

# ニッチ市場におけるユーザー数の増加がプラットフォームの価値に与える影響

淵崎純正\*

指導教員 安井佑太

## 研究背景

近年、C2C プラットフォーム市場は急速に拡大し、ユーザー層などを絞ったニッチ型プラットフォームが増加している。ニッチ市場ではユーザー数に限界があるが、同質性が高く、総合型とは異なるネットワーク効果が生じる可能性がある。こうしたニッチ市場におけるユーザー数と同質性の影響については十分に検証されていない。

## 研究目的

ニッチ市場における C2C プラットフォームの価値構造を明らかにすることを目的とする。具体的には、①ユーザー数の増加が選択行動に与える影響、②ユーザー層の同質性をもたらす効果、③両者の間に存在するトレードオフを定量的に検証する。

## 研究方法

高知工科大生を対象に選択実験を実施し、架空のプラットフォーム A・B のどちらを利用したいかを 10 ラウンドで回答してもらった。提示した属性は、ユーザー数、開設期間、対象ユーザー層（工科大限定か高知県の学生全体）の 3 つである。得られた選択データを多項ロジットモデルで分析し、各属性が選択確率に与える影響を推定し、係数比および平均限界効果を用いて、トレードオフの関係を推定した。

## 分析結果

ユーザー数は正の影響を持ち統計的に有意であった。一方、開設期間は有意ではなく、選択行動に明確な影響を与えなかった。工科大限定ダミーは正の効果を示した。交差項を含むモデルでは、いずれの相互作用効果も有意ではなかった。さらに、係数比および AME による分析から、工科大限定であることの選好効果は、ユーザー数が数百～千人規模で増加することに相当することが示された。

## 考察・結論

ニッチ市場におけるプラットフォーム選択でも、一定のネットワーク効果が働いており、同質性の属性も有意であったことから、対象を絞ること選択行動に影響することが示唆された。トレードオフ分析では、同質性の変化がユーザー数の変化とは異なるメカニズムで選択行動に作用しており、両者の間に定量的なトレードオフの関係が明確に生じることが確認された。

---

\* 本研究の遂行にあたり、ご指導いただいた安井先生に深く感謝申し上げます。実験計画から分析方法の検討に至るまで、多くの助言をいただきました。また、選択実験の参加に協力して下さった高知工科大学の学生の皆様、同ゼミの高木さんにも感謝申し上げます。