

授業科目名 (英文名)	商業経営論 (経営学部・専門科目) (Management of Distributive Trade)	科目区分 対象学生	
単位数	4.0	開講年次・ 学期	
担当教員	池田 敦	所属	国際商経学部
オフィス・場所		連絡先	
講義目的及び到達目標	流通企業 (小売企業と卸売企業) の事業システムとマネジメント課題を考察・理解するために必要な基本概念を習得し、流通ビジネスの戦略策定に関わる基礎能力を養う。		
講義内容・授業計画	<p>(講義内容)</p> <p>第1部では、米国と日本における小売業態の革新・進化のプロセスを振り返り、小売企業経営の基本問題について理解を深める。第2部では、主に小売チェーン企業を対象として、小売事業システムの主要な構成要素とマネジメント課題について理解を深める。第3部では、日本の大手食品卸売企業の事業システムと事業戦略を考察し、卸売企業のマネジメント課題について理解を深める。第4部では、小売企業の国際化のプロセスと国際小売企業の事業戦略について理解を深める。</p> <p>(授業計画)</p> <ol style="list-style-type: none"> ガイダンス 【第1部 小売イノベーションの歴史】 米国における小売経営革新 (1) : デパートメントストアとメール・オーダー・ハウス 米国における小売経営革新 (2) : チェーンストア経営 米国における小売経営革新 (3) : スーパーマーケットとディスカウントストア 小売業態革新に関する「小売の輪」仮説 フランチャイズ・システムの発展 日本における小売経営革新 (1) : 総合スーパー 日本における小売経営革新 (2) : コンビニエンスストア 日本における小売経営革新 (3) : カテゴリーキラー業態 【第2部 小売企業の事業システムと事業戦略】 小売事業システムの構成要素 品揃え (アソートメント) 計画 プライベート・ブランド (PB商品) の開発 カテゴリー・マネジメント サプライチェーン・マネジメント (1) サプライチェーン・マネジメント (2) オンライン販売とマルチ・チャネル化 マルチ・チャネル戦略の課題 補説 : e-コマースの進展 【第3部 卸売企業の事業システムと事業戦略】 日本の卸売商業構造とその動向 卸売企業の事業戦略 : その基軸と現代的課題 食品卸売企業の事業システムと事業戦略 (1) 食品卸売企業の事業システムと事業戦略 (2) 【第4部 国際小売企業の事業戦略】 小売企業の国際化の現状 小売企業の国際化 : その動機と市場参入方法 国際小売企業の成長プロセス : 事例分析 (1) 国際小売企業の成長プロセス : 事例分析 (2) 中国市場における国際小売企業の事業戦略 : 事例分析 (1) 中国市場における国際小売企業の事業戦略 : 事例分析 (2) 復習と補足 (1) 復習と補足 (2) 期末試験 		

テキスト	使用しない。
参考文献	M.P.マクネア & E.G.メイ（清水 猛 訳）『小売の輪は回る』有斐閣、1982年. 石原武政・矢作敏行[編]『日本の流通100年』有斐閣、2004年 . 渡辺達朗・原頼利・遠藤明子・田村晃二『流通論をつかむ』有斐閣、2008年. 原田英生・向山雅夫・渡辺達朗『ベーシック 流通と商業』有斐閣、2010年.
成績評価の基準・方法	中間レポート（20％）と講義内容の理解度をみる期末試験（80％）によって評価する。 。
履修上の注意・履修要件	参考文献を自習し、問題意識を深めてほしい。
実践的教育	該当しない。
備考	中間レポートの課題・提出要領については授業中に指示する。