

THE STUDY OF BUSINESS
AND INDUSTRY

No. 40

2024.3

Specified Project Research

Interdisciplinary research on the analysis of co-creation innovation

Toward building a theory of "value creation through co-creation"

-an approach based on theory and empirical evidence TOKORO Nobuyuki

Managing Collective Phronesis KODAMA Mitsuru

An analysis of the startup since the high-growth era in Japan:

Decomposing the startup rate change and identifying
determinants of the rate in the manufacturing sector SUZUKI Masaaki

An approach to conceptual framework of co-creation from

the viewpoint of financial co-operatives HASEGAWA Tsutomu

Group Research of Commerce

Investigating the possibility of building competitive
advantage by integrating marketing and logistics

An examination for the concept of "integration" in retail digital marketing :

a systematic literature review KIM Woonho, AKIKAWA Takuya, ISHIDA Daisuke

Group Research of Information Science

Interdisciplinary research on medical organization

A study on the equity of medical corporations KANAZAWA Daisuke

Use of Balanced Scorecard (BSC) in Public Health :

Based on the activities of public health centers
during the outbreak of COVID-1 TAKAHASHI Toshiro

THE RESEARCH INSTITUTE OF COMMERCE
THE ACCOUNTING RESEARCH INSTITUTE
INSTITUTE OF INFORMATION SCIENCE

COLLEGE OF COMMERCE
NIHON UNIVERSITY

商
学
研
究

第
40
号

日
本
大
学
商
学
部
商
学
研
究
所
・
会
計
学
研
究
所
・
情
報
科
学
研
究
所

商学研究

第 40 号

特定プロジェクト研究

「共創イノベーションの分析に関する学術的研究」

「共創による価値創造」理論の構築に向けて

—理論と実証によるアプローチ— 所 伸 之

集賢知の経営 児 玉 充

高度成長期以降の日本の開業状況に関する分析

—低調な開業の背景と製造業における規定要因の検討— 鈴 木 正 明

協同組織金融の特性から見た共創に関する

コンセプチュアルフレームワーク 長谷川 勉

商学研究所 共同研究プロジェクト

「マーケティングとロジスティクスの融合による競争優位の構築可能性」

小売のデジタルマーケティングにおける「統合」概念の検討：

システマティック文献レビューによる考察
..... 金 雲 鎬, 秋 川 卓 也, 石 田 大 典

情報科学研究所 共同研究プロジェクト

「医療組織に関する学術的研究」

医療法人の持分に関する一考察 金 澤 大 祐

公衆衛生領域におけるバランスト・スコアカード（BSC）の活用

—新型コロナウイルス感染症拡大時の保健所の活動を踏まえて— 高 橋 淑 郎

日本大学商学部商学研究所
日本大学商学部会計学研究所
日本大学商学部情報科学研究所

2024年3月