

まえがき

佐藤 和

今日、日本における少子高齢化の中での持続的成長といった「成長しない社会」の問題は、多くの先進国、新興国に共通する世界に先駆けた課題であり、これを克服するメカニズムを探求し、その解決策を世界に発信してゆく必要がある。成長しない社会では、市場が多様化すると共に企業間競争が激化し、新たな価値の創造がより求められる。例えばグローバルとローカルの対立や、国と国との間の競争が激しくなることで、これまで以上に様々なリスクに対処していかなければならないのである。こうした成長しない社会における企業や経済のあり方を、慶應義塾大学商学研究科を構成する多種多様な学問分野の観点から、今一度、考察しなおすことによって、大学院における研究の一層の高質化を目指すというのが、本研究の目的である。本研究は、8つの個別研究課題をもって構成され、本成果論集には、それぞれのプロジェクトを代表する論文8篇が収録されている。

第1のプロジェクトは、「企業グループの分権的な管理を前提とした全体最適化」（代表者：園田智昭）であり、本成果論集には「ERPの情報連携に関するインタビュー調査を踏まえた一考察—ERP導入形態の観点から—」（著者：佐藤正隆）が収録されている。本研究においては、ERPを導入している企業では、なぜ情報連携度が中程度なのかという問題意識のもと、クロス表分析および、インタビュー調査を実施した。結果としてERPの導入形態が情報連携度に影響を与えており、ERPを一括導入している企業では、会計管理とその他の管理との情報連携度が高いことが示された（有意確率5%）。また分割導入する企業では、業務プロセスをERPに適応させることが難しく、中程度の情報連携度に留まっていた。

第2のプロジェクトは、「不確実性の高い環境下における管理会計システム」（代表者：横田絵理）であり、本成果論集には「在外子会社コントロールのための本社による業績管理」（著者：鬼塚 雄大）が収録されている。本研究の目的は、在外子会社における意思決定に影響を与える本社による業績管理システムの特性について、本社による業績管理システムの設計面と運用面の両側面から明らかにすることである。研究目的達成のため、日本国外に籍を置く本社による100%出資の在日完全子会社1,758社を対象に郵送質問票調査を実施し、収集されたデータ（有効回答数、234社、13.3%）をもとに重回帰分析を行った。分析の結果、「包括的業績管理システム」、「業績と報酬とのリンク」、「インタラクティブな運用」という業績管理システムの特性が在外子会社トップ・マネジメントの意思決定に対して統計的に有意な影響を与えていることが明らかとなった。

第3のプロジェクトは、『成長しない社会』における人的資源管理の課題」（代表者：八代充史）であり、本成果論集には「戦略的な国際人的資源管理と多国籍企業の成長性関係の実証研究

「日系多国籍企業を研究対象にして」(著者：翁 娜娜)が収録されている。本研究は二つの次元(多国籍企業戦略とトップ・マネジメントの国際人的資源管理に対する認識)から、Zucker (1977, 1987)の制度理論(Institutional Theory)とTaylor (1996)のモデルに基づいて一連の理論の発展を目指した。多国籍企業戦略と国際人的資源管理に対する認識との間に存在している不一致(mismatch)を検討することによって、戦略的国際人的資源管理(SIHRM)の方針を特定する。また、SIHRM方針の発展が多国籍企業の発展に重要な影響を及ぼすことが主張されている。

第4のプロジェクトは、「成長しない社会における企業組織のあり方」(代表者：佐藤 和)であり、本成果論集には「組織のあり方と働きがい」(著者：本橋潤子)が収録されている。本研究は、倫理的リーダーシップ、職場風土、従業員の倫理性、従業員の仕事観が、従業員の「働きがい」にどのように作用するのかを明らかにしようとするものである。この目的を達成するため、意識調査(有効サンプル数：2,060)を行って、仮説に基づいた探索的な因子分析と相関分析を行った。その結果、倫理的リーダーシップは働きがいには影響を及ぼすものの従業員の倫理性への関係は相対的に低いこと、従業員の規範/社会志向の倫理性と仕事人的仕事観は、働きがいにおけるMeaningful Workとまとまりを形成しているが、働きがいにおける職務満足との関係は相対的に低い、といったことが示唆された。

