

佐野短期大学シラバス2013

科目名 Subject Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
食品流通論 Theory of Food Distribution		2年	後期	月曜日・5時限
単位数	授業の形態		授業の性格	
2単位	講義		選択 (フードスペシャリスト資格試験必修)	
当該科目の理解を促すために受講することが望まれる科目				
栄養フィールドの科目全般。マーケティングⅠ・Ⅱ。				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
栄養フィールドの科目全般。				
担当者に関する情報				
氏名	研究室の場所	オフィスアワー		電話番号・メールアドレス
井戸 大輔	非常勤講師室	月曜14:00～18:00 (授業時間を除く)	授業中に指示します	
授業の概要				
日常的に頻繁に摂取されている食品について、流通の現状と問題点および食文化の面から学習する。また、フードスペシャリストとしての必須の「食品素材、農産物の品質やその変質の原因・様相」を学習し、「品質低下防止の諸技術」についても基礎的な原理を学ぶ。具体的に、現実の食品は商品学的な枠組みの中で、生産、流通、消費されており、食品流通の実態を、基本的な分類方法、制度的商品分類、イノベーションによる食品形態の変化、温度帯別食品の種類と特徴、食品の安全と安心やトレーサビリティ等の観点から講述する。				
授業の到達目標				
本授業は、初めて食品流通論を学ぶ2年生対象の科目である。①授業では実際の食品流通現象を体感してもらうために、食品流通関連の事例等を紹介しつつ、食品流通の基本を体系的に理解できるようにする。②食品流通における基本的概念を把握できること、また、実際の食品流通現象の記述・説明・検証等の能力養成ができるようにする。				
授業の方法				
本授業は、教科書と配布プリントを基本とした講義形式の授業方法を採用する。黒板に板書をした内容は、必ず配布プリントかノートにとること。毎回、授業開始時に、プリントを配布するので、各自ファイルを作成し管理すること。『日本経済新聞』『日経MJ(日経流通新聞)』『日経ビジネス』『週刊東洋経済』等から、食品流通関連のトピックスも紹介する。一部は、図書館等を利用して、各自でコピーをとること。				
学習の成果				
①食品流通の現象を記述・説明・検証する能力を体得することができる。 ②重要で本質的なテーマを厳選し、分かりやすいように、繰り返し講義するため、食品流通の本質を理解することができる。 ③新聞・雑誌の記事を多用して実例を身近に感じてもらうため、理論が現実如何に適用されているのかを把握することができる。 ④双方向性をもたせるため、毎回出席カードの裏面に、本日の授業の感想を記入してもらい、翌週に主な意見を集約し、授業の冒頭で伝達する。これにより、他の学生の意見を聞けるため、自らの理解度の程度を把握することができる。 ⑤「フードスペシャリスト検定」の受講者にも考慮し、過去問題や想定問題等も取上げることで、近年の出題傾向を把握することができる。				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	授業ガイダンス—この授業の進め方と大学での学び方 *シラバスを読んでおき、この授業に関する質問事項を考えておくこと。予習：教科書(教科書と参考図書欄を参照のこと。)を入手しておくこと。			
第2回目	商品分類—基本的な商品分類方法(消費者用品、業務用品)、制度的商品分類(日本標準産業分類、標準国際貿易分類、五訂食品標準成分表)、慣用的商品分類			
第3回目	食品の形態の変化—イノベーションの取組み、製品特性のイノベーション、冷凍食品への二次元的な期待、消費者・生活者のライフスタイルの変化			
第4回目	温度帯別食品流通①—生鮮食品の変化、加工食品の形態変化			
第5回目	温度帯別食品流通②—温度帯別食品という食品、生鮮的加工食品・加工的生鮮食品というコンセプト			
第6回目	HMR/MSと中食の変化—HMR/MSの誕生とその背景、中食市場の成長と食マーケット、中食商品の特性とメニューづくり			

第7回目	小売の現場からみたカテゴリー・マネジメント—食品小売業の分類と流通の仕組み、スーパーマーケットのマーチャンダイジング、コンビニエンス・ストアのマーチャンダイジング	
第8回目	中間試験。食品流通と戦略マーケティング①—戦略マーケティング、4Pと4Cの概念、マーケティング・ミックス戦略	
第9回目	食品流通と戦略マーケティング②—市場細分化戦略、製品差別化戦略	
第10回目	食品の安全と安心の保証—食品表示をめぐる問題点、トレーサビリティとトラッキング、コミュニケーションの重要性、リスク管理	
第11回目	製品のマネジメント—プロダクト・マネージャー、マーケット・マネージャー、マトリックス組織	
第12回目	事業者と生活者の倫理と責任—事業倫理のあり方、ビジネス・モデルの変更、消費者・生活者の自己責任、事業組織の説明責任	
第13回目	持続可能なマーケティングと食品流通—パッケージの重要性と環境問題、第5のPとしてのパッケージ、リサイクルの拡大、持続可能なマーケティング	
第14回目	食品流通関係法規—食品衛生法、JAS法、景品表示法、計量法、健康増進法、薬事法 授業の総括—上記1-13回のまとめ。	
第15回目	学期末試験。	

成績評価の方法と基準		
評価の領域	割合	評価の基準
授業参加態度	20%	教科書を準備し、必要なことはノートを取り、分かり難い点は積極的に質問し、課題を準備して授業に臨み、私語、飲食、居眠り、携帯端末の操作、他科目等の内職、授業途中の入退席等、授業の妨げになる行為がない。
レポート	30%	詳細に課題を探索し、内容構成もしっかりしており、課題の要件を十分に満たしている(詳細は、ガイダンス時に説明する)。
調査報告書		
小テスト		
中間・学期末試験	50%	授業内容の理解度を確認するためのもの(詳細は、ガイダンス時に説明する)。
発表内容(態度含む)		
その他		

教科書と参考図書
教科書：清野誠喜・梅沢昌太郎編『パッケージド・アグリフード・マーケティング』白桃書房、2009年。 参考書：梅沢昌太郎・長尾精一編『食商品学入門』日本フードスペシャリスト協会・日本食糧新聞社、2004年。宮澤永光監修『基本流通用語辞典』〔改訂版〕白桃書房、2007年。

履修上の心得・ルール
教科書には必ず目を通し、分らなかつた用語については、学内の図書館やネット等で調べておくこと。配布プリントも少なくないので、ファイルを作成し管理すること。質問や確認事項があれば、授業終了後もしくはオフィス・アワーで受付ける。授業の8回目に、理解度を確保するための中間試験を実施する。遅刻・欠席、教科書・配布プリントの不携帯の扱いについての詳細は、ガイダンス時に説明する。