

金融システム研究室

SDGs達成に向けた取り組み



研究テーマ・キーワード Research Themes・Keywords

政府・金融機関・企業の関係にあり方に注目した
日本と韓国の比較制度分析
Comparative Institutional Analysis of Japan and Korea

- **韓国経済**
Korean economy
- **地域金融**
Regional Finance
- **比較制度分析**
Comparative Institutional Analysis
- **フェアトレード**
Fair Trade



担当教員 **飯島 高雄**
Subject Teacher IIJIMA Takao

PROFILE

職位	教授・大学院教授	担当講義科目	グローバル経済論、比較経営論
Position	Professor・Professor at Graduate School	Charge of Subjects	Global Economics, Comparative Management
大学院	社会環境科学コース		
Graduate School	Social Environmental Science Course		
学位	博士(経済学)	e-mail	tijima@fuk.kindai.ac.jp
Degree	Ph.D. in Economics		

FOR MORE



IIJIMA Takao

研究概要 Research Outline

日本と韓国の経済環境は似ているものの、両国の経済システムは相違点が多く見られます。相違点が生まれた背景を経済だけでなく歴史・文化も含めて理論的に分析します。

I theoretically analyze why and how Japan and Korea have different economic system even though their economic environments are similar.

進行中の研究内容 Research Contents in Progress

- 1 日本においてフェアトレード商品をいかに普及させるかについて、マーケティングの観点から共同研究を進めています。

I research how to promote fair trade products in Japan from a marketing point of view by joint research.

- 2 少子高齢化・人口減少といった経済環境の変化を踏まえ、地域経済活性化のための方策を金融論や労働経済学のアプローチから研究を進めています。

In light of changes in the economic environment, such as the declining birthrate, aging population, and shrinking population, I research on measures to revitalize local economies from the approaches of financial economics and labor economics.

最近の研究実績 Recent Research Results

〈著書／Books〉

- 『フェアトレードは甘くない』太田壮哉・坂田裕輔・飯島高雄 (2023), Amazon Services International, Inc.

Fair trade isn't sweet, M. Ota, Y. Sakata and T. Iijima (2023), Amazon Services International, Inc. in Japanese.

- 「金融検査が銀行行動に与える影響—金融円滑化を事例として」吉野直行ほか 編著『日本経済の課題と針路』慶應義塾大学出版会、(2015)、永田(島袋)伊津子・飯島高雄。

“Effects of financial inspection on bank behavior,” I. Nagata-Shimabukuro and T. Iijima (2015), in N. Yoshino et al. ed. “Challenges and Directions in the Japanese Economy,” Keio-UP in Japanese.

〈論文／Published Papers〉

- “Mitigating effect of providing specific information on consumers’ negative reactions to cause-related marketing,” T. Iijima, M. Ota and Y. Sakata (2023), *Journal of Fair Trade* 4(1) 39-57.

- “Effect of Appeal of Social Products on Product Choice: Evidence from Japan,” M. Ota, T. Iijima and Y. Sakata (2020), *Journal of International Consumer Marketing*, 33(3) 338-349.

- “Fair trade information eliminates the positive brand effect: product choice behavior in Japan,” M. Ota, Y. Sakata and T. Iijima (2019), *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, vol. 4, article number: 6.