教育研究業績書

2025年05月07日

所属： 経営学科　　資格： 准教授　　氏名： 西口　智美

研究分野	研究内容のキーワード
マーケティング、広告、戦略、ブランド	消費者調査、ブランド、コミュニケーションデザイン、マーケティング活動、企業戦略
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.高校生向けの啓発グッズ開発【実践学習指導】	2022年6月9月	兵庫県県民生活部生活安全課消費政策班から依頼した「高校生向けの啓発グッズ開発プロジェクトを指導しました。 高校生に思わず使いたくなる「グッズ」や環境に配慮した「素材」で考案し、悪質商法への注意喚起スローガン「相手の意図を見透かそう」にかけて「半透明で透ける付箋（紙素材）」に「消費者ホットライン188」へ相談する場面を記載した啓発グッズを作製し、18歳で成人となる兵庫県内の高校３年生全員（約４万３千人）に配布する。
2.地域貢献型【実践学習指導】	2022年5月7月	2022年前期の経営学部2，3年生14名の実践学習プロジェクト指導教員として、「西宮市の貝類館の魅力をもっと広く知ってもらい、来場客を増やす」ためのPR企画の指導を行いました。活動は主に以下の流れで進めてきました。 ①貝類館実践課題説明と講義 ②チーム課題発表、調査票作成 ③貝類館訪問見学 ④貝類館調査実施 ⑤調査結果による企画立案 ⑥中間発表 ⑦企画書の修正、内容レベルアップ ⑦最終プレゼン　7月29日西宮市貝類館 この実践学習を指導した成果として、女子大生の目線で西宮市貝類館の魅力を再発見し、再定義することによって、西宮市の「教住宅都市」のブランドイメージ向上に貢献すること。そして、貝類館のような化芸術を広く深く浸透させることで、西宮市民のまちへの愛着を深めることに貢献することが見込める。
3.課題解決型【実践学習指導】	2022年4月15日2023年3月15日	株式会社 日比谷花壇から依頼した課題「若い世代の花離れに対して、花文化の普及や新たな需要の創出に向けた取り組みを提案してほしい」について、12名参加の大学生実践プロジェクトを設計し、内容と進行を指導しました。 前期　花文化の新価値創造（４～７月） ①業界理解：企業からの講義、花業界の現状と課題分析 ②市場調査：学生チームによる市場調査と消費者インタビュー ③消費者調査：若者の花文化への意識調査 ④複眼的な新提案：企業責任者への12名４チームプレゼン ⑤花文化体験：企業見学訪問、花束作り体験 後期　花文化の普及活動（11～3月） ①花文化普及イベント施策案の作成 ②日比谷花壇×神戸阪急への2チーム提案 ③イベント制作物の共同企画 ④日比谷花壇×神戸阪急春祭のイベント実施
4.社内人材育成講師「実践マーケティング基礎」	2016年10月から2018年6月	中国の大手企業でマーケティング本部長から副社長に

