



く ぼ と も か ず
久 保 知 一

身分

教授

担当科目

流通論、マーケティング入門、課題演習、演習

最近の研究テーマ

マーケティング・チャネル、小売業態イノベーション、マーケティング戦略、卸売流通

主な著書・論文

- 久保知一 (2020)、「卸売業者が作り出す顧客価値とその源泉」、『流通研究』、第 23 巻第 2 号(印刷中)。
- 久保知一 (2018)、「流通チャネルにおける取引関係の開始」、『マーケティング・ジャーナル』、第 38 巻第 2 号、6-20 頁。
- Ono, Akinori & Tomokazu Kubo (2018), "What Determines Firms' Intention to Postpone Product Differentiation?" *Journal of Marketing Channels*, Vol. 25, No. 4, pp.198-210.
- 久保知一 (2018)、「製造業者による卸売統合のパネルデータ分析」、『商学論纂』(中央大学商学研究会)、第 59 巻第 3/4 号、395-414 頁。
- 久保知一 (2017)、「小売の輪はどのように回転したのか?—小売業態イノベーションのマルチレベル分析—」、『流通研究』(日本商業学会)、第 20 巻第 2 号、65-79 頁。
- 久保知一 (2017)、「マス・カスタマイゼーションとコミュニケーション・チャネル構造」、『商学論纂』(中央大学商学研究会)、第 59 巻第 1・2 号、105-132 頁。
- Kubo, Tomokazu (2015), "The Effect of Organizational Capability on Marketing Strategy Performance," in Colin L. Campbell (ed.), *Marketing in Transition: Scarcity, Globalism, & Sustainability*, Springer, pp. 133-138.
- 久保知一 (2015)、「小売業態の発展経路—小売サービスと組織能力に基づく長期的分析—」、佐久間英俊・木立真直編著、『流通・都市の動態と理論』(中央大学企業研究所叢書)、中央大学出版部。
- 久保知一 (2014)、「生産財取引におけるポジショニングと企業間関係の関連性」、『商学論纂』(中央大学商学研究会)、第 56 巻第 1・2 号、73-100 頁。
- 渡辺達朗・久保知一・原頼利編 (2011)、『流通チャネル論:新制度派アプローチによる新展開』、有斐閣。
- 久保知一 (2010)、「流通チャネルにおける卸売業者の買い手依存度」、斯波照雄編、『商業と市場・都市の歴史的変遷と現状』(中央大学企業研究所叢書)、中央大学出版部。
- 北島啓嗣・久保知一 (2010)、「成都における日系大型店舗小売業の展開」、『中国経済』(JETRO:日本貿易振興協会)、11 月号、35-55 頁。
- Ono, Akinori & Tomokazu Kubo (2009), "Manufacturers' Intention to Extend the Relationships with Distributors," *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol.24, No.5/6, pp.439-448.
- 久保知一 (2009)、「情報通信技術がもたらす流通取引固定化への 2 つの効果」、『全国研究大会報告論集』(日本商業学会)、第 59 回日本商業学会全国大会(5 月)、23-32 頁。
- 久保知一・小野晃典 (2008)、「流通チャネルにおける協調的関係の生成」、『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会)、第 51 巻第 4 号、107-120 頁。
- 小野晃典・久保知一 (2008)、「マス・カスタマイゼーション戦略の興隆とマーケティング・コミュニケーションの変化」、第 41 次吉田秀雄記念事業財団助成研究報告書。
- Ono, Akinori, Tomokazu Kubo & Seiji Endo (2006), "A Strategy for Supplying Mass Customized Products: Delayed Product Differentiation in Auto Dealership," in Joel R. Evans (ed.), *Retailing 2006: Strategic Challenges in the New Millennium (Proceedings of the 8th Triennial National Retailing Conference, Academy of Marketing Science / American Collegeate Retailing Association)*.
- 久保知一 (2004)、「2 つの組織能力とマーケティング戦略—日本企業のレント創出メカニズムの実証分析—」、『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会)、第 47 巻第 3 号、195-214 頁。
- 久保知一 (2003)、「流通チャネルと取引関係—動的取引費用モデルによる卸売統合の実証分析—」、『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会)、第 46 巻第 2 号、111-132 頁。
- 久保知一 (2003)、「流通チャネルにおける統合と分離—ケイパビリティ・アプローチによる吟味—」、『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会)、第 45 巻第 6 号、113-141 頁。
- 久保知一 (2001)、「流通取引と需給調整—延期—投機モデルによる吟味—」、『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会)、第 44 巻第 4 号、167-194 頁。

研究室番号

2 号館 21106 号室

オフィスアワー

随時受け付けます。事前にメールでアポをとってください。

研究室電話番号

042-674-3643

E-mail アドレス

tomokazukubochuo@gmail.com

ホームページアドレス

<https://sites.google.com/site/tomokazukubochuo/>