

2018 年度 大学院 経済学研究科 修士論文サマリー

目次

経済学専攻

フィンテックの規制と発展について	応 姿	53
中国対日 M&A が企業業績へ与える影響について	徐 澤暉	54
Does Offshoring Alleviate the Shortage of Manpower or Take Jobs Away from Japan?	Wang Ying	55
The Impact of Urban and Rural Basic Medical Insurance on the Medical Behavior of Urban Residents	Liu Xiaoyan	56
スマホゲームの依存性と課金行動の行動経済学的な要因分析	関 嘉煒	57
敵対的買収防衛策廃止企業の要因分析	浦川 弘亨	58
中国の国産自動車企業と政府に関するメカニズム	劉 園園	59
中国における交通インフラと経済活動の集散	師 安格	60
介護と仕事の両立実態と支援制度へのニーズの実証分析	雷 旖旎	61
対外援助が中国対外直接投資に与える影響	劉 典典	62
中国先物市場におけるディスポジション効果についての実証研究	王 曉驪	63
ネット通販価格、販売数と店舗評価の関係 (Taobao においての実証研究)	張 路	64
ボラティリティに対するイベントスタディ： 東日本大震災と四川地震を例に挙げて	陳 嘉臻	65
Does Prospect Theory Can Explain the Competitive Sports? Bias in the Basketball Free Throw	Wu Ding	66
中国における地域間格差が教育水準に及ぼす影響に関する研究	王 崢文	67

経営学専攻

消費者の自己観がセルフギフト行動への影響について — 中国大学生を対象に —	劉 晟	68
中国第三者モバイル決済業界における Wechatpay の競争戦略	馬 杏菲	69
中国民营企业の変革と海外進出に関する研究 — 海底撈火鍋を対象とする事例研究 —	趙 奕	70
企業結合による「のれん」の減損会計処理と事例分析	秦 藝嘉	71
社会的排除がブランド態度に与える影響 — 消費者の文化的自己観の調整効果について —	傅 天	72
台湾光学レンズメーカーの競争戦略 — 大立光電を事例に —	周 采薇	73

固定資産の減損に係る会計基準の適用における 利益マネジメントに関する実証研究 —日本企業を中心として—	邵 麗雯……………74
組織ルーチンの変化メカニズムへの外国人参入の効果 —職場における中国人材活用の視点から—	殷 鈺晗……………75
中国市場における原産国効果とブランド効果に関する研究	周 敏……………76
宿泊業における原価計算の実態分析	李 筱……………77
商品開発方法の違いによる消費者の認知の違いに関する考察	陳 開心……………78

(掲載は学生番号順)

フィンテックの規制と発展について

応 姿

金融技術、IT等の発展により、決済方式がキャッシュレス化している。これにより決済の安全性と効率性も前より強く求められている。日本でフィンテックという言葉が注目されるようになってから、もう3年ほど経つ。当初は一時的なブームにすぎないといわれていたが、最近ではフィンテックを金融変革の起爆剤と受け止める人が増えている。ベンチャー企業にとどまらず、大手金融機関もフィンテック対応の新たな組織を立ち上げ、実証実験プロジェクトに取り組み始めている。慎重で保守的とみられがちだった金融業界に、大きな潮目の変化が訪れているようにも感じられる。

近年、フィンテックサービス、仮想通貨やブロックチェーンが使われるようになってきている。仮想通貨は物理的な通貨を発行、保管、輸送、保護する必要がないため、コストを抑制できる。仮想通貨の技術基盤であるブロックチェーンは分散型の情報処理であり、従来の中央管理型システムより高いセキュリティを確保できる、リアルタイム決済が可能になる、低コストが実現できるなどのメリットがある。安価で簡便な決済システムの開発・普及により、決済手数料の負担感が低減できる。また、最近では電子メールアドレスとインターネットを使った新しい決済サービスも脚光を浴びている。

しかし、新技術のメリットとリスクも重視しなければいけない。

本研究は新技術のリスクをコントロールするための法律、規制とその影響についてのまとめと分析を行う。それぞれのリスクを適切に管理するためには、異なる種類のリスクを一つの事業体に混ぜ込むのは好ましくないという経験的な教訓があり、現状ではリスクの種類や性質に応じて業態を分けて、それぞれ異なる事業体を取り扱うようにする法制を採用している。

このことを踏まえて、日本国内外、グローバル組織の動きによるフィンテックの法律、規制の重要性を明らかにした。また、本人確認という手続きはフィンテックサービスの匿名性という特徴と相容れないところがあるが、そのコスト負担について別の視点から検討を行った。今後の展望として、企業においては、データ連携及びフィンテックサービスの外部調達を通じたバックオフィス業務の自動化・効率化が、個人・事業者においてはより便利な条件で商取引サービスを実行することを可能とすることが期待されている。

現時点において、各国はそれぞれの法律と規制の実行と準備を行っている、各国国内の交換業者であれば、トラブル発生時に対応する体制が整えられているが、海外業者に対する法律や規制は、まだ不完全な状況にある。今後はその点に関する規制の動向に注目していきたい。

中国対日 M&A が企業業績へ与える影響について

徐 澤 暉

2000年代半ばより中国企業の日本企業に対する M&A が急増した。しかし、既存の対日 M&A の多くは、先進諸国の対日 M&A に関する研究が主であり、近年急増している中国企業の対日 M&A に関する研究はまだ少ない。先進諸国と比べると中国企業の国際化経営の歴史は短く、対外 M&A の経験も少なく、先進諸国と比べ彼らの M&A は異種の物である可能性がある。このような背景のもと、中国企業の対日 M&A はどのような特徴を持つのか、また、当事者企業のパフォーマンスにどのような影響を与えたのかについて分析する必要がある。

そのため本稿では、中国企業の対日 M&A が急増した 2006 年から 2016 年の期間で、中国企業の対日 M&A に関する企業の株価及び財務諸表のデータを用い実証研究を行い、(1) 中国企業はどんな企業を買収対象とするのか？ (2) 買収後、企業両方のパフォーマンスの変化はどうなるのか？この二点に焦点を絞って定量的に検証を行う。

分析手法については、被買収企業はどのような特徴が持っているのかをプロビット・モデルにより推計し、M&A 後の企業パフォーマンスの変化に関する分析はイベントスタディの手法及び Difference in Differences の手法を用いて分析を行う。

得られた主な結果は以下の通りである。(1) 中国企業は ROA 比率が低い日本企業を買収対象に選ぶ傾向があった。また、中国企業にとって、被買収対象を選ぶ際に、被買収企業の経営状態より、技術力やノウハウを重視する傾向があった。(2) 対日 M&A が買収企業の株価へ与える効果については、中国企業の対日 M&A は、買収企業の株主価値を短期的に増大させたことを示している。このことは、中国企業の対日 M&A は投資者から期待されていると言える。(3) M&A 後、企業両方のパフォーマンスへ与える影響については、被買収企業において、ROA と純利益の改善が見られた。それに対して、買収企業において、ROA と純利益の改善が見られなかった。ROA と純利益の改善が見られるのは、M&A 後、被買収企業は買収企業から経営規律の回復や赤字の解消などの支援を受けたことが考えられる。

Does Offshoring Alleviate the Shortage of Manpower or Take Jobs Away from Japan?

Wang Ying

This paper studies the employment effect of material and service offshoring on both the share and the number of laborers of classified occupations for Japanese industries in the three major sectors of the economy. With a more extensive classification of occupations other than skilled or unskilled, I conduct an empirical analysis of both employment share and employment level (number of laborers) of six categories of occupations for the period 1980-2010, by using the Japan Industrial Productivity Database 2015 (JIP Database 2015).

The result shows that in manufacturing sector, material offshoring has a positive effect on both share and level of occupations associated with intelligence and creativity, and a negative effect on the share of occupations associated with manually easy repetitive tasks, while does not show a negative effect on the number of laborers of those occupations. On the other hand, service offshoring shows negative effects on sales and service workers. As a whole, however, both material and service offshoring does not reduce the total employment (total number of laborers) in the Japanese manufacturing sector. In service sector, both material and service offshoring have significantly positive effects for almost all occupations and total employment, which suggests that offshoring does not take jobs away but creates more opportunities for the domestic laborers in the Japanese service sector.

