

『専修ビジネス・レビュー』

Vol.9 No.1 刊行のことば

専修大学商学研究所所長 **渡辺達朗**

『専修ビジネス・レビュー』は、専修大学商学研究所の設立40周年を記念して、2006年に創刊された。その前身は、1976年の商学研究所設立10周年の節目に創刊された『商学研究年報』（毎年1号を刊行）で、商学研究所創立当初から発刊されていた『商学研究所報』と並んで、所員等の研究活動の重要な発表の場となっていた。本誌は、このよき伝統を受け継ぎつつ、社会や地域、産業界に対する情報発信力を強化し、双方のコミュニケーションを充実させることを狙いとして、刊行されるようになったのである。

本号（Vol.9 No.1）は、創刊以来の編集方針にならって、特集論文と自由論文等で構成している。本号の特集はテーマを「マーケティングの諸側面」とし、サービス・エコシステムやPSM（消費者の値頃感を測定する手法）といった最新の研究動向をカバーする論考をはじめとした4本の論文からなっている。また、自由論文のコーナーでは、中国電機産業に関する研究、ベトナムの協定校である国民経済大学（NEU）の研究者の論考といった、近年の商学研究所の国際交流・研究活動の成果の一部を公表させていただいた。

専修大学は「社会知性の開発」を理念として掲げ、その具体化について全学あげて取り組んでいる。商学研究所においても、こうした理念の下で幅広い視点から、社会や地域、産業界の方々との連携・協力をいっそう強めながら、定例研究会、公開シンポジウム、プロジェクトチームによる共同研究、海外研究機関との組織間協定に基づく共同研究、外部からの受託研究といった研究・教育活動を推進していきたいと考えている。

ここであらためて、これまでの本誌読者の皆様、および大学関係者の皆様のご支援、ご協力に感謝申し上げますとともに、今後も引き続きご支援、ご協力いただくことをお願い申し上げます。

2014年2月6日