講義名	卒業研究				
講義コード	44422	授業形態		開講期・曜日・時限	通年 木曜日 ４時限
担当教員	向山　雅夫			ナンバリング・コード	

学部・学科	演習分野
全学対象	向山雅夫ゼミナール（流通・マーケティング論）

概要説明

1.　流通・マーケティング学習のために

「流通を科学する」本学において、その科学する対象となる学問分野は広範で、講義科目は数え切れないくらいある。しかし台風に目があるように、阪神にボーアがいるように(大山もいるぞ）、UMDSに私がいるように、学問にも大学にも核がある。それが流通・マーケティングである。
わがゼミで学ぶことができる流通・マーケティングは、我々の身の回りで発生しているほとんどすべての現象に関する疑問を解き明かそうとする一連の試みである。たとえば、次のごとくである。
(1)なぜ今では、いろんなタイプのコンビニが存在しているのか
(2)日本に進出する外国の小売企業は、なぜＧＡＰやBody Shopなどの専門店が多いのか
(3)家の近くの商店街は、どうしてあんなに寂れているのか
(4)百貨店はどうしてどこも皆似ているのか
　これらを学ぶには、多面的な知識が必要になる。しかしゼミではそれらの知識はさしあたり必要ない。それはゼミではこうした流通・マーケティング問題を喚ぎ分ける、つまり自分で気になる問題を見つけだす感性が重要となるからである。そのうえで必要な文献を読めばよい。しかし実は文献などよりもっと大切なのは、流通・マーケティング問題を解く鍵は文献の中にあるのではなく、自分の頭と足が決め手になるという事実を知ることである。我がゼミは、「頭と足を使ってどのようにして流通・マーケティング問題を解くのか」を考えようとしている。

2.　向山ゼミの中身

（1）ゼミの売り―ゼミの真の目的―
　しかし我がゼミでの教育の最大目的は、学問をすることではない。知識を身につけることではない。資格を取得できるようになることではない。就職に有利になるコネを得ることでもない。就職してすぐ役立ちそうな小手先のテクニックを身につけることでもない。だからといって全然勉強しないのではない。それどころか、我がゼミの学生はおそらく本学でもっともよく勉強するだろう。毎年学内懸賞論文コンテストでは、我がゼミの学生の論文が上位入賞している。しかし我がゼミにとって研究は、目的ではなく手段である。せっかく大学のゼミなのだから研究を通じて、別の真の目的を達成しようではないかと考えているだけである。その目的とは、「生涯の友人を獲得し、あらゆる意味で人間的な暖かい付き合いの絆を作り上げること」である。そんなことゼミでなくったってできるではないか？そう思うのは間違いである。我がゼミには、そのために数多くの仕掛けがある。その一つが勉強であり、他に遊びがあり、飲み会がある。そしてこれら仕掛けは、すべて集団で行われる。ゼミの2.5年間は、こうした共同作業を通じて、仲間の間に一体感・共通意識を芽生えさせる助走期間である。そしてこの助走期間は、卒業後死ぬまで続く長い長い人間的な付き合いにつながっていく。そんなわけで、我がゼミの合い言葉は、「真のゼミは卒業した瞬間から始まる」である。そして我がゼミを知るキーワードは、「グループ主義」・「一家意識（向山一家）」である。

（2）ゼミの売り―何が身に付くのか―
　そうはいってもやはり勉強面でも何か身につけたいと思う人が多いだろう。そういう人のために、我がゼミの“手段”である研究を通じて身に付くことを述べておこう。それは、コミュニケーション能力である。人前で話せない、話すのが恥ずかしい、何を話していいかわからない。こうした症状をコロリと治してあげます。そして、就職活動の際に自信を持って面接に望めるようにしてあげましょう。

（3）ゼミの特徴
第１に我がゼミは本学中で最もゼミらしいゼミである。そしてゼミを通じての目標は「人と違ったユニークな見方・考え方ができるようになる」ことである。あいつが言った答えを「ああ、その通りや！」といって素直に納得せず、「おまえそういうけどなあ、せやけど・・・・」と自分の考えを口に出来る人間になることが重要である。この目標を達成するためには”ちっとはしんどい目にあわんとあかん”のである。でも”しっかり楽しまな、おもろない”のである。
第２に、全員の自主的発言を求めることである。本ゼミのテーマは極めて身近な現象を対象にしており、また流通・マーケティングの世界には唯一絶対の真理（正解）はない。したがって誰でもが何らかの意見・感想を持つことができるはずである。我がゼミでは”沈黙は罪悪”である。
第３に、ゼミ行事では全員参加が掟である。ゼミは個人プレーの場ではなく組織プレーの場である。よってゼミ行事に気ままに参加・不参加する事は許されない。一人の不参加は全員に多大な影響を与えることを心に留めておくべきである。ちなみにゼミ行事とは主として新ゼミ生歓迎飲み会・春（２回生から４回生まで全員参加）・夏の合宿・新年会である。

