

中田善啓先生 略歴

昭和22年8月28日生

学 歴

- 1966年4月－1971年4月 和歌山大学経済学部経済学科入学 卒業
1971年3月－1973年4月 兵庫県立神戸商科大学大学院経営学研究科修士課程入学
修了
1973年4月－1976年3月 大阪府立大学大学院経済学研究科博士課程入学 単位取得満期退学
1994年3月 博士（経営学）の学位取得（南山大学営博乙第2号）

職 歴

- 1976年4月－1979年3月 大阪府立大学経済学部助手
1979年4月－1984年6月 大阪府立大学経済学部講師
1984年7月－1992年3月 大阪府立大学経済学部助教授
1992年4月－1994年3月 大阪府立大学経済学部教授
1994年4月－2016年3月 甲南大学経営学部教授

2001年4月－2003年3月 甲南大学就職部長
2004年4月－2006年3月 甲南大学経営学部学部長
2005年4月－2010年3月 甲南大学ビジネス・イノベーション研究所所長

所属学会ならびに社会における活動

- 日本商業学会会員，理事（1983年－1998年），監事（2007年6月～2015年6月）
組織学会会員，マーケティング・サイエンス学会会員
大規模小売店舗審議会委員 1974年－1998年
自己点検評価委員会委員 2008年－2011年 2013年－2015年
堺市衛生研究所懇話会委員 2008年－2009年

賞 罰

- 1983年6月 昭和58年度日本商業学会学会賞受賞（『流通システムと取引行動』
（1982）に対して）

1993年6月 平成5年度日本商業学会学会賞受賞（『マーケティング戦略と競争』
（1992）に対して）

短期在外客員研究員

2000年4月から8月までカナダ ヨーク大学ビジネススクールに在籍

中田善啓先生 研究業績

A. 著書

- (1) 流通システムと取引行動
大阪府立大学経済研究叢書 1982年3月
1983年度日本商業学会学会賞受賞
- (2) マーケティングと組織間関係
同文館 1986年12月
- (3) マーケティング戦略と競争－取引・ネットワーク・グローバリゼーション－
同文館 1992年1月
1993年度日本商業学会学会賞受賞
- (4) マーケティングの進化－取引関係の複雑系的シナリオ－
同文館 1998年10月15日
- (5) マーケティングの変革－情報化のインパクト－
同文館 2003年10月1日
- (6) ビジネスモデルのイノベーション
同文館 2009年12月20日
- (7) プラットフォーム時代のイノベーション
同文館 2014年4月25日

B. 編著書

- (1) 戦略的マーケティング
(第1章「企業間ネットワークと競争」担当) 新評論 1990年6月)
- (2) マーケティングのニューウェーブ
(序文, 第2章「マーケティング行動と戦略的行動」担当) 同文館 1990年11月)
- (3) 戦略的ブランド管理の展開
(第4章「ブランド・エクイティとマーケット・シグナリング」担当) 中央経済社 1996年4月)
- (4) マーケティング理論の深化
(第6章「情報化とマーケティングにおけるネットワーキング」担当) 千倉書房 2004年3月)
- (5) 先を読むマーケティング

(第8章「ビッグデータ時代におけるマーケティングパラダイムのシフト」担当)

C. 翻訳

- (1) エコノミック・オーガニゼーション (O. E. Williamson, Economic Organization, Wheatsheaf Books, 1986 井上薫との共同監訳, 第10, 11, 12, 13章担当 晃洋書房 1988年12月)
- (2) ブランド・エクイティ戦略 (D. A. Aaker, Managing Brand Equity, Free Press, 1991-陶山計介, 尾崎久仁博, 小林哲との共訳, 1章, 2章担当) ダイアモンド 1994年1月

