オンラインコミュニティ活性化のためのリーダーシップ分析

市橋正太郎† 山川 義徳†† 原 良憲†††
† 京都大学経済学部経営学科 †† 京都大学情報学研究科社会情報学専攻
††† 京都大学経営管理大学院 〒606-8501 京都府京都市左京区吉田本町
E-mail: † Ichihashi.Syo-taro@econ03.mbox.media.kyoto-u.ac.jp
†† yamakawa@bi-lab.org ††† hara@gsm.kyoto-u.ac.jp

あらまし 近年オンラインコミュニティの社会的重要性が増加する中で、コミュニティを活性化するリーダーの存在が注目を浴びている。本研究では、コミュニティを活性化するリーダー像を明らかにするために、奉仕型リーダーと先導型リーダーという２種類のリーダー類型に着目し、公開されているＳＮＳデータを用いて、リーダー特性とコミュニティの活性化との関係について定量的な分析を行った。分析の結果、奉仕型リーダーは、SNS 内外で多くの友人と信頼関係を構築しているが、この特性とコミュニティの活性化との関係は見られなかった。一方で、先導型リーダーは、個人固有の情報を選択的に公開する傾向があり、この振る舞いがコミュニティ活性化に寄与することが明らかになった。これらのリーダーシップ分析を参考にして、定量的なコミュニティ活性化手法を構築する見通しを得た。

キーワード オンラインコミュニティ、コミュニティ活性化、SNS（mixi）、リーダーシップ、奉仕型リーダー、先導型リーダー

The analysis about the Leadership in order to develop online-communities

Shotaro Ichihashi† Yoshinori Yamakawa†† Yoshinori Hara†††
† Faculty of Economics, Kyoto University
††Graduate School of Informatics, Kyoto University ††† Graduate School of Management, Kyoto University
† †† ††† Yoshida-honmachi, Sakyo-ku, Kyoto, 606-8501 Japan
E-mail: †Ichihashi.Syo-taro@econ03.mbox.media.kyoto-u.ac.jp
††yamakawa@bi-lab.org †††hara@gsm.kyoto-u.ac.jp

Abstract Recently, with the increase of social importance of online-communities, leaders who develop the communities are getting more attention. In this paper, in order to recognize what the leader should be, we have applied a quantitative analysis on the relationship between the characteristics of the leaders and the community development. We have categorized two types of leaders, i.e., support leader and proactive leader, and analyzed them using the statistical data in SNS (Social Network System). As a result, although support leaders have trust-based relationships with many friends, it cannot be proven that this characteristic directly develops the community. On the other hand, it was recognized that proactive leaders selectively expose their individual information, and this behavior does develop the community. A new quantitative method of developing a community will be created with the implications of the analysis about the leadership in the community.

Keyword Online-community, Development of community, Social Network System (mixi), Leadership,

support leader, proactive leader

1. 導入

1.1. 本研究の背景と目的

近年、ブログや SNS に代表されるオンラインコミュニティが急速に普及し、その社会的な重要性は高まっている。生活者視点では、SNS の利用が広く普及しており、例えば、日本最大規模の SNS サービスである mixi の会員数が 1683 万人に達し(2009 年 5 月時点)、総利用時間やページ閲覧数も伸びている[1]。また企業視点では、メディアを自社で所有し、マスメディアに匹敵する影響力を持ちつつある例もある[4]。日本コカ･コーラは 1000 万人以上の会員を持つ自社メディアを所有しており、他企業とも多く提携している[5]。このように生活者と企業の双方にとってオンラインコミュニティは注目すべき存在となっている。

しかし、実際にオンラインコミュニティを観察してみると、盛り上がっているコミュニティもあれば、一方で全くコミュニケーションがなされていないコミュニティも存在し、その原因にはしばしば、リーダーの振る舞いが関わっている様子が観察される。例えば、あるコミュニティでは リーダーが積極的にトピックを投稿し、みずから率先して話題提供をすることでコミュニティを盛り上げている例があった。このように、自ら率先して発言することによってコミュニティを活性化するようなリーダーは先導型と呼ぶことができる。また、他のコミュニティではメンバー間の意見交換が円滑に行われるように、ある質問に対して過去のレビューを紹介したり、マナー向上のためにルールを明文化している例があった。このようにコミュニティ活性化の土台となる環境を整えるようなリーダーを奉仕型と呼ぶことができる。このように、実際のオンラインコミュニティでは、先導型のリーダーと奉仕型のリーダーという２つのリーダーのタイプがコミュニティを支えているように見える。

