教育研究業績書

2025年05月07日

所属： 経営学科　　資格： 教授　　氏名： 高橋　千枝子

研究分野	研究内容のキーワード
マーケティング	サービスマーケティング、女性マーケティング、健康ヘルスケア、フェムテック 、知的生産サービス、リカレント教育
学位	最終学歴
博士（商学）	神戸大学大学院　経営学研究科　博士課程修了

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
1 教育方法の実践例		
1.（ゼミ活動）産学連携フェムテック啓発プロジェクト	2024年7月～2025年3月	関西コレクションとフェムテック・フェムケア先進企業と産学連携によるＺ世代女子に向けたフェムテック啓発プロジェクト。Ｚ世代女子が抱える心と身体の悩みアンケート分析や協力企業からのレクチャーからＺ世代のフェムテックについて学びを深めた。2025年3月2日に京セラドームで開催された関西コレクションで、協力企業５社と高橋ゼミによるフェムテック特設ブースで、ゼミ生作成の啓発冊子やポスター、商品サンプリングなどを通じて、対面でのフェムテック啓発活動を行った。
2.（経営学科科目）西宮ベルン様との産学連携スイーツ開発協力	2023年9月～	経営学科科目マーケティングリサーチで西宮市のパティスリー・ベルン様にご協力頂き、グループに分かれた学生達がインタビューやアンケートをもとにZ世代をターゲットとしたスイーツを企画提案。提案を取り入れた『ひとくち苺のチーズケーキ』や『フラワーデコレーションケーキ』、『LTBサンド』が限定発売された。
3.（ゼミ活動）生理用品無償化実証実験	2022年6月～8月	経営学科の女子トイレにて生理用品ナプキン配布デバイスを設置し、女子大生の生理用品無償の需要把握、実証機器・サービスの満足度・改善点抽出、若い女性特有の悩みの把握調査を実施した。女子大初の取り組みとしてメディアでも大きく取り上げられた。
4.（ゼミ活動）全国ゼミ対抗商品企画コンテスト「Sカレ」	2022年5月～	全国ゼミ対抗商品企画コンテスト「Sカレ（Student Innovation College）」に2022年度より参加。優勝すると商品化権が得られる。商品企画だけでなく、企業交渉、プロモーション、プロジェムトマネジメントまで実践的に学ぶ。高橋ゼミは3期連続でテーマ優勝し、実際に商品化・販売に至った。
5.MUKOJO未来教育プログラムSOAR導入講義	2022年4月6日～	毎年4月に、新入生を対象としたMUKOJO未来教育プログラムSOAR導入講義において「女性の仕事環境とキャリアデザイン」を担当した。女性活躍総合研究所主催。
6.（ゼミ活動）Z世代リサーチプロジェクト	2022年4月～	Z世代女子であるゼミ生が主体となって、様々なテーマでリサーチ（アンケート・インタビュー・フィールドワーク等）を実施して、リサーチ結果を画像や動画としてSNS発信およびレポートとして発表。一年間のリサーチ結果を企業や行政、研究者などに対して最終報告会（対面）にて発表した。2025年4月より４年目。
7.（経営学科実践学習）(株)テイツー・岡山県真庭市との共同プロジェクト『廃校小学校を活用した地域創生・SDGs活動』	2021年9月～2022年2月	歴史的建造物である岡山県真庭市の旧小学校を活用し、地域創生拠点として再生・活用するプランを検討するプロジェクト。現地視察、自治体・地域の方との交流を行い、小学校らしさを生かした活用プランを提案した。活動成果は武庫女スマイルフェスにてポスター発表。2022年4月末に「二川ふるいちマンガ館」としてオープンした。
8.（経営学科実践学習）ホワイト企業訪問調査プロジェクト	2021年5月～2024年12月	経営学科実践学習として、従業員の健康を重視するホワイト企業の訪問調査を他大学教員・学生と合同で実施。毎年夏に、健康経営監督官庁である経済産業省や健康経営銘柄・優良法人などを訪問調査し、12月に調査報告会を実施している。