D. 辞典

- (1) 商業辞典
(取引費用担当) 荒川祐吉, 久保村隆祐編 同文館 1986年4月

E. 論文

- (1) ステドリーの予算による統制モデル—予算統制論への行動科学的アプローチ—
星陵台論集 (神戸商科大学大学院) 第5巻第1号 1972年9月
- (2) 予算統制に関するステドリーの実証研究—予算統制論への行動科学的アプローチ—
星陵台論集 (神戸商科大学大学院) 第5巻第1号 1973年1月
- (3) 予算統制論への行動科学的アプローチ—A. C. ステドリーの所説を中心として—
神戸商科大学大学院経営学研究科修士課程修士論文 1973年3月
- (4) 経営システムへのサイバネティクスの適用
白鷺論叢 (大阪府立大学大学院) 第6号 1973年10月
- (5) 目標形成過程と目標コンフリクト—生産管理システム設計の基礎—
白鷺論叢 (大阪府立大学大学院) 第7号 1974年6月
- (6) 組織と予算システムとの結合体系—一般システム論的アプローチ—
企業会計 (中央経済社) 第26巻14号 1974年12月 (共著)
- (7) 目標調整と予算編成—一般システム論的アプローチ—
企業会計 (中央経済社) 第27巻5号 1975年5月 (共著)
- (8) 戦略的生産計画—fuzzy 集合論的アプローチ—
白鷺論叢 (大阪府立大学大学院) 第8号 1975年7月

- (9) 生産管理システムの情報構造
経済研究（大阪府立大学）第20巻第3号 1975年7月
- (10) 購買者行動システムの分析—Howard and Sheth モデルを中心として—
経済研究（大阪府立大学）第22巻第2号 1977年10月
- (11) 購買者行動に関する一考察
阪本安一先生古稀記念論文集編集委員会編『現代会計の新展開』中央経済社
1978年12月所収
- (12) 購買者の態度に関する一考察—ブランドに対する購買者の評価過程—
経済研究（大阪府立大学）第22巻第4号 1978年3月
- (13) 企業組織と市場に関する一考察
経済研究（大阪府立大学）第24巻第2号 1979年3月
- (14) ライベンシュタインの企業理論
経済研究（大阪府立大学）第24巻第4号 1979年8月（共著）
- (15) 流通組織化への一視点
経済研究（大阪府立大学）第24巻第4号 1979年8月
- (16) 流通組織化の条件
日本商業学会年報『環境変化と流通・マーケティングの展開』 1980年5月
所収
- (17) 取引費用と契約—マーケティングにおける『取引』に関する一考察—
経済研究（大阪府立大学）第25巻第4号 1980年10月
- (18) ウィリアムスンの企業理論
経済研究（大阪府立大学）第26巻第3, 4号 1981年8月（共著）
- (19) 流通システムにおける取引様式と独占禁止政策（その1）
経済研究（大阪府立大学）第27巻第1号 1981年12月
- (20) 流通システムにおける取引様式と独占禁止政策（その2）
経済研究（大阪府立大学）第27巻第2号 1981年12月
- (21) Dr. Williamson on Markets and Hierarchies
Bulletin of the University of Osaka Prefecture, Series D, Vol 1. XXVI（共著）
1982年3月
- (22) 製造業者による前方的統合化に関する実証的研究—流通組織化研究—
経済研究（大阪府立大学）第28巻第1, 2号 1983年3月
- (23) マーケティング・チャネル分析における取引費用モデルの再検討—交換ネット
ワーク・モデルへの展開—
アカデミア（南山大学）第84号 1984年10月

- (24) 日本における卸売段階の系列化
日本商業学会年報『流通研究のパラダイム』 1985年11月所収
- (25) 卸売段階の系列化に関する実証的研究
経済研究（大阪府立大学）第31巻第1号 1985年12月
- (26) 市場危険と中間組織
アカデミア（南山大学）第90号 1986年3月
- (27) 企業体理論の再検討
阪本安一先生傘寿記念論文編集委員会編『現代企業と会計』中央経済社
1986年6月所収
- (28) マーケティングの経済分析－取引と情報－
日本商業学会年報『マーケティング戦略論の基礎概念』 1987年11月所収
- (29) 日本のマーケティング・チャネルの特色
マーケティングジャーナル 1987年 Vol. 6, No. 4.
- (30) 自動車企業のマーケティング戦略－トヨタの事例の理論的分析－
経営行動 Vol. 4, No. 3, 1989年（共著）
- (31) 競争戦略と戦略的行動
経済論叢（京都大学）第142巻第1号 1989年7月
- (32) マーケティング行動と競争の性格
日本商業学会年報『マーケティングと競争』 1990年12月所収
- (33) 日本の取引慣行の展望
商工振興 No. 491, 1991年1月
- (34) 転換期のマーケティング
流通情報 No. 284, 1993年1月
- (35) 長期継続的取引と統治構造－契約論的アプローチ－
経済研究（大阪府立大学）第38巻第2号 1993年3月
- (36) 日本の企業間ネットワークの展望
社会・経済システム第12号 1993年12月
- (37) マーケティングと企業間ネットワーク
博士（経営学）論文 1994年3月
- (38) マーケティング・シグナリングとしてのブランドの意義
流通情報 1994年11月
- (39) 情報通信技術の革新と戦略的提携
マーケティング・ジャーナル 1994年12月
- (40) 需給マッチングと取引費用

