

参考資料および参考文献

参考資料

耐久消費財の普及数関連データ：

- 内閣府経済社会総合研究所「主要耐久消費財等の普及率（全世帯）（時系列）」『家計消費の動向 消費動向調査年報 平成 15 年版』財務省印刷局、2003 年。
- 内閣府経済社会総合研究所「主要耐久消費財等の保有数量（全世帯）（時系列）」『家計消費の動向 消費動向調査年報 平成 15 年版』財務省印刷局、2003 年。
- 内閣府経済社会総合研究所「主要耐久消費財等の購入実績」『家計消費の動向 消費動向調査年報』財務省印刷局、1977 年～2003 年までの各号。
- 内閣府経済社会総合研究所「耐久消費財の買い替え状況（平均使用年数・買い替え理由）」『家計消費の動向 消費動向調査年報』財務省印刷局、1991 年～2003 年までの各号。
- 経済産業省経済産業政策局調査統計部「生産動態統計 機械統計」『機械統計年報』経済産業調査会、1968 年～2002 年までの該当号。
- 財務省関税局「貿易統計 品別国別輸出・輸入」『日本貿易月表』日本関税協会、1962 年～2002 年までの 12 月号。
- （社）電子情報技術産業協会（JEITA）「2003・2004・2005 年地上デジタル放送受信機 国内出荷実績」『統計データ』JEITA ホームページ（<http://www.jeita.or.jp/japanese/stat/digital/2005/index.htm>）、2005 年 1 月 13 日（2003・2004 年分）、および 8 月 6 日（2005 年分）閲覧。

世帯数・人口関連データ：

- 総務省「第 13 表 世帯の種類別世帯数及び世帯人員－全国、都道府県」『平成 12 年国勢調査』総務省統計局ホームページ（<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2000/6.htm#m>）、2004 年 10 月 15 日閲覧。
- 厚生労働省大臣官房統計情報部「世帯人員別にみた世帯数及び構成割合の年次推移」『国民生活基礎調査』厚生統計協会、2002 年。
- 国立社会保障・人口問題研究所「結果表 1 世帯の家族類型別一般世帯数、平均世帯人員」『日本の世帯数の将来推計（全国推計）2003 年 10 月推計』国立社会保障・人口問題研究所ホームページ（<http://www.ipss.go.jp/Japanese/Hprj2003/hprj2003/html>）、2004 年 10 月 15 日閲覧。
- 総務省「第 1 表 男女別人口」『長期時系列データ 我が国の推計人口 大正 9 年～平成 12 年』総務省統計局ホームページ

(<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/wagakuni/index.htm>)、2004年10月15日閲覧。

- 国立社会保障・人口問題研究所「表1 総人口、年齢3区分(0~14歳、15~64歳、65歳以上)別人口および年齢構造係数：中位推計」『日本の将来推計人口(平成14年1月推計)』国立社会保障・人口問題研究所ホームページ(<http://www.ipss.go.jp/Japanese/newest02/newest02.html>)、2004年10月15日閲覧。

デジタル放送関連データ：

- (社)地上デジタル放送推進協会(D-pa)「地上デジタルテレビジョン放送開局ロードマップ(県庁所在地)」『ロードマップ』D-paホームページ(<http://www.d-pa.org/roadmap/index.html>)、2005年1月13日閲覧。

価格・購買力関連データ：

- 総務省統計局「カラーテレビの消費者物価指数」『消費者物価指数年報』、1978年～2002年の該当号。
- 総務省統計局「1世帯あたり年間の品目別支出金額、購入数量及び平均価格(カラーテレビ購入価格)」『家計調査年報』、1970年～2002年の該当号。
- 内閣府「国民所得・国民可処分所得の分配」『国民経済計算年報』、1975年～2004年の該当号。
- 日経BP社「今月のランキング&価格情報」『日経ベストPC+デジタル』、2004年4月～2005年8月号。
- 特選街出版(マキノ出版)「5分でわかる売れ筋ランキング」『特選街』、2004年2月～2005年8月号。

参考文献

情報通信関連：

- 天谷隆治「地上デジタル放送開始とアナログ放送終了」『InfoCom REVIEW』第33号、2004年、4~13ページ。
- 神島治美『地上デジタル放送のすべて 技術開発から実験・実施までを追う』電波新聞社、2003年。
- NHK放送文化研究所メディア営業部『テレビを超えるテレビ 世界のデジタル放送』日本放送協会、2003年。
- 中野明『図解入門 よくわかる最新情報通信と放送の基本と仕組み』秀和システム、2002年。
- 西正『今のテレビが使えなくなる日』日本実業出版社、2001年。

