



平成27年度小樽商科大学学術研究奨励事業
第10回「学生論文賞」

国立大学法人

小樽商科大学教育開発センター

小樽商科大学ビジネス創造センター (CBC)

目 次

総 評.....	1
審査結果一覧.....	2
ヘルメス賞及び優秀賞講評	3
審査員一覧	6

総 評

学生論文賞実施委員会
委員長 穴沢 眞

今年度は、学部生部門に41編に応募がありました。学部所属学科では商学科が24編と最多で、続いて経済学科から8編、社会情報学科から8編、企業法学科からも1編の応募がありました。大学院生部門には応募がありませんでした。

審査は、プレゼンテーションによる1次審査と論文審査による2次審査の2段階からなります。第1次審査の発表数は41編（学部学生41編）で、延べ97名の教員が審査にあたりました。第2次審査は1次審査を通過した20編が対象となり、延べ38人の教員が審査を行いました。厳正なる2段階審査の結果、学部学生部門では、大賞となるヘルメス賞1編、優秀賞6編、奨励賞2編、1次審査のプレゼンテーションで最上位の得点を得た論文に授与されるプレゼン賞1編となりました。実施委員会において特徴的な評価を得た論文に対して与えられる特別賞は今年度、該当する論文がありませんでした。

上位入賞者の論文は、特に2次審査において査読担当者から高い評価を得ています。「論文の形式・アプローチ・方法論」、「論理構成」、「テーマ設定」、「オリジナリティ」の点で、奨励賞受賞論文に比べて全体として高い評価が与えられています。奨励賞受賞論文は、これらの点でいくつか低い評価が下されていることが指摘されます。特に、先行研究のレビュー不足や論文全体の論理構成の弱さが評価を下げる要素となっています。高いレベルの論文を目指す学生の皆さんには、応募に当たり、論文執筆の基本的な様式のほか、テーマのユニークさを「独りよがり」ではなく客観化・相対化するための理論的な裏づけを十分に意識することを心掛けてください。

本論文賞では、2段階審査のいずれにおいても、応募者への評価のフィードバックが行われています。これは論文執筆のノウハウや研究能力のレベルの向上につながるものですので、ぜひ今後に役立てていただきたいと思います。

本年度もご多忙中、審査にご協力いただいた教員の方々には、厚く御礼を申し上げますと共に、来年度も是非ご協力いただくようお願いいたします。

最後になりましたが、本論文賞の実施に当たりまして、株式会社北洋銀行様より例年と変わらぬ多大なご支援を頂戴いたしました。記して感謝の意を表します。

審査結果一覧

(学部生の部)

ヘルメス賞

「モンテカルロシミュレーションを用いたビンゴゲーム参加者の不満度の考察」 竹ノ内 昌樹

優秀賞

「スマイルカーブが表すリスク認識」
石井 貴大
田辺 雄樹
伊早坂 弘

「アーティファクトを媒介とした組織の統合メカニズム—スターバックスの事例分析—」
清水 美鳥

「POP 広告の機能別にみた消費者の衝動買いへの影響-札幌市を事例として-」 伊藤 祐美

「地域創生と企業家活動—沖縄ツーリストの事例分析—」 田中 しおり

「TPP が北海道の中小規模農家に与える影響」 流 みゆき

「ソーシャルメディアを通じた企業のブランディングに関する考察
—北海道 LIKERS の事例から—」 藤田 菜央

奨励賞

「単純な特徴のみに基づいた組合せパズルの難易度推定」 佐藤 美帆

「ゲームの要素を取り入れた製品の製品開発におけるコミュニケーションに関する考察」
渡邊 兼太

プレゼンテーション賞

「日本の WLB (ワークライフバランス)」
小林 主
片倉 まゆ
杉山 稜太
只野 祐佳

ヘルメス賞及び優秀賞論文講評

学部生の部

ヘルメス賞

「モンテカルロシミュレーションを用いたビンゴゲーム参加者の不満度の考察」竹ノ内 昌樹

本論文は、運営側に立ったビンゴゲームについての研究である。特に、ビンゴカードに中々穴が開かない、上がった後に退屈する、といった参加者が持つ不満度に注目し、できるだけ不満を抱かせないような運営方法を探るのが目的である。筆者は、いくつかの型の不満度を定式化し、シミュレーションを行うことでこの問題にアプローチしている。シミュレーションの結果、不満度が急上昇を始める「臨界点」の存在を見出している。そして、ビンゴカードのサイズなどを変化させたとき、臨界点などがどのように変化するかを考察している。

