

2023 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

人口ボーナスと教育ボーナスが経済成長に与える影響に関する研究	王 奕佳……………20
自由貿易協定 (FTA) が日本の食品輸出に与える影響 —酒類を事例とした分析—	程 謙……………21
米国における銃殺に関する実証分析 —地方紙の社会的役割—	Wei Xiaohu……………22
事業将来性が経営者の事業売却意欲へ与える影響について 花粉に対する回避行動の副便益	Chen Yin……………23
購買履歴に応じた価格差別に関する研究の展望	郝 律……………24
上海ロックダウン政策が住宅価格に与える影響： 合成コントロール法を用いた実証分析	白 晁旭……………25
通勤時間が女性就職へ与える影響の検証： テレワークの推進によって女性の学歴過剰のリスクを解消できるか？	劉 旭陽……………26
	汪 奕……………27

経営学専攻

インフルエンサーの「誠実さ」が情報開示の有効性に与える影響	李 函宜……………28
消費者の婉曲デザイン選好に関する研究 —アニメ商品のデザインに注目して—	梁 晁晁……………29
海外駐在員赴任後のキャリアプランニングのメカニズム —FTPの媒介効果に注目する	叶 之涵……………30
連続増益企業における実体的裁量行動の実証分析 —研究開発費を中心として	張 易康……………31
経営者報酬のデザインが企業投資に与える影響	楊 嘉音……………32
オリンパスの事例にみる共創関係へのユーザーの参加動機	櫻井 勇輔……………33
オービックが高利益率を維持できるビジネスモデル	李 国林……………34
企業不祥事と組織レジリエンス	王 盛雅……………35

(掲載は学生番号順)

人口ボーナスと教育ボーナスが経済成長に与える影響に関する研究

王 奕 佳

Bloom and Williamson は最初に「人口ボーナス (demographic dividend)」の概念を導入した。総人口に占める労働人口の割合が増加すると、人口の年齢構成を考慮しない単純な経済成長モデルの結論よりも経済成長を促進することを、「人口ボーナス」として見なしている。その後、中国の経済学者たちは、人口の年齢構成と経済成長に関する多くの研究を行い、労働人口が多くなるような年齢構成であることが、中国の経済成長を促進する重要な要因であると結論付けている。

この理論に基づけば、中国でも今後高齢化が進むにつれて、人口の年齢構成の変化によって、経済成長の減速は避けられないと考えられる。しかし、人口の年齢構成だけでなく、その教育水準など人的資本の構成も同時に経済成長に重要な影響を与えている。これは「教育ボーナス (education dividend)」と呼ばれることがある。

これに基づき、本研究では、中国の高齢化の現状を踏まえ、人口ボーナスが経済成長にどのような影響を与えるのか、また、人口の教育水準を高めることが中国の経済成長にどの程度の影響を与えるのかを検証することを目的としている。

本研究では、まず第2章で国内外の先行研究をレビューした。そして第3章では、人口ボーナスと教育ボーナスの概念を説明し、人口ボーナスと教育ボーナスが経済成長に与える影響を理論的に分析し、本論文の研究仮説を提案した。次に、実証分析の部分では、まず、人口の年齢構成と教育の関連変数を人的資本を含む生産関数に導入することで、生産年齢人口の割合、労働力参加率、教育支出とその他のコントロール変数を含む経済成長モデルを構築した。そして2000年から2021までの中国31省のパネルデータを用いて、人口ボーナスと教育ボーナスが中国の経済成長に与える影響をシステム GMM 分析によって実証的に検討した。

モデルを比較した結果、高齢化に関する指標をコントロール変数に導入すると、本研究で提案した「人口ボーナスが経済成長にプラスの影響を与える」、「教育ボーナスが経済成長にプラスの影響を与える」という2つの仮説が実証されることが示された。中国の経済成長にとって、生産年齢人口の割合、労働力参加率、教育支出は経済成長に大きく寄与し、特に生産年齢人口の割合と教育支出の寄与は相対的に大きい。

したがって、本研究の結果は、高齢化が進む中国において、教育水準の向上が経済成長を促進することは可能な解決策であることを示唆している。教育への投資に注力すべきであり、中国の経済成長の促進は、すべての省の共同努力にかかっていることを教えてくれる。さらに、教育は量だけでなく質も重要であり、様々な方法で人的資本のレベルを上げることができる。

最後に、本研究における高齢化が経済成長にプラスの影響を与えるという結果については、高齢化が経済成長に果たす役割は様々な要因に影響されるため、これを説明するモデルを構築し、より多くの変数とデータを分析することが、今後の研究課題といえる。

自由貿易協定 (FTA) が日本の食品輸出に与える影響 — 酒類を事例とした分析 —

程 謙

本研究では、日本からの輸出相手 57 カ国のデータを用いて、日本と 14 カ国の自由貿易協定が日本酒類輸出額に及ぼす影響を重力モデルによって分析を行う。FTA 締結の有無とそれぞれの国との FTA の効果を考察する。また、酒類輸出額全体と比べるため、ビール、清酒、ウイスキー三つの品目に分けて分析を行う。

日本における酒類の国内消費量は 1996 年度の約 966 万 (kl) をピークに減少を続け、2021 年度にはピーク時の 80% の 772 万 (kl) まで減少した (国税庁)。今後も、このような傾向が続くと予想される。一方で、日本酒類産業の輸出金額としては比較的低迷した 2003 年の約 9 千 5 百万ドルから 2022 年には約 10 億 5 千 8 百万ドルに達し、10 倍ほど成長している。細かく見れば、特に清酒、ビール、ウイスキーの三つの品目の成長が著しい。つまり、日本の国内消費は減少しているが、海外への輸出額は増加している。このような傾向を踏まえて、FTA がどのぐらい輸出金額の増加に貢献したかを考察する。

