

新津重幸教授主要業績一覧

略歴

- 1948年 山梨県生まれ
- 1970年 早稲田大学商学部卒業
- 1972年 株式会社読売広告社マーケティング部入社
- 1972年 早稲田大学大学院商学研究科修士課程修了
- 1980年 高千穂商科大学（現高千穂大学）専任講師
- 1984年 高千穂商科大学（現高千穂大学）商学部助教授
- 1990年 高千穂商科大学（現高千穂大学）商学部教授
- 2008年 学校法人高千穂学園理事
- 2018年 高千穂大学名誉教授

役職

- 航空自衛隊幹部学校指揮幕僚課程 講師
- 社団法人全国スーパーマーケット協会 客員教授
- 埼玉県川越市中心市街地活性化協議会 会長
- 一般社団法人日中未来産業推進協会 代表理事
- マーケティング総合研究所 所長
- 他、各社顧問として提案型営業の実務的指導を行っている

所属学会

- 日本商業学会
- 電子情報通信学会
- 応用心理学会
- オペレーションリサーチ学会

主要著書

- 新津重幸 (2017) 「日本型マーケティングの進化と未来：ビジネスパラダイムの変革とマーケティングの戦略的変革」、白桃書房。
- 新津重幸・庄司真人 (2017) 「マーケティング論 改訂版」、白桃書房。
- 新津重幸・五十嵐正昭 (2009) 「ヨークベニマルの経営」、商業界。
- 新津重幸・庄司真人 (2008) 「マーケティング論」、白桃書房。
- 八木勤・新津重幸・田畑正英・近藤教次 (1994) 「90分で理解できるリエンジニアリングの要点」、ダイヤモンド社。
- 新津重幸 (1995) 「提案型営業」、産業教育センター
- 新津重幸 (1992) 「企業とマーケティング」、産業能率大学
- 新津重幸 (1991) 「マーケティング・インテリジェンス」、白桃書房。
- 新津重幸 (1989) 「成熟社会と市場戦略」、産業能率大学
- 新津重幸・藤研司 (1986) 「商品力時代のニュー・マスマーケティング」、誠文堂新光社。
- 新津重幸 (1980) 「富士写真フィルム対小西六写真工業—シェア争奪戦の秘密 (1980年)」、評言社。
- 新津重幸 (1979) 「国分対明治屋—食品市場を2分する巨大卸売業 流通機構再編成とその戦略」、評言社。

学術論文・報告書・講演等

1. 新津重幸 (1997) 「マルチメディア情報流通アプリケーションの新概念とマルチキャストサービスの可能性：コーペレートユニバース」、一般社団法人電子情報通信学会、電子情報通信学会技術研究報告、SSE、交換システム、97 (353)、1-6頁。
2. 新津重幸・宇敷辰男 (1998) 「マルチメディア事業における音声通信の役割と重要性」、一般社団法人電子情報通信学会、電子情報通信学会総合大会講演論文集1998年通信 (2)、753-754頁。
3. 新津重幸 (1997) 企業倫理を経営活力として創造するためには—今求められる経営再活性化の新視点 (特集：企業の活力は経営倫理の推進から)、食品工業、光琳、40 (15)、59-64頁。
4. 新津重幸 (1997) 「21世紀にむけての食の健康の追求と提案 (特集：21世紀の社会と食品市場)」、食品工業、光琳、40 (5)、58-64頁。
5. 新津重幸 (1997) 「中食マーケット戦争序盤戦、独走するコンビニ (特集 土壇場の勉強だ！日本経済)」、毎日新聞社、エコノミスト、75 (52)、82-83頁。
6. 新津重幸 (2000~2001 各月掲載) 「生活 POS プロジェクト分析データ (151) 重質洗剤、台所用洗剤」、国際商業、国際商業出版。

