

和田 充夫 博士 年譜・著作目録

〈年 譜〉

- 1944 (昭和19) 年 6 月 27 日 東京都に生まれる
- 1963 (昭和38) 年 3 月 慶應義塾高等学校卒業
- 1967 (昭和42) 年 3 月 慶應義塾大学経済学部卒業 (経済学士)
- 1967 (昭和42) 年 4 月 味の素株式会社 (1972年 6 月まで)
- 1972 (昭和47) 年 6 月 Graduate School of Business Administration, Michigan State University, Master of Business Administration (MBA 経営修士号) 取得
- 1974 (昭和49) 年 9 月 The Pennsylvania State University, College of Business Administration, Teaching Assistant (マーケティング及び小売経営を担当、1975年 6 月まで)
- 1975 (昭和50) 年 9 月 Graduate School of Business Administration, The Pennsylvania State University, Eugene J. Kelley, Dean, Research Assistant (1976年12月まで)
- 1976 (昭和51) 年10月 慶應義塾大学ビジネス・スクール特別研究生 (1977年 9 月まで)
- 1977 (昭和52) 年 3 月 Graduate School of Business Administration, The Pennsylvania State University, Doctor of Philosophy (Ph.D. 経営学博士号) 取得 (学位論文 “An Experimental Study of Relationships Between Lifestyle, Product Attributes, and Brand Choice”)
- 1977 (昭和52) 年 6 月 Graduate School of Business Administration, Harvard University, International Individual Studies

- Program 修了
- 1977 (昭和52) 年10月 慶應義塾大学ビジネス・スクール専任講師
(1978年3月まで)
- 1978 (昭和53) 年4月 慶應義塾大学大学院経営管理研究科専任講師
(1979年3月まで)
- 1979 (昭和54) 年4月 慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授
(1988年3月まで)
- 1984 (昭和59) 年5月 日本マーケティング協会理事 (現在に至る)
- 1988 (昭和63) 年4月 慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授 (2006
年3月まで)
- 2001 (平成13) 年10月 慶應義塾大学アート・センター所員 (2006年3
月まで)
- 2004 (平成16) 年2月 株式会社トップカルチャー取締役 (現在に至
る)
- 2006 (平成18) 年3月 慶應義塾大学大学院経営管理研究科退職 慶應
義塾大学名誉教授
- 2006 (平成18) 年4月 関西学院大学商学部教授
- 2013 (平成25) 年3月 関西学院大学商学部定年退職

[所属学会]

- 日本商業学会 理事1998年5月～2002年5月および2004年5月
～2006年5月、関東部会プログラム・コミティ
委員会委員長1998年5月～2002年5月および
2004年5月～2006年5月、『流通研究』エリア
エディター1999年11月～2001年11月、学会賞審
査委員会委員2000年5月～2002年5月
- 日本広告学会 理事1995年10月～2001年3月
- 日本消費者行動研究学会 会長2000年4月～2001年3月

[受賞]

- 1985 (昭和60) 年度 日本商業学会学会奨励賞 (『ブランド・ロイヤ

1985（昭和60）年度

ルティ・マネジメント』

慶應義塾賞（『ブランド・ロイヤルティ・マネ
ジメント』）

〈著作目録〉

—著 書—

『ブランド・ロイヤルティ・マネジメント』	同文館出版	1984年12月
『小売業のエリア・マネジメント』	同文館出版	1987年 6 月
『小売企業の経営革新』	誠文堂新光社	1989年 4 月
『MBA：アメリカのビジネス・エリート』	講談社	1991年 8 月
『関係性マーケティングの構図』	有斐閣	1998年11月
『関係性マーケティングと演劇消費：熱烈ファンの創造と維持の構図』	ダイヤモンド社	1999年 3 月
『ブランド価値共創』	同文館出版	2002年 7 月