本研究は OLS、固定効果法、ポワソン疑似最尤推定法 (Poisson pseudo-maximum-likelihood method, PPML method) の三つの推定方法を用いる。まず、FTA 加入の有無が日本産酒類の輸出額に及ぼす影響について検証する。推計式は以下の式 (1) となる。

$$(1) \text{Export}_{it} = \exp(\alpha \text{FTA}_{it} + \beta_1 \ln \text{GDP}_{it} + \beta_2 \ln \text{GDP}pc_{it} + \beta_3 \ln \text{DIS}_i + \delta_i^T) + \varepsilon_{it}$$

また、異なる国と結んだ FTA はそれぞれ異なる効果があるかも知れない。そのため、国ごとに個別の FTA 効果も (2) 式を用いて推計する。

$$(2) \text{Export}_{it} = \exp(\alpha_i \text{FTA}_{it} + \beta_1 \ln \text{GDP}_{it} + \beta_2 \ln \text{GDP}pc_{it} + \beta_3 \ln \text{DIS}_i + \delta_i^T) + \varepsilon_{it}$$

日本産の酒類輸出金額の 99.9% を対象とするため、合計 57 カ国のデータを収集した。その中で、14 カ国が日本と FTA を結んでいる。

推計結果を確認すると、FTA 締結の有無であれ各 FTA の効果であれ、日本と自由貿易協定を結んだ 14 カ国の中で、多数の国においては、FTA が日本からの酒類輸出額にマイナスの効果を与えることが示された。ただし、インドとメキシコの場合では、FTA が輸出額にプラスの効果を与えることが示された。酒類貿易規模の大きい、現地生産の環境が整備された国 (東南アジア諸国) では、FTA により、日本からの酒類輸出が減少する影響が見られる。一方で、酒類貿易規模の小さい、現地生産の環境がまだ整備されていない国 (インドとメキシコ) では、FTA により、日本からの酒類輸出が増加するという結果が得られた。これらの結果は次のように解釈できる。現地市場規模の大きい国では、FTA による直接投資の促進が現地生産を拡大し輸出を代替したため、FTA が日本からの輸出に負の効果を与えた。市場規模の未成熟な国では、FTA により直接投資が促進されなかったことから現地生産は拡大せず、FTA が日本からの輸出に正の効果を与えた可能性がある。

米国における銃殺に関する実証分析 — 地方紙の社会的役割 —

Wei Xiaohu

アメリカ合衆国では1776年の建国以来、銃は国民の生活に深く根ざしており、自由と安全を守るために必要不可欠なものとなされている。その一方、毎年多くの銃殺事件が発生し、悲劇的な死亡者数が後を絶たない。この銃殺問題は、アメリカにおいて深刻な社会課題として取り組まれており、多くの人々が関心を寄せている。

地方紙は地元住民の関心事に直結した情報を提供しており、銃問題に関するさまざまな意見や考えを取り上げることができる。Djourelouva (2023) によると、共和党系メディアは銃政策に関する報道において主に「gun control」という表現を使用する傾向がある。民主党系メディアは「gun safety」という表現を用いる。本研究は地方紙の社会的な役割に焦点を当て、アメリカの銃殺事件に関する要因とそれに当てはまる経済学的メカニズムについて明らかにすることが目的である。

本研究は二段階で分析する。一段階目では主に地方紙の銃に関する報道が銃の保有に対する影響を検討する。二段階目は主に銃の保有が銃による死亡人数に与える影響について分析する。主に使用するデータが2011年から2020年までのパネルデータであるため、そのデータを分析する際には固定効果モデルを利用する。この分析では、報道を新聞と電子ワイヤーに分けて分析を行うかどうか、そして年の固定効果を入れるかどうかという四つの組み合わせで二段階の分析が行われた。

一段階目の推定結果によると、民主党系のメディアが多いほど銃保有は低下し、逆に共和党系のメディアが多いほど銃保有は上昇するという結果が得られた。これは、メディアの政治的な傾向が銃保有量に影響を与えていることを示している。共和党系の新聞が銃保有にマイナスの影響を与える一方、電子ワイヤーによるプラスの影響力が大きいこと、全体的にはプラスの影響力があることが示された。つまり、民主党系の情報源に接することで銃保有意欲が低くなり、共和党系の情報源に接することで銃保有意欲が高まる傾向があると言える。

第二段階の分析の結果、銃保有が多ければ、銃による死亡人数が少なくなる傾向が見える。ゲーム理論の観点から考えると、犯罪者は犯罪行為のコストと利益を勘案し、犯罪の利益がコストを上回る場合に犯罪を選択する傾向がある。ただし、被害者からの反撃の可能性が犯罪のコストに含まれる場合、大量の銃所持は多くの潜在的な被害者が銃を保有していることを意味する。これにより、犯罪のコストが増加し、結果として犯罪者の犯罪動機が低下する。したがって、銃所有は犯罪の抑止効果を持ち、社会全体の安全性を高める助けとなる可能性がある。

まとめると、民主党系のメディアの影響で銃の保有量が低下し、逆に共和党系のメディアの影響で銃の保有量が上昇することが示されて、銃の保有量が増えると銃による死亡者数が減少する傾向が見られた。つまり、地方紙が政党支持を表現することによって、住民の銃に対する意識が変わり、それがさらに銃問題につながる。メディアは自分たちの影響力を認識して、適切な行動を取れば、銃による死亡人数の減少に寄与することができるであろう。

