

教員選考調書

神戸大学大学院経営学研究科

就こうとする職名	専任兼任の別	所属講座	最終卒業学校名 学部名及び学科名 卒業年次	学位・称号	著書 学術論文数	性別	ふりがな 氏名
教授	専任	商学講座 (マーケティング)	神戸大学大学院 経営学研究科 博士課程後期課程 2009年3月修了	博士 (経営学)	48	女	よしだ まり 吉田 満梨

担当可能科目(英語科目を含む)

1. (学部) マーケティング、外国書講読
2. (MBA) Sales & Marketing、ケースプロジェクト研究、現代経営学演習
3. (大学院) マーケティング特論、定性的方法論研究、マーケティング特殊研究

略 歴

学 歴	1999年3月	岩手県立 一関第一高等学校	卒業
	1999年4月	立命館大学 国際関係学部 国際関係学科	入学
	2003年9月	同	卒業
	2004年4月	神戸大学大学院 経営学研究科 博士課程前期課程	入学
	2006年3月	同	修了
	2006年4月	同 博士課程後期課程	進学
	2009年3月	同	修了
	2009年3月	博士(商学) 神戸大学大学院 経営学研究科	
職 歴	2009年4月	～ 2010年3月	首都大学東京 都市教養学部 経営学系 助教
	2010年4月	～ 2021年3月	立命館大学 経営学部 准教授
	2012年4月	～ 2013年9月	関西大学 社会学部 非常勤講師
	2012年10月	～ 2013年3月	滋賀大学 経済学部 非常勤講師
	2015年4月	～ 2016年9月	同志社大学 商学部 非常勤講師
	2015年8月	～ 2016年8月	名古屋市立大学大学院 経済学学術研究科 非常勤講師
	2016年4月	～ 2016年9月	近畿大学 経営学部 非常勤講師
	2017年4月	～ 2019年9月	関西学院大学 専門職大学院 経営戦略研究科 非常勤講師
	2021年4月	～ 現在	神戸大学大学院経営学研究科 准教授
	2021年4月	～ 現在	関西学院大学 専門職大学院 経営戦略研究科 非常勤講師
	2021年10月	～ 2023年3月	京都大学経営管理大学院 非常勤講師
	2023年4月	～ 現在	京都大学経営管理大学院 客員准教授
	2023年5月	～ 現在	株式会社やまと 社外取締役
	2025年4月	～ 現在	サイボウズ株式会社 社外取締役
受賞歴	2015年11月	Korean Scholars of Marketing Science 2015 Best Conference Paper Award	
	2023年5月	京都大学経営管理大学院 第14回 優秀教育賞	
	2024年10月	日本マーケティング学会 日本マーケティング本大賞2024 大賞	

