

令和元年6月7日現在

機関番号：11301

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K21406

研究課題名（和文）消費者の創造活動の精緻化と企業マネジメント

研究課題名（英文）Refinement of user innovation and corporate management

研究代表者

一小路 武安（ICHIHJI, Takeyasu）

東北大学・経済学研究科・准教授

研究者番号：80636390

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,100,000円

研究成果の概要（和文）：本研究では消費者活動のデータをより入手しやすい産業や消費者の創造活動そのものの価値といった点に焦点をあてて、研究を行った。消費者の創造活動に関する研究については結果として、以下の点が明らかになった。イノベーションを行う消費者は、複数の業界への関与度が高く、複数の情報端末を持っている。質の高いイノベーションを行う消費者は、複数の業界でイノベーションを行っており、顧客志向が強い。

また、消費者との関係性が近い産業における分析を娯楽産業で行った。結果として、オンラインゲーム産業では、技術革新前に探索傾向が高まり、技術革新後に活用傾向が高まること、ただし活用傾向に関して揺らぎがあることが示された。

研究成果の学術的意義や社会的意義

近年、企業が企業外にイノベーションの源泉を求める傾向が高まっており、学術的注目も集まっている。本研究では、ユーザーイノベーションという理論に関して、イノベーションを行う消費者の特性について明らかにした。さらに、探索と活用に関する研究に関して、技術革新期において企業が企業外にリソースを求める探索傾向が技術革新前に高まること、また例外があることも示した。

研究成果の概要（英文）：In this research, we focused on the industries that are closely related to consumers and the value of the creative activities of consumers. As a result of the research on consumer creation activities, the following points became clear. Innovative consumers are highly involved in multiple industries and have multiple information terminals. Consumers who are high quality innovators are innovating in multiple industries and are highly customer oriented. We also conducted analysis in the industry with close relationship with consumers in the entertainment industry. As a result, in the online game industry, it has been shown that exploration is enhanced before technological innovation, and exploitation is enhanced after technological innovation, but there is fluctuation regarding exploitation.

研究分野：経営学

キーワード：ユーザーイノベーション 消費者行動 探索と活用 プロダクトライフサイクル 娯楽産業 技術認識

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

近年、オープンイノベーションに代表される研究のように、企業外にイノベーションの源泉を求めることは高い注目を集めている。また同様に、DIY (Do It Yourself) に代表されるように新しい活動をも行いはじめた消費者の活動も活発になってきている。このような社会事象に対して、分析を試みる必要があると考えられた。

2. 研究の目的

イノベーションの源泉として、単に消費するにとどまらない消費者の活動は、イノベーションマネジメント及び消費者行動の分野にて研究がなされてきたが、既存の研究では消費者によるイノベーション活動への関わり方やその性質に関して十分な着目がされておらず、企業のマネジメントの可能性も検討されているとは言えない。そこで本研究では、複雑化した消費者の活動と企業のマネジメントについて分析を行うことを目的とする。

3. 研究の方法

インタビュー調査に基づく定性的な分析に加え、アンケート調査や二次データを用いた定量分析を行っている。

4. 研究成果

本研究では、大きく二つの研究を行っている。研究の第一は、消費者の創造活動の精緻化である。もう一つは消費者と密接性が高い娯楽産業における企業のマネジメントである。第一に、消費者の創造活動の精緻化に関して以下のような研究を行った。まず、2593名のサンプルへのコンテンツに関するアンケート調査から、以下のことが明らかになった。一つのコンテンツカテゴリーにおいて創造する消費者は他のカテゴリーでも創造する傾向があること、一つのカテゴリーで収益化を行う消費者は他のカテゴリーでも収益化を行う傾向があること、複数のコンテンツカテゴリーで創造する消費者は収益化を行う傾向があるということである。第二に消費者の創造と情報機器の利用状況との関係性について分析した。1000人を対象としたアンケート調査の結果から、情報機器を多様に扱っている消費者は一つの情報機器を熱心に扱う消費者と比べると、コンテンツ利用度については低い傾向がある一方でコンテンツ創造度については高い傾向があることが明らかになった。

次に動画共有サイトへの投稿状況について研究を行った。結果として、さまざまな情報端末を持っている消費者がより動画投稿をすること、これらの消費者が一つの端末を集中的に使う消費者と異なるグループを形成していることを明らかにした。次に消費者の創造活動やシェアリングエコノミーの活動について検討するにあたって、職場環境やパラエティシキングといった特性を組み込んだモデルを先行研究に基づいて構築し、500人を対象とするサーベイ調査を実施した。