事業将来性が経営者の事業売却意欲へ与える影響について

Chen Yin

本論文では、事業の将来性が中小企業経営者の事業売却意欲の向上に影響を及ぼすかについて検証している。

少子化の影響により、後継者不在の承継問題を抱えている日本の中小企業が近年急増している。また、親族内承継以外に、売却・譲渡などの M&A の手法を用いる第三者への承継も近年増加している。これは、経営者の事業売却意欲が増加傾向であることを示唆している。

事業の将来性は経営者の事業売却意欲にどのような影響を与えるだろうか。本論文は、事業の将来性が経営者の事業売却意欲を高めるかという仮説を検証するとともに、各業種において何が事業の将来性をもたらすかの要因を分析した。

本研究では、2019 年の「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」のデータを用いた。アンケートでの「事業の将来についての考え」の回答結果を事業の将来性を表す変数として用いた。「成長できる」あるいは「現状維持が可能」だとすれば、将来性があるとした。また、事業売却意欲については、「売却を検討している」と「事業を継続するためなら売却しても良い」を売却意欲ありと見なして変数を作成した。

分析手法については、probit モデルを用いて、事業の将来性の経営者の事業売却に対する影響を推計し、業種別の事業の将来性をもたらす要因を分析した。また、頑健性を順序 probit モデルで検証した。

分析結果としては、事業の将来性はいくつかの業種で正に有意な結果を得た。また、限界効果の推計係数も正であった。更に、業種によって、事業の将来性をもたらす要因は異なる。共通点はどんな業種でも、事業範囲の大きさは事業の将来性をもたらす要因の一つとなっていることであった。業種によって異なる事業の将来性をもたらす要因としては、小売業にとっては、事業の将来性は商標権・特許権・実用新案権などの知的財産の有無と関わっており、教育・学習支援業にとっては、土地・建物などの経営資源の有無と関わっており、生活関連サービス業にとっては、事業所数と正の相関関係を持っていた。

したがって、いくつかの業種に限定されるが、事業の将来性は経営者の事業売却意欲を高めることがわかった。これは、業種により、経営戦略を調整することで、事業の将来性が改善され、経営者の事業売却意欲を高められることを示唆している。

花粉に対する回避行動の副便益

郝 律

日本における花粉飛散は季節性アレルギーを引き起こし、人々の健康と日常生活に影響を与えている。他の大気汚染物質と同様に、花粉飛散は消費者の行動に影響を及ぼし、社会的な費用を引き起こす。しかし、花粉に対する回避行動はネガティブな効果だけでなく、ポジティブな効果も存在する可能性がある。特に花粉症対策として、マスクの着用や外出の減少などのこともコロナ感染を防ぐ有効な手段と考えた上で、この研究の仮説として、消費者が花粉に対して回避行動を取ることで、コロナ感染のリスクを抑えるという「副便益」が存在する可能性がある。

本稿では、分析期間と観測地点数を総合的に考慮した上で、環境省の花粉観測システム「はなこさん」の花粉飛散量観測データを選定した。そして、各都道府県がコロナ期間毎日公表した市区町村レベルの新規感染者数データを用いて、総計50市区町村で、花粉データの観測地点と日付に合わせて、今回分析に使用するデータセットを作成した。

花粉飛散に関する先行研究の分析手法に参考して、本研究では固定効果モデルに基づいて分析を行った。コロナの潜伏期（2～7日）を考慮して、公表日と実際の感染日にはラグがあるので、前週の平均花粉飛散量を主な説明変数とする。推定結果によって、前週の平均花粉飛散量が1%増加すると、当日公表される感染者数が約0.043人で減少する。

しかし、系列相関が存在するのが判明されて、本来有意ではない結果の有意性が過大評価された。そこで、今回の分析における主な解決策として、市区町村レベルでクラスタリングしたロバスト標準誤差を用いて分析した。さらに、系列相関の問題に対処する同時に系列相関のメカニズムを把握するため、誤差項の構造を仮定する視点から、実行可能一般化最小二乗法（FGLS）と動学的パネルモデルにおける一般化積率法（GMM）を比較参照として、分析を行った。Stataでは、FGLS推定におけるクラスタのオプションがないので、その代わりに不均一分散修正済み標準誤差（Het-corrected Std.Err.）を使った。

クラスタロバスト標準誤差での分析結果により、有意ではない結果であった。FGLS推定とGMM推定の結果はそれぞれ有意水準10%、5%で有意であるが、クラスタロバスト標準誤差法と比べてFGLS推定は誤差項の構造に対してより多くの仮定があるので、二つの推定結果が一致していない限り、FGLSにおける仮定が満たされない可能性がある。GMM推定には、過数の操作変数の問題により、頑健性が低くて、結果も不安定である。

現時点の分析結果からは、花粉に対する回避行動がコロナ感染リスクを抑えるという副便益が存在するかどうかはまだ一定ではありません。今回分析の改善点として、1. 被説明変数の分布に基づいて、対数を取って「人口当たり」で表すのが望ましい。2. 各分析手法のメカニズムをより深く理解する上で、標準誤差のクラスタリングを複合的に絡み合う分析方法を使用する。今後の課題として、感染症の種類（インフルエンザ等々）や観測地点・時間範囲をより拡大して分析することが望ましいでしょう。一方、感染者が感染確認前の活動記録や日付と地点をピンポイントで把握できる個票データを使用して分析することで、感染した時間と感染確認された時間のずれを抑え、より精確的な分析ができると考えられる。

購買履歴に応じた価格差別に関する研究の展望

白 暁 旭

本論文では、購買履歴に応じた価格差別戦略（Behavior-Based Price Discrimination, BBPD）の研究状況と将来の発展方向について展望する。