所属学会 日本商業学会、日本マーケティング学会、組織学会、日本ベンチャー学会、European Group for Organizational Studies

## 1. 研究業績

著書及び論文目録	発表年月	発表雑誌等の名称	備考
1) 著書(単著、共著、編著)			
1 吉田満梨 『エフェクチュエーションによる市場創造』 (仮)	2025年 近刊	東洋経済新報社	単著
2 吉田満梨・中村龍太 著『エフェクチュエーション：優れた起業家が実践する「5つの原則」』	2023年8月	ダイヤモンド社	共著 (第1-8章担当) 「日本マーケティング 本大賞2024」大賞授賞
3 高橋広行・徳山美津恵・吉田満梨 著, 佐藤善信 監修『ケースで学ぶケーススタディ』	2015年4月	同文舘出版	共著 (第2, 6, 7, 9章担当)
4 栗木契・水越康介・吉田満梨 著 『マーケティング・リフレーミングー視点が変わると価値が生まれる』	2012年3月	有斐閣	共著 (第4, 7, 11章担当)
5 石井淳蔵・栗木契・清水信年・西川英彦・水越康介・吉田満梨 著『ビジネス三國志ーマーケティングに活かす複合競争分析』	2009年1月	プレジデント社	共著 (第2部第1章「健康緑茶」担当)
2) 著書分担執筆			
1 山田幸三・江島由裕 編著 『1からのアントレプレナーシップ (第2版)』	2024年3月	碩学舎	分担執筆 (第4章「エキスパート・アントレプレナーシップ」)
2 恩蔵直人・坂下玄哲 編『マーケティングの力ー最重要概念・理論枠組み集』	2023年5月	有斐閣	分担執筆 (第1章 1-2「競争と戦略」, 1-23「マーケティング・アジリティ」担当)
3 石井淳蔵・廣田章光 編著『1からのブランド経営』	2021年5月	有斐閣	分担執筆 (第7-8章担当)
4 島田昌和 編著『きものとデザイナーーつくり手・売り手の一五〇年』	2020年5月	ミネルヴァ書房	分担執筆 (第8章「戦後～現代のものづくりと市場創造に流通事業者が果たした役割」担当)
5 石井淳蔵・廣田章光・清水信年 編著『1からのマーケティング (第4版)』	2019年12月	碩学舎	分担執筆 (第5章「価格のマネジメント」)
6 栗木契・横田浩一 編著, 水越康介・江夏幾多郎・吉田満梨 著『デジタル・ワークシフトーマーケティングを変えるキーワード30』	2018年4月	産学社	分担執筆 (第2, 18, 19章担当)
7 小田部正明・栗木契・太田一樹 編著『1からのグローバル・マーケティング』	2017年3月	碩学舎	分担執筆 (第5, 9章担当)
8 石井淳蔵・廣田章光・坂田隆文『1からのマーケティング・デザイン』	2016年9月	碩学舎	分担執筆 (第3章「製品による顧客創造」)
9 西川英彦・廣田章光 編著 『1からの商品企画』	2012年1月	碩学舎	分担執筆 (第12章「価格提案」、松浦総一氏との共著)

## 3)論文(査読あり)

- |    |  |         |  |
|----|--|---------|--|
| 1  | 柳淳也・吉田満梨・並木州太郎・竹林一・今庄啓二「大企業の新規事業開発におけるエフェクチュエーションの活用ー持続的なBMIプロセスを可能とするイントラプレナーの意思決定と行動」  | 2024年3月 | 『マーケティングジャーナル』第43巻、第4号、18-30頁  |
| 2  | 吉田満梨・二宮麻里・三井雄一・大田康博「パートナーとの協働を通じた起業家の目的形成ー株式会社ヌーラボの事例研究ー」  | 2023年9月 | 『マーケティングジャーナル』第43巻、第2号、30-41頁  |
| 3  | 角田ますみ・吉田満梨「アドバンス・ケア・プランニング支援におけるエフェクチュエーションの適用可能性」   | 2023年9月 | 『生命倫理』第33巻、第1号、69-78頁  |
| 4  | 吉田満梨「企業家活動の成功の向こう側へーエフェクチュエーション研究の現状と可能性ー」   | 2022年3月 | 『VENTURE REVIEW(日本ベンチャー学会誌)』第39巻、15-30頁                                      |
| 5  | Takata, M, K. Nakagawa, M. Yoshida, T. Matsuyuki, T. Matsuhashi, K. Kato, A. J.Stevens "Nurturing entrepreneurs: How do technology transfer professionals bridge the Valley of Death in Japan? " | 2022年1月 | <i>Technovation</i> , Vol.109, 102161  |
| 6  | Thyne, Maree, Leah Watkins & Mari Yoshida "Resident Perceptions of Tourism: The Role of Social Distance."  | 2018年3月 | <i>International Journal of Tourism Research</i> , Vol.20, No.2, pp.256-266. |
| 7  | 吉田満梨「新市場創造プロセスにおける不確実性と意思決定」   | 2018年3月 | 『マーケティングジャーナル』、第37巻、第4号、16-32頁   |
| 8  | 吉田満梨「製品評価基準の変化を伴う新市場形成プロセスーカモ井加工紙株式会社「mt」の事例研究」  | 2013年1月 | 『マーケティングジャーナル』、第32巻、第2号、16-32頁   |
| 9  | 吉田満梨・水越康介「消費経験論の新展開に向けてー実践的転回についての考察」  | 2012年3月 | 『流通研究』、第14巻、第1号、17-34頁   |
| 10 | Nishikawa, Hidehiko & Mari Yoshida "Reexamine the Classification of Market Learning: A Case Study of 30 years' History of Diaper War in Japan."  | 2010年8月 | <i>Journal of International Business Research</i> , Vol.9, pp.1-16.          |
| 11 | 吉田満梨「情報システムと市場知識の創造」   | 2010年4月 | 『日本情報経営学会誌』、第30巻、第4号、35-46頁  |
| 12 | 吉田満梨「不確定な環境における市場予測と遂行的実践ー株式会社伊藤園飲料化比率を参照点とした市場創造の事例」  | 2010年1月 | 『マーケティングジャーナル』、第29巻、第3号、59-73頁   |
| 13 | 吉田満梨・依田祐一・南知恵子「インターナル・アウトソーシングと内部市場戦略ーキリンビジネスシステムのケース」   | 2009年3月 | 『マーケティングジャーナル』、第28巻、第4号、4-19頁  |

