

[博士審査結果]

論文提出者：李 韻

審査対象論文：A Study of the Role of New Media in Market:

A Case Study of Chinese Real Estate Market

論文審査委員：張忠任教授、近勝彦教授（大阪市立大学大学院）、林裕明教授（立命館大学）、

江口真理子教授、沖村理史教授

## 論文審査結果の要旨

提出者李韻氏の研究テーマは“A Study of the Role of New Media in Market: A Case Study of Chinese Real Estate Market”（市場におけるニューメディアの役割に関する研究—中国の不動産市場を事例に）である。

李氏の提出した英文博士論文原稿は、231 ページであって、十分な分量を有している。この論文は、序章と終章および本文7章からなるが、本文では、先行研究の検討（第1章）、理論分析（第2～4章）、実証分析（第5～6章）および政策提言（第7章）の4つの部分に分けられている。

本論文は、理論的分析および実証的検証の研究手法を用いて、メディアの社会経済的役割を解明し、メディアの市場への影響について検討することを目的としている。とくに、理論的分析において、ニューメディアが価格の変動に影響するメカニズムを解明している（上昇または低下、急上昇または急低下）。また、HP フィルタ（Hodrick- Prescott Filter）の分析手法による実証分析を通じて、ニューメディアの利用者が多くなればなるほど、価格への反応時間が短くなることを明らかにし、理論的分析により示された結論を検証している。さらに、理論的分析と実証分析の結果を結び付けて、ニューメディアの利用者が多ければ、短時間で価格が急変化する危険性が高くなる一方、この点を利用して、政府の市場安定化対策が早く奏功する可能性も高くなると指摘し、政策提言を行っている。

なお、全体としての構成はよく、文献調査なども十分にされており、それらは大いに評価される。

ただし、この論文において、英文での表記ミスや表現の不適切など、また参考文献の書き方にも不備があると指摘されている。ただし、それらは本論文の内容の評価を大きく損ねるものではなかったが、上記の不備を訂正すべきと指示している。

本論文の内容の公表状況については、とくに2017年に李韻氏は著書『メディアの経済危機への作用と影響に関する研究』を中国・復旦大学出版社で出版したことを添えたい。この単行本の大部分の内容は本論文の中に組み入れており、そして発展させたのである。

## 公開審査の結果の要旨

李韻氏の博士論文公開審査会は、2018年8月22日（水）11:30～12:30に、審査委員5名によって行われた。口頭試問については以下のとおり簡潔にまとめる。

まず審査委員会の側から李韻氏に、市場の失敗について、通常は公共財をめぐる議論することが多く見られるが、李氏の研究は私的財の不動産を中心に検討するものとしてどう位置付けられているのかと質問した。これに対して、李氏は市場の失敗の多種類の中で、本論文は情報の非対称性による市場の失敗を取り扱っていると答えた。

この論文では、メディアにはメリットもあるし、デメリットもあると述べている。中国政府も一定の程度においてメディアをコントロールするだろう。このようにしてメディアはどのようにおっしゃった役割を果たすのかという質問もあった。これに対して、李氏は、中国政府はたしかに一定の程度においてメディアをコントロールしているが、通常は主にセキュリティ対策としているもので、経済の面ではとくに市場情報について介入することは少ない。ただし、メディアには欠陥（情報の拡大や偽情報の伝達など）があるので、問題が発生したとき政府によるコントロールが必要になる。

この論文では、2002年から2014年までの間を上海などの都市部で不動産価格が高くなる時期として考えていると同時に、この間もニューメディアが普及期に入った時期だと述べている。これで両者の関係は正の相関になるのは当然ではないのか。これに対して、李氏は、これも本論文でHPフィルタ分析手法を導入した理由である。HPフィルタ分析結果で示したのは相関関係だけではなくて、とくにニューメディアの利用者が多くなればなるほど、価格への反応時間が短くなることを解明した。そして、ニューメディアを通じてメディアによる政策情報伝達役割が強くなったことも明らかにしたのである。

メディアのマイナス役割について、氏の論文において、政府、企業、個人などの情報主体について、政府は政治的原因のため情報を制御することが可能であり、例えば、ロシアは事例となる。また、企業が利益の最大化のため、自社に有利な情報を選択的に伝播することも可能であり、個人も目的がある情報を伝えるだろう。このようにしてメディアは氏の述べたような役割を果たすことができるのか。これにたいして、確かに、それぞれの伝播主体はそれぞれの利益にしたがって目的のある情報を伝えることができるのである。この論文では、メディアが伝えている経済情報の市場に対する役割を研究しているものである。政府による情報コントロールは政治情報や国の安全な情報よりもかなり弱いし、また、経済情報の伝達ルートは多いため、政府からの完全制御も無理である。メディア系企業は利益最大化を目指して情報を伝えることについて、メディア企業の二重属性を考慮する必要がある。企業としてその目標は利益最大化である。メディアとして、情報の真実性やメディアの責任をもつ特徴がある。政府もメディアを監督する。個人についても、自分の責任が必要であり、政府の監督やガバナンスを受けなければならない。

本研究の目的、特に何を解明したいのかについて審査委員会の側から氏に対して述べるように促した。これにたいして、李氏は、論文の要約から引用し、本研究の目的は、市場におけるメディアの役割を検討することであり、より踏み込んで言えば、新メディアと市場の経済活動を検討することである。問題は、新メディアがどのように市場参加者の期待や行動に影響を与え、市場がどのような動的変化を引き起こすかにある、と返答した。

