

講義名	フードマーケティング論			授業形態	
担当教員	白鳥 和生 / 白鳥 和生		開講期・曜日・時間	前期 月曜日 4 時限	
	単位数	2	履修開始年次	2 年生	ナンバリング・コード FNS261

主題と概要
 本講義は、食品産業を対象にマーケティング戦略を理論と実務の両面から学ぶ科目である。少子高齢化、健康志向、価格二極化、デジタル化の進展などにより、食品市場は大きく構造変化している。本講義では、食品を「生活必需品」であると同時に「感情財」「関係財」として捉え、市場分析・市場設計・価値伝達・リテンション（継続購買）までを一貫して考える。市場ニーズの分析（STP）、商品戦略、価格戦略、流通チャネル政策、プロモーション戦略を体系的に整理し、さらに顧客ロイヤリティとLTV（顧客生涯価値）の視点からリテンションマーケティングを検討する。具体事例を素材に、理論と現場を往復する。

到達目標
 履修後、学生は次のことができるようになる。
 食品市場の構造変化をデータに基づいて説明できる。
 食品商品のターゲット設定とポジショニングを論理的に設計できる。
 商品戦略、価格戦略、流通戦略、プロモーション戦略を統合して説明できる。
 顧客ロイヤリティ形成の仕組みを理解し、リテンション施策を立案できる。
 実在食品を題材にマーケティング企画書を作成し、プレゼンテーションできる。

提出課題
 学習した内容に基づく課題の提出を、その都度指示する。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法
 課題レポートについては要点について解説する。

評価の基準
 授業への参加姿勢：30%、レポート70%

履修にあたっての注意・助言他
 食に関する話題に日頃から関心を持ち、関連記事や専門雑誌などによる情報収集することを期待する。
 ＊履修にあたっては、各講義の履修を妨げる行為は厳禁であり、互いが真摯に学び合う姿勢が大切である。
 ・教科書は必須とする。

教科書
 ・使用しない。

参考図書
 ・なし。

その他

授業計画

1. 食品市場の構造変化
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
2. 消費者行動と食品選択
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
3. STP戦略
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
4. 商品戦略とプロダクト設計
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
5. 価格戦略
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
6. 流通・チャネル戦略
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
7. プロモーション戦略
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
8. 新商品企画とプロダクト戦略性
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
9. デジタル広告とターゲットマーケティング
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
10. リテンションマーケティングとLTV
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
11. データ活用とPOA
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
12. ケース分析演習
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
13. 総合演習
 予習内容：シラバスを確認し、学びたい内容を確認する（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、理解を深める（120分）
14. まとめ
 予習内容：13回の講義を振り返る（120分）
 復習内容：講義内容を整理し、期末試験に向けて理解を深める（120分）
15. 期末試験

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

・本科目は、マーケティング視点で「食」の世界を学ぶことを通じて、本学の教育の目標である「豊かな社会の実現に貢献できる意欲と能力を持ったビジネスパーソン」を育成するとともに、「食業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、企業マネジメントに関する問題探索、課題提案ができる」という商学部卒業認定・学位授与の方針に沿った能力を身につける科目である。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

パワーポイントを使用した講義形式で、映像資料なども適宜活用する。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり（1990年4月～2024年2月、日本経済新聞社勤務）

備考