

平成22年7月12日現在

研究種目：若手研究（B）
 研究期間：2007～2009
 課題番号：19730322
 研究課題名（和文） マルチステークホルダーによるガバナンスのための企業情報開示に関する研究

研究課題名（英文） A Study on Corporate Disclosure that Contributes to Corporate Governance by Multi-Stakeholders

研究代表者

記虎 優子（KITORA YUKO）
 同志社女子大学・現代社会学部・准教授
 研究者番号：50369675

研究成果の概要（和文）：

本研究では、コーポレート・ガバナンスを広義に捉えて、企業を取り巻く多様なステークホルダーによるガバナンス・メカニズムに組み込まれたものとして企業の情報開示を捉えている。その上で、本研究では、企業の情報開示に影響を与える定量的・定性的な企業特性を解明した。また、本研究では、コーポレート・レピュテーション（企業の評判）に着目することにより、企業が情報開示に取り組むことによって得られる効果を解明した。

研究成果の概要（英文）：

This study makes a broad interpretation of corporate governance by considering that it involves various corporate stakeholders. Thus, it assumes that corporate disclosure is included in the corporate governance mechanism by multi-stakeholders. On the basis of this assumption, the study investigates quantitative and qualitative corporate characteristics that affect corporate disclosure. Further, it examines the effect of corporate disclosure from the perspective of corporate reputation.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2007年度	1,100,000	0	1,100,000
2008年度	900,000	270,000	1,170,000
2009年度	600,000	180,000	780,000
年度			
年度			
総計	2,600,000	450,000	3,050,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・会計学

キーワード：企業の社会的責任、CSR、テキストマイニング、企業ウェブサイト、情報開示、定性的情報、テキスト型データ、コーポレート・レピュテーション

1. 研究開始当初の背景

企業の情報開示に関連する会計学研究においては、コーポレート・ガバナンスの観点よりもむしろ、利用者指向的会計理論ないし

意思決定有用性の観点に立脚した研究が主流である。

しかし、情報利用者の意思決定に有用な情報がガバナンス・メカニズムを通じて産出さ

れる以上、コーポレート・ガバナンスのあり方と関連づけて企業の情報開示を捉える必要がある。実際、企業の情報開示の役割の1つに、コーポレート・ガバナンスにおける役立ちがあることは、しばしば指摘されており、この観点に立脚した先行研究の蓄積が行われてきた。

他方で、多くの先行研究では、エージェンシー理論に立脚して、経営者と株主をはじめとする資本提供者との関係に限定してコーポレート・ガバナンスの問題が捉えられている。

また、従来、会計学研究においては、企業の情報開示の利用者として、投資家に焦点が当てられ、投資家以外のステークホルダーに対してはあまり関心が向けられていない。この結果、企業の情報開示の効果も、多くの場合、資本コストといった財務的な観点からしか捉えられていない。

こうした中で、最近では、地球環境問題への対応をはじめとして、社会からの企業に対する要請が複雑化・多様化していく中で、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility: CSR）に対する関心が高まっている。それとともに、投資家だけでなく、多様なステークホルダーに向けて、企業の経済・社会・環境的側面に関する広範な情報を積極的に開示していこうとする動向がみられる。そして、こうした広範な情報内容を包摂する企業の情報開示の実現には、企業を取り巻く多様なステークホルダーの存在が大きな影響を与えているとみることできる。

こうした実務動向を踏まえて、コーポレート・ガバナンスにおいても、投資家だけでなく、企業を取り巻く多様なステークホルダーが重要な役割を果たすことが今後ますます期待されるのではないかという問題意識を持つに至った。

その結果、企業の情報開示とコーポレート・ガバナンスの問題についても、投資家や株主と同程度の重要度をもってその他のステークホルダーにも焦点を当ててコーポレート・ガバナンスを広義に捉えて、多様なステークホルダーとのかかわりにおいて企業の情報開示のあり方を考察する必要があると考えるに至った。すなわち、コーポレート・ガバナンスの問題を、投資家（株主）のみに対する問題というよりも、各ステークホルダーに対する問題として捉え直すことにより、広くステークホルダー問題を扱う CSR とのかかわりにおいて、ステークホルダー指向の企業の情報開示のあり方を考察する必要があると考えるに至った。