このような背景を受けて、本研究では、どのようなタイプのリーダーがコミュニティを盛り上げているのかを SNS を用いて定量的に明らかにすることを目的とする。そこで本論では上記のような 2 種類のリーダータイプに焦点を当て、日本でよく知られた SNS サービスである mixi の公開データを利用して、リーダータイプとコミュニティ活性化との関係解明を目指した。

はじめに、２つのリーダータイプを定量的に表現するために、SNS 内の振る舞いを総合的に判断して２つのリーダーの特性の違いを比較した。次に、コミュニティ活性化の程度とコミュニティの活動パターンとの関係を調べた。最後に、これら総合化したリーダーの特性がコミュニティの活性化にどのような影響を及ぼすのかを調べた。

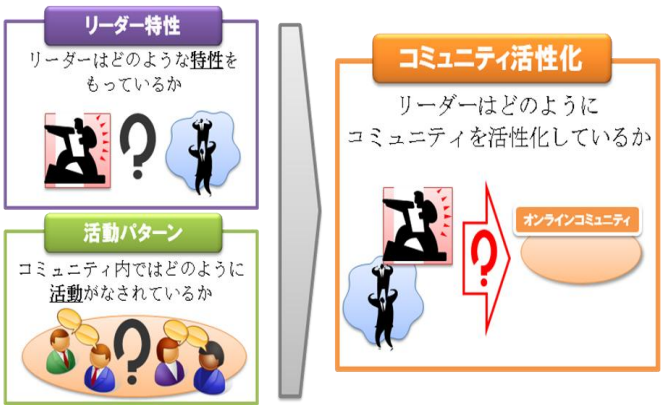

Figure1　研究の構造

1.2. 過去の研究

既に経営学や組織論の研究においても、実組織におけるリーダーのあり方というのは大きく２つのタイプに分かれるということが示唆されている。一つ目は伝統的な先導的のリーダー、二つ目は新たにその存在が知られるようになった奉仕型のリーダーである。先導的なリーダーとは、従来のリーダーシップに近い概念で、英雄のようにみずから率先してチームにコミットし、目標達成に向けてチームを推進していくというタイプのリーダーである。一方､奉仕型のリーダーとは、召使いのようにチームメンバーの成功のために彼らを支援し、メンバーを良く理解し能力を引き出すことに長けているリーダーを指している[6]。

このように、これまで実組織における研究においても先導型、奉仕型という２つのリーダーシップについての議論が行われている。しかし、これらの多くの研究は経験則的なものや事例に基づいた定性的な分析が主になされてきており、定量的な分析はほとんどなされていない。本研究においては２つのタイプのリーダーの特性を定量的に表現し、それら特性がコミュニティに与える影響を明らかにする。

2. 方法

2.1. データの取得方法

SNS サービス「mixi（ミクシィ）」のコミュニティサービスに存在するコミュニティの中で 、2009 年 8 月末日おいて全参加者の人数が多いコミュニティを順に 100 団体選択した。その後、廃止やリーダーの退会のためにデータの取得が不可能となったコミュニティは排除した。またリーダーに重複が見られたた場合は、

それぞれのリーダーの違いを明らかに分類できないためそのコミュニティをサンプルから排除した。結果、80 のコミュニティを採用した。

データの取得方法については、2009 年 8 月一ヶ月間の発言者とその発言数を自動的に抽出した。また同時に、コミュニティ名、総参加人数についても取得した。そしてそのデータを用いて、発言者を発言頻度順に並べ、その発言数をプロットしたグラフに累乗の近似曲線を引いたときの近似曲線式の変数を、各コミュニティについて抽出した。mixi では、掲示板においてはスレッドの立つ時期は 2009 年 8 月とは限らないものの、8 月中にコメントされた発言はすべてカウントした。

またこれらコミュニティを活性化するリーダーの特性を表すデータとしては、以下の 7 種類のコミュニティメンバー特性尺度データを用いた。また、これらのデータは以下に示すように限界値が存在しない項目もあり、データのばらつきが非常に大きかったため、分析の際には実数データではなく大きい値から昇順に番号を振った順序データを用いた。