- 西正『迷走するデジタル放送 明日を見通す 12 の論点』日刊工業新聞社、2003 年。
- 西岡洋子「地上デジタル放送の海外における動き」『InfoCom REVIEW』第 33 号、2004 年、14~24 ページ。
- 野口正人・高嶋裕一「固定電話と携帯電話の競争—新旧サービス間の代替とその政策的合意—」『総合政策』第 3 巻第 2 号、2001 年、139~162 ページ。
- 野村総合研究所 情報・通信コンサルティング部『これから情報・通信市場で何が起ころのか』東洋経済新報社、2003 年。
- 鬼木甫『情報ハイウェイ建設のエコノミクス』日本評論社、1996 年。
- 鬼木甫『電波資源のエコノミクス 米国周波数オークション』現代図書、2002。
- 総務省『情報通信白書 平成 14、15、16 年版』ぎょうせい、2002~2004 年。
- 高嶋裕一・趙鏞吉「移動体通信の料金が普及飽和水準に与える影響」『情報通信学会年報』9、1998 年、11~21 ページ。
- 山田宰、(財)映像メディア学会『デジタル放送ハンドブック』オーム社、2003 年。
- 山下東子「デジタルテレビ受像器の普及過程についての研究」『情報通信学会年報』10、1999 年、35~45 ページ。

普及モデル関連：

- 本多正久『経営のための需要予測』産能大学出版部、2000 年。
- 小川純正「イノベーション普及モデルの展開」『三田商学研究』23 巻 2 号、1980 年、75~89 ページ。
- Bass, Frank M., “A New Product Growth for Model Consumer Durables,” *Management Science*, Jan. 1969, Vol. 15, No.5; pp.215-227.
- Bass, Frank M., “Product Policy: The Relationship Between Diffusion Rates, Experience Curves, and Demand Elasticities for Consumer Durable Technological Innovations,” *The Journal of Business (pre-1986)*, Jul. 1980, Vol. 53, Iss. 3; pp. IIS51-67.
- Bass, Frank M., Trichy V. Krishnan and Dipak C. Jain, “Why the Bass Model Fits without Decision Variables,” *Marketing Science*, Summer 1994, Vol. 13, Iss. 3; pp.203-223.
- Bayus, Barry L., Saman Hong and Russell P. Labe, Jr., “Developing and Using Forecasting Models of Consumer Durables: The Case of Color Television,” *The Journal of product Innovation Management*, Mar. 1989, Vol. 6, Iss. 1; pp. 5-19.
- Bayus, Barry L., “High-Definition Television: Assessing Demand Forecasts for a Next Generation Consumer Durable,” *Management Science*, Nov. 1993, Vol. 39, Iss. 11; pp.1319-1333.
- Bayus, Barry L., “Optimal Pricing and Product Development Policies for New Consumer Durables,” *International Journal of Research in Marketing*, Jun. 1994, Vol. 11, Iss. 3; pp. 249-259.

- Bottomley, Paul A. and Robert Fildes, “The Role of Prices in Models of Innovation Diffusion,” *Journal of Forecasting*, Dec. 1998, Vol. 17, Iss. 7; pp.539-555.
- Easingwood, Christopher J., “An Analogical Approach to the Long Term Forecasting of Major New Product Sales,” *International Journal of Forecasting*, 1989, Vol. 5, Iss. 1; pp. 69-82.
- Eliashberg, J. and G.L. Lilien, *Handbooks in Operations Research and Management Science Vol.5 Marketing*, Elsevier Science Publishers, 1993. (森村・岡太・木島・守口監訳『マーケティングハンドブック』朝倉書店、1997年)
- Fourt, L. A. and J. W. Woodlock, “Early Prediction of Market Success for Grocery Products,” *Journal of Marketing*, Oct. 1960, Vol25, pp.31-38.
- Golder, Peter N. and Gerard J. Tellis, “Beyond Diffusion: An Affordability Model of the Growth of New Consumer Durables,” *Journal of Forecasting*, Jun./Jul. 1998, Vol. 17, Iss. 3; pp. 259-280.
- Gort, Michael, and Klepper, Steven, “Time Paths in the Diffusion of Product Innovations,” *The Economic Journal*, Sep. 1982, Vol. 92, Iss. 367; pp.630-653.
- Islam, Towhidul, and Nigel Meade, “Modelling Diffusion and Replacement,” *European Journal of Operational Research*, Sep, 2000, Vol. 125, Iss. 3; pp. 551-570.
- Jain Dipac C. and Ram C. Rao, “Effect of Price on the Demand for Durables: Modeling, Estimation, and Findings,” *Journal of Business & Economic Statistics*, Apr. 1990, Vol. 8, Iss. 2; pp.163-170.
- Jain Dipac C., Vijay Mahajan, and Eitan Muller, “Innovation Diffusion in the Presence of Supply Restrictions”, *Marketing Science*, Winter, 1991, Vol. 10, Iss. 1; pp. 83-90.
- Kalish, Shlomo, and Subrata K. Sen, “Diffusion Models and the Marketing Mix for Single Products,” in Vijay Mahajan, Yoram Wind, *Innovation Diffusion Models of New Product Acceptance*, Cambridge, Mass.: Ballinger, 1986.
- Kamakura, Wagner A. and Siva K. Balasubramanian, “Long-Term Forecasting with Innovation Diffusion Models: The Impact of Replacement Purchases,” *Journal of Forecasting*, Jan./Mar. 1987, Vol. 6, Iss. 1; pp. 1-19.
- Kamakura, Wagner A. and Siva K. Balasubramanian, “Long-Term View of the Diffusion of Durables,” *International Journal of Research in Marketing*, 1988, Vol. 5, Iss. 1; pp.1-13.
- Lawrence, Kenneth D. and William H. Lawton, “Applications of Diffusion Models: Some Empirical Results,” in Yoram Wind, Vijay Mahajan, Richard N. Cardozo, *New-Product Forecasting: Models and Applications*, Lexington: Lexington Books, 1981; pp.529-541.
- Lieberman, Marvin B., “The Learning Curve, Diffusion, and Competitive Strategy”. *Strategic Management Journal*, Sep./Oct. 1987, Vol. 8, Iss. 5; pp.441-452.
- Mahajan, Vijay, Eitan Muller and Frank M. Bass, “New Product Diffusion Models in

