



成生 達彦教授近影

成生 達彦 教授 略歴

1952年6月16日 東京都に生まれる

学 歴

1971年3月 私立麻布学園高等学校卒業
 1972年4月 横浜国立大学経済学部入学（1976年3月卒業）
 1976年4月 横浜国立大学大学院経済学研究科修士課程入学（1978年3月修了）
 1978年4月 京都大学大学院経済学研究科博士後期課程入学（1981年3月退学）
 1985年8月 ノースカロライナ州立大学大学院人文社会科学研究科経済学専攻博士課程入学（1989年5月修了（Ph. D.））
 1994年11月 経済学博士（京都大学）学位を受ける

職 歴

1981年4月 南山大学経営学部研究生
 1981年7月 南山大学経営学部助手
 1982年4月 南山大学経営学部講師
 1986年4月 南山大学経営学部助教授
 1994年4月 南山大学経営学部教授
 1998年4月 京都大学大学院経済学研究科教授
 2006年4月 京都大学大学院経営管理研究部教授
 現在に至る

学会活動

日本商業学会理事 2期4年
 代表理事 1期3年（病気のため2年で辞任）
 監事 2017年5月～現在
 日本応用経済学会副会長 2012年6月～2016年6月
 会長 2016年6月～現在
 日本経済学会理事 2期4年
 社員 1期3年

成生 達彦 教授 業績目録

著書 (単著)

- 1994.12 『流通の経済理論』(名古屋大学出版会), 全 346 頁
 2004.12 『需要, 供給, 市場: ミクロ経済学入門』(有斐閣), 全 270 頁
 2015.2 『チャンネル間競争の経済理論』(名古屋大学出版会), 全 380 頁

著書 (共著)

- 1990.11 『マーケティングのニューウェーブ』(同文館) 中田善啓, 成生達彦, 丸山雅祥 (編)「第 8 章 垂直的取引制限の理論分析」(pp. 171~196)
 1992.11 『日本経済』(有斐閣) 藪下史郎, 國府田桂一, 秋山太郎 (編)「第 3 章 流通と系列」(pp. 47~63)
 1993.1 “The Japanese Distribution System”, Probus Publishing Company, M. R. Czinkota and M. Kotabe, eds. The Complexity of Wholesale Distribution Channels in Japan, Chapter 6, pp. 83~98. (co-authored with D. Flath)
 1994.12 『現代のミクロ経済学』(創文社) 丸山雅祥, 成生達彦 全て共同執筆 (pp. 1~342)
 1996.6 『日本の企業システム』(東京大学出版会) 伊藤秀史 (編) 担当執筆箇所「第 6 章 流通における継続的取引関係」(pp. 183~214) (鳥居昭夫との共著)
 1999.10 『制度経営学入門』(中央経済社) 青山護, 井上正, 松井美樹 (編) 「第 5 章 卸の役割: 情報的側面」(pp. 105~120)
 2000.1 “The Japanese Distribution Strategy”, Business Press, M. R. Czinkota and M. Kotabe, eds. Long-term Manufacturer-Distributor Relationship Chapter10, pp. 135~153. (co-authored with A. Torii).
 2001.10 『競争戦略のダイナミズム』(日本経済新聞社) 新宅純二郎, 浅羽茂 (編)「第 6 章 チャンネルの競争優位と製販提携」(pp. 141~168)
 2005.5 『市場競争と市場価格』(日本評論社) 倉澤資成 (編)「第 7 章 上限価格制と経済厚生」(pp. 139~176)
 2007.11 『マーケティングの革新的展開』(同文館出版) 西村順二, 石垣智徳 (編)「第 2 章 チャンネルの経済分析」(pp. 19~42)
 2015.6 『トピックス応用経済学 1』(頸草書房) 内田交謹, 多和田眞, 成生達彦, 山田光男 (編), 「第 10 章 チャンネル間における価格-数量競争」, (pp. 158~171), (王海燕との共著)

学術論文

- 1985.11 「垂直的取引制限の経済分析」, 成生達彦, 丸山雅祥, 『日本商業学会年報』, pp. 9~23
 1989.3 “Returns Policy in the Japanese Marketing System”, Flath, D., and T. Nariu, Journal of Japanese and International Economies, (Vol. 3, No. 1), pp. 49~63.
 1989.12 「流通系列化規制の理論分析」, 成生達彦, 『日本商業学会年報』, pp. 61~68.
 1990.12 「競争の類型: ゲーム論的アプローチ」, 成生達彦, 『日本商業学会年報』, pp. 47~56.
 1992.12 「何故日本には多数の小売店舗が存在するのか?: 国際比較」, 成生達彦 『マーケティングサイエンス』, Vol. 1, No. 1・2 pp. 38~48.
 1993.12 「自動車の流通: メーカー・ディーラー関係の日米比較」, 成生達彦, 『日本商業学会年報』, pp. 157~162.

