

令和 4 年 6 月 15 日現在

機関番号：34415

研究種目：基盤研究(B)（一般）

研究期間：2017～2020

課題番号：17H02574

研究課題名（和文）小売企業の仕入活動におけるプロセス革新の組織的条件に関する研究

研究課題名（英文）Organizational factors for merchandising process innovation in retailing

研究代表者

高嶋 克義（TAKASHIMA, Katsuyoshi）

追手門学院大学・経営学部・教授

研究者番号：30197090

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 8,300,000円

研究成果の概要（和文）：日本の小売企業を対象とする質問紙調査データ等に基づいて、小売企業における仕入プロセス革新に関する実証分析を行った。特に、小売企業のPB（プライベートブランド）開発に基づく仕入プロセス革新や、EC（eコマース：オンライン販売）という小売革新が仕入活動に及ぼす影響などに関する実証分析を行い、その研究成果を論文で公表した。また、これらの研究を通じて、小売企業の組織構造や仕入先企業との関係性管理が仕入プロセス革新に及ぼす影響を捉え、小売企業の仕入プロセス革新を促進する組織的条件についての考察を行った。

研究成果の学術的意義や社会的意義

これまでの小売企業研究では、小売企業の出店戦略、EC戦略、店舗管理などの販売局面を重視する傾向があり、小売企業の仕入戦略や仕入活動に関わる研究は、社会的にも理論的にも重要性が高いにも関わらず、あまり行われていなかった。とりわけ、小売企業の仕入活動に関わるプロセス革新に関する実証的な研究が少ないと言える。しかし、近年の小売業におけるPBの拡大を背景とする研究課題や、小売企業やEC企業へのパワーシフトに伴って小売企業の仕入活動をどのように改革するのかという課題を解明することは、社会的にも重要な関心を持たれているとともに、小売企業研究やチャネル研究の発展に寄与することが期待される。

研究成果の概要（英文）：We conducted surveys of merchandise division heads at Japanese retail companies to verify the hypotheses regarding merchandising process innovation. For example, we did empirical studies of process innovation on private labels and e-commerce in retailing, which focused on the influence of organizational structure and inter-organizational relationship management on merchandising process innovation in retailing. These researches were published as research papers in refereed journals.

研究分野：商学

キーワード：小売業 仕入活動 プロセス革新 マーチャンダイジング 組織 関係性管理 PB EC

## 1. 研究開始当初の背景

本研究は、小売企業の仕入活動におけるプロセス革新（仕入プロセス革新）を促す組織的条件を考察するものである。この仕入プロセス革新とは、PB（プライベートブランド）開発、小売企業と卸売企業・製造企業とが情報を共有して行う共同マーチャンダイジング、物流や生産を同期化するSCM（サプライチェーン・マネジメント）の再編などの小売企業の仕入活動局面における取組みであり、これらは近年の小売企業の成長や競争優位を支える重要な基盤となっており、小売企業行動における重要な研究課題となっている。

これらの活動の特徴は、小売企業と卸売企業や製造業者とが連携して行う共同革新であること、小売企業の仕入担当部門だけでなく、店舗部門や情報システム部門等が協力して取り組む部門横断的な革新であること、さらに課業の可視化に基づく継続的な革新・改善を基盤とすることにおいて、従来の仕入活動とは大きく異なる。これらの仕入プロセス革新は、近年の小売企業の成長や競争優位を支える有力な基盤となっており、また小売企業がその競争的地位を維持し高めていくためには、それらを支える組織的条件の解明が望まれている。それゆえに、小売企業行動の研究や革新研究において重要な研究課題を提起するものである。

他方で、小売業や他の産業におけるSCMの研究、生産や営業活動における組織的プロセス革新の研究、小売企業における情報化戦略の研究など、本研究を展開するうえで知的基盤となる研究が確立されている。そこで本研究では、これまでのSCMや組織的プロセス革新についての研究に対して、小売企業における仕入活動局面の問題にフォーカスし、さらに、小売企業の知識管理の問題や小売企業が主導する商品開発や生産・物流のシステム構築のための関係性管理の組織的課題と関連付けて検討することをめざすものである。

## 2. 研究の目的

小売企業が積極的な多店舗展開を通じた成長戦略を図るとき、小売企業は、多数の店舗で販売する大量の商品を調達することになり、その大量の商品調達は、一方で、バイイング・パワーを通じた仕入価格の低価格化や物流システム構築による効率化の達成が可能になり、他方で、PBを開発したり、海外からの調達や生産を展開したりすることが可能になる。ここにおける研究課題は、これまで数多くの研究が展開されてきた国内外における出店戦略の展開動向の問題だけでなく、仕入活動局面における組織的で革新的な取組みをいかに行うべきかという小売企業戦略の課題や、このような組織的で革新的な取組みが、どのような組織体制や企業間関係のもとで展開され、小売企業や製造企業・卸売企業の経営成果にどのような影響を与えるのかという問題である。