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
1 教育方法の実践例		
9.（経営学科実践学習）ネスレ様との共同プロジェクト『コーヒーを核とした新しいものを創造するプロジェクト』	2020年9月～2021年2月	本プロジェクトは実践学習科目として実施され、若い人達にどうやってコーヒーをもっと飲んでもらうかについて、グループに分かれて、消費者調査やピッチプレゼン、商品サービス企画、ネスレ様へのプレゼンを行った。活動内容や検討結果をポスターと動画にまとめて、ららぽーと甲子園で開催された「武庫女スマイルフェス」を通じて外部発信した（現地でポスター展示、動画WEB公開）。
2 作成した教科書、教材		
1.マーケティングカードゲーム「推しが尊すぎるので商品開発してみた！」	2023年5月	「推し活」をテーマとしたカードゲーム「推しが尊すぎるので商品開発してみた！」でマーケティングの基本を楽しみながら学ぶもの。経営学科高橋ゼミ生がゲーム・ルールを考え、情報メディア学科ゼミ生がイラストを担当した。
2.20代の武器になる　生き抜く！マーケティング	2022年4月8日	編著書。専門科目「マーケティング戦略論」教科書として、 現在・近未来の消費経済社会に大きな影響を与えるトピックを取り上げ、事例や背景、関連理論を説明する編著書を刊行。
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
		神戸学院大学経済学部（UFJグループ提供講座客員教授）（2002~2005年度） 近畿大学経済学部・経営学部（UFJグループ提供講座客員教授）（2004~2006年度） 京都産業大学外国語学部（UFJグループ寄付講座講師）（2004～2005年度） 桃山学院大学経済学部（三菱東京UFJグループ提供講座講師）（2006年度）
4 その他		
1.月経に関する調査および商品開発に協力	2020年10月	西宮商工会議所会員企業（株）オフィスアンが「月経に関する悩みを解決する新商品の開発」への協力として、本学学生が月経に関する調査に協力した。実際に月経に関する悩み解決商品『ナプラス（ナプキン補助商品）』が発売され、引き続き学生が商品改良に向けたモニターに協力している。

職務上の実績に関する事項		
事項	年月日	概要
1 資格、免許		
1.中小企業診断士	1998年4月1日～現在	
2 特許等		
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
1.シンクタンク勤務（三菱UFJリサーチ＆コンサルティング㈱）	1993年4月1日2022年3月31日	銀行系シンクタンク（三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社）にて、消費財・サービス分野の調査・コンサルティング業務に従事。
4 その他		
1.リカレント教育センター長	2023年4月1日～	卒業生を含む社会人の学び直しとキャリア支援を担う、武庫川女子大学西宮北口キャンパスに誕生したリカレント教育センターに立ち上げ準備から関り、リカレント教育センター長に就任

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
1.20代の武器になる 生き抜く！ マーケティング	共	2022年4月8日	中央経済社	編著者。 （担当執筆） 第1章「市場創造と環境分析」(pp.1-14)

