

研究教育業績書

著書、学術論文等の名称	単著・共著の別	発行又は発表の年月日	発行所、発表雑誌等又は発表学会等名称	概要
I. 著書				
(1) 検証・日米ビジネススクール — エリート登竜門の実態と課題を探る —	単	平成4年10月	同文館	1980年代におけるアメリカ産業の競争力低下を背景に、アメリカ経済のダイナミズムを支えてきたのはビジネススクール（経営大学院）であるとの肯定的な意見がある反面、国際競争力の低下を招いた元凶こそがビジネススクールであるという痛烈な批判まで聞かれる。そこで本書では日米におけるビジネススクールの実態を分析し、今後の課題を検証した。なお、本書は21世紀に向けてグローバルな視点から現代における企業経営の在り方と方向性を探る「検証シリーズ5部作」の最初の著作に当たる。 (全10章、257頁)
(2) 検証・新時代の企業像 — ボーダレス時代の理念と変革を求めて —	単	平成5年9月	同文館	ボーダレス時代の到来や経営環境の激変を背景に、昨今では企業経営における理念的側面の重要性が見直されつつある。とりわけバブル経済の崩壊後は不祥事や円高などのために企業の理念やビジョンを確立し、来るべき21世紀に向けて変革を遂げることが日本企業にとっては急務となっている。このような問題認識に基づいて、本書ではマネジメントやマーケティングに大きな影響を及ぼす新しい企業像の検証を試みた。なお、この研究では外国企業も分析と考察の対象に含まれている。 (全7章、261頁)
(3) 検証・社会貢献志向の潮流 — フィランソロピーの新しい方向性を探る —	単	平成6年9月	同文館	1980年代の終わり頃から日本では企業の社会貢献、すなわちフィランソロピーに対する関心が急速に高まった。この発端は日本企業の海外直接投資が急増し、企業活動の国際化が進んだことにある。つまり、日米貿易摩擦の悪化を背景に、在米日系企業が現地化を推進するためには米国企業のように社会貢献活動を積極的に行わなければならなかった。そこで本書ではAT&T、GE、トヨタ、ソニーといった代表的な米国企業と在米日系企業の実態を検証し、企業フィランソロピーの本質を考察した。 (全4章、208頁)
(4) 検証・地球環境志向の潮流 — 21世紀企業へのプロローグ —	単	平成7年9月	同文館	本書の研究目的は、今や人類の存亡にかかわる重要テーマとなった地球環境問題を、世界の主要企業の取り組みかたを国際比較考察することによって、21世紀における企業経営や市場活動の在り方を展望することにある。具体的にはGM、ダウ・ケミカル、バイエル、ネスレ、NTT、トヨタなどの各国を代表する企業の地球環境対策を検証し、国際的な産業界憲章や米国のセリーズ原則、さらには企業の環境パフォーマンスとか環境管理システムなどにもグローバルな観点から分析を加えていった。 (全6章、247頁)

