

博士論文の要旨及び審査結果の要旨

氏 名 JIN Guangzhu
学 位 博 士 (経済学)
学 位 記 番 号 新大院博(経)第58号
学位授与の日付 平成 26年 9月 22日
学位授与の要件 学位規則第4条第1項該当
博 士 論 文 名 オンラインコミュニティの成功要因に関する実証分析
—中国の事例から—

論文審査委員 主 査 教授 佐藤 芳行
副 査 准教授 平松 庸一
副 査 准教授 溝口 由己

博士論文の要旨

近年におけるインターネットの普及とともに「オンラインコミュニティ」が形成され普及してきたことは周知のところである。したがってオンラインコミュニティがどのような要因によって多数の参加と継続的な利用を実現し、成功するに至ったのかを分析することは、経営学上の大きな主題となる。本研究は、こうしたオンラインコミュニティの成功を人々の「参加」とその後の「(継続) 利用」の要因を理論的に考察し、かつ実証的に分析することによって明らかにしようとするものである。論文の構成は以下の通りである。

第1章 はじめに

第1部 研究方法論のアプローチ

第2章 オンラインコミュニティの概念整理

第3章 参加要因の理論モデル

第4章 コミュニティ利用の理論モデル

第2部 中国における事例分析

第5章 オンラインコミュニティの状況

第6章 参加要因の理論モデルに関する実証モデル

第7章 コミュニティの利用モデルの実証モデル

第8章 結論

第1章は、本研究全体の序として、研究背景と目的を明らかにしている。ここでは、オンラインコミュニティの概念、研究の背景、目的が示され、特にオンラインコミュニティの発展と成功をユーザー(利用者)の側における参加と利用の視点から追求するという方法が示されている。

第1部(第2章～第4章)は、研究方法論(アプローチ)を示す部分である。まず第2章では、オン

ラインコミュニティを対象とした先行文献をレビューし、整理している。とりわけインターネットの世界に存在するオンラインコミュニティの概念を紹介するとともに、それをいくつかの基準にもとづいて分類し、それぞれの特徴を整理している。

第3章では、オンラインコミュニティに参加する利用者の行動、特に「参加」に関する先行文献を整理して、そのいくつかの重要な規定要因を明らかにしている。ここでは特に Bagozzi & Dholakia (2002) の B&D モデルと金森 (2007、2009) のモデルに立脚して、仮説モデルを立てている。このモデルでは、独立変数として3つの構成概念(個人的動機、集団的動機および交流型オンラインコミュニティの特性)、仲介変数として2つの構成概念(発言の有無と商品消費)、そして結果変数としての参加行動が「参加」の説明要因として考えられている。

次に第4章では、コミュニティの「(継続) 利用」に関わる先行文献を整理して、コミュニティの利用を説明する仮説モデルを立てている。このモデルでは、DeLone & Mclean (1992)、Preece (2001)、DeLone & Mclean (2003)、Hinds & Lee (2008) といった先行研究の期待理論の継承の上に、独立変数として4つの構成概念(品質、ガバナンス、マネジメントおよび特性)、仲介変数として2つの構成概念(満足と信頼性)、そして結果変数として帰属感が「利用」を説明する要因として考えられている。

第2部(第5章～第7章)では、以上の理論と仮説モデルにもとづいて実証分析を行っている。

第5章では、中国におけるインターネットの発展要因を分析し、その上で、中国におけるオンラインコミュニティの状況を明らかにしている。ここでは、中国におけるインターネットの発展が政府のインフラ整備と法的整備および急速に進んできた経済成長、情報技術の進化を基盤として発展してきたことが明らかにされている。またオンラインコミュニティの現状については、(1)主に若者がオンラインコミュニティに参加していること、(2)その利用者が主に Instant Messaging を利用してコミュニケーションを行っていること、(3)オンラインコミュニティから Social Network Service を提供するオンラインコミュニティへの進化が見られることが明らかにされている。

