

2026年度 長岡大学シラバス

授業科目名	中級販売士演習 (Exercises for Retail sales & management specialists-Intermediate-)					担当教員	丸山 一郎 (マルヤマ イチロウ)	
2020-23年度 入学者(20K-23K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	資格対応科目 / 知識定着・確 認型 AL
	2037-4-53-125	専門科目	選択	2単位	1年次	前期		
2024-26年度 入学者(24K-26K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	資格対応科目 / 知識定着・確 認型 AL
	2437-4-53-064	専門科目	選択	2単位	1年次	前期		

① 授業のねらい・概要						
<p>この授業では『リテールマーケティング(販売士)2級』の資格取得を目指し、授業を通して小売業のマーケティング理論と実践的な店舗運営、販売・経営管理の手法について学ぶ。販売士2級の能力・人物像としては、マーケティング、マーチャンダイジングをはじめとする流通・小売業における高度な専門知識を持ち、販売促進の企画・実行をリードし、店舗・売場を包括的にマネジメントする人材である。毎年多くの学生が受験し合格している。</p> <p>『販売士2級試験科目・試験時間・合格基準・試験方法』は以下の通り。</p> <p>【試験科目】 ①小売業の類型②マーチャンダイジング③ストアオペレーション④マーケティング⑤販売・経営管理</p> <p>【試験時間】 70分 ※2021年度から変更</p> <p>【合格基準】 平均の得点が70点以上 ※但し、1科目ごとの得点が50点以上</p> <p>【試験方法】 2021年度からネット試験方式となっている。試験会場(テストセンター)のパソコンを使用し、インターネットを介して試験を実施する。※これまでの年2回の統一試験日での実施と異なり「随時受験が可能」となった。</p>						
② ディプロマ・ポリシーとの関連						
職業人として通用する能力 / 専門的知識・技能を活用する能力を養う。						
③ 授業の進め方・指示事項						
1. Google Classroom に配布する販売士2級に対応したレジメを使用し解説する。 2. 第一回授業から授業開始と同時に小テストを毎回実施する。 3. 普段利用する小売店舗を注意深く観察する習慣を身に着ける。						
④ 関連科目・履修しておくべき科目と履修に望ましい予備知識・技能						
マーケティング、マーチャンダイジング、マネジメントに関するすべての専門科目						
⑤ テキスト(教科書) ※授業で使用する。						
毎回販売士2級に対応したレジメを Google Classroom に配布する。						
⑥ 参考図書・指定図書 ※授業では使用しないが、授業内容に関係し、理解を深めるために必要とする。						
1. 日本商工会議所・全国商工会連合会 編『販売士ハンドブック(応用編)～リテールマーケティング(販売士)検定試験2級対応～「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」株式会社キャリアック						
⑦ 担当教員からのメッセージ(昨年度授業アンケートを踏まえての気づき等)						
1. この授業では「販売士2級」の取得を目指し、授業を通して小売業のマーケティング理論と実践的な店舗運営、販売・経営管理の手法について学ぶ。 2. 2021年度からネット試験方式に変わり、受験回数も年2回から随時受験に変更されている。積極的に挑戦しましょう。 3. 授業で分からないことはオフィスアワーを積極的に活用して理解する事。						
⑧ 評価Aに対応する具体的な学習到達目標の目安						
(1)小売業の類型に関する販売士2級問題が解答できる。 (2)マーチャンダイジングに関する販売士2級問題が解答できる。 (3)ストアオペレーションに関する販売士2級問題が解答できる。 (4)マーケティングに関する販売士2級問題が解答できる。 (5)販売・経営管理に関する販売士2級問題が解答できる。						
⑨ ルーブリック						
評価基準		S	A	B	C	D
評価項目		到達目標を越えたレベルを達成している	到達目標を達成している	到達目標達成にはやや努力を要する	到達目標達成には努力を要する	到達目標達成には相当の努力を要する
(1)	小売業の類型に関する販売士2級問題が解答できる	小売業の類型に関する販売士2級問題について資料等に頼らず解答でき、授業内容を越えた学修成果を示している	小売業の類型に関する販売士2級問題について資料等に頼らず解答できる	小売業の類型に関する販売士2級問題について資料等を見ながら解答できる	小売業の類型に関する販売士2級問題について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて解答できる	小売業の類型に関する販売士2級問題について資料等を見ても、教員等の支援を受けても解答できない

