

# DISCUSSION PAPER SERIES

Discussion paper No.240

## **Platform Governance in the Sharing Economy: Curation, Self-Regulation and Public Policy**

**Noriyuki Doi**

(Professor Emeritus and Visiting Researcher  
at Innovation System Research Center in Kwansei Gakuin University)

September 2022



SCHOOL OF ECONOMICS

KWANSEI GAKUIN UNIVERSITY

1-155 Uegahara Ichiban-cho  
Nishinomiya 662-8501, Japan

シェアリングエコノミーにおけるプラットフォームガバナンス  
ーキュレーション、自主規制および公共政策ー  
**Platform Governance in the Sharing Economy: Curation, Self-Regulation and Public Policy**

土井 教之  
Noriyuki Doi

関西学院大学 名誉教授  
同大学イノベーション・システム研究センター 客員研究員  
Professor Emeritus  
Visiting Researcher at Innovation System Research Center  
in Kwansai Gakuin University

**アブストラクト(Abstract)**

今日、シェアリングエコノミーが拡大し、財・サービスの消費パターンを変化させ、在来分野の企業に影響を与え、労働市場にも大きな変化をもたらし、競争や公共政策について問題を提起する。特に、プラットフォーム事業者によるネットワークの品質管理（キュレーション）が自主規制として重要な役割を果たしている。それは新たなパースペクティブ、機会、政策課題を提起する。本稿は、シェアリングエコノミーのキュレーションについて、既存の研究と事例を通してそのメカニズムを明らかにし、今後の研究上、政策上の課題を整理する。

The rise of the sharing economy is affecting many aspects such as consumption pattern of goods and services, existing business fields and labor markets. The business has an influence on competition and public policies in the field and related industries as well. In particular, a platform's network management, called as platform curation, is emphasized as a private regulation or self-regulation. It plays a key role in the sharing business, and suggests new and challenging perspectives, opportunities and policy issues. This paper focuses on curation, and suggests its major implications for research and public policy.

**Keywords** : シェアリングエコノミー、市場の失敗、キュレーション、自主規制、共同規制  
sharing economy, market failure, curation, self-regulation, co-regulation

**JEL Classification** : L41 L42 L43

2022年9月

# シェアリングエコノミーにおけるプラットフォームガバナンス ーキュレーション、自主規制および公共政策ー

土井教之\*

## はじめにーキュレーションの重要性ー

財・サービスの「第三者」供給者と利用者の間を“仲介”するプラットフォームビジネス（マッチメーカー）では、シェアリングエコノミー（財・サービスに対するアクセスの共有化・共用化）に多く見られるように、当事者による評価（レビュー（review）、レーティング（rating））、ルール設定、レコメンドーション（recommendation）など、プラットフォーム事業者による垂直的な取引構造（エコシステム）のマネジメント・品質管理が注目される(1)。それはキュレーション（curation）とよばれ、ガバナンスから見れば内部ガバナンスとして、プラットフォーム事業者が一定のルール・フォーマットを設定して自社のネットワークへの参加者の行動を管理・規制するものである。このプラットフォームガバナンスへの関心の背景には、財・サービスの供給者や利用者の意思決定において、「信頼・評判」につながる、財・サービスの品質、社会的価値（持続可能な社会やライフスタイルの重視）、そしてそれらに関連して求められる情報の透明性、への意識の高まりがある（土井[2020]）。

キュレーションは、したがって、企業による自主規制（self-regulation）の性格をもつ。自主規制は競争、そしてまた公共政策（競争政策、政府規制、消費者保護）に影響をもつであろう。なぜなら、それは、市場成果（利潤率、X 効率、技術進歩）や社会的成果（具体的に安全・健康・環境への影響、分配、労働者満足、地域社会との関係など）に多面的な効果を誘引する可能性を伴うからである(2)。

しかし、従来はこの側面を対象にした研究はあまり多くなく、近年になって理論的、政策的に注目され出した。例えば Jullien & Sand-Zantman[2020, p.35]、Fletcher[2020, p.10]、Cabral et al.[2021]などは、財・サービスのデザイン、プラットフォーム参加者の行動、情報などの管理と競争政策との関係が重要であることを指摘する。また、Belleflamme & Peitz[2021]も、キュレーションを重視しながらプラットフォームビジネスのメカニズムについて理論的に考察し、そして競争政策・規制との関係の重要性を示唆する。

かくして、キュレーションは新たなパースペクティブ、機会、政策課題を提起する。本稿は、公共政策の経済学の視点から、主にシェアリングエコノミーを対象に、実例と既存研究の展望を通してプラットフォームガバナンスのメカニズムを概観し、そして今後の研究上、政策上の課題を整理する(3)。なお、本稿では以下、シェアリングエコノミーで取引される財・サービスをシェアリング財・サービスとよび、そして仲介サービスを行うプラットフォーム事業者を事業者と略記し、そしてそれを利用する主体を参加者とよび、財・サービスの供給者（供給者と略記）と利用者（利用者と略記）の両者を含む。

## 1 プラットフォームビジネスのメカニズムーエコシステムとガバナンスー

シェアリングプラットフォームのガバナンスについて議論する前に、まず、それを含むプラットフォーム一般について整理する。プラットフォームビジネスの構造下で、どのような企業行動が展開され、そし

てまたどのような社会的、経済的影響を生むかを理解する必要がある(4)。

### (1) プラットフォームの特性

いま、キュレーションに関連して、特にプラットフォームビジネスに内在する4つの特性が注目される。まず第1に、それは、イノベーションとして新たな技術や財・サービスであるために、参加者や社会に悪影響を与える健康、安全、環境、そして情報の透明性などのリスクをしばしば伴う。リスクは参加者の行動に影響を与えるであろう。それ故、供給者や事業者は、関連する公的規制を受けるのみならず、自主的にこうしたリスクに対応し改善・信頼構築を図ることが求められるかもしれない。

特にプラットフォームビジネスでは、固有のメカニズムが重要である。それが第2の特性であるネットワーク外部性である。供給者と事業者は代理店関係として命運を共にするために、エコシステムの管理が重要となる。プラットフォームビジネスでは、需要面の規模の経済性として捉えられるネットワーク外部性、特に間接的ネットワーク外部性(供給者側と利用者側の間で発生する「正のフィードバック効果」の好循環)が含まれるために、財・サービスの品質に対する利用者の評価・評判・反応(消費者投入)が重要となる(5)。高品質・高評判のプラットフォームは、加速度的に参加者を誘引・拡大することができ、「質が質を呼ぶ」プロセスを創り出す可能性がある。逆に、低品質・低評判は、参加者数・シェアが加速度的に低下する「負のフィードバック効果」の悪循環を誘引する恐れがある。

こうしたネットワーク外部性の相反する方向に働く力を考慮すれば、事業者、そしてプラットフォーム上で取引する参加者は、互いに「信頼」が不可欠であり、それ故信頼を構築する必要がある。特に、情報の非対称性がある場合、こうした信頼を構築するためのメカニズムとして情報の提供・共有のデザインの問題は大きい。事実、事業者、参加者、財・サービスへの信頼度が参加者の意思決定に影響することが暫定的ではあるが実証されている(例えば Hawlitschek et al.[2016]参照)。

第3に、ヒエラルキーから見て、「プラットフォーム中心型ネットワーク」(platform-centric network. 米国)や「胴元ビジネス」(日本)などの表現に見られるように、事業者が供給者に対して支配的(ないし優越的)地位にあり、供給者と利用者間の取引関係に大きな影響を与える可能性があることにも注目しなければならない(6)。したがって、多くの事業者はビジネスモデルとしてエコシステムを管理することが可能であり、そしてその行動は、垂直的な取引・構造(ネットワーク)を管理するという意味で事業者による「ネットワークの統合」であり、プラットフォーム主導型の垂直拘束(準統合、垂直的コントロール)や垂直統合(本稿では自社ブランドでの供給に限定。本稿 p.18 参照)の性格をもつ。その意味で、垂直拘束や垂直統合としてキュレーションを理論的、政策的に議論できるであろう。

最後に、プラットフォームビジネスでは、利用者は財・サービスを仲介する事業者への信頼・評判に大きく依存する。それは、供給者の「代理店」として財・サービスおよびその供給者への信頼・評判を反映するからである。

以上から、事業者が大きな影響力をもつネットワークの下では、正のフィードバック効果、負のフィードバック効果が重要となる。特に個人間取引(peer-to-peer, P2P)型のシェアリングエコノミーでは、ネットワーク外部性が重要である。なぜなら、見知らぬ者間で取引が行われるために、負のスピルオーバー効果のような経済的リスクや情報の非対称性が事業上大きな脅威となるからである。この脅威を克服するために、事業者は取引当事者間の信頼を促すために評判メカニズム(信頼構築メカニズム)を構築してきた。その信頼と評判は、いろいろなオンライン上での評価・評判システムを通してプラット

フォームの参加者によって形成される。したがって、信頼・評判、そしてそのためのネットワークの品質管理が不可欠となる。そのさい、シェアリングビジネスが経験財的要素をもつことも注目される。参加者は、自分で試して、あるいは試した専門家や他人から質を確かめることができる。このとき、事業者は、信頼性を強調し、持続的な顧客関係の構築・維持を重視する行動をとる。

なお、オンライン技術の進歩とも結びついて求められるキュレーションに関連して、追加的にいくつかの要因が注目される。まず1つに、こうした行動とプロセスは、また、ネットワーク外部性の直接的効果、すなわち「直接的ネットワーク外部性」（供給者側と利用者側のそれぞれの内部で「正のフィードバック効果」の循環）も誘引するであろう。なぜなら、例えば取引相手先に対する評価制度がある場合、利用者や供給者の数が大きければ大きいほど、供給者や事業者についての情報は量的にも質的にも大きくなり、供給者や利用者の意思決定に有用であるからである。

もう1つは事業者の「エンド・ツー・エンド」（end-to-end）戦略である（Parker et al.[2016]、邦訳 pp.83-84）。それは、事業者が、プラットフォームの機能を、容量と価値を最大化する機能のみに特化・単純化し、他の機能は参加者（特に供給者）に委ねるものである。この戦略は参加者の創意工夫・革新、あるいは利用者からの革新的な提案を引き出し、そしてさらにプラットフォーム間の競争のみならず供給者側の行動と競争にも大きな影響をもつ可能性がある。その1つが、社会的厚生を高めようとする供給者側の「責任ある行動」（「企業の社会的責任」）あるいは「責任あるイノベーション」である。これは供給者自身による自主的な品質管理であり、そして事業者による間接的なキュレーションでもある。

かくして、プラットフォームビジネスは、事業者や参加者の行動に新たな機会をつくりだす。その1つがキュレーションである。その意味で、プラットフォームビジネスには自主的なキュレーションのメカニズムが（少なくともある程度）内在する。したがって、この分野では、参加者のクオリティへの「信頼」、したがって品質管理が競争上重要となる。このとき、「負のフィードバック効果」の可能性を考慮して、事業者は参加者の利益を改善するようネットワークの品質を維持・改善するための自主規制を行うかもしれない。これが、競争政策、政府規制、消費者保護に続く4番目のガバナンス形態である(7)。いま、キュレーションが参加者の行動、そしてまた事業者の行動・成果にどのような影響をもつかを分析し、それからそれが社会的厚生と公共政策に与える含意を考察することが求められる。

## (2) ガバナンスメカニズムの特徴

プラットフォームガバナンス（キュレーション）は、以下でも言及するように、そのメカニズムを議論するにあたっていくつかの興味ある特徴と問題を提起する。特に4つの要因を取り上げる。

まず第1に、キュレーションは、垂直的な問題（ネットワークの統合）であると同時に、単独行動としてプラットフォーム間競争の問題でもあることに留意しなければならない。なぜなら、それは1つのネットワーク全体の差別化を意味するからである。すると、プラットフォーム上で行われる取引は、事業者の課する手数料（仲介サービス価格）の水準と構成、財・サービスの価格だけでなく、キュレーションにも依存するであろう。したがって、キュレーションとプラットフォーム間競争の相互作用について明らかにしなければならない。例えば、キュレーションは以下で例示するように主に非価格行動の形をとるために、キュレーションと非価格競争の関係に注目する必要がある。キュレーションは非価格競争（品質競争）を促進するかもしれない。

第2に、キュレーションがネットワークの参加者を制限するものであるならば、プラットフォームの

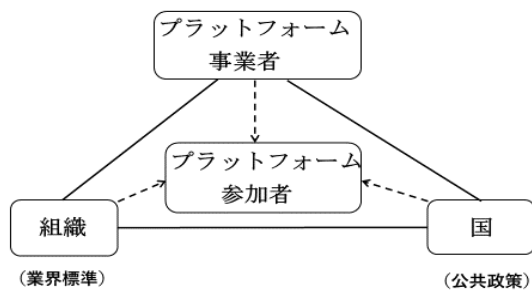
オープン性との関係が注目される (Cusumano et al.[2019]、邦訳 pp. 262-264)。なぜなら、間接的ネットワーク外部性の利益を享受するためには、参加者の制限は望ましくない可能性があるからである。したがって、ネットワークのキュレーションとオープン性のバランスが重要である。この問題はキュレーションの誘因と効果に影響を与えるかもしれない。こうした関係を明らかにしなければならない。

第3に、キュレーションは、個々の企業で単独で行われるだけでなく、第三者組織、業界団体、有志関連企業による連合体などを通して行われる (Cusumano et al.[2022])。企業間の自主的組織が品質管理の共通ルールを設定し、加盟企業にその遵守を求める。それは「業界自主規制」(industry self regulation. OECD[2015])である。また、それは「標準」(standard. 標準化された仕様・規格)であり、その設定方法の分類から見れば「自主合意標準」に該当する(8)。すると、以下でふれるように標準の分析に絡めてキュレーションを分析することができる。具体例の1つとして民泊ビジネスにおける日本民泊協会がある。したがって、キュレーションは、大きく単独によるものと組織によるものの2つがあり、それらを想定して議論する必要がある。

