

経営学研究科 修士論文タイトル一覧 (2019年度～2023年度)

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
1	コンテンツ産業における競争優位の再構築とイノベーション：ネットフリックスを事例として	池田 伸	1 戦略/技術経営	2019
2	ビデオゲーム産業におけるプラットフォームの変遷：任天堂を中心に	池田 伸	1 戦略/技術経営	2019
3	メディアの変遷とアイドルビジネス—デジタル時代におけるクリエイティブ産業のビジネスモデル	池田 伸	1 戦略/技術経営	2022
4	Does store manager's interaction influence the learning behavior for global products adoption?	林 永周	1 戦略/技術経営	2022
5	中小企業のGSCMによる競争優位性の構築—大手企業の実例の考察	林 永周	1 戦略/技術経営	2022
6	アントレプレナーシップが両利き経営と企業のパフォーマンスに与える影響に関する実証研究	林 永周	1 戦略/技術経営	2023
7	中国のスタートアップ企業における交流型リーダーシップのイノベーションに対する影響—中国広西チワン族自治区の帰国者インキュベーション施設入居企業を対象に—	桐畑 哲也	1 戦略/技術経営	2021
8	日本におけるビジネス・インキュベータの現状分析	黒木 正樹	1 戦略/技術経営	2021
9	ITベンチャー企業人材確保の事例調査	黒木 正樹	1 戦略/技術経営	2021
10	貴州省における家族の起業経験が次世代の若者の起業活動に与える影響：経験学習の効果の観点から	黒木 正樹	1 戦略/技術経営	2022
11	セルフサービスと伝統サービスの失敗における顧客の知覚変化の異同に関する研究：ホテルサービスを中心に	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2020
12	ユーザーのプライバシーに関する懸念がデータ提供意欲に与える影響—スマートホーム環境下のビッグブラザー効果に注目して—	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2021
13	The impact of artificial intelligence on tourism and hospitality services: A literature review from the perspective of social customer relationship management	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2021
14	ブロックチェーン技術の活用がエンターテインメント分野におけるプラットフォームビジネスにもたらす価値	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2022
15	サービスロボットの音声特性が消費者体験に与える影響	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2022
16	小売店舗における購買体験のスマート化に関する顧客知覚品質と使用意向の研究	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2022
17	観光型MaaSにおけるサービスの組み合わせに対する消費者の選好分析	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2023
18	消費者のスマート宅配ロッカーに対する利用意向への影響要因に関する研究	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2023
19	プラットフォーム機能が消費者の役割転換に与える影響—TikTokを例として—	土橋 力也	1 戦略/技術経営	2022
20	IoTによる家電業界のエコシステム構築—シャオミを事例に—	土橋 力也	1 戦略/技術経営	2022
21	M&Aがイノベーションに与える影響：中国のハイテク業界の分析	土橋 力也	1 戦略/技術経営	2023
22	社会的影響から見るモバイル決済の利用に影響を与える要因—中国を例として—	土橋 力也	1 戦略/技術経営	2023
23	アリババのイノベーション創出とビジネス・エコシステムの関係性分析	徳田 昭雄	1 戦略/技術経営	2019
24	MaaSビジネスの分析視覚の検討：レファレンスアーキテクチャーに基づく理論と事例	徳田 昭雄	1 戦略/技術経営	2020
25	「ダイナミック・ケイパビリティの再解釈：SUBARUの事例を通じて」	徳田 昭雄	1 戦略/技術経営	2023
26	日系自動車産業の開発現地化と競争優位の関連性—東風日産を事例として—	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2019
27	企業倫理を浸透・定着させるための統合的アプローチに関する事例研究—神戸製鋼所と雪印種苗を事例として—	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2019
