

DVD レコーダー市場における e-クチコミの影響

陳 艶

200720792

(経営・政策科学専攻)

指導教員

住田 潮

筑波大学大学院博士課程システム情報工学研究科

修士(ビジネス)論文

平成 21 年 3 月

要旨

インターネットの普及に伴い、インターネットを利用したクチコミが注目されるようになってきている。掲示板サイトやブログなどを利用して一般の人でも不特定多数の人々に意見を伝えることが可能となり、より多くの人々の間でこうした情報が伝えられるようになったため、その影響力が増大している。こうした働きに企業も注目しており、多くの企業でe-クチコミを活用したマーケティングが行われている。また、e-クチコミの本格的な研究を行う企業も増えている。そこで本研究では、e-クチコミの影響力を明らかにし、企業に対してe-クチコミを利用したe-マーケティング戦略上の留意点について提言することを目指した。分析の結果として、DVDレコーダー市場において、低価格帯の製品については、製品の売れ行きに影響する主な要因はクチコミであることが判明した。また、中価格帯と高価格帯の製品については、クチコミは製品の売れ行きに影響する要因ではないことが検証された。このことより、低価格帯の製品を市場に導入するときには、消費者のコメントに注目することが重要であることを提言した。

◇◆目次◆◇

I. 序論.....	1
1. 研究の背景と目的.....	1
2. 論文の構成.....	1
II. 分析に用いたデータの紹介.....	2
1. データの全体像.....	2
2. 価格.COM から収集したデータ.....	3
2-1-1. ユーザーレビュー.....	4
2-1-2. 製品の基本情報.....	9
2-1-3. ユーザーの購入履歴.....	10
2-1-4. 新製品ニュース.....	12
2-1-5. 人気アイテムランキング.....	12
3. BCN ランキングサイトから収集したデータ.....	13
3-1-1. 売上台数ランキング.....	14
3-1-2. 市場推定価格.....	14
III. 分析(仮説とその検証).....	15
1. 分析の概要.....	15
2. 各仮説の検証結果.....	16
2-1. 仮説①の検証.....	16
2-1-1. Sharp ac シリーズの製品.....	16
2-1-2. Sharp hdw シリーズの製品.....	17
2-1-3. Sony t シリーズの製品.....	17
2-1-4. Toshiba s シリーズの製品.....	18
2-1-5. Panasonic xp シリーズの製品.....	18
2-2. 仮説②の検証.....	19
2-2-1. 仮説②-1 の検証.....	19
2-2-2. 仮説②-2 の検証.....	21
2-2-3. 仮説②-3 の検証.....	23
2-3. 仮説③の検証.....	25
2-4. 原因の探索.....	27
3. e-マーケティング戦略上の留意点.....	29

IV. まとめ.....	30
1. 結論.....	30
2. 今後の課題.....	30
謝辞.....	31
参考文献・資料.....	32