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
2.日本はこうなる2021年	共	2020年11月	東洋経済新報社	第5章「健康ヘルスケア」(pp.61-78) 第7章「顧客関係構築」(pp.95-113) 第8章「シェアリングビジネス」(pp.115-134) 第12章「女性マーケティング」(pp.189-204) （担当執筆）2-8「（フェムテック）女性の社会進出とウーマンズヘルス」(pp.154-155) （内容）フェムテックとは女性の健康課題をテクノロジーによって解決する市場分野・ビジネスである。女性の社会進出でウーマンズヘルスが顕在化しており、月経周期管理アプリ・ツールや女性特有の悩みに特化した売り場がオープンしている。今後は性と生殖にまで踏み込んだ分野への展開が期待できる。
3.１からのマーケティング（第４版）	共	2020年１月１日	（発行所）碩学舎、（出版社）中央経済社	（担当執筆）第10章「顧客関係のマネジメント」(pp.140-152) （内容）アウトドアブランド「スノーピーク」を事例として取り上げ、企業と顧客との良好な関係づくり、ロイヤルカスタマーづくりについて説明している。
4.日本はこうなる2018年版	共	2017年11月	東洋経済新報社	（担当執筆）3-5「（プロシューマーの台頭）消費者発の新たな商品開発の時代へ」(pp.140-141) （内容）目の肥えた成熟消費者の心を捉える商品開発が求められている。今後期待されるのは社外のプロシューマーを活用して、革新性のあるアイディア抽出や商品企画、商品評価に関わってもらう取り組みである。この外部ナレッジ・アイディアを柔軟に活用して商品開発への取り組みは「クラウドマーケティング」と呼べ、可能性は無限大である。
5.プロフェッショナルサービスのビジネスモデル	単	2017年05月	碩学舎	知識・情報社会の進展とともに関心が高まっているプロフェッショナルサービス、その中でもコンサルティングサービスに焦点をあてた分析を通じて、「知識」を核としたビジネスのマネジメントおよびメカニズムを明らかにしている。結論として正当性または逆依存を高めるマネジメントを確立することで、顧客に対して有利なパワー関係を形成していることが明らかになる。補章では日本のコンサルティング産業の発展について考察している。
6.日本はこうなる2017年版	共	2016年11月	東洋経済新報社	（担当執筆）6-1（健康専門業態の登場）糖質制限ブームが火を点ける(pp.176-177) （内容）糖質制限ブームで、スーパーやコンビニ、外食までが低糖質食材・メニューを強化している。今後は売場・メニューの一部だけでなく、店舗全体が健康・ダイエット志向の小売・外食が台頭してくる。その結果、健康格差が生まれるだろう。
7.これからの人と企業を創る健康経営～健康経営評価と企業価値創造	共	2015年08月	NPO法人健康経営研究会	（担当執筆）第3章　新しい健康経営評価指標（pp.78～90） （内容）健康経営は理解から実践のステージに移行しており新しい健康経営評価指標が求められる。健康経営指標の10の視点を提示し、経営ガバナンス・健康マネジメント・健康パフォーマンスから成る新しい健康経営評価指標の全体像および項目を示す。
8.CSV経営による市場創造～CSVアプローチでステークホルダーとのWin-Win関係構築	共	2015年03月	日科技連出版社	（担当執筆）第4章　健康経営とCSV（pp.57～72） （内容）健康経営の全体像を示し、先行企業の健康経営の取り組みを紹介する。そして健康経営の進め方と健康経営指標を提示する。最後に事例としてローソンの健康経営の取り組みを紹介し、社員向けだけでなく地域の健康やビジネスにつなげる新しい取り組みを提示する。
9.日本はこうなる2015年版	共	2014年11月	東洋経済新報社	（担当執筆）3-1（食品）食品の機能性表示改革で市場が急拡大（pp.130～131） （内容）「食品の新機能性表示制度」の概要説明とともに、食品・農業・流通業界などへのビジネスチャンスを予測する。 （担当執筆）4-8（健康経営）データヘルス計画で生産性向上、医療費抑制へ（pp.160～161） （内容）全ての健康保険組合がデータヘルス計画の策定と実施が求められる。健診・レセプトデータに基づいて加入者の健康増進や疾病予防を支援することになり、従業員の健康管理方法が大きく変わる。企業が従業員の健康に投資する「健康経営」時代の本格到来である。
10.日本はこうなる2011	共	2010年11月	東洋経済新報社	（担当執筆）6-3（ブランド）ブランド価値の可視化と企業経営

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
年版				（pp.171～172） （内容）「ブランド」は企業競争力を形成する重要な経営資産にも関わらず、これまで財務諸表には現れてこなかった。しかし国際会計基準の進展により、ブランドを含む無形資産の可視化が求められるようになる。
11.「肥満解消」マーケティング～成長市場を攻略する７つのSと６つのC	共	2009年04月	日本経済新聞出版社	（担当執筆）第1章　日本人と肥満（pp.13～29） （内容）公表値より日本人の肥満度合を示し、アンケート調査結果より男性と女性のダイエットに対する考え方の違いを明らかにする。またヒット商品から肥満解消マーケット史を示すとともに、メタボリックシンドロームとダイエットの違いを説明する （担当執筆）第2章　６つのフレーム（pp.31～97） （内容）肥満解消ビジネス市場の全体像と市場規模推計を示す。そして肥満解消ビジネス攻略の為の６つのＣを提示し、各Cの意味と手法を説明する。最後にクラスター分析につながる因子を説明する。
12.健康・予防ビジネス事業戦略資料	共	2008年10月	綜合ユニコム	（担当執筆） 第1章 医療制度改革とメタボリックシンドローム対策（pp.5～21） （内容） メタボリックシンドロームの定義や国際比較、日本の肥満状況について整理する。医療制度改革における特定健診・保健指導制度の位置付けを説明し、本制度の導入背景や制度概要、現状と課題について言及する。
13.高くても売れる！７つの法則　～平成ニューリッチとラグジュアリー・マーケティング	単	2006年05月	ダイヤモンド社	経済変化とともに台頭したニューリッチ（新興富裕層）の実態とともに、彼らを顧客としてつかむための７つのマーケティング法則を提示している。ニューリッチの全体像を明らかにして、ニューリッチを掴む法則として、クラシフィケーション、コミュニティ、ステップ・バイ・ステップ、アウトソーシング、プライオリティ、テーラーメイド、リセットの「高くても売れる！７つの法則」を提示する。
14.（図解）健康業界ハンドブック	単	2004年07月	東洋経済新報社	急成長する「健康産業」をビジネスの視点からわかりやすく分析している。健康食品やマッサージ、フィットネスなど幅広い業界事例、健康ビジネスの俯瞰図、主要業界の仕組みを解説している。そして健康ビジネスの将来収益モデルとして、具体的事例を交えながらネット化・在宅化・会員化の３つを提言している。最後に健康ビジネスでの成功の鍵を紹介している。
2 学位論文				
1.コンサルティングサービスのビジネスモデル	単	2010年03月	神戸大学（博士論文）170頁（査読有）	プロフェッショナルサービスその中でもコンサルティングサービスに焦点をあてた分析を通じて、「知識」を核としたビジネスのマネジメントおよびメカニズムを明らかにしている。前半は先行研究レビューよりファームタイプによる異なるマネジメントの存在に着目し検証課題を導き出す。後半のケーススタディより正当性または逆依存を高めるマネジメントの確立により顧客に対して有利なパワー関係を形成していることが明らかになる。プロフェッショナルサービス特有のパワー資源である専門性・情報（第1の資源）に続く、第2のパワー資源の重要性を指摘する。
3 学術論文				
1.2022 年度新入生対象 SOAR 導入講義とジェンダーに関するア ンケート調査結果	共	2024年3月15日	武庫川女子大学女性活躍総合研究所紀要，2号,2024, pp.17-31.	武庫川女子大学の2022 年度新入生全員を対象に“MUKOJO 未来教育プログラムSOAR” の導入講義が行われた。この資料はその際に実施されたアンケート調査結果をまとめたものである。アンケートは SOAR 導入講義に対する評価と感想を尋ねるとともに、 ジェンダーやセクシュアリティ，将来のキャリアプランなどについて尋ねている。新入生が現在もっている認識の程度を知り、今後の“MUKOJO未来教育プログラムSOAR” や大学全体の教育、学生支援に役立てるためのものである。
2.ジェンダー，キャリアデザイン，ライフプランの意識調査 2022―MUKOJO 未来教育プログラム SOAR	共	2024年3月15日	武庫川女子大学女性活躍総合研究所紀要，２号,2024, p17-31.	2022 年度武庫川女子大学入学生を対象に実施されたオンライン意識調査から、ジェンダー・キャリアデザイン・ライフプランに関する結果をまとめる。新入生は女性に関するジェンダー・ステレオタイプを克服する兆しだけでなく、大学生活を通したキャリア教育に前向

