

SHOKEI-GAKUSO

*JOURNAL OF BUSINESS STUDIES*

Vol. 64 No. 2

December 2017

Memorial Issue Dedicated to  
Professor Toshiyuki Seno

Published  
by

THE SOCIETY OF BUSINESS STUDIES

KINDAI UNIVERSITY

Higashi-Osaka, OSAKA, JAPAN

商  
經  
学  
叢

第六十四卷第二号  
妹尾俊之先生 追悼号  
二〇一七年十二月  
近畿大学商経学会

商 經 学 叢

第64卷 第2号

妹尾俊之先生 追悼号

2017年12月

近畿大学商経学会

執筆者紹介(掲載順)

小林保彦……青山学院大学名誉教授	井出文紀……近畿大学経営学部准教授
陶山計介……関西大学商学部教授	大内秀二郎……近畿大学経営学部准教授
水野由多加……関西大学社会学部教授	高橋愛典……近畿大学経営学部教授
伊吹勇亮……京都産業大学経営学部准教授	山下京……近畿大学経営学部准教授
稲葉浩幸……近畿大学経営学部教授	向井有里子……公益社団法人国際経済労働研究所研究員
川原尚子……近畿大学経営学部教授	李超……近畿大学経営学部講師
牧浦健二……近畿大学名誉教授	狩保正雄……滋慶医療科学大学院大学客員教授
山縣正幸……近畿大学経営学部教授	

商経学叢 第64巻第2号(通巻第181号)

2017年12月31日印刷

2017年12月31日発行

編集 近畿大学商経学会

発行人 山口忠昭

発行所 東大阪市小若江3丁目4番1号

近畿大学経営学部

郵便番号 577-8502 電話番号 (06)4307-3046

印刷所 近畿大学 管理部 用度課(出版印刷)

 近畿大学



妹尾俊之先生御遺影

哀 辞……………山 口 忠 昭

## 論 文

広告クリエイティブを理解するための「もうひとつの科学」について ……………	小 林 保 彦	1
観光地ブランドの競争力構築における経験情報の役割……………	陶 山 計 介	23
商業現象に見出される「広告とは言及されない広告」 ——現象理解のタテ糸あるいは補助線としての広告研究——…	水 野 由多加	45
「猫の世話」としてのクリエイティブ・マネジメント ——PSFsとしての広告会社についての基礎的研究—— ……	伊 吹 勇 亮	87
町並みとフェアマーク ——近江八幡と川越——……………	稲 葉 浩 幸	99
Current Trends and Challenges in Sustainability Reporting Practices in Japan - Literature Review……………	Naoko Kawahara	113
ニックリッシュの『経営経済』についての一考察（その②） ……	牧 浦 健 二	143
企業発展とビジネス・リーダーシップ ——ブライハヤー統合的マネジメント構想の意義——……………	山 縣 正 幸	219
森下仁丹の町名表示板広告と「広告益世」……………	井 出 文 紀	247
家電流通におけるボランタリーチェーンの意義と展開 ——コスモス・ベリーズの事例から—— ……	大 内 秀二郎・高 橋 愛 典	277
非正規従業員の意識構造とその類型化……………	山 下 京・向 井 有理子	305
働きがいのある最高の組織とチームビルディング ……………	李 超・狩 俣 正 雄	321

## 故 妹尾俊之先生 略歴ならびに研究業績

### 【略歴】

1954年7月生まれ  
1973年3月 関西学院高等部卒業  
1977年3月 関西学院大学経済学部卒業  
広告会社勤務を経て  
2008年4月 近畿大学経営学部 教授  
広告論, ブランド論などを担当  
2010年10月 日本広告学会常任理事  
同 関西部会運営委員長  
2012年10月 近畿大学経営学部商学科長 (2013年9月まで)  
2015年9月 逝去

