

論文 / 著書情報
Article / Book Information

題目(和文)	
Title(English)	A Cross-Cultural Study between Thais and Japanese for Food-Related Industry
著者(和文)	スピムマス テヒラン
Author(English)	Supimmas Thienhirun
出典(和文)	学位:博士(学術), 学位授与機関:東京工業大学, 報告番号:甲第10690号, 授与年月日:2017年9月20日, 学位の種別:課程博士, 審査員:鍾 淑玲,梅室 博行,妹尾 大,鈴木 定省,青木 洋貴
Citation(English)	Degree:Doctor (Academic), Conferring organization: Tokyo Institute of Technology, Report number:甲第10690号, Conferred date:2017/9/20, Degree Type:Course doctor, Examiner:,,,,
学位種別(和文)	博士論文
Category(English)	Doctoral Thesis
種別(和文)	審査の要旨
Type(English)	Exam Summary

論文審査の要旨及び審査員

報告番号	甲第		号	学位申請者氏名	Thienhirun, Supimmas		
		氏名		職名		職名	
論文審査 審査員	主査	鍾淑玲		准教授	審査員	青木洋貴	准教授
	審査員	梅室博行		教授			
		妹尾大		教授			
		鈴木定省		准教授			

論文審査の要旨 (2000 字程度)

本論文は、「A Cross-Cultural Study between Thais and Japanese for Food-Related Industry (食品関連産業におけるタイ人と日本人の異文化研究)」と題し、エスニック料理の消費についてタイ人と日本人の文化間の相違点を、(1) 消費者の態度と嗜好、(2) 価値観、(3) 商品とサービスの主要な属性の3つの視点から調査したもので、以下の7章から構成されている。

第1章「Introduction (序論)」では、本論文の研究背景と目的について述べている。食品産業を概観し、消費者の態度と嗜好、価値観、および商品とサービスの主要な属性という3つの視点からエスニック料理を対象とした異文化研究を行うと書いた本論文の目的について説明している。

第2章「Literature review (文献レビュー)」では、まず、異文化研究、価値観、消費者の態度と嗜好、顧客ニーズ、顧客満足度、再訪問意向など本論文で使われている概念に関する文献レビューを行っている。また、食品関連産業の既存研究と概況をタイと日本に分けて説明している。

第3章「Consumer attitudes and preferences toward cross-cultural ready-to-eat (RTE) food (異文化的な RTE 食品に対する消費者の態度と嗜好に関して)」では、消費者の異文化間食物に対する態度と嗜好を探ることを目的として、異文化間の RTE 食品についてタイと日本の消費者を対象に調査し、コンジョイント分析などによる分析を行っている。タイと日本の参加者は異文化間の RTE 食品の味と鮮度に対して否定的な態度を示し、また、嗜好は異なっていることを明確にしている。

第4章「Influence of values on dining intention in ethnic restaurants (エスニック料理のレストランにおける食事の意向への価値観の影響)」では、エスニック料理のレストランにおける顧客ニーズ、顧客満足度、再訪問意向への価値観の影響に関するタイと日本の比較分析であり、タイにおいて日本料理のレストランを利用したことがあるタイの消費者、および日本においてタイ料理のレストランを利用したことがある日本の消費者に対して、価値観、顧客ニーズ、顧客満足度、再訪問意向の4つを主要な要素として、それぞれの関連およびタイと日本の類似点と相違点を検討している。価値観を違うグループに分類するために、探索的因子分析 (EFA) を利用し、さらに、提案された関係を分析するために共分散構造分析 (SEM) を利用した。そして、価値観リスト (LOV) の9つの価値を (1) 喜び関連の価値観、(2) 個人関連の価値観、(3) 社会関連の価値観の3つのグループに分類し、社会関連の価値観が社会的ニーズに影響を与え、喜び関連の価値観が経験的ニーズと象徴的ニーズの両方に影響を与え、さらに、個人関連の価値観は機能的ニーズと象徴的ニーズの両方にプラスの影響を与えていることを提示している。さらに、顧客ニーズは顧客満足度を通じて、顧客の再訪問意向にさらに影響を与えていることを明らかにしている。

第5章「Influence of key attributes on dining intention in ethnic restaurants (エスニック料理のレストランに影響する主要属性に関する調査)」では、第4章と同じタイと日本の消費者を対象とした調査であり、レストランの主要属性、顧客満足度、エスニック料理のレストランにおける再訪問意向の関係を探っている。本研究におけるレストランの主要属性は、過去の文献レビュー、インタビュー調査、および第3章のいくつかの重要な属性に基づいて作成している。まず、レストランの属性を分類するための因子分析を行い、さらにレストランの主要属性、顧客満足度、レストランへの再訪問意向の関係を共分散構造分析 (SEM) によって明らかにしている。タイの場合では、食品とサービス品質が顧客満足度を通じて、再訪問意向に大きく影響していることが分かり、日本の場合では、ユニークさという属性が顧客満足度を通じて、エスニック料理のレストランへの再訪問意向に大きく影響していることを提示している。

第6章「A case study of small hotels and resorts (小規模ホテルやリゾートのケーススタディー)」では、タイの小規模ホテルやリゾート (1つ星～3つ星) の事例を紹介し、レストランとは異なる別のサービス業界への示唆を与えている。

第7章「Discussion and Conclusion (考察と結論)」では、本研究の内容をまとめるとともに、研究の限界および今後の研究課題について述べている。具体的にはタイおよび日本の食品関連産業に関する比較研究の結果を総括し、全体的な要約および学術的な貢献と実務的な貢献を明示している。最後に、将来の研究の方向性について述べている。

以上、これを要するに、本論文では消費者の態度と嗜好、価値観、商品とサービスの主要な属性の3つの視点から異文化研究を掘り下げ、食品関連産業の運営に指針を示したものであり、学術上貢献することが大きい。よって本論文は、博士 (学術) の学位論文として十分価値あるものと認める。

注意: 「論文審査の要旨及び審査員」は、東工大リサーチリポジトリ (T2R2) にてインターネット公表されますので、公表可能な範囲の内容で作成してください。