

授業名：【選択科目】リテールマーケティング演習（販売士）（正課）

担当教員：内村敬子・木下浩司

時間数：全14回・23時間

開講日：9月25日

曜日・時間：木曜4限（15:30～17:10）

授業形態：対面

科目概要：

リテールマーケティング（販売士）とは、日本商工会議所が主催する公的資格である。この科目では、マーケティングの基本的な考え方や流通・小売業に必要な基礎知識・技能を理解し、接客や売場づくりなど、販売担当として必要な知識・技術を演習形式で修得する。リテールマーケティング（販売士）の資格を取得し、将来の実務に応用できる実践的な能力の修得を目指す。

到達目標：

- ・小売業の類型・マーチャンダイジング・ストアオペレーション・マーケティング・販売・経営管理についての知識・技能を理解し、具体的に説明することができる。
- ・リテールマーケティングに関する知識・技能を活用して、接客や売場づくりなどで求められる課題を発見し、自らの判断で創造的に解決することができる。
- ・専門知識の修得を継続して行うことで、将来のキャリアを探究し、実践的な場面で能力を活用することができる。

合格目標：

- ・小売業の類型・マーチャンダイジング・ストアオペレーション・マーケティング・販売・経営管理についての知識・技能を理解し、説明することができる。
- ・リテールマーケティングに関する知識・技能を活用して、接客や売場づくりなどで求められる課題を発見し、解決することができる。
- ・専門知識の修得を継続して行い、探究することで、実践的な場面で能力を活用することができる。

授業概要

回	日	授業内容	授業形態
1	9/25	【主題】◎オリエンテーション：リテールマーケティング（販売士）とはどのような資格か？また、どのような知識が身につくのかについて解説します。 ◎1科目目：小売業の類型「流通の仕組み」「組織形態別小売業」に関して講義を行います。 【学修目標】 ◎1科目目：小売業の類型 ・第1章 流通の役割と商品の分類 この章では、流通業全体の仕組みから小売業の位置付けを理解してもらいます。具体的には、「流通の役割」「商品の分類」「商品の流通経路」「現代の流通の特徴」の4つの節に分けて、解説しています。社会における流通の役割や、サービス経済化やグローバル化などの社会の変化に対する流通のあり方などに注目して学習していきます。消費者に一番近い小売業の役割について、定義から流通機構全体の関わりを修得します。また、消費者の変化に対応した小売業として果たすべき役割などに関して現状と課題を探ります。 ・第2章 店舗販売と無店舗販売-1 〈第1節 店舗販売と無店舗販売〉 小売業経営において、自店をどのような店舗にするのか？は重要です。そこで、「業種と業態」という概念について理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『小売業の役割』を事例を交えながらのインプット学習をします。そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと知識を修得できます。	対面

2	10/2	【主題】◎前回に引き続き、1科目目：小売業の類型「店舗販売の業態」「チェーンオペレーション」「商業集積」などに関する講義を行います。 【学修目標】 ◎1科目目：小売業の類型 ・第2章店舗販売と無店舗販売-2 〈第2節「店舗販売の業態」〉 第1節で学習した内容から更に、11の店舗販売について、それぞれの特徴や経営上のメリットやデメリットについて みなさんの買い物スタイルなどを確認しながら、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第3節「チェーンオペレーション」〉 ここでは、「チェーンオペレーションの定義」と3つの組織形態「ボランタリーチェーン」「フランチャイズチェーン」「レギュラーチェーン」について、それぞれの特徴や経営上のメリットやデメリットについて理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
3	10/9	【主題】◎前回に引き続き、1科目目：小売業の類型「店舗形態別小売業」「各形態別小売業」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎1科目目：小売業の類型 〈第4節「商業集積」〉 ここでは、「商店街の特徴と現状」「ショッピングセンターの類型と特徴」などについて、事例を交えながら学習します。 〈第5節「無店舗販売」〉 ここでは、「通信販売」「訪問販売」「移動販売」「自動販売機による販売」などについて、それぞれの特徴を実例を交えながら学習していきます。 〈第6節「店舗販売と無店舗販売の融合」〉 ここでは、近年急速に発展している「ネットスーパー」「O2Oと逆O2O」「オムニチャネル」について、事例を交えながら学習します。 〈第7節「電子商取引」〉 ここでは、第6節に続いて、大きな変化を迎えている「情報化社会と電子商取引」「キャッシュレス決済」について、事例を交えながら学習します。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面