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		
		昇進したことをきっかけに、社内人材育成プログラムの講師を務めた。基礎理論と演習課題の両方を取り入れた即戦力を高める講習方法を使った。講義の中、マーケティングの基礎理論をまず解説した上、その理論に関わる実践課題を提示する。そして受講社員をチームに分けて、所定時間内で答えを見つけ、チーム発表をしてもらう。スケジュール管理、問題解決力などの評価軸で優勝チームを選び、賞品も配る。こうした教育方法は社員の考える力を育成すると同時に、緊張感、チームワーク力、仕事へのモチベーションを高めるには、非常に有効だと実感した。このようなビジネス現場での効果的な人材育成方法を大学生教育にもバランスよく活用し、18歳成人という社会要請に答え、早期に学生に責任感と実行力を身に着けてもらう教育指導を行っている。
5.サンケイリビング文化教室土曜日講座　「中国語と文化を学ぶ」講師	2011年2月16日から6月26日	社会人が週末に外国語を学ぶニーズに応じて、語学力向上に「学ぶ楽しさ」を付け加えた教育を行ってきた。中国語を軸に、料理、旅行、地域文化、日中両国の違いなども教える講座として生徒に人気だった。楽しいクラスの雰囲気が生徒間の交流も促進し、学友の絆が今でも続いている。
6.クライアント勉強会でファシリテーション講習方法の導入	2011年2月15日から2011年6月20日	株式会社電通西日本で勤務していた時、地域のクライアントである金沢名鉄エムザ百貨店の幹部達を対象に、消費者調査及びブランドの勉強会を行い、ファシリテーションという講習方法を導入することによって、意見が異なる幹部達の合意と新しいコンセプトの抽出に導いた。このコンセプトを元に百貨店のブランドリニューアルが実現できた。 ファシリテーションというビジネス現場で活用される手法は、立場や視点などが異なる受講者の考えの良さを引き出すことができ、チームの合意を形成するには、非常に有効だと感じた。教育現場においても、学生の考える力を育成する良い手法として、グループワークや演習講義に活用している。
7.電通ＩＴデータバンクの利用推進委員及び社内講師	2008年1月15日から2008年10月30日	電通東京本社で開発されたITデータバングを学習し、そのシステム推進委員として電通西日本各支社への導入講師を務めた。各地域支社社員の聴講レベルを考慮しながら、全国標準教材の地域応用版を自ら工夫して開発した。地域の一般社員にとって、難しそうなデータツール、それを仕事に活用できる場面を身近な具体例で示した講義が非常に分かりやすいと社内で評価された。そして、社員達に操作説明だけではなく、具体的な課題を与え、ITツールで問題解決の利便性を実感させることで運用能力を高めたことが好評であった。
8.神戸大学大学院経営学研究科ティーチングアシスタント、コーチング教育方法の実践	2002年3月から2007年3月	神戸大学大学院博士課程に在学した5年間、学生アルバイトで校内のティーチングアシスタントを務めた。研究の傍らで、校内の試験監督をはじめ、大学院進学希望者への受験指導、教授のマーケティング講座、ＭＢＡ教育プログラムなどの講義のティーチングアシスタントを務めた。講義における学生の宿題配布、回収、採点、問題回答などを対応しながら、留学生の論文作成も指導した。この指導経験から、最先端の研究をする教授達の努力に励まされた一方、学生に近い目線で教育を行う大切さも実感した。コーチング教育方法を自ら研鑽し、学生それぞれが持つ良さを伸ばせるように心がける指導をした。
2 作成した教科書、教材		
1.【１からのブランド経営】の共同執筆	2021年5月14日出版	ブランド・ヒストリーを通して「ブランド経営」を学ぶ。顧客がそのブランドに触れるたびに生まれる「体験」を管理し、継続的に成長させることが企業の経営