7. 新津重幸 (1987) 「知的欲求対応型マーケティングと潜在欲求の顕在化」、高千穂商科大学商学会、高千穂論叢、62 (3)、27-40 頁。
8. 新津重幸 (1982) 「成熟社会と多元的マーケティング戦略 (高千穂学園創立八十周年記念論文集)」、高千穂商科大学商学会、高千穂論叢、57 (2)、69-86 頁。
9. 新津重幸 (1998) 「'98 ヒット商品大予測-QPR データから見る」、宣伝会議、ブレーン、38 (6)、37-41 頁。
10. 新津重幸 (1998) 「危機を脱するための「情報開示」(特集 企業経営とコーポレートレピュテーション)」、宣伝会議、ブレーン、38 (9)、27-30 頁。
11. 新津重幸 (2002) 「日本の小売業におけるプライベート・ブランド開発の課題 (特集 魅力あるプライベート・ブランドをつくる)」、生協総合研究所、生活協同組合研究、(313)、5-12 頁。
12. 新津重幸 (2006) 「消費者が買い物に求めるものと小売業の役割 (特集 買い物の楽しみ—消費者の意識と小売業の役割)」、生協総合研究所、生活協同組合研究、(369)、5-13 頁。
13. 新津重幸 (2008) 購買行動の変化とストアの戦略革新 (特集 消費者の購買行動の変化と小売業の進化)、生協総合研究所、生活協同組合研究、(384)、5-13 頁。
14. 新津重幸 (2012) 「日本企業の中国進出への課題：中国企業政策の変革と企業戦略転換点を踏まえて (中央財経大学との研究報告)」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、13、51-62 頁。
15. 新津重幸 (2012) 「日本における産業経営のターニングポイントとマーケティング戦略の変革：中国のターニングポイントを予見する (中国人事科学研究院との研究報告)」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、13、13-24 頁。
16. 新津重幸 (2012) 「中国国家政府労働社会保障部人事科学研究院活動報告 (中国人事科学研究院との研究報告)」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、13、5-8 頁。
17. 新津重幸 (2011) 「日本中小企業の現状以及關注事項 20」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、12、47-62 頁。
18. 新津重幸 (2011) 「日本の中小企業を取り巻く現状と留意事項 20」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、12、31-46 頁。
19. 新津重幸 (2011) 「日本の中小企業のグローバル市場戦略の変革と方向性」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、12、21-29 頁。
20. 新津重幸 (2011) 「2011 年日本企業の市場戦略命題」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、12、9-19 頁。
21. 新津重幸 (2010) 「日本のヒット商品の動向と消費パラダイム変革—消費はどう変わっているか (中央財経大学との研究会資料)」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、11、147-153 頁。
22. 新津重幸 (2010) 「2009 年日本火爆商品の動向 將成爲消費的國際化指標—中国

- 的消費者、如何變化（中央財経大学との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、11、139-145 頁。
23. 新津重幸（2010）「日本における公務員の給与調査方法（中国人事科学研究院との研究会資料）」高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、11、121-126 頁。
 24. 新津重幸（2010）「2010 年：企業の事業再生と持続的成長戦略」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、11、15-26 頁。
 25. 新津重幸（2009）「2009 年：消費混迷社会の到来と持続的成長戦略（中央財経大学との研究報告）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、10、15-34 頁。
 26. 新津重幸（2009）「日本の上場企業役員報酬の実態（中国人事科学研究院との研究報告）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、10、10-12 頁。
 27. 新津重幸（2009）「2008 年 [中国] 人事科学研究院との共同研究（中国人事科学研究院との研究報告）」高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、10、5-9 頁。
 28. 新津重幸（2008）「企業価値創造と所期待の人的資源開発（中国人事科学研究院との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、9、59-65 頁。
 29. 新津重幸（2008）「企業価値創造と求められる人的資源開発（中国人事科学研究院との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、9、27-33 頁。
 30. 新津重幸（2008）「中国国家政府人事部人事科学研究院との活動報告（中国人事科学研究院との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、9、23-25 頁。
 31. 新津重幸（2008）「2008 年 事業環境変化と企業価値創造」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、9、5-22 頁。
 32. 新津重幸（2007）「企業構造革新とパラダイム変革（中国人事科学研究院との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、8、41-44 頁。
 33. 新津重幸（2007）「企業パラダイム変革への指針」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、8、7-29 頁。
 34. 新津重幸（2006）「中国北京・中央財経大学との活動報告（中央財経大学との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、7、125-127 頁。
 35. 新津重幸（2006）「中国人事部人事科学院・高千穂大学アジア研究交流センター共同研究会 日本の産業連環による人的移行の成功と課題（中国人事科学研究院との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、7、47-68 頁。
 36. 新津重幸（2006）「中国国家政府人事部中国人事科学研究院との活動報告（中国人事科学研究院との研究会資料）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア

- 研究、7、41-43 頁。
37. 新津重幸 (2006) 「消費構造革新と求められる企業パラダイムの変革—流通構造革新を前提として」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、7、25-39 頁。
 38. 新津重幸 (2006) 「活動報告 中国国家政府人事部中国人事科学研究院との活動報告」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、6、127-191 頁。
 39. 新津重幸 (2005) 「ソリューション型営業戦略革新とマーケティング戦略革新」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、6、25-43 頁。
 40. 新津重幸 (2004) 「活動報告 中国人民大学伝播媒介研究所及び中国報業 (新聞) 協会との活動報告」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、5、493-496 頁。
 41. 新津重幸 (2004) 「活動報告 中国国家政府人事部人事人材研究所との活動報告」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、5、377-489 頁。
 42. 新津重幸 (2004) 「グローバル化に対応するトータルサプライチェーン戦略とデマンドチェーン活性化」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、5、285-303 頁。
 43. 新津重幸 (2004) 「転換点の到来と真の営業価値創造戦略—21 世紀の視点に立った事業マインドとビヘイビアの創造—新デマンドチェーン体制の確立による企業戦略構造の変革」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、5、277-284 頁。
 44. 新津重幸 (2003) 「人民大学伝播媒体管理研究所との活動報告」、高千穂商科大学アジア研究交流センター、アジア研究、4、395-397 頁。
 45. 新津重幸 (2000) 「経営国際化の中でのマーケティング戦略」、高千穂商科大学アジア研究交流センター、アジア研究、1、145-159 頁。
 46. 新津重幸 (2003) 「産業連環の構図を踏まえた観光開発ノウハウの創造—川越の再生と観光開発 (特集 2 近郊都市における歴史的環境保全と開発)」、関東都市学会事務局、関東都市学会年報、(5)、45-52 頁。
 47. 新津重幸・丹野俊明・高津春樹 (2011) 「Study on healthy food and development of Shokuiku aid by generation: Good dietary practices change the lives of the elderly (平成 21 年度 (2009) 研究報告書要約)」、ハイライフ研究所、(13)、34-45 頁。
 48. 新津重幸・丹野俊明・高津春樹 (2011) 「食の健康と世代別食育支援展開に関する研究 (2) 食生活力が高齢者の生活を変える (平成 21 年度 (2009) 研究報告書要約)」、ハイライフ研究所、(13)、24-33 頁。
 49. 新津重幸・丹野俊明・高津春樹 (2010) 「食の健康と世代別食育支援展開に関する研究—幼児・児童保育有世帯に向けた食育アプローチ」、ハイライフ研究所、(12)、32-41 頁。

50. 新津重幸・丹野俊明・高津春樹（2010）「食の健康と世代別食育支援展開に関する研究—幼児・児童保育世帯に向けた食育アプローチ」、ハイライフ研究所、(12)、24-31 頁。
51. 藤井耐・小澤勝之・新津重幸（2010）「高千穂学園・高千穂大学総合研究所共催 高千穂大学にみる経営・マーケティング・会計教育の回顧と展望（2010 年度高千穂大学 60 周年記念 記念講演 記念シンポジウム）、高千穂大学総合研究所、総合研究、(24)、12-25 頁。
52. 新津重幸（2014）「戦略的マーケティング・リサーチのプロセス（高千穂学園創立 110 周年記念論文集（2）」、高千穂大学高千穂学会、高千穂論叢、48（3・4）、51-82 頁。
53. 堀井朝暉・新津重幸（2013）「中小企業の経営戦略と新規事業開発（取組み事例を含む）（求められる企業戦略チャレンジ：中小企業の経営戦略革新を前提として）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(14)、52-70 頁。
54. 新津重幸（2013）「企業環境激変下でのビジネスチャレンジの時代（求められる企業戦略チャレンジ：中小企業の経営戦略革新を前提として）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(14)、36-52 頁。
55. 新津重幸（2013）「求められる新たな原点づくりへのマーケティング戦略革新：新たな市場戦略原理の追求と企業戦略の命題（求められる企業戦略チャレンジ：中小企業の経営戦略革新を前提として）」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(14)、20-35 頁。
56. 新津重幸（2014）「メガトレンド社会の中でのビジネス構造の変革：2015 年・社会構造変革とビジネスチャレンジの変革」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(15)、49-57 頁。
57. 新津重幸（2014）「日本のオーナー企業に求められる経営特性と経営資質」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(15)、59-67 頁。
58. 新津重幸（2014）「変革するメガトレンドとビジネスイノベーション：2016 年・求められる革新的ビジネスチャレンジ」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(16)、39-52 頁。
59. 新津重幸（2016）「日本の中小企業の新たなビジネスチャレンジとマーケティング 3.0、4.0：新たな中間流通事業を目指す「プラス株式会社ジョイントテックスカンパニー」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(16)、53-74 頁。
60. 新津重幸（2016）「変革するメガトレンドとビジネスチャレンジの命題」、マーケティング総合研究所、MUI network report 2016、(1) 19、21-37 頁。
61. 新津重幸（2017）「新春講演 2017 年第 4 次産業革命と市場・生活構造の変革（変革するメガトレンドとビジネスイノベーション）」、マーケティング総合研究所、MUI network report 2016、(5) 11、13-27 頁。
62. 新津重幸（2017）「2017 年／企業ビジネスチャレンジの方向性」、マーケティン

