

教員プロフィール

長沢 伸也(ナガサワ シンヤ)



職位

教授

専門分野

デザイン&ブランドイノベーション・マネジメント(ラグジュアリーブランディング&戦略論、ブランドイノベーション・マネジメント、デザインイノベーション・マネジメント、新商品デザインマネジメント論および方法論、感性工学、環境ビジネス論)

講義科目

デザイン&ブランドマネジメント(2011年度)
Design and Marketing of New Product (FY2011)
環境ビジネス論(環境・エネルギー研究科、2011年度、2012年度予定)
ラグジュアリーブランディング論(LVMH モエ ヘネシー・ルイヴィトン寄附講座、2012年度予定)
感性マーケティング(アルビオン寄附講座、2012年度予定)
企業データ分析(2012年度予定)

経歴

1978年	早稲田大学理工学部工業経営学科(現、経営システム工学科)卒業
1980年	早稲田大学大学院理工学研究科機械工学専攻博士前期課程修了
1980年	日本軽金属株式会社技師
1981年	明治大学工学部精密工学科(現、理工学部機械情報工学科)専任助手
1986年	工学博士(早稲田大学)
1988年	産業能率大学経営情報学部情報学科専任講師

1991年	亜細亜大学経営学部助教授
1995年	立命館大学経営学部教授
1998年	立命館大学環境・デザイン・インスティテュート教授(併任)
2003年	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科専門職学位課程国際経営学専攻教授
2004年	早稲田大学戦略デザイン研究所長(併任、2008年まで)
2007年	早稲田大学商学学術院商学研究科専門職学位課程ビジネス専攻教授(改組による)、現在に至る
2008年	早稲田大学大学院商学研究科博士後期課程商学専攻マーケティング・国際ビジネス専修教授(併任)、現在に至る
2008年	フランス ESSEC(エセック経済商科大学院大学)ビジネススクール客員教授(併任、2009年まで)
2012年	早稲田大学大学院商学研究科専門職学位課程ビジネス専攻夜間主 MBA プロフェSSIONALプログラム ラグジュアリーブランディング系モジュール(LVMH寄附講座)責任者(改組による)就任予定

対外活動

1987年～1990年	大気汚染研究協会(現、大気環境学会)評議員
1988年～1989年	神奈川県新産業構造モデル策定調査研究会委員
1989年～1991年	(社)日本自動車工業会社会資本研究会委員
1994年～1998年	日本学術会議材料工学研究連絡委員会感性工学小委員会委員
1997年～2000年	文部省学術審議会専門委員(科学研究費分科会)(科研費時限付き分科細目「感性工学」審査員)
1997年～1998年	通商産業省委託三和総合研究所「次世代地域デザインセンターが及ぼす経済波及効果の調査研究委員会」委員
1998年～2001年	日本学術会議人間と工学研究連絡委員会感性工学小委員会委員
1998年～2004年	日本デザイン学会評議員
1998年～2008年	日本感性工学会理事
2001年～現在	(財)日本科学技術連盟デミング賞委員会委員(実施賞小委員会委員)

