

日本のプラットフォーマー:Yahoo

概要

Yahooはメディア事業(Yahoo!ニュース、Yahoo!天気・災害など)、検索事業(Yahoo!検索、Yahoo!乗換案内など)、広告関連事業(自社開発の広告配信プロダクトなど)、バーティカル事業(Yahoo!ロコなど)、eコマース事業(Yahoo!ショッピング、ヤフオク!、PayPayフリマなど)、決済金融事業(PayPay、Yahoo!ウォレット、Yahoo!カードなど)、PIM事業(Yahoo!メール、Yahoo!カレンダー、Yahoo!かんたんバックアップ、Yahoo!ボックス)といったように日本において広く事業を展開しているプラットフォーマーである。Yahooで特に優れた点は資金力を生かしたツーサイドプラットフォームのネットワーク効果の活用であると考ええる。

次項では、比較的近年に設立された株式会社PayPay(ソフトバンクとヤフーによって2018年6月に設立された元株会社)の多方面の優れた点を述べていく。

特に優れた点

1つ目に、決済サービスに手をつけた点が非常に賢明であると考ええる。Yahooは元より資金力が豊富なプラットフォーマーであるので、PayPayリリース初期に100億円キャッシュバックと加盟店の加盟手数料無料(現在も)にするキャンペーンを行なった。この結果ツーサイドプラットフォームとして多くのシェアを獲得することができた。

2つ目に、PayPayなどの補完的イノベーションの増加によって、Yahoo!ショッピングでの決済でPayPayを利用するとキャッシュバックが貰えるなどの特典から2つ(以上)のサービスの利用者を増やすことができるネットワーク効果やユーザーの行動データをより詳細に入手することができるようになりマーケティングの精度の向上に繋がる。筆者もYahoo!ショッピングでは10%以上還元になる日がありお得なのでしばしば利用している。

3つ目に、利用者目線での優れた点を述べる。2022年9月現在コンビニを始め家電量販店などの大型チェーンの店舗では大抵の場合PayPayが利用できる。しかし、体感で半数の個人経営の飲食店では利用できないのが課題であるが、財布を持つ必要がなくスマートフォンだけで外出することができて手軽さに優れている。また、支払い時には現金で支払う場合には財布から取り出す時間とお釣りを受け取る時間が発生するが、PayPayであればバーコードをスキャンするだけで決済が完了するのでお釣りも発生しないため利便性に優れているのである。最後に、最も優れていると感じたのは、Felicaではなくバーコード決済であるという点だ。筆者をはじめ海外製SIMフリースマートフォンユーザーは端末がFelicaに未対応のものがほとんどである。PayPayリリース前は支払い手段がカードまたは現金しかなかったのが機種に関係なく利用できるのは優れている。