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
2 作成した教科書、教材		
		に不可欠だ。ブランドの特性を理解し、特性を積極的に活かした経営をすることを本書では「ブランド経営」と呼ぶ。不透明な時代、そしてデジタル技術の活用が求められる時代にこそ、ブランドを中心に据え、長期継続的に独自の顧客体験を実現、発展させていく「ブランド経営」が求められている。本書は、「ブランド経営」を理解するため次の2つの特徴を有する。 1)ブランド経営を実践する企業のブランド・ヒストリーを通じて理解する「ブランド経営」2)ブランドとマーケティングの関係、ブランド・ポジショニング、ブランド・スタイルの3の視点から理解する「ブランド経営」
2.「実践マーケティング基礎」講座教材の作成	2016年10月	勤務先の中国人社員の専門能力を高めるために、「実践マーケティング基礎」という教材を自ら作った。この教材は消費者調査、新商品開発、ブランド構築、コミュニケーションデザイン、広告メディア、プロモーション活動、営業開拓、CRMシステムの基礎理論から構成される。社員達のマーケティング専門性と即戦力を養成する社内教材として、職場で活用されている。
3.「中国語と文化を学ぶ」講座の教材の作成	2011年2月	サンケイリビング文化教室土曜日講座のカリキュラムを編成する際に、基本の語学テキスト以外に、社会人が楽しく学べる教材を自ら工夫して作成した。学生が関心のある内容やニュースで取り上げた話題を語学に取り入れた学習教材として、学生から好評を受けた。
4.地方企業と海外支店の社員研修用「マーケティング研修プログラム」教材の作成	2008年8月	神戸大学大学院で学んだマーケティング理論と電通で学んだマーケティング実務の両方に基づき、社会人が学びやすいマーケティング研修プログラムの教材を自ら編成した。この教材を地域のクライアント勉強会などに活用し、台湾資生堂での社員研修にも活用していた。依頼を受けた企業のニーズや受講者のレベルに合わせて、自ら調整しながら、活用している。この教材の特徴は、企業が解決したい課題に対応できるマーケティング方法論が組み入れられている。
5.『仮想経験のデザインーインターネット・マーケティングの新地平』（共著）	2006年9月15日出版	著書全体の概要：IT化が進む中、進化していく企業のマーケティング活動を最新の事例で分析することによって、インターネットマーケティングの仕組みを学ぶための教科書である。（総ページ数：412頁） 担当内容の概要：第1章「中国再会と交流の場を提供する中国最大の同窓会サイトーChinaRen校友録ー」を執筆した。人口が多い中国は、インターネットの発達によって、ネットコミュニティの誕生と消滅を短いサイクルで繰り返している。この生存環境の中で好循環で運営されビジネスにも繋がった事例を取り上げ、インターネットマーケティングの新地平を解説した。（担当部分のページ：p42-72）
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
1.副社長　中国西安真愛サービス有限会社	2016年3月から2019年7月	概要：家族事情のため、上海から実家の西安に戻り、西安真愛サービス有限会社に再入社した。企業傘下の茶室事業部の総責任者を担うと同時に、マーケティングの組織も管理した。赤字だった茶室事業部を引き受けた後、チェーン店の運営改善、ヒット商品の開発、販促プロモーション活動の実施など、一連の経営改革を行った。その結果、赤字から黒字経営に改善できた。その成果が社内で評価され、副社長に昇進した。企業本社内の宣伝企画部、マーケティング部、営業部、カスタマーセンターの4部署を統括管理した。
2.マーケティング本部長　資生堂（中国）投資有限会社	2015年7月から2015年12月	概要：資生堂（中国）投資有限会社上海本社のマーケティング総責任者、CMOを務めた。複数の事業部のマーケティング施策、ブランドコミュニケーションを管理していた。日本から輸入ブランドのコミュニケーショ