—共 著—

『リーダー企業の興亡：運命か、戦略の失敗か』 (青井倫一、矢作恒雄、嶋口充輝と共著、オールウェイズ研究会編)	ダイヤモンド社	1989年 6 月
『マーケティング戦略』(恩藏直人、三浦俊彦と共著)	有斐閣	1996年 4 月
『インタラクティブマネジメント：関係性重視の経営』(矢作恒雄、嶋口充輝、青井倫一と共著)	ダイヤモンド社	1996年 3 月
『マーケティング戦略 新版』(恩藏直人、三浦俊彦と共著)	有斐閣	2000年 9 月
『ビジネススクール・テキスト マーケティング戦略』(嶋口充輝、池尾恭一、余田拓郎と共著)	有斐閣	2004年 5 月
『マーケティング戦略 第3版』(恩藏直人、三浦俊彦と共著)	有斐閣	2006年 3 月
『地域ブランド・マネジメント』(電通 abic project 編、菅野佐織、徳山美津恵、長尾雅信、若林宏保と共著)	有斐閣	2009年 6 月
『マーケティング戦略 第4版』(恩藏直人、三浦俊彦と共著)	有斐閣	2012年 3 月

——編 著——

『レジャービジネスの経営診断：「遊」空間のマーケティング』 日本経済新聞社 1992年 2月

——共 編 著——

『2010年「小売維新」：自由化、高齢化、情報化で小売業は変わる』(小売経営研究会と共編) 中央経済社 1999年 5月

『マーケティング・リポリューション：理論と実践のフロンティア』(新倉貴士と共編) 有斐閣 2004年 7月

『マーケティング用語辞典』(日本マーケティング協会と共編) 日本経済新聞社 2005年10月

——共 訳 書——

フィリップ・コトラー『マーケティング原理：戦略的アプローチ』(田村昭治監修、上原征彦と共訳) ダイアモンド社 1983年 5月

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング『マーケティング原理：戦略的行動と基本の実践』(青井倫一と共訳) ダイアモンド社 1995年 3月

——監 訳 書——

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング『マーケティング原理：基礎理論から実践戦略まで』 ダイアモンド社 2003年 3月

—— 論文 (テキストを含む) ——

- | | | |
|---|----------------------------|----------|
| 「人的販売における顧客の製品態度の形成プロセス」 | 『keio business forum』 第21号 | 1977年11月 |
| 「多角化戦略パターンのタイポロジ：多角化戦略実証研究の基礎を求めて」 | 『慶応経営論集』 第1巻第1号 | 1979年4月 |
| 「トップマネジメントの認知複雑性と市場環境属性知覚」 | 『慶応経営論集』 第2巻第1号 | 1979年4月 |
| 「認知ブランド・ロイヤルティ構造の解明」 | 『慶応経営論集』 第2巻第3号 | 1981年3月 |
| 「ブランド・ロイヤルティ形成とマーケティング戦略の展開-1-」 | 『慶応経営論集』 第4巻第2号 | 1983年1月 |
| 「米国大規模小売業の戦略と組織革新（流通における組織改革）」 | 『組織化学』 第17巻第2号 | 1983年6月 |
| 「大規模小売業の経営と地域性」片岡一郎先生還暦記念論文集刊行会編『マーケティングの理論と戦略』 | 有斐閣 | 1987年12月 |
| 「現代マーケティングの潮流」「おわりに：ベーシック・コースの歩み」日本マーケティング協会編『マーケティング・ベーシック：基礎理論からその応用実践に向けて』 | 同文館出版 | 1995年7月 |
| 「現代マーケティングの潮流」「おわりに：ベーシック・コースの歩み」日本マーケティング協会編『マーケティング・ベーシック：基礎理論からその応用実践に向けて 第二版』 | 同文館出版 | 2001年3月 |
| 「「笑い」の文化の地域性と消費者の広告コミュニケーション消費の差異：「笑い」広告の効果と機能に対する消費者の育成環境の地域性による影響に関する検討」（三浦俊彦、川又啓子と共著）」 | 『広告科学』 第42巻 | 2001年8月 |
| 「ブランド消費の解説：価値競争時代のマーケティング（特集 マーケティングの新展開）」 | 『生活起点』 第57号 | 2003年2月 |
| 「流通再編：三つの経路（特集 流通再編性：構造改革の方向）」 | 『流通情報』 第415号 | 2004年1月 |
| 「マーケティング研究における取材の技法：成功と失敗の軌跡」小池和男、洞口治夫編『経営学のフィールド・リサーチ：「現場の達人」の実践的調査手法』 | 日本経済新聞社 | 2006年1月 |
| 「コーポレート CSR アイデンティティ作りと地域ブランド化の連携」 | 『商学論究』 第55巻第1号 | 2007年6月 |
| 「消費者行動研究の忘れもの：アート財消費の観点から」 | 『商学論究』 第58号第4号 | 2011年3月 |

