

氏名（本籍）	リーシー 李 蹊（中国）
学位の種類	博士（経済学）
学位記番号	甲 経第 27 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	観光ホテルに対する顧客満足への影響要因に関する研究 —日本と中国における観光消費者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 衣川 恵 教授 副査 喬 晋建 教授（熊本学園大学 商学部）

## 論文内容の要旨

令和元年 7 月現在における李蹊（リーシー）氏の研究業績は、既刊査読制学术论文が 7 点ある。国内外の学会・国際学術研究会での口頭報告が 14 回となっている。このたび李蹊氏が提出した博士学位請求論文（題目「観光ホテルに対する顧客満足への影響要因に関する研究」）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 151 頁で約 11 万字からなり、序論、本論（6 章）、結論、参考文献、添付資料（アンケート調査票）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、研究の背景を把握するために、まず日中両国の経済的関係を説明し、近年著しい観光産業の発展について述べている。そして、日中両国のホテル業に現存する問題とその原因を整理している。また、研究目的、研究課題、研究方法などを説明している。

第一章では、日本と中国の宿泊産業の歴史的変遷、両国の宿泊産業の発展段階およびその現状について論述し、また日本と中国の宿泊産業の発展に関する方向性、宿泊産業に現存する問題・課題などを検討している。

第二章では、顧客満足に関する諸概念を整理し、顧客満足の諸学説、関連概念、顧客満足理論の発展段階および顧客満足理論に関するモデルなどを検討している。

第三章では、顧客満足への影響要因を整理し、観光ホテルに対する顧客満足への影響要因についての先行研究を整理している。そして、先行研究の整理から、3 つの問題点を抽

出し、顧客満足への影響要因に関する研究モデルと仮説を構築している。

第四章では、アンケート調査の概要と対象、アンケート調査の配布地域と配布方法、統計分析の方法などについて説明している。日本は東京、大阪、鹿児島観光消費者を、中国は北京、上海、大連の観光消費者を対象に、調査票を配布し数日後に回収する方法と街頭調査法でアンケート調査を実施している。日本と中国の本調査を2018年9月から12月まで同時に行い、日本では961部の有効回答票を、中国では935部の有効回答票を得ている。

第五章では、日本と中国において顧客満足への影響要因に関して得られたアンケート調査のデータを統計分析している。

第六章では、仮説検証の結果を総括し、先行研究との共通点と相違点を明らかにし、そして相違点についての原因分析を行っている。

結論では、副問に解答してから、主問「観光ホテルに対する日中の顧客満足への影響要因にはどのような共通点と相違点があるか」に対する解答を述べている。そして、日中の相違点について原因を分析している。文化や生活習慣の違いが日中の観光消費者の顧客満足に違いを生じさせる主要な原因であると主張している。

## 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

李論文のテーマは「観光ホテルに対する顧客満足への影響要因に関する研究—日本と中国における観光消費者のアンケート調査に基づいて—」と設定されている。日中両国における観光業界が近年大いに繁栄しながらも多くの問題点を露呈している現状に鑑み、この研究テーマの選定は極めて適切であると評価できる。

また、観光業界は観光スポットの管理運営のみならず、その周辺産業として、交通、宿泊、飲食、娯楽、ショッピングなどへと広範囲に広がる中、宿泊業、とりわけ規模が大きく、サービス品質が重視される観光ホテルを研究対象に絞り込み、利用者の体験から顧客満足度への影響要素を探り出そうとする李氏のアプローチは新鮮ではないが、非常に有効な手段であると認められる。

### 2. 情報収集の度合

李論文の中、主要な情報源は大きく3つに分かれている。

まず、日本と中国両国の宿泊産業全体が発展する歴史的な流れならびに現状についての説明を詳しく展開している（第1章）。新しい知見はあまり見られないものの、本論文の研究対象となる観光ホテルが所属する業界の歴史と現状を把握したうえ、日中両国における観光ホテルの意味と位置づけが異なっている（日本では「旅館が和風、ホテルは洋風」であるのに対して、中国では「旅館が格安、ホテルは高級」という李君の説明には頷く。