最後に、自主規制としてのキュレーションは、政府規制との関係において新たな概念を提起する。それは共同規制 (co-regulation) とよばれ、政府規制と企業の自主規制 (自主合意標準も含めて) の両方を統合して行う「官民共同」の規制である (例えば OECD[2015]。後掲図5参照)。プラットフォームビジネスでは通常、政策当局よりも事業者の方が関連情報を量的にも質的にも圧倒的に多くもつために (プラットフォームと政策当局間の情報の非対称性)、共同規制は政府規制より迅速かつ有効にキュレーションを実施できるかもしれない。この場合、公共政策の根拠となる「市場の失敗」を共同して補正するのに適した自主規制と政府規制のレベルとバランスが問われなければならない。

以上の関係は、図1に要約できる。

図1 ガバナンスと公共政策



注) 参加者は、財・サービスの供給者と利用者を含む。

出所) 土井作成

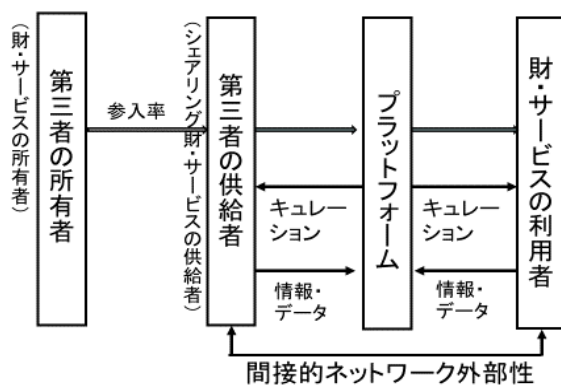
## 2 シェアリングエコノミーにおけるキュレーションのデザインパターンと特徴

一般に、自己規制は、特に競争的市場で見られるように、市場の“力”から市場取引では存在すると言ってよい。プラットフォームビジネスでも、その重要性が大きく、また新たな形態が出現した。しかし、プラットフォーム間の競争過程で行われるキュレーションについては、十分に理解が進んでいるとは言い難い。1つの見方として、例えば Boudreau & Hagiu[2009]は、事例分析を通して、プラットフォームビジネスについて「私的な規制者」(p.163)としての側面を強調する。ここでは、プラットフォ

ームビジネスの1つであるシェアリングエコノミーにおけるキュレーションの主な方法と特徴を整理・考察しよう。

シェアリングエコノミーのビジネスモデルの基本構造は財・サービスの取引とキュレーションを含み、図2のように要約できる。特に、P2P型シェアリングエコノミーでは、財・サービスの所有者のうちプラットフォームに参加する供給者とその利用者はともに第三者の一般個人である。このとき、プラットフォームは、「代理店」として、財・サービスの売手あるいは買手である多数の個人を集合し互いに結びつける「アグレゲーター」(aggregator)である。したがって、ビジネスの発展には、間接的ネットワーク外部性を実現することが必要であるために、特に所有者が供給者となる「参入率」が重要である。また、ネットワークの実態として、例えば Airbnb (民泊) や Uber (ライドシェアリング) などでは、Amazon のクラウドサービス (“Amazon Web Service”) や Google のアプリ (“Google Earth”, “Google Map”) を通して機能し、重層的な構造をなしていることも注目される (土井 [2020]、pp.11-12)。後者は、他のプラットフォームビジネスが利用する基盤的なプラットフォームであり、「プラットフォームのためのプラットフォーム」(Evans & Schmalensee[2016]、p.40) とよばれる。

図2 シェアリングエコノミーのビジネスモデル



出所)土井作成

### (1) キュレーションの方法

まず、現実に行われるキュレーションを概観する。シェアリングエコノミーにおいて、事業者による方法は、企業の実際の取組み事例 (上妻[2018]、長田[2019]、そして情報通信総研[2019]等のテクニカルレポート、各社ホームページなど) や既存の研究 (Teubner & Hawlitschk[2018]、Akbar & Tracogna[2020]、Teh[2021]、Belleflamme & Peitz[2021]など) から、おおよそ Cr mer et al.[2019]の分類に従って以下のように整理できる (以下、「リスト」と略記)。

#### 1) 財・サービスの供給者がプラットフォームを利用する条件について

- ① プラットフォームの利用に一定の手数料を課し、それを払う供給者に限定する (有料制)。その手数料は供給者の財・サービスの価格に依存するが、後者は通常供給者、あるいは事業者、あるいは両者によって決定される (付表1の事例参照)。
- ② 扱う財・サービスの品質 (参加者のクオリティ含む) の「評価」を求め、回答を開示する (評価

制度。具体的に5星評価、「良い」「悪い」の二択など)。回答は、供給者のみに、または利用者  
のみに、あるいはまた両者(相互評価)に求める。評価の結果は、供給者と利用者のどちらか  
一方のみ、または両者に開示される。

- ③ 扱う財・サービスの品質について、独自に審査する、あるいは独自の基準・ルールを設定し  
提供者にその遵守を要求する(事前テスト、審査・ルール設定、コンプライアンス)。
- ④ プラットフォームの利用を、独自の適合性条件を満たした者に限定する(メンバーシップ制、  
適合性評価制度)。
- ⑤ 参加者に、必要な情報(氏名、eメールアドレス、電話番号、支払情報、対象物件の写真、技  
能テストなど)と身分証の写真を提出し、そして承認を得ることを求める(プロフィール提出、  
事前登録制、ID認証)。

## 2) 供給者と利用者間の取引に関するルールについて

- ① 財・サービスおよびその供給者・利用者に関する情報を収集し提供・交換する。
- ② 特定の財・サービスを事前に選抜し推奨する(レコメンデーション)。
- ③ 取引・契約の管理を行う。
- ④ 取引される財・サービスの価格を定義し支払い方法を管理する(価格・決済ガイドライン)。

## 3) 事業者と参加者との関係のルールについて

- ① 支払の規定、責任の配分、情報の共有、不良品の販売禁止などを定める。

## 4) 事業者による間接的な参加者の品質管理について

- ① シェアリングエコノミーで使用される供給者の資産を管理・保護する。
- ② シェアリング財・サービスの一定の品質を維持・誘導するためにそれに対する補完製品・サー  
ビス(補完的業務。例えば宿泊シェアリングビジネスにおけるアメニティ、特定のウェブデザ  
イン技術)を供給者に供与する(補完製品・サービスの供与)。
- ③ 供給者の品質を把握し、また品質のモデルとして提示・誘導するために、仲介業務と併行し  
て、自社保有の資産あるいは他社から調達した資産を使って事業者のブランドで第三者供給者  
と競合する財・サービスを直接供給する(垂直統合。図4参照)。
- ④ 優良供給者と優良利用者を認定・表彰する(例えば Airbnb の“Superhost Badge”・“Superguest  
Badge”制。ビジネスバッジ制度)。

## 5) 事業者自身の管理システムについて

- ① 業界団体、第三者組織などの自主的組織によって設定された認証制度や共通ルールを採用する  
(第三者機関認証：標準、業界自主規制。図1参照)。
- ② 取引の事前、事後に問題が発生したときに対処する体制を整備する(保険・支援)。
- ③ 財・サービスの品質に問題がある場合、返金を保証する(返金保証)
- ④ キュレーションや事業者の行動が参加者の行動に影響を与え、社会に損失を与える可能性をチ  
ェックするシステムを設ける(モニタリング制度)



## ⑤キュレーションを公共政策当局と共同して実施する（共同規制）

キュレーションは、上記のように、評価、認証、プロフィール・写真の提出、審査・ルール設定、推奨、取引ルールの設定、保険・支援、罰則、垂直統合、業界標準など、いろいろな様式をとり、しかも複数の方法を組み合わせて実施される（すべてを網羅したわけではない）。こうした事実は、キュレーションを含むビジネスモデルが多様であることを示唆する。例えば、ライドシェアリングの Uber や Lyft の場合、利用者とドライバーは「互いに」相手の対応を評価し、そしてそうした評価は「同時に」開示される（文字によるコメントもある）。加えて、コンプライアンス要件の設定や供給者の資産（乗用車）の管理などが行われる（付表 1 参照）。宿泊シェアリングの Airbnb も同様に双方による評価の制度（匿名による評価）を設け、さらに ID 認証、オンライン決済、24 時間対応の顧客支援体制、宿泊提供者と利用者の両方の予約確認、賠償責任補償保険制度なども含む（長田[2019]、pp.070-073）。そのほか、フリーランス労働のギグエコノミー（gig economy）の Uber Eats やフリーマーケットアプリの Etsy も評価型を中心としたキュレーション形態を取る。

かくして、シェアリングエコノミーでは、事業者は、さまざまなキュレーション方法（価格型、非価格型）を使いネットワークの統合を図る。そして、広く他のプラットフォームビジネスでもほぼ同様の方法が適用されている。キュレーションは、いろいろな方法を取りながら財・サービスの特性や情報提供を通して評判・信頼を形成し、そしてまた経営効率に影響する。

さらに、事業者は参加者の問題行動を補正するのみならず、自身の問題行為も自制するか、あるいは問題行為が起こった時に速やかに補正する可能性も考察しなければならない（「リスト」5）の④）。なぜなら、事業者自身の問題行為は、参加者の行動に影響を及ぼすことによって社会的損失を引き起こすかもしれないからである。したがって、参加者ならびに事業者自身による行為の負の影響とその補正に注目しなければならない。

## （2）キュレーションの決定メカニズム

上記のキュレーションの形態からいくつかの課題を指摘することができる。そのうちの 1 つに、その多様なタイプはガバナンスの選択の問題を提起する。多数の要因がキュレーションの形態の選択に影響を与えるであろう。

まず、「取引費用」論を展開する Williamson[1979]は、垂直的な取引ガバナンスが取引の特性、つまり頻度、不確実性、および資産（財・サービス）の特殊性に依存することを指摘する。この理論に基づき、例えば Akbar & Tracogna[2018, 2020]は、シェアリングエコノミーでは、取引頻度が高く、取引の不確実性が高く、そして資産あるいは財・サービスの特殊性が大きいほど、プラットフォームによる統合、言い換えればキュレーションを採用する可能性が大きいと主張する（特に Akbar & Tracogna[2018, pp.96-97]、Akbar & Tracogna[2020, pp.144-148]）。彼らは以下のように議論する。すなわち、まず評判効果（信頼）が重要であり、それゆえ取引の頻度、すなわち取引量の拡大が必要である。また、機会主義や限定合理性があると、環境上の不確実性（需要、技術の予測不可能性）や行動上の不確実性（機会主義的行動）が情報の非対称性、逆選択、モラルハザードなどの市場の失敗によって高くなる。不確実性は取引費用を上昇させ取引を制約する可能性があるゆえに、その制御が重要となる。最後に、通常の商品と異なり、財・サービスの所有者がシェアリングビジネス用として提供するかどうか不明である

ために、事業者は、所有者が継続的に取引に「参入」することを求める（図2において、「参入率」の引き上げ）。それゆえ、事業者は、財・サービス（資産）の所有者と「取引特殊的な関係」を構築するため、所有者の資産の特殊性（例えば関係特殊的投資）を高めることが重要である。

かくして、取引頻度の上昇（取引の拡大）、資産の特殊性の考慮（取引の継続性）、取引の不確実性の制御を図るために、事業者はキュレーションを行う誘因をもつ。頻度、資産特殊性、不確実性に影響を与えるネットワーク外部性、市場の失敗の種類と程度、財・サービスの特性などがキュレーションのデザインに影響するであろう。これらの要因はビジネスごとに異なるからである。また、参入率にも注目しなければならない。キュレーションは所有者の参入・参入率への影響を通して取引の拡大・持続を左右するために、事業者は参入率を考慮に入れながらキュレーションを設計しなければならない。

第2に、キュレーションが企業の戦略であるかぎり、供給者段階あるいは事業者段階の競争もその選択に影響をもつかもしれない。競争構造の代表例の1つは、ライドシェアリングでドライバーがUberとLyftの両方に登録している場合である。このとき例えば、1人の参加者が複数のプラットフォーム事業者を利用するマルチホーミング(multi-homing)が見られる場合、キュレーションの形をとりながら、実質的にシングルホーミング(single-homing, 単一のプラットフォームを利用する場合)を求め競争緩和を図るためにキュレーションを実施するかもしれない。なぜなら、前者は競争激化につながり易く、他方後者は逆の効果をもつからである。事業者は、ネットワークの中心に位置し支配的地位を濫用することができるために、自己の利益の拡大を図るようにネットワークを管理するかもしれない。

第3に、競争政策や政府規制の内容も、以下でも言及するように、キュレーションのデザインに影響するかもしれない。なぜなら、企業行動、したがってキュレーションはそうした制度的環境の下で行われるからである。

最後に、第三者供給者の財・サービス価格や事業者の手数料（通常財・サービス価格の一定割合）のような価格面に注目する必要がある。財・サービス価格の決定や手数料の支払いは事業者間で異なる（付表1参照）。例えば、Uberでは乗車価格は事業者によって決められ、そして手数料は利用者のみが支払う。Airbnbでは、宿泊価格は供給者が自由に決定でき、手数料は供給者のみが支払う（2020年12月以前は供給者と利用者の両方が支払う）。また、「サブスクリプション」の定額制をとる場合もある（例えば民泊のHomeAway）。上記の「リスト」にあがっているように、事業者はキュレーションの一環として価格あるいは手数料を設定する（「リスト」1）の①）。それは、支払いを通して、供給者に市場への参加、したがって利用者や競争者を意識させ、自主規制の誘因を醸成する可能性があるからである。

また、非価格型のキュレーションは、供給者の財・サービス価格や事業者の手数料に影響を与えるかもしれない。例えば、Teubner et al.[2017]は、ドイツのAirbnb供給者を対象に、多数の要因を考慮したうえで、評価やメンバー登録期間（したがって広く情報提供）が宿泊価格に正の効果をもつことを実証する。また、個人車相乗りビジネスのBlaBlaCarの例では、事業者が上限価格を設定した上で、ドライバーがその上限内で裁量的に価格設定するが、ドライバーの評判がサービスの価格や利用頻度に影響を与えることが示されている（Farajallah et al.[2019]。付表1参照）。これらの結果は、評価制度の下でキュレーションの誘因が生まれることを示唆しているかもしれない。

