

# アークスグループ「八ヶ岳連峰経営」のビジネスシステム

中村穂奈美 (社会情報学科 2009345)

**論文概要** 昨今の景気低迷の影響を受けながらも、急速にグループ拡大を続けているスーパーマーケット事業を営むアークスグループ。本稿ではアークスグループのビジネスシステムについてケース分析を行い、商品の背後にある仕組みの重要性を明らかにする。

**キーワード:** ビジネスシステム、小売、アークスグループ

## 1. 研究の目的

わが国では、景気低迷の影響による消費活動の低下や大手企業の地方進出、それによる地方スーパー企業への影響が深刻化している。しかしこの状況下においてなお拡大を続け、売り上げを伸ばす食品流通グループ、アークスグループがある。北海道に基盤をおき、スーパーマーケット事業を展開する企業グループで、昨年10月、青森県でスーパーマーケット事業を営む株式会社ユニバースとの経営統合を期に、一気に道外進出を果たし売上高目標5千億円達成に近づいた。

アークスグループは独自の経営手法「八ヶ岳連峰経営」を用いて2002年の発足以来、現在12社を傘下に取り込み、急速なグループ拡大に成功している。ここで注目すべきは、八ヶ岳連峰経営最大の特徴、傘下企業の個性を残す、という点である。店舗の屋号は変えない、店舗作りも個性を残すなど、傘下入りしても顧客の目に触れる部分がグループで統一されるわけではない。傘下入りすることで変化するのは顧客からは見えない部分、流通、教育、情報システム等である。顧客と直接顔を合わせる小売業でありながら、アークスグループは表面ではなく内側の仕組みを工夫することで成功してきたのである。

本論文の目的は、アークスグループの背後にある独自の仕組みを分析し、商品の裏側にある仕組みにどのような特徴を持つのかを明らかにすることを目的とする。

## 2. 研究の方法

本論文では、企業の背後にある仕組みについての研究として、加護野(1999)のビジネスシステム論に注目する。ビジネスシステムとは、事業の仕組みを通じて他社との違いを生み出し、商品やサービスと違い目立たず分かりにくい、模倣しにくく優位が持続するという特徴を持つ。本稿ではこのビジネスシステムの考え方を分析フレームワークとし、アークスグループ「八ヶ岳連峰経営」がどのような特徴をもち、それが競争優位に繋がるのかケース分析を行う。

本論文では、まず第2章で企業の裏側の仕組みについて言及しているビジネスシステム論のレビューを行う。第3章では第2章のレビューをもとに、アークスグループのケース分

析を行う。続いて第4章にて、ケース分析から得られた内容を整理し、ビジネスシステムの評価と特徴の考察を行う。最後に第5章で、本論文のまとめとして全体の要約を行う。

## 3. 研究の結果

アークスグループのビジネスシステムは、規模、速度、範囲の3つの経済性を同時に追求できるビジネスシステムであることが明らかになった。

まず規模の経済について、事業会社がそのままの姿で傘下入りが可能という構造が、企業の経営陣が傘下入りに納得しやすくなる要因となり、グループ拡大が進みやすくなる。

続いて速度の経済について、持株会社アークスの下に傘下企業が連なる構造から、小さな本社による機動的なグループ運営、また傘下企業が営業に特化できるため地域特性への対応がしやすい。地域ごとの店舗展開とグループ全体の意思決定が素早く行われるのである。

最後に範囲の経済について、グループの調達力の高い流通網をそのまま利用して、出店地域を拡大できる構造となっている。また傘下入り前の企業がもともと利用していた流通網をグループ全体に拡大するなど、既存の流通網を利用した範囲の経済を追求できる。

## 4. まとめ

小売業は商品を直接顧客に届ける業態のため、一見すると商品の差別化が最も企業の競争優位に繋がると考えがちである。しかしこの業界では製販一貫体制が整った大手企業の進出が相次ぎ、商品やサービスの差別化では競争優位を追求しにくくなってきている。なぜなら、商品は真似をしやすい優位が持続しにくいからである。今後小売業にとって競争優位となるのは、商品の裏側に、いかに良いビジネスシステムを構築できるかに鍵がある。本論文では、小売業にとって競争優位となる水面下のコアコンピタンスが明らかとなった。

