


<p>[氏名] 小川 孔輔 秋田県出身、1951年生</p>	
<p>[現職] 法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科 教授 日本フローラルマーケティング協会会長 NOAF（オーガニック・エコ農と食のネットワーク）代表幹事</p>	
<p>[学生へのメッセージ] ※ゼミの指導方針や過去のテーマ等はここに入れてください。 世の中の役に立つ、自分の将来につながる、実現可能なプロジェクトに取り組む人を求めます。 指導方法：平石先生、大久保先生と共同でプロジェクト指導をします。 過去のテーマ： 2015年度「デジタルサイネージ・コマースの環境創造ビジネス 商業空間向け可視光通信サービスの日台連携開発モデル」、「Shared Brewery プロジェクトービールの自家醸造を合法化するサービスの提供ー」 2014年度「おみやげ開発モデルの構築ーおみやげブランドの運営ー」 2013年度「顧客視点をもつ水産加工業への転換」「歴史をモチーフとした商品のマーケティング創造」「ウォーキング STUDIO A+（プラス）」</p>	
<p>[専門分野] マーケティング</p>	
<p>[担当科目] マーケティング論、ビジネスイノベーター育成セミナー</p>	
<p>[研究室（階と番号）] 6階30号室</p>	
<p>[メールアドレス] ※huko-ogawa@nifty.com</p>	
<p>[主な経歴] 1974年東京大学経済学部卒業、1976年経済学修士（東京大学） 1978年博士後期課程中退（東京大学） 1976年法政大学研究助手、講師、助教授を経て現在教授（2000年～2002年経営学部長） 2000年5月～日本フローラルマーケティング協会を設立（～現在会長） 2016年4月～経営大学院イノベーション・マネジメント研究科長</p>	
<p>[主な研究業績/社会的活動] 大学院時代からマーケティング・リサーチ、マーケティングのモデル分析などを主たる研究領域とする。1982年～1984年カリフォルニア大学バークレイ校に留学。1987年コンジョイント分析で Marketing Science 誌に日本人としてはじめて単名で論文が採択される。2002年10月～2006年3月学会誌『マーケティング・サイエンス』の編集長。1996年～2006年 International Journal of Research in Marketing の Abstract Area Editor(Japan)。2003年～2006年文部科学省学術研究「有機野菜の流通・マーケティングプロジェクト」の研究主査。同じく2006年～2009年と2012年～2014年「マーケティング技術と実務知識の日本から東アジア諸国への移転研究」の研究主査。2009年～2012年「日本版顧客満足度指数をベースにしたサービスマーケティングの理論開発と応用研究」の研</p>	

究主査。2000年～日本フローラルマーケティング協会を設立、会長に就任（現在に至る）。2001年～2002年東京都産業労働局 東京とれたて野菜プロジェクト座長、農林水産省（花き産業）、特許庁（商標委員会）などで研究会委員歴任。2007年～2010年経済産業省サービス産業生産性協議会（CSI開発委員会座長）。トヨタ自動車（商品企画部、中央研究所）、大正製薬（情報開発室）、サントリー（花事業部）、日野自動車（CS調査の設計）、インターネットなどでマーケティング・コンサルタント活動に従事。

主な著作『有機野菜の流通とマーケティング』（2007年 農文協）、
『マーケティング入門』（2009年 日本経済新聞社）、
『しまむらとヤオコー』（2011年 小学館）、
『ブランド戦略の実際＜第2版＞』（2011年 日経文庫）、
『CSは女子力で決まる！』（2014年 生産性出版）、
『マクドナルド失敗の本質』（2015年 東洋経済新報社）
『メディアの循環 「伝えるメカニズム」』（2017年 生産性出版）等多数。

〔所属学会・団体〕

日本マーケティング・サイエンス学会（理事）、日本マーケティング学会（理事）、日本広告学会（理事）、日本商業学会、日本消費者行動研究学会（設立メンバー）

〔資格・表彰〕

『マーケティング情報革命』（1999年、有斐閣）でテレコム社会科学奨励賞受賞