本論文の結論は何であるか、論文から見つけてくださいとの質問に対して、李氏は、論文の結論部から引用し、本研究の結論は、新メディアは市場において非常に重要な役割を果たしていると同時に、均衡価格と市場参加者の期待に影響を与えることを通じて、経済活動においても重要な役割を果たしている、と返答した。

本論文の問題と結論には重なるところがないだろうか。すなわち、本論文の問題は新しいメディアが市場参加者の予想と行為に影響を及ぼすことによって市場に影響を与えるかどうかにあるが、結論にはメディアが市場の参加者の予想を通じて、市場の均衡の価格に影響を与えることができると強調している。結局結論としては、メディアはどのように市場に影響を与えるのかという質問も出された。これに対して、李氏は論文の結論部から引用し、新メディアは伝達メカニズム、意見の誘導メカニズム、暴露 (exposure) メカニズム、ガバナンスメカニズムの四つを通じて市場に影響を与えると返答し、その上でそれぞれを説明した。

この4つのメカニズムについてさらに詳しく述べるように促すと、李氏から、それらは、伝達メカニズム、ガイドメカニズム、暴露メカニズムおよびガバナンスメカニズムであると答えた上で、それぞれ詳しく述べた。

本論文では、メディアを経済学の枠組みに導入することで理論分析を行っている。どうしてそうするのか。そしてニューメディアはなぜ重要なのか。

これに対して、李氏は、本論文では、このようにした原因については、長期にわたって経済学はメディアの役割を認めるが、メディアを一つのツールとして位置づけられている。経済に影響を与えるものについての研究は情報の役割までであった。しかし、メディアの技術進歩につれて、経済に与える影響を情報からメディアに向かい変えなければならない。メディアの情報伝達メカニズムの役割だけでも非常に大きい。たとえば、情報を貨物として、メディアを（貨物を運送する）交通手段として考えると、30年前に、荷物をA地からB地まで運んで、列車は4日、トラックは3日、船は7、8日かかるとする。列車、トラックおよび船については所要時間には差はあるが、交通手段の相違はそんなに重要視されていないだろう。今、技術の発展によって新しい交通手段が出てきて、輸送の所要時間が1時間に短縮できる。そのためには、交通手段の相違を無視することはなくなる。この新交通手段は生産、分配、交換、消費の各環節に変化をもたらし、全体の時間を短縮させ、経済全体や全体の社会を変えることができるだろう。ニューメディアはこのような特徴をもつものである。ニューメディアは速度が速く、範囲が広く、経路が多く、効果はより明らかになる。したがってニューメディアは生産、分配、交換と消費に影響を与え、さらに市場全体を変えて、全体の経済を変えることになる。

本論文の仮説を説明して下さいという質問に対し、李氏は、メディア、とくにニューメディアは市場の参加者の期待に影響を与え、よって市場の参加者は行動を調整して、そして市場の変化を引き起こすと仮定した、と返答した。

口頭試問について以上のとおりまとめたが、審査の結果は、今後の研究発展への期待をこめて、この論文の研究成果を審査委員会が積極的に評価した。

## 最終試験結果の要旨

最終試験を踏まえた審査委員会での議論では、本論文の課題についても提起されている。審査委員の間のコメントについては、以下のようにまとめる。

まず、「21世紀には、メディア技術の絶え間ない発展、特にインターネット技術の普及に

伴い、新しいメディアが社会経済活動に及ぼす影響がますます重要」とあり、「学者はメディアと経済活動の関係に着目し、この問題についてのさらなる発展のための理論的基盤としての研究成果を達成」しようとしたが、「ニューメディアの発展と変化は研究成果の多くを席卷しており、経済学の枠組みの中でメディアを経済変数として導入する方法はまだまだ改善の余地がある」という氏の認識は、的を射ているといえる。

理論分析の面から見れば、以前の研究者は、経済学の枠組みの中にニューメディアなどの要因を統合できなかったため、本論文はこの学術上の空白（void）を埋めることを目指していることも評価に値する。

また、論文構成については、基礎から応用そして実証とつながり、大変に評価できる。一言でいえば、意欲的で現代的な課題にチャレンジしているといつてよい。

最後に、本研究のオリジナルとしては、以下のように考えられる。

（1）本研究では、メディアを導入した3次元市場の理論を新たに展開し、市場失敗の解決にメディア情報の役割を解明した。とくに、本論文は、伝統的な2次元市場モデルの欠陥を克服するため、新定義した「情報バンドル」の概念を通じて、メディアを第3次元として、3次元市場モデルを構築したうえで、伝統的なクモの巣モデルをもとに新しい均衡価格モデルを構築した。それは、本論文の理論的基礎となった。

（2）本研究では、中国の不動産市場分析にHPフィルタ分析手法を導入したのは、初めての試みとして開発的な応用である。HPフィルタ分析に合わせて回帰分析を通じて、価格反応速度と価格波動の幅を解明し、そして異なるメディアが価格への影響の相違も解明した。結論も適切であった。

（3）本研究では、理論的分析と実証的検証を通じて、スミスの「見えざる手」より、「メディアの手」のほうが消費と投資に対して特別な影響力を持ち、市場失敗の軽減または解消に効果があるという結論が得られた。

以上により、審査委員会は、本論文を博士の学位を授与するに値するものと判定することにつき、全員一致で合意した。