Another contribution of this paper is that, the industries that are affected the most by offshoring, as well as the occupations in those specific industries that benefit or suffer the most from offshoring can also be found out, by grouping the industries with Trade Specialization Index. Those are industries that need both high skilled and low skilled laborers, such as organic chemicals industry and electronics and computer equipment industry. The occupations benefit the most from offshoring in those industries are relatively high skill occupations such as professionals and technical workers and managers and officials, and the occupation suffers the most is relatively low skill occupation such as production workers.

The fact that offshoring increases the share of high skilled workers while decreases the share of production workers suggests Japan could concentrate more on intelligence and creativity related occupations, by saving the costs and time on manual and repeated jobs.

The Impact of Urban and Rural Basic Medical Insurance on the Medical Behavior of Urban Residents

Liu Xiaoyan

In China, the system of household registration decides which basic resident insurance people enroll. A separated rural and urban healthcare insurance system deepens the gaps in the utilization of healthcare between two healthcare insurance holders. Coinsurance rate was 10% higher and service coverage was smaller for New Rural Cooperative Medical Insurance (NRCMI) than those for Urban Residents Basic Medical Insurance (URBMI). To narrow this gap, the integrated medical insurance which isn't associated with the household registration system has been piloted in some provinces and cities since 2009.

In this study, we use 2011 and 2013 CHARLS data, and two-part model to analyze the differences in the utilization and expenditure of urban residents' healthcare between URBMI and NRCMI in two dimensions: outpatient and inpatient. Then we will predict the effect on the healthcare use of urban and rural integrated insurance through the comparison between URBMI and NRCMI.

For outpatient, the results of the study show that province, gender, self-reported health status, and chronic diseases were associated with the utilization and expenditure on outpatient services. Type of insurance doesn't make significant effect in both parts.

For inpatient, the results of the study show that age, education, self-reported health status, and chronic diseases were also related to the utilization and expenditure of inpatient service. The coefficient 'Insurance' wasn't significant in the first part, but significantly positive in the second part, it meant that compared with NRCMI, URBMI didn't significantly affect urban residents' healthcare utilization but increased the total expenditure of hospitalization.

Above all, we can know that differences in coinsurance rates and benefit packages of insurance may result in inequalities in the utilization and expenditure of healthcare. According to the policy, integrated insurance has lower coinsurance rates and more benefit packages than NRCMI and URBMI. So we can expect that the integrated insurance can reduce the personal burden to increase the demands of healthcare and rise total expenditure.

スマホゲームの依存性と課金行動の行動経済学的な要因分析

関 嘉 煒

スマホゲームの普及に伴い、多様な社会問題を生み出した。2017年 PIO-NET に寄せられたスマートフォンやパソコン等を使ってインターネットを介してオンラインゲームに関する相談件数は 4077 件であり、課金行動に関するトラブルは多いである。スマホゲームには喫煙、ギャンブル、アルコールと同様の依存性があり、スマホゲーム刺激がもたらす反応の結果、脳が破壊され、萎縮していくことを明らかにしている。しかし、スマホゲーム依存症の定義や判定基準はいまだに判明されていない。

本研究では、これらの標準的な行動経済学研究を踏まえつつ、中毒や依存症などに関する神経心理学的な研究や判断基準も参考にしながら、スマホゲーム依存症のメカニズムを明らかにする。20代や学生を中心にアンケート調査を実施し、プロビット分析と OLS 分析を行い、スマホゲーム行動や課金行動に影響を与える要因を調べて、スマホゲーム利用者と非スマホゲーム利用者や課金利用者と非課金利用者の違いを判明した。また、ネットワーク効果が課金行動に与える影響を検証した。

実証分析の結果は、男性がスマホゲームする確率は女性より高いことが判明した。幸福度の低い人がスマホゲームに依存しやすいことがわかった。可処分小遣いが課金行動や課金金額に与える影響は少ないという分析結果がある。喫煙習慣のある人は課金する確率が大きく、課金行動には自己制御能力とは関係があると推測する。飲酒習慣がある人のほうが長くスマホゲームを利用するが、スマホゲームにかかる時間や金銭がより少ないことわかった。本研究では、ネットワーク効果が課金行動に与える影響は少ない可能性があると考えられる。また、相談相手がいる人のほうはよりスマホゲーム行動をとる確率が低く、スマホゲームに依存しにくい傾向が見える。

敵対的買収防衛策廃止企業の要因分析

浦川 弘 亨

日本において敵対的買収防衛策は2005年から2008年にかけて急増したが、近年新規導入は見られず減少の一途を辿っている。その様な現状に反し、日本において防衛策の廃止に焦点を当てた先行研究は未だほとんど存在しない。そこで本稿では廃止企業が増えている現状に即すように買収防衛策の廃止決定要因に焦点を当てた分析を行う。特に、先行研究で行われてきた買収防衛策の導入要因分析と本研究結果を照らし合わせることにより、導入目的の仮説として有力な『経営者保身仮説』の検証を主眼として行う。経営者保身仮説とは経営者が買収による自身の地位剥奪をおそれ防衛策を導入するという仮説であり、未だ先行研究において明確な検証結果が得られていない。

本稿では2012年から2017年にかけて敵対的買収防衛策の廃止を行った企業を対象に、廃止決定の要因分析を行った。分析にあたっては主に財務データを利用し、各変数に対し①先行研究の結果と整合するか②理論上の仮説を支持するか③経営者保身仮説を支持するか、の3つの視点から仮説設定を行った。

分析において買収防衛策の廃止企業と継続企業を比較する形でロジット回帰モデルを使用した。オッズ比は廃止企業を1、継続企業を0として計算している。単年度の分析では時価総額のみが正に有意となったが、サンプルサイズが少なく頑強な結果とはいえない。2年度の分析ではPBR及び時価総額が正に有意となり、さらに一部において退職給付が負に有意となった。全年度の分析においてはPBR及び時価総額が正に有意となった。また、トービットモデルによる分析も行った。ここでは2012年を基準に廃止するまで要した年数を被説明変数とした（なお、ロジットとは符号が逆に表れる）。結果、PBR及び時価総額が負に有意に、ROEと退職給付が正に有意となった。

以上の分析から、PBR及び時価総額の高い企業において防衛策の廃止の決定を行う傾向にあることが明らかとなった。どちらも株価の影響を直接受けるものであり、企業が買収防衛策の廃止をする際に株価を大きく考慮することが示唆された。また、PBRの高い企業が廃止をする傾向にあることは経営者保身仮説を支持するものであり、買収防衛策が企業価値最大化のためではなく自己保身のために用いられている側面があることがうかがえた。しかし、全ての変数が経営者保身仮説を支持する結果とはなっておらず経営者保身仮説を明確に支持するまでには至らなかった。

中国の国産自動車企業と政府に関するメカニズム

劉 園 園

80年代後半、中国は国内市場の一部分を開放し、技術進歩と管理レベルの向上のため、「市場で技術を交換する」という市場戦略を提出した。中国の自動車産業は生産量と販売量が世界第二位になっているにもかかわらず、ブランド効果でも、技術水準でも、外資系企業に後れをとっている。なぜ国の市場戦略は国産自動車産業に適用されてこなかったか。国産自動車企業の特徴は何か。以上の問題について解き明かすことを本研究の目的とする。

中国の国産自動車産業の現状を説明するために、本研究は Shleifer and Vishny (1994) のモデルの上に、中国民族系自動車メーカー大手である国有企業チェリーと民営企業ジーリーの特徴と違いを取り上げ、理論研究を続ける。

すべての企業は the separate theory in two rights (コントロールライトとキャッシュフローライトで表す) を満足することを仮定する。 α は企業のキャッシュフロー管理者の割合であり、 $1 - \alpha$ は企業のキャッシュフロー財務省の割合である。参加者は財務省、政治家、企業の管理者 (個人側 or 公共側)。チェリーの前期は商業化された国有企業であり、後期は一般的な国有企業である。ジーリーは一般的な民営企業である。