<p>(5) 検証・超高齢化の潮流 —21世紀型経営への新たなチャレンジ—</p>	<p>単</p>	<p>平成8年9月</p>	<p>同文館</p>	<p>本書は21世紀に向けてグローバルな視点から現代における企業経営の在り方と方向性を探る「検証シリーズ5部作」の最終作である。今回の研究目的は超高齢化の潮流のなかで、究極的には21世紀型経営のポイントを提示することにある。日本は現在世界の長寿国であるばかりでなく、世界に類を見ないスピードで高齢化が進行しており、このままいくと21世紀初頭には世界一の高齢社会を迎える。そこで本書では米国社会の事例を参考にしながら、企業の高齢化対策やシルバー市場の問題を考察した。 (全4章、207頁)</p>
<p>(6) ひるむな中高年！</p>	<p>単</p>	<p>平成10年10月</p>	<p>大蔵省印刷局 (現・国立印刷局)</p>	<p>世界中で高齢化問題が脚光を浴びるようになってきたが、日本では21世紀初頭に超高齢社会の到来が予想され、国際的にも世界一の高齢・長寿国になる。この動向は企業の中高年労働者に対する見方に変革を迫っている。そこで本書は超高齢社会の実態を検証し、中高年労働者の能力と生産性に関する新しい観点を提示し、さらにエルダー・ケアの先進国と言われる米国の事情を参考にしながら、21世紀における企業の高齢化対策とともに中高年労働者自身の意識改革にも考察を加えた。 (全4章、196頁)</p>
<p>(7) 新版・国際経営とマーケティング —グローバル化への新しいパラダイム—</p>	<p>単</p>	<p>平成11年9月</p>	<p>同文館</p>	<p>1990年代には日本国内の経済情勢ばかりでなく国際的な経営と市場を取り巻く諸環境が大きく変容を遂げ、いよいよ21世紀という本格的なグローバル化の時代を迎えることとなった。このような新しい動向を背景に、平成4年に出版した旧版の国際経営、国際マーケティング、さらには国際ビジネス・コミュニケーションに関する基本的な研究成果を踏まえ、新版の本書では今後ますます重要と考えられる中小企業の国際化やベンチャー企業などに関する観点を新たに取り入れた。また、グローバル化を推進するインターネットの普及にも考察を及ぼし、新しいパラダイムの構築を試みた。 (全8章、226頁) 〔初版は平成4年6月に同文館より出版〕</p>
<p>(8) 創造性をはぐくむ</p>	<p>単</p>	<p>平成12年10月</p>	<p>大蔵省印刷局 (現・国立印刷局)</p>	<p>情報化を背景に経済や経営の分野ではグローバル化が急速に進み大競争の時代に突入した。他方、世界人口はすでに60億人を突破し、地球環境問題、エネルギー問題、食糧問題等が深刻化しつつある。このような潮流のなかで最も必要とされるのが創造性の発揮である。とりわけ日本は従来の米欧社会追随型ではなく、新しい時代に向けて目指すべきビジョンを独自に構築しなければならない。このような基本認識に立ち、本書では創造性をはぐくむにはどうすればよいかを考察した。 (全5章、207頁)</p>

<p>(9) INTERNATIONAL BUSINESS AND NEGOTIATION (Revised Edition) (英文) 《米国議会図書館選定登録図書》 (Card No. 92-195226)</p>	<p>単</p>	<p>平成13年9月</p>	<p>嵯峨野書院</p>	<p>本書は著者が米国のビジネススクール(経営大学院)に留学中にケーススタディとして行ったビジネス・ネゴシエーション(交渉)に関する研究を基に構成されており、国際ビジネス活動において重要なネゴシエーションの理論的根拠と実践的ノウハウの提供を目的にしている。実際、第1章が国際ビジネスの動向、第2章が米国式のビジネス・ネゴシエーション、第3章がネゴシエーションの戦略性という順序で考察が進められており、著者の米国におけるネゴシエーション研究が集大成されている。今回の改訂では平成4年に出版した旧版に‘Decentralization as Economic Development Policy’と題する講演録を追加して内容を充実させた。 (全3章、128頁) 〔初版は平成4年4月に嵯峨野書院より出版〕</p>
<p>(10) 企業経営の社会性研究 —社会貢献・地球環境・高齢化への対応—</p>	<p>単</p>	<p>平成13年9月</p>	<p>中央経済社</p>	<p>今日の産業社会では企業活動の社会的影響力がますます強くなり、それにつれて企業経営の社会性が重要な研究対象になってきた。このような問題意識のもとに、本書では企業経営の社会性を研究するうえで不可欠と考えられる「経営教育」「企業理念」「社会貢献」「地球環境」、そして「高齢化」という5つの主要概念を提示し、主としてアメリカの事例を参照しながら21世紀のグローバル時代に向けて現代的な考察を加えることにより21世紀における企業経営のあり方と方向性を検証した。 (全5章、232頁)</p>
<p>(11) I T 基礎読本</p>	<p>単</p>	<p>平成13年11月</p>	<p>財務省印刷局 (現・国立印刷局)</p>	<p>I T 革命の潮流は1995年以降にインターネットの普及とともに急拡大し、I T (情報技術) の導入は日本の国家戦略としても推進されている。特に企業経営にとり、今やI T は必要不可欠なツールになっているといっても過言ではない。しかし、どれほど優れたI T でも、それを使う側の在り方や創造性が最終的にI T の価値を決定づけることになる。このような問題意識に基づいて歴史的な観点も取り入れ、I T に関する重要語(そのほとんどは英語がオリジナル)を中心に解説を加えた。 (全3章、135頁)</p>
<p>(12) ベンチャー企業と産業振興</p>	<p>共</p>	<p>平成14年4月</p>	<p>成文堂</p>	<p>(著者) 丹下博文編著; 出村豪、渡辺伊津子、岩田貴子、神田善郎、楓森博、北川浩伸、中垣勝臣 (概要) 米国で発生したI T バブルの崩壊後、日本経済は厳しい状況に置かれているうえに産業の空洞化が進み、ベンチャー企業による新産業創出は今や地域経済の活性化にとって喫緊の課題となっている。この動向を踏まえ、本書ではI T 先進県といえる岐阜県を起点に①岐阜県の動向調査、②主要学問領域からの研究、③実務的観点からの考察、④国際的な動向調査などを行った。(全8章、219頁) (担当) はしがき、第1章「岐阜県における産業活性化の現状と課題」(1~25頁)</p>

