

科目名 Course Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
流通論 Theory of Distribution		2年	前期	別途、時間割参照
単位数	授業の形態	授業の性格		履修上の制限
2単位	講義	選択		特になし
当該科目の理解を促すために受講しておくことが望まれる科目				
経済学、経営学ⅠⅡ、ビジネス実務総論ⅠⅡ、簿記ⅠⅡ				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
経済学、経営学Ⅱ、ビジネス実務総論Ⅱ、簿記Ⅱ				
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	火曜12:10～12:50	授業中に指示する
授業の概要				
私達が日頃購買・消費する様々な商品は如何なるメカニズムで私達の手元に届くのか。そこでは如何なる（流通）機能が遂行され、如何なる（流通）機関が介在するのか。また私達は何ら疑問を持たず、自らのニーズを満たす商品を、望む時機・場所・価格・方法で入手する。それは様々な流通機関が生産と消費の間に介在し、流通機能を遂行しているからである。本授業の内容は、様々な商品が、生産者から私達に届くことを可能とするメカニズムの解明にあり、流通論として確保されるべき不変の部分を持しつつ、現代流通の変革についても論じる。				
授業の目標				
①流通は生産と消費をつなぐことで、商品の社会的移転を円滑に行うことを手助けしているという重要な役割を認識することができるようにする。 ②流通の役割が適切に果たされることで、われわれの経済生活がより豊かで、より便利になっていることを実感できるようにする。 ③複雑で多様なながらも、日々の生活に密接に関連した流通の仕組みや役割を体得できるようにする。				
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、マーケティング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（学習成果）				
交換経済における流通の重要性やその役割を理解した上で、商品の社会的移転が円滑に図られていることを説明するとともに、複雑で多様な流通の仕組みやその役割についてのポイントを説明することができる。				
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。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	流通の社会的役割—生産と消費の間の経済的懸隔、流通の社会的役割			
第3回目	流通機能の意義と領域—流通機能の意義と内容、流通フロー、商流にかかわる流通機能、情報流にかかわる流通機能、物流にかかわる流通機能、経済的懸隔と流通機能の対応			
第4回目	流通経路—流通経路の意義、流通経路の基本的な形態、主導権者別流通経路、流通における事業者の地位の後退			
第5回目	小売業—小売業の概念、小売業の活動、小売業の存在意義、小売業の分類—業種・業態			
第6回目	小売業の生起・発展—小売業の生起・発展に関する仮説の解説およびその問題点			

第7回目	卸売業—卸売業の意義、流通における卸売業の位置づけ、卸売業の機能、卸売業の存在意義	
第8回目	中間試験。卸売業の分類①—取扱商品による分類、商圈による分類、流通過程の位置による分類、規模による分類、経営主体による分類、遂行する機能による分類、所有権の有無による分類	
第9回目	卸売業の分類②—経営主体による分類、遂行する機能による分類、所有権の有無による分類 *レポート（提出は第14回目）	
第10回目	小売業の経営課題—小売業における競争、小売業の生き残りとの経営課題 卸売業の経営課題—卸売業における競争、卸売業の生き残りとの経営課題	
第11回目	メーカーの流通チャネル戦略—メーカーの流通チャネル戦略とそのプロセス、3つのチャネル戦略、垂直的マーケティング・システムと流通系列化、メーカーの店頭コントロール	
第12回目	流通政策と現代流通—流通政策の概念と範囲、わが国の大型店政策、新しい流通政策	
第13回目	競争政策と現代流通①—競争政策と独占禁止法、独占禁止法の概要 授業の総括—上記1-13回のまとめ。	
第14回目	競争政策と現代流通②—流通・取引慣行ガイドラインと取引慣行・商慣行	
第15回目	競争政策と現代流通②—流通取引における独占禁止法の問題領域 レポート提出	
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% S:教科書を準備し、必要なことはノートを取り、分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% S:詳細に課題を探求し、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。第9回目に、課題を提示し、レポートの記述の仕方も伝達する。締切日は、第15回目の授業終了後まで。
	調査報告書	0%
	小テスト	0%
	試験	50% S:理解度90%以上。中間試験は、第1回目から第7回目までの授業内容の理解度を確認するためのもの。学期末試験は、第1回目から第13回目までの授業内容を確認するためのもの。
	発表内容（態度含む）	0%
	その他	0%
教科書と参考図書		
教科書：梅沢昌太郎編著『現代商業学』慶應義塾大学出版会、2010年。 参考書：兼村栄哲他『現代流通論』八千代出版、1999年。宮澤永光監修『基本流通用語辞典』〔改訂版〕白桃書房、2007年。		
履修上の留意点・ルール		
教科書には必ず目を通し分らなかった用語は、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。質問等は、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回目に理解度を確認するための中間試験を実施。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。やむをえず欠席の際は、配布物を友人からコピーさせてもらうこと。		