

商学部 教員紹介 【目 次】

経済・歴史学系

経済現象は人類にとっていかなる意味があるのか、経済活動の歴史がいかに変化してきたかを解明する

研究テーマ	教 員 氏 名
-------	---------

- | | |
|-----------------------------|-------|
| 1. 商品史研究－商品が社会に与えた影響－ | 川満 直樹 |
| 2. 経済社会を支えるものは何か | 小島 秀信 |
| 3. ビジネスデータの時系列分析 | 牧 大樹 |
| 4. GDP 20 世紀で最も偉大な発明の一つ | 溝渕 英之 |
| 5. 自分の街を調べてみる | 内藤 徹 |
| 6. 企業価値の経済分析 | 中岡 孝剛 |
| 7. 不確実性下における企業の戦略的な意思決定 | 辻村 元男 |
| 8. 産業組織と企業行動・消費者行動の実証分析 | 上田 雅弘 |
| 9. 近現代日本における看護職の働き方に関する歴史研究 | 山下 麻衣 |

商業・金融学系

マーケティング戦略や商品の流通と、保険会社や金融機関の役割を研究する

研究テーマ	教 員 氏 名
-------	---------

- | | |
|---------------------------------|---------|
| 10. マーケティング・流通の研究 | 崔 容熏 |
| 11. 国際金融統合の経済分析 | 五百旗頭 真吾 |
| 12. マーケティングと製品開発 | 石田 大典 |
| 13. 証券の自動取引とそれに伴う市場の制度設計 | 久納 誠矢 |
| 14. 資産運用立国に向けて個人が金融を学ぶことの大切さ | 丸茂 俊彦 |
| 15. 「オーバーツーリズム」と観光地住民の態度についての研究 | 西村 幸子 |
| 16. ユーザーがイノベーションに参画する意義 | 大原 悟務 |
| 17. リスクと保険～年金問題を題材に～ | 佐々木 一郎 |

[目次に戻る](#)

18. 消費者理解のブランド・マーケティング	高橋 広行
19. 金融市場の動向と経済活動	植田 宏文
20. 流通システム、リテール・マーケティング	横山 斉理

貿易・国際学系

海外市場の動向や貿易業務、ビジネス英語などを学び、グローバルな視点からビジネスを読み解く

研究テーマ	教 員 氏 名
21. 韓国の経済と企業の発展	遠藤 敏幸
22. 経済の危機から経済学を考える	服部 茂幸
23. 国際貿易の古典理論	久松 太郎
24. 国際商務における商慣習と異文化	KISELEV Evgeny
25. 電子商取引（e コマース）の現状と今後の発展について	長沼 健
26. 東アジア諸国の自動車産業の発展	西川 純平
27. 多様性・公平性・包摂性を尊重するビジネス・コミュニケーション	佐藤 研一
28. リカードから現代までの貿易理論史	田淵 太一
29. 日本の会社と外国の会社との間の売買取引に適用される“CISG”	吉川 英一郎
30. グローバル・バリューチェーンに関する実証分析	朱 浩良

企業・経営学系

現代社会における企業経営を、管理・情報・戦略などの視点から多角的に分析する

研究テーマ	教 員 氏 名
31. 経営組織論	福本 俊樹
32. コーポレート・ガバナンス及び「企業と社会」に関する研究	今西 宏次
33. 組織と個人の望ましい関係性を探る	柿沼 英樹
34. 事業システムと競争優位	中道 一心
35. 企業の経営戦略と M&A	中村 文亮

[目次に戻る](#)

36.アントレプレナーシップの理論、歴史、実践	太田原 準
37. 中小企業とアントレプレナーシップ	関 智宏
38. サービス産業における人材活用の制度と構造	谷本 啓
39. 企業の戦略	富田 健司
40. 社会をより良くするための行動を考えよう	瓜生原 葉子
41. ファッションビジネスの経営史	山内 雄気

簿記・会計学系

企業などの組織の運営に欠かせない簿記を学び企業の会計情報を読み解く力を養成する

研究テーマ	教 員 氏 名
42. 公認会計士による監査と保証業務	廣瀬 喜貴
43. グローバルな視点で会計の役割を考える	稲見 亨
44. 予算管理：組織成員の行動と成果に関する研究	伊藤 正隆
45. 財務情報・非財務情報を併用した業績管理の研究	河合 隆治
46. 管理会計：会計数値から見た企業経営への役立ち	中川 優
47. 会計実務・会計基準・会計理論の本質的な役割	志賀 理
48. デジタル時代のサステナブル・ディスクロージャー	田口 聡志
49. 人々を幸せにする会計制度の構築	山本 達司

研究テーマ	教 員 氏 名
50. 過去の歴史から考える発展途上国の未来	相川 雄哉
51. 海運業と造船業から見る世界経済のつながり	趙 勝新
52. 人口減少・超少子高齢化時代の地方都市におけるコンパクトシティ政策の有効性について	藤岡 裕大
53. 技術変化が企業・産業にもたらす影響	柴田 喜悠

54. 会計不正の要因に関する分析と検証

徐 小鈞

55. 中国鉄鋼業における産業構造の変容および産業政策の役割

銀 迪

1. 商品史研究－商品が社会に与えた影響－

かわみつ なおき

川満 直樹

現在の研究テーマは、「商品史研究」です。商品史研究と言っても幅広く、どのような研究を行っているのか分かりづらいと思います。私は、企業や企業家が生み出した商品に焦点を当て、その商品が私たちのライフスタイルや社会、また私たちの価値観にどのような影響を与えたのかなどについて歴史的な観点から研究を行っています。

高度経済成長期以降に、多くの商品が日本社会に登場しました。その商品の中に、私たちのライフスタイルや価値観、そして社会にも影響を与えたものが多くあります。家電の「三種の神器（白黒テレビ、電気冷蔵庫、電気洗濯機）」や「3C（カー、クーラー、カラーテレビ）」などは、私たちのライフスタイルに影響を与えた商品の代表格だと思います。「三種の神器」や「3C」などの商品は、私たちに新しい生活空間を提供し、繰り返しになりますが、私たちのライフスタイルや価値観に大きな影響を与えました。

現在、私たちの生活は、多くの商品に支えられています。商品を使用せずに生活することは不可能と言っても言い過ぎではないと思います。商品を中心に私たちのライフスタイルや社会を見たならば、これまで当たり前と思っていたことが違った角度から見る事が出来ると思います。

キーワード

商品史、商品、消費社会

<参考図書・参考文献>

角山栄（2017）『茶の世界史：緑茶の文化と紅茶の社会』中公新書

川邊信雄（2017）『「国民食」から「世界食」へ：日系即席麺メーカーの国際展開』文真堂

2. 経済社会を支えるものは何か

こじま ひでのぶ

小島 秀信

私たちは日々いろいろな経済活動をしています。大量の商品が売られたり買われたり、企業間で契約が行われたり、人々が起業したりしています。しかし、これほどまでに多様で大規模な経済活動が、ある程度スムーズに行われているのはなぜなのでしょう。政治制度や法制度がしっかりしているからという理由もあるでしょう。しかし、もっと根底にあるのは「信頼」であると思うのです。個人間の信頼だけでなく、社会全体に対する信頼です。コンビニに行っておにぎりを買って、我々は何も疑うことなくそれを食べます。日本の社会経済システムを漠然(ばくぜん)と信頼して、傷んだおにぎりが店頭で並ぶことはない信じ切っているからです。そして、その信頼はこれまで皆おにぎりを食べても大丈夫だったからという慣習的・社会的な根拠しかありません。しかし、この頼りない信頼や慣習こそが、巨大な経済活動を支えているのです。店頭の商品が信頼できない、蛇口の水が信頼できない等々、社会経済システム全体を信頼できなくなったら経済活動はスムーズには行われなideでしょう。政治制度や法制度も、それに対する信頼なくしては機能しません。経済活動が、自己利益を追求する個人だけではなく、個人と個人、個人と社会の多様な関係性を見てゆかないと理解できないということになると、経済学のみならず、社会学や人類学の成果も活用して経済活動を読み解いてゆく必要がでてきます。このように、学際的に経済社会を読み解く学問が、私の専門とする経済社会学です。

キーワード

信頼 慣習 関係性

<参考図書・参考文献>

- ・見田宗介『現代社会の理論——情報化・消費化社会の現在と未来』岩波新書、1996年
- ・猪木武徳『岩波オンデマンドブックス モダン・エコノミックス【24】 経済思想』岩波書店、2017年（原著1987年）

3. ビジネスデータの時系列分析

まき だいき
牧 大樹

ビジネスデータは、時間とともに変化しています。代表的なデータとして、ある企業の株価や商品の売上等が挙げられます。データが時間とともにどのように動くか、さらにはデータ間にどのような関係があるかを分析することで、様々な企業のビジネス戦略や将来の予測に活用できます。このような時間とともに変化するデータを統計的に分析する分野が時系列分析です。例えば、前日の売上が今日の売上に与える影響を明らかにできれば、今日の売上の予測に有益な情報となります。時系列分析は多くの企業で購買予測や出店計画の判断等に利用されるだけでなく、政策立案を行う国の機関でも用いられています。近年は情報処理技術の発展に伴い、AI 技術の一部である機械学習や深層学習と言われる分析手法も使用されています。

私の研究では、シミュレーションや実際のデータ分析を通して、時系列データを扱うための適切な分析手法を検証しています。一般的な分析の多くは、ある時系列データが上昇したときも下落したときも、その変化の仕方を同様に扱っています。しかし、時系列データがこうした一定の動きをしているとは限りません。例えば、好景気と不景気で動きが異なるビジネスデータは多く存在します。私は、そのような動きを適切に捉えるための分析手法を研究しています。この研究を通して、時系列データの動きの精緻化や予測の精度を高められることが期待できます。

キーワード

ビジネスデータ、時系列分析、予測

<参考図書・参考文献>

・「データサイエンス入門以前 データを正しく読み取るための基礎知識」阿部圭一、技術評論社

データを正しく読み取るために必要となる知識を学べます。

・「図解まるわかり データサイエンスのしくみ」増井敏克、翔泳社

様々なビジネスで使われるデータ分析の内容や AI の基本的な仕組みを学べます。

4. GDP 20 世紀で最も偉大な発明の一つ

みぞぶち ひでゆき

溝渕 英之

私の研究テーマは経済統計です。ここでは一例として、GDP（国内総生産）について説明したいと思います。

景気とは「一国全体の経済の状態」が例年よりも良いことを意味します。そして、そのような状態が続く場合、経済が成長している（経済成長）と言います。どちらの言葉も、ビジネスの現場で日常的に使われています。では、一国全体の経済の状態をどのように判断すればよいのでしょうか。

まず、自分や家族の所得が増えれば、経済全体が良くなっていると考えられるかもしれません。しかし、それはたまたま自分や家族が働いている会社の業績が良いだけで、他の会社や職種には当てはまらない場合もあります。その代わりに、その国のすべての人々の所得を合計したり、すべての企業の売上や利益を合計したりする方法も考えられますが、いずれのアプローチも一国全体の経済の状態を正確に把握するには限界があることが知られています。

そこで、考案されたのが GDP という指標です。GDP は、国内のすべての企業が生み出した付加価値（＝売上－原材料費）を合計して計算します。これにより一国全体の経済の状態をより正確に測ることができると考えられています。

この考え方は 1940 年代に生まれ、「20 世紀で最も偉大な発明の一つ」とも言われています。近年ではインターネット上で様々なサービスが無償で利用できるようになったことを背景に、実際の金銭的な取引に基づく従来の GDP の測定を見直し、無償サービスの価値をどう捉えるかという課題にも取り組まれています。

GDP 以外にも、物価を把握する消費者物価指数や、豊かさを測る人間開発指数など、多様な経済統計が存在します。これらの統計は、社会や経済を理解し、将来を考えるための基盤として、今後も重要な役割を果たし続けるでしょう。

キーワード

GDP 景気 物価 豊かさ

<参考図書・参考文献>

・ダイアン・コイル（2015）「GDP 小さくて大きな数字の歴史」みすず書房

GDP という経済統計の有用性と限界をバランスよく解説した好著です。

[目次に戻る](#)

5. 自分の街を調べてみる

ないとう とおる

内藤 徹

皆さんが住んでいる街は固有のものであり、世界中どこを探してもすべての条件が同一である街は他にありません。それぞれの街は自然環境や社会環境に依存して駅、店舗、公的機関、路線などが決定されています。みなさんの住んでいる街の特徴を google map や紙地図で調べて下さい。具体的には下記のような視点に着目して考えてみて下さい。

1. あなたの街の人口分布はどのような特徴がありますか。
2. あなたの街の食料品店の立地はどのような特徴をもっていますか。
3. あなたの街の公的機関（役所、消防署等）はどこに立地されていますか。
4. あなたの街の自治体の財政状況は周辺地域と比較してどのような状況にありますか。

