

学 位 審 査 報 告 書

新制

経

232

(ふ り が な) 氏 名	かん き なお と 神 吉 直 人
学 位 (専 攻 分 野)	博 士 (経 済 学)
学 位 記 番 号	経 博 第 343 号
学 位 授 与 の 日 付	平 成 20 年 5 月 23 日
学 位 授 与 の 要 件	学位規則 第 4 条 第 1 項 該 当
研 究 科 ・ 専 攻	経 済 学 研 究 科 ビ ジ ネ ス 科 学 専 攻
(学 位 論 文 題 目)	
文化コンテンツ産業におけるネットワーク組織 とケイパビリティのマネジメント	
論 文 調 査 委 員	主 査 教 授 若 林 直 樹 教 授 日 置 弘 一 郎 准 教 授 梶 山 泰 生

氏名	神吉直人
----	------

(論文内容の要旨)

近年成長著しい文化コンテンツ産業においては、コンテンツ制作はプロジェクト単位のネットワーク組織によって行われており、そこでの高い成果を生み出す組織経営のあり方についての研究関心が高まっている。本論は、まずネットワーク論的な組織理論やグラフ理論による解析手法を用いて、文化コンテンツ制作のプロジェクト組織がネットワーク的な構造とメカニズムを持つことを、情報誌の制作と出版の事業に於いて編集者の持つライター等との編集ネットワークについて実証的に研究することの中から明らかにしている。そして資源ベースモデルの戦略論による組織能力(Capability)の理論を援用しつつ、そうしたネットワーク組織を運営する主体の経営能力の特性が、ネットワークに於いて内外の人材や資源を動員する「巻込能力」にあるとの理論的な考察とその実証的な検討を行っている。

雑誌は複数の企画の集合体として作成される。ここでそれぞれの企画を担うのが、編集者の指揮の下、原稿の執筆や写真撮影を行う外部スタッフによって編成されるプロジェクト型のネットワーク組織である。ネットワーク組織とは、個人や組織が、組織の壁を超えてプロジェクトごとに形成したネットワークを通じて1つの目的を追求する協働システムである(若林, 2006)。ネットワーク組織は、プロジェクトごとに新しい組織として編成されるため、雑誌や情報誌のように常に新しい情報や発想が必要なものには相応しい組織形態といえる。しかしこれには、目的に適った最善のスタッフを雑誌会社の内外から集めて、プロジェクト組織に編成できるかどうかという問題と、実際に彼らから目的に向けた貢献を引き出すことができるかどうかという問題とが伴う。本稿では、この2つの問題に着目し、これを解決するためにネットワーク組織の経営に於いて編集者の持つ巻込能力が経営的に重要であるとの視角を提起する。

本稿の構成は以下である。序論において、現代の文化コンテンツ制作がネットワーク組織で担われ、その効果的な経営が重要な課題となっている上述の問題意識を展開する。その後の第2章では、文化コンテンツ産業、および雑誌・情報誌産業の現状に関する説明を行っている。またここでは、本稿の前提として“おもしろい”雑誌の方向性を示している。これは過去の名編集者の発言を基に、編集という仕事の意義について考察したものである。次いで第3章は、ネットワーク論的な経営学理論のレビューを行い、社会ネットワーク、ソーシャル・キャピタル、ケイパビリティ、実践のコミュニティの各概念を導入する。そして、編集者が、編集プロジェクトに於けるネットワークを効果的に構築、活用できることが重要であるとの議論の整理を行う。それをふまえて、第4章は、本稿の最も重要な提案である、編集者の外部巻込能力という概念を提示し、これが編集ネットワークの組織経営を行う能力のあり方を示すと論ずる。

この概念は Loasby (1998) の組織能力および Cross and Parker (2004) のネットワークでの資源動員の理論をそれぞれ援用して理論構築したものである。そして章の後半では、この概念を具体的に示すためにある雑誌編集者のネットワークの事例分析を行っている。

第 5 章から第 7 章では、前半に示した枠組みに関して、社会ネットワーク分析を用いて、2 つの情報誌を対象にして編集者のネットワーク構造についての計量的な実証研究を行い、コンテンツ制作に於ける成果への構造的な影響について考察している。まず、第 5 章では、ネットワーク分析における 2 段階アプローチを示す。これは、第一にネットワークの構造が行為者に影響するメカニズムの理論的考察と、ネットワーク指標と成果変数間の具体的な因果関係の考察とをまず行い、その後に、その視点に従い実際のネットワーク分析の結果についての検討を行うべきとする考え方である。そして、続く章で用いる主要なネットワーク指標の意義を説明する。第 6 章では情報誌 B 誌を対象に、そうした指標に基づき、雑誌編集に於いて効果的な資源となるライターや編集者とのネットワークの構造を解析した。そして第 7 章では雑誌 A 誌を対象に、巻込能力を持った編集者のネットワーク特性の記述をネットワーク分析によって明らかにした。こうした実証研究の結果として、一方では B 誌に於いては特殊な編集過程に起因するネットワークが存在し、それが編集者とライターの関係性を強化するように働いていることが見られた。他方で、A 誌に於いては高い巻込能力を持った編集者が、外部の多様な人材を自らの企画に巻き込んでいくことで、彼らの知識や経験を活かした編集を行っている可能性が示された。