コミュニティのリーダー（および普通のメンバー）は以下のルールによって選択した。発言者や発言数は上記の方法で得られたデータを用いている。

「先導型リーダー」・・コミュニティの中で最も発言が多い人物

「奉仕型リーダー」・・コミュニティを創設し現在運営している人物

「普通のメンバー」・・発言者の中からランダムに選択された人物

これらリーダーの特性を表すデータとしては、以下の 7 種類のコミュニティメンバー特性尺度データを用いた。

1.SNS 内の友達の数（0～1000）
2.紹介文を書いてくれた親友の数（0～1000）
3.参加しているコミュニティの数（0～1000）
4.趣味項目の中で選択している趣味の数(1～24)
5.定性情報の中で開示している情報の数(0～6)
6.自己紹介欄に記入している文字数(0～∞)
7.1 ヶ月間で更新した日記の数(0～∞)

これら 7 種類の特性データについて、各個人ページに訪問し手作業でデータを取得した。また、これらの特性尺度についてもはずれ値が多く、適正に分析するために順序データに変換して用いた。

また、コミュニティの成長過程を示すデータとして、以下の 2 種類のデータを採用した。ひとつはコミュニティの活性化の程度を図る指標、もうひとつはコミュニティの活動パターンを示すデータである。前者のコミュニティ活性度については「総発言数」を採用した。これはコミュニティ内でどれだけ発言がなされたかがコミュニティの盛り上がりを最もよく表すと考えられるためである。また後者のコミュニティの活動パターンについては、発言者頻度順分布の近似曲線が持つ 2 つの変数を採用し、それぞれ以下のように定義した(Figure2)。

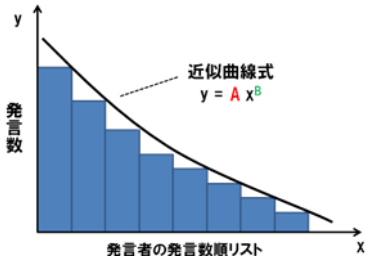

Figure2　発言数の度数分布図

$y = Ax^B$

A＝分布の頂点、B＝分布の傾斜と名付ける。A は大きくなればなるほど分布の x=1 のときの y の値が大きくなることを示す。B は小さくなればなるほど分布の傾きが急峻になることを示す。

2.2. 分析手法

実験 1 は、リーダータイプの定量的表現を行うために、コミュニティメンバーの 7 つの特性について主成分分析を用いた。実験 2 では、コミュニティの発言者分布の形状と総発言数の関係について調べるために、総発言数と分布の頂点、傾斜の値の相関関係を見た。実験 3 では、コミュニティ活性化の程度とリーダーの特性の関係を調べるために、コミュニティの総発言数についてリーダー毎の 3 特性で重回帰分析を行った。

3. 結果

3.1. リーダータイプの定量的特性

本節では、先導型リーダーと奉仕型リーダーという 2 つのリーダータイプを定量的に表現するために、SNS 内でメンバーが公開している情報の中から抽出した 7 つの特性尺度を主成分分析によって総合的に判断した。そして、普通のメンバーとの比較から、2 つのリーダータイプの特性の違いを明らかにした。

まずコミュニティメンバー全体について、その定量的な特性を総合的に解明するために、2 つのリーダータイプと普通のメンバーを合わせた 240 名に関して、SNS 内の振る舞いから抽出した 7 項目のコミュニティメンバー特性尺度について主成分分析を行ったところ、Table1 のような結果となった。

Table1　コミュニティメンバー特性の主成分分析結果

	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	共通性
1.　SNS 内の友達（人）	**0.84**	-0.30	-0.01	0.80
2.　紹介文を書いた親友（人）	**0.82**	-0.30	-0.10	0.76
3.　参加コミュニティ（個）	**0.69**	0.05	0.14	0.5
4.　選択している趣味（個）	0.16	**0.68**	-0.20	0.54
5.　住所、年齢などの開示情報（個）	0.17	**0.49**	**-0.70**	0.71
6.　自己紹介欄（文字）	**0.53**	**0.39**	0.18	0.47
7.　日記の更新（回）	0.06	**0.51**	**0.71**	0.77
抽出後の負荷量平方和の累積%	**31.5**	**49.8**	**65.0**	

第１成分は「SNS 内の友達（人）」や「紹介文を書いた親友（人）」、「参加コミュニティ（個）」など、友人関係を良好に作っていくような項目の負荷量が高かった。そこで「信頼関係構築」指数と命名した。第２成分は「選択している趣味（個）」や「住所、年齢などの開示情報（個）」、「自己紹介欄（文字）」、「日記の更新（回）」など、自分の情報を公開するような項目が全てにおいて高い正の負荷量を示した。したがって、「自己開示傾向」指数と命名した。第３成分は「選択している趣味（個）」や「住所、年齢などの開示情報（個）」など、ある程度誰にでも共通性があるような情報を開示するような項目に関して負の負荷量を示したものの、「日記の更新（回）」や「自己紹介欄（文字）」など、個別性が高く、自分で自由に記述できるような項目に関しては正の負荷量を示した。このことから、独自性を持った自己主張を行う傾向という意味を込めて、「自己呈示傾向」指数と命名した。「自己開示」が自分自身に関する情報を他者に向けてただ伝達することを意味するのに対して、「自己呈示」とは自分にとって望ましい印象を与えるために意図的に振舞うことを意味している。

