

『マーケティングの最強ツールは知財である』
お詫びと訂正

2024年11月28日
(株)中央経済社

本書におきまして、下記の誤りがございました。謹んでお詫びするとともに訂正いたします。

版次・刷数	該当箇所	誤	正
第1版 第1刷	p.70 図表 3-24 の タイトル	一時的な競争優位のイメージ	持続的な競争優位のイメージ
	p.164 下から9行目	防止素材	防水素材
	p.218 14行目	図表 11-6	図表 11-7
	p.250 19行目	堀口真紀子	堀口麻起子
第1版 第1刷 第2刷	p.46 脚注 15	(1982)	(Penguin Books, 1983)
	p.54 脚注 29, p.243 17行目	(2012)	(2013)
	p.67 注 47	Barney(1990)	バーニー (2021)
	p.94 10行目	楠浦(2003)	楠浦(2008)
	p.137 図表 6-4 の タイトル	マーケティング戦略の戦略	マーケティング戦略
	p.161 注 25	部品や材料を	部品を
	p.164 脚注 31	豊隅ほか (2002)	豊隅 (2002)
	p.178 脚注 26, p.249 5行目	(2017)	(2017a)

p.179 図表 8 - 7 出所, p.249 3 行目	(2017)	(2017 b)
p.225 4 行目	図表 11-19	図表 11- 9
p.242 第 3 章の 4 行目	入山章栄 (2021)	入山章栄 (20 19)
p.242 第 3 章の 10 行目, p.246 16 行目	(右を追加)	コトラー, P., アームストロング, G. 著, 恩藏直人 訳 (2014) . 『コト ラー, アームストロング, 恩藏の マーケティング原理』丸善出版.
p.247 7 行目	Buzzell, R. D., & Nourse, R. E. (1954)	Buzzell, R. D., & Nourse, R. E. (19 67)
p.247 18 行目	Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1998)	Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (19 88)
p.248 1 行目	(右を追加)	コトラー, P., ケラー, K.L., チェル ネフ, A. 著, 恩藏直人 監訳 (2022). 『コトラー&ケラー&チェ ルネフ マーケティング・マネジ メント 〈原書 16 版〉』丸善出版.
p.250 4 行目	(右を追加)	コトラー, P., ファルチ, W., シュ ボンホルツ, U. 著, 鳥山正博 監 訳, 大坂裕子, 石丸由紀 訳 (2021) . 『コトラーの H2H マー ケティング: 「人間中心マーケティ ング」の理論と実践』 KADOKAWA
p.251 5 行目	(右を追加)	特許庁 (2019) 『経営における知的 財産戦略事例集』