14	Mari Yoshida "Cognitive Gap between Producers and Consumers in the Process of New Product Market Formation."	2008年2月	<i>Journal of International Business Research</i> , Vol.7, pp.99-110.
----	--	---------	---

---

#### 4)論文(査読なし)

1	吉田満梨・伊藤智明「企業家を支援しつづけること」	2024年3月	『国民経済雑誌』第228巻 第1号、89-106頁
2	吉田満梨「エフェクチュエーションによる企業成長」	2024年2月	『調査月報』2024年2月号、36-41頁.
3	吉田満梨「非予測的コントロールの論理」		『一橋ビジネスレビュー』2023年SUM、86-99頁
4	吉田満梨「対象に価値を見いだす人々の創出による市場機会の創造」	2023年3月	『一橋ビジネスレビュー』2023年SPR、130-140頁
5	吉田満梨「起業家による機会の認識を通じた市場機会の創造」	2022年12月	『一橋ビジネスレビュー』2022年WIN、94-102頁
6	吉田満梨「新しい製品サービスの開発を通じた市場機会の創造」	2022年9月	『一橋ビジネスレビュー』2022年AUT、86-94頁
7	吉田満梨「[連載]エフェクチュエーションによる新市場創造－3つのパターンと2つの論理」	2022年6月	『一橋ビジネスレビュー』2022年WIN、100-108頁
8	吉田満梨「中小企業の市場創造プロセスにおけるエフェクチュエーションの活用」	2022年2月	『商工金融』2022年2月号、19-36頁.
9	吉田満梨「ノスタルジア性向の先行要因と消費者への効果」	2019年3月	『アド・スタディーズ』、第71巻、54-59頁
10	吉田満梨「エフェクチュエーションに基づく新規事業開発 (3) 偶然を梃子にし、パートナーと共に未来を紡ぎ出す」	2017年12月	『BtoB コミュニケーション』、第49巻、第12号、22-27頁
11	吉田満梨「エフェクチュエーションに基づく新規事業開発 (2) 手持ちの資源と最小のリスクで一步を踏み出す」	2017年11月	『BtoB コミュニケーション』 第49巻、第11号、12-17頁
12	吉田満梨「エフェクチュエーションに基づく新規事業開発 (1) 不確実性の下でいかに意思決定が可能か」	2017年10月	『BtoB コミュニケーション』、第49巻、第9号、12-18頁
13	吉田満梨「着物関連市場における新たなセグメントとその特性の分析」	2014年5月	2013年度「未来の京都創造研究事業」研究成果報告書
14	吉田満梨「市場育成を通じた価値創造のマネジメントー株式会社生活の木事例を中心に」	2014年3月	『一橋ビジネスレビュー』第61巻、第4号、76-92頁