前期のチェリー、商業化された国有企業と一般的な民営企業ジーリーは効率性が高いので、管理者は企業の利潤最大化を目的とする。後期のチェリーは一般的な国有企業は前期より政府の介入が多く、管理者は企業の利潤最大化という目的が離れ、政治目標の達成の目的に変わった。

政治家の目的は企業の利潤最大化ではなくて、自分の政治目標の達成である。これもチェリーの現状、利潤が下がっている原因であり、ジーリーの勃興した理由である。

私人側がコントロールライトを持っている場合で政治家は管理者に過剰労働者を雇われ、非効率な判断をすることを説得するためのコストが公共側がコントロールライトを持っている場合より高くなる。政府介入が民営企業で可能であれば、より高いコストをかからなければいけないので、一般的に政府は民営企業に介入しない。政府がコントロールライトを放棄する場合はコントロールライトを持っている場合より効率的である。

企業のコントロールライトが管理者に所有しているとき、キャッシュフローライトの配分が解に影響を受けないを注意すべきことである。この結果は、コントロールライトの譲渡が最も重要なことであることを示唆した。

中国の自動車産業は国有企業、民営企業、外資企業 (合併企業含む) 分けられ、大手自動車企業はほとんど国有企業である。国有企業は補助金制度に過度に依存し、自主研究開発能力にはマイナスの影響をもたらした。民営メーカーは安定的な低価格製品を製造し続けるため、コストを削減する。一時的価格優位を見せたが、外資系企業の製品・技術にわたる競争による、既存のメイン市場への浸透は難しい。

国産自動車企業は効率的な企業になるため、政府の介入をできるだけ小さくしなければならない。民営自動車企業は公平な市場で競争をできるため、中国の自動車産業政策は国有企業に保護の戦略を変わなければならない。

中国における交通インフラと経済活動の集散

師 安 格

中国高速鉄道は人々の生活と働き方に重大な変化をもたらし、沿道地域の経済発展を促進し、中国は「高速鉄道社会」に入った。今までの多くの研究によると、交通インフラ整備が発展すれば、地域での経済活動が発展するとされている。しかし、中国での現状から見ると、このことは一概には言えない。地域の視点で見ると、ある地域での交通インフラ整備が改善すれば、労働者、資本、企業などの経済活動の資源が豊富な地域は、これらをさらに大幅に吸収し、この地域は市場競争でより有利になる。一方で、低開発地域では、急速な交通発展によって、経済活動の資源は、より発達した地域に移動する。したがって、国の全体の視点からは、一人当たりの GDP は逐年の上昇をしているが、一方で、中国の地域間の経済格差は、より深刻な社会問題となっている。

本論文は、「新しい経済地理モデル」を理論基礎として、急速な交通インフラ整備の改善が、省間の人口移動や経済活動の集散にどんな影響を与えているか、その影響は加速させられているか否かを実証分析で検討するものである。

本論文の実証分析では、中国の 2000 から 2015 年について、5 年ごとに、合計 230 の市レベルのデータを用いる。人口数の成長率、GDP の成長率、二次産業アウトプットの成長率、不動産と金融業界従業員数の成長率を被説明変数、交通インフラ整備のダミー変数単独とこれと、地域の経済特性の交差項を説明変数とした固定効果モデルで分析した。交通インフラの改善が、今までの 15 年の人口移動と経済活動の集散に及ぼす影響について、重点的に研究する。

分析の結果、交通インフラは単独で、またはほかの経済要素とともに経済活動の集散を推し進められる効果が明らかとなった。一方で、国の全体の視点から、一人当たりの GDP は逐年の上昇をしているが、中国の地域間の経済格差は、交通インフラの発展によって、より深刻な社会問題となっていることも重視しなければならない。

分析結果に基づき考えると、中国全体の産業配置をどのような形にしていくのか、それを実現する交通インフラ整備はどのようなものかを、今後考えることは重要となる。

介護と仕事の両立実態と支援制度へのニーズの実証分析

雷 旖 旋

本稿では、慶應義塾大学パネルデータ設計・解析センターが実施している「日本家計パネル調査 (JHPS)」の個票データを用い、25歳から59歳までの就業者を対象に、仕事と介護を両立させる支援制度が翌年の就業継続に与える影響について分析した。分析では、翌年の離職状況と翌年の就業継続状況に対して、ロジットモデルを用いて推定を行った。

分析の結果は以下のとおりである。

第一に、介護離職について、先行研究では考慮されていない、在宅介護者の様々な個人属性も新たに加えて分析を行った。その結果、在宅介護は離職を促進することが確かめられた。また、介護者の年収が低い、独身である、正社員である、女性である、配偶者が就業しているほど、自分の離職率が高まることが確認できた。一方、要介護度の違い、学歴、健康状態がもたらす影響は見られなかった。第二に、就業継続について、学歴が高いほど有意に就業継続が低くなること、賃金（時給）と配偶者は有意に就業確率を高めることが確認できた一方で、在宅介護有や要介護度、自身の健康状況有意になっていなかった。また、今回注目した七つの両立支援制度のうち、半日・時間単位休暇制度と長期リフレッシュ休暇制度に要介護者の有無に関わらず、翌年の就業継続率を高める効果が見られた。しかし、在宅介護者有の就業者に対する顕著な結果は観察されず、両立支援制度が在宅介護者に特に有効に機能しているとは言えなかった。

本研究から、在宅介護者の就業継続の規定要因について、現在の企業の両立支援制度が有効ではない可能性があることが示唆される。この結果を踏まえ、在宅介護をしている就業者に対して、制度導入後の運用や利用環境を重視すべきだと考えられる。そして、先行研究でその有効性が期待されている短時間勤務や在宅勤務については、予想される結果が得られなかった。職種の制限で制度の利用が難しい、もしくは長時間労働が避けられないなどの現状が制度利用の妨げとなっていることが考えられる。もしそうであれば、在宅サービスの時間延長などが就業継続に有効と考えられる。

本稿に不足している点としては、支援制度変数に内生性が生じる可能性があること、介護に関する変数の作成にあたって配慮しきれていない点があることである。今後の課題としては、(1) 内生性の検討 (2) 介護休暇制度を利用する際の障害の検討 (3) 要介護者状態の指標の充実などが挙げられる。

対外援助が中国対外直接投資に与える影響

劉 典 典

本研究では、2008年から2014年の中国対外直接投資のフローデータを利用して、中国の対外援助などの要因が中国からの対外直接投資に及ぼす影響について実証分析を行った。

はじめに、Buckley Peter J., et al. (2007) や木村・戸堂 (2010) の研究を参考として、重力モデルを使って、中国の対外直接投資の決定要因を明らかにした。次に、Dong and Fan (2017) の研究を参考にして、対外援助の対象地域をアジア・太平洋地域、ラテン・アメリカ、アフリカに分け、中国の対外援助が対外直接投資に及ぼす影響を明らかにした。

Buckley, J. et al. (2007) に従って、市場規模 (GDP)、資源賦存量 (鉱石、金属と燃料の輸出/GDP のシェア)、一人当たりの所得 (PGDP)、被投資国開放程度 (被投資国の直接投資流入額)、地理的距離 (北京から被投資国の首都までの距離) が中国対外直接投資に与える影響について検討した。また、木村・戸堂 (2010) の研究に基づいて、中国対外援助 (中国による被投資国への社会基礎設備と経済基礎設備に対する対外援助) を説明変数として追加し、分析を行った。分析によって以下の結果が得られた。

中国対外直接投資の要因として全世界に対しては資源と市場の獲得が重要であること、そして、一人当たりの所得、被投資国の開放度は中国対外直接投資にプラスの影響を及ぼし、地理的距離は中国対外直接投資に対して負の影響を与えることがわかった。アジア地域に対しては、被投資国の開放度や一人当たり所得が中国からの直接投資にプラスの影響を及ぼし、アフリカ地域に対しては、資源や市場の規模が中国の直接投資を促すことがわかった。また、対外援助は、アジアへの中国直接投資を促進しているが、アフリカ地域に対しては中国直接投資を押し出しているという結果が得られた。