2. 研究の目的

本研究では、上述のように、コーポレート・ガバナンスを広義に捉えて、必ずしもエ

ージェンシー理論に立脚することなく、企業を取り巻く多様なステークホルダーによるガバナンス・メカニズムに組み込まれたものとして企業の情報開示を捉えて、企業の情報開示のあり方を考察する。

こうしたガバナンス・メカニズムの一環としての企業の情報開示は、企業の戦略的動機に多分に影響を受けられるので、特に、本研究では、企業戦略とのかかわりにおいて企業の情報開示に影響を与える企業特性を解明することを目的とする。

その際、通常用いられる日本語で記述されている文章で構成されているテキスト型データ（textual data）に着目する。そして、この種のデータを定量的に分析するための新しい手法である、テキストマイニング（text mining）を利用して、企業の戦略的動機を解明する。これにより、定量分析に利用することが困難な定性的情報であるテキスト型データから、企業が情報開示に取り組む戦略的動機という定性的な企業特性を定量的に捉えることを試みる。

従来、企業の情報開示に影響を与える企業特性の解明にあたっては、定量分析に容易に利用可能な定量的な要因だけに、関心が向けられてきた傾向がある。こうした中で、本研究では、テキストマイニングという新しい手法を利用することにより、定量分析に利用することが困難な定性的情報を利用して、企業の情報開示に影響を与える新たな企業特性を解明することを試みる点に、特色がある。

さらに、本研究は、既述のように、広くステークホルダー問題を扱う CSR とのかかわりにおいて、ステークホルダー指向の企業の情報開示のあり方を考察しようとするものであるので、企業の情報開示に影響を与える企業特性の解明に当たっては、CSR 活動と企業の情報開示の関係にも着目する。

また、本研究は、既述のように、コーポレート・ガバナンスを広義に捉えるというアプローチに立脚し、企業を取り巻く多様なステークホルダーとのかかわりにおいて企業の情報開示のあり方を考察しようとするものである。それゆえ、本研究では、こうしたガバナンス・メカニズムが有効に機能する結果として、企業が情報開示に積極的に取り組むことによって、どのような効果を得ているのかを解明することも目的とする。

この目的のためには、企業の情報開示の効果測定指標として一般的ないわゆる資本コスト等の財務的尺度に着目するだけでは不十分である。そこで、本研究では、企業の情報開示の効果測定指標として、最近会計学研究においても特に管理会計分野で注目されるようになったコーポレート・レピュテーション（corporate reputation）という非財務的尺度に着目する。

従来、企業の情報開示の効果の解明にあたっては、多くの場合、資本コスト等の財務的尺度に着目していたため、企業の情報開示の効果も、財務的な観点からしか捉えられていない。こうした中で、本研究では、コーポレート・レピュテーションに着目することにより、企業の情報開示の効果を非財務的観点から解明することを試みる点に、特色がある。

3. 研究の方法

(1) テキストマイニングによる CSR に対する基本方針の分析

既述のように、最近では、CSR に対する関心が高まっているものの、具体的な CSR 活動の取組みは、企業によって異なり、多岐に渡っている。このような現状を踏まえれば、単に CSR といっても、CSR に対する捉え方や考え方自体が企業によって異なっていることが推測される。

そこで、CSR に対する基本方針についての各企業の比較的短い記述的回答のテキスト型データに対してテキストマイニングを行い、CSR 基本方針の内容を解明する。これにより、CSR に対する各企業の捉え方や考え方を追求する。その上で、CSR に対する基本方針に基づいて、企業をいくつかの企業群に類型化する。

本研究では、テキストマイニングを行うにあたって、①CSR に対する基本方針におけるすべての言及に着目する場合と、②CSR 基本方針における特定の言及に着目する場合の2つの分析アプローチを採用する。なお、②後者の場合には、特に次の3点に着目する。

- a. 企業が CSR の一環として情報開示を志向しているかどうか
- b. 企業が CSR の取組みに当たりどのようにステークホルダーを志向しているのか
- c. 企業が CSR の一環として環境を志向しているかどうか