- |    |   |          |                                  |
|----|---|----------|----------------------------------|
| 15 | 吉田満梨「着物関連市場の問題構造と可能性—株式会社千總『總屋』の事例研究を手がかりとして」 | 2013年11月 | 『立命館経営学』、第52巻、第2号、429-452頁       |
| 16 | 吉田満梨「価値創造プロセスへの消費者参加」                         | 2013年9月  | 『繊維製品消費科学』、第54巻、第9号、792-799頁     |
| 17 | 吉田満梨「パートナーとの関係構築に基づく新市場創造」                    | 2012年10月 | 『BtoB コミュニケーション』、第44巻、第10号、2-7頁  |
| 18 | 吉田満梨・高橋勲徳「伝統産業におけるイノベーション—株式会社坂本乙造商店の事例」      | 2010年3月  | 首都大学東京社会科学部研究科 リサーチペーパーシリーズ、第76号 |
| 19 | 吉田満梨「製品市場境界構築の動態分析—マーケティング行動の歴史社会プロセス」        | 2009年1月  | 神戸大学大学院経営学研究科 博士学位取得論文           |
| 20 | 吉田満梨「製品市場の認知的ダイナミズム」                          | 2007年9月  | 『マーケティングジャーナル』、第27巻、第2号、90-99頁   |

## 5)学会報告

- |   |  |          |  |
|---|--|----------|--|
| 1 | Yoshida,M., J. Yanagi, H. Takebayashi, S. Namiki, and K. Imajo "Bridging intrapreneurship: Middle management linking the company direction with individual initiatives." | 2025年7月  | 41st EGOS Colloquium (in Athens, Greece)       |
| 2 | 吉田満梨・柳淳也・竹林一・並木州太郎・今庄啓二「イントラプレナーの実践をめぐる組織プロセスの予備的考察—オムロン(株)における新規事業開発の事例分析—」   | 2024年12月 | 日本ベンチャー学会 第27回全国大会 (於 開志専門職大学)                 |
| 3 | Hesham Najem・吉田満梨「マーケット・シェイピング活動と市場エコシステム—クウェートにおける日本ポップカルチャー市場の事例—」   | 2024年10月 | 日本マーケティング学会カンファレンス (於 法政大学)                    |
| 4 | 角田ますみ・吉田満梨「ACP支援におけるエフェクチュエーションの実践的な活用についての検討」   | 2023年12月 | 第35回日本生命倫理学会 年次大会 (於 明治学院大学)                   |
| 5 | 吉田満梨「H.Simon から S.Sasasvathy へ—人工物科学の経営学的展開—」  | 2023年11月 | 科学基礎論学会 招待講演 秋の研究例会                            |
| 6 | 吉田満梨「価値創造活動はいかに支援可能か—企業家とパートナーの関係構築—」  | 2023年11月 | 日本商業学会 関西部会 11月例会 (於 大阪市立大学)                   |
| 7 | Mari Yoshida "Decisions made by an experienced marketer in new market creation process"  | 2023年11月 | 8th Effectuation Conference(in Gdansk, Poland) |
| 8 | 吉田満梨・渡辺紗理菜「小売企業の国際化に伴う不確実性とエフェクチュエーション—FLO Optics Pte. Ltd.の事例から」  | 2022年10月 | 日本マーケティング学会カンファレンス (於 日本大学)                    |
| 9 | 吉田満梨「マーケティング研究における2つの制度論」  | 2022年10月 | 2023年度組織学会 年次大会 (於 武蔵大学)                       |