近年、インターネットとビッグデータ技術の進歩により、企業が消費者の購買履歴などの詳細情報を収集・分析する能力が高まっており、より精確な価格差別戦略を実施することが可能になっている。そして、消費者の購買履歴に応じた価格差別戦略に、研究者たちが注目し始めている。購買履歴に応じた価格差別とは企業が消費者の過去の購買履歴に関する情報を持っている場合、この情報を利用して、購入履歴の異なる消費者に対して異なる価格で製品を提供することである。

本論文では、研究背景や、研究の目的と意義を述べた後、購買履歴と価格差別戦略の基本状況と関連概念について詳しく紹介する。次に、購買履歴に応じた価格差別戦略の研究状況を整理し、異なる競争環境下での価格差別に関する研究の現状を考察する。その上で、既存の研究成果をまとめ、モデル、研究方法、および結論を整理する。最後に、購買履歴に応じた価格差別戦略について、既存研究の問題点を分析し、研究発展の方向を提案する。

本論文では、BBPD の実施が企業の利潤にどのような影響を及ぼすかを検証するために、消費者の選好が一様分布に従うことを仮定した2期間モデルを用いて、静的な競争と独占のそれぞれの場合について、消費者が戦略的行動をとる状況とそうでない状況の2つの状況のもとで、BBPD を実施することの有無による価格や利潤を比較している。

結果として、独占の場合は、消費者が戦略的ではない場合に、BBPD の実施は企業に利益をもたらす可能性がある。しかし、消費者が戦略的な場合、消費者は、価格が下がると予想する場合には、第1期に購買せずに、第2期に買うという行動をとる。この時に企業の利潤が減少することがわかる。静的競争の場合は、BBPD を実施することによって、競争は激化し、価格はBBPD を実施しない時より低いことがわかる。さらに全体的に見ると、利潤も減らすことがわかる。動的な競争状態の部分では、3つの主要分野：同質製品と外生的なスイッチングコスト、差別化された製品と外生的なブランド選好、広告と情報不足の消費者の結論を要約した。

そして最後に、今までの研究の課題と将来の研究方向を提示した。BBPD をよりよく応用するためのモデルや仮説などの問題に取り組むだけでなく、個人情報や不公平さなどの社会問題にも注意を払うべきである。購買履歴に応じた価格差別戦略は重要な発展分野であり、BBPD についての研究を通して、ユーザーの満足度と購入意欲を高め、価格差別戦略の策定に寄与することが期待されている。

上海ロックダウン政策が住宅価格に与える影響： 合成コントロール法を用いた実証分析

劉 旭 陽

本研究では、合成コントロール法 (Synthetic Control Method: SCM) を用いて、上海のロックダウン政策の住宅価格への影響を推定する。

2019年12月から武漢で新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) が発生し、それ以降の感染者数は比較的抑えられていたが、2022年3月以降、上海における感染者数が急速に増加し始めた。感染者の増加に伴い、上海の当局は防疫政策をより厳格化することを余儀なくされた。2022年3月27日、上海政府は1ヶ月間のロックダウンを実施することを発表した。上海ロックダウン後、経済は落ち込み、失業率は20%を超えた。上海での不動産購入は投資の手段であり、ロックダウンにより資本流出が起これ、住宅価格に影響が生じた可能性がある。

本研究では、Abadie, et al. (2010) 以降より広く用いられるようになった SCM を用いて、ロックダウン政策の住宅価格への政策効果を分析する。上海市を介入群として、上海市以外の34の省と市をドナープールとして、対照群を構成する。用いるデータは中国不動産国家情報ネット (China Real Estate Information) から収集した、2020年1月から2022年12月までの住宅価格に関する月次パネルデータを利用する。この期間を分析対象とし、省市レベルの36か月の月次パネルデータの分析を行った。

上海ロックダウン政策後、上海の都心部の住宅価格は、比較可能な合成コントロール地域と比較して大幅に低下したことが明らかとなった。ロックダウン政策が実施されたことで、分析を行ったデータの中で最も直近である2022年12月の時点で、都心部の住宅価格は平米あたり8540元下落し、これはロックダウンがない場合と比較して10%の下落である。都心部を囲む副都心部については、短期的にのみ住宅価格の低下が見られた。こうした結果は、ロックダウンによる中期的な資本流出を示唆している。

キーワード: 合成コントロール法、新型コロナウイルス、ロックダウン政策、上海、中国

通勤時間が女性就職へ与える影響の検証： テレワークの推進によって女性の学歴過剰のリスクを解消できるか？

汪 奕

本研究の目的は、既婚者における学歴過剰ジェンダーギャップの有無と、テレワークが女性の就業に与える影響を明らかにすることである。本稿では、Buchel and Battu (2003) などが指摘する学歴ミスマッチが、日本の WFH (在宅勤務) の導入を通じて、新たな空間柔軟性の選択肢を生むか検討する。

具体的には、「全国就業実態パネル調査」に基づいて、Santiago-Vela, Mergener (2022) のロジスティック回帰分析を用いて、2021 年、2022 年にテレワーク制度の導入・適用、及びテレワークオプションが既婚女性に対する学歴過剰のリスクを低減し、同時に既婚女性が自身の学歴に合致する仕事を見つけやすくなる可能性について検証する。

推定結果より、テレワークの有無に関係なく、既婚者に学歴過剰ジェンダーギャップが存在することが明らかになった。既婚男性の方には学歴過剰を受ける割合が高いことが確認された。さらに、既婚男性、既婚女性の各サンプルで推計した限界効果は、テレワーク制度の導入・適用が学歴過剰となるリスクを低減させる一つの重要な要因であることを意味している。

本研究ではヘックマン二段階推定法をサンプル・セレクション・バイアスの修正手段として使用して推定を行った。その結果、ロジスティック回帰分析と統合的な結果が得られた。

