

# 青木幸弘教授略歴ならびに著作目録

## [略歴]

1978 (昭和53) 年 3 月	学習院大学経済学部経営学科卒業
1978 (昭和53) 年 4 月	一橋大学大学院商学研究科修士課程商学専攻入学
1980 (昭和55) 年 3 月	一橋大学大学院商学研究科修士課程商学専攻修了
1980 (昭和55) 年 4 月	一橋大学大学院商学研究科博士課程商学専攻入学
1983 (昭和58) 年 3 月	一橋大学大学院商学研究科博士課程商学専攻満期退学
1983 (昭和58) 年 4 月	一橋大学商学部助手
1984 (昭和59) 年 4 月	関西学院大学商学部専任講師
1988 (昭和63) 年 4 月	関西学院大学商学部助教授
1995 (平成7) 年 4 月	学習院大学経済学部経営学科教授
2011 (平成23) 年 4 月	学習院大学副学長 (2014年3月まで)
2015 (平成27) 年 4 月	学習院大学経済学部経営学科主任 (2017年3月まで)
2017 (平成29) 年 4 月	学習院大学経済学部長 (2019年3月まで)
2023 (令和4) 年 4 月	学習院大学経済経営研究所長 (2025年3月まで)

## [学会活動]

日本消費者行動研究学会会員  
日本商業学会会員  
日本マーケティング学会会員

1992年11月～2000年3月	日本消費者行動研究学会理事 (事務局担当)
2000年4月～2001年3月	日本消費者行動研究学会副会長
2001年4月～2003年3月	日本消費者行動研究学会会長
2003年4月～2005年3月	日本消費者行動研究学会副会長
2004年4月～2006年3月	日本商業学会常任理事・関東部会代表理事
2006年4月～2008年3月	日本商業学会理事
2006年4月～2013年3月	日本消費者行動研究学会学会誌編集委員長
2007年4月～2009年3月	日本学術会議連携会員
2010年4月～2012年3月	日本商業学会理事
2012年8月～2017年3月	日本マーケティング学会常任理事 (ジャーナル担当)
2017年4月～2019年3月	日本マーケティング学会理事

