

2010年3月4日

青山学院大学大学院国際マネジメント研究科と東京急行電鉄が産学連携

マーケティングのプロジェクト演習科目を2010年4月に開講

青山学院大学大学院国際マネジメント研究科
(青山ビジネススクール)
東京急行電鉄株式会社

青山学院大学大学院国際マネジメント研究科(キャンパス：東京都渋谷区、研究科長：高橋文郎教授、通称：青山ビジネススクール、以下「ABS」)は、東京急行電鉄株式会社(本社：東京都渋谷区、取締役社長：越村敏昭、以下「東急電鉄」)リテール事業本部と産学連携し、マーケティングのプロジェクト演習科目「マーケティング・プランニング・プロジェクト」を2010年4月に開講します。

ABSは、MBAコースのカリキュラムの中で経営理論を実践に生かすための「体験的学習プロジェクト」という演習科目を設け、MBAコースの修了要件と位置づけています。これまで、経営戦略やファイナンス・ITなど多角的な領域で7科目がありますが、マーケティング領域でも開講することになりました。

今回開講する科目「マーケティング・プランニング・プロジェクト」は、その開講初年度の対象として東急グループの代表的な商業施設である「SHIBUYA109」について、営業戦略やデベロッパービジネスについて、マーケティング視点・マネジメント視点からケース研究を行い、最終的にはフィールド調査や営業戦略などの分析結果や課題と対策について、ABS学生が経営幹部層に報告提案するものです。

東急グループは、ABS学生の研究・提案により、商業施設運営における市場や競合の変化への対応事例や改革事例を総括し、知識資産化と知識移転を図るとともに、今後の状況変化にいち早く対応し失敗を未然に防ぐ効果や、課題から改革への転換に向けた運営のシナリオを導き出すことを目指します。

東急電鉄は、渋谷・青山をメインキャンパスとする青山学院大学と連携する機会を通じて、地域と連続性のある活動に取り組み、次世代に向けた人材育成に貢献します。またこの活動を企業と大学相互だけではなく、地域や街の活性化にもつなげていきます。

カリキュラムの詳細とABSおよび「SHIBUYA109」概要は次頁以降の通りです。

1. カリキュラムの詳細

ABSにおけるMBAコースの修了要件に位置づけられる「体験的学習プロジェクト」には、これまで経営戦略領域の「マネジメントゲーム」や「ビジネスプランニング」、ファイナンス領域の「ファンド・マネジメント・シミュレーション」、IT領域の「インターネット・ビジネス・プロジェクト」など7科目が開設され、教育成果をあげております。

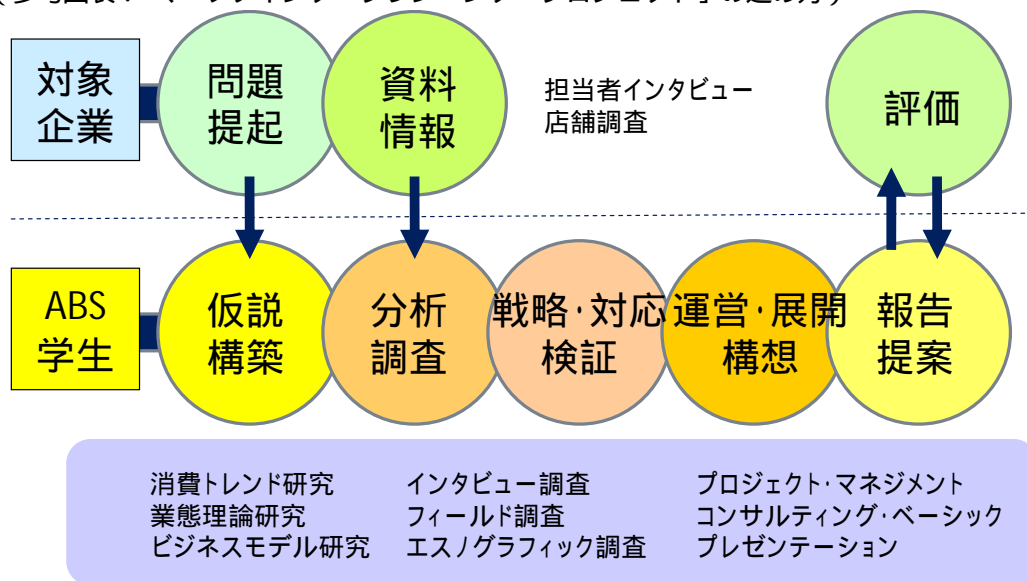
2010年度からマーケティング領域として新たに開講される科目「マーケティング・プランニング・プロジェクト」は、顧客、製品、ブランド、チャンネル、コミュニケーションなどのマーケティング要素全般について、企業の課題と消費者のニーズを捉えた事例研究を行い、実際の企業に向けてその活動の改革につながる提案を行うものとして科目開発されました。

