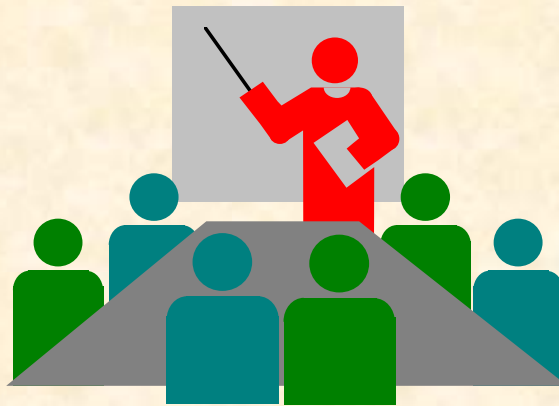


SEのための 流通業入門講座



注 意!

- ・本テキストは受講者の理解促進を目的として専門誌、Web等から資料等多数引用しております。
- ・そのため社内資料としてのみの利用に限定いたします。
- ・無断及び不用意なコピー・引用等の行為は厳禁です。

社内使用ONLY

2006年6月：初版
2008年8月：第2版
2009年8月：第3版
2010年8月：第4版
2011年8月：第5版
2012年8月：第6版
2013年8月：第7版

私塾・寺子屋。
塾頭 大竹 佳憲

はじめに;大きな可能性を秘めた「暗黒大陸」によるこそ

第一章:「流通業とはなんぞや?」<What is Retail Industry?>

- (1) 流通業の本質とは?
- (2) 流通業の歴史的考察
- (3) 流通業システム構築の肝

第二章:「小売業の分類」<業種と業態>

- (1) 小売業の分類

第三章:「今、日本の小売業界は・・・?」<図と数値で日本の小売業の現状を理解する>

- (1) 日本小売業の実態: 零細過多の小売店の淘汰進む?
- (2) 日本小売業の実態: 先進國小売業との比較
- (3) 数値で理解する日本の小売業: 業態別動向

第四章:「日本流通業の経営環境の変化」<流通業界を取り巻く10の要素>

- (1) 数値で見る日本の流通業の実態
- (2) 消費者の構造変化
- (3) 続く“低価格競争”の背景
- (4) 日本流通業の変革を迫った米穀
- (5) 進む“グローバル化”
- (6) 業界大再編の潮流
- (7) IT革命が流通業を変える
- (8) 日本流通業を襲う新たな規制の津波
- (9) 日本経営のグローバル化・「内部統制」と「新会計基準」
- (10) マーケティング戦略の確立

第五章:「小売業経営の基礎知識」<計画経営の重要性>

- (1) 小売業における“計画経営”の重要性
- (2) 小売業における販売予測・販売計画の手法
- (3) 損益計算書の予算化

第六章:「マーチャンダイジングの仕組みと計算式」

- (1) マーチャンダイジングとは? (その定義)
- (2) マーチャンダイジングの構造
- (3) マーチャンダイジングの仕組みと計算式

第七章:「マーチャンダイジングの管理・分析・コントロール手法」

- (1) マーチャンダイジングの管理サイクル
- (2) マーチャンダイジングの管理レベル(階層)
- (3) 分析及びコントロール手法

第八章:「業態別システム構築の手引き」

- (1) これからの流通業の仕組み作りは・・・?
- (2) 業種特異性・情報システム構築の肝ー(その1)
- (3) 業種特異性・情報システム構築の肝ー(その2)
- (4) IFRS(国際財務報告基準)の適用
- (5) スマホ革命のインパクト

第九章:「FSPの過去・現在・そして未来へ」(某社セミナー資料)

- (1) 「日本のFSPの歴史的一考察」・・・ビッグデータの活用
ロイヤルティ・マーケティング志向へ

第十章:「金融・流通マーケットの4半世紀」

図解による考察: 日本NCRの主カマーケットの変遷

<参考資料> 「流通業基本用語集」(販売革新2013年3月号より抜粋)

- ・ 経営の知識、
- ・ 商品の知識、
- ・ 営業の知識、
- ・ 法律の知識、
- ・ 専門の知識