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
		ンコンセプトの開発をはじめ、中国大衆市場向けの現地商品開発チームの市場リサーチ、商品コンセプト開発、ブランド構築を重点に指導と管理をした。
3.戦略ディレクター　WPPグループ（Ogilvy/Newsun）中国広州広告有限会社	2013年10月から2015年6月	概要：世界1位の広告代理店WPPグループと中国合弁の広告代理店「オグルヴィ・アンド・ニューサン」西安支社で戦略ディレクターを務めた。中国市場における日系企業、中国企業のブランド構築、コミュニケーション戦略立案を手掛けた。社内複数のビジネスユニットを統括管理し、クライアント提案の品質管理と提案技術指導を行いながら、広州トヨタへのコミュニケーション提案サポートも行った。
4.マーケティング本部長　中国西安真愛サービス有限会社	2013年4月から2013年9月	概要：4000人の社員を持つ中国西安最大のレジャー企業に入社し、マーケティング本部長兼会長補佐を務めた。各事業部の運営をサポートするコールセンター、セールスプロモーション部門、宣伝企画部を統括管理した。同時に会長補佐として、社外の経営者会議及び商談などに参加し、社内の役員会議、新規事業戦略立案など重要な意思決定の場における専門意見を出す役割を果たした。
5.戦略コンサルタント　電通東京本社戦略コンサルティング室	2011年10月から2013年3月	概要：電通東京本社の戦略コンサルティング室に転勤し、グローバルブランドのコンサルチームに所属した。世界で著名なブランド理論の権威であるデイビッド A. アーカー教授が電通顧問として共同開発した【カテゴリーイノベーション】のプロジェクトに参画し、クライアント勉強会、ブランド調査パッケージ開発などの業務に携わった。【シチズン】などの日本企業のブランド調査、海外展開戦略立案プロジェクトにも参画し、日本企業の海外進出をサポートした。
6.マーケティングプランナー　電通西日本大阪本社営業企画部	2007年11月から2011年9月	概要：電通西日本大阪本社に赴任してから、マーケティングプランナーとしての職務では、多くの地域企業のビジネスをサポートする提案を行った。 主な担当クライアント業務： 岡山県：【山田養蜂場】新規顧客を開拓するための事業提案 愛媛県：【日本食研】「野菜炒めづくり」新商品発売のコミュニケーション提案、焼肉のたれ「晩餐館」ブランドリニューアル、健康飲料水「ビタミンＰ」コミュニケーション提案、サンプリング活動、消費者試飲調査企画、調査報告と店頭支援策企画、夏キャンペーン企画の作成 石川県：【名鉄丸越百貨店】戦略コンセプト開発、ブランドリニューアル立案 広島県：【広島銀行】【トマト銀行】【生協】消費者調査、コミュニケーション戦略提案
7.マーケティングプランナー　電通東京本社マーケティングプランニング局	2007年5月から2007年10月	概要：電通東京本社マーケティング専門部門OJT職務として、【サントリー】新酒開発提案、【日本タバコ】喫煙心理に関する定性調査、【スズキ自動車】新車発売販促提案、【ウォルト・ディズニー・ピクチャーズ】パイレーツ・オブ・カリビアンＤＶＤ発売などの業務に参画した。先輩達の仕事を手伝ながら、実務マーケティング立案の手法を習得した。
8.文部省助成【東アジア商人家族継承意識調査】プロジェクトの通訳兼調査員	2006年2月から2006年10月	概要：指導教官である神戸大学の石井淳蔵教授が申請した文部省助成プロジェクト【東アジア商人家族継承意識調査】の通訳兼調査員を務めた。先生達と一緒に中国の広州、吉林省の大型商業集積地を訪れて、数多くの商人家族を調査した。その結果を日本、韓国、台湾などと比較しながら、研究会でメンバー間の議論を重ね、経営におけるもっとも重要な意思決定である継承意識の仕組みを知的財産として浮き彫りにできた。
9.兵庫県【震災後ベンチャー企業の育成実態調査】プ	2003年5月から2003年10月	概要：関西学院大学の近藤教授が依頼を受けた行政調

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
ロジェクトの調査員		査プロジェクトチームの調査員を務めた。震災後、兵庫県は企業支援施策の一環として、ベンチャー企業の育成に取り組んできた。支援を受けたベンチャー企業の育成実態の追跡調査として、チームメンバーと一緒に多くの企業をインタビューし、その実態を事例に作成した。完成した報告書は行政のホームページに掲載された。こうした経験は社会調査のノウハウを高めてくれた。
4 その他		

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.アメリカ　ＵＣＬＡ大学付属英語学校留学	2005年1月から3月	概要：カリフォニア州立大学のロサンゼルス校の付属英語学校で、研究者の語学力を高めるために開設した「アカデミック英語プログラム」を修了した。
2.オーストラリア　シドニー国際英語学校留学	2001年1月から2001年3月	概要：オーストラリア　シドニー英語学校で3か月語学留学をし、中級英語(Pre-Advanced Level) を習得した。
3.日本語能力1級試験（351点）	1997年11月	文部省が外国人の日本語能力を認定する公式テスト、日本の国公立大学に入学するためには、満点が400点の内、260点以上が求められる。公式テストに参加した関西学友会日本語学校の全生徒の内、351点の成績は全校第二位となり、優秀成績奨励金も授与された。
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.和歌山大学経済学部講座：「電通の消費者インサイト」講師	2009年10月	概要：和歌山大学の経済学部講座のゲストスピーカー講師として「電通の消費者インサイト」の講義を行った。経済学部では、理論中心の講義が多く、学生は現場のビジネスに触れる機会が少なかった。私は電通で行われる消費者インサイトの実践例から経済の動きをマーケティング視座から学生に解説した。学生に理論から現象を分析する視点を提示し、理論基礎を学生の内にしっかり学ぶ大切さを教えた。
2.金沢大学　電通西日本冠講座:「電通的男心・女心マーケティング」講師	2008年10月	概要：勤務先の株式会社電通西日本が広島大学で開設した冠講座は地域から評価され、翌年は金沢支店の所在地の金沢大学でも開催した。今回の履修者も300人を超える人気講座になった。そして、この講座からの延長線で、金沢大学の女子大生を電通西日本のクライアントであるサークルKサンクスの商品企画にも参加させ、地域野菜を使ったコンビニ弁当の開発を実現した。金沢大学で講義した後、学生達から大きな拍手を受け、印象深い教育経験だった。
3.広島大学　電通西日本冠講座：「電通の団塊世代マーケティング」講師	2007年10月	概要：勤務先の株式会社電通西日本は、支社所在地の一つである広島への地域貢献事業として、国立広島大学へ年間寄付広告講座を開設していた。地方の大学生に広告実務を学ぶ機会を提供し、地域の活性化を促進するためである。社内で実績がある各分野の専門者が講師団を務めるプログラムが編成された。私はこの年間講座の内、消費者調査、マーケティングの専門領域講師を務めた。毎回講義の後、300人ほどの履修者から講師評価アンケートの採点を受け、全講師の中でも高い点数を得た。
4.資生堂 台湾有限会社 幹部社員研修講座：「マーケティング研修プログラム」講師	2007年10月	概要：台湾資生堂にマーケティング研修講師として招かれた。企業が解決したい課題を軸に、マーケティング理論枠組と演習課題のプログラムを中国語で作成し、資生堂台湾の幹部50名を対象に理論講義とチーム演習を行った。チーム発表では、成熟市場を切り開く