次に、２つのリーダータイプがどのような特性を持つのかを調べるために、それぞれのリーダータイプについて、これら３つの指数における主成分得点の推定周辺平均を算出し、普通のメンバーと比較した。その結果を Figure 3、4 に示す。

Figure3 から、先導型リーダーは信頼関係構築指数と自己開示傾向指数では、普通のメンバーと比較して有意な差は見られなかった。しかし、自己呈示傾向指数において高い得点を示し、有意な差が見られた。このことから、先導型リーダーは SNS 内外で信頼関係を結ぶことに関しては普通のメンバーと変わらないが、相手に良い印象を与えるように情報を取捨選択して公開する特性があると言える。

Figure4 から、奉仕型リーダーは普通のメンバーと比較して、信頼関係構築指数では高い得点を示し、有意な差が見られた。しかし、自己開示傾向指数や自己呈示傾向指数では両者の間に有意な差は見られなかった。したがって、奉仕型リーダーは SNS 内において多くの友人と良好な関係を結ぶという特性を持っていることがわかる。

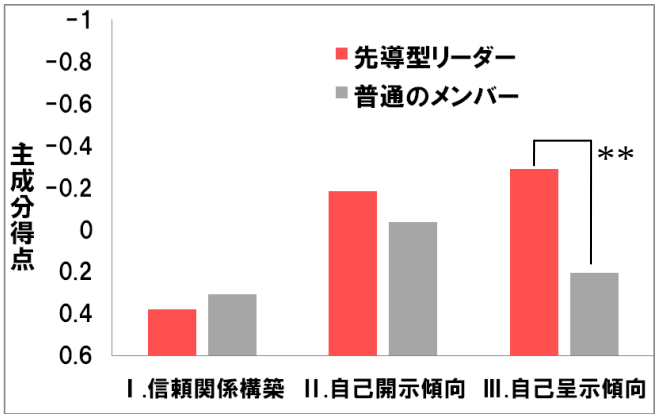

Figure3　先導型リーダーの定量的特性

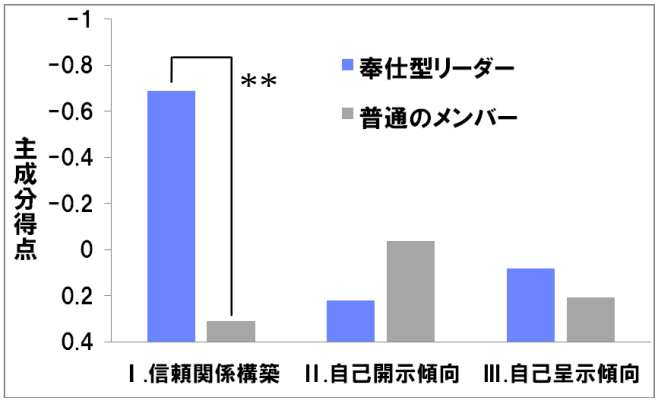

Figure4　奉仕型リーダーの定量的特性

先導型リーダーは自己呈示傾向指数が高く、奉仕型リーダーは信頼関係構築指数が高い。すなわち、先導型リーダーは自分の情報を取捨選択して公開し、相手に良い印象を与える。一方で、奉仕型リーダーは SNS の内外で顔が広く、多くの友人と良好な関係を構築する。

3.2. コミュニティ活性化の程度と活動パターン

次に本節では、コミュニティが活性化するためのメカニズムを知るために、コミュニティ活性化の程度とコミュニティの活動パターンとの関係を明らかにする。すなわち、コミュニティ内での各メンバーの発言数がどのように分布するかによってコミュニティの活性度がどう変わるのか、ということを調べる。また、前節を受けて、それぞれのリーダーが活動パターンにどんな影響を与えるのかということも考察する。

はじめに、コミュニティの活性化の程度を表す指標であるコミュニティ内での総発言数についてより詳しく調べるために、総発言数をメンバーごとの発言数に分解し、各コミュニティにおいてその分布を調べた。すると、全てのコミュニティにおいて発言数の分布は、

