

講義名	流通企業経営論				授業形態	
担当教員	新 雅史	開講期・曜日・時限	後期 火曜日 2時限			
		単位数	2	履修開始年次	2年生	ナンバリング
主題と概要						
【対面授業・オンライン共通】 流通は、都市構造、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す。そして流通企業も、こうした社会環境の変化にあわせて、生き残りをかけて業態を更新してきました。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つつ考えます。また、海外の流通企業の活動についても適宜触れていきます。						
到達目標						
【対面授業・オンライン共通】 (1)流通企業の事例を通じて流通業界及び関連業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけることができるようになる。 (2)流通企業の事例を学ぶことで流通固有の性質に起因するマネジメントやマーケティング上の課題を理解し、これからの流通業界の状況を構想する力を身につけることができるようになる。 (3)国際化・情報化・高齢化といった現代社会の変容に対する流通企業の先進事例を通じて、今後の社会変化に対して柔軟に対応する力を身につけることができるようになる。 (4)流通企業のマネジメントやマーケティングの概念や理論についての理解をベースに、社会システムのなかの流通企業の役割について深い関心を持つことができるようになる。						
提出課題						
【対面授業・オンライン共通】 レスポンス上の課題および期末レポート（もしくは期末試験）						
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						
【対面授業・オンライン共通】 各回で課すレスポンス上の課題については、講義中に総括、講評をおこないます。						
評価の基準						
【対面授業・オンライン共通】 各回で課すレスポンスの提出を50%、期末レポート（もしくは期末試験）を50%にて、学習の到達度を評価します。レスポンスの内容がとくに優れている場合は、加点をおこないます。						
履修にあたっての注意・助言他						
【対面授業・オンライン共通】 流通企業の経営に関する事例について、事前に調べておくこと。例えば、流通企業の経営者を取り上げたニュースや書籍を読んでおくといでしょう。						
教科書						
.使用しない。						
参考図書						

その他			
【対面授業・オンライン共通】 講義連絡を通し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底力』日本経済新聞社 など			
授業計画			
【対面授業・オンライン共通】 第1回：ガイダンスー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：食化製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①：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②：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：消費者の構造変容と小売業：オア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）			
○	A：PBL（課題解決型学習）		I：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）
	U：ディスカッション、ディベート		E：グループワーク
	O：プレゼンテーション		K：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			
【対面授業・オンライン共通】 予習：各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			
【対面授業・オンライン共通】 ①マーケティングや流通業界の動向を踏まえながら、流通企業がいかにか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。 ②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ーダーシップ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			
【対面授業・オンライン共通】 レスポンスのアンケート機能を持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、あるいは授業の状況によりシラバス修正の可能性あります。			