

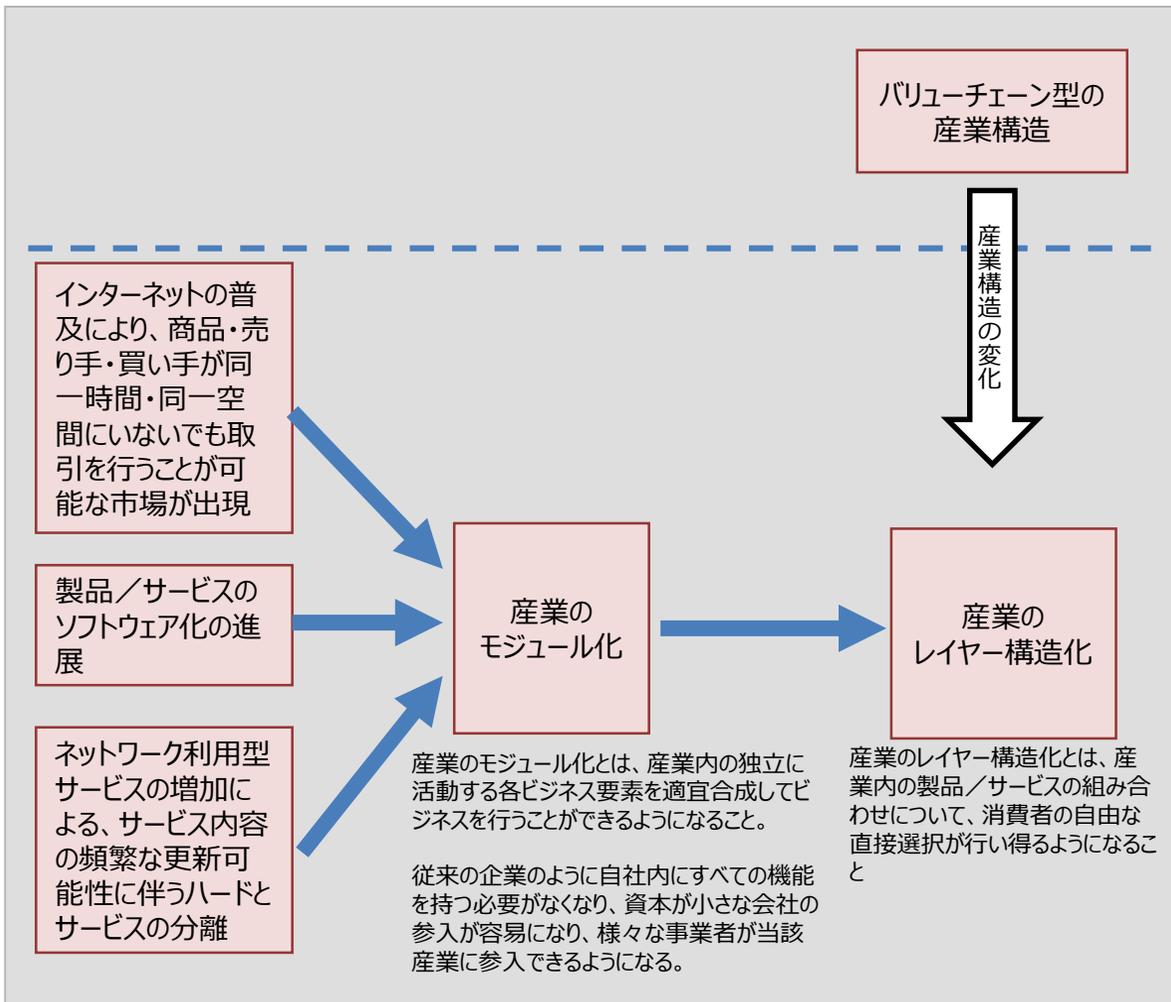
参考資料

平成30年7月

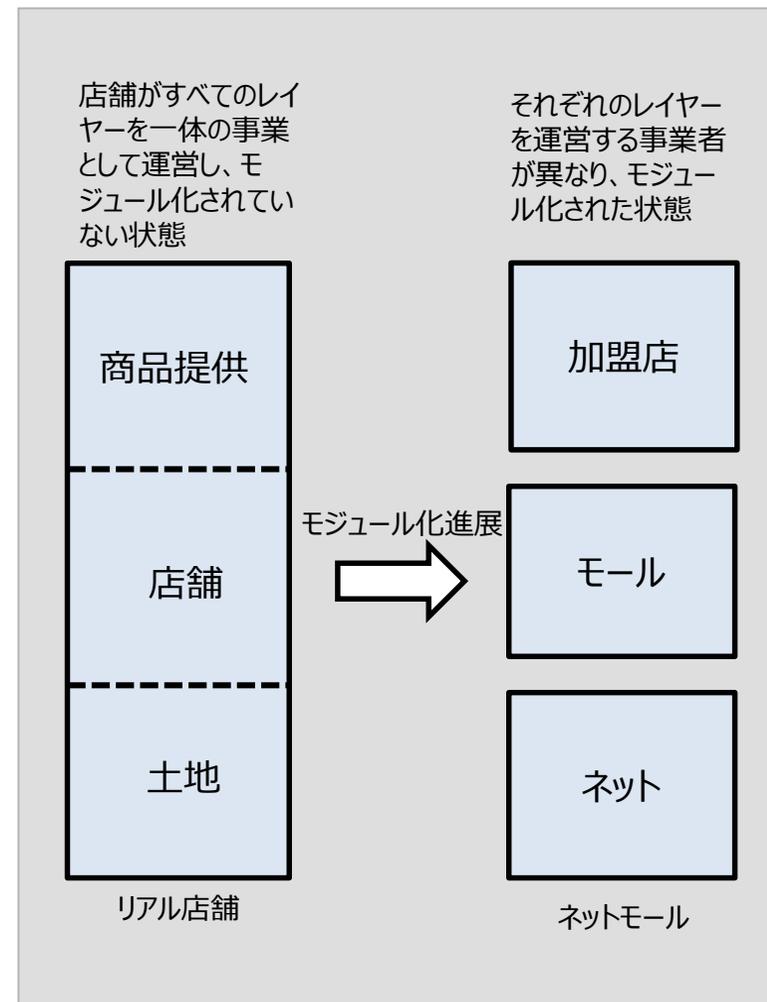
経済産業省

産業構造の変化

【産業がレイヤー構造化する原因】



【店舗のレイヤー構造化】



業種横断的ビジネス（プラットフォーム）の台頭

世界の企業価値上位企業の推移

順位	2009/12	2010/12	2011/12	2012/12	2013/12	2014/12	2015/12	2016/12	2017/10
1	PETRO CHINA (中)	エクソン・モービル (米)	APPLE	APPLE	APPLE	APPLE	APPLE	APPLE	APPLE
2	エクソン・モービル (米)	PETRO CHINA (中)	エクソン・モービル (米)	エクソン・モービル (米)	エクソン・モービル (米)	エクソン・モービル (米)	Google	Google	Google
3	マイクロソフト (米)	APPLE	PETRO CHINA (中)	ハーグジャーハサウェイ (米)	マイクロソフト (米)	ハーグジャーハサウェイ (米)	マイクロソフト (米)	マイクロソフト (米)	マイクロソフト (米)
4	中国工商银行 (中)	中国工商银行 (中)	マイクロソフト (米)	PETRO CHINA (中)	Google	Google	ハーグジャーハサウェイ (米)	ハーグジャーハサウェイ (米)	amazon
5	APPLE	Petrobras (ブラジル)	IBM (米)	ウォルマート・ストアーズ (米)	ハーグジャーハサウェイ (米)	マイクロソフト (米)	エクソン・モービル (米)	エクソン・モービル (米)	facebook
6	BHP Billiton (豪)	BHP Billiton (豪)	中国工商银行 (中)	GE (米)	J&J (米)	PETRO CHINA (中)	HDFC Bank (印)	amazon	アリババ
7	ウォルマートS (米)	中国建設銀行 (中)	ロイヤル・ダッチ (蘭)	マイクロソフト (米)	ウェルズ・ファargo (米)	ウェルズ・ファargo (米)	ウェルズ・ファargo (米)	facebook	ハーグジャーハサウェイ (米)
