

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
1	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
2	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
3	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
4	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
5	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
6	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
7	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
8	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
9	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
10	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
11	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
12	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問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
13	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
14	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
15	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
16	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
17	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
18	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
19	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
20	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
21	Does store manager's interaction influence the learning behavior for global products adoption?	林 永周	1 戦略/技術経営	2022
22	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
23	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
24	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
25	Exploring the Impact of Global Business Risks on Subsidiary Autonomy: A Case Study of Japanese Companies in Hungary	黒木 正樹	1 戦略/技術経営	2024
26	コマーサー中心ライブコマースにおけるサプライヤー選定と 在庫管理に関する研究 ―株式会社Cellest を例として―	佐野 宏樹	1 戦略/技術経営	2024
27	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
28	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
29	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
30	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
31	社長在任期間と企業業績における逆U字型関係の例外：長期在任の成功事例分析	土橋 力也	1 戦略/技術経営	2024
32	ECプラットフォームにおけるユーザーのマルチホームिंगの要因 ―中国を例として―	土橋 力也	1 戦略/技術経営	2024
33	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
34	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
35	「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
36	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
37	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
38	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
39	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
40	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
41	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
42	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
43	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
44	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
45	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
46	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
47	商工会等による中小企業者への支援実態に関する研究	西岡 正	1 戦略/技術経営	2024
48	中国車載用リチウムイオン電池産業の競争力基盤に関する研究―CATL を事例として	西岡 正	1 戦略/技術経営	2024
49	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
50	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
51	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
52	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
53	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
54	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
55	日中の電気自動車業界構造の分析―戦略グループ論の視点から―	善本 哲夫	1 戦略/技術経営	2024
56	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
57	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
58	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
59	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
60	デジタル環境における購入意向への心理的所有感及び知覚リスクの影響と代理的体験の効果の検討	今井 まりな	2 マーケティング	2024
61	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
62	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着目して―	菊盛 真衣	2 マーケティング	2019
63	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
64	キャラクターエンド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
65	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

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
66	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
67	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
68	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
69	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
70	画像付きオンラインレビューの有用性－画像の輝度とレビューの内容の一貫性に着目して－	菊盛 真衣	2 マーケティング	2024
71	ソーシャルメディア・インフルエンサーの影響力の分析：日米印3カ国の消費者調査	菊盛 真衣	2 マーケティング	2024
72	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
73	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
74	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
75	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
76	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
77	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
78	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
79	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
80	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
81	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
82	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
83	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
84	ソーシャルメディア・インフルエンサーによるレビュー形式の相違が消費者のブランド態度に及ぼす影響について 文字レビューと動画レビューとの比較	木下 明浩	2 マーケティング	2024
85	ハッシュタグチャレンジにおける顧客経験価値－TikTok における価値共創に着目して－	木下 明浩	2 マーケティング	2024
86	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
87	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
88	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
89	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
90	ショッピングセンターの販売員サービス品質と知覚的顧客経験－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
91	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
92	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
93	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
94	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
95	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
96	支払方法が消費者の衝動購買に及ぼす影響：買い物の楽しさの媒介効果	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2021
97	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
98	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
99	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
100	サステナブル製品に関する購買意欲を影響する要因	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2023
101	衝動購買の研究のレプリケーションと生成メカニズム	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2024
102	エコラベルと環境に優しい包装がグリーン製品の購買意欲に与える影響の研究	寺崎 新一郎	2 マーケティング	2024
103	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
104	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
105	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
106	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
107	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
108	Comparison of the Impact of Influencer’s Self-Disclosure on Consumer Purchase Intentions and Word-of-Mouth Intentions: Micro-Influencers vs. Mega-Influencers	苗 苗	2 マーケティング	2024
109	The Impact of Perceived Personalization on Advertising Irritation	苗 苗	2 マーケティング	2024
110	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
111	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
112	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
113	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
114	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
115	デジタル・クリエイティビティ団体の経営－MUTEK.JPを対象として	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2022
116	2.5 次元文化の背景におけるゲームユーザーコミュニティの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	2024
117	お土産に関わるC2C インタラクションと非計画購買の関係について	近藤 宏一	3 サービス・マネジメント	2024
118	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
119	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
120	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
121	スキップابل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
122	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
123	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
124	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
125	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
126	PSS 設計組織におけるデザイナーと重量級プロダクト・マネージャーの協働：UX の一貫性の追求がもたらす新たな部門間連携	後藤 智	4 デザイン・マネジメント	2024
127	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

