

小川純生教授 経歴および著作目録

教 員 履 歴

氏 名 小 川 純 生

職 歴

1983年 4月 名古屋商科大学
 1988年 3月 同上 退職
 1988年 4月 東洋大学 経営学部
 1996年4月～1997年3月 オレゴン州立大学 (Oregon State University) 客員教授として交換研究員
 2022年 3月 東洋大学 経営学部 退職

マーケティング論、消費者行動論、演習、マーケティング特論 (大学院) その他担当

研究分野 消費者行動論、マーケティング論

所属していた学会 日本経営学会、日本商業学会、日本広告学会、日本消費者行動研究学会、日本マーケティング協会、日本ダイレクト・マーケティング学会

研 究 業 績 (著書)

【単著】

単著 『マーケティング・ノート第3版』創成社、2015年10月。
 単著 『遊び概念と消費者行動』同友館、2013年12月。
 単著 『マーケティング・ブック』創成社、2011年7月。
 単著 『マーケティング・ノート増補改訂版』創成社、2003年5月。
 単著 『マーケティング・ノート』創成社、2000年10月。
 単著 『消費者と所得—消費階層の出現—』税務経理協会、1997年10月。
 単著 『エッセンスがわかるマーケティング』中央経済社、1994年4月。

【共著】

共著 『マーケティング・コミュニケーション大辞典』宣伝会議、2005年1月、15項目執筆。
 共著 『経営力創成の研究』東洋大学経営力創成研究センター編、学文社、2009年2月
 同書の第11章「JR東日本とヤマハ楽器の競争力の理由—マーケティングの視点から—」を執筆。
 共著 『最新経営会計事典』中垣、友杉、近藤編著、八千代出版、1995年4月
 同書の「Eマーケティング論」の章 (pp.74-88) を執筆。
 共著 『日本企業の国際化戦略』中垣昇編著、中央経済社、1991年。
 同書の第7章「日本企業の国際マーケティング」(pp.75-85) を執筆。
 共著 『経営会計ハンドブック』中垣、友杉編著、八千代出版、1986年11月。
 同書の「マーケティング論」の章 (pp.64-84) を執筆。

研究業績(論文)

- 修士論文「新製品普及過程についての一考察・消費者行動研究を基礎にして」1978年3月。
- 論文 「イノベーション普及モデルの展開」
三田商学研究 第23巻2号(慶応義塾大学)1980年6月、75～89頁。
- 論文 「購買行動にたいする多次元的アプローチ」
三田商学研究 第25巻2号(慶応義塾大学)1982年6月、179～193頁。
- 論文 「態度概念と購買行動の関係・店舗イメージと消費者選択」
名古屋商科大学論集 第28巻2号、1984年3月、133～153頁。
- 論文 「試論的イノベーション意思決定プロセス・モデルの構築」
名古屋商科大学論集 第29巻1号、1984年9月、105～131頁。
- 論文 「購買意思決定プロセス・モデルの再考察」
名古屋商科大学論集 第30巻1,2合併号、1985年11月、49～69頁。
- 論文 「消費者行動の要因分析に関する一考察」
東洋大学経営論集 第32号(東洋大学)1989年1月、79～104頁。
- 論文 「消費者行動にたいする所得の影響・時間」
東洋大学経営論集 第33号(東洋大学)1989年3月、17～33頁。
- 論文 「因果関係と因果理論について」
東洋大学経営研究所論集 第12号(東洋大学経営研究所)1989年3月、141～150頁。
- 論文 「消費者の意思決定プロセスと所得の関係」
東洋大学経営論集 第34号(東洋大学)1990年3月、35～52頁。
- 論文 「国際マーケティングにおける文化概念の一考察」
東洋大学経営研究所論集 第13号(東洋大学経営研究所)1990年3月、93～105頁。
- 論文 「消費者の価値比較・日本、中国、米国」
東洋大学経営論集 第36号(東洋大学)1991年3月、15～38頁。
- 論文 「消費者行動と価値の関係・日・中比較」
東洋大学経営研究所論集 第14号(東洋大学経営研究所)1991年3月、71～106頁。
- 論文 「所得の社会的機能と消費者行動」
東洋大学経営論集 第38号(東洋大学)1992年3月、125～139頁。
- 論文 「消費者行動にたいする価値の影響」
東洋大学経営研究所論集 第15号(東洋大学経営研究所)1992年3月、119～155頁。
- 論文 「製品ライフサイクルはS字型か?」
東洋大学経営論集 第39号(東洋大学)1993年3月、25～50頁。
- 論文 「マス・コミュニケーションの注射針モデルと新製品普及過程」
東洋大学経営研究所論集 第16号(東洋大学経営研究所)1993年3月、163～178頁。
- 論文 「所得と購買行動・低価格製品の場合」
東洋大学経営論集 第40号(東洋大学)1994年3月、1～13頁。
- 論文 「広告効果測定のパネルモデル」
東洋大学経営研究所論集 第17号(東洋大学経営研究所)1994年3月、25～38頁。
- 論文 「所得と購買行動・中価格製品の場合」

