

令和 4 年 5 月 30 日現在

機関番号：14501

研究種目：基盤研究(B) (一般)

研究期間：2018～2020

課題番号：18H00910

研究課題名(和文) DMOの利害調整方式への地域産業構造の影響の解明：米国観光都市間の比較事例研究

研究課題名(英文) Effect of Regional Industrial Structure on Interest Adjustment in DMO:
Comparative case study between US cities

研究代表者

石井 淳蔵 (ISHII, Junzo)

神戸大学・経営学研究科・名誉教授

研究者番号：50093498

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 9,600,000円

研究成果の概要(和文)：観光振興や地方創生におけるDMOへの期待は大きいですが、課題もまた少なくない。本研究は、DMOの役割や運営方式についての知見を、理論研究と事例研究を通じて確立することを目指した。米国サンフランシスコのDMO、および関連する観光組織などを対象に、DMOのあり方を多面的に検討するための文献調査およびフィールド調査を行うとともに、DMOの生成と発展をとらえるためのベースとなるマーケティングやコミュニティのマネジメントとイノベーションについての理解を深めるための諸検討を進めてきた。加えてDMOをはじめとする観光組織が、観光イノベーションに果たす役割およびその運営方式を、理論研究と事例研究を通じて解明した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

DMOをはじめとする観光およびマーケティングにかかわる組織が、ブランディング、アクティベータ、エコシステム形成、ストーリー・マネジメント、エフェクチュエーションなどを活用してイノベーションを生み出していく道筋の検討を重ねることで、理論的なフレームワークがいかに具体的なコンテキストのなかで活用されているかを解明し、コンテスト依存性への理解とそのもとの理論の活用方法を拡張した。

研究成果の概要(英文)：In the area of tourism and regional revitalization, expectations for DMO are high, but there are also many challenges. This research aimed to establish knowledge about the role and management method of DMO through theoretical study and case based reserches. We conduct literature and field surveys for DMOs in San Francisco, USA, and related tourism organizations to examine the forms of DMOs from multiple perspectives, such as marketing and communities that are the basis for understanding the generation and development of DMOs. We also have been conducting various studies to deepen our understanding of management and innovation on marketing and communities. In addition, the role and management method played by tourism organizations such as DMO in tourism innovation were clarified through theoretical research and case studies.

研究分野：マーケティング

キーワード：観光 DMO ビジネスシステム 市場戦略 経営 マーケティング

1. 研究開始当初の背景

近年のわが国では、地方創生などの一環として、各地でディスティネーション・マネジメント組織 (DMO) の創設が進んでいた。そのなかで、これらの DMO の生成や発展のプロセスはいかに導かれるかについての実証的な解明を日本の観光産業の特性を踏まえて進め、マネジメントの高度化につながる知見を新たに生み出していく必要性が高まっていた。こうした知見は、わが国の観光事業にかかわる企業や自治体や NPO に事業運営上の示唆をもたらすとともに、わが国発の独自の DMO の理論の開発につながっていくと考えられた。

DMO に関わる研究は 1970 年代に始まり、欧米を中心に蓄積されてきた。DMO の中心的な課題のひとつは、観光産業をとりまく広範な地域の利害関係者を共同に導くことであり、特に欧米などの諸外国と比較して地権者が細分化しがちであり、利害関係者が多くなる日本の DMO においてこの課題は重要となると見込まれた。

一方で、これまでの欧米を中心とした DMO 研究は、観光目的地選択と行動、マーケティングとプロモーション、財政、情報システムと調査、メンバーシップと利害関係者、政策と戦略などを主要なテーマとしており、地域の全産業に占める観光産業の構成比の違いが、DMO の生成や発展のプロセスにもたらす影響についての検討は進んでいなかった。わが国をフィールドとした DMO の先行研究においても、先の欧米の研究と同様であり、DMO 研究では、地域の全産業の中に占める観光産業の構成比の違いが、DMO の生成や発展のプロセスにもたらす影響についての検討は進んでいなかった。