- 甲南大学経営学会編『企業社会と会計情報』千倉書房 1995年3月
- (41) 戦略的提携と学習
『甲南経営研究』第36巻第1号 1995年6月
 - (42) 戦略的提携と共進化
『甲南経営研究』第36巻第2号 1995年9月
 - (43) Is the Adoption of a Technology Efficient?
『甲南経営研究』第37巻第1号 1996年6月
 - (44) 取引制度の進化—進化ゲーム理論的アプローチは有効であるか—
『甲南経営研究』第38巻1号 1997年6月
 - (45) 流通制度分析に対する契約論パラダイムの貢献と限界
『甲南経営研究』第38巻2号 1997年9月
 - (46) 流通チャネルにおける規範の進化
甲南大学経営学会編『企業の成長と現代社会』1998年3月
 - (47) 消費者態度の進化—流行の形成メカニズム—
『甲南経営研究』第39巻1号 1998年6月(共著)
 - (48) 21世紀のグループ経営とブランド戦略
『TRI-VIEW』第13巻4号 1999年4月
 - (49) 21世紀の企業間関係とマーケティング—大量生産・販売型社会対知識状型社会—
『甲南経営研究』第40巻2号 1999年9月
 - (50) 流行と多様性の創発—マルチエージェント・アプローチ—
『甲南経営研究』第40巻3・4号 1999年12月
 - (51) ブランドの進化
『JAMAGAZINE』第35号 2001年2月
 - (52) ブランド進化をめぐる諸問題
『甲南経営研究』第42巻1・2号 2001年10月
 - (53) 新しいマーケティングとその分析視角
『甲南経営研究』第42巻3・4号 2002年3月
 - (54) ポスト・モダンのガバナンス—ネットワーク社会における取引と契約—
『甲南経営研究』第44巻2号 2003年10月
 - (55) 情報化とマーケティングのネットワークキング
編著『マーケティング理論の深化』千倉書房 2004年3月
 - (56) 市場的ネットワークと互惠性
『甲南経営研究』第45巻2号 2004年9月

- (57) 甲南大学ビジネス・イノベーション研究所の意義
『甲南経営研究』第46巻第1号
- (58) IT革命と金融革命による企業間ガバナンスへのインパクト
『甲南経営研究』第46巻3・4号 2005年3月
- (59) アライアンス・ネットワークと革新
『甲南経営研究』第47巻3号 2007年2月
- (60) 企業間取引の取引
西村順二・石垣智徳編著『マーケティングの革新的展開』同文館 2007年11月
- (61) 中小企業によるアライアンスの課題
『甲南経営研究』第48巻1・2号 2007年11月
- (62) プラットフォーム媒介ネットワークとビジネス・イノベーション
『甲南経営研究』第49巻1号 2008年7月
- (63) マルチサイド・プラットフォームの価格戦略
『甲南経営研究』第49巻3号 2008年12月
- (64) ビジネス・エコシステムにおける競争と協調
『甲南経営研究』第50巻第1号 2009年9月
- (65) モジュールの知的財産権とイノベーションのガバナンス
『甲南経営研究』第51巻第2号 2010年11月
- (66) プラットフォームの進化
『甲南経営研究』第51巻第4号 2011年3月
- (67) モジュール化と取引ネットワークのアーキテクチャ
『甲南経営研究』第52巻第1号 2011年7月
- (68) ロングテール現象と小売プラットフォーム
『甲南経営研究』第52巻第4号 2012年2月
- (69) マルチサイド・プラットフォームの再検討
『甲南経営研究』第53巻第1号 2012年7月
- (70) イノベーションの分散化とプラットフォーム・デザイン
『甲南経営研究』第53巻第2号 2012年9月
- (71) 日本企業におけるイノベーションも問題点
『甲南経営研究』第54巻第1号 2013年7月
- (72) ピアプロダクションのガバナンス
『甲南経営研究』第55巻第1号 2014年6月
- (73) ハイブリッド型ピアプロダクションのガバナンス