## [学位論文]

### 修士論文

『ブランド選択モデルに関する一考察：特にマルコフ・モデルを中心に』，一橋大学大学院商学研究科，1980年3月

### 博士課程単位取得論文

『消費者情報探索に関する一考察』，一橋大学大学院商学研究科，1983年3月

## [著書・訳書]

『流通のダイナミズム』（共著），誠文堂新光社，1984年9月。

『流通の国際比較』（共著），有斐閣，1985年5月。

『日本の卸売経営の未来：情報化時代への活路』（共著），東洋経済新報社，1986年9月。

『阪神間産業構造の研究：尼崎地域産業の歴史と現状』（共著），法律文化社，1987年4月。

『マーケティング理論と測定：LISRELの適用』（共著），中央経済社，1987年5月。

『店頭研究と消費者行動分析：店舗内購買行動分析とその周辺』（共編著），誠文堂新光社，1989年4月。

『市場創造の課題と方法』（共著），千倉書房，1991年10月。

『新版・経営学（2）：管理論』（共著），有斐閣，1991年12月。

『マーケティングと消費者行動』（共著），有斐閣，1992年5月。

『POSとマーケティング戦略』（共著），有斐閣，1993年2月。

『戦略的ブランド管理の展開』（共編著），中央経済社，1996年4月。

『最新ブランド・マネジメント体系：理論から広告戦略まで』（共編著），日経広告研究所，1997年5月。

『消費者関与：概念と調査』（監訳），千倉書房，1998年6月。

『マーケティング革新の時代 第1巻：顧客創造』（共著），有斐閣，1998年12月。

『ブランド・ビルディングの時代：事例に学ぶブランド構築の知恵』（共著），電通，1999年1月。

『ブランド・コミュニケーションの理論と実際』（監訳），東急エージェンシー，2000年4月。

『ブランド構築と広告戦略』（共編著），日経広告研究所，2000年11月。

『消費者行動研究のニュー・ディレクションズ』（共著），関西学院大学出版会，2001年5月。

『ブランド資産価値経営：組織を束ね，収益性を高める成長戦略』（監訳）日本経済新聞社，2002年8月。

『電力のマーケティングとブランド戦略』（共著），日本電気協会出版部，2003年3月。

『製品・ブランド戦略』（共編著）有斐閣，2004年9月。

『消費者行動研究の新展開』（共著）千倉書房，2004年11月。

『60分であなともブランド戦略家』（訳書），宣伝会議，2005年5月。

『ライフコース・マーケティング：結婚，出産，仕事の選択をたどって女性消費の深層を読み解く』（共編著）日本経済新聞出版社，2008年7月。

『マーケティングを学ぶ<下>：売れ続ける仕組み』（編著）中央経済社，2009年12月。

『マーケティング』（共著）有斐閣，2010年4月。

『消費者行動の知識』（単著）日本経済新聞出版社，2010年9月。

- 『日本型マーケティングの新展開』（共編著）有斐閣，2010年10月。
- 『価値共創時代のブランド戦略：脱コモディティ化への挑戦』（編著）ミネルヴァ書房，2011年4月。
- 『消費者行動論：マーケティングとブランド構築への応用』（共著）有斐閣，2012年，5月。
- 『朝倉実践心理学講座2：マーケティングと広告の心理学』（共著）朝倉書店，2013年5月。
- 『ブランド戦略全書』（共著）有斐閣，2014年11月。
- 『ケースに学ぶマーケティング』（編著）有斐閣，2015年8月。
- 『デジタル時代のブランド戦略』（共著）有斐閣，2023年11月。
- 『デジタル経済下の消費者行動：新たな消費の出現とマーケティング対応』（共編著）有斐閣，2026年2月。

#### [学術論文]

- 「消費者情報探索に関する一考察：実証研究のための分析枠組と今後の課題」（単著），『一橋研究』（一橋大学経済研究所），第7巻第2号，1982年7月，1-15頁。
- 「店舗内購買行動研究の現状と課題（1）」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第32巻第4号，1985年2月，117-146頁。
- 「店舗内購買行動研究の現状と課題（2）」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第33巻第1号，1985年6月，163-179頁。
- 「消費者知覚空間の構成に関する諸問題：構成技法の理論的基礎」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第33巻第4号，1986年3月，155-186頁。
- 「潜在変数を持つ構造方程式モデル（1）：LISREL アプローチの概要」（単著），『情報科学研究』（関西学院大学情報処理研究センター），第3号，1988年3月，49-62頁。
- 「関与概念と消費者情報処理（1）：概念的枠組みと研究課題」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第35巻第1号，1987年6月，97-113頁。
- 「関与概念と消費者情報処理（2）：概念的枠組みと研究課題」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第36巻第1号，1988年6月，65-91頁。
- 「消費者関与の概念的整理：階層性と多様性の問題を中心として」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第37巻第1・2・3・4号合併号，1989年10月，119-138頁。
- 「潜在クラス分析における最近の展開：MLLSA アプローチの概要」（単著），『情報科学研究』（関西学院大学情報処理研究センター），第5号，1990年3月，29-41頁。
- 「消費者関与概念の尺度化と測定：特に，低関与型尺度開発の問題を中心として」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第38巻第2号，1990年7月，129-156頁。
- 「広告情報処理に対する関与効果の研究」（単著），『日経広告研究所報』（日経広告研究所），第136号，1991年4月，61-68頁。
- 「マーケティングにおけるデータ解析技法の新展開」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第39巻第2号，1991年12月，21-44頁。
- 「スキャナー・パネル・データと消費者行動分析」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第40巻第3号，1992年1月，31-59頁。
- 「[知識] 概念と消費者情報処理：構造的側面と基礎概念」（単著），『商學論究』（関西学院大学商学研究会），第41巻第3号，1993年1月，137-160頁。

