

氏名（本籍）	黄晶（中国） <small>ほあん じん</small>
学位の種類	博士（経済学）
学位記番号	甲 経第26号
学位授与年月日	令和元年9月20日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項
論文題目	子供服衣料品に対するブランド認知への影響要因に関する研究 —日本と中国における消費者行動のアンケート調査に基づいて—
論文審査委員	主査 原口 俊道 教授 副査 西原 誠司 教授 副査 岩永 忠康（佐賀大学名誉教授）

論文内容の要旨

令和元年7月現在における黄晶（HUANG JING）氏の研究業績は、既刊査読制学術論文が5篇、日本語への翻訳論文が2篇ある。国内外の学会・国際学術研究会での口頭報告が9回となっている。このたび黄晶氏が提出した博士学位請求論文（題目「子供服衣料品に対するブランド認知への影響要因に関する研究—日本と中国における消費者行動のアンケート調査に基づいて—」）は、既発表論文や学会報告をベースとして大幅に加筆・修正し体系化したものである。

提出された論文は、A4横書きの総頁数138頁で約9万字からなり、序論、本論（7章）、結論、参考文献、添付資料（アンケート調査票、研究業績一覧表）などから構成され、上記の題目において一定の体系化がなされている。

序論では、本研究の問題意識、研究目的、研究の独創性、研究対象、研究課題と方法など、本研究の概要を説明している。

第一章「日中の子供服衣料品の現状」では、日中衣料品市場について整理したうえで、日本における子供服衣料品の発展と特徴を述べ、さらに中国における子供服衣料品の発展を考察している。

第二章「消費者行動の理論的考察」では、消費者行動の概念を整理したうえで、マーケティングおよび心理学における消費者行動の分析視点を提示し、消費者行動理論の変遷と消費者行動理論の諸説の見解を整理している。

第三章「消費者行動への影響要因の理論的考察」では、消費者行動への影響要因について考察している。具体的には、ライフスタイル、購買動機、知覚品質、関係品質、

インターネット要因、ブランド認知、購買意思決定、ブランド評価等に関する研究成果を整理している。

第四章「先行研究の整理と仮説の構築」では、先行研究の整理と問題点の提出を行い、そしてそれを踏まえて本研究における研究モデルと仮説の構築を行っている。

第五章「研究方法」では、本研究で行われるアンケート調査の概要とデータの統計分析方法を説明している。

第六章「日中における子供服衣料品に対するブランド認知への影響要因についての統計分析」では、定性的手法と定量的手法を用いてアンケート調査票を作成し、アンケート調査を実施し、収集したデータを統計分析し、統計的手法によって測定尺度の妥当性を確認し、日中における子供服衣料品に対するブランド認知への影響要因について解明している。

第七章「仮説検証の結果と考察」では、構造方程式モデルを用いて仮説を検証している。それによって先行研究との共通点と相違点を考察している。

結論では、仮説検証結果を通して副問に解答し、副問の解答を整理して主問への解答を行っている。また、本研究の理論的貢献・実践的貢献、子供服衣料品企業への提言および本研究の限界・不足点を提示している。

審査結果の要旨

鹿児島国際大学大学院の「博士学位論文審査基準」に基づき、以下の6項目について、審査意見を提出する。

1. 研究テーマの適切性

日本や中国における少子高齢化社会の進展に伴って、子供に対する社会の在り方や生活様式がクローズアップされている現状を踏まえて、「子供服衣料品に対する日中のブランド認知への影響要因にはどのような共通点と相違点があるのか」をテーマとした本論文は適正かつ有意義であると思われる。特に黄晶氏が子供をもって研究・生活している実体験を通しての研究であることも実践としての研究成果が望まれる。

2. 情報収集の度合

本論文は、本論文の基本的・理論的な部分である第一章「日中の子供服衣料品の現状」は他の領域と比べて文献が少ない中で可能な限りの文献を踏まえて、日中の子供服衣料品の現状を考察している。第二章「消費者行動の理論的考察」や第三章「消費者行動への影響要因の理論的考察」は多くの内外文献を紹介・整理しながら分析している。第四章「先行研究の整理と仮説の構築」は諸説を整理・分類したうえで仮説を設定している。第五章「研究方法」は多く文献を用いてテーマに関わる現状をアンケート結果分析による実証分析で検証している。第六章「日中における子供服衣料品に対するブランド認知への影響要因についての統計分析」は様々な統計分析を活用しながら若干の指摘を加えて独自の仮説

とモデルを提示し検証している。第七章「仮説検証の結果と考察」は仮説検証しながら先行研究との共通点と相違点を明確にするために、多くの文献を引用しながら自分なりに整理したことは、審査基準を十分に満たしていると判断できる。

3. 研究方法の適切性

本論文は広範な文献に基づく先行研究を整理しながら、課題（テーマ）について仮説を構築し検証している。具体的には日本と中国において消費者を対象としたアンケート調査（予備調査と本調査）を行い、入手したデータを分散分析、クラスタ分析、パス解析などの統計手法を使って解析し、仮説を検証している。分析方法は適切であると認められる。

4. 論旨の妥当性・独創性

日本・中国における子供服衣料品に対するブランド認知への影響要因に関する先行研究には、実証的な比較研究はほとんどなかった。本研究は、消費者を3つのタイプに分類したうえで、日本と中国の消費者を対象として、①顧客の購買動機、②顧客の知覚品質、③顧客の関係品質、④インターネット要因という4つの変数（要因）がブランド認知に影響を及ぼすことを比較分析し、特に近年のネット社会を反映した「インターネット要因」を変数として追加分析して、日中の共通点と相違点を解明しているところに最大の独創性がある。

5. 論文表現の適切性

本論文は、序論、本論部分である7つの章、結論によって構成されており、総頁数138頁で約9万字になっている。審査基準に要求された「要旨・目次・章立て・引用・注・図版等に関しての体裁が整っている」という点にはほとんど問題ないと考える。

しかし、黄晶氏が中国からの留学生で日本語を母国語としない点もあって、日本語による用語の理解度や日本語表現では多少の問題点が指摘され、さらに注記の参考文献の表記法でも問題点がみられる。口頭試験の席でも指摘したように、参考文献の表記法の修正はもちろん本論文の日本語表記も推敲を重ねることによって確実な論文になることが期待できる。

6. 当該学問分野における研究を発展させるに足る知見（学術的価値）が見出せること及び自立した研究者として当該分野の中で研究を遂行していく能力が認められること

黄晶氏は平成28年10月鹿児島国際大学大学院経済学研究科博士後期課程に入学し、「子供服衣料品に対する日中のブランド認知への影響要因に関する研究」を行ってきた。これまでに国内外の学会・国際学術会議で9回の研究発表を行い、5篇の査読付き論文（日本語論文3篇、中国語論文1篇、英語論文1篇）と2篇の日本語への翻訳論文を公刊している。また、博士課程に入学する前までは、中国の大学で教鞭をとって教育の経験を積んで

いる。これらの研究業績や教育経験をからみて、黄晶氏は自立して研究ならびに教育を行う能力があると判断される。

以上の6点を踏まえて、本論文は博士学位論文に値するものと判断した。