- |    |  |          |  |
|----|--|----------|--|
| 10 | 吉田満梨「企業家活動の成功の向こう側へーエフェクチュエーションの研究前史・現状・可能性を踏まえてー」   | 2021年12月 | 日本ベンチャー学会 招待講演<br>第24回全国大会<br>【ショーケース・セッション3】                              |
| 11 | 吉田満梨「新たな価値の創造・受容に関する理論と実践」   | 2021年9月  | 日本商業学会<br>関西部会 9月例会<br>(於 オンライン)   |
| 12 | 吉田満梨「マーケティング研究で『オーセンティシティ』を問うことの意義」  | 2019年11月 | 日本商業学会<br>関西部会 11月例会<br>(於 大阪市立大学)   |
| 13 | Mari Yoshida "Resident Perception of Tourism: The Role of Social Distance."                                    | 2019年1月  | 日本商業学会<br>関西部会1月例会<br>(於 大阪市立大学)   |
| 14 | 吉田満梨「大企業マーケターによるエフェクチュエーション」   | 2018年8月  | 日本マーケティング学会カンファレンス (於 早稲田大学)   |
| 15 | 吉田満梨「カテゴリ認識とカテゴリ拡張が事業成果に及ぼす影響」   | 2018年5月  | 日本商業学会第68回<br>全国研究大会<br>(於 駒澤大学)   |
| 16 | 吉田満梨「大企業におけるエフェクチュエーション」   | 2018年3月  | 日本マーケティング学会リサーチプロジェクトセッション(於 中央大学)   |
| 17 | 吉田満梨「新市場創造プロセスにおける不確実性と意思決定」   | 2017年12月 | 日本商業学会第7回<br>全国研究報告会<br>(於 中村学園大学)   |
| 18 | 吉田満梨「新市場創造プロセスにおけるマーケターの実践知ー環境の不確実性の下での意思決定の論理」  | 2017年11月 | 組織学会2018年度<br>年次大会<br>(於 首都大学東京)   |
| 19 | Mari Yoshida "When Supply Does Not Meet Demand: On Contemporary Kimono Culture."                               | 2017年11月 | The Twenty-First<br>Asian Studies<br>Conference Japan<br>(in Tokyo, Japan) |
| 20 | 吉田満梨「消費者行動研究におけるエフェクチュエーションの試論」  | 2017年5月  | 第54回消費者行動研究<br>コンファレンス (於 慶應義塾大学)  |
| 21 | 吉田満梨「イノベーターの思考プロセスから何を学ぶことができるか」   | 2017年3月  | 日本マーケティング学会リサーチプロジェクトセッション(於 中央大学)   |
| 22 | Mari Yoshida "Co-creation of Knowledge with Customers."  | 2017年1月  | 16th International<br>Marketing Trends<br>Conference (in Madrid, Spain)    |
| 23 | Watanabe, Sarena, Kenji Sera & Mari Yoshida "How a Brand Value is Disseminated and Realised at Retail Stores." | 2016年7月  | 2016 Global<br>Marketing<br>Conference (in Hong Kong, China)               |
| 24 | 吉田満梨「着物関連産業におけるビジネスシステムと制度的障壁」   | 2016年6月  | 日本商品学会<br>第67回全国大会<br>(於 東洋大学)   |

25	Mari Yoshida "How Possessions Contribute for Owner's Identity Construction."	2016年3月	International Conference on Business, Economics and Information Technology 2016 (in Nagoya, Japan)	
26	Mari Yoshida "Product Rejuvenation by Co-Creating Value with Customers: Case Studies of Declining Industries in Japan."	2015年11月	2015 Korean Scholars of Marketing Science International Conference (in Seoul, Korea)	Best Conference Paper Award受賞
27	Mari Yoshida "The Role of Possessions as Extended Self at the Time of Liminality."	2015年11月	2015 International Conference of Asian Marketing Associations (in Tokyo, Japan)	
28	Mari Yoshida "Social Distance between Japanese Residents and International Tourists."	2015年6月	5th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference (in Beppu, Japan)	
29	本條晴一郎・吉田満梨・大槻美聡 「伝統産業における新たな消費者価値の形成」	2014年11月	第49回消費者行動研究学会コンファレンス (於 明治学院大学)	
30	Mari Yoshida "Market Cultivation: How Can a Company Link Values-in-Use Co-created with the Customers to its Product Development."	2014年8月	AMA2014 Summer Marketing Educators' Conference (in San Francisco, the United States)	
31	吉田満梨「消費者による資源化に基づく市場のリフレーミング」	2013年6月	日本商業学会 関西部会 6月例会 (於 大阪市立大学)	
32	吉田満梨「新市場の形成過程におけるユーザーとの価値共創の有効性」	2012年5月	日本商業学会第 62 回全国研究大会 (於 北海学園大学)	
33	Mari Yoshida "How the Value in Use is Co-Created in the Dialogical Interaction with Emerging Customers."	2012年1月	11th International Marketing Trends Conference (in Venice, Italy)	
34	吉田満梨「マーケティング研究における実践概念の意義」	2011年7月	日本情報経営学会第 62回研究発表大会 (於 神戸大学)	
35	Mizukoshi, Kosuke, Mari Yoshida & Masato Hiruma "Backward Causation Makes Intentions and Unintended	2010年7月	26th EGOS Colloquium (in Barcelona, Spain)	
36	吉田満梨「健康茶飲料市場の形成 ―言説の歴史社会的アプローチによる分析」	2009年6月	日本商品学会 第60回全国大会 (於 同志社大学)	

