

講義名	事例演習			授業形態	
担当教員	新 雅史	開講期・曜日・時限	後期 水曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	1年生

主題と概要

この演習では、流通業で見られる最新のトレンドや戦略を、実際のケースに基づいて学んでいきます。現在の流通業は、新しいビジネス形態を模索するだけでなく、実店舗、オンラインストア、あるいはその両方を組み合わせた様々な方法で事業を展開しています。こうした状況を理解するため、本演習では、流通業の基本構造、店舗の場所の選び方、マーケティング戦略、商品企画から価格設定までの一連の流れ、そして運営とテクノロジーの使用について、事例を通じて幅広く学びます。さらに、この演習では、人口統計、経済の動向、競争環境、技術の進化が、市場にどのような影響を与え、消費者の行動や企業の戦略をどう変えているかについても理解を深めます。新しい企業や技術が流通業にどのような変化をもたらしているか、新規参入者が成功する背景やその将来性、かつて市場をリードしていた企業がなぜ失敗したかについても考えます。

到達目標

- (1) 流通業の最先端の動きを理解する
- (2) 変容する流通業の現状を理解するための理論スキームを事例に則して学修する
- (3) 流通業に関わる企業が、社会環境の変化にどう対応しているかを、事業戦略の観点から検討する

提出課題

演習ごとに課される課題と期末レポート

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

演習ごとに発言と課題を設けて、それに対してコメントを行う。

評価の基準

1. 演習への参加度: 30%
2. 演習における課題: 40%
3. 最終レポート: 30%

履修にあたっての注意・助言他

この演習では、積極的に参加する姿勢が求められます。積極的に参加することとは、授業に出席し、ディスカッションに積極的に関わり、ともに学び合う姿勢を意味します。こうした積極的な参加が、重要な評価対象であることをしっかりと認識するようにしてください。なお、ディスカッションのときには、以下の点に留意してください。(a)議論を前向きに進める、(b)なんらかの課題に対してユニークで適切な視点を提供する、(c)他の人の意見を発展させる。

教科書

.使用しない。

参考図書

その他

その都度、インターネットで配信します。

授業計画

- 1回目：ケース・メソッドを活かした流通・地域商業の理解
- 2回目：日本における流通業の歴史の展開
- 3回目：インターネットと小売業の変容：ウォルマートとアマゾン
- 4回目：パンデミックが小売業に与えた影響
- 5回目：グローバル化とアパレル業界
- 6回目：アリババとアマゾンが考案する実店舗の意味
- 7回目：ビッグデータは小売業のあり方を変えるのか
- 8回目：カスタマーロイヤリティの現在
- 9回目：プラットフォームエコノミーとは何か
- 10回目：流通業で求められる「優越さ」とは何か
- 11回目：コストコはなぜ成功したのか
- 12回目：消費者の購買決定メカニズム
- 13回目：日本におけるカーシェアリングエコノミーの可能性
- 14回目：実店舗が生き残る条件：エリアマネジメントと商業支援
- 15回目：最終討論

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）	

準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

- ・ 各回のテーマに沿った情報の収集および演習資料の確認：各2時間×14回=28時間
 - ・ 各回の演習内容の復習：各2時間×15回=30時間
 - ・ 期末レポート（試験）の準備：2時間
- 合計 60時間

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

ライフスタイルの変化にともなう消費者ニーズの多様化に対して、先進的な流通企業がいかなるマーケティング活動やブランド構築を展開したかを具体的に理解し、変容する社会環境のなかで自組織の強みをリーダーシップをもって消費者に訴求できる能力を身につけることができる。流通理論を具体例に則して理解し、その理解を現場で展開できる力を習得することができる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

レスポンスのアンケート機能を用いるなど、ICTツールによる双方向性を意識した授業を予定している。

実務経験の有無及び活用

「実務経験あり」。商店街における商業支援から得た現場レベルの情報を適宜紹介する。

備考