インフルエンサーの「誠実さ」が情報開示の有効性に与える影響

李 函 宜

研究背景と先行研究

ネット上の口コミ（electronic Word of Mouth, eWOM）は製品やサービスの価値に対する純粋で正直な洞察を提供し、マーケティングにおいて重要性が増している。

ごく一部のユーザーがソーシャルメディアのインフルエンサーとして認識されている（Kozinets et al. 2010）。インフルエンサーは、商品やブランドに対する消費者の意見の形成に関しても、ソーシャルメディアにおける強力なオピニオンリーダーになりつつある（Khamis, Ang, & Welling, 2017）。ブランドは、有料の eWOM を通じて、インフルエンサーに対して報酬を支払うことで、ブランドメッセージを拡散することがある。このようなメッセージは消費者が発信した口コミに類似しているため、消費者が商業コンテンツと非商業コンテンツを識別することは困難である（Evans et al. 2017）。

公正で倫理的なコミュニケーションを保証するために、現在ではインフルエンサーの投稿にスポンサーシップの開示を加えるなど、商業性を開示することが法的に求められている（例：FTC, 2013 など）。しかし、スポンサーシップの情報開示は消費者の信頼性認知、ブランド態度、購買意欲の低下につながる可能性がある（Ye et al., 2021）。消費者の抵抗的な感情を減衰するために、インフルエンサーの「公平性」と「誠実さ」が求められている。

しかし、スポンサード・コンテンツに関する研究領域では、消費者が知覚された誠実さがもたらす影響を検討する研究がまだほとんどされていない。本論文では、インフルエンサーが呈示した情報開示のタイプによって、消費者が知覚された誠実さが異なることを検証し、情報開示の効果を検討する。

研究内容と研究結果

本論文は、以下の仮説を提案する：

仮説1：情報開示のタイプは、消費者が知覚された誠実さに影響する。

仮説2：知覚された誠実さは情報開示の効果に影響する。

仮説1～2を検証するために、中国のアンケート収集サイト sojump で対照実験を実施した。本論文の実験では、インフルエンサーの商品投稿において知覚された誠実さにどのように影響するかを、三つ（開示タイプ：公平性を強調 vs. スポンサーシップ vs. 開示なし）の要因設計を適用して検証する。情報開示の効果は、投稿者の信頼性、ブランド態度、購買意欲の三つの項目によって測定する。

仮説1を検証するために、独立したサンプルの t 検定で検証し、有意な結果になった。仮説2を検証するために、ANOVA 分析と事後検定 LSD を実施し、仮説が支持された。

その結果、公平性を開示した投稿はスポンサーシップを開示した投稿や開示のない投稿と比較して、広告として認識される可能性が低く、高い知覚された誠実さを生み出すことが明らかになった。また、高く知覚された誠実さは、情報開示の効果をより向上させることができることを検証した。

消費者の婉曲デザイン選好に関する研究 — アニメ商品のデザインに注目して —

梁 暁 暁

先行研究においては、広告やパッケージに用いられた抽象的なイメージや視覚メタファーが消費者の購買行動に影響を与えることが示されてきた。本研究では、自己呈示の理論を踏まえ、上述のようなアニメキャラクターの画像が掲載された製品デザインの効果を明らかにすることを目的とした。具体的には、製品に掲載された画像がオリジナルのキャラクターをどの程度直接的/婉曲的に描写しているか（製品画像の婉曲性）という点に注目した。そのうえで、アニメに対する関心が自身と類似した他者の前で製品使用を想定したときと、そうでない他者の前で製品使用を想定したときで、婉曲性の高い製品画像が有する効果がどのように異なるかについて解明を試みた。その結果、被呈示者との類似性が高いとき、消費者のアニメ商品の使用意向に正の影響を与えることが確認されたものの、デザインの婉曲度の効果や他者に対する羞恥と自己一致の媒介効果は確認されなかった。最後に、仮説が不支持となった原因について考察を行った。

海外駐在員赴任後のキャリアプランニングのメカニズム ——FTPの媒介効果に注目する

叶 之 涵

問題意識

多国籍企業にとって、海外駐在員は重要な役割を果たしている。しかし、駐在員は適応不能などの理由で高い失敗率を示し、企業にとって損失をもたらす可能性がある。そのため、組織は駐在員の定着を図り、彼らのキャリアプランニングに注力すべきである。

本研究では、FTP (Future Time Perspective) を導入し、この概念が駐在員のキャリアプランニングを決定する仕組みを提案する。職場の文脈においては、キャリアの目標の選択と追求も未来の時間に対する感知、FTPに影響を受けると考えられている。この概念を用いて駐在員のキャリアプランニングのメカニズムを明らかにすることができれば、海外駐在員の流出を防ぐために有益であると言える。

研究課題

本研究では、海外駐在員のキャリアプランニングのメカニズムモデルを明らかにし、FTPがその中の役割を解明することに焦点を当てている。そのために以下の課題を設定する。①先行研究からFTPの概念と先行要因を整理し、一般的モデルにおけるFTPの媒介効果の適用を明らかにする。②国際的な職務経験、キャリア適応性、および社内コミュニケーション頻度の3つの変数を重要な影響要因として、このモデル内での位置付けを討論する。③仮説検証のために、各変数に対する適切な測定尺度を作成する。④学術的な視点では研究の限界と課題を示し、実務的な視点では海外駐在員と多国籍企業に対する助言を提供する。

仮説構築

本研究では、Fasbenderのモデルを参考にし、FTPが経験とキャリア適応性によって規定され、これがキャリアプランニングに影響する一般的なモデルが成り立つ可能性を提案した。先行研究の検討を通じ諸要素の妥当性を検討した上で、海外駐在員のケースに合わせて、参照モデルと比較して2つの変更を行なった。①FTPの先行要因の中で、年齢経験を国際的職務経験に変更した。②FTPと駐在員赴任後のキャリアプランニング有効性の関係において、調整変数として社内コミュニケーション頻度を追加した。