—ケーススタディ—

「味の素株式会社：事業多角化」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1983年11月
「株式会社だいこくや：店舗移転戦略」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1984年 6 月
「花王石鹸株式会社：生理用品の発売」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1984年10月
「クオリティアルファ・ストアー店舗戦略の再検討」(共著)	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1985年 9 月
「味の素株式会社(補)：栄養ドリンク事業」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1985年 9 月
「株式会社山田屋：ライフスタイル顧客分析」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1987年 8 月
「ベネトン・ワールドワイド(Ⅰ)」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1989年 8 月
「ベネトン・ワールドワイド(Ⅱ)」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1989年 8 月
「ビー・エム・ダブリュー株式会社：BMW Japan Corp.」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1989年10月
「ユナイテッド・スポーツクラブ エグザス下北沢」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1990年 6 月
「日本の百貨店・アメリカの百貨店」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1990年 7 月
「嵯峨日記：呉服卸売業のチャネル戦略」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1991年10月
「日米宝飾品小売業界の概要」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1992年 8 月
「ティファニー & Co. と三越」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1992年 9 月
「メイキング・オブ・ブロードウェイ」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1995年 7 月
「ソーシャル・コミュニケーション：サントリーと麒麟」(共著)	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1997年 4 月
「佐藤製菓株式会社：一般用医療品販売規制緩和」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	1999年 9 月
「株式会社博多座：福岡市博多区下川端地区再開発事業」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	2000年12月
「株式会社イーオン堂：団塊世代のライフスタイル分析」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	2002年 5 月

「月桂冠株式会社（Ⅱ）：酒類販売規制緩和への対応」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	2003年 6 月
「大阪茶屋町劇場開場 5 周年事業」（共著）	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	2004年 2 月
「四季株式会社2004年の挑戦：キャッツから自由劇場、そして」	慶應義塾大学ビジネス スクール・ケース	2007年 7 月

—その他—

「現代マーケティングの中心課題（巻頭提言）」	『月刊中小企業』第32 巻第8号	1980年 8 月
「小売企業の戦略開発：どのような戦略開発の座視を持つべきか（講演集 いまこそ戦略的転換の時：マーケティング再構築の方向を探る）」	『IDR 研究資料』第110 巻	1990年11月
「関係性マーケティングとは何か：演劇消費とマーケティングの出会い」	『書齋の窓』第484号	1999年 5 月
「改めて、「関係性マーケティング」	『アドバタイジング』 第1号	2000年 7 月
「テーマパークの経営を語る」（座談会）	『三田論評』第1038巻	2001年 8 月
「ビジネス・マネジメントとアートの邂逅（芸術のプロジェクト）」	『Booklet』第11巻	2004年 1 月
「地域再生に向けた攻めの農林水産業（地域ブランドフォーム in AOMORI地域再生の切り札としてのブランド）」（パネル討論）	『日経グローバル』 第17号	2004年12月
「アートが創る成熟した社会（特集 アートをマネジメントする）」（座談会）	『三田論評』第1084号	2005年11月
「慶応ビジネス・スクールは何を伝えてきたか（特集 役立つ経営）」	『月刊経営士』第643号	2005年11月
「「故郷」という発想をベースにして：『地域ブランド・マネジメント』を書き終えて」	『書齋の窓』第589号	2009年11月

ほか多数