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

新商品開発マネジメント論（特にプロダクトマネジャーの要件、ヒットの法則、商品企画七つ道具）、デザイン&ブランドマネジメント論（特に感性を揺さぶる経験価値ものづくり、ラグジュアリーブランドのマネジメント）、環境ビジネス論（特に環境対応商品の市場性、廃棄物ビジネス）

講義科目

新商品開発マネジメント
Management and Methodology of New Product Development
デザイン＆ブランドマネジメント

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）
2007 年	早稲田大学商学学術院商学研究科ビジネス専攻教授（改組による）、現在に至る

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～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
2007 年～現在	(財)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ー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
2009 年～現在	日本感性工学会参与

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

主要著書一覧

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.長澤伸也編著、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價值－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（山本太朗・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）『商品企劃七工具 3－立即實踐篇－（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）『商品企劃七工具 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ｼﾞﾆｱﾘﾝｸﾞのために－』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『左脳デザイニング－デザインの科学的方法を探る－』、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

商品デザイン論（特に経験価値・感性価値創造）、デザイン・マネジメント（特にラグジュアリーブランドのマネジメント）、環境ビジネス（特に廃棄物・資源循環ビジネス）

メッセージ

複雑化・多様化する市場環境における商品開発やブランドのマネジメントのあり方について、マーケティング、デザイン、統計解析、心理学、経営工学、人間工学、システム工学などを融合させて学際的に取り組んでいます。とくに、偶然や運任せではなく必然的にヒットする新商品や成功する新規事業を科学的に開発するための法則や方法論を研究するとともに、プロジェクト・マネジャーやプロダクト・マネジャーに要求される役割と知識、資質と能力についてもサーベイを行うことによりマネジメントのあり方について検討します。また、高くても売れる商品・熱烈なファンのいる商品やブランド、その企業らしい新商品を開発しヒットさせることによりブランドを確立する（逆ではない）ことに焦点を当てます。この意味で、プレミアム・マーケティングあるいはブランド・マネジメントということもできますが、ブランド価値を収益や時価総額といった結果系で測るブランド・マネジメント論とは一線を画します。対象企業・商品としては、具体的には、自動車企業や清涼飲料・菓子メーカーの商品開発、ルイ・ヴィトンやシャネルなど欧州ラグジュアリー（高級）ブランドや虎屋など老舗企業の伝統と革新、環境対応商品や廃棄物ビジネス（サービス業！）を含む環境ビジネス等を取り上げています。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 12 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

新商品・事業開発マネジメントの研究 [MOT]