

Title	共有型サービスに関する日本利用者の価値認識類型研究：Q方法論を用いた利用者の類型化と考察
Sub Title	
Author	羅, 剛修(Rah, Kangsoo) 余田, 拓郎(Yoda, Takuro)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度経営学 第3108号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002015-3108

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2015 年度）

論文題名

共有型サービスに関する日本利用者の価値認識類型研究
—Q 方法論を用いた利用者の類型化と考察—

主 査	余田 拓郎 教授
副 査	岡田 正大 教授
副 査	坂下 玄哲 准教授
副 査	

学籍番号	81431289	氏 名	羅剛修
------	----------	-----	-----

論文要旨

所属ゼミ	余田 研究会	学籍番号	81431289	氏名	羅剛修
(論文題名) 共有型サービスに関する日本利用者の価値認識類型研究 —Q 方法論を用いた利用者の類型化と考察—					
(内容の要旨) 共有型サービスは経済的な効用だけではなく資源の過剰供給や浪費の防止、環境保護を志向するグリーンエコノミーを目指し、利害関係者同士に新たな価値を創出する新たな経済フレームとして世界の注目を浴びている。共有型サービスは世界中で最近の情報技術の革命やスマート機器、ソーシャルネットワークインフラを基盤に急速に拡大している。日本でも最近様々な成功的な海外の共有型サービスの事例をベンチマークし、国内環境の特性に合わせようとする動きが活発に行われている。日本でも、今後、規制の緩和や IT 技術の進化により需要が大きく伸びる見込みである。しかし、まだ日本での共有型ビジネスサービスとして大きく成功させることに苦戦している。これはもちろん規制の問題もあるが、国内と海外の共有型サービスに対する社会的認識の違いから起因している部分が大きいと考えられる。個人の所有資源から多数の共有資源への変化を追求する共有型サービスが成り立つためには社会的信頼が根幹になるためである。 本研究は日本市場では共有型サービスが導入期で、まだ学術的な研究が多く行われていない中で、利用者及び潜在的な利用者に対する類の型分析は意味のある研究だと判断した。既存の人口統計学的な要因や環境変数を基準にせず、利用者の内面的価値と主観性を基に本質的な認識の傾向を調査することで利用者類型特性研究を行った。 個人の考え、見解、信念、態度、選好などに基づき応答者の類型と固有の類型別特性を発見して行く解析的・探究的研究方法で、応答者の表現する主観性を通じて新たな理論的仮説を発見、推論し概念化する一種の仮説生成研究法である Q 方法論を用いて行った研究の結果、日本の利用者の共有型サービスに対する価値認識類型 3 つを発見することができた。第 1 類型‘合理的実利追求型’利用者は共有型サービスに対して好意的な態度を持ち、経済的な便益に魅力を感じている。合理的な価格で魅力的なサービスがあれば、共有型サービスであっても取引の際に信頼できるプロセスがある前提で積極的に利用すると思われる。社会的な価値やマクロな視点よりは共有型サービスのフレームの中で合理的で実用的な個人中心の消費活動に重点を置く集団である。 第 2 類型‘保守的閉鎖型’利用者は共有型サービスに対し主に不安感を表し、ネガティブな態度を持っており、プライベートに統制された環境で活用を求める保守的な傾向が強い。共有型経済と言うフレームに対し現在までは自分の消費や生活のパターンを変える意思が相対的に弱い集団で個人的で守備的な傾向を持つ。イノベータ理論のラグード消費者に当てはまる。 第 3 類型‘先進的パイオニア’型は共有型サービスに対し非常に好意的な態度を持っており、所有から共有に代わる流れが社会的に正しい方向だととらえている。モノを共有することに対して抵抗がなく、第 1 類型や第 2 類型がプロセスや信頼を確保することを重要にとらえている部分と異なり、リスク回避傾向が低い集団である。キャズム理論が説明する革新者やアーリーアダプターの特性と似ている。共有型サービスが導入期の日本はサービス普及のため第 3 類型の消費者に注目し拡散活動に活用することが重要である。 本研究は、利用者の主観的な観点で共有型サービスに対する利用者の価値認識を類型化し、特徴を分析したことで、具体的な施策や提言までは至らなかったが、今後日本での共有型ビジネス・サービスの研究や拡散戦略、ビジネスモデル構築などを作成をする際に前立、基礎的な資料として活用できるであろう。					