(13) 環境経営論の構築	共	平成14年10月	成文堂	<p>(著者) 長岡正編著：岡本純、荒深友良、豊澄智己、武内章、丹下博文</p> <p>(概要) 21世紀における企業経営の課題として環境問題への対応が注目されているが、本書では現状を踏まえて環境経営を具体的なものとするため、管理会計、マーケティング、経営組織などの観点から環境経営論を構築するためのアプローチを試みた。この背景には、企業は戦略的課題として環境問題に積極的に取り組み、環境配慮と収益性追求の同時達成を目指さなければならない、との基本認識がある。</p> <p>(全6章、206頁)</p> <p>(担当) 第6章「環境経営格付けの社会性」(179～206頁)</p>
(14) 環境基礎読本	単	平成15年3月	財務省印刷局 (現・国立印刷局)	<p>21世紀になり環境問題は人類の存亡を左右するほど重要になってきた。それは意識的であれ無意識的であれ、文明の進展とともに地球の自然環境を破壊するようになったことから深刻化した。その背景には人類の産業活動の拡大があることを誰も否定できないであろう。実際、一般市民や消費者の間で環境意識が高まり、企業では環境報告者を発行するところが増え環境対策にも真剣に取り組むようになった。そこで本書では、現在の複雑な環境問題を本質的に理解できるよう解説を加えた。</p> <p>(全3章、135頁)</p>
(15) 「知」の文明	単	平成15年3月	財務省印刷局 (現・国立印刷局)	<p>人類の歴史的転換点の一つと言える18世紀後半に始まった産業革命によって物質文明が繁栄するようになったが、地球環境問題に象徴的に現れているように今や物質文明は明らかに行き詰まりの兆候を見せている。それゆえ、21世紀には人間の知恵や知識の集積を正しい方向で企業活動等に活用しなければ人類や地球の未来に明るい展望を開くことはできない。このような視点から、これからの新しい時代に実現すると予想される「知」の文明とはどのような文明かについて考察した。</p> <p>(全4章、202頁)</p>
(16) 企業経営の社会性研究《第2版》—社会貢献・地球環境・高齢化への対応—	単	平成17年4月	中央経済社	<p>「企業経営の社会性」という新しい概念は、地球環境や高齢化のような新しい社会現象に対する企業経営体としての戦略的な取り組みを指し、本質的に企業経営に社会貢献が導入されなければならないことを意味する。つまり、すでに定着した概念となっている「企業の社会的責任(CSR)」は法的な義務として遂行されなければならないが、そこに戦略的な観点の入り込む余地は小さいが、本研究では「企業経営の社会性」という戦略的な概念を提唱し、この概念をもとに21世紀の企業経営を論じている。</p> <p>(全5章、297頁)</p> <p>[初版は平成13年9月に中央経済社より出版]</p>

