

教育研究業績

2025年 5月 1日

氏名 李 楊

研究分野

学位

流通・マーケティングの実証研究

博士（商学）

研究のキーワード

小売業の革新、小売マーケティング、各種マーケティング・リサーチ手法（多変量解析、質的比較分析）

教育上の能力に関する事項

事項	年月日	概要
1 教育方法の実践例 授業の内容設計および進行方法		
①関心を引く話題の導入	2023年4月	授業では、すぐに本題に入らず、最初の3～5分間を使って、授業テーマに関連しつつ、学生にとって身近で興味を引く話題を導入として取り上げるよう心がけた（例えば、「在学中に彼女を作るには」「就活を成功させるには」など）。また、講義中は私自身のコメントを控え、学生同士が意見交換しやすい雰囲気を作ることで、主体的に学び合える場となるよう配慮した。
②映像資料の導入	2023年4月	専門知識を教授する際には、講義内容に対応した映像資料を活用した。動画視聴中は集中力を長時間維持することが難いため、10分以内の短い動画を複数用意した。また、映像資料での説明が不十分な箇所や理解が難しい部分については、教員が補足説明を行った。結果として、授業内容の理解促進、興味の喚起、記憶の定着につながった。
③ゲスト講師の招聘	2023年4月	授業において、学生に新たな視点を提供できる実務家を招き、実践的な知識を習得する機会を提供する。実務家による講義を通じて、学生は業界の最新動向や現場の課題を学び、理論と実践との関係を深く理解できるようになる。また、実務家との質疑応答の時間を設け、対話を通じて理解を深められるよう工夫している。このような取り組みにより、学生は教室内の学習にとどまらず、社会や業界の現場で求められる知識やスキルについて実感を持って学ぶことができる。
④講義の最終回の反省会	2023年4月	講義の最終回においては、学生に自身の学びを振り返り、授業全体の感想や印象に残った授業内容、より良い授業への提案を含めたプレゼンを求めた。学生にとって、これは自己成長を促すだけでなく、他者の意見から新たな気づきを得る貴重な機会となる。また、学生の学びの振り返りを共有することで、教員も新たな視点や発見を得られ、次年度の資料改善や授業内容の再構成につなげることができる。結果として、次年度以降の講義がより円滑かつ効果的に実施されると考えられる。
学生の主体的学びを促すための実践		
①発言カードによるポイント制度	2023年4月	学生の発言や積極的な参加を促すため、「発言カードによるポイント制度」を導入した。本制度では、発言に応じてポイントが付与されることで、学生がより積極的に発言しやすくなり、授業中の意見交換や議論の活性化につながった。さらに、一定数のポイントが蓄積されると期末試験が免除されるため、学生の参加意欲が一層高まった。
②逆転！学生教授フェス	2023年4月	学生の復習や理解度の確認を目的として、「逆転！学生教授フェス」というイベントを、第8回および第14回の授業で実施した。本イベントでは、履修者全員が教授役となり、チーム単位で学んだ知識を互いに教え合う形式を採用した。また、イベント終了後にはアンケートを実施し、学生からの評価結果を公開した。この取り組みにより、学生は学んだ内容を整理し、理解をさらに深めることができた。
2 作成した教科書、教材		
3 教育上の能力に関する大学等の評価		

4	実務の経験を有する者についての特記事項				
5	その他				
職 務 上 の 実 績 に 関 す る 事 項					
	事項	年月日	概 要		
1	資格, 免許				
2	特許等				
3	実務の経験を有する者についての特記事項				
4	その他				
研 究 業 績 等 に 関 す る 事 項					
著書, 学術論文等の名称	単著・ 共著の別	発行又は 発表の年月	発行所, 発表雑誌等 又は発表学会等の名称	概 要	
(著書)					