グ総合研究所、MUI network report 2016、(6)、49-60 頁。

63. 新津重幸・高松英樹 (2017) 「2017 年第 4 次産業革命の進展とマーケティング 4.0 の社会創造の時代へ」、高千穂大学アジア研究交流センター、アジア研究、(17)、43-85 頁。
64. 新津重幸 (2017) 「TOP INTERVIEW これからの時節・歳時マーケティング (特集 これからの時節・歳時マーケティング 勘所をさぐる)」、日本マーケティング協会、マーケティングホライズン、(706)、4-9 頁。
65. 新津重幸・柏木重秋編 (2005) 「現代マーケティングの革新と課題・ソリューション型営業戦略とマーケティング戦略革新」、東海大学出版会、197-223 頁。
66. 新津重幸 (1995) 「マーケティング戦争・業態再編期における流通業の競争ステージの方向」、ブレイン編集部編、150-174 頁。
67. 新津重幸・AGF 「流通アカデミー」研究会 宇野政雄編著 (1994) 「共生時代の戦略的アライアンス・提案型営業システムとメーカーの構造革新」、誠文堂新光社、97-114 頁。
68. 新津重幸・AGF 「流通アカデミー」研究会 宇野政雄編著 (1994) 「共生時代の戦略的アライアンス・マーチャングダイジング政策と実際」、誠文堂新光社、176-187 頁。
69. 新津重幸・AGF 「流通アカデミー」研究会 宇野政雄編著 (1994) 「共生時代の戦略的アライアンス・プライベート・ブランドの考え方」、誠文堂新光社、188-195 頁。
70. 新津重幸・宮本昇編著 (1992) 「人と組織のイノベーション・企業構造革新とマーケティング組織改革の視点」、同友館、118-136 頁。
71. 新津重幸・宮本昇編著 (1992) 「人と組織のイノベーション・企業間ネットワーク社会の到来と戦略的取組み」、同友館、137-154 頁。
72. 新津重幸・ブレイン編集部編 (1990) 「限定マーケティング・限定チャネル戦略による限定マーケティング」、誠文堂新光社、105-122 頁。
73. 新津重幸・ブレイン編集部編 (1988) 「業際なき時代のイメージ戦略・対流通へのイメージづくり」、誠文堂新光社、160-175 頁。
74. 新津重幸 (1988) 「団体マーケティング」の考え方とその方向、全労済・高千穂商科大学共同研究プロジェクト
75. 新津重幸・ブレイン編集部編 (1987) 「ストアアイデンティティ戦略・ニュー・マスマーケティングとストア・ロイヤリティ」、誠文堂新光社、60-71 頁。
76. 新津重幸・宇野政雄編著 読広マーケティング会議 (1985) 「戦略的演出のマーケティング」、誠文堂新光社、138-170 頁。
77. 新津重幸・宇野政雄編著 読広マーケティング会議 (1983) 「コーディネイトマーケティング戦略」、誠文堂新光社、41-63 頁。
78. 新津重幸・宇野政雄編著 読広マーケティング会議 (1982) 「商品別マーケティ

ング」、誠文堂新光社、60-88 頁。

79. 新津重幸・宇野政雄編著 読広マーケティング会議（1981）「成熟マーケティング戦略」、誠文堂新光社、70-92 頁。
80. 新津重幸（2001）「マルエツ CRM 実験検証」
81. 新津重幸（2005）「マルエツ RFID プロジェクト 2004」
82. 新津重幸（2006）「2005 未来食品流通プロジェクト」

以上、新津重幸教授の主要実績である。但し、これら以外にも、国立国会図書館のデータベース NDL-ONLINE で検索すると 368 件が表示される。月刊 IM (Journal of image & information management)、ビューティビジネス：マーケティング情報誌、日本フードサービス学会年報、日本パン技術研究所の製パン情報誌、流通情報、経営教育、経済界、マネジメント、日経広告手帖などの雑誌にも多数寄稿されている。また、各企業提案型営業研修・市場開発研修の実務実施や各地域産業育成並びに、多くの地域・観光開発に携わり実務実績を保有している。