地域経済に占める観光産業の構成比には違いがあり、この違いが地域の利害関係の構造を異なったものとするのを考えると、DMO における共同のあり方は、地域ごとに異なったものとなる可能性がある。現実に米国の先進観光都市に見る DMO の共同のあり方は、都市により大きく異なる。本研究では、地域の産業構造、とりわけ観光産業が地域経済に占める構成比の違いが、利害問題の構造を異なったものとし、さらにはそこで DMO に求められる共同のあり方も異なったものとなるのではないかと考え、この状況依存性の問題が DMO の生成や発展のプロセスにおよぼす影響についての探索的研究を米国の事例を収集し、比較検討を行いながら進めることにした。

2. 研究の目的

本研究では、わが国の DMO の今後の運営のための示唆を導き出すために、DMO の生成や発展のプロセスにもたらす影響要因の探索的な解明を目的に研究を進めた。この影響要因として、地域経済に占める観光産業の構成比に着目し、米国の先進観光都市の DMO を対象とした利害調整方式に関する比較事例研究を開始した。しかし、本研究を進めるなかで Covid-19 による観光産業を取り巻く状況の激変に直面することになり、当初の計画通りに比較事例研究を進めることが困難となった。

一方で、この米国の先進観光都市の DMO を対象とした比較事例研究のための調査を進めるなかで、DMO に関わるステークホルダーの広がりや大きさと関係の複雑さが浮かび上がってきた。地域観光の生成や発展のプロセスは幅広いステークホルダーの相互依存的な関係のなかで生まれるものであり、DMO に限定されない地域の観光組織が果たす役割も重要である。地域経済に占める観光産業の構成比は、DMO をはじめとする地域の観光組織の生成や発展のプロセスを左右する数多くの要因のひとつであり、わが国の DMO などの今後の運営のための示唆を導き出すという目的を優先するのであれば、DMO の生成と発展におけるステークホルダーの利害調整のなかでの役割分担の再編や、そこから生まれるイノベーションの問題に注目した調査と分析を優先して研究を進めることが望ましいと考えられた。

本研究の対象となるフィールドに生じた大きな変化と、本研究を進めるなかで生じた課題認識の深化を踏まえて、本研究の目的については、DMO の生成や発展のプロセスにかかわるステークホルダーの利害調整方式の新結合が生み出すダイナミズムの解明へと発展的に移行させ、当初予定していた地域経済に占める観光産業の構成比の違いに着目した米国都市間の比較事例研究に限定しない理論研究と事例研究を展開することとした。

3. 研究の方法

本研究では、文献研究を通じて理論上、方法上の課題を検討し、比較事例研究に向けた調査フレームを確立するとともに、米国の DMO などを対象に、関連する二次的資料の収集と現地でのフィールド調査を進めていた。しかし、Covid-19 による観光産業を取り巻く状況の激変によって、当初の計画通りの調査を進めることが困難となった。

そこで本研究では、上述したように、当初設定していた米国 DMO 間の比較事例研究の枠組みにもとづく分析は断念し、一方で本研究を進めるなかで生じていた課題認識の深化を踏まえて、研究の目的を、DMO の生成や発展のプロセスにかかわるステークホルダーの利害調整方式の新結合が生み出すダイナミズムの解明へと発展的に移行させた。この研究の目的にこたえるには、探索的で多面的な研究の展開が求められる。そこで本研究では、修正した目的のもとで、従前の本研

究の調査において収集してきた二次資料とフィールドデータ、および新たに収集した二次資料とフィールドデータを活用し、事例にもとづく理論問題の検討を進めた。その結果として明らかになった結果については、各種の学会報告や論文、書籍の公刊などを通じて発表を行った。

4. 研究成果

本研究では、DMOの生成と発展をとらえるためのベースとなるマーケティングやコミュニティのマネジメントとイノベーションについての理解を深め、DMOの運営方式の高度化をうながすための施策にかかわる諸検討を理論研究と事例研究を通じて進めた。その結果として、DMOをはじめとする観光組織が、観光イノベーションにおいて果たす役割や運営方式への示唆を導き出し、学会報告や論文・書籍などのかたちで発表した。その主要なポイントと今後のDMOにかかわる研究と実務への示唆を5つの項目に沿って示す。