職務上の実績に関する事項		
事項	年月日	概要
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
5.中国吉林大学：「日本流通政策の変遷」講演会 教材翻訳兼同時通訳講師	2006年9月	複数のマーケティング解決策が導かれて、受講した台湾人幹部は、非常に役に立つ研修、さらに参加したいとの声が多かった。 概要：大阪市立大学の石原政武教授は中国の吉林大学から「日本流通政策の変遷」をテーマに特別講演会に招かれた。私はその講演の教材翻訳兼同時通訳講師を務めた。日本の流通政策が小売業と庶民の生活様式を変えつつ、それに適応していくプロセスは、発展中の中国にとって非常に参考になるとの会場からの声が多かった。講演後、高度な専門質疑応答が盛んに行われ、私はその同時通訳として、日中両国の流通システム学術研究の交流に貢献した。
6.中国中山大学： 「日本企業のマーケティング戦略」講演会 教材翻訳兼同時通訳講師	2006年9月	概要：恩師である神戸大学の石井淳蔵教授から、日本のマーケティングをぜひ中国の学者に教えてほしいとの熱い要請を受け、全国から大勢の学者が集まる特別講演会を中山大学で開いた。私は「日本企業のマーケティング戦略」の教材を中国語に翻訳し、講演会場の同時通訳講師を務めた。会場から多くの専門質問を受けながら、日中両国間のマーケティング学術交流の掛け橋を担った。
7.神戸大学：「中国内陸大学人材養成コース」教材翻訳兼同時通訳講師	2005年9月から10月	概要：神戸大学国際交流プロジェクトの一つとして、中国内陸大学の校長や行政の幹部達に向けた教育コースの企画と運営に2か月ほど参画した。日本の大学人事戦略、国際交流事業、学術研究などの講義材料を中国語に翻訳し、同時通訳の講師も担当した。そして、受講者達の東京大学や京都大学への交流訪問の通訳兼世話役も務め、日中両国間の大学交流に貢献した。
4 その他		

