

2026年度 長岡大学シラバス

授業科目名	流通論入門 (Introduction to Distribution)					担当教員	丸山 一郎 (マルヤマ イチロウ)	
2020-23年度 入学者(20K-23K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	資格対応科目 / 協同学修型AL
	2036-0-23-077	専門科目	選択	2単位	2年次	後期		
2024-26年度 入学者(24K-26K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	資格対応科目 / 協同学修型AL
	2436-0-23-016	専門科目	選択	2単位	2年次	後期		

① 授業のねらい・概要						
<p>1. リテールマーケティング(販売士)3級「小売業の類型」「マーチャンダイジング」「ストアオペレーション」「マーケティング」「販売・経営管理」に対応し、チェーンストア経営システムによる小売業の基礎を学ぶ。</p> <p>2. 授業では毎回配布するレジメと具体的な事例から小売業の活動内容を理解する。</p> <p>3. 日本経済新聞他、経済関連記事を基に最新の経済動向を解説する。</p>						
② ディプロマ・ポリシーとの関連						
職業人として通用する能力/専門的知識・技能を活用する能力						
③ 授業の進め方・指示事項						
<p>1. レジメは Google classroom 内に配布する。</p> <p>2. グループワークを実施する。</p> <p>3. 「小売業の類型」「マーチャンダイジング」「ストアオペレーション」「マーケティング」「販売・経営管理」の各テーマの最後に確認テストを実施し、成績優秀学生の氏名公表と問題の解説をする。</p> <p>4. 普段利用する小売店舗を注意深く観察する習慣を身に着ける。</p> <p>5. 日本経済新聞にある最新経済情報をケーススタディーとして議論する。</p>						
④ 関連科目・履修しておくべき科目と履修に望ましい予備知識・技能						
マーケティング、マーチャンダイジング、マネジメントに関するすべての専門科目						
⑤ テキスト(教科書)※授業で使用する。						
販売士3級対応のレジメ資料を毎回 Google Classroom に配布する。						
⑥ 参考図書・指定図書 ※授業では使用しないが、授業内容に関係し、理解を深めるために必要とする。						
1. 日本商工会議所・全国商工会連合会 編『販売士ハンドブック(基礎編)〜リテールマーケティング(販売士)検定試験3級対応〜「小売業の類型」「マーチャンダイジング」「ストアオペレーション」「マーケティング」「販売・経営管理」株式会社キャリアック						
⑦ 担当教員からのメッセージ(昨年度授業アンケートを踏まえての気づき等)						
<p>1. 国内外の最新経済情報をメモし、授業で積極的に発言する。</p> <p>2. 授業に対する積極性(出席回数含む)や確認テスト、グループワークに対する真剣な取組みを大いに評価する。</p> <p>3. 授業で疑問に思う事はオフィスアワーを積極的に活用して理解する事。</p> <p>4. 欠席しない事。</p>						
⑧ 評価Aに対応する具体的な学習到達目標の目安						
<p>(1) 販売士3級レベルの小売業の類型について他者に説明できる。</p> <p>(2) 販売士3級レベルのマーチャンダイジングについて他者に説明できる。</p> <p>(3) 販売士3級レベルのストアオペレーションについて他者に説明できる。</p> <p>(4) 販売士3級レベルのマーケティングについて他者に説明できる。</p> <p>(5) 販売士3級レベルの販売・経営管理について他社に説明できる。</p>						
⑨ ルーブリック						
評価基準		S	A	B	C	D
評価項目		到達目標を越えたレベルを達成している	到達目標を達成している	到達目標達成にはやや努力を要する	到達目標達成には努力を要する	到達目標達成には相当の努力を要する
(1)	販売士3級レベルの小売業の類型について他者に説明できる	小売業の類型(販売士3級レベル)について資料等に頼らず説明でき、授業内容を越えた学修成果を示している	小売業の類型(販売士3級レベル)について資料等に頼らず説明できる	小売業の類型(販売士3級レベル)について資料等を見ながら説明できる	小売業の類型(販売士3級レベル)について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	小売業の類型(販売士3級レベル)について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない
(2)	販売士3級レベルのマーチャンダイジングについて他者に説明できる	マーチャンダイジング(販売士3級レベル)について資料等に頼らず他者に説明でき、授業内容を越えた学修成果を示している	マーチャンダイジング(販売士3級レベル)について資料等に頼らず説明できる	マーチャンダイジング(販売士3級レベル)について資料等を見ながら説明できる	マーチャンダイジング(販売士3級レベル)について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	マーチャンダイジング(販売士3級レベル)について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない

(3)	販売士3級レベルのストアオペレーションについて他者に説明できる	ストアオペレーション(販売士3級レベル)について資料等に頼らず他者に説明でき、授業内容を越えた学修成果を示している	ストアオペレーション(販売士3級レベル)について資料等に頼らず説明できる	ストアオペレーション(販売士3級レベル)について資料等を見ながら説明できる	ストアオペレーション(販売士3級レベル)について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	ストアオペレーション(販売士3級レベル)について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない
(4)	販売士3級レベルのマーケティングについて他者に説明できる	マーケティング(販売士3級レベル)について資料等に頼らず他者に説明でき、授業内容を越えた学修成果を示している	マーケティング(販売士3級レベル)について資料等に頼らず説明できる	マーケティング(販売士3級レベル)について資料等を見ながら説明できる	マーケティング(販売士3級レベル)について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	マーケティング(販売士3級レベル)について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない
(5)	販売士3級レベルの販売・経営管理について他社に説明できる	販売・経営管理(販売士3級レベル)について資料等に頼らず他者に説明でき、授業内容を越えた学修成果を示している	販売・経営管理(販売士3級レベル)について資料等に頼らず説明できる	販売・経営管理(販売士3級レベル)について資料等を見ながら説明できる	販売・経営管理(販売士3級レベル)について資料等を見ながら、さらに教員等の支援を受けて説明できる	販売・経営管理(販売士3級レベル)について資料等を見ても、教員等の支援を受けても説明できない

