



# 慶應義塾大学出版会 新刊案内

2022

9月



印のついている本には特にご注目下さい。平積みいただければ幸いです。

〒108-8346 東京都港区三田 2-19-30

Tel: 03-3451-6926 / Fax: 03-3451-3124

<http://www.keio-up.co.jp/>



または



## コンパッション都市

公衆衛生と終末期ケアの融合

アラン・ケレハー（米国バーモント大学臨床教授）[著] / 竹之内裕文（静岡大学農学部・  
創造科学技術大学院教授）・堀田聰子（慶應義塾大学大学院健康マネジメント研究科教授）[監訳]

ココに注目！

- ・WHOの「健康都市」を発展させた「コンパッション都市」を提唱！
- ・苦しみを共有し、支え合うコミュニティをつくるには？
- ・重要文献の待望の邦訳、島蘭進氏（宗教学者）推薦！

共感、そして行動をもたらし「コンパッション」に支えられたコミュニティへ——。人間に不可避の老い、病、死、そして喪失の経験を共有し、支え合うコミュニティをつくるにはどうすればよいか。コロナ禍で「バラバラになった」私たちの社会に必要な一冊。

税込予価 **4,620 円** 四六判上製 / 376 頁

ISBN 978-4-7664-2826-1 C3036

対象：保健・医療福祉制度を専攻する研究者・  
政策担当者／医療福祉職従事者

部数：★★★

配本予定：9月上旬

（類書）井手英策編『壁を壊すケア』（岩波書店）

### 【主要目次】

- 第1章 死にゆく人に対する組織的なケアの社会的起源
- 第2章 エンドオブライフケアへの現在のアプローチ
- 第3章 コンパッション都市の理論的基礎
- 第4章 コンパッション都市の政策
- 第5章 コンパッション都市の社会的性格
- 第6章 コンパッション都市を脅かすもの
- 第7章 実施——実現する
- 第8章 行動戦略
- 第9章 未来を展望する——パブリックヘルスの第三の波？
- 付録 コンパッション都市の憲章

部数は、★で約 500 部を表します。



または



# ネコはここまで考えている



動物心理学から読み解く心の進化

高木佐保（ネコ心理学者、麻布大学特別研究員）[著]

👉 ココに注目！

- ・想像以上に、ネコは賢い！
- ・“複雑で柔軟な心”を知れば、ネコともっと通じ合える。

高度な知能をもつチンパンジーや犬、鳥は認知実験データが豊富だが、ネコは実験しづらい対象種であることからデータが不足している。本書は、ネコの生態に即した実験手法を開発し、ネコがいかに物理的に推論し、記憶しうのかを解明した点で画期的であり、各章の基になる実験は国内外で高い評価を得た。メディアからの注目度が高い若手研究者による、これまでの研究・常識を刷新する一冊。

税込予価 **2,200 円** 四六判上製／224 頁

ISBN 978-4-7664-2843-8 C0045

対象：愛猫家の読書家、

動物心理学を専攻する学生・研究者

部数：★★★★

配本予定：9 月下旬

📖 類書 高木佐保『知りたい！ネコごころ』（岩波科学ライブラリー）

## 【主要目次】

はじめに

第1章 動物はどのように考えるのか

第2章 ネコは物理法則をどこまで理解しているのか——音のするところに物体あり

第3章 第3章 ネコは「象徴」を理解できるのか——「いま・ここ」を超えた思考

第4章 ネコは何を・どこまで思い出すことができるのか——たまたま覚えた記憶を探る

終章 ネコの思考能力はどのように進化したのか

あとがき

## 【著者紹介】



1991 年生。2013 年同志社大学心理学部卒業。2018 年京都大学大学院文学研究科行動文化学専攻心理学専修博士課程修了。博士(文学)。幼い頃から疑問を抱いていた「動物の心」を解明するため、ネコ研究の道へ。2022 年現在、麻布大学で日本学術振興会特別研究員 (SPD) を務める。ネコ研究集団「CAMP NYAN TOKYO」の一員としても活動中。「ヒトとネコが今よりもっと仲良くなれること」が研究の最終目標。著書に『知りたい！ネコごころ』（岩波書店）『猫がゴロゴロよろこぶ CD ブック』（サンマーク出版）がある。



