

審 査 の 結 果 の 要 旨

氏 名 宋 泳和

宋泳和氏の論文 *Essay for innovative converged services' adoption and diffusion* (イノベティブ融合サービスの導入と普及に関する研究) は、IPTV (インターネットプロトコルテレビ) などの IT 分野に関する通信と放送の融合に関する新しいサービスの導入や普及について、サーベイデータに基づいて韓国と日本の比較を実証的に行ったものである。イノベーション普及モデルについては、技術受容モデル (Technology Acceptance Model) が一般的であるが、(1) この TAM モデルに Chuan-Fong Shih と Alladi Venkatesh による使用普及モデル (Use Diffusion Model) を組み合わせたモデルを提唱し、実証研究に用いていること、(2) 韓国と日本の比較結果をホフステッドの多文化社会論によって解釈を行っていること、などにおいて新規性がある。

本論文は、イントロダクションと過去文献調査、結論のほか、3つの主要な研究成果によって構成されている。

まず、韓国のデータを用いて TAM モデルと Use Duffision モデル (UD モデル) を組み合わせた分析を行っている。IPTV は利用者の導入の有無は伝統的な TAM モデルで分析することが可能であるが、利用者が途中で契約を解除することがあり、利用者の利用体験を通じて効用が増加するためのサービスモデルが必要である。そのために UD モデルを組み合わせることが必要であるが、両者を組み合わせた実証モデルを構築し、SEM (共分散構造分析) を用いて推計を行っている。その結果、利用の容易さやサービスに関する価値といった TAM で用いられる要素に加えて、イノベティブサービスに対する受容性や複雑性への許容といった TAM と UD の両者を勘案した要素についても顧客満足度に影響していることを明らかにした。

次に日本において同様のデータを取得し、韓国との国際比較を行っている。分析モデルは上記とほぼ同様であるが、家計レベルのマクロデータを用いて、国際比較分析を行ったケースは少なく、実証研究として価値の高いものと言える。韓国と日本の推計結果はかなり類似性が高いが、最も大きな違いは、日本の消費者はサービスの質に対して敏感に反応することに対して、韓国の消費者

は経済性（コストパフォーマンス）を重視することである。これまで日本の消費者が品質にこだわることから日本企業は過剰品質に陥り、エレクトロニクス分野を中心に韓国企業との国際競争で苦戦しているということが言われているが、本研究は、その実態を初めてシステマチックに実証したものといえる。

3 番目の分析は、上記の日韓比較分析を発展させ、Hofstede の国際比較社会学のフレームワークを用いて、両国の違いについて要因分析を行ったものである。なお、Hofstede のフレームワークは、世界各国の企業文化を 5 つの尺度（Power Distance、Individual Collectivism, Masculinity/Femininity、Uncertainty Avoidance, Long/Short Term Orientation）から比較するものである。日本と韓国は非常に似通った特性を示しているが、Individual（日本）/Collective（韓国）と Masculine（日本）/Feminine（韓国）で大きくスコアが異なっている。この日韓の違いを IPTV の TAM と UD の複合モデルの結果に当てはめると、日本の高品質志向は、他者と違う機能を求める志向（Individual）、グループレベルにおける厳しい競争環境（Masculine）と関係している。しかし、これらの日本の特性は変化しており、今後の動向に応じたマーケティング戦略の必要性を示唆している。

審査委員会では、個々の研究成果はそれぞれ学術的に意義が高く、技術経営の分野で高い水準の研究成果となっているが、論文全体の構成や研究成果から得られるインプリケーションが不明であることに議論が集中した。また、論文のフォーマットに問題があることも指摘された。しかしながら、これらの議論は博士論文としての学術的な価値を損ねるものではなく、論文の形式についても編集作業によって対応可能である。従って、博士論文としての水準は十分にクリアしているとの判断に至った。

よって本論文は博士（工学）の学位請求論文として合格と認められる。