

流通業のマーケティングとロジスティクス

Marketing and logistics of Distribution industry

中小企業診断コース関連科目

担当教員	弓削徹（専任）	単位数	2単位
開講学期	春学期	開講曜日・時限	授業スケジュール参照 授業スケジュール参照
位置づけ	経済・統計・分析, マーケティング・営業 応用段階		
区分	基幹科目		

科目紹介	
科目の重要性・必要性	<p>企業の成長、存続に資する活動要素は多いが、とりわけマーケティングは欠くことのできない本質である。</p> <p>しかし大企業に比べ、中小企業にはマーケティング戦略の知見が十分ではないことも少なくない。</p> <p>そのため、この領域を得意分野として掘り下げていくことは、企業活動を支援・指導する現場において、揺るぎない骨格を築く道筋となるはずだ。くわえて、ビジネスや経済活動の全容を理解する助けとなる重要な科目である。</p>
科目の目的	<p>小売、問屋など流通業のマーケティング戦略立案と、販売・営業に関わる支援・指導ができるスキルを修得する。</p>
到達目標	<ul style="list-style-type: none">・マーケティング戦略や具体的な営業戦術に関し、各回の授業でディスカッションを通じて理解する。・業種特性や商品特性に応じたマーケティング戦略の考え方、施策について創案できる思考法を体得する。
受講してもらいたい院生	<p>中小企業の経営基盤を強化することは、日本経済の土台をグランドデザインするにも等しい喫緊の課題であるといえる。</p> <p>現下の経営環境を改善するべく、中小企業を支援する意志をもって受講してもらいたい。</p>

授業計画

第1回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：マーケティング用語集などを読んでおく。 復習：中小卸売業の一般的な経営課題とその改善の方法について確認しておく。
	授業内容	・本科目の概要説明 ・流通業におけるマーケティングの重要性
第2回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	・中小卸売業の企業分析とポジショニング
	授業課題	無
第3回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：前回の演習事例について振り返り、マーケティング課題について考えておく。 復習：企業分析においてどのような手法が有効か、整理しておく。
	授業内容	・中小卸売業の経営改善に資する情報収集と経営課題の発見
	授業課題	無
第4回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	・中小卸売業の強みの発見とマーチャンダイジング戦略
	授業課題	無

第5回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：中小卸売業においてどのような販路開拓法が有効かを考えておく。 復習：見込み客に向けたアプローチにはどんな手法があるかを整理しておく。
	授業内容	・中小卸売業のプロモーション活動と営業スタイル
	授業課題	無
第6回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	・営業資料や商談など、セールス活動の実際
第7回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：課題企業の内容を読み、診断のポイントを考えておく。 復習：指導の内容が適切であったか、より良い指導方法がないかを検討する。
	授業内容	・課題企業の診断 ～中堅卸売企業の生き残り戦術 ～課題の抽出
第8回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	・課題企業の指導 ～改善策を導き出す
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック

第9回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：中小小売業の現状と課題について考えておく。 復習：顧客にとって魅力的な小売店舗とはどのようなものかを考えてみる。
	授業内容	・中小小売業のマーケティング戦略 ～店舗コンセプトと商圈
	授業課題	無
第10回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	・顧客に愛されるための店舗づくりと価格設定
第11回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：自身が顧客として小売店舗からどのような販促アプローチを受けているかを考えてみる。
	授業内容	・リアル店舗とEC店舗の販売促進活動
	授業課題	無
第12回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	復習：課題店舗のマーケティング戦術について考えてみる。
	授業内容	・課題店舗の診断 ～リアル店舗の対ネット戦術 ～課題の抽出
第13回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：課題小売企業のマーケティング戦術について考えておく。 復習：指導の内容が適切であったか、より良い指導方法がないかを検討する。
	授業内容	・課題企業の指導 ～改善策を導き出す
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック

第14回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：ロジスティクスの役割について整理しておく。 復習：講義内容を踏まえ、マーケティング戦略におけるロジスティクスの役割について確認しておく。
	授業内容	・ロジスティクスとは ・ロジスティクスの役割とマーケティング戦略
	授業課題	無
第15回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：ロジスティクスが顧客のどのような価値を実現しているかについて考えてくる。 復習：戦略的なロジスティクスとはどのようなものを整理してみる。
	授業内容	・ロジスティクスと顧客にとっての価値
	授業課題	無
第16回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業であるため前回と同じ。
	授業内容	・中小物流企業におけるロジスティクス戦略
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック

授業情報	
授業方法	講義およびディスカッションとグループワークの組み合わせで行われる。
テキスト	各回ごとにレジユメを事前配布。
参考図書	適宜紹介する。

評価方法		
評価の視点	評価 ウェイト	備考
課題に対する理解と実践への姿勢	40%	課題レポートへの取り組み努力と内容
授業への参画姿勢	60%	積極的な発言と貢献、柔軟な発想力、各人レベルでの成長
合計	100%	

受講生へ (授業科目のアピールポイント、必要な基礎となる科目の履修や知識・スキル)
<p>本科目は、入学前に修得した知識を、的確な経営診断や具体的な改善提案へ応用できるものへと発展させることが狙いである。支援先の中小企業にとって真に役立つ支援・指導をすることを念頭に置いた、討議への積極的な参画を期待する。</p>