

科目名	流通論入門	科目分類	■専門科目群（第1グループ） □総合科目群（第2グループ）
			経済学科 □必修 ■選択 学科 □必修 □選択
英文表記	Introductory of distribution	開講年次	■1年 □2年 □3年 □4年
ふりがな	のぐち ひでゆき	開講期間	■前期 □後期 □通年 □集中
担当者名	野口 秀行	修得単位	2単位
授業のテーマ	流通の社会的な役割を、商品の生産と販売、権利の移転、情報の視点から学習します。		
到達目標	近年変化著しい流通の基本を学習するとともに、今後の流通業の変化を見通します。		
授業概要	流通の事例紹介に傾注しすぎることなく、流通の仕組みや制度、理論を考えます。		
授業計画 講義資料と教科書を併用して授業を進める。			
第1回	流通の主体とその役割、生産と消費、流通の機能。青谷上寺地弥生遺跡で発掘された中国の銅銭		
第2回	小売業の上位集中、ICT進化の効果 世界各国の小売業の寡占化と批判		
第3回	経済発展と流通業の垂直的分化・統合 勝ち組と負け組がどうして生まれる		
第4回	オペレーションコスト 高齢化問題		
第5回	流通のグローバル化、シンガポールREITの日本進出		
第6回	分化かそれとも統合か サードパーティとは何か		
第7回	流通チャネルの組織化、利害対立と管理 コンビニの24時間営業の限界		
第8回	商品特性、企業間のパワー関係 地方で生き残るローカルスーパーの経営力		
第9回	メーカーと大規模小売企業の製販連携 カルフールの撤退		
第10回	需要の価格弾力性、ファスト・フードと高級ブランド品 ブランディングとセカンドストリート		
第11回	出店行動の経済分析、ホテル線分市場、サロップ円環市場		
第12回	小売りの各業態と競争、チェーンストアの優位性 業態転換と業態のミックス		
第13回	ドミナント出店戦略、小売業の製品と自社ブランド化の限界		
第14回	マーケティングミックス、アンゾフの成長ベクトル、PPM		
第15回	プロダクト・ライフ・サイクル		
第16回	定期試験		
授業時間外の学習	予習復習の徹底、事前配布のプリントに目を通しておくこと		
履修条件 受講のルール	なし。		
テキスト	プリント配布		
参考文献・資料	追って連絡します		
成績評価の方法	期中のレポートおよび期末試験の結果を総合して判断します。 出席回数が規定に満たなかった場合、その他納入金未納の場合は試験を受けることができません。		
オフィスアワー	火曜日午後及び水曜日全日		
成績評価基準	平成28年度（2016）以降入学した学生 秀（100～90点）、優（89～80点）、良（79～70点）、可（69～60点）、不可（59点以下） 平成27年度（2015）以前に入学した学生 優（100～80点）、良（79～70点）、可（69～60点）、不可（59点以下）		

学生への
メッセージ

流通業は、小売業の寡占化の進展と批判、ICTの活用による物流コストの低減など今最も変化が著しい産業です。