(2) CSR に対する基本方針と企業ウェブサイトにおける情報開示の関係についての分析

(1)のCSRに対する基本方針に基づく企業の類型化の結果を踏まえて、企業ウェブサイトという特定の開示媒体に焦点を当てて、企業の情報開示に影響を与える企業特性の1つに、CSRに対する捉え方や考え方といった定性的な企業特性があるのかどうかを解明する。これにより、CSRに対する捉え方や考え方が企業によって異なり、多様である中で、企業がCSRを具体的にどのように捉えたり考えたりしていれば、情報開示に積極的に取り組むのかを解明する。

(3) CSR に対する基本方針と環境マネジメントシステム (Environmental Management System: EMS) 構築の関係についての分析

(1)のCSRに対する基本方針に基づく企業

の類型化の結果を踏まえて、企業の情報開示に関連する個別の環境マネジメントの取組みに影響を与える企業特性の1つに、CSRの一環としての環境志向という定性的な企業特性があるのかどうかを解明する。これにより、企業がCSRの一環として環境を志向していれば、実際にも企業の情報開示に関連する個別の環境マネジメントの取組みに積極的であるのかどうかを解明する。

(4) CSR 活動と企業ウェブサイトにおける情報開示の関係についての分析

企業ウェブサイトという特定の開示媒体に焦点を当てて、企業の情報開示に影響を与える企業特性の1つに、CSR活動に対する取組みがあるのかどうかを解明する。これにより、CSR活動に積極的に取り組む企業ほど、情報開示にも積極的に取り組むのかどうかを解明する。

(5) 財務情報開示水準の規定要因の分析

さまざまな情報開示媒体ないし手段による財務情報開示全般に着目して、企業の情報開示に影響を与える企業特性を解明する。これにより、企業がどのような戦略的動機に基づいて財務情報開示に取り組んでいるのかを解明する。

(6) 企業ウェブサイトにおける情報開示の効果の分析

企業ウェブサイトという特定の開示媒体に焦点を当てて、情報開示に積極的に取り組む企業ほど、単に高いコーポレート・レピュテーションを獲得できているのかどうかではなく、こうした企業ほどコーポレート・レピュテーションを改善することができているのかどうかを解明する。これにより、コーポレート・レピュテーションとのかかわりにおいて企業の情報開示の効果を解明する。

本研究において、企業が情報開示に積極的に取り組むことによって、コーポレート・レピュテーションの“改善”という効果を得ているのかどうかに着目するのは、次のような理由による。すなわち、すでに高いコーポレート・レピュテーションを獲得している企業が、情報開示に積極的に取り組むことにより、コーポレート・レピュテーションをさらに高めることは困難であると推測される。他方で、そもそもコーポレート・レピュテーションが低い企業は、情報開示に積極的に取り組むことにより、コーポレート・レピュテーションの改善という効果を享受することが比較的容易であると推測される。それゆえ、企業の情報開示の効果をより適切に捉えるには、企業ウェブサイト閲覧後のコーポレート・レピュテーションと、閲覧前のコーポレート・レピュテーションを比較し、その差によって、コーポレート・レピュテーションの改善の度合いをみる必要がある。

本研究では、コーポレート・レピュテーシ

ョンとのかかわりにおいて企業の情報開示の効果を解明するにあたって、①企業ごとに企業の情報開示の効果を捉える場合と、②企業の情報開示やコーポレート・レピュテーションの評価者ごとに企業の情報開示の効果を捉える場合の2つの分析アプローチを採用する。

なお、企業の情報開示の効果の解明にあたっては、そもそもコーポレート・レピュテーションが低い企業（評価者）ほど、企業ウェブサイト閲覧によるコーポレート・レピュテーションの改善の度合いが大きいのかどうかについても、あわせて解明する。

(7) 社会環境情報開示の戦略と効果の分析

社会・環境情報開示に着目して、CSR活動に積極的に取り組む企業ほど、情報開示にも積極的に取り組むのかどうか、また情報開示に積極的に取り組む企業ほど、高いコーポレート・レピュテーションを獲得できているのかどうかを同時に解明する。これにより、企業が社会・環境情報開示に取り組む戦略的動機とその効果を同時に解明する。

