

論文要旨

ソーシャルメディアにおけるビジネスアカウントの登録・離脱要因
- LINE 公式アカウントの質的研究

修士号請求論文

指導教授:西川英彦教授

法政大学大学院 経営学研究科 経営学専攻修士課程

マーケティングコース

谷口慎介

本研究の目的は、消費者がソーシャルメディア上のビジネスアカウントを利用する際の登録・離脱要因を実証的に明らかにすることである。

先行研究においては、ソーシャルメディアを含めた消費者と企業のオンライン・コミュニケーションについては数多く研究されているが、その多くが情報発信者となる企業、そして受信者である消費者のインタラクションを主体として検討されている。しかし、ソーシャルメディアの本質は、消費者間のコミュニケーションであり、消費者同士のコミュニケーションの中に企業と消費者のコミュニケーションも共存すると考えるのが自然である。そのため本研究では、消費者同士のインタラクションを踏まえながら、ソーシャルメディアにおけるビジネスアカウントの登録・離脱の要因を検討した。

本研究では、LINE を利用する消費者 30 名に対する半構造化インタビュー、およびその定性分析を通して、ソーシャルメディアにおけるビジネスアカウントの登録・離脱要因と、その3つのパターンを特定した。まず、第一のパターンは、インセンティブによる登録・離脱要因であった。第二のパターンは、オフラインの関係拡張による登録・離脱要因、そして最後の第三のパターンは、公式アカウントと友達の競合による離脱要因であった。これら3つのパターンに共通するテーマとして、企業アカウントが消費者の持つネットワークをどのように関与するかが、ソーシャルメディアにおけるビジネスアカウントの登録・離脱にとって、考慮すべき最大の視点であると結論づけた。