## 5. 参考文献

- 加護野忠男 (1999) 『<競争優位>のシステム—事業戦略の静かな革命—』PHP 新書。
- 加護野忠男・井上達彦 (2004) 『事業システム戦略—事業の仕組みと競争優位』有斐閣アルマ。
- 『食品商業』 2008年3月号 (第37巻4号)

C-6

# 「外在的考え方」の理論的検討と尺度作成の試み

和田果樹 (商学科, 2009487)

**論文概要** 一般意味論の基本的概念である「外在的考え方」について、心理学的観点から研究を行う。前半の理論研究では「外在的考え方」の概念の精緻化とその効用についての検討、後半では個人の外在的考え方の傾向を得点化する尺度の作成を行い、下記に記載した他の尺度と比較することによって、その内容の妥当性を検証する。

**キーワード** 外在的考え方, 地図と現地, 尺度作成

## 1. 研究の目的

人間は、外在的世界(現実世界・実際に経験する出来事の流れ、<事実>)から認知した身のまわりのさまざまな物事を抽象・捨象し、その個人特有の内在的世界(頭の中の世界・記号的世界)を作り上げるという認知過程を持つ。外在的世界と内在的世界の関係は、私たちが五感で感じることができ、実際に歩いている「現地」と、それらをもとに書かれた「地図」にたとえることができる[1]。

それぞれの地図、つまり内在的世界には現地に関する情報のみならず、価値判断や感情など個人的なものが反映される。地図があることによって現地をスムーズに歩くことができるが、地図に書かれていることがすべてだと思い込んでしまうことは危険なことである。しかし、私たちは往々にしてそのような認知をしがちである。地図はあくまで現地そのものではない。その地図は間違っているかもしれないし、すでに古くなっているかもしれない。現地は動的で、つねに変化し続けているからである。いうまでもなく、「現地」に対応していない「地図」を使えば道に迷う。また、「現地」は一つしかないが、「地図」は「地図」の「地図」、さらにまたその「地図」と無限に作成していくことが可能であり、いつの間にか現地の様相から著しく乖離した地図ができてしまう場合もある。

そのように、「地図」と「現地」が完璧に対応しえないということを十分に理解し、その上で正確な地図を描こうとする、つまり外在的世界の<事実>を基に、それにできる限り対応させた内在的世界を作り上げようとする考え方を「外在的考え方」と呼ぶ[1]。自らの内在的世界に固執し、外在的考え方ができていないと、外在的世界と内在的世界が対応せず、根拠のない思い込みや偏見、不適応的な信念を抱き続ける原因になる。それらが個人内および個人間、組織間などにおいて問題を引き起こすのは明白である。

本研究では、この「外在的考え方」の概念の精緻化と、配布した質問紙の結果から因子分析を行い、「外在的考え方」の尺度作成を目的とする。

また、「外在的考え方」の具体的な効用については[3]に詳しい。パフォーマンス不安を抱えた青年が、カウンセリングを通して外在的考え方を習得し、症状が完治した事例研究である。

## 2. 研究の方法

本研究の手順は以下のとおりである。

- 1) 「外在的考え方」の理論研究  
外在的考え方とは何か、なぜ外在的考え方の方がよしとされるのか、どのような分野に応用されるかなどを主に文献研究を進めながら明らかにする。
- 2) 「外在的考え方」の尺度作成
- 3) 2)で作成した尺度と、認知欲求尺度(神山・藤原, 1991)[5]、心理的健康に関する曖昧さ耐性尺度(増田, 1994;1998)との関連を調べる  
参考文献に基づき選定した、外在的考え方の傾向と考えられる65項目に加え、認知欲求尺度全15項目、曖昧さ耐性尺度全24項目の計104項目、また2つの自由記述欄から成る質問紙を配布し、得られた回答を基に分析を行う。  
まず外在的考え方 5項目について因子分析を行い、「外

在的考え方尺度」を作成し、完成した尺度と認知欲求尺度、心理的健康に関する曖昧さ耐性尺度の得点をそれぞれ比較する。

**仮説** a)外在的考え方得点が高いと、認知欲求得点も高い  
b)外在的考え方得点が高いと、曖昧さ耐性得点も高い

この2つの仮説を検証することにより、作成した外在的考え方尺度の内容的妥当性を検討する。

## 4) 自由記述をもとにした質的研究

得られた回答の被験者を外在的考え方得点高群・低群に分け、質問紙の末尾に設けた自由記述の欄に書かれた内容をそれぞれ比較・検討する。

## 3. 研究の結果

研究は目下進行中であり、現在文献を読みながら考察を進めている。質問紙は回収済みであり、尺度は理論研究を終えてから作成に取り掛かる。なるべく質問紙を構成する項目数を減らし、簡易で扱いやすい尺度にしたいと考えている。

