

氏名（本籍）	リ 李 建霖（台湾）
学位の種類	博士（経済学）
学位記番号	甲 経第 19 号
学位授与年月日	平成 26 年 9 月 17 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項
論文題目	日・台旅行業者の競争優位に関する研究 —中国人観光客のインバウンド戦略を中心に—
論文審査委員	主査 原口俊道 教授 副査 大久保幸夫 教授 副査 竹内規浩 (元鹿児島国際大学大学院 経済学研究科教授)

内容の要旨

平成 26 年 5 月現在における李建霖(以下「著者」と記す)の研究業績には、既刊査読制学術論文が 8 点、さらに現在投稿中の査読制学術論文が 2 点ある。国内外の学会・国際学術研究会での口頭報告が 17 回となっている。このたび著者が提出した博士学位請求論文(題目「日・台旅行業者の競争優位に関する研究—中国人観光客のインバウンド戦略を中心に—」)は、既発表論文や学会報告をベースとして大幅に加筆し、体系化したものである。

提出された論文は、本体の総頁数が A4 横書きで 156 頁ほど、字数の統計は約 12 万文字である。序論、5 つの章、結論、参考文献、添付資料(日本語と中国語のアンケート調査票、研究業績一覧表)などから構成されており、上記の題目において一定の体系性を有している。

序論では、先ず研究の概要と背景、研究の動機と目的、問題の提起、主問と副問のフレームワーク、研究の方法、研究の対象、研究の意義及び独創性などが述べられている。そして、「日・台旅行業者の競争優位にはどのような共通点と相異点があるか」という問題(主問)を提起している。この主問を解明するために、3 つの副問が設定されている。

第一章では、先行研究の整理とその問題点の抽出が述べられている。「産業の競争優位」、「マーケティング戦略」、「旅行業の現状・未来性」に関する研究史を回顧して、問題点を抽出している。

第二章では、日・台旅行業者の事例分析である。日・台旅行業の競争優位に関する事例研究を通して第一と第二の副問に解答している。

第三章では、研究の方法を述べている。先行研究の整理から抽出した問題点を踏まえ、またインタビュー調査の結果を踏まえ、本論文の研究モデルと6つの仮説を構築している。

仮説 1: 企業の核心価値は需要条件の間に関係がある(相関分析、分散分析)。

仮説 2: 需要条件はインバウンド戦略に影響を与える(回帰分析)。

仮説 3: 産業内の競合関係はインバウンド戦略に影響を与える(回帰分析)。

仮説 4: 企業の核心価値は競争優位に影響を与える(回帰分析)。

仮説 5: インバウンド戦略は競争優位に影響を与える(回帰分析)。

仮説 6: 人材、サービス、企業文化及びブランドは日・台旅行業者の競争優位の4つの要因である(因子分析)。

これらの仮説を検証するために、日本と台湾でアンケート調査を実施している。

第四章では、アンケート調査の概要を述べ、つぎに統計分析の結果を明らかにしている。

本論文は日本と台湾において、中国人観光客を誘致する資格を持つ旅行業者を対象として研究している。日本では地域ごとにある観光連盟の紹介を通して、北海道、本州、九州の対象業者130社のリストを取得した。中でも本州が最も多く、次いで九州となっている。一方台湾では中華民国旅行商業同業公会の協力を得て、110社の連絡先を取得した。その多くは台北で、次いで高雄となっている。本調査は2013年9月30日から10月31日にかけて行われ、郵送で返信用封筒を同封する形で回答を求めた。2013年11月10日の集計では、日本で回答があったのは96社(うち8社が無効)、有効回収率は67.6%であった。台湾では86社(うち2社が無効)、有効回収率は76.4%となっている。この第四章では記述統計と推論統計の結果を説明している。

第五章では、仮説の検証結果を明らかにし、そして仮説の検証結果に対して考察している。

本論文の仮説の設定は6個であった。そして第四章の分析結果によって、媒介分析を行って、日・台の旅行業者の「インバウンド戦略」がどのように「需要条件」、「産業内の競合関係」及び「競争優位」の間に影響を及ぼすか、また、この影響は間接効果が多いか、直接効果が多いかを検証するために、新仮説3(「需要条件」が「インバウンド戦略」に対して有意差があり、旅行業者の競争優位に影響を与える)と新仮説5(「産業内の競合関係」が「インバウンド戦略」に対して有意差があり、旅行業者の競争優位に影響を与える)を作成し検証している。

結論では、「日・台旅行業者の競争優位にはどのような共通点と相異点があるか」という主問を、三つの副問への解答を通じて解答している。そして、日・台の旅行業者の中国人観光客に対する競合戦略の分析を通じて、日・台の旅行業者に対して具体的な4つの提言を行っている。

審査結果の要旨

1. 本論文のアプローチと意義

本論文は、日本（北海道・本州・九州）と台湾（台北市と高雄市）における旅行業者を対象としたアンケート調査結果に基づいて、記述的統計・一元配置分散分析・相関分析・因子分析・回帰分析・媒介分析等の統計手法を駆使して「日・台旅行業者の競争優位に影響を及ぼす諸要因」に関する仮説を検証しているところに特徴がみられる。

本論文は、従来明確な関連性があることが指摘されていなかった企業の核心価値やインバウンド戦略と競争優位との関連性を明確にしようと試みた実証研究である。従来の研究は企業の競争優位に影響を及ぼす外部環境要因として産業内の競合関係や需要条件などを挙げる M. E. ポーター流の研究が多く、企業の核心価値やインバウンド戦略の面から競争優位に深く浸入する研究は少なかった。本研究は企業の外部環境要因、企業の核心価値及びインバウンド戦略から突入し、競争優位との繋がりを研究しており、研究の結果は企業の競争戦略や観光マーケティング戦略の策定の際に参考になるものである。

