

科目名	開講年次	開講期	単位数	科目区分
マーチャンダイジング論	3	後期	2	学科専門・選択必修
担当者名(ふりがな)	学生との連絡方法			○
(こだま たけお) 小玉 武生	初回授業で説明します。			

(英文科目名 Merchandising)

授業の概要

マーチャンダイジングとは、企業がそのマーケティング戦略に沿って、いかに商品サービスを消費者のニーズに適合した形で提供するか、そのための計画と実行・管理のことです。この授業ではマーチャンダイジングの仕組みからその実践まで体系的に学習します。

具体的には、マーチャンダイジング計画の立案、小売業の組織、商品戦略(商品の構成・選定・調達、サービスの内容)、販売戦略(価格政策、インスタ・マーチャンダイジング、プロモーション)を柱に、それぞれの小売業の業態特性と経営戦略と結びつけながら順次解説します。特に現代の経営における情報ネットワークの重要性に着目し、情報システム化やロジスティクス(戦略的物流戦略)の現状にも目を向けます。

科目の位置づけ

この科目は、本学部のカリキュラム・ポリシー(3)、すなわち、サービス・マネジメントコースの実践的で柔軟な専門性を修得する科目として位置づけられます。1年次のサービス・マネジメント論を基礎とした、流通サービス領域の専門科目で、流通システム論、リテール・ビジネス論等と併せて履修することで、より広範かつ深いレベルでの理解が可能になります。

ディプロマ・ポリシーと到達目標

修得できる能力(ディプロマ・ポリシー)	関与度	到達目標
(1) 知識・理解 体系的な学修や多様な学修を通して、サービス経営学を構成する諸科学の学問内容及び方法を理解する。	◎	マーチャンダイジングとはどのようなものか説明することができる。小売業の営業活動の仕組みや実態を理解する。POSシステムの役割や仕組み、NB(ナショナル・ブランド)・PB(プライベート・ブランド)などについての基本的な知識を得る。
(2) 汎用的技能 学んだことや考察した結果を適切な手段によって適切に表現することができる。	○	ABC分析や利益貢献度分析等基本的な営業分析ができる。
(3) 態度・志向性 学問の論理や体系に関心を持つとともに、学問的な見方や考え方の良さを認識し、それらを事象の考察や実践に積極的に活用しようとする。	○	小売業の営業の仕組みを知り、個々の経営を企業戦略の視点から見る眼を養う。
(4) 総合的な学修経験と創造的思考力 ①教育課程の多面的、計画的な履修による学びの統合により、サービス産業の多様な課題を発見し、問題を解決する能力等の思考力を身につける。 ②社会の変化に対応できる力を身につけ、生涯にわたる自らのキャリア形成を含め、人生の目標に向かって努力実践できる。		

授業の方法・講義手法の概要

講義

授業期間全体を通じた授業の進め方

回	内容	事前学修／事後学修
1	講義、評価の方法および科目の特徴(ガイダンス、コンビニエンス・ストアの成長要因)	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
2	マーチャンダイジングの体系	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
3	商品政策の目的と役割	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
4	最新の流通のトピックス	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
5	マーチャンダイジング・サイクル	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
6	ABC分析とパレートの法則	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
7	カスタマー・リレーションシップ・マネジメント	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
8	商品の分類、仮説検証経営	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
9	重要なライフラインとしての小売業	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
10	利益貢献度分析	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
11	従来の流通とサプライチェーン・マネジメント	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
12	POSシステム、PB(プライベート・ブランド)とNB(ナショナル・ブランド)	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を

		読み要点を整理(90分)
13	重要ポイントのおさらい、課題レポートについて	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
14	最新の流通のトピックス	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)
15	まとめ・理解度確認テスト	事前学修:小売業に関する情報を新聞等で調べ要点メモを作成(90分) 事後学修:当該授業の配布資料を読み要点を整理(90分)

成績評価の方法・基準

期末試験(50%)に加えて、毎回、理解度を確保するために課すコメント票の内容と授業への参加度(50%)などから総合的に評価します。

指定教科書

特定の教科書は使用しません。毎回資料を配布します。

参考文献等

日経 MJ(流通)新聞

履修上の留意点

毎回時事問題や流通についてのトピックスを取り上げ、皆さんにも考えてもらいます。日頃から日本経済新聞、日経MJ(流通)新聞をよく読み、社会の変化や小売業の動向把握に努め、つねに、その背景にある問題や企業戦略について考える意識を持つことが大切です。必ず要点整理のメモを作成してみましょう。

実務経験

株式会社西武百貨店に勤務。婦人服のマーチャンダイジングや商品企画を担当。実務経験をもとにマーチャンダイジングや商品企画について話します。