そして、近年における小売企業の仕入活動局面での革新的な取組みは、次の3つの点に関する研究を必要とすると考えられる。まず一つは、卸売企業や製造業者と連携して行う共同革新として展開されているという点である。販売活動におけるプロセス革新に比べると、仕入活動局面では、組織的な条件や担当者の管理の局面と関連付けた研究が不足しており、それが本課題での研究の必要性をもたらす。

その具体的な活動としては、小売企業と卸売企業・製造業者が共同で、小売店頭の品揃えや陳列を改善したり、PB開発に取り組んだり、製造や物流の情報共有を通じて効率化を達成するSCMの仕組みを構築したりすることである。これらの活動は、それまでの商品価格を中心とする短期的な取引条件を巡る市場取引の交渉が、卸売企業や製造業者が行うサービスなどの提案を通じた長期的な取組みを巡る中間組織的な共同化の交渉に転換することを意味する。そこには共同革新の可能性と共同成果の配分問題があるため、それらの活動が効果的というだけでは達成できない。そこで、市場取引型の取引関係から企業間での共同革新が、どのような条件のもとで可能になるか、どのような過程で達成されるのかが研究課題となる。

2つ目には、このプロセス革新を促進する小売企業の組織的条件に関する研究が必要となる。すなわち、小売企業の仕入担当者や商品企画担当者によるプロセス革新は、小売企業組織における権限の付与や部門間連携の状況といった組織構造や人的資源管理、組織文化による影響が予想される。このような組織的条件に関する議論としては、知識管理の視点から組織学習の問題が議論されているが、これらの研究成果を小売企業の仕入活動の局面において捉え直すことが重要な課題となる。

従来の仕入活動は、商品本部などの仕入部門の担当者だけで行われてきたが、仕入活動としての意思決定領域が、商品の選定と価格交渉という問題だけでなく、企業間での物流システム・情報システムの共同構築やPBの共同開発といった問題に拡張されたことに伴って、小売企業の諸部門を横断した取組みが必要になったことを意味する。そしてこの転換についても、部門横断的な仕入活動の有効性を認識することだけでは達成できない。従来の仕入活動が仕入担当者に権限を委譲し、仕入部門においてキャリア形成することで、商品知識や交渉スキルを蓄積するという分権的な仕入体制のもとで行われてきたが、それは部門間での情報共有や協力関係を阻害する可能性がある。したがって、仕入活動局面におけるプロセス革新を進めるためには、どのような組織構造や関係性管理様式への転換が必要になるのか、その転換を可能とする条件は何かという研究課題が導かれる。

そして3つ目として、課業の可視化に基づく継続的なプロセス革新という点がある。これは特に、小売企業と製造企業・卸売企業との共同マーチャンダイジングやSCMの構築において重要な要因であり、その品揃え改革や物流改革において、現状の課業を可視化し、現場担当者を巻き込

み、改善を組織的に動機付けることが重要となる。また、そのような継続的で組織的な改善を展開できる組織能力が、小売企業にとっての持続的な競争優位の源泉となる。この継続的なプロセス革新については、販売・営業局面の研究があるが、本研究課題では、この枠組みを仕入活動局面に適用し、さらに販売企業との間の共同革新の問題にまで拡張させることになる。

### 3. 研究の方法

日本の小売企業の仕入プロセス革新が、どのような組織的条件や関係性管理のもとで展開され、それが経営成果にどのような影響を与えるのかという研究課題を考察するために、日本における小売企業の商品部門別の仕入担当責任者を対象とする質問紙調査を実施した。そして、この質問紙調査によるデータベースを用いて、小売企業の仕入プロセス革新と小売企業の組織構造や仕入先への関係性管理との関係、および、それらが小売企業の利益率や成長率などの成果要因に与える影響などに関わる仮説を検証する研究を実施した。

また、それと並行して、多様な小売企業の仕入プロセス革新の展開に関して、国内外の小売企業等の事例分析が実施された。この事例分析は、仕入担当部門の担当者やそこでの組織的プロセス革新を推進した担当者に対する聞き取り調査を中心として行われ、小売企業の仕入活動局面におけるプロセス革新とその組織的条件についての考察を行うものである。

### 4. 研究成果

本研究は、主として、小売企業の仕入プロセス革新が、部門の権限や部門間連携、あるいは仕入先企業への関係性管理様式といった組織的条件によって、いかなる影響を受けるのかを実証的に明らかにするものである。本研究を通じて、多くの研究成果が出されたが、その代表的な研究を取りあげ、以下のように、その研究成果を説明することにしたい。