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
128	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
129	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
130	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ーコラボレーション・e スポーツ・KOL システムからの考察ー	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2022
131	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
132	行政組織の厄介な問題に対するマネジメントの特徴ー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
133	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
134	デザイナーの能力とエンジニアの能力の比較検討ーデザインエンジニアリング教育における能力育成カリキュラム開発に向けてー	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2024
135	新製品開発におけるインハウスデザイナーの役割ー花王とパナソニックの事例分析ー	八重樫 文	4 デザイン・マネジメント	2024
136	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
137	Research about intercultural teams -Approaching IHRM in Japan from a cross-cultural lens	SCHLUNZE Rolf Dieter	5 国際経営	2020
138	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
139	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
140	Chinese Entrepreneur’s Success in Japan: A case study on intercultural skills and relationship building	SCHLUNZE Rolf D	5 国際経営	2024
141	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
142	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
143	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
144	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
145	三面市場におけるプラットフォーム企業の競争戦略ー中国のビデオ・プラットフォームbilibiliをめぐる実証分析ー	守 政毅	5 国際経営	2022
146	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
147	華人ネットワークにおける紐帯の再考察-中程度の紐帯の形成とソーシャル・キャピタルの理論的探究-	守 政毅	5 国際経営	2024
148	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
149	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
150	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ー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ー	岸田 未来	6 組織・人事	2022
151	中国における民間IT企業のCSRに関する研究ーアリババを中心とする事例分析ー	岸田 未来	6 組織・人事	2023
152	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
153	中国新世代における職務特性の知覚が組織への定着に及ぼす影響-若者教師に感知された仕事のやりがいとジョブ・エンベデッドネスとの関係に着目して-	岸田 未来	6 組織・人事	2024
154	日本企業における心理的契約が外国人従業員の組織コミットメントに及ぼす影響	岸田 未来	6 組織・人事	2024
155	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
156	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
157	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
158	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
159	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
160	セキュアベース・リーダーシップが組織レジリエンスに及ぼす効果	小久保 みどり	6 組織・人事	2024
161	中国におけるテレワークの定着阻害要因の研究ーSECIモデルの視点から	小島 愛	6 組織・人事	2020
162	中国に進出する日系企業の現地人材ーブリッジ人材の葛藤解消についての研究ー	小島 愛	6 組織・人事	2021
163	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
164	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
165	日本の女性管理職に関する研究ー中国の女性管理職に対するインタビュー調査を通じてー	谷川 智彦	6 組織・人事	2019
166	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
167	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ー中国のE スポーツ選手へのインタビュー調査を通じてー	谷川 智彦	6 組織・人事	2021
168	中国における IT 企業の長時間労働改善に関する研究ーA 社の「996」改善の取り組みを通じてー	谷川 智彦	6 組織・人事	2021
169	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ー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ー	谷川 智彦	6 組織・人事	2021
170	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
171	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ー日本と中国の従業員へのインタビュー調査を通じてー	谷川 智彦	6 組織・人事	2022
172	従業員の性格と非倫理的向組織行動の関係、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
173	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
174	日本企業の雇用慣行と留学生の就職問題についてー中国留学生を対象としてー	守屋 貴司	6 組織・人事	2019
175	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
176	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の施策と展望ーSCAT研究を用いた日本のLGBT先進企業の事例によりー	守屋 貴司	6 組織・人事	2020
177	日本における外国人材の採用と定着に関する研究ー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ー	守屋 貴司	6 組織・人事	2020
178	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ー上場企業のITベンダー業界の女性管理職を対象にー	守屋 貴司	6 組織・人事	2021
179	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ー中国の「二人っ子政策」の推進を背景にしてー	守屋 貴司	6 組織・人事	2021
180	日本で働く外国人従業員の活用に関する研究ーZ 世代の中国人材の活用を中心としてー	守屋 貴司	6 組織・人事	2022
181	コロナ禍における外国人留学生の就職活動と就職意欲についてー中国人留学生を対象にー	守屋 貴司	6 組織・人事	2022
182	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
183	外国人材の就業継続・転職とキャリアネットワークー中国人材を中心としてー	守屋 貴司	6 組織・人事	2023
184	インターネット企業の企業境界についての理論分析ーパーソナルデータに関する分析	森 祐介	6 組織・人事	2019

No.	論文タイトル	主査	研究分野	年度
185	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
186	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
187	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
188	ゲーム論による自動運転システムの実用化に関する考察―交差点ゲームを通じて混合交通を解釈する	森 祐介	6 組織・人事	2024
189	企業が海外市場進出したときのプラットフォームの選択と比較	森 祐介	6 組織・人事	2024
190	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
191	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
192	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
193	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
194	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
195	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
196	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
197	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
198	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
199	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
200	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
201	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
202	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
203	IFRS任意適用が日本企業のM&A活動に及ぼす影響	西谷 順平	8 会計	2024
204	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
205	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
206	人的資本情報の開示についての分析	松浦 総一	8 会計	2024

- の教員は2025年は学外研究等のため、研究指導を行わない予定
- *1

シュルンツェ教授はラウパッ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、本テーマはラウパッ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。