

經濟論叢

第171卷 第3号

近藤文男教授記念號

献 辞	下 谷 政 弘	
ブランド概念の拡張	木 下 明 浩	1
東南アジアにおけるマルチドメスティック マーケティングの分析視角（試論）	太 田 真 治	21
マーケティング・チャネルにおける 「統御（governance）」のメカニズム	崔 容 熏	52
顧客組織の導入とマーケティング組織の再編	藤 岡 章 子	81
日本企業における 「企業ブランド重視のブランド体系」	安 賢 貞	100
成立期マーケティング学説における 「マーケティング・コンセプト」	若 林 靖 永	122
流通機能表の系譜と情報流通	岡 本 哲 弥	144

近藤文男 教授 略歴・著作目録

平成15年3月

京 都 大 学 經 濟 學 會



近藤文男教授近影

近藤文男 教授 記念論文集

献辞

近藤文男教授は、2002年7月18日に63歳の誕生日を迎えられ、2003年3月をもって本学を退官されることになりました。

近藤教授は、1963年に香川大学経済学部を卒業後、京都大学大学院経済学研究科修士課程、博士課程に進学して、マーケティング・商学の研究の道に進まれました。1967年4月に立命館大学経営学部助手に採用され、講師、助教授を経て、1979年4月に教授に昇任されました。1982年8月から10月まで西ドイツ・マンハイム大学招聘研究員として日独比較研究に携われました。1985年4月には本学経済学部の国際マーケティング論担当助教授として転任され、1988年4月には本学教授に昇任され、市場・会計分析講座の教授として教育・研究活動に尽力されてきました。

近藤教授の研究は大きく分けて3つの領域に分かれています。第1の領域は、マーケティング発祥の地アメリカにおける成立期のマーケティングの研究を通じて、マーケティングの本質に迫ろうというものであり、その研究成果は1988年の学位論文である『成立期マーケティングの研究』（中央経済社）にまとめられています。第2の領域は、国際マーケティング研究において、日本の家電企業の対米輸出マーケティングに関する歴史的研究です。1989年から90年にかけて文部省在外研究員として米国ハーバード大学、ペンシルバニア州立大学に留学され、米国における流通問題および日本企業の米国でのマーケティングの実態に関する現地調査を行いました。さらに日本家電企業についての徹底したインタビュー調査等をすすめられ、これらの研究成果は近刊の『国際マーケティング』（有斐閣）にまとめられることになっています。また、第3の領域は、巨大小売企業と中小商業、および消費者問題と生活協同組合に関するもの

です。高度経済成長期に社会問題化した大型店問題、消費者問題に関する調査研究をすすめてきました。

近藤教授は、この間、日本商業学会理事、日本流通学会理事を歴任し、我が国におけるマーケティング・流通研究の発展に貢献されてきました。他方、1999年から2001年まで本学評議員、2001年から現在まで経済学部経営学科長を務められるなど、本学の発展のために多大の尽力をなされました。

京都大学経済学会は、近藤教授の多年にわたるご功勞に感謝と敬意の気持ちを込めて本記念号を編集いたしました。近藤教授のご薫陶を受けられてきた方々の論文を編んで先生にお贈りできますことは、私どもの何よりの慶びであります。

近藤教授が本学を去られた後も、ますますご健康で、学界ならびに社会のためにご活躍くださいますよう、心からお祈りいたします。

2003年3月1日

京都大学大学院経済学研究科長・経済学部長 下谷政弘