(1) 日本のスーパーマーケット・チェーンに対する質問紙調査データに基づいて、以下のような実証研究を行った。

小売企業とPBのサプライヤー企業との企業間関係とPBの成果との関係に関する実証研究を行ったところ、小売企業とPBサプライヤー企業との企業間コンフリクトが大きくなるほど、小売企業にとってのPBの成果が低下することや、その傾向は差別化型のPBよりも低価格型のPBに顕著に現れることが明らかになった。この結果から、低価格型のPBでは、PBサプライヤー企業に対する関係性管理のコストが成果に強く影響することが推察され、PBのサプライヤー企業に対する関係性管理のあり方が低価格型PBと差別化型PBで異なることが導かれた。

小売企業における商品部門と店舗部門との部門間コミュニケーションが仕入担当者の革新性を高め、その仕入担当者における革新性が小売企業の競争力を高めることを明らかにした。さらに、小売企業が仕入先への依存を回避し、仕入先を多様化する戦略を採用することは、この仕入担当者の革新性と小売企業の競争力との関係を弱めることを実証的に確認した。これらの結果から、小売企業の仕入革新に対する部門間コミュニケーションの重要性や仕入先を分散化・集中化する仕入戦略の影響を示すことができた。

小売企業の仕入担当者における革新的な行動が仕入先企業の営業担当者による提案営業のような適応的販売活動を促進させることを明らかにした。さらに、小売企業の商品部門と店舗部門との間におけるプロセス・コンフリクトがこの効果を抑制することを実証的に確認し、仕入先企業による適応的販売活動にとって、小売企業における仕入担当者の革新性と部門間コンフリクトの管理が重要であることを示した。

小売企業におけるマーチャンダイジング権限を集権的にするほど、PBの競争力が高まることを明らかにした。しかし、仕入担当者を成果主義のようなアウトカム・ベースの管理にするほど、集権的なマーチャンダイジングとPLの競争力との関係には影響しないことを確認した。この分析結果に基づいて、PLの競争力が小売企業の組織構造による影響を受けるものの管理様式には影響されにくいことを示した。

(2) 小売企業を対象とするパネルデータと内容分析によるデータに基づいて、小売企業のオンライン販売(EC)と店舗販売とのチャネル間統合が企業業績にいかなる影響を与えるかを費用効率性の視点から実証分析を行った。その結果、ECと店舗とのチャネル間統合は、費用効率性に正の相関を持つものの、小売企業におけるEC事業経験の程度と対面サービスの水準とがその効果を減少させることを明らかにした。この分析結果から、小売企業におけるECと店舗の2つの事業を展開し、統合的に管理する取組みにおいて、範囲の経済性に基づく効率性が期待される条件を明らかにすることができた。

(3) 小売企業の店舗管理者層を対象とする質問紙調査データ等に基づいて、小売企業の分業体制と権限委譲問題に関して、調整活動の必要性和集権的・分権的管理の有効性との関連を実証的に分析した。この分析の仮説は、ゲーム理論におけるコーディネーション問題として導かれた。その結果、小売企業では、ローカル市場の変動性が高く、調整活動の必要性が低い場合は、分権的な管理のほうが店舗業績への効果が高く、ローカル市場の変動性が低い場合には、集権的な管理の有効性が検証された。その一方で、店舗組織内の調整活動が重要な場合は、市場変動性が高い

場合でも集権的管理が有効であることを示した。

(4) 小売企業の非正規従業員を対象とする質問紙調査データに基づいて、日本の小売企業においては、正社員に比べて賃金等が低く処遇されているにも関わらず、パート等の非正規従業員の職務態度はなぜ良好なのかという問題を分析した。その結果、組織内公正性に対する社会的比較の観点において、正規を比較対象とする非正規従業員と、同じ非正規を比較対象とする非正規従業員とでは、後者のほうがモチベーション等が高いことが確認された。この分析結果から、非正規従業員の質的基幹化が進んだ小売企業においては、店舗内の他の非正規を比較対象とする知覚が職務態度を規定する可能性があることを示した。

(5) 総合スーパーマーケット(GMS)企業A社の2000年以降のパートの質的基幹化と正社員との均衡・均等処遇の取組みについて、雇用ポートフォリオと人事制度の変遷の視点から事例分析を行った。そのうえで、今後のGMSの雇用ポートフォリオの編成の課題として以下の3点を主張した。1) 正規と基幹化パートの均等処遇の推進は地域密着型マーチャングデザインに貢献する。2) 資格に見合った職務を担えるよう正社員の再教育を行うことが重要である。3) 分配的公正に関わるパートの比較対象が、パートから正社員に変化することに鑑みて均等処遇を推進することが重要である。

(6) 管理職の探索的活動がチームメンバーのアンラーニング行動に与える影響について実証分析を行った。この分析において、ある企業の営業担当者115名(23チーム)を対象に質問紙調査を実施し、調査データをマルチレベル分析で検討したところ、管理職が探索的行動をとるほど、部下の学習志向と内省を媒介して、アンラーニング行動が促進されることが明らかになった。この分析結果は、仕事上で革新を起こそうとする管理職の活動が、部下の学習モチベーションならびに仕事を再吟味する認知的活動を喚起し、結果的に、既存のルーティンを棄却しつつ、新しいルーティンを取り入れるアンラーニング行動が活性化することを示す。