28	日本建設機械産業の技術蓄積過程にみる競争力構築	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2020
29	中国のオープン・イノベーションが持続するモデル—深圳と青島を例として	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2020
30	企業のダイナミック・ケイパビリティにおける経営者と組織の相互作用—富士フィルムを事例として—	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2021
31	アパレル業界における資源循環の現状—リユース、リサイクル、アップサイクルの観点から—	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2022
32	食品廃棄物の再生利用—メタン発酵バイオガス事業の事業性	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2022
33	使用済製品の特徴から見るリサイクル産業市場化の実態—太陽光パネルリサイクルを例に—	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2023
34	家電リサイクルにおける競争と協調の実際—リサイクル事業者の取り組みを事例に—	中村 真悟	1 戦略/技術経営	2023
35	中国ゲーム産業の海外展開に関する考察—日本市場を事例として—	西岡 正	1 戦略/技術経営	2022
36	日本におけるテキスタイル生産流通の変化と企業の対応	西岡 正	1 戦略/技術経営	2023
37	中国市場の成長と日本紙おむつ産業の技術競争力	山崎 文徳	1 戦略/技術経営	2019
38	ファーウェイによるスマートフォン市場の獲得とチップ (SoC) 開発	山崎 文徳	1 戦略/技術経営	2019
39	産業用ロボットメーカーの技術競争力と製造業の自動化—安川電機を例として—	山崎 文徳	1 戦略/技術経営	2020
40	中国スマートフォン産業のハイブリッド戦略とグローバル・バリュー・チェーン	山崎 文徳	1 戦略/技術経営	2020
41	DJI の連続的な技術革新によるドローン市場の創出と獲得	山崎 文徳	1 戦略/技術経営	2021
42	ダイキンの空調機器事業におけるグローバル市場の獲得と技術競争力	山崎 文徳	1 戦略/技術経営	2023
43	インテリジェントカスタマーサービスシステムによる顧客の間合せ対応が顧客満足度に及ぼす影響に関する研究—中国におけるオンラインショッピングでのプリセールス対応を中心として—	横田 明紀	1 戦略/技術経営	2021
44	デジタルプラットフォームにおける知識創造と事業化の過程に関する考察	横田 明紀	1 戦略/技術経営	2023
45	デジタルサービスの市場形成プロセス	依田 祐一	1 戦略/技術経営	2021
46	ビジネス・エコシステムにおける自己再生段階のアプローチ—アリババ・グループとアント・フォレストを中心に—	依田 祐一	1 戦略/技術経営	2021
47	ライブストリームとC2M—延期と投機を同時追求するビジネスモデル—	依田 祐一	1 戦略/技術経営	2022
48	ゲーム産業における価値共創についての考察	依田 祐一	1 戦略/技術経営	2022
49	オンライン接客における非言語的コミュニケーションが消費者の評価に及ぼす影響について	石井 隆太	2 マーケティング	2022
50	環境配慮型製品に対する消費者の購買意図—Hofstedeモデルに基いた実証分析—	石井 隆太	2 マーケティング	2022
51	製造業者による影響戦略が流通業者の協力意欲に及ぼす影響：制御焦点の調整効果	石井 隆太	2 マーケティング	2022
52	オムニチャネル小売業の推進要因及び障壁要因—中国食品スーパーのケーススタディ	石井 隆太	2 マーケティング	2023
53	両面的なオンラインレビューの有効性：消費者の購買意思決定段階の違いに着目して	菊盛 真衣	2 マーケティング	2019
54	レビュースパムが消費者の購買意思決定に与える影響—消費者の製品関与度に注目して—	菊盛 真衣	2 マーケティング	2019
55	消費者心理モデルの有効性の検証及び消費者の分類	菊盛 真衣	2 マーケティング	2019
56	キャラクターエンダーサーと消費者の広告評価	菊盛 真衣	2 マーケティング	2020
57	SNSにおける投稿内容がインフルエンサーの信憑性に与える影響—Instagramを対象として—	菊盛 真衣	2 マーケティング	2020
58	消費者のメンツ意識が負のクチコミの発信意向と言語的表現に及ぼす影響	菊盛 真衣	2 マーケティング	2022
59	ソーシャルメディア・インフルエンサーの視線が消費者の購買意図に及ぼす影響	菊盛 真衣	2 マーケティング	2022
60	洋服レンタルサービス利用意欲の規定要因：個人の文化的志向に着目して	菊盛 真衣	2 マーケティング	2023