かくして、キュレーションとしての価格設定、および価格と非価格型キュレーションの内生的な関係にも注目する必要がある。元来、事業者は、間接的ネットワーク外部性がある場合、それを「内部化」し利益を獲得するために、財・サービスの価格を（通常アルゴリズムを通して）コントロールするかも

しれない。したがっていずれにしろ、キュレーションと価格（財・サービス価格と仲介手数料）の関係は重要な理論的、政策的課題である（後掲の図3参照）。

以上より、複数の方法の組合せや優先順位などは、分野間で、そしてまた同一分野内でもプラットフォーム間で異なるかもしれない。事実、例えば EC [2016、p.15]は、事業者がある基準を設定し、取引される財・サービスの品質、価格を審査するなど、多様な組み合わせを採用することを指摘する。したがって、キュレーションの多様性や事業者・参加者の行動を考慮しながら、その効果について公共政策的に議論する必要がある。このことは、公共政策の理論分析や政策の執行に新たな課題を提起する。なお、同一分野でどのような形態のキュレーションが共通しているのか、そして共通形態が分野間でどのように違うのか、という問題も注目される。

こうしたキュレーション形態は、オンラインという技術的側面を除けばまったく新しい内容であるわけではなく、代表的に Williamson[1979]の議論に見られるように理論的にはガバナンスとして議論することができる。オンラインビジネスでも、近年それは注目され、以下で言及するように、特に評価制度、レコメンデーション、垂直拘束、垂直統合などが政策的に注目されている。

### （3）キュレーションの限界

キュレーションは、ネットワークが公正で安全な環境であることを可能にする。しかし、自主規制が社会的に適正に機能するかどうかは不明である。それは企業の戦略の一環であるからである。代表的に、評価や審査は、任意であるためにいろいろなバイアスを含む可能性がある(9)。例えば、特に P2P 型シェアリングエコノミーでは、Gandini[2019]が示唆するように、供給者と利用者間の心理的な距離感が小さくなる傾向があるために、両者はともに逆の立場となることを考慮して、相手について低い評価を避け高い評価となる可能性もある。実態を見ると、例えば Airbnb の相互評価では、Zervas et al.[2017]や Teubner et al.[2017]は、回答の大半が「5星」スコア制の下で4星以上をつけている事実を示し、評価者の大半がやや異常に高い評価を返答すること（J字形分布）を指摘し、また Fradkin et al.[2018]も、返答者の多くが良い体験をした者であり、他方低い評価を下した利用者は返答しない傾向があると指摘する。こうした事実は、評価・評判が参加者の信頼の指標を表しているだけでなく、「参加者がシェアリングエコノミーに参加する意思の強さを反映している」（Gandini[2019]、p.380）ことも示唆しているかもしれない。これらの事実から、評価バイアス、すなわち回答者の分布の歪み、回答者の戦略的な評価あるいは不誠実な行動の可能性を考慮するならば、評価制度は社会的に十分に機能しているかどうか疑問であろう。なお、評価バイアスの実証と含意は例えば Stemler[2017]で展望されている。

また、参加者の参加条件の設定、レコメンデーションなど、他のタイプも限界をもつかかもしれない。例えば、審査・評価基準の内容あるいは方法、提供される情報などにバイアスがあるかもしれない。事業者（そしてまた供給者も）は、評価制度などを通して収集した情報や利用者の利用状況などに基づきアルゴリズムを変え、レコメンデーションを操作することが可能である（「戦略的レコメンデーションバイアス」。Bourreau & Gaudin[2022]参照）。

第3に、キュレーションは、以下で議論するように、反競争的行為として事業者や供給者の段階で不公正な取引、市場支配力を誘引するかもしれない。なぜなら、企業戦略としてのキュレーションは、垂直的取引拘束、ライバル排除、参入障壁、占有する情報・データの戦略的利用などの競争制限的機能を潜在的にもつからである。これもキュレーションの大きな限界の1つであり、ここに競争政策の重要性

がある。

最後に、プラットフォームビジネスは、上で指摘したように、供給者の「責任ある」行動やイノベーションを誘引する側面をもつが、逆に事業者のキュレーションは、競争制限的行動とは独立に、むしろ「責任ある」行動を阻害する可能性ももつ。なぜなら、それは垂直的取引拘束としてシステム上供給者の革新的行動の誘因を制約するかもしれないからである。事実、Leyden[2021]は評価制度が“App Store”(Apple)上で供給者の製品改良誘因を阻害することを実証するが、この可能性はシェアリングエコノミーでも起こるかもしれない。

かくして、キュレーションに「限界」が存在する可能性がある。したがって、広くキュレーションが社会的に供給者・利用者の適切な選択・行動に導くかどうかについて、経済分析が必要である。もしそれが社会的厚生を増進につながるように十分に機能しなければ、公共政策が必要である。それ故、キュレーションと公共政策の関係の考察が求められる。

### 3 自主規制のメカニズム

自主規制と公共政策の関係を考えるためには、キュレーションがどの程度市場の失敗を補正し、そしてまた、それが私的な戦略である以上、競争（特にプラットフォーム間競争）、価格設定をはじめとする他の企業行動にどのように影響を及ぼすのかを明らかにする必要がある。そのさい、キュレーション形態、したがってビジネスモデルが多様であることに注目すべきである。なぜなら、Caffarra et al.[2020]や Teh[2021]が強調するように、異なるビジネスモデルが公共政策に対して異なる含意をもつかどうかを理解する必要があるからである。ここに、経済理論がビジネスモデルに注目する所以がある。

#### (1) 自主規制の機能—代替的、補完的關係—

##### 1) プラットフォームビジネスにおける市場の失敗

公共政策は、一般に、社会的損失をもたらす「市場の失敗」を補正するために行われる。具体的に、市場の失敗は、1)市場支配力、不公正な取引、2)負の外部性、3)情報の非対称性のある場合に伴う品質を懸念する買い控え、安全でない財・サービスの消費、逆選択、そして4)モラルハザード(無謀な行為、不完全な製品・サービスの提供、高リスクの行動、情報操作など)などである。プラットフォームビジネスでも、こうした失敗が起こりうる。そこで、公共政策の論拠として市場の失敗の可能性について簡単に整理しよう。なお本稿では、社会的損失を引き起こす行為をまとめて、後述の Evans[2012、2021]と同じ用語「悪行」を使う。

第1に、プラットフォームビジネスでは、特に間接的ネットワーク外部性やビッグデータの経済性がある場合、首位企業が圧倒的シェアをもつ非対称的寡占となる傾向がある。このとき、代表的に US Congress[2020]に示されているように、競争制限・市場支配力が大きな政策上の課題となる。それは、価格支配力および市場成果の悪化(高利潤、X非効率、低調な革新)を引き起こすのみならず、キュレーションの誘因を妨げ、その結果悪行と社会的成果の悪化を招くかもしれない。

第2に、プラットフォームビジネスは負の外部性を含む。例えば、ライドシェアリングは、自動車の往来を増加させ、また運転技術の未熟な運転手を増加させ、その結果交通混雑・騒音、事故などを引き起こすかもしれない。また、民泊は、静かな住宅街に多くの旅行者の往来・宿泊を伴い騒音、ゴミなど

の近所迷惑、犯罪、喧嘩などの治安悪化を引き起こすかもしれない。その結果、地域の住民は、住みやすさが損なわれ、そして時には地域から転居することを余儀なくされる。これは同じ側の内部の負の外部性であり、負の直接的ネットワーク外部性（消費の負の外部性）と言える。

他方、シェアリングエコノミーは思わぬ便益（正の外部性）をもたらすことも考えられる。例えば、ライドシェアリングは、利用者がそれを利用し自動車運転を減らすことによって、飲酒運転による事故死を減少させることも予想される。また、宿泊シェアリングの拡大は、当該地域の商業施設の売上高に貢献することもあるかもしれない。かくして、シェアリングエコノミーは正負両方の外部性をもたらす可能性がある。

第3に、情報の非対称性や不確実性のある下で、参加者の行動は、品質を懸念した買い控えや逆選択、モラルハザードなどを伴う可能性がある。例えば、供給者（所有者・貸し手）は不良品・サービスを提供し利用者の利益を損なうかもしれない。具体的に、供給者は、不潔・不備な部屋、乱暴で危険な運転、規則とかけ離れたサービスなど、不当なサービスを提供する。逆に、サービスの利用者（借り手）も借りたものを丁寧に扱うとは限らず、借りた車や部屋を傷つけるなど、不当な取り扱いをする。かくして、取引の透明性や参加者のクオリティに問題が含まれるかもしれない。いずれにしろ、情報の非対称性やモラルハザードは利用当事者自身に直接負の影響を与えるのみならず、買い控えや逆選択を通して市場の縮小・消滅を引き起こし、他の利用者の利用機会を奪う可能性もある。それらは、他の参加者の利益を損なうスピルオーバー効果をもつという意味で、負の外部性をもつ。

また、オンライン市場では、技術的に利用者の情報・データの収集・蓄積・解析・適用（ビッグデータ）が可能となる。事業者は、得られたデータを、競争制限や不当な販売などのために不公正に利用することができる。また、プライバシーの問題も含む可能性がある。シェアリングの事業者も同様な行動を取るかもしれない。

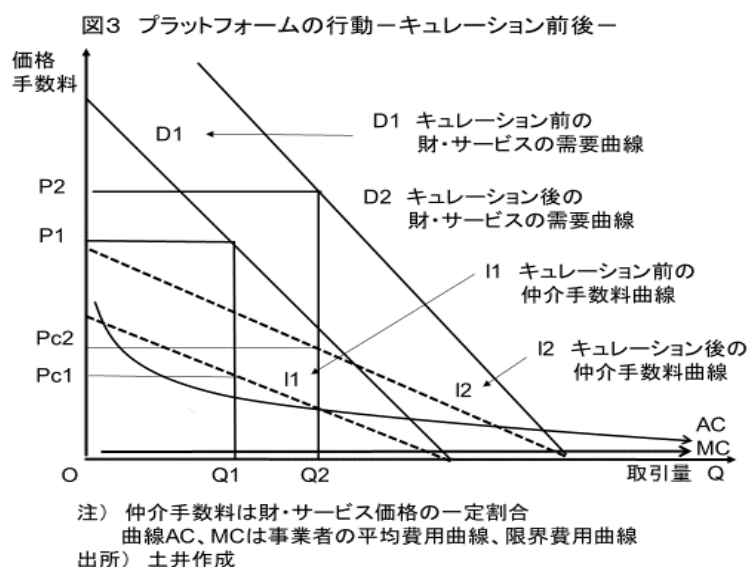
最後に、以上に関連して、シェアリングエコノミーの拡大に伴い、第三者や当事者が負の影響を受けた場合に、それを補償するシステムがないことも想定される。利用者の損害を事前に防止するか、あるいは事後的に救済する制度が不可欠となるであろう。例えば、フリーマーケットアプリで取引トラブルが起こっている。この事実は、参加者による不公正行為、事業者自身のモニタリングシステムの不全を反映するが、キューレーションとしての損害の防止・賠償制度の重要性、そして消費者保護（公的損害賠償制度を含めて）の必要性を示唆する（「リスト」5）の②、③、④）。

かくして、プラットフォームビジネスでも、競争政策やその他の領域で市場の失敗が発生する可能性がある。特に P2P 型のシェアリングエコノミーでは、供給者は比較的容易に参入でき、またビジネスセンス・経験に乏しく、そしてまた利用者がスポット的に利用するために、両者はともに自分の行動の影響、リスクなどを軽視する傾向があり、その結果市場の失敗が起こり易いかもしれない。したがって、競争政策、政府規制、消費者保護が必要である。特に、十分な情報があり、安全で透明性のある取引環境が不可欠であり、消費者保護の問題が重要となる。また、事業者も市場の失敗を自主規制によって補正することもできる。事業者がキューレーションを行う場合、供給者による品質改良はその財・サービスの需要を増大させ、その結果仲介サービスの需要拡大を通して事業者の利潤増大に導くかもしれない。それ故、参加者や事業者に品質管理の誘因をもつ可能性がある。

しかしながら、プラットフォームビジネスに対する公共政策あるいは自主規制の有効性について、意見は多様である。例えば Boudreau & Hagiu[2009]は、自主的な品質管理が市場の失敗の問題を本質的

に解決するものと主張する。換言すれば、自己規制は、競争や外部性の市場内部化を通して市場の失敗を改善することができる。なぜなら、それは、品質レベルの上昇というシグナリングによって財・サービスの需要曲線の右方シフト、そしてまた事業者の仲介サービスの需要曲線（仲介サービス価格と仲介取引量の関係。仲介サービス価格である手数料は財・サービス価格の一定割合）の右方シフトを導くからである。また、それは正のネットワーク外部性を誘引し、消費者厚生を増進をもたらす。加えて、垂直統合（また準統合）の経済性を通して効率、したがって社会的厚生を拡大する可能性もある。

上の関係は、事業者がシェアリング財・サービスの価格を決定できる場合（例えば Uber）を想定して、財・サービス価格と代理店としての事業者の仲介取引量（＝供給者の供給量）からなる図3に示される。キュレーションの効果は、財・サービスの需要曲線（実線、線形）の右方シフト（キュレーション前の曲線 D1 からキュレーション後の D2 へ）に反映される。またそれに伴い、プラットフォームの仲介手数料曲線（点線）も、仲介手数料（供給者と利用者に対する課金合計）が財・サービス価格に占める割合（手数料率）を不変と想定すれば、曲線 I1 から I2 に平行移動する。その結果、手数料（例えば事業者の利潤極大化）もキュレーション前の Pc1（取引量 Q1）からキュレーション後の Pc2（取引量 Q2）に、そして財・サービス価格はキュレーション前の P1 からキュレーション後の P2 に上昇する（10）。また、社会的厚生も拡大する。したがって、この図はキュレーションのマイクロ効果（利潤拡大、誘因）と社会的厚生効果を示唆する。



なお、この図では、手数料率がキュレーション前後で不変と想定したが、それが変動すると、仲介手数料曲線の傾きが変化する。また、事業者の費用構造は、初期費用であるネットワークやキュレーションのためのシステム構築費用（固定費用。平均費用曲線 (AC) は逓減）と低く不変の限界費用曲線 (MC) を想定するが、事業開始後のキュレーションの実施は費用曲線には影響を与えないと仮定する。もしキュレーションによって初期費用も変動費用も上昇すれば、両方の費用曲線はともに上方に移動する。最後に、需要曲線のシフトの程度は上記の参入率にも依存することに留意すべきである。

