



# 商 経 学 叢

第50巻 第1号

巻頭言..... 齋藤美雄

## 論 文

### — 商 学 編 —

総合商社の新技術関連ビジネスへの展開についての一考察.....飛鳥茂隆 1

### — 経 済 学 編 —

経済通貨同盟の政治経済的基盤.....高屋定美 19

ギッフェン財と最適関税の符号.....小川禎友 45

### — 経 営 学 編 —

*Consumer Stochastics* という概念について.....林芳男 49 ✓

政府から NPO へのアウトソーシングのための評価.....吉田忠彦 71 ✓

広告映像の修辞の分析

—制作支援情報システムの構築に向けて—その1.....川村洋次 85 ✓

カスタマー・スコープ戦略とその論点：日系自動車部品メーカーのケース  
.....長谷川容子 105

### — 会 計 学 編 —

会計測定の対象と測定基準

—FASB 概念フレームワークと IASC 概念フレームワークの比較考察—

.....和田博志 119 ✓

## 研究ノート

ドイツ企業会計の決算様式の変化への視座

—国際会計基準の光と影—.....林良治 133

2003年7月

# 近畿大学商経学会

## 巻 頭 言

21世紀に入り、近畿大学・商経学部は50年の歴史を刻むに到った。その間、戦後日本の高度成長と産業界の発展に、教育、研究活動を通じて多大な貢献をなしたことは関係者一同の大きな誇りである。しかし、近年、大学を取り巻く制度的環境は大きく変化している。それは各大学に、大学としての制度的機能の持続的遂行を可能にすべく、新しい環境的条件に即応する主体的条件の再構築を迫らずにはいない。

近畿大学はこの要請に即応し、本年度（2003年度）より商経学部を分離改組し、経済学部と経営学部が発足した。当改組の主要目的は ①「学部規模の適正化」、②「学部専門性の明確化」、③「学部機能の強化充実による高付加価値の実現」にある。平成15年度の経営学部と経済学部の志願者数の大幅増加にも尖鋭に反映されているごとく、当改組が社会的に高く評価されていることは幸いである。

この学部分離を契機に、経済学部は独自に機関雑誌を発行することになり、これまで、商経学部の機関雑誌として重要な歴史的役割を担ってきた「商経学叢」は新しく経営学部の機関雑誌として、その号巻とともに今後に継承されることになったのは喜ばしいかぎりである。

顧みるに「商経学叢」の創刊号（1巻1号）は1952年に刊行されたが、それに先立ち、1949年以来、「近畿大学論叢」、「法商学部論叢」が計5冊刊行されている。これも含めると、この機関雑誌はまさしく新制近畿大学の発足時点から連綿として継続発刊されてきた。この50有余年の歴史と伝統を誇る「商経学叢」が、その発行機関である「商経学会」とともに、今後は経営学科と商学科で構成される複合学部としての経営学部の機関雑誌として再出発する。この場合、「商経学叢」という名称の字義も第一義的には「商学＋経営学」という意味において理解されることになるが、従来通り、経済学部教員もその論文内容がこの機関雑誌の編集方針に適合する限りにおいて原稿募

集対象に含まれることが、先日の商経学部編集委員会において確認された。それと同時に、経済学部の新機関雑誌においても、その論文が編集方針に即応する限りにおいて経営学部教員をも原稿募集対象に含むことになったのは重要である。それによって経済・経営両学部教員の学部機関雑誌への発表の機会が倍増するだけでない。姉妹学部の強い連帯の絆が今後とも維持されることによって、それは両学部が相互に切磋琢磨しながら共に発展していく一つの重要な原動力たりうるであろう。

なお機関雑誌「商経学叢」の英語名は“The Journal of Business Administration and Marketing Strategy”であり、発行機関「商経学会」の英語名は“The Society of Business Administration and Marketing Strategy”である。なお、この再編活動を通じて判明した規約や規定上の不備に関しては次号以降で必要に応じて対応していきたい。

近畿大学経営学部長，商経学会長（兼務） 齋 藤 美 雄

## Abstract

### 《Articles》

SHIGETAKA ASUKA. *A Study on Development for New Technology Business by General Trading Companies.* The buildup of new industries by technical innovations is required presently in Japan, while Japanese economy and world economy are dull in their progress. The technical innovations by new-technology seem to produce the opportunity for business by general trading companies. Now, new-technology includes Information technology, Bio-technology and Nano-technology together. Through the studies for bio-technology and nano-technology especially by general trading companies, the author verifies and states the survivals and developments in future of general trading companies.

