

物流におけるサービス品質向上の 地域性と国際性

— ショッピングセンター事例とネット通販事例 —

2022年 **3** 月 **12** 日 **土** **14:00**～**16:10**

Zoom
開催

無料

定員制限
なし

受講方法

以下の Zoom ミーティングの ID とパスコードを入力していただくか、QR コードからお入りください。

Zoom ミーティング

ID: 962 3836 5394

パスコード: hago



Zoom の
入室開始時間は

13:30

※講演会の録音・録画は固くお断りいたします。

お問合せ

羽衣国際大学 「産業経営講演会」係

TEL. 072-265-7145

shakoza@hagoromo.ac.jp

学術情報・地域連携センター [月曜-金曜 09:00～17:00]

〈講演1〉

ショッピングセンターに おけるホスピタリティとは

講師 **上山 英樹** (うえやま ひでき)

株式会社南海リサーチ&アクト
コンサルタント, 羽衣国際大学
「プロジェクト演習」講師

〈講演2〉

ネット通販ビジネスにおける サービス品質向上とは — アリババ社の取組 —

講師 **孔 令建** (こう れいけん)

常州機電職業技術学院・経済管理學院(中国) 専任講師, 羽衣国際大学
産業経営研究所客員研究員

物流におけるサービス品質向上の地域性と国際性

— ショッピングセンター事例とネット通販事例 —

講演概要

<講演1>

ショッピングセンターにおけるホスピタリティとは

講師 上山 英樹 (うえやま ひでき)

株式会社南海リサーチ&アクト コンサルタント
羽衣国際大学「プロジェクト演習」講師

我が国におけるショッピングセンター（SC）数は約3,200であり、新型コロナウイルス感染拡大に伴うまん延防止等重点措置や緊急事態宣言発出による休業・時短営業により、売上は大きな影響を受けたものの、SC年間総売上高は約25兆円（2020）と小売業の中で確固たる位置を占めるとともに、大規模災害時のインフラ支援拠点役割など地域社会にとって欠かせない存在となっています。

また、近年ではEC市場拡大に伴い新たな消費スタイルの拡大、定着によるリアルな店舗の存在意義が問われる時代となり、少子高齢化の流れも合わせ、いかにお客様にSCへの来館を促進するかが大きな課題となっています。

本講演では、SCにおけるホスピタリティとして、店舗の充実度以外に、来館されるお客様が快適かつ安全・安心に過ごすことができる環境づくり（顧客満足、カスタマーサティスファクション）の事例や、SCで働く従業員に対しての持続可能な職場環境づくり（従業員満足、エンプロイヤーサティスファクション）の事例を紹介いたします。

コロナ禍の影響で、お客様の消費や生活スタイルが急速に変化するなか、SDGs（持続可能な開発目標）の観点からも地域社会におけるSCの役割について考えていきます。

<講演2>

ネット通販ビジネスにおけるサービス品質向上とは

— アリババ社の取組 —

講師 孔 令建 (こう れいけん)

常州機電職業技術学院・経済管理学院(中国) 専任講師
羽衣国際大学産業経営研究所 客員研究員

近年、中国におけるネット通販ビジネスは目覚ましい成長を遂げています。ネットショッピング市場の急成長に伴い、オンラインサービス品質に対する消費者の要求も高まっています。本講演では、中国のネット通販企業がサービス品質向上のためにどのような取組を行ってきたのかを紹介し、今後の展望についてもお話しいたします。

今から約20年前、中国にネット通販ビジネスが導入された当初、ネットショッピングサービスの要である「信用」「配送スピード」「支払い方法」のいずれにも大きな欠陥があり、どの企業も「信用の欠如」「物流の遅延」「支払い方法の不便さ」を解決する策を模索していました。中国最大のネット通販企業となったアリババ社はこの3つの問題をどのように解決したのでしょうか。例えば、アリババ社が開発したサービスの一つに「菜鳥驛站（ツアイニャオ・イツアン）」があります。日本でも最近見かけるようになった宅配便受取ロッカーサービスです。このサービスは商品の受取場所に柔軟性をもたらしました。

さらなるネット通販のサービス品質の向上を図るためには今後どのサービスの改善を優先すべきでしょうか。また、優先順位を決める基準は何なのでしょう。中国にとどまらず、グローバルなネット通販サービス向上の方向性について分析したいと思います。