

講義名	研究演習				
講義コード	45414	授業形態		開講期・曜日・時限	通年 木曜日 5時限
担当教員	清水 信年		ゼミバリエーションコード	SEM350	

学部・学科	演習分野
全学部	清水信年（流通・マーケティング論）

<p>「あなたのやりたいことをするゼミ」これが、昨年度からの清水ゼミです。特定の研究テーマは設定していません。</p> <p>自分の「やりたいこと」をゼミの時間で奪われたくない、と思っている人を受け入れます。あなたの「やりたいこと」、たとえば資格取得の勉強、プロのアスリートを目指す、芸能活動に挑戦する、留学したい、といった目標のある取り組みはもちろん、趣味に打ち込みたい、バイトに専念したい、といったことでも結構です。あなたの「やりたいこと」を、あなた自身にとっての「学び」に変換します。</p> <p>具体的には、プレゼンテーションなどを通じて、あなたの「やりたいこと」が自分自身あるいは周囲の人たちにとってどのような意味がありそうか、ということを実践するスキルを磨いていただきます。</p> <p>2024年度までの清水ゼミの内容（＝商品企画の実習）からは、大きく変更されていますのでご注意ください。</p>
---

主な卒業論文のタイトル

卒業論文を執筆する場合は、あなたの「やりたいこと」をマーケティングの観点で分析し、将来に向けての結論を導き出すことを目指して取り組んでいただきます。

参考までに、従来の清水ゼミのOB・OGによる卒業論文タイトルをいくつかご紹介します。

- \* 衣料品小売業界におけるファッション雑誌モデルが購入者心理に及ぼす影響に関する考察
- \* C V Sの陳列シーンにおける2の法則導入とその寄与についての研究
- \* おサイフケータイは電子マネーの役割を果たせるのか
- \* レクサス参入により日本の高級車市場は変わるのか
- \* 「聞く力」低下する日本人のコミュニケーション能力
- \* 姫路市が提供する生きがいと市民が望む生きがい
- \* 音楽CD売上の減少は音楽離れを意味するのか
- \* 食物アレルギー患者向けの食品市場の可能性
- \* 日本における和雑貨の流行現象
- \* マーケティングにおけるロコミに関する研究
- \* F S Pのデータ活用について
- \* インターネットショッピング発展への課題
- \* 消費行動における調査
- \* 日本で電子マネーが普及するのか
- \* L O H A Sは市場をにぎわす活性剤になれるのか

教員からの要望

私からゼミ生の皆さんに対しては学業などの面で貢献したいと思っていますが、ゼミ生の皆さんからも私に刺激を与えていただければ嬉しいなと思います。

選考方法

みなさんが作成・提出する申請書類の内容と、一次選考期間に行なう面接での内容の2点にもとづいて判断します。

私の演習を履修するために、あらかじめ受講する必要がある科目は特にありません。学部・学科も問いません。

なお、3回生からのゼミ転属を希望される方にも、同様の選考作業をさせていただきます。

評価方法
------

事前に決めた報告担当日に、自分の「やりたいこと」に関するプレゼンテーションをしていただきます。プレゼンテーションは、ゼミの期間中に何度も担当していただき、自分自身の考えを持っていることや目指していることを改めて見つめなおす機会にしていただきます。

プレゼンの質疑応答は他のゼミ生から、そのプレゼンターの思いに寄り添ってコメントや指摘をして、みんなが前向きに進めるように努めていただきます。

成績評価の要素としては、主に下記の2つとなります。  
自分が担当するプレゼンテーションについての取り組み内容  
質疑応答での議論への貢献度

なお、この「研究演習」からは、「やりたいこと」が理由でゼミを欠席する方には、専用の課題に取り組んでいただくことにします（昨年度の「研究演習」とは異なる内容の課題です）。

教員英字氏名	研究室
Nobutoshi Shimizu	-205

最終学歴
神戸大学大学院経営学研究科博士課程修了

学位
博士（商学）

主な研究活動・社会活動・研究業績

- 『1からのマーケティング(第5版)』（共編著）、碩学舎、2026年
- 『明日は、ビジョンで拓かれる』（共著）、碩学舎、2015年
- 『1からのリテール・マネジメント』（共編著）、碩学舎、2013年
- 『リード・ユーザー法』、『1からの商品企画』碩学舎、2012年2月
- 『市場細分化が創造する市場』、『マーケティング・ジャーナル』121号、2010年3月
- 『ローソンの出店行動に関する事例研究』、『流通科学大学論集』第22巻第2号、2010年1月
- 『ビジネス三圖史』（共著）、プレジデント社、2009年1月発行
- 『売れる仕掛けはこうしてつくる』（共著）、日本経済新聞社、2006年12月発行
- 公益社団法人日本マーケティング協会 マーケター養成講座（関西）講師、マーケティング・マスターコース関西 アカデミック・アドバイザー、「日本マーケティング大賞」審査委員（2015・16年度）
- 一般社団法人全国スーパーマーケット協会「コーネル大学・リテール・マネジメントプログラム・オブ・ジャパン」講師。
- 徳島大学 人と地域共創センター「とくしまビジネスリスキングスクール」講師。

趣味・特技

趣味は、出展や投稿をしたことがない写真撮影と、聴衆の前で演奏したことがないドラム・パーカッションです。いつか、ご披露する機会があるといいですね。

所属

所属学会

日本商業学会、組織学会、日本商品学会、消費者行動研究学会、日本マーケティング学会

専門分野

マーケティング論、製品開発マネジメント、インターネット・マーケティング、リテールマネジメント

担当科目

製品戦略論、マーケティング・プレゼンテーション論

備考

実務経験の有無及び活用

実務経験あり（ゼミ活動には関連なし）。