(17) 大変革の潮流	単	平成17年5月	朝陽会	21世紀は大変革の世紀になると予想される。しかし社会の変革には「良い変革」と「悪い変革」があり必ずしも大変革の潮流が「良い変革」につながるとは限らない。このような観点から、本書では大変革の潮流のなかでも特に今日、関心の高くなった政治の分野における地方分権の動向、ならびに経済の分野における企業の社会的責任を中心に、環境悪化、高度情報化、少子高齢化などの問題も視野に入れて「良い変革」を導く方策を検討した。 (全5章、207頁)
(18) 企業経営のグローバル化研究 ―国際経営とマーケティングの発展―	単	平成19年4月	中央経済社	21世紀に入っても世界市場の環境変化は激しく、企業経営もグローバル化へと一気に進展しつつある。実際、新興国「BRICS」の市場は急拡大し続けている。日本企業においてもグローバル経営を指向する動きが一段と強まり、21世紀の今日では新しいパラダイムの構築が必要になってきた。こうした情勢を背景に、国際経営とマーケティングの観点から企業経営のグローバル化に関する最新動向を考察した。なお、本書は平成11年9月に同文館より出版した『新版・国際経営とマーケティング』を踏まえて発展させた研究成果である。(全9章、255頁)
(19) 企業経営のグローバル化研究《第2版》 ―マーケティングからロジスティクスの時代へ―	単	平成22年2月	中央経済社	平成20年(2008年)9月に勃発したリーマン・ショックに端を発する世界同時不況は世界中の需要を減退させ、世界市場を取り巻く状況が激変した。この時代の潮流を踏まえ、第2版は主として国際経営、多国籍企業、マーケティング、物流・ロジスティクスなどに学術的な関心を抱く研究者等を対象に加筆修正されている。その新機軸は、企業経営のグローバル化に関する考察において物流やロジスティクス、さらにSCMを重要視しなければならない傾向が強くなり、マーケティングからロジスティクスの時代へと移行するパラダイム・シフトを理論的に裏付ける点にある。(全11章、321頁)
(20) 市場流通に関する諸問題〔新增補版〕 ―基本的な企業経営原理の応用について― (A. W. ショー著の訳・論説)	単	平成24年1月	白桃書房	本書はマーケティングに関する古典的名著といわれるA. W. ショーの‘Some Problems in Market Distribution’を翻訳し論説を加えたものである。原典は1915年に米国で出版され、著者のショーは「マーケティング論の父」と称されるが、その卓越した理論は現代のマーケティング、流通、そして物流だけでなく経営学全般にも多くの貴重な示唆を与えている。それゆえ、論説のところではF. W. テイラーの科学的管理論との関連性やロジスティクス・マーケティングの提唱にも考察を加えた。 (全6章、169頁) 〔初版は平成4年6月、増補改定版は平成10年10月、新版は平成18年12月に白桃書房より出版〕

(21) NEGOTIATION and BUSINESS GLOBALIZATION (英文)	単	平成24年4月	成文堂	日本では従来は海外事業展開を考える必要がなかった内需型と呼ばれる外食産業や大手小売業、さらには中小企業までが海外事業展開を余儀なくされ多国籍化を推進しなければならなくなった。その一方で英語の社内公用語化が注目されるようになってきた。このような新しい時代の到来を背景に、本書の特徴は英語はあくまでもコミュニケーションの手段であるという観点に立って、米欧社会では日常生活とともにビジネスの実践面において重要視される「交渉」に焦点をあてて構成されている点にある。(全5章、133頁)
(22) 企業経営の物流戦略研究 ―ロジスティクス・マーケティングの創出―	単	平成26年3月	中央経済社	企業経営において物流改革とかロジスティクス・ルネサンスという用語が使われるようになり、物流やロジスティクスにかかわる分野は、もはや経費を削減するコスト・センターではなく、マーケティングと同じように売上げを増大させ利益を創出するプロフィット・センターであるという新機軸、あるいはパラダイムシフトと呼べる新しい戦略的な観点の導入が必要になってきた。そこで本書では海外の優れた先行研究を踏まえて分析と考察を加え、ロジスティクス・マーケティングという画期的な戦略概念を提唱した。(全7章、176頁)
(23) 企業経営の社会性研究《第3版》―社会貢献・地球環境・高齢化・国際化への対応―	単	平成26年4月	中央経済社	本書の第2版が平成17年(2005年)に出版されてから世界的にはリーマンショック(2008年)、さらに日本では東日本大震災(2011年)が発生し、企業不祥事も後を絶たないなど、企業経営に大きな影響をおよぼす様々な情勢変化が見られた。そこで第3版では第2版の研究成果を踏まえて修正を加え、新たに第V章「社会的責任(SR)の国際化」を追加し2010年に社会的責任(SR)の国際規格として発行されたISO26000に関する考察を行って21世紀における企業経営の社会性研究を一層深めた。(全6章、271頁) [初版は平成13年9月、第2版は平成17年4月に中央経済社より出版]
(24) 企業経営のグローバル化研究《第3版》―マーケティングからロジスティクスの時代へ―	単	平成28年4月	中央経済社	本書の第2版が平成19年(2010年)に出版されてから5年ほど経過し、その間に11年には東日本大震災やタイの大洪水が勃発し、日本企業は大きな試練に遭遇した。日本国内も消費税の増税や円安が進行し、市場環境が大きく変動した。海外では米国経済が金融政策や原油価格の影響を受け、中国は高度経済成長の時代を終え、日本企業も経営のグローバル化に際して新たな問題に直面しなければならなくなった。このような国際情勢の変化を背景に、今回の第3版では考察を一層深めて増補改訂した。(全11章、300頁) [初版は平成19年4月、第2版は平成22年2月に中央経済社より出版]