SADAYOSHI TAKAYA. *The Political economy of Economic and Monetary Union in Europe.* This paper argues political factors on Economy and Monetary Union in Europe. In the light of many arguments on Optimal Currency Area (OCA), European countries have been almost concluded that they could not form a common currency area. However, European countries have introduced the common currency, Euro since 1999. For the purpose of the investigation for the economic and political reasons, we apply European Integration Theory with the process of the introduction. We examine the representative integration theories, which are neofunctionalism and intergovernmentalism. Through we try to find the preference of political actors on the Euro, we trace the road to the introduction, and suggest that the mixture of neofunctionalism and intergovernmentalism is important to recognize the real political factors of the Euro.

YOSHITOMO OGAWA. *A Giffen Good and the Sign of an Optimal Tariff.* This note proves algebraically that when one country imposes an optimal import tariff that is negative (local optimum), the free trade country's import must be a Giffen good.

YOSHIO HAYASHI. *On the Concept of Consumer Stochastics.* The concept of *Consumer Stochastics* was introduced by S. L. Savage against the trend that probability and statistics have failed to impart adequate knowledge in dealing with uncertainty to the world at large and education interferes with learning. We discuss the situations under which *consumer stochastics* or *consumer analytics* are realized.

TADAHIKO YOSHIDA. *Evaluation for Outsourcing from Governments to Nonprofit Organizations.* This article discusses the aim, the significance and the subjects of outsourcing from governments to nonprofit organizations, and evaluation for that. Three evaluations are distinguished and illustrated. These evaluations are (1) evaluation for outsourcing, (2) evaluation for selection of outsourcer, and (3) evaluations of performance. The paper points to importance of collaborations between public and private in the region.

YOJI KAWAMURA. *An Analysis of the Rhetoric of Commercial-film—Toward the Building of a Commercial-film Production Support Information System—Vol.1.* The objective of this study is to examine the plan of Commercial-film Production Support Information System and how to make of rhetoric of commercial-film. First, the study on image techniques & rhetoric as well as viewpoint of this study is explained. Next, the outline of Commercial-film Production Support Information System the writer aims to build is presented. Then, deep insight is given into the way of thinking on rhetoric of the commercial-film with convergence of image theories and marketing database. And finally, the scheme of experimentation for commercial-film rhetoric analysis is shown.

YOKO HASEGAWA. *A Study of Customer Scope Strategy: A Case of the Japanese Automobile Industry*. Numerous attempts have been made by scholars to analyse Japanese supplier–automaker relationships, for example, keiretsu and subcontracting, from the point of view of assemblers. The aim of this article is to examine issues from the viewpoints of supplier, following by the paper of Nobeoka, K., J. H. Dyer and A. Madhok (2002), ‘The Influence of Customer Scope on Supplier Learning and Performance in the Japanese Automobile Industry’, *Journal of International Business Studies*, Vol. 33, No. 4 (FOURTH QUARTER 2002), pp. 717–736. Nobeoka, Dyer and Madhok (2002) empirically studies 125 Japanese suppliers and argues that a broad “customer scope strategy” (i.e., selling to multiple assemblers) brings to better performance to supplier because of increases of their learning opportunity. But, the fiercer competition of global automobile industry might not be covered with Nobeoka, Dyer and Madhok (2002) which examines temporal supplier–customer relationship of Japanese auto industry. The argument should be made looking into wider and longer path of the global auto industry. This article also refers to Kogut and Zander (1993), which empirically researched the internal transfer of knowledge of multinational enterprises, and concluded that inner transfer is more effective than outer transfer. This is the sender’s viewpoint of information transfer, but the paper of Nobeoka, Dyer and Madhok (2002) shows the receiver’s viewpoint. We pointed out that the both conclusion seems to be incompatible. (191 words)

HIROSHI WADA. *Objects of Accounting Measurement and Measurement Basis*. The aim of this paper is to extract each accounting measurement view supposed by both FASB conceptual framework and IASC conceptual framework. I state that IASC conceptual framework is very useful to construct a new theory of accounting measurement which can reasonably explain fresh–start measurement, such as accounting for financial instruments and the impairment of long–lived assets, and valuation profit or loss resulted from it.

