

プラットフォームビジネスにおける関係構築

信頼を基礎にしたプラットフォームの運営

[H26・FW] 21121058 佐藤優

1. 研究の背景と意義

近年、Apple、Google、Amazon、楽天などの企業が毎日ニュースを賑わせている。これらは、プラットフォームビジネスを行っている企業である。ITの普及に伴いプラットフォームビジネスが急速に発展してきた。プラットフォームビジネスとは「その製品・サービスを前提にして利用できる他の製品／サービス／情報(補完製品・補完情報等)が存在し、ユーザーが補完製品・補完情報等の多様な選択を直接行えるようにしている製品・サービス」(根来, 2013)である。プラットフォーム(場)にサービスや製品が集まることで一つのサービスになるプラットフォームビジネスでは従来のバリューチェーンは崩壊し、顧客との関係が変化する(図)。従来、顧客関係は商品やサービスを提供する企業によって管理されていた。先行研究によるとプラットフォームビジネスは5つの機能を提供するとあるが、プラットフォーム参加者との関係構築についての指摘はない。しかし、成功している企業の事例では顧客をはじめプラットフォーム参加者との関係構築を重視している。

このことから、プラットフォームビジネスの成功にはどのようなプラットフォーム参加関係者との関係構築が必要かを検討する。そして、新たなビジネスとして注目されているプラットフォームビジネスの発展に貢献することを本研究の意義とする。

2. 研究目的・方法

本研究の目的は、第1に、プラットフォームビジネスにおける成功要因を明らかにする。第2に、成功のためにはプラットフォーム参加関係者とどのように関係構築を行う必要があるかを示す。

研究方法は文献調査と事例研究を主とする。先行研究を元にプラットフォームビジネスの理論的整理を行う。次に、4つの事例を取り上げプラットフォームビジネスの機能に主眼を置いた分析を行い共通項から成功要因と参加関係者との関係構築をどう行うべきかを明らかにする。

3. 研究結果・考察

先行研究ではプラットフォームビジネスの5つの機能(価値)が述べられている。ブランディング・マッチング・諸機能の統合・信用付与・ルールの提供の5つである。これらの機能を上手く働かせることにより、プラットフォームの価値を高める。また、プラットフォームビジネスの重要な要素としてネットワーク効果の存在がある。ネットワーク効果は同じ製品・サービスに対するユーザーが増加す

ればするほど、それぞれのユーザーが得られる効果や価値が大きくなるという効果である。さらに、5つの機能に加えて、継続的關係構築機能を6つめの機能として追加した。人が集まれば集まるほど成長するプラットフォームには、信頼を得ることを通じて、継続的關係を構築していくことが必要だからである。

事例研究では4つの成功事例をプラットフォームビジネスの5つの機能と継続的關係構築機能の6つの評価軸で分析した。その結果、事例で共通する機能はマッチング・信用付加・継続的關係構築の3つであった。

これらから、第1に、プラットフォームビジネスにおける成功要因は信用・信頼の提供であると考えられる。信用提供は参加関係者が利用する前、利用中に安心して利用する事のできるようにすることである。そして、信頼の提供は利用後も積極的に利用してもらえようようにすることである。マッチングは場・機会を提供するというビジネスの性質上成功要因とは異なるため除外する。第2に、参加関係者との関係構築は継続的關係構築機能による、長期的な信頼關係構築が必要であることが明らかになった。

4. 結論

ネットワーク効果により参加関係者が集まれば集まるほど成長するプラットフォームビジネスの成功には参加関係者を増やし固定化していく必要がある。そのために信用・信頼を提供することで利用前から利用後の長期的な關係を構築することで参加関係者を引きつけ、維持することができる。そのために各プラットフォームは従来の機能に加え、信頼關係を構築する継続的關係構築機能を備えなければならない。

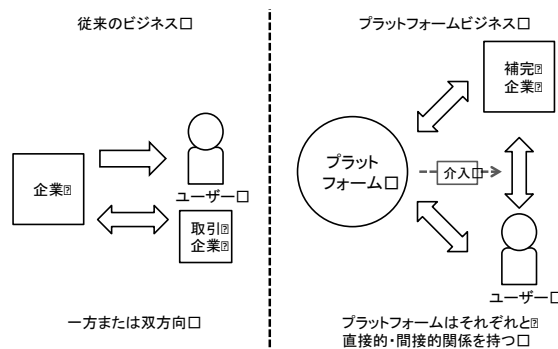


図 顧客との関係性の変化