

まえがき

日 高 千 景

今日の経済社会は、国際情勢の動向・技術の急速な進化など様々な要因の影響を不断に受けながら変貌を続けている。このような経済の中にある経済主体には、それぞれが直面している課題を正しく捉え、新たに追求・創造すべき価値とは何かを模索し、それを実現するための方法を考究していくことが求められる。このような問題について、商学研究科を構成する多様な学問分野からアプローチし、視点や手法の異なる分野間で相互に理解を深めながら、研究成果を広く発信していくことが本研究の目的である。

本研究は以下に示す7つの個別研究課題プロジェクトから構成され、そのほとんどに複数名の大学院生が参加し、それぞれの課題に取り組んだ。この成果論集は、各プロジェクトにおいて生み出された成果の中から論文一篇ずつを選び収録したものである。

第1のプロジェクトは「競争下のイノベーションとマーケティング」（代表者：小野晃典）であり、この成果論集には“The Mediating Effect of Photo-taking Involvement on Photo Sharing and Travel Engagement and Enjoyment”（著者：王咏奕）が収録されている。同研究は、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を介しての写真のシェアと旅行の楽しみ（エンゲージメント）の関係に着目している。具体的には、SNS上での口コミ発信行動を達成しようとするプロセスにおいて、人が楽しみを低下させるという現象がどのような条件下で生じるのかを実験を通じて明らかにした。

第2のプロジェクトは「消費者とコミュニティの創造性」（代表者：濱岡豊）であり、ここでは「紐帯の強さのクチコミ発信の論理性と自信度に及ぼす影響」（著者：馮昕）が収録されている。同研究は、SNSにおける紐帯の強さが口コミ言語の論理性と自信度に及ぼす影響を明らかにすることを目的としている。まず主観的な視点から、紐帯の強さが自己評価による言語の論理性と自信度に与える影響についての仮説を設けて実験を実施した。また、客観的な視点から、LIWC という英語の自然言語処理アルゴリズムによって消費者レビューの論理性と自信度を測定し、自己評価による言語スタイルの客観的なテキストベースの言語スタイルとの関係を探索した。

第3のプロジェクトは「消費者によるマーケティング価値の認識と購買行動」（代表者：高橋郁夫）であり、ここでは“The Role of Actor Engagement in Experience Value Co-creation”（著者：徐欣玥）が収録されている。これは、サービスドミナントロジックを理論的背景として、フリマアプリを介した消費者間の取引に着目した研究である。フリマアプリにおける売り手および買い手それぞれの立場から、アクター・エンゲージメントを説明変数とし、経験価値を被説明要因とする因果モデルを構築し、消費者アンケート調査データを用いて統計テストを行っている。その結果、エンゲージメントの種類によって、エンゲージメントが経験に与える影響が異なることが明らかとなった。

第4のプロジェクトは「日本企業における経営管理手法の活用実態の変容」（代表者：吉田栄介）であり、ここでは「コストマネジメントに活用される原価情報の品質 ―工場内アンケート調査に基づく考察―」

(著者：岩澤佳太)が収録されている。同研究は、コストマネジメントに活用される原価情報の特性を解明することを目的としている。まず原価情報品質のフレームワークを援用し、原価情報に求められる特性の網羅的かつ体系的測定を可能とした。加えて、生産部門のマネジャーを対象とした工場内アンケート調査を実施した。その結果、原価情報の活用にあたっては、先行研究が焦点を当ててきた正確性を含む固有品質次元よりも表現・文脈品質次元が優先されることや、固有品質次元は、必要条件であるが十分条件ではないことなどが明らかになった。

第5のプロジェクトは「急速な市場環境の変化に対応する管理会計システム」(代表者：横田絵理)であり、ここでは「マネジャー行動に対する業績管理システムの運用の効果」(著者：鬼塚雄大)が収録されている。同研究は、業績管理システム(PMS)の運用方法に着目し、それが事業部マネジャーの心理的エンパワメント、および事業部のパフォーマンスに与える影響について、探索的に明らかにすることを目的としている。2018年2月実施のサーベイ調査をもとにした分析および考察の結果、PMSの運用方法によって組織におけるPMSの効果が異なる可能性が示された。特に、PMSを通じて共有される情報の共通理解を促すようなPMSの運用方法をトップ・マネジメントがとることにより、マネジャーの心理的エンパワメントを向上させることが示唆された。

第6のプロジェクトは「経済変貌と新たな価値の模索における企業組織のあり方」(代表者：佐藤和)であり、ここでは「従業員の『働きがい』を、倫理マネジメントのあり方から考える」(著者：本橋潤子)が収録されている。本研究は、2000年代以降、日本の企業において課題となり推進されてきた企業倫理が、その担い手でもある従業員にとってどのような意味をもつのかを探究しようとするものである。この問いに答えるため、企業倫理を「経営トップ及び中間管理者の倫理的リーダーシップ」、「組織の倫理風土と職場風土」、「個人の倫理性」の3つの要素からなるフレームワークで捉え、従業員にとっての意味を「仕事の意味深さ(Meaningful Work)」に主眼を置きつつ「職務満足」をも含めた「働きがい」とし、前者から後者への影響を考察した。

第7のプロジェクトは「変貌する経済における人的資源管理」(代表者：八代充史)であり、ここでは「個別組織における人事制度の決定要因 ～QCA(質的比較分析)を用いた制度ロジックの影響分析を中心に～」(著者：角直紀)が収録されている。同研究は、企業における人事制度が同型化の圧力を受けて普及しながら、個別組織においては異質性が確認されることに着目し、異質性の決定要因を明らかにすることを目的としている。具体的には、商業ロジックと福祉ロジックが競合するハイブリッド組織である在宅介護業界各社におけるコア人材の育成・確保に向けた人事制度の実態を、質問紙調査とインタビュー調査によって明らかにし、「制度ロジック」の状況が各社の人事制度の多様性に影響を与えていることを、QCAの手法を用いて検証した。

それぞれの個別研究課題プロジェクトからは多くの研究成果が生み出され、既に国内外の学会等で発表されたものもあれば、完成度を高めるための努力が続けられているものもある。この成果論集に収録された論文もまた、学術雑誌への収録等を目指して、今後それぞれの著者によって加筆修正が行われる場合がある。それゆえ、引用を希望する場合には、事前に著者までご連絡いただくようお願いしたい。