(7) コスモス・ベリーズ株式会社の事例分析を行い、小売業を支援する卸売企業の役割を考察した。すなわち、コスモス・ベリーズ株式会社がリテール・サポート機能を通じて、中間流通プラットフォームとして、物理的製品の品揃え形成よりも情報としての品揃え形成において、地域に点在する中小零細規模の小売業者を支援する活動を明らかにした。このような中小・零細規模の小売企業への支援についての考察を通じて、小売業の仕入活動に対する卸売業の役割遂行から機能代替が行われることを示した。

(8) オンラインでの革新的サービスを消費者が受容するかどうかという問題に関して、消費者における他者からの情報が革新的サービスに対する抵抗感に与える影響をオンライン・サービスに関する質問紙調査データに基づき、多母集団分析によって分析した。この分析の結果、サービスが未経験の場合には、友人・知人からの情報が、サービスに対する抵抗感を直接的に減少させていたのに対し、すでにサービスを経験している場合には、友人・知人からの情報が、サービスに対する抵抗感を高めていた。ただし、サービス経験者では、友人・知人からの情報が、サービスのパフォーマンスに対する疑念を低下させることで、サービスへの抵抗感を低下させることが明らかにされ、このようなオンラインの技術革新の特徴が示され、革新への反応行動への示唆が得られた。

(9) 平成31年度神戸市「商店街・小売市場調査」概況調査に基づいて、小売組織タイプ分類と対象商圏タイプ分類に基づく分析が行われた。その結果、小売商業の集積・集合体としての組織化には、自由性と管理統制性が共存し得ることが重要であることが明らかになった。また、商店街組織としての店揃え・品揃えにおける異質性と同質性の共存が必要であることが導出された。

(10) 中小企業の取引ネットワークに関する長期的事例分析を行い、伝統的な中小企業のマーケティング・ネットワークの発展過程を、開始段階・選択段階・安定段階の3つの段階に分けて分析を行った。その分析を通じて、初期の段階では、各メンバー間の信頼と中小企業のプロジェクトに対する認知的正当性という「手がかり」によって、信頼の高くない状態での相互作用が可能となっていることを明らかにした。このことは仕入活動における関係性管理において有効な示唆を与えるものと考えられる。

(11) スポーツ用品の小売チェーン企業と食品スーパーマーケット・チェーン企業に関する事例分析を行い、ユーザーイノベーションの代表的なマネジメント手法であるリードユーザー法とクラウドソーシングが実践され成果を挙げていることを明らかにした。そして、小売業においてはPB開発が競争上の重要性を増しているが、生産設備や開発力を持たない小売企業が魅力的な製品開発を行うためには、大きな販売力を持ち消費者に関する情報の源でもある店舗の存在が、生産委託先との関係性管理において重要となることが示された。また、小売企業で働く従業員の中には店舗で扱う製品の「リードユーザー」を認識しており、リードユーザーに製品開発活動に関与させることで独自性の高い製品を生み出すことができることを事例から確認した。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計62件（うち査読付論文 43件 / うち国際共著 2件 / うちオープンアクセス 6件）