次は、顧客満足度に関連する先行文献や研究モデルを整理して概説している（第2章と第3章）。具体的には、マーケティング論、とりわけ消費者行動論の視点から、1)顧客満足、顧客歓喜、顧客価値、顧客ロイヤリティ、顧客資産、Customer Relationship Managementといった基本コンセプト、2)福祉等式仮説、機能充足仮説、期待・パフォーマンス仮説、規範乖離仮説といった顧客満足構造に関する諸理論、3)期待不一致モデルならびにそれに基づく数種類の顧客満足度指数、パフォーマンスモデルといった顧客満足分析モデル、4)ライフスタイルの研究、5)顧客満足度影響要因の研究、等の先行研究の成果を紹介している。

そして、日本と中国で行われたアンケート調査のデータが集計された。2018年9月から12月にかけて日本と中国の都市部で日本人961人、中国人935人から有効回答が得られた。このアンケート調査の結果に基づいた統計分析は、李論文の独自性（オリジナリティ）と学術性（アカデミックさ）の基盤をなしている。

### 3. 研究方法の適切性

李論文の主要な研究方法はアンケート調査に基づく統計分析である。その分析手法は概ね適切であると認められる。また、日本人961人、中国人935人という有効サンプル数の規模は統計分析の前提を満たしていると考えられる。しかし、せっかく多くの先行研究を取り上げているにもかかわらず、李氏自身のアンケート調査の質問項目はどういう先行研究に基づいて設計されたものか、についての詳しい説明がないことは若干残念であるが、本論文の仮説検証の結果を先行研究と比較して、その共通点と相違点を明確にし、さらに相違する原因まで追究した点（125-127頁）が評価に値する。

### 4. 論旨の妥当性・独創性

李論文は主問1つと副問3つを提起したうえ、それに答えるために、9つの仮説を打ち立てた。アンケートの結果に基づく統計分析を用いて、これらの仮説を検証してみた結果として、成立した仮説は少ないものの、「部分的成立」が多く、「不成立」は全くない（125頁）。つまり、おおむね想定された論旨の目的が達成されたと言えよう。ただし、それら

の仮説の大半はほぼ自明的なもので、最初から「結論ありき」と言われても仕方がないように思われる。したがって、論旨の妥当性を一応認めるものの、独創性（新奇性）に関しては改善する余地があると記しておきたい。

#### 5. 論文表現の適切性

序論、歴史と現状、先行研究、アンケート分析、仮説検証、結論、参考文献、付録という論文全体の流れは非常に流暢で、合理的である。外国人留学生の論文として、日本語文章の表現力はかなり高いレベルに達していると認める。また、博士課程在学者の論文として、注釈、参考文献などの表現方法がこれだけ熟練したレベルに達しているのは珍しいのではないかと高く評価したい。弱点を強いて言えば、図と表の表記方法や出所の書き方などには改善する（例えば図表の上下に行を開けたり、出所文献の表現を短縮したりする）余地がある。

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

上の4で既に述べたように、李論文は論旨の妥当性を認めるものの、手法や結論などの面で独創性（新奇性）をやや欠いている。この意味で、既存の学術成果の蓄積に新たに貢献したとは言い難い。しかし、本論文の作成を通して、先行文献の収集と整理、重要な学術概念と分析モデルの確認、理論仮説の提出、アンケート調査の項目設計・実施・分析、仮説の検証と総括、という一連の流れの中で、自立した研究者としての学識と能力を李氏が獲得したと考える。今後にも学術研究を続けていくなれば、大いに活躍する可能性は十分にあると期待したい。

以上の6点を踏まえて、日本語表記等の修正を行うことを条件に、本論文は博士学位論文に値するものと判断した。