

講義名	研究演習（全学部）		
講義コード	15219	授業形態	
担当教員	西村 順二	開講期・曜日・時限	後期 月曜日 5時限
		ゼミ演習・コード	SEM250

学部・学科	演習分野
全学部対象	マーケティング論・流通論

<p>概要説明</p> <p>テーマ： 現場から学ぶマーケティング戦略 ・製品・サービス企画・開発、販路開拓、コミュニケーション戦略開発等の能力及びプレゼン能力の修得・</p> <p>演習内容： マーケティングの研究テーマは、身近なところを見つけることができます。それは、我々はいつでも生活者として、消費者として、そして購買者としてその場面に直面しているからです。本ゼミでは、身の回りにある事例から研究テーマを設定し、理論研究とフィールド調査との交互作業から、マーケティング論を学ぶことを目指します。そして、企業や地方自治体とのコラボ研究を進めます。</p> <p>これまでの前任校演習におけるコラボ企業例： ・NTTドコモ（世代とのタッチポイント構築による市場拡大） ・カネツテリカフーズ（若者の市場向け製品開発と持続可能な成長） ・ヴィクトリーナ姫路（女子バレーボール・プロチームの集客戦略） ・サントリーフーズ（伊右衛門の若年層向けコミュニケーション戦略の実践） ・神戸市（ふるさと納税の新メニュー開発） ・スイーツ店デリテラス（大阪土産のチーズスイーツ開発） ・アシックスH（アシックス商事（就活用パンツの開発と販売）</p>
---

<p>主な卒業論文のタイトル</p> <p>下記は、前任校での2025年卒業生の卒論テーマの一部です。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プロ野球観戦が恋愛初期の男女の心理的距離に与える影響 -他デート形態との比較を通じて-</li> <li>・「推し活」が生み出す心理的二面性のコンフリクトに関する研究 -KPOPファンダムにおけるSEVENTEENを事例として-</li> <li>・ユーザー需要を基盤にしたキャラクタービジネスに関する史的分析 -サンリオのブランド再生プロセス-</li> <li>・TikTokがZ世代の購買行動に与える影響 -若者の「タイパ」意識とTikTokの広告的役割の観点から-</li> <li>・消費者の動機づけ及び関与行動のダイナミズム -韓国コスメを通じた人口動態的要因と製品価値の関連性-</li> <li>・AI導入による意思決定構造の変化と経営者の役割についての研究とその一考察</li> <li>・ファーストリテリングの成長を導く特徴的要因の分析</li> <li>・消費者の意思決定とコールドブランドの構築に基づくリレーションシップ構造に関する研究 -ミスタードーナツにおけるブランド嗜好の要因</li> <li>・アイドルファンのライフスタイルと支出傾向の関連性に関する研究 -推しがいる生活と消費行動</li> <li>・消費行動における拘泥性（こだわり）の源泉に関する研究 -スマートフォン全盛期にあえてコンパクトカメラによる「手間を楽しむ」という選択</li> <li>・エンカル消費に対するサステナブルマーケティング展開・小売ミックスの分析 -ユニクロの環境問題への取り組みと消費行動との相互作用</li> <li>・購買行動の姿をもちたらず製品価値の先鋭化と情報探索の容易化に関する研究 -ベースメイク市場におけるスキンケア化と購買行動</li> </ul>
---

<p>教員からの要望</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大手ゲーム会社が高機能化・高額化を進める中で、人気の「8番出口」が話題となり、映画化もされた。個人や少数の企業が少額予算で作る「インディゲーム」が流行しているのは何故だろうか</li> <li>・BTSはメンバー活動とソロ活動を並行するのか？作詞、作曲、ラップパート作詞、ダンス振付を自ら行ってきたこのグループがソロ活動を行うという選択肢を選んだことには、マーケティング戦略上どの様なドメイン設定を考慮しているのだろうか</li> <li>・「明日カリ」に共感する「痛みカワイイ」地雷系女子や「推し受けの甘いゆるふわ」量産型女子のファッションやメイクが広がってきているのは何故だろうか。</li> <li>・18歳のアメリカ人高校生オリヴィア・ロドリゴの「ドライバース・ライセンズ」が、10億回以上の動画再生となり、ビルボード8週連続1位となった。この歌詞の世界観は何故人々に受け入れられたのか。</li> <li>・スプラトゥーンにはまる人が多いのは、何故だろうか？</li> <li>・「渡種っこ」がZ世代で静かに進行している。また韓流コスメを扱う店舗が増加し、2021年ではフランス化粧品（469億円）に次いで452億円を超える化粧品を輸入している。この韓流ドラマやK-popに始まる韓流ブームにはどのような消費者心理が働いているのだろうか</li> <li>・幼馴染の高校生男女6人の日常生活を描いた2015年韓国ドラマ「恋のスクッチャー 必告せよ1988」が、何故日本や中国にまで広がり、視聴者の心を掴んだのだろうか</li> </ul>
---