1. 著者名 Yuki Sho, Takashima Katsuyoshi	4. 巻 26
2. 論文標題 The trickle-down effect of trust in business-to-business relationships: How can a supplier ensure cooperation from multiple customers?	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Marketing Channels	6. 最初と最後の頁 208 ~ 226
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1080/1046669X.2020.1782800	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Takashima Katsuyoshi, Kim Changju	4. 巻 15
2. 論文標題 The influence of conflict with suppliers on retailers' private label performance	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Asia Business Studies	6. 最初と最後の頁 301 ~ 318
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JABS-12-2019-0359	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Desmond (Ho-Fu) Lo, Francisco Brahm, Wouter Dessenin, Chieko Minami	4. 巻 -
2. 論文標題 Managing with Style? Micro-Evidence on the Allocation of Managerial Attention	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Management Science	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Matsuo Makoto, Aihara Motohiro	4. 巻 26
2. 論文標題 Effect of a community of practice on knowledge sharing across boundaries: the mediating role of learning goals	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Journal of Knowledge Management	6. 最初と最後の頁 1 ~ 16
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JKM-08-2020-0604	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 25
2. 論文標題 Promoting employee's self change skills: The role of job characteristics, goal clarity and learning goals	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 International Journal of Training and Development	6. 最初と最後の頁 60~76
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1111/ijtd.12207	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto, Matsuo Takami, Arai Kohei	4. 巻 17
2. 論文標題 The influence of an interactive use of management control on individual performance: mediating roles of psychological empowerment and proactive behavior	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Journal of Accounting & Organizational Change	6. 最初と最後の頁 263~281
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JAOC-06-2020-0079	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 25
2. 論文標題 Influences of developmental job experience and learning goal orientation on employee creativity: mediating role of psychological empowerment	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Human Resource Development International	6. 最初と最後の頁 4~18
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1080/13678868.2020.1824449	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 -
2. 論文標題 Linking the effects of mindfulness and strengths use on work engagement: Two three-wave longitudinal studies	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Current Psychology	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1007/s12144-020-01000-y	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 32
2. 論文標題 Reflection on success and failures: scale development and validation	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Workplace Learning	6. 最初と最後の頁 615 ~ 626
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JWL-07-2020-0117	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 25
2. 論文標題 The role of work authenticity in linking strengths use to career satisfaction and proactive behavior: a two-wave study	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Career Development International	6. 最初と最後の頁 617 ~ 630
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/CDI-01-2020-0015	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Tsukube Takuro, Matsuo Makoto	4. 巻 32
2. 論文標題 The impact of cognitive apprenticeship on the perceived growth of junior doctors	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Workplace Learning	6. 最初と最後の頁 489 ~ 499
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JWL-04-2020-0055	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto, Tsukube Takuro	4. 巻 18
2. 論文標題 A review on cognitive apprenticeship in educational research: Application for management education	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 The International Journal of Management Education	6. 最初と最後の頁 100417 ~ 100417
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1016/j.ijme.2020.100417	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto, Nagata Masaki	4. 巻 24
2. 論文標題 A revised model of experiential learning with a debriefing checklist	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 International Journal of Training and Development	6. 最初と最後の頁 144 ~ 153
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1111/ijtd.12177	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村 順二	4. 巻 61
2. 論文標題 商業集積としての商店街組織における同質性と異質性への対応	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 1 ~ 33
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.14990/00003656	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 西村 順二	4. 巻 61
2. 論文標題 卸売市場における卸売業の集積と垂直的構造に見る諸特徴	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 1 ~ 22
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.14990/00003716	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 高嶋克義	4. 巻 27, 1
2. 論文標題 消費者の潜在的ニーズを捉える難しさ - 課題解決としてのブランディング	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 ビジネス・インサイト	6. 最初と最後の頁 2 ~ 7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -



1. 著者名 Kim Changju, Takashima Katsuyoshi	4. 巻 25
2. 論文標題 The impact of retail buyer innovativeness on suppliers' adaptive selling in Japanese buyer-supplier relationships	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Marketing Channels	6. 最初と最後の頁 173 ~ 183
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1080/1046669X.2019.1658011	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Kim Changju, Takashima Katsuyoshi	4. 巻 53
2. 論文標題 Effects of retail organisation design on improving private label merchandising	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 European Journal of Marketing	6. 最初と最後の頁 2582 ~ 2603
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/EJM-03-2018-0194	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 高嶋克義	4. 巻 221,2
2. 論文標題 オンライン小売業における流通モード	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 国民経済雑誌	6. 最初と最後の頁 25 ~ 39
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Minami Chieko	4. 巻 25-4
2. 論文標題 Special issue on evolution of marketing channels in Japan	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Marketing Channels	6. 最初と最後の頁 171 ~ 172
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1080/1046669X.2019.1658009	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 南 知恵子, 西岡健一	4. 巻 221-3
2. 論文標題 マーケティング視点による製造業のサービス化アプローチ	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 国民経済雑誌	6. 最初と最後の頁 57~72
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 南 知恵子, 西岡健一	4. 巻 73-3
2. 論文標題 製造業のサービス化における価値づくりの変化	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 「標準化と品質管理」日本規格協会	6. 最初と最後の頁 3~8
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Chieko Minami, Xuhong Zhuang, Nidhi Agrawal	4. 巻 -
2. 論文標題 Consumer Responses to High Vivid Imagery in Processing of Health-related Messages	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 ICServ2020	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Suga, Ryota, Kenichi Nishioka, Chieko Minami	4. 巻 -
2. 論文標題 Classifications of Manufacturers' Servitization Approaches in Japan: Current status and future research issues	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 ICServ2020	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto, Arai Kohei, Matsuo Takami	4. 巻 32
2. 論文標題 Effects of managerial coaching on critical reflection: mediating role of learning goal orientation	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Workplace Learning	6. 最初と最後の頁 217 ~ 228
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JWL-06-2019-0086	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 31
2. 論文標題 Managers' exploration activities and individual unlearning: the mediating role of learning orientation and reflection	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 The International Journal of Human Resource Management	6. 最初と最後の頁 638 ~ 656
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1080/09585192.2017.1362022	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto, Arai Kohei, Matsuo Takami	4. 巻 23
2. 論文標題 Empowering leadership and meaningful work: the mediating role of learning goal orientation	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 International Journal of Training and Development	6. 最初と最後の頁 328 ~ 338
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1111/ijtd.12165	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 115
2. 論文標題 Empowerment through self-improvement skills: The role of learning goals and personal growth initiative	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Vocational Behavior	6. 最初と最後の頁 103311 ~ 103311
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1016/j.jvb.2019.05.008	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 -
2. 論文標題 Antecedents of psychological empowerment: the effects of developmental experience, learning goal orientation and authenticity	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Asia Pacific Journal of Human Resources	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1111/1744-7941.12228	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 30
2. 論文標題 Personal growth initiative as a predictor of psychological empowerment: The mediating role of job crafting	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Human Resource Development Quarterly	6. 最初と最後の頁 343 ~ 360
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1002/hrdq.21347	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 16
2. 論文標題 The Unlearning of Managerial Skills: A Qualitative Study of Executive Officers	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 European Management Review	6. 最初と最後の頁 303 ~ 315
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1111/emre.12122	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 50
2. 論文標題 Critical reflection, unlearning, and engagement	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Management Learning	6. 最初と最後の頁 465 ~ 481
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1177/1350507619859681	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 48
2. 論文標題 Effect of learning goal orientation on work engagement through job crafting	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Personnel Review	6. 最初と最後の頁 220 ~ 233
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/PR-11-2017-0346	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 平野光俊・勝又あずさ	4. 巻 Vol.21, No.1
2. 論文標題 健康増進施策とキャリア開発支援の補完的連携－戦略的人的資源管理の視点から－	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 産業カウンセリング研究	6. 最初と最後の頁 27 ~ 38
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Mitsutoshi Hirano	4. 巻 Vo,25, No.4
2. 論文標題 Issues of employment portfolios in Japanese retail businesses	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Marketing Channels	6. 最初と最後の頁 236 ~ 240
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1080/1046669X.2019.1658018	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村順二	4. 巻 60-1,2
2. 論文標題 ソーシャルメディアの本質とSNSユーザーの類型	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 27 ~ 51
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.14990/00003392	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村順二	4. 巻 60-3
2. 論文標題 質的転換を生み出すSNSの優位性と知識側縁 - マーケティングへの関係性 -	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 1~28
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.14990/00003436	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村順二	4. 巻 60-4
2. 論文標題 地方創生・地域活性化におけるマーケティング諸課題とそのSNS適応	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 1~24
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.14990/00003470	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 清水 信年	4. 巻 39-2
2. 論文標題 小売店舗従業員によるユーザーイノベーション	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 マーケティングジャーナル	6. 最初と最後の頁 49~60
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketing.2019.037	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Changju Kim, Katsuyoshi Takashima, Stephen Newell	4. 巻 30,3
2. 論文標題 How do retailers increase the benefits of buyer innovativeness?: An intra- and inter-organization perspective,	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	6. 最初と最後の頁 571~586
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/APJML-03-2017-0043	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 該当する