また、Evans[2012、2021]、Cohen & Sundararajan[2015]、Sundararajan[2016]なども、公共政策

の重要性を認めながらも、その代替的な機能としての自主規制の有効性を高く評価し、自主規制が、公共政策と同様に、市場の失敗を補正することができることを強調する。なぜなら、上記の通り事業者と規制当局の間には情報の非対称性があり、事業者は、日々の事業活動を通して規制当局よりも問題行為を綿密にモニターでき、その結果迅速にその行為に対処することができるからである。

他方で、自主規制の有効性を高く評価する Evans[2012、2021]さえも、「市場の力や自主規制は参加者による“悪行”(bad behavior)をある程度制御することができるが、しかし社会が要求する程度までに事業者が悪行を阻止する誘因と能力には限界がある」(Evans[2021]、p.75)と指摘する。確かに、Casner[2020]は、事業者が質の低い供給者をむしろ戦略的に排除しない可能性を理論的に明らかにし、また、Teh[2021]も「プラットフォームが大変厳しい品質管理を設定する強い誘因をもたない」(p.25)ことを理論的に指摘する。なぜなら、やや緩い品質管理体制の下では、供給者はより高い価格を設定・維持でき、その結果事業者もより大きな利潤を獲得することができるからである。例えば、品質レベルの違う供給者が並存する場合、高品質供給者は高品質を理由により高い価格を設定することが可能である。供給者の多様な品質レベルが利用者の異なる要求レベル(需要者の多様性)を反映するならば、このとき価格差別が可能となり、その結果供給者も事業者もより大きい売上高と利潤を得ることができる。

こうした参加者の悪行に対する事業者の行動は、Evans[2020, p.62]が指摘するように、前者の悪行を意図的に許容ないし放置するという意味で後者の悪行と捉えることができる。それは、伝統的な「二重限界性」や「二重モラルハザード」の用語にならって「二重の悪行」とよんでよい。また、事業者自身が直接悪行を行うこともできる。例えば、入手したデータを利用して欺瞞的な行為を行い、参加者を通して外部に負の影響を与える可能性がある。これら2つの行為は、事業者自身による悪行として捉えられる。上で指摘したように、このような悪行(意図的な行為、意図せざる行為の両方を含む)を事業者が自制するか、あるいは迅速に自己補正する誘因をもつかどうか、を考察する必要がある。この問題は自主的なモニタリングであり、プラットフォームガバナンスの一環である(「リスト」5)の④(11)。

## 2) 自主規制における課題

かくして、一定の公共政策の下で、自主規制が市場の失敗に対する補正メカニズムとして十分に機能するかどうかは明らかではない。それゆえ、自主規制が公共政策に代わる機能をもつとは限らない。むしろ、Cusumano et al. [2022]が指摘するように、事業上の制約やブランド毀損などのリスクにつながる恐れがある政府介入を受ける脅威が自主規制を行う誘因をつくりだすかもしれない。もしそうならば、公共政策は、自主規制に対して決して代替的機能ではなく補完的な関係を有する。もし政府規制が緩いものであるならば、市場の失敗を伴う問題行動が可能かもしれない。

したがって、キュレーションと公共政策の関係が多くのパターンを含むなかで、事業者はどのような条件下でキュレーションを行うのか、どのような条件下(したがってどのようなビジネスモデル)でどの程度市場の失敗の補正機能が達成されるのか、そしてまた、自主規制と政府規制をどのようにバランスさせるか、などの問題を理論的に明らかにしなければならない。こうした課題について、Parker et al.[2016、Chapter 11]は、規制当局の介入を考慮すべき状況と自己規制が最善である状況に分けて考察し、そして自主規制が市場の失敗を補正する効果を明らかにすることを提案する(邦訳 p.373)。確かに、例えばシェアリングエコノミーの場合では、AirbnbやUberのような共用型(財・サービスの所有権の移転なし)の分野とEtsyやメルカリのようなマーケットプレイス型(所有権の移転あり)の分野と同

じガバナンス形態を適用できるかどうかは不明である（土井[2020]参照）。

また、実施されている政策をガバナンスとしてあらためて評価しなければならない。例えば、わが国の民泊ビジネスにおいて、空き部屋・空き家の提供者に対して事前登録制と民泊提供期限の設定（住宅宿泊事業法、2018年施行）を適用し供給規制を図るが、それは競合する既存のホテル・旅館への負の影響を配慮するだけでなく、また品質の劣る供給者を制限・排除する効果を通して品質管理を行うという側面も考えられる(12)。この制度の下で、例えば民泊提供者ならびに事業者の行動、特に自主規制の効果を明らかにすることが求められる。また、上で指摘した「共同規制」が実施されているならば、その効果にも注目しなければならない。それは、プラットフォームビジネスにおいて重要な政策パターンの1つであるからである。

なお、注目すべきは、キュレーションが参加者のみならず潜在的参入者も含めて情報・データの公開・共有という機能も併せもつことである。それはイノベーションと参入に有効である。なぜなら、イノベーションはしばしば参加者からの提案・ヒントから生まれ、そしてまた新規企業（特にスタートアップ企業）のイノベーションは情報・データの共有によって刺激されるからである。その結果、競争促進とさらなるイノベーションの促進が誘発されるかもしれない。加えて、イノベーションは、利用者の選択幅が情報共有によって拡大することによっても促進されるかもしれない。

ところで、キュレーションのいろいろなデザインは、上で示唆したように、垂直的な関係から大きく、1)情報の収集と提供・共有と2)垂直拘束という側面をもつ（ともに「リスト」の多くの項目に関連する）。キュレーションが事業者による「ネットワークの統合」であるため、前者は「情報共有による統合」、そして後者は「垂直的な取引拘束による統合（準統合）」であり、しかも両者は相互に重なり合う。したがって、ともにキュレーションの第一次的な機能である（図2参照）。

加えて、キュレーションはいろいろな形態で行われるが、特に公共政策に関連していくつかの特性が注目される。まず、事業者自身が供給者となることによってキュレーションを行う3)垂直統合（「リスト」4)の③）があげられる。そしてまた、キュレーションが共同で行われる4)（業界）標準（「リスト」5)の①）と5)（官民）共同規制（「リスト」5)の⑤）が注目される。前者は企業間で共同してキュレーションを行い、後者は企業と規制当局が共同して実施するものである。これら3つはキュレーションの形態上の特徴である。もとより、これら5つの側面は相互に動的に関連し合っている。例えば、自ら財・サービスを提供する垂直統合型の事業者は、第三者の供給者に品質の基準・モデルを提示・誘導するだけでなく、また情報操作によって優先的に自社製品に利用者を誘導するかもしれない。ここでは、キュレーションと公共政策について、この5つの側面から議論する。

## （2）キュレーションと情報提供—情報機能の歪み—

まず、事業者がその参加者に行う情報収集・提供（情報機能）を取り上げる（図2参照）。キュレーションは、上記のリストのほとんどに関連し情報機能を含む(13)。具体的に、評価制度、推奨制度、認証制度、審査、業界標準などはいずれも、財・サービスの品質や参加者・事業者についての情報を含むものである。なぜなら、評価結果の開示や推奨は文字通り情報提供であり、そしてまたその他の方法も、通常一定の基準・ルールを公表することによって実施されるために、情報機能をもつからである。

情報の非対称性は、プラットフォームビジネスでは市場の失敗の大きな源泉である。その弊害を改善するために、一般的に、参加者が情報開示の効果を理解し、そして事業者が情報の開示と交換の機会を



設けることが有効であろう。換言すれば、情報機能は参加者の意思決定の基礎を提供する。その機能に該当するのがキュレーションである。事業者は、「代理店」として、キュレーションを通して利用者が考慮する財・サービスの有形・無形の特性に影響し、そしてその情報を提供することによって利用者の決定に影響を与える。その結果、情報機能は需要曲線の形状とポジションに反映されるかもしれない。多くのキュレーションのうち評価制度（「リスト」1）の②が最も注目されることが多く、特にシェアリングエコノミーでは最も重要な形態である。この制度は従来比較的多くの研究（特に実証研究）で議論され、そして理論的には Belleflamme & Peitz[2021]によって考察されている。ここでは、それらに基づきながら効果と課題を整理する。

情報提供型のキュレーションは、関連情報がより多くの参加者に基づき、そして公正で合理的なものであるかぎり、参加者や事業者のより適正な行動を誘引するであろう。このとき、キュレーションはネットワーク外部性（特に正の間接的外部性）を促し、財・サービスと仲介サービスの両方の需要曲線の右方シフトを通して消費者余剰、それから社会的厚生を拡大するであろう（正の「垂直的外部性」。EC[2022]、p.7）。また、ある事業者の情報機能の拡大は当該事業者の売上拡大のみならず市場の拡大も導き、その結果同業者（ライバル）の参入・成長の機会をつくり利益を与えるというスピルオーバー効果をもつかもしれない（正の「水平的外部性」。EC[2022]、p.7）。後者はさらに供給者数の増加（すなわち、財・サービスの所有者が供給者に転じること。図2の「参入率」）を誘引するかもしれない。

しかし、こうした関係は必ずしも実現されるとは限らない。例えば評価制度をとり上げると、一般的に、制度が有効に機能するためには、評価・情報が品質を正確に反映すること、評価の人為的な操作がないこと、関係者が情報を正確に理解できることなどが求められる（例えば Nosko & Tadelis[2015]、Stemler[2017]など参照）。これらの要件が満たされず情報機能が制限されるケースとして、Belleflamme & Peitz[2021、pp.54-59]は、1)評価する者が十分に理解できない、あるいは特異な嗜好をもつ場合、2)評価者が戦略的に評価を歪める場合、3)偏った群衆行動をあげている。上であげた評価バイアスの実証研究（Teubner et al.[2017]、Zervas et al.[2017]、Fradkin et al.[2018]）はこれらを立証している。また、認証、審査、標準設定、推奨などで設けられる基準・ルールが公正で合理的なものでないならば、十分な情報機能は実現されないであろう。例えば、事業者は、上で指摘したように、戦略的なレコメンデーションを通して、より大きな利潤をもたらす第三者供給者の財・サービスに利用者を誘導するかもしれない。このように、様々な情報バイアスが起る可能性がある。

これらの情報バイアスのある場合、特許ライセンスや標準の議論で用いられる“FRAND”（fair, reasonable and non-discriminatory. 「公正で合理的、そして非差別的」）という条件が適用できるかもしれない（Cabral et al.[2021]、p.30）。すなわち、情報は FRAND 条件を満たすものでなければならない。しかし元来、FRAND の定義・内容は必ずしも明確とは言えない。いま、特にプラットフォームビジネスのフレームワークのなかでその定義を明確にすることが不可欠である。また、技術規格の標準化の過程で、ステークホルダーの一部による機会主義的行動（例えば情報秘匿による特許待伏せ戦略）が標準形成に負の影響を与えた事例も見られたが、同様なことがプラットフォームビジネスのキュレーションの場合でも起こるかもしれない。例えば、参加者が不利な情報を隠蔽する場合である。このとき、FRAND 条件の適用が注目される。

かくして、キュレーションは情報機能として重要であるが、それは必ずしも有効に機能するとは限らない。そのとき、情報の非対称性を改善するために政府規制が不可欠である。情報機能をもつキュレー

ションの効果について、理論的、実証的に明らかにしなければならない。

### (3) キュレーションと垂直拘束—競争排除—

一般に垂直拘束の議論には、大きくメーカー主導型と流通業者主導型の2つがあるが、事業者による垂直拘束は、従来あまり議論されることのなかった後者のタイプ(Comanor[1990]、pp.110-114)に該当する。なぜなら、上述の通り事業者は供給者の代理店として行動するからである。この代理店主導型の垂直拘束はプラットフォームビジネスにおける1つの特徴である(図2参照)。

キュレーションは、上記の通り、「プラットフォーム主導の垂直拘束」を通して市場の失敗を補正するだけではない。それはまた、ネットワーク外部性がある場合、正のフィードバック効果を拡大させる、あるいは負のフィードバック効果に陥るのを避けることを可能にする。さらに、それは垂直的な取引関係であるかぎり、垂直統合の経済性に近似する準統合の効率効果を含むかもしれない。これらの効果は社会的厚生を拡大するであろう。

他方で、キュレーションはエコシステムとして参加者を囲い込み、また新規企業の参入あるいは下位企業の成長を制限する効果(参入障壁、成長障壁)をもつために、事業者はそれを戦略的に用いることができる。シェアリングエコノミーの場合では、キュレーションは互いに見知らぬ者同士である供給者と利用者の中で信頼の構築を促すという単純な機能ではなく、それ以上の機能・効果をもつかもしい。そのような効果に該当するのが競争制限である。すなわち、自主規制としてのルール設定や市場デザインなどは、垂直拘束として、事業者自身による問題行動を誘引する可能性がある。

キュレーションの競争制限行為は、上記の通り、第1に、参入阻止と既存競争者の排除があげられる。自主規制は、エコシステムの制御を通してプラットフォームの同業者の新規参入を制限することができる。例えば、キュレーションを行う先行企業は、それを通して得られた情報・データの活用によって情報の歪みないし情報優位をつくりだし、新規参入者に参入障壁を形成することができる。加えて、それは既存の同業者を不利に陥れ排除することもできる。例えば、RRC (raising rival's costs) 理論が示唆するように、ある事業者による自主規制、例えばルール設定や情報提供などは、ライバルにも同様の対応を余儀なくさせその費用を押し上げ、ライバルの成長とそれによる競争を阻害する恐れがある(プラットフォームによるRRC)。

また、評価制度は供給者の参入(財・サービスの所有者のネットワークへの「参入率」)にも影響を与えるかもしれない。評価と供給者の参入障壁の関係を考察するVellodi[2021]は、高評価を受ける供給者に対して良い評価を“抑える”制度が高品質の供給者の参入を促進し、消費者厚生を高めることを指摘する。この結果は、評価制度が参入障壁として機能し、むしろ社会的厚生に負の影響を与える可能性を含み、評価と供給者の参入障壁の関係が複雑であることを示唆する。このとき、事業者は、新規参入そしてその結果である品質の異なる供給者の分布に影響を与え自己の利潤拡大を図るように、評価制度を設計するかもしれない。したがって、評価制度が参入障壁としてどのような効果をもつかをさらに精査する必要がある。

