

一般社団法人日本市場創造研究会・研究論文集
「市場創造研究」第2巻

2	—— 巻頭言 ——	広浦康勝	—— お客様の新しいよるこびをつくる ——
4	—— 査読付論文 ——	須永 努、石井裕明	—— 購買時における解釈レベルと消費者の製品評価 ——
13	—— 査読付論文 ——	白石秀壽	—— フランチャイズシステムにおける意思決定権の集権化と分権化 ——
22	—— 査読付論文 ——	荻野真央	—— eチャコミのフラットフォームの信憑性 ——
31	—— 査読付研究ノート ——	上原 聡	—— 中小企業の戦略課題とモノづくりの新たな視点 ——
41	—— 査読付研究ノート ——	山崎泰明、玄場公規	—— 食品業界のフューチャービジネスによる新市場創造と ロソクセラ商品フューチャー戦略 ——
51	—— 特別寄稿論文 ——	梅澤伸嘉	—— 市場創造を促進するための政治の責任と役割および企業の行くべき道 ——
57	—— 事例研究 ——	辻野隆志	—— 市場創造仮説の構築 ——
63	—— 事例研究 ——	小山 真	—— 女性下着市場での新市場創造型商品について ——
72	—— 第2回研究発表会より ——	富澤 豊	—— 生活と商品の研究～ロソクセラ商品になる要素の検討～ ——
78	—— 第2回研究発表会より ——	町田雅之、安達 宏	—— 「新市場創造のための新技術の研究」の考察 ——
83	—— 書評 ——	評者 恩藏直人	—— 『良い戦略、悪い戦略』リチャード・P・ルメルト著、村井亭子訳 ——
87	—— 「市場創造研究」第3巻論文募集について ——		
88	—— 一般社団法人日本市場創造研究会 概要 ——		
89	—— 編集後記 ——	恩藏直人	