

教 育 研 究 業 績

2026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 内 容 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しいため、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。

<p>④ 講義の最終回の反省会</p> <p>⑤ ミニレポートの活用</p>	<p>2023年4月</p> <p>2025年4月</p>	<p>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。</p> <p>毎回の授業終了時に、授業の感想、疑問点、質問などを記入するミニレポートを課し、それらを継続的に蓄積することで、学生の学習記録として活用している。これにより、学生の理解度や関心、疑問点を把握するとともに、学習内容の振り返りを促すことができる。</p>
<p>学生の主体的学びを促すための実践</p> <p>① 発言カードによるポイント制度</p> <p>② 逆転！学生教授フェス</p> <p>③ 企業研究発表会</p>	<p>2023年4月</p> <p>2023年4月</p> <p>2024年4月</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>コミュニケーション能力、協調性、問題解決能力の向上を図るため、第11回から第14回までの授業において企業研究発表会を実施した。本発表会では、学生がチーム単位で特定の企業を調査対象として選定し、授業で学んだ知識を活用しながら調査結果を分析したうえで、その成果を全員の前で発表する形式を採用した。また、発表会終了後にはアンケートを実施し、学生による評価結果を共有した。本取り組みを通じて、学生は他者</p>

④ ビジネスコンテストへの参加	2025年4月	と協働しながら考えを深める機会を得ることができた。 学生の実践的な学びを促進するため、ビジネスコンテストへの参加を授業活動に取り入れている。学生はチームで課題を発見し、マーケティングの知識を活用しながら企画案を作成し、発表を行う。教員は、企画の方向性や実現可能性等について助言を行い、学生が主体的に考え、他者と協働しながら課題解決に取り組む力を養うことを目指している。
⑤ 学会会議参加	2025年4月	3年生は卒業研究のテーマを検討し始める重要な時期にあたるため、教員が所属する学会の学会会議に3年生を引率して参加した。学会会議への参加は、学生が自らの研究関心を明確化し、今後の研究活動への意欲を高める機会となる。また、質疑応答や他大学の学生・研究者との交流を通じて、視野を広げ、学術的なコミュニケーション能力を養うことにもつながる。
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) 伝統的工芸品産業における産地組合が果たす情報仲介機能－有松・鳴海絞を事例として－〔投稿論文 査読付〕	単著	令和7年1月	FAB (第6号, 105-121頁)	本研究は、産地内の中小企業が直面する資源制約を克服するために設立された産地組合が、新製品や新技術の開発に必要な情報仲介機能をいかに果たしてきたのか、またその情報仲介機能が時代の変化に伴ってどのように変容し、その要因が何であるのかを明らかにすることを目的とする。有松・鳴海絞に関する文献史料を検討した結果、産地組合は設立初期において、新製品や新技術の開発に向けた情報の収集および提供に積極的に関与していたことが確認された。しかし近年では、その情報仲介機能の弱体化が進んでいる。産地組合関係者へのインタビュー調査の結果、その要因として、生産基盤の確保に向けた組合事業活動の方向転換、組合員が求める情報提供の不足、産地事業者間における競争意識の高まりが挙げられた。
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	令和6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に対する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いて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検討した。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、さらに QCA を経験的データに適用する際に用いられる代表的な適合性指標とその閾値の設定について説明した。最後に、QCA 応用研究の今後の発展可能性について考察を加えた。
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	平成31年1月	慶應義塾大学 (全248頁)	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、小売業態論および小売フォーマット論の視点から理論的・実証的に解明したものである。具体的には、マクロ的には業態革新の規定要因、すなわちアパレル専門店が革新的な小売業態の一つとして、なぜ中国において生成したのかを検討した。さらに、ミクロ的にはフォーマット革新の成果の規定

<p>小売業態研究の系譜〔研究報告書〕</p>	<p>単 著</p>	<p>平成27年6月</p>	<p>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)</p>	<p>要因、すなわち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が、企業の財務的成果および非財務的成果にどのような影響をもたらしたのかを分析した。</p> <p>小売業態の盛衰にみられる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」仮説を皮切りに、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という二つのアプローチが存在する。本研究は、これら二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、そこに残された課題を明らかにした。</p>
<p>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〕</p>	<p>単 著</p>	<p>平成27年3月</p>	<p>市場創造研究(第4号, 31-42頁)</p>	<p>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。</p>
<p>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〕</p>	<p>単 著</p>	<p>平成26年6月</p>	<p>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)</p>	<p>拙稿(2013)では、業態革新の源泉となる複数要因の相互作用と、経営者の能動的な役割という二つの課題が残された。本稿では、これら二つの課題を出発点とし、経営者要因も分析枠組みに組み入れたうえで再分析を行った。分析の結果、中国におけるアパレル専門店の生成は、環境要因間の相互作用、ならびに環境要因と経営者要因との相互作用によって引き起こされることが明らかになった。</p>
<p>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〕</p>	<p>単 著</p>	<p>平成25年6月</p>	<p>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</p>	<p>本研究は、中国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検討した。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と、各種歴史資料から得られたデータの定性的分析の結果、供給要因、消費者要因、競争的要因、政治的要因という四つの規定要因が、中国におけるアパレル専門店業態の生成に</p>

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	平成23年9月	値の創造と提供－（全14頁） 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）	大きな影響を与えていることが明らかになった。 本研究は、中国におけるアパレル専門店の成功企業として美特斯邦威を事例に取り上げ、同国においてアパレル専門店が成長してきた要因を、「専門店業態による新たな販売方法を採用すること」と、「専門店業態を導入した後も継続的に自己革新を行うこと」という二つの側面から検討した。事例研究の結果、新たな業態を導入した後におけるイノベーションのオープン化が、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。
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	平成22年3月	同志社大学（全86頁）	本研究は、従来の中国では十分に見られなかった中産階層の新たな生活様式、消費文化、消費価値観などに着目し、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應しようとするトヨタの戦略を事例として、中産階層を主たるターゲットとする製品戦略および販売戦略の策定・実施について検討した。加えて、トヨタが後発参入でありながら中国市場において後発優位を獲得した要因についても考察を加えた。
（その他） 書評：劉永華著『中国の服飾史入門——古代から近現代まで』	単 著	令和6年1月	FAB（第5号、246-249頁）	本書評は、劉永華著『中国の服飾史入門——古代から近現代まで』について論評した文章である。
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	平成31年3月	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。
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	平成26年4月	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。
The Source of Chinese Apparel Specialty Stores	単 著	平成24年6月	Innovation in a Global World,	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

Innovation			Royal Bank International Research Seminar (上海 交通大学)	態を事例として一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	平成24年5 月	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 態を事例として一についてまとめたものである。
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	平成23年5 月	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。