## 4. まとめ

尺度を作成することによって個人内の外在的考え方の傾向の定量的な把握を可能にする点が、本研究の独創的な点であると考える。

「外在的考え方」およびその理論的下支えとなる一般意味論の考え方の有用性は多くの文献によって示されており、教育や臨床、コミュニケーションやジャーナリズムなどさまざまな分野に応用できると考えられている[4]。しかしわが国においては「外在的考え方」に関する先行研究がほとんど存在しておらず、一般の人々にもほとんど知られていないというのが現状である。そのため本研究では、事例をいくつか挙げながらできるだけわかりやすく簡潔な表現でもってその概念と有用性を明確化し、心理学や一般意味論について知識のない人にも理解しやすい内容にするよう心がけたい。

## 5. 参考文献

- [1] S・I・ハヤカワ著 大久保忠利(訳)『思考と行動における言語』原著第4版(1985年第1刷発行) 岩波書店
- [2] S・I・ハヤカワ著 四宮満(訳)『言語と思考』(1972年初版第1刷発行) 南雲堂
- [3] イサベル・カーロ著 吉田悟(訳)『一般意味論派認知療法(LTE)の実践:ガブリエルの事例』REBT 研究 第2巻第1号 p.81-p.99 (2011年)
- [4] Martin H. Levinson "A Continuing Education Guide to Teaching General Semantics"(2011) INSTITUTE OF GENERAL SEMANTICS(<http://www.generalsemantics.org/>)
- [5] 神山貴彰・藤原武弘『認知欲求尺度に関する基礎的研究』社会心理学研究第6巻第3号 p.184-p.192 1991年
- [6] リチャード・ポール/リンダ・エルダー 著 村田美子/柴由佳子 訳『クリティカル・シンキング―『思考』と「行動」を高める基礎講座―』(2003年初版第1刷発行) 東洋経済新報社

# 経営理念と戦略行動の関係性メカニズム—六花亭製菓の事例から—

須田 幸野 (商学科, 2009251)

**論文概要** 経営理念と戦略行動の関係性に焦点を当て、それ自体は同一の文言である経営理念が、時代を超えて、その時々  
の戦略行動とどのように対応し、影響を与えあっているのか、それらのメカニズムを明らかにする。

**キーワード** 経営理念, 戦略行動, 関係性メカニズム

## 1. 研究の目的

経営理念は、企業の本質に関わる重要なものであるが、定義の多様さ、実証分析の難しさなどから、取り組みにくいテーマとされてきた。近年、相次ぐ企業の不祥事や、『エクセレント・カンパニー』『ビジョナリー・カンパニー』等の登場により、企業の存続を考えるにあたって、経営理念の重要性が見直され、注目が高まっている。

経営理念に関する大きな論点は5つあり、①定義づけに関する議論、②経営理念の機能や効果に関する議論、③経営理念の構造に関する議論、④経営理念の浸透の重要性に関する議論、⑤経営戦略とのかかわりに関する議論がある(松田, 2002)。

しかし、これらの先行研究は、確固たる経営理念ありきの議論が多く、実際に戦略行動がとられる中で、経営理念自体がいか  
に創出・継承され、有意義なものとして存在し続けるのかという視点に欠けていたのではないかと。

そこで、本研究では、経営理念と日々の戦略行動との関係性に焦点を当てる。それ自体は変わらぬ文言である経営理念が、時代を超えて、その時々  
の戦略行動とどのように対応し、影響を与えあっているのか、それらのメカニズムを明らかにすることを目指す。

## 2. 研究の方法

経営理念は、社会的背景や時代的背景に影響を受けながら、創出・継承されてきたものであり、ある一時点や一面を見ただけではその真に迫ることができない。また、定量的なデータから、影響をはかることが難しい。

そのため、本研究では、ケース企業の定性的データを収集し、広く、経時的に分析することで、経営理念の創造と継承のプロセスを追い、戦略行動との関係性メカニズムの解明を目指す。