これは、地理情報システム（GIS）と呼ばれるもので、近年、防災、福祉、町おこし等で活用が高まっているものです。入学後、大学の周辺とあなたの町との違いを比較してみてください。

キーワード

立地、地理情報システム、人口分布

<参考図書・参考文献>

・ google map: <https://www.google.com/maps/>

PC 等でアクセスして下さい。

・ 地域経済分析システム: <https://resas.go.jp/>

人口分布等はこちらを調べて下さい。

6. 企業価値の経済分析

なかおか たかよし

中岡 孝剛

経済のグローバル化、気候変動、国際紛争、人口減少、デジタル化など企業を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。このような経営環境を条件として、企業は自らの価値を最大化できると決断した戦略を実行し、その目標達成に向けて努力します。しかし、すべての企業の意思決定が成功するとは限りません。企業は戦略を誤ったり、目標達成への努力が十分でなかったりすることで、企業価値の最大化に失敗することがしばしばあります。企業を経営するのは人間なので、こうした失敗も起きてもお不思議ではありません。こうした企業の活動は経営現象として観察され、その帰結について様々な検証がなされています。私の研究では、経済理論をレンズとして、経営現象の実証的な解明を試みています。例えば、企業にとっての「業務アウトソーシングのメリットとデメリット」や「キャッシュレス決済の導入効果」などについて、観察されたデータを用いて解明に取り組んでいます。検証結果から企業の意思決定に一種の“人間らしさ”が垣間見えた時、とても知的好奇心をくすぐられます。

キーワード

企業価値、データ分析、経済学

<参考図書・参考文献>

・「会社を変える分析の力」河本薫（著） 講談社現代新書

企業経営において、データ分析がどのように活用できるのかがとてもわかりやすく説明されています。

・「ミクロ経済学入門の入門」坂井豊貴（著）岩波新書

経済学の考え方を理解する上でとても良い入門書です。親しみのある文章で書かれています。

7. 不確実性下における企業の戦略的な意思決定

つじむら もとお

辻村 元男

技術革新やグローバル化の進展に伴い、現代社会は高度かつ複雑に発展を続けています。そのため、ビジネス環境の見通しはますます不確かとなり、企業は不確実性に適切に対処し経営上の様々な問題について意思決定することが求められています。例えば、企業価値を高めるための経営戦略として、1) 既存事業を拡張すべきか、縮小あるいは撤退すべきか、2) 新規事業に参入すべきか、2a) それは自社でゼロから始めるべきか、2b) 他社を買収しその事業でのプレゼンスを短期間で高めるか、といった選択肢が考えられます。どの選択肢を選ぶかという意思決定においては、事業から得られる将来の利益が重要な役割を果たします。ところが、将来の利益はビジネス環境の不確実性に大きく左右されるため、不確実性に起因するリスクを適切に計量化し将来の利益を計測しなければなりません。このように不確実性にどのように対応するかが企業の成長や競争力において極めて重要となっています。こうした背景の下、不確実性下における企業経営に関わる戦略的な意思決定について研究活動を行っています。

キーワード

不確実性、意思決定、戦略

<参考図書・参考文献>

・新原浩朗『日本の優秀企業研究 企業経営の原点-6 つの条件』日経ビジネス人文庫、2006.

8. 産業組織と企業行動・消費者行動の実証分析

うえだ まさひろ

上田 雅弘

情報通信技術の発展や経済のグローバル化、さまざまな分野における規制緩和によって社会・経済構造が大きく変革し、企業の競争環境もまた劇的に変化しています。そうした状況下で、企業は研究開発や広告宣伝活動、また資本提携や合併・買収を活発に行い、生産性の向上やシェア拡大を図っています。

企業行動や市場競争のあり方が急速に変わってきた現在、企業間の競争・協調の場である市場（産業）のダイナミズムを理論的・実証的に捉えることが、競争政策を適切に行う意味でもますます重要になっています。企業のさまざまな戦略がどのように組織の優位性につながるのか、またこれが消費者の購買行動にどのような影響を及ぼすのか、さまざまなデータを用いて「実証分析」するのが産業組織論の醍醐味です。

現実の複雑な経済を抽象的に把握する際には、伝統的な経済理論だけでなく、ゲーム理論を用いて企業や消費者の行動に関する仮説を導きます。ゲーム理論には「ナッシュ均衡」や「繰り返しゲーム」といった専門用語が出てきますが、一度理解すればわかりやすい概念であり、様々な研究分野に応用されています。

こうした理論による抽象的な現実の把握だけでなく、計量経済学を用いたデータ分析や、多変量解析によるアンケート調査の解析といった統計的な分析を行います。企業の戦略的行動や消費者の購買行動を、データ・サイエンスの手法で理論の現実妥当性を検証しています。

キーワード

構造変化 競争政策 企業の合併・買収 グローバル化 規制緩和 計量経済学
統計分析 ゲーム理論 ナッシュ均衡 繰り返しゲーム データ・サイエンス

<参考図書・参考文献>

・『ビジュアル日本経済の基本 第5版』日本経済新聞社

日本経済の現状とそれを分析する視点がわかりやすく提示されている。

・『ビジュアルゲーム理論』日本経済新聞社

見開きで項目をまとめて、視覚的に図を用いながら説明されている。

9. 近現代日本における看護職の働き方に関する歴史研究

やました まい

山下 麻衣

看護婦は女性が多く就業する資格職です。近現代において、様々な属性を持った女性が、「看護婦」として、多様な場で、活躍してきました。

看護婦の働く場は病院だけではなく、在宅で療養している高齢者を対象として専門的な知識を用いて看護を提供している人たちもいます。看護職の資格を取得した後、自らで「看護婦会」を起業し、看護師を家庭や医療機関に派出することを仕事としてきた女性もいます。さらには、戦前における結核などの度重なる感染症の流行という社会背景のもとで、公衆衛生の専門知識を用いて、在宅における健康管理の方法を伝授するという役割を果たしてきました。

近代日本看護の歴史を学ぶことで、日本社会において、看護職が医療現場においていかにして主体的な役割を模索し実現させてきたのかを学びましょう。19世紀以降の医療現場では、医療の場で「治療」の役割がより大きくなり、医師の力がより大きくなってきました。その中で、女性が多く就業する看護の仕事に就く女性は、医師のもとで時に差別とも闘いながら、自らの専門性をアピールし続けてきたのです。

看護の歴史を学ぶことによって、近現代日本の看護・医療の政策の歴史を習得することに繋がります。そして、女性の経済的自立がいかにして達成されてきたのか・何がそれを阻んできたのかを学べるという意味で、ジェンダーを問わない全ての人々が働きやすい社会を作る上でのヒントを得ることになるでしょう。（本文では歴史的呼称として「看護婦」を使用しています。）

キーワード

看護婦 経済的自立 医療政策 看護政策

<参考図書・参考文献>

・山下麻衣（2016）『看護婦の歴史 寄り添う看護婦の誕生』吉川弘文館

・猪飼周平（2010）『病院の理論の世紀』有斐閣

・藤本大士（2021）『医学とキリスト教 日本におけるアメリカ・プロテスタントの医療宣教』法政大学出版局

10. マーケティング・流通の研究

ちえ よんふん

崔 容熏

企業がどれほど優れた商品を開発・生産できたとしても、それだけでは消費者が簡単に手に取ってくれるわけではありません。商品の魅力を伝えるためには、適切な価格設定や、テレビや SNS などのメディアを活用して商品の存在や特徴をアピールすることが重要です。しかし、それに加えて、商品の流通も大きな課題となります。

例えば、商品をどのように市場に流通させるか、つまり「販路の開拓」が非常に重要です。アップルのように、直営店「アップルストア」を持っている企業もあれば、他の販売店に委託している企業もあります。さらに、家電量販店やコンビニなどの販売店舗との協力も欠かせません。例えば、その商品が店内でどこに陳列されるのか、お客様からの質問に対して適切に説明されるかどうかなどが、販売実績に大きく影響します。流通の管理を疎かにし、売上が激減したり、ブランド・イメージが低下してしまったりするケースは少なくありません。

私は、企業が効果的に商品をマーケティングするためには、どのように「販路（マーケティング・チャンネル）」を構築し、管理するのに注目した研究を行っています。企業が目指すマーケティングの目標やブランドの志向によって、流通に対するアプローチや管理方法は異なります。私の研究では、企業がどのように流通を管理し、それが企業の成功にどのように影響するのか、その仕組みを明らかにすることを目指しています。

キーワード

マーケティング、流通、マーケティング・チャンネル

<参考図書・参考文献>

・「はじめてのマーケティング（新版）」有斐閣（2022）

マーケティングのベーシックな内容が分かる入門書です。

・「はじめての流通（新版）」有斐閣（2023）

流通全般のことを分かり易く説明しているテキストです。

11. 国際金融統合の経済分析

いおきべ しんご
五百旗頭 真吾

2000 年代に入り国際金融取引が急激に拡大してきました。これを国際金融統合（financial globalization）と呼びます。国際金融統合の深化は、資産を持つ国と負債を負う国の 2 極化を進行させます。現在、日本やドイツの家計・企業が外国政府・企業に多額の資金を貸し付け、大量の対外資産を保有している一方で、世界一の経済大国であるアメリカは外国に対して大量の負債を抱えています。経済成長の目覚ましい新興国も対外負債を膨張させる傾向にあります。

借金は返してもらわないと貸す側は困ります。そのため一般に、返済能力の低い個人・企業ほど銀行貸出を受けるのは難しくなります。一国が外国から資金を借りるときも同様で、外国から多額の借金をしている国の返済能力に疑問が生じると、その国に対する貸出は止まり、その国の通貨が売られる結果、為替レートの急落する通貨危機や、銀行の経営不安が国境を越えて連鎖していく国際金融危機が起こります。1990 年代末のアジア通貨危機、2000 年代末の世界金融危機、2010 年代のギリシャ危機などが、その例です。国際金融統合は各国経済を豊かにする面を持つと同時に、時として国際金融危機を引き起こす恐れがあるのです。

金融危機前後の国際的な資金の流れを分析することを通して、国際金融統合のメリットを各国が享受しつつ危機発生リスクをどのように制御すべきかについて、研究しています。

キーワード

国際金融統合、世界金融危機、リーマン・ショック、通貨危機、為替レート

<参考図書・参考文献>

・「身近に感じる国際金融」有斐閣

・「リーマン・ショック・コンフィデンシャル 上・下」早川書房

12. マーケティングと製品開発

いしだ だいすけ

石田 大典

私の主たる研究領域は、製品戦略です。新しい製品やサービスのヒット率を高めることは、企業における最も重要な課題の一つです。マーケティング研究においても、製品戦略は 4P (product, price, promotion, place) の一角に位置付けられており、重要なテーマとして多くの研究者たちが取り組んできました。

製品戦略研究の中でも、私は特に企業の組織文化や開発チームの体制の影響について関心を持って研究を進めています。組織文化であれば、革新的な技術開発を重視する文化が良いのか、それとも顧客ニーズの充足を第一とする文化が良いのか、などです。また、開発チームの体制であれば、どのようなメンバーで構成するのが最も良いのか、といった課題があげられます。例えば、過去の研究では、開発チームを様々な部門から集めたメンバーで構成することで、チームの学習行動が促進されたり、創造性が高まったりすることが明らかにされています。というのも、多様な知識や考え方がチームにもたらされるため、ユニークなアイデアや新しい視点での課題解決策が生み出されやすいからです。

最近では、デジタル技術が製品開発に及ぼす影響についても関心を持っています。たとえば、クラウドファンディングは消費者から資金を調達する仕組みですが、支援者から意見を得られるマーケティング・リサーチとしての機能も有しています。そこで得られた意見が新製品のヒットにどのような影響をもたらすのかについても研究しています。

キーワード

マーケティング、製品開発、組織文化、開発チーム、クラウドファンディング

<参考図書・参考文献>

・延岡健太郎 (2002) 「製品開発の知識」 日本経済新聞社

製品開発に関する理論や枠組みが網羅的にまとめられています。

・川上智子 (2005) 「顧客志向の製品開発」 有斐閣

マーケティング分野における製品開発の研究書としては最も有名なものの一つです。

・石田大典・大平進・恩蔵直人 (2024) 「製品開発におけるクラウドファンディングの効果」『マーケティングジャーナル』第 43 巻、第 2 号、19-31 頁

製品開発におけるクラウドファンディングの影響を調査した論文です。

13. 証券の自動取引とそれに伴う市場の制度設計

くのう せいや
久納 誠矢

株式等の証券を大量に取引する投資家は、取引を行う際に、ブローカー（証券会社）に支払う手数料のような明示的な取引コストの他に、価格が不利な方向に動いてしまう暗黙的なコストにも注意を払う必要があります。暗黙的なコストとは、ある商品を大量に購入することで品切れを起こすリスクから、その商品の価格が上昇してしまい、当初考えていた価格より想定外に高くなってしまうようなことです。