4	10/23	【主題】◎今回より、2科目目：マーチャンダイジング「マーチャンダイジングの基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎2科目目：マーチャンダイジング 小売業が自店でどのような商品を扱うのか？どこから仕入れて、いくらで販売するのか？つまり、商品を品ぞろえし、販売する一連の業務のことをマーチャンダイジングといいます。 ・第1章 マーチャンダイジングの基本-1 マーチャンダイジングの役割と販売計画・仕入計画の基本について学習します。顧客にとって魅力的な売り場を作り上げることと、標的とする主要な顧客層を決めることの重要性を理解してもらいます。 〈第1節「マーチャンダイジングの基本」〉 ここでは、「マーチャンダイジングの五つの適正」「標的とする主要な顧客層」「商品構成の基本」「品ぞろえの幅と奥ゆき」「商品構成と商品ライフサイクル」「仮説と検証」「レギュラーチェーンのマーチャンダイジング」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第2節「販売計画の基本」〉 ここでは、「販売計画」商品計画に続く販売計画、具体的には「インストア・マーチャンダイジング」「スペースマネジメント」「インストア・プロモーション」「ビジュアル・マーチャンダイジング(VMD)」「週間販売計画」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
---	-------	---	----

5	10/30	【主題】◎前回に引き続き、2科目目：マーチャンダイジング「マーチャンダイジングの基本」「商品管理の基本」「価格設定の基本」に関する講義を行います。 【学修目標】◎2科目目：マーチャンダイジング 小売業が自店でどのような商品を扱うのか？どこから仕入れて、いくらで販売するのか？つまり、商品を品ぞろえし、販売する一連の業務のことをマーチャンダイジングといいます。 第1章 マーチャンダイジングの基本-2 〈第3節「仕入計画」〉 ここでは、販売計画の次に作成する仕入計画、具体的には「マーチャンダイジングと仕入計画」「初期発注と補充発注」「発注サイクルと発注リードタイム」「電子発注台帳方式」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 ・第2章 商品管理の基本 販売活動と仕入活動をつなぐ商品管理と、適正な在庫数量を保有するための在庫管理について学習します。適正な在庫 数量を維持していないと欠品によって販売機会を失うことや、過剰な在庫を保有していると保管費用や廃棄費用など さまざまな費用が発生してしまうことを解説していきます。 〈第1節 商品管理〉 ここでは、取り扱っている商品をどのように管理していくか、具体的には「金額管理と数値管理」「ABC分析」「ダブル ビン方式」「売れ筋商品と死に筋商品」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第2節 在庫管理〉 ここでは、店舗が仕入れた商品の在庫に関する管理方法、具体的には「在庫管理」「適正在庫の設定」「食品ロスの削減」 などを、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
---	-------	---	----

