

情報文化学会 第15回 北海道支部研究会 発表プログラム
 (情報文化学会 第15回 北海道支部研究会 予稿集)

2018年2月28日

情報文化学会・北海道支部 事務局

◆日時：2018年3月10日(土) 13:00~16:45 (途中休憩含む)

◆会場：北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 101室

- ・地下鉄・南北線「北18条駅」→北18条門→「国際広報メディア・観光学院」のルートが最短です。
 詳しくはURLの地図をご参照ください。 https://www.hokudai.ac.jp/introduction/2017_ol.pdf
- ・当日は土曜日のため会場建物には鍵がかかっており学外の方は入館できません。学外の方でご参加予定の場合は、3/8木17時までに、北海道支部・事務局の辻本 (atsujimoto4@hotmail.com) までご連絡ください。当日の入館手続きについてご連絡いたします。その他、問い合わせ等も辻本までメールでお願い致します。

◆プログラム

1. 支部長 あいさつ (13:00~13:05)

2. 研究発表 (13:05~16:26)

発表：12分、 質疑応答：5分、 交代：1分 以下、「発表タイトル」、「発表者」、「発表概要」の順に記載。

(1) 13:05~13:22

- ・「LINE WORKS (ビジネス版LINE) のネオ・サイバネティクスの解釈」
- ・辻本 篤 (北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院)
- ・本発表は、ビジネス・コミュニケーション・ツールである「LINE WORKS」(ビジネス版のLINE) をネオ・サイバネティクス系組織学習論の概念(組織における構成員が行う観察を観察する：二次観察の学習論)から検討した場合に見えてくるコミュニケーションの構造を見ていく。その上で当該コミュニケーションの構造と機能に関する仮説モデルを構築する。

(2) 13:23~13:40

- ・「新技術拡散の影響要因に関する考察 —エージェント・ベース・モデルによるシミュレーションを通じて—」【発表キャンセル】
- ・Juhyeok JANG (北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院)
- ・新技術及び知識の拡散を促進するためには、その影響要因を明確に理解することが大事である。しかし、そのプロセスは、様々な要素の複合的な相互作用によって行われるため、従来の統計的方法によって考察することは、必ずしも容易ではなかった。したがって本研究では、新技術や知識の拡散に影響する行為者固有の特性を反映し、行為者間の相互作用による現象をしっかりと説明するため、エージェント・ベース・モデルによるシミュレーションの活用を試みる。特に近年注目を集めているAIスピーカーを対象に、新技術の拡散に影響する複合的な要因の詳細を明らかにすることを目的とする。

(3) 13:41~13:58

- ・「日中の消費者行動における情報収集の比較研究 —情報検索のときの各情報源の利用と特性—」
- ・肖 申夏 (北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程)
- ・山田 澤明 (北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院)
- ・日中情報環境の違いや情報源の激変や消費者行動の変化等を背景として、研究を行った。先行研究では、三つの作業を行った。それは他の研究者の指摘に基づいての定義とモデルの整理、研究範囲の絞り、情報源・商品・特性の分類である。先行研究により、アンケートを行い、データ分析を通じて、結果を得た。日本で情報源に対しての認識は全体的に中国より高く、それに対応

する行為は中国より情報源を独立的に利用する傾向がある。

(4) 13:59~14:16

- ・「日本芸能人に対する中国人ファンの消費行動の特徴」
- ・姜 楠（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・Juhyeok JANG（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・「クール・ジャパン」という政策により、日本がアニメ、音楽などの文化輸出による日本経済の活性化を狙っている。その背景下、如何に芸能人を始め、日本の文化産業を中国をも含める海外に受容させるのかが重要な課題となった。それ故、中国人ファンの消費習慣などの特徴を掴む必要があると思われる。今回は、日本芸能人に対する中国人ファンの消費行動の特徴に関するアンケート調査を通して、中国人ファンの消費行動の特徴を呈示しながら、消費金額に対する影響要素、及びそれらの要素と消費金額の関係を探ってみたい。