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
3 学術論文				
の始動によせて―				きな姿勢を示していた。また約3 割が常勤で働き続けたいと回答したが、約4 割がライフイベントを契機に退職を想定しており、再就職における雇用形態のばらつきにみられるように、既に多様なライフ プランを描いていた。人々の働き方に対する価値観・意識が劇的な変革期を迎えている現在、「MUKOJO未来教育プログラムSOAR」による教育がどのような影響を及ぼすのかは未知数である。本学における教育効果の検証には今後も調査を継続し、新たな時代の武庫女生像を捉えていくことが求められる。
3.社会人女性のリカレント教育ニーズに関する調査分析―武庫川女子大学卒業生アンケート調査結果より	単	2022年12月23日	武庫川女子大学女性活躍総合研究所紀要,1号(2022),pp.23-35.（査読有）	女性のリカレント教育の充実が大学等に期待される中，武庫川女子大学（学院含む）卒業生を対象としたアンケートを通して，社会人女性のリカレント教育に対するニーズを明らかにした．本学卒業生の学び直し意欲は高く，出身学科関連分野に加えて，ビジネスや統計，情報，マネジメント分野にも一定のニーズがあった．対面授業より遠隔授業を希望し，キャリアカウンセリングや職業紹介など具体的な就業支援を求めていた．今後，本学がリカレント教育に取組むにあたり，効果的で魅力あるプログラムと体制構築，ターゲットの絞り込み，提供カリキュラム・プログラム選定及び学内リソース活用，実益あるキャリアサポート，IT・デジタル対応の推進などの課題について検討した．
4.マネジメントファッションの普及プロセス ― 「健康経営」の事例研究 ―	単	2019年10月	日本マーケティング学会,Conference Proceedings 2019,Vol.8,pp.190-191.（査読有）	マネジメントファッションとは流行性を持った経営手法のことである。経営手法は服飾ファッションの流行のように模倣によって普及する場合もあれば，制度や法律など制度的圧力によって普及する場合もある。本研究では近年注目されている「健康経営」に焦点をあてて，経営手法の供給側と需要側の両面から，テキストマイニング分析などを用いて普及プロセスを考察した。健康経営は普及プロセスにおいて訴求内容を変容させながら進化しており，その過程ではマス雑誌やマネジメントグルが大きな役割を果たしている。また健康経営は流行として普及し始めたが，行政主導の制度が更なる普及の後押しになった。その後，生産性向上や働き改革としての健康経営が訴求されたが，需要側は制度的圧力にとらわれ続け，制度導入が目的化している可能性がある。
5.健康経営ブランディングーサンスターの「健康道場」の取り組みー	単	2019年6月28日	日本マーケティング学会,マーケティングジャーナル,39(１),pp.119～130.（査読有）	従業員への健康投資により企業価値向上を実現する経営スタイルとして健康経営が注目されている。サンスターは健康経営の取り組みそのものからイノベーションを生み出し企業価値向上に活かしてきた。同社の取り組みには，従業員の健康増進とその健康メソッドを活かしたビジネス創出を両立するCSVの視点と，モノ（健康道場ブランド）とサービス（健康メソッド）とを一体化して価値共創するサービス・ドミナント・ロジックの視点がみられる。
6.女性の視点を経済社会に活かすー女性活躍国アイスランドの事例よりー	単	2019年3月	武庫川女子大学紀要（人文・社会科学編），Vol.66,pp.53-58.	世界における日本の女性活躍は遅れている。女性活躍国アイスランドはリーマンショックで経済危機に陥り、リスクを鑑みず競争を重視する男性的価値感が批判され、女性首相が政治経済への女性進出を推進し、金融危機後の経済復活に貢献した。女性の視点・価値観を経済社会に活かすことを提言した。
7.日本のマネジメントファッションの流行に関する考察～環境経営を事例として	単	2018年10月	日本マーケティング学会,Conference Proceedings 2018,Vol.7,pp.294-304.（査読有）	マネジメントファッションとして「環境経営」を取り上げ、日本独自のマネジメントファッションの流行プロセスを考察した。結論としてマスメディアとアカデミックだけでなく、協会団体と大企業のオウンドメディアも環境経営の流行に一定の役割を果たすことが明らかになった。またセミアカデミックの役割は小さく、日本のMFの流行の特徴といえる。
8.「女性の視点」とは何かー女性起業家による,働く女性のためのビジネスの創造と共感構造ー	共	2017年09月	日本マーケティング学会,マーケティングジャーナル,37(2),pp.33～54.（査読有）	（担当執筆）Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ・Ⅳ① （内容）「女性の視点」を基礎的に整理し、「女性の視点」を活かすマーケティングについて、女性起業者による「働く女性」向けビジネス事例を通じて考察している。働く女性の悩みを合理的かつ革新的なサービスで問題解決するとともに、顧客からの共感を生み出しながら，関係性を強固に構築する取り組みがみられた。
9.経営視点で取り組む「真の健康経営」に	単	2017年07月	三菱UFJリサーチ＆コンサルティン	近年注目されている健康経営の政策および企業成果状況の考察とともに、健康経営の取り組みを企業価値向上につなげるフレームワー

