

「市場創造研究」第2巻

巻頭言	—— お客様の新しいよこびをつくる 広浦康勝	2
査読付論文	—— 購買時における解釈レベルと消費者の製品評価 須永 努、石井裕明	4
査読付論文	—— 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 白石秀壽	13
査読付論文	—— eクチコミのプラットフォームの信憑性 荻野真央	22
査読付研究ノート	—— 中小企業の戦略課題とモノづくりの新たな視点 上原 聡	31
査読付研究ノート	—— 食品業界のファミリービジネスによる新市場創造と ロングセラー商品のマーケティング戦略 山崎泰明、玄場公規	41
特別寄稿論文	—— 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 梅澤伸嘉	51
事例研究	—— 市場創造仮説の構築 辻野隆志	57
事例研究	—— 女性下着市場での新市場創造型商品について 小山 真	63
第2回研究発表会より	—— 生活と商品の研究～ロングセラー商品になる要素の検討～ 富澤 豊	72
第2回研究発表会より	—— 「新市場創造のための新技術の研究」の考察 町田雅之、安達 宏	78
書評	—— 『良い戦略、悪い戦略』リチャード・P・ルメルト著、村井章子訳 評者 恩藏直人	83
「市場創造研究」第3巻論文募集について		87
一般社団法人日本市場創造研究会 概要		88
編集後記	—— 恩藏直人	89