2002年～2002年	京都市ベンチャー企業目利き委員会専門調査委員
2003年～2004年	(財)社会経済生産性本部「創業・ベンチャー国民フォーラム調査委員会」委員
2004年～現在	環境省委託(財)産業廃棄物処理事業振興財団「産業廃棄物処理業優良化推進委員会」委員
2004年～現在	神奈川県自動車排出窒素酸化物及び粒子状物質総量削減計画策定協議会専門委員
2005年～2005年	経済産業省委託(株)三菱総合研究所「エコプロダクツと経営戦略研究会」委員
2005年～2008年	ジャスダック証券取引所(株)IR優秀企業表彰委員会委員
2005年～2009年	商品開発・管理学会会員理事
2005年～2006年	(財)ファッション産業人材育成機構「ファッション産業におけるデザイン・マネジメント アドバイザリー・コミッティ」委員
2005年～2006年	日本道路公団(株)関東第一支社所沢管理事務所「ハイウェイネットさいたま」座長
2005年～2007年	日本感性工学会副会長
2006年～2007年	経済産業省委託三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(株)「オフィス家具の3Rシステム化可能性調査」委員会委員長
2007年～2008年	(社)日本能率協会中部地域事業部「開発プロセス革新研究部会」技術顧問(財)
2007年～現在	日本環境衛生センター評議員
2008年	埼玉県産業ブランド戦略会議座長
2008年～現在	有限中間責任法人グローバルマネジメントアカデミー SMEI (Sales and Marketing Executive International) Japan Chapter 委員
2008年～2009年	宝塚造形芸術大学大学院デザイン経営研究科平成20年度「自己点検・評価報告書」外部点検・評価委員会委員
2008年～現在	Member of Editorial Advisory Board, International Journal of Quality and Service Sciences
2009年～現在	日本感性工学会参与
2010年～2012年	環境省委託三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(株)「使用済み製

	品等のリユース促進事業研究会」委員
2010年～2011年	(独)日本学術振興会科学研究費委員会専門委員(科研費分科細目「経営学」審査員)
2010年～現在	OGID(株) ショコラ事業部ブランディングアドバイザー(学外兼業)
2010年～現在	NPO 法人エコデザイン推進機構監事
2011年～現在	商品開発・管理学会会員常任理事
2011年～2012年	環境省「平成 23 年度環境配慮契約法基本方針検討会」廃棄物ワーキンググループ委員
2011年～2012年	環境省委託三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(株)「環境成長エンジン研究会」委員
2011年～現在	(株)エポック社非常勤監査役(学外兼業)

研究業績一覧

日本語

https://www.wnp7.waseda.jp/app/ip/ipi0211.html?lang_kbn=0&kensaku_no=1614

英語

https://www.wnp7.waseda.jp/app/ip/ipi0211.html?lang_kbn=1&kensaku_no=1614

研究室 URL

<http://www.f.waseda.jp/nagasawa/index.html>

主要著書一覧

著書 78 冊(日本語 65 冊、中国語 5 冊、韓国語 5 冊、英語 2 冊、タイ語 1 冊)

78. Nagasawa, Shinya ed., with Kana Sugimoto (Lee Min Young trans.), "CHANEL NO SENRYAKU - KYUUKYOKU NO Luxury Brand - (Chanel Strategy - Ultimate Luxury Brand -) (translated in Hangu)," Random House Korea Inc. (Seoul), 2011 年

77. ジャン＝ノエル・キャカプフェレ、ヴァンサン・バスティアン共著、長沢伸也訳『ラグジュアリー戦略－真のラグジュアリーブランドをいかに構築しマネジメントするか－』、東洋経済新報社、2011 年

76. 長沢伸也・石川雅一共著『京友禅「千總」450年のブランド・イノベーション』、同友館、2010年

75. 長沢伸也・神田太樹共編著、長沢伸也・神宮英夫・妹尾正巳・亀井且有・木下雄一郎・森典彦・神田太樹共著『数理的感性工学の基礎－感性商品開発のアプローチ－』、海文堂出版、2010年

74. 木戸啓仁編著、滋野英憲・羽田裕・市川英孝・木戸啓仁・塚田文子・池澤威郎・長沢伸也・染谷高士・庄健二・岡田広司・陳愛華共著『地域産業とマーケティング』、九州学術出版センター、2010年