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.『1からのブランド経営』	共	2021年5月	出版社：碩学舎	ブランド・ヒストリーを通して「ブランド経営」を学ぶ。顧客がそのブランドに触れるたびに生まれる「体験」を管理し、継続的に成長させることが企業の経営に不可欠だ。ブランドの特性を理解し、特性を積極的に活かした経営をすることを本書では「ブランド経営」と呼ぶ。不透明な時代、そしてデジタル技術の活用が求められる時代にこそ、ブランドを中心に据え、長期継続的に独自の顧客体験を実現、発展させていく「ブランド経営」が求められている。本書は、「ブランド経営」を理解するため次の2つの特徴を有する。 1)ブランド経営を実践する企業のブランド・ヒストリーを通じて理解する「ブランド経営」2)ブランドとマーケティングの関係、ブランド・ポジショニング、ブランド・スタイルの3の視点から理解する「ブランド経営」 （総ページ数：276頁）
2.『“美”のブランド物語』	共	2015年12月	出版社： 碩学舎・中央経済社	翻訳著書全体の概要：美容産業における企業家たちを生き生きとしたストーリーとして描いている内容である。この産業から解き明かしたマーケティングの真髄はどの時代でも変わらない未来に向かうものであり、常に進化を伴っていることを豊富なブランド事例から学ぶことができる。（総ページ数：512頁） 本人翻訳内容の概要：本書の第1章～第7章の翻訳を担当した。古代から近代まで美の変遷はマーケティングによって作られ多様化し、時代的なコンテクストの中で、新しいブランドが生まれては消えていく7つ事例を和訳し、日本の読者に紹介した。担当部分のページ（P1-213）
3.『メガブランド～グローバル市場の価値創造戦略』	単	2010年8月	出版社： 碩学舎・中央経済社	著書全体の概要：日本企業のマーケティング活動を欧米企業と比較し、それぞれが持つ強みと弱みを分かりやすく分析した内容である。企業行動の良し悪しを洞察し、今の時代に必要とされる「真」

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				
4.『仮想経験のデザイン－インターネット・マーケティングの新地平』	共	2006年9月	出版社：有斐閣	の価値を創造するマーケティング活動の有るべき姿を浮き彫りにした研究書である。（総ページ数：236頁） 著書全体の概要：IT化が進む中、進化していく企業のマーケティング活動を最新の事例で分析することによって、インターネットマーケティングの仕組みを学ぶための教科書である。（総ページ数：412頁） 担当内容の概要：第1章「中国再会と交流の場を提供する中国最大の同窓会サイト―ChinaRen校友録―」を執筆した。人口が多い中国は、インターネットの発達によって、ネットコミュニティの誕生と消滅を短いサイクルで繰り返している。この生存環境の中で好循環で運営されビジネスにも繋がった事例を取り上げ、インターネットマーケティングの新地平を解説した。（担当部分のページ：p42-72）
2 学位論文				
1.「ブランドと流通チャネルの相乗効果による新日本型マーケティング」	単	2009年3月	神戸大学経営学研究科	博士論文の概要： 本論文は、収益性を目指す日本企業のマーケティング改革に注目し、収益性改善に繋がる有効なマーケティング戦略とは何かを検討した内容である。日本企業のマーケティング改革について、資生堂の日本と中国での事例を題材に議論を展開した。それに、同業界の欧米化粧品企業のマーケティング手法と収益性も比較分析しながら、収益性の違いはなぜ生じたのかをマーケティング戦略の角度から研究分析を行った。その結果、これまで日本企業の収益に大きく貢献してきた日本型マーケティングの考え方と手法は、もう限界を迎えたと先行レビューで明らかになった。今の時代に相応しい価値を創造し、有効なマーケティングをするには、チャネルパワーとブランドパワーのどちらかに注力するのではなく、二つのパワーの相乗効果を図ることが企業収益に貢献できると考えた。
2.「中国市場における日系企業のマーケティング活動について」	単	2004年3月	神戸大学経営学研究科	修士論文の概要： 本論文は、日本企業が海外市場に参入する際に行うマーケティング活動の特徴を考察するものである。日本型マーケティングが海外に展開する際の特徴とその有効性について、先行レビューで捉え、理論上の問題点を明らかにした。そして、資生堂が日本で行うマーケティング改革と中国市場で展開するマーケティング活動を比較研究しながら、今日有効とされる日本企業のマーケティングの有るべき姿を理論枠組で明らかにした。
3 学術論文				
1.「日本におけるマーケティング戦略の課題～マーケティング・パワーの再認識及び再構築に向けて～」	共	2009年12月	『国民経済雑誌』第200巻第6号、pp.109-124、神戸大学経済経営研究会。	論文の概要： ここ数年日本企業が収益性を目指して行うマーケティング改革に注目した。これまで日本企業に大きく貢献してきた日本型マーケティングの考え方や手法は、限界を迎えたと先行レビューで浮かび上がった。本稿では、収益性改善に繋がる有効なマーケティング戦略とは何かを理論的に検討した。日本企業のマーケティング・パワーの本質は、ブランドパワーとチャネルパワーがそれぞれ発揮され、さらにこの二つのパワーの相乗効果が図れることだと考えた。 論文のページ数：16頁 注：以上の論文は、執筆者二人全般に関わり、議論を進めた結果で、担当部分だけの抽出は不可である。
2.「グローバル企業のマーケティング・デザイン能力に関する理論考察―標準化・現地適応化と企業業績の関係」	単	2007年3月	『六甲台論集―経営学編』第53巻第4号、pp.41-59、神戸大学経営学研究会。	論文の概要： 本稿の目的は、グローバル企業の業績向上に繋がるマーケティングデザイン能力を理論的に考察することである。 本稿で議論するマーケティングデザイン能力とは、製品開発、広告、価格設定、流通チャネルなどの活動を円滑に設計する能力である。この設計能力は「標準化と適応化」の議論として、長年に渡ってグローバル・マーケティング研究の主要論題であったが、共通した結論が得られていないのが現状である。本稿はロバスト・デザイン能力という先行研究の概念を手掛かりに、この問題に注目し、既存の理論枠組を進展させることを目指す。論文のページ数：19頁
その他				
1．学会ゲストスピーカー				