株式のような証券の購入であれば、そのような暗黙的なコストを下げるためには、一括で大量の購入注文を出すのではなく、時間をおきながら小出しに購入することで価格の上昇を抑える時間分散や、同一証券が購入可能である複数の取引の場で購入する、場所の分散が考えられます。このようなトレーディングにおける暗黙的なコスト（マーケット・インパクトリスク）のマネジメントや、トレーディング戦略についての研究を主におこなっています。

また、この大量の取引による価格の変動を逆手に取れば、（法律により禁止されていますが）市場の価格を意図的に動かし、利益を出すことも不可能ではありません。近年における自動で高速な取引が可能である環境下において、大量取引により意図せずシステムが自動で不正取引をおこなってしまう危険性も有しています。このように、意図しない不正が行われないような、証券のトレーディング戦略の構築、証券市場の規制や制度に関する研究も行っております。

キーワード

アルゴリズム取引、不正取引

<参考図書・参考文献>

・「アルゴリズム取引の正体」金融財政事情研究会

アルゴリズム取引戦略について、大まかに知ることができます。

・「フラッシュ・ボーイズ 10 億分の 1 秒の男たち」文藝春秋

超高速取引をおこなう業者の実態が垣間見ることができます。

14. 資産運用立国に向けて個人が金融を学ぶことの大切さ

まるも としひこ

丸茂 俊彦

日本政府は、新しい資本主義を実現するために「資産所得倍増プラン」という目標を立て、「資産運用立国」となることを目指しています。実は、日本の家計は2023年度末時点で2,000兆円以上の資産を保有していますが、その半分以上が現金や低金利の預金で保有されています。他方、英米などの先進国の家計は株式や債券などの金融商品を中心に保有しており、より収益性の高い資産運用がなされています。

2019年に金融庁が出したレポート（下の参考文献を見てください）では、日本の家計の老後資金が2千万円不足するという衝撃的な内容で、国民の間で物議を醸しました。その真偽はともかく、日本では少子高齢化が世界の中で一番進んでいるといわれており、国民一人一人が金融リテラシーを高め、自身の老後資金の一部を自己責任で確保する必要性が高まっています。政府もこの目標を後押しするために、2000年からiDeCoと呼ばれる確定拠出型年金、2014年からNISAと呼ばれる少額投資優遇制度を実施しています（2024年から新NISAと呼ばれる制度の拡充が行われました）。

金融を学ぶことで、お金の流れやお金の残高の関係性を理解すること、金利や外国為替、あるいは株価などあらゆる金融商品の価格を決める原理や、その背後にある金融政策や金融制度の役割や意義を知ることができます。このテーマに興味を持たれた方は、あなたの金融リテラシーがどの程度あるのか一度自問自答してみてくださいこれから金融を学ぶことで、あなたの将来の中できっと役立つ時が来ると思います。

キーワード

資産運用立国、金融リテラシー、NISA、iDeCo

<参考図書・参考文献>

・家森信善(2022)「ベーシック＋金融論(第3版)」中央経済社

はじめて金融を学ぶ人のために書かれた定評のある入門書です。

・金融審議会 市場WG報告書(2019)「高齢化社会における資産形成・管理」金融庁

本文中で引用した金融庁のレポートです。下記URLからダウンロードできます。

https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20190603/01.pdf

15. 「オーバーツーリズム」と観光地住民の態度についての研究

にしむら さちこ
西村 幸子

2025 年に日本を訪れる外国人旅行者の数は、過去最高を記録した 2024 年の 3,687 万人を上回る見通しとなっており、日本経済の活性化への寄与が大いに期待されています。その一方で、外国人観光客が好んで訪れる観光地では様々な変化が目立つようになり、駅やバス・電車内の混雑、飲食店や小売施設での行列、ゴミの増加といったような物理的に観光地が許容できる水準以上に観光客が集中して来訪することによって生じる状況に対して「オーバーツーリズム」という表現が使われるなど、観光地に居住する住民の生活に過大な影響が起きているという認識が広がっています。

その対策として、観光客が特定の地域や時間に集中しないようにするために地理的・時間的な分散を誘導することや、外国人観光客に対して日本で許容されるマナーについての啓蒙を行うのは当然のことですが、日本が今後も毎年数百万人単位での訪日外国人観光客の増加を目指していくのであれば、外国人観光客が来訪する地域に居住している住民の観光客に対する態度に着目する必要があると私は考えています。ある人の生活圏に来訪する観光客が以前よりも増加した場合に、結局のところ、その人が「にぎやかになった」とポジティブに受け止めれば問題視されず、逆に「うるさくなった」とネガティブに受け止めるのであれば問題視されることになるからです。

キーワード

観光 観光行動 訪日外国人観光客 オーバーツーリズム

<参考図書・参考文献>

「令和 7 年版 観光白書」国土交通省観光庁

<https://www.mlit.go.jp/statistics/file000008.html> (ウェブ上で全文読めます)

自分のなんとなくの肌感覚ではなく、まずはきちんとデータで観光という現象の社会的・経済的な大きさを確認してみましょう。その上でこれからどんな対策が必要か、どのようなビジネスにニーズがありそうなのかなど考えていけるといいですね。

16. ユーザーがイノベーションに参画する意義

おおはら さとむ

大原 悟務

私が研究活動において関心を寄せているのはユーザーイノベーションと呼ばれる現象です。通常、技術や製品の開発は企業が行いますが、ユーザーが参画することもあります。開発者の広がりをとらえ、イノベーションの〈民主化〉とも表現します。マスキングテープのユーザーが協力企業を探し当て、雑貨・装飾用テープの開発を推進した例がよく知られています。反対に企業がユーザーに働きかけてアイデアを募り、製品化につなげることもあります。無印良品の〈アイデアパーク〉が代表的な例です。

ユーザーはなぜ技術や製品の開発に取り組むのでしょうか。今の製品に不満がある、金銭的な報酬を得たいといったわかりやすい理由もあります。しかし、意外に多いのが、仲間や他者を助けたいという利他志向の理由です。ユーザー仲間と知識を共有してイノベーションに取り組んだ結果、幸福度が上がったとする調査結果もあり、興味が引かれるところです。

私は、難易度が高いとされる医療やヘルスケア分野のユーザーイノベーションに注目しています。採算が取れないなどの理由で、患者や家族が望む製品が開発されないことがあります。とはいえ、患者側は知識・技術・資金など、新しい薬や機器を開発するのに必要な資源を持っておらず、製品化を主導するのは至難の業となります。そこで、この問題解決に期待されるのが患者と開発企業を結びつける仲介組織です。この役割を担う患者団体や行政機関の活動を深く理解したいと思っています。

キーワード

ユーザーイノベーション、知の共有、患者によるイノベーション

<参考図書・参考文献>

・小川 進『ユーザーイノベーション』東洋経済新報社、2013年

・青木 慶『スキルシェアのすすめ』千倉書房、2023年

17. リスクと保険～年金問題を題材に～

ささき いちろう

佐々木 一郎

私の研究テーマは、年金問題を題材に、リスク処理手段として保険が有効活用されるための条件を明らかにすることです。現代社会はリスク社会ともいわれるように、企業や家計のまわりには多くのリスクが存在します。企業や家計がスムーズに経済活動を行うためには、リスクを効率よく処理することが求められます。保険は、小額の保険料負担で大きな保障を得ることができるので、リスクマネジメント手法として不可欠のものとなりつつあります。

しかし、現実の経済・社会に目を向けると、保険を有効活用していないケース事例がいくつか存在しています。実は、現在国民的関心の高い年金未納も、そのひとつです。昨今のわが国では、老後の経済的リスクへの不安が高まってきているにもかかわらず、国民年金は老後リスクを処理する保険としては十分に機能していないのが実情なのです。

では、なぜ多くの若者は年金未納者になるのでしょうか。

未知の年金未納理由の候補として私が今とくに注目しているのは、若者の近視眼的なものの考え方です。現実的にみて、20代の若者が40～50年先の老後のことを合理的に設計することは簡単ではありません。この先どうなるか分からない老後のためによりも、今お金を使いたいという気持ちのほうが優先した結果として、若者が年金未納者になることも十分に考えられます。年金問題に焦点をあて、保険の有効活用を阻害する要因に接近していくことで、リスク処理手段として保険が有効活用されるための条件を明らかにしていきたいと思います。

キーワード

保険、年金、リスク

<参考図書・参考文献>

・「幸福感と年金制度」中央経済社、佐々木一郎著(2022年)

18. 消費者理解のブランド・マーケティング

たかはし ひろゆき

高橋 広行

消費者を理解し、その消費者に求められている「価値」を提供するマーケティングは、今の時代において非常に重要である。これは、単に商品売るだけでなく、消費者の欲求や悩みに応えることを目指している。

例えば、ゼミで、ある飲料メーカーに提案した新商品企画の場合、若者向けの新しい飲料は、単に「おいしい」だけでなく、「インスタ映えする」ことも重視した。若者たちがSNSで自分の生活を発信したがる傾向に着目し、パッケージデザインを工夫したのである。結果として、商品そのものの魅力だけでなく、それを通じて自己表現できる価値も提供できた。

また、ある食品メーカーに対しては、忙しい現代人の「手軽に健康的な食事をしたい」というニーズに応えて、栄養バランスの取れた食品シリーズを提案した。単に便利だけでなく、健康にも配慮した商品を提供することで、消費者の潜在的なニーズに応えたのである。

プロモーションの企画では、ビューティケアの取り組みが興味深い。このブランドは、「美しくなりたい」という表面的な欲求の裏に、「自信を持ちたい」という本質的な願いがあることを理解した。そこで、単に商品の効果を宣伝するだけでなく、様々な年齢や肌の色の女性たちが自信に満ちた表情で登場する広告キャンペーンを展開した。このことによって、「美」の多様性を認め、消費者一人ひとりの個性を肯定するメッセージを発信したのである。

このように、消費者理解に基づくブランド・マーケティングは、表面的なニーズだけでなく、深層にある欲求や価値観にも焦点を当てる。それによって、単なる商品やサービスの提供を超えて、消費者の生活や心に寄り添う価値を創造することができる。これからの時代、このようなアプローチがますます重要になっていくと考える。私の研究でもゼミでも消費者の理解と求める価値を前提にブランド・マーケティングを展開している。

キーワード

消費者理解、ブランド、マーケティング、商品企画、企画提案

<参考サイト>

・高橋ゼミ 活動計画・社会連携企画サイト

<https://takahashi-lab.sub.jp/seminar/introduction/>

目次に戻る

19. 金融市場の動向と経済活動

うえだ ひろふみ

植田 宏文

現在、金融市場は国際化・自由化が急速に進展し多くの注目を集めています。それにともない金融市場での参加主体である中央銀行・金融仲介機関・企業・家計・海外部門の金融取引は活発化し、主要な金融指標をはじめ実体経済に大きな影響を及ぼします。今日、各経済主体の行動から導かれるマクロ経済の動向をみる上でも金融市場で展開される事象を正しく認識する必要があります。

日々の金融市場における需給均衡で金利・為替レート・株価等の金融変数は変化し、時によっては大きな乱高下を繰り返すこともあります。それはマクロ経済活動に影響を及ぼすことから、上述した金融変数がいかなるメカニズムによって説明することができるかは各国にとっての最重要課題です。またこれらの金融変数相互間の関係、および人々の生活水準に関連するマクロ的な波及を分析する必要性も益々高まっています。さらに中央銀行による金融政策の効果波及プロセスを分析し、どのように対応すべきかを分析することは喫緊の課題でもあります。

最も重要なこととして、金融市場での動きが、実体経済の動きと相互関連していることを正しく理解することが求められます。実体経済の動きは人々の暮らしを反映したものであり、金融市場での動向が日々の私たちの暮らしと密接に関わっています。

キーワード

金融市場、為替レート、株価、中央銀行

<参考図書・参考文献>

・『イングランド銀行公式 経済がよくわかる 10 章』すばる舎

20. 流通システム、リテール・マーケティング

よこやま なりまさ

横山 斉理

私は流通とマーケティングに関する研究を行っています。私たちが日常生活をスムーズに送れるのは、生産と消費をつなぐ流通業者のおかげです。流通業者には主に卸売業者と小売業者がいます。卸売業者は、生産者から商品を仕入れて小売業者に納入する役割を担っています。一方、小売業者は、生産者や卸売業者から商品を仕入れ、消費者に販売します。どちらも円滑な流通にとって重要な存在です。地震などの非常時の店舗の状況を考えると、その役割の重要性がわかるでしょう。近年では、技術の進歩やデジタル化の影響で、卸売業者や小売業者の役割は変わりつつあります。

このような背景のもとで、私は小売業の今後の展開に関心を持っています。具体的には、コンビニやミニスーパー、カフェなどの店舗が顧客に支持される理由や、顧客が店舗とネットショッピングをどのように使い分けているのか、さらに小売業の国際化や中古品流通市場がどのような条件のもとで進展するのかといった幅広いテーマについて研究を進めています。