73. 榎井捷平監修、榎井捷平・長沢伸也・桐原修・平野輝美・橋本智・鈴木祥一郎・千葉忍・小池幸徳・阿竹浩之・森田善彦・権野隆・石塚勝・大西勝・藤井憲太郎・三浦高行・長谷高和・秋元英郎・桜田喜久男・戸澤啓一・百瀬雅之・大山寛治・長岡猛・岡原悦雄共著『プラスチック加飾技術の最新動向(執筆分担)』、シーエムシー出版、2010年
72. 神田範明編著、顧客価値創造手冊編輯委員會編、長澤伸也他18名共著(唐一寧譯)『創造顧客価値—從製造業、服務業到農業、打造讓顧客感動的商品—(中国語版)』、財團法人中衛發展中心(台北)、2010年
71. 長沢伸也編著、杉本香七著『シャネルの戦略—究極のラグジュアリーブランドに見る技術経営—』、東洋経済新報社、2010年
70. ブリジット・ボージャ・デ・モゾタ(Brigitte Borja de Mozota)、河内奈々子・岩谷昌樹・長沢伸也共著『戦略的デザインマネジメント—デザインによるブランド価値創造とイノベーション—』、同友館、2010年
69. 長沢伸也監修、中山厚穂著『Excel ソルバー多変量解析—ポジショニング編—』、日科技連出版社、2010年
68. 長沢伸也著『それでも強い ルイ・ヴィトンの秘密』、講談社、2009年
67. 日本品質管理学会編、長沢伸也他99名共著『新版 品質保証ガイドブック』、日科技連出版社、pp.285-298, 1229pp., 2009年
66. Nagasawa, Shinya ed., with Kenji Ohizumi, and Kazuaki Maeda (Sriwika Susanpoolthong trans.), "Louis Vuitton no Hosoku - Saikyo no Brand Senryaku - (The Principle of LOUIS VUITTON) (translated in Thailand Language)," Technology Promotion Association (タイ日経済技術振興協会、Bangkok), 2009年
65. Nagasawa, Shinya ed., with Kenji Ohizumi, and Kazuaki Maeda (Lee Min Young trans.), "Louis Vuitton no Hosoku - Saikyo no Brand Senryaku - (The Principle of LOUIS VUITTON) (translated in Hangul)," Between Lines Publishers, Inc. (Haeng Gan, Inc., Seoul), 2009年
64. 日本インダストリアルデザイナー協会(JIDA)編集・監修、JIDA「プロダクトデザイン」編集委員会著、長沢伸也他46名共著『プロダクトデザイン—商品開発に関わるすべての人へ—』、ワークスコーポレーション、2009年
63. 長沢伸也編、岩谷昌樹著『デザインマインドマネジャー—盛田昭夫のデザイン参謀、黒木靖夫—』、日本出版サービス、2009年
62. 長沢伸也編著、早稲田大学ビジネススクール長沢研究室(植原行洋・須藤雅恵・島田了)共著『地場・伝統産業のプレミアムブランド戦略—経験価値を生む技術経営—』、同友館、2009年
61. 長沢伸也編著、村井哲之+早大院生有志(河合光一・北島功・山下達也)+環境新聞編集部共著『廃棄物ビジネスの変革者たち』、環境新聞社、2009年
60. 長沢伸也監修、中山厚穂著『Excel ソルバー多変量解析—因果関係分析・予測手法編—』、日科技連出版社、2009年
59. 秋山庸子・西嶋茂宏監修、神宮英夫、長沢伸也、他20名共著『化粧品の使用感評価法と製品展開』、シーエムシー出版、2008年
58. 環境新聞編集部編、北村喜宣・長沢伸也・後藤敏彦他32名執筆分担『環境新聞ブックレットシリーズ⑤産廃処理業の優良化を考えるⅡ』、環境新聞社、2008年
57. 長沢伸也編著、入澤裕介・染谷高士・土田哲平共著(蘇錦夥翻訳總編輯)『創造老店品牌企業的體驗価値—與顧客接觸設計管理—(中国語版)』、財團法人中衛發展中心(台北)、2008年