開講初年度となる2010年度は、上記の観点に基づく事例研究として、東急電鉄リテール事業本部と産学連携を組み、東急グループの代表的な商業施設である「SHIBUYA109」を対象として、その営業戦略やデベロッパービジネスについて、マーケティング視点・マネジメント視点からケース研究を行うものであり、ABS学生は消費者・競合などフィールド調査、営業戦略分析、運営の成果と課題の検証などを行い、今後の対応方向も含め経営幹部層に報告提案します。

対象となる学生は、最終学年次生（主に2年次学生）で、数名単位のグループを編成します。科目期間は通年で、春学期（4月 - 7月）に、消費トレンド・業態動向・デベロッパービジネスなどを研究した上で、研究対象となる「SHIBUYA109」のマーケティング戦略、施設運営の成果と課題について仮説を構築して自主的に研究計画を立案します。そして秋学期（9 - 翌年1月）に、上記研究計画に基づき、実際に店舗フィールド調査やマーケティングエスノグラフィック調査などを通じて仮説を検証し、さらに運営手法や市場対応を分析して、今後の運営シナリオや展開構想を構築する流れでプロジェクトを進めていく予定です。

ABS学生は本カリキュラムを通じて、マーケティング分析・ケース研究能力、調査分析業務を設計・実施し、分析・研究する能力、コンサルティング・プランニング能力、グループメンバー協同でのプロジェクト遂行能力などを養成していきます。

（参考図表：「マーケティング・プランニング・プロジェクト」の進め方）



2. ABS (青山ビジネススクール) 概要

ABSは、1990年に国内私学初の夜間大学院として発足した夜間大学院国際ビジネス専攻を前身とし、文部科学省の「専門大学設置基準」の制定に伴い、2001年に専門大学院国際マネジメント専攻として大学院として独立しました。

さらに2003年には「専門職大学院設置基準」制定により、専門職大学院国際マネジメント専攻に改組して現在に至っています。

MBAプログラムでは、「自ら考え、分析し、意思決定の行える経営プロフェッショナル」を育成する教育プログラムを開発しています。特に「体験的学習プロジェクト」は、修学期間の総まとめの科目で、それまで学んだ知識の統合やグループワークが要求される実践的学習の場で、ABSの特徴を最も発揮し、独自性のある科目として位置づけられています。

以上のような歴史と授業内容の特徴を持つABSは、日本におけるビジネススクールの草分けとして、1,200人以上のMBAホルダーを世に送り出しており、修了生は実業界のさまざまな分野で活躍しています。

MBAプログラム

主に平日昼間履修の「FULL-TIMEプログラム」と企業等組織に勤務する職業人を対象にした平日夜間と土曜日履修の「FLEX-TIMEプログラム」と、職業経験15年以上の経営幹部候補者を対象とする「EMBAプログラム」(指定企業推薦)により構成されています。

博士課程

博士課程として「Ph.Dプログラム」と「DBAプログラム」を備えています。

主な学生データ

- ・全在籍者数 = 249人
- ・男女比率 = 男性71% : 女性29%
- ・平均年齢 = 33.8歳(2009年度入学生)
- ・働きながら学ぶ学生の割合 = 83.9%

その他詳細はABSのHPをご覧ください。

<http://www.aoyamabs.jp/>

3. SHIBUYA109 概要

「SHIBUYA109」は、ヤングファッショントレンドを発信する店舗として高い評価を得ており、世界各地から注目を浴びている商業施設です。また「SHIBUYA109」ブランドの事業展開として「SHIBUYA109DREAMS」や「109MEN'S」を全国主要都市の商業施設へ出店しています。

「SHIBUYA109」は、東急グループのリテール関連事業の中核を担う商業施設運営業を営む2つの会社の統合により2006年4月に発足した、東急電鉄の100%子会社である株式会社東急モールズ開発(本社：東京都渋谷区、取締役社長：越智武臣)が運営しています。同社は、都心型のヤングファッションビル、東京郊外の洗練されたショッピングセンターおよび地方中核都市ではファッションをリードするショッピングモールなど、多様な形態の施設をきめ細かく運営するほか、プロパティマネジメント事業として、東急田園都市線沿線のショッピングセンター(「たまプラーザ テラス」、「青葉台東急スクエア」、「グランベリーモール」など)を運営し、事業のノウハウを蓄積しています。

運営会社名	株式会社東急モールズ開発
所在地	〒150 - 0043 東京都渋谷区道玄坂2 - 29 - 1 TEL(03)3477 - 5109 (代表) http://www.shibuya109.jp/
開業年月日	1979年4月28日
営業面積	10,220㎡
テナント数	121



SHIBUYA109外観

以上