キーワード

流通 マーケティング 小売

<参考図書・参考文献>

・横山斉理(2019)「小売構造ダイナミクスー消費市場の多様性と小売競争ー」有斐閣

なぜ日本の食品スーパーはグローバル企業に比べて競争力を持ち生き残れるのかを多面的に議論した学術書です。

・石原武政・竹村正明・細井謙一編著(2018)「Iからの流通論 [第2版]」碩学舎
事例を用いて流通についてわかりやすく解説しているテキストです。

21. 韓国の経済と企業の発展

えんどう としゆき

遠藤 敏幸

韓国のドラマや映画、音楽などが若い人たちの間でも身近になっている昨今、みなさんは最近の韓国経済にどのようなイメージがあるでしょうか。少なくとも経済的に発展していない国というイメージを持たれる方は少ないのではないのでしょうか。しかし、韓国は建国から 20 年ほどの間、経済的に困窮を極めていました。それは韓国だけの話ではなく、第二次世界大戦後からしばらくの間、アジア地域のほとんどの国々が貧しい状況でした。1960 年代半ばから高く持続的な経済発展を開始した韓国は、アジア地域で起こる連鎖的な経済発展の先陣を切る国となりました。現在では韓国の企業、サムスンやヒョンデはグローバル企業に成長しています。今日の韓国経済に至るまでの急速な経済発展の過程では、非常にドラマティックな興味深い事柄が多く展開されています。

韓国では財閥と呼ばれるグループが大きな力を持っています。韓国のドラマではよく登場することがあるので知っている人が多いと思いますが、家族が企業経営に直接関与する財閥は韓国固有の特徴を持った企業形態といえます。韓国の財閥はどういった特徴を持って経営がなされているのか、韓国経済とどのように関わってきているのか調べると興味深いことが多く発見されます。

キーワード

韓国経済、アジア、経済発展、財閥

<参考図書・参考文献>

・遠藤敏幸「韓国における持株会社制度の変遷」『同志社商学』73 巻 6 号、2022 年

・山本和人・鳥谷一生編『世界経済論 第 2 版』ミネルヴァ書房、2023 年

22. 経済の危機から経済学を考える

はっとり しげゆき

服部 茂幸

皆さんは子どもの時でよく覚えていないでしょうが、2008年にアメリカ発の世界的な金融危機が起きました。皆さんは世界史で1930年代の世界大恐慌の話は習っていると思います。世界大恐慌の後、世界は分断と対立の時代を迎えました。世界金融危機後の世界もまた分断と対立の時代となりました。アメリカで起きている政治対立、エリート政治家への不信の結果としてのトランプ大統領の誕生（2017年）はその結果の一部といえます。私の研究の一つがこの世界金融危機がなぜ起こったのか、世界金融危機を引き起こすことになったこれまでの経済学はどこが間違っていたのかです。

これも皆さんはよく覚えていないかもしれませんが、アベノミクスの第1の矢として、日本銀行は長らく続いたデフレを解決するためと称して、大規模な金融緩和を実行しました。しかし、結局、金融緩和ではデフレは解決できませんでした。2022年から物価は上昇していますが、これは輸入物価の高騰によるところが大きいです。そして、この消費者物価の上昇は家計を圧迫しています。日銀が想定したのと反対のことが起きています。なぜ日銀の政策は失敗に終わったのかを明らかにすることも私の研究の一つです。

皆さんも経済と経済学を知ることを通じて、これからの社会を考えてほしいと思います。

キーワード

金融危機、金融政策、経済学

<参考図書・参考文献>

・『危機・不安定性・資本主義－ハイマン・ミンスキーの経済学』ミネルヴァ書房

・『偽りの経済政策－格差と停滞のアベノミクス』岩波書店

・『グローバル金融資本主義の危機－混迷の世界と経済学』晃洋書房

23. 国際貿易の古典理論

ひさまつ たろう

久松 太郎

私は、19 世紀の古典学派が対象としてきた経済問題、とりわけ価値と分配の理論、経済成長理論、国際貿易の理論と政策などを総合的に研究しています。最も力を注いでいる研究は、国際貿易の古典理論に関する歴史考証や数理分析です。

私たちは、国境を越えた企業買収や業務提携、企業の海外進出、貿易交渉など、国際経済にかかわる話題を日常生活でよく耳にします。このような経済・経営・政治に関する国際問題を考える上で重要な役割を担ってきたのが国際貿易の理論や思想なのです。

最近ではイギリスの古典派貿易政策思想を中心に研究を進めています。19 世紀前半のイギリスは、事実上の保護貿易を規定する穀物法の成立（1815 年）、ドイツ関税同盟成立に関する諸問題への直面（1830 年代）、自由貿易再開を目指す運動（1840 年代前半）、穀物法廃止（1846 年）など、貿易政策をめぐる数々の出来事を経験しました。この 21 世紀においてさえも貿易戦争や報復関税のニュースをみるように、貿易政策に関する諸問題は単に歴史の一齣ではありません。それは歴史のなかで幾度も繰り返される出来事（アメリカのスムート・ホーリー法成立をめぐる関税戦争など）であり、国際社会のなかで生きる私たちにとっても無視できない重要な問題なのです。

キーワード

国際貿易、貿易政策、理論、思想、歴史

<参考図書・参考文献>

・フランク・トレントマン [著] 田中裕介 [訳] 新広記 [解説] (2016) 『フリートレイド・ネーション——イギリス自由貿易の興亡と消費文化』 NTT 出版

・ダニ・ロドリック [著] 岩本正明 [訳] 「貿易戦争の政治経済学——資本主義を再構築する」 白水社

24. 国際商務における商慣習と異文化

キセリョフ エフゲーニ

KISELEV Evgeny

私の研究対象は国際商務における商慣習です。「慣習」という言葉は商学より文化の分野のイメージを与える用語ですが、ビジネスに対して重要な概念です。ある特定の集団に属する人々の長年にわたる常習的行為により伝統的なものとしてこれらの人々に広く承認されるようになった行動様式が一般に「慣習」(custom)と言うように、商業に従事するビジネス・パーソンが承認し、遵守するような伝統的な取引様式が「商慣習」(mercantile custom)と言います。また、商慣習とほぼ同一視されるものに、各業界における「慣例」(practice) または「慣行」と呼ばれるものがあります。商人が頻繁に繰り返し行なってきた取引行為または慣例とされる行為の中から、常習的または慣例的に実行されるものとなり、思慮分別ある者が、契約当事者として同じ状況におかれた場合に、その契約に当然適用するであろうと思われる程度にまで確立した取引の慣行または方法が「取引慣習」(usage of trade)と呼びます。

このように様々なニュアンスを持つ慣習の概念は、同一地域または同一職業において一般に承認されている程度に確立した常習的行為であるが、固定したものではなく、諸制度の推移にしたがって常に変化しています。商慣習はビジネス・パーソンの常識な行動様式を表す単語ですが、ビジネスのグローバル化の時代において、国境を越える取引において商慣習はどのように作用しているか把握することが重要な課題です。グローバル化の影響を受けながら国際商取引がどのように変化しているか、どのような課題を直面しているかに、私は興味を持っています。

キーワード：

国際ビジネス、国際商取引、貿易商務、商慣習、国際ビジネスと文化

<参考図書・参考文献>

・ 亀田尚己編著 『現代国際商取引 [改訂版]—よくわかる理論と実務—』 (文真堂、2021 年 3 月) ISBN:978-4-8309-5120-6

25. 電子商取引（e コマース）の現状と今後の発展について

ながぬま けん

長沼 健

近年、インターネットの普及により、電子商取引（e コマース）が私たち消費者の身近になりつつあります。例えば、アマゾンから本や DVD を購入することも、メルカリでいらなくなった服を販売することも、Netflix と契約して人気の映画を見ることも、Spotify のような音楽ストーリーミングサービスと契約して好きな音楽を聴くことも電子商取引になります。皆さんの中には、これらを実際に利用して、その便利さを体験した人も多いのではないのでしょうか。電子商取引は、日本をはじめ世界でいまだに拡大を続けています。この普及は、消費者行動の水準を高め、企業の経済活動を効率化・活性化させると期待されています。

しかしながら、この電子商取引は、いつでもどこでも誰とでも、シームレスでグローバルにつながってしまうために、特有の問題も発生しています。これらの問題を解決するためには、電子商取引を、グローバルな観点を加味しながら、契約（商流）、運送（物流）、決済（金流）の側面から分析していくことが求められます。

その中でも、現在、私が興味を持っている研究テーマは以下の 4 点です。

- ①新型コロナの影響による電子商取引（B2C および B2B）の現状と今後の動向
- ②デジタルトランスフォーメーション（DX）による企業間電子商取引（B2B）の変化（特に、電子運送書類の普及について）
- ③電子商取引の普及とその力学
- ④デジタルプラットフォーマー（アマゾン、アリババ、楽天など）のビジネスモデル分析と今後の動向

これらの課題について、ビジネスの側面から、実証的・理論的に研究を進めています。

キーワード

電子商取引（e コマース）、e ビジネス、デジタルトランスフォーメーション（DX）、電子運送書類（e-Transport document）

<参考図書・参考文献>

・幡鎌博『e ビジネスの教科書』創成社

電子商取引に関する基本的な用語・概念そして事例が紹介されています。

・長沼健『国際運送書類の歴史的変遷と電子化への潮流』文真堂

国際運送書類の発行データや事例によってその歴史的変遷、現状、そして電子化を含む今後の動向を考察しています。

26. 東アジア諸国の自動車産業の発展

にしかわ じゅんぺい

西川 純平

私は東アジア諸国における自動車産業を研究しています。自動車産業は自動車メーカーだけで成り立っているわけではありません。製鉄会社や自動車の部品を製造する企業はもちろん、直接的な関係はありませんがガソリンスタンド、運送業、郊外のショッピングセンターも自動車産業と関わっていると言えるでしょう。つまり、自動車産業は広範で、しかも膨大な数の企業が関わりとても大きな産業なのです。

そこで、多くの東アジアの国々は自動車産業を国の経済発展の重要な部分に位置付けています。なぜなら自動車産業がその国に形成され、さらに発展していけば膨大な数の雇用機会も生まれ、しかも幅広い産業も形成・発展していくからです。実際に、これまで自動車製造の経験がない（あるいは経験が不足している）多くの東アジアの国々が、外国(先進工業国)の自動車メーカーや部品メーカーの力を借りながら、これまで様々な課題を克服しつつ、自動車産業の形成・発展に取り組んできました。

今や自動車生産台数世界一の中国を筆頭に、韓国、台湾、ASEAN 諸国など東アジアの国々の自動車産業の発展はめざましいものがあります。とはいえ、これらの国々の自動車産業に課題がまったくないわけではありません。私はこうした課題を明らかにしようとしています。

キーワード

新興国、中国、ASEAN、自動車産業

<参考図書・参考文献>

・『転換期の中国自動車流通』 蒼蒼社

・『東アジア優位産業の競争力ーその要因と競争・分業構造ー』 ミネルヴァ書房

27. 多様性・公平性・包摂性を尊重するビジネス・コミュニケーション

さとう けんいち

佐藤 研一

グローバルなビジネスの世界では、英語によるコミュニケーションの重要性が日に日に高まっています。従来は英語圏諸国との取引に使われることが多かった英語は、今や非英語圏出身のビジネスパーソンの共通語となり、イギリスやアメリカの文化に裏打ちされた伝統的な「英語」とは全く違った様相を見せるようになりました。特に世界のビジネスパーソンが共通語として使用する英語は Business English as a Lingua Franca (‘BELF’) と呼ばれ、その姿と未来を探る研究が各方面で展開しています。

「共通言語としての英語」を語る際に常に議論の的になるトピックがいくつかあります。たとえば、「特定の英語変種をモデルにすべきか」、「ノンネイティブ同士が英語を使えば不自由さが増すだけではないのか」、「英語支配の拡大は文化的・言語的な帝国主義につながるのではないか」などは、その主なものです。

私が今取り組んでいるテーマは、非英語圏の企業や組織の国際コミュニケーションの分析、対顧客コミュニケーションで使用する言語の様態の調査、日本および海外の公共空間における多言語標識の問題点の洗い出しと解決策の提案です。さまざまなステークホルダーが行き交うビジネスの場で、多様性・公平性・包摂性を重んじるコミュニケーションを実現するにはどうすればよいかということを探っています。