ケース企業は、六花亭製菓とする。六花亭製菓は、1933年の創業以来80年近く存続してきた、北海道を代表する製菓会社である。また、勤勉さに溢れ、独自の強い企業文化を持つことで有名な企業ともいえる。その背景には、優れた経営理念の存在があると考えられ、本研究には最適のケースである。

同社に対する調査は、本社工場見学及び、社長へのインタビュー調査(80分×2)をはじめ、伝記、論文、雑誌記事(約30)、新聞記事(北海道新聞、十勝毎日新聞等)の収集を行った。

なお、本研究における経営理念の定義は、松田(2002)の「公表された個人の信念、信条そのもの、もしくはそれが組織に根付いて、組織の基づく価値観として明文化されたもの」とする。

## 3. 研究の結果

六花亭製菓では、1995年に、先代(創業者・父)から現社長(2代目・長男)へ、経営の引き継ぎが行われた。しかし、実質1972年頃には、当時副社長であった現社長が、経営の色々な部門をほとんど処理していたという。

また、六花亭製菓には、先代の信念・信条から生じた、理念と呼ぶ文言が複数存在し、変わることなく現社長に受け継がれている。最も総括的かつ公式の経営理念は、基本方針「おいしいお菓子をつくらう たのしいお買物の店をつくらう みんなのゆたかな生活をつくらう そして成長しよう(S30年代前半)」である。

現社長は60周年時(1993年)に、先代の語りや手記の内容を

まとめた本、『一生青春一生勉強』を自ら編集・発行した。この本から、先代が時代と共に築き上げた、様々な理念を知ることができる。

自転車操業期から成長期を過ごし、ディフェンダー気質であった先代と、成長期から成熟期へと向かい、フォワード気質を持つ現社長では、実際にとった戦略行動が異なっている。例えば、先代が菓子職人として本業一筋に徹した一方、現社長は音楽コンサートや美術館事業、レストラン事業等を開始した。しかし、資料から、経営理念を逸脱した行動は見当たらなかった。

ただし、経営理念の解釈は、現社長の再解釈によって拡大している。レストラン事業の例で示すと、「自分の考えた自分のお菓子を他人より先につくる」という先代の理念があり、現社長によって、「菓子分野を超えて一歩先の味を探し、お菓子に生かす」という意味合いで再解釈され、事業の開始につながった。

## 4. まとめ

ケース分析の結果、時代の流れも、企業の置かれる状況も全く違う状態での戦略行動が、同一の文言の経営理念で説明可能であったことから、経営理念の解釈に注目した。

経営理念の文言は、ただ存在するだけでは意味をなさない。経営者が文言を顧みて、再解釈し、そのときどきに有用な意味を与えることによって、戦略行動が創出されていると考えられる。つまり、本来不可視な先代と現社長の経営理念の解釈の違いが、戦略行動の違いとなって表れているのではないかと。

また、解釈に柔軟性があるからこそ、変化する環境に対処し、経営理念の機能・効果を発揮し続けられるといえる。

さらに、戦略行動の成功事例が積み重なり、経営理念とのつながりをもって語られていくことによって、同じ経営理念の文言でありながら、源泉としての正しさ・説得力が強くなっていくことも考えられる。

## 5. 主要参考文献

- 北海道新聞帯広支社報道部編(2002)『お菓子のくに 帯広・十勝』北海道新聞社。  
石井淳蔵、奥村昭博・金井壽宏・角田隆太郎・野中郁次郎(1998)『競争への挑戦—革新と再生の戦略—』白桃書房。  
伊丹敬之・加護野忠男(2003)『ゼミナール経営学入門〔第3版〕』日本経済新聞出版社。  
ジェームズ・C. コリンズ・ジェリー・I. ポラス(1995)『ビジョナリーカンパニー—時代を超える生存の原則—』日経BP社。  
加護野忠男(1989)「戦略創造の組織論」『組織科学』第23巻, 第1号, pp. 50-58。  
経営理念継承研究会(2008)『経営理念—継承と伝播の経営人類学的研究—』PHP研究所。  
松田良子(2002)「経営理念研究の体系的考察」『大阪学院大学企業情報学研究』第2巻, 第2号, pp. 601-613。  
六花亭製菓株式会社編(1993)『一生青春一生勉強』六花亭製菓株式会社。  
「六花亭製菓 小田豊社長 人づくりすなわち菓子づくり、商人道を一筋に歩む—インタビュー特集 危機に打ち勝つ商いの心、ここにあり 理念こそ永続成長の基礎—」『商業界』, 株式会社商業界, 2011年6月号, pp. 58-63。

