

科目名	商業史				
授業形態	講義	学年	1		
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>我々消費者は、世間に流通している大半の商品を小売業を通じて購入している。これらの小売業も営利組織であるため、たくさんの消費者に来店してもらい、利益を獲得するための効率的・効果的な販売方法を日々検討している。その結果、現在では、総合量販店、専門量販店、コンビニエンスストア、インターネット通販などさまざまな小売形態が登場し、現在の生活を便利なものになっている。これらの背景には、消費者の変化、情報化などの社会環境の変化、同業他社との競争などさまざまな要因が関わっているが、それと同時に、これらの小売形態は、先駆者達の試行錯誤によって誕生したものである。</p> <p>以上を踏まえ、この科目では、社会が大きく変化した戦後以降の日本の近代小売業（百貨店、コンビニエンスストア、インターネット通販等）に焦点を当て、その発展と社会・歴史・文化的背景、および消費構造との関係について身近な例を交えながら学んでいく。</p>				
1	授業の進め方、戦後以降の小売業				
2	商店街の成立・発展				
3	百貨店の成立・発展				
4	百貨店に関する DVD の鑑賞				
5	食料品スーパーの成立・発展				
6	総合量販店の成立・発展				
7	専門量販店の成立・発展				
8	ショッピングセンターの成立・発展				
9	コンビニエンスストアの成立・発展				
10	グループ研究の課題説明・グループごとの話し合い				
11	グループごとの話し合い				
12	インターネット小売業の成立・発展				
13	SPA の成立・発展				
14	プレゼンテーション				
15	プレゼンテーション				
教科書					
	タイトル	著者名	出版社	ISBN	発行年
指定しない。毎回の授業でプリントを配布する。					
参考書	<p>石井淳蔵・向山雅夫（2009）『小売業の業態革新』中央経済社。  石原武政・矢作敏行編著（2004）『日本の流通 100 年』有斐閣。  矢作敏行（1996）『現代流通－理論とケースで学ぶ』有斐閣。</p>				
成績評価					
	評価方法				割合（%）
	期末テスト				50
	レポート				20
	グループ研究				20
	授業内でのレポート				10

<ul style="list-style-type: none"> <li>・期末テストは、記述問題。持込不可。詳細は後日説明する。</li> <li>・理解度を確保するためのレポートを2回実施する予定。そのうち1回は、DVDを鑑賞してのレポート。</li> <li>・グループ研究を行い、評価に加える。</li> </ul>	
学習到達目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在、消費者が便利な買物ができるようになった理由を、小売業と消費者・社会との関係から考察できるようになること。</li> <li>・新しいものを創造するとはいかなることであるかということを理解すること。</li> </ul>
先修条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング入門を履修済みであること。</li> </ul>
実務経験	
その他	<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よって授業内容や順序を変更することがある。</li> </ul>