

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 3 年 6 月 18 日現在

機関番号：33903

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2017～2020

課題番号：17K03902

研究課題名（和文）製品批評が生産者の認知地図に与える影響に関する実証研究

研究課題名（英文）A Empirical Study on the Influence of Product Criticism on Producers' Cognitive Maps

研究代表者

吉成 亮 (Yoshinari, Akira)

愛知工業大学・経営学部・教授

研究者番号：00509135

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,000,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、本来、製品の批評家の製品批評が生産者の認知、生産者の行動、生産者の結果に影響を及ぼし、生産者が自らの認知地図を書き換えるという仮説を立て、検証することである。

本研究では、刃物製造業者の中でもアウトドアナイフを対象を限定し、国内のアウトドアナイフ製造業者に対する聞き取り調査と専門誌における調査を行った。その結果、雑誌におけるクリティクスの製品批評は、生産者にほとんど影響を及ぼしていないものの、製品のブローカーの製品評価が生産者に大きく影響を及ぼし、生産者の認知地図を書き換えることが判明した。したがって、当初の仮説は部分的にのみ立証されたことになる。

研究成果の学術的意義や社会的意義

近年、情報技術の発展にともない、消費者が入手できる製品にまつわる情報は急速に増加している。しかしながら生産者と消費者は入手できる製品の情報をすべて整理し、製品を評価することはできない。つまり生産者と消費者はともに情報過多に陥る可能性がある。

その際、クリティクスは一部、生産者や消費者の機能を代替し、生産者や消費者にかわって製品を分類し(categorize)、評価する。生産者や消費者が情報過多になればなるほど、今後とも市場においてクリティクスの役割は大きくなると予想できるため、クリティクスの影響力を特定し、その影響力を測定することは、社会的にも学術的にも高い意義がある。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this study is essentially to formulate and test the hypothesis that product critics' product critiques influence producers' perceptions, producers' actions, and producers' outcomes, and that producers rewrite their own cognitive maps. In this study, I limited our focus to the outdoor knife market among knife producers, and conducted interviews with domestic outdoor knife producers and a survey of specialized magazines. The results showed that product criticism of critics in journals had little influence on producers, and that product brokers' product evaluations influenced producers and rewrote producers' cognitive maps. Thus, the original hypothesis was partially substantiated.

研究分野：経営組織論

キーワード：認知地図 クリティクス 製品批評 製品カテゴリー

1. 研究開始当初の背景

本研究は、市場における製品の批評家をクリティクス(Critics)と呼び、このクリティクスの製品批評が、ある種の市場の形成に決定的な影響を及ぼすことを検証する研究である。特に本研究では、クリティクスが同一ジャンルの製品を批評するとき、クリティクスの批評が消費者だけでなく、生産者、特にその組織に影響を及ぼすとの仮説を立て、検証する。その上で、クリティクスの製品批評が生産者に影響を及ぼす組織的な要因を特定し、さらに組織の認知地図(Neisser1976)を書き換えることもあわせて研究する。

既存研究は「製品市場を生産者や消費者などの間で社会的に構築された知識構造」とみなし(Rosa et al 1999)、すでに上述の仮説を部分的に検証している(Negro, Koçak, and Hsu 2010)。代表的な研究である Zuckerman (1991)は、証券アナリストをクリティクスとした実証研究から、以下の4点を指摘している。第1に、特に消費者が製品の高度な知識や経験を必要とする市場において、消費者にかわって製品を批評する、クリティクスが出現すること、第2に、クリティクスはそれぞれ得意なジャンルを持ち、そのジャンルの典型的な製品を高く評価すること、第3に、クリティクスはそのジャンルの典型的ではない製品を低く評価する、もしくは批評対象から見落とすこと、第4に、消費者はこのようなクリティクスの製品批評を支持すること、である。その結果、クリティクスの製品批評がある種の市場の形成に決定的な影響を及ぼすという結論を導いている。

さらに消費者がクリティクスの製品批評を支持するだけでなく(Yoshinari 2015a, b)、その製品の生産者もクリティクスの製品批評を強く支持することを、国内の医療用医薬品(Yoshinari 2014)および少額短期保険市場を対象に実証している(Yoshinari 2015c)。その結果、生産者はクリティクスがあるジャンルにおいて評価の高い製品を積極的に市場へ投入し、評価の低い製品を市場へ投入しないという結論を導いている(吉成 2015)。

しかしながら、既存研究においてクリティクスの製品批評が生産者に何らかの影響を及ぼすことは検証されつつあるものの、クリティクスの製品批評が生産者のどの組織的な要因にどの程度の影響を及ぼし、その結果、生産者のどのように認知地図(Neisser 1976)を書き換えるのかについては十分に検証されていない。このため、既存研究(吉成 2015)などをさらに進展させるためにも、クリティクスが生産者に組織的な影響を及ぼすことを詳細に検証することが不可欠である。

