

教育研究業績書

2024年10月22日

所属：経営学科

資格：教授

氏名：岸本 義之

研究分野	経営学	研究内容のキーワード	経営戦略、企業財務
学位	博士（経営学）	最終学歴	慶應義塾大学 大学院経営管理研究科

教育上の能力に関する事項

事項	年月日	概要
1 教育方法の実践例		
1. 映像を活用した教材の企画	2019年9月1日から現在	経営学部の「初期演習II」で用いるための教材として、ドラマ映像を使ったケーススタディを企画し、日本テレビと打ち合わせの上で、大学1年生向けのプログラムを作成した
2. Google Classroomなどを用いた教材の配布	2019年4月1日から現在	共通科目の「経営学入門」において： 予習資料（新聞記事など）は授業時に次回分を紙で配布 授業資料（パワーポイント）は授業前にClassroomにアップ 復習用の授業まとめ資料は授業時に紙で配布
3. 早稲田大学大学院での受講生フィードバック	2006年4月1日から2019年3月31日	早稲田大学大学院（アジア太平洋研究科、商学研究科、経営管理研究科）では授業ごとに学生からのフィードバックを集計しており、常に好評価を得てきた
4. ケーススタディを用いた数量分析の授業	2006年4月1日から2019年3月31日	早稲田大学大学院の「コーポレート・ファイナンス」（日本語・英語）、「応用コーポレートファイナンス」（日・英）、「企業の投資意思決定」（日）で、ケーススタディを用いた数量分析の授業を実施
5. 修士論文の副査	2006年4月1日から2009年3月31日	早稲田大学大学院の客員教授（専任扱い）として修士論文の副査を担当3年間で40名以上の副査を担当し、修士論文の内容に助言を提供
2 作成した教科書、教材		
1. 授業資料の作成	2019年4月1日から現在	共通科目の「経営学入門」のために、自身で以前に翻訳出版を行った「マネジメントの世紀」（東洋経済新報社）の内容を簡素化して年代順に要約した資料を作成して、授業資料として使用、配布した
2. 新聞記事連載の配布	2019年4月1日から現在	共通科目の「経営学入門」のために、自身で以前に日経産業新聞に20回連載していた「マネジメントの肖像」（経営学の有名人物の紹介）から、次回授業に関連する人物の記事を選んで配布
3. 教科書の出版	2007年7月24日	「コーポレートファイナンスの理論と仕組み」（分担執筆、15-160ページ）を秀和システムより出版。ポートフォリオ理論、CAPM理論、企業価値評価（バリュエーション）など、MBAレベルの内容を平易に紹介
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
1. 社会人向け次世代管理職研修	2006年4月1日から現在	全国地方銀行協会、JA全農、第二地方銀行協会、日本マーケティング協会、日本生産性本部、ISL、などの開催する社会人向け研修を担当
4 その他		
1. TVでの経営学トピックの解説	2008年5月1日から2017年12月まで	CSテレビのビジネス・ブレイクスルーにて「デジタル時代のマーケティング」「グローバルM&A」「グローバルメガトレンド」「グローバル企業のリーダーシップ」のテーマを解説

