

プラットフォーム型経済と中小企業

土 井 教 之
 (関 西 学 院 大 学)
 (名 誉 教 授)



近年、情報通信技術（ICT）の進展に伴ってオンライン上のプラットフォーム（PF）型ビジネスが拡大している。それは、製品・サービスの売手と買手（共にPFサービスのユーザー）の取引に介在する仲介的、基盤的な段階（PF企業）を有し、PF市場（PFの両側のユーザーに関わるという意味で両面市場）と呼ばれる。こうした市場における仕組みがマネジメント、経済学、技術経営などから議論され、また政策的にも注目される。

確かに、この市場は今日産業構造上大きな比重を占める。具体的に、パソコン・スマホのOS、各種のソフトプログラム、スマホゲーム、電子書籍、SNS、そしてまた各種の紹介サイト、シェアリングエコノミーなど、先端分野で注目された。これらのPF化は産業の階層構造化を前提とし、特に産業のモジュール化とインターネット化の相互作用に起因する。しかし、在来分野でもPF型が見られる。例えば、クレジットカード、ケーブルTV、不動産仲介業、証券業、TV広告、家庭用ゲーム、雑誌などである。これらの在来分野でも、今日ではオンライン型にも進化する場合がある。

なお、PF市場は多様なパターンを含み、それぞれ固有の特性を持つかもしれない。例えば、売手と買手の間に複数のPFを持つ重層型もあり、またPFが単一ではなく複数の製品・サービスの取引を含む場合もある。

一般に、PF市場は注目すべき重要な特徴を持ち、PFを含まない市場あるいはそれを想定した従来の議論の範囲を超えるものが多い。特に需要面の規模の経済性に該当するネットワーク効果があげられる。それは、一つのPFにおいて同じ側の直接効果と二つの側の間接効果に分けられる。それらは共に当該PFのユーザーが多いほどユーザーの効用（ネットワーク価値）が大きいことを含むが、前者ではユーザーが同一側のより多くの他のユーザーに繋がることができ、そして後者では製品・サービスの売手は多くの買手を目当てに供給でき、他方、買手はより多くの売手の製品・サービスを利用可能である。すると、ネットワーク効果が作用する分野では、ユーザーの行動は過去の販売実績と今後の販売期待に影響される傾向にある。特に間接効果は両側のユーザー間で正のフィードバック効果の循環を生み出すために戦略的に重要であり、また企業の大規模化・寡占化を誘引する可能性もある。

もう一つは、取引を通して発生する売手・買手情報はオンライン技術の性格上集積され、いわゆるビッグデータを形成し、また需要の異質性・多様性を伴う。これらは企業行動に大きな影響を持つ。

そうした特徴から、例えばPF主導のネットワーク（“胴元ビジネス”）が生まれる傾向にある。この垂直的な取引においてPF企業が大きな支配力を持つ可能性がある。また、ビジネスはICTの進歩を受けて動的な競争を伴うことも多い。従って、企業経営もそしてまた政策当局も、こうした取引、競争、技術の仕組み・特性を十分に理解する必要がある。

今、PF市場について経済の大きな担い手である中小企業から見てみよう。中小企業は、一般に、PFを構築し仲介サービスを提供するだけでなく（例えばB2B、B2C、C2CまたはP2P）、仲介サービスのユーザー、すなわち製品・サービスの供給者（B2B、B2C）および買手（B2B）としても関わるができる。もとより中小企業は直接PFを利用しない場合でも、競合するPFビジネス拡大の影響を受ける恐れがある。

まず、中小企業は、特に間接ネットワーク効果の戦略的重要性から、PF企業として参入・成長するのは不利と捉えられるために、議論はほとんど大企業に向けられる。しかし、中小企業も、例えばニッチ市場でPFを構築しビジネスを行うことができる。特に、ネットワーク効果の多くはローカルなものであり、中小企業も参入し成長する可能性がある。例えば、後述のように中小企業をユーザーとして取り込むことによって成長可能であろう。また、ICTの進歩を考慮すると「中小企業不利説」が妥当かどうか、あらためて議論する必要がある。

次に、中小企業はPFを通して製品・サービスを供給する。このとき、中小企業は、地域市場を越えて全国市場、さらにグローバル市場など、より大きな市場にアクセスできる。事実、欧州では、オンラインPFが多数の中小企業（また女性起業家）を生み出したと指摘される。しかし、特に製品・サービスの中小企業とPF企業の関係に注目すると、上記の通りPF主導の関係が構築されることが多い。このとき、中小企業は大きなPF企業の買手支配力、優越的地位の濫用などを受ける可能性がある。また、PFビジネスの動態性を考慮すると、中小企業は、使用するPF企業の動態・盛衰に依存するために、不安定の余地をもつ。柔軟に対応する力が必要かもしれない。

さらに、中小企業は、製品・サービスの買手として、PFを通して原材料や情報・技術を効率的に、より安く調達することができる。その結果、取引費用や生産費用を引き下げることができる。

かくして、中小企業は、PFによって重要な流通経路を与えられ、新たな需要創出や各種の費用削減などの効果を楽しむことができる。他方で、上記の通り負の影響を受けることもある。従って、企業はPF市場の仕組みを十分に理解する必要がある。

最後に、中小企業政策に注目しよう。例えば、「欧州委員会」は従来から統一市場の統合と発展のために中小企業の重要性を強調するが、PF型ビジネスについてもその視点から議論する。すなわち、PF化が中小企業に与える影響に注目し、その成長（「中小企業によるICTのスマートな使用」、「スマート中小企業」など）を重要な政策課題の一つとする。そのために、PF型市場の機能を十分に議論した上で、中小企業がICT・PFを活用するための枠組みの構築に積極的に取り組み、中小企業政策、そしてまた競争政策、技術政策（例えば標準、知的財産権）、消費者政策などを統合的な形で模索する。わが国も、PF型経済における中小企業政策をより鮮明にすることが必要であり、またそれを支える中小企業研究もそのビジネスモデルの仕組みにもっと注目してよい。