

【158】

氏 名 (本籍)	よね 米	たに 谷	ゆたか 悠 (兵 庫 県)
学 位 の 種 類	博 士 (社会工学)		
学 位 記 番 号	博 甲 第 5309 号		
学位授与年月日	平成 22 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	システム情報工学研究科		
学 位 論 文 題 目	<b>Three Essays on Management Science</b> (マネジメントサイエンスに関する三つの論文)		
主 査	筑波大学教授	博士 (学術)	庄 司 功
副 査	筑波大学教授	Ph. D. (統計学)	金 澤 雄一郎
副 査	筑波大学准教授	Ph. D. (組織行動論)	渡 邊 真一郎
副 査	筑波大学准教授	博士 (経済学)	辻 爾 志
副 査	筑波大学講師	博士 (学術)	近 藤 文 代

## 論 文 の 内 容 の 要 旨

本研究は、組織行動論とマーケティング・サイエンスに関して、理論的並びに実証的に分析を行った研究である。

組織行動論分野の研究では、仕事生活と家庭生活の役割間葛藤が、従業員の転職意識にどのような影響を及ぼすかを計量モデルを用いて定量的に分析した。例えば、職場の業務に過度に傾注すると、家事を疎かにせざるを得なくなり、結果として転職意識が強まることが考えられる。このとき、会社側が従業員に、育児休暇等のサポートを提供することにより、そうした意識を弱めることも可能と考えられる。こうした、仕事生活と家庭生活の役割間葛藤を従業員の意識調査を通じて実証的に検証したのが本研究である。これによれば、性役割意識の強い日本の職場においても、そうした役割間葛藤は無視できないことを示し、限定的ではあるが、会社によるサポートが十分に機能していない実態が明らかになった。

マーケティング・サイエンス分野の研究では、耐久消費財を対象として、需要と供給を同時に考慮したベイジアンに基づく計量モデルを提案し、そのモデルを米国の自動車販売データに応用して、自動車のマーケットシェアを推定した。既存のモデルでは無数の耐久消費財の存在を前提としたが、提案する計量モデルはそうした前提が無くとも所望の変数の推定ができる点に特徴がある。実際、マーケットシェアの推定結果によれば、いくつかの例外はあるものの、概ね正しく推定できることが分かり、提案する計量モデルの妥当性を確認することができた。

## 審 査 の 結 果 の 要 旨

本研究は、組織行動論とマーケティング・サイエンスのそれぞれ独立した研究成果から成り立っており、著者のマネジメント・サイエンスに関する幅広い知識を窺い知ることができる。

従来の組織行動論の研究では考慮されなかった仕事生活と家庭生活の役割間葛藤という新たな視点に着目し、これと、会社のサポート、従業員の転職意識の相互関係を実証的に明らかにした点が評価に値する。実

際、この研究成果は、イギリスの査読付き雑誌に既に公刊されている。

また、マーケティング・サイエンス分野で提案する計量モデルは、理論統計の観点からも有益である。従来のモデルでは、製品数を無限大にした場合の漸近分布を想定して統計的推論を行っているが、現実の製品数が有限かつ限定的であることを考えると、従来のモデルの適用には限界がある。しかし、本研究で提案するモデルは、こうした場合であっても正しく推論が行え、しかも、厳密なシミュレーションを通じてモデルの妥当性を検証してある点が評価に値する。ただ、実際の応用では、必ずしも推定に問題が無いとは言えないが、こうした点を克服すべく今後の研究に期待したい。

学位論文審査ならびに最終試験の結果に基づき、著者は博士（社会工学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。