

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	やまもとしゅん	開講期間	■前期□後期 □通年 □集中	
担当者名	山本 俊	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する。			
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、理論を考える。経済学部であることを考慮し、経済学の視点から講義を進める。			
到達目標	流通の基本を学習し、現実の流通の仕組みや新聞の流通に関する記事を理解できるようになること。この分野における自らの関心事項の主体的学習を可能にすること。			
授業時間外の学習	定期的に確認問題を配布するので、解答した後に提出して欲しい。			
履修条件	ミクロ経済学Ⅱと現代ファイナンス論Ⅰ・Ⅱを履修済みか、または同時履修して欲しい。			
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	テーマ：流通と商業① 流通の主体とその役割、生産と消費、流通の機能。			
第2回	テーマ：流通と商業② 小売業の上位集中、流通のグローバル化、ICT 進化の効果			
第3回	テーマ：流通における機能分担① 経済発展と流通業の垂直的分化・統合			
第4回	テーマ：流通における機能分担② オペレーションコスト			
第5回	テーマ：流通における機能分担③ 取引コスト			
第6回	テーマ：流通における機能分担④ 分化かそれとも統合か			
第7回	テーマ：流通における組織間関係① 流通チャネルの組織化、利害対立と管理			
第8回	テーマ：流通における組織間関係② 商品特性、企業間のパワー関係			
第9回	テーマ：流通における組織間関係③ メーカーと大規模小売企業の製販連携			
第10回	テーマ：小売業の行動① 需要の価格弾力性、ファスト・フードと高級ブランド品			
第11回	テーマ：小売業の行動② 出店行動の経済分析、ホテリング線分市場、サロップ円環市場			
第12回	テーマ：小売業の行動③ 小売りの各業態と競争、チェーンストアの優位性			
第13回	テーマ：小売業の行動④ ドミナント出店戦略、小売業の製品とブランド化			
第14回	テーマ：売れる仕組み作り① 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	テーマ：売れる仕組み作り② プロダクト・ライフ・サイクル			
第16回	定期試験			
テキスト	角井亮一『物流がわかる』日経文庫、2012年			
参考文献・資料	渡辺達郎他『流通論をつかむ』有斐閣、2008年（理論部分の説明が充実している）			
成績評価の方法	期末試験 60%、課題 30%、コメントシート 10%の合計を基に評価する。 確認問題を配布する。受講者は自らの理解度を確認するためにも必ず解答すること。 試験については努力が報われるような出題を心がける。			
成績評価基準	【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) 【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) ※出席回数が規定に満たない場合、試験を受けることができません。			

オフィスアワー	月・水・金曜日の5限をオフィスアワーとする。ただし、研究室に在室中は原則として質問に応じる。
学生への メッセージ	ミクロ経済学や組織の経済学の視点を一部導入することで、経済学的思考についても学習する。