- 「ブランド・エクイティー研究の現状と課題」(単著),『商学論究』(関西学院大学商学研究会), 第42巻第3号, 1995年1月, 39-64頁。
- 「ロングセラー・ブランド化の条件と課題」(単著),『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第18巻第1号, 1998年6月, 43-61頁。
- 「ロングセラー・ブランド化の条件と課題」(単著),『経済経営研究所年報』(学習院大学経済経営研究所), 第12巻, 1998年12月, 1-21頁。
- 「消費者行動研究とブランド・マネジメント:ブランド研究の過去・現在・未来」(単著),『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第21巻第1号, 2001年6月, 47-61頁。
- 「製品関与とブランド・コミットメント:構成概念の再検討と課題整理」(単著),『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第23巻第4号, 2004年3月, 25-51頁。
- 「消費者行動分析枠組の再構築:その射幅と射程の拡大を目指して」(単著),『商学論究』(関西学院大学商学研究会), 第52巻第4号, 2005年3月, 97-126頁。
- 「ブランド価値のデザイン」(単著),『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第25巻第4号, 2006年3月, 17-25頁。
- 「日本企業におけるブランド・マネジメント組織の現状と課題」(共著),『組織科学』(日本組織学会), 第39巻第3号, 2006年3月, 45-60頁。
- 「ブランド構築と価値のデザイン」(単著),『青山マネジメント・レビュー』(青山学院大学), 第9巻, 2006年3月, 26-35頁。
- 「少子化・高齢化と女性のライフコース変化:構造変化を読み解くもう1つの視点」(単著),『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第26巻第2号, 2006年9月, 5-34頁。
- 「女性のライフコース変化と消費:市場変化を読み解く新たな視点」(共著),『経済経営研究所年報』(学習院大学経済経営研究所), 第21巻, 2007年12月, 1-34頁。
- 「ブランド研究における近年の展開:価値と関係性の問題を中心に」(単著),『商学論究』(関西学院大学商学研究会), 第58巻第4号, 2011年3月, 43-68頁。
- 「消費者行動研究における最近の動向:新たな研究の方向性と可能性を考える」(単著),『流通研究』(日本商業学会), 第16巻第2号, 2013年3月, 3-17頁。
- 「「ブランド価値共創」研究の視点と枠組:S-D ロジックの観点からみたブランド研究の整理と展望」(単著),『商学論究』(関西学院大学商学研究会), 第60巻4号, 2013年3月, 85-118頁。
- 「近年における消費者行動の変化と研究上の課題:消費者行動研究の新たな方向性と可能性を考える」(単著),『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング学会), 第33巻第1号, 2013年6月, 14-33頁。
- 「東日本大震災後の消費者行動における変化について」(共著),『経済経営研究所年報』(学習院大学経済経営研究所), 第27巻, 2013年12月, 1-25頁。
- 「消費者行動の変化をどう読み解くか:分析の視点と新たな研究の方向性」(単著),『一橋ビジネスレビュー』(一橋大学イノベーション研究センター), 第61巻第4号, 2014年3月, 30-44頁。
- 「ライフコース理論と消費者行動研究:その基本的視点と応用・展開の方向」(単著),『慶應

- 経営論集』(慶應義塾経営管理学会) 第32巻第1号, 2015年3月, 5-34頁。
- 「エイジングの諸相と高齢者市場: その構造変化と多様性の源泉を読み解く」(単著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング学会), 第34巻第4号, 2015年3月, 40-68頁。
- 「消費者行動研究の30年: 消費者行動論の視点から」(単著), 『消費者行動研究』(日本消費者行動研究学会), 第28巻第1・2号, 2022年3月, 53-70頁。
- 「新型コロナの感染拡大と消費」(共著), 『経済経営研究所年報』(学習院大学経済経営研究所), 第36巻, 2023年12月, 1-29頁。