キーワード

ELF/BELF、媒介言語、言語景観

<参考図書・参考文献>

・「グローバルビジネスコミュニケーション研究」文真堂

BELF について詳しく説明されています。

・「異言語間コミュニケーションの方法：媒介言語をめぐる議論と実際」大修館書店

第一言語が異なる人々が交流するときどんなことが起こるかが説明されています。

28. リカードから現代までの貿易理論史

たぶち たいち

田淵 太一

貿易においてどの国がどの商品をどのような価格で輸出・輸入するかという現代世界経済における重要問題は、経済学で 200 年以上にわたって探求されてきた問題です。現代では、たとえば Apple の iPhone の製造などに見られるとおり、グローバル・バリューチェーン (GVC) という型の生産と貿易が組織され、各国の企業が設計・部品生産・組立・販売などの工程を分業し、付加価値を生産し分配する仕組みが形成されています。そこでは価格は生産費 (原材料費や賃金・利潤などの費用) によって決まります。ところが、経済学のテキストブックに出てくる「リカード・モデル」などの通説的理論は、こうした現実とは反対に、どの国がどの商品を輸出・輸入するかは「比較優位の原理」で決まり、価格は需要・供給で決まると論じています。通説で「比較優位の原理」の始祖とされるリカードは 200 年前に、実は GVC のような型の貿易を考察していて、価格は生産費によって決まると論じていました。テキストブックの「リカード・モデル」はリカードが考えた理論ではないのです。私の研究は、リカードのもともとの理論を、この 200 年のあいだに、誰がどのように変型して現在の通説の理論に組み替えてきたのかという謎を解こうとするものです。この課題は近年、海外でもきわめて注目度の高い研究テーマになってきています。

キーワード

貿易、グローバル・バリューチェーン、リカード、比較優位、需要供給、生産費

<参考図書・参考文献>

・田淵太一著『貿易・貨幣・権力』法政大学出版局, 2006 年

上述の課題を探究した日本語の本です。

・Senga, S., M. Fujimoto and T. Tabuchi eds., *Ricardo and International Trade*, Routledge, 2017

上述の課題にかんする研究が国際的にどのように進展してきたかについて、欧米の代表的な研究者たちと協同執筆した英語の論文集です。

29. 日本の会社と外国の会社との間の売買取引に適用される“CISG”

よしかわ えいいちろう

吉川 英一郎

商学部には、卒業後働くために必要な知識が身につく授業もあります。私の授業は国際取引のルールを主に扱っています。日本の会社は、海外の会社に製品を輸出したり、海外の会社から原材料を買ったりすることがあります。国内の売買（我々がコンビニでアイスを買う場合など）は日本の法律（民法など）で規律されますが、国際的な売買はどのようなルールがそれをコントロールするのでしょうか。“CISG”はその答えの1つです。“CISG”とは「国際物品売買契約に関する国際連合条約」の略称で「ウィーン売買条約」とも呼ばれます。日本を含む約90カ国が加盟しています。条約とは普通、国家と国家との約束であって国家を拘束するものですが、CISGは「民間企業」間の国際契約の解釈基準となる不思議な条約です。例えば「アメリカに本社のあるテスラ社」と「日本に本社のあるパナソニック社」との間の売買契約にこのCISGは適用可能です（第1条第1項（a）号参照）。しかし、適用されないケースもあります（第2条が定める適用対象外の事柄や第6条の契約当事者による適用排除の場合など）。CISGは何を定めているかと言うと、例えば、第53条は、買主の義務として2点を挙げています。それは「代金の支払い」と「物品の引渡しを受領」です。将来、国際企業に勤めるつもりなら国際的な取引に関する知識は必要です。今から関心をもって身につけましょう。

キーワード

「CISG」「ウィーン売買条約」

<参考図書・ウェブサイト>

* 亀田尚己編著『現代国際商取引（改訂版）』文真堂、2021年（2,600円税別）

※実際に授業で用いられる教科書です。

* ジェトロ（日本貿易振興機構）のウェブサイト

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-010709.html>

* 国際連合アンシトラル（UNCITRAL）のウェブサイト

https://uncitral.un.org/en/texts/salegoods/conventions/sale_of_goods/cisg/status

30. グローバル・バリューチェーンに関する実証分析

しゅ こうりょう

朱 浩良

私の研究テーマは、グローバル・バリューチェーン（GVC）に関する実証分析です。これは、スマートフォンのような製品がどのように世界中の工場で作られた部品を組み立てて完成し、私たちの手元に届くのか、その過程を理解するための大切な考え方です。GVC を通じて、国際経済のしくみや、各国がどのように協力し合っているかを知ることができます。

私の研究では、特に GVC が国際貿易でどのように付加価値を生み出し、それが各国の経済にどのような影響を与えているのかに注目しています。具体的には、国際産業連関表を使って国々の間でどのように財やサービスがやり取りされているかを調べました。その結果、東アジア、特に中国が生産の最終段階を担い、その製品がアメリカやヨーロッパに輸出されるパターンが明らかになりました。さらに、企業のデータを分析し、GVC が企業の生産性にどのような影響を与えているのかを実証的に研究しています。この研究を通じて、GVC が国際経済における重要な役割を果たしていること、そしてこれからの世界経済においても戦略的な意味を持つことを明らかにしています。

キーワード

国際経済、グローバル・バリューチェーン、生産性

<参考図書・参考文献>

『グローバル・バリューチェーン：新・南北問題へのまなざし』日本経済新聞出版社

31. 経営組織論

ふくもと としき

福本 俊樹

あらゆる組織は、その目的を達成するために、人間から「働く」という活動を継続的に引き出す必要があります。私が専門にしている経営組織論とは、組織が人間から「働く」という活動を引き出す上手なやり方を探究する学問であると言えます。

それでは組織はどのようなやり方で、人々から「働く」という活動を引き出しているのでしょうか。古くは、命令や監視といった直接的なやり方で、半ば強制的に活動を引き出していました。しかし現代では、理念や使命を掲げる、やりがいのある仕事を与える、仲の良い職場を作るなどといった、より間接的なやり方が広く用いられています。それらは言わば、自主的に働く人間を作るというやり方だと言えるでしょう。これらは、ただ労働を強制する昔のやり方とは違い、人々に働くことの楽しさや満足を与えるという点で、より上手なやり方であると言えます。

ただし、こうしたやり方は、一歩間違えれば過酷な労働搾取にもつながります。自主的に頑張って働いてくれる人ほど、組織にとって都合のいい存在はないからです。実際、社員にやりがいを与えることで低賃金・長時間労働を容認させるというのは、ブラック企業の常套手段でもあります。

それゆえ、経営組織論に求められるのは、組織が人間から活動を引き出すその様々なやり方に着目し、それらがどのような結果（良い結果のみならず悪い結果を含め）を引き起こしうるのかを冷静に検討していくことなのです。

キーワード

経営組織、労働、マネジメント、モチベーション、リーダーシップ、権力、人間、集団、文化、技術

<参考図書・参考文献>

・上林憲雄・庭本佳子（編）『経営組織入門』，文真堂

組織とはなにか、どのようにして作り上げるのか、人々の活動はどうすればうまくマネジメントできるのかについて、体系的に知ることができる、初学者向けのテキストです。

32. コーポレート・ガバナンス及び「企業と社会」に関する研究

いまにし こうじ

今西 宏次

私の研究は、簡単にいえば「会社って何だ」ということです。われわれは、日々会社とかかわって生活しています。会社は、現代社会において極めて大きな影響力を有しているといえます。では、会社とはどのようなものであり、現代社会においてどのような役割を果たし、また果たすように期待されているのでしょうか。私はこのような問題を、コーポレート・ガバナンスや「企業と社会（Business & Society）」に関する研究を通じて日々考えています。

コーポレート・ガバナンスは、近年、わが国だけでなく、世界中の国々で議論されています。私は、コーポレート・ガバナンスは、株式会社の権力（Corporate Power）を巡る問題であると考えています。会社権力を統制しようとする場合、株主の立場から見て経済的に効率的に権力を統制しようとする立場と、さまざまな利害関係者を含んだ社会的な視点から統制しようとする立場があります。近年の議論を見ると、一般的には前者の立場からの議論が多くなされていますが、私は、両者を比較検討し、利害関係者理論の立場からの議論を展開しています。したがって、私は、「企業と社会」の関係からコーポレート・ガバナンスの問題を考えているということになり、企業の社会的責任（CSR）や経営倫理（Business Ethics）までが守備範囲に含まれることになります。企業の社会的側面を意識してはいますが、あくまでも経営学的な観点からの研究ですので、企業の社会性と収益性の両面をどのようにバランスし、統合していくかを考察しています。

キーワード

コーポレート・ガバナンス、「企業と社会」、企業の社会的責任

<参考図書・参考文献>

R. ドーア『誰のための会社にするか』岩波新書

絶版になってしまっています。図書館に行けば比較的に見つかると思います。

小室直樹『日本人のための憲法原論』集英社

広く社会の成り立ちについて書かれた本。憲法についてだけでなく、近代とは何か、民主主義とは何か、資本主義とは何かについて、世界史、宗教学、経済学、数学、政治学、社会学…と多様な側面から平易な言葉を使用し、分かりやすく解説されている。

33. 組織と個人の望ましい関係性を探る

かきぬま ひでき

柿沼 英樹

人的資源管理論や組織行動論の知見を組み合わせ、組織と個人の関わり合いとその帰結について考えています。組織による管理とそれに対する個人の反応の連鎖が個人や組織の成果を決めるという側面に注目すると、「どのような関わり合いを構築することが組織と個人の双方にとってより望ましいのか」は、企業経営を考えるうえで無視できない問いのひとつです。この問いについて、さまざまな観点から研究を進めています。

特に大きな関心を向けているのは、組織の目標達成に過大な貢献を果たす個人である「タレント」の確保や活用を論じる「タレントマネジメント」です。組織の視点から見ると、組織への貢献が特に大きいタレントとそうでない非タレントを識別したうえで、タレントを特別扱いして最大限の貢献を引き出すことが、良好な組織業績を得る合理的手法だと言えそうです。ところが、その帰結に関する議論を紐解くと、非タレントが不公平感や不満感を募らせるだけでなく、タレントが過度な期待やプレッシャーに押しつぶされることもあるという、まったく望ましくない状況が生じてしまう可能性があるという指摘がなされているのです。

これは企業組織での話ですが、身近なプロスポーツチームやアイドルグループを例に厚遇される人とそうでない人がいる場合を考えてみても、さまざまな事象が起こりそうであることは想像にたやすいのではないのでしょうか。したがって、組織と個人の複雑な関わり合いを多様な視点から解きほぐすことは、両者が望ましい果実を得るためのアプローチを探る第一歩であると言えるでしょう。

キーワード

組織と個人の関係、タレントマネジメント、特別扱い、心理的態度、組織業績

<参考図書・参考文献>

・西村孝史ほか編著『Iからの人的資源管理』碩学舎, 2022年。

企業における従業員のマネジメントの考え方を、多様な視点から整理しています。

・稲葉祐之ほか著『キャリアで語る経営組織 第2版』有斐閣, 2022年。

組織と個人がどう関わり合っていくのか、その全体像を押さえるのに適しています。

34. 事業システムと競争優位

なかもち かずし
中道 一心

企業は新しい商品やサービスの開発をめぐって競争を繰り広げています。わたしたちはそうして供給される商品・サービスのなかから選び、購入しています。当然のことながら、それがどのように生み出されたのかについて、わたしたちは深く知りません。いつ？どこで？だれが？なにを？どのようにつくったのか？そして、そのように決めたのは、なぜか？このように商品やサービスがどのように生み出されたのか、目の前に現れるまでにどんな経路（サプライチェーン）を辿ったのかを調査研究しています。なぜなら、わたしたち顧客に商品やサービスが届けられるまでに必要な様々な統括する仕組み（事業システム）が、企業の競争優位に結びつくと考えているからです。

わたしは日本企業が長きにわたって競争優位を維持してきた「カメラ」を題材に研究しています。競争優位の源泉のひとつに日本企業の組織能力（経営資源）の蓄積があったこと、それを活かして差別化された商品を参入企業の多くが供給しようとしたこと、そして各社の事情に応じて事業システムを最適化し続けたことが、日本企業の持続的な競争優位に結びついたと考えています。現在ではデジタルカメラ市場はすっかり縮小し、撤退企業も多くなりましたが、レンズ交換式カメラ（ミラーレスカメラ）で多くの残存者利益を獲得している企業もあります。市場縮小期であっても事業システムを最適化することが競争優位を維持している好例です。

キーワード

事業システム（ビジネスモデル）、サプライチェーン、OEM/ODM、競争優位、経営資源、企業間競争

<参考図書・参考文献>

- ・加護野忠男『競争優位のシステム：事業戦略の静かな革命』PHP 研究所、1999 年。
- ・井上達彦『ビジュアル ビジネスモデルがわかる』日経 BP 日本経済新聞出版本部、2021 年

加護野忠男先生の書籍は、事業システムという用語が出回りはじめてころ、一般向けに理解しやすいように書かれた書籍です。2 冊目は現代の若者に対して、加護野先生のもとで学んだ井上達彦先生が、ビジュアル付きでさらにわかりやすく書かれています。どちらから読んでいただいても競争優位を獲得するための事業システムの設計と運用について、そのエッセンスを理解できると思います。

- ・中道一心『デジタルカメラ大競争 -日本企業の国際競争力の源泉』同文館出版、2013 年

上記しましたわたしの研究内容をまとめた書籍です。ただし、デジタルカメラの市場が縮小する直前までを分析対象としています。市場縮小に際して、レンズ交換式カメラにどのように移行しようとしたのか、日本企業とパートナー関係にあった台湾企業（OEM/ODM 企業）がどう対応したのかといった点は記述できていません。