(2)	マーチャンダイジングに関する販売士 2 級問題が解答できる	マーチャンダイジングに関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答でき、授業内容を超えた学修成果を示している	マーチャンダイジングに関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答できる	マーチャンダイジングに関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら解答できる	マーチャンダイジングに関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて解答できる	マーチャンダイジングに関する販売士 2 級問題について資料等を見ても、教員等の支援を受けても解答できない
(3)	ストアオペレーションに関する販売士 2 級問題が解答できる	ストアオペレーションに関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答でき、授業内容を超えた学修成果を示している	ストアオペレーションに関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答できる	ストアオペレーションに関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら解答できる	ストアオペレーションに関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて解答できる	ストアオペレーションに関する販売士 2 級問題について資料等を見ても、教員等の支援を受けても解答できない
(4)	マーケティングに関する販売士 2 級問題が解答できる	マーケティングに関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答でき、授業内容を超えた学修成果を示している	マーケティングに関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答できる	マーケティングに関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら解答できる	マーケティングに関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて解答できる	マーケティングに関する販売士 2 級問題について資料等を見ても、教員等の支援を受けても解答できない
(5)	販売・経営管理に関する販売士 2 級問題が解答できる	販売・経営管理に関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答でき、授業内容を超えた学修成果を示している	販売・経営管理に関する販売士 2 級問題について資料等に頼らず解答できる	販売・経営管理に関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら解答できる	販売・経営管理に関する販売士 2 級問題について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて解答できる	販売・経営管理に関する販売士 2 級問題について資料等を見ても、教員等の支援を受けても解答できない

⑩ 学習の到達目標（評価項目）とその評価の方法、フィードバックの方法

学習到達目標（評価項目）	定期試験 (レポート含む)	小テスト	課題	発表・ 実技	授業への 取組姿勢・意欲	その他	合計
総合評価割合	50%	40%			10%		100%
(1)小売業の種類	10%	8%			2%		20%
(2)マーチャンダイジング	10%	8%			2%		20%
(3)ストアオペレーション	10%	8%			2%		20%
(4)マーケティング	10%	8%			2%		20%
(5)販売・経営管理	10%	8%			2%		20%
評価項目「その他」詳細							
フィードバックの方法	小テストについては採点後に返却し解説する。						

⑪ 授業計画と学習課題

回数	授業の内容	授業外の学習課題と時間（分）（※特別な持参物）
1	「イントロダクション」 「小売業の種類」 ①流通と小売業の役割 ・小テスト	配布資料による①流通と小売業の役割の振返り 60分
2	「小売業の種類」 ②組織別小売業の運営特性 ・小テスト	配布資料による②組織別小売業の運営特性の振返り 120分
3	「小売業の種類」 ③店舗形態別小売業の運営特性 ・小テスト	配布資料による③店舗形態別小売業の運営特性の振返り 120分
4	「マーチャンダイジング」 ①マーチャンダイジングの戦略的立案 ②商品計画の戦略的立案 ・小テスト	配布資料による①マーチャンダイジングの戦略的立案②商品計画の戦略的立案の振返り 120分
5	「マーチャンダイジング」 ③販売計画の戦略的立案 ④仕入計画の策定、仕入活動の戦略的立案 ・小テスト	配布資料による③販売計画の戦略的立案④仕入計画の策定、仕入活動の戦略的立案の振返り 120分
6	「マーチャンダイジング」 ⑤販売政策の戦略的展開 ⑥商品管理政策の戦略的展開	配布資料による⑤販売政策の戦略的展開⑥商品管理政策の戦略的展開⑦物流政策の戦略的展開の振返り 120分