37	吉田満梨「健康茶飲料市場—市場境界の形成と戦略行為のダイナミクス」	2009年6月	組織学会2009年研究発表大会 (於 東北大学)
38	吉田満梨「複数企業の相互行為による健康茶飲料市場の形成と競争環境の変化」	2008年11月	日本商業学会 関西部会 11月例会 (於 大阪市立大学)
39	Mari Yoshida "A Cognitive Gap between Producers and Consumers in Product Market Formation Process."	2008年3月	International Conference on Business, Economics and Information Technology2008 (in Hanoi, Vietnam)
40	吉田満梨「製品カテゴリの生成と変容に関する考察」	2007年6月	第34回消費者行動研究コンファレンス (於 関西学院大学)

## 6)その他

1	エフェクチュエーションについて朝刊・経済教室欄「やさしい経済学」に連載(全9回)	2020年6月25日～7月7日	『日本経済新聞』	寄稿
2	サラス・サラスバシー 著, 加護野忠男 監訳, 高瀬進・吉田満梨 訳『エフェクチュエーション—市場創造の実効理論』	2015年10月	碩学舎	翻訳書
3	マーク・タンゲート著, 張智利・吉田満梨・渡辺紗理菜 訳『“美”のブランド物語』	2015年12月	碩学舎	翻訳書

## 2. 教育実績

	内 容	期 間	備 考
1	神戸大学大学院経営学研究科MBAプログラムにて、1年目のコア科目「Sales & Marketing」を担当。実践的なビジネスケースを用いて、マーケティングの理論的フレームワークとデータに基づいた意思決定を行う、ケース・メソッドの授業を実施。教室内でのケース・ディスカッションと毎週の事前課題レポートへの採点・フィードバックによって、マーケティング論の理解と実践能力の両方を高める授業運営を工夫している。	2024年4月～現在	
2	民間企業、経済団体、官公庁・自治体、他大学、他学会、非営利組織などに対して、これまでにエフェクチュエーションの理論についての講演・セミナー・寄稿などを、200件以上実施した。2024年12月には、人事院公務員研修所が主催の、第298回行政研修にて、各省庁の課長補佐級の受講生に対しても、エフェクチュエーションの講座・ワークショップを実施した。いずれの機会でも、主催者・参加者の双方から、高い評価を得ている。	2020年～現在	