第5のプロジェクトは、「マーケティングにおけるイノベーションとコミュニケーション」(代表者：濱岡 豊)であり、本成果論集には、「インターネット上の消費者相互作用の分析—クラウドファンディングとオープンソース・ソフトウェア・プロジェクトを対象に—」(著者：陳 璐, 朱 趙菁)が収録されている。本研究では、クラウドファンディングの成果の規定要因を「外的動機」「内的動機」「プラットフォームの役割」に大別して、仮説を設定した。さらにオープンソース・ソフトウェア・プロジェクトの長期的持続性規定要因を明らかにすることを目的として、事例研究、先行研究のレビューを行った。これらに基づいて、オープンソース・ソフトウェア・プロジェクトの「持続性」を規定する要因を「活力」「回復力」「組織力」に大別して仮説を設定した。

第6のプロジェクトは、「飽和期の広告・マーケティング」(代表者：小野晃典)であり、本成果論集には、「広告視聴と広告回避に関する消費者選択」(著者：竹内亮介)が収録されている。本研究は、制御焦点理論に依拠したうえで、「なぜ消費者は、完全広告視聴(広告情報をすべて取得する行為)を行ったり、不完全広告回避(広告情報を部分的に取得する行為)を行ったり、完全広告回避(広告情報を全く取得しない行為)を行ったりするのか」という問いに解答を与えようと試みる。より具体的には、広告視聴と広告回避に関する消費者選択は、制御焦点と広告情報の訴求点から影響を受けるという仮説を導出する。

第7のプロジェクトは、「マーケティングと消費者行動をめぐる今日的課題」(代表者：高橋 郁夫)であり、本成果論集には、「企業におけるマーケティング部門の位置づけが漸進的・急進的製品開発のバランスへ及ぼす影響」(著者：堀口 哲生)が収録されている。本研究では、企業における営業部門に対するマーケティング部門の位置づけに着目し、これらの位置づけとして具体的に、(1) マーケティング部門と営業部門が独立して存在し、マーケティング部門が大きな権

限を持つ企業、(2) マーケティング部門が営業部門の支援組織として位置づけられている企業、(3) マーケティング部門が存在しない企業が存在することを理論的に明らかにした。その上で、このようなマーケティング部門の位置づけが、漸進的新製品開発、急進的新製品開発のバランスへ影響を与えることを理論的に示唆した。

そして第8のプロジェクトは、「価値創造のための感覚マーケティング手法の開発」(代表者：里村卓也)であり、本成果論集には、「食品のパッケージ・デザインと消費者の摂食行動との関連性の調査」(著者：河塚 悠)が収録されている。本研究は、日本の消費者において、食品の提供量が大きくなると消費者の摂食量も大きくなる現象(提供量の効果)の確認と、パッケージ・デザインが消費者の摂食行動に及ぼす影響を検証したものである。検証の結果、提供量の効果が確認され、パッケージ・デザインは消費者の提供量や摂食量の判断に影響を及ぼし、さらに消費者が知覚した摂食量は実際の摂食量よりも大きく、自覚することなく節食しているということが明らかになった。

本成果論集に収録された以上の8篇、および収録を割愛されたその他の多数の論文をもって、我々の当初の目的は達成されたものと評したい。さらに参加した研究室における研究ならびに大学院生の論文執筆の進展、発表機会の増加等もまた大きな成果と言えよう。なお、本研究事業は単年度で終了するものの、本成果論集に収録された論文は、学術雑誌への収録を目指して、著者の手によって加筆修正が施される場合がある。それゆえ、引用を希望する場合には、事前に著者に連絡されたい。