### 【著書】

1. 『新しい広告効果測定：理論の変遷と14社の事例』（小林貞夫編著，分担執筆「しなやかな実戦的システムの構築を目指して」）日経広告研究所 1991年5月
  2. 『次世代流通サプライチェーン』（菅原正博・吉田裕之・弘津真澄編著，分担執筆「広告コミュニケーションの視点から見た SCM 方法論」）中央経済社 2001年11月
  3. 『アカウントプランニング思考』（小林保彦編著，分担執筆「アカウントプランニングによるビジネスモデル構築」）日経広告研究所 2004年5月
  4. 『大阪ブランド・ルネッサンスー都市再生戦略の試み』（陶山計介・妹尾俊之共著）ミネルヴァ書房 2006年8月
  5. 『広告プランニングーレトリック理論による実践アプローチ』（単著）中央経済社 2011年2月
  6. 『広告コミュニケーション研究ハンドブック』（水野由多加・妹尾俊之・伊吹勇亮共編著，分担執筆「ホリスティックな広告理解のために」，「広告への物語論的アプローチ」，および水野由多加・伊吹勇亮との共著「筆頭」「広告研究のアイデンティティ問題」）有斐閣 2015年11月
- (以下，西秋生 名義)
1. 『ハイカラ神戸幻視行ーコスモポリタンと美少女の都へ』神戸新聞総合出版センター 2009年7月
  2. 『ハイカラ神戸幻視行 紀行篇ー夢の名残り』神戸新聞総合出版センター 2016年9月

### 【論文】

1. 「広告市場を拡大させるために」『JAAA REPORT 1986 No.291 第15回懸賞募集入賞入選作品集』日本広告業協会 1986年6月
2. 「生活社会からの情報発信」『JAAA REPORT 1993 No.391 第22回懸賞募集入賞入選作品集』日本広告業協会 1993年5月
3. 「大阪から発信する《誘惑》の広告展開」『懸賞論文入賞入選作品集』大阪広告業協会 1998年4月
4. 「シンボリック・バリューの共有へ：量販店におけるブランド構築の意義」『季刊イズミヤ総研』51 2002年7月
5. 「シンボリックインサイトの試み：アカウントプランニングの実践として」『日経広告研究所報』38(1) 2004年2月
6. 「コーポレート・ブランディングにおける CCO (Chief Creative Officer) の役割：アカウント・プランニング・アプローチ」（菅原正博・妹尾俊之共著）『日経広告研究所報』42(2) 2008年4月
7. 「CCO の時代に，コーポレートコミュニケーションの意義を再考する」日本広報学会『高度専門職業人としての C. C. 本部長の役割ーエグゼクティブ・アクション論的視点からの考察』（研究会報告書）2005年5月
8. 「ブランドデザインの新展開：サントリー・伊右衛門と資生堂・TSUBAKI の事例から」『商経学叢』55(3) 2009年3月
9. 「『広告記号論』再考」『商経学叢』56(1) 2009年7月
10. 「レトリックを枠とする広告クリエイティブ理論化の試み」『日経広告研究所報』43(4) 2009年8月
11. 「広告修辞学の理論と実践」『日経広告研究所報』44(3) 2010年6月
12. 「地域ブランドのコミュニケーションデザイン」『商経学叢』57(1) 2010年7月
13. 「広告クリエイティブ・マネジメントの成功要因と組織能力の探求」（川戸和英，伊吹勇亮，川村

- 洋次, 妹尾俊之共著『広告科学』第54集 2011年6月
14. 「広告修辞学の実証：コピーの企画と選択をめぐる」『日経広告研究所報』45(6) 2011年12月
  15. 「〈広告表象〉論の構想」『商経学叢』58(3) 2012年3月
  16. 「ユニクロの〈広告表象〉」『商経学叢』59(2) 2012年12月
  17. 「ブランディングにおけるコミュニケーションインタレストの役割」『商経学叢』59(3) 2013年3月
  18. 「B to B 広告の役割と課題」『B to B コミュニケーション』2013年9月号
  19. 「ブランド広告シリーズ展開の意義」『商経学叢』経営学部開設10周年記念論文集 2013年12月
  20. 「物語広告論の構想」『日経広告研究所報』48(4) 2014年4月
  21. 「ACC グランプリ企画に見るテレビ CM スタイルの潮流：デモンストレーション, スライス・オブ・ライフ, ドラマ型, そして物語広告へ」『商経学叢』61(3) 2015年3月

#### 【口頭発表】

##### 一日本広告学会全国大会報告

- ・ 第32回 (2001年, 京都産業大学) 「アカウント・プランニング・システムの日本での効果的定着に向けて」
- ・ 第34回 (2003年, 大阪芸術大学) 「シンボリック・インサイトの試み —アカウントプランニングの実践として」
- ・ 第38回 (2007年, メルクパルク京都) 「コーポレートブランディングにおける CCO の役割」: アカウント・プランニング・アプローチ (菅原正博・妹尾俊之)
- ・ 第40回 (2009年, 愛知大学) 「広告修辞学の理論と実践」
- ・ 第41回 (2010年, 東洋大学) 統一論題 新井恭子, 佐藤達郎, 妹尾俊之 「広告の本質としての「コトバ」研究」
- ・ 第42回 (2011年, 近畿大学) 大会運営委員長挨拶 「いまこそ, 広告の本質を見極めよう！」
- ・ 第44回 (2013年, 九州産業大学) 「物語広告論への展望」
- ・ 第45回 (2014年, 立教大学) 「ドラマ CM から物語広告へ—テレビ CM スタイルの新潮流—」