1. 著者名 高嶋克義	4. 巻 2,1
2. 論文標題 品揃え形成における投機的局面と延期的局面	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 JSMDレビュー	6. 最初と最後の頁 13~21
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 高嶋克義	4. 巻 26,2
2. 論文標題 スマート化・AI導入の課題	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 ビジネス・インサイト	6. 最初と最後の頁 2~7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Monden Aika, Takashima Katsuyoshi, Zennyo Yusuke	4. 巻 49
2. 論文標題 Revenue Sharing Contracts under Demand Uncertainty in Shopping Center	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Real Estate Economics	6. 最初と最後の頁 556~573
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1111/1540-6229.12263	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Tagashira Takumi, Minami Chieko	4. 巻 47
2. 論文標題 The Effect of Cross-Channel Integration on Cost Efficiency	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Interactive Marketing	6. 最初と最後の頁 68~83
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1016/j.intmar.2019.03.002	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Marco Ieva, Chieko Minami, Cristina Ziliani	4. 巻 -
2. 論文標題 Identifying new generational cohorts based on touchpoint exposure: an empirical analysis across Italy and Japan	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 2018, World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science Proceedings	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 該当する

1. 著者名 Ryota Suga, Chieko Minami, Kenichi Nishioka	4. 巻 -
2. 論文標題 Technological Challenges and Services Orientation in SSCs in Servitization	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 International Conference of Serviceology 2018 Proceedings	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Keisuke Onishi, Chieko Minami	4. 巻 -
2. 論文標題 Influence of Insecurity on WTP in the Adoption of Freemium Applications	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 International Conference of Serviceology 2018 Proceedings	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 平野光俊	4. 巻 701
2. 論文標題 総合スーパーA社のパートの基幹化と均衡・均等処遇の取り組み - A社の2000年以降の人事制度の変遷の事例から -	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本労働研究雑誌	6. 最初と最後の頁 40~51
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -



1. 著者名 Matsuo Makoto, Minami Chieko, Matsuyama Takuya	4. 巻 45
2. 論文標題 Social influence on innovation resistance in internet banking services	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Journal of Retailing and Consumer Services	6. 最初と最後の頁 42～51
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1016/j.jretconser.2018.08.005	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 30
2. 論文標題 Effects of team unlearning on employee creativity	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Journal of Workplace Learning	6. 最初と最後の頁 531～544
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JWL-03-2018-0045	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 47
2. 論文標題 How does managerial coaching affect individual learning? The mediating roles of team and individual reflexivity	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Personnel Review	6. 最初と最後の頁 118～132
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/PR-06-2016-0132	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Matsuo Makoto	4. 巻 29
2. 論文標題 Goal orientation, critical reflection, and unlearning: An individual-level study	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Human Resource Development Quarterly	6. 最初と最後の頁 49～66
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1002/hrdq.21303	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村 順二	4. 巻 59
2. 論文標題 嗜好性が高い買回品の消費者行動に対するマーケティング訴求に関する一考察：スイーツに対して消費者の認識は何処にあるのか	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 1～24
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.14990/00003221	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村順二	4. 巻 38,3
2. 論文標題 ボランティアチェーンがもたらす地域商業に対する有効性 コスモス・ベリーズの事例に基づく流通再考	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 マーケティング・ジャーナル	6. 最初と最後の頁 37～54
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketing.2019.004	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 高嶋克義・金雲鎬	4. 巻 217巻3号
2. 論文標題 オムニチャネル化の組織的課題 - 小売企業における戦略転換の組織的制約 -	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 国民経済雑誌	6. 最初と最後の頁 1～10
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Kusaka Kyosuke, Takashima Katsuyoshi	4. 巻 2
2. 論文標題 The effect of attribute importance and prior knowledge on the perceptions of customization and assortment	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 International Journal of Marketing & Distribution	6. 最初と最後の頁 1～14
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.5844/ijmd.2.1_1	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 Chieko Minami	4. 巻 25
2. 論文標題 Editorial comments, "Evolution of Marketing Channels in Japan"	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Journal of Marketing Channels	6. 最初と最後の頁 2~3
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Chieko Minami, Kenichi Nishioka	4. 巻 なし
2. 論文標題 Perceived Characteristics of Smart Interactive Services and Determinants of Adoption Intentions	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Proceedings of 5th International Conference of Serviceology, University of Vienna	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 平野光俊	4. 巻 第217巻第2号
2. 論文標題 ワーク・ライフ・バランス支援の研修効果に関する事例研究	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 国民経済雑誌	6. 最初と最後の頁 39~57
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Makoto Matsuo, Takami Matsuo	4. 巻 13, 3,
2. 論文標題 The effect of diagnostic and interactive uses of management control systems and managerial coaching on reflection in teams	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Journal of Accounting & Organizational Change	6. 最初と最後の頁 410~424
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1108/JAOC-06-2016-0034	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西村順二	4. 巻 58,4,
2. 論文標題 市場に対する立地視点からみた製造小売業の成長に関する特性分析：スイーツ産業の事例に基づく予備的考察	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 甲南経営研究	6. 最初と最後の頁 1~17
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 清水信年	4. 巻 No.134
2. 論文標題 消費スタイルの変化にどう対応するか 地域密着を实践する小売業	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 2~5
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計25件 (うち招待講演 3件 / うち国際学会 5件)

1. 発表者名 岸野早希・平野光俊
2. 発表標題 働き方改革の推進に伴う育成における上司と部下の関わり方の変容に関する研究
3. 学会等名 日本労務学会第50回大会 (神戸大学)
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域創生の視座とマーケティング・コミットメント
3. 学会等名 日本マーケティング学会 リサーチプロジェクト研究発表会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域創生の視座とマーケティングの関係性に関する研究概要
3. 学会等名 日本マーケティング学会 リサーチプロジェクト研究発表会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域創生の意味すること
3. 学会等名 日本マーケティング学会 リサーチプロジェクト研究発表会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Chieko Minami, Liu Boyi
2. 発表標題 The effectiveness of online celebrity endorsement on consumers' attitude and behavior
3. 学会等名 Academy of Marketing Science, 47th Annual Conference (招待講演)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Chieko Minami
2. 発表標題 Consumer responses to smart interactive services: A Japanese case?
3. 学会等名 Academy of Marketing Science, 47th Annual Conference (招待講演)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Takumi Tagashira, Chieko Minami
2. 発表標題 An Empirical Study on The Relationship between Cross-Channel Integration and Offline Store Patronage Behavior
3. 学会等名 Academy of Marketing Science, 47th Annual Conference (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 南 知恵子
2. 発表標題 これからのモノづくりに求められることー製造業のサービス化戦略ー
3. 学会等名 京都工業会 講演
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 南 知恵子
2. 発表標題 製造業のサービス化戦略ーものづくりの変化とビジネスモデルの革新ー
3. 学会等名 3Dスマートものづくりセンターシンポジウム 特別講演
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 南 知恵子
2. 発表標題 ものづくり企業が目指す新たな顧客価値創造ーサービス・イノベーションから考えるものづくりー
3. 学会等名 関西インダストリアル・エンジニアリング 協会講演
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 平野光俊
2. 発表標題 非正規の基幹化と正規の多様化-雇用ポートフォリオのあり方をめぐって-
3. 学会等名 日本経営学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域創生の時代に改めて考える地域産業の活性化とは
3. 学会等名 日本マーケティング学会 リサーチプロジェクト(地域創生研究会 研究発表会(招待講演))
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 問題提起 流通研究の地平
3. 学会等名 日本商業学会関西西部会7月例会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域産業の再編集に向けての射程
3. 学会等名 日本マーケティング学会 カンファレンス2019 リサーチプロジェクトセッション
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地方創生時代における地域産業・地場産業の課題と可能性：問題提起
3. 学会等名 日本商業学会関西支部1月例会 コーディネート・報告
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Koniya Kazutaka, Woonho Kim, Junji Inoguchi, Akiyama Syuichi
2. 発表標題 Development process of networking between traditional SMEs and marketing agents: a case study from the Japanese blade and edged tools industry
3. 学会等名 IMP conference 2019 in Paris (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Chieko Minami , Marco Ieva, Cristina Ziliani
2. 発表標題 Identifying new generational cohorts based on touchpoint exposure:an empirical analysis across Italy and Japan
3. 学会等名 2018, World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Ryota Suga, Chieko Minami, Kenichi Nishioka
2. 発表標題 Technological Challenges and Services Orientation in SSCs in Servitization
3. 学会等名 International Conference of Serviceology 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年