また、消費者活動に関してはスマートフォンのアプリケーションに関して、消費者のイノベーションの先行要因について明らかにした。先行研究で十分に検討されていないイノベーションの質という観点を導入して分析を行った結果として、以下の点が明らかになった。顧客志向はユーザーイノベーションの最も大きな要因となり、質という観点でも大きな影響を与えていたということである。

加えて、消費者によるイノベーションの意味について考えるにあたって、消費者と企業のエンジニアとのイノベーションのとりえ方に関して何が異なるかについてアニメーション産業において、すでに行われた調査を基に分析を行っている。その結果として、企業のエンジニアは総じて技術に関する評価が低くなっていく傾向があることが明らかになった。業界で働いた経験は、技術の欠点を明確にさせ、技術評価に関してネガティブな影響を与えると考えられる。しかし、業界での就業経験の影響は、技術内容・評価方法によって異なる。経験は既存技術の将来評価に関してネガティブな影響を与える一方で、現在評価については影響を与えない。また、経験は有望な新技術の現在評価に関してネガティブな影響を与える一方で、将来評価については影響を与えないということが明らかになった。

研究の第二は、消費者と密接性が高い娯楽産業における企業のマネジメントである。まずは、スポーツ産業において分析を行った。人々の行動が危機状態に置かれるかどうか、それが長期的にわたるかどうかによってパフォーマンスが異なることが示されていた。危機状態に置かれることで人々のモチベーションは一時的に高まるが、それが長期的にわたることで危機疲れに陥り、パフォーマンスが落ちてしまうことを示したのである。更にオンラインゲーム産業における事例分析を行った。本研究では、このような主力プラットフォーム転換という環境変化(技術革新)の時期に、探索と活用のバランスがどのように変化したかについて検討を行った。対象企業である「ガンホー」が行った活動をAnsoff(1957)の成長マトリクスに基づいて、市場と製品に関して、両方が新規である活動を探索とし、それ以外の活動を活用と定義して、活動を分類した結果、既存市場・既存製品の分野での活動である市場浸透と、新規市場・新既製品の分野での活動である多角化において結果としての成功がみられた。環境変化(技術革新)前に探索傾向が高まり、環境変化(技術革新)後に(新資源の)活用傾向が高まるということが明らかになった。ただし、技術革新前後の段階で既存資源の再活性化を図るといふ点での(既存資源の)活用傾向が高まるという揺らぎが存在していた。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計6件)

- (1) The impact of customer orientation on the quantity and quality of user-generated content: A multi-country case study of mobile applications
Bosul, YOO/Sotaro KATSUMATA/Takeyasu ICHIKOHJI
ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS 31(2) 516-540
2019年(査読有)
- (2) 危機状態と危機寸前状態の組織におけるリーダー変更と危機疲れの影響：
サッカーJリーグにおける2部降格チーム・降格寸前チームの比較分析
一小路武安
組織科学 51(3) 4-18 2018年3月(査読有)
- (3) The Influence of Work Experience on Subjective Evaluation of Technologies:
The Case of the Japanese Animation Industry
Takeyasu ICHIKOHJI
International Journal of Managerial Studies and Research 5(11) 8-16 2017年11月
(査読有)
- (4) Multiple Information Devices Users in the Era of Digital Convergence:
The Relationship between YouTubers and YouTube Viewers
Takeyasu ICHIKOHJI/Sotaro KATSUMATA
Annals of Business Administrative Science 16(5) 215-228 2017年10月(査読有)
- (5) ゲーム開発に影響を与える組織構造や環境の検討
一小路武安
デジタルゲーム学研究 9(1) 33-39 2016年12月(査読有)
- (6) The Relationship between Content Creation and Monetization by Consumers
Amateur Manga (Doujinshi) and Music in Japan
Takeyasu ICHIKOHJI/Sotaro KATSUMATA
Annals of Business Administrative Science 15(2) 89-103 2016年4月(査読有)

〔学会発表〕(計2件)

- (1) 市場成熟期における革新的製品の参入
勝又壮太郎・一小路武安
2018年度組織学会研究発表大会 2018年6月10日
- (2) 企業の新業態への適応過程
一小路武安
2018年度組織学会研究発表大会 2018年6月9日

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年：
国内外の別：

取得状況(計0件)

名称：
発明者：

権利者：
種類：
番号：
取得年：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究分担者

研究分担者氏名：
ローマ字氏名：
所属研究機関名：
部局名：
職名：
研究者番号（8桁）：

(2) 研究協力者

研究協力者氏名：勝又 壮太郎
ローマ字氏名：Sotaro KATSUMATA

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。