

講義名	オ)会社法（経済学部+マーケティング学科）		
担当教員	藤井 啓吾		
開講期・曜日・時限	前期 木曜日 1時限	授業形態	講義
履修開始年次	3年生	単位数	2
		備考	

主題と概要 経済活動の中心的な担い手である株式会社の組織と活動を法的側面から理解し、健全な企業運営を実現するためのポイントを獲得することを目指す。株式会社をめぐる3つの主要な利害対立関係、すなわち、株主 vs 会社債権者、支配株主 vs 少数株主、株主 vs 経営者、を中心に、それらの利害対立関係が、法律上どのように調整されるのかを、株式会社制度の基本に照らして明らかにしていく。

到達目標 次のような点について、具体的な会社運営の実態に即して理解し、簡潔に説明できるようになる。 株式会社の自働的役割と相互の関係、「所有と経営の分離」とは、株式会社をめぐる関係者の利害対立の構造と、会社法の規定による利害の調整のしくみ、これらの点が、公開会社と非公開会社とでどのように異なるか
提出課題 各回(原則)の授業において提示する課題に対するオンラインでの答案の提出を求める。各回の講義内容を復習しつつ課題の答案を作成し、指定された締め切りまでに答案を提出すること。また、複数回の授業のまとめのための課題の答案(レポート)の提出を求める場合もあるが、その場合も同様である。

課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバック 課題提出を締め切った後、課題に対する解答の結論、答案をまとめる上でのヒント、提出された答案に対する講評などをまとめたものをRYUKA Portal の「講義連絡」に掲載するが、または授業内やオンライン教材を通じて適宜解説する。

評価の基準 教室を使った定期試験は実施しない。評価は、課題に対する答案、授業に関する質問などの内容や提出状況を総合的に評価して行う。合格最低ラインは絶対評価とし、この科目で習得すべきと考えられる最低限の内容すら習得しえていないと判断される者は不合格とする。合格者内の評価は原則として相対評価とし、受講者全体の GP の平均値が概ね 2.0 となるように評価する。

履修にあたっての注意・助言他 ・この科目は、対面授業と並行して開講している。オンデマンド授業は、対面授業実施後に、対面授業の内容を収録したものをオンデマンド配信することになるので、それを振り込んだ履修計画を立てること。 ・毎回の授業の運営方法については、送られるメールやRYUKA Portal の「講義連絡」をよく読んで、必要な準備を行った上で授業に臨むこと。 ・課題の答案は、必ず授業を聴講した上で作成し、〆切りまでに必ず提出すること。 ・複数回の授業のまとめのための課題の答案(レポート)の提出を求めたにもかかわらず、答案の提出がない場合は、この科目の履修を放棄したものと判断することがあるので注意すること。

教科書 ・使用しない。					

プリント資料及び参考文献 必要な資料は講義連絡を通じて配布する。参考文献は、必要に応じて授業の中で案内する。

授業計画 1 はじめに。会社とは何か、会社の種類 2 さまざまな株式会社とその仕組み。個人事業から会社の設立へ 3 さまざまな株式会社とその仕組み。株式会社制度の基本 4 株式会社の設立 5 株式会社をめぐる関係者間の利害の対立 6 株主対債権者。株主の権利、株主の義務と責任 7 株主対債権者。剰余金の分配可能額 8 支配株主対少数株主。株主総会とはどんな機関か 9 支配株主対少数株主。株主総会の議決方法と支配株主 10 株主対経営者。上場会社と非上場会社、公開会社と非公開会社 11 株主対経営者。取締役とは。株式会社における意思決定権限の分配 12 株主対経営者。取締役の善管注意義務・忠実義務 13 株主対経営者。取締役の業務執行の監督 14 株主対経営者。取締役と会社との利益相反・競業 15 まとめ。株式会社をめぐる関係者間の利害対立とその調整

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: 事前の課題への回答を求めた場合は、〆切りまでに回答すること。 復習: 授業の中で取り上げた課題につき答案を作成すること。 予習・復習に対する時間配分は、1回の授業につき、平均して予習1時間、復習3時間を目処とすること。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連 会社法は、企業マネジメントの主体である会社企業が、どのような仕組みによって成り立っているのか、それをどのように運営しなければならないかを規定した法律です。マーケティング学科においては、企業環境をマーケティングの視点で捉え、現状を改善する努力を継続することができる学生を育てることを目指していますが、会社法を学ぶことは、そのような環境に身を置く会社企業の仕組みを知る上で重要で、さらにわが国における基本的な法律の一つである「会社法」を学ぶことは、高等学校「商業」の教職免許を取得する上では、非常に重要な科目と考えることができます。なお、各コースの卒業認定・学位授与の方針とこの科目の到達目標との関係については詳しくは、添付資料を参照してください。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述 答案の提出や授業内容についての質問にあたっては、原則としてGoogle Forms を利用する。また、予習した内容の確認などを目的としてrespon を利用する場合もある。

実務経験の有無及び活用 実務経験あり。金融機関の法務担当者として、株主総会運営、商標登記などの会社法務関連実務、訴訟対応、その他企業法務全般に携わった経験を活用し、企業力バナンスに関する実践的な法律知識を身につけることができるような授業を実施する。
備考