

[博士論文審査要旨]

申請者:青木哲也

論文題目『プラットフォーム参加企業の競争戦略:

協調フィルタリングがもたらす顧客架橋価値研究』

審査員 沼上 幹
上原 渉
佐々木 将人

本論文は、プラットフォーム上における企業間の顧客獲得競争のメカニズム、とりわけその顧客特性に焦点を当てた実証研究である。より具体的には、VTuber と呼ばれるプレーヤーが YouTube 上で行なう視聴者の獲得競争を分析対象として、どのような視聴者が顧客を増やす上で重要かを明らかにするものである。通常の市場とは異なり、プラットフォームには協調フィルタリングと呼ばれる機能が備えられていることが多い。ある製品を購入すると、他者の行動データをもとに他の製品を推奨する機能である。このような機能が備わっているプラットフォーム上では、特定の商品了他者に紹介したいという積極的な意図を顧客がもたなくても、また、実社会において顧客が社会関係資本を豊富にもつことがなくても、商品の推奨が協調フィルタリングによって行なわれることになる。この機能故に、積極的な顧客紹介を行なうオピニオン・リーダーとは異なるタイプの顧客、すなわち低関与のマルチ・ブランド・バイヤーが、ある企業・商品を未知の顧客へと架橋する顧客架橋価値を持ちうる。本論文は、この顧客架橋価値が存在することを実証的に明らかにするべく、2016 年 12 月から 2021 年 2 月までの期間にわたって、視聴者数 2000 位以内の VTuber と、それに対して 1 回以上のコメントを記入した視聴者約 154.1 万人、コメント数の合計約 6370 万件をデータとして活用した実証研究を行なった。主たる知見としては、①マルチ・ブランド・バイヤーはライフサイクル上の成長期に顧客架橋価値（ライトバイヤー数を増加させる機能）を発揮すること、②マルチ・ブランド・バイヤーは、アーリー・アダプターやイノベータ等、初期段階から視聴者になったものの中から生まれ、当初はライト・バイヤーだった者がマルチ・ブランド・バイヤーへと変化することなどが明らかにされた。

本研究は数千万件の大量データを活用した実証研究であり、方法についても十分に注意深い活用を心がけている手堅さを見せた優れた研究である。また、①社会関係資本の少ないイノベータの役割の評価を改定し、②triadic closure を主眼とした顧客ネットワーク形成の前提をプラットフォーム上では見直す必要があることを示唆するなど、既存のマーケティング戦略論に対して新しい知見を追加している点も高く評価できる。もちろん、本研究には、他のプラットフォーム上での顧客獲得競争のメカニズムでも同様の知見が得られることを確認する作業や、事前の仮説導出をさらに精緻化することなど、課題も残されている。しかし、本研究の研究業績としての価値は十分に高いレベルで保たれており、今後の研究の展開によって学界に大きなインパクトを与える可能性が強く示唆される。

よって、審査員一同は、所定の試験結果をあわせ考慮して、本論文の筆者が一橋大学学位規則第 5 条第 1 項の規定により一橋大学博士（商学）の学位を受けるに値するものと判断する。