

氏名(本籍)	ちえ 崔	よん 瑛	(韓国)
学位の種類	博士(工学)		
学位記番号	博甲第5566号		
学位授与年月日	平成22年11月30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	消費者意識分析にもとづく地域ブランド構築施策に関する研究		
主査	筑波大学教授	工学博士	石田 東 生
副査	筑波大学教授	工学博士	小場瀬 令 二
副査	筑波大学教授	博士(工学)	谷 口 守
副査	筑波大学准教授	博士(工学)	岡 本 直 久
副査	筑波大学准教授	博士(工学)	堤 盛 人

論文の内容の要旨

近年、地域のブランド化は、地域の独自性や優位性を強調し、活性化のための方策として注目されている。しかしながら、消費者が、地域をブランドと認知する基準に関しては、概念論が先行しており、定量的な把握を行っている研究は少ない。また、数少ない研究でも、個人個人の選好の異質性について言及したものはなく、ブランド化方策のマーケティング的な戦略への知見は少ないのが現状である。

また、ブランド認知の構造が解明されていないため、地域をブランドとして売り出そうとする自治体等の供給サイドの取り組みについては、ターゲットや効果的な方策を決める方法に関する知見は少ない。

本研究は、このような問題意識から、地域ブランド構築に関わる消費者と供給者の両面に着目し、地域をブランドとして認知する構造の解明と、それに基づいたブランド化方策について有益な知見を得ようとするものである。

本論文は7章で構成されている。以下にその概要を述べる。

第1章では、地域ブランドの定義を行った上で、研究の背景および目的、論文構成を述べている。

第2章では、地域ブランドに関する理論研究、自治体の取り組みに関する研究、ブランド評価のモデル分析事例を整理し、本研究の位置づけを行っている。

第3章では、消費者の地域ブランドの認知構造をモデル化することを試みている。ここでは、web調査を自ら設計し、一般化平均式を導入したブランド認知判定モデルの推定を成功させている。また個人ごとの志向の差異とその要因を解明することに成功している。

第4章では、自ら実施した自治体に対するアンケート調査から、全国における地域ブランド関連取り組みの現状について把握し、施策間の比較、施策実施主体間の差異について議論し、今後のブランド構築にあたっての方向性についての整理を行っている。

第5章では、3章で対象とした地域の行政(自治体)・観光協会、商工会・商工会議所、NPO等まちづくり団体に対するアンケート調査にもとづいて、地域資源に対する認識、施策の推進状況と問題意識を把握し、発信側のブランド構築の実態とその問題構造の把握を行っている。ここでは特に課題間の構造を DEMATEL

法で明示化し、どの要素の解決が自治体の取り組み向上につながるかを指摘している。

第6章では、5章の対象地について、3章で得られた認知状況との比較によって、どのような要素の改善がブランド構築に有効であるか、ブランド評価率の向上につながるかについて、取り組み状況を評価している。実態としての取り組みと、モデル結果から推察される認知向上のための施策とのギャップについて詳しく言及している。

第7章では、本研究の内容を要約し、得られたインプリケーション及び課題を整理している。

審 査 の 結 果 の 要 旨

本研究は、近年の地域活性化の取り組み手段の方法として地域ブランド構築が重要視される中、消費者の視点と、自治体等の発信側の両面を対象として、今後のブランド構築方策の方向性についての考え方を示そうとした、意欲的な研究であると評価できる。特に、ブランド認知に対する個人の異質性をモデル分析によって定量化した点、消費者側の認知にもとづいて、発信側ではどのような取り組みが効率的かについての考察を行っている点等は、これまでの研究にはない貴重な成果を示していると考えられる。

これまで、同分野、類似研究では定性的な考察や事例研究にとどまっているに過ぎず、本研究で示された定量的な分析に基づく方策の検討は、極めて重要な知見を示している。

以上のことより、博士論文の水準に十分達していると判断される。

よって、著者は博士（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。