

| | |
|---------|-------------------------------------|
| 氏名(本籍) | わか やま だい き 若山 大樹(滋賀県) |
| 学位の種類 | 博士(経営学) |
| 学位記番号 | 博甲第3063号 |
| 学位授与年月日 | 平成15年3月25日 |
| 学位授与の要件 | 学位規則第4条第1項該当 |
| 審査研究科 | 社会工学研究科 |
| 学位論文題目 | 評価の曖昧性と購買意図の研究 |
| 主査 | 筑波大学教授 経済学博士 星野 靖雄 |
| 副査 | 筑波大学教授 P h . D . (Management) 松尾 博文 |
| 副査 | 筑波大学講師 博士(学術) 近藤 文代 |
| 副査 | 筑波大学助教授 博士(工学) 平瀬(西尾)チヅル |
| 副査 | 早稲田大学教授 博士(学術) 竹村 和久 |

論文の内容の要旨

本論文は、商品購買に際しての消費者の評価の曖昧性と購買意図の関係を研究している。曖昧性は人間の評価や判断・思考過程・情報伝達に現れる。例えば、まあまあよいと思っている場合、10点満点の尺度上の4点から6点の区間評価をするように尺度上の区間によって評価をする。本研究は、従来の購買意図の研究に曖昧性研究の知見を反映させ、購買意図研究に必要な曖昧性分析手法の開発を行い、購買意図研究と曖昧性研究の両分野を検討している。

序章では、研究の背景と検討課題を明らかにし本論文の全体像を提示している。第2章では、消費者の購買意図に関する先行研究と本論文の検討課題を概観し、消費者の購買意図に影響を与える要因について述べている。「態度」と「社会規範」が行動要因を規定し、経験によって与えられるウエイトによって特徴付けられる加重平均モデルである。Fishbeinの行動意図モデルを概説している。このモデルによる消費者の嗜好品購買の検討やネットワーク利用型製品について第4章と第5章で検討している。

第3章では、近年の曖昧性研究について、曖昧性の定義、評価の曖昧性測定手法、判断の曖昧性分析手法の先行研究を概観している。評価の曖昧性測定手法であるファジィ測定法、曖昧性を含むデータのファジィ理論による処理の必要性を述べている。また、可能性線形回帰分析を取り上げその問題点と解決法、制約付き最小二乗推定法によるファジィ回帰分析、可能性線形回帰分析と制約付き最小二乗推定法によるファジィ回帰分析の検討をしている。

第4章では、実験1でビールと発泡酒の購買意図に与える態度と社会的規範の影響の違いについて評価の曖昧性をファジィ回帰分析により推定し、消費者の評価と判断の曖昧性を検討している。可能性線形回帰モデルの曖昧度はビールの方が大きいとしている。実験2では、実験1と同じビールと発泡酒を用いたブラインドテストを1週間後に同一被験者により実施しており、インターネットホームページに公開されている製品情報(ラベル情報)と広告コピーの提示が評価の曖昧性にどのような影響を与えているかを検討している。実験3では、パキスタン風チャイの購買意図に与える態度と社会的規範の影響を、可能性線形回帰分析と制約付き最小二乗推定法によるファジィ線形回帰分析により分析している。

第5章では、携帯電話の購買意図について評価の曖昧性を考慮した購買意図モデルを検討している。社会的規

範の影響について、家族、友人、世間といった準拠集団を特定できるような質問表によって調査している。ファジィ評定を用いた曖昧性の測定と可能性線形回帰分析などのファジィ購買意図モデルによって、携帯電話の購買意図は商品購入に対する態度による影響よりも社会的規範の影響を大きく受けていることを指摘している。

第6章では判断の曖昧性分析である可能性線形回帰分析について影響の大きいデータの検出方を提案している。購買意図に与える多属性態度の影響を消費者調査データへの応用例を利用し先行研究の数値例を基に調べている。

第7章は結論と今後の課題である。

審 査 の 結 果 の 要 旨

本論文の貢献は、第1に嗜好品である発泡酒購買が「態度」より「社会的規範」の行動要因の影響を大きく受けることを指摘している点にある。従来の研究における、ビール等のアルコール飲料やコーヒー等の嗜好品の購買での結果とは逆の関係となっている。このことは、発泡酒とビールは購買意図に影響を与える要因が異なり、広告やラベル戦略が異なることも示唆している。第2の貢献は、ブランド名や製品情報といったラベル情報は購買意図の評価の曖昧性を減少させるというより、逆に増加させる可能性があることを、発泡酒とビールのブライントテストにより示している事にある。行動意図モデル研究において、評価の曖昧性はその重要性にもかかわらず、過去に研究されておらず、これは新しい視点と知見であり高く評価できる。第3の貢献は、可能性分析において、係数の推定問題における制約式右辺の感度分析についての新しい定理の証明をし、その定理を用いて影響の大きいデータの評価とその取り扱いに関する手法を提案している点にある。

実証研究として4つの実験結果を報告しているが、被験者数と選択の両方が限られたものとなっており、結果の普遍性に関しては強い証拠を提示していないという問題点を残す。しかし、本論文が指摘した視点と知見は学術的に重要なものであり高く評価できる。

本論文の内容は、2つの査読付学術誌に既に記載され、4つの学会およびシンポジウムの発表論文集に収録された論文を基にしており、本学の博士（経営学）の学位を受けるのに十分な資格を有するものと認める。

よって、著者は博士（経営学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。