# 場面の分析による非日常的コミュニケーションが図られる場所に備わる場所性の研究

平田 貴 (商学科, 2008372)

**論文概要** 多くの人が、告白や相談といった非日常的なコミュニケーションを共通して行う「場所」において、その行動と景観を構成する要素との関わりを分析する。そして、その場所で発揮される「場所性」(地域ごとに持つ独特の意味、ほかと区別される価値)を研究する。

**キーワード** 場所性, 非日常的コミュニケーション, 場面

## 1. 研究の目的

現代においては、他所との違いが鮮明でない「場所」が増えてきており、そこは地域の歴史を反映せずに生活感も伴わない表面的な特徴だけを他所から借りてきただけの景観となっている。

一方で、従来の社会においては、交通手段やマスコミが未発達であったため、地域ごとに社会的・文化的に閉鎖的なユニットが形作られていた。その「場所」はその地域ごとに独特な意味を持ち、他と区別される唯一無二の価値を持っていた。これを「場所性」と定義する。

また、エドワード＝レルフ(1999)によると、「場所」を他の場所と区別するための要素は、以下の3つがあるとされる。

- ① 景観を構成する物質的要素・見かけの様子  
例: 山や丘や大きな木、または建物などランドマークになるもの
- ② そこで行われる／観察できる人間の活動  
例: 遊園地(娯楽)、学校(勉強)、駅(移動)など
- ③ 上記の①・②がその人にとって持つ意味／象徴  
例: その土地の印象や個人的な思い出など精神的なもの

その中で、社会には「〇〇スポット」と呼ばれる場所が、数多く存在する。これらは、多くの人が特定の場所で「〇〇」にあたる非日常的な行動や会話、コミュニケーションを起こす傾向が強いことから成立する。例えば、「告白スポット」と呼ばれる場所は多くの人が共通して「告白」という特別な意味をもつ行動をとり、前述の②・③の要件を満たしていると考えられる。

そこで、多くの人によって共通して行われる非日常的コミュニケーションと、その場所で前述の①の要件によって発揮される「場所性」の関係性を研究する。

## 2. 研究の方法

今回の研究では、ドラマや映画における告白の場面を分析することが主な研究の方法となる。(1つの場面を1サンプルとしてカウントする。)

その対象となる作品は、高い視聴率を記録したものやアカデミー賞などの受賞作品を選択する。その理由としては、多くの人の共感を得た作品を選択することによって、ある程度の場所性の傾向をつかむことができるためである。収集したそれらのサンプルをもとに下記の項目ごとの関わり合いを分析し、場所性を明確にする。

<データ化する項目>

- ① 年代 放送・公開された年代
- ② テーマ [告白・相談・別れ・喧嘩]に分類
- ③ 時間 [昼/夕方/夜]に分類
- ④ 場所 そのシーンの背景となる場所
- ⑤ 構成要素 その場所を構成している要素

## 3. 研究の結果

現段階の総サンプル数は428サンプルとなっている。その中で、場所性の傾向は下記の3つの観点から考察できる。

<データ化する項目>「④場所」

【川】【海】【湖】の合計が78サンプルとなった。これらはいずれも水に関連した場所である。次に、【公園】が77サンプルとなった。本来、人が集う場所として考えられることから関連づけて考えられる。また、【橋】が44サンプルとなった。公園とは異なり、本来の機能とは違う面で場所性が発揮されている場所だと考えられる。

<データ化する項目>「⑤構成要素」

【ベンチ】が60サンプル、【水】が53サンプルとなっている。【ベンチ】は利用する、しないに関わらず多くの場面に登場しているため、場所性の発揮に関わる大きな要素の一つだと考えられる。【水】は前述の通りではあるが、街中や公園の噴水といった様々な場面に登場している。

<データ化する項目>「②テーマ」・「④場所」

【川】【海】【湖】、【橋】において【告白】が行われた回数が50%を超えている。また、【公園】では【相談】が行われた回数が30/77となっている。さらに、【駅】は合計13サンプルと数は少ないが、その内9サンプルが【別れ】となっており、象徴的な場所としての傾向が強い。