6	11/6	【主題】◎前回に引き続き、2科目目：マーチャンダイジング「価格設定の基本」「物流の基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎2科目目：マーチャンダイジング ・第3章 価格設定の基本 「適正な価格」をいかにして設定するのかについて学習します。顧客が値頃感をもって購入し、小売業者もまた適正な利益を確保できる価格が適正な価格といえます。また、「原価値入率」「売価値入率」「平均値入率」の計算方法についても理解してもらいます。 〈第1節 価格設定の基本〉 ここでは、仕入れた商品をいくらで売価を設定するか、どのような設定方法があるかなどについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第2節 平均値入額の計算〉 ここでは、第1節で設定した価格で、どれだけの儲けを得ることが出来るか、具体的には「売価値入率の計算」「売価ベースの平均値入率」「目玉商品の値入率」「マージンミックス」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 ・第4章 物流の基本 マーチャンダイジングを支える物流の基本とその効率化について学習します。物流の効率化のためにさまざまな工夫が凝らされていることと、循環型社会への配慮が重視されつつあることなどを理解していきます。 〈第1節 物流の基本〉 ここでは、実際に商品がどのような流れで仕入先から店舗まで配送されているか、具体的には「物流の分類」「物流の担い手」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第2節 物流の効率化〉 ここでは、物流に関してより具体的な理解を深めるために「ユニットロードシステム」「多頻度小口配送と共同配送」「物流センターの種類」「コールドチェーン（低温物流）」「ピッキングロボットの活用」を例に、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 ・第5章 情報通信技術の活用 客観的なデータにもとづいてマーチャンダイジングを展開するためには、情報通信技術の活用が不可欠です。ここでは、マーチャンダイジングを支える情報通信技術の重要性について、解説していきます。 〈第1節 POSシステム〉 ここでは、店舗で販売された商品のデータをどのように処理しているか、具体的には「POSシステムのしくみ」「POSシステムのメリット」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第2節 JANコードとRFID〉 ここでは、店舗で販売される商品をどのような規格で管理しているのか、具体的には「GTIN」「QRコード」「RFID」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第3節 EDI〉 ここでは、店舗で販売された商品のデータをどのように処理しているか、具体的には「EDI」「サプライチェーンマネジメント」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
---	------	---	----

7	11/13	【主題】◎今回から、3科目目：ストアオペレーション「ストアオペレーションの基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎3科目目：ストアオペレーション ・第1章ストアオペレーションの基本 ストアオペレーションの概要 ここでは、「開店準備の業務」「日常の運営業務」「チェックアウト業務」「接客の基本」「クレームや返品への対応」の5つの節に分けて解説していきます。 〈第1節 開店準備の業務〉 ここでは、店舗をオープンするまでの事前準備としておこなう「クレンリネス」「レジ操作の準備」「朝礼」「服装、身だしなみ」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第2節 日常の運営業務〉 ここでは、店舗がオープンしてから営業中に発生する業務に関する「荷受・検品」「値札の貼付」「補充」「前出し」「補充発注」「店舗内表示物のメンテナンス」「ミーティング」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第3節 チェックアウト業務〉 ここでは、お客様と接点を持つレジ係の役割として「レジ業務の役割」について、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第4節 接客の基本〉 ここでは、店舗でお客様をお迎えするスタッフに必要なスキル、具体的には「接客とは」「敬語の基本」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 〈第5節 クレームや返品への対応〉 ここでは、お客様との間に発生する業務、具体的には「クレームの把握と対応」「フィードバックと改善」「返品」などについて、事例を交えて解説し、理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
---	-------	--	----

8	11/20	【主題】◎3科目目：ストアオペレーション「包装技術の基本」「陳列の基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎3科目目：ストアオペレーション ・第2章 包装技術の基本 包装の目的や基本に加えて、慶弔時の包装や特殊な形状の商品の包装、ひものかけ方、リボンのつくり方、表書きや水引き、のし、掛け紙などについて理解を深めてもらいます。 〈第1節 包装の意義と目的〉 ここでは、包装の意義と目的とは何か？を「包装とは」「包装の目的」「包装の心構え」に分けて解説いたします。 〈第2節 包装の種類と方法〉 ここでは、実際に店舗で行う商品の包装方法に関して、「包装の基本」「慶弔時の包装」「特殊な形の商品の包装」など、図解を入れながら解説します。 〈第3節 ひものかけ方、リボンのつくり方〉 ここでは、実際に店舗で行う商品の包装方法に関して、「ひものかけ方」「リボンのつくり方」など、図解を入れながら解説します。 〈第4節 和式進物包装〉 ここでは、実際に行事ごとに行う和式進物方式の種類に関して、表をもとに解説していきます。 ・第3章 陳列の基本-1 顧客が売場で商品を比較検討できるようにするためには、商品が一定の基準で陳列されていなければならないことと、陳列器具を用いた陳列方法にはさまざまな種類があることを理解してもらいます。また、衣料品の陳列にあたっては、特有の演出方法と陳列器具があることも学習します。 〈第1節 陳列の目的と役割〉 ここでは、顧客が商品を比較検討しやすいように陳列することが基本であり、それにもとづいて、ショーケースや陳列補助器具などを活用して商品を陳列し、商品の魅力を最大限に引き出すことが陳列の役割であることを、「陳列とは」「陳列の評価基準」「ゴールデンライン」に分けて解説し、理解してもらいます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
---	-------	---	----