#### 【事例研究】

- 「常識への挑戦: 「ルシード」にみる引き算型の商品開発」(単著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第515巻第2号, 1995年10月, 61-50頁。
- 「ロングセラー・ブランド化への挑戦: 「ザ・カクテルバー」にみる新カテゴリー創造の商品開発」(単著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第16巻第3号, 1997年1月, 71-92頁。
- 「メガ・ブランド化への挑戦: 「アリナミン」にみる市場変化への対応戦略」(共著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第18巻第1号, 1998年6月, 84-100頁。
- 「ブランド進化への挑戦: 「ポカリスエット」にみる自己変革のブランド戦略」(共著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第19巻第13号, 1999年6月, 74-92頁。
- 「レンジ・ブランド化への挑戦: 「植物物語」にみるカテゴリー横断型ブランド構築」(共著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第19巻第4号, 2000年3月, 73-91頁。
- 「ロングセラー・ブランド化への挑戦: 「サッポロ一番」にみる市場変化への対応戦略」(共著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第21巻第4号, 2002年3月, 84-98頁。
- 「地域のブランド化を推進し地域の活性化を図る」(単著), 『かんぽ資金』(簡保資金研究会) 第314号, 2004年7月, 20-25頁。
- 「脱コモディティ化への挑戦: パスコ「超熟」にみるカテゴリーNo.1ブランド戦略」(共著), 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第24巻第4号, 2005年3月, 70-88頁。
- 「独自の顧客接点を活用した信頼のブランドづくり: 株式会社ファンデリー」(共著) 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング学会), 第35巻第1号, 2015年6月, 146-162頁。

#### 【書評】

- 書評「田中洋著『消費者行動論体系』, 『消費者行動研究』(日本消費者行動研究学会), 第16巻第2号, 2010年3月, 89-98頁。
- 書評「須永努著『消費者の購買意思決定プロセス: 環境変化への適応と動態性の解明』, 『消

- 費者行動研究』(日本消費者行動研究学会), 第18巻第1・2号, 2012年3月, 85-94頁。
- 書評「池尾恭一著『モダン・マーケティング・リテラシー』」, 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第32巻第1号, 2012年6月, 143-145頁。
- 書評「栗木契・水越康介・吉田満梨編『マーケティング・リフレーミング』」, 『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会), 第32巻第3号, 2013年1月, 122-124頁。
- 書評「間々田孝夫著『21世紀の消費』」『消費者行動研究』(日本消費者行動研究学会), 第23巻第2号, 2017年3月, 123-134頁。
- 書評「田中洋著『ブランド戦略論』」『イノベーション・マネジメント』(法政大学イノベーション・マネジメント研究センター), No.16, 2019年3月, 171-175頁。
- 書評「石淵純也著『買物行動と感情』」『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング学会), 第40巻第3号, 2021年1月, 110-112頁。
- 書評「水越康介著『応援消費』」『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング学会), 第43巻第4号, 2024年3月, 110-112頁。

#### [その他]

- 「わが国におけるブランド評価・診断システムの開発動向(上)」(共著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第175号, 1997年10月, 13-19頁。
- 「わが国におけるブランド評価・診断システムの開発動向(中)」(共著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第176号, 1997年12月, 19-23頁。
- 「わが国におけるブランド評価・診断システムの開発動向(下)」(共著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第177号, 1998年3月, 27-31頁。
- 「ブランド構築におけるキャラクターの役割(上)」(単著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第184号, 1999年4月, 14-18頁。
- 「ブランド構築におけるキャラクターの役割(中)」(単著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第185号, 1999年6月, 21-25頁。
- 「ブランド構築におけるキャラクターの役割(下)」(単著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第186号, 1999年8月, 14-19頁。
- 「地域ブランド構築の視点と枠組み」(単著), 『商工ジャーナル』(商工中金経済研究所), 第30巻第8号, 2004年8月, 14-17頁。
- 「「ことば」とブランド, そして広告」(単著), 『日経広告研究所報』(日経広告研究所), 第278号, 2014年12月-2015年1月, 50-51頁。