## 4. まとめ

今回の研究において、現段階の428サンプルの中にある程度の傾向が見られたことで、特定の場所には場所性が存在し、その発揮に景観を構成する物質的要素・見かけの様子が関わっている可能性が大いにあると考えた。

今後は、80年代や90年代のサンプル数を年代別に増加させていくことで、恒常的な場所性や場所性の変化を考察することができると考えている。また、分析手法を検討、実践していくことで、詳細な結果が得られると考えている。

## 5. 参考文献

- ・ エドワード＝レルフ, 高野岳彦(1999)『場所の現象学』 P25～32, 筑摩書房

# BOP ビジネスを取り巻く歴史と学術的考察 —市場創出に向けての開発援助

桑原 夏美 (商学科、2007141)

**論文概要** 本来、「開発」とは対極にあった「ビジネス」が、何故、貧困削減の手段となり得るのか。この疑問に対し、本論文は、経済成長論や比較制度分析などを用いた経済学的分析と理論により、開発途上国における「市場創出」という観点から、BOP ビジネスが貧困削減に貢献する手段となる仕組みを明らかにするものである。

**キーワード** 内生的成長論, 市場補完論, 市場共創

## 1. 研究の目的

現在に至るまで日本国は開発途上国に対して政府開発援助を主体として経済協力的ないし開発援助を行ってきた。また世界的にも国家間援助に留まらず、いわゆるグローバル化がすすむ中で先進国と途上国間における貿易や対途上国への直接投資が頻繁に行われてきた。しかし、貿易の活発化や先進国からの企業進出は、貧富の差の軽減よりも「増加」に貢献するケースの方が多かったし、途上国に対する政治的な支援や経済的な市場の確保を目的とした政府開発援助においても、途上国における衛生面等を改善し経済成長率を伸ばして自立的な成長を促すのに非常に長期の時間を要することが分かっている。これらはほんの一部だが、開発途上国における貧困削減課題の解決に向け、今日に至る迄多くの取り組みが行われ続けてきた。しかし未だ完成した対応策は存在しえず、より効果的な解決策を導き出すため経済学的考察は進み様々な施策が実際に行われてきた。その中で潜在性を開花させたのが、BOP ビジネス (世界の所得別人口構成の中で、最も収入が低いと言われる 40~50 億人をターゲットにしたビジネス) である。近年耳にする機会が多くなった言葉ではあるが、BOP ビジネスは単に「新たな援助の一環」として突如生まれたものではなく開発援助界および経済学における歴史的な背景からゆえあって生まれた「援助現象」である。本論文は BOP ビジネスに関わる歴史的背景と学術的考察によって、それが開発途上国における貧困削減に貢献する取り組みであることを理論立てて明らかにすることを目的としている。

## 2. 研究の方法

本論文は文献研究である。さらに本論文は、BOP ビジネスに関する歴史的背景を整理し、経済成長論や比較制度分析を中心とした学術的考察によって開発途上国における貧困削減を達成する大きな役割を担うことを立証することを目的とするため、経済学者らの著した文献が大きな研究要素となることは言うまでもない。経済学的なデータにおいても、実績ある経済学者らの行った実証研究、国連やジェトロ・アジア経済研究所などを中心とした公的な機関が収集したデータを使用するよう心掛けている。

本論文は大きく分けて以下の 3 部構成をとる。

### (1) 開発援助における歴史的考察

第 1 部は「政府開発援助」に関する歴史的考察である。欧米諸国による植民地支配の歴史に始まり、「戦争」と「交易」以外の異文化間交流として「援助」が生まれた経緯、日本が経済発展を遂げる中で ODA を中心とした国際社会への貢献活動の歴史を振り返る。その際、開発援助自体に対して多数存在する見解を整理するなど単なる歴史の振り返りに留まらぬよう心掛ける反面、今日の開発援助に至る迄の経緯を一本の線上に示したい。

### (2) 経済学の進展と発展要因の変遷

第 2 部では、「経済学上の理論」と「開発援助の現場で見られる現象」との関連性を、時間的差を解消しつつ明らかにし、それ故に政府開発援助は第 1 部のような歴史的変遷を過去に見せ、また今後の開発援助がどのような傾向に動いていくかを考察する。特に後半では経済成長論における「内生的成長論」および比較制度分析における「市場補完論」に着目する。

