

科目名	流通原理			
授業形態	講義	学年	2	
開講時期	2021年度 後期	単位数	2	
担当教員	八木橋 彰			
内容および計画	<p>流通とは、生産から消費の間に存在する隔たりを埋める活動である。この隔たりを埋める活動を行っているのは、生産者、卸売業、小売業であり、我々消費者はこれらの企業を通じて商品を購入している。そのため、効率的・効果的に商品を流通させるためには、これらの企業間において協調的な関係が構築されることで初めて可能になる。それと同時に、近年では、情報化や国際化などの社会環境、消費構造が急速に変化しているため、個別の企業の枠を超えて流通全体としてこれらの変化に対応しなければならない。しかし、互いの考えが同じであるということは極めて少なく、摩擦が生じることも珍しくない。</p> <p>以上を踏まえて、この科目では、生産から消費に至るまでの流通に焦点を当て、生産者、卸売業、小売業が流通の中で担う役割や直面している課題、さらには周囲の生活環境との関係について考察していく。</p>			
1	授業の進め方、流通とは			
2	流通機能			
3	卸売業の発展と鮮魚の流通			
4	化粧品の流通			
5	商業の発展			
6	流通・商業とそれを取巻く環境			
7	流通・商業と情報システムの関係			
8	流通における垂直的關係の変化			
9	卸売業の存在意義			
10	グループ研究の説明・グループごとの話し合い			
11	グループ研究			
12	小売業の環境適応			
13	流通の国際化			
14	流通・商業と社会			
15	流通・商業を考える視点			
教科書				
	タイトル	著者名	出版社	発行年
	『ベーシック流通と商業 第3版』	原田英生・向山雅夫・渡辺達朗	有斐閣アルマ	9784641221710 2021
上記のテキストに加え、授業中にプリントを配布する。				
参考書	<p>田島義博・原田英生編著(1997)『ゼミナール流通入門』日本経済新聞社。  田村正紀(2001)『流通原理』千倉書房。  矢作敏行(1996)『現代流通－理論とケースで学ぶ』有斐閣。  渡辺達朗・原 頼利・遠藤明子・田村晃二 (2007)『流通論をつかむ』有斐閣  和田充夫・日本マーケティング協会編著 (2005)『マーケティング用語辞典』日本経済新聞出版社。  渡辺達朗(2016)『流通政策入門[第4版]－市場・政府・社会』中央経済社。</p>			
成績評価				
	評価方法			割合(%)
	期末テスト			50
	レポート課題			20

グループ研究	20
授業中の小レポート	10
<ul style="list-style-type: none"> <li>・期末テストは記述問題を予定。持込不可。詳細は後日説明する。</li> <li>・グループ研究を1回行う予定であるが、内容な履修者の人数を考慮して決定する。</li> <li>・出欠確認は毎回行う。</li> </ul>	
<b>学習到達目標</b>	・消費者が現在、便利な買物ができるようになった理由を、流通の視点から考察できるようになること。
<b>先修条件</b>	・マーケティング入門，商業史を履修済みであること。
<b>実務経験</b>	
<b>その他</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・不適切な授業態度（遅刻・途中退出・私語）は謹むこと。</li> <li>・講義を聴くだけでなく、聴いたことをプリントやノートにメモすること。</li> <li>・わからないことがあったら、そのままにせず、遠慮なく申し出ること。</li> <li>・時間割やその他の状況に応じて授業内容を変更、あるいは前後することがある。</li> </ul>