最終的に本論の重要なインプリケーションは次にある。文化コンテンツ制作のプロジェクトの場合には、プロジェクト・マネージャーが持つ外部巻込能力を十分に形成すると、その経営がより効果的に行える。その場合の外部巻込能力とは、制作のネットワークに於いて、外部資源の利用可能性の把握（アウェアネス）とその実際の動員（アクセス）の双方から成っている。

氏名	神吉直人
----	------

(論文審査の結果の要旨)

近年の経済のソフト化・サービス化が進む中で、文化コンテンツ産業の経済的な比重は高まってきている。けれども、その独自の事業活動や組織経営についての経営学的分析は未発達であり、大規模工業や官僚制組織で構築された旧来の組織理論を用いて行われている。本論文は、まず文化コンテンツ産業に於けるコンテンツ制作組織の経営というフロンティア的な領域を取り上げて、そこにおける組織経営の特性について解明しようとして、新たなネットワーク的な組織理論と組織能力に関わる戦略論を援用しつつ、独自の問題の規定と理論的・実証的貢献を行っている点が評価される。本論の貢献は主に3点ある。

第一に、文化コンテンツ産業の産業的な背景と独特の組織経営の特性について、情報誌産業を主な分析対象として取り上げて、従来の出版産業論のレビューを行いながら、経営学的な問題として独自の規定をしている点である。コンテンツ制作の多くが、アドホックなプロジェクト型であり、内部の編集者と外部のライターや素材提供者のネットワークから成る組織に担われていることに注目する。そして編集者の編集能力は、こうしたネットワーク組織経営の能力が重要な要素であることを、経営学独自の問題として定式化する。

第二に、ネットワーク論的な組織理論と資源ベースの経営戦略論の議論を接合しつつ、内外を結合したネットワーク組織を経営する組織能力の特性について、独自の理論的な考察を行っている点である。近年、欧米を中心に、ネットワーク論的な視点から、複数の企業と個人から成る事業活動のネットワーク組織のメカニズムについて明らかにしようとするとするソーシャル・キャピタル的な組織理論が展開している。本論は、コンテンツ制作を行うネットワーク組織の議論にこうした理論を応用する。そして、編集者達のネットワークにおいて、イノベーションを促進する構造特性(ソーシャル・キャピタル)とそこでの経営能力(ケイパビリティ)との双方の関連を捉える独自の理論図式を展開する。

第三に、グラフ理論の解析モデルを利用したネットワーク分析ソフトウェアを用いて、効果的な編集者のネットワークの構造特性を実証的・計量的に分析している点も重要な貢献である。これまで、出版界での編集者の持つネットワークについては、少数事例についての質的分析にとどまる場合が多く、構造的で計量的な研究は極めて乏しかった。本論は、北米の経営学では近年数多く利用されつつあるネットワーク解析の手法を用いて、実際の情報誌出版社2社に於ける編集者のネットワークの実査と解析を行い、優れた編集者のネットワークが、編集者と外部に幅広く高密度に展開していることを実証的に明らかにした。そして外部巻込能力のあり方について実証的に示そうとした。

だが、本論文は、このような貢献をしつつも、フロンティア的な領域、理論、分析手法に挑んでいるために、その分析結果についていくつかの問題点や制約

も持っている。第一に、コンテンツ制作に於ける業績指標の実証的検討が十分にされていないので、ネットワークの構造特性や経営能力のあり方が、コンテンツ制作の成果にどのように影響するかについて、十分に明らかにされていない。第二に、情報誌だけの検討にとどまったゆえに、文化コンテンツは、受け手（読者、視聴者、消費者）の対象、メディアの特性、ジャンルのあり方によって、全く異なった生産と消費をされることを十分に考慮できていない。その意味で、議論を文化産業全般に一般化するにはさらなる研究が必要である。第三に、本論は、編集者の持つ個人的なケイパビリティと雑誌社や編集プロジェクト組織の持つ組織能力との区別や対応関係についての考察が明確ではないので、その関連が今後の検討課題である。第四に、文化コンテンツ制作の生産者と編集者のネットワークに於いては、生産や協力の関係の持つ質的特性が、コンテンツの内容の出来に直結すると思われるにもかかわらず、計量的な構造分析を中心として、質的な面での考察が不十分な面がある。ただ、この論文の構造的特性を中心に分析するという研究方針自体は、とかく個人の芸術的・文化的資質に還元されがちな文化コンテンツ産業における能力を経営学として議論の対象とするため、著者によって意図的に選択されたものである。このことを考えると、むしろ焦点が明確な研究として評価すべきかもしれない。この点も含め、問題点は本論文だけの瑕疵とは言えず、研究対象領域が未開拓であり、それをめぐる理論や分析が発展途上であることに起因している。

よって、本論文は、博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。なお、平成20年4月23日論文内容と、それに関連した試問を行った結果合格と認めた。