8	ハーグジャーハサウェイ (米)	ロイヤル・ダッチ (蘭)	チャイナモバイル (中)	IBM (米)	GE (米)	J&J (米)	J&J (米)	J&J (米)	テンセント
9	GE (米)	シェブロン (米)	GE (米)	ネスレ (スイス)	ROCHE (スイス)	中国工商银行 (中)	GE (米)	JPモルガン チェース (米)	J&J (米)
10	チャイナモバイル (中)	マイクロソフト (米)	シェブロン (米)	シェブロン (米)	ウォルマートS (米)	ノバルティス (スイス)	facebook	GE (米)	JPモルガン チェース (米)
11	中国建設銀行 (中)	GE (米)	ウォルマートS (米)	中国工商银行 (中)	ネスレ (スイス)	チャイナモバイル (中)	チャイナモバイル (中)	ウェルズ・ファargo (米)	エクソン・モービル (米)
12	ネスレ (スイス)	ハーグジャーハサウェイ (米)	ネスレ (スイス)	J&J (米)	ロイヤル・ダッチ (蘭)	ウォルマートS (米)	amazon	AT&T (米)	中国工商银行 (中)
13	Petrobras (ブラジル)	ネスレ (スイス)	ハーグジャーハサウェイ (米)	サムスン電子 (韓)	JPモルガン チェース (米)	GE (米)	ノバルティス (スイス)	テンセント	サムスン電子 (韓)
14	P&G (米)	IBM (米)	中国建設銀行 (中)	チャイナモバイル (中)	ノバルティス (スイス)	ネスレ (スイス)	ネスレ (スイス)	ロイヤル・ダッチ (蘭)	バンク・オブ・アメリカ (米)
15	J&J (米)	ガスプロム (露)	AT&T (米)	Google	シェブロン (米)	トヨタ	JPモルガン チェース (米)	P&G (米)	ウェルズ・ファargo (米)
16	バンクオブアメリカ (米)	チャイナモバイル (中)	P&G (米)	P&G (米)	PETRO CHINA (中)	ROCHE (スイス)	ROCHE (スイス)	ネスレ (スイス)	中国建設銀行 (中)
17	JPモルガン チェース (米)	JPモルガン チェース (米)	サムスン電子 (韓)	ロイヤル・ダッチ (蘭)	P&G (米)	JPモルガン チェース (米)	ウォルマートS (米)	中国工商银行 (中)	ロイヤル・ダッチ (蘭)