1. 発表者名 Keisuke Onishi, Chieko Minami
2. 発表標題 Influence of Insecurity on WTP in the Adoption of Freemium Applications
3. 学会等名 International Conference of Serviceology 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域商業に対するボランタリーチェーンの有効性再考
3. 学会等名 日本商業学会関西支部会 2018年10月例会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Chieko Minami, Kenichi Nishioka
2. 発表標題 Perceived Characteristics of Smart Interactive Services and Determinants of Adoption Intentions
3. 学会等名 5th International Conference of Serviceology
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 岸野早希、平野光俊
2. 発表標題 ワーク・ライフ・バランス支援の研修効果に関する事例研究
3. 学会等名 経営行動科学学会第20回年次大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 立地市場と対応市場視点からみた製造小売業の成長戦略に関する特性分析 - スイーツ産業の事例に基づく考察 -
3. 学会等名 第67回 日本商業学会全国研究大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 地域スイーツ店の成長とその意味 - 神戸のスイーツ産業を考察の対象として -
3. 学会等名 スイーツ学会（日本フードサービス学会共同開催）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 西村順二
2. 発表標題 問題提起「現代の流通における動態」
3. 学会等名 日本商業学会関西支部会 2017年度1月例会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計7件

1. 著者名 高嶋克義・高橋郁夫	4. 発行年 2020年
2. 出版社 有斐閣	5. 総ページ数 285
3. 書名 小売経営論	

1. 著者名 松尾 睦	4. 発行年 2019年
2. 出版社 ダイヤモンド社	5. 総ページ数 272
3. 書名 部下の強みを引き出す 経験学習リーダーシップ	

1. 著者名 上林憲雄、平野光俊	4. 発行年 2019年
2. 出版社 同文館出版(株)	5. 総ページ数 256
3. 書名 日本の人事システム	

1. 著者名 石井 淳蔵、廣田 章光、清水 信年	4. 発行年 2019年
2. 出版社 碩学舎	5. 総ページ数 264
3. 書名 1からのマーケティング 第4版	

1. 著者名 平野光俊・江夏幾多郎	4. 発行年 2018年
2. 出版社 有斐閣	5. 総ページ数 291
3. 書名 人事管理 - 人と企業、ともに生きるために -	

1. 著者名 西岡 健一、南 知恵子	4. 発行年 2017年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 208
3. 書名 「製造業のサービス化」戦略	

1. 著者名 崔 相鐵、岸本 徹也、清水信年	4. 発行年 2018年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 総頁268 (101-114) (第7章)
3. 書名 1からの流通システム	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	南 知恵子  (MINAMI Chieko)  (90254234)	神戸大学・経営学研究科・教授   (14501)	
研究分担者	平野 光俊  (HIRANO Mitsutoshi)  (10346281)	大手前大学・現代社会学部・教授   (34503)	
研究分担者	松尾 睦  (MATSUO Makoto)  (20268593)	北海道大学・経済学研究院・教授   (10101)	

6. 研究組織（つづき）

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	西村 順二  (NISHIMURA Junji)  (60198504)	甲南大学・経営学部・教授    (34506)	
研究分担者	小宮 一高  (KOMIYA Kazutaka)  (90335836)	兵庫県立大学・国際商経学部・教授    (24506)	
研究分担者	清水 信年  (SHIMIZU Nobutoshi)  (70330529)	流通科学大学・商学部・教授    (34522)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関