

【氏名】 岩崎 達也 群馬県出身、1956 年生	
【現職】 関東学院大学経営学部経営学科 教授 法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科兼任講師 跡見学園女子大学文学部現代表現学科兼任講師	
【学生へのメッセージ】 ◎ <u>DX 化の時代、ますますコンテンツビジネスがおもしろい。</u> ◎ <u>国の成長戦略であるコンテンツによる地域活性化を考えてみよう。</u> ＜これまでのゼミ生のテーマ（一部紹介）＞ ・「レディースファッション専門店販売員の行動分析」（リサーチ型） ・「Zugooooon! ークラウドによるマンガの翻訳と海外配信ビジネスー」 ・「『感音巡礼』音楽とお寺の融合による地域活性化」 ・「『ツンデレ企画書』キャラクターを活用した企画書作成ソフトの開発」 ・「母と子のマイキャラ・デザイン」 ・「出張写真マッチングサービス フォトジェニック 10」 ほか	
【専門分野】 マーケティング論、ブランドマネジメント、コンテンツビジネス	
【担当科目】 「コンテンツビジネス論」	
【主な経歴】 ・1981 年～1992 年（株）博報堂入社。コピーライターとしてカネボウ化粧品、スズキ自動車、日立マクセル、JRA、サントリー、日産自動車、味の素、ブリヂストン、ユニチャームなど多数広告企画・制作。 ・1992 年～2015 年 日本テレビ放送網（株）入社。編成部、営業部、宣伝部長、編成エグゼクティブディレクター、日テレアックスオン執行役員を歴任。日本テレビ・ロゴマーク開発。「それって、日テレ」「日テレ 5 5」ほか局キャンペーンの企画・制作統括。バラエティ番組、情報番組企画。「千と千尋の神隠し」製作委員会など。 ・2000 年～2010 年（社）民間放送連盟 スポーツ編成部会広報分科会幹事。「2002 日ワールドカップ」、「アテネ五輪」、「トリノ冬季五輪」、「北京五輪」、「バンクーバー五輪」「南アフリカ・ワールドカップ」などの宣伝統括。 ・2008～2010 年、法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科 客員教授 ・2013～2015 年、共立女子大学文芸学部 非常勤講師 ・2015 年～2018 年、九州産業大学商学部商学科 教授 ・2021 年～2022 年 関東学院大学学長補佐	
【主な研究業績/社会的活動】 『メディアの循環 伝えるメカニズム』共編著 （生産性出版 2017 年 2 月） 『日本テレビの 1 秒戦略』単著 （小学館新書 2016 年 12 月）	

『実践メディア・コンテンツ論入門』 単著（慶應義塾大学出版会 2013 年） 『コンテンツツーリズム入門』 共著（古今書院 2014 年） 『異文化適応のマーケティング』 章訳（ピアソン桐原 2011 年） 『アニメ聖地巡礼の行動特徴と地域施策－事例からの考察－』 共著（九州大学出版会 2020 年 3 月） 『本気で地域を変える・地域づくり 3.0 の発想とマネジメント』 共編著（晃洋書房 2021 年） 『地域は物語で 10 倍人が集まる・コンテンツツーリズム再発見』 共編著（生産性出版 2021 年 3 月） 『街角のイノベーション』（下町書房 2021 年 6 月） 「憧れの人を追うツーリズムの行動分析－ジャニーズを追う女性たちのツアー行動と消費者行動論による検証－」（単著）（『コンテンツツーリズム学会論文集』 Vol.1, 2014 年雑誌『マーケティングホライズン』『思いとアイデンティティが人を動かす』『超高関与消費の時代』） 2019 年 1 月 VOL.3 日本マーケティング協会 雑誌『地域人』 2021 年 1 月, 65 号（大正大学出版会）「アニメ聖地巡礼から今後の旅の可能性を探る」 「マス広告はどこへ向かうのか」（単著）『AD STUDIES』 2014 年 「高関与旅行者の行動への意思決定プロセス－アニメ聖地巡礼行動を事例として－」（共著）日本観光研究学会 2016 年 12 月 4 日発表） 「アニメ聖地巡礼における作品要素と行動動機の分析－『鬼滅の刃』を事例として－」（単著）関東学院大学経営・教養論集第 1 集 2022 年 8 月 <社会的活動> ・「鳥取市観光大使」 ・「鳥取市シティセールス会議議長」 ・大学基準協会デジタルコンテンツ系大学院認証評価委員会委員 ・横須賀エフエム放送(株) 番組審議会委員 ・一般社団法人 夢らくぞプロジェクト 理事
【所属学会・団体】 「日本マーケティングサイエンス学会」、「日本マーケティング学会」、「日本広告学会」、「文化経済学会<日本>」、「コンテンツツーリズム学会」
【資格・表彰】 ・「読売広告大賞」（2000・金賞、02・読者賞） ・「グッドデザイン賞 2001」（コミュニケーション部門） ・「JR 東日本ポスターグランプリ」（99 金賞、96・01・02・05 銀賞、97 銅賞） ・「スポニチ広告大賞」（02 年入賞、04・05 年優秀賞） ・「ブルー日刊アドグランプリ」（02 年クリエイティブ賞、05 年優秀賞、06 年インパクト賞） ・「デジタルサイネージアワード 2012」（ブロンズ賞） ・2019 年 ACC 賞 地域 CM ファイナリスト