献 辞.....武 知 京 三

企業家精神とイノベーション

——松下幸之助の事例研究——

商品開発における企業家の役割.....岩 佐 仁 雄

市場変化への三叉投資の展開.....野 崎 春 男

庶民マインド志向の直販システム.....堀 正 幸

戦略的な部材事業（モーター）の内部化.....宇 田 成 徳

品質とサービスの融合化.....松 本 幹 夫

重層構造文化の形成.....山 口 満 雄

海外事業におけるリーダーシップ.....杉 山 光 夫

経営を支える人づくりシステム.....真 田 啓 志

経営情報システムの類型的進化.....桑 田 光 輝

経営羅針盤としての経理システム.....山 本 憲 司

創業者経営からの脱皮.....旭 鐵 郎

---

乗合バス市場の構造変化と政策対応

——規制緩和までの回顧と日本型パートナーシップの展望——.....高 橋 愛 典

公共財プロバイダーの公民連携の原理

——財政連邦主義のインフォーマル制約——.....中 井 英 雄

構造 VAR モデルによるユーロ圏におけるショックと金融政策効果の実証分析

.....高 屋 定 美

居住地主義に基づく資本課税の厚生分析.....坂 本 真 子

A Note on an Optimal Tariff..... Yoshitomo Ogawa

模倣的同型化と戦略的対応

——大阪 NPO プラザの事例から——..... 吉田 忠彦

知識、市場の失敗（欠落）、多国籍企業：

コグー＝ザンダーの論点.....長谷川 容子

後発企業の価値創造戦略

——模倣から独自の競争力を生み出した中堅企業の事例——.....芦塚 格

日本におけるエンプロイヤビリティ定着への課題.....團 泰雄

プロフェッショナル精神に関する概念的考察.....小川 千里

経営環境の差異を考慮した分析の必要性について

——日本の水道事業のケース——.....浦上 拓也

ドイツ会計における価値報告書に関する一考察.....林 良治

規約的測定観に基づく時価評価の論理

——FASB 概念フレームワークの分析を手がかりとして——.....和田 博志

大森 弘先生と近畿大学

——「実学一如の精神」の実践の軌跡——.....齋藤 美雄

回顧録.....大森 弘

大森 弘教授 略歴

大森 弘教授 著作目録

### 執筆者紹介(掲載順)

齋藤美雄……本学経営学部教授  
飛鳥茂隆……本学経営学部教授  
高屋定美……本学経済学部教授  
小川禎友……本学経済学部助教授  
林芳男……本学経営学部教授  
吉田忠彦……本学経営学部助教授  
川村洋次……本学経営学部助教授  
長谷川容子……本学経営学部助教授  
和田博志……本学経営学部助教授  
林良治……本学経営学部教授

### 経営学部図書・編集・国際交流委員会委員

林芳男……経営学科  
林良治……経営学科  
長谷川容子……経営学科  
團泰雄……経営学科  
小川千里……経営学科  
鴻池利憲……商学科  
米倉昭夫……商学科  
四宮由紀子……商学科

商経学叢 第50巻第1号(通巻第139号)

---

2003年7月10日印刷

2003年7月20日発行

編集 近畿大学商経学会

発行人 齋藤美雄

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)6721-2332(代)

印刷所 近畿大学 管理部 出版印刷課



# SHOKEI-GAKUSO

THE JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION AND MARKETING STRATEGY

---

Vol. 50 No. 1

July 2003

---

## 《Articles》

- A Study on Development for new Technology- Business by General  
Trading Companies (SOGO-SHOSHA) .....Shigetake Asuka
- The Political Economy of the Economic and Monetary Union .....Sadayoshi Takaya
- A Giffen Good and the Sign of an Optimal Tariff .....Yoshitomo Ogawa
- On the Concept of *Consumers Stochastics* .....Yoshio Hayashi
- Evaluation for Outsourcing from Governments to Nonprofit Organizations  
.....Tadahiko Yoshida
- An Analysis on the Rhetoric of Commercial-film  
—Toward the Building of a Commercial-film Production Support  
Information Systems—Vol. 1 .....Yoji Kawamura
- A Study of Customer Scope Strategy : A Case of the Japanese Automobile  
Industry .....Yoko Hasegawa
- Objects of Accounting Measurement and Measurement Basis .....Hiroshi Wada

## 《Note》

- An Inquiry into some Changes of Closing System in German Accounting  
—IAS's Light and Shadow— .....Ryoji Hayashi

近畿大学中央図書館



Z 1 0 2 6 1 4 0

Published  
by

THE SOCIETY OF BUSINESS

ADMINISTRATION AND MARKETING STRATEGY

Higashi-Osaka, OSAKA, JAPAN