



# HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	Research on the Antecedents and Outcomes of Followership : Focusing on Enterprise Social Media and Job Performance from a Social Exchange Perspective [an abstract of dissertation and a summary of dissertation review]
Author(s)	沈, 立
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(経営学)
Dissertation Number	甲第15881号
Issue Date	2024-03-25
Doc URL	<a href="https://hdl.handle.net/2115/92347">https://hdl.handle.net/2115/92347</a>
Rights(URL)	<a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>
Type	doctoral thesis
File Information	Shen_Li_review.pdf, 審査の要旨



学位論文審査の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（経営学）

氏名：沈 立

審査委員	主査	教授	坂川	裕司
	副査	准教授	宇田	忠司
	副査	准教授	阿部	智和

学位論文題名

**Research on the Antecedents and Outcomes of Followership:  
Focusing on Enterprise Social Media and Job Performance from a  
Social Exchange Perspective**

（フォロワーシップの先行要因と結果要因に関する研究：  
社会交換的視点から企業ソーシャル・メディアと  
ジョブ・パフォーマンスに焦点を当てて）

論文の内容

【目的】本論文の目的は、フォロワーシップの先行要因と結果要因に着目した実証研究を通じて、フォロワーシップの研究を進展させることである。具体的には、「企業ソーシャル・メディアのアフォーダンス→ジョブ・エンベデッドネス→フォロワーシップ→上司のサポートに関する知覚→職務パフォーマンス」という因果関係の連鎖（因果連鎖）を、2つの実証研究に基づいて明らかにしている。

【結果】本論文の目的は2つの研究によって達成された。研究1では、フォロワーシップから職務パフォーマンスまでの因果連鎖、研究2では企業ソーシャル・メディアからフォロワーシップまでの因果連鎖の成立を実証的に明らかにしている。

【構成】第1章では、背景、研究の目的と課題、論文全体の構成が説明されている。第2章では、まずフォロワーやフォロワーシップの定義、後者の分類や測定方法に関する先行研究のレビュー結果が提示されている。次に、既存の実証的研究を対象に、フォロワーシップに関する先行要因と結果要因に関するレビューが行われ、それに基づいた仮説と分析枠組が提示されている。第3章では、研究方法について、定量的なアプローチの採択理由、その手順が説明されている。第4章および第5章では、それぞれ研究1の分析結果、研究2の分析結果が示されている。第6章では、研究1と2の理論的な解釈が行われ、最終章の第7章では結論と含意、今後の研究課題が示されている。

## 評価

本論文の主要な貢献は、以下の3点である。第1に広範囲な先行研究のレビューを通じて、フォロワーシップの実証研究が少なく、特にフォロワーシップの帰結およびフォロワーシップを高める要因に関する実証研究が不足していることを明らかにしている。

第2に、レビュー結果を踏まえ、フォロワーシップを中核に据え、先行要因および結果要因の双方を検討する2つの分析モデルを構築し、実証研究を行ったことである。結果要因を考察した研究1は、「フォロワーシップ→職務パフォーマンス」を媒介する要因として上司のサポートに関する知覚が取り入れられ、リーダーとフォロワーの関係を分析モデルに取り込んでいる。研究2は、企業ソーシャル・メディアがもたらすアフォーダンスという、人間とICTの相互作用に関する研究で用いられている尺度が採用され、昨今の企業組織でのリーダー・フォロワー関係を構成する重要な側面を分析モデルに取り込んでいる。

第3に、研究1および研究2ともに、データを3回に分けて測定することで、因果関係を定点観測的に追跡していることである。複数回の調査は、途中で離脱する参加者がいるため、データ収集に多大な困難が伴う。本論文では、いずれの研究でも十分なサンプル数を確保しており、分析結果の妥当性を高めている。

以上の通り、本論文には、理論的および実務的な貢献が認められるものの、いくつかの課題がある。第1にフォロワーシップの捉え方に課題がある。具体的には、先行研究で用いられた尺度を用いていることである。これらの尺度は、リーダーとフォロワーの相互作用によりフォロワーシップが発揮されることに注目するという本論文の目的を達成するに適切とは言えない。この点から本論文には、既存のフォロワーシップ尺度の検討が不足しているという課題がある。

第2にフォロワーシップの先行要因および結果要因を明らかにするという本論文の目的に対して、「先行要因→フォロワーシップ」および「フォロワーシップ→結果要因」が異なるデータを用いて実証されている点に課題がある。2つの実証研究でフォロワーシップの尺度は同一であるが、異なるデータを用いているため、「先行要因→フォロワーシップ→結果要因」という因果関係が、同一母集団について成立するとは主張できない課題がある。

第3に、企業ソーシャル・メディアを先行要因とする妥当性が十分に検討されていないことに課題がある。このメディアも企業内の人間関係に影響を与えるが、リーダーとフォロワーの関係に影響を与える要因は他にも複数存在しうる。昨今のトレンドを踏まえ、理論的にも実務的にも意義深い変数に注目した点は評価できるが、代替仮説をより慎重に検討していない点に物足りなさは残る。

以上に述べた課題はあるものの、これらはフォロワーシップに関する実証研究が十分に蓄積していない状況での、先駆的な研究であるがゆえに生じたと解釈できる。したがって本論文の学術的な価値を大きく損なうものではない。

上述の通り、粗削りな点はいくつか残されているが、学術研究として一定の水準に到達していると考えられる。それゆえ、審査員一同は、申請者を博士（経営学）の学位を授与するに足るものと判断した。