[目次に戻る](#)

35. 企業の経営戦略と M&A

なかむら ふみあき

中村 文亮

近年、「M&A (Mergers and Acquisitions)」という言葉がテレビや新聞などで見聞きする機会が増えています。M&A とは企業の合併・買収を意味し、端的に言えば「企業や事業の経営権を売買すること」です。

M&A はさまざまな目的で活用されます。たとえば、ある企業が新しい事業や海外市場に進出する際、一から自前で組織を立ち上げるには時間もコストもかかります。そこで、すでに現地で事業を展開している企業の経営権を買収することで、より効率的に新市場へ参入することができます。このような新規領域への進出だけでなく、市場支配力の強化、本業の深化、規模や範囲の経済の獲得、あるいは事業ポートフォリオの再構築といった目的でも、M&A は広く利用されています。

しかし実際には、多くの M&A が当初期待された成果を十分に上げていません。M&A のプロセスには、買収対象の選定、取引条件の交渉、そして買収後の組織統合 (PMI: Post-Merger Integration) など、複雑で多段階の手続きが含まれます。これらのいずれかがうまくいかないと、企業価値の創出は難しくなります。

同じような条件で M&A を行っても、成功する企業とそうでない企業が存在します。では、何がその違いを生み出すのか。どのような要因が M&A の成功確率を高めるのか。これが、私の研究テーマです。

キーワード

M&A、規模の経済、範囲の経済、組織統合

<参考図書・参考文献>

・「マネジメント・テキスト 経営戦略入門」日本経済新聞出版

・「日本の M&A 150 年史—日本企業はどう成長してきたか」日本評論社

36.アントレプレナーシップの理論、歴史、実践

おおたはら じゅん

太田原 準

私は、企業家精神（アントレプレナーシップ）を包括的に理解するために、その理論的背景、歴史的発展、および実践的な側面を探究しています。アントレプレナーシップがいかんして経済成長や社会的変革の原動力となってきたかを明らかにし、個人や組織がどのように新しいビジネスやイノベーションを創出してきたかを考察することは現代社会にとって大変重要なテーマです。

アントレプレナーシップの基本的な理論を学ぶことは重要です。これには、イノベーション理論やリスクテイキング理論、機会の発見と活用のメカニズム、スタートアップの成長過程に関する議論などが含まれます。次に、アントレプレナーシップの歴史的発展を通じて、経済や技術の変遷に伴う企業家の役割の変化を学ぶことは欠かせません。特に、私は日本の自動車産業を中心に、戦前の模倣期、戦後のキャッチアップから独自の競争力を確立するまで、企業家や企業家のパートナーシップがいかんして市場や産業を変革してきたかを研究してきました。

また、実践的な側面としても、私のゼミでは学生はケーススタディやグループディスカッションを通じて、現実の企業家の活動を分析し、新たな事業構想を策定する機会を提供してきました。これにより、単なる理論的知識にとどまらず、実際の企業家のスキルや考え方に触れることが出来ます。またゼミの卒業研究を発展させて起業に至るケースも生まれ、私も株主や役員として参画しています。このように私の研究テーマは、学生がアントレプレナーシップを体系的に学び、市場や産業の変革者としての基盤を築くために貢献するはずで

キーワード

アントレプレナーシップ、イノベーション、フィールドワーク、ビジネスプラン

<参考図書・参考文献>

- ・P.F.ドラッカー『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社、2007年
大企業で策定される戦略と企業家の戦略との違いを説明した古典的著作です。
- ・磯崎哲也『起業のファイナンス ベンチャーにとって一番大切なこと』日本実業出版社、2010年
実際に起業する際に、ファイナンスとガバナンスについてガイドしてくれる実践的著作です。

37. 中小企業とアントレプレナーシップ

せき ともひろ

関 智宏

日本には全企業のうちじつに 99.7%が中小企業である。中小企業は、これまで歴史的にみて、一国の経済社会において重要な役割を果たしてきた。だからこそ中小企業は中小企業として存在し続けてきた（し今後も存続していく）。

それにもかかわらず、中小企業はあまり知られておらず、さらに大企業と比べると賃金など労働条件を中心にネガティブなイメージで捉えられることがある。たしかに中小企業は大企業と比べると経営資源が相対的に乏しく、さまざまな経営課題に直面している。しかしながら、中小企業の多くは、いかなる困難な状況であろうとも、それを何とかして克服してきた。だからこそ中小企業はさまざまな危機的状況に陥りながらも、存在し続けていくことができているのである。

経営環境は変化し続けており、従来の事業を維持し続けていくことは容易ではない。そこで求められるのが新規事業である。またこの新規事業の創造に結びつく、中小企業を構成する企業家や組織が、実現したい経済や社会を実現するためにとる一連の行為は、アントレプレナーシップと呼ばれる。中小企業は、その限りある経営資源を駆使したり、ときにさまざまな諸組織と連携して外部資源を有機的に結びつけたりすることで、アントレプレナーシップを発揮することが可能となる。そうして中小企業は経済社会に対する役割を果たしながら、今後も真に経済社会の主役として存続していく。

キーワード

中小企業、アントレプレナーシップ、連携、危機への対応、持続可能な経営

<参考図書・参考文献>

・『よくわかる中小企業』（関智宏編著）八千代出版

中小企業にかんする基本的なテキストである。1つの項目に対して見開き2頁で紹介されており、辞書のような役割も果たす。

・『中小企業・ベンチャー企業論』（植田浩史ら著）有斐閣

中小企業およびベンチャー企業にかんするテキストである。中小企業関連を中心にテーマごとに章が割り当てられており、読みやすい内容となっている。

38. サービス産業における人材活用の制度と構造

たにもと あきら

谷本 啓

経済の高度化に伴い、いわゆるサービス業が雇用において大きな位置を占めるようになりました。一説では、日本経済の約7割はサービス業が占めるといいます。特に接客業では機械や情報技術がどんなに発達しても重要な役割を果たすのは生身の人間です。顧客の幅広い要望に応えることは、現在のところまだ機械より人間の柔軟性の方が優位にあるといえます。しかし同時に、ちょっとした顧客への対応ミスが企業イメージを損なうことにもなります。例えばホテル業においてよくいわれる言葉に、「100 マイナス1は99ではない、ゼロである」という言葉があります。どんなに客室の居心地が良くても、レストランの料理が美味しくて、ほんのささいな不満足、とりわけ従業員のちょっとした言葉や態度が、そのホテルの印象そのものを台無しにしまうことを意味しています。

しかし現実には、最前線で接客するパートやアルバイト、派遣社員といった非正規雇用の従業員が企業の印象を決める仕事を担うことが少なくありません。しかも必ずしも必要な指導や訓練を十分に受けているとも限りません。お客様に満足して頂き、リピーターとして繰り返し来店して頂くためには、接客に従事する従業員に気持ちよく、お客様に喜んで頂ける行動を取ることができる環境や仕組みをいかに構築するかが重要であり、研究対象としています。

キーワード

サービス業、人材活用、接客労働、感情労働、人事労務管理

<参考図書・参考文献>

・チャールズ・D・ベスフォード『ホテルの力：チームが輝く魔法の経営』講談社,2024 年刊

日本のディズニーホテル支配人による「おもてなし」を含めたホテル経営の解説となります。

・原良憲・嶋田敏・星山英子『スーパーホテル「マニュアル」を超えた感動のおもてなし』かんき出版,2024 年刊

スーパーホテルがなぜ顧客満足で高い評価を獲得できるのかその仕組みの解説となります。

39. 企業の戦略

とみた けんじ

富田 健司

アパレル業界でユニクロと ZARA が同じ業界にしながら、共に成功しているのはなぜでしょうか。それはビジネスモデルが異なるからです。

デザイナーズブランドと呼ばれるアパレルメーカーでは「デザイン（商品開発）」に力が注がれています。ラコステはデザイナーが 20 年ほど前に変わり、ブランド全体のイメージが随分変わりました。こうしたメーカーではデザイン性に富んだ洋服を、数多くの種類作り、少しずつ生産します。このビジネスは「多品種少量生産」です。

次に、ユニクロは低コストで「生産」し、低価格で販売しています。代表商品のフリースは 1 つデザインでもカラーバリエーションを豊富にすることで、店舗では色鮮やかにとても沢山のフリースが売られています。これは「少品種大量生産」です。

一方、ZARA は飛行機を使って素早く輸送しています（一般的にはコストの面から、海上輸送）。つまり、ビジネスの着眼点は「流通（輸送）」です。消費者は世界各地で沢山のデザインの新品を同時に買うことができます。これは「多品種大量生産」です。

商品開発→生産→流通→販売をバリュー・チェーンと呼びますが、アパレル業界では商品開発、生産、流通と異なる段階に目が向けられてきました。次の競争の次元は「販売」です。SHEIN などはネット通販により、消費者は店舗に行くことなく、夜中でもスマホを見ながらゆっくり商品を選ぶことができます。

このように 企業の経営戦略、マーケティング戦略について研究しています。

キーワード

経営戦略、マーケティング戦略、ビジネスモデル

<参考図書・参考文献>

・「I からのマーケティング」碩学舎

企業の事例が多く、基礎的なマーケティングの諸理論を学べます。

・「I からの戦略論」碩学舎

企業の事例が多く、基礎的な経営戦略論の諸理論を学べます。

40. 社会をより良くするための行動を考えよう

うりゅうはら ようこ

瓜生原 葉子

私たちは、毎日の生活の中で、無意識にさまざまな行動をしています。例えば、帰宅後に手を洗ったり、リサイクルをしたり、電気を節約したりすることもその一例です。これらの行動は、単に自分や家族のためだけでなく、社会全体にも役立つ行動です。こうした行動を「ソーシャルグッド（社会にとって良い）」な行動と呼びます。

社会をより良くするために、「ソーシャルマーケティング」という方法があります。これは、企業が商品やサービスを売るためのマーケティングとは異なり、人々が社会全体にとって有益な行動を取るように促すものです。例えば、手洗いを面倒に感じることもあっても、その行動が家族や友達の健康を守るという行動の意義を理解すると納得して行動できるでしょう。このように行動の「価値」を感じて、個人が自発的に行動することを支援するのがソーシャルマーケティングです。ソーシャルマーケティングによって、SDGs の達成が可能となり、社会全体をより健康で持続可能なものにできるのです。

高校生の皆さんも、日常生活の中でどんな行動が「ソーシャルグッド」に当たるのかを考えてみましょう。例えば、健康でいれるように睡眠を十分にとったり、栄養バランスのとれた朝ごはんを欠かさず食べたり、節水を心がけることがその一つです。これらの小さな行動は、一見すると小さいことのように感じるかもしれませんが、積み重なれば社会に大きな変化をもたらします。自分自身や周囲にとってプラスになる行動を見つけ、それを積極的に取り入れてみてください。一人ひとりの小さな努力が、やがて大きな社会変革につながるのです。

キーワード

ソーシャルマーケティング、行動変容、思いやり、SDGs

<参考図書・参考文献>

・「行動科学でより良い社会をつくる」××出版

第2章にソーシャルマーケティングの詳細、第3章に17の行動科学理論が掲載されています。

・「ソーシャルマーケティング」についての公式 website

<https://o-socialmarketing.jp/>

41. ファッションビジネスの経営史

やまうち ゆうき

山内 雄気

経営史は、時代固有の経営問題を理解したうえで、その歴史的意義を探る学問です。単にある企業が成功した失敗したといった歴史的事実を覚える学問ではありません。問題に直面した企業の対応およびその対応の結果を理解し、その背後にある論理を解き明かすことが目的なのです。さらに、その企業の選択の結果が社会や経済に与えた影響も理解しようとしています。思い切って言うと、経営学の問題意識に基づいて歴史事実を解釈することによって、人類の発展に対する企業活動の果たした役割を明らかにしようとしているのです。

こうした問題意識に基づき、私は 1920 年代の日本のファッションビジネスを研究しています。具体的には、銘仙という絹織物の流行を創出しようと苦闘した商人を中心に、百貨店や生産者、職業図案家などにも注目しつつ、日本の近代的なファッションビジネスの誕生の瞬間を描き出そうとしています。日々、商人の発行していた冊子をめくったり、新聞の広告を数えたり、図案を眺めたり、生産地域を巡ったりしています。

私がこの研究を進める理由は、ファッションビジネスが好きだからということもありますが、それ以上に、この研究にロマンを感じるからです。19 世紀中葉に日本の商人によって世界へ紹介されはじめた日本の装飾品や美術品は、19 世紀末のフランスで起こった新たな芸術様式として知られるアールヌーヴォーに強い影響を与えました。20 世紀に入ると、逆に日本の工芸や美術が、アールヌーヴォーの影響を受けはじめます。その影響はファッションビジネスの世界にも伝播します。とりわけ、その影響を強く受けたのが銘仙でした。

