明治大学

商学部 商学科

話題の講義ライブ LIVE 2015
5.15.Fri. at Surugadai 16:20~17:50

本日の講義 特別テーマ実践科目「ファーストリテイリンググループの事業構想」

講義の流れ ユニクロの店舗経営にまつわる現在の課題を、ユニクロの社員と小川先生が交互に教壇に立ち、講義を行う。随時、議論・発表も行う双方向型の講義。

醍醐味 「過去のケーススタディ」を学ぶのではなく、「実在する企業のリアルタイムの課題解決」について考える。課題発見力、情報収集分析力、問題解決力、コミュニケーション力、チームワーク、リーダーシップ、プレゼン能力などが身につく。

人気企業が抱える課題を15人で徹底討論！

教壇に立つのはユニクロ幹部社員

「では、今日の講義をはじめます」と教壇に立つのは、「ユニクロ」を運営する株式会社ファーストリテイリング(以下、ユニクロ)社員である禹(う)イェスルさんだ。韓国出身の禹さんは、完璧な日本語で講義を開始した。

この授業は、実際の企業や自治体と連携して行われる「特別テーマ実践科目」の一つ。『ファーストリテイリンググループが2020年売上高5兆円、経常利益1兆円を達成し、世界ナンバー1のアパレル製造小売企業グループに成長するためには？』という課題をグループで検討し、期末にその企画提案プレゼンをユニクロ役員の前で行うのだ。

講義では幹部社員が毎回登壇し、「経営の現状」を説明しながら、学生にも随時質問を投げかける。また、3~4人のグループで話し合い、随時意見発表も行う双方向型の講義だ。教室内では、たびたび活発なディスカッションが繰り広げられる。

「先週出した課題【チェーンストア方式のメリット・デメリット】を各グループでまず話し合ってください」と禹さんが言うやいなや、教室内は一斉に活気を帯びる。

「大量仕入れによるコストダウンが行え、品質も担保される」「マニュアルによるマンネリ化」『この店舗でないとダメだ』という理由が持てない」など次々に意見が飛び交った。

学生たちの意見をまとめながら、「そもそもチェーンストアとは」について、禹さんが説明を行っていく。〝ローコストオペレーション〟（手ごろな価格で商品を提供し、競合店よりも良いサービスを提供しながらも、利益を確保できる仕組み）や〝エブリデイ・ロウ・プライス〟（同じ品なら、毎日必ず安い値段で提供する）について、説明をしていく。

チェーンストア方式は「万能薬」ではない

ここで禹さんに変わり、小川先生が教壇に立った。〝チェーンストア方式〟と対極にある〝支店経営方式〟について説明していく。「以前のデパートなどは、支店経営方式です。これは、一つの店舗が一つの会社のように独立して、仕入れ商品の選択から、人事・採用・経理まですべて行う方式です。それに対して、チェーンストア方式では、情報システムの開発や品揃え、仕入れなど販売以外のすべての業務は、本部が一括して行います」量販店や、コンビニエンスストアが取り入れている手法だ。

「例えば、先日、北海道で全国規模の量販店に行きました。そこにあるのは東京の店舗と同じ商品なんです。旅先で、いつもの商品が同じ価格で購入できる安心感はありますが、その土地ならではの特別なものは置いていない。これが、まさにチェーンストア方式のメリットでありデメリットです」

「究極の個店経営」とは

「現在のユニクロは、これまで行ってきたチェーンストア方式に限界を感じています」と、再び教壇に立つ禹さんは話す。「店舗数を急速に伸ばす成長拡大期には、本部が決めた方針に沿って、同じような店舗をどんどん作る手法はメリットが大きかったんです」。しかし、現在(2015年8月予測)では国内店舗の数は、840店舗とほぼ頭打ち。一店舗ごとの売上をいかに伸ばすかが、現在の課題だ。海外展開は、15か国888店舗と急速に数を伸ばすものの、知名度がほとんどないエリアも多い。

これらの問題を打開するために、現在のユニクロが掲げるのは、「究極の個店経営」だ。商品開発や物流システムなどではチェーンストア方式のメリットを最大限に生かしつつ、一つひとつの店舗では、その店舗ならではの品ぞろえ、ディスプレイを行い「地域に愛される店」を目指すというのだ。