4. 研究成果

(1) テキストマイニングによる CSR に対する基本方針の分析結果

①CSR に対する基本方針におけるすべての言及に着目した場合

CSR に対する基本方針に基づいて、総花型 CSR 企業群、ステークホルダー志向型企業群、社会発展・信頼維持志向型企業群の3つに企業を類型化した。この結果、CSR に対する各企業の捉え方や考え方は異なっており、少なくとも上述の3つの企業群に類型化できることを明らかにした。

②CSR 基本方針における特定の言及に着目した場合

a. CSRの一環としての情報開示志向の有無、
b. CSRの一環としてのステークホルダー志向の違い、
c. CSRの一環としての環境志向の有無、
といったそれぞれ観点から、以下のように、企業をいくつかの企業群に類型化した。

a. 企業がCSRの一環として情報開示を志向しているのかどうかに着目した場合には、まず、情報開示関連の言及のある企業と、言及のない企業に二分した。さらに、情報開示関連の言及のある企業については、コミュニケーション志向型企業群、情報開示志向型企業群、アカウントビリティ志向型企業群の3つに類型化した。

b. 企業がCSRの取組みに当たりどのよう
にステークホルダーを志向しているのか
に着目した場合には、志向するステーク
ホルダーの範囲がより広いとみることで
る総体としてのステークホルダー志向
型企業群と、志向するステークホルダー
の範囲がより狭いとみることでる特定
ステークホル

ダー志向型企業群の2つに類型化した。また、特定ステークホルダー志向型企業群については、株主・投資家、従業員、顧客・消費者、取引先、地域社会の5つの代表的な特定ステークホルダーのうち、同時に言及されている特定ステークホルダーの数をカウントすることによって、重複することなくさらに1~5つの特定ステークホルダーへの言及をしている各企業群に細分類化した。さらに、特定ステークホルダー志向型企業群については、特定の各ステークホルダーへの言及の有無によっても、企業を類型化した。

c. 企業がCSRの一環として環境を志向しているのかどうかに着目した場合には、環境に関連する言及のある企業と、言及のない企業の2つに類型化した。

本研究では、こうした企業の類型化にあたって、テキストマイニングを行った。この点で、本研究は、CSR関連研究において管見の限り初めてテキストマイニングの手法を利用することを試みたものである。テキストマイニングは、未だ発展途上の新しい手法であるが、(CSR関連の)会計学研究においても十分に利用可能であり、テキストマイニングの手法を利用することで有益な知見を得ることができることを示したことに、本研究の科学的意義がある。

(2) CSR に対する基本方針と企業ウェブサイトにおける情報開示の関係についての分析結果

(1)のCSRに対する基本方針に基づく企業の類型化の結果を踏まえて、CSRに対する各企業の捉え方や考え方の違いによって、企業の情報開示に対する取組みが異なることを示した。

特に、ステークホルダー志向型企業群であれば、CSRに対する基本方針のない企業のほか、総花型CSR企業群や社会発展・信頼維持志向型企業群よりも、情報開示に積極的に取り組むことを明らかにした。

また、CSRの一環として情報開示を志向していれば、実際にも情報開示に積極的に取り組むことを明らかにした。とりわけ、企業がアカウントビリティを自覚していることが、企業ウェブサイトにおける積極的な情報開示につながる。

さらに、企業が伝統的に企業の情報開示の主たる情報利用者とされている株主・投資家を志向していれば、積極的な情報開示につながることを明らかにした。そして、志向するステークホルダーの範囲が広い企業ほど、少なくとも情報の多さという点で、情報開示に積極的に取り組むことを明らかにした。

このように、テキストマイニングという新しい手法を利用することにより、企業の情報開示に影響を与える企業特性の1つに、CSRに対する捉え方や考え方という定性的な企

業特性があることを新たに示したことに、本研究の科学的意義がある。

(3) CSRに対する基本方針とEMS構築の関係についての分析結果

(1)のCSRに対する基本方針に基づく企業の類型化の結果を踏まえて、企業がCSRの一環として環境を志向していれば、実際にも企業の情報開示に関連する個別の環境マネジメントの取組みに積極的であることを明らかにした。すなわち、企業がCSRの一環として環境を志向していれば、環境方針（環境報告書など）の文章化やその公開、それに対する第三者の関与（レビュー）のほか、環境方針（環境報告書など）のホームページ上での公開、環境会計の作成、といった個別の環境マネジメントの取組みに積極的な傾向にあることを明らかにした。