日・台の旅行業者の競争優位を実証的に比較分析した先行研究はほとんどなく、本論文には研究・実践面から独自性がある。

本論文の「日・台旅行業者の競争優位」の分析は、調査地域が限られているが、国際比較の希少な分析として競争戦略論や観光マーケティング戦略論からの学問的意義と同時に、旅行業界からの実践的意義も評価されるだろう。

2. 実証研究系博士論文の評価項目

実証研究系博士論文の評価項目として、以下の3点を指摘することができる。第1は、構築された分析モデルのオリジナリティー性、第2は、検証方法の妥当性、第3は、発見事項のインパクトならびにその理論的・実践的インプリケーションである。

まず、第1の分析モデルのオリジナリティー性についてである。従来の競争優位の研究では企業の外部環境要因（需要条件や産業内の競合関係など）を重視した分析モデルが構築・使用されることが多かったが、本研究は企業の外部環境要因、企業の核心価値及びインバウンド戦略の三つの関係を体系的に連結させ、分析モデルとして成立させており、オリジナリティー性が高いと評価できる。

次に、第2の検証方法の妥当性である。本研究では、問題意識に基づき6つの仮説が立てられ、アンケート調査に基づく多変量解析（一元配置分散分析、相関分析、因子分析、回帰分析など）によって検証されている。そして、仮説検証の結果に依拠して、分析モデルを修正し、2つの新仮説を構築し、媒介分析を追加している。検証方法は、仮説に対応

するように適切に使用されている。分析方法に関しては、適切であると認められる。

最後に、第3の発見事項のインパクトと理論的・実践的インプリケーションである。今後成長が見込まれる旅行業界をとりあげ、日・台比較するということ自体、多方面へのインパクトがあると認められる。本研究によって、日・台旅行業者の競争優位には共通点と相違点があることが判明した。すなわち、①企業の核心価値、②政府の規範、③市場セグメンテーションなどが共通しており、①日本は人材を重視し、台湾は商品を備える能力を重視すること、②日・台の間に観光スポットの数、関連産業との連携、人的資源の重視度などに差異があること、③日・台の間にインバウンド戦略やマーケティング戦略に差異があること、などがわかった。これらは、これまで競争優位の研究においてあまり重視されてこなかった地域差の問題を競争戦略や観光マーケティング戦略の視点から明確に示すものであり、理論的にもインプリケーションがあるといえる。さらには、日・台の旅行業者の中国人観光客に対する競合戦略の分析を通じて、日・台の旅行業者に対して具体的な4つの提言を行っている。これは、日・台の旅行業者が自らの優位性を用いて、お互いに協調し、協力できる可能性を示唆するものであり、日・台の旅行業者が観光マーケティング活動を展開する際の参考になるものであり、実践的にもインプリケーションがあるといえる。

3. 独創性

本研究の独創性は次の3点にある。

第一に、従来の競争優位に関する研究には競争優位の源泉を企業の外部環境要因に求める理論的な研究（ポジショニング・アプローチ）が多く、競争優位の源泉を企業内部にある経営資源に求め、内部における優れた能力や資源の蓄積から競争優位が生じると考えるリソース・ベースト・アプローチをとる研究が相対的に少なかったために、これまで企業の核心価値やインバウンド戦略と競争優位との関連性は明確になっていなかったが、本研究はアンケート調査に基づいた実証的な研究によって、企業の外部環境要因、企業の核心価値及びインバウンド戦略と競争優位との関連性を明確にした点である。

第二に、M.E.ポーターのダイヤモンド・モデルでは、「要素条件」が必ずしも明確ではなかったが、本研究は著者による面談調査に依拠して「要素条件」を明確に「企業の核心価値」と設定している点である。

第三に、従来の研究には観光消費者を対象とした研究が多く、旅行業者を対象とした研究が少ないなかで、本研究は日・台の旅行業者の競争優位を実証的に比較研究している点である。

4. 今後の研究課題

このように本研究には優れた点が数多くみられるが、全く問題がないわけではない。

統計学的には著者が行った日本と台湾における地域的なアンケート調査のデータで仮説検証はできると思われるが、競争戦略や観光マーケティング戦略の視点からは、もっと多くの都市の旅行業者を調査し、日・台の比較分析を行う必要があるように思える。日本と台湾の多くの都市の旅行業者を対象としてアンケート調査を行い、サンプル数を増やすことにより一般化を図っていくことが必要である。

また、競争優位の源泉として企業の外部環境要因を重視する M.E.ポーターの考え方をベースとして、競争優位の源泉を企業内部にある経営資源に求め、内部における優れた能力や資源の蓄積から競争優位が生じると考えるリソース・ベースト・アプローチを併用している点は高く評価できるが、著者が「要素条件」として設定している「企業の核心価値」の概念やその調査項目で企業内部にある経営資源を十分に捉えきれているのかという疑問が残る。

さらに、関連・支援産業の仮説検証が見当たらない。M.E.ポーターのダイヤモンド・モデルでは関連・支援産業は企業の競争戦略や競争優位に大きな影響を及ぼす要因の一つである。競争戦略の視点からは、日・台の旅行業者を取り巻く関連・支援産業を比較分析する必要があるように思われる。

これらは今後の研究課題である。著者の今後の更なる研究の発展を期待したい。

最後に、本論文に見られる不必要な個所を削除し、また日本語文章の難解な部分や注記の仕方を修正し、そして日・台の旅行業者に対する具体的な提言を加筆することが望ましい。

5. 結論

本審査委員全員は、以上により、本論文の著者が博士（経済学）の学位を授与されるに十分値すると判断した。