上記の「臨界点」を発見したこと、さらに、それを注目すべきものの一つとして考察を進めたことは、筆者の独自性として明確に評価することができる。また、論理展開にも無理がなく、概ね読みやすいものになっている。欲を言えば、著者が定式化した不満度の妥当性などを、実験結果から再検証して欲しかった。課題はあるものの、総合すると、本論文は学生論文として極めて優れていると判断した。

優秀賞

「スマイルカーブが表すリスク認識」

石井 貴大

田辺 雄樹

伊早坂 弘

オプション価格をもとにブラック・ショールズの公式を利用して逆算して求めたボラティリティ（Implied Volatility、IV）が行使価格ごとに異なり、行使価格を横軸にプロットしたら形が微笑んでいる人の口元のようなカーブに似ていることからスマイルカーブと呼ばれている。

本論文はまずスマイルカーブの存在を日経平均のデータを用いて確認した。さらに、ボラティリティを確率変数として扱った Stochastic Volatility モデルを用いてスマイルカーブの発生の説明を試みた。そして、シミュレーションによりスマイルカーブを考慮にいたしたノックアウトオプションの価格付けを行った。

論文は以上の研究を通じて投資家のリスク認識による市場への影響を調べた。研究の中で高度なファイナンスの知識と数値計算の技能を駆使している。研究の内容と質の両面からみて学部生の研究成果として優れた論文であると評したい。

「アーティファクトを媒介とした組織の統合メカニズム—スターバックスの事例分析—」

清水 美鳥

日本のある組織行動研究者は、「リーダーシップ研究は、最も多く研究されているが、最も成果を出していない分野である」という台詞をよく引く。こうした状況下、学部学生として、これだけの理論的深みを持った論文を書いたことを評価したい。本論文の執筆者は、既存のリーダーシップ研究に足りない点に気づき、経営学としては新たなテーマ設定を設けることができた。

と同時に--これは開拓者には運命的につきまとう問題であるが--事例研究の部分は、若干の物足りなさも感じられた。たとえば、人工物と意味生成に関しては、文化人類学、技術の社会構築主義等々、既存の学問がすでに高い山を築いている(これらの学問は経営学にも一部取り入れられている)。それに対して、本論文はゼロに近い点から山に登ろうというルートを採用している。

とは言うものの、それらはやむを得ない面があり、プラスの点を評価したい。

「POP 広告の機能別にみた消費者の衝動買いへの影響-札幌市を事例として-」 伊藤 祐美

本論文は、小売店舗におけるプロモーション手段である「POP 広告」に着目し、非計画購買と POP 広告との関係性を明らかにすることを目的としたものである。非計画購買、衝動買いと POP 広告に関する先行研究のレビュー、先行研究に基づく課題の設定、実証分析のための仮説とモデルの提示、仮説の検証と結果の考察、という一連のフローは論理的であり、説得的である。とくに、独自のアンケート調査による実証分析は、オリジナリティがあり、高く評価される。その一方で、仮説 1 がリサーチクエスションのレベルである点、仮説 2 について「POP 広告から受けた理性的動機は衝動買いに正の影響を与える」と影響の正負を明記すべきである点、および、実証分析において主因子法/プロマックス法(斜交回転)がより適切である点、さらに因子分析ではなく共分散構造分析がより妥当である点、といったいくつかの問題を含んでいる。しかしながら、総体的に学部学生の論文としては、優秀賞に十分値する優れた研究である。