4- ブランディング、

観光地ブランディングはDMOに広く期待される役割である。本研究では、ブランド理論の生成と発展を振り返ることで、「販促手段としてのブランド」「ポジショニングされるブランド」「資産としてのブランド」という、ブランディング課題の広がりをとらえた。今後のDMO研究においても、こうした課題の広がりや踏まえたブランディングとそのための運営方式の確立が望まれる。

4- アクティベータ

地域の観光資源を旅行者に提供していくうえで課題となるのは、地域住民間の関係が強いほど、住民は地域に閉じがちとなるという問題である。そのなかで、本研究では、地域の人々と関係をつくりながら共生すると同時に、地域の外部への開放度を高める役割を果たすアクティベータが、地域の観光プラットフォーム形成に重要な貢献を果たしていることが、事例を通じて確認された。アクティベータが果たす役割は、今後DMO研究が取り組むべき新たな課題を示唆していると考えられる。

4- エコシステム形成

観光産業の持続的な発展をはかるには、地域における対立する課題をいかに調整していくかが問題となる。健全な観光の発展には、地域を訪れる観光客の拡大を、地域の住民の暮らし、事業者の利害、公的機関の政策などとの調和のなかで実現していかなければならない。さらに地域の外部から新たに観光事業に参加してくる個人や組織が重要な役割を果たすこともある。本研究では今後のDMO研究の発展のためには、地域の観光産業にかかわる複数のプレイヤーの連携の仕組みを高度化していくエコシステムのダイナミックな発展に目を向ける必要があることを、事例を踏まえて提示した。

4- ストーリー・マネジメント

カリフォルニアキューイジーヌの事例などから見えてくるのは、観光資源としての伝統文化の継承は大切であるが、文化の凍結保存ではなく、活力ある地域文化を育てていくことの必要性である。そのためには、歴史的な文化遺産だけではなく、新しい地域文化を醸成し、観光客を引きつけていくストーリー形成の取り組みを進めていく必要がある。スローフードや文化交流といった新たな観光の魅力を醸成し、新しい旅への参加動機にこたえていくためにも、利害関係者の調整を時間のプロセスのなかでダイナミックに組み替えていくことが重要となる。この本研究が事例を通じて導き出した知見は、今後のDMO研究にストーリー・マネジメントという新たな課題を提起する。

4- エフェクチュエーション

観光という産業は、自然災害、そして国際的な政治上あるいは外交上の各種の対立などの影響を受けやすい。Covid-19により日々局面が変わり、予測が困難な事態のなかで、観光事業者のエフェクチュアルな行動が新事業の創出につながっていくことが、本研究では事例を通じて確認された。起業家型のマーケティングとして定式化されてきたエフェクチュエーションは、より広く予測制御が困難な不確実性のもとでの合理的企業行動である可能性であることを示唆する結果といえる。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計41件（うち査読付論文 12件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 10件）