- 56.長沢伸也編著、川栄聡史共著『Excel できる統計的官能評価法－順位法、一対比較法、多変量解析からコンジョイント分析まで－』、日科技連出版社、2008 年
- 55.長沢伸也編著、環境マーケティング プロジェクト共著『環境ビジネスの挑戦』、環境新聞社、2008 年
- 54.長沢伸也・環境新聞編集部共著『循環ビジネスの挑戦』、環境新聞社、2007 年
- 53.長沢伸也・染谷高士共著『老舗ブランド「虎屋」の伝統と革新－経験価値創造と技術経営－』、晃洋書房、2007 年
- 52.長沢伸也編著、大泉賢治・前田和昭共著『ルイ・ヴィトンの法則－最強のブランド戦略－』、東洋経済新報社、2007 年
- 51.商品開発・管理学会編、長沢伸也他 14 名共著『商品開発・管理入門(執筆分担)』、中央経済社、2007 年
50. Nagasawa, Shin'ya, and Pi-Ju Tsai, "Marketability of Environment-Conscious Products - Application of "Seven Tools for New Product Planning"-," Koyo Shobo(晃洋書房)、2007 年
49. 長沢伸也編著、早稲田大学ビジネススクール長沢研究室(藤原亨・山本典弘)共著『経験価値ものづくり－ブランド価値とヒットを生む「こと」づくり－』、日科技連出版社、2007 年
- 48.Katsuo Inoue (ed.), Mitsuo Hirokawa, Shin'ya Nagasawa, et al.共著(慶成大学産学協力団訳)、『DESIGN TO KANSEI(韓国語版)』、KSU Office of Industry Academy Cooperation(慶成大学産学協力団、ソウル)、2006 年
- 47.長沢伸也編著、早稲田大学ビジネススクール長沢研究室(入澤裕介・染谷高士・土田哲平)共著『老舗ブランド企業の経験価値創造－顧客との出会いのデザイン マネジメント－』、同友館、2006 年
- 46.都甲潔・坂口光一共編著、長町三生・長沢伸也他 12 名共著『感性の科学－心理と技術の融合－(執筆分担)』、朝倉書店、2006 年
- 45.環境新聞編集部編、北村喜宣・長沢伸也・後藤敏彦他 32 名執筆分担『環境新聞ブックレットシリーズ①産廃処理業の優良化を考える』、環境新聞社、2006 年
44. 長沢伸也・榎新二共著『ヒット商品連発にみるプロダクト・イノベーション－キリン「ファイア」「生茶」「聞茶」「アミノサプリ」ブランド・マネジャーの言葉に学ぶ－』、晃洋書房、2006 年
- 43.Iwakura, Shinya, Iwatani Masaki, and Nagasawa Shinya 共著(Park Mi Ok(朴美玉)訳)：『HONDA NO DESIGN SENRYAKU KEIEI(韓国語版)』、Human & Books(ソウル)、2005 年
- 42.岡本眞一・市川陽一共編著、長沢伸也・林正康・前田高尚共著『環境学概論第 2 版』、産業図書、2005 年
- 41.井上勝雄編著、長沢伸也他 8 名共著『デザインと感性』、海文堂出版、2005 年
- 40.長沢伸也・黒坂俊介共著『廃棄物ビジネスの挑戦』、環境新聞社、2005 年
- 39.長沢伸也編著、早稲田大学ビジネススクール長沢研究室(山本太郎・吉田政彦・入澤裕介・山本典弘・榎新二)共著『ヒットを生む経験価値創造－感性を揺さぶるものづくり－』所収、日科技連出版社、2005 年
- 38.岩倉信弥・岩谷昌樹・長沢伸也共著『ホンダのデザイン戦略経営－ブランドの破壊的創造と進化－』、日本経済新聞社、2005 年
- 37.長沢伸也編著、早稲田大学ビジネススクール長沢研究室(大貫明人・検見崎兼秀・石川誠・梅田學・榎新二・豊泉光男)共著『生きた技術経営 MOT－プロジェクトマネジャーからのメッセージ』、日科技連出版社、2004 年
- 36.神田範明編著、顧客価値創造ハンドブック編集委員会編、長沢伸也ほか 18 名執筆分担『顧客価値創造ハンドブック－製造業からサービス業・農業まで 感動を創造するシステム－』、日科技連出版社、2004 年

