

主な研究業績

種類	著書/論文/論題名	掲載誌巻号/ 発行者/学会名	発表 年月	備考/ 執筆ページ
著書				
共著	地方創生への挑戦 「地域農産物のブランド化への挑戦」 ～二代目イモセガレプラザーズの取り組みをとおして～	中央経済社 「地方創生への挑戦」 熊本県立大学総合管理学部 COC事業プロジェクトチーム	2018年2月	p155～p168
共著	アンケート調査入門	東京図書	2011年10月	p49-75
共著	マーケティング部管理者の仕事	日本能率協会	2002年3月	p68-81,p110,123,p128-135,p152-191
共著	企業の環境対応の考え方と実践-本質的対応への経営戦略的アプローチ	ダイヤモンド社	1992年10月	p34-53,p91-109
共著	エコロジカル・マーケティング	ダイヤモンド社	1991年8月	p149-170
論文				
単著	マーケティング視点で見る“地方移住の課題”に関する考察 ～熊本の一地方都市での研究事例から～	「地域活性研究」 Vol.14 (2021年3月発行) 地域活性学会	2021年3月	(査読有) p135-p142
単著	地域活性化を動かすマーケティング視点～”のりしろ領域”開拓という発想 天草地域雇用創出協議会の取組事例から	日本マーケティング学会 ワーキングペーパーVol.6 No.11	2020年7月	https://www.j-mac.or.jp/wp/dtl.php?wp_id=94
単著	大学における産学連携型ディープ・アクティブラーニングの開発～熊本県立大学：産学連携PBL授業の紹介～	第68回九州地区大学教育研究協議会発表論文集	2019年9月	p115～122
単著	高等教育における産学連携型ディープ・アクティブラーニングの開発とその評価に関する一考察	アドミニストレーション第25巻第2号	2019年2月	p76-p94
単著	学生の「総管理力」醸成を目指すPBL授業プログラムの構築 ～試行授業の概要と考察～	アドミニストレーション第23巻第2号	2017年2月	p100-p130
単著	創造（イノベーション）にかかるフューチャーセンター、フューチャーセッションの可能性に関する一考察	アドミニストレーション第22巻	2015年11月	p128-p153
共著	ブランド価値評価指標開発とその応用	日本感性工学会 論文誌 vol.11	1905年7月	p141-150
その他				
単著	“Brand Focus, Market Wide” 地域発マーケティングの戦略再考 6 コンセプトの「見える化」で地域には新しい市場を生みだすチャンスが広がっている！	宣伝会議アドタイコラム	2020年12月	https://www.advertimes.com/20201204/article330525/
単著	“Brand Focus, Market Wide” 地域発マーケティングの戦略再考 5 生産量No.1を地域活性に活かせるか！？ 地元住民が自慢できる食材へ	宣伝会議アドタイコラム	2020年11月	https://www.advertimes.com/20201117/article329002/
単著	“Brand Focus, Market Wide” 地域発マーケティングの戦略再考 4 選ばれる地域になる方法～移住促進は逆転の発想で地元の“縁”者を狙え！	宣伝会議アドタイコラム	2020年10月	https://www.advertimes.com/20201022/article326705/
単著	“Brand Focus, Market Wide” 地域発マーケティングの戦略再考 3 生産、加工、流通……産業工程の足りていない部分に地域中小企業は目をつけるべし！	宣伝会議アドタイコラム	2020年10月	https://www.advertimes.com/20201016/article326170/

単著	"Brand Focus, Market Wide" 地域発マーケティングの戦略再考 2 課題解決こそ、地域から"現場発"「この指とまれ」	宣伝会議アドタイコラム	2020年9月	https://www.advertimes.com/20200904/article322642/
単著	"Brand Focus, Market Wide" 地域発マーケティングの戦略再考 その1 ニッチな地域商材を、世界で通じる「ストロングニッチ」に変えるには？	宣伝会議アドタイコラム	2020年8月	https://www.advertimes.com/20200826/article321862/