第6章では、第3章で準備された仮説モデルを用いて実証分析を行っている。中国本土におけるアンケート調査と中国人留学生に対するアンケート調査の結果を用いて、記述的統計分析、因子分析、信頼性分析、重回帰分析といった一連の統計分析を行うことで、オンラインコミュニティの参加要因を説明する仮説モデルを検証している。以上の分析によって、「情報の楽しさ」や「仮想商品の消費」という要因が利用者の側から見たコミュニティの成功要因として統計的に有意であり、重要であることが示されている。

第7章では、第4章で準備されたコミュニティの利用モデルを用いて実証分析を行っている。ここでも上記のアンケート調査の結果を用いて、記述的統計分析、因子分析、信頼性分析、重回帰分析を行って、当該仮説モデルを検証している。以上の分析によって、「ソーシャルメディア」としての役割や「インターアクション」の役割が利用者の側から見て統計的に有意であり、重要な要因となっていることが示されている。

第8章は、本研究の結論であり、本研究における多数の先行文献の検討、および理論モデルの構築、およびそれにもとづく実証的分析(統計解析)によって得られた知見をまとめるとともに、今後の課題について指摘している。本研究は、オンラインコミュニティを対象としてアンケート調査を実施

したが、主に中国人（本土、留学生など）を対象としているが、本論で示した理論モデルを一般理論化し、普遍的なモデルを構築するためには、中国にとどまらず、より広く韓国、日本などの諸外国を対象として参加と利用の要因を検討し、それらの相違点についても分析する必要があると結んでいる。

以上のように、本研究は、最近急速に発展してきているオンラインコミュニティについて多数の先行研究を踏まえて論点を整理し、また中国における情報化の発展過程を描き、さらにオンラインコミュニティの成功要因を、人々の参加と継続利用の動機の両面から、理論モデルを構築し、独自に実施したアンケート調査に基づく統計解析によって明らかにしたものである。

審査結果の要旨

本論文の成果と独自性は、まず近年急速に発展してきているオンラインコミュニティについて、先行研究を踏まえて論点を整理し、その発展と成功に関する理論モデルを構築し、さらにその理論モデルを検証するために、中国（本土および留学生）に対するアンケート調査を実施し、そのデータにもとづいて成功の要因、すなわち具体的にはユーザー（利用者）の「参加」と「（反復）利用」の動機を実証的・統計学的に検証したことにある。具体的には次の通りである。

第一に、日本および欧米におけるオンラインコミュニティの発展に関する多数の先行文献を丹念に整理し、オンラインコミュニティの概念を示し、それらを分類した上で特徴を明らかにしている。こうした総合は従来あまり行われていなかった点であり、評価できる。

第二に、同様に日本および欧米における多数の先行研究を整理・検討し、オンラインコミュニティの発展と成功を説明する有効な理論モデルを探求し、それに対して概念の操作化を行い、その後、サンプル属性の検討ののち、アンケート調査によって得たデータで多変量解析による作業仮説モデルを検証するという定量的実証研究のプロセスが適切に経られており、様々な制約条件の下、独創的な知見が得られている。すなわち、「参加」および「（継続）利用」の各々について、第3章および第4章で構築された仮説モデルに対して一連の統計分析を行い、これらの仮説モデルが部分的に採択されることを明らかにし、これによって上記の理論で示された要因が利用者間の親和性と信頼性を高め、オンラインコミュニティ内部におけるインターアクションを活発化することによって参加と利用を促進してきたことを実証的に明らかにしている。このように本論文は、オンラインコミュニティの成功（参加と継続利用）に関する従来の研究を一步前に進めたという点で、高く評価できる。

第三に、中国における情報化の発展過程およびオンラインコミュニティの現状も的確に描かれており、この点も評価される。

なお、サンプルと想定母集団との適合性、回帰式に投入する独立変数の量、独立変数から仲介変数を経て従属変数にいたる過程の検証に際しての構造方程式モデリングなど今後さらに検討すべき課題が残されているが、それは必ずしも本論文の成果を損なうものではないと判断される。

以上のように、本論文は、オンラインコミュニティに関するマーケティングの領域に関する専門論文となっている。

以上のことから、博士（経済学）の学位を授与するに値するものと判断した。