### (3) 市場創出に向けての開発援助

第 3 部では、「BOP ビジネス」に関して、第 1 部と第 2 部で考察してきた開発援助における歴史と経済学の理論、さらに

新たに登場する「市場共創」という概念の基で考察する。今後の開発援助に関する考察を述べると言い換えることもできる。

以上の論文構成をもって、BOP ビジネスが開発援助における歴史的変遷と経済学上の理論をもって、開発途上国における貧困削減に向けて重要な存在となることを示していく。

## 3. 研究の結果

本論文においてキーワードとなる「政府開発援助」、「内生的成長論」、「市場補完論」および「市場共創」に関して、各文献より現段階で以下のような考察を得ている。第一に「政府開発援助」に関しては Harrod-Domar モデルにより、公的な援助が開発途上国の経済成長率の増加に必ずしも結びつかない根拠が示されている。第二に開発援助の変遷と経済学上の理論の進展を照らし合わせると、「内生的成長論」に見られるよう、一国における開発は援助を最小限に留め「その国の内部から人的資本や物的資本の蓄積」によって行われるべきだという風潮が以前はより顕著にあったことが伺える。他方で政府が被援助国の市場に「制度づくり」において積極的に関わることを勧めた「市場補完論」的開発援助が現在台頭している。本論文では、開発援助における歴史的変遷を経ても尚より効果的な貧困削減手段が求められる中、内生的成長論や市場補完論の進展から近年誕生した手段が BOP ビジネスであると考え、「開発途上国に於いて市場を創り、持続性のあるビジネスの形態をもって開発を進める」という「市場共創」の考え方である。今後の研究においては以上の仮説を立証し、BOP ビジネスの貧困削減に向けての可能性を示していく。

## 4. まとめ

本論文は、途上国における貧困削減のため、政府開発援助のみならず BOP ビジネスを行うことの有用性を開発援助における歴史的視点および経済学的視点から提示するものである。「BOP ビジネスを取り巻く歴史と学術的考察」に留まらず、実際に BOP ビジネスを行う方法論についても述べ、本論文のまとめとする。

## 5. 参考文献

- ・石井菜穂子 [2003] 『長期経済発展の実証分析 成長マカニズムを機能させる制度は何か』 日本経済新聞社
- ・R.J.バロー(著)、大住圭介/大坂仁(訳) [2001] 『経済成長の決定要因 クロス・カンTRY実証研究』 九州大学出版会
- ・青木昌彦/金澄基/奥野(藤原)正寛(編)、白鳥正喜(監訳) [1997] 『東アジアの経済発展と政府の役割 比較制度アプローチ』 日本経済新聞社
- ・チャールズ・I・ジョーンズ(著)、香西奏(訳) [1999] 『経済成長理論入門 新古典派から内生的成長理論へ』 日本経済新聞社
- ・R.J.バロー/X.サライ-マーティン(著)、大住圭介(訳) [1999/2006] 『内生的経済成長論<1>,<2>』 九州大学出版会
- ・ジュラルド・M.マイヤー(著)、渡辺利夫(監訳)、佐藤知子/横田圭一郎/阿部豊太郎(訳) [1976] 『開発協力の経済学』 東洋経済新報社
- ・A.J.H.レイサム(著)、川勝平太/菊池紘一(訳) [1987] 『アジア・アフリカと国際経済 1865-1914 年』 日本評論社
- ・樋口貞夫(著) [1991] 『政府開発援助』 勁草社
- ・スチャート・ハート/テッド・ロトソン(編著)、清川幸美(訳) [2011] 『BOP ビジネス 市場共創の戦略』 英治出版 等

\*新行内翔太 (経済学科, 2010702), 河潤俊 (経済学科, 2010479)  
後藤将典 (経済学科, 2010167)

論文概要 リーマンショック時、全面的株価急落の中で著しい上昇をみせたのが恐怖指数である。最近日本の先物商品にも取り入れられ、投資家のリスクヘッジ手段として注目されている。この論文では実際のデータを使用して、どれほどのヘッジ効果があるのかを明らかにする。

キーワード 恐怖指数 , 日経平均V I先物 , リスクヘッジ

### 1. 研究の目的

ポートフォリオによる株の分散投資を上手に行えば資産価値の保存ができるが、リーマンショックのような金融危機による株価の全面的急落が発生した場合に資産価値の減価を避けることは難しい。ここで日経平均VI先物取引というものがリスクヘッジの手段として注目されはじめている。