（4）求められるゼミ生
流通・マーケティングに関心を持つ人はユニークでなくてはならない。ファッショナブルな人・ファッショナブルな人を見るのが好きな人、明るすぎる人・暗すぎる人、街を目的地に向かって真っすぐ歩く人・あちこちブラブラさまよい歩く人、ともかく多様な人間を求めます。もちろん成績の良い人 and 悪い人、２枚目 and ３枚目の人、美人 and ・・・。ただ注意して欲しいことは、既に述べたように我がゼミではチームプレーが全てに優先される。たとえ人より飛び抜けた能力を持つ人であっても、組織に馴染まない独断専行は許されない。勝手にホームランをねらう４番打者より、デッドボールででも塁に出て次につなごうとする２割５分のバッターの方が評価される。流通・マーケティングを学ぶ人が持つべき資質は「好奇心が旺盛であること・知力より体力に優れていること・柔軟な思考ができること・さらに話すことが好きなこと」である。どれか一つでも条件を満たす人は当ゼミにはせ参じてもらいたい。

主な卒業論文のタイトル

ゼミ4回生の卒業論文と3回生が執筆した懸賞論文をまとめて、毎年「向山ゼミ卒論集」を発刊してきている。
それを見ればゼミ活動の内容・もちろん卒論内容・ゼミを完走した感想などが良く理解できる。

図書館に行って、向山ゼミの書架コーナーに行くと全巻揃っていて読むことができる。我がゼミを理解するためにも、一度は閲覧しておいてもらいたい。これをみただけで、このゼミの80%は理解できるでしょう。

教員よりの要望

　ゼミって何かわからない。なぜ選択しなければならないのかわからない。誰かに聞きたいけど、誰に聞いたらいいのかわからないから、適当にどこかに申し込んでおけば、入れるだろう！
これが毎年の流科大学生の実態です。こんな学生は、このゼミには不要です。

その一方で、大学入学時からゼミというものに関心があった、適当に生活している他の学生のようにはなりたくない、せっかく入学した大学だから何かを身につけたい、成長したい、大学生らしくなりたい、勉強もきちんとやりたい、と思っている2回生も存在します、残念ながらわずかですけど。。。

選考方法

評価方法

欠席なく、すべてのゼミ活動に参加している限り、マルAが与えられる。

教員英字氏名	研究室
Mukoyama Masao	研究棟Ⅰ 222研究室

最終学歴

神戸大学大学院経営学研究科

学位

博士(商学)

主な研究活動・社会活動・研究業績

流通国際化研究・中小商業研究/いろいろあるけど一々書かない/『ピュアグローバルへの着地』(千倉書房）・『ベーシック流通と商業』(有斐閣）・『21世紀中小企業論』(有斐閣）など多数。

趣味・特技

ゴルフ・テニス・弓道・能楽鑑賞・能面打ち・落語を聴く事など

所属

商学部マーケティング学科

所属学会

日本商業学会・日本中小企業学会

専門分野

流通論・マーケティング論

担当科目

流通科学入門・小売成長戦略論・中小商業論・特別講義（流通理論）など

備考

実務経験の有無及び活用

実務経験はない。実務経験とは何か？おそらくそれは「企業で働いたことがある」という意味であろう。企業で働いたことが学生をゼミで指導するにおいて、何だというのだ？企業で働いた経験なんてものは、たとえば「俺は阪急百貨店で20年間働いていた。そのころの阪急はな。。。。」というような自慢話にはなるだろうが、それ以外何の意味もない。君たちのお父さんお母さんのほとんどが企業で働いていることだろう。そんな実務経験のあるお父さん・お母さんのゼミに入りたいか？？？ゼミは学びを通じて、人間を鍛える場である。それを指導できるのは、教育・研究のプロのみである。実務を知りたければ、専門学校へ行くべきである。大学は実務を教える場所ではないことを、君たちは知っておかねばならない。