中国先物市場におけるディスポジション効果についての実証研究

王 驍 驪

投資家は、利益を早期に確定し、損失を実現することを避けるため長く保持する傾向があるという現象はディスポジション効果（気質効果、disposition effect）と呼ばれる。本研究では、市場価格が激しく変動している裏側には人々の非理性が作用しているかどうかと考え、ディスポジション効果をツールとして投資家の心理的バイアスが非合理的な取引への影響を分析する。中国にある先物取引会社から前年度匿名個人取引歴史記録のデータを用いて、ディスポジション効果を計算した上で、3つの検証結果を示した。第一、投資家の投資年数の増加は自身のディスポジション効果を一定程度に抑制できると考えられる。第二、Odean（1998）の研究結果と異なり、高い投資頻度の投資家は逆にディスポジション効果を弱く表れる。第三、中国先物市場にいる女性投資家には男性より大きいディスポジション効果を持っている。

ネット通販価格、販売数と店舗評価の関係 (Taobao においての実証研究)

張 路

ネット通販では、通常の対面販売と異なり、現物を見ずに取引をするため、買い手が必要な情報を得られないことが多く、売り手と買い手の間の情報の非対称性が非常に大きな問題となってくる。こうした情報の非対称の問題を緩和し、取引の円滑化に寄与すると期待されているのが、売り手に対する買い手の信用評価システムである。信用評価システムにおいては、通常、売り手の信用値が高ければ高いほど、顧客からの注文が増加し、売り上げ数や価格設定に影響を与えることになる。そのため、店舗側は信用点数を高めるようサービスを改善するインセンティブを持つ。また、顧客をだますなどの機会主義的な行動に出してしまうと、店の評判が落ち、それがネットを通じて潜在的な全顧客に伝わってしまう可能性があるため、そうした行動を自己抑止する機能も働く。

しかし、評価作成時に不正がまかり通ってしまうと、こうしたシステムは破綻する。事実、中国の代表的な通販サイトである Taobao では、これまで信用情報を作成する際に多くの偽造があったことが知られている。具体的には、高い評価を店舗に意図的に与えるために、店舗側が商品の入っていない空箱の郵便物を消費者のフリをした協力者に送り、偽の取引を作り出した上で、店舗評価を行う、いわゆる「空箱取引」などが見られた。こうした空箱取引は、実際の取引がなければ、店舗に評価を与えられないという Taobao の仕組みに基づいている。こうした状況に対し、中国政府は 2015 年から様々な不正評価の件数を減らす政策を打ち出し、消費者保護を目指している。

そこで、本研究では、中国政府が導入した規制が消費者保護の観点から効果を発揮しているかを検証することを目的とする。政策の効果を直接的に検証することはデータの制約上困難なため、信用評価が財の価格や販売数にどのような影響を与えているのか、そしてその影響が規制前後でどのように変化しているのかを 2018 年 7 月、8 月と 9 月の Taobao 店舗のデータを用いて統計的に分析し、2015 年以前の先行研究の結果と比較する。

モデルは以下となる。

$$(式 1) \quad \ln Price = \beta_0 + \beta_1 \ln Repu_score + \beta_2 Detail_IaD + \beta_3 \ln Num_pos + \varepsilon$$

ここで、 $Repu_score$ は売り手の信用点数、 $Detail_IaD$ はイメージと実物が一致するかどうかの点数、 $\ln Num_pos$ は好評の数である。

$$(式 2) \quad \ln Sales = \beta_0 + \beta_1 \ln Repu_score + \beta_2 Detail_IaD + \beta_3 \ln Num_pos + \ln Price + \varepsilon$$

ここで、 $Repu_score$ は売り手の信用点数、 $Detail_IaD$ はイメージと実物が一致するかどうかの点数、 $\ln Num_pos$ は好評の数、 $PRICE$ は価格。

検証の結果、規制前の信用不正が多く見られた時期には販売数と信用点数や価格などが統計的に無関係であったのに対し、規制後はそれらが有意となった。信用点数、好評数と価格の関係でも幾つか同様の結果が得られた。以上から、規制の効果はあったと考えられる。

ボラティリティに対するイベントスタディ： 東日本大震災と四川地震を例に挙げて

陳 嘉 臻

ボラティリティは証券価格の収益率の標準偏差もしくは分散で定義され、投資のリスクを表すものである。これまで、ボラティリティは市場で取引されていないため、直接に観測することが出来なかった。しかし、近年、高頻度データを用いたボラティリティの推定値が数多く提案されており、証券取引所や研究機関でデータとして公表されていることから、この指標に注目が集まっていることがわかる。その推定量のうち、代表的な推定量としてRV (Realized Volatility) があげられる。

本研究はあるイベントが生じた際に、ボラティリティに影響を与えたかを検証することを目的とする。

任意のイベントの影響を分析する手法は数多く存在するが、それらのうち、イベント・スタディと呼ばれる分析手法に着目する。この検定は、株価データのみでイベントの影響の有無を検証できるので、有用である。しかし、この分析手法では、イベントが、株価の収益率に影響を与えているのか否かの検証を行っているが、ボラティリティに影響を与えているか否かの検証は行われていない。

手順としては、高頻度データから算出されたボラティリティのデータを使用し、ボラティリティだけのモデルを用いると、従来の収益率のモデルと同様に、1変数のモデルあることから、同じ検定統計量を使うことができる。ここで、ボラティリティだけのモデルとして用いられるのは、AR モデル、HAR モデルとAHAR モデルである。AR モデルはボラティリティの時間を通じて変動し自己相関しているという性質を捉えることが出来る。HAR モデルは時間単位の異なるボラティリティを組み合わせた単純なモデルで、長期記憶性を再現できる。AHAR モデルは、その上で、非対称性という性質を捉えることができる。これらのモデルを用いて、イベントが発生されない場合で、ボラティリティの予測値を算出して、イベントがボラティリティに影響を与えたか否か、ボラティリティの予測値がどの程度変化するかを検証する。ここで、使用されるデータとしたのは、Oxford 大学の「Oxford-Man Institute's realized library's version 0.3」(以下 OMI <https://realized.oxford-man.ox.ac.uk>) で公開されているものである。最後に、イベント・スタディの検定手法はいくつか存在するが、本稿では、最も基本となるt分布を用いた検定手法をボラティリティへ適用する。

本稿では、イベント・スタディの手法を用いて、高頻度データから算出されたボラティリティの推定量RVをボラティリティのデータとして利用し、2008年中国四川省大地震と2011年東日本大震災という二つの大規模災害事が発生された時に、ボラティリティが変化したか検証した。これらの災害事をイベントとした選択する理由としては、地震が予測不可能の自然災害であるため、事前に情報が漏れる可能性がない。そして、もう一つの理由は、中国四川省大地震の規模としては、マグニチュード (MW) 7.9 と発表され、余震は長期間続き、5月22日までに782回観測されている。一方、東日本大震災では、地震の規模に関しては、マグニチュード (Mw) 9.0 で、日本の観測史上最大規模と言われた。被害規模としては、両方とも相当大きな地震である。

分析の結果から、東日本大震災がボラティリティに大きな影響を与えられた、それに対して、四川省大地震がボラティリティに影響を与えられないという結果が確認できた。大規模災害が発生される時、必ずしもボラティリティに影響を与えるわけではないという結果が得られた。

Does Prospect Theory Can Explain the Competitive Sports? Bias in the Basketball Free Throw

Wu Ding

Background

The professional golfer – including Tiger Woods – shows evidence of loss aversion (Devin G. Pope and Maurice E. Schweitzer 2011). Almost none of studies discussed decision bias in the condition that player's behavior can be influenced by an opponent's behavior and has a binary value outcome: win and lose. In this study I discuss how decision bias influenced the player's free throw behavior in one of the most professional competitive sports leagues – NBA.

Theoretical Model and Empirical Analyses

I examine field evidence of certainty effect and loss aversion, a fundamental bias and a key component of Prospect Theory (Kahneman and Tversky 1979).

First, I develop a model based on Pope and Schweitzer's golf model and including the probability weighting function. There are two parts in my model. In the first part, I create a function about the accuracy of free throw and difference in score. In the second part, I create a function about the difference in score and the value of it. According to the model, I made 4 predictions about player's free throw behavior.