具体的には、駐在員の国際的な職務経験(4つの次元)、キャリア適応力(4つの次元)とFTPが正の相関があるとし、FTPと海外駐在員のキャリアプランニングの有効性に正の相関がある、社内コミュニケーションの頻度は、FTPと駐在員のキャリアプランニングの関係に正の調整効果を与えるという仮説を提出した。

測定方法

先行研究でよく使用される尺度や質問項目を参考にし、仮説構築の段階で明らかにした研究目的と結びつけながら、本研究に最適な項目を選択し、一部を修正した。

研究の限界と示唆

学術的な視点では、研究限界として、実証の可能性、適応範囲の限定性、尺度の妥当性と信頼性の3点あげることができる。実務的な視点では、海外駐在員自身が将来のキャリア構築行動において役立ち、多国籍企業に対しては、駐在員の失敗や離職を未然に防ぐための助言を提供する。

連続増益企業における実体的裁量行動の実証分析 ——研究開発費を中心として

張 易 康

本文の目的は、増益を数期末連続している企業において、その増益トレンドを維持するために、実体的裁量行動として研究開発費を恣意的に削減する行動を実証的に解明することである。具体的には、まず、利益分布アプローチに基づいて、3 期以上増益を継続した企業において、利益調整行動の有無を明らかにする。その上で、連続増益企業は利益増加型の実体的裁量行動を実施する可能性が高いと仮定し、連続増益企業ほど、研究開発費の削減を実施しているか否かを検証した。さらに、研究開発費を個別開示した企業群において、売上高研究開発費率が高い企業は、研究開発費の削減を実施しているか否かを検証して、研究開発費の計上額と連続増益企業における裁量行動との関連性を明らかにした。

連続増益企業は、増益期間中は、高い株価が維持されるが、増益が途切れた直後に急激な株価に直面することが、先行研究で指摘されている（首藤、2010）。その株価下落を回避するために、経営者は、利益操作を実施するインセンティブは常にある（山口、2020）。特に、連続増益を期待される経営者が実体的裁量行動としての研究開発費を削減する可能性がある（安酸建二、2012）。企業が研究開発費の削減を実施する場合には、企業価値を毀損し企業の競争力を低下させると考えられる。しかし、多くの経営者は、目標利益を達成するために企業価値を犠牲にしても研究開発費の削減を実施しているのが実態である（Bushee、1998）。これらの結果から、長期的な成長性よりも短期的な業績を重視し、研究開発費の削減する実体的裁量行動を実施すると考えられる。

本研究の分析対象は、2013 年度から 2020 年度までの期間を対象に、東京証券取引所に上場している一定の条件を満たしている企業である。分析の結果、利益分布アプローチの結果からは、経営者は連続増益のために、利益マネジメントを実施しており、研究開発費を個別開示した企業の経営者は、連続増益を維持するために、利益増加型の実体的裁量行動としての研究開発費の削減を実施する傾向があることが明らかになった。

一方で、追加検定の推定結果からは、研究開発費を個別開示した企業群において、売上高研究開発費率が高いほど、会計的裁量行動を実施し、研究開発費を個別開示した企業の経営者は、連続増益のために、実体的裁量行動と会計的裁量行動の両方を利用する傾向があることが明らかになった。さらに、実体的裁量行動と会計的裁量行動という両行動が補完関係にあることも暗示している。

その上で、減益回避または連続増益のための研究開発費の削減を確認した上で、企業は損失回避のために利益増加型の実体的裁量行動としての研究開発費の削減と会計的裁量行動の両方を実施しており、その金額も増加傾向にあった。その上で、研究開発集約度が高い企業ほど、連続増益または損失回避のために、会計的裁量行動より、実体的裁量行動を嗜好していることも明らかにした。

キーワード : 利益ベンチマーク、連続増益、利益マネジメント、実体的裁量行動、研究開発費

経営者報酬のデザインが企業投資に与える影響

楊 嘉 音

現在、多くの企業において、技術革新の重要性が認識され、R&D投資の増加がみられる。しかし、現代の株式会社においては、所有と支配の分離の進展に帰因する株主と経営者間のプリンシパル・エージェント問題が散見されるようになってきた (Jensen & Meckling, 1976)。既存事業と比較し、R&D投資はリターンを得るまでに要する時間が長いことに加えてリスクが大きい。そのため、経営者は自身の利益と地位を鑑み、技術革新及びそれによってもたらされる株主価値の増加に必要な投資を実行しない可能性がある (Rosenberg, 1996)。一方、投資家である株主は分散投資により自身のポートフォリオのリスクをコントロールできる。このため、株主にとっては、株式の期待収益率を最大にする経営戦略を企業が選択することが望ましい。結果として、経営者によるリスク回避的意思決定は株式価値最大化を追求する株主の期待とは必ずしも一致しない。このような利害対立問題の解決手段として、経営者報酬が用いられることが多いようである (Jensen & Murphy, 2004)。Murphy (1999) の研究によると、ほとんどの企業に採用される経営者報酬は大きく基本給、会計情報を基準とする報酬、株式価値に連動する報酬へ3分類される。なお、株式価値に連動する報酬は、メカニズムとインセンティブ効果が異なるストックオーナーシップ (Stock Ownership) とストックオプション (Stock Option) へ分類される。

そこで、本研究は3種類の報酬それぞれに関して、経営者に与えるインセンティブ効果、およびR&D投資に与える影響を既存研究に基づいて究明する。さらに、株主の立場から、企業の内部および外部環境を鑑みて設計される経営者報酬も提案する。