- 3 2018年10月26日に、立命館大学にてエフェクチュエーションの提唱者であるSaras Sarasvathy (ヴァージニア大学ダーデンスクール教授)を招聘したワークショップを開催した。学部・大学院の学生のみでなく、平日にも関わらず100名を超える社会人・研究者の参加をいただき、エフェクチュエーションの理論と活用について理解を深める機会を提供することができた。 2018年10月26日
- 4 2017年に関西学院大学経営戦略研究科 (IBA)にて、日本で初めてビジネススクールにおけるエフェクチュエーションについての授業を開講した。以降、京都大学、神戸大学でも開講。独自の教材・演習の開発、入門書の執筆行いながら、アクション・ラーニングを前提とした授業運営を行い、受講生からも毎年高い評価を得ており、起業や事業開発をする方も排出されている。 2017年4月～現在 2017年～関西学院大学経営戦略研究科  
2021年～京都大学経営管理大学院 (2022年度の授業評価に対して「第14回 優秀教育賞」を授与された)  
2023年～神戸大学大学院経営学研究科MBAプログラム

### 3. 社会活動実績

	内 容	期 間	備 考
1	サイボウズ株式会社 社外取締役	2025年4月～現在	
2	株式会社やまと 社外取締役	2023年5月～現在	
3	高島市 観光ビジョン策定委員会 委員長	2022年4月～ - 2024年3月	
4	神戸市 上下水道事業審議会 委員	2022年4月～現在	
5	文化庁 生活文化調査事業「和装」有識者会議 委員	2021年4月～2023年3月	
6	京都市 上京区基本計画推進会議 委員	2019年4月～2021年3月	
7	滋賀県 観光事業審議会 委員	2017年4月～2019年3月	
8	京都市 京都市西陣を中心とした地域活性化ビジョン検討委員会 委員	2017年4月～2019年3月	
9	京都市 京都をつなぐ無形文化遺産「きもの文化」審査会 委員	2015年4月～2016年3月	
10	京都市, 京都市 京都をつなぐ無形文化遺産「きもの文化」審査会 委員	2015年4月～ - 2016年3月	
11	経済産業省 和装振興協議会 委員	2015年4月～現在に至る	

### 4. 外部資金獲得実績

	内 容	期 間	備 考
1	「マーケティング・アジリティを補完するマーケティング活動のダイナミズムの探索的研究」 JSPS 科学研究費・基盤研究 (C) 22K01745	2022年4月～2024年3月	分担者: 栗木契
2	「不確実性下におけるマーケターの意思決定の分析」 JSPS 科学研究費・基盤研究 (C) 18K01899	2018年4月～2023年3月	

- |   |  |                     |
|---|--|---------------------|
| 3 | 「エフェクチュエーションに基づくマーケティング・モデルの理論構築」 JSPS科学研究費・挑戦的萌芽研究 15K13053 | 2015年4月～<br>2018年3月 |
| 4 | 「製品カテゴリの生成・変化に関する社会的プロセスの分析」 JSPS科学研究費・若手研究(B) 23730421      | 2011年4月～<br>2015年3月 |
| 5 | 「企業の製品市場境界認識に関する実証研究」 JSPS科学研究費・研究活動スタート支援 21830091          | 2009年4月～<br>2011年3月 |

## 5. その他

内 容		期 間	備 考
学外活動(学会活動、社会貢献など)			
1	日本エフェクチュエーション協会 理事	2025年4月～ 現在	
2	日本マーケティング学会 理事	2023年4月～ 現在	
3	『マーケティング・ジャーナル』シニア・エディター	2023年4月～ 現在	
4	組織学会 評議員(広報委員)	2021年6月～ 現在	
5	『日本経済新聞』朝刊・経済教室「やさしい経済学」連載(全9回)	2020年6月25日～ 7月7日	
6	組織学会 大会委員	2019年10月 2021年10月	
7	日本消費者行動研究学会 第55回消費者行動研究コンファレンス 大会準備委員	2017年10月21～ 22日	
8	日本商品学会 第68回全国大会 大会準備委員長	2017年 6月10日	
9	日本商業学会 関西部会 理事	2017年5月～ 現在	
10	日本商品学会 理事	2014年4月～ 2021年3月	
11	日本商業学会 第63回全国研究大会 大会準備委員	2013年 5月24～26日	
12	組織学会 2012年度研究発表大会 開催準備委員	2012年 6月16～17日	
13	日本商業学会 関西部会 幹事	2011年5月～ 2017年5月	