

講義名	ミクロ経済学			授業形態	
担当教員	仲間 瑞樹	開講期・曜日・時間	後期 金曜日 3 時限		
		単位数	2	履修開始年次	1 年生

主題と概要

流通科学大学の「流通」には、どんな意味が込められているか知っていますか？本学は、商品やサービス、情報などを産み出し提供する生産者・提供者と、それらを求める生活者・消費者（みなさんもその一人です）との関わりを、広く「流通」とらえています。さらに本学は、どんなに素晴らしい（と生産者が考える）商品やサービス、情報が産み出されても、それが生活者の「ほしい」に応えるものでなかったり、生活者のもとに届けられる仕組みがなければ、せっかくの商品やサービス、情報も、生活者にとっては存在しないのと同じです。と説明しています。このような本学の「流通」という言葉の強みこそ、ミクロ経済学で学ぶことのすべてといって言い過ぎではありません。

この講義では、まず、商品やサービス、情報などを産み出す生産者・提供者と、それらを求める生活者・消費者をつなぐ場としての「市場」そして「価格」の働きを学びます。次に、商品やサービス、情報などを産み出す生産者・提供者は、どのようなことを目標にして商品やサービス、情報を産み出すのか？商品やサービス、情報を求める生活者・消費者は、どのようなことを考えて商品やサービス、情報を購入するのか？生産者、生活者の経済行動について学びます。さらに、せっかくの商品やサービス、情報が、生活者のもとにうまく行き届かない理由について学びます。

「生活者がほしいと考える商品やサービス、情報、さらには体験や感動などが、生活者がほしいと感じるときに、ほしただけ届けられるために、これまでどのようなことが考えられ、実践されてきたのか、今後それはどのように変わってゆくの？」これを追求することを本学は「流通」を科学すると説明しています。ミクロ経済学も「市場の動き」そして「価格メカニズム」の両者を通じて、「流通」を科学することを目標としています。

到達目標

- (1) 商品やサービス、情報を介して、生産者と消費者をつなぐ場である「市場」と「価格」の働きを理解できるようになる
- (2) 商品やサービス、情報を産み出し提供する生産者、商品やサービス、情報を求める消費者が、どのようなことを目標にして商品やサービス、情報を生産し、購入しているのかを説明できる
- (3) 商品やサービス、情報が生産者から消費者にうまく行き届かない理由、背景を理解し、その解決策を考えられるようになる

提出課題

RYUKA Portalのレポート課題を通じて、講義内容に基づく練習問題を随時（講義3回につき1回の課題としての練習問題、合計5回の課題。）課す。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

RYUKA Portalを通じて、レポート課題の解答例を受講生の皆さんに送信します。

評価の基準

レポート課題の提出（25%）
定期試験（75%）

履修にあたっての注意・助言他

毎回の講義を大切に、講義内で講義が理解できた実感して、各講義の受講を終えましょう。講義では教科書の内容に加え、これだけは押さえないとビッグモ講義してゆきます。

ミクロ経済学は、私たちの実生活や企業の経済活動に結びつく話題を扱っていますが、他の科目に比べて、それが見えにくい科目の1つがもしありません。そのため苦手と感じることが多い科目がもしありません。教科書以外では、参考書として紹介した安藤至大著「ミクロ経済学の第一歩」有斐閣も、分かりやすく説明された本です。もう少し勉強したいという場合、この本を一語試してみてください。この講義では、できるだけわかりやすく、できるだけ私たちの実生活、企業の経済活動との結びつきを意識しながら、さまざまな話題を説明します。講義内での説明を聞いて、その説明がわかると実感できたら、その回の講義は卒業と自信をもってください。

教科書

.ミクロ経済学入門の入門.	坂井豊貴	岩波書店	880	9784004316572
---------------	------	------	-----	---------------

参考図書

.ミクロ経済学の第一歩 新版.	安藤至大	有斐閣		9784641150850
.クルーグマン ミクロ経済学 第2版.	ポール・クルーグマン ロビン・ウェルス	東洋経済新報社		9784492314821

その他

毎回の講義で扱う講義ノート、講義スライドはRYUKA Portalで送信します。予習、講義、復習で講義ノート、講義スライドが必要となりますので、受講生の皆さんは講義ノート、講義スライドを必ずダウンロードするなどしてください。

授業計画

- 1 ミクロ経済学とは？ミクロ経済学の考え方に慣れる
- 2 市場の役割は？需要曲線と供給曲線
- 3 市場の役割は？市場と政府の政策、消費者余剰・生産者余剰・総余剰
- 4 市場の役割は？誰が税金を負担する？生産量削減の影響
- 5 どのように消費者は行動する？ 効用・無差別曲線 予算制約線
- 6 どのように消費者は行動する？ 効用の最大化 予算変化と商品の購入
- 7 どのように消費者は行動する？ 商品の価格の変化と商品の購入、商品の性質
- 8 どのように生産者は行動する？ 生産者の生産活動、費用の捉え方
- 9 どのように生産者は行動する？ 利潤の最大化が意味すること
- 10 どのように生産者は行動する？ 独占とその解決方法
- 11 市場が完全に機能しないとき 寡占の場合
- 12 市場が完全に機能しないとき 寡占の場合
- 13 市場が完全に機能しないとき 外部性が生じるとき
- 14 市場が完全に機能しないとき 公共財があるとき 不確実性があるとき
- 15 市場が完全に機能しないとき 経済格差問題にどのように向き合う？

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

RYUKA Portalから送信される講義ノートを予習。教科書の内容確認（1.5時間程度）
講義で利用した講義スライド及び講義ノート（RYUKA Portalで送信されたもの）で講義内容を復習。教科書の内容確認（1.5時間程度）
講義ノートに記載されている練習問題、レポート課題の練習問題に取り組む（1時間程度）

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

この講義は、流通科学大学の学生が卒業時に共通して身につけておくべき資質・能力のうち、特に「知識を応用して転換することができる、論理的思考力を持った人材」との結びつきが強いです。講義で扱うさまざまなトピックを通じて、特に「課題や事業のなかに隠れている問題点やその要因を特定し、解決すべき問題を設定することができる（課題発見力）」、「さまざまな条件・制約を考慮して、解決策を吟味・選択し、課題の解決に向けた道筋や段取りを明らかにした上で、具体化することができる（構想力）」を養うことを目標としています。さらに受講生の皆さんが、将来のビジネスパーソンであるという点から、この講義を眺めるならば、講義はビジネス、ビジネス上の課題になるかと思えます。「ネアカ のびのび」へこれれず、の精神をもって、気を楽しんで、何とかしよう、何とかする気持で、この講義に参加してみてください。

なお経済学科の共通ディプロマ・ポリシーには「現代社会の諸問題を幅広い観点から考察し、課題を提案することができる」「経済情報学系の共通ディプロマ・ポリシーには「経済にまつわる情報を分析し、活用することができる」と記されています。この講義を通じて受講生が、現代社会の諸問題、経済にまつわる情報をミクロ経済学の考え方を利用して把握し、課題を提案する力が得られることを目標としています。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

responを利用する場合があります。そのときは事前に、respon利用について案内をします。

実務経験の有無及び活用

該当なし

備考

特になし