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
3 学術論文				
向けて			グ,季刊 政策・経営研究,Vo3.1,pp.48～53.（査読有）	クを提言している。健康経営の真の目的である企業競争力・企業価値向上の実現まで至っておらず、今後はいるとはいえず、今後は従業員から顧客、地域社会の健康増進にまで取り組む経営視点での企業ブランド向上を提言する。
10.少子高齢化社会を勝ち抜くビジネスモデル～サンキュードラッグの事例をもとに～	単	2009年01月	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング,季刊 政策・経営研究,Vol.1,pp.129～143.（査読有）	少子高齢化の実情を説明し、その中での生き残り策の事例として、北九州サンキュードラッグの狭小商圏型の地域密着戦略の事例分析を紹介し、新たなビジネスモデルの可能性を提言する。
11.次世代型の健康ビジネスモデル	単	2005年04月	UFJ総合研究所, UFJ Institute report, 10(3), pp.3～8.（査読有）	健康ビジネスは本格的な価格・サービス競争で絞り込まれ、目標達成型やパーソナル対応といった顧客適応型ビジネスモデルの生き残り策を提言する。
12.21 世紀のダイレクト・マーケティング～IT時代の流通変革	単	2001年04月	三和総合研究所, SRIC report, 6(2),p.52～57.（査読有）	IT化の急速な進展によるダイレクトマーケティングが注目されている。これまでとは異なる新しいダイレクトマーケティングの概念と成功ポイントを解説している。
13.ドラッグストア時代の店頭マーケティング戦略	共	1997年02月	三和総合研究所, SRIC report, 2(2)（査読有）	（担当執筆）メーカーの具体的取り組み事例(pp.5～10.)（内容）成長業態ドラッグストアの概要と、メーカーが店頭でいかにシェアアップしていくかについて店頭マーケティングの具体的な戦略について提言している。
その他				
１．学会ゲストスピーカー				
1.繊維学会研究委員会	単	2023年3月1日	第56 回「感性研究フォーラム」講演会　テーマ「感性とフェムテック」	講演会テーマ「感性とフェムテック」に関連して、『フェムテックの可能性～武庫川女子大学での取り組みを通じて～』について発表した。
２．学会発表				
1.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	単	2024年10月13日	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2024、法政大学	『サスティナブルに長く使える就活ファッション』テーマにポスター発表。
2.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	単	2022年10月16日	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2022、法政大学	『フェムテックの可能性を探る～女子大での生理用品無償化実証実験より～』テーマにポスター発表。ベストポスター賞を受賞。
3.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	単	2019年10月	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2019、法政大学	マネジメントファッションの普及プロセス ― 「健康経営」の事例研究 ―
4.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	単	2018年10月	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2018、早稲田大学	日本のマネジメントファッションの流行に関する考察～環境経営を事例として
5.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	共	2016年10月	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2016、早稲田大学	女性活躍推進とマーケティングの可能性
6.日本商業学会　第66回全国研究大会	単	2016年06月	学会抄録,pp.25～34.（査読無）	CSVと健康経営ブランディング
7.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	共	2015年11月	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2015、早稲田大学	女性を切り口としたマーケティングの未来と可能性の探求

