

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4巻

巻頭言	竹内 創成 2 <small>一般社団法人日本市場創造研究会 副会長, 株式会社アクア リバース 代表取締役社長</small>
査読付論文	eクチコミ正負比率の影響における製品間差異—探索財 対 経験財— 菊盛 真衣 5 <small>慶應義塾大学大学院商学研究科</small>
査読付論文	自虐広告の有効性 佐野 諒平、芦澤 友也、岸部 海人、中野 真衣 15 <small>慶應義塾大学商学部</small>
査読付論文	中国アパレル専門店の業態革新の源泉—質的比較分析によるアプローチ— 李 楊 31 <small>慶應義塾大学大学院商学研究科</small>
特別寄稿論文	『なぜ既存市場で競い合うのか』—競い合いから新市場は生まれない— 梅澤 伸嘉 43 <small>一般社団法人日本市場創造研究会 代表理事/設立発起人, 商品企画エンジン株式会社 代表取締役会長</small>
事例研究	10年で100億円企業実現ビジネスモデル 西野 博道 55 <small>株式会社 未来館</small>
第2分科会研究ノート	Web アンケート調査から得られる消費者ニーズの有効性 ～グループインタビュー(話し合い式)とWebアンケート調査の比較による検証 その2～ 桐畑 慎司 67
第3分科会研究ノート	新市場創造型商品の事例研究 古橋 雅彦 69 <small>ブラザー工業株式会社</small>
第4分科会研究ノート	ビッグデータによる新商品と成功率の研究 福島 常浩、越尾 由紀、本宮 貴代 74 <small>福島:メディカル・データ・ビジョン株式会社 越尾,本宮:カスタマー・コミュニケーションズ株式会社</small>
第5分科会研究ノート	既存製品を使ったパッケージ記載情報の比較研究 土合 朋宏 79 <small>20世紀フォックス ホームエンターテイメント ジャパン株式会社</small>
第8分科会研究ノート	独創力の研究 清水 孝洋 87 <small>シャチハタ株式会社</small>
	『市場創造研究』第5巻論文募集について 97
	一般社団法人日本市場創造研究会 概要 98
編集後記	小野 晃典 99 <small>一般社団法人日本市場創造研究会 「市場創造研究」編集委員長, 慶應義塾大学商学部 教授</small>