##### 一日本広告学会部会報告

- ・ 1999年8月27日 (電通関西) 「百貨店における広告コミュニケーションの事例研究」
- ・ 2000年9月29日 (京都産業大学) 「アカウント・プランニング・システムの日本での効果的定着に向けて」
- ・ 2002年1月19日 (NTT 西日本サイバービジネスワールド) 「AP システムの効果的な実践, 定着, 発展への提言」
- ・ 2003年1月17日 (大阪芸術大学) 「シンボリックインサイトの試み—アカウントプランニングの実践として」
- ・ 2005年7月22日 (大広) 「下司の街から, 人間パワーが炸裂する街へ—大阪ブランド戦略・消費者調査からの示唆」
- ・ 2007年10月5日 (大広) 「コーポレート・ブランディングにおける CCO の役割」 (菅原正博・妹尾俊之)
- ・ 2009年9月11日 (阪急グランドビル) 「広告レトリック論の構想」
- ・ 2009年10月10日 (キャンパスプラザ京都) 「広告修辞学の理論と実践」
- ・ 2010年9月11日 (大学コンソーシアム大阪) 「広告の本質としての『コトバ』研究/その理論篇」
- ・ 2011年5月28日 (関西大学) 「広告表象論の構想 —広告は現実を構築する」
- ・ 2012年6月2日 (関西大学) 「テレビ CM 再考: クロスメディア環境下での戦略性を求めて」
- ・ 2013年3月15日 (愛知大学) 「『放送朝日』と『YTV REPORT』: テレビ CM 草創期における関西テレビ局の広報誌貢献」
- ・ 2013年12月14日 (近畿大学) 「表象文化としての広告」

##### 一その他

- ・ 2006年9月16日 (関西学院大学・梅田キャンパス) 日本商業学会関西部会 「大阪ブランド・ルネッサンス」 (陶山計介・妹尾俊之)

## 近畿大学商経学会規約

### 第1条（会の名称）

本会の名称を「近畿大学商経学会」(The Society of Business Studies, Kindai University) とする。

### 第2条（事務局の設置場所）

本会の事務局は、これを近畿大学経営学部資料室に置く。

### 第3条（会の目的）

本会は、近畿大学における商学、経営学、会計学をはじめとする関連諸分野の研究・教育を促進し、その成果を広く公にすることを通じて、学界ならびに実社会に寄与・貢献することを目的とする。加えて、構成員の優れた業績を表彰することでその業績を世に知らしめることを目的とする。

### 第4条（会の事業）

前条の目的を達するために、本会は以下の事業を行う。

- (1) 機関誌『商経学叢』の刊行
- (2) ワーキングペーパーの管理
- (3) その他、研究・教育成果を公表する書籍等の刊行
- (4) 研究会、ワークショップ、学術講演会、セミナー等、研究・教育成果を公表する催事の実施
- (5) その他、前条の目的を達するための事業

### 第5条（会員資格）

本会の会員は、以下のとおりとする。

- (1) 近畿大学経営学部専任教員（助教、特任教員を含む）
- (2) 近畿大学経済学部専任教員（助教、特任教員を含む）
- (3) 近畿大学大学院商学研究科博士後期課程修了者および満期退学者
- (4) 近畿大学大学院商学研究科博士後期課程在学学生
- (5) 近畿大学経営学部、経済学部、および商経学部の名誉教授

なお、(5)については、その身分を終身会員とする。

#### 第6条（会の組織）

- 1 本会は、以下の役員をもってこれを運営する。
  - (1) 会長
  - (2) 編集委員
- 2 会長には、近畿大学経営学部長が就任し、本会を代表するとともに、会務を統括する。
- 3 会長は、前条(1)に該当する者の若干名に対し、編集委員を委嘱する。
- 4 編集委員に委嘱された者は、経営学部広報・編集委員会編集部に属し、会の運営に当たる。
- 5 編集委員の任期については、各種学部委員の任期に準ずる。ただし、再任・留任を妨げない。

