

## 商学会賞 受賞報告

第13期 平久 千紘

### ◆商学会賞とは？

商学会賞とは、「慶應義塾商学会賞」を正式名称とし、慶應義塾大学商学会が年1回発行する『三田商学研究学生論文集』に掲載を許可された論文に与えられる称号のことです。商学部に所属する学部生なら誰でも投稿することができますが、すべての投稿論文が掲載されるわけではなく、商学部教授陣の審査を経て高い評価を得た論文だけが、その学術的価値を評され、「慶應義塾商学会賞」受賞論文として称えられつつ、掲載許可を得ることができます。

### ◆投稿論文の要旨

投稿論文のタイトルは、「消費者の企業ブランド評価を高める CSR 活動の訴求方法 —— 空間的距離と訴求メッセージの性質に着目して——」です。既存研究は、企業の社会的責任（CSR）活動の分野（環境／雇用）が異なれば、当該分野に対する消費者の「関与度」、ひいては、「企業ブランド評価」を高めることができる「訴求メッセージの性質」（合理的／感情的）も異なると主張していますが、同じ CSR 活動の分野であっても消費者が知覚する心理的距離が異なりうるということを考慮していませんでした。そこで、本論は、CSR 活動の分野ごとに心理的距離の異なる CSR 活動を設定した上で、既存研究を拡張した分析を試みました。

### ◆商学会賞を目指して得られたもの

私が商学会賞を目指したのは、三田論執筆の際、日本語論文チームメンバーに頼りっぱなしな状況を不甲斐なく、かつ悔しく感じていたからです。だからこそ、1人で執筆する卒論を商学会に投稿すれば、せっかく入れていただいた小野ゼミで、個人として成長できるような気がしていました。しかし、私が商学会賞を目指し



最後の本ゼミにて（著者は前列右から3番目）

て得られたのは、個人としての成長以上に、小野ゼミの「挑戦する人を応援する伝統」の温かさを感じ、その伝統に少しでも携わることができたことだと思っています。小野ゼミの素晴らしい伝統を作り、継承してくださった OB・OG の皆様、そして小野先生には、感謝の気持ちでいっぱいです。ありがとうございます。最後に後輩へ。卒論は好きなことを研究できるので楽しいです！是非、商学会賞を目指してみてね。