正規分布ではなく、ロングテールの形状をなすことが確認された[8][9]。このとき、それぞれのべき法則におけるロングテールの形状は各々のネットワークにおいて固有のものであり、そのコミュニティの活動の特徴を表す。よって、以下ではこれらロングテールの形状がコミュニティの活動パターンを示していると考えて、これについてより詳しく調べた。

コミュニティの発言数の分布形状（活動パターン）について詳しく調べるために、前述の通り、発言数の度数分布グラフの近似曲線式の変数である「分布の頂点」と「分布の傾斜」を分布の形状を表す変数として利用した。

まず、この活動パターンを表す 2 つの変数間の関係を調べるために、分布の頂点と傾斜の相関関係を調べた。結果を Figure5 に示す。

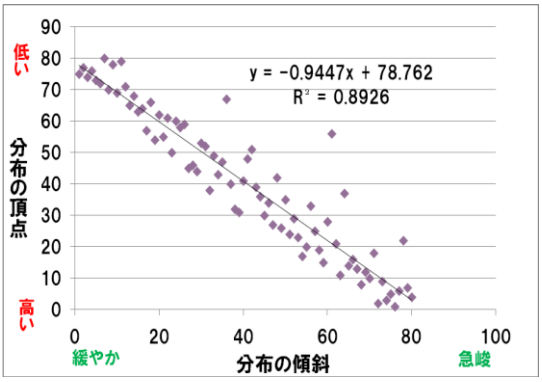

Figure5 分布の頂点と分布の傾斜の相関図

このように分布の頂点と傾斜はそれぞれ独立ではなく、お互いに相関関係を持っていることが分かる（r=0.94）。つまり、分布の頂点が高くなるにつれて傾斜は急になっていく。これは高発言者がより発言するにつれて、発言数の格差が開いていくということを示している。

次に、これら分布の形状（活動パターン）とコミュニティの活性化の程度がどのような関係にあるのかを調べるために、活動パターンを表す 2 変数とコミュニティの総発言数の相関関係を調べた。（figure 6、7）以下が相関グラフである。

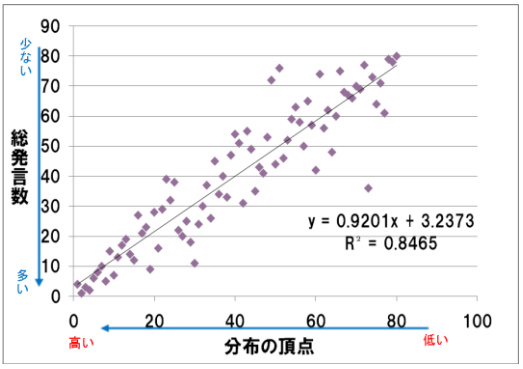

Figure6 分布の頂点と総発言数の相関関係

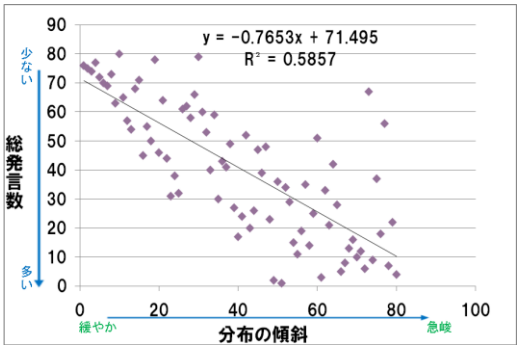

Figure7 総発言数と分布の傾斜の相関関係

この結果、総発言数と分布の頂点は正の相関関係（r=0.92）を示した。これは、分布の頂点が高くなればなるほどコミュニティの総発言数は増加するということを意味している。一方で、総発言数と分布の傾斜は負の相関（r=0.77）を示した。これは、分布の傾斜が急になればなるほどコミュニティの総発言数は増加するということを意味している。以上をまとめると、コミュニティの発言数分布の傾斜がより急になり、頂点がより高くなると、コミュニティの総発言数が増えてコミュニティは活性化することが分かった。

分布の頂点が高くなり、分布の傾斜が急になるということは、高発言者と低発言者の発言数の違いがより際立っていくということである。すなわち、コミュニティが活性化するにつれて、コミュニティ内で発言数の格差が広がるということが明らかになった。

