊かな分析には追加のデータが必要
 - 購入すると数百～数千万円のオーダー
 - 大型研究費もしくは官学or産学の連携

本日のプレゼンに関連する自分の研究

- 1 Adachi, Sato, and Tremblay, “Platform oligopoly with endogenous homing” , Journal of Industrial Economics.
- 2 Anderson, Sato, and Zenryo, “Royalties and input pricing in vertical structures” in progress.
- 3 Kawaguchi, Sato, and Kuroda, “An empirical model of mobile app competition” , working paper.
- 4 Kittaka and Sato “Dual-role platforms and self-preferencing: sequential search approach” , working paper.
- 5 Peitz and Sato, “Asymmetric platform oligopoly” , working paper.
- 6 Sato, “Freemium as optimal menu pricing” , International Journal of Industrial Organization.
- 7 Sato, “Joint-purchase benefits as an anti-steering device of platforms” , Economics Letters.
- 8 川口・黒田・佐藤、「モバイルアプリの市場画定と市場支配力評価の経済分析」 CPRCディスカッションペーパー
- 9 橋高・佐藤・善如、「自己優遇に関する経済学文献のレビュー」 CPRCディスカッションペーパー

参考資料

デジタル市場法（英語）：https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en

アメリカイノベーション選択オンライン法案（英語）：<https://sgp.fas.org/crs/misc/R47228.pdf>

デジタルプラットフォーム取引透明化法：
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/transparency.html

公正取引委員会CPRC（競争政策研究センター）：<https://www.iftc.go.jp/cprc/center/index.html>

総務省情報通信経済研究会：https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/keizaiken/index.html