1. 著者名 栗木契	4. 巻 223巻2号
2. 論文標題 エフェクチュエーションと競争戦略の補完性	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 国民経済雑誌	6. 最初と最後の頁 37-47
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 栗木契	4. 巻 146
2. 論文標題 今、トヨタに学ぶ、日本の観光マーケティングの活路	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 12-13
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 栗木契	4. 巻
2. 論文標題 ポスト・コロナへ向けた、観光マーケティングの備え	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 マーケジン	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 栗木契	4. 巻
2. 論文標題 「やむを得ない外出」で会員を増やすカーシェアの使われ方	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 プレジデントオンライン	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 栗木契	4. 巻 147
2. 論文標題 エフェクチュエーションが、なぜ、いま重要か	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 12-13
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 栗木契	4. 巻 148
2. 論文標題 コロナ禍によってマーケティングに何が起きているか	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 12-13
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 栗木契	4. 巻
2. 論文標題 山形の観光農園が「さくらんぼ狩り」を「ネット通販」に切り替えられた意外な背景	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 プレジデントオンライン	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 栗木契	4. 巻
2. 論文標題 「現地に行くよりいい」デンソーの"オンライン工場見学"のすごい評判	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 プレジデントオンライン	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 畢滔滔	4. 巻 Vol.7 No.1
2. 論文標題 オホーツクビールが地域活性化に果たした役割：母体組織と企業戦略の視点から	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 日本マーケティング学会ワーキングペーパー	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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 畢滔滔	4. 巻 第53巻第1号
2. 論文標題 地ビール (クラフトビール) 製造業が地域の活性化に及ぼす影響：先行研究のレビュー	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 立正経営論集	6. 最初と最後の頁 31-64
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 畢滔滔	4. 巻 第53巻第2号
2. 論文標題 地ビールメーカーの戦略に商品イメージが及ぼした影響：オホーツクビールと月と太陽BREWINGの比較分析	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 立正経営論集	6. 最初と最後の頁 21-49
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 柏木千春	4. 巻 48
2. 論文標題 観光における女性のカー市場を拓く、地域を変えるー	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 あしぎん経済月報	6. 最初と最後の頁 8 13
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 柏木千春	4. 巻 第33巻第2号
2. 論文標題 アメリカオレゴン州の観光地経営方式－DMOの先導による協働の仕組み－	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 流通科学大学論集 流通・経営編	6. 最初と最後の頁 37-52
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 Akimitsu Hirota	4. 巻 -
2. 論文標題 Design of Narrative Creation in Innovation: "Signature Story" and Two Types of Pivots	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Bridging the Gap Between AI, Cognitive Science, and Narratology With Narrative Generation	6. 最初と最後の頁 363-376
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.4018/978-1-7998-4864-6.ch012	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 廣田章光	4. 巻 -
2. 論文標題 社会が問題を正しく認識することによるイノベーション 「シェア・イシュー」によるイノベーション促進の可能性	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 日本商業学会 第70回 全国研究大会 報告論集	6. 最初と最後の頁 109-120
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 廣田章光	4. 巻 -
2. 論文標題 デザイン・ドリブン型開発者の投射行動 対話視点による問題発見行動の考察	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 認知科学学会第37回大会論文集	6. 最初と最後の頁 835-841
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 Akimitsu Hirota	4. 巻 -
2. 論文標題 Design the platform for "share issues" and promote innovation	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 ISPIM Innovation Conference 2020 Innovating in Times of Crisis 2020	6. 最初と最後の頁 1-11
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 Kuriki Kei	4. 巻 39
2. 論文標題 Aspects of Marketing for Tourism	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Japan Marketing Journal	6. 最初と最後の頁 3~6
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketing.2020.016	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 Hirota Akimitsu	4. 巻 39
2. 論文標題 Design of a Symbiotic Tourism Platform with Local People: " SATOYAMA EXPERIENCE " and " Activator "	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Japan Marketing Journal	6. 最初と最後の頁 7~19
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketing.2020.017	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 Bi-Matsui Taotao	4. 巻 39
2. 論文標題 How Hippie Farmers and Hippie Chefs Created the Iconic American Slow Food:	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Japan Marketing Journal	6. 最初と最後の頁 20~29
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketing.2020.018	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 Kashiwagi Chiharu	4. 巻 39