職務上の実績に関する事項

事項	年月日	概要
1 資格、免許		
2 特許等		
3 実務の経験を有する者についての特記事項		

職務上の実績に関する事項		
事項	年月日	概要
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
1. 「経営書を読む」連載の執筆	2012年4月1日から2016年12月	日本経済新聞の「経営書を読む」のコーナーで、「競争の戦略・競争優位の戦略（マイケル・ポーター）」「知識創造企業（野中郁次郎・竹内弘高）」「経営戦略の論理（伊丹敬之）」を紹介（全16回）
2. 経営者向け論考の執筆	2008年2月1日から現在	経営コンサルティング会社（プーズおよびPwC）の発行する経営者向け冊子（マネジメントジャーナル、Strategy& Foresight）に多くの論考を執筆。「IoT時代に求められるリレーションシップ・マーケティング」（2018年2月）など
4 その他		
1. 高大接続授業の実施	2020年2月12日から17日	附属高校3年生の入学前教育として、「経営学入門」の授業を実施し、その中で附属高の教員と連携してグループ学習も実施した。
2. 西宮市大学共通単位講座の準備	2019年9月1日から現在	2020年度のオリジナル科目として「製品開発とマーケティング」を経営学部として行うことを企画し、代表者として参画。
3. 教務委員としての活動	2019年9月1日から現在	経営学部設置準備室の教務委員として活動し、カリキュラム策定、高大接続の準備、丹嶺研修の準備などに当たった
4. 広報入試委員としての活動	2019年9月1日から3月31日	経営学部設置準備室の広報入試委員として活動し、オープンキャンパなどの広報活動の企画、雑誌などへの取材対応、グローバル入試・留学生入試の準備、入試判定協議会の準備などを行った
5. MFWI及びゴンザガ大学との連携	2018年9月1日から現在	経営学科のプログラムの一環としてMFWIへの短期留学プログラムを企画し、3度にわたってスポークン出張を行い、MFWIの英語科目およびゴンザガ大学経営学部教員による経営学科目を企画した
6. 経営学部設置準備の活動	2018年4月1日から現在	経営学部の設置準備に向けて、認可申請書類の作成を分担し2018年度末に文科省に提出。2019年度は、その方針に沿ってカリキュラムの作成、オープンキャンパスの実施、入試判定などに参画。

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
1. 最高の企業文化を育む「少数」の法則	共	2019年11月12日	日経BP社	ジョン・カツツェンバック著の「Critical Few」の全編の監訳を行った。本書では、企業文化を進化させるために不可欠な要素を「少数」で「重要」な（クリティカル・フュー）ものだけに絞り、既存の文化を活用して意義ある変革を起こす方法について解説。その要素とは、戦略的に絞って選択された少数の『社員の感情に訴える形質』、『重要な行動』、『真の非公式なリーダー』を指す。文化の変革をもたらすためにはそれらを育むことが必要となる。
2. 日本のマネジメントの名著を読む	共	2016年8月	日本経済新聞社	日経新聞に連載された「経営書を読む」から数本の経営書の解説を紹介する文庫本シリーズ 306ページ 編者：日本経済新聞社 梅澤高明、岸本義之、入山彰栄、大海太郎、奥野慎太郎、清水勝彦、森健太郎 野中郁次郎・竹内弘高「知識創造企業」pp.85-120：暗黙知と形式知の枠組みと、それを用いた日本企業の分析について紹介 伊丹敬之「経営戦略の論理：第四版」pp.121-159：第四の経営資源としての情報の意義と、不均衡を狙って成長する戦略について解説
3. 戦略・マーケティングの名著を読む	共	2015年8月	日本経済新聞社	日経新聞に連載された「経営書を読む」から数本の経営書の解説を紹介する文庫本シリーズ 327ページ 編者：日本経済新聞社 岸本義之、平井孝志、岸田雅裕、森下幸典、楠木建、赤羽陽一郎、関一則、清水勝彦 マイケル・ポーター「競争優位の戦略」pp.19-54：ポーターの理論