18	BP (英)	HSBC (米)	ジョンソン & ジョンソン (米)	ファイザー (米)	サムスン電子 (韓)	P&G (米)	中国工商银行 (中)	シェブロン (米)	ウォルマートS (米)
19	ロイヤル・ダッチ (蘭)	ウォルマートS (米)	ウェルズ・ファargo (米)	中国建設銀行 (中)	ファイザー (米)	サムスン電子 (韓)	AT&T (米)	バンク・オブ・アメリカ (米)	ネスレ (スイス)
20	HSBC (米)	AT&T (米)	BHP Billiton (豪)	ROCHE (スイス)	IBM (米)	ファイザー (米)	P&G (米)	アリババ	アンハイザー・B (独)
21位以降	30:Google	28:Google	25:Google	27:トヨタ	23:トヨタ	29facebook	22:トヨタ	30:トヨタ	39:トヨタ
	32:トヨタ	35:トヨタ	30:トヨタ	35amazon	35amazon	31: テンセント	29アリババ		
				42: テンセント	33amazon	49: facebook			

プラットフォームの定義

【参考】 経済学におけるプラットフォームの分類例

※ Evans, D. S.が提唱し、経済産業省「平成24年度我が国経済構造に関する競争政策的観点からの調査研究（プラットフォーム関連事業に関する理論）」で採用されている分類方法

分類	機能	利用者サイド1	利用者サイド2	プラットフォーム例
取引仲介型	取引の場を提供	買い手	売り手 (小売等)	ショッピングモール、オンラインオークション、電子商店街、電子書籍店、オンライン音楽配信等
メディア型	コンテンツを提供し、その利用者と広告主を媒介	利用者 (視聴者など)	広告主	TV,雑誌・新聞、ウェブ検索サービス、SNS(利用者と広告の関係)等
ソフトウェア型	インターフェースにより消費者のソフトウェア利用を可能にする	消費者	コンテンツ提供者	コンピュータOS,TV,ゲーム、ビデオ・DVDなど、電子書籍リーダー、SNSゲーム等
決済手段型	取引の決済を仲介	買い手	売り手等	クレジットカード、オンライン決済システム(PayPalなど)等