2. 論文標題 Formation of the Inbound Tourism Business Ecosystem: The Role of Tour Operators in Hawaii	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Japan Marketing Journal	6. 最初と最後の頁 30~41
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketing.2020.019	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 Kuriki Kei, Mizukoshi Kosuke	4. 巻 3
2. 論文標題 Standardization as a precondition for the coordination of global websites: An empirical study of Japanese companies	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 International Journal of Marketing & Distribution	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) 10.5844/ijmd.3.1_1	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 栗木契	4. 巻 -
2. 論文標題 老舗ブランドの命を救うファンサイトの使い方	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 プレジデント オンライン	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 栗木契	4. 巻 No.144
2. 論文標題 顧客の維持か、創造か	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 16-17
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 栗木契	4. 巻 -
2. 論文標題 若者の車離れに立ち向かう「Anyca」のクルマ愛	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 プレジデント オンライン	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 栗木契	4. 巻 -
2. 論文標題 神戸のセラトンが「温泉&浴衣」になった納得の事情	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 プレジデント オンライン	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 廣田章光	4. 巻 095(1107)
2. 論文標題 デザイン思考と人間中心思考 - イノベーションにおける観察、表現、実験を通じた対話	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 日本冷凍空調学会「冷凍」	6. 最初と最後の頁 4 - 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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 廣田章光	4. 巻 -
2. 論文標題 Pivot chain to create the pairing in Needs solutions pairs" : G-Shock 1st model development by design thinking approach	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 ISPIM Innovation Conference 2019	6. 最初と最後の頁 1 - 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 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 廣田章光	4. 巻 -
2. 論文標題 イノベーションにおける「実験行動」の効果 - プロジェクション（投射）と対話視点による考察	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 日本商業学会 第69回 全国研究大会報告論集	6. 最初と最後の頁 236 ~ 244
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 オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 柏木千春	4. 巻 124 2019年10月号
2. 論文標題 客員研究レポート第43弾「観光による関係人口づくりのコミュニケーション」	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 あしぎん経済月報	6. 最初と最後の頁 8-13
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 石井淳蔵	4. 巻 2018年5月・6月号
2. 論文標題 営業のマネジメント最終回：営業のマネジメントは進化する	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 クオリティ・クラブ 日本科学技術連盟	6. 最初と最後の頁 9-10
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 栗木契	4. 巻 219,3
2. 論文標題 失敗に学ぶマーケティングのロードマップ：エフェクチュエーションの役割	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 国民経済雑誌	6. 最初と最後の頁 45-60
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 栗木契	4. 巻 138
2. 論文標題 経営課題としてのデジタル・マーケティング	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 12-13
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 栗木契	4. 巻 139
2. 論文標題 マーケティングの失敗に、いかに向き合うか	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 12-13
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 栗木契	4. 巻 -
2. 論文標題 6割が男性「家事シェア」が当たったワケ	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 プレジデント オンライン	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 栗木契	4. 巻 36
2. 論文標題 読めない時代の乗り切り方	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 季刊「やく」躍	6. 最初と最後の頁 21-22
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 栗木 契	4. 巻 140
2. 論文標題 付加価値は省くことによっても向上する	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 季刊ひょうご経済	6. 最初と最後の頁 14-15
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 Hirota Akimitsu	4. 巻 -
2. 論文標題 Pivot chain to create the pairing in Needs solutions pairs	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 ISPIM Innovation Conference 2019	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 廣田 章光	4. 巻 -
2. 論文標題 イノベーションにおけるプロトタイピングの効果 対話とプロジェクト (投射) による考察	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本認知科学会第35回大会予稿集	6. 最初と最後の頁 pp.592-597
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 Hirota Akimitsu	4. 巻 -
2. 論文標題 Effect of "prototyping stage" for "Need-Solution Pairs" in design thinking	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 ISPIM Innovation Conference 2018	6. 最初と最後の頁 pp.1-16
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 廣田章光	4. 巻 -
2. 論文標題 ニーズ・ソリューション・ベアズにおけるプロジェクション（投射）プロセスとプロトタイピングの効果	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本商業学会 第68回 日本商業学会全国大会報告論集	6. 最初と最後の頁 pp.127-130
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 -