- 東洋大学経営論集 第 42 号 (東洋大学) 1996 年 2 月、99 ~ 113 頁。
- 論文 「血液型と消費者行動」
- 東洋大学経営研究所論集 第 19 号 (東洋大学経営研究所) 1996 年 3 月、95 ~ 118 頁。
- 論文 「所得と購買行動 - 高価格製品の場合 -」
- 東洋大学経営論集 第 46 号 (東洋大学) 1997 年 12 月、1 ~ 16 頁。
- 論文 「購買行動における所得制約と製品欲求の関係」
- 東洋大学経営論集 第 48 号 (東洋大学) 1998 年 11 月、107 ~ 120 頁。
- 論文 「ホイジンガの「遊び」概念と消費者行動」
- 東洋大学経営研究所論集 第 23 号 (東洋大学経営研究所) 2000 年 2 月、167 ~ 186 頁。
- 論文 「カイヨワの遊び概念と消費者行動」
- 東洋大学経営研究所論集 第 24 号 (東洋大学経営研究所) 2001 年 2 月、293 ~ 311 頁。
- 論文 「遊び概念—面白さの根拠—」
- 東洋大学経営研究所論集 第 26 号 (東洋大学経営研究所) 2003 年 2 月、99 ~ 119 頁。
- 論文 「遊びは人間行動のプラモデル?」
- 東洋大学経営論集 第 58 号 (東洋大学) 2003 年 3 月、25 ~ 49 頁。
- 論文 「面白さと情報負荷の関係—遊び概念を意識して—」
- 経営力創成研究 創刊号 (東洋大学経営力創成研究所) 2005 年 3 月、99 ~ 114 頁。
- 論文 「JR Suica と遊び概念—経営力創成のために—」
- 経営力創成研究 第 3 号 (東洋大学経営力創成研究所) 2007 年 3 月、99 ~ 109 頁。
- 論文 「面白さに関わる情報の相対的評価—遊び概念と情報負荷—」
- 東洋大学経営論集 第 69 号 (東洋大学) 2007 年 3 月、1 ~ 12 頁。
- 論文 「面白さに関わる直前情報の影響—遊び概念と情報負荷—」
- 東洋大学経営論集 第 70 号 (東洋大学) 2007 年 11 月、1 ~ 11 頁。
- 論文 「新光三越百貨店、瑞晶電子 (Rexchip) の経営力・マーケティング、消費者行動の視点から」
- 経営力創成研究 第 5 号 (東洋大学経営力創成研究所) 2009 年 3 月、159 ~ 165 頁。
- 論文 「テレビゲーム機の変遷—ファミコン、スーパーファミコン、プレステ、プレステ 2、Wii まで—」
- 東洋大学経営論集 第 77 号 (東洋大学) 2011 年 3 月、1 ~ 17 頁。
- 論文 「間違ったゲーム進化 1/2—遊び概念からの視点—」
- 東洋大学経営論集 第 78 号 (東洋大学) 2011 年 11 月、81 ~ 103 頁。
- 論文 「間違ったゲーム進化 2/2—遊び概念からの視点—」
- 東洋大学経営論集 第 79 号 (東洋大学) 2012 年 3 月、1 ~ 24 頁。
- 論文 「消費者行動：なぜ遊び概念なのか?」
- 東洋大学経営論集 第 80 号 (東洋大学) 2012 年 11 月、1 ~ 16 頁。
- 論文 「時間と空間の交点に立つ消費者・遊び概念視点」
- 東洋大学経営論集 第 81 号 (東洋大学) 2013 年 3 月、29 ~ 39 頁。
- 論文 「遊び、祭祀、そして日常の空間比較—遊び概念の視点から—」
- 東洋大学経営論集 第 87 号 (東洋大学) 2016 年 3 月、1 ~ 21 頁。

他 の 業 績 (著書)

単著 『超馬券論』 k.k. ベストセラーズ、1994年10月。

単著 『競馬 数値革命 V』 三心堂出版社、1995年11月。

他 の 業 績 (雑誌)

『談』 特集「遊び/愉しみ」のコミュニケーション、たばこ総合研究センター [TASC]、2007年 no.78