

学位論文の審査結果の要旨

本論文は中国杭州地域の女性ファッション衣料（杭派女装）の事業展開と市場に関し、実務者への調査および資料調査とデータ分析により成立過程と現状の特徴、将来の国際化の可能性を論じた研究をまとめたものである。

研究の背景と論文の概要を述べた序論に続き、第1章では杭派女装が成立してきた過程を示している。身体表現が自由化され、人民服一色だった中国市場がいわば急変する。その過程でどのようなことが起きたのかについて調査を基にまとめている。

本論文では人民服ひと色だった中国の身体表現事情を考慮し、杭派女装出現前の1980年代中期に焦点を当てている。杭派女装のトップ50のブランドを抽出し、10個のデザイン要素を設け、50ブランドを実務経験者が採点してその特徴を量的に把握している。さらに50ブランドのうち外国のブランドと提携もしくはライセンス関係にあるものを提携派と括り、それ以外の非提携派ブランドを学院派と非学院派に分け、商品の独自性に何らかの傾向が見られないかどうかを多変量解析結果を基に分析している。

その結果、学院派と非学院派（提携派）の比較では、学院派が「独自」の標点が高く、「模倣・コピー」は少ないものの、両者は類似していることを示している。学院派は非学院派（没提携派）とは、有意な差があり没提携派は学院派に比べ、設計力が弱いという可能性を示し、海外展開に必要な設計力について、学院派にその可能性があることを明らかにしている。

第2章では、杭派女装の50ブランドから、もっとも成功している典型的なブランドひとつ、「R」社を取り上げて、設計総監に詳細なヒアリングを試みるとともに、その設計における意思決定過程を追い、日本の設計者との発想の差異を推定している。その際、プライベートレーベルという特徴を強調しながら、SPA業態を定義し、杭派女装をもまたSPA企業であることから、両者の差異を理解しようとしている。「R」社の設計総監は、ブランドの創設以来、15年にわたって設計主務者を担当しており、ブランドの第1次設計とそれを消費者の購買に結びつけ、シーズンごとの在庫管理から利益責任まで経営トップと共有ということヒアリング調査を通じて確認している。逆に日本のアパレル企業では、こういった「設計主務者」の存在を必要としないまま、MD主導型で展開してきたという意味では、中国杭州のアパレルSPAのほうが、ファッションにおいて設計方法の体系的特色を備えている企業が排出している、という知見を得ている。

第3章では、杭派女装の50ブランドが、中国全土にどのように店舗展開をしているか把握し、その設計方針を推定しようとしている。中国国内の主要都市を格付け機関の格付けを参考に、1・2級は全都市、3級は華東地区、4級は最南北の都市を抽出している。各都市について、人口、GDP、気温、北京からの距離、グレード別ショッピングセンター数などを収集する一方、50ブランドを各主力商品の訴求対象年齢層から3分類し、そのうえで、各都市における出店数をカウントしている。これらのデータから変数間の関係を多変量分析で推定した結果、出店と都市格付けの間には、密接な関係があることを示している。各ブランドはほぼ全国展開をしており、特定の地域や都市のために設計はしないという点で共通点があることを明らかにし、同じコンセプトから導かれた選択対象商品群から売り場の商品を選ぶという市場の同質性と解釈している。一方、ブランドは相互にバッティングしないように差別性を強調するから、同一市場において異質な志向が存在しうることを論じている。50のブランドは外国ブランドに対しては中国志向という共通項があるが、互いに独立していることを明らかにしている。各ブランドが持つ選択対象としての「商品群」は多様であり、異質な商品の組合せが成り立つことを論じ、こうした同一性と異質性が認められるゆえに、多数のブランドが、短期間に、広大な14億人市場を、自ブランドの店舗で埋め尽くすことが可能であったと結論付けている。

第4章では補論として、中国ファッション衣料事業者と株価についてのデータ分析結果を示し、第5章では感性工学との関連および今後の中国ファッション衣料の課題を含め論文の結論を述べている。

以上のように本論文は中国杭派女性ファッション衣料（杭派女装）の事業展開と市場に関し、多くの知見を示しているとともに、ファッション事業の特徴を科学的に解明する新規手法を提案・実施し、有用性を示しており、高い学術的な意義を有している。

以上の点から審査委員全員一致で学位論文に値するものと判断した。

公 表 主 要 論 文 名

1. 李 宏偉, 菅原 正博, 中国アパレル SPA 企業における設計主務者の意思決定プロセスに関する一考察, 日本感性工学会論文誌第 15 卷 (4 号), 545 頁～551 頁 (2016 年 8 月公開)
2. 李 宏偉, 高寺 政行, 森川 英明, 大谷 毅, 杭派女装 (浙江婦人服) における多店舗展開と市場の感性 - 中国ファッション衣料市場への仮説 -, 日本感性工学会論文誌第 18 卷 (4 号), 343 頁～352 頁 (2019 年 8 月公開)
3. 李 宏偉, 高寺 政行, 大谷 毅, 杭派女装 (中国・浙江婦人服) の成立経過と国際化の可能性, 日本感性工学会論文誌第 18 卷 (4 号) 353 頁～364 頁 (2019 年 8 月公開)

2. 著書名 (全員) ○○○○○○○ (題名)
○○○学雑誌第○巻 (○号) (20○○年○月発行に掲載予定)