研究業績等に関する事項

著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
4. 顧客ロイヤルティ戦略ケースブック	共	2015年3月	同文館出版	<p>であるバリューチェーン、水平戦略、業界リーダーに対する攻撃戦略を解説</p> <p>顧客ロイヤルティに関する理論と多様な業界における事例とを紹介する 187ページ</p> <p>編者：内田和成、黒岩健一郎、余田拓郎 嶋口充輝、内田和成、金頭哲、村山貞幸、首藤明敏、黒岩健一郎、清宮政宏、四條亨、岸本義之、阿部淳一、余田拓郎</p> <p>「タクシー配車アプリを通じた顧客関係性の進化：日本交通株式会社」pp.128-145：配車アプリが、全国へと拡大し、さらにはウーバーのような潜在的競合への対抗手段となっていく状況を解説</p> <p>日経新聞に連載された「経営書を読む」から数本の経営書の解説を紹介する文庫本シリーズ 311ページ</p> <p>編者：日本経済新聞社 入山彰栄、岸本義之、平井孝志、根来龍之、清水勝彦、森健太郎、森下幸典、楠木建、高野研一</p> <p>マイケル・ポーター「競争の戦略」pp37-64：ポーターのポジショニング理論、5つの競争要因、3つの基本戦略、移動障壁について解説</p>
5. マネジメントの名著を読む	共	2015年1月	日本経済新聞社	<p>日経新聞に連載された「経営書を読む」から数本の経営書の解説を紹介する文庫本シリーズ 311ページ</p> <p>編者：日本経済新聞社 入山彰栄、岸本義之、平井孝志、根来龍之、清水勝彦、森健太郎、森下幸典、楠木建、高野研一</p> <p>マイケル・ポーター「競争の戦略」pp37-64：ポーターのポジショニング理論、5つの競争要因、3つの基本戦略、移動障壁について解説</p>
6. 勝利と成功の法則	共	2013年4月	日本経済新聞社	<p>日経新聞に連載された「経営書を読む」から数本の経営書の解説を紹介 247ページ</p> <p>編者：日本経済新聞社 森健太郎、高野研一、岸本義之、梅澤高明、森下幸典、奥野慎太郎、清水勝彦</p> <p>マイケル・ポーター「競争の戦略」pp.75-112：ポーターのポジショニング理論、5つの競争要因、3つの基本戦略、移動障壁について解説</p>
7. ポスト3.11のマーケティング	共	2011年7月	朝日新聞出版	<p>東日本大震災直後の広告自粛の風潮から脱し、日本企業はどのようなマーケティングの方向性を目指すべきなのかを、マーケティング実務家が論じる 206ページ</p> <p>編者：デジタル・コンサルティング・パートナーズ 岸本義之、横山隆治、田中義啓、徳力基彦、厚川欣也、平塚元明、高広伯彦、山本直人</p> <p>「脱自粛による日本の再構築」pp.9-40</p>
8. メディア・マーケティング進化論	単	2009年9月	PHP研究所	<p>インターネットの興隆に伴う広告界の変化（消費者行動の変化、広告主の変化、メディア企業の変化）を解き明かし、マーケティングROIの改善方法（パーチェス・ファネルに沿った効果の改善、広告コストの削減、メディア選択方法の変化）について論じた上で、将来の広告メディア業界の進化（ネットおよびマス4媒体と広告代理店の役割の変化）と、それに応じたマーケターの進化（特にインタラクティブ）について解説 237ページ</p>
9. 金融マーケティング戦略	単	2005年2月	ダイヤモンド社	<p>金融サービス業の経営課題とは何かを、日本の金融制度の問題点に基づいて整理した上で、サービス業に特有のマーケティング課題（リレーションシップ・マーケティング、顧客生涯価値、支店及びマルチチャネルの活用）と、リスク管理を伴うマーケティング課題（信用リスク、金利リスク、市場リスク、保険リスク）を紹介し、戦略実行面の課題（消費者行動の理解、マーケティング組織の設計など）を解説 236ページ</p>
10. 顧客ロイヤルティの時代	共	2004年3月	同文館出版	<p>企業が高い収益性を確保するには顧客基盤づくりが重要であり、そのためには顧客ロイヤルティが重要になることを解説 290ページ</p> <p>編者：嶋口充輝、内田和成 嶋口充輝、小野譲司、岸本義之、金頭哲、余田拓郎、村山貞幸、阿部淳一、黒岩健一郎、宮副謙司、清宮政宏、矢吹雄平、卜部正夫、</p>