61	ソーシャルメディア・インフルエンサーの種類が広告評価に与える影響	菊盛 真衣	2 マーケティング	2023
62	従業員満足度に影響を与えるインターナル・マーケティング・ミックスの特定—既存尺度の再検討を通じて—	木下 明浩	2 マーケティング	2019
63	小売国際化における埋め込み性の検討—無印良品を素材として	木下 明浩	2 マーケティング	2019
64	オムニチャネルの考察—ビジネスモデルの視点から	木下 明浩	2 マーケティング	2019
65	プラットフォーム・ビジネスモデルにおける価値共創—アリババの事例を中心として	木下 明浩	2 マーケティング	2020
66	中国の家電専門店チェーンのビジネスモデル・イノベーション—蘇寧と国美—	木下 明浩	2 マーケティング	2020
67	オンラインコミュニティにおける顧客経験価値共創—「ほぼ日」を事例として	木下 明浩	2 マーケティング	2021

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
68	ライブコマースのカスタマー・エンゲージメントに及ぼす影響	木下 明浩	2 マーケティング	2021
69	コーズマーケティング広告が消費者態度に及ぼす影響に関する研究	木下 明浩	2 マーケティング	2022
70	小売国際化における埋め込み性の形成がブランドイメージに与える影響 - ユニクロを研究対象として -	木下 明浩	2 マーケティング	2022
71	悪い口コミの行動意図に及ぼす影響 - 自己とブランドの結びつきを調整変数として -	木下 明浩	2 マーケティング	2022
72	SMIに関するミーニングトランスファーモデルの研究 - アタッチメントと知覚価値の連続多重媒介効果について -	木下 明浩	2 マーケティング	2023
73	知覚的ブランドグローバル性、ローカル性が知覚品質に及ぼす影響 - 文化的アイデンティティを調整変数として -	木下 明浩	2 マーケティング	2023
74	価値共創が顧客の経験価値に及ぼす影響	金 昌柱	2 マーケティング	2019
75	戦略提携がビジネスモデルに対する影響：ユニクロのケースを中心に	金 昌柱	2 マーケティング	2019
76	従業員の知識吸収能力における内発的モチベーションの促進要因に関する実証分析	金 昌柱	2 マーケティング	2019
77	標準化と適応化の観点から見た日本メーカー企業の国際展開におけるマーケティング活動の優位性	金 昌柱	2 マーケティング	2019
78	ショッピングセンターの販売員サービス品質と感知的顧客経験 - エスノセントリズムとアフィニティの調整要因による影響 -	金 昌柱	2 マーケティング	2020
79	ブランド力の暗みロ-グローバル企業はいかに予測せぬ消費者の不買運動に立ち向かうのか	金 昌柱	2 マーケティング	2020
80	How do parasocial relationships enhance brand love? Role of celebrity endorser credibility and brand learning	金 昌柱	2 マーケティング	2023
81	Corporate social irresponsibility in consumer boycotts: Do corporate brand betrayal and saving face matter?	金 昌柱	2 マーケティング	2023
82	CRMの効果的な訴求方法に関する包括的検討 - 表示方法、順序効果、情報フレーミングの視点から -	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2020
83	製品パッケージ・カラーの適合性が製品評価に及ぼす影響	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2020
84	支払方法が消費者の衝動購買に及ぼす影響：買い物楽しさの媒介効果	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2021
85	オンラインショッピングにおける過剰な販促情報の存在が消費者の購買意欲に与える影響：情報処理理論における情報過負荷の視座から	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2021
86	外発的動機づけと利他的動機づけが e-WOM の発信意図に及ぼす影響の比較：個人特性を調整変数として	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2021
87	ライブコマースにおけるインフルエンサーの不祥事が購買意欲に及ぼす影響	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2023
88	サステナブル製品に関する購買意欲に影響する要因	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2023
89	An investigation of consumer affinity and consumer perceptions on willingness to buy via fsQCA	苗 苗	2 マーケティング	2021
