

## 第10回 プラットフォームエコノミクス研究会 議事要旨

日時：令和5年3月20日（月）9時00分～11時00分

場所：オンライン開催

### 出席者

メンバー：黒田委員、依田委員、大木委員、善如委員、市橋委員、安達委員、安井委員

ゲスト：河合啓一氏（慶應義塾大学経済学部教授）

オブザーバー：経済産業省情報経済課、総務省情報通信政策課

### 議事概要

#### 1. 今年度のとりまとめに向けたディスカッション

・黒田委員より、資料1に基づき説明があった後、意見交換が行われた。概要は以下の通り。

- ✓ 法律家の先生方から意見を得つつ、実用的な対応を検討するため、旧来型のリアル小売のプライベートブランドとデジタルプラットフォームの自己優遇の共通点／相違点を検討すべき。
- ✓ 通信の世界とデジタルプラットフォームの世界とでは考え方を変えていかないといけない。事前規制を考えるにしても、その根拠をどうするかは悩ましい。
- ✓ 電気通信分野ではコストの観点から規制を策定しているが、デジタルプラットフォーム分野ではそのようなアプローチをしていないのは何故だろうか。
  - 電気通信分野では平均費用逡減の法則が規制の根拠になっているが、デジタルプラットフォーム分野ではユーザー側やネットワーク間接効果が規制の根拠になるのが理由として挙げられるのではないかと。デジタルプラットフォーム分野ではセキュリティが重視され、デジタルプラットフォームマーがセキュリティを盾に規制を逃れようとするため、電気通信分野の規制に関する考え方をデジタルプラットフォーム分野にそのまま適用することはできないように思う。
  - 電気通信の規制は、規模の経済があるという理由で、コストをベースに規制してきた。電気通信もネットワーク効果はあり、電話の相互接続規制や電話番号のポータビリティ確保といった規律を設けることで、あとはコストだけ見て規制すれば良いという世界をつくってきた。プラットフォーム分野では、費用の報告義務はないが、規制根拠としてコストをベースにしていくことは考えられないだろうか。
  - プラットフォームの場合、費用の中には、2サイドの両方にかかる費用があるため、間接ネットワーク等を考慮しつつバランスをみなければならず、電気通信分野の考え方をそのまま当てはめるのは難しいと思う。
  - そうだとすると、やはり、プラットフォームならではのモデルを組んで考えていく必要があるとのだろう。
- ✓ デジタルプラットフォームマーによるデュアルロールの実施と自社サービスの優遇をどう整理したらいいのか。デジタルプラットフォームであるからこそ自社優遇は規制すべき問題となっているのかについて関心がある。
- ✓ 自己優遇については、明確に違法にみえるものと、違法にはみえないものの違法なものと同じ効果を持っているものがあるように思われ、注視する必要があると思う。どのようなサービスを起点にして、どのようにサービスが派生してきたのかにかにより、見かけ上の違法性に影響があるように思う。
- ✓ 経済学者はWelfareベースで善し悪しを判断するのが通常だが、法律家の判断はまた別のところにあり、経済学者がリードできるところと、法律学者にリードしてもらいたいところがあるように思う。
- ✓ 自己優遇にも様々なタイプがあるところ、これまでの自己優遇に関する研究は細かい分類に留意せず、懸念点を調査していたということだと思ふ。次の段階としては、実務に応用するために、より詳細な部分へ踏み込んで、どのような自己優遇が好ましくないのか、どのような要素により自己優遇が問題になるのかを調査する必要があるように感じている。

- ✓ 例えば、オンラインプラットフォームの場合は無数の売り手をホストできるのに対し、リアルの小売店は棚の面積が限られているので置ける商品数も限られているとう違いがあるとして、それぞれのケースにおける自社優遇の効果について評価していく必要があるのではないかと。
- ✓ リアル小売とデジタルプラットフォームの自己優遇の共通点／相違点について、消費者の反応に関する知見があるとよいのではないかと。

## 2. 「返品の実済学」について

・河合氏より、「返品の実済学」について報告がなされた。報告内容の概要は以下の通り。

- ✓ 昨今、返品関連のビジネスが注目を集めている。米国では、2022 年では、ウォルマート、Amazon.com、コストコの米国における小売販売額の合計額に相当する額の返品が行われている。例えば、PayPal がリバースロジスティクス(返品物流)を担う Happy Returns を買収している。
- ✓ リバースロジスティクスは煩雑なプロセスで、大きなコストがかかる。効率的なリバースロジスティクスおよびリコマースの環境を運営するのは中小の企業では難しいため、返品に関する業務を支援するスタートアップが誕生している。具体的には、返品受付のみを担う RETURNLY や着荷処理から再出荷まで担う OPTORO 等が存在する。
- ✓ 返品関連ビジネスに関して、「効率性の観点から「過剰に」寛容な返品ポリシーが採用されていないか」、「そもそも企業にとって最適な返品ポリシーとは何か」、「企業の選ぶ返品ポリシーは競争環境にどのように影響を受けるのか」の観点で分析を行った。
- ✓ 分析結果として、寛容な返品ポリシーは財の取引によって大きな価値を生み出す消費者からの利潤をより増やすツールになっていること、競争が激しくないケースでは、リストッキング費用が低い場合は全額返金する寛容な返品ポリシーが企業の利潤を最大化するが、リストッキング費用が低すぎない場合は全額返金ポリシーは社会的にみて過剰に寛容であること、競争が激しいケースでは、返品を受け付けない返品ポリシーが企業の利潤を最大化することがわかった。
- ✓ 分析結果から、高級ブランドは、返品を受け付けない、あるいはより高額な商品への変更のみを受け付けることが多く、好みが多様な一般的な商品は全額返金をオファーすることが多いと考えられる。
- ✓ 返品ポリシーが「情報レント」をコントロールするツールとなっている。

・報告後、発表内容に関する質疑応答・意見交換が行われた。概要は以下の通り。

- ✓ 透明化法の大員評価ではデジタルプラットフォームが、利用事業者に対し、返品返金の取扱いに関してより詳細に説明をすることを求めているが、本日のプレゼンを聞き、返品プロセスが複雑であることや、誰が返品を認めるのか、返品の水準をどうするのか、といった点で情報の非対称性があることを理解できた。第三者の事業者へ返品を受付を外注できる仕組みがあった方が良いのかも思われた。
- ✓ 競争が激しいほど返品を受け付けないことが起こりやすいとの説明があったが、この指摘は、Amazon などのプラットフォームでは売手間の競争が激しいのに、Amazon では気前の良い返品ポリシーを採用しているといった指摘と反するように思われた。モデルの中に、プラットフォームをプレイヤーとして取り込むと、モデルの動き方や結果も大きく変わらうように感じた。

### お問合せ先

商務情報政策局 情報経済課 デジタル取引環境整備室

電話：03-3501-0397

FAX：03-3501-6639