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
２．学会発表				
8.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	単	2015年11月	学会抄録,pp.323～330.（査読有）	プロフェッショナルサービスの 知識創造に関する考察
３．総説				
４．芸術（建築模型等含む）・スポーツ分野の業績				
５．報告発表・翻訳・編集・座談会・討論・発表等				
1.（寄稿）2025年これからの消費動向と販売スタッフの役割	単	2025年3月1日	販売員と女性の応援メディア『Cheer Up』	「2025年これからの消費動向と販売スタッフの役割」について寄稿。
2.（インタビュー記事）女性支援とリカレント教育の可能性	単	2025年2月7日	パフォーマンスマネジメント支援サービス「コチーム」サービスサイト	リカレント教育センター長としてインタビュー記事「女性支援とリカレント教育の可能性～ライフステージを越えて活躍するために～」が掲載。
3.（寄稿）デジタルシフトによる 組織的購買のパラダイム変化	単	2024年12月1日	BtoBコミュニケーション　2024年12月号	コロナ禍から生まれたマーケティングの新しい潮流として、デジタルシフトによる組織的購買のパラダイム変化について寄稿。
4.（ファシリテーター）ダイバーシティ研究環境実現イニシアティブ（女性リーダー育成型）キックオフシンポジウム		2024年2月16日	主催：武庫川女子大学女性活躍総合研究所 場所：武庫川女子大学マルチメディアホール	令和5年度文部科学省科学人材育成費補助金事業「ダイバーシティ研究環境実現イニシアティブ（女性リーダー育成型）」取組機関として選定されたことを受け、キックオフシンポジウムを開催しました。私立大学で唯一、また、女子大学で唯一、機関選定された意義に鑑み、「女性大学における次世代女性リーダーの育成」に焦点をあて、基調講演とパネルディスカッションを行い、ファシリテーターをつとめた。
5.健康経営を企業価値向上につなげる3ステップ	単	2023年4月1日	日本の人事部LEADERS（リーダーズ）,Vol.11,p116.	健康経営を企業価値向上につなげる3ステップについて寄稿。
6.（冊子）2021年度リカレントアンケート報告書	共	2023年2月3日	武庫川女子大学女性活躍総合研究所	卒業生を対象としたリカレント教育ニーズ調査を実施し、調査結果を冊子にまとめた。
7.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『たねや』	単	2023年1月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,101号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、自然に学ぶ集いの場「ラ コリーナ近江八幡」を運営する、株式会社たねやCEOのインタビュー記事を掲載。
8.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『hakken』	単	2022年10月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,100号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、乾燥野菜でフードロス削減に取り組む、株式会社hakken経営者のインタビュー記事を掲載。
9.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『大興印刷』	単	2022年7月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,99号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、商業印刷からカードやゲーム製作へ進出する、大興印刷株式会社社長のインタビュー記事を掲載。
10.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『ビーイング』	単	2022年4月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,98号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、音楽シーン牽引し、多方面で才覚発揮する、ビーイング創業者のインタビュー記事を掲載。
11.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『Jパックス』	単	2022年1月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,97号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、段ボールベッドで避難所の環境改善に取り組む、Ｊパックス経営者のインタビュー記事を掲載。
12.（発表）爪噛み癖に	単	2021年11月	プレスリリース	経営学部学生が、子どもの爪噛み癖を改善するためのマニキュア