90	The role of empathy of UGC and perceived value in repurchase intention: applying complexity theory via fsQCA	苗 苗	2 マーケティング	2021
91	Roles of perceived risks on continuance intention to use ride-sharing services: Using a modified Technology Acceptance Model	苗 苗	2 マーケティング	2022
92	The characteristics of the SMIs and the urge to buy impulsively via social capital theory	苗 苗	2 マーケティング	2022
93	Investigating the impact of gamification of e-commerce on consumer's continuance usage intention	苗 苗	2 マーケティング	2022
94	アート・プロジェクトにおける価値共創 - ベネッセアートサイト直島を事例に -	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2019
95	文化遺産観光地ブランド力の向上についての研究 - 山西省雲崗石窟を例にして	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2019
96	地方都市におけるMaaSの導入と発展の可能性について	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2020
97	モバイルゲーム業における価値共創プラットフォームに関する考察	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2021
98	コロナ時代におけるオムニチャネル未来図に関する考察	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2022
99	デジタル・クリエイティブティ団体の経営 - MUTEK.JPを対象として	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2022
100	プロダクトプレイスメントが消費者のブランド態度に及ぼす影響に関する研究 - 携帯ゲーム広告の視点から -	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2020
101	中国市場におけるスマート家電の購買意向に影響を与える要因に関する研究 - TAMモデルに基づいて -	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2020
102	デザイン・リーダーシップの存在と機能について	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2021
103	スキップ広告の研究によるインターネット広告の発展	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2021
104	組織同一化理論における非同一化を用いたデザイン態度醸成の先行要因の検討	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2022
105	デザインワークショップと半構造化インタビューを用いた混合研究法によるデザイン態度の構造的要因の探索的分析	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2022
106	動画クチコミの消費者購買意欲への影響 - 中立性の視点から -	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2022
107	デザイン思考教育の授業内で生きる教員の個人的経験：組織外の社会的アイデンティティの顕在化に関する影響	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2023
108	TikTok におけるユーザーイノベーションを促す要因の分析	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2021
109	ユーザーイノベーションの普及プロセスにおけるユーザーコミュニティの形成に関する研究	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2021
110	コラボ商品の消費による自己概念の拡張に関する研究	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2022
111	中国のゲーム産業における「高関与×感情」プレイヤーの広告戦略 - コラボレーション・e スポーツ・KOL システムからの考察 -	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2022