#### 第7条（会の予算）

- 1 本会の予算期間は、4月1日から翌年3月31日までとする。
- 2 本会の活動経費は、経営学部の予算において配分された額をもって、これに充てる。

#### 第8条（著作権について）

第4条に定められた事業を通じて公にされる著作物（音声、映像記録等を含む）の著作権については、その著作物が近畿大学商経学会によって採用もしくは実施された時点で、著作者ないしこれに準ずる者から近畿大学商経学会に譲渡されたものとみなす。

#### 附 則

本規約は、平成23年2月16日より施行する。

## 近畿大学『商経学叢』に関する規程

### 第1条（本規程の目的）

本規程は、「近畿大学『商経学叢』に関する規程」（以下、「本規程」と略称する）と称し、近畿大学商経学会規約（以下、「規約」と略称する）第4条(1)に定められた事業を遂行するために必要な事項について定める。

### 第2条（『商経学叢』刊行の目的）

『商経学叢』は、規約第3条に定められた商経学会の目的を達すべく、会員の研究・教育成果を公表するために刊行される。

### 第3条（『商経学叢』の編集）

『商経学叢』の編集・刊行作業は、規約第6条第1項(2)に定められた編集委員が、これを担当する。ただし、必要な場合は、これ以外の者を参加させることができる。その際、参加できる者は規約第5条(1)に定める会員に限る。

### 第4条（『商経学叢』の種別）

『商経学叢』は、以下の種別を有する。

- (1) 通常号
- (2) 記念号
  - ① 退任記念号……………定年退職する教員を対象とする
  - ② 追悼号……………在職中に物故した教員を対象とする
  - ③ その他の記念号……………周年記念等、しかるべき時期に刊行する

なお、記念号の刊行については、別に定める。

### 第5条（投稿資格）

- 1 規約第5条に定める会員は、『商経学叢』に投稿する資格を有する。
- 2 ただし、会員のうち、規約第5条(3)もしくは(4)に該当する会員については、本規程第6条に定める掲載著作物のうち(1)のみを投稿できるものとし、かつ『『商経学叢』への大学院生投稿論文の査読手続に係る内規』にもとづき、投稿論文の掲載には審査を要する。

- 3 共著による投稿の場合は、共著者のうち少なくとも一名（ただし、第一著者）が会員であることを要する。ただし、近畿大学経営学部教授会の議を経て受け入れた客員教員および客員研究員ないしそれに准ずる者については、共著における第一著者としての投稿資格を有するものとする。この場合の掲載順序については、当該投稿者の本来の勤務先における職位に准じる。
- 4 必要に応じて、会員以外の者に執筆を依頼することができる。

#### 第6条（掲載著作物の種別）

『商経学叢』には、以下の著作物を掲載する。

- (1) 論文
- (2) 研究ノート
- (3) 資料
- (4) 書評

#### 第7条（投稿に関する留意事項）

『商経学叢』に投稿する際には、以下の点を踏まえるものとする。

- (1) 投稿者は、所定の表紙に必要事項を記載し、提出原稿に添付しなければならない。
- (2) 原稿は、ワープロで作成された完成原稿とし、未刊行のものでなければならない。
- (3) 論文に関しては、原稿の本文冒頭に以下の事項を順に記載しなければならない。
  - ① 論題
  - ② 筆者氏名
  - ③ 日本語概要（300字以内）
  - ④ 欧文概要
  - ⑤ 5個以内のキーワード
  - ⑥ 原稿提出日
- (4) 本文中の節番号は1, 2, …と表記し、項番号は(1), (2), …と表記することを原則とする。
- (5) 図表は、図1, 表1と表記し、図表タイトルとともに書くこと。引用した場合

は、出所を図表の下に明記すること。

- (6) 注は脚注で表記し、本文中のしかるべき場所に通し番号を付すること。
- (7) 参考文献は、本文末に一括してリストを作成すること。その順序については、学界において広く採用されている方法を用いること。
- (8) 参考文献の表記方法については、以下の方式を原則とする。

著書【洋文献】…著者名 [刊行年] 書名〈イタリック〉, 出版社もしくは出版地名。

著書【和文献】…著者名 [刊行年] 『書名』 出版社名。

論文等【洋文献】…著者名 [刊行年] 論題, 所収誌名〈イタリック〉, 巻, 号, 掲載ページ。

論文等【和文献】…著者名 [刊行年] 「論題」『所収誌名』 巻, 号, 掲載ページ。

- (9) 執筆者校正は、二校までとする。

## 第8条（著作権）

- 1 『商経学叢』に掲載が受理された原稿の著作権は、近畿大学商経学会に帰属する。投稿者が当該原稿を他の出版物に転用する場合には、あらかじめ文書によって近畿大学商経学会の許可を得なければならない。
- 2 『商経学叢』に掲載された原稿については、冊子体以外の媒体で公開されることがある。投稿者は、これを承諾したうえで投稿するものとする。