Then, I collect the data of free throws attempted in NBA season 2017 – 2018 and players' free throw accuracy in NBA season 2016 – 2017 from the official NBA stat website. I compare the probability of making free throws with difference in scores relative to zero that are otherwise similar (with controlling of player fixed effect, home or visit, etc.).

Results

In contrast to the outcome of golf research, I find probability of making free throw has some different patterns to that in making a putt. The findings are:

- 1) Probability of making free throw grows when absolute value of difference in score grows.
- 2) With a same absolute value of difference in score, free throws attempted later will have a higher accuracy than those attempted earlier.
- 3) With a same absolute value of difference in score, free throw attempted in the negative part (losing in the game) has a higher accuracy than those attempted in the positive part (leading in the game).

The findings consist with the predictions made by my new model. This demonstrates that certainty effect and loss aversion still influenced the professional basketball players' free throw behavior.

中国における地域間格差が教育水準に及ぼす影響に関する研究

王 崢 文

研究背景

現在中国では、経済成長に伴う地域間格差の拡大が社会的な問題となっている。社会が持続可能な経済成長と格差是正を実現するために、教育の役割を考えることが重要である。しかしながら中国における教育の不平等の問題は深刻であり、特に地域間の教育格差が顕著である。地域間教育格差が引き起こされる原因は様々である。これまでの研究は両親の収入の影響を調べたものが多い。しかし私は大都市との距離も重要であると考えようになった。成長と格差是正を両立するための国と地域の教育政策を議論するためには、地域間距離が教育に与える影響に着目して研究することが必要だと考える。

問題意識

人の教育を受ける程度は、その両親の収入水準に依存する。両親の収入が高いと、子供に教育投資が多くなる。これに対して私は、出身地と都市部との距離が、進学することに対して、障害の一つとなり得ると考える。科学技術の発展と産業構造の高度化に伴い、社会における教育の要求も高まると同時に、教育水準が高い人材が大都市圏へ集中する傾向がある。なぜなら、大都市では、産業構造が高度な産業が集積し、その結果収入が高く、就業機会も多い。また、中国では、大都市の教育資源が多いので、大都市の出身者は、非大都市の出身者よりも、良い教育を受ける機会に恵まれている。そのために、大都市から離れた地域では、子世代に教育投資をしても、彼らは教育機会と就業機会をもとめて長距離移動することになるだろう。したがって、そうした地域では、親世代は子世代にはじめから教育投資しないかもしれない。そうだとすれば、ますます地域間格差を拡大する可能性がある。本論はデータ分析を通じて、中国における地域間教育格差の要因を検討した。

研究方法

本稿では中国国家统计局都市社会経済調査司が発表する『中国城市統計年鑑』の北京周り9省の市レベル（全部で92市）の2000から2015まで、5年おきのデータを使い、回帰分析を行った。

研究結果

分析結果によると、中国では、その地域の収入と金融産業の充実度は大学進学率に正の影響を与える。大都市までの距離と第二次産業の充実度は大学進学率に負の影響を与える。

大都市圏から離れた地域では、大学進学率が低い。特に子世代が省都に行くから、地元の大学進学率が低いと考えられる。第二次産業が高度化すれば、大学進学率が低い。北京から離れた地域で、かつ金融産業が高度化すれば、大学進学率が高い。しかし、省都の金融産業が高度化すれば、大学進学率が低くなる傾向がある。

消費者の自己観がセルフギフト行動への影響について

— 中国大学生を対象に —

劉 晟

1. 研究背景と目的

セルフギフト行動は消費者購買行動の一種で、1990年から研究されてきた。セルフギフト行動は消費者の自己観に左右されることは研究の最初期から示唆され (Mick & DeMoss, 1990)、その後の研究中でも実証された。しかし、東アジア文化圏での研究はほぼなかった。よって、本研究の目的の一つとして、東アジア文化圏の消費者にもセルフギフト行動が存在しているかどうかを調査することであった。従来の研究では、消費者の自己観を二つのグループ (相互独立自己観および相互協調自己観) に分けて、グループ間で比較してきた。しかし、誰も二つの自己観を同時に持っている。Pusaksrikit & Kang (2016) はこういう分類による研究の限界を論じた。従って、本研究のもう一つの目的は、四次元自己観モデル (Yamada & Singelis, 1999) を用いて自己観が消費者のセルフギフト行動に及ぼす影響を明らかにすることであった。

2. 各章の内容

第1章では、セルフギフトの概念や研究の歴史などを紹介し、先行研究の中で残された問題点をまとめ、研究の目的を説明した。

第2章では、自己観の概念と四次元自己観モデル (Yamada & Singelis, 1999) を紹介した。

第3章では、自己観とセルフギフト行動の関係から論じて、先行研究を踏まえて、仮説を立てた。

第4章では、調査方法について説明し、集計したデータを用いて仮説が支持されるか否かを確認した後、結果とともに本研究の限界と今後の課題について述べた。

3. 結果

中国大学生の中でセルフギフト行動が存在している。自己観はセルフギフト行動への態度、主観的規範、広告への態度、選択の努力に影響を与えることも発見した。しかし、全項目で有意な差が確認されたのは高独立・高協調自己観グループと低独立・低協調自己観グループの間のみであった。

4. 本研究の限界と今後の課題

本研究の収集されたサンプル数が既存研究より遥かに少なかった。また、本研究は中国大学生を調査対象としたため、職業、収入などの要因が考慮されなかった。

今後の課題として、調査対象の範囲を広げて、職業、年齢、収入などデモグラフィック変数による影響を考慮し、同じ文化圏の国家間や異なる文化圏の国家間の比較調査が望ましい。

中国第三者モバイル決済業界における Wechatpay の競争戦略

馬 杏 菲

本研究では、中国モバイル決済市場において、2013年から2017年にかけて観察された大規模な市場シェアの変化、後発サービス Wechatpay がシェアを伸ばす一方で、先行サービスの Alipay がシェアを低下させているのはなぜかを検討する。顧客ニーズの視点から、Wechatpay 成長の原因に関する仮説を構築することが本研究の目的である。

中国モバイル決済市場は急速に拡張している。年間決済金額に基づくモバイル決済市場規模は2013年の9.6万億元（日本円で153兆円）から2017年の220.9万億元（同3533兆円）までに拡大した。その市場では Alipay と Wechatpay が主要プレーヤーで、2017年にモバイル決済市場シェアの約90%を占有している。

Alipay は、2004年に、中国最大ネットショッピングサイト淘宝を運営するアリババ・グループがスタートした決済サービスである。Wechatpay は、中国最大の SNS サービス Wechat の付加決済機能として、2013年からテンセントが提供している。2013年から2017年の間に、WechatPay の市場シェアは5.8%から38.9%までに拡大した一方、Alipay の市場シェアは60.9%から51.9%までに転落した。

本論文では、市場シェアの変動の原因を分析するため、公表資料、筆者独自のアンケート調査・インタビュー調査の結果を利用し、モバイル決済ニーズと各サービスの特徴がよりよくフィットしている事業者が顧客の支持を獲得するという仮説を構築した。中国モバイル決済市場における新たな少額決済顧客ニーズに、Wechatpay のサービス内容が適合的であったため、市場シェアが上昇したと予想する。

本論文の構成は、以下の通りである。まず、研究背景として、中国モバイル決済市場と Wechatpay ・ Alipay の関連情報を紹介する。次に、中国モバイル決済ユーザー利用現状と行動パターンの考察から、中国モバイル決済市場で少額決済ニーズが増加したことと、Wechatpay の「手軽さ優先」というサービス特徴と新たな少額決済ニーズがフィットしていることを確認する。最後に、少額モバイル決済ニーズの成長と Wechatpay 戦略の関連を検討し、Wechatpay が大規模プロモーションによって、潜在的だった少額モバイル決済ニーズを顕在化してきたプロセスを明らかにする。

しかしながら、本稿の考察だけでは解明できていない論点が、まだ残されている。たとえば、モバイル決済市場における少額決済と高額決済の境界線は将来的にも固定的なのかについては、更なる検討が必要とされる。ユーザーが「手軽な決済」の経験を積むことによって、リスクに対する警戒心が薄れ、決済金額が高額であっても Wechatpay を選択する可能性も考えられる。また、本稿ではアリババの競争行動については十分な検討が行えていない。これらの点は、今後検討していく必要がある。

