

中小企業におけるインナーブランディングシステム 評価手法の構築

西原, 尚宏

<https://hdl.handle.net/2324/4784708>

出版情報 : Kyushu University, 2021, 博士 (感性学), 課程博士
バージョン :
権利関係 :

氏名	西原 尚宏 (にしはら たかひろ)				
論文名	中小企業におけるインナーブランディングシステム評価手法の構築				
論文調査委員	主査	九州大学	教授	清須美 匡洋	
	副査	九州大学	教授	南 博文	
	副査	九州大学	准教授	曾我部 春香	

論文審査の結果の要旨

本申請論文は、現状、中小企業における企業ブランディングの中で特にインナーブランディングの重要性に基づき、今まであまり研究されていないインナーブランディング評価手法を従業員と経営者に対して、定量的評価や定性的評価を踏まえ、システム思考を活用した新たな評価手法の構築を目的とした研究である。この研究は、中小企業における課題である従業員や経営者におけるブランドコミュニケーションを統合的な視点で着目し、新たなインナーブランディング評価手法を形式知化し、今後の研究に非常に有効な示唆を与えるものである。

具体的には、ブランドの変遷を踏まえ、特に企業のインナーブランディングについて考察し、近年特に企業ブランド強化における、特に中小企業での課題を踏まえ、過去の定量的分析手法や定性的手法を踏まえたうえで、インナーブランディングの持つ企業組織の課題をCS分析という定量的分析とフェイスチャートを用いた定性的分析を用い、それらにおける課題を考察し、社内コミュニケーションの重要度とエンゲージメント、仕事の意義や価値化について最終的にシステム思考を用いた共分散分析を図示化したモデルを、実証検証し、融合的な仮説分析評価手法を構築し、さらに検証修正を踏まえたうえで最終的にブランディングの各プロセスと因果ループ図とを融合した新たなインナーブランディングシステム評価手法を導出した。

本研究は中小企業におけるインナーブランディングの重要性を踏まえたうえで、インナーブランディングを調査分析するために定量的分析と定性的分析を行い、最終的にシステム思考を用いた融合的評価手法を提示したことが本分野における新たな知見であり、ユーザー感性学の研究モデルとして非常に有意義で価値ある業績と認められた。

予備調査委員会では、本研究で用いられた理論用語の背景や分析手法の詳細、評価手法の活用方法など、様々な立場からの質疑があったが、西原氏本人による的確な解答と修正があった。

以上のことから、学位審査の論文として受理に値すると判断された。

最終試験

この論文について、論文調査委員会は、令和4年2月15日(火)18時から、西原 尚宏氏及び論文調査委員により、リモート公開による論文の調査及び最終試験を実施した。

論文内容について、西原 尚宏氏は論文調査委員(全員)の質問に的確にかつ明確な回答を行い、また、口頭又は筆答により行われた関連の授業科目等に関する調査についても、論文調査委員を満足させる回答を行ったことから、論文調査委員会は最終試験を合格と認定した。

以上のことから、論文調査委員会は、西原 尚宏氏が博士(感性学)の学位を授与されるのに相応しいと判断した。