

第27回電気通信普及財団賞 受賞論文 ～テレコム社会科学学生賞～

<順不同、敬称略>

※社会部門は、当論文賞受賞時の所属を記載しております。

[入 賞]

「負のeクチコミがもたらす正の効果－クチコミの正負の比率と並び順に着目して－」

菊 盛 真 衣 慶應義塾大学大学院 商学研究科 修士課程1年

ウェブ上でのクチコミ（eクチコミ）が消費者行動に及ぼす社会心理学的研究。クチコミにおいては、一方的に誉めれば誉めるほど効果があるというものではない。多少負の評価がある方が効果的な場合もある。対象商品の種類、クチコミの内容、消費者の属性等による効果の違いを、実験的手法を使って丁寧に実証している。先行研究のレビュー、調査手順、データ分析等がしっかりしている。

[佳 作]

「eクチコミのプラットフォームが製品購買意図に及ぼす影響－消費者関与に着目して－」

相 原	由 佳	慶應義塾大学	商学部	4年
樋 口	優 美	慶應義塾大学	商学部	4年
荻 野	真 央	慶應義塾大学	商学部	4年
佐 藤	遼太郎	慶應義塾大学	商学部	4年
鈴 木	も も	慶應義塾大学	商学部	4年
我 田	哲 之	慶應義塾大学	商学部	4年

この論文は最近社会的にも関心を呼んでいるeクチコミ・プラットフォームの信憑性について慶應義塾大学の学生に対するアンケート調査データにより実証分析を行ったものである。十分に先行研究を展望し、着実な研究のプロセスを踏んでいる点が高く評価できる。問題点としては追試に導入された仮説群が果して相互に個別のものとして識別が可能か否か明確でないことである。仮説で用いられている「態度」「知覚有用性」「購買意図」などについてもアンケートでどれだけ明確な応答が得られるか気にかかる。

「インターネットにおける著作権侵害の準拠法について」

野 間 小百合 広島大学大学院 社会科学研究所
博士課程後期1年

国境が存在しないインターネット上での著作権侵害に、アップロード・ダウンロードのいずれの国の法律が適用されるか等に関し、「法例」時、「法の適用に関する通則法」施行以後のそれぞれについて、判例・学説を詳細に分析し、整理した論文である点で評価できる。引き続き、映像作品・対戦型ゲームなど具体的事例の分析、裁判所管轄などについて研究を深められたい。