Marketing: A Review and Directions for Research,” *Journal of Marketing*, Jan. 1990, Vol. 54, Iss. 1; PP. 1-26.

- Mahajan, Vijay, Eitan Muller and Frank M. Bass, “Diffusion of New Products: Empirical Generalizations and Managerial Uses,” *Marketing Science*, Summer 1995, Vol. 14, Iss. 3; Part 2, pp. G79-88.
- Mansfield, E., “Technical Change and the Rate of Imitation,” *Econometrica*, Oct. 1961, Vol.29, pp.741-766.
- Mesak, Hani I, and William D. Berg, “Incorporating Price and Replacement Purchases in New Product Diffusion Models for Consumer durables,” *Decision Sciences*, Jul./Aug. 1995, Vol. 26, Iss. 4; pp. 425-449.
- Norton, John A. and Frank M. Bass, “A Diffusion Theory Model of Adoption and Substitution for Successive Generations of High-Technology Products,” *Management Science*, Sep. 1987, Vol. 22, Iss. 9; pp.1069-1086.
- Oates, Thomas, A. and Milton H. Spencer, “A System of Retirement Frequencies for Depreciable Assets,” *The Accounting Review*, 1962, Vol. 37; pp. 452-459.
- Parker, Philip M., “Aggregate Diffusion Forecasting Models in Marketing: A Critical Review,” *International Journal of Forecasting*, Sep. 1994, Vol. 10, Iss. 2; pp.353-380.
- Rao, Ram C. and Frank M. Bass, “Competition, Strategy, and Price Dynamics: A Theoretical and Empirical Investigation,” *JMR, Journal of Marketing Research*, Aug. 1985, Vol.22, Iss. 3; pp.283-296.
- Rogers, Evertt M., *Diffusion of Innovations: Third Edition*, The Free Press, 1982. (青池・宇野監訳『イノベーション普及学』産能大学出版部、1990年)
- Swami, Sanjeev and Pankaj J. Khairnar, “Diffusion of Products with Limited Supply and Known Expiration Date,” *Marketing Letters*, Feb. 2003, Vol. 14, Iss. 1: pp. 33-46.
- Sharp, J. A., “An Interpretation of the Non-Symmetric Responding Logistic Model in Terms of Price and Experience Effects,” *Journal of Forecasting*, Oct./Dec. 1984, Vol. 3, Iss 4; pp.453-456.
- Takada, Hirokazu and Dipak Jain, “Cross-National Analysis of diffusion of Consumer Durable Goods in Pacific Countries,” *Journal of Marketing*, Apr. 1991, Vol. 55, Iss. 2; pp.48-54.

経済学・計量経済学関連

- 足立英之・石川城太・小川英治・地主敏樹・中馬宏之・柳川隆『マンキュー経済学 I ミクロ編』東洋経済新報社、2000年。
- 馬場浩也『SPSSで学ぶ統計分析入門』東洋経済新報社、2002年。

- 石村貞夫『SPSSによる多変量データ解析の手順 [第2版]』東京図書、2001年。
- 石村貞夫『SPSSによる時系列分析の手順』東京図書、1999年。
- 刈屋武昭・勝浦正樹『統計学<プログレッシブ経済学シリーズ>』東洋経済新報社、1994年。
- 水野勝之『テキスト計量経済学』中央経済社、1999年。
- 酒井麻衣子『SPSS完全活用法 データの入力と加工』東京図書、2001年。
- 白砂堤津耶『初歩からの計量経済学』日本評論社、1998年。
- 田中勝人『計量経済学』岩波書店、1998年。
- 藪下史郎・秋山太郎・金子能宏・木立力・清野一治『スティグリッツ ミクロ経済学 (第2版)』東洋経済新報社、2000年。
- 山澤成康『実戦 計量経済学入門』日本評論社、2004年。
- Gujarati, Damodar N., *Basic Econometrics Fourth Edition*, McGraw-Hill, 2003.