次に、前節で述べたリーダーの特性を考慮して、2 つのタイプのリーダーがこれらのコミュニティの活動パターンにどのように貢献するかを考察する。自ら率先してコミュニティを活性化する先導型リーダーは、自己呈示傾向が強いため、コミュニティ内においても情報を取捨選択して発言することで、分布の頂点を強く押し上げると考えられる。また、コミュニティの環境を整えて活性化の土台を作る奉仕型リーダーは、信頼関係構築に長けているため、多くの友人をコミュニティに誘い入れて発言者を増やすことによって分布の傾斜を急峻にすると考えられる。

以上のことから、オンラインコミュニティでは発言数の度数分布がロングテール現象をなしており、そのロングテールの形状パターン、すなわちコミュニティの活動パターンはコミュニティの活性化の程度と強く関係していることが分かった。具体的には、コミュニティが活性化していくにつれて高発言者と低発言者の間に発言数の格差が広がっていくということが分かった。またその際、リーダーの特性を考えると、先導型リーダーは分布の頂点に影響を与え、奉仕型リーダー

は分布の傾斜に影響を与えていると推測できる。

3.3. リーダータイプの特性とコミュニティ活性化の関係

以上の結果のまとめとして、リーダータイプとコミュニティの成長との関係に焦点を当て、２つのリーダーの持つ特性がコミュニティの活性化にどのような影響を及ぼすのか、ということを定量的に明らかにする。そのために、２つのリーダータイプの特性尺度が、コミュニティ活性化の程度を表す指標であるコミュニティの総発言数に与える影響について重回帰分析を行った。比較項目として普通のメンバーについても分析を行った。結果を Table 2 に示す。

Table 2　コミュニティの総発言についての重回帰分析結果

	先導型リーダー	奉仕型リーダー	普通のメンバー
	β	β	β
信頼関係構築	0.053	-0.015	-0.089
自己開示傾向	**.221****	0.098	0.115
自己呈示傾向	**-.341*****	-0.07	-0.08
R^2	**.142****	0.015	0.029

*p < .05, **p < .01, ***p < .001　　β：標準偏回帰係数

結果から、第１に奉仕型リーダーと普通のメンバーでは、どの尺度においても総発言数に対する標準偏回帰係数は有意ではないと分かった。また、第２に、先導型リーダーの自己開示傾向から総発言数への負の標準偏回帰係数、そして自己呈示傾向から総発言数への正の標準偏回帰係数が有意であった。しかし、信頼関係構築から総発言数への標準偏回帰係数は有意ではなかった。

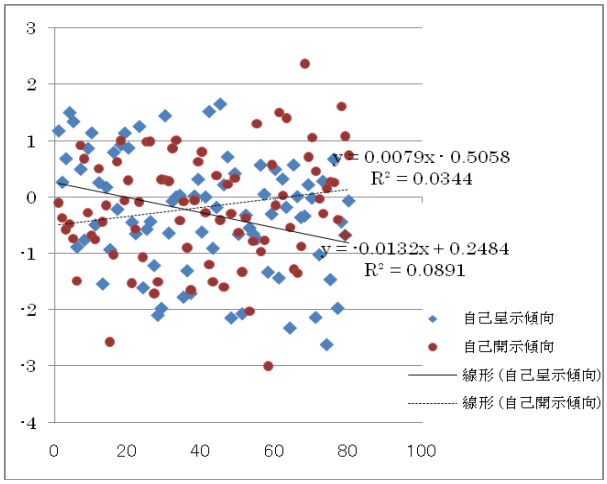

Figure8　　総発言数と先導型リーダーの自己開示傾向、自己呈示傾向の重回分析

この結果から、先導型リーダーの自己呈示傾向と自己開示傾向がコミュニティの活性化に有意に寄与することが分かった。またその際、自己呈示傾向が強くなればなるほどコミュニティは活性化し、逆に自己開示傾向が強くなればなるほどコミュニティは不活性になることが分かった。

次に、コミュニティの活性化を促すと分かった先導型リーダーの自己呈示傾向が、コミュニティの活動パターンについてはどのような影響を与えるのかを明らかにする。すなわち、先導型リーダーの特性は、コミュニティの活動パターンを示すロングテール状の分布のどの部分に影響を与えているのかを調べた。

そのために、先導型リーダーの自己呈示傾向が発言数分布の頂点と傾斜に与える影響をそれぞれ単回帰分析によって調べた。結果を Table4 に示す。ただし、順序データを用いているため、表の値の正負は実際の影響とは逆となる。

Table 3　先導型リーダーの自己呈示傾向と分布の頂点・傾斜についての単回帰分析結果

	分布の頂点	分布の傾斜
	β	β
先導型リーダーの自己呈示傾向	**-.38*****	**.35*****
R^2	**.002*****	**.004*****