# アメリカ・マーケティング研究史 15 講

堀越比呂志（慶應義塾大学名誉教授）[著]

## 📖 ココに注目！

- ・慶應義塾大学商学部での長年の授業を基に、15 回の講義形式でわかりやすく解説した決定版テキスト！
- ・マーケティング研究が、経済学、心理学、哲学など多様な学問を吸収してきた理由と、その歴史的なトレンドを理解できる！
- ・マーケティングが、技術革新や消費者行動など現実社会の変化を受け、生産から販売まで企業の意思決定全体をカバーする重要な活動へと成長していく過程が見える！

時代の変化とともに、産業が変わり、消費者が変わり、そしてマーケティングが変わる。企業のマーケティング活動が、なぜ「経営そのもの」へと拡張されてきたのか？ 企業実践と理論研究の双方の論争史から、マーケティングの過去・現在・未来を読み解く決定版テキスト！

税込予価 **2,640 円** A5 判並製／240 頁

ISBN 978-4-7664-2844-5 C3034

対象：（経営学部・商学部に所属する）学生／  
マーケティング研究者

部数：★★★★

配本予定：9 月中旬

📖 類書 マーケティング史学会「マーケティング学説史 アメリカ編2」  
（同文館出版）

## 【主要目次】

はじめに

第Ⅰ部 マーケティング研究の登場と第 2 次世界大戦前の展開

第Ⅰ部の時代とマーケティング行為

第 1 講 マーケティング研究の対象とマーケティング研究登場の知的背景

第 2 講 初期マーケティング研究の状況と第 2 次世界大戦前のマーケティング研究の展開

コラム：第Ⅰ部の時代の日本

第Ⅱ部 第 2 次世界大戦後の企業環境の変化とマーケティング研究

第Ⅱ部の時代とマーケティング行為

第 3 講 戦後のアメリカ経済とマネジリアル・マーケティング

第 4 講 戦前のマーケティング研究の反省—マーケティング・サイエンス論争

第 5 講 戦後ミクロ的研究の主流化とその新領域

第 6 講 1960 年代のマクロ的研究における新しい動向と伝統的各論分野の動向

コラム：第Ⅱ部の時代の日本

第Ⅲ部 1970 年代におけるマーケティング研究の動向  
第Ⅲ部の時代とマーケティング行為

第 7 講 マーケティング研究の対象に関するメタ論争—マーケティング概念拡張論争

第 8 講 1970 年代のミクロ的研究における新しい動向

第 9 講 1970 年代のマクロ的研究における新しい動向

第 10 講 4P 論的各論における新動向

コラム：第Ⅲ部の時代の日本

第Ⅳ部 1980 年代以降におけるマーケティング研究の動向

第Ⅳ部の時代とマーケティング行為

第 11 講 マーケティング研究の方法に関するメタ論争—方法論論争

第 12 講 マーケティング研究の対象における焦点の変化—関係性マーケティング

第 13 講 対象の構造化と方法における 4 つの研究プログラム

第 14 講 4P 論的各論における新動向

第 15 講 マーケティング研究の基本的動向と課題

コラム：第Ⅳ部の時代の日本

---

## 今月の別刷り注文書のご案内



下記の書目については、それぞれ同封の別紙（A4判色紙）にて詳細をご案内いたしますので、書籍内容はそちらで御確認いただければ幸いです。なお、注文用紙（短冊一覧）と別紙の双方に注文欄がございますが、どちらに記入していただいても構いません。  
注文数が重複した場合には「多い方の発注数」にて対応させていただきます。



慶應義塾大学東アジア研究所選書

### 近代中国の新疆統治

二〇世紀前半の多民族統合再編

木下恵二 著

税込予価 **4,950 円** A5 判上製 / 264 頁 ISBN 978-4-7664-2841-4 C3031