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
１．学会ゲストスピーカー				
２．学会発表				
1.「ブランドと流通チャネルの相乗効果：日中両国における資生堂の事例比較」	単	2010年7月17日	日本商業学会（関西部会）発表	資生堂の流通チャネルの構築とそれ以降の問題点から生まれたブランドパワーの喪失に注目し、ブランド育成の視点で流通チャネルのマネジメントを再考察した。
2.「ブランドと流通チャネルの相乗効果による新日本型マーケティングー資生堂のブランド改革と中国市場開拓ー」	単	2010年3月27日	国際ビジネス研究学会発表（関西部会）	資生堂のブランド構築と流通チャネルへのマネジメント改革について、その相乗効果を日本と中国の比較事例から発見し、発表した。
3.「グローバル製品デザイン能力に関する理論考察ーロバスト・デザイン能力の実証研究に向けてー」	単	2006年6月2日	日本商業学会全国大会発表（ヤングセッション）	グローバル企業が海外展開する際の、製品デザイン能力と企業業績の関係性について、実証研究の調査モデルを発表した。
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.「中国のメディア事情」講演		2011年9月	神戸ロータリークラブ経営者会	前年に続き、神戸ロータリークラブから中国市場に関する講演の依頼が来た。台頭する中国経済が世界で関心を集め、中国市場進出による販路拡大を目指す日本企業も増えた。神戸の経営者達に対して、中国市場のマクロ経済を分析し、メディア環境と経営リスクについて講演した。
2.「万博後の中国市場展望」講演	単	2010年10月	金沢名鉄丸越百貨店　お取引様懇談会	地方百貨店に出店するブランドショップの経営者達に対して、中国人観光客の購買傾向分析データを紹介しながら、宣伝販促手法を具体的に講演した。
3.「躍動する新中国消費力～2008、北京オリンピック後の展望」講演	単	2010年9月	神戸ロータリークラブ経営者会	中国人観光客の旺盛な消費能力が世界で注目される中、電通が中国で行った中国消費者意識調査のデータを元に、神戸ロータリークラブの経営者メンバー達に対して、インバウンド事業による販売拡大のマーケティング手法を紹介した。
６．研究費の取得状況				

学会及び社会における活動等	
年月日	事項
1.2024年1月~現在	日本商業学会会員
2.2022年7月12日	兵庫県「成年年齢引下げにあわせた啓発キャンペーン事業」審査委員
3.2021年4月から2021年6月	神戸市経済観光局　マリンピア神戸土地活用事業者選考委員
4.2021年4月から2021年6月	神戸市フィッシャリーナ施設運営等事業者選考委員
5.2020年4月から現在	株式会社碩学舎　デジタル教育研究員
6.2020年4月から2021年3月	大阪福島地域PTA協会　成人教育委員
7.2020年3月から2021年4月	神戸市旧農業公園の再整備に関する有識者会議委員
8.2006年5月から2010年9月	平成18年 5月から国際ビジネス研究学会会員