中国民営企業の変革と海外進出に関する研究 —海底撈火鍋を対象とする事例研究—

趙 奕

中国では、近年民営企業の成長が著しい。そうした成長企業の中には、さらなる成長へ向けた戦略の選択肢の一つとして海外進出を選択する企業がある。しかし、海外進出は容易ではない。海外進出当初はなんらかの特性によって環境に適応できていたとしても、その後も長期的には存続できる保証はない。むしろ海外進出をきっかけとして、従来の組織構造、行為、戦略や文化などの限界に直面し、組織自体の変革が求められることもある。

本稿では、サービス業における民営企業である海底撈火鍋を対象に、本国での成長、海外進出のプロセス、そして、海外市場特に日本市場における組織変革を検証する。検証手順として、海底撈火鍋に関わる質的データを収集整理し、当社が成長してきた全体像を明らかにする。また、当社各段階に直面した困境・ボトルネックとそれを突破する手段を分析し、変革を「計画的」と「創発的」2つの次元に分けて捉え、組織変革の経緯を解明する。

関係者へのインタビューや公開データなどを総合して分析した結果、海底撈火鍋の成長と海外進出の過程において、4つの組織変革が観測された。第一次は組織構造への変革で、管理効率の上昇を実現できた。第二次は人事管理への変革で、人材育成の課題を解決できた。第三次の変革はさらなる成長するために国際市場への参入であるが、成功に至らなかった。第四次の変革は日本市場において店舗現地で発生したもので、長時間かけて持続的な変革をよって日本市場を開拓した。本国での発展においてほぼはトップが主導した「計画的な変革」である一方、海外現地の成長において主に現場が主導した「創発的な変革」が行われた。従来の管理方法が限界になった時点で、組織変革が求められる。そして、変革によって、企業は直面した困境を乗り越えることができる。しかし、組織変革は必ずしも成功へつながるものではなく、組織の目の前にある困境を乗り越える一つの手段である。

中国民営企業が速く成長している今日、海外進出は成長を狙うものの、高いリスクが伴う。本稿での分析は、サービス業における民営企業の成長・存続に対する示唆を提供するものと考えられる。たとえば、国境を越えて新たな市場へ進出しても、主に事業にかかわっているのは中国人であるゆえ、中国人が重要視する利益と「お得」感、中国人従業員への動機づけと中国人消費者へ働きかける際に工夫すべきである。また、サービス業では、現場で顧客とのインターフェースが重要なため、マニュアル・ルールを詳細に設定することでなく、現場での自由裁量が重視されるべきである。

企業結合による「のれん」の減損会計処理と事例分析

秦 藝 嘉

1. 研究背景

近年、日本企業の M&A の実施件数および金額共に増加傾向にあり、M&A が与える財務的影響は、企業経営者だけでなく、企業評価を行う外部の利害関係者にとっても重要な関心事である。特に、企業が M&A を行う際、買収価額と被買収企業の時価総額の差額は、買収企業の貸借対照表に「のれん」として資産計上され、「のれん」の金額は大きくなり、M&A 以後の業績が想定したレベルに達しない場合には、減損のリスクが大きくなる。減損については、日本 GAAP、U.S.GAAP および IFRS の 3 基準で異なる会計処理が定められており、その違いによって、減損の計上時期が異なる。

東京証券取引所のデータによると、2018 年 6 月末時点では、既に IFRS を適用している企業と、これから適用すると正式に決めた企業の合計は 204 社に達し、時価総額の合計は 220 兆円であり、東証上場会社（合計 3,594 社）の 670 兆円の時価総額に占める割合は 33%となる。しかし、IFRS の減損テストについては、「減損テスト基準が楽観的すぎるうえ、減損のタイミングも遅すぎる」と指摘されている。

2. 研究目的

本研究では、企業結合会計基準の日本 GAAP、U.S.GAAP 及び IFRS の制度比較を行い、「のれん」の計上時期と減損リスクについての理論分析をした上で、IFRS に移行した日本企業のうち、多額の「のれん」を計上している企業の減損リスクの事例分析を実施した。

3. 研究構成

第 1 章では、本研究の背景及び目的について紹介し、第 2 章では、研究を行う前段階の予備的知識として、「のれん」を連結財務諸表に計上している原因及び「のれん」の本質を明らかにした。第 3 章では、日本 GAAP、U.S.GAAP 及び IFRS における「のれん」の減損会計に関する制度概要について整理した上で、各国の会計基準における現行の会計処理方法の比較を行った。第 4 章では、多額の「のれん」を計上した既に IFRS を適用している日本企業 10 社の事例分析を実施し、具体的には、有価証券報告書に開示しているセグメント及び「のれん」に関わる情報に基づき、「のれん」の減損リスクを考察した。第 5 章では、本論文の分析から得られた結論を概説するとともに、今後の課題を述べた。

4. 結論及今後の課題

比較対象とした会計基準について、「のれん」の減損認識の時期は、① U.S.GAAP、② 日本 GAAP、③ IFRS になり、IFRS を採用している企業では、のれんが減損対象となる時期が遅くなり、連結財政状態計算書に計上されている「のれん」には、減損リスクが高いとの結論に達した。この理論分析を基礎として、日本 GAAP から IFRS へ移行した日本企業が実施した主要 10 社の日本企業の減損リスクをセグメント情報から検討した。その結果、「のれん」の減損リスクのある企業は、2 社に留まり、8 社の主要 M&A については、減損リスクは軽微であるとの結論に達した。ただし、減損リスクのさらなる詳細な分析を行うには、減損テストに関する使用価値算定の合理性及び妥当性の追加検証が必要であり、この検証については、今後の課題としたい。

社会的排除がブランド態度に与える影響 —消費者の文化的自己観の調整効果について—

傳 天

「社会的排除」は、他者との関係や所属感が欠如し、所属欲求が満たされない状態を指し、消費者の判断および製品やブランドの選択に対する多大な影響を与える。これまで社会的排除に関する消費者行動論の研究は、消費活動によって他者とのつながりを再構築する (Mead et al., 2011) や擬人化されたブランドに好意的態度を示す (Chen, Wan, & Levy, 2016) などの消費者行動に関する研究が多く見られた。しかし、消費者の内在的要因によって、自分を排除した内集団と内集団に関連する製品やブランドに対する態度がどのように変化するかはまた解明されていない。さらに、外集団と外集団に関連するブランドに対する態度も影響を与えるだろうか? そのため、本研究の目的は、社会的排除による内集団あるいは外集団に関連するブランドに対する評価の変化が、文化的自己観によってどのように調整されるかを検討することである。

実証実験は中国と日本で行われた。実験では、被験者に自分が所属している内集団と所属していない外集団および内集団と外集団にイメージを一致しているブランドをそれぞれ記入してもらった。次に、被験者に自分が記入した内集団に排除されるまたは受容される文章を読んでもらい、その場面を想像させた。最後に、それぞれ集団のブランドに対して好感度、使用意図、および文化的自己観に関する質問項目を回答してもらった。

その結果、中国で行われた実験Ⅰでは、消費者の相互独立的自己観が優勢である場合、内集団から社会的に排除されたら、内集団イメージと一致しているブランドに対する好感度と使用意図が低下したが、外集団イメージと一致しているブランドに対する好感度と使用意図が上昇した。その一方、消費者の相互協調的自己観が優勢である場合、内集団から社会的に排除されたら、内集団イメージと一致しているブランドに対する好感度と使用意図が低下したと同様に、外集団イメージと一致しているブランドに対する好感度と使用意図も低下した。それに対して、日本で行われた実験Ⅱでは、消費者の相互独立的自己観が優勢である場合、中国と同じ結果が出ていた。しかし、消費者の相互協調的自己観が優勢である場合、内集団から社会的に排除されたら、内集団イメージと一致しているブランドに対する好感度と使用意図が上昇したが、外集団イメージと一致しているブランドに対する好感度と使用意図が低下した。