プラットフォームの定義

諸外国における検討例

	定義例	要素
2016年5月 欧州委員会「オンライン・プラットフォームに関わる政策文書」での定義	「プラットフォーム」とは、別々だが相互に依存している利用者のグループ（2つないしそれ以上）間で相互作用を起こすことで価値を創り出すために、インターネットを利用して両面的（多面的）市場において動作している事業を指す。	多面的市場においてネットワーク外部性を有する事業展開をしていること
フランス：デジタル共和国法（2016年交付／2018年5月施行）での定義（49条1項）	ネット上で、公衆に対して、専門事業者として、以下に示す通信サービスを提供する全ての自然人・法人（営利・非営利を問わず） ・ 第三者によって提供もしくはアップロードされたコンテンツ、商品またはサービスについて、アルゴリズムを用いた分類または参照を行うこと ・ 商品の販売、サービス提供、コンテンツ・商品・サービスの交換または共有を目的とした複数利用者のつながりを作ること	・情報仲介を行うこと ・情報仲介を行うに際して一定の分類等を行う処分 権限を有すること ・ネットワーク効果を有する事業であること

プラットフォームの定義

オンライン・プラットフォームの特徴

※ 欧州委員会「オンラインプラットフォームに関わる政策文書（2016.5）において挙げられた特徴

- ① 新たな市場を創造・形成し、伝統的な市場に挑み、新たな形の参加者を組織し、もしくは、大量のデータを収集、処理、編集することに基づき事業を行う能力を有している。
- ② 複数市場において運営しているが、ユーザーグループ間の直接的なインタラクションに関わるコントロールの度合いは多様である。
- ③ 「ネットワーク効果」から利益を得ている。つまり、ユーザー数の増加に伴いそのサービス価値も向上する。
- ④ 迅速且つ容易にユーザーにリーチするため、情報通信技術を用いていることが多い。
- ⑤ 著しい価値を獲得し、新規事業ベンチャーを促進し、新たな戦略的な依存関係を構築する等によって、デジタル価値の創造において主要な役割を担っている。

【具体例】

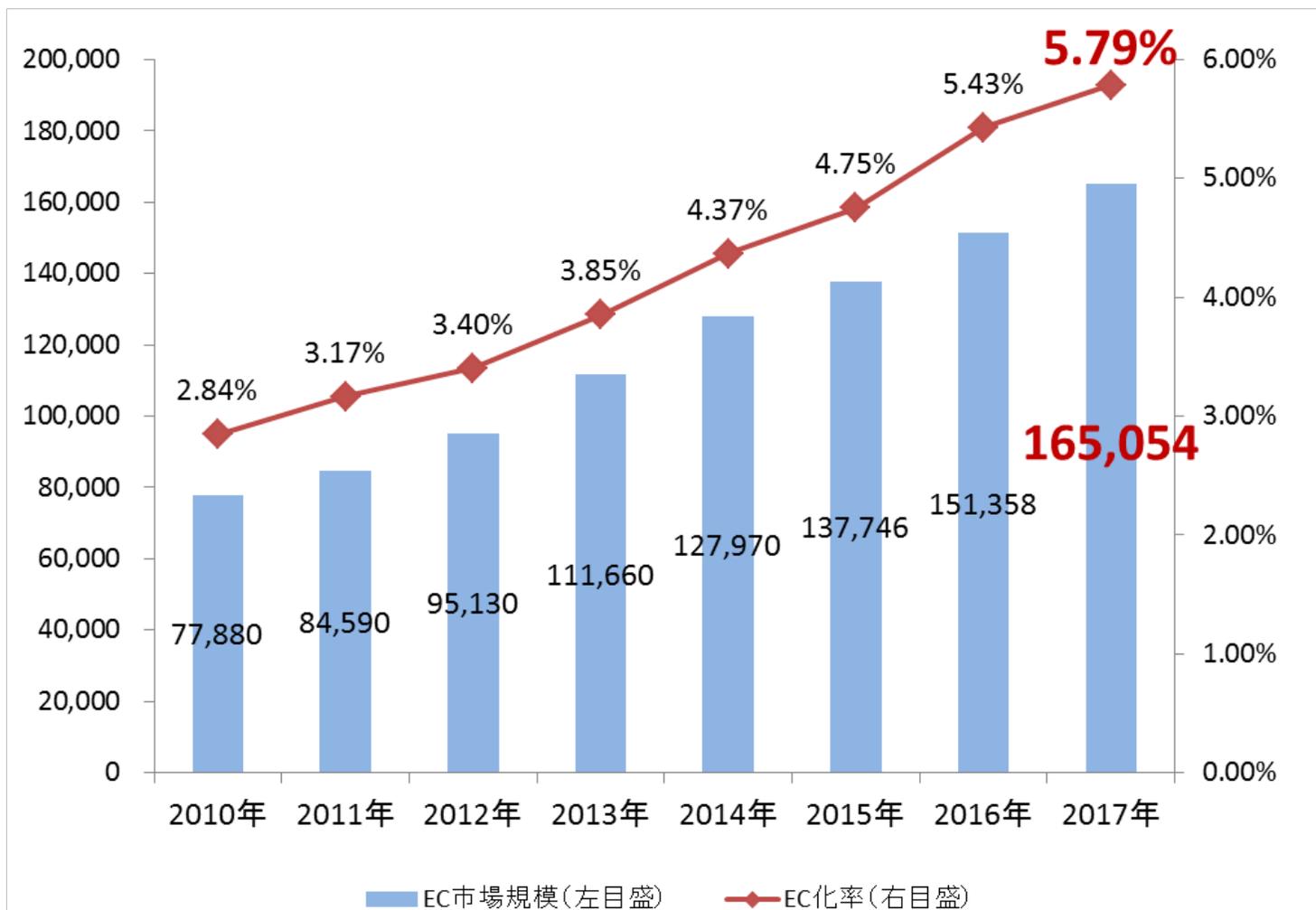
同政策文書では、オンライン・プラットフォームのサービス、事業者についても具体例を示している。

