

## 論文要旨

所属ゼミ	小林 研究会	学籍番号	80830605	氏名	鈴木健一
(論文題名)					
プラットフォーム・ビジネスの成功要因に関する一考察					
(内容の要旨)					
<p>高度に階層化・水平分業化が進んだIT産業では、多数のプラットフォームが提唱され、優勝劣敗が決まってきた。プラットフォーム提唱者は、二種類の賛同者(補完者とエンドユーザー)を集めてプラットフォームを繁栄させ、かつ、自身の利益獲得にもつなげていかねばならない。今後もさまざまなプラットフォーム・ビジネスが提唱されるであろうが、その成否を考える上でのてがかりを得たい。</p> <p>そこで、本論文では、提唱者が、補完者およびエンドユーザーに対してどのように呼びかけてプラットフォーム・ビジネスを始め、そしてその後、どのように自身の利益獲得に結び付けていくのかについて、プラットフォームの種類別に共通したパターンを見出すことを目的とした。</p> <p>まず、プラットフォーム・ビジネスの成功要因についての複数の先行研究から、事例研究を行う上での 5 つの視点を導出した。そして、2つの大仮説、それを落とし込んだ 32 の個別仮説を用意し、製造業 2 つ(ソニーのプレイステーション事業・アップルの iPod 事業)・非製造業 3 つ(NTTドコモ iモード、ぐるなび、アスクル)の計 5 つの事例研究を行った。</p> <p>その結果、下記のことが明らかになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全てのプラットフォーム・ビジネスは、導入期に補完者の獲得を最優先にしていた。</li> <li>・当初は、補完者を当初は補完者を優遇するプラットフォームが多い(同時にエンドユーザーも優遇するものもある)が、時間経過に従ってエンドユーザーだけの優遇に移っていく傾向がみられた。</li> <li>・全てのプラットフォーム・ビジネスは、時間経過に従って、エンドユーザーへの製品・サービスの多様化、拡張化を行っていった。</li> <li>・提唱者が製造業の場合、プラットフォーム・ビジネスの立ち上げ時に補完財領域に積極的に関与していた。また、時間経過に従い、同等性能・機能のハードウェア価格を引き下げていった。</li> <li>・提唱者が非製造業の場合、提唱者が補完者の領域に進出することはなかった。</li> <li>・後発プラットフォームでは、競合プラットフォームの欠陥をつくることが成功要因の一つとなっていた。また、競合プラットフォームの補完者を奪うことも成功要因の一つであった。</li> </ul>					