

目 次

巻頭言

.....海道 ノブチカ (i)

論 文

ノンメトリック・アンフォールディング (非計量的展開法) へのハイブリッド・アプローチ中西 正 雄 (1)
流通システムの効率化.....石 原 武 政 (23) —流通政策のもう1つの側面—
供給進化とマーケティング対応： ゲーム産業を事例として.....池 尾 恭 一 (41)
「ブランド価値共創」研究の視点と枠組青 木 幸 弘 (85) —S-D ロジックの観点からみたブランド研究の整理と展望—
小売流通の変革とPB戦略.....懸 田 豊 (119)
関係性マーケティングと無償のマーケティングによる 超顧客志向に関する一考察.....井 上 哲 浩 (135)
ブランドらしさの認知構図新 倉 貴 士 (159) —女性誌ブランドのイメージに与える専属モデルとスタイリングの影響—
コンテンツの創造基盤の日仏比較に 関する予備的考察.....川 又 啓 子 (181) —マンガを事例として—
自他の類似性判断の自動性.....澁 谷 覚 (199)
商業教育の変容と商人像.....駒 田 純 久 (219)
自己とブランドの結びつきがブランド・アタッチメントに 与える影響.....菅 野 佐 織 (233)
地域ブランド構築に向けた地域間連携の 可能性と課題.....徳 山 美 津 恵 (261) —観光圏の検討を通して—

危機的環境下における実践的 マーケティングアプローチを求めて……………	圓 丸 哲 麻	(283)
関与概念の整理と類型化の試み ……………	西 原 彰 宏	(305)
日系ラーメンチェーンによる海外での 食材調達システムの構築プロセス……………	川 端 基 夫	(325)
—国境を越えた味の標準化に対する阻害要因—		
消費者行動における覚醒の働き ……………	石 淵 順 也	(343)
—感情研究に基づく検討—		
Web 版サプライチェーン・ゲームの 開発と活用例……………	伊 藤 秀 和	(375)
消費者情報処理モデルの新視点……………	須 永 努	(397)
—消費者情報消化モデルの概要と意義—		

年譜・著作目録