本研究が扱う先行研究は大きく3分類される。第一は「報酬・投資関係の研究」である。ここに分類される先行研究を基にして、本研究は3つの経営者報酬の定義と算出方法を説明し、株価に連動する報酬の1つであるストックオプションが経営者にR&D投資の実行に対する最も高いインセンティブ効果を与える理由を明らかにする。第二の「報酬・行動・投資関係の研究」に基づいて、本研究はストックオプションの導入が経営者のリスク許容度、余剰資源の配分、自発的な情報開示にインセンティブを与え、それによりR&D投資が促進されることを説明する。第三の「経営者報酬以外のR&D投資に影響する要因」において、所属業界や規模に代表される企業の属性、年齢・在任期間・教育水準に代表される経営者の属性がR&D投資に影響することが明らかになる。また、企業が所属する国の法律・制度、政府の介入、マクロ経済と文化などの外部要因もそれぞれが企業のR&D投資に影響を与えることが示される。

モデル構築においては、先行研究の諸結果を基に、ストックオプションのデザインに関して報酬対象、報酬数量、権利行使価格、権利行使期間に注目する。そして、これら4つの要因それぞれがR&D投資に与える影響の仮説を提案し、それを検証するための統計モデルを構築する。この統計モデルにしたがって、実証研究を行うことにより、ストックオプションのデザインと投資促進効果の関係の解明が期待できる。そして、モデル分析の結論に踏まえ、実務的に適切な経営者報酬の設計にも提案できる。

オリンパスの事例にみる共創関係へのユーザーの参加動機

櫻井 勇 輔

本研究では、オリンパスの事例を通じ、ユーザーイノベーション、特に共創 (co-creation) と呼ばれる協働形態におけるユーザーの参加動機について仮説を提示する。

von Hippel (1976) に端を発する従来のユーザーイノベーションの議論では、ニーズの発見から製品開発までの全てのプロセスを独自に担う存在としてのユーザーを研究対象にしてきた。しかし、近年ではユーザーと企業の協働に関する研究が増加している。それらは、リードユーザーに基づく議論と共創 (co-creation) と呼ばれる議論の二つに大分できる。そして、これらの協働に関する研究は、企業中心的側面が強く、ユーザー側の視点が欠如しているという問題を抱えている。特に、共創と呼ばれる、企業とユーザーが共にイノベーションプロセスを推進していく形態における、ユーザーのイノベーションプロセスへの参加動機に関しては研究の余地がある。ユーザーがイノベーションを行う動機は、期待利益と呼ばれる、見込まれるベネフィット (便益) からイノベーションに必要とされるコスト (費用) を差し引いた概念によって説明されてきた。しかし、ニーズを明確にするプロセスから開始するタイプの共創プロセスの場合、高いコミットメントが求められるにも関わらず、ベネフィットの不確実性が高いため期待利益を明確に計算できない。そのため、こうした共創関係にユーザーが入る動機については、リサーチギャップがあると考えられる。

オリンパスは、1952 年に世界初の実用的な胃カメラの開発に成功し、先行者として内視鏡業界に参入した。そして 70 年以上経過した現在でも、約 70% の世界シェアを維持している。では、オリンパスはなぜ先行者優位を長期間維持することができたのか。そこにはオリンパスの不断の企業努力があったと推測でき、その努力とはイノベーションと販路開拓という側面があると考えられる。そこで、本研究では前者のイノベーションに関して、「ユーザーイノベーション」の概念を用いて分析を進める。オリンパスは内視鏡事業において、同社はユーザーである医師のニーズに耳を傾け、ニーズに沿った製品開発を行っている。医師がオリンパスのイノベーションプロセスに深く関わっているという点でオリンパスの内視鏡事業はユーザーイノベーションの事例であるといえる。そのため、オリンパスはユーザーである医師との関係を適切にマネジメントし、医師のニーズを正確に把握して製品開発に反映していく必要がある。そして、オリンパスと医師の関係は、ニーズを明確にするプロセスから協力し合う「共創」と呼ぶべき側面をもっている。このようなベネフィットの不確実性が高く、期待利益を明確に計算できないにも関わらず、長期的なコミットメントが求められる関係にユーザーはなぜ参加するのであろうか。

上記の論点に対し、本研究では、「企業の姿勢や能力に対する信頼」がユーザーが企業とのイノベーションプロセスに参加する動機になり得る、という仮説を提示する。姿勢とは、「医師と同じ価値観を共有し」、「仮に利益が見込めなくてもニーズに応えようとする」というものである。また、能力とは、本事例ではオリンパスの技術力であり、広義ではユーザーのニーズを形にする能力であると考えられる。

オービックが高利益率を維持できるビジネスモデル

李 国 林

本課題論文の目的は、システムインテグレーション (System Integration: SI) 業界の株式会社オービックの事例を取り上げ、なぜ驚異的な高収益を実現できているのかを解明することである。システムインテグレーション業界の平均営業利益率は10%未満であり、同社はERP市場に特化し、2023年まで29期連続で営業最高益を更新し、2022年には営業利益率62.4%を達成した。これほど高水準の利益率を維持できるビジネスモデルがどのようなものであるのかが本課題論文の問いである。

具体的には、まず、オービックが所属するSI事業が登場した要因と日本のSI業界の特徴をまとめる。ERP (Enterprise Resource Planning) 市場に注目し、ERPの誕生から日本に普及するまでの歴史と最近のトレンドについて概観した上で、オービックが創業から現在までの経緯を振り返る。オービックがいかにして今日の地位を築いたのかを考察する。