2007年1月4日に日本版VIの先物取引が始まった。VIとはアメリカのシカゴオプション取引所で扱われはじめたVolatility Index(恐怖指数)の日本版である。

恐怖指数とは、もともと現在の株価変動率(Historical Volatility)からオプションのプレミアムを算出するためのブラックショールズ方程式というものを利用して、現在の実際のオプションのプレミアムの価格から逆算して求めた将来の予想株価変動率(Implied Volatility)から作り出された指数である。

オプションのプレミアムは、投資家が将来株の大きな変動を予想すれば高くなり、そのプレミアムから算出される恐怖指数は高い値を示す。投資家の将来への不安が大きくなればVIが上昇することから恐怖指数と呼ばれる。一般的に恐怖指数は10~20の間で推移しており、株価の下落時に大きく上昇するという反応をみせる。実際にリーマンショックが起きたときにアメリカの恐怖指数は80まで跳ね上がった。

このように株価の下落に対して大きく上昇反応をみせる恐怖指数自体を取引の対象にし、ポートフォリオに先物買いで組み込むことによって、投資家は株価の全面的急落によるポートフォリオ価値の減価リスクを抑えることができる。

この研究では、過去のデータを用いて日経平均VI先物の最適保有比率をプログラムを組んで見つけ出し、実際にその比率でポートフォリオに日経平均VI先物を取り込んで取引を行っていたならば、どれほどリスクヘッジ・ポートフォリオの価値保存手段として有効であったのかを明らかにすることである。

### 2. 研究の方法

ここでは簡略化のためポートフォリオは日経平均株価自体を株の代わりに取引すると仮定する。1000万円分を元手とし、2008年から4年間運用するなかで最適なリスクヘッジ効果を得ることができるとVI先物の保有比率を調査する。

最適なVI先物保有比率で運用した場合に、結果的にどの程度ポートフォリオの価値を保存することができたかを調べる。

### 3. 研究の結果

まだ研究の途中であるため結果について言及することはできないが、VI先物をリスクヘッジ手段として利用することは株のポートフォリオの価値を保存することに対して有効であると思われる。

### 4. まとめ

この研究を始めるにあたって多くの文献を利用しようと試みたが、日経平均VI先物が比較的新しい商品であることもあって実際の売買データや先行研究が少なく、インターネットに載せられている説明やデータ情報を参考にすることがほとんどだった。

この研究がこれら日経平均VI先物に関する情報をまとめ、理解を促す一つの手助けとなって、金融市場の活性化に繋がるものになればと考える。

### 5. 参考文献

- 1, 濱田真也「日経平均ボラリティリティー・インデックスについて—導入の意義と今後の展望—」『証券アナリストジャーナル』第49巻第8号、6-15ページ、2011年
- 2, 生方雅人・渡部敏明「実現ボラティリティ・ボラティリティの計測方法の発展とリスクマネジメントへの応用可能性—」『証券アナリストジャーナル』第49巻第8号、16-26ページ、2011年
- 3, 山中智「ボラティリティと関連のリスク・プレミアム—ボラティリティ・インデックスが切り開く新たなフロンティア—」『証券アナリストジャーナル』第49巻第8号、27-36ページ、2011年
- 4, Chartpark「VIX恐怖指数とは?」Homepage(<http://chartpark.com/vix.html>)、2012年10月現在
- 5, 市原義明「恐怖指数」でわかる世界的なリスク回避の動き」2011年6月発表Homepage(<http://www.miller.co.jp/report/point/2011/20110617.html>)、2012年10月現在
- 6, 大阪証券取引所「日経平均VI先物取引」Homepage(<http://www.ose.or.jp/derivative/225VIfutures/>)、2012年10月現在
- 7, k-db.com「株価データダウンロードサイト」Homepage(<http://k-db.com/site/default.aspx>)、2012年11月現在
- 8, 大阪大学 金融・保険教育研究センター「VXJ/CSFI-VXJ DATA DOWNLOAD」Homepage ([http://www-csfi.sigmath.es.osaka-u.ac.jp/structure/activity/vxj\\_download.php?](http://www-csfi.sigmath.es.osaka-u.ac.jp/structure/activity/vxj_download.php?)) 2012年11月現在
- 9, オプショントレード振興協会「オプション道場」Homepage ([http://www.option-dojo.com/kn/225\\_latest.html](http://www.option-dojo.com/kn/225_latest.html)) 2012年11月現在