第2に、事業者は、キュレーションを通して、財・サービスの供給者との間で不公正な取引(不当な取引拘束)を行う可能性がある。これは、支配的地位の濫用としてプラットフォームビジネスで最も注目される反競争的行為・慣行の1つであり、したがって最も活発な競争政策の対象となり、また最も論争となっている問題でもある。この問題は、Evans[2013, 2020]、Caffarra & Kühn[2018]、

Johnson[2018]、O'Brien[2020]、EC[2022]などで議論される。それは、独占禁止法の分類に従えば、不公正な取引方法に該当する非価格拘束として優越的地位の濫用、取引拒絶、排他条件付取引、拘束条件付取引などである。例えば、プラットフォームビジネスで拘束条件付き取引に該当する恐れがある例として、シングルホーミングやアンチステアリング (anti-steering) 条項 (供給者自身のウェブサイトやほかのウェブサイトでの取引に誘導する表示や外部リンクを張る行為を禁止する条項) が強制される場合である。

また、事業者による価格拘束もあり、事業者が、財・サービスの第三者供給者が自身のウェブサイト、他のプラットフォーム、すべてのオフライン流通経路などの競合する経路でより安く販売することを禁止する契約を行う場合である。それは、競争政策では価格パリティ条項 (price parity clause)、最恵国条項 (MFN)、同等性条件とよばれる。この契約は、事業者にとってより有利な財・サービスの供給者 (その1つが以下で取り上げる事業者の垂直統合 (内製、内部調達) である) に利用者を誘導するものであり、一種の排他的な取引である。このパリティ条項は、上記の非価格拘束とともに、プラットフォームビジネスでは競争政策上最も注目される行為・慣行の1つである (特に欧州で、Haucap & Stühmeier[2017])。

かくして、垂直拘束としての自主規制は、負の外部性や情報の非対称性などの市場の失敗を補正し、そしてまた効率を改善する一方で、市場支配力・競争制限を誘引する可能性をもつ。この点について異なる主張が展開されている。例えば Boudreau & Hagiu[2009, p.165]は、自主規制が競争制限を反映する超過利潤・厚生損失を誘引しているという証拠はないと指摘し、その有効性を強調する。反対に、Parker et al.[2016]は以下のように指摘する。「プラットフォームがさまざまな形で、自社の保有する市場支配力や膨大な量のデータへのアクセスを用いて人々を誤解させ、連絡や同意なしで人々の行動を操作できる。事業者が経済的利益を見込んで、こうしたことに関与したくなる可能性が非常に大きい。この種の倫理的に疑問のある行動を規定し、それを防ぐために明確で合理的なルールを作成し適用しなくてはならないが、それは規制当局にとって大きな課題である」 (邦訳 pp.392-393。一部削除・修正)。

こうした異なる主張に対して、理論的、実証的に検証し、それを受けて公共政策の在り方について議論する必要がある。この要請に応えるために、プラットフォームビジネスにおける垂直拘束の効果について理論的、実証的に考察することが求められる。一面市場型のマーケットメーカービジネスを対象とする伝統的モデルとその結果がそのまま両面市場のプラットフォームビジネスに当てはまるとはかぎらず、後者はもっと複雑な問題を含むかもしれない。例えば、垂直拘束の議論は、情報の非対称性や不確実性がないという仮定の下で展開される場合が多いが、プラットフォームビジネスでは、キュレーションはむしろ情報の非対称性や不確実性が存在する状況を対象とする。すると、議論はもっと複雑となるかもしれない。いずれにしろ、まだ十分に分析の積み重ねがなく、これが重要な課題の1つである。垂直拘束は従来最も議論されている競争政策上の問題の1つであるが、プラットフォームビジネスにこれまでの議論がそのまま当てはまるかどうか、が問われている。なお、オンラインビジネスにおける垂直拘束の効果ならびにそれと公共政策の関係については、EC[2022]に整理されている。

#### (4) 垂直統合とプラットフォームの二重性ー“アンパイアとプレーヤー”ー

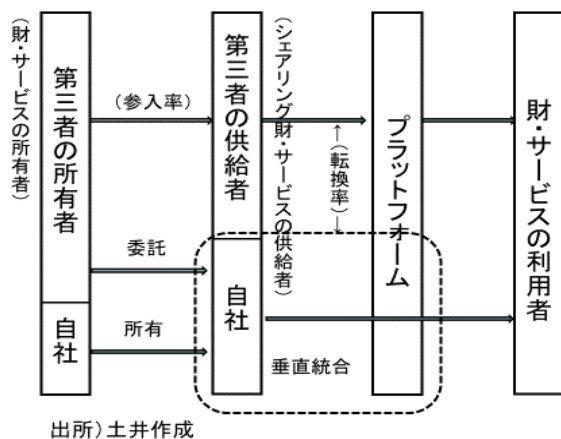
さらに注目されるのは、上記のキュレーションの方法のうち「プラットフォームによる間接的な品質管理」に該当する、垂直統合によるキュレーションである。オンラインビジネスでは、マーケットメーカーもマッチメーカーもともに、財・サービスの供給も行うという垂直統合が今日の主要な特徴の1つ

である (Zhu[2019])。特に後者の場合、事業者は第三者供給者の財・サービスのキュレーションを行う「審判」(“アンパイア”)であり、同時に財・サービスの供給者(“プレーヤー”)でもある(14)。こうした「二重性」(ハイブリッド型)はガバナンス成果や競争に影響を与えるかもしれない。

近年、この二重性が「公正な競争」(level playing field)の欠如として競争政策面から最も注目されている問題の1つである。なぜなら、事業者は第三者供給者との競合者でもあり、垂直統合の利点を利用してライバルの排除・競争制限を行うことができるからである。この問題を巡り、近年 Cr mer et al.[2019]、Caffarra et al.[2020]、Teh[2021]、Etro[2021]、Hagiu et al.[2021]、Gilbert[2021]、Zenny[2021]、Kittaka & Sato[2021]、Belleflamme & Peitz[2021, pp.130-138]などで議論される。

この二重性問題をシェアリングエコノミーで見ると、事業者は、仲介する第三者の財・サービスと競合するシェアリングビジネスに合併(供給者との垂直合併)、内部成長、委託契約などを通して自社ブランドで直接参入することができる(これは事業者のプライベートブランドに相当)。事実、Airbnbは、自ら空き部屋、空き家を所有してシェアリング事業を行い、また空き部屋・空き家の所有者から委託された部屋(設立したマネジメント会社が供給者として管理・運営)を使って自社ブランド(“Airbnb-branded apartments”)でシェアリング事業も展開する(Belleflamme & Peitz[2021]、p.109)。こうした関係は図4に示される。キュレーションとして自社の宿泊ビジネスの品質モデルを示し、第三者の供給者をそれと競争させることによって品質管理を行うことができるであろう。なお、シェアリングエコノミーの規制に絡んで、供給者として個人と企業の境が曖昧になっていることが注目されるが、事業者の垂直統合はその状況の一部であると言えるかもしれない。

図4 プラットフォームの二重性



ところで、キュレーションと公共政策について議論するためには、シェアリングエコノミーにおける垂直統合のメカニズムを明らかにすることが求められる。まず、事業者の垂直統合の決定(換言すれば、垂直取引拘束(垂直的コントロール)と垂直統合の選択)が注目される。その決定には多くの要因が関与する可能性があるが、ここでは特に2つの注目される要因を取り上げる。垂直統合の事業者では、第三者供給者の仲介からの利益と自社供給からの利益の間でカニバイゼーションが起こる可能性が大きい。事業者は、垂直統合が自分のプラットフォーム上での第三者供給者の販売にどのような影響を及ぼすかを考慮しなければならないであろう。その意味で、垂直統合に伴う第三者供給者から事業者への販売の移転の程度(「転換率」)が重要な決定要因である。また、間接的ネットワーク外部性ならびに供

給者と利用者の拡大のバランスの必要性を考慮すれば、財・サービスの第三者所有者のうちシェアリングプラットフォームに参加する供給者の比率（「参入率」）にも注目しなければならない。なぜなら、上で示唆したように、キュレーションは参入率を考慮しながら行われなければならないからである。転換率と参入率は二重性モデルに深く関連し、したがって理論的に考慮に入れることが求められる。

次に、垂直統合型事業者の行動に注目しよう。プラットフォームビジネスでは、例えば、Apple（“App Store”）や Amazon は、第三者供給者の財・サービスをプラットフォーム上で仲介し、他方で小売りビジネスとして第三者供給者と競合する財・サービスを販売している。垂直統合があるとき、事業者は、取引上得た情報を基に、仲介する第三者供給者の財・サービスを「模倣」して自社商品を販売し、そしてまた消費者を他社商品から自社商品のほうに「誘導」（self-preferencing, 自社優先）したり、自社商品をより上位にランクすることによって、第三者供給者を不利にさせることができる（US Congress[2020]）。事実、そうした疑念が出されている。

加えて、事業者は、キュレーションを通して第三者供給者の商品の品質を「低下」（degradation）させ、自社商品を優位に導きその需要を高めるかもしれない。これは競争排除・RRC 戦略の1つである。また、事業者は、第三者供給者の払う手数料を戦略的に引き上げ不利に追い込むこともできる。これは従来価格スクイズ（price squeeze）とよばれる行為であり、ライバルを排除するための戦略である。このとき、自社優先は戦略的レコメンデーションの1つと捉えることができる。シェアリングエコノミーの事業者も、模倣、自社優先、RRC 戦略、価格スクイズなど、同様な行為が可能であろう。

こうしたビジネスモデルの問題を公共政策の視点から議論するためには、ビジネスモデルを理論的に、実証的に分析することが求められる。上記の議論は、二重性モデルがキュレーションとして市場の失敗を補正し、そしてまたネットワーク外部性を通して需要を拡大するなど、正の厚生効果をもつのみならず、それを超えて競争制限・市場支配力を維持・拡大を図ることができることを示唆する。しかも、自主規制による市場の失敗の補正は必ずしも十分とは限らない。事実、Zhu[2019]は、既存の実証研究の展望を通して、プラットフォームビジネスにおいて二重性モデルの誘因と効果が多面的であることを指摘する。効果の多様性は、第三者供給者と事業者間の財・サービスの差別化（転換率）、プラットフォームと財・サービスとの関係（例えば供給者による関係特殊的投資の有無）などの財・サービス特性、事業者の自社優先・模倣を行う誘因などに起因するであろう。

かくして、垂直統合が利用者の行動、競争そして経済厚生に及ぼす影響が注目される。例えば、宿泊シェアリングにおいて、宿泊提供側の市場構造（特に地域市場）を寡占あるいは独占的競争などを想定して、垂直統合が供給者や同業の事業者の反応・行動に影響を与えることを明らかにし、競争と厚生効果を理論的に考察することができる。また、二重性モデルの効果を実証的に検証することが必要である。シェアリングエコノミーについて、そうした理論的、実証分析を積み重ねていく必要がある。

二重性モデルがもたらす厚生効果と公共政策への含意が若干の研究で考察されている。例えば、Hagiu et al.[2021]は、1) 二重性モデルは、単に仲介だけの事業の場合よりも事業者にとりいつもベターであり(15)、そして2) 二重性モデルの全面的禁止（構造的リメディ）は製品模倣と自社製品への誘導の両方の禁止（行動リメディ）に比べて有効な規制ではない、と指摘する。また、Gilbert[2021]は、1) 事業者は、二重性のない垂直分離の場合でも、垂直統合の場合と同様に、サービスの品質提供で“区別”する誘因をもつ可能性があり、また2) 垂直統合の場合、第三者供給者の製品を“模倣”することは消費者に必ずしも不利益を与えない、と主張する。これらの研究結果は、財・サービスと仲介サービスの両方の分野

で垂直統合が、需要面でも費用面でも経営効率（事業者が自ら宿泊施設をもつ場合、その検索・予約など関連サービスにアクセスし易いという「ワンストップショッピング効果」、垂直統合の経済性など）を高め、競争を促進する可能性を示唆する。しかし、二重性モデルは供給者段階や事業者段階でライバルを排除し、競争制限を引き起こすかもしれない。こうした理論的結果の積み重ねを基に公共政策を設計する必要があるが、それゆえ理論的分析を拡充することが求められる。

しかし、以上の2つの理論研究は、具体的に、垂直統合した Amazon（マーケットメーカー型の“Amazon Retail”、垂直統合型の“Amazon Basics”、マッチメーカー型の“Amazon Marketplace”）を想定して議論する（また Etro[2021]、Kittaka & Sato[2021]なども）。これらの議論が、マッチメーカーが垂直統合する Airbnb のようなシェアリングエコノミーに当てはめるかどうか、をあらためて問われなければならない。確かに、シェアリングエコノミーにおいて模倣、自社誘導などの行為も可能であるが、それらがどのような効果をもつかは定かではない。なぜなら、Airbnb や Uber の垂直統合は Amazon の場合と異なるかもしれないからである（例えば Hawlitschek et al.[2016]参照）。前者の P2P 型シェアリングビジネスは、機械的な取引の様相をもつマーケットプレイス型の Amazon の場合よりも大きな人間的なやり取りの性格をもつ。今のところ、シェアリングエコノミーにおける二重性モデルについて理論分析したものは見当たらないが、このビジネスにおいても、経営効率効果（競争促進効果）と競争制限効果の両方が起こる可能性があり、そしてまた、二重性モデルが市場の失敗に関連する成果をどの程度改善するかは定かではない。シェアリングエコノミーにおける市場構造（P2P ビジネス、事業者段階の競争構造、競合分野との関係など）を考慮に入れながら考察する必要がある。