- 1996.10 「垂直的取引制限：再販制，テリトリー制および専売店制」，成生達彦，鳥居昭夫，『マーケティングサイエンス』，Vol. 4, No. 1・2, pp. 38～48.
- 1996.10 “Is Japan’s Retail Sector Truly Distinctive?”, D. Flath, and T. Nariu, *Journal of Comparative Economics*, Vol. 23, No. 2, pp. 181～191.
- 1996.12 “Manufacturer Acceptance of Returns”, Nariu, T., *The Japanese Economic Review* (Vol. 47, No. 4), pp. 426～431.
- 1997.2 「書籍の再販制：中間報告へのコメント」，成生達彦，『ビジネスレビュー』第44巻・第3号，pp. 65～80.
- 1998.9 「チャネル文化と市場占有率」，成生達彦，上田薫，『流通研究』第1巻，第2号，pp. 16～28.
- 1999.10 「返品制，再販制と消費者厚生」，成生達彦，湯本裕司，『流通研究』第2巻，第2号，pp. 15～28.
- 2000.10 “Demand Uncertainty and Price Maintenance”, D. Flath, and T. Nariu, *Contemporary Economic Problem* (Vol. 18, No. 4), pp. 397～403.
- 2001.12 「中国の二重価格制」，成生達彦，張洛霞，『アジア経済』Vol. 42, No. 12, pp. 1～18.
- 2002.6 「繊維・アパレルの流通」，倉澤資成，成生達彦，鳥居昭夫，『日本経済研究』No. 45, pp. 147～175.
- 2003.3 「空間的数量競争と上限価格規制」，成生達彦，『流通研究』第6巻・第1号，pp. 1～11.
- 2003.6 「消費外部性下での価格差別」，成生達彦，河合良昭，『経済学雑誌』第188巻・第1号，pp. 35～44.
- 2003.7 「建値制と経済厚生」，鈴木浩孝，成生達彦，『国民経済雑誌』第188巻・第1号，pp. 27～48.
- 2003.9 「京都における小売店舗の減少について」，行本雅，成生達彦，『流通研究』第6巻・第2号，pp. 1～14.
- 2004.3 「我が国の小売店舗密度に関するパネル分析」，成生達彦，松井健二，『マーケティングサイエンス』Vol. 12, No. 1・2, pp. 44～61.
- 2004.5 「並行輸入と経済厚生」，成生達彦，デイビッド・フラス，『国民経済雑誌』第168巻・第5号，pp. 1～16.
- 2004.秋 “On the Length of Wholesale Marketing Channels in Japan”, Nariu, T., and A. Torii, *The Japanese Economy* (Vol. 32, No. 3), pp. 5～26.
- 2004.秋 “Channel Culture and Economic Performance in a Competitive Environment”, Nariu, T., and K. Ueda, *The Japanese Economy* (Vol. 32, No. 3), pp. 92～104.
- 2005.7 “Vertical Control of Cournot Wholesalers in Spatial Competition: Exclusive Territories? or Maximum Price Stipulation?”, Nariu, T., and D. Flath, *Review of Marketing Science* (Article 3), pp. 1～20.
- 2005.12 “Marketing Channels and Retail Store Density in East Asia”, Matsui, K., S. Lu, T. Nariu, and T. Yukimoto, *Asian Economic Journal* (Vol. 19, No. 4), pp. 407～422.
- 2006.3 「オープン価格制の経済分析」，成生達彦，岡本俊彦，『流通研究』第8巻・第3号，pp. 37～48.
- 2006.6 「ブランド戦略に関する一考察：企業ブランド vs. 製品ブランド」，成生達彦，リリアナ・サンチェス，王海燕，『流通研究』第9巻・第1号，pp. 27～39.
- 2006.7 「チャネル間における価格－数量競争」，成生達彦，鈴木浩孝，『経済研究』第57巻・第3号，pp. 236～244.
- 2006.12 「不確実性下における戦略的分離とオープン価格制」，長谷川誠，成生達彦，『マーケティングサイエンス』Vol. 12, No. 1・2, pp. 44～61.
- 2007.9 「情報，卸および流通経路」，鳥居昭夫，成生達彦，『流通研究』第10巻・第1・2号，pp. 45～60.
- 2007.9 「チャネル間競争と市場の競争性」，成生達彦，鈴木浩孝，『流通研究』第10巻・第1・2号，pp. 17～27.