「地域創生と企業家活動—沖縄ツーリストの事例分析—」

田中 しおり

本論文は、地域住民が自ら新しい地域づくりを進めていく地域創生を企業家活動の理論的視点から説明しようとする研究である。丹念な文献レビューを通じて、コールの「企業家的流れ」を中心に企業家活動の重要な概念を整理しながら議論を展開している。また、文献レビューに基づいて、企業家活動Ⅱから生じる企業家プラットフォームを位置づけ、同プラットフォームに動機づけられた企業家活動Ⅰのプロセスを関連づけて捉えようとする包括的な分析フレームワークを導出している。さらに、事例分析では「沖縄ツーリスト株式会社」を対象とした分析が行われ、沖縄観光の課題解決における企業家活動ⅠとⅡの連鎖関係のロジックを提示している。このことから、本研究は地方創生に関わる企業家活動のあり方に対する新たな理論開発を行っているという点で優秀賞に該当する論文であると考えられる。ただし、地方創生には様々なタイプがあり、本研究での理論展開が必ずしも当てはまらない場合もあると思われるので、地方創生の類型を考慮することが今後の課題として残されている。

「TPP が北海道の中小規模農家に与える影響」

流 みゆき

本論文では、北海道中小農家の立場から、TPP による影響について、全体的な生産減少額を試算し、そのうえで中小野菜農家の経営を詳細に分析することで、中小野菜農家にとって、収益性のある効率的な生産モデルとは、中長期にわたって多品目の生産を維持しつつ主力品目を育てていくということが述べられている。マクロとしての農水省試算>セミマクロとしての長野県野菜試算>セミマクロとしての北海道農業への適応>ミクロとしての中小農家への適応、といったマクロからミクロへの適応対象絞り込みが、ダイナミックかつ柔軟で素晴らしいものとなっている。また、すでにTPP加盟が、主導国として決定した以上、これに観念的に反対論を述べるごとく稚拙な思考ではなく、現実的に北海道農業の主役たる畑作中小農家を研究対象とする綿密な農家家計分析を実施した点は、農学部生でも希少な勉強姿勢が見受けられる。

「ソーシャルメディアを通じた企業のブランディングに関する考察

ー北海道 LIKERS の事例からー」

藤田 菜央

本論文は、顧客との共感を生み出す関係性構築を価値共創という概念を用いて分析し、ブランドの役割や認知の重要性を論じているものである。また、情報過多の昨今において、このブランドによるコミュニティ形成が企業のメッセージをダイレクトに顧客へ届け、それを受け取った顧客はそこからアクションを起こし価値を共創していくことを述べている。

マーケティングの価値共創概念を理解し、さらにソーシャルメディアという所謂従来と全く異なる手法を用いたブランディングの企業事例として、北海道という発祥の地を基盤として経営しているサッポロビール社の北海道 Likers を逸脱事例として取り上げ、顧客とのソーシャルメディアを通じた価値の共有や共創を展開するにあたって、その関係構築・維持の問題点としてロイヤルティ、リレーションシップ、コミュニティの観点でそれぞれ考察されており優れた論文である。

審査員一覧

1次審査員一覧 (50音順)

穴沢 眞	生垣 琴絵	大津 晶	嘉瀬 達男	加藤 敬太
木村 泰知	小林 友彦	佐山 公一	鈴木 将史	鈴木 和宏
田中 晋矢	中津川 雅宣	林 松 国	和田 良介	(以上14名)

2次審査員一覧 (50音順)

赤塚 広隆	穴沢 眞	阿部 孝太郎	伊藤 一	猪口 純路
大津 晶	加藤 敬太	北川 泰治郎	金 鎔基	木村 泰知
近藤 公彦	佐藤 剛	佐山 公一	柴山 千里	鈴木 和宏
瀬戸 篤	田中 晋矢	玉井 健一	辻 義人	出川 淳
沼澤 政信	林 松 国	ブラート・カロラス	劉 慶 豊	(以上24名)