銘仙の斬新なデザインは、その当時拡大しつつあった大衆消費を牽引しました。日本の開国がヨーロッパの新たな美術運動に影響し、その新たな考え方が 20 世紀初頭の日本に再起し、大衆消費を牽引する流行商品を生み出す。私は、この半世紀にわたるダイナミックな国際的な変化を描き出したいと考えているのです。

キーワード

大衆消費社会 流行 ファッションビジネス

<参考図書・参考文献>

・満園勇『消費者と日本経済の歴史高度成長から社会運動、推し活ブームまで』中央公論新社、2024 年

・平芳子『東大ファッション論集中講義』筑摩書房、2024 年。

42. 公認会計士による監査と保証業務

ひろせ よしたか

廣瀬 喜貴

企業の経営者は、日々の経済活動を記録した会計情報をまとめ、「財務諸表」として作成し、有価証券報告書を通じて投資家などの利害関係者に開示しています。財務諸表は、家計簿のように単に現金の出入りを示すものではなく、会社の経営成績や財政状態を総合的に表す報告書です。財務諸表を作成する際には、複数の会計処理方法の中から経営者が判断して選択する場面があり、また将来の見積りも含まれるため、不確実性が伴います。こうした経営者の判断や見積りが反映された財務諸表が適正に作成されているかを検証し、意見を表明するのが「財務諸表監査」であり、それを担うのが「公認会計士」です。

財務諸表監査は、財務諸表に対する信頼性を高めることを目的として実施されますが、「誰が」「どのように実施し」「どのように報告すれば」その目的が達成されるのかは、重要な研究課題です。このような問いに対して、理論的・実証的に分析を行う学問分野が「監査論」です。私は、監査報告書などの文章（テキスト・データ）を数量的に分析することで、どのような表現が監査人と利害関係者の間の効果的なコミュニケーションにつながるのかを探究しています。また、経営者と利害関係者の間でも、信頼性と理解しやすさを両立させた財務報告のあり方について研究を進めています。

キーワード

監査、保証業務、公認会計士、テキスト・データ、財務報告

<参考図書・参考文献>

・盛田良久・百合野正博・朴大栄編著「はじめてまなぶ監査論 第2版」中央経済社
監査論を学ぶにあたり、はじめての一冊におすすめです。

・伊豫田隆俊・松本祥尚・林隆敏「ベーシック監査論（九訂版）」同文館出版
日本における監査論の標準的な教科書のひとつです。

43. グローバルな視点で会計の役割を考える

いなみ とおる

稲見 亨

簿記・会計には長い歴史と伝統があります。とくに複式簿記の確立は、いまから 500 年以上も前、イタリア商人の実務慣行にまでさかのぼることができます。その後、世界各国に広がり、近代的な簿記・会計の知識が欧米から日本に移入されたのは明治の頃です。このように、会計には世界各国で用いられているスタンダード（標準）としての側面があります。ただしその共通性の一方で、各国で独自の文化が形成されているように、会計のルールには、各国特有の経済・社会的背景に根ざした異質性が備わっています。その異質性を強調すれば、世界には大きく分けて、イギリス・アメリカを中心とする「英米モデル」と、ドイツ・フランスに代表される「大陸ヨーロッパモデル」という、会計の 2 大潮流が存在します。

会計情報の発信源である企業の活動に加えて、情報の受信者である利害関係者層（株主・投資家等）もまたグローバル化しています。そのような中で、世界各国で異なる会計ルールの存在は、会計関係者間のコミュニケーションの阻害要因となります。そこで求められるのが“世界各国共通の会計ルール（国際標準）”の確立です。つまり、各国で異なる会計情報を標準化できるよう、国際ルールを策定しようというもので、こうした試みが会計分野の重要テーマになっています。その場合、現在、世界で注目されているのが IFRS（国際財務報告基準）で、200 社を超える日本の有力企業がすでに利用しています。IFRS に関する知識は、公認会計士、そしてグローバル企業で活躍する人々には必須のものです。私は現在、IFRS 導入の先行的事例である欧州連合（EU）、とくにドイツ連邦共和国における IFRS 対応について研究を進めています。

キーワード

国際・グローバル、EU、ドイツ、会計基準

<参考図書・参考文献>

- ・稲見亨著『国際的会計基準論』森山書店、2020 年
- ・稲見亨著『ドイツ会計国際化論』森山書店、2004 年
- ・稲見亨監訳『ドイツ会計論』森山書店、2018 年

44. 予算管理：組織成員の行動と成果に関する研究

いとう まさたか

伊藤 正隆

企業の活動を数字で読み取り、その業績をまとめて関係者に伝える一連のプロセスを「会計」といいます。会計で示される数字は、投資家など企業外部の人々の意思決定に役立つだけでなく、企業内部の経営者・管理者・従業員にも有用です。企業内部の経営に役立つ会計を「管理会計」といい、私はその中でも「予算管理」について研究しています。

予算とは、企業の活動計画をお金（会計数値）で表したものです。そして予算管理は、予算を使って「計画→実行→評価→改善（PDCA）」というサイクルを回し、望ましい成果の達成を目指して組織を管理する手法です。予算管理により、部門ごとの仕事が数字で明確になり、部門間のコミュニケーションが進み、目標の設定を通じてやる気を高めます。こうした効果が期待できるため、多くの企業が予算管理を採用しています。

一方で、予算の目標は成績評価の基準にもなるため、従業員が自分に有利な目標を設定しようとしたり、目標が難しすぎると意欲が下がったり、達成に向けてのプレッシャーが強いと不正を引き起こしたりする恐れが生じます。つまり、予算の運用（使い方）しだいで人の行動が変わり、企業の業績に影響を与える可能性があります。

そこで私の研究では、どのような条件や予算管理の運用方法が人の行動や成果に影響を与えるのか、を明らかにすることを目指しています。

キーワード

管理会計、予算管理、予算スラック

<参考図書・参考文献>

・浅田孝幸他「管理会計・入門（第4版）」有斐閣アロマ

管理会計に関する入門書です。

予算管理の問題点など、一部研究内容も紹介されています。

・小菅正伸「行動的予算管理論」中央経済社

人間の行動面に焦点を当てた予算管理に関する専門書です。

深く興味を持たれた方はご参考までに。

45. 財務情報・非財務情報を併用した業績管理の研究

かわい たかはる

河合 隆治

会計学領域は大きく財務会計と管理会計に分けられます。私の研究分野は管理会計ですが、その中で特に企業内部のさまざまな活動や経営戦略と関連付けた業績管理の問題について研究しています。管理会計分野では、主に利益、収益、コストといった財務情報を用いて企業経営をみていきます。この情報により、企業活動がどれくらい利益を生み出しているのか、どのあたりに無駄なコストがあるのかといったことを集約的にとらえることができます。しかし、財務情報だけをみて企業経営を行うと、会計数値が一人歩きし、現実になにが起こっているか把握することができず、時として重大な問題を見落とすことがあります。例えば、潜在的に重要な品質問題を生産現場でかかえていたとしても、そういった兆候が財務情報に現れるのは問題が顕在化して、企業が大きなダメージを受けてからとなります。

企業内には財務情報以外にも有用な情報があります。例えば、生産管理・品質に関する情報、お客様に関する情報、従業員に関する情報、研究開発に関する情報、環境に関する情報などです。こういった財務情報以外の情報を非財務情報と呼びます。

最近では財務情報と非財務情報をうまく組み合わせながら企業の業績を把握する仕組みが注目されています。企業が財務情報と非財務情報をどのように活用しているのかについての調査に基づき、企業が持続的に成長するために効果的な業績管理方法について検討しています。

キーワード

管理会計、業績測定、業績評価、バランス・スコアカード（BSC）

<参考図書・参考文献>

・加登豊・李建. 2022. 『ケースブック コストマネジメント』新世社. 2022 年.
代表的な管理会計の仕組みがわかる教科書です。

・Kaplan, R. S., and D. P. Norton. 1996. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston, MA: Harvard Business School Press. （吉川武男
訳. 1997. 『バランス・スコアカード：新しい経営指標による企業変革』生産性出版）.
財務情報・非財務情報を利用した業績管理の仕組みであるバランス・スコアカードに
関する本です。

46. 管理会計：会計数値から見た企業経営への役立ち

なかがわ まさる

中川 優

企業の活動と言え、営業や販売、製品開発などにどうしても目が行きがちですが、企業は、利益を得られなければ、存続することは不可能です。たとえ、何百万個も売れた商品があったとしても、利益がなく損失ばかりだとその会社は倒産してしまいます。

ある有名な経営者が、「企業経営は物の値段を決めること」という言葉を残していますが、その言葉には、その商品の原価を知ったうえで、適切な販売価格をつけないと、その商品は利益を生み出すことは不可能です。その原価に関する情報を集めて、経営者に適切な判断ができるようにするシステムが管理会計なのです。

会計は、企業の活動を「お金の流れ」から見たものとしてとらえることができますが、特に管理会計は、この会計に関する情報を使って、経営者の様々な判断材料を提供して、正確あるいは適切な判断（意思決定）ができるように手助けする仕組みとも言えるでしょう。

それは、経営者を自動車のドライバーとするならば、ドライバーは自動車に取り付けられている様々な計器類から様々な情報を得ることによって、適切な運転が可能になります。もし、これらの計器類が全くなかったら、突然ガソリンがなくなったり、現在の速度がわからなくて、スピード違反で捕まったり、目的地に到着できなくなったりするでしょう。

経営者が安心して、企業経営を行い、また適切な判断をして会社を正しい方向に導くシステムそのものが管理会計であると言えるでしょう。

キーワード

管理会計、企業経営、意思決定

<参考図書・参考文献>

・加登豊・梶原武久著「管理会計入門<第2版>」日経文庫

・浅田孝幸他「管理会計・入門<第4版>」有斐閣

大学で使っている教科書です

47. 会計実務・会計基準・会計理論の本質的な役割

しが おさむ
志賀 理

会社は貸借対照表と損益計算書という決算書を作成して、会社の経営活動の結果を株主や債権者などの利害関係者に報告しなければなりません。会社の経営活動の結果とは、純利益のことで、この1年間でいくら儲かったかということです。この純利益は、どのように計算されるのでしょうか。たとえば、東京証券取引所のような株式市場を考えてみましょう。投資家は儲けている会社の株を買おうとします。その会社の株を買おうとする人が多くなればなるほど、その会社の株価は上がります。株価が上がれば、その会社は資金を調達するのが容易になります。ということで、会社が株価を上げたいがために、利益を多くなるように、自分達の都合で勝手に利益を計算したらどうなりますか。投資家は、本当にどの会社が儲かっているのかわからなくなるばかりでなく、国民も株式市場を信用しなくなり、株式市場は崩壊してしまいます。

そのために、会社はちゃんと利益を計算しなければならないのです。ちゃんと利益を計算するには、一定のルール（会計基準）が必要になってきます。そのルールは、誰かが有利になるように作られたのではなく、ちゃんとした理論（会計理論）にもとづいて作られたということを示さなければなりません。そのことによって、会社が計算する純利益は信用されるのです。しかし、会計の役割はその通りの見方をしても、その本質はわかりません。なぜなら、その純利益によって配当や税金、公共料金などが決定されるためです。それゆえ、その会計理論、会計基準によって計算された純利益がどうなるのかをみなければ、会計が果たす本当の役割がわからないのではないのでしょうか。

キーワード

会計実務・会計基準・会計理論・財務会計概念フレームワーク

<参考図書・参考文献>

・加藤盛弘他「会計学の基本－基礎から現代の会計－」森山書店
初学者のために会計学の基本をわかりやすく解説した書物です。

・桜井久勝「財務会計講義」中央経済社
公認会計士試験、税理士試験受験者必読の書物です。

48. デジタル時代のサステナブル・ディスクロージャー

たぐち さとし

田口 聡志

現在、持続可能な社会を目指す企業の SDGs 活動の高まりや、それに対するグリーン投資家の登場等を背景に、企業の非財務情報の開示や統合報告など、情報開示に関する新しいあり方が議論されている。さらには、生成 AI 等新たなテクノロジーがビジネスに入り込む中で、企業会計や監査などのあり方も大きく変わりつつある。このように、より大きく広がり、かつ複雑化・予測不可能化する企業会計や監査の姿を鑑みるに、「会計は誰のために、どこに向かい、またその先に何があるのか？」もしくは「さらなる未来には、企業会計は一体どのような姿となるのだろうか？」という素朴な疑問が湧いてくる。

そして、この問いを考えるに当たっては、会計を巡る様々な付加的要素からいったん距離をおき、企業会計の「あるはずの姿」とはそもそも一体何かを考えることが、重要な鍵となるものと思われる。そして、その「あるはずの姿」を抽出していくと、実は会計は、「情報やルールを巡る人の相互作用」というシンプルな構造に行き着く。私は、このような会計の姿を踏まえて、特にゲーム理論や行動経済学、実験といった会計以外の領域とのコラボレーションにより、会計を捉え直す試みをおこなっている。