	⑦物流政策の戦略的展開 ・小テスト		
7	「ストアオペレーション」 ①店舗運営サイクルの実践と管理 ・小テスト	配布資料による①店舗運営サイクルの実践と管理の振り返り	120分
8	「ストアオペレーション」 ②戦略的ディスプレイの実施方法 ③作業割当の基本 ・小テスト	配布資料による②戦略的ディスプレイの実施方法③作業割当の基本的振返り	120分
9	「ストアオペレーション」 ④レイバースケジューリングプログラム(LSP)の役割と仕組み ⑤人的販売の実践と管理 ・小テスト	配布資料による④レイバースケジューリングプログラム(LSP)の役割と仕組み⑤人的販売の実践と管理の振り返り	120分
10	「マーケティング」 ①リテールマーケティング戦略の考え方 ②商圈分析と出店戦略の実践 ・小テスト	配布資料による①リテールマーケティング戦略の考え方②商圈分析と出店戦略の実践の振り返り	120分
11	「マーケティング」 ③マーケットリサーチ(市場調査)の方法と進め方 ・小テスト	配布資料による③マーケットリサーチ(市場調査)の方法と進め方の振り返り	120分
12	「マーケティング」 ④リージョナルプロモーションの実践 ⑤顧客戦略の展開方法 ・小テスト	配布資料による④リージョナルプロモーションの実践⑤顧客戦略の展開方法の振り返り	120分
13	「販売・経営管理」 ①販売管理者の法令知識 ②計数管理と計算実務 ③決算データと経営分析 ・小テスト	配布資料による①販売管理者の法令知識②計数管理と計算実務③決算データと経営分析の振り返り	120分
14	「販売・経営管理」 ③決算データと経営分析(上場企業分析) ④組織原則と従業員管理 ⑤店舗施設などの維持管理 ・小テスト	配布資料による③決算データと経営分析(上場企業分析)④組織原則と従業員管理⑤店舗施設などの維持管理の振り返り	120分
15	「過去問テスト」 70分間 ・まとめ	配布資料による「販売士2級資格試験全般」の振り返り	180分

⑫ アクティブラーニングについて			
1. 「小売業の類型」「マーチャнда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」の各テーマの最後に確認テストを実施し、成績優秀学生の氏名公表と問題の解説をする。			
2. 日本経済新聞他、経済関連記事を基に最新の経済動向を解説する。			
3. 毎回の授業の冒頭では学生からの最新経済情報を求め、それを基にして議論を展開する。			
4. 普段利用する小売店舗を注意深く観察する習慣を身に着ける。			

※以下は該当者のみ記載する。

⑬ 実務経験のある教員による授業科目	
実務経験の概要	
1. 1977年のコメリホームセンター1号店開店の前年から1100店舗に至る迄の間、店舗用地開発、建設を中心に業務に当たる。他にも店頭販売、店長、商品部バイヤー、販売促進、リフォーム事業部や再生可能エネルギービジネスプロジェクト、他新規事業プロジェクトの立ち上げ等、執行役員として多くの部署で実務を担当。	
2. 2013年より長野県松本市、アルピコホールディングス(旧松本電鉄)の中核企業であるスーパーマーケット、株式会社アップランド(現株式会社デリシア)にて常務取締役開発本部長として店舗開発部署を統括した。	
3. 2017年2月韓国大手企業であるCJグループとコンサル業務契約を締結。同社における新規事業開発に関するコンサル業務を韓国ソウル本社にて実施。	
4. 2017年7月からは福井県の東証PRM市場ドラッグストア企業、ゲンキー株式会社にて建設部長として店舗建設コスト削減企画他、物流センター及びプロセスセンター建設企画等の実務を中心に担当。他にも用地開発、テナント誘致、メンテナンス業務を担当。	
実務経験と授業科目との関連性	
ホームセンター、スーパーマーケット、ドラッグストア等、多岐に渡るチェーンストア業態での商品部バイヤー、販売担当者、店長、店舗開発、建設、新規PJリーダーの実務経験を基にして、テキスト、決算資料、最新企業情報などを使い、現場経験を交えて具体的に解説する。	