

講義名	流通企業経営論				
担当教員	新 雅史				
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 2時限		授業形態	講義	
履修開始年次	2年生	単位数	2	備考	
主題と概要					
流通は、都市構造や交通システム、消費者の生活意識など、社会環境に大きく左右される産業である。こうした絶え間ない環境変化にあわせて、流通企業は生き残りをかけて業態を更新してきた。本講義では、食構造、グローバル化、情報化といった幾つかの軸を立てて、流通企業の行動や戦略を、日本社会の変容とあわせてつづつ考える。また、海外の流通企業の活動についても積極的に触れる。					

教科書				
.使用しない.				
プリント資料及び参考文献				
講義連絡を通じて資料を配付します。 基本的な参考文献は以下の通り。それ以外も適宜紹介します。 矢作敏行、1996『現代流通 理論とケースで学ぶ』有斐閣 矢作敏行編、2011『日本の優秀小売業の威力』日本経済新聞社 など				
授業計画				
第1回：ガイダンス―流通企業経営論の意義 第2回：卸売業と小売業の現況 第3回：メーカーによる流通支配／流通系列化：家化紙品業界を事例に学ぶ 第4回：メーカーによる流通支配への対抗：量販店を事例に学ぶ 第5回：生鮮品の流通構造の変化：スーパーマーケットを事例に学ぶ 第6回：メーカー主導型流通企業の展開：自動車業界を事例に学ぶ 第7回：メーカー主導型流通企業の展開：自動車業界を事例に学ぶ 第8回：郊外部における流通企業の展開：ファミリーレストランを事例に学ぶ 第9回：日本型コンビニエンスストアはいかに生まれたか 第10回：小売業の国際化：ウォルマートはいかに小売業の巨人になったか 第11回：文化商品を取り扱う流通企業：TSUTAYAと蔦屋書店 第12回：食消費の構造変容と小売業：オイシックスなどの事例から考える 第13回：製造・卸売・小売の統合：ユニクロの事例から考える 第14回：情報化社会における流通：楽天の事例から考える 第15回：まとめ				
授業形態（アクティブ・ラーニング）				
○	ア：PBL（課題解決型学習）		イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）	
	ウ：ディスカッション、ディベート		エ：グループワーク	
	オ：プレゼンテーション		カ：実習、フィールドワーク	
	キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）			
準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間				
予習：自回のテーマに沿った資料の収集（2時間） 復習：「授業で新たに気付いたこと」の整理と関連文献の渉猟（2時間） 特に復習に力を入れてください。				
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連				
マーケティングや流通業界の動向を踏まえながら、流通企業がいかにマーケティングやブランド戦略をおこなっているかを、具体的に学修できる。 ライフスタイルの変化にともなう消費者ニーズの多様化に対して、先進的な流通企業がいかなるマーケティング活動やブランド構築を展開したかを具体的に理解し、変容する社会環境のなかで自組織の強みをリデザインをもって消費者に訴求できる能力を身につけることができる。				
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述				
レスポンのアンケート機能をもちいるなど双方向性をもった授業を予定している				
実務経験の有無及び活用				
備考				
新型コロナウイルス感染症の拡大次第でオンデマンド講義への変更がありうる				