2. 研究の目的

本研究では、クリティクスの製品批評が消費者だけでなく、生産者に及ぼす影響を検証することを目的とする。そのために、クリティクスが同一ジャンルの製品(群)を批評することによって影響を受ける生産者の組織的要因を特定し、これらの組織的要因が影響を及ぼす程度を測定する。

具体的には、図1の本研究の概要に示したように、認知心理学者 C. ナイサー(1976)の認知地図の論理を部分的に援用し、クリティクスの製品批評が生産者に影響を及ぼす要因を、(a) 生産者の認知、(b) 生産者の行動、(c) 生産者の結果に大別し、これら(a)から(c)までの要因すべてに影響を与えるとき、生産者の認知地図を書き換えると仮定する。その上でより具体的に、これらのクリティクスの製品批評が生産者に影響を及ぼす要因として、(a)' 経営者が認知を変更した程度、(b)' 組織のルーティンが変化した程度(c)' 組織の業績が改善した程度を取り上げ、これらの要因に関して生産者へのアンケート調査を実施し、リッカート尺度によって測定する。

本研究では、クリティクスが批評する製品市場の1つとして、専門誌において批評の評価基準が明確である、欧州のアウトドアナイフという製品市場を取り上げる。過去30年間(特に岐阜県関市にアウトドアナイフ部会が設立された1995年から2016年現在までの21年間)に、欧州のアウトドアナイフショーへ出品し、海外の専門誌等でクリティクスの製品批評を受けた経

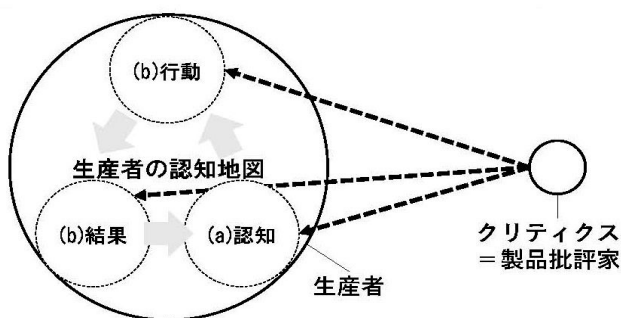


図1 本研究の概要

験がある、国内のアウトドアナイフ製造業者（通称、ファクトリー・メーカー）の経営者を対象に、(a)' から(c)' までの要因の変化に関するアンケート調査を実施する。

その上で、欧州のクリティクスが国内のアウトドアナイフ製造業者の製品を批評し、その批評がアウトドアナイフ製造業者に影響を及ぼすことを検証し、その要因の特定とその程度を測定する。その結果、クリティクスの製品批評が生産者の認知地図を書き換えることを実証することが研究内容である。

3. 研究の方法

この研究を始める以前の研究として、岐阜県関市の刃物製造業者の経営者に対して聞き取り調査を実施してきた。特に関市の刃物製造業者が海外に進出している現状を把握し、関市の刃物製造業者が海外において受けている自社製品の評価に関して経営者から聞き取り調査を実施してきた。

その上で、本研究の目的を達成するために、国内の刃物製造業者に実施している聞き取り調査を継続する。そしてこれらの聞き取り調査の結果から、クリティクスの製品批評が生産者に影響を及ぼす可能性がある、上述の(a)、(b)、(c)に関するアンケート調査の詳細項目を作成し、欧州に進出している国内の刃物製造業者に対してアンケート調査を実施する。

このアンケート調査の結果から、クリティクスの製品批評が生産者に及ぼす要因を特定し、その程度を測定する。これらの測定に基づき、クリティクスの製品批評が生産者の認知地図を書き換えるという仮説を検証することによって、本研究の目的を達成する。

4. 研究成果

第 1 の研究成果として、アウトドアナイフの批評を掲載し、正解的にも著名である海外専門誌“Knives: The World's Greatest Knife Book”などの海外雑誌の情報に基づき、海外のクリティクスによる国内アウトドアナイフ製造業者への評価を客観的に調査し、検討したことが挙げられる。また同じアウトドアナイフの海外専門誌の情報に基づき、ドイツのゾーリングンやフランスのティエールなどの海外アウトドアナイフ製造業者と岐阜県関市を中心とした国内アウトドアナイフ製造業者の製品批評を比較し、評価結果の相違を調査し検討したことが挙げられる。なおこれらの海外の批評に基づく研究成果は、国際学会などにおいて報告済みである(Yoshinari 2019(a),2019(b))。