研究業績等に関する事項

著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
11. 銀行経営の理論と実務	共	2003年5月	きんざい	<p>首藤明敏、四條亨、渡辺光一、富田健司、内田和成 「優良顧客を発見するための顧客生涯価値分析」 pp.34-49 日本の銀行経営において求められるリスク管理とマーケティングの手法について解説 639ページ 編者：大久保豊 大久保豊、片岡徹也・西村拓也・野口雅之、菊池裕、栗谷修輔、緒方直人、根本直子、本島康史、上野大・須永真昼、岸本義之、山本真司 「銀行マーケティングの論理と実務」 pp.505-534 「銀行業務の選択と集中の実務」 pp.535-553 :</p>
12. 戦略経営コンセプトブック2003	共	2002年12月	東洋経済新報社	<p>米国および日本での最新の経営トピックをコンサルティング会社のシニアスタッフが簡潔に解説 264ページ ブーズ・アレン・アンド・ハミルトン 岸本義之、岸田雅裕、大原聡、中村由実、中村和宏、パスカル・マルタン、渡部吉昭、小川康、福島毅、チャールズ・ハンディ、崎山文乃、小川由理郎、田口詩子、田淵泰、ラルフ・シュレーダー、関根正之、「企業改革は顧客接点から始めよ」 pp.10-13 「投資ファンドを企業改革に活用せよ」 pp.34-37</p>
13. 仕組み革新の時代	共	2002年3月	有斐閣	<p>マーケティングにおいて優位性を築き上げるためには、他所とは異なるユニークな仕組み（ビジネスモデル）が重要になることを解説 294ページ 編者：嶋口充輝 嶋口充輝、村山真幸、矢吹雄平、余田拓郎、黒岩健一郎、金頭哲、小野謙司、内田和成、岸本義之 「顧客フォーカスのダイレクト・モデル」 pp.241-268</p>
14. 戦略経営コンセプトブック2002	共	2001年12月	東洋経済新報社	<p>米国および日本での最新の経営トピックをコンサルティング会社のシニアスタッフが簡潔に解説 ブーズ・アレン・アンド・ハミルトン 岸本義之、ポール・ブランスタッド、チャック・ルシア、ブルース・A・パスタナック、大原聡、岸田雅裕、渡部吉昭、足立光、伊佐治岳生、福島毅、ランドール、ローゼンバーグ、今井俊哉、大橋青史、キース・オリバー、ピヴィレン・ドシ 「企業再構築に必要なのは戦略再構築ではない」 pp.10-19</p>
15. 戦略経営コンセプトブック2001	共	2000年12月	東洋経済新報社	<p>米国および日本での最新の経営トピックをコンサルティング会社のシニアスタッフが簡潔に解説 268ページ 日本ブーズ・アレン・アンド・ハミルトン 西浦裕二、岸本義之、小山晴生、小川由理郎、加藤征一郎、渡辺護、渡部吉昭、足立光、岸田雅裕、工藤正通、伊崎洋児、 「ニューエコノミー論の虚実」 pp.26-31 「ビジネスモデル設計の6つのポイント」 pp.70-79 「脱企業ブランドの意義と可能性」 pp.160-169 「シスコ型買収モデルの日本的展開」 208-215ページ</p>
16. Eビジネス 勝者の戦略	共	2000年4月	東洋経済新報社	<p>日本企業がEビジネスで成功するために必要な要件を米国等の先行事例をもとに解説 143ページ 日本ブーズ・アレン・アンド・ハミルトン Eビジネス戦略グループ 小山晴生、チャールズ・E・ルシア、岸本義之、ティモシー・M・レスター、ゲイリー・L・ニールソン、ブルース・A・パスタナック、岸田雅裕、相澤利彦、高松越百 「ネット株価の評価とリアル・オプション」 pp.40-50 「E金融とEコマースの融合」 pp.124-130</p>
17. 新・銀行の戦略革新	共	1997年3月	東洋経済新報社	<p>日本の銀行が成長と収益機会を追求するための方策について解説 177ページ 編者：マッキンゼー金融グループ</p>

