

科目名 戦略市場計画特論 (2単位)

担当者氏名 美土路知之・菊地哲夫

◆学習・教育目標

戦略市場計画は、ビジネスを取り巻く環境変化に対応して競争優位をのための戦略や計画を構築する経営方策である。これを地域産業経営の視点から掘り下げ、地域賦存の資源を活かし提示可能な発展と地域連携の方途の解明を到達目標とする。講義のテーマは、市場における競争激化の背景と要因、および対応策（地域ブランドの創造や技術確信、関係性マーケティングなど）に係わる理論と事例的検証を通じて、産業経営学の研究課題を析出する点にある。

◆取り扱う領域（キーワードで記載）

農水産物の流通	食品市場の再編	市場戦略と市場計画	フードシステム
地域資源利用	ローカリズム	農商工連携	農水産物のマーケティング

◆授業の進行等について（単位制度に基づく授業の進行予定・内容）

回数	テーマ	内容	授業のねらいまたは準備しておく事項
1-4回	現代資本主義と市場構造の発展段階を基本視野にして食料経済やフードシステムの変動についての理論的基礎 (担当 美土路知之)	グローバル経済とマネー資本主義は多国籍企業やグローバルビジネスのビヘイビアと市場を拡大した。しかし今日、世界同時不況局面は内外のフードシステムにも大きなインパクトをもたらした。とりわけ、地域資源や地域ビジネスに立脚したローカリゼーションの潮流が大きな特徴となっている。そうした観点から、フードビジネスや農業ビジネスの持続可能な展開に必要な、市場戦略やビジネス計画のオルタナティブについて講述する。	食料および関連商品の市場の現段階的な性格や再編過程についての基礎を押さえ、新たなパラダイムとしての地域と脱・大量生鮮大量流通システムの意義について捉えた研究成果を幅広く理解するよう心がける。
5-8回	食品市場の再編と競争構造 (担当 菊地哲夫)	食品流通分析の基礎理論を紹介する。その上で、食品市場の再編と卸売市場の役割、食品市場の競争構造の変化と企業の対応について講述する。	食品市場再編の背景と競争構造を理解する。
9-12回	農水産物の流通とマーケティング (担当 菊地哲夫)	農水産物の流通の現状について解説し、そのマーケティング活動を紹介します。具体的には、米、野菜、食肉（牛肉・豚肉）、水産物をその対象とする。	農水産物の流通の現状を理解し、今後の流通とマーケティング活動について考察・思考する。
13-15回	加工食品、中食、外食などのフードビジネスの展開とリンクした地域発の戦略市場計画策定の実践と講義全体のまとめ (担当 美土路知之)	国民飲食費や食料の最終消費に占める付加価値割合が大きいのは加工とフードサービスの部門である。市場戦略の観点から見てもフードシステムの川中～川下方向の「加工」や「調理」サービスは、最終消費との結合に特別な役割をはたしている。ローカルフードビジネスの消費市場にむけた戦略と計画が重要であるように、地域発の農商工の連携構築の課題と手法について総括的にとらえる。	農商工連携にかんする、事例や全国的動向について理解を深めること、と連携構築や市場戦略の実践について受講生とディスカッションしながら理解を深める。

◆教科書及び資料（授業前に読んでおくべき本・資料）

書名／著者／発行所（発行年）

基本文献を紹介し、講義のつど資料を配付する。

◆授業をより良く理解するのに便利な参考書・資料等

書名／著者／発行所（発行年）

『戦略市場計画』／D.エイベル・J.ハモンド／ダイヤモンド社(1986年)

『地域ブランドと地域産業クラスターの連携』／斎藤修／筑波書房(2005年)

◆評価の方法（レポート・小テスト・定期試験・課題等のウェイト）

単元ごとに小テストを行うほか、全体を通じたレポートを課し、その総合点により評価する。

◆その他受講上の注意事項

単元ごとに必読文献を指示するので、必ず独習して講義に臨むよう心がけて欲しい。