その成果の一部として、図 2 の結果に達している。この結果から、海外における国内アウトドアナイフ製造業者の知名度が次第に上昇していることが分かった。それゆえ、少なくとも批評家にとって、日本の国内アウトドアナイフ製造業者の認知が広がっている可能性が高いことを示すことができた。

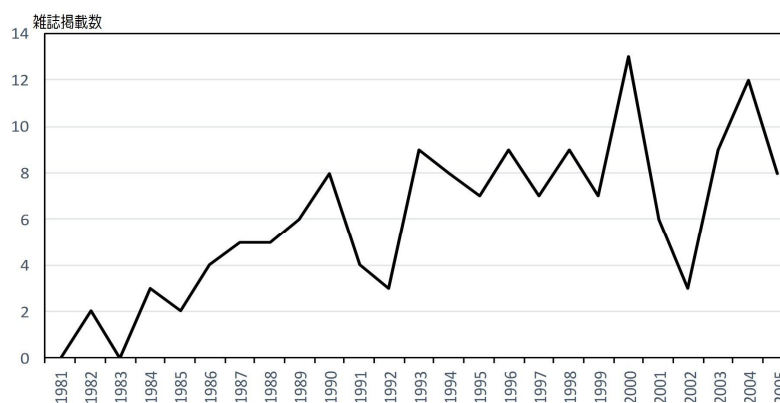


図 2 国内ナイフ製造業者の海外紙掲載数

第 2 の研究成果として、海外の専門誌でクリティクスから何らかの批評を受けている国内アウトドアナイフ製造業者が、海外のクリティクスから受ける組織的な影響の程度に焦点を当て、現在、実施しているアウトドアナイフ製造業者への聞き取り調査を実施することであった。これらの成果も一部、国際学会等で報告済みである(Yoshinari 2020)。

この研究成果を得るために、まず都内などの大都市圏および、主に刃物の生産地の各地で開催されているナイフショーに参加し、海外専門誌“Knives: The World's Greatest Knife Book”にすでに掲載されているアウトドアナイフ製造業者に対して会場にて聞き取りを行った。その結果、彼らは雑誌に掲載され、その雑誌の批評家から批評を受け、評価を獲得することよりも、米国を中心とした、海外の主要なナイフショーに参加し、その中で何らかの賞を受賞することによって評価を受けることの重要性を指摘していた。このようにして海外のナイフショーにおいて一定の評価を得ることが、海外のアウトドアナイフのナイフ収集家や海外のナイフ製造業

者から高い批評を受けたり、海外のプローカーから一定の評価を獲得したりすることにつながることを聞き出すことができた。

特に後者のプローカーは特定のナイフ収集家とつながっており、これらの限られたナイフ収集家を招待する小規模なナイフショーを開催していた。このナイフショーには、プローカーのお眼鏡にかなった、選ばれたアウトドアナイフ製造業者だけが参加することができた。プローカーは特定のナイフ収集家とアウトドアナイフ製造業者をつなぐ役割を果たしており、プローカーの目利きにかなうアウトドアナイフ製造業者は海外のナイフ収集家にナイフという製品を販売する機会を得ることができることが判明した。

またアウトドアナイフ製造業者は海外のプローカーとつながることによって、最新のナイフ収集家のニーズを把握することができ、その作風は国内で人気の高いデザインとは異なるデザインであることが多かった。

また国内のナイフ製造業者は、プローカーが主催する小規模な限定的なナイフショーに参加することによって、同業であり、ライバルである海外のアウトドアナイフ製造業者と関係を持つことができた。その結果、共同でナイフを作成するなどのコラボレーションし、お互いに技術を切磋琢磨していた。これらの経験を積む国内のナイフ製造業者は、他の国内のナイフ製造業者と大きな差を生んだ可能性が高い。

図1の枠組みで言うならば、(a) 生産者の認知 = 世界的な規模でナイフの動向を把握、(b) 生産者の行動 = 海外の多様なナイフショーに参加、(c) 生産者の結果 = ナイフそれ自体の変化によって、ナイフ製造業者の認知地図が変化した可能性が高い。

第3の研究成果として、関市のアウトドアナイフ製造業者（通称、ファクトリー・メーカー）だけでなく、より嗜好性の高い関市のカスタムナイフ・メーカーに対しても同様に、彼らが海外のクリティクスから組織的な影響を受ける程度に関して聞き取り調査を実施することであった。聞き取り調査が当初の計画どおりに進まなかった場合、岐阜県および関市の業界団体から紹介を受け、岐阜県内および関市市内のアウトドアナイフ製造業者にさらなる聞き取り調査を実施することを予定していた。すべての関市のカスタムナイフ・メーカーに聞き取りをすることは困難であったが、その一部は聞き取りを実施することができた。実施することができなかったカスタムナイフ・メーカーは発行されている雑誌などの情報によって補完した。この結果の一部は今後の国際学会で報告予定である。

