

|  |            |      |    |
|--|------------|------|----|
| 講義名  | 小売業態論      |      |    |
| 担当教員   | 田中 康仁      |      |    |
| 開講期・曜日・時限  | 後期 木曜日 1時限 | 授業形態 | 講義 |
| 履修開始年次   | 2年生        | 単位数  | 2  |
| <b>主題と概要</b><br>小売業態論では、我々の最も身近な流通の世界を細かく観察し、それらを整理し、一つの枠組みで理解できることを目指す。<br>まず、小売業の新しいタイプを取り上げて、それぞれがどのような特徴をもち、どのようにして誕生してきたのか、今日までどのように進化してきたのかを学ぶ。次に、小売業は消費者との接点からだけではなく、川上の卸売業はもちろん、情報や物流技術の発展によって変えられていることを理解してもらう。 |            |      |    |
| <b>到達目標</b><br>(1)さまざまなタイプの小売業の特徴を理解する。<br>(2)小売業を支える仕組みの変化を理解する。  |            |      |    |
| <b>提出課題</b><br>授業の理解度を確認する課題レポートを課す。   |            |      |    |
| <b>課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック</b><br>講義内において、前回のレポートのフィードバック（講評と解説）を行う。   |            |      |    |
| <b>評価の基準</b><br>毎回の講義の最後に理解度を確認する小レポートを課す：50%<br>期末レポート：50%  |            |      |    |
| <b>履修にあたっての注意・助言他</b><br>私語厳禁<br>この講義は、教科書の内容に沿ってパワーポイントを用いて行う。講義中に直接、教科書を参照するような指示は特に行わないが、講義は受講者各自が教科書を読むことを前提に進める。予習・復習を含めて自主学習をしっかりと行いつつ講義に臨むこと。<br>講義の進め方やルール・評価方法に関する詳細の説明・確認は初回の授業を行う。                            |            |      |    |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <b>教科書</b><br>・1からの流通システム、 崔相讓・岸本剛也 碩学会 2400 ISBN978-4-502-26191-6   |  |  |  |  |
| <b>プリント資料及び参考文献</b><br>適宜、配布および紹介する。<br>参考文献<br>石井淳義『日本企業のマーケティング行動』日本経済新聞社、1984年<br>石原武政『商業組織の内部編成』日経書房、2000年<br>石原武政・佐竹敦行編『日本の流通100年』日本経済新聞社、2004年<br>大阪市立大学商学部編『ビジネス・エッセンシャルズ 流通』有斐閣、2002年<br>原田英夫・向山雅夫・渡辺理郎『ベータ流通と商業』有斐閣、2002年 |  |  |  |  |
| <b>授業計画</b><br>1 ガイダンス、日本における小売業態の生成と進化<br>2 商業概論<br>3 呉服系百貨店<br>4 鉄道系百貨店<br>5 総合スーパー<br>6 食品スーパー<br>7 コンビニエンスストア<br>8 均一価格店<br>9 ドラッグストア<br>10 総合ディスカウントストア<br>11 家電量販店<br>12 紳士服量販店<br>13 家具専門店<br>14 衣料専門店<br>15 オンラインモール       |  |  |  |  |
| <b>授業形態（アクティブ・ラーニング）</b><br>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）<br>ウ：ディスカッション、ディベート エ：グループワーク<br>オ：プレゼンテーション カ：実習、フィールドワーク<br>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）   |  |  |  |  |
| <b>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</b><br>* 自由に指定するテキストの範囲を熟読し、要点をまとめておくこと：各2時間×15回＝30時間<br>* 各回の講義内容の復習：各15時間×15回＝15時間<br>* 期末レポートの作成：15時間<br>合計 60時間   |  |  |  |  |
| <b>卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連</b><br>到達目標(1)、(2)を達成することでマーケティング学科のディプロマ・ポリシーに示す流通業界の動向や関連を理解するための基礎知識を身につけることができる。特に、小売業界に関する問題探索に役立つことができる。   |  |  |  |  |
| <b>双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述</b>  |  |  |  |  |
| <b>実務経験の有無及び活用</b>   |  |  |  |  |
| <b>備考</b>  |  |  |  |  |