*p < .05, **p < .01, ***p < .001　　β：標準偏回帰係数

先導型リーダーの自己呈示傾向から分布の傾斜への標準偏回帰係数よりも、分布の頂点への標準偏回帰係数のほうが若干ではあるが大きいことが示された。これはつまり、先導型リーダーの自己呈示傾向は傾斜よりも頂点におおきく影響するということを意味している。よって、コミュニティの活性化を促すような先導型リーダーの特性は、発言数の度数分布の頂点により大きな影響を与えるということが分かった。

以上の結果から、先導型リーダーは自分の情報を取捨選択して公開するという特性を持ち、その傾向が高いほどコミュニティが活性化するということが明らかになった。このことから、ただ単に情報を公開するというよりは、よりそのコミュニティに適した情報を発信することにこそ、コミュニティ活性化のカギがあると考えられる。またその際、自ら率先してコミュニティを盛り上げていくという先導型リーダーの特性を考えると、まず発言数の度数分布の頂点を伸ばし、その結果として分布の傾きを急峻にすることでコミュニティの活性化に寄与していくというメカニズムを持って

いるのではないだろうか。

一方で、奉仕型リーダーは多くの友人と信頼関係を結んでいたが、コミュニティの活性化との関係は見られなかった。奉仕型リーダーの人的ネットワークは、コミュニティの活性化に対する潜在的な可能性は広げているが、直接的な影響を及ぼすには至っていないのであろう。

4. 考察

4.1. 結果の考察

今回の研究では、自ら率先してコミュニティを盛り上げる先導型リーダー　とコミュニティの環境を整えて活性化の土台を作る奉仕型リーダーの存在を定量的に示したが、このような２種類のリーダーのタイプは過去の研究においても示唆されている。そのひとつが三隅二不二によって提唱されたＰＭ理論である。ＰＭ理論では集団機能という観点からリーダーシップの類型化が試みられたが、その際以下の２つの集団機能が用いられた。ひとつ目は目標達成のために自ら集団の生産性を高めるような働きをするという目標達成機能、２つ目は集団維持のためにチームワークを強めるような働きをするという集団維持機能である[10]。目標達成機能は集団を「導く」機能、集団維持機能は集団を「支える」機能だと言える。実際、我々が得られた定量データからも先導型リーダーは自分の情報を上手に発信しながら多くの発言をするという「導く」特性を持つことが分かった。一方、奉仕型リーダーは広く親しい友人を持っているため、「支える」特性を持つことが分かった。

また今回の結果から、mixi という SNS サービスにおいては、先導型リーダーがコミュニティの活性化において自分を上手に発信しながら積極的に発言していたが、実際、日本最大のブログサービスである Ameba の中でも典型的な先導型リーダーとなり得る芸能人にブログを書いてもらうというサービスを導入する事で、かれらのファンが多くのコメントを書き込み、非常に盛り上がった。その結果ユーザ数、ＰＶ数ともに日本最大のブログコミュニティを作ることに成功した。

また今回の研究では、奉仕型リーダーがコミュニティに与える影響については確認できなかった。しかし過去の文献によると、企業における奉仕型リーダーの役割は経営を構想し組織を管理することであり、経営の実行ではない[6]と言われている。このように、奉仕型リーダーの役割は元来、組織への直接的な働きかけではなく間接的なものであり、例えば、参加者の多様性、話題の質、場の空気、情報の整頓などといった、コミュニティの環境を整えるような要因に影響を与えることで、間接的にコミュニティを盛り上げることに寄与しているのではないだろうか。実際に mixi の中でも、奉仕型リーダーは上記のような役割を担っていた。例えば、明確なルールと規範が明示され、メンバーは道徳的な行動をとるよう求められていたり、リーダーによって適切なトピックが定期的に投稿され、皆にとって有益な情報が交換できる場が形成されていた。また、新規の参加者が過去の情報にアクセスしやすいように、トップページには分かりやすく分類されたリンク集が整備されていた。さらに、この中でも特に参加者の多様性については、近年の分散型ネットワークの研究から集団を構成するメンバーの自律的な動きが集団に秩序をもたらすこと明らかになっており、リーダーの属性だけでなく、メンバー全体の属性や振る舞いを考慮に入れることが必要と考えられる[11]。このような理由から、奉仕型リーダーがコミュニティ全体の環境に寄与することで、コミュニティが自律的に活性化するというメカニズムの解明については、今後の課題としたい。

