

講義名	リテーリング・ケーススタディ		
科目区分	特別研究		
担当教員	岸本 徹也		
開講期・曜日・時限	後期 月曜日 3時限		
	2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 / 2017年度 商学部 マーケティング学科 / 2017年度 商学部 経営学科 / 2016年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2016年度 人間社会学部 観光学科 / 2016年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2016年度 経済学部 経済情報学科 / 2016年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	13064

主題と概要

日本最大の小売業態である食品スーパー業界では、近年、業態内競争はもとより、コンビニエンスストアや外食チェーンなどと熾烈な異業態間競争が繰り広げられている。食品スーパー業界内では、簡素な店舗で価格訴求する企業や、品揃えを充実させ食生活の提案を売場で展開する企業、または、少し値段は高めであるが他の店舗での取り扱いがないような商品を販売する企業等、日常の食材を取り扱うという点では同じ食品スーパーではあるが、その提供方法で多様な戦略が展開されている。この講座では、競争の激化する流通業界を勝ち抜くビジネスモデルについて、食品スーパーの事例と店舗見学を通じて学ぶことを目的としている。業界内競争、他業態との競争が激しくなる食品スーパー業界で、差別化戦略の具体的な内容とそれを可能にする組織の仕組みについて理解を深めてもらいたい。

到達目標

- ・座学を通じて、普段目にする事のない食品スーパーの仕組みと、競争の激化する流通業界で勝ち残るビジネスモデルとはどのようなものかについて理解すること。
- ・現場の見学を通じて、企業の経営理念やコンセプトが実際にどのように具体化されているのかについて理解すること。

提出課題

- 1) 講義レポート 1回 講義内で1回のレポート提出を課す。
- 2) 見学レポート 1回 新店づくりの見学を通じて、レポート課題を課す。

評価の基準

・講義レポート	1回	50%
・実習レポート	1回	50%

上記に加え、毎回の講義で講師の方への積極的な質問やコメント（加算点）

履修にあたっての注意・助言他

講演者に対して失礼な行動（講義途中の入室、途中退室、携帯電話やゲームなどの使用）は謹むこと。騒がしい場合は退室してもらいます。

教科書

・使用しない。・

プリント資料及び参考文献

プリントを随時、配布する。

授業計画

- 1 オリエンテーション
- 2 小売、流通業界の概要
- 3 日本の小売業態
- 4 小売業態論の理論仮説
- 5 チェーンストアとISM
- 6 チェーンストアとISM
- 7 食品スーパー業界とビジネスモデル
- 8 食品スーパー業界とビジネスモデル
- 9 食品スーパーのケース分析
- 10 食品スーパーのケース分析
- 11 食品スーパーの実務家による話
- 12 食品卸売の実務家による話
- 13 食品スーパーの実務家による話
- 14 食品スーパーの実務家による話
- 15 授業全体のまとめ

予習・復習

第一回目の授業から、次回講義を行う予定の範囲を話すので、配布プリントの該当箇所を必ず予習してくるようにしてください。また、受講後は、当日の授業内容を忘れないうちに授業で配布された資料やノートに書き取ったこと等を復習するようにしてください。一回の講義につき、予習・復習の時間は4時間を目安とし、全体の講義を通じて総計60時間を確保するように努力してください。

備考