<サービス例> 広告プラットフォーム、マーケットプレイス、検索エンジン、ソーシャルメディア、制作コンテンツ販売、アプリ配信プラットフォーム、通信サービス、決済システム、シェアリングエコノミープラットフォーム

<事業者例> Google's AdSense, DoubleClick, eBay, Amazon, Marketplaces, Google, Bing Search, Facebook, YouTube, Google Play, App Store, Facebook Messenger, PayPal, Zalando marketplace, Uber

プラットフォームの出現による商取引環境の変化

BtoC-ECの市場規模及びEC化率の経年推移



出典：平成29年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)報告書 (平成30年4月 経済産業省商務情報政策局情報経済課)

プラットフォームの出現による商取引環境の変化

「インターネット通販」に関する相談件数の推移



電子商取引のうち、「インターネット通販」(BtoC関連)全体の相談件数は、2016年度までは上昇傾向であったが、2017年度についてはやや減少している。

※アダルト情報サイト等のサイト利用料、オンラインゲーム等のデジタルコンテンツも含む。

「個人間売買」及び「インターネットオークション」に関する相談件数の推移

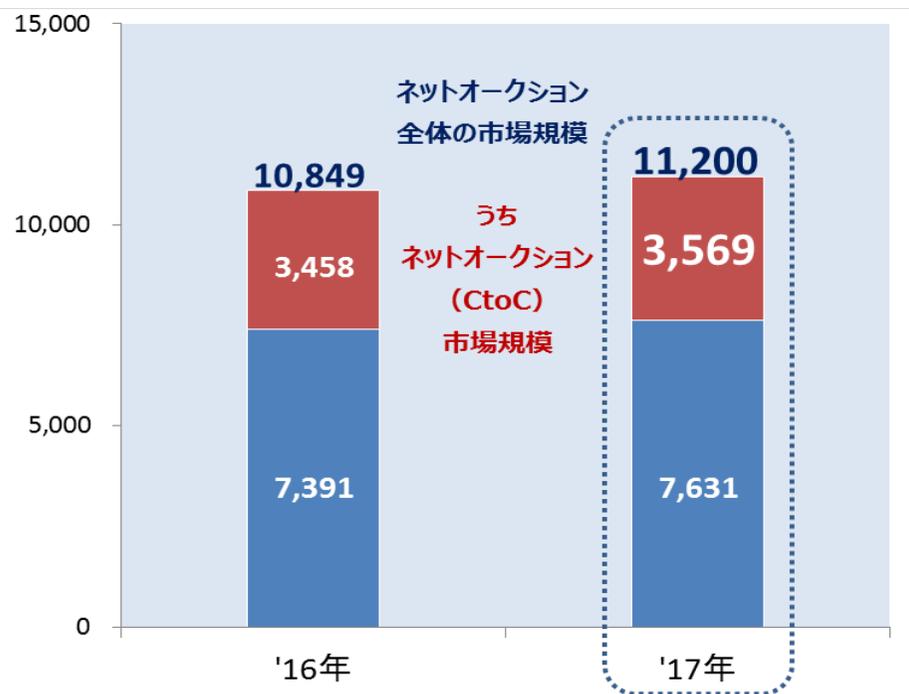


「個人間売買」又は「インターネットオークション」(CtoC関連)全体の相談件数の推移は上昇傾向にある。

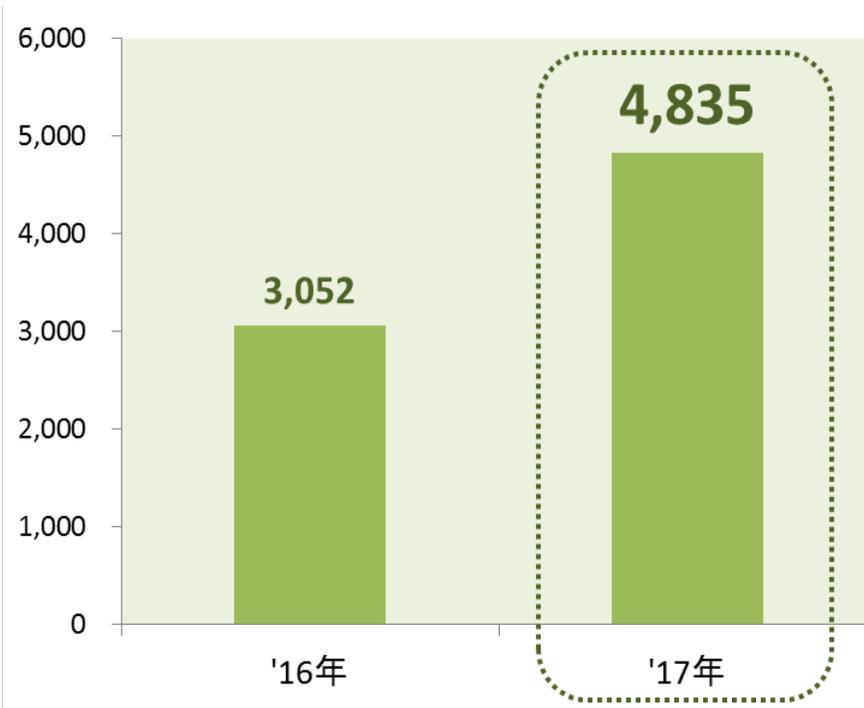
※「個人間売買」については、電子商取引以外も含む。