- 『甲南経営研究』第55巻第2号 2014年10月
(74) プラットフォームガバナンスと取引コスト
『甲南経営研究』第55巻第4号 2015年3月
(75) ウェブプラットフォームのビジネスモデル
『甲南経営研究』第56巻第1号 2015年7月
(76) フェイスブックのビジネスモデル
『甲南経営研究』第56巻第2号 2015年9月
(77) ビッグデータ時代におけるマーケティングパラダイムシフト
『甲南経営研究』第56巻第3号 2015年12月

F. 学会報告

- (1) 目標コンフリクト
日本経営工学会昭和49年秋季発表会 1973年11月
- (2) ブランド選択における購買者の評価過程
日本商業学会関西部会 1977年12月
- (3) 流通組織化の条件
日本商業学会関西部会 1979年4月
- (4) 流通組織化へのX-非効率理論の適用
日本商業学会全国大会 1979年5月
- (5) 取引費用と契約
日本商業学会関西部会 1980年9月
- (6) 取引様式と独禁政策
日本商業学会関西部会 1981年6月
- (7) 内部組織の経済学と独禁政策
関西経済法研究会 1982年6月
- (8) 前方的統合に関する実証研究
日本商業学会関西部会 1983年1月
- (9) 取引費用パラダイムの再検討—交換ネットワークへの展開—
日本商業学会西部連合部会 1984年10月
- (10) 日本における卸売段階の系列化
日本商業学会全国大会 1985年5月
- (11) 日本の卸売段階の系列化に関する実証研究
日本商業学会関西部会 1985年9月
- (12) 危険分担に関する実証研究

- 日本商業学会関西部会 1986年4月
- (13) マーケティングの経済分析
日本商業学会全国大会 1987年5月
- (14) 競争戦略と戦略的行動
日本商業学会関西部会 1988年7月
- (15) マーケティング行動と競争構造
日本商業学会関西部会 1989年10月
- (16) 不完全契約と取引の組織化
日本商業学会関西部会 1990年10月
- (17) 日本的取引慣行と Governance Structure
日本商業学会関西部会 1992年11月
- (18) ブランド戦略
日本商業学会関西部会 1993年1月
- (19) 戦略的提携と技術の共進化
日本商業学会関西部会 1995年9月
- (20) 取引文化の進化
日本商業学会関西部会 1998年4月
- (21) 流行の形成メカニズム
マーケティング・サイエンス学会 1998年6月
- (22) ブランドの進化
日本商業学会関西部会 2001年6月
- (23) 市場におけるネットワーク・イノベーション
日本商業学会関西部会 2009年7月
- (24) 情報の仲介およびイノベーションのエンジンとしてのプラットフォーム
日本商業学会関西部会 2011年6月
- (25) ネットワークイノベーション
日本商業学会関西部会発表 2009年11月
- (26) Business Innovation of Multi-sided Platform
グローバルシンポジウム (Global Symposium) Hanbat University 2013年3月

G. 社会活動

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所研究員, 2005年4月-2016年3月
甲南大学経営学部入学前ガイダンス, 入学前教育の案内と指導, 2013年1月

H. 競争的資金獲得実績

「クラウド時代におけるマーケティングのパラダイムシフトに関する研究」(代表者)

科学的研究費助成事業(挑戦的萌芽研究) 文部科学省 2015年4月-2016年3月

「関西地域発イノベーション・プラットフォームの構築」(代表者) 戦略的創造研究推進事業 文部科学省 2010年4月-2014年3月

「アライアンス・ベースド技術経営論の研究」(代表者) 産業技術競争力強化人材育成事業 経済産業省 2006年7月-2007年2月

「地域経済クラスター創造に向けての社会連携研究」(代表者) 私立大学学術研究高度化推進事業 文部科学省 2005年4月-2010年3月