

科目	流通論	担当	傍嶋 則之	履修学年	2年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	選択	単位数	2単位

【授業目標・到達目標】

戦後の流通産業の構造変化を踏まえ、70年代の「流通革命」に始まる戦後の流通業の進展過程を歴史的に跡づける。そして、小売業では百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、ディスカウントストアなど各業態の特徴を明らかにする。さらに、総合商社、専門商社、卸売業(日用雑貨、食品、衣料品など)の業界特性についてみる。一方的な講義に終わることなく、グループ・ディスカッションを取り入れ、学生どうしで意見交換を行う機会を設け、様々な人の考えに触れながら、できるだけ具体的な事例をまじえながら、わかりやすく解説する。

【履修注意】

1. 皆さんは「MUJI」「ユニクロ」等ファストファッションに代表されるように小売業が製造まで手掛ける様子を目の当たりにしている。世界生産体制と流通に着目する。
2. 授業中の私語やスマホの使用は厳禁。
3. マーケティングコースのコース必修科目である。

【評価方法】

1. 出席と受講態度を重視する。中間・定期試験の結果は平均し、定期試験を優先し成績評価
2. 授業中に必要に応じて理解度の小テストを行う(※適宜「販売士3級」の資格取得に向けて小テストを行う)

【試験について】

ノート持込可、文章の完成、用語の説明問題等を中心に主題

再試験対象者の条件:出席条件や受講態度を前提に中間まとめ・定期試験を受験し平均30点以上の受講生

【予習・復習】

学修時間は1単位45分が文部科学省指針です。1単位科目は90分の講義に対して45分、2単位科目は90分の講義に対して90分の自宅学習(予習、復習)が必要です。

【教科書】

パワーポイント教材で対応

【参考書】

教科書 特に指定しない 参考書 講義内で参考文献を適宜支持する「流通論」(現代商学全集)(中央経済社)江尻弘、「流通」(大月書店、2000年刊)青木、斎藤、青山著、「流通論」(同文館出版)村松幸廣

【その他の注意事項】

【授業計画・内容】

回数	項目	内容
1	流通の基本と流通業の概略	ウォルマートの事例を紹介
2	流通革命と主要業態店の変遷	百貨店・スーパー・一般小売店・コンビニ等の発展の歴史
3	流通業界変革による最新勢力図	イオンvsセブン&アイ、高島屋vs伊勢丹
4	製造業の流通戦略	キャノンのSCM、エリアマーケティング
5	卸売業の役割とその変遷	菱食・国分のリテールサポート
6	小売業の役割と流通戦略	チェーン形態の違い、バイイングパワー
7	流通業態別の動向	百貨店・スーパーから駅ナカ・100円均一
8	中間まとめ	前半講義の理解度確認
9	流通ネットワークの目覚ましい進化	POS・EOSの活用とICタグの活用まで
10	高度化した流通システムを支える物流	阪急オアシス・フレッシュエール
11	業界別の流通事情	野菜・果物・魚介類、加工食品等の具体的事情
12	消費市場に大変革が起きている	単身・高齢所帯増えつつある特殊市場の流通
13	日本的商慣行について	建値制度・リベート制・返品制度について
14	流通業界を取巻く最新事業	アマゾン・アスクル等通販サイト隆盛による流通
15	流通に関わる「法律」	流通政策について
16	期末試験	15コマの復習・確認・総まとめ