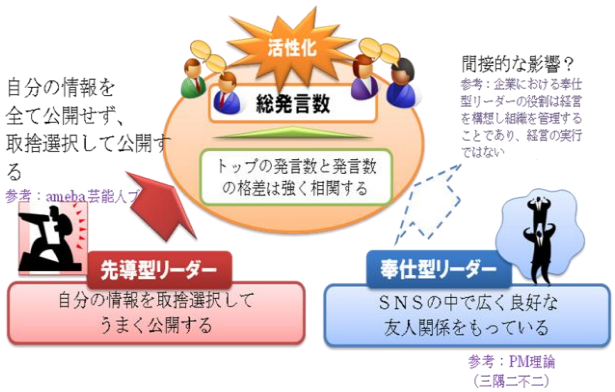

Figure10 コミュニティ活性化のためのリーダーシップ

4.2. 今後の展望

今回はパソコンによる SNS において代表的なサービスである mixi を用いてリーダー特性によるコミュニティの活性化を調べたが、そのコミュニティは社会的なつながりを中心に形成されたものである。一方、ケータイを中心とした SNS にはグリーやモバゲーなどの新たなサービスも生まれている。これらのサービスは、mixi とは異なり、グリーにおいては携帯ゲームという共通の目的をもったユーザから、モバゲーにおいては１０代が７割を占めるという共通の属性からなる共通性の高いコミュニティといえる。その結果、先導型リーダーの役割が mixi 以上により大きくなると考えられる。海外に目を向けると、Facebook や twitter などより多様な属性のユーザや多様な時間の使いかたをするユーザが属するコミュニティが数多く知られている。このようなコミュニティにおいては、多様性を活かしているという観点からも先導型リーダーよりも

奉仕型リーダーがより大きな役割を担っていることが予想される。このように、今回我々が行った研究手法を用いることによって、コミュニティの違いによるリーダーの役割の違いを定量的かつ網羅的にあぶりだすことができると考えられる。

5. 謝辞

指導教官の原良憲教授、ならびに京都大学情報学研究科山川義徳 GCOE 助教には、終始に渡り、親切なご指導を賜りました。そして、本研究の分析データの収集にあたっては、奥野浩介さんに技術的なご支援をいただきました。また、研究に関する議論においては、原研究室の卒業生である岡宏樹さん、渡辺孝信さん、共に学んだ同窓の竹井慎平君、増井健人君には貴重な意見をいただきました。また、後輩の高須温君、新田陽介君、土屋卓也君、小和田健太郎君、中村茂利君、丹下翔太君、岸田裕貴君にも手助けして頂きました。原研究室スタッフの西村幸恵さんには研究を進めていく上の手続き等をフォローして頂きました。このように、本研究を進めるにあたっては、たくさんの方々のご協力を賜りました。厚く御礼申し上げます。最後に、このような非常に恵まれた環境で研究できる機会を与えてくれた両親に心からの感謝を記します。

文　献

[1] Mixi,Inc.「2008 年度第 4 四半期（2009 年 1 月～3 月）及び通期（2008 年 4 月～2009 年 3 月）決算説明資料」 http://eir.eol.co.jp/EIR/View.aspx?template=ir_material&sid=3007&code=2121

[2] 「自社メディアを開発する企業の狙い」『宣伝会議』no.777、2009 年 11 月 15 日、p16-p26

[3] 江端浩人、本荘修二『コカ・コーラが挑戦するエコシステム・マーケティング―企業と消費者のつながり方が、劇的に変わる』ファーストプレス、2009 年

[4] ロバート・K・グリーンリーフ　金井真弓訳　『サーバントリーダーシップ』栄治出版、2008 年

[5] ヘンリー・ミンツバーグ　有賀裕子訳「コミュニティシップ経営論」『ＤＩＡＭＯＮＤハーバード・ビジネス・レビュー』第 34 巻第 11 号、2009 年、p58-p70

[6] アルバート＝ラズロ・バラバシ　青木薫訳『新ネットワーク思考―世界のしくみを読み解く』日本放送出版協会、2002 年

[7] ダンカン・ワッツ　栗原聡、佐藤進也、福田健介訳『スモールワールド　ネットワーク構造とダイナミクス』東京電機大学出版局、2006 年

[8] 白樫三四郎『リーダーシップ研究史における三隅二不二とフレッド・E・フィードラー』 2005

[9] スティーブン・ジョンソン（Steven Johnson）　山形浩生訳『創発　蟻・脳・都市・ソフトウェアの自己組織化ネットワーク』ソフトバンクパブリッシング株式会社、2004 年