(学術論文)					
消費者行動から見た中国の中産階層—中国進出したトヨタの製品戦略を中心に—〔学位論文 修士〕	単著	2010年3月	同志社大学		本研究は、これまで中国には見られなかった中産階層の新たな生活様式、消費文化、消費価値観など、多様な消費行動の特徴を分析した。さらに、このような中国の国情に適応しようとするトヨタの戦略を事例として取り上げ、中産階層をメインターゲットに据えた製品戦略および販売戦略の策定・実施について検証した。また、トヨタが参入に出遅れながらも、中国市場において後発優位を獲得した要因についても分析・検証を行った。
中国アパレル専門店の革新に関する事例研究—美特斯邦威社を中心に—〔研究報告書〕	単著	2011年9月	2010年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書—第III部 マーケティングの社会性と国際性に関する基礎研究—(全11頁)		本研究は、アパレル専門店の成功企業として、美特斯邦威という企業事例を取り上げ、中国におけるアパレル専門店が成長している理由を、「専門店業態による新しい販売方法を採用すること」と、「専門店業態を採用した後、連続的に自己革新すること」の2つの側面から検討を加えた。事例研究の結果、新たな業態を導入した後、イノベーションのオープン化は、美特斯邦威の成長プロセスにおいて重要な役割を果たしていることが明らかになった。
小売業態革新の源泉—中国アパレル専門店業態を事例として—〔研究報告書〕	単著	2013年6月	2012年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書—第IV部 マーケティングによる価値の創造と提供—(全14頁)		本研究は、中国におけるアパレル専門店業態の生成期における業態革新の源泉、すなわち小売業態の変化を引き起こす規定要因を探った。2011年10月に実施した中国紡績工業協会へのインタビュー調査および各種歴史的資料から得られたデータに対する定性的分析の結果、供給要因・消費者要因・競争的要因・政治的要因という4つの規定要因が、中国におけるアパレル専門店業態の生成に大きな影響を与えたことが明らかとなった。
中国アパレル専門店業態の革新の源泉に関する歴史的研究〔研究報告書〕	単著	2014年6月	2013年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書—第VII部 持続可能なマーケティング価値創造—(全14頁)		拙稿(2013)において残された課題、すなわち業態革新の源泉となる複数の要因の相互作用と経営者の能動的な役割という課題が残された。本稿では、この2つ課題を出発点とし、経営者要因も分析枠組みに取り入れ、再分析を行った。分析の結果、中国アパレル専門店の生成は、環境要因間の相互作用、そして環境要因と経営者要因間の相互作用によって引き起こされることが明らかにされた。
中国アパレル専門店の業態革新の源泉—質的比較分析によるアプローチ—〔投稿論文 査読付〕	単著	2015年3月	市場創造研究(第4号, 31-42頁)		本研究の目的は小売業態論の知見を援用し、質的比較分析という手法を用いて、アパレル専門店への業態革新の源泉について明らかにすることであった。実証分析の結果、アパレル専門店が1つの革新的小売業態として中国において生成したのは、既存研究が重視してきた消費者要因のみならず、小売業態論で取り上げられている競争要因、技術要因、政治要因、経営者要因を含む、複数の規定要因の相互作用の結果であることが示された。
小売業態研究の系譜〔研究報告書〕	単著	2015年6月	2014年度大学院高度化研究成果報告書—第V部 マーケティング・システムと環境適応—(全28頁)		小売業態盛衰の規則性の解明を目指す研究としては、McNair(1958)が提唱した「小売の輪」の仮説を皮切りに、数多くの研究成果が蓄積されてきた。既存研究を概観すると、小売業態研究にはマクロ・レベルの業態視点とマイクロ・レベルのフォーマット視点の2つのアプローチがある。本研究はこれら2つのアプローチに関する代表的な研究成果を整理・分析するとともに、残された課題を明らかにした。
中国小売業の革新に関する実証研究—アパレル専門店を事例として—〔学位論文 博士〕	単著	2019年1月	慶應義塾大学		本研究は、中国小売業、特にアパレル専門店の発展を革新の過程として捉え、マクロ的に見た業態革新の規定要因、つまりアパレル専門店が1つの革新的小売業態として、なぜ中国において生成したのか、そしてマイクロ的に見たフォーマット革新の成果の規定要因、つまりアパレル専門店業態が定着した後、業態内の企業が他社との差別化のために行った革新は企業の財務的成果と非財務的成果にどのような影響をもたらしたのかについて、小売業態論と小売フォーマットの視点から、理論的・実証的に解明した。
経営学における質的比較分析の応用に関する一考察—分析手続きと適合性指標を中心に—〔投稿論文 査読付〕	単著	2024年1月	FAB(第5号, 54-76頁)		本研究の目的は、複雑な社会現象を体系的かつ客観的に解明する研究方法としての「質的比較分析(QCA)」に焦点を当て、その基本的な考え方への理解を深めることである。具体的には、まずQCAの方法論的特徴と経営学関連分野におけるこの方法を適用した経験的研究が急増している理由について若干の検討を加えた。こうした作業を踏まえ、実際にQCAを適用した研究を進める際の基本的な分析手続きおよび留意点、そしてQCAを経験的データに適用する際に定番となる適合性指標とその閾値の設定について説明を行った。最後に、QCA応用研究の近い将来に期待される発展の方向性について若干の検討を加えた。

(その他) 中国アパレル専門店のイノベーションに関する一考察－美特斯邦威社の事例を中心に－	単著	2011年5月27日	日本商業学会第61回全国大会 (熊本学園大学)	本発表は、2010年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書：第Ⅲ部 中国アパレル専門店の革新に関する事例研究－美特斯邦威社を中心に－についてまとめたものである。
中国におけるアパレル専門店業態革新の源泉	単著	2012年5月25日	日本商業学会第62回全国大会 (北海商科大学)	本発表は、2012年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書：第Ⅳ部 小売業態革新の源泉－中国アパレル専門店業態を事例として－についてまとめたものである。
The Source of Chinese Apparel Specialty Stores	単著	2012年6月19日	Innovation in a Global World, Royal Bank International Research Seminar (上海交通大学)	本発表は、2012年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書：第Ⅳ部 小売業態革新の源泉－中国アパレル専門店業態を事例として－についてまとめたものである。
中国アパレル専門店業態の歴史的発展と革新の源泉	単著	2014年4月19日	日本商業学会関東部会 (早稲田大学)	本発表は、2013年度大学院高度化推進研究プロジェクト成果報告書：第Ⅶ部 中国アパレル専門店業態の革新の源泉に関する歴史的研究についてまとめたものである。
中国アパレル専門店の生成と発展－小売イノベーションの視点から－	単著	2019年3月16日	日本卸売学会平成30年度全国大会 (関東学院大学)	本発表は、中国小売業の革新に関する実証研究－アパレル専門店を事例として－〔学位論文 博士〕に基づいてまとめたものである。