112	顧客変革行動プロセスの分析による戦略的変革価値モジュール (STM) の検討	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2022
113	行政組織の厄介な問題に対するマネジメントの特徴 - デザインシンキング適用のための戦略への示唆	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2023
114	中国のeスポーツ産業におけるビジネスエコシステムの構造的検討	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2023
115	在日華僑のエスニック・ビジネス：「新華僑」と「老華僑」の融合の視点から	石川 亮太	5 国際経営	2020
116	Research about intercultural teams -Approaching IHRM in Japan from a cross-cultural lens	SCHLUNZE Rolf Dieter	5 国際経営	2020
117	Marketing Strategies by Japanese PPS of Renewable Energy - Analysis of Positioning Approaches in a Liberalized Power Market	SCHLUNZE Rolf Dieter / RAUPACH SUMIYA Jorg*1	5 国際経営	2022
118	Investigating the Role of Hybrid Managers in the Intercultural Communication - Focusing on the function of language	SCHLUNZE Rolf Dieter	5 国際経営	2023
119	日本企業における女性管理職に関する一考察	中村 志保	5 国際経営	2023
120	海外進出日系企業の雇用問題に関する一考察	中村 志保 / 守 政毅*2	5 国際経営	2019
121	多国籍企業論からみた中国企業の多国籍化モデルに関する研究	守 政毅	5 国際経営	2020
122	レイヤー構造から見たプラットフォームのWTA (Winner Take All) メカニズム-中国EC 市場におけるアリババグループのBtoC マルチプラットフォームを中心に-	守 政毅	5 国際経営	2021
123	三面市場におけるプラットフォーム企業の競争戦略 - 中国のビデオ・プラットフォームbilibiliをめぐる実証分析 -	守 政毅	5 国際経営	2022
124	国際市場の急激な変化に対応する小売企業の国際化と組織能力に関する理論研究	守 政毅	5 国際経営	2023

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
125	在中日系企業の現地人材の活用に関する研究	岸田 未来	6 組織・人事	2021
126	中国人女性の働き方とワーク・ライフ・バランス	岸田 未来	6 組織・人事	2021
127	中国人留学生のキャリア志向・キャリア発達に関する研究—日本のコンサルタント会社で働く元中国人留学生を対象として—	岸田 未来	6 組織・人事	2022
128	中国における民間IT企業のCSRに関する研究—アリババを中心とする事例分析—	岸田 未来	6 組織・人事	2023
129	ミドル・マネジャーである上司の行動が部下のワーク・ライフ・バランスに与える影響	岸田 未来	6 組織・人事	2023
130	PM型リーダーシップが部下のワーク・ファミリー・バランスに与える影響	小久保 みどり	6 組織・人事	2019
131	サーバントリーダーシップと職場のメンタルヘルスとの関連	小久保 みどり	6 組織・人事	2020
132	リーダーのボトムライン・メンタリティがフォロワーの組織コミットメントと組織内自尊感情に及ぼす影響について	小久保 みどり	6 組織・人事	2020
133	変革型リーダーシップがソーシャルメディアでの従業員宣伝意図に与える影響	小久保 みどり	6 組織・人事	2021
134	エンパワーリング・リーダーシップが組織市民行動に与える影響について	小久保 みどり	6 組織・人事	2022
135	中国におけるテレワークの定着阻害要因の研究—SECIモデルの視点から	小島 愛	6 組織・人事	2020
136	中国に進出する日系企業の現地人材—ブリッジ人材の葛藤解消についての研究—	小島 愛	6 組織・人事	2021
137	中国の儒教思想と商業発展に関する経営史研究	小島 愛	6 組織・人事	2022
138	新型コロナウイルスが中国人女性の就業に及ぼした影響	小島 愛	6 組織・人事	2023
139	日本の女性管理職に関する研究—中国の女性管理職に対するインタビュー調査を通じて—	谷川 智彦	6 組織・人事	2019
140	ダイバーシティ・マネジメントの日中比較	谷川 智彦	6 組織・人事	2019