この二重性モデルから、上で指摘したように、多様なビジネスモデルがそれぞれ公共政策に対して異なる含意をもつかどうかを議論することが求められる(16)。

#### （5）キュレーションと業界自主規制－“自主合意標準”－

キュレーションは、上記の通り、企業間の自主的組織を通して共同で行われ、標準、特に自主合意標準という形をとる。それは自主規制の形態から見れば「業界自主規制」(industry self-regulation, OECD[2015])である。プラットフォームビジネスでは、標準は、事実上の標準にしる（単独で）、自主合意標準にしる（共同で）、Steinmueller[2017, p.93]が指摘するように、プラットフォームを維持・促進することと密接に関連する。なぜなら、標準は、ネットワークを管理するための重要なプロセスの一部であるからである。しかし、オンラインビジネスにおける標準に言及したものは Blindt[2017]、Steinmueller[2017]などに過ぎない。また、シェアリングエコノミーを対象に議論したものはほとんどなく、ビジネスが標準の形態を取ることを指摘するにとどまる (Koczetkow & Klimczuk[2022])。いまあらためて自主合意標準としてのキュレーションと公共政策の関係に注目する必要がある。

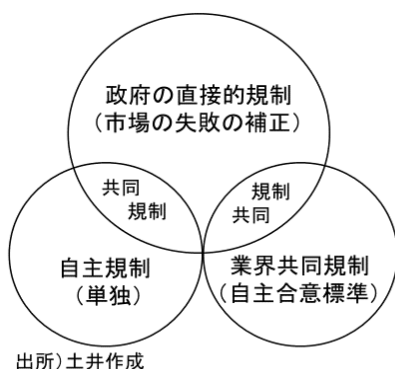
一般に、標準は、互換性・相互運用性、バラエティ削減、ミニマム品質（健康、安全、環境保全、公正取引など）の確保、情報提供・共有の機能をもつ。特に最後の2つは本稿でいうキュレーションの対象であり、そして市場の失敗に関連するものである。それは、ミニマム品質の確保と情報提供・共有を可能にする標準を通して負の外部性、情報の非対称性、不確実性・リスクを削減する効果をもつ。換言すれば、自主合意標準は、品質標準として業界レベルで信頼を構築するメカニズムである。その結果は、買手の満足上昇と買手の負担する取引費用減少を通して需要曲線の右方シフトである。また、それは業界レベルでの標準化である故に、需要曲線をより弾力的にし、企業行動に影響を与えるかもしれない。

かくして、自主規制、標準、公共政策の関係を考察する必要がある。今のところ、標準を陽表的に取り上げてキュレーションとその効果を分析した研究はなく、既存の標準研究の成果を援用してその含意を探る必要がある。標準研究は、従来標準の形成過程（の実証）や潜在的な効果（の列挙）を対象としたものが多く、キュレーションとしての効果についての分析は十分ではない。公共政策を議論する場合、プラットフォームビジネスあるいはシェアリングエコノミーについてキュレーションとしての自主合意標準が市場成果と社会的成果に及ぼす影響を明らかにしなければならない。なぜなら、標準は、他の形態のキュレーションと同様に、社会的成果の改善につながるよう十分機能せず、また競争制限を誘引する可能性も含むからである。例えば、自主合意標準は、企業間の共同行為であるためにカルテル、ライバル排除、参入障壁などにつながり、競争政策の対象となるかもしれない。そしてまた、それは競争制限の故に十分なキュレーション誘因を伴わないかもしれない。自主合意標準としてのキュレーションについて、分析を深化する必要がある。

### （6）キュレーションと官民共同型規制－“共同規制”－

最後に、プラットフォームビジネスの発展に伴い注目されるのが上でふれた（官民）共同規制である。それは、従来英国やEUで情報通信政策に関連して提案・実施されている（例えば英国のOfcom[2008]）。シェアリングエコノミーでも、それは規制の大きな課題となっている（Cannon & Chung[2018]、Finck[2018]など参照）。例えばAirbnbと市当局（アムステルダム、ロンドンなど）との間で共同規制が行われている（Finck[2018]、pp.268-269）。またわが国でも、例えば総務省[2019]で議論され、そして共同規制の概念を導入した「デジタルプラットフォーム取引透明化法」が2021年に施行されている。共同規制の概念図は図5に要約される。

図5 共同規制



かくして、共同規制は、シェアリングエコノミーをはじめプラットフォームビジネスでは重要な課題である。それは、自主規制と公共政策（政府の直接的規制）の関係の1つとして両者の組合せにほかならない。したがって、上で示唆したように、その最適な組合せ—それぞれのバランスのある規制レベル—について明らかにすることが求められる。そのさい、共同規制はどのような分野あるいは条件下で最も有効に機能するかを明らかにしなければならない。例えば、Ofcom[2008]は、一般的に、業界が共同して問題解決に関心があり、そのためのスキームについて明確な目標をもち、そして解決が消費者や社

会のニーズにマッチしているとき、(民間) 自主規制そして(官民) 共同規制が機能する可能性が大きいと指摘する (pp.16-17)。ただし、それらが共謀(競争制限)を伴わないよう注意する必要があることを強調する。

共同規制について、今のところその誘因、効果、手続きに関して経済分析は見当たらず、特にシェアリングエコノミーに関連して議論されたものは少ない。自主規制の有効性を高く評価する Cohen & Sundararajan[2015]は、シェアリングエコノミーにおいて、プラットフォームの自主規制は必ずしも完全に機能するわけではなく、ある政府介入が必要であることを認めたとうえで、「ある限られた政府規制の下での自主規制」(特に業界団体のような自主規制組織の役割を強調)を提唱しているが、これは共同規制の考え方を含んでいるかもしれない。しかし、共同規制のフレームワークは明らかではない。シェアリングエコノミーの共同規制に関しては、若干の制度的な研究(Cannon & Chung[2018]、Finck[2018]など)があるに過ぎない。これまで行われてきた共同規制の実態—執行過程と効果—を明らかにすることが求められている。

ところで、共同規制のパターンは、「自主規制と政府規制間の連続体の一部分」(OECD[2015]、p.11)とみなされるために、政府規制と自主規制の多様な組合せを含む。例えば、政府規制は市場の失敗の補正の目標・レベルだけを提示し、他は企業の自主規制に委ねるタイプから、逆に政府規制が詳細に決め事実上全面的な政府規制に近いタイプまでであろう。共同規制は理論的には1つの有効な接近であるが、実際にはキュレーションの形態や政策の組み合わせが多様であるためにケースバイケースで対応せざるをえなく、一般化することは困難であるかもしれない。それ故、一般的に、代替的なビジネスモデルの下で共同規制の効果を理論的に明らかにし、政策提案をすることが有用であろう。また、共同規制は関連する当事者(参加者、事業者、規制当局)の間だけで行われる危険性があるために、より有効な実施には、執行プロセスの考慮、特に手続きの透明性と説明責任、経過や効果の定期的なモニタリングそして執行のフレキシビリティが必要であろう。

かくして、プラットフォームビジネスでは、自主規制は「共同規制」として政府規制と共同して行われることがある。しかし、その実態、特にシェアリングエコノミーにおける実態は不明である。なぜなら、シェアリングエコノミーについて情報・データが十分に整備されず、そして分析も不十分であるからである。その効果と公共政策への含意を理論的に、実証的に明らかにすることが必要である。

表1 ガバナンスのタイプ

規制主体	規制のタイプ	
単独(企業)	(民間)自主規制	情報機能 垂直拘束 二重性モデル
共同		
企業間	自主合意標準	
企業と政府	(官民)共同規制	
政府	政府規制	社会的規制 経済的規制
	競争政策	

出所)土井作成

以上、注目される5つの側面からキュレーション・自主規制のメカニズムを展望し、課題を整理した。



それは表1に要約される。今後、これらのメカニズムを理論的に、実証的により詳細に考察し、政策的含意を明らかにする必要がある。

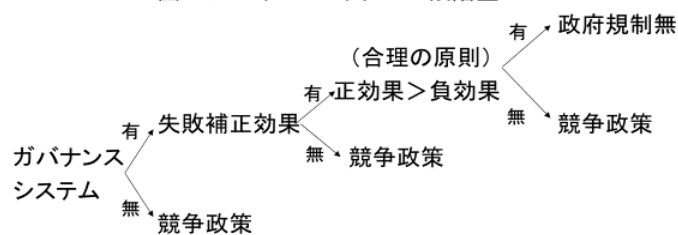
#### 4 シェアリングエコノミーにおけるガバナンスシステム

##### (1) ガバナンスミックスー自主規制と公共政策ー

以上から、プラットフォームのキュレーションはさまざまな形態をとり、そしていろいろな効果をもつ可能性がある。シェアリングエコノミー、そして広くプラットフォームビジネスが社会的に有効に機能するためには、競争政策、政府規制、消費者保護および自主規制、そしてまたそれらの関係や組合せ（ガバナンスミックス）について考察する必要がある。

ガバナンスミックスは、プラットフォームビジネス一般を対象に、Evans [2012, 2021]で議論されている。市場の力と自己修正機能を重視する Evans [2012, pp.1247-1248 ; 2021, p.74]は、事業者による自主規制の有効性と公共政策の必要性を主張したうえで、3段階テストの接近を提案する。それは、少しパラフレーズして要約すると以下ようになる。まず、1)内部ガバナンスシステムがあり、そしてある行為がそのシステムに基づくかどうか、を検討する（第1段階）。この条件を満たさなければ、「標準的な」競争政策が適用され、そして満たすならば第2段階に進む。次に、2)その行為がガバナンスシステムに基づくものならば、行為が市場の失敗の補正効果をもつかどうか、を検討する（第2段階）。政策当局は、当該行為またはガバナンスシステムが適切なガバナンス目標の執行と合理的に関連していないことを証明しなければならない。証明できるならば、第3段階に進む。最後に、3)当局が第2段階をパスするならば、合理の原則に従って当該行為に対して競争政策が適用される（第3段階）。Evans[2021, p.75]は、市場の力や自主規制は悪行を十分に除去できるほどではなく、自主規制を補完する、または代替する政策が求められるが、その場合に政策の便益、コストおよび意図せざる結果について注意深い考慮が必要であることを強調する。Parker et al.[2016, 邦訳 pp.398-399]もこの3段階型接近を支持する。3段階テストは図6に要約される。

図6 ガバナンスミックス:3段階型



注) 失敗補正効果は市場の失敗の補正効果(競争制限効果を除く)  
 正効果は正の厚生効果、負効果は負の厚生効果  
 出所) 土井作成(Evans[2012], Figure1 (p.1247)に依拠)

上の接近は、キュレーションの有無、その悪行や競争制限への影響の有無を考慮しながら、公共政策を考察することを提案する。それは、これまでの議論から見て基本的には適切な政策プロセスの提案である。このとき、前節までで議論した特性や課題を考慮しながらキュレーションの効果、そしてそれと

競争政策・政府規制・消費者保護との関係を明確にすることが重要である。こうした要請に応えるために、特に政策執行の際に考慮すべき諸要因やそれらの評価手順（優先順位など）が重要となる。従来あまり分析されてこなかった公共政策の執行手続きについて経済分析が必要であろう。

Evans の提唱する接近において、政策プロセスに加えて、政策内容も不可欠な課題である。まず、もとより、キュレーションが市場の失敗を補正する効果をどの程度もつかを分析する必要がある。なぜなら、キュレーションは、以上で概観したように、社会的厚生から見て十分な効果をもつとは限らないからである。また注目されるのは「標準的な」分析ないし競争政策の内容である。Evans はこれまで議論されてきた内容の競争政策の適用を示唆しているが、あらためてプラットフォームビジネスにおける競争制限・市場支配力のメカニズムを明らかにする必要がある。特に、キュレーションと競争制限・市場支配力の関係に注目しなければならない。そうした分析のうえで競争政策を議論することが求められる。その代表的な議論の1つが Cabral et al.[2021]である。

以上の接近は公共政策の執行上の一般原則であり、自主規制と競争の厚生効果を検討したうえで、自主規制の正の厚生効果と競争制限の負の厚生効果の比較であり、伝統的な厚生トレードオフモデルの議論に該当する。なぜなら、キュレーションは、上記の通り、市場の失敗の補正、正のネットワーク外部性の促進、垂直統合や準統合の経済性などによる社会的厚生の拡大を含み、他方市場の失敗の不十分な補正や競争制限の可能性を伴うからである。この議論の有効性は、上記の自主規制の問題点を考慮すれば、自主規制の内容と効果に依存するであろう。そもそも、大きな事業者によって支配される市場では、急速な自己修正はありそうになく、そして市場支配力による厚生悪化がかなり大きい状況で、はたして市場の失敗を十分に補正するような自主規制が行われるかどうか不明である。このとき、政府規制が不可欠であり、そしてそれを基本としながら自主規制も考慮する対応が望ましい。

かくして、自主規制の効果や、4つのガバナンス形態間の関係を考察することが重要である。そのさい、正味の厚生効果に基づく「合理の原則」と「ケースバイケース型接近」が必要である。なぜなら、上で指摘したように、ガバナンスとキュレーションが多様であり、そしてその効果も多面的であるからである。この要請に応えるために、自主規制を考慮しながら、様々な要因・関係を明らかにしなければならない。またそれ故、キュレーションを評価するとき理論的には曖昧さは避けられないので、その効果の実証的評価が公共政策の展開には不可欠である。

なお、今日、公共政策の評価が静的な資源配分効率や X 効率のみならず動的効率（技術進歩）も含むことにはほとんど異論はない。プラットフォームビジネスについても、それが1つのイノベーションであるかぎり、原理的にはイノベーションの促進を考慮しながら、これら4つのガバナンスの最適な組合せが求められる。

## （2）シェアリングエコノミーにおけるガバナンス

以上、マッチメーカーであるシェアリングエコノミーを基にしながら、それを含むプラットフォームビジネス一般も対象にキュレーション・自主規制のパターン、影響などについて整理・考察した。いま、特にシェアリングエコノミーにおけるプラットフォームガバナンスの実態と課題について論及する。

シェアリングエコノミー、特に見知らぬ者との P2P 型では、利用者の懸念事項として財・サービス（したがってその供給者）の信頼性、事故・トラブル時の対応などが予想される。このとき、上記であげたキュレーションの多様なデザインが採用される（付表 1 参照）。特に評価制度による参加者の拡大

