

科目名	流通ビジネス論特講	担当者	コバヤシ 小林 三三夫	期間	通年	単位数	4
-----	-----------	-----	----------------	----	----	-----	---

### 【科目概要】

目的	<p>本講座は、近代組織小売業の原点である世界初のデパートメント・ストアから現代の流通・小売業まで流通全般を研究することにより、「商いのところ」と小売技術の知識」に関する総合的な知識を修得することを目的とする。流通業は変化対応型の産業である。流通業界も情報化社会の進展、グローバル化、少子高齢化、消費の成熟化、EC チャンネルの発達など大きな変化に直面している。このような変化をチャンスとして捉えて、高い業績を上げる企業がある一方、かつては有力な企業であっても消滅する事例が多くある。本講義では、組織小売業の歴史、流通の仕組み、商流、物流、情報流、流通業態、日本の商業の現状、通商政策など流通全般について研究する。創業者の商いのところ、「ロス」の発生を最小化する技術、社会変化に対応をしている企業のビジネスモデル研究も行う。</p>		
到達目標	<p><b>【一般目標 (GIO)】</b>          問題の発見・解決能力： 事象を注意深く観察し、解決策を提案することができる。          論理的・批判的思考力： 得られる情報を基に、論理的な思考、批判的な思考ができる。豊かな知識・教養に基づく高い倫理観： 豊かな知識を基に、倫理観を高めることができる。</p> <p><b>【行動目標 (SB0s)】</b>          企業をめぐる流通ビジネス論はもとより、諸理論や経営課題について把握し、その中で個別企業がとっている行動の背景を理解・外観ができるようになることである。</p>		
学修方略 (方法)	<p><b>【アクティブラーニングの有無・学修媒体等】</b>          Manaba-folio を利用して、教員と院生との間での双方向を重視した指導を実施する。</p> <p><b>【学修方略 (LS)】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 流通経済の縮図「流通業の動きを見れば経済の大きな流れがわかる」という捉え方で流通・小売業を研究する。</li> <li>2. 教材、参考図書をベースに具体的な企業を研究する。</li> <li>3. 利益を上げて伸びている業態、伸びている小売業が何故成功しているか、創業者の企業哲学を含めてその背景を分析する。</li> <li>4. 経営理念、リーダーシップ、「商人道」についても考えてみる。</li> </ol> <p><b>【準備学修項目と準備学修時間】</b>          1つのレポート作成にあたり、基本教材および参考文献の読み込みに 25 時間以上 Manaba-Folio への提出・再提出のやりとりに 20 時間以上を目安にする。</p>		
スケジュール	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 前期は、組織小売業として最古となるパリ「ボンマルシェ」デパートについて研究する。『デパートを発明した夫婦』を教材とする。日本流通史、商人道を通して、近世から現代の流通を概観する。教材『ようこそ小売業の世界へ』で学ぶ。</li> <li>2. 後期は、歴史認識を踏まえて個々の流通企業について具体的に企業研究をする。『日本の優秀小売企業の底力』を教材として使用する。</li> <li>3. 最終稿の提出期限は学事暦に従う。</li> </ol>		
成績評価	種別	割合	評価基準
	レポート	100%	課題レポートの内容を重視する。レポート形式、字数にも注意すること。多いのは良いが基準より少ないレポートは減点する。
	観察記録	%	
履修者への要望	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 教材を良く読み、商品流通の歴史、変遷を大きく捉えて欲しい。</li> <li>2. 組織小売業が登場する歴史的な背景や創業者の「商いのところ」を理解して欲しい。</li> <li>3. 総合スーパーが登場する戦後の背景と、いわゆる「流通革命」についてりかいする。</li> <li>4. 環境変化が与える小売業への変化、その状況を理解する。</li> <li>5. レポートには、引用、参考文献を記載すること。</li> </ol>		

【レポート課題】

基本教材 1	
教材の概要	<p>(1) 著者名： 小林二三夫・他 教材名： 改定版『ようこそ小売業の世界へー先人に学ぶ商いのこころー』（商業界 2017 年） ISBN978-4-7855-0524-0 1,800 円＋税</p> <p>(2) 著者名： 鹿島茂 教材名： 『デパートを発明した夫婦』（講談社現代新書、1991 年） ISBN978-4-06-149076-5 760 円＋税</p> <p>前期では、商品流通の歴史について概観する。特にデパートメント・ストアが登場した理由、第二次世界大戦以降の大規模メーカーによるマーケティングと流通の組織化、総合スーパーの登場と流通革命、コンビニエンス・ストアの登場、グローバリゼーション下の小売業、少子高齢化、情報化社会への対応について学ぶ。</p>
参考図書	<p>(1) 矢作敏行『現代流通－理論とケースで学ぶ』（有斐閣、1996 年） ISBN-978-4-64-112014-3 2,200 円＋税</p> <p>(2) 各業態の代表的な企業のホームページ、業界団体のホームページ</p> <p>(3) 日々の流通に関する新聞記事、経済誌などの記事に注目する。</p>
履修上のポイント	<p>教材・参考図書等により、</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品流通の歴史、変遷を大きく捉えて欲しい。</li> <li>2. 組織小売業が登場する経済的な背景を理解する。</li> <li>3. 総合スーパーが登場する戦後の経済的な背景を理解する。</li> <li>4. いわゆる「流通革命」の意義を考える。</li> <li>5. コンビニエンス・ストアの興隆の意味を考える。</li> </ol>
レポート課題 1	<p>教材『デパートを発明した夫婦』で述べられている「小売革新」について整理して説明せよ。 留意点：パリのデパート「ボンマルシェ」における小売革新は、現在の小売業の運営に通じるものが多くある。そのような視点で整理して欲しい。</p>
レポート課題 2	<p>コンビニエンス・ストアと総合スーパー（GMS）の違いについて説明せよ。 留意点：コンビニエンス・ストアが生まれて以降、総合スーパーとの違いについて注目する。</p>