⑩ 学習の到達目標（評価項目）とその評価の方法、フィードバックの方法

学習到達目標（評価項目）	定期試験 (レポート含む)	小テスト	課題	発表・ 実技	授業への 取組姿勢・意欲	その他	合計
総合評価割合	50%	20%		10%	20%		100%
(1) 販売士3級レベルの小売業の類型について他者に説明できる。	10%	4%		2%	4%		20%
(2) 販売士3級レベルのマーチャンダイジングについて他者に説明できる。	10%	4%		2%	4%		20%
(3) 販売士3級レベルのストアオペレーションについて他者に説明できる。	10%	4%		2%	4%		20%
(4) 販売士3級レベルのマーケティングについて他者に説明できる。	10%	4%		2%	4%		20%
(5) 販売士3級レベルの販売・経営管理について他社に説明できる。	10%	4%		2%	4%		20%
評価項目「その他」詳細							
フィードバックの方法	各テーマの確認テストについては評価返却し、成績優秀学生の氏名公表と共に問題の解説をする。						

⑪ 授業計画と学習課題

回数	授業の内容	授業外の学習課題と時間（分）（※特別な持参物）
1	・イントロダクション 「小売業の類型」① ・流通における小売業の基本 ・組織形態別小売業の基本	配布資料による振返り 60分
2	「小売業の類型」① ・・おさらい ・流通における小売業の基本 ・組織形態別小売業の基本	配布資料による「小売業の類型」①の振返り 120分
3	「小売業の類型」② ・店舗形態別小売業の基本的役割	配布資料による「小売業の類型」②の振返り 120分
4	「小売業の類型」③ ・商業集積の基本 ・確認テスト	配布資料による「小売業の類型」③の振返り 120分
5	「マーチャンダイジング」① ・商品の基本 ・マーチャンダイジングの基本	配布資料による「マーチャンダイジング」①の振返り 120分
6	「マーチャンダイジング」② ・商品計画の基本 ・販売計画及び仕入計画の基本	配布資料による「マーチャンダイジング」②の振返り 120分
7	「マーチャンダイジング」③ ・価格設定の基本 ・在庫管理の基本 ・確認テスト	配布資料による「マーチャンダイジング」③の振返り 120分

8	「ストアオペレーション」① ・ストアオペレーションの基本 ・包装技術の基本	配布資料による「ストアオペレーション」①の振返り	120分
9	「ストアオペレーション」② ・ディスプレイの基本 ・確認テスト	配布資料による「ストアオペレーション」②の振返り	120分
10	「マーケティング」① ・小売業のマーケティングの基本 ・顧客満足経営の基本	配布資料による「マーケティング」①の振返り	120分
11	「マーケティング」② ・商圏の設定と出店の基本 ・リージョナルプロモーションの基本	配布資料による「マーケティング」②の振返り	120分
12	「マーケティング」③ ・顧客志向型売場づくりの基本 ・確認テスト	配布資料による「マーケティング」③の振返り	120分
13	「販売・経営管理」① ・販売員の法令知識	配布資料による「販売・経営管理」①の振返り	120分
14	「販売・経営管理」② ・小売業の計数管理 ・確認テスト	配布資料による「販売・経営管理」②の振返り	120分
15	「まとめ」	配布資料による「流通論入門」の振返り	120分
⑫ アクティブラーニングについて			
<p>1. 「小売業の類型」「マーチャндаイジング」「ストアオペレーション」「マーケティング」「販売・経営管理」の各テーマの最後に確認テストを実施し、成績優秀学生の氏名公表と問題の解説をする。</p> <p>2. 日本経済新聞他、経済関連記事を基に最新の経済動向を解説する。</p> <p>3. 毎回の授業の冒頭では学生からの最新経済情報を求め、それを基にして議論を展開する。</p> <p>4. 普段利用する小売店舗を注意深く観察する習慣を身に着ける。</p>			

※以下は該当者のみ記載する。

⑬ 実務経験のある教員による授業科目
実務経験の概要
<p>1. 1977年のコメリホームセンター1号店開店の前年から1100店舗に至る迄の間、店舗用地開発、建設を中心に業務に当たる。他にも店頭販売、店長、商品部バイヤー、販売促進、リフォーム事業部や再生可能エネルギービジネスプロジェクト、他新規事業プロジェクトの立ち上げ等、執行役員として多くの部署で実務を担当。</p> <p>2. 2013年より長野県松本市、アルピコホールディングス(旧松本電鉄)の中核企業であるスーパーマーケット、株式会社アップランド(現株式会社デリシア)にて常務取締役開発本部長として店舗開発部署を統括した。</p> <p>3. 2017年2月韓国大手企業であるCJグループとコンサル業務契約を締結。同社における新規事業開発に関するコンサル業務を韓国ソウル本社にて実施。</p> <p>4. 2017年7月からは福井県の東証PRM市場ドラッグストア企業、ゲンキー株式会社にて建設部長として店舗建設コスト削減企画他、物流センター及びプロセスセンター建設企画等の実務を中心に担当。他にも用地開発、テナント誘致、メンテナンス業務を担当。</p>
実務経験と授業科目との関連性
<p>ホームセンター、スーパーマーケット、ドラッグストア等、多岐に渡るチェーンストア業態での商品部バイヤー、販売担当者、店長、店舗開発、建設、新規PJリーダーの実務経験を基にして、テキスト、決算資料、最新企業情報などを使い、現場経験を交えて具体的に解説する。</p>