35. 長澤伸也著(鄭雅云・劉錦秀共譯)『LV 時尚王國－全球第一名牌的購併與行銷之祕－(中国語版)』、商周出版(台北)、2004 年
34. 長沢伸也・木野龍太郎共著『日産らしさ、ホンダらしさ－製品開発を担うプロダクト・マネジャーたち－』、同友館、2004 年
33. 長沢伸也・岩谷昌樹共編著、佐藤典司・岩倉信弥・中西元男共著『デザインマネジメント入門－デザインの戦略的活用－』、京都新聞出版センター、2003 年
32. 長沢伸也・蔡璧如共著『環境対応商品の市場性－「商品企画七つ道具」の活用－』、晃洋書房、2003 年
31. 長沢伸也編著『感性商品開発の実践－商品要素へ感性の転換－』、日本出版サービス、2003 年
30. 長沢伸也・川栄聡史共著『キリン「生茶」・明治製菓「フラン」の商品戦略－大ヒット商品誕生までのこだわり－』、日本出版サービス、2003 年
29. 長沢伸也・森口健生共著『廃棄物ビジネス論－ウェイスト・マネジメント社のビジネスモデルを通して－』、同友館、2003 年
28. 総合基礎経営学委員会編著『新版 ベイシック経営学 Q&A』、ミネルヴァ書房、2003 年
27. 早稲田大学ビジネススクール編、長沢伸也他 14 名共著 『MOT 入門－技術経営エッセンシャルズ』日本能率協会マネジメントセンター、2002 年
26. 長沢伸也著『環境にやさしいビジネス社会－自動車と廃棄物を中心に－』、中央経済社、2002 年
25. 長沢伸也著『ブランド帝国の素顔 LVMH モエ ヘネシー・ルイ ヴィトン』、日本経済新聞社、2002 年
24. 神田範明編著、大藤正・長澤伸也・岡本眞一・丸山一彦・今野勤共著(陳耀茂譯)『商品企画七工具 3－立即実践篇－(中国語版)』、財團法人中衛發展中心(台北)、2002 年
23. 長沢伸也編著『感性をめぐる商品開発－その方法と実際－』、日本出版サービス、2002 年
22. 神田範明編著、大藤正・長澤伸也・岡本眞一・丸山一彦・今野勤共著(陳耀茂譯)『商品企画七工具 2－深入解讀篇－(中国語版)』、財團法人中衛發展中心(台北)、2002 年
21. 神田範明編著、大藤正・岡本眞一・今野勤・長沢伸也・丸山一彦共著『ヒットを生む商品企画七つ道具 すぐできる編－商品企画七つ道具実践シリーズ第 3 巻』、日科技連出版社、2000 年
20. 日本ファジィ学会編、長沢伸也他 166 名執筆分担『ファジィとソフトコンピューティング・ハンドブック』、共立出版、2000 年
19. 神田範明編著、大藤正・岡本眞一・今野勤・長沢伸也・丸山一彦共著『ヒットを生む商品企画七つ道具 よくわかる編－商品企画七つ道具実践シリーズ第 2 巻』、日科技連出版社、2000 年
18. 天坂格郎・長沢伸也共著『官能評価の基礎と応用－自動車における感性のエンジニアリングのために－』日本規格協会、2000 年
17. 日本感性工学会知的財産部会編、長沢伸也他 6 名共著『ビジネスモデル特許』、通産資料調査会、2000 年
16. 岡本眞一・市川陽一・長沢伸也共著(張鉄賢・朴相雨・申南鉄・李英俊共訳)『環境學概論(韓国版)』、東和技術(ソウル)、2000 年
15. 長沢伸也著『おはなしマーケティング』日本規格協会、1998 年
14. 総合基礎経営学委員会編『ベイシック経営学 Q&A』ミネルヴァ書房、1998 年
13. 長沢伸也著『品質月間テキスト 282 顧客価値の創造』品質月間委員会、1998 年

