



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	中国における映画上映の新形態「大象点映」の利用者研究：利用者（オーディエンス）の特徴、満足要因に着目した分析〔論文内容及び審査の要旨〕
Author(s)	李, 珏
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(学術)
Dissertation Number	甲第14610号
Issue Date	2021-06-30
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/82446
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	doctoral thesis
File Information	LI_Jue_abstract.pdf, 論文内容の要旨



学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（学術）

氏名： 李 珏

学位論文題名

中国における映画上映の新形態「大象点映」の利用者研究

—利用者（オーディエンス）の特徴、満足要因に着目した分析—

本研究の目的は、中国におけるアート系映画の供給システム（大象点映）の利用者（オーディエンス）の特徴、および、利用者（オーディエンス）の満足要因を明らかにすることである。大象点映を利用するオーディエンスはどのような特徴を持って、大象点映のどの面に満足して利用してきたのかは筆者が関心を寄せるところである。これらの問題を明らかにすることによって、今後より多くのアート系映画を配給する際の参考になるだけでなく、アート系映画を好む人たち、いわゆる文化的嗜好性の観点から見る少数派に対する理解も深められると考えられる。博士論文は、6章と文献リスト、ならびに付録で構成されている。以下に各章の概要を記述する。

第1章：中国インディペンデント映画の概念及び中国インディペンデント映画の国内における流通ルートの変遷

本論で取り扱うアート系映画は中国インディペンデント映画に限定しておらず、商業的に成功しにくい種々雑多な映画を包括する概念である。中国における映画政策と映画の流通ルートの変遷に関しては以下に集約される。著者は、政府政策の変化に伴う中国映画市場の変遷の枠組みで、1990年代からのインディペンデント映画の中国国内での流通ルートの変遷を、地下での流通（1990—2002）、娯楽化と商業化の衝撃の下での流通（2003—2014）、流通ルートの新しい展開（2014—）、と区分した。「大象点映」という映画配給システムは、この「流通ルートの新しい展開（2014—）」の時代区分の中で生まれてきた。

第2章：先行研究

本論文では「分衆」の概念が重要となる。徐（2018a）によると「分衆は大衆文化の分化とさらなる細分化の結果である」（p.100）とし、張（2006）は「分衆は大衆から分割された一つ一つの小衆であり、動態的な概念である」（p.125）と主張している。さらに宋（2016）はマス・コミュニケーションの観点から大衆化について説明しており、「分衆化は、発信側が受け手のニーズの差異性によって、特定なグループあるいは大衆のある特定な需要にこたえるために、特定な情報やサービスを提供することである」（宋,2016,p.148）と述べている。中国において、文化消費の領域にもこの分衆化現象が顕著になっている。徐（2018a）によると「目下、中国の文化消費市場の発展は二つの特徴が呈している。一つは大衆文化市場が益々盛んになっていて、大衆文化に対する消費の需要も続けて増加している。もう一つは分衆文化消費市場がますます成熟し、文化消費の傾向が分化されつつある」（p.98）のである。このような状況を受けて、マーケティング環境の、もっとも中心的要素の一つである競争への対応モードも、市場の変容と不確定性とともに変化が起こっているのである。

第3章：分衆化社会における大象点映の利用者（オーディエンス）の特徴

本章では大象の利用者（オーディエンス）の特徴を明らかにするために行ったアンケート調査の結果に基づいて分析を行う。アンケートを実施する前に、筆者は大象のスタッフに対するインタビュー調査も行い、アンケート調査の質問項目作成の際に参考にした。アンケート調査の結果から、大象の利用者（オーディエンス）特徴を以下の3点まとめた。1) 大象でしか見られない映画に引き付け

られる（差異性重視）、2）一人で映画を鑑賞するのが好きだが（私的意識が強い）、他人との交流も常に求めている（コミュニケーション志向）、3）映画レビューに影響されにくい、常に独自の思考を持っている（独立性）

第4章：大象の利用者（オーディエンス）に対するインタビュー調査

利用者（オーディエンス）がどのように評価しているのかを検討するために、本章では大象の利用者（オーディエンス）10名を対象に半構造化インタビューを行った。

インタビューの内容を通して利用者（オーディエンス）の、大象で行う交流活動および、主流の映画配給システムと区別する大象の上映会で味わえる雰囲気に対する評価を確認した。大象は普段、一般的な映画館で見られない映画が見られるという観客たちの最初の需要を満足する以外に、交流の場を提供し、終始、利用者（オーディエンス）のために映画の鑑賞と自分の思考に浸れる雰囲気を作った。一方、大象の利用者（オーディエンス）たちもアート系映画を見るという素朴な願望にとどまらず、他の利用者（オーディエンス）とのコミュニケーションを通して、思想的に承認されることを求めたり、意気投合した友達が出来たりする。アート系映画に対して自分と似たような思いを抱いている人たちと共同で作り上げた雰囲気の中で、帰属意識も強めていくのである。

第5章：大象点映の利用者（オーディエンス）の満足要因に関する実証的研究

大象の利用者（オーディエンス）の満足要因を検討するために、確証的因子分析、信頼分析、相関分析、共分散構造分析を実施した。今回の調査を通して「期待」と知覚品質の各変数（「映画」「雰囲気」「コミュニケーション」「映画館」「スタッフ」「サービス」）はどのように大象の利用者満足度に影響を与えるかを明らかにした。データ全体、男女別、地域別、年齢別の分析をそれぞれ行ったところ、利用者（オーディエンス）の「全体満足」に直接な影響力を与える要因の中で、「映画」変数、「スタッフ」変数が多くみられ、ほかの変数と比べて比較的に高い影響力が示された。そして、男女別、地域別及び年齢別によって、各変数が利用者の「全体満足」に与える影響力のばらつきが見えたが、「コミュニケーション」変数と「雰囲気」変数は、多くのグループの影響関係図で、「映画」要因の満足に影響することが観測された。また「映画館」変数と「サービス」変数も直接な影響要因として観測されたグループがあるため、大象の利用者（オーディエンス）の中で外的物質条件を重視する側面が見られた。このことから、アート系映画を配給する際だけでなく、文化的嗜好性の少数派を対象に事業を展開する際にも、中核となる嗜好、趣味を重視することはもちろん、その嗜好の体験度もしくは付加価値を増加させる方法も念頭に置く必要があると考えられる。

第6章：終章

本研究は全体的な分析を通して、以下の示唆がまとめられた。1）コンテンツとインタラクティブな関係を保証するのは基本中の基本、2）「コミュニケーション」と「雰囲気」に対する重視は強み、3）外的物質条件に対する配慮も必要

最後に本研究の限界と今後の課題を述べる。2回のアンケート調査は、ともに全国範囲の調査ができず、研究結果も必ずすべての利用者（オーディエンス）の状況が反映されないことは否めない。また市場環境や、政策の変化、さらにライフスタイルの変遷まで、これらのすべての外部環境の変化は利用者（オーディエンス）の特徴、満足要因に影響を与える可能性があるため、続けて利用者（オーディエンス）の状況を把握するため、今後はサンプル数と調査地域を拡大し、調査と研究を続ける必要がある。また質問項目の設定についての不足もあった。さらに、大象の利用者（オーディエンス）を認識するために、今後より細かいリサーチクエスチョンを立てて、調査を展開する必要がある。