141	E スポーツクラブのインセンティブシステムに関する研究—中国のE スポーツ選手へのインタビュー調査を通じて—	谷川 智彦	6 組織・人事	2021
142	中国におけるIT企業の長時間労働改善に関する研究—A社の「996」改善の取り組みを通じて—	谷川 智彦	6 組織・人事	2021
143	副業経験が副業従事者のキャリア意識に与える影響に関する研究—日本と中国の副業従事者へのインタビュー調査を通じて—	谷川 智彦	6 組織・人事	2021
144	CSR 外部コミュニケーションが従業員エンゲージメントに与える影響に関する研究	谷川 智彦	6 組織・人事	2022
145	就職活動による自己成長感が入社後の組織社会化に与える影響に関する研究—日本と中国の従業員へのインタビュー調査を通じて—	谷川 智彦	6 組織・人事	2022
146	従業員の性格と非倫理的組織行動の関係、及び組織アイデンティフィケーションの媒介効果に関する研究	谷川 智彦	6 組織・人事	2023
147	従業員の知覚された消費者のCSR支持が転職意思に与える影響に関する研究	谷川 智彦	6 組織・人事	2023
148	日本企業の雇用慣行と留学生の就職問題について—中国留学生を対象として—	守屋 貴司	6 組織・人事	2019
149	在中日系企業の人材確保に関する考察	守屋 貴司	6 組織・人事	2019
150	ダイバーシティマネジメントに基づく日本企業におけるLGBTの施策と展望—SCAT研究を用いた日本のLGBT先進企業の事例により—	守屋 貴司	6 組織・人事	2020
151	日本における外国人材の採用と定着に関する研究—在日中国人留学生の日中企業への就職問題を中心として—	守屋 貴司	6 組織・人事	2020
152	コロナ禍においての日本企業の女性管理職比率の向上の研究—上場企業のITベンダー業界の女性管理職を対象に—	守屋 貴司	6 組織・人事	2021
153	中国人女性の家庭と仕事の両立のための人事改革に関する研究—中国の「二人っ子政策」の推進を背景にして—	守屋 貴司	6 組織・人事	2021
154	日本で働く外国人材の活用に関する研究—Z世代の中国人材の活用を中心として—	守屋 貴司	6 組織・人事	2022
155	コロナ禍における外国人材の就職活動と就職意欲について—中国人留学生を対象に—	守屋 貴司	6 組織・人事	2022
156	越境者の学習内容の還元に関する研究—ホーム企業の組織特性と越境者の個人特性に着目して—	守屋 貴司	6 組織・人事	2023
157	外国人材の就業継続・転職とキャリアネットワーク—中国人材を中心として—	守屋 貴司	6 組織・人事	2023
158	インターネット企業の企業境界についての理論分析—パーソナルデータに関する分析	森 祐介	6 組織・人事	2019
159	ITアウトソーシング契約における企業境界の理論分析	森 祐介	6 組織・人事	2020
160	部下の社会的行動を促す報酬設計の経済分析	森 祐介	6 組織・人事	2023
161	企業社会的責任活動促進のための最適情報透明度に関するゲーム理論分析	森 祐介	6 組織・人事	2023
162	中国における委託融資の規制改革とリスクの移転	小林 磨美	7 ファイナンス	2019
163	事業再編による企業の業績効果	小林 磨美	7 ファイナンス	2021
164	中国の社会的責任について考察	小林 磨美	7 ファイナンス	2023
165	中国のSNSにおけるCSR情報開示に対するステークホルダーの反応	東 健太郎	8 会計	2019
166	CSR 共創活動の情報開示が企業レピュテーションに与える影響に関する実証研究—企業の信頼感による媒介効果—	東 健太郎	8 会計	2021
167	対話的会計からみるステークホルダーエンゲージメント：公共交通機関におけるソーシャルメディアの利用	東 健太郎	8 会計	2023
168	中小企業のサプライチェーンにおけるCSR 活動が財務パフォーマンスに及ぼす影響	東 健太郎	8 会計	2023
169	コーポレートガバナンスが日本企業のコストの下方硬直性に与える影響	大浦 啓輔	8 会計	2019
170	物流管理会計の変容と現代的課題—日中企業の事例から—	大浦 啓輔	8 会計	2020
171	非正規雇用者の管理会計情報利用について	大浦 啓輔	8 会計	2021
172	地方公営企業の新会計制度が民営化に及ぼす影響—大阪市水道局の事例を取り上げて—	金森 絵里	8 会計	2019
173	中小企業における環境経営の動機と情報支援に関する研究—食品業界の動向を中心に—	金森 絵里	8 会計	2023
174	ESG開示スコアが企業財務業績に及ぼす影響に関する研究	西谷 順平	8 会計	2022
175	現代経営環境に適した予算スラック研究の探求—予算スラックに関する研究レビュー及び考察	堀井 悟志	8 会計	2021
176	不正会計とコーポレートガバナンス—役員属性を中心に—	松浦 総一	8 会計	2022

*1 シュルンツェ教授はラウパツハ教授の学外研究に伴い代行として研究指導を行った。そのため、本テーマはラウパツハ教授が専門とするものである。

*2 守教授は中村准教授の産前産後休暇に伴い代行として研究指導を行った。そのため、本テーマは中村准教授が専門とするものである。