- 12.海保博之編、長沢伸也他 13 名共著『「温かい認知」の心理学－認知と感情の融接現象の不思議－』、金子書房、1997 年
- 11.岡本眞一・市川陽一・長沢伸也共著『環境学概論』、産業図書、1996 年
- 10.神田範明編著、大藤正・岡本眞一・今野勤・長沢伸也共著『商品企画七つ道具－新商品開発のためのツール集－』、日科技連出版社、1995 年
- 9.俵信彦・長沢伸也・関哲郎・下田由紀夫共著『労働省ビジネス・キャリア制度認定 生産管理分野「品質管理」中級コース』、PHP 研究所(非売品)、1995 年
- 8.Onisawa, T. and J.Kacprzyk eds., Nagasawa, Shin'ya, et al., Reliability and Safety Analyses under Fuzziness, Physica-Verlag, 1995
- 7.マネジメント・ネットワーク編、長沢伸也他 8 名共著『顧客創造のためのマーケット分析法』、日刊工業新聞社、1995 年
- 6.森典彦編、長沢伸也他 11 名共著『左脳デザインーデザインの科学的方法を探るー』、海文堂、1993 年
- 5.西村康一・長沢伸也・石塚隆男共著『ノートパソコンエッセンシャルズ－98Note+Lotus HARMONY－』、白桃書房、1992 年
- 4.野呂影勇編著、長沢伸也他 9 名共著『放送大学印刷教材 生活のための工学』、放送大学教育振興会、1992 年
- 3.菅野文友監修、長沢伸也他 166 名執筆分担『ソフトウェア品質管理事例集』、日科技連出版社、1990 年
- 2.藤田董・細谷克也・長沢伸也共著『品質管理セミナー F 数値表と公式集(非売品)』、日本科学技術連盟、1987 年
- 1.大滝厚・鈴木和幸・長沢伸也共著『パソコン BASIC 統計解析』、東海大学出版会、1984 年

研究テーマ

イノベーションとクリエイティビティを活かした高くても売れる製品、熱烈なファンのいるブランドを生み出すデザイン&ブランドイノベーション・マネジメントの理論と実践。具体的には、ラグジュアリーブランディング&戦略論、ブランドイノベーション・マネジメント、デザインイノベーション・マネジメント、新商品デザインマネジメント、商品開発方法論(特に、「商品企画七つ道具」)、経験価値創造／経験価値マーケティング&マネジメント、感性工学、官能評価、品質経営(TQM)、環境ビジネス(特に、環境対応商品、廃棄物・資源循環ビジネス)など幅広く研究しています。

メッセージ

長沢ゼミは、デザイン&ブランドイノベーション・マネジメントを軸に欧州ラグジュアリーブランドから日本の老舗企業までを研究対象とし、ラグジュアリー戦略論、経験価値論やデザインマネジメント論、イノベーションマネジメント論などを駆使して実社会に有用な研究を目指した活動を行っています。ゼミ生は、全員が社会人または社会人経験者で、ビジネスの実務と大学の研究の両輪で活動しております。

普段のゼミは、ほとんどがディスカッション形式で行われます。ゼミ生が問題意識を持ってディスカッション・テーマを提起し、議論を行います。人数は少な目ですが、ゼミOBやゲストも加わり「千客万来」で楽しくかつシャープな議論ができることが特徴です。

長沢ゼミには2つの理念があります。一つは「オリジナリティを持つこと」、もう一つは「必ず成果を出すこと」です。研究を進める上で必須の要件であり、ゼミ生は常にこの2つが求められます。厳しい反面、モチベーションを高く維持でき、他を圧する研究成果に繋がっています。

これまで指導した博士論文・修士論文・プロジェクト研究レポート等で完成度の高いものは出版しています(博士論文 2 冊、修士論文 7 冊、プロジェクト研究レポート等 13 冊)。これからもそうしたいので、我と思わん者は奮って取り組んで欲しいと思います。

プロジェクト研究

デザイン&ブランドイノベーション・マネジメントの研究 [MOT](2011 年度)

ラグジュアリー ブランディングの研究 [夜間主プロフェッショナル](2012 年度)