最後に、実験Ⅰと実験Ⅱの結果によると、消費者の文化的自己観によって、内集団からの社会的排除は内集団に関連するブランドと外集団に関連するブランドにたいする好感度と使用意図の変化は調整されることが確認された。考察では、実験Ⅰと実験Ⅱの異なる結果に基づいて、本研究の限界および今後の課題について論じた。

台湾光学レンズメーカーの競争戦略 —大立光電を事例に—

周 采 薇

携帯電話端末、特にスマートフォンの市場拡大に伴って、台湾光学レンズメーカーの経営成果は大きく変動した。なかでも台湾光学部品業界で市場シェア首位の大立光電（ラーガン）は高い成長性と収益性を誇っている。本研究では、大立光電の事例分析を通じて、台湾光学レンズメーカーの競争戦略について検討することである。本研究では、大立光電の成長性と収益性の高さの原因に関する仮説を構築することを目的としている。

本研究の分析枠組みとしては、企業の成長性と収益性の高さに影響をする諸要因のなかでも、製品の品質に着目した。顧客が知覚する製品品質は、市場シェアを拡大し、収益性を向上させる主要な要因であると考えられる。また、本研究で取り扱う光学レンズは最終製品の一部であるため、取引ネットワーク全体における部品メーカーの位置づけについても注目する。

本研究は以下のような方法で研究を進める。(1) 文献調査：大立光電に関する文献、新聞記事、有価証券報告書などの公表データを通して、大立光電の発展プロセスとスマートフォンカメラ市場の概況について明らかにする。(2) インタビュー調査：大立光電は外部からの調査に対して非協力的であることで知られており、様々な手段でアプローチしたものの当事者に対するヒアリング調査は実施できなかったため、業界関係者にヒアリング調査を実施した。関係者へのヒアリング調査と公開情報を総合して考察を行う。本研究の構成は、以下の通りである。第一章では、本研究に関わる先行研究として、「PIMS 研究」と「価値ネットワーク」の議論をレビューする。第二章では、台湾の光学部品業界の発展や構造変化を明らかにするため、台湾光学部品業界の構造分析を行った上で、携帯電話向けカメラレンズメーカーにおける大立光電と最大ライバルである玉晶光電の両社の経営状況を比較する。第三章では、大立光電の発展プロセスを売上高と利益率の推移によって三つ時期に分けて検討した上で、同社の売上高と利益が iPhone の売れ行きによって大きく左右されることを指摘する。第四章では、スマートフォンのカメラ性能は、コンパクトデジタルカメラと同等の画質を達成することから、ハイエンドのデジタルカメラ並みの画質が求められるようになってきたことを確認した上で、スマートフォンのカメラ関連企業間の分業について検討する。第五章では、大立光電とアップルの取引関係を分析し、アップルにとって iPhone を差別化するうえで大立光電のレンズユニットが重要であるため、大立光電はアップルに対しても強い交渉力を維持できているという仮説を提示する。さらに、なぜ大立光電のレンズユニットの性能がアップルに高く評価されているのか、同社の強みに関して、(1) レンズ単体としての性能を左右する要因として金型及び量産技術、(2) レンズを組み合わせたユニットとしての性能を決める要因として光軸調整技術について検討する。高性能のレンズユニットはスマートフォンのカメラ性能を向上させるために必要不可欠であり、高度な生産技術を主要な強みとする大立光電が市場シェアを高め、高い利益率を達成しているものと考えられる。最後に、本研究の内容を振り返った上で、今後の課題を検討する。

固定資産の減損に係る会計基準の適用における 利益マネジメントに関する実証研究 —日本企業を中心として—

邵 麗 雯

1. 研究背景

日本では、「固定資産の減損に係る会計基準」が2005年4月以後開始される事業年度から適用されている。しかし、減損会計基準の適用については、減損損失の認識や測定に関する経営者の裁量の余地が大きく、利益マネジメントの影響が強いことを指摘する研究が多く存在する。

2. 研究目的

本研究では、「固定資産の減損に係る会計基準」の適用における経営者の利益マネジメントの実態を明らかにする目的で、2013年から2017年の日本企業が計上した減損損失の特質に関する定量的な分析を行った。

3. 研究方法

本研究では、「固定資産の減損に係る会計基準」を適用した日本企業を対象として、経済的要因と報告インセンティブ要因に分けて、それぞれの要因と減損損失の関連を分析した。分析対象とする企業は、①東京証券取引所一部に上場し、②日本会計基準を採用し、さらに③3月末決算の企業とした。データの期間は2013年度から2017年度までとし、トービット回帰分析による実証分析を行った。

4. 結論

- ① 固定資産の減損損失の計上時期については、経営者が交代時に減損損失を計上するインセンティブがあることがわかった。
- ② 減損損失を利用した利益平準化やビッグ・バスの利益マネジメントについては、経営者による利益平準化行動やビッグ・バスの双方が行われている可能性が高い証拠が得られた。
- ③ 固定資産の減損損失の計上が配当に与える影響についての検証では、安定配当・増配企業と無配・減配企業に分けて検証したところ、安定配当・増配企業と無配・減配企業両方とも利益平準化とビッグ・バスの傾向が見られた。

5. 本研究の限界と今後の課題

日本企業の利益マネジメントのさらなる詳細な実態解明には、経済状況の変化をよりよくキャプチャーする要因の選定やBATH、SMOOTHやMGTの説明変数の改善を含め、「報告インセンティブ」の再選定・改善する必要がある。

また、企業の予想利益という要因を用いて経営者の交代に関する指標、目標利益達成や債務契約面という視点からの検証も必要である。

組織ルーチンの変化メカニズムへの外国人参入の効果 — 職場における中国人材活用の視点から —

殷 鈺 哈

本研究は、IT 企業の職場における中国人材活用の視点から、SE 職・IT コンサルタントのオペレーション・ルーチンに特化して、組織ルーチン（特にオペレーション・ルーチン）の変化メカニズムへの中国人参入の効果を検討した。

先行研究としては、Zollo & Winter (2002) と Cyert & March (1963) の先行研究に基づいて、組織ルーチンを「業務遂行ルーチン」、または「オペレーション・ルーチン」として定義した。また、動的な視点から組織ルーチンを捉えるために、Feldman and Pentland (2003) の組織ルーチンの変化メカニズムと変化タイプに関するモデルを参考にした。さらに、リサーチクエスションをより具体的にするために、IT 業界のオペレーション・ルーチン（業務手続き）について、先行文献のレビューを通してそれぞれの内容整理を行った。最後に、中国人の参入効果については、異文化マネジメントについて、ホフステード・インデックス (1990) の日中両国の数値をすることとした。

以上の先行文献の検討を踏まえて、本論文で明らかにするリサーチクエスションを提示した。具体的には、「組織ルーチンの変化メカニズムのモデルに基づいて、実際の行動パターンの状況を分析する」、「組織ルーチンの変化メカニズムのモデルに基づいて、オペレーション・ルーチン（業務の手続き・マニュアル）の変化プロセスを調べる」という3つのリサーチクエスションである。

調査方法と対象について、東京都内の IT 会社で就職している中国人で、9 人の調査対象を選定して半構造化インタビューを行った。また、彼らの回答内容によって、グラウンデッド・セオリー・アプローチ (GTA) の分析プロセスを通じて、3つのリサーチクエスションを解明した。

その分析結果によって、Feldman & Pentland (2003) の組織ルーチンの生成-変化モデルについて、中国人社員と周りの社員たち間の相互作用によるオペレーション・ルーチンの生成-変化過程を分析、検証した。そして、各行動パターンの異なる定義、新たな行動パターンを加えた。そして、各行動パターンへの促進要因を個人的な要因、組織・仕事・業界面の要因に分けて整理した。また、IT 業界のオペレーション・ルーチン、調査対象者の個人経験、および各調査対象者のルーチン変化するプロセスを総合的に考えて、Feldman & Pentland (2003) の組織ルーチンの生成-変化モデルを補足し、修正した。さらに、異文化マネジメントについて、調査分析においては、5つの価値次元に基づいて日中両国の比較を行った。日本 IT 業界で働いている中国人社員は日本人社員と比べて、業務手続きを変化する時に、変化の結果を重視するために、程度強く独断性を持っているという傾向があるので、中国人社員の参入が組織に多様化、活性化をもたらすと同時に、オペレーション・ルーチン（業務手続き）変化の可能性が大きくなり、そして変化の効率性を上げるという参入効果がある。

