



Title	2021年度学生懸賞論文 受賞作要旨
Author(s)	
Citation	大阪大学経済学. 2022, 71(4), p. 14-17
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/86837
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

【2021年度 学生懸賞論文受賞作 最優秀賞要旨】

東日本大震災が福島県の婚姻・離婚に与える影響

藤井翔大 花岡慎太郎

2011年3月、福島県沖でマグニチュード9.0の東北地方太平洋沖地震が発生し、地震や津波により生活環境を変貌させ、福島第一原子力発電所事故による放射能汚染問題、加えてそれによる差別や価値観の違いによる二次被害を生み出した。経済的ショック、差別や価値観への影響は、結婚行動や離婚行動に影響を与える可能性がある。本研究では、東日本大震災が福島県の婚姻率・離婚率に与えた影響を差の差分分析と合成コントロール法という2つの手法を用いて分析した。どちらの結果も東日本大震災は福島県の婚姻率の上昇、離婚率の低下をもたらしたことを示した。また、追加検証を通し、婚姻率が上昇した要因として、①災害ユートピアの発生が新たなマッチングに繋がり、また、マッチングの絆が深まったこと、②原発事故に起因する福島県に特有の要因が生じたこと、③被災を通し相互扶助による生活コストの低下が結婚に与えるメリットを上昇させたこと、が示唆された。一方、離婚率が低下した要因としては、①災害ユートピアの発生が夫婦間の絆を深め、離婚につながらないケースが増えたこと、②相互扶助による生活コストの低下による恩恵から、離婚を忌避したこと、が示唆された。災害ユートピア効果と相互扶助効果については、婚姻と離婚に共通して示唆されており、両者のメカニズムに整合性もある。

【2021年度 学生懸賞論文受賞作 優秀賞要旨】

COVID-19 流行下における小学生の成績変化の実証分析

松岡美貴梨

COVID-19 は人々の生活を激変させ、その影響は教育現場にも及んでいる。本研究では、COVID-19 の蔓延によって余儀なくされた臨時休校が尼崎市の小学生の認知能力または非認知能力に与えた影響を分析している。尼崎市で1年に1度実施されている「あまっ子ステップ・アップ調査」の2018年度から2020年度の成績・アンケートデータを用いて、COVID-19 流行前後で進級時における認知能力・非認知能力の変化の差を比較した。低学年・中学年・高学年別や学力層別に分類し、学校固定効果を考慮した差分の差分法で分析を行っている。分析の結果、認知能力に関しては、低学年・中学年の児童に対して負の影響、高学年の児童に対しては正の影響を及ぼすことが示唆された。さらに、学力層別で分析した場合、低学年では進級前の各学力層の間で受けた影響の大きさにあまり差は見られなかった。しかし、中学年では進級前の学力が高い層ほど負の影響が大きく、逆に高学年では進級前の学力が高い層ほど正の影響が大きいという傾向が見られた。また、非認知能力の1つである自己効力感の変化については一部でしか有意に負の影響が見られなかったため、COVID-19 の流行と児童の非認知能力間の強い関連性を見つけることは出来なかった。

以上の分析結果より、認知能力に対する負の影響が見られた低・中学年には学習機会の減少による遅れを取り戻す支援が必要であり、また正の影響が見られた高学年には休校時の過ごし方などの調査・分析を進めることによって今後の教育に生かしていく必要があると結論付けた。

【2021年度 学生懸賞論文受賞作 優秀賞要旨】

グミサプリの定期購入選択促進メッセージに関する介入研究

堀江里佳子 岩本颯馬 倉橋成香 福本颯真

本研究では、栄養サプリメントのオンライン販売での定期購入促進のための行動経済学に基づくメッセージ作成とその効果検証を行った。行動経済学における参照点依存性をもとに、通常の購入方法との比較をわかりやすく提示するメッセージを基本として、それらに利得、損失、発注に関わる手続きと費用などを強調した複数のメッセージを比較検証した。実証分析は、2段階に分けて行った。第一に、アンケートによる仮想質問を用いたランダム化比較試験（RCT）によるメッセージの有効性の検証を行った。回答者の中から潜在的な栄養サプリメントの購入者に対して4種類のメッセージのRCTで定期購入希望率に差が出るかを検証した。その結果、潜在的購入者が十分に確保できなかったこともあり、各メッセージの間で定期購入希望率に統計的に有意な差は見られなかった。しかし定期購入による利得を強調したメッセージの効果が、損失を強調したメッセージの効果より高いことが示唆された。第二に、仮想質問による RCT の結果を踏まえて、公式サイトで広告介入実験を行った。通常のオンライン購入に比べた定期購入の割引率を示したものの、割引額を金額で示し利得を強調したものの、割引額を金額で示し通常オンラインでの購入の損失額を強調したものという3種類の広告を公式サイトに一定期間ずつ交代で掲載した。広告の効果は、各期間の実際の受注数量などから分析した。その後の比較の結果、事前アンケート調査とある程度整合的で、利得表現を記載した広告が有効とわかった。また利得表現に次いで、損失表現の効果も有意であった。いくらお得になるかを強調することが、定期コースへのプラン

変更の契機になると言える。また、追加的な調査として、商品の主購入者層の傾向や祝日の受注傾向の仮説検証も行っている。

【2021年度 学生懸賞論文受賞作 特別賞要旨】

19 世紀イギリスにおける芸術と社会的地位

松田菜花 田畑良浩

芸術と社会的地位にはどのような関係があるのだろうか。本研究で検討する社会的地位とは、職業によって定義されるものとする。ファッションや音楽などの文化消費と社会的属性について研究された例はあるが、芸術家の割合と社会的地位について詳しく研究された例はない。そこで本研究では、芸術家の割合と社会的地位の高さの関係性を明らかにすることを試みた。19 世紀イングランドの 42 州について、州ごとに芸術家の割合と平均的な社会的地位を算出し、これらが高い州の特徴は何であるかを考察するとともに、両者の関係性の有無を調査した。その結果、芸術家の割合が高い州は自然が豊かであり、社会的地位が高い州は船員や海軍将校が多いこと、そして芸術家の割合と社会的地位には相関があることが分かった。このことから、平均的な社会的地位が高い州ほど芸術家の割合が高くなると考えられる。しかし、社会的地位を職業以外で定義した場合や他の時代や国にこの結果が当てはまるかどうかはさらなる検討が望まれるだろう。