9	11/27	【主題】◎前回に引き続き、3科目目：ストアオペレーション「陳列の基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎3科目目：ストアオペレーション ・前回からの続き→・第1章 スストアオペレーションの基本-2 〈第2節 陳列の方法〉 ここでは、ここでは、ディスプレイの目的やディスプレイの基本的パターンを「基本的な陳列」「演出効果を重視した陳列」「関連陳列」に分けて実際の事例をもとに解説します。 〈第3節 衣料品の陳列〉 ここでは、ファッション衣料品業界のディスプレイ技術に関して、「空間のコーディネート」「グラデーション」「衣料品の陳列什器」など、基本的なパターンから什器備品まで学びます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。 ・次回は「ストアオペレーション」の店舗形態別小売業に関する課題として出題いたします。皆さんは、次回の授業までに実際に小売店を見て、提出されたテーマに関して回答し、学んだことへの振り返りを行なってください。 ポイント：①普段利用する店舗を訪問する ②学んだ内容が実際に店舗にどのように表現されているかを確認する。 次回の授業でこの課題を提出してもらいます。	対面
10	12/4	【主題】◎前回に引き続き、3科目目：ストアオペレーション「店舗照明と色彩の活用」、4科目目：マーケティング「マーケティングの基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎3科目目：ストアオペレーション 第4章 店舗照明と色彩の活用 〈第1節 店舗照明の基本〉 ここでは、商品の魅力を最大限に引き出す照明や、買い物を楽しくさせたり、顧客を誘導したりする照明など、店舗照明の基本について、ここでは学習します。 〈第2節 色彩の活用〉 ここでは、色彩は店舗空間を演出する効果だけではなく、顧客の心理にも一定の影響を与えるもので、そうした色彩の活用の基本について学習します。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面

1 1	12/11	【主題】◎今回から4科目目：マーケティングの講義を行います。この回では「マーケティングの基本」「商品政策の基本」「価格政策の基本」に関する講義を行います。また、5科目目の販売・経営管理の科目免除要件の「予備試験」のポイント講義を行います。 【学修目標】 ◎4科目目：マーケティング この科目では、マーケティングとは、顧客のニーズを充足するために、商品やサービスが売れるしくみを作ることであり、マーケティングの一般的な考え方を理解し、そのうえで小売業におけるマーケティングを理解していくことを中心に解説していきます。 ・第1章 小売業のマーケティングの基本-1 〈第1節 マーケティングの基本〉 ここでは、マーケティングの一般的な考え方を理解し、そのうえで小売業におけるマーケティングを理解していくことを中心に学びます。 〈第2節 商品政策の基本〉 ここでは「マーチャンダイジング」では解説しなかった商品の特性やブランドの機能、プライベートブランド開発の基本などについて学びます。 〈第3節 価格政策の基本〉 ここでは「マーチャンダイジング」では解説しなかった需要の価格弾力性や差別価格などについて学びます。 ◎5科目目：販売・経営管理 ・全体のポイント講義&予備試験対策 今回は、次回実施予定の『科目免除試験』の合格を目指す試験対策を中心に授業を行います。 販売・経営管理科目全体の内容を把握できるよう集中的に、理解のポイントを解説します。 【学修活動】ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
1 2	12/18	【主題】◎科目免除要件の5科目目：販売・経営管理の予備試験を実施します。また4科目目：マーケティング「立地戦略の基本」「プロモーション政策」、第2章「観光マーケティング」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎5科目目：販売・経営管理 『予備試験』科目免除のための試験を実施します。予備試験合格基準は、70点以上獲得することです（5点／1問 全20問出題）。 ◎4科目目：マーケティング ・第1章 小売業のマーケティングの基本-2 〈第4節 立地戦略の基本〉 ここでは、「小売店の立地・商圈設定の基本的知識」について学びます。 〈第5節 プロモーション政策〉 ここでは、小売業が行うプロモーション、具体的には広告、チラシやPOPなどを用いた地域や店舗に基盤を置いたプロモーションや、プル戦略とプッシュ戦略などについて学びます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面