〔学会発表〕 計17件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 3件）

1. 発表者名 栗木契
2. 発表標題 エフェクチュエーションの役割
3. 学会等名 日本マーケティング学会マーケティングカンファレンス2020 オンライン
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 畢滔滔
2. 発表標題 日本の地ビールメーカーの地域的分布と設立母体組織の特徴：地ビール産業の発展第 1 期を中心に
3. 学会等名 日本マーケティング学会2020
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 廣田章光・黒岩健一郎・吉橋昭夫・小川亮
2. 発表標題 デザイン思考の組織導入実態調査と考察
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合同研究会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 廣田章光・黒岩健一郎・吉橋昭夫・小川亮
2. 発表標題 デザインの企業経営への導入実態と課題
3. 学会等名 日本マーケティング学会カンファレンス リサーチプロジェクトセッション
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 社会が問題を正しく認識することによるイノベーション 「シェア・イシュー」によるイノベーション促進の可能性
3. 学会等名 日本商業学会 第70 回 全国研究大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 デザイン・ドリブン型開発者の 投射行動 対話視点による問題発見行動の考察
3. 学会等名 日本認知学会第37回大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 イノベータのデザイン行動 投射視点による試行錯誤の考察
3. 学会等名 企業家研究フォーラム2020年度年次大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Akimitsu Hirota
2. 発表標題 Design the platform for "sharing issues" and promote innovation
3. 学会等名 XXXI ISPIM INNOVATION CONFERENCE Innovating in Times of Crisis (国際学会)
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 デザイン・ドリブン型開発における対話構造の解明 対話とピボット (Pivot) による考察
3. 学会等名 日本認知学会 第36回大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 実験行動におけるピボットの創造とプロトタイプの効果
3. 学会等名 2019年度 企業家フォーラム年次大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 Design of "Sharing issues" platform by small user innovations : "The restaurant of order mistakes" in Japan
3. 学会等名 Open and User Innovation Conference 2019 (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 Pivot chain to create the pairing in Needs solutions pairs" : G-Shock 1st model development by design thinking approach
3. 学会等名 ISPIM Innovation Conference 2019 (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 鈴木 純、石井 淳蔵
2. 発表標題 未来の社会を支える会社の人財とは
3. 学会等名 一般社団法人価値創造フォーラム21、価値創造リーダー育成塾
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 イノベーションにおけるプロトタイピングの効果 対話とプロジェクション (投射) による考察
3. 学会等名 日本認知科学会第35回大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Hirota Akimitsu
2. 発表標題 Dynamics of "pairing" in " Need-Solution Pairs " - Dialogue and projection by prototyping in product innovation-
3. 学会等名 16th The International Open and User (OUI) Innovation Conference 2018
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 廣田章光
2. 発表標題 問題発見と解決のデザイン ーナルセペダル開発プロセスと創発
3. 学会等名 『企業家研究フォーラム』2018年度年次大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 畢滔滔
2. 発表標題 カウンターカルチャーからメインストリームへ：アメリカ西海岸における有機農業の発展
3. 学会等名 第68回日本商業学会全国研究大会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計9件

1. 著者名 石井淳蔵	4. 発行年 2020年
2. 出版社 碩学d新書	5. 総ページ数 129
3. 書名 経営者のためのブランド経営実践	

1. 著者名 廣田 章光、布施 匡章、仙波 真二、宗平 順己、山縣 正幸	4. 発行年 2021年
2. 出版社 丸善出版	5. 総ページ数 192
3. 書名 DX 時代のサービスデザイン	

1. 著者名 石井 淳蔵、廣田 章光	4. 発行年 2021年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 276
3. 書名 1からのブランド経営	

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 野中 郁次郎、米倉 誠一郎、価値創造フォーラム21 編 石井淳蔵 著	4. 発行年 2019年
2. 出版社 日本経済新聞出版社	5. 総ページ数 248 (177-190)
3. 書名 経営の美德	

1. 著者名 廣田 章光、日経ビジネススクール	4. 発行年 2018年
2. 出版社 日本経済新聞出版社	5. 総ページ数 276
3. 書名 「ごきぶりホイホイ」生みの親 大塚正富のヒット塾	

1. 著者名 田中 道雄、濱田 恵三、佐々木 保幸、稲田 賢次 (分担執筆) 廣田 章光	4. 発行年 2018年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 234 (152-162)
3. 書名 日本社会の活力再構築	

1. 著者名 柏木 千春	4. 発行年 2018年
2. 出版社 碩学舎	5. 総ページ数 252
3. 書名 観光地の交通需要マネジメント	

1. 著者名 石井淳蔵	4. 発行年 2018年
2. 出版社 碩学舎	5. 総ページ数 -
3. 書名 社長！ 御社の営業の不出来を叱る前に...！ 営業を科学的に考える Kindle版	

〔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	栗木 契 (KURIKI Kei) (90294397)	神戸大学・経営学研究科・教授 (14501)	
研究分担者	柏木 千春 (KASHIWAGI Chiharu) (50454749)	流通科学大学・人間社会学部・教授 (34522)	

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	廣田 章光 (HIROTA Akimitsu) (60319796)	近畿大学・経営学部・教授 (34419)	
研究分担者	畢 滔滔 (BI Taotao) (70331585)	立正大学・経営学部・教授 (32687)	

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