ERPが日本で使われるようになったのは1992年であり、日本企業の業務における独特の商習慣に対し、海外製のERPではアドオンやカスタマイズを重ねてコストが膨らむ。そこで、日本独自の商習慣に合わせる国産ERPが多くリリースされ、日本のERP市場は、複数のベンダーによって激しい競争が行われてきた。国内ERP市場で、中小・中堅企業の市場で圧倒的なシェアを獲得している株式会社大塚商会と日本で初めて国内大手企業向けのERPパッケージの開発に乗り出した株式会社ワークスアプリケーションズの2社を取り上げ、それぞれの戦略、競争行動をオービックと比較することより、オービックの競争力の源泉になったのが過去の蓄積を活用する事業モデルを構築した点である。オービックは新卒採用にこだわる人材採用とその育成を核に自社製品の「オービック7」を開発し、直接販売、サポートまで手掛ける自前主義を貫き、ERP市場の数多あるシステム開発会社のなかで、優位性を確立した。これらの点から、オービックが高収益性を実現する戦略ストーリーを因果関係マップに要約する。

また、2010年代後半に入ってから、近年のインターネット環境の進化を受け、ERP市場では従来のオンプレミス型からクラウド型への移行が進んでおり、「クラウドERP」が広がっている。その中、急成長してきた株式会社Freeeのようなクラウドサービスを提供する新興企業がオービックの競争優位にどう影響するかを考察する。

最後、オービックがここまで高収益を実現できている理由とこれからの事業展開をまとめる。ERP市場今後の動向に基づき、クラウドサービスの普及とも相まって、低予算でも開発できることより、ユーザーによるシステムの内製化が拡大し、SI業界における破壊的イノベーションの動きが加速されるかもしれない。

企業不祥事と組織レジリエンス

王 盛 雅

研究背景：

雪印の食品中毒事件、保険不払い事件、機械リコール事件など、安全や品質管理に関する事故や不祥事が相次いでいる。くわえて、不祥事の結果、企業の株価は大きく下落する傾向がある。ただし、すべての企業の株価が大きく下落しているわけではない。雪印の食品中毒のように不祥事後の対応の悪さによって株価が大きく下落した事例もあれば、パナソニックの給湯機のリコール事件のように、商品がリスクを抱えている状況にもかかわらず、不祥事発生後の迅速な対応により、株価が大きく変動しないこともある。こうした企業の不祥事後の対応としては、緊急対策として広報部に緊急対策本部を設置することが多く、さまざまな研究において企業不祥事発生後のイメージにおいて広報が重要な役割を果たしたことが指摘されている。しかし、それと合わせて、対応策を円滑に実行できるような事前の組織作りも重要だと考えられる。

研究目的：

企業が取るべき対応やその迅速な対策の実行を可能にする組織行動や、対応後の回復力につながる日頃のリーダーシップや組織作りについても検討したい。すなわち、企業不祥事の発生後のみならず、発生前の組織作りにも注目する。

先行研究：

駒橋（2012）によれば、危機の事前管理は「リスクマネジメント」、そして危機の事後管理は「クライシスマネジメント」と呼ばれる。駒橋（2012）は、不祥事が発生した時に、初期対応が悪いと二次リスクを引き起こす可能性があるため、不祥事発生後の対応という広報効果が重要である、と主張している。また、こうした不祥事後のマネジメントについては、謝罪のタイミングについて、畠山（2020）が、情報量は少なくとも良いので不祥事が起きた場合には第三者よりも先行して情報公開することが有効であるとして、対応のスピードの重要性を論じている。また、海老原（2016）では、会見を開く際に社長が謝罪すると積極的な情報開示、という2点が有効である、と論じている。

同時に、さまざまな研究から、不祥事へ適切な対応を行うためには、組織環境を整えておくことの重要性も指摘されている。例えば、青木（2001）は、2005年のFF式石油温風機による死亡事故が同年2月、4月、11月に連続発生した松下電器産業の事例において、創業者の「正直」という理念に沿って、消費者目線に合わせた告知活動を行った取り組みや姿勢が重要であったと論じている。

本研究では、組織レジリエンスという概念を通じて、企業不祥事発生後に回復できた企業対応について分析することを目的とした。

森（2014）によると、企業不祥事発生後に企業が立ち直るには、リーダーシップが大きな役割を果たしている。組織回復力を構築するには、組織、組織文化、チームという3つの面で組織を整備する必要がある。そして、その際に重要な役割を果たすのが、日々のリーダーシップである。

研究方法：

本研究はまるか食品のペヤング焼きそばのゴキブリ混入事件について分析を行った。先行研究を通して、

組織レジリエンスに関する研究は理論研究が中心で、さらに測定方法は明確されていないため、事例研究を選択した。そして、まるか食品の企業、歴代社長、そして事件発生後の対応などを中心にデータを集め、組織レジリエンスの構成要素を中心に分析を行い、高い組織レジリエンスを持つ組織は果たしてどのような対応を行ったのか、そして優れた回復力を持つ企業は本当にそうした要素を持つのかを検証した。

研究結果：

本研究では、まるか食品の不祥事を含むケースを通じて、高い組織レジリエンスを持つ企業においては、不祥事が発生した際に初期の対応が非常に重要であり、これが消費者のイメージに大きな影響を及ぼすことを示した。一方で、不祥事からの回復と長期的な利益の獲得には、財務的な強さとその背後にあるリーダーの経営理念が鍵となることが明らかになった。これは高い組織レジリエンスにおいて不可欠な要素であり、企業が予測できない出来事に適切に対処し、持続可能な成長を達成するためには、財務的な健全性とリーダーシップのビジョンが統合された包括的なアプローチが求められるのである。組織が変化に適応し、逆境を克服する力はきわめて重要であるとともに、組織レジリエンスの中心的な要素と言えるであろう。