と囲い込みはプラットフォームの機能の中核である。

シェアリングエコノミーがプラットフォームビジネスに属するかぎり、基本的には後者の議論が当てはまるであろう。しかし、シェアリングエコノミーの拡大に伴い、注目すべき理論上、政策上の課題が顕在化している。特に、欧米ではシェアリングエコノミーが既存の規制・法体系に適合しないビジネスモデルであるために、それが適用されず、シェアリング財・サービスの品質は政府規制によって十分に管理されていない。その結果、既存の政策との緊張関係が見られる。例えば、Uber に対して、欧州連合 (EU) の司法裁判所 (欧州裁判所) はタクシー事業と見なし、これまで免れてきた従来の厳しいタクシー事業規制の網をかけるべきと判断した (2017 年 12 月、EC)。その論拠は、Uber が運転手と利用者の両者にとって不可欠で、運転手のサービスに大きな影響を与えており、仲介サービスを越えたものを提供していると見なされることである。この判断は、市場の画定についての EU の接近 (EC [2016], pp.5-7) と整合的である。

また、一般的に連邦政府ではなく州政府・地方政府がシェアリングエコノミーを規制する米国でも、地方行政当局と衝突が起こっている (例えば Parker et al.[2016]参照)。取引される財・サービスの品質・価格などを巡り、消費者保護の問題も起っている。こうしたなかで、事業者の市場支配力とそれによる価格の歪みが起こる場合には、連邦政府の関与が必要であるという議論が展開されている (米国の制度について、Griffith[2018]参照)。

かくして、政策課題が、既存の政府規制や在来ビジネスとの対立を通して大きな注目を受けている。こうした問題は「規制の破壊」あるいは「規制の中立性」問題とよばれ、シェアリングエコノミーの中心的特徴の1つであると言ってよい。こうした状況にあつて、キュレーションがどのような形態で、どの程度行われ、そしてどのような効果をもつかが問題となる。

確かに、騒音、混雑、ゴミ、交通事故などの負の外部性、品質への不安を懸念した買い控え、逆選択・モラルハザードの行為など、意図せざる負の影響を生む行為や意図した行為からの社会的損失が顕在化していることは事実である。それらは多くの国で見られ、大きな問題となっている。また、競争政策上の問題も見られる。例えば、わが国では、Airbnb が物件の貸主側に対し、他の民泊仲介サイトと契約しないよう求めた疑い (シングルホーミングの強要。拘束条件付き取引) で、公正取引委員会が立ち入り検査を実施している (2017 年 11 月。なお、Airbnb はその後自主的に契約を改善したため、審査は終了した)。この事例は、キュレーションが社会的厚生を悪化を改善するために行われる側面を有しながら、他方で競争制限のような社会的損失を伴う可能性を示唆する。

市場の失敗への対応として、上記の通り自主規制の有効性が注目される。シェアリングビジネスにおいてオンライン評価、したがって自主規制を高く評価する意見もある。しかし、評価制度は十分信頼できるものではないという主張も多く、上で言及したようにそれを支持する実証研究も存在する。事業者の取引上の責任、情報の透明性などに問題もある。わが国でも自主規制が注目されるが、その実態の解明や理論的研究はあまり多くない。

なお、以上の問題に関連して、シェアリングエコノミーで政策上議論が求められる課題がある。プラットフォームビジネスの存在や規制との関係はいくつかの業態が並存することを示唆する。例えば、移動に関する多様なビジネス形態 (自家用車、タクシー、レンタカー、カーシェアリング、ライドシェアリングなど) では、互いに競合関係が存在する (土井[2020]、p.32)。このとき、政策的には、オンラインマッチメーカーを含む「業態間競争」のメカニズムを明らかにすることが必要である。それは、オンラ

インマッチメーカー、そしてオンラインマーケットメーカー、実店舗型企業、在来企業（特に被規制企業）など多様な業態の企業の組合せを含む競争である。このフレームワークのなかで事業者によるキュレーションを考察する必要がある。しかし、従来オンラインマッチメーカー間の競争を想定した分析が多く、こうした業態間競争の分析はまだ十分ではない(17)。

もう1つはデータに関連する問題である。評価制度で独自の尺度が各シェアリングエコノミーの事業者間で採用される。そのため、参加者の評価データを、ある事業者から他社に移すことはできず、データの「ポータビリティ」(portability. データの移動・移行)が制限されている。これは従来議論されていないが、公共政策上注目してよい課題の1つであろう。

## 結び—自主規制と公共政策の関係の重要性—

以上から、シェアリングエコノミーをはじめプラットフォームビジネスは、特にネットワーク外部性を伴う両面市場型ビジネスモデルイノベーションならびに垂直的な取引構造としてのエコシステムを大きな特性として含む。そうした特性はプラットフォームによるキュレーションを導き、そしてキュレーションは「自主規制」として公共政策との関係の問題を提起する。

シェアリングエコノミーをはじめプラットフォームビジネスにおけるキュレーションは以下のような特徴を含む。すなわち、1) それは多様な形態をもち、そしてそれゆえ分野間で、そしてまた1つの分野でも企業間で異なる、2) それはいろいろ異なる効果をもち、市場の失敗の補正、ネットワーク外部性など正の厚生効果をもつと同時に、逆に競争制限や参加者の悪行などを通して社会的損失を引き起こす可能性をもつ、3) 事業者は参加者に対してキュレーションを行うだけでなく、「二重の悪行」のように自身悪行を行うこともある、そして4) それは企業間の「業界標準」や官民の「共同規制」のような形態をとる。これらの特徴は、ビジネスモデルが多様であり、政策的にはケースバイケース接近と合理の原則が重要であることを示唆する。そのさい、参加者や事業者の適正な行動に導くためには、参加者そしてまた規制当局の意思決定に不可欠な、キュレーションのプロセスや効果について十分な分析と透明性が重要である。こうした関係を踏まえて公共政策と自主規制の関係を考察する必要がある。

シェアリングエコノミーでは、財・サービスの供給者、その利用者、そして両者の取引を仲介する事業者がそれぞれ「信頼」のある行動をとるような、「競争的で、公正で透明性のあるネットワーク」が求められる。それゆえ、プラットフォームビジネス一般と同様に、キュレーション・自主規制が重要な制度ないし慣行である。それは社会厚生を改善するよう機能する可能性をもつ一方で、市場の失敗を補正する効果が小さいか、または逆に競争制限を誘引し社会的損失を誘引することもある。これらの効果がどのような条件下で起こり、そしてまた正味の厚生効果を理論的に明らかにしなければならない。加えて、自主規制の実態も解明する必要がある。事業者ならびに参加者の行動に関する理論的、実証的分析の結果を基に、公共政策、あるいは公共政策と自主規制の関係を議論することが求められている。自主規制があるときの基本的な問題は、市場の失敗を補正するためにどの程度プラットフォームを規制すべきか、あるいは企業と共同して補正するのに適した政府規制のレベルがあるかどうかである。

なお、政策執行において、これまでのプラットフォームビジネスの実態から見て、Cabral et al.[2021、pp.28-29]が強調するように、上で指摘したプラットフォームと政府の間の情報の非対称性も注目すべき課題の1つであろう。特にシェアリングエコノミーについて、情報・データが十分に整備されていない

のが現実である。

わが国も、自主規制を考慮する公共政策問題に直面するものと予想される。しかし、自主規制は、研究でも政策でも従来あまり注目を受けてこなかった。民泊の登録制・営業日数規制の導入、ライドシェアリングの不認可などを除けば、欧米に比べて政策当局の対応が明確ではない。現在、規制のあり方が議論されているが、議論には経済分析の知見が不可欠である。したがって、シェアリングエコノミーのメカニズムと政策のあり方を考察することは重要かつ喫緊の課題である。

## 注

\* 関西学院大学名誉教授。関西学院大学・イノベーション・システム研究センター客員研究員。コンタクト：ftm47161@kwansei.ac.jp

本稿は、日本学術振興会科学研究費の助成を受けている研究（基盤研究（B）19HK01494）に基づく。同会の支援に深謝の意を表します。また、一橋大学名誉教授・小田切宏之氏、元東海大学教授・鈴木恭蔵氏、本研究プロジェクトのメンバーとワークショップ参加者、一般社団法人シェアリングエコノミー協会・小出富雄氏等に有益な助言・示唆を頂き、お礼申し上げます。残されている誤りと不完全の責はすべて筆者に帰する。

- (1) 一般にオンラインビジネスでは、大きくマーケットメーカー（卸売りモデル）、マッチメーカー（代理店モデル）、そしてその両方がそれぞれ財・サービスの供給も行う垂直統合企業の3タイプが見られる。マッチメーカーをプラットフォームという場合が多い。マッチメーカーに該当するシェアリングエコノミーの展望について、土井[2020]を参照。本稿はそれに依拠する。
- (2) プラットフォームビジネスの発展につれて、多くの分野で見られる高集中・高利潤を生む市場支配力・競争制限が注目され、「競争政策が戻ってきた」と言われる。もう1つの注目される点は社会的成果との関係への関心である。後者はキュレーションへの注目の高まりと軌を一にする。
- (3) 公共政策の経済学は、例えば Viscusi et al.[2018]を参照。
- (4) プラットフォームビジネスにおける公共政策上の課題について、例えば Cabral et al.[2021]参照。
- (5) こうしたメカニズムの下では、特に間接的ネットワーク外部性により先発者優位が議論されるが、実態は、本稿の対象とするシェアリングエコノミーにおいて代表的な Uber（ライドシェアリング）と Airbnb（民泊）はともにそれぞれのビジネスで先発者ではない（先発者優位の神話）。
- (6) 逆に、例えば事業者は、利用する基盤的プラットフォーム（本文6頁参照）から圧力を受ける可能性もある。事実、ライドシェアリングの Lyft は、Amazon（“Amazon Web Service”）や Google（“Google Map”）を利用しているために、後者から不利な行為を受ける可能性を懸念する（US Congress [2020]、p.39）。
- (7) 一般に政府規制は消費者保護を含むが、オンラインビジネスでの後者の重要性に鑑み独立させる。消費者（保護）政策一般については、土井[2012]参照。
- (8) 自主合意標準のわが国の代表例は、多くの分野で組織される「公正取引協議会」（加盟は企業の裁量）の公正競争規約である。これは、自主規制であるとともに後述の共同規制の1つと言えるかもしれない。なぜなら、協議会は公正取引委員会と消費者庁によって認定され、そしてそれらや

経済産業省などと密接に連携して活動しているからである。標準の形成と効果について、土井ほか[2008]、土井[2010、2015]、Egyedi & Ortt[2017]などを参照。

なお、標準の設定方法には、そのほか「事実上の標準」(de fact standard. 競争が展開された結果、勝者の技術・規格が標準となるケース)と「社会的標準」(健康、安全、環境などについて国が定める仕様・規格。「社会的規制」)がある。

(9) 評価システムはアルゴリズムに基づくが、それは、自己の市場ポジションを維持するためにトレードシークレットとして取り扱われブラックボックスとなっているかもしれない。

(10) この図は、供給者が価格を決定できる場合にも適用できる。供給者が財・サービス価格を決定したうえで一定の手数料率に従って事業者の手数料が決まる。

なお、既存の研究(本文9頁)が示唆するように、品質レベルと価格水準との間に正の相関があるならば、価格差別が成立している。供給者の異なる価格が利用者の求める価格・品質レベルを反映するならば、事業者レベルの財・サービス需要曲線では価格差別が反映されている。このとき、供給者の総売上高、そしてまた事業者の手数料収入は単一価格・単一手数料の場合に比べて増大する。価格差別、需要曲線の右方移動(シェア拡大、市場拡大)、手数料率上昇は、供給者の売上高と事業者の手数料収入・利潤の両方の上昇をもたらす。この例は Airbnb に当てはまる。

なお、この図は不完全市場を対象とした説明例であって、本稿は、キュレーションがいつも需要曲線の大きなシフトを誘引し、社会的厚生を増大させるとは想定していない。

(11) 「公正なプラットフォーム行動」について、例えば Cabral et al.[2021]、pp.30-32 参照。

(12) 供給者として企業も増え、個人と企業の区別が曖昧になっているが(土井[2020]参照)、住宅宿泊事業法は、登録制度と営業日数制限を通して特に企業型供給者の参入を抑制し、競合する在来の宿泊業を保護するという効果を狙っているのかもしれない。

(13) オンラインビジネスでは、インターネット上での評判や eWOM (electronic word-of-mouth) などの情報も注目される。なお、eWOM は、財・サービスまたは会社について顧客(現在、過去、潜在的)の行う肯定的あるいは否定的なコメントをいう。Doi & Hayakawa[2020]参照。

(14) 垂直統合は垂直拘束と類似するために、多くの研究ではまとめて議論されるが、本稿では二重性モデルを強調するために別々に取り上げる。

(15) マッチメーカーは垂直統合する傾向があるが、この事実は二重性モデルがビジネス上有効であることを示唆している。具体的に、品質管理による高い信頼・評判、そしてまた顧客囲い込みやワンストップショッピング効果などが考えられる。これらの効果は、財・サービスおよび仲介サービスの需要曲線の右方移動や価格上昇をもたらす。

(16) 競合者としてオフライン企業、マーケットメーカーなども含めて競争が展開される。また、広くプラットフォームビジネスで、顧客囲い込みやワンストップショッピング効果などを狙って、近隣分野への参入を中心に多角化を図っている。これらの事実を考慮しながらキュレーションと公共政策を考察する必要もあろう。

(17) シェアリングエコノミーにおいて、事業者は、同業者や在来のオフライン企業のみならず財・サービスのメーカーとも競合する。なぜなら、例えば、ライドシェアリングプラットフォームは、個人による新車購入やメーカーによる「サービサイゼーション」(servicization) 事業への影響を通してメーカーとも競合しているからである。こうしたいくつかのタイプの業態間競争を対象と