このように、テキストマイニングという新しい手法を利用することにより、企業の情報開示に関連する個別の環境マネジメントの取組みに影響を与える企業特性の1つに、CSRの一環としての環境志向という定性的な企業特性があることを新たに示したことに、本研究の科学的意義がある。

(4) CSR活動と企業ウェブサイトにおける情報開示の関係についての分析結果

CSR活動に積極的に取り組む企業ほど、情報家事にも積極的に取り組むことを明らかにした。

特に、①CSR基本対応、②雇用・人材活用、③消費者対応、④環境、⑤倫理・コンプライアンス、にかかわる個別のCSR活動に着目した場合には、企業ウェブサイトにおける情報開示の充実は、特に②雇用・人材活用や③消費者対応にかかわる各CSR活動と強く正に関連していることを明らかにした。また、本研究で得られた証拠は幾分限定的であるものの、①CSR基本対応や④環境にかかわる各CSR活動に積極的な企業のウェブサイトにおける情報開示も、充実している傾向にあることを明らかにした。他方で、⑤倫理・コンプライアンスにかかわるCSR活動と企業ウェブサイトにおける情報開示との間には関連があるとは言えない。

このように、本研究では、CSR活動に対する取組み度合いが企業ウェブサイトにおける情報開示に与える影響を検証している。この点で、管見の限り初めて、企業ウェブサイトという特定の開示媒体における情報開示とCSR活動の関係を検証したことに、本研究の科学的意義がある。

(5) 財務情報開示水準の規定要因の分析結果

企業がさまざまな戦略的動機に基づいて財務情報開示に取り組んでいることを明らかにした。すなわち、財務情報開示水準が企業規模、レバレッジ、上位10大株主持株比

率、収益性、金融機関持株比率、株主総会の非集中日開催の各要因と正に関連しており、これらの中でも特にレバレッジ、金融機関持株比率および株主総会の非集中日開催の影響力が大きいことを示した。このことから、財務情報開示の充実がレバレッジの増大や株式所有を通じた外部からの圧力に企業が戦略的に対応しようとする結果であることや、企業が株主を戦略的に重視する施策の一環として財務情報開示の充実に取り組んでいることが示唆される。さらに、規模の大きい企業ほど、企業外部に広く公表される自主的な開示を充実させる傾向があることや、収益性の高い企業ほど、決算短信における開示水準が高い傾向にあることを明らかにした。

本研究では、特定の情報開示媒体ないし情報の種類に着目するのではなく、さまざまな情報開示媒体ないし手段による財務情報開示全般に着目している。これにより、企業が財務情報開示に取り組む戦略的動機をより総合的に解明した点に、本研究の科学的意義がある。

(6) 企業ウェブサイトにおける情報開示の効果の分析結果

コーポレート・レピュテーションとのかかわりにおいて、企業の情報開示の効果を明らかにした。すなわち、①企業ごとに企業の情報開示の効果を捉える場合と、②企業の情報開示やコーポレート・レピュテーションの評価者ごとに企業の情報開示の効果を捉える場合の2つの分析アプローチのうち、いずれのアプローチを採用した場合にも、企業が情報開示に積極的に取り組めば、コーポレート・レピュテーションを改善することができることを明らかにした。

さらに、企業ウェブサイト閲覧によるコーポレート・レピュテーションの改善の度合いは、そもそもコーポレート・レピュテーションが低い企業（評価者）ほど大きいことを明らかにした。

このように、本研究では、企業ウェブサイトにおける情報開示がコーポレート・レピュテーションの改善に与える影響を検証している。この点で、管見の限り初めて、企業ウェブサイトという特定の開示媒体における情報開示とコーポレート・レピュテーションの関係を検証したことに、本研究の科学的意義がある。

さらに、①企業ごとに企業の情報開示の効果を捉えるアプローチに加えて、②企業の情報開示やコーポレート・レピュテーションの評価者ごとに企業の情報開示の効果を捉える分析アプローチを採用することにより、たとえ同じ企業についてであっても、人によってコーポレート・レピュテーションの評価が異なる可能性を明示的に考慮に入れた上で、コーポレート・レピュテーションとのかかわ