(5) 14:17~14:34

- ・「SNS 活用における共感喚起の要因分析：科学誌『博物』を例として」
- ・許 可（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・Juhyeok JANG（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・デジタル化が進み、出版業界は縮小する傾向になっていく、業界競争が更に厳しくなると言われている。この現状を踏まえ、各出版社はデジタル時代に適応するため、ソーシャルメディアの力をどのように活用できるかが重要な課題であると思われる。本研究は、中国の科学誌『博物』が運営している Weibo アカウント「博物雑誌」を研究対象にし、影響力拡大や売り上げ向上に SNS を徹底的に活用できるため、ユーザーはアカウントに共感を喚起する要因を見出す。

(6) 14:35~14:52

- ・「ソーシャル・ショッピングウェブサイトの受容における拡大 TAM の可能性」
- ・鮑 琪（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・伊藤 直哉（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・オンラインショッピングとソーシャルメディアの普及により、ショッピングとソーシャルメディアを組み合わせたソーシャルコマースが出現した。ソーシャルコマースはネットショッピングの関係構築の要求を満足させ、商品情報を充実させるサイトと考えられている。TAM を拡大し、新しいモデルの可能性を検証する。アンケート調査でデータを入手し、定量分析を行い、中国消費者はどのようにソーシャル・ショッピングサイトを受容するのかを明らかにする。

休 憩 (14:52~15:15 (約 25 分))

(7) 15:15~15:32

- ・「ソーシャルコマースにおいて何が消費者に最も影響を与えるのか - 囲い込み理論からの考察 -」
- ・趙 逸琛（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・伊藤 直哉（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・最近、電子商取引 (Electronic-Commerce) の市場では、ソーシャル化、オフラインとの融合等の特徴を持つ、より複雑なソーシャルコマース (Social-commerce) が大きな成長をしている。このような新たな動きの中で、本研究は、ユーザーの囲い込みの変容に焦点を当てる。サイトやサービスの質などのソーシャルコマースに影響を与える点を比較考察し、「ソーシャルサポート」などのソーシャルに関する要素が、どのように消費行動に影響を与えるのかに関して仮説を構築し、この仮説を実証的に検証していきたいと考えている。

(8) 15:33~15:50

- ・「ネットクチコミ情報のシェア価値が消費者行動に与える影響 -中国人消費者の面子意識の観点から-」
- ・周 涵（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・辻本 篤（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・本研究は中国人消費者の面子意識の観点から、中国の情報環境において、ネットロコミにおける期待されたロコミ情報のシェア価値と、面子意識、消費者行動の3つの概念間の影響関係を明らかにするものである。本研究には従来よく議論されてきた消費者が情報受信者とする観点ではなく、消費者が情報発信者とする観点から分析し、さらに中国人消費者が消費活動を行う時、製品情報をロコミとする情報の発信価値を重視することと、面子を意識することを消費性向として考慮に入れる実証研究である。

(9) 15:51~16:08

- ・“The Impact of Communication Satisfaction on Knowledge Sharing at Workplace” **【発表キャンセル】**
- ・侯 文情（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・辻本 篤（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・知識共有は、学習する組織の実現に向けて非常に重要な一つの要素であるといえる。本研究の目的は、コミュニケーション満足度と知識共有の関係を探究することである。中国本土の複数の組織からの合計 177 名有効回答者から質問票を回収し、共分散構造分析でコミュニケーション満足は知識を共有する意欲に寄与することを証明した。本研究は、従業員の知識共有を動機づける際に、従業員の態度を変えることより、職場における社内コミュニケーションの自由度を向上させることに注意を払うべきであることを提案した。

(10) 16:09~16:26

- ・「イメージ回復理論に基づいてメディアは不祥事アスリートの信頼性の再構築に与える影響についての考察」
- ・王 鵬（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 修士課程）
- ・辻本 篤（北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院）
- ・アスリートの活躍により、スポーツの社会的影響力は大きくなってきている。同時に、有名なアスリートの不祥事が報道されたのは以前から続いている。アスリートたちが競技レベルの向上を追求する一方、各種のメディアを通してポジティブな個人イメージを作って、社会とよりよい関係を構築することも重要な課題になっている。本研究においては、欧米におけるアスリート不祥事研究によく使われているイメージ回復理論に基づいて、アスリートの不祥事を例として（日本、欧米、中国）、利用されるメディアの違いによって、アスリート信頼度再構築、イメージ回復へ与える影響も違うということを検討したい。

3. 閉会のあいさつ**4. 情報文化学会北海道支部 総会（会員のみ）（16：27~16：45）**

- 議題：（1）平成 30 年度 活動計画について
（2）その他

以 上