する分析が求められる。土井[2020]参照。

#### 参考文献

- Akbar, Y.H. and A. Tracogna, 2018, “The Sharing Economy and the Future of the Hotel Industry: Transaction Cost Theory and Platform Economics,” *International Journal of Hospitality Management*, Vol.71, No.1, pp.91-101.
- Akbar, Y.H. and A. Tracogna, 2020, “The Strategic Governance of Sharing Platforms: Transaction Costs and Integration Mechanisms,” in de Luna, I.M, A. Fito-Bertran, J. Lladós-Maslloréns, and F. Liebana-Cabanillas (eds), *Sharing Economy and the Impact of Collaborative Consumption*, IGI Global, pp.137-162.
- Belleflamme, P. and M. Peitz, 2021, *The Economics of Platforms: Concepts and Strategy*, Cambridge University Press.
- Blindt K., 2017, “The Economic Functions of Standards in the Innovation Process,” in Hawkins R., K. Blindt and R. Page (eds), *Handbook of Innovation and Standards*, Edward Elgar, pp.38-62.
- Boudreau, K.J. and A. Hagiu, 2009, “Platforms Rules: Multi-Sided Platforms as Regulators,” in A. Gawer (ed.), *Platforms, Markets and Innovation*, Edward Elgar, pp.163-191.
- Bourreau, M. and G. Gaudin, 2022, “Streaming Platform and Strategic Recommendation Bias,” *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol.31, Issue 1, pp.25-47.
- Cabral, L., J. Haucap, G. Parker, G. Petropoulos, T. Valletti, and M. Van Alstyne, 2021, *The EU Digital Markets Acts: A Report from a Panel of Economic Experts*, Joint Research Centre, European Commission.
- Caffarra, C. and Kai-Uwe Kühn, 2018, “The Competition Analysis of Vertical Restraints in Multi-Sided Markets,” in OECD, *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*, pp.213-228. [www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms](http://www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms)
- Caffara, C., F. Etro, O. Latham, and F.S. Morton, 2020, “Designing Regulation for Digital Platforms: Why Economists Need to Work on Business Models,” *Vox*, June 4. [voxeu.org/article/designing-regulation-platforms](http://voxeu.org/article/designing-regulation-platforms)
- Cannon, B. and H. Chung, 2018, “Who Decides? A Framework for Fitting the Co-Regulation of Sharing Economies to the Contours of the Market,” in Davidson, N.M., M. Finck, and J.J. Infranca (eds), *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*, Cambridge University Press, pp.179-191.
- Casner, B., 2020, “Seller Curation in Platforms,” *International Journal of Industrial Organization*, Vol.72, Sept. Article 102659, 22 pages. <https://doi.org/10.1016/j.ijind.org.2020.102659>
- Cohen, M. and A. Sundararajan, 2015, “Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy,” *University of Chicago Law Review*, Vol.82, Issue 1, pp.116-133.
- Comanor, W.S., 1990, “The Two Economics of Vertical Restraints,” *Review of Industrial Organization*,

Vol.5, No.2, pp.99-125.

- Crémer, J., Y.-A. de Montjoye, and H. Schweitzer, 2019, *Competition Policy for the Digital Era*, European Commission.
- Cusumano, M.A., A. Gawer, and D.B. Yoffie, 2019, *The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power*, Harper Business (青島矢一監訳『プラットフォームビジネス デジタル時代を支配する力と陥穽』、有斐閣、2020)
- Cusumano, M.A., A. Gawer, and D.B. Yoffie, 2022, “Can Self-Regulation Save Digital Platforms?,” forthcoming, *Industrial and Corporate Change*. <https://doi.org/10.1093/icc/dtab052>
- Doi, Naoshi and H. Hayakawa, 2020, “Electronic Word-of-Mouth: A Survey from an Economic Perspective,” *International Journal of the Economics of Business*, Vol.27, No.2, pp.303-320.
- 土井教之、長谷川信次、徳田昭雄、2008、「コンセンサス形成の組織化」、新宅純二郎・江藤学編『コンセンサス標準戦略』、日本経済新聞出版社、pp.183-205.
- 土井教之、2010、「標準組織と競争政策」、『社会科学研究』（東京大学社会科学研究所）、第 61 巻第 2 号、pp.3-27.
- 土井教之、2012、「競争政策と消費者政策」、『公正取引』、No.740(6月)、pp.2-8.
- 土井教之、2015、「イノベーションと標準」、土井教之・宮田由紀夫編『イノベーション論入門』、中央経済社、pp.179-197.
- 土井教之、2020、「シェアリングエコノミーにおける競争と公共政策－展望－」、関西学院大学経済学部 *Discussion Paper No.219*.
- Egyedi, T.M. and J.R. Ortt, 2017, “Towards a Functional Classification of Standards for Innovation Research,” in Hawkins R., K. Blindt and R. Page (eds), *Handbook of Innovation and Standards*, Edward Elgar, pp.105-131.
- Etro, F., 2021, “Product Selection on Online Marketplaces,” *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol.30, Issue 3, pp.614-637.
- European Commission (EC), 2016, *European Agenda for the Collaborative Economy-Supporting Analysis*, EC.
- European Commission (EC), 2022, *Draft Communication from The Commission: Guidelines on Vertical Restraints*, EC.
- Evans, D.S., 2012, “Governing Bad Behavior by Users of Multi-Sided Platforms,” *Berkeley Technology Law Journal*, Vol.27, No.2, pp.1201-1250.
- Evans, D.S., 2013, “Economics of Vertical Restraints for Multi-Sided Platforms,” working paper No.626, Coase-Sandor Institute for Law and Economics, University of Chicago Law School.
- Evans, D.S., 2020, “Vertical Restraints in a Digital World,” in Evans, D.S., A. Fels AO, and C. Tucker (eds), *The Evolution of Antitrust in the Digital Era: Essays on Competition Policy, Volume One*, Competition Policy International, pp.43-66.
- Evans, D.S., 2021, “Deterring Bad Behavior on Digital Platforms,” in Evans, D.S., A. Fels AO, and C. Tucker (eds), *The Evolution of Antitrust in the Digital Era: Essays on Competition Policy, Volume Two*, Competition Policy International, pp.39-75.



- Evans, D.S. and R. Schmalensee, 2016, *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*, Harvard Business Review Press (平野敦士カール訳『最新プラットフォーム戦略 マッチメイカー』、朝日新聞出版、2018) .
- Farajallah, M., B. Hammond, and T. Pénard, 2019, “What Drives Pricing Behavior in Peer-to-Peer Markets? : Evidence from the Car-Sharing Platform BlaBlaCar,” *Information Economics and Policy*, Vol.48, No.1, pp.15-31.
- Finck, M., 2018, “The Sharing Economy and the EU,” in Davidson, N.M., M. Finck, and J.J. Infranca (eds), *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*, Cambridge University Press, pp.261-273.
- Fletcher, A., 2020, “Digital Competition Policy: Are Ecosystems Different? – Note by Amelia Fletcher,” DAF/COMP/WD (2020)96, OECD, pp.1-13.
- Fradkin, A., E. Grewal, and D. Holtz, 2018, “The Determinants of Online Review Informativeness: Evidence from Field Experiments on Airbnb,” SSRN Working Paper.  
<https://ssrn.com/abstract=2939064>
- Gandini, A., 2019, “Reputation: the Fictitious Commodity of the Sharing Economy ?,” in Belk, R.W., G.M. Eckhardt and F. Bardhi (eds), *Handbook on the Sharing Economy*, Edward Elgar, pp.375-384.
- Gilbert, R.J., 2021, “Separation: A Cure for Abuse of Platform Dominance,” *Information Economics and Policy*, Vol. 54, March, Article 100876.  
<https://ssrn.com/abstract=3620541>
- Griffith, J.C., 2018, “Role of State Governments in the Sharing Economy,” in Davidson, N.M., M. Finck, and J.J. Infranca (eds), *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*, Cambridge University Press, pp.231-248.
- Hagi, A., Tat-How Teh, and J. Wright, 2021, “Should Platforms be Allowed to Sell on their Own Marketplaces ?,” working paper (Oct. 10), Boston University.  
[andreihagi.com/wp-content/uploads/2021/10/Main-text-final.pdf](http://andreihagi.com/wp-content/uploads/2021/10/Main-text-final.pdf)
- Haucap, J. and T. Stühmeier, 2017, “Competition and Antitrust in Internet Markets,” in J.M. Bauer and M. Latzer (eds), *Handbook on the Economics of the Internet*, Edward Elgar, pp.183-210.
- Hawlicsek, F., T. Teubner and C. Weinhardt, 2016, “Trust in the Sharing Economy,” *Die Unternehmung - Swiss Journal of Business Research and Practice*, Vol.70, No.1, pp.26-44.
- 情報通信総合研究所、2019、「シェアリングエコノミー実態調査報告」
- Johnson, P.A., 2018, “Suggestions for Competition Authorities When Assessing Vertical Restraints in Multi-Sided Platforms,” in OECD, *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*, pp.201-211.  
[www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms](http://www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms)
- Jullien, B. and W. Sand-Zantman, 2021, “The Economics of Platforms: A Theory Guide for Competition Policy,” *Information Economics and Policy*, Vol. 54, March, Article 100880.  
<https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.org.2020.100880>

- Kittaka, Y. and S. Sato, 2021, “Dual Role Platforms and Search Order Distortion,” SSRN working paper. <https://ssrn.com/abstract=3736574>
- Koczetkow, B. and A. Klimczuk, 2022, “The Context of Public Policy on the Sharing Economy,” in Česnuitytė, V., A. Klimczuk, C. Miguel and G. Avram(eds), *The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions*, Palgrave Macmillan, pp.41-64.
- 上妻英夫、2018、『最新シェアリングエコノミーがよ〜くわかる本：25の事例に見る日本のシェアビジネス』、秀和システム
- 長田英知、2019、『いまこそ知りたいシェアリングエコノミー』、ディスカヴァー・トゥエンティワン
- Leyden, B.T., 2021, “Platform Design and Innovation Incentives: Evidence from the Product Ratings System on Apple’ App Store,” CESifo Working Papers No.9113.  
<https://ssrn.com/abstract=3863816>
- Nosko, C. and S. Tadelis, 2015, “The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment,” NBER Research Working Paper No. 20830.  
<http://nber.org/papers/w20830>
- O’Brien, D.P., 2020, “The Economics of Vertical Restraints on Digital Markets,” in *GAI Report on the Digital Economy*, Global Antitrust Institute Research Paper No.9, pp.263-328.
- OECD, 2015, “Industry Self Regulation: Role and Use in Supporting Consumer Interests,” OECD Digital Economy Papers, No.247. <http://dx.doi.org/10.1787/5js4k1fjgkwh-en>
- Ofcom, 2008, “Identifying Appropriate Regulatory Solutions: Principles for Analysing Self- and Co-Regulation,” Office of Communications (Ofcom), UK.
- Parker, G.G., M.W. Van Alstyne, and S.P. Choudary, 2016, *Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy – And How to Make Them Work for You*, W.W. Norton (妹尾堅一朗監訳『プラットフォーム・レボリューションー未知の巨大なライバルとの競争に勝つために』、ダイヤモンド社、2018)
- 総務省、2019、『令和元年版 情報通信白書』
- Steinmueller, W.E., 2017, “Platforms and Standards: A Historical Perspective,” in Hawkins R., K. Blindt and R. Page (eds), *Handbook of Innovation and Standards*, Edward Elgar, pp.79-104.
- Stemler, A., 2017, “Feedback Loop Failure: Implications for the Self-Regulation of the Sharing Economy,” *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, Vol.18, Issue 2, pp.673-712.
- Sundararajan, A., 2016, *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, MIT Press (門脇弘典訳『シェアリングエコノミー』、日経 BP 社、2016) .
- Teh, Tat-How, 2021, “Platform Governance,” *American Economic Journal: Microeconomics*, forthcoming. <https://ssrn.com/abstract=3521026>
- Teubner, T., F. Hawlitschek, and D. Dann, 2017, “Price Determinants on Airbnb: How Reputation Pays off in the Sharing Economy,” *Journal of Self-Governance and Management Economics*, Vol.5, No.4, pp.53-80.
- Teubner, T. and F. Hawlitschek, 2018, “The Economics of Peer-to-Peer Online Sharing,” in Albinsson, P.A. and B.Y. Perera (eds), *The Rise of the Sharing Economy: Exploring the Challenges and*

*Opportunities of Collaborative Consumption*, Praeger, pp.129-156.

US Congress, Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of the Committee on The Judiciary, 2020, *Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations*.

Vellodi, N., 2021, “Rating Design and Barriers to Entry,” working paper, University of Pennsylvania.

[https://economics.sas.upenn.edu/system/files/2019-01/vellodi2018\\_JMP.pdf](https://economics.sas.upenn.edu/system/files/2019-01/vellodi2018_JMP.pdf)

Viscusi, W.K., J.E. Harrington Jr., and D.E.M. Sappington, 2018, *Economics of Regulation and Antitrust*, 5th., The MIT Press.

Williamson, O.E., 1979, “Transaction Economics: The Governance of Contractual Relations,” *Journal of Law and Economics*, Vol.22, No.2, pp.233-261.

Zenno, Y., 2021, “Platform Encroachment and Own-Content Bias,” *Journal of Industrial Economics*, forthcoming. <https://ssrn.com/abstract=3683287>

Zervas, G., D. Proserpio, and J.W. Byers, 2017, “The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry,” *Journal of Marketing Research*, Vol.54, No.5, pp.687-705.

Zhu, Feng, 2019, “Friends or Foes ? Examining Platform Owners’ Entry into Complementors’ Spaces,” *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol.28, Issue 1, pp.23-28.

付表1 欧米の主要なシェアリングプラットフォームのタイプ

	Uber	Lyft	Turo	Airbnb	TaskRabbit	Zipcar	BlaBlaCar
資産共有・共用	○	○	○	○	○	○	○
資産所有なし	○	○	○	○	○		○
個人間やり取り	○	○	○	○	○		○
P2P (C2C)	○	○	○	○	○		○
B2C						○	
評価制度	○	○	○	○	○		○
価格決定	○	○	△			○	△
支払方法の管理	○	○	○	○	○	○	○
供給者資産の 最小要件の設定	○						
コンプライアンス 要件の設定	○	○				○	

注) 財・サービスの価格決定欄では、印のない場合は供給者が決定。ハイブリッド型の△については、BlaBlaCarは上限価格を決定し、供給者がその範囲内で価格決定し、他方Turoは、供給者が提示する下限価格以上の水準で価格決定できる。

出所) 土井[2020]