キーワード

ディスクロージャー、サステナブル、生成 AI、行動経済学、情報

<参考図書・参考文献>

・田口聡志『教養の会計学 ゲーム理論と実験でデザインする』ミネルヴァ書房
上述のような会計の新しい姿を、ゲーム理論と実験で再解釈する一冊。

・田口聡志『企業会計の本質を巡って：プロトタイプとデジタル社会』税務経理協会
「デジタル」と「サステナブル」をキーワードにして、企業会計の本質を解き明かす。
研究書なので難易度は高いが、興味がある方は是非アタックしてみてほしい。

49. 人々を幸せにする会計制度の構築

やまもと たつし

山本 達司

会計とは、企業が決算書を作成する手続です。企業の利害関係者は決算書を見て、様々な意思決定を行っています。そのため、会計には様々なルールが必要であり、会計ルールを総称して会計制度と呼ばれています。私は、「会計は人々を幸せにできる1つのツールである」という考え方に基づいて、「どのようにすれば、人々を幸せにする会計制度ができるのか」という問題について研究しています。

では、人々を幸せにする会計制度とは何でしょうか？例えば、企業が会計不正により倒産した場合を考えてください。このとき、経営者が厳しく罰せられることは当然ですが、利害関係者である株主、債権者、取引先も大きな損失を被ります。これでは、みんなが不幸になってしまいます。そこで、経営者に会計不正をさせないシステムが必要です。解決法は、ただ単に会計法規を厳しくすればいいというわけではありません。経営者も感情をもつ人間ですから、会計不正の防止に有効なシステムを作るには、心理学や行動経済学の知見が必要になるわけです。

そのため、私は会計学のみにとどまらず、心理学、ゲーム理論、行動経済学、実験経済学などの知見を用いて、人々を幸せにする会計制度の構築について研究しています。

キーワード

会計制度、会計不正の防止、人間心理、行動経済学

<参考図書・参考文献>

・須田一幸・山本達司・乙政正太(2007)『会計操作－その実態と識別法、株価への影響－』ダイヤモンド社

50. 過去の歴史から考える発展途上国の未来

あいかわ ゆうや

相川 雄哉

戦後初期の日本は、慢性的な貧困や食糧不足に直面する発展途上国でした。しかしそこから現在にかけて、日本は世界をリードする先進国へと成長しました。こうして今日の我々は豊かな生活ができている一方、日本の外に目を向けると、アジアやアフリカでは現在でも飢餓や栄養不良、貧困が深刻な問題となっています。現在の私達が取り組むべき重要な課題の一つは、歴史を振り返ることで日本がこうした課題をどのように解決したかを明らかにすること、そしてそれらを深刻な貧困問題を抱える現在のアジア・アフリカ諸国の発展戦略に生かしていくことでしょう。

私は、日本の産業発展に関する歴史的な史料の分析や、途上国でのフィールド調査を通して、経済発展を実現するための政策的インプリケーションを導くことを試みています。現在は特に、日本の地場産業である酒造業や陶磁器業、フィリピンのアパレル産業に着目し、それらがなぜ、どのように成長や停滞、そして再生したかを探究しています。

キーワード

発展途上国、アジア、アフリカ、貧困、歴史、経済

<参考図書・参考文献>

・「なぜ貧しい国はなくなるのか(第2版) 正しい開発戦略を考える」日本経済新聞出版

貧困問題を経済の視点から考える入門書です。世界の貧困の現状と解決策を歴史にも触れながら解説しています。

・「世界経済の歴史〔第2版〕—グローバル経済史入門—」名古屋大学出版会

経済から見た歴史に関する入門書です。高度な内容も含むので、関心のある部分に絞って熟読することを勧めます。

51. 海運業と造船業から見る世界経済のつながり

ちょう すんしん

趙 勝新

私たちが普段目にするスマートフォンや衣服、食料などの多くは、船で海を越えて運ばれてきます。こうした「海運業」は、世界経済を支える大切な産業です。また、海運に欠かせない船をつくる「造船業」も、国際競争が非常に激しい分野です。私は、海運業を中心に、船を造る造船業との関わりや、国際的な競争の歴史を研究しています。なかでも注目しているのが、愛媛県今治市です。今治は日本有数の海事都市で、多くの船主や造船所が集まっています。戦後、日本の海運業は世界トップレベルに成長しましたが、1970年代以降は国際競争が激化しました。こうした変化の中で、各国や地域の企業はどのように生き残り、成長してきたのでしょうか。私は企業への聞き取り調査や古い資料を使い、今治の船主たちがどのように国際市場で戦略を練り、世界の海運ネットワークを築いてきたのかを明らかにしようとしています。この研究を通じて、地域産業の強みを活かしながら、グローバル経済とつながる地域社会の未来を考えています。

キーワード

海運業、造船業、経済史、国際競争、東アジア

<参考図書・参考文献>

・「今治船主の台頭と国際化：1970年代以降の日本海運業の変化」経営史学

※愛媛県今治市の海運・造船業がどのように世界経済と結びついてきたかを論じた研究です。

・「コンテナ物語世界を変えたのは「箱」の発明だった」日経 BP

※コンテナという単純な「箱」の発明が世界貿易を大きく変えます。インフラとも呼べる現代物流がどのように生まれたのか、そこで生じる課題はどのように解決されてきたのか、とても分かりやすく物語として楽しめます。

52. 人口減少・超少子高齢化時代の地方都市におけるコンパクトシティ政策の有効性について

ふじおか ひろたか

藤岡 裕大

私の研究テーマは、人口減少・超少子高齢化時代を迎えている日本における、望ましい都市の在り方を模索するものです。みなさんは、都市と聞くとどのようなイメージを抱くでしょうか。人がたくさんおり、にぎやかなイメージを想像するでしょうか。しかし現実的には、人口減少・超少子高齢化が、特に日本の三大都市圏（東京・大阪・名古屋）以外の地方都市での進行がとても速く、これらへの対応は喫緊の課題となっています。そうした中、今日注目を集めているのがコンパクトシティ(Compact City)です。コンパクトシティの定義は様々ありますが、一般的には、中心地が適度な人口密度を持ち混合用途に利用され、無秩序な開発を抑えながらまとまった広がりを持つ都市、とすることができます。人口規模に対して適切な都市規模であるべきという観点から、今後の日本の地方都市は必然的に縮小せざるを得なくなり、コンパクトシティは今後の地方都市の姿の一つとして考えられます。

私は主に、日本のコンパクトシティの代表事例の一つである、富山市のコンパクトシティ政策について研究しています。富山市は、2002年から現在にかけて「公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくり」を進めております。特に政策の柱の一つである居住推進事業は、都心部や公共交通沿線への居住を促すものであり、これまで一定程度の効果が確認されています。このように事例の研究を通じて、今後日本の地方都市でコンパクトシティ政策を進めていくにあたり必要な要素や条件等について研究を進めております。

キーワード

コンパクトシティ、地方都市、人口減少・超少子高齢化、都市の縮小化、富山市

<参考図書・参考文献>

・海道清信（2001）「コンパクトシティー持続可能な社会の都市像を求めて」学芸出版社

コンパクトシティ研究の第一人者である海道清信による、コンパクトシティについての専門書です。コンパクトシティの理念から事例まで幅広く網羅されています。

・藤岡裕大・榊原雄一郎（2020）「地域別人口データからみたコンパクトシティ富山市の研究」『関西大学経済論集』Vol.70, No.3, pp.1-15.

富山市コンパクトシティ政策の柱の一つである居住推進事業について、市内における人口の動きの観点から、その事業効果を解明した論文です。

53. 技術変化が企業・産業にもたらす影響

しばた よしはる

柴田 喜悠

私は建設土木を対象として技術の変化を研究しています。技術の変化は企業や産業に大きな影響を与えますが、現在、建設土木の場合は情報技術を活用した ICT 施工と呼ばれる施工方法によって変革を遂げようとしています。建設産業は深刻な人手不足となっており、生産性の向上が急務となっている中で、高度な建設生産方法を取り入れていくことによって、大きな生産性向上が見込まれています。この取り組みは国土交通省も i-Construction という名称で推進しており、建設産業に関わる多くの主体が様々な活動を展開しています。ここで、重要な役割を果たしているのが建設機械メーカーであり、特に日本の建設機械メーカー最大手のコマツに着目して研究を行っています。

このような動きがある一方で、ICT を活用した施工の普及はそれほど進んでおらず、課題も多いです。ICT 施工を行うためには高価な機械や新たなスキルが必要となり、中小企業が多い建設業においてその負担は軽くない等により、新技術の普及には時間がかかる見込みです。

技術の変化とその影響を考察するには、個別の産業ごとに調べていくことも必要ですが、複数の産業を調べることで共通性や差異を見つけていくことも、理解を深めていく上で重要であり、幅広い分野に関心を持ちながら研究を深めていきたいと考えています。

キーワード

建設土木、建設機械、ICT、技術変化

<参考図書・参考文献>

・クレイトン・クリステンセン(2001)『イノベーションのジレンマ 増補改訂版』翔泳社

※巨大企業がイノベーションを起こすことが困難であることのメカニズムを説明しています。

・エベレット・ロジャーズ(2007)『イノベーションの普及』翔泳社

※イノベーションがどのように普及していくのか、その帰結は社会に対してどのような影響を与えるのか、について考察しています。

54. 会計不正の要因に関する分析と検証

じょ しょうきん

徐 小鈞

私は、企業における会計上の不正行為を研究対象とし、その発生原因を探究しています。会計不正とは、企業が会計情報を意図的に操作し、他者を欺く行為を指します。典型的な例としては、赤字を黒字に見せかけたり、負債を隠したりすることが挙げられます。こうした不正は会社の数字の問題に見えますが、実際には社員や投資家、社会全体に大きな損害を与えます。また、各国の規制当局も企業の不正行為に対応するため、基準の改訂や法改正を行っていますが、会計不正の根絶は依然として困難な課題です。不正行為への有用な解決策を提示するために、まず不正行為の根本原因を探り、その要因に対する理解を深める必要があります。

そこで私は、「なぜ会計不正は発生するのか」という根本的な問いに取り組んでいます。従来の複数の不正要因モデルをもとに、不正行為と緊密に関連する 5 つの要因を抽出し、「不正要因の 5 ファクターモデル」を新たに構築しました。このモデルの妥当性を検証するため、実際の企業データを用いた実証分析と、個人を対象とした実験研究の双方を行っています。前者では企業レベルで把握できる要因を分析し、後者では企業データでは測定が難しい心理的・行動的な要因を検証しています。

会計不正は「ホワイトカラー犯罪」と呼ばれる知能犯罪の一種であり、その要因を明らかにすることは、会計領域にとどまらず、あらゆる不倫理的な行動への理解にも貢献できると考えています。

キーワード

財務会計、不正会計、非財務情報、行動経済学

<参考図書・参考文献>

・徐小鈞 (2021) 「企業における不正の成因分析—先行研究のレビュー」、『六甲台論集—経営学編—』第 68 巻第 3 号、pp.19~39.

・Albrecht, W.S., G.W. Wernz, and T.L. Williams. 1995. *Fraud: Bringing light to the dark side of business*. Burr Ridge, IL: Irwin.

55. 中国鉄鋼業における産業構造の変容および産業政策の役割

ぎん てき
銀 迪

鉄鋼はかつて日本において「産業のコメ」と呼ばれてきましたが、中国では 21 世紀に入っても工業発展を支える基盤だと認識されております。経済の成長とともに、中国鉄鋼業は急速な成長を果たし、インフラ整備、および機械工業、家電製造と自動車産業などの生産拡大を支えてきました。中国の工業発展を描く上で、鉄鋼業に対する研究は大事です。

また、中国の鉄鋼業は従来、伝統的な重工業産業と見なされ、実質的に国有大企業が優遇される産業政策が多く行われてきました。しかし、この産業では国有大企業への一方的な集中は見られませんでした。近年、国有大企業の精鋭化と民営企業の巨大化が並行して進んでいます。国有大企業と民営大企業がともに成長してきたことは中国経済の研究にとっても興味深い現象です。

さらに、カーボンニュートラルを実現するために、鉄鋼業がどのように貢献するかも重要な課題となります。

私は中国の鉄鋼業における企業間の競合関係の変化と産業政策の役割を研究してきました。産業の内部構造に関する多くの研究は市場分析に基づいて行われてきましたが、私の研究では企業内部の技術構造、すなわち技術論に基づいて企業間の競合関係を理解しようとしています。中国の鉄鋼業のあり方や独特な事情を明らかにするとともに、産業内部構造の研究理論や産業政策論などの理論にも貢献するよう努めています。

キーワード

産業発展、産業政策、カーボンニュートラル

<参考図書・参考文献>

銀迪（2022）「中国の鉄鋼産業政策--設備大型化・企業巨大化・生産集中化の促進とその帰結--」『産業学会研究年報』No.37, 133-153。