<p>(25) 企業経営の物流戦略研究《第2版》—ロジスティクス・マーケティングの創出—</p>	<p>単</p>	<p>平成29年4月</p>	<p>中央経済社</p>	<p>本書の初版が出版されてから物流を取り巻く環境が大きく変化した。例えばインターネット通販が拡大したもののトラックドライバー不足が深刻化して社会問題化したため物流危機が叫ばれるようになり、物流分野における高齢者や女性の活用とともに若年層の取り込みが国民経済的な観点から必須になってきた。そこで特に物流の共同化が企業経営における戦略的な観点から積極化している動向を背景に、「経済の大動脈」と呼ばれる物流の付加価値を高め物流革命を実践する方策を研究し論じた。(全8章、245頁) [初版は平成26年3月に中央経済社より出版]</p>
<p>(26) NEGOTIATION and MARKET GLOBALIZATION (英文)</p>	<p>単</p>	<p>平成29年9月</p>	<p>成文堂</p>	<p>平成24年に出版した『NEGOTIATION and BUSINESS GLOBALIZATION』の増補改定版として出版したもので、21世紀の今日、市場のますますのグローバル化を背景に日本人が外国語として英語を習得し、国際的なビジネスの現場で実際に用いるには、本来的に習慣や考え方が相違する、いわゆる異文化圏に属する海外のビジネス・ピープルと交渉、すなわち商談をしなければならない。また、ビジネス目的で外国人が日本を訪れる機会も増えてきており、このような急速に進む市場グローバル化の観点から本書は英語で執筆した。(全6章、146頁)</p>
<p>(27) 市場流通に関する諸問題〔新訂版〕 —基本的な企業経営原理の応用について— (A. W. ショー著の訳・論説)</p>	<p>単</p>	<p>平成30年4月</p>	<p>白桃書房</p>	<p>本書はマーケティングに関する名著であるA. W. ショーの‘Some Problems in Market Distribution’を翻訳し論説を加えたものである。この原典は1915年に米国で出版され、著者のショーは「マーケティング論の父」と称されるが、その卓越した理論は現代のマーケティング、流通、そして物流だけでなく経営学全般にも多くの貴重な示唆を与えている。今回の新訂版ではデジタル経済の到来を背景に「マーケティング論の新たな展開」と題する論説Ⅲを追加し内容を充実させた。(全7章、219頁) [初版は平成4年6月、増補改定版は平成10年10月、新版は平成18年12月、新增補版は平成24年4月に白桃書房より出版]</p>
<p>(28) 企業経営の社会性研究《第4版》—社会貢献・地球環境・高齢化・国際化への対応—</p>	<p>単</p>	<p>令和2年4月</p>	<p>中央経済社</p>	<p>本書の第3版が2014年(平成26年)に出版されてから15年に「パリ協定」が採択されたが、17年に米トランプ政権が離脱を表明し地球温暖化対策の実効性が問われている。他方、日本は「人生100年時代」を世界で最初に迎える世界屈指の長寿国になることは間違いない情勢にある。そこで第4版では2010年代になって急速に進む高齢化現象を背景に、日本で注目されるようになった健康経営に関する考察を行い、人生100年時代を迎える日本にとって企業経営の社会性という観点から健康経営が非常に重要になってきた新しい時代の動向を研究し追加した。(全7章、291頁) [初版は平成13年9月、第2版は平成17年4月、第3版は平成26年4月に中央経済社より出版]</p>

<p>(29) 企業経営の物流戦略 研究《第3版》—ロジ スティクス・マーケテ ィングの創出—</p>	<p>単</p>	<p>令和2年6月</p>	<p>中央経済社</p>	<p>日本ではトラックドライバー不足が深刻となって社会問題化し、物流分野における高齢者や女性の活用とともに若年層の取り込みが国民経済的な観点から必要になってきた。また、物流分野にもワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和）や健康経営の考え方を取り入れなければならなくなってきた。さらに21世紀の今日では高齢化と長寿化の急速な進展で「人生100年時代」が到来しつつある情勢変化に考察を加え、今回の第3版では第IX章にワーク・ライフ・バランス、第X章に健康経営に関する2章を追加し、現在の物流危機を乗り越え物流革命を実現する処方箋となるよう配慮して分析し研究した。 （全10章、291頁）〔初版は平成26年3月、第2版は平成29年4月に中央経済社より出版〕</p>
---	----------	---------------	--------------	---

