

科目名	流通論入門	科目分類	■ 専門科目群 □ 総合科目群		
			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		
		開講期間	□ 前期 ■ 後期 □ 通年 □ 集中		
ふりがな	のぐち ひでゆき	実務家教員担当科目	○	修得単位	2単位
担当者名	野口 秀行	実施方法	□ 対面のみ □ 遠隔のみ ■ 対面・遠隔併用		
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					
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	行動経済学とマーケティングの実際				
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 3PLから5PLへ				
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	顕在化した世界物流の抱えるリスク ウクライナ侵攻により明らかになった物流が抱える矛盾				
第16回	定期試験				
授業時間外の学習	予習復習の徹底、事前にポータルサイトで確認のこと				
履修条件 受講のルール	なし。				
テキスト	適時講義用資料をポータルサイトにアップします				
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	秀(100～90点)、優(89～80点)、良(79～70点)、可(69～60点)、不可(59点以下)				
実務経験及び実務を活かした授業内容	日本政策投資銀行とのネットワークを活かした最新の情報を提供します。				

学生への  
メッセージ

日本経済の可能性を信じ、克服すべき課題について探求して行きます。