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
５．報告発表・翻訳・編集・座談会・討論・発表等				
関する共同調査結果を公開		5日		「かむピタ」を販売する(株)イロドリと、大人の爪噛み癖に関する共同調査を実施し、調査結果をプレスリリースとして公開した。
13.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『奥伊吹観光』	単	2021年10月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,96号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、客目線の設備投資で人気スキー場に、地域活性化にも取り組む奥伊吹観光経営者のインタビュー記事を掲載。
14.（インタビュー記事）マーケティングで活路を開く『シコメルフードテック』	単	2021年7月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,95号,p4-5.	関西注目企業を取り上げる特集で、飲食店の仕込みを代行するシコメルフードテック創業者のインタビュー記事を掲載。
15.（発表）ジャニーズ”推し”グッズのリユース実態調査に協力	単	2021年4月23日	武庫川女子大学経営学部サイト	本学学生を対象としてジャニーズ”推し”グッズのリユース品の消費動向調査に協力し、調査結果を発表した。
16.（寄稿）コロナ禍による今後の消費動向	単	2021年1月28日	販売員と女性の応援メディア「CheerUp（チアアップ）！」	コロナ禍によって、テレワークやステイホームによる巣ごもり消費という新しい消費動向が生まれ、丁寧な暮らしへの回帰がみられる。またコロナ禍以前からの消費変化として、自分らしさにこだわるパーソナライズ化を重視する傾向が加速している。今後はIT・ATを活用した消費行動やクラウドファンディングなど利他的な消費行動も増えるだろう。有店舗は無店舗・遠隔では体験できない特別な顧客体験を提供しなければならない。
17.（寄稿）女性の健康課題解決ビジネス～フェムテックの可能性～	単	2020年12月	株式会社ハル広報誌「ハルがきた」vol.7	フェムテックとは女性の健康課題をテクノロジーによって解決する市場分野・ビジネスである。女性の社会進出とともに顕在化しており、女性の健康課題解決は社会課題である。PMSに悩む女性をサポートするツールや女性の悩み解決をテーマとした売り場がオープンしている。日本は欧米に比べるとフェムテックの展開は遅れている為、今後の拡大が期待される。
18.（書評）中川悠著『カイタイ新書　何度も「買いたい」仕組みの作り方』	単	2020年10月15日	日本マーケティング協会「JMA Marketing View」,92号,p8.	日本マーケティング協会季刊誌において左記文献書評を掲載。
19.（発表）女子大生のニューノーマルを読む	単	2020年6月24日	武庫川女子大学プレスリリース	本学学生を対象にコロナ禍による消費動向と価値観の変化について緊急アンケートを実施し、調査結果をまとめた。
20.健康経営と企業価値創造		2020年2月14日	西宮市・西宮商工会議所主催「これからの人と企業を創る健康経営セミナー」	西宮市内企業を対象に、健康経営とは何か、健康経営の進め方、健康経営の事例紹介、健康経営を企業価値・ブランド向上につなげるために、について講演を行った。
21.女性が変わると、市場が生まれる		2020年2月7日	株式会社ハル主催、女性マーケティングセミナー	女性マーケティングに関心のある企業担当者を対象に、女性市場の変化とマーケティング、特に女性の消費行動の変化や、市場における女性消費者の重要性、女性視点・感性の活かし方について講演を行った。
22.なぜ女子大に経営学部なのか？		2019年12月	逸品塾（第１２回全体会議）ゲストスピーカー	近年の女性活躍推進の動きは女性にとって追い風である一方、多くの女性が担ってきた事務サポート業務はＡＩやＲＰＡに代替されていきます。女性を取り巻く環境変化の中、女性の育成に女子大はいかに関わるかについて、女性活躍と女性の視点から講演を行った。
23.女性起業家から学ぶ起業という選択肢		2019年11月19日	兵庫県阪神南県民センター・公益財団法人尼崎地域産業活性化機構	起業に興味のある若者を対象に女性起業家（ふたごじてんしゃ代表取締役中原美智子氏）をゲストに招聘し、ファシリテーターとして中原社長とのトークセッションを実施した。
24.女性の心をつかむマーケティング		2019年8月	みなと銀行主催「みなとマネジメ	事業後継者・若手経営者を対象に、マーケティングの基本と女性の心をつかむマーケティングのヒントについて講義を行った。