りにおいて企業の情報開示の効果を明らかにしたことに、本研究の科学的意義がある。

(7) 社会環境情報開示の戦略と効果の分析結果

企業が社会・環境情報開示に取り組む戦略的動機とその効果を同時に明らかにした。すなわち、社会・環境情報開示に着目して、CSR活動に積極的に取り組む企業ほど、情報開示にも積極的に取り組むこと、そして情報開示に積極的に取り組む企業ほど、高いコーポレート・レピュテーションを獲得できていることを同時に明らかにした。

このように、企業が社会・環境情報開示に取り組む戦略的動機とその効果をそれぞれ別々に解明するのではなく、社会・環境情報開示の戦略と効果を同時に解明した点に、本研究の科学的意義がある。

(8) 今後の展望

本研究では、企業の情報開示に影響を与える定量的・定性的な企業特性や、非財務的な観点からみた企業の情報開示の効果を解明した。

特に、企業の情報開示に影響を与える企業特性の解明にあたっては、定性的情報であるCSR基本方針のテキスト型データに対してテキストマイニングを行うことにより、既述のように有益な知見を得ることができた。これにより、会計学研究においては、従来、テキストマイニングの手法はほとんど利用されてこなかったが、今後この手法が会計学研究において有力な分析アプローチとなり得るとの確信を得た。

日本では、最近、内部統制システムについての情報開示をはじめとして、コーポレート・ガバナンスに関連する情報開示が制度化されるに至っており、各企業がコーポレート・ガバナンスについてどのように考えているのかを、具体的に知ることができる環境がすでに整っている。こうした情報開示の多くは、主として定性的情報であるため、本研究と同様にテキストマイニングを行うことで、新しい知見を得られる可能性が十分にある。そこで、今後は、この種の定性的情報の分析を通じて、コーポレート・ガバナンスに対する各企業の考え方を追究し、コーポレート・ガバナンスをめぐる定性的な企業特性を定量的に捉えるだけでなく、さらにこうした定性的な企業特性と、企業の情報開示行動の関係を実証的に解明することが残された課題である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計10件)

① 記虎優子、「CSR基本方針に表れた企業の

環境志向とEMS構築度の関係」、『環境技術』、39巻8号、頁未定、2010年(予定)、査読有。

② 記虎優子、「企業のステークホルダー志向と情報開示の関係—企業ウェブサイトに着目して—」、『環境技術』、39巻2号、103～111頁、2010年、査読有。

③ 記虎優子、「企業ウェブサイトにおける情報開示がコーポレート・レピュテーションに与える影響—評価者属性をコントロールして—」、『社会情報学研究』、14巻1号、33～45頁、2010年、査読有。

④ 記虎優子、「企業の社会的責任(CSR)の一環としての情報開示志向と企業ウェブサイトにおける情報開示の関係—テキストマイニングを利用して—」、『会計プロGRESS』、10号、28～42頁、2009年、査読有。

⑤ 記虎優子、「企業の社会的責任(CSR)に対する基本方針が企業ウェブサイトにおける情報開示に与える影響」、『現代ディスクロージャー研究』、第9号、77～83頁、2009年、査読無。

⑥ 記虎優子、「企業の社会的責任(CSR)に対する基本方針による企業の類型化—テキストマイニングによるクラスター化の試み—」、『社会情報学研究』、第13巻第1号、2009年、17～29頁、査読有。

⑦ 記虎優子、「企業ウェブサイトにおける情報開示の効果—コーポレート・レピュテーションに着目して—」、『同志社女子大学学術研究年報』、59巻、2008年、55～67頁、査読有。

⑧ 記虎優子、「日本企業の社会環境情報開示の戦略と効果—企業社会業績(CSP)とコーポレート・レピュテーションに着目して—」、『同志社女子大学社会システム学会現代社会フォーラム』、4号、2008年、1～15頁、査読有。

⑨ 記虎優子、「企業の社会的責任(CSR)活動とホームページにおける情報開示の関係」、『同志社女子大学学術研究年報』、58巻、2007年、27～42頁、査読有。

⑩ 記虎優子、「日本企業の財務情報開示水準の規定要因」、『証券アナリストジャーナル』、45巻10号、2007年、98～113頁、査読有。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

記虎 優子 (KITORA YUKO)

同志社女子大学・現代社会学部・准教授

研究者番号：50369675