プラットフォームの出現による商取引環境の変化

ネットオークションの推定市場規模 (単位：億円)



フリマアプリの推定市場規模 (単位：億円)



出典：平成29年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)報告書 (平成30年4月 経済産業省商務情報政策局情報経済課)

プラットフォームへの各国における対応

中国



- ネットにおける情報は「**国家主権の問題**」と捉え、国内の情報管理・集約を徹底
- 自国デジタルプラットフォームを保護。寡占化・強大化したプラットフォームが、東南アジア等に進出。

米国



- データに関する事前規制はほとんど設けず徹底したイノベーション促進。必要に応じてFTC（連邦取引委員会）等が**事後規制**
- 外資（中国企業等）による 企業買収等 に対し、安全保障上の観点から制限

EU



- プラットフォームに対する体系的な方針（**基本原則**）の下で、具体的な各施策に落とし込み

基本原則：デジタル単一市場戦略 (2015.5)

基本原則：プラットフォーム政策文書 (2016.5)

PFによるイノベーション促進のための適正な環境整備と、バランスのとれた規制枠組み（簡素・柔軟な法制度）の必要性

→ **決済横断規制：決済サービス指令 (PSD/PSD2)** (2016.1発効)

→ **メディア統一規制：視聴覚メディアサービス指令 (改革方針)** (2016.5提案)

→ **データに対する権利：一般データ保護規則 (GDPR)** (2018.5適用)

→ **判例：ライドシェア欧州司法裁判所判決** (2017.12)

→ **B2Bの規律：オンライン仲介サービスのビジネスユーザーにとっての公正性・透明性の促進に関する規則** (2018.4提案)