研究業績等に関する事項

著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
				分担執筆者：横山禎徳、宇田左近、川本裕子、大庫直樹、伊藤賢司、古我知史、岸本義之、平野正雄、山本修 「チャンネル戦略の革新」 pp.79-102 「リスクマネジメントの新しい潮流」 pp.141-162
2 学位論文				
1. サービス・マーケティングにおける顧客生涯価値の経済性：銀行取引における定量化モデルを中心に（博士論文）		2003年2月	慶應義塾大学大学院 経営管理研究科	リレーションシップ・マーケティングにおいて顧客生涯価値という概念が重視されている。これは新規顧客獲得時にコストがかかる一方、継続顧客は長期的な収益が獲得コストを上回るというものである。本論文では、顧客生涯価値の定量化の手法について述べ、実際の銀行の顧客データの分析を行った。その結果、給与振り込みなど、それ自体では手数料を大して生まない取引が、顧客取引の長期化に貢献し、ひいては顧客生涯価値の引き上げつながらることを発見した。 140ページ
3 学術論文				
1. 資本コストへの過大な期待と世界バブル（査読付）	単	2009年3月	早稲田国際経営研究No. 40 pp. 41-51 早稲田大学WBS研究センター	現代のコーポレート・ファイナンスでは加重平均資本コストを以て、その企業の資本コストとみなすことが一般的であるが、2008年の米国サブプライムバブルの状態においては、資本コストが高水準と認識され、高レバレッジが常態化した。しかし、2000年代において加重平均資本コストは、20世紀と比較するとかなり低くなっていたことが検証できた 11ページ
2. サービス・マーケティングにおける顧客生涯価値の意義（査読付）	単	2007年6月	慶應経営論集第24巻第1号 pp. 109-132 慶應義塾経営管理学会	サービス・マーケティングにおいて顧客維持の経済性がなぜ成り立つのかを、サービス財の特徴に基づいて考察し、複数の異なる理由が作用するものの固定顧客の比率を高めることが経済性の点で重要ということを明らかにした 23ページ
3. 銀行業における顧客生涯価値（査読付）	単	2001年6月	慶應経営論集第18巻第2号 pp. 1-21 慶應義塾経営管理学会	銀行の個人取引の成長を、本源的成長モデル、取引属性モデル、顧客維持率モデルの3要素で構成し、顧客にとってのメイン取引銀行になるとどの効果を通じて顧客生涯価値が高まるのかを考察した 20ページ
4. スルガ銀行 顧客生涯価値プロジェクト（査読付）		1999年6月	慶應義塾大学大学院 経営管理研究科	スルガ銀行は横浜銀行と静岡銀行に扶まれていたために競争差別化の手段として個人分野への特化という戦略を選択した。その実行のためには顧客リレーションシップを重視したマーケティングを行うことが必要になる。そこで同行と筆者は、どのような顧客が高い顧客生涯価値をもたらすのかを定量分析モデルを構築して考察した。 70ページ
5. 百貨店経営における返品制活用の意義：リアル・オプション・アプローチ（査読付）		1999年2月	慶應経営論集第16巻第2号 pp. 61-84 慶應義塾経営管理学会	百貨店業界では返品は業績低迷の原因と言われているが、その慣行が根付くにはメリットもあった。そのメリットを定量化する手法として、金融オプション理論を応用したリアル・オプションが適用できる。問題はこのオプションが百貨店にとって割安であったために乱用された点にある。もし相応の対価水準がわかっている、適切に対価が設定されていれば、水増し発注を防止できた。 24ページ
その他				
1. 学会ゲストスピーカー				
2. 学会発表				
1. デフレ時代における顧客維持戦略	単	2003年6月	日本商業学会関東部会（東京都）	高度成長時代とは異なり、低成長・デフレの時代には、顧客との関係性がより希少な資産となる。このために顧客維持の経済性を理解したうえで、優良顧客向けには関係性のための投資を行うことが重要となる。この考え方はサービス業において特に重要性が高いが、一般消費財でもサービス化、ダイレクト化の流れとともに重要になる。 (単独発表)
3. 総説				

研究業績等に関する事項

著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
4. 芸術（建築模型等含む）・スポーツ分野の業績				
5. 報告発表・翻訳・編集・座談会・討論・発表等				
1. マーケティング戦略論	共	2001年7月	ダイヤモンド社 （原題：Kellogg on Marketing、編著者：ドーン・イアコブッチ）	ケロッグ・ビジネススクールの教授陣によるマーケティング戦略論文を邦訳して紹介 531ページ 監訳：奥村昭博、岸本義之 翻訳：曾根博、岸本義之、中塚晃章、前田重和、平田禎也、加治慶光、西川千佳子、織井弥生、田口恵美子、高橋直樹、広瀬哲司、山田重人、伊佐治岳生、伊藤武志、今田健治、石井靖幸、北中英明
2. マネジメントの世紀 1901-2000	共	2000年12月	東洋経済新報社 （原題：The Management Century、著者スチュアート・クレイナー）	ブライアン・スターンサル、アリス・タイボー「セグメンテーションとターゲティング」pp.10-44 経営および経営学の歴史を20世紀の10年ごとの区切りで解説し、経営理論がどのように進化してきたかを紹介 316ページ 監訳：嶋口充輝 翻訳：岸本義之、黒岩健一郎
6. 研究費の取得状況				
学会及び社会における活動等				
年月日		事項		