論 文

- インドネシア企業の社会環境影響情報の社会的便益と今後の課題  
.....川原尚子・入江賀子
- ニックリッシュの『経営経済』についての一考察（その①）.....牧浦健二
- 現代日本企業における戦略的人的資源管理：  
ハイ・コミットメント HRM に着目して.....松山一紀
- 財務会計の論点——会計とその役割——.....山口忠昭
- 公営地下鉄の経営形態の見直しと費用の変化  
——大阪市営地下鉄の株式会社化に注目した予備的分析——.....田中智泰
- サービス担当者の利他的行動が利用者の意識・感情に及ぼす影響：  
テキストマイニングを用いた利用者経験の分析による検証.....玉置了
- セクターを超えた組織間提携に関する考察：  
その成立背景と形態を中心に.....東郷寛
- 国際的なマネー・ロンダリング防止（AML）体制の発展と  
わが国における AML 体制の将来.....花木正孝

査読付論文

- 銀行業における持合株式の保有と時価評価  
——その他有価証券の情報をを用いた検証——.....張姣

## 《Articles》

- On the Alternative Science to Understand the Art of Advertising Creativity  
.....Yasuhiko Kobayashi
- Experience Information as the Method of Strengthening  
the Destination Brand .....Keisuke Suyama
- Unmentioned Advertising Among Commerce .....Yutaka Mizuno
- Advertising Creative Management as “Cat Herding”:  
Basic Research on Advertising Agency as PSFs .....Yusuke Ibuki
- Townscape and Fire Mark  
—Omihachiman and Kawagoe— .....Hiroyuki Inaba
- Current Trends and Challenges in Sustainability Reporting Practices  
in Japan - Literature Review .....Naoko Kawahara
- On the Study of the Business Economy Purposed by H. Nicklisch (part 2)  
.....Kenji Makiura
- Unternehmensentwicklung und Unternehmensführung:  
Bezugsrahmen des Konzept Integriertes Managements  
.....Masayuki Yamagata
- Morishita Jintan’s Address Boards and its Corporate Philosophy  
“Social Contribution through Advertising” .....Fuminori Ide
- Significance of Voluntary Chain Operation in Japanese Distribution  
System for Electronic Household Appliances:  
A Case of Cosmos Berry’s .....Shujiro Ouchi and Yoshinori Takahashi
- Structure of Consciousness Towards Work  
and Categorization Among Irregular Employees  
.....Miyako Yamashita and Yuriko Mukai
- Great Organizations and Team Building .....Chao Li and Masao Karimata

## 編集後記

本論文集は、平成27年9月に逝去されました故妹尾俊之先生を偲び、追悼記念号として編まれました。先生と御縁の深かった学内外の関係者からひろく御寄稿を賜り、計12本の論文が収められています。

妹尾先生は2008年に近畿大学経営学部の教授に着任されて以降、それまでのご研究をより一層深められた成果を精力的に発表されるのみならず、教育、校務、学会運営、後進の指導に幅広くご尽力されました。体調を崩されても亡くなる直前まで、先生の遺作となりました『広告コミュニケーション研究ハンドブック』（水野由多加先生・伊吹勇亮先生との共編，有斐閣，2015年）の編集作業に当たられ、また関係者とメールで連絡を取り合っていたと聞いています。

先生がお亡くなりになった後、先生の奥様より、大学教員に転身されてからの先生は毎日が大変充実したご様子だったと伺いました。先生のことですから、まだまだ多くのお仕事をなさりたかったのではと拝察いたします。二度と先生の聲咳に接することができないことはまさに痛恨の極みですが、先生の御遺志を継ぎ、先生が示された方向を確認しながら少しでも歩みを前に進めることこそが、我々にできる唯一のこのように思われます。

最後になりますが、御多忙の中にも関わらず論文を御執筆いただいた皆様方に心より感謝申し上げますとともに、この追悼号を謹んで先生のご霊前に捧げます。

『商経学叢』妹尾俊之先生追悼号編集委員会

團	泰	雄	大	内	秀	二	郎
高	橋	愛	典	上	小	城	伸
田	中	智	泰	玉	置		了
戸	田	統	久	山	縣	正	幸