2008. 春 “Parallel Imports and the Japan Fair Trade Commission”, D. Flath, and T. Nariu, *The Japanese Economy* (Vol. 35, No. 1), pp. 1~28.
2008. 夏 “Long-term Manufacturer-Distributor Relationships”, Nariu, T., and A. Torii, *The Japanese Economy*, (Vol. 35, No. 2), pp. 86~117.
2008. 夏 “The Complexity of Wholesale Distribution Channels in Japan”, Nariu, T., and D. Flath, *The Japanese Economy* (Vol. 35, No. 2), pp. 68~86.
2008. 夏 “Returns Policy, Information, and Communication”, Nariu, T., *The Japanese Economy* (Vol. 35, No. 2), pp. 54~67.
2008. 夏 “The Role of Reputation in the Market for Consumer Goods”, Nariu, T., *The Japanese Economy* (Vol. 35, No. 2), pp. 39~53.
2008. 夏 “Consumers’ Information-Gathering Behavior and the Structure of Distribution Channels”, Nariu, T., *The Japanese Economy* (Vol. 35, No. 2), pp. 23~38.
2008. 夏 “The Economics of Marketing and Distribution”, Nariu, T., *The Japanese Economy* (Vol. 35, No. 2), pp. 5~22.
2008. 9 「生産者によるネットチャネルの管理と経済厚生」, 成生達彦, 王海燕, 『流通研究』第11巻・第1・2号, pp. 1~19
2009. 3 「インターネットによる情報提供が店舗の立地と品揃えに及ぼす効果についての一考察」, 王海燕, 成生達彦, 『マーケティングサイエンス』, Vol. 17, No. 1・2, pp. 44~61.
2009. 8 “Third Degree Price Discrimination in the Presence of Asymmetric Externalities”, Ikeda, T., and T. Nariu, *Journal of Industry, Competition and Trade* (Vol. 9, No. 2), pp. 251~261.
2009. 12 「チャネル間競争の下でのテリトリー制と経済厚生」, 成生達彦, 岡村誠, 池田剛士, 『経済研究』第60巻・第2号, pp. 156~162.
2009. 12 “An Investigation into Commercialization Constraints Facing Smallholder Farmers in Tanzania”, Msuya, E., S. Hisano, and T. Nariu, *Journal of Rural Economics* (special issue), pp. 551~558.
2009. 12 「フランチャイズ制におけるロイヤルティ契約：二重のモラルハザードの観点から」, 成生達彦, 上田薫, 清水俊輔, 『流通研究』第12巻・第3号, pp. 1~12.
2010. 7 「インターネット時代のチャネル管理：均衡と厚生」, 成生達彦, 王海燕, 中山雄司, 『経済研究』第61巻・第3号, pp. 214~223.
2011. 6 “Direct Sale or Indirect Sale”, Okamura, M., T. Nariu, and T. Ikeda, *The Manchester School* (Vol. 79, No. 3), pp. 542~549.
2011. 8 「競争的流通市場は効率的吗?」, 成生達彦, デビッド・フラス, 『流通研究』第13巻・第3号, pp. 39~47.
2012. 5 “Distribution Channel Management in the Internet Age: Equilibrium and Social Welfare”, Wang, H., and T. Nariu, *Journal of Industry, Competition and Trade* (Vol. 12), pp. 285~298.
2012. 11 “Returns System with Rebates”, Nariu, T., D. Flath, and A. Utaka, *International Economic Review* (Vol. 53, No. 4), pp. 1243~1256.
2013. 2 「高需要期の低価格」, 成生達彦, 新田有紀, 岡村誠, 王海燕, 『流通研究』第15巻・第1号, pp. 39~47.
2013. 6 “Resale Price Maintenance versus Delegation Under Asymmetric Information”, Nariu, T., and D. Lee, *The Manchester School* (Vol. 81, No. 3), pp. 401~419.
2013. 11 “Why Are Firms’ R&D Investment Behaviors Different?”, Lee, D., and T. Nariu, *Journal of Business and Economics* (Vol. 4, No. 11), pp. 1105~1118.
2015. 2 「垂直的取引のもとでの小売企業の資本構成：生産企業による小売企業への融資」, 成生達彦, 倉澤資成, 『流通研究』第17巻・第3号, pp. 1~12.
2015. 3 「販売かレンタルか?：差別化された耐久財を供給する複占企業の場合」成生達彦, 藤澤千恵子, 『国民経済雑誌』第211巻・第3号, pp. 1~15.
2015. 3 「不完備情報の下での流通費用削減投資：二重マージンの回避と誘因提供の間のトレードオフと

- その解消」, 成生達彦, 李東俊, 『応用経済学研究』第8巻, pp. 29~41.
- 2015.6 「チャンネル間における価格-数量競争のもとでのテリトリー制」, 成生達彦, 鈴木浩孝, 『経済学雑誌』第116巻・第1号, pp. 39~57.
- 2016.4 「価格 vs. 数量」, 成生達彦, 王海燕, 『経済研究』第67巻・第2号, pp. 164~174.
- 2017.3 「チャンネル間における価格-数量競争: 需要関数の一般化」, 成生達彦, 鈴木浩孝, 『応用経済学研究』第10巻, pp. 65~77.
- 2017.4 「ショールーミングへの対策としてのオムニチャンネル」, 橋爪亮, 成生達彦, 柯素虹, 『流通研究』第20巻・第1号, pp. 23~41.