本研究は、これらの結果から、在日の IT 事業を扱う中国人たち、及び日本 IT 業界における HRM 管理者に中国人材の採用、教育、調達などの仕事に適切なアドバイスを提供できると思われる。

中国市場における原産国効果とブランド効果に関する研究

周 敏

1. 研究背景

経済のグローバル化の進展の中、多数の企業がコスト削減のために生産工場を東南アジアなどの地域へ移転している。さらに、新たな市場を開拓するために、新興国市場への進出も加速化させている。したがって、中国のような新興国市場における原産国情報とブランド名は消費者が製品を評価する際に用いられる重要な手がかりとして、消費者のブランド態度と購買意図にどのような影響を与えるのか、また製品関与度によって、その影響が変わるのかを明らかにする必要があると考えられる。そこで、本研究の目的は、製品カテゴリーを高関与度と低関与度に分けて、原産国情報（ポジティブ/ネガティブ）とブランド名（知名度のある/ない）が中国消費者の外国製品に対するブランド態度と購買意図に及ぼす影響を検討し、そして原産国イメージとブランド名の関係を明らかにすることである。

2. 実験計画

本研究は質問紙調査によるインターネット調査を行った。予備調査では、4つの製品カテゴリーの関与度と6か国の原産国イメージを測定した。結果として、高関与度製品はノートパソコンとし、低関与度製品はシャンプーとして選定した。原産国イメージが最もポジティブな国家はドイツとし、最もネガティブな国家はベトナムとして決めた。本調査は中国の一般消費者438名を対象に、8つの製品に対して調査を行い、t検定と二元配置分散分析を用いて仮説を検証した。

3. 結果と考察

本研究では、結論は3つにまとまる。第1に、ブランド名がブランド態度と購買意図に正の関係で影響を及ぼしたが、原産国情報の影響は有意でなかった。第2に、低関与度製品において原産国イメージがポジティブな場合には、ブランド名の影響が下がった。第3に、ブランド態度において、ポジティブなブランド名は、ネガティブな原産国効果を抑制する方向で働くことが検証された。

以上の結果から、中国の消費者は原産国情報よりブランドを重視する傾向が見られた。したがって、企業が新たな市場に進出する際に、原産国イメージより、ブランドの知名度を上げることを意識したうえでマーケティング戦略を立てるのが望ましい。また、知名度のないブランドに対して消費者に好意的な態度を形成してもらうために、好ましい原産国イメージを活用することが戦略の一つになる。最後に、消費者が購買行動を行う際には、ブランド名だけでなく、様々な要因に影響され、ブランド態度が好意的であっても、購買意図に結びつかない可能性もあると判明した。

4. 限界

今後の課題として、いくつかの点を挙げる。第1に、年齢といった消費者の特性を考慮して追検証は必要であろう。第2に、探索的因子分析を行うことで分析結果の精度はより高いではないかと考える。第3に、原産国効果およびブランド効果のメカニズムを解明する必要もあるだろう。さらに、質問紙のみならず、特定の消費者群を対象にインタビュー調査を併せて実施し、中国消費者の購買プロセスにおける消費心理や消費実態などを解明する必要があると考える。

宿泊業における原価計算の実態分析

李 筱

国土交通省観光庁観光産業政策検討会が2013年に公表した「世界最高・最先端の観光産業を目指して～観光産業政策検討会提言」では、旅行業や宿泊業などの観光産業のあり方やその強化策を議論する必要があると指摘し、6つのテーマを提示した。そのうちの1つは、宿泊業において、「的確な財務・労務の管理等による科学的な企業運営を普及させていくための取組みが必要である」と指摘されている。この指摘に相応する形で、本研究は原価計算（管理会計）の視点より、公開情報を用いてホテル事業を営む企業における原価計算の実態を推定したうえで、宿泊業がより健全な経営管理を行うにはどうすべきかについて考えてみる。

第1章では、サービス業と宿泊業の原価計算の先行研究および利用状況をレビューした。銀行業や医療業において先行研究が増えてきているが、宿泊業における原価計算がほとんど研究されていないのが現状である。

第2章では、本論文のリサーチ・デザインを説明する。本論文で使用するデータは、上場ホテル14社の有価証券報告書から収集している。

第3章では、上場ホテル14社の公開情報から、営業費用の報告様式を分析し、各企業における原価計算の実態を推定する。具体的には、営業利益における統一会計報告様式、売上原価、販売費及び一般管理費における統一勘定科目の利用状況を考察する。また、セグメント別の会計情報を分析したうえで、部門別原価計算の実態を推定した。

第4章では、分析対象企業の損益分岐点および安全余裕率を分析する。この2つの分析により、ホテルの費用構造が利益の変動性に及ぼす影響を分析することで、ホテルが不況に対する抵抗力の強さと経営にどれだけ余裕があるのかを把握し、宿泊業がより健全な経営管理を行うにはどうすべきかについて考えた。

本研究は原価計算（管理会計）の視点より、公開情報を用いて宿泊業を営む企業における原価計算の実態を推定したうえで、宿泊業がより健全な経営管理を行うにはどうすべきかについて考えた。宿泊業の生産性を向上させるために、統一の報告様式の利用率を高める方策や工夫などについて議論を展開した。

商品開発方法の違いによる消費者の認知の違いに関する考察

陳 開心

情報、サービス、商品が溢れる今の時代において、消費者の価値観、需要、行動が著しく変化している中、消費者は単なる商品やサービスを消費し、利用するだけでなく、積極的に商品・サービスの開発や改善に参加し、時には「第三次流通革命」とも言われる消費者が主導権を握り、売り手となる現象が目に見えるようになった。顧客との交流手段としてのソーシャルメディアの使用拡大や様々なサービスのデジタル化などテクノロジーの発達により、開発や生産プロセスは企業・メーカーだけのものから、消費者自らイノベーションを起こし、商品開発を携わる「イノベーションの民主化」という現象が見られるようになり、企業側でも、消費者の意見を直接取り入れ、ビジネスモデルとして消費者の提案を取り入れた商品の開発や改善を行う動きが増えている。

本研究は、消費者の知恵を用いて消費者と共同で製品開発をする「消費者参加型製品開発」は従来の製品開発方法と比べて、消費者の認知の違いに影響を与えるかどうかを明らかにすることを目的とする。また、研究は質問紙調査を用いて、製品開発の仕方の違いが、消費者の製品関与やイノベーション関与に影響を及ぼしているのかを調べた。また、Fuchs et al. (2010) が製品開発に参加してもらった方が、参加していない消費者より当該製品への需要が強めることを踏まえ、さらに本研究で用いた製品の性質を考慮し、商品開発方法の違いに消費者の洗濯習慣の違いを加えて、消費者の行動意図を検証した。

結果として、消費者の「購買意欲」と「推薦意欲」を含んだ行動意図への影響については、「消費者参加型製品開発」は消費者の製品関与の「認知的関与」とイノベーション関与の「信頼」と「期待」の側面に有意な影響を与えることが確認できた。次に、洗濯習慣の違いによる差であるが、2つ異なる製品開発の仕方において、消費者の洗濯習慣と「購買意欲」は関連が見られなかったが、自分で洗濯をする人もしない人も企業によって開発された製品への「購買意欲」が高いとわかった。一方、「推薦意欲」とは有意な関連性が見られた。なお、自分で洗濯をする人は消費者参加型によって開発された製品への「推薦意欲」が高く、自分で洗濯をしない人は企業によって開発された製品への「推薦意欲」が高い傾向があるとわかった。

本研究は実験を通じて、商品開発方法の違いは消費者の関与に一定の影響を与えることが明らかにした。さらに商品開発方法によって、もっとも消費者の行動に影響を及ぼす行動意図をポジティブな方向に導くことができることも証明された。しかし、本研究の実験参加者は大学生のみとのことから、今後はより幅広い年齢層や職業の人を対象とし、研究を進める必要がある。そして本研究で得られた結果は実験で用いた製品に基づいて導出したものであるため、すべての製品に通用できると言えない。