<p>選考方法</p> <p>西村ゼミに興味ある人は、下記を見てください。私の考え方が、わかると幸いです。</p> <p>神戸人図鑑 第19回 西村順二さん（12/5放送）(youtube.com) (https://www.youtube.com/watch?v=wmi21Trb66o)</p> <p>ゼミに対する不安や質問がある場合は、個別ガイダンス期間中に研究室を訪問してください。出来る限り答えます。</p> <p>なお、万一多数応募の場合は面接を行うことがあります。面接の詳細は後日、研究室ドア等に掲示します。提出書類と面接内容を主に選考します。</p>
---

<p>評価方法</p> <p>ゼミにおける参加・貢献の度合い、研究内容、その資料作成、プレゼンテーション等により総合的に評価する。</p>
---

<p>到達目標・成果物</p> <p>マーケティング事例について、興味を持って、そこにある課題を発見し、その解決策を導き出し、そのロジックを考え、その内容を他者に伝えられる、そういう能力を身につけてほしい。</p>
---

<p>教員英字氏名</p> <p>.Junji NISHIMURA</p>	<p>研究室</p> <p>研究棟 研究室No.316</p>
---------------------------------------	---------------------------------

<p>最終学歴</p> <p>神戸大学 大学院経営学研究科 博士後期課程</p>
--

<p>学位</p> <p>博士（商学）（神戸大学）</p>
-------------------------------

<p>主な研究活動・社会活動・研究業績</p> <p>主たる研究テーマ： （1）流通の本質と流通構造の動態変化とその様式の解明 （2）地域創生におけるマーケティング・流通の役割 （3）神戸スウィーツ産業の可能性</p> <p>主たる社会活動： （1）公益財団法人こうべ産業・就労支援財団 評議員 （2）一般財団法人 神戸市学校給食会 評議員 （3）甲南大学生生活協同組合 理事長 （4）神戸市大根小売店舗立地審議会 会長 （5）神戸市中央卸売市場業務運営協議会 副会長 （6）神戸市中央卸売市場業務運営協議会東部市場専門部会 会長 （7）朝来市創生会議 会長 （8）朝来市第3次観光基本計画学部評価委員会 会長 （9）神戸市教育委員会 神戸市学校給食委員会 会長</p>
---

<p>主たる研究業績： 西村順二共編著（2004）『マーケティング理論の深化』千倉書房。 西村順二共編著（2007）『マーケティングの革新的展開』同文館出版。 西村順二（2009）『卸売流通動態論-中間流通における仕人と販売の取引運動性』千倉書房。</p>
--

<p>趣味・特技</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テニス</li> <li>・街歩き</li> <li>・K-POP動画視聴</li> </ul>
---

<p>所属</p> <p>商学部マーケティング学科</p>
-------------------------------

<p>所属学会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本商業学会</li> <li>日本マーケティング・サイエンス学会</li> <li>日本消費者行動研究学会</li> <li>日本中小企業学会</li> <li>日本マーケティング学会</li> </ul>
---

<p>専門分野</p> <p>商学（マーケティング論、流通論）</p>
-------------------------------------

<p>担当科目</p> <p>流通システム論、サプライチェーンマネジメント</p>
---

<p>備考</p>
-----------

<p>実務経験の有無及び活用</p> <p>実務経験あり。甲南大学生生活協同組合 理事長として関わってきた小売業態（飲食店、書店、コンビニエンスストア、雑貨店等）に関する経営の一部を講義等に反映。</p>
--