関市のカスタムナイフ・メーカーは東京や大阪などの大都市圏を除けば、他の地域と比較するとより多くのカスタムナイフ・メーカーが存在している。その多くがカスタムナイフ・メーカーの専業としていることも特徴であった。

しかし認知地図が変化しているカスタムナイフ・メーカーはその一部のみであった。その1部のカスタムナイフ・メーカーは、多くの若手従業員を抱えることによって、ネット販売等、販路も拡大し、SNSを活用しつつ、カスタムナイフ・メーカーとしての発信力も持っていた。またその他のカスタムナイフ・メーカーは、自身の息子をカスタムナイフ・メーカーとして育て、異なるタイプのカスタムナイフ・メーカーとして制作に従事するケースもあった。

以上の研究成果から、クリティクスの製品批評というよりもプローカーの製品評価によって(a) 生産者の認知、(b) 生産者の行動、(c) 生産者の結果がすべて変化しているという仮説が検証された。結論として、プローカーの製品評価が生産者の認知地図を書き換える可能性が高いといえることができる。

またさらなる研究の方向性として、図3のような国内のナイフ製造業者の中にも、ナイフ製造業者のグループの一員として活動する場合と、グループとして活動せず個人として活動する場合の認知地図の変化の違いに関して

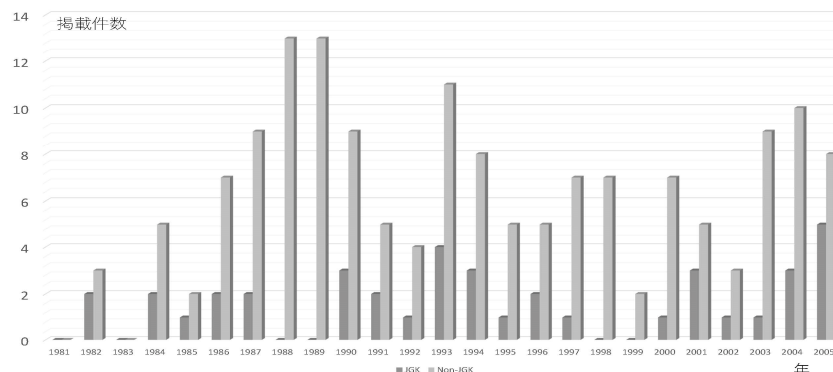


図3 国内組織所属とそれ以外掲載数対比

も現在、研究を行っているところである。今回の研究から派生したテーマとしてこのような研

究も進めていきたい。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 吉成 亮	4. 巻 64
2. 論文標題 健康・経営科学を共有できる方法	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 教育医学	6. 最初と最後の頁 123-128
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Akira Yoshinari	4. 巻 =
2. 論文標題 THE IMPACT ON PROFITS BY SUSTAINING SUPPLEMENTARY COMPLEMENTARY ASSETS FOR ADAPTATION TO RADICAL TECHNOLOGICAL CHANGE IN FIRMS	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 INTERNATIONAL ACADEMIC 2018 WEI CONFERENCE PROCEEDINGS	6. 最初と最後の頁 124
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

〔学会発表〕 計8件（うち招待講演 1件/うち国際学会 4件）

1. 発表者名 Akira Yoshinari
2. 発表標題 Knowledge Sharing in Informal Networks
3. 学会等名 Sharing Society International Conference 2019（国際学会）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Akira Yoshinari
2. 発表標題 Cultural Products That Act Symbolically Withinl The Local Economy
3. 学会等名 Actas De La IV Reunion Iberoamericana De Socioeconomia（国際学会）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Akira Yoshinari
2. 発表標題 Sustaining Traditional Technological Capability in Alternatives
3. 学会等名 2019 3rd Advanced Multidisciplinary Views on Sustainable Life & Business (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Akira Yoshinari
2. 発表標題 THE IMPACT ON PROFITS BY SUSTAINING SUPPLEMENTARY COMPLEMENTARY ASSETS FOR ADAPTATION TO RADICAL TECHNOLOGICAL CHANGE IN FIRMS
3. 学会等名 The WEI International Academic Conference (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 吉成 亮
2. 発表標題 製品間の差別化を促進する クリティクス
3. 学会等名 情報経営学会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 吉成 亮
2. 発表標題 ファミリービジネスの企業理念
3. 学会等名 経営診断学会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 吉成 亮
2. 発表標題 迷走する企業のコンテキスト
3. 学会等名 日本経営学会中部部会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 吉成 亮
2. 発表標題 医薬品業界の観点から見る「国民の健康」
3. 学会等名 日本教育医学会（招待講演）
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関