その取り組み事例として、東京・吉祥寺店や、パリ・マレ店における取り組みが紹介された。学生からは、「本部から言われたことを受け身で行うのではなく、店舗スタッフ全員で主体的に取り組む方が、やりがいも売上も大きくなる」などの意見が飛び交った。

小川先生は、講義の狙いを次のように話す。「実際の社会では、正解が用意されている問題はほぼ皆無です。私が示すことができるのは考え方・学び方の道しるべ。自分で考える力、人の話を聞く力、それを分かりやすく人に伝える力など、社会に出ると必ず必要となるその能力を、この授業を通じて、学生にはしっかり身につけてもらいたいです」

おがわ ともよし
小川 智由先生

明治大学商学部卒業、明治大学大学院 商学研究科博士後期課程単位修得。専門はマーケティング戦略論、物流・ロジスティクス論。専門の研究に加え「小売業の経営戦略」や、高齢社会に向けたエルダーマーケティングの展開に関心を寄せている。大学での教育・研究活動に並行して、民間企業の経営戦略の企画メンバーや、マーケティング戦略構築のチームメンバーとしての経歴を有する。

学生の声

小松原 美咲さん
商学部 商学科3年生
企業の方々から直接受ける講義はすごく刺激があります。自分が就職する前に、専門分野を通じた実社会の勉強ができる素晴らしい機会だと思います。この講義を受けてから、買い物をするときの見方が大きく変わりました。「このディスプレイは何を狙っているのか」「店員さんがとてもキビキビ動いている」など、自然にマーケティングの視点から考えるようになっています。

三雲 優さん
商学部 商学科3年生
一般的に商学部の講義では、経済、国際経営、会計、マーケティングなど幅広い勉強ができますが、なかでも明治大学の商学部では、実社会との接点がある講義が多いです。それを大教室ではなく、少人数クラスやゼミで行うので、密なコミュニケーションを取りながら授業が進み、より深い学びが身につきます。僕は、「人々が熱狂するブランド」の構築に興味があって、マーケティング戦略を学んでいます。

明治大学

〒101-8301 東京都千代田区神田駿河台1-1 入学センター事務室
TEL: 03-3296-4138 e-mail exam@mics.meiji.ac.jp
URL http://www.meiji.ac.jp/

法学部
商学部
政治経済学部
文学部
理工学部
農学部
経営学部
情報コミュニケーション学部
国際日本学部
総合数理学部

[沿革・歴史]

1881年	明治法律学校開校
1949年	学校教育法により明治大学設置、法学部・商学部・政治経済学部・文学部・工学部・農学部を置く
1951年	大学組織を学校法人に改める
1952年	大学院開設
1953年	経営学部開設
1989年	理工学部開設
1998年	創立120周年記念館リバティタワー竣工
2004年	情報コミュニケーション学部開設
2008年	国際日本学部開設
2012年	創立130周年記念黒川農場竣工 創立130周年記念和泉新図書館竣工
2013年	中野キャンパスに総合数理学部開設

イベント情報

○オープンキャンパス

駿河台キャンパス（文系学部）
※農学部食料環境政策学科、総合数理学部も参加
8月2日（日）~4日（火）
10:00~16:00
（開場 9:30）（予定）

生田キャンパス（理工学部・農学部）
※総合数理学部も参加
8月7日（金）、8日（土）
10:00~16:00（開場 9:30）（予定）

中野キャンパス（国際日本学部・総合数理学部・理工学部）
8月19日（水）、20日（木）
10:00~16:00（開場 9:30）（予定）

※例年、全日程午前中のイベントは、大変混雑します。午後のイベントへの参加にご協力お願いいたします。

※変更がある場合はHP上でお知らせいたします。

取材担当記者より 明治大学、こんな大学でした！

同講義の最終プレゼンは企業の役員、もしくは自治体幹部の前で行われるそうです。最初は「学生相手」と、笑顔で聞いている彼らの顔は、だんだん真剣味を帯びてくるのだとか。現に学生からの提案内容が実際に取り入れられたこともあるそうで、このような少人数制ならではの深い学びを得られることが、明治大学商学部の最大の魅力だと感じた。

資料請求は簡単！ 本紙に掲載した大学（私立大学のみ）の案内資料は、P40のハガキ、または東進のウェブサイトwww.toshin.comから請求できます。