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
５．報告発表・翻訳・編集・座談会・討論・発表等				
			ントスクール」	
25.西宮市の食品・飲料産業活性化策に関する考察	共	2019年2月	研究成果社会還元促進に関する発表会、武庫川女子大学	健康に資する飲食料品産業を西宮市の基盤産業と位置付け、市と産業界の共同研究機関設立の波及効果を分析した。西宮商工会議所会員（飲食料品製造）を対象に施設利用意向アンケートを実施し、産業連関表を用いて共同施設設置の経済波及効果を算出した。
26.健康経営と企業価値創造	単	2018年７月～9月	アフラック生命主催セミナー	健康経営の概要と先進事例の紹介、健康経営の進め方、健康経営を通じた企業価値創造への展開について講演を行った。
27.健康・ヘルスケア業界等の現状と今後	単	2018年5月	横浜市経済局・健康福祉局主催（よこはまウェルネスパートナーズ総会）	健康・ヘルスケア業界等の現状と今後について講演。
28.３年目を迎えた機能性表示食品制度の市場性と企業が取り組むべき課題	単	2017年04月	健食原料OEM展2017（ヘルスケアビジネスマガジン社主催）	健康原料関連企業を対象に、 機能性表示食品制度の市場性と今後の可能性について講演を行った。
29.「安心の子育て・介護の実現に向けて」シンポジウム（パネラー）	共	2017年04月	政策分析ネットワーク主催	子育て・介護の実現に向けた具体的施策について、官公庁やマスメディアなどの担当者とともに、パネルディスカッションを行った。
30.「健康経営×企業価値創造」シンポジウム	共	2016年05月	政策分析ネットワーク主催	健康経営による企業価値創造をテーマとして、経済産業省や健康経営先進企業担当者などをパネラーとしてお呼びし、パネルディスカッションのファシリテーターを行った。
31.「生活サービス産業」シンポジウム（パネラー）	共	2016年01月	政策分析ネットワーク主催	生活サービス産業の動向と可能性について、官公庁や経済団体などのパネラーとともに討議を行った。
32.健康経営評価指標	共	2015年05月	健康経営フォーラム（NPO法人健康経営研究会）	企業の健康経営の取り組み状況を把握する為の健康経営評価指標の概要について講演を行った。
33.コーズマーケティング（パネラー）	共	2014年10月	最新コーズマーケティングセミナー（宣伝会費主催）	コーズリレイテッドマーケティングに取り組む企業担当者とともにコーズマーケティングの最新動向と可能性についてパネルディスカッションを行った。
34.コーズマーケティング（パネラー）	共	2013年04月	最新コーズマーケティングセミナー（宣伝会費主催）	コーズリレイテッドマーケティングをテーマとしたシンポジウムで実際に取り組んでいる企業担当者とともにパネルディスカッションを行い、コーズリレイテッドマーケティングの可能性について討議した。
35.健康ビジネス徹底分析	単	2013年04月	レジャー＆サービス産業マネジメントセミナー2013（綜合ユニコム主催）	レジャー・サービス事業者・専門家を対象に、健康ビジネスの全体像及び注目ビジネスについて講演を行った。
36.健康マーケットの全体像とビジネスチャンス	単	2012年04月	健康ビジネスフォーラム2012（綜合ユニコム主催）	健康ビジネスに関わる企業・専門家を対象に、健康ヘルスケア市場の全体像とビジネスチャンスについて講演を行った。
37.健康ブランディング～成長市場の全体像と攻略	単	2012年04月	日経消費経済セミナー（日本経済新聞社主催）	健康ヘルスケア業界の全体像と注目ビジネス、さらに健康ビジネスによってブランドを高める方法について講演を行った。後半は出席者とのディスカッションを行った。
38.健康サービス市場の動向とビジネスチャンス	単	2012年03月	FUKUOKAビジネスセミナー（福岡県主催）	健康サービス市場の近年トレンドとビジネスチャンスについて講演した。
39.医療・介護・健康関連産業の動向とビジネスチャンス	単	2010年10月	西日本国際福祉機器展（九州市産業経済局主催）	医療・介護・健康関連産業の近年トレンドとビジネスチャンスについて講演した。
６．研究費の取得状況				

学会及び社会における活動等

学会及び社会における活動等	
年月日	事項
1.2024年1月1日～	日本マーケティング大賞選考委員（日本マーケティング協会）
2.2020年8月～10月	西宮商工会議所起業家支援センター企画委員
3.2019年2月～2019年3月	兵庫県阪神南県民センター「若者の創業促進ネットワーク会議」委員
4.2015年1月～現在	日本マーケティング学会常任理事
5.2003年10月～2004年03月	日本経済新聞社主催「大阪の経済学」研究会メンバー