

年 度	2019年度（平成31年度）		
科 目	ショップマネジメント 【講義形式】		
担 当	岩井秀男	使用教室	44
実務経験	ヤマギワ電気で経理・総務を担当。売上向上のための施策や売上の商品別分類を作成、売上計画に活かす。		
種 別	☒ 前期 ・ 後期 ・ 通年		
到達目標	小売業の店舗運営をするにあたっての、仕入れ・ディスプレイ・人材・等のマネジメントについて学び、店舗運営の戦力となり活躍できるようになること。		
資格実施月	なし		
評価方法	定期考査（中間・期末）の成績（70％）と平常点（レポート提出、出席状況等）30％の合計		
教科書等	1からのリテール・マネジメント		
授業計画	- 第1週 変化対応業としての小売業 - スーパー業界の代表的存在としてのイトーヨーカ堂について、店舗運営の一例を学ぶ。 - 第2週 個人商店からチェーンストア - スーパーマルハチの成長プロセスを例として取り上げ、成長プロセスにおける知識・技術・仕組みを学ぶ。 - 第3週 チェーンストアの存在意義 - これまで日本の小売店の中心であった個人商店から、大型店を中心としたチェーンストア経営の発展と流通の近代化について学ぶ。 - 第4週 顧客起点の小売経営 - 顧客が喜んで来店する店作りを「成城石井」というスーパーマーケットの展開例を中心に学ぶ。 - 第5週 品揃えのマネジメント - 小売店の最も重要な活動の一つである品揃えのマネジメントについて学ぶ - 第6週 売り場のデザイン - 人がモノを買ったりサービスを受けたりするとき、いかに楽しい雰囲気を作り出し、楽しく買い物を出来る環境を作り出すことが出来るかを学ぶ。 - 第7週 バックヤードのデザイン - 店を訪れる消費者に常に新鮮な状態の生鮮所品を提供するためのバックヤードの役割を関西スーパーマーケットの例を挙げて学ぶ。		

8. 第8週 取引関係とロジスティクスのマネジメント

- ・商品の品揃えをするにあたって、大事な物流について学ぶ。

9. 第9週 小売業の商品開発

- ・小売業者が独自に商品の開発を行う意義と、なぜそのような商品開発を自ら行うのかを学ぶ。

10. 第10週 小売業の価格マネジメント

- ・小売業における価格手法を、西友の自励を通して学ぶ。

11. 第11週 顧客情報の活用

- ・収集した顧客データを分析することによって、販売促進活動や品揃え、在庫管理、売り場作りに役立っていることを理解する。

12. 第12週 店舗立地と商圈分析

- ・小売業が店舗の立地や時点の商圈をどのようにとらえ出展していくかを学ぶ。

13. 第13週 チェーンストアの人材活用

- ・消費者が楽しいと評価する店舗作りをになう人材活用の考え方を学ぶ。

14. 第14週 ネットスーパーの革新

- ・ネットスーパーという新しいジャンルを成功させるための新しいニーズとはどういうものを学ぶ。

15. 第15週 小売業の国際展開

- ・大規模チェーンの多くの小売業が国際展開をしているが、その国際展開に求められる基本的な視点や活動について学ぶ。

16. 第16週から第18週 課題による演習

- ・それぞれのテーマに沿った課題をレポートにまとめて提出する。
- ・テーマの学習中に課外活動として、小売店のウォッチをする。