1 3	1/15	【主題】◎前回に引き続き、4科目目：マーケティング「リージョナルプロモーションの基本」「顧客志向型売場づくりの基本」に関する講義を行います。 【学修目標】 ◎4科目目：マーケティング ・第2章 観光マーケティングの基本 リージョナルプロモーションとは、売場起点の狭域型購買促進であり、3P戦略によって顧客を維持し、売上と利益の増加はかる活動です。 〈第1節 観光マーケティング〉 ここでは、リージョナルプロモーションにおける全体像、3P戦略の概要について実例をもとに学習します。 ・第3章 消費者行動と市場調査 〈第1節 消費者行動〉 ここでは、リージョナルプロモーションにおける全体像、3P戦略の概要について実例をもとに学習します。 〈第2節 市場調査の基本〉 ここでは、訪日外国人に対するプロモーションについて、インバウンドに対するマーケティング戦略などについて小売業としてどのようにすべきかを学びます。 【学修活動】 ハンドブック（公式教材）を基に基礎的な知識講義と『業界の現状』を事例を交えながらのインプット学習をします。 そして授業の後半に、毎回理解度テストでアウトプットを行い、理解度の定着をはかりますので、毎回の授業でしっかりと修得します。	対面
1 4	1/22	【主題】全ての科目の到達状況を踏まえて、本試験形式に準じた形での「模擬テスト」に取り組み、自身の課題を把握して、今後の学習の目安とする。 【学修目標】 ◎総合講義 ここでは、いままで学習してきた内容を確認しながら、検定試験に向けて4科目の総復習を行います。 ◎4科目模擬テスト 全ての科目を修得した今回は、検定試験に向けての模擬試験を実施します。自身の学習到達度を再チェックしていただきます。 ◎資格試験（検定試験）受験上の注意 ここでは、試験期間中に実施する「検定試験」受験に向けて本番までの効率の良い学習方法、受験の際の注意事項などを お伝えします。本番に向けてしっかりと確認し、合格をめざしてください。 試験（団体試験）に必要な事前登録作業方法を説明して、実際に入力を行います。 【学修活動】 本番同様の模擬試験を受験して、理解の足りない所を、事前に配布している「理解度テスト」「特訓問題集」の答練を行い、理解度を深める学習をします。	対面

<評価の基準>

S	A	B	C	D	X
100～90点	89～80点	79～70点	69～60点	59点以下	－
到達目標を超えたレベルを達成している	到達目標を達成している	到達目標と合格目標の間にあるレベルを達成している	合格目標を達成している	合格目標を達成できていない	受験資格無、レポート・課題未提出等

<成績評価について>

- 平常点（学習意欲、履修態度、等） →20% 履修態度、アウトプット学習（理解度テスト）中の理解度
- 提出物 →30% 総合演習問題（記述課題）の提出状況
- 予備試験 →20% 総合演習問題（定型問題）の出来栄え、予備試験（科目免除試験）の出来栄え
- 定期試験（検定試験） →30%