基本教材 2	
教材の概要	<p>(1) 著者名： 原田秀生、向山雅夫、渡辺達朗 教材名： 『新版 ベーシック流通と商業』（有斐閣、2010 年） ISBN:978-4-64-112398-4 1,900 円＋税</p> <p>(2) 著者名： 矢作敏行 教材名： 『日本の優秀小売企業の底力』（日本経済新聞社、2011 年） ISBN: 978-4-53-231716-4 2,700 円</p> <p>後期は、前期で学んだ流通・小売業の歴史を基に具体的に優秀な小売業のビジネスモデルのケーススタディを行う。</p>
参考図書	<p>緒方和行『流通・商業の英子衰退の方程式』（商業界、2008 年） ISBN:978-4-78-550337-6 1,600 円＋税</p>
履修上のポイント	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 流通は、経済の縮図「流通業の変化を見れば経済の大きな流れがわかる」という捉え方で流通を研究する。</li> <li>2. 教材、参考図書をベースに具体的な企業を事例に研究する。</li> <li>3. 顧客満足を実現しつつ、効率化の徹底と付加価値の形成という二つを実現し、高い業績を上げている企業の実態、その背景を研究する。小売業は、創業者の精神が企業文化に大きく影響する。そのような視点から創業者の精神、経営哲学も研究して欲しい。</li> </ol>
レポート課題 1	<p>小売業の事例研究教材で上げている企業について整理してレポートせよ。 事例で上げていない企業についてレポートする場合は、教材の分析手法に基づいて欲しい。 留意点：創業の精神、経営理念や経営者のリーダーシップといった企業の価値、組織設計や業態などの戦略、効率的なオペレーションやマーチャンダイジングなどの業務遂行、などの視点を入れること。</p>
レポート課題 2	<p>レポート(1)と同様の課題とする。従って、2社について整理しレポートをすることになる。 留意点：留意点も(1)と同様</p>

## 基本教材 1

第 1 回	「学ぶべき課題」について全体的な理解をし、教材に基づく学修①（社会変化に対応する小売業について）を行う
第 2 回	「学修の進め方」について教員と意見交換し理解し、教材に基づく学修②（従業員、取引先、地域社会、オーナーの関係）を行う
第 3 回	教材 1 に基づく学修③（小売技術の開発、従業員教育、ロスの管理について）
第 4 回	教材 1 に基づく学修④（創業者のお客様第一の「商いのところ」について）
第 5 回	教材 1 に基づく学修⑤（商品にとって舞台となる店舗について）
第 6 回	教材 2 に基づく学修①（小売の創業者について）
第 7 回	教材 2 に基づく学修②（商業の歴史）
第 8 回	教材 2 に基づく学修③（出店戦略と財務戦略）
第 9 回	教材 2 に基づく学修④（商品政策とマーチャンダイジング）
第 10 回	教材 2 に基づく学修⑤（価格政策とプロモーション）
第 11 回	レポート課題 1 ・ レポート課題 2 について考察した内容をまとめ、初稿を提出する
第 12 回	レポート課題 1 に係る教員からの指摘事項を受け、それに基づき内容を再検討する
第 13 回	レポート課題 2 に係る教員からの指摘事項を受け、それに基づき内容を再検討する
第 14 回	レポート課題 1 ・ レポート課題 2 の問いに係る全体的な把握を深める
第 15 回	レポート課題 1 ・ レポート課題 2 に関する自らの考えを教員と共有し最終レポートを提出する

## 基本教材 2

第 1 回	「学ぶべき課題」について全体的な理解をし、教材に基づく学修①（集団行動の基礎）を行う
第 2 回	「学修の進め方」について教員と意見交換し理解し、教材に基づく学修②（チームを理解する）を行う
第 3 回	教材に基づく学修③（商品開発とプライベートブランド）
第 4 回	教材に基づく学修④（人材マネジメントと人づくり）
第 5 回	教材に基づく学修⑤（情報化とサプライチェーン・マネジメント）
第 6 回	教材に基づく学修⑥（小売業と法規制、商慣習）
第 7 回	教材に基づく学修⑦（国際化とグローバルチェーンへの道）
第 8 回	教材に基づく学修⑧（これから小売業に求められるもの）
第 9 回	教材に基づく学修⑨（事例研究 1）
第 10 回	教材に基づく学修⑩（事例研究 2）
第 11 回	レポート課題 1 ・ レポート課題 2 について考察した内容をまとめ、初稿を提出する
第 12 回	レポート課題 1 に係る教員からの指摘事項を受け、それに基づき内容を再検討する
第 13 回	レポート課題 2 に係る教員からの指摘事項を受け、それに基づき内容を再検討する
第 14 回	レポート課題 1 ・ レポート課題 2 の問いに係る全体的な把握を深める
第 15 回	レポート課題 1 ・ レポート課題 2 に関する自らの考えを教員と共有し最終レポートを提出する