

論文審査の結果の要旨

平成 31 年 2 月 11 日

ブランド研究はこれまでマーケティング論の中でも、とりわけ重要なテーマとしてその機能、効果、資産価値及び評価はもちろんのこと、実践的かつ戦略的な視点からブランド構築、維持、管理の方法について研究が進められてきた。また昨今のグローバル経済化においてはグローバルブランドの育成も重視されている。

李雪霏の学位請求論文は、これまでの国家ブランド関連研究の先行研究から、マーケティング視点やブランド戦略の視点からの研究蓄積の不十分性に着目し、マーケティング研究から国家ブランドマネジメントの構成要素、ブランド具現化のプロセス、ブランド力の評価方法に取り組んだ。特に企業ブランド・地域ブランドを包摂する日本の国家ブランドの構築を試み、マーケティング戦略論の視点から論証を試みたものであり、斬新な取り組みとして評価される。

研究に当たって文献探索を重ねている点、海外文献の探索も十分であることは評価できる。事例として日本とドイツのブランド構築を取り上げその知見からブランド構成要素とブランド具現化のプロセスについて新しい提案を行っている。結論に当たっては日本のブランド構築の戦略であるクールジャパン戦略を取り上げ、国際的国家ブランド評価機関の評価から日本のブランド力の強化に向けての課題と方策の提案を試みている。

新しいテーマであるだけに先行研究も多くはない。また国家という複合的組織を主体としているため論証の方法論は複雑にならざるを得ないという課題を抱えている点を指摘したい。以上のような課題を残してはいるものの、本論文の貢献はこれらを補ってあまりあるものである。

審査委員会は、平成 31(2019)年 2 月 8 日に公開審査を実施し 4 人の審査委員が本人から博士請求論文の詳細な内容報告を基にして、忌憚のない質疑応答を行った。審査委員会は、所定の試験結果をあわせて考慮して、本論文が城西国際大学 経営情報学研究科 起業マネジメント専攻（博士後期課程）のディプロマ・ポリシーで定めている基準を満たし、城西国際大学学位規程第 3 条に基づく博士（経営学）の学位に値するものと判断する。

主査（職・氏名） 教授 袁 福之