

外国語Ⅱ（フランス語）（BLAN2F02）

担当教員	ルロア美沙子	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
基礎科目	言語系	選択	2	2	前	講義	13
講義概要	フランス語は、パティシエ・ブーランジェを目指し、学び・修行する過程で不可欠な言語である。本授業では材料、器具、菓子名、クリームの名称、作業表現など、実際の現場で使用されるフランス語を学ぶ。また、都会の有名店への就職や、将来的にフランスでの修行を目指す学生に向けて、実践的なコミュニケーション能力を養うことを目的とする。発音を含めた基本的な会話表現から、現場に必要な語彙や文法、接客・注文のやり取りまで、幅広く学修し、実践の場で自信を持って活用できるようになる。						
到達目標	・フランス語特有の聞き取りにくい音を認識し、正しく発音できるようになる。(DP1) ・講習や実習で使用されるレシピを読解し、内容を理解できるようになる。(DP1) ・現場でのシェフとの会話を通じて、仕事の工程や作業指示を理解できるようになる。(DP1) ・フランス旅行や買い物、カフェ、ケーキ屋での注文、修行の場面で、相手の話を落ち着いて聞き、適切に応答できるようになる。(DP1)						
成績評価方法	試験 60% レポート 40%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
1.フランス語基礎 アルファベット、あいさつ、数字 2.フランス語基礎 アルファベット、あいさつ、数字 3.自己紹介、気候、自分の感情、マナー、自己紹介に必要な単語、動詞の活用、その他文章の組み立て方の練習 4.フランス語特有の発音、読み方の練習、基本的なあいさつボンジュール！聞いた事がある単語から始めその意味を理解する 5.色、製菓道具、材料、実際に使う道具、材料をフランス語で覚える。女性名詞、男性名詞 6.現場での会話、調理作業の表現、シェフとのやり取り、疑問文、否定文 7.現場での会話、調理作業の表現、シェフとのやり取り、疑問文、否定文 8.ケーキ屋、パン屋、ショコラチエでの会話、実際にメニューを見て注文する。ギヤルソンとの会話の練習 9.ケーキ屋、パン屋、ショコラチエでの会話、実際にメニューを見て注文する。ギヤルソンとの会話の練習 10.カフェ、レストランでの会話、実際にメニューを見て注文する。ギヤルソンとの会話の練習 11.カフェ、レストランでの会話、実際にメニューを見て注文する。ギヤルソンとの会話の練習 12.現在、未来、半過去、感情、やりたい事など話の幅を広げる 13.フランス旅行、今までの学んだ、さまざまなシチュエーションでの会話							
留意事項	講義ノートなどを利用して毎時の予習・復習（単語調べなど）を必ず行うこと						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

データサイエンス I (BDAT2F01)

担当教員	吉田真一	アクティブラーニング	ピアラーニング				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
基礎科目	DS 系	必修	2	2	前	演習	13
講義概要	本講義では、データ・サイエンスの基礎理論と実践的な活用方法について学ぶ。近年、データの重要性は急速に高まり、企業や自治体においてデータを適切に分析・活用することが求められている。本講義では、統計学の基礎、データの収集・整理・可視化の手法、データ分析の基本的な手法、およびデータを基にした意思決定の方法を学ぶ。特に、食品産業や地域経済におけるデータの活用をテーマとし、実際の事例を取り上げながら学習を進める。さらに、データを効果的に活用するための倫理的配慮や、ビジネスの現場でのデータ分析の実践についても理解を深める。講義と演習を組み合わせることで、学生は実践的なスキルを身につけ、データ・サイエンスの基本を実務に応用できる能力を養うことを目指す。本講義を通じて、データに基づく合理的な意思決定を行うための基礎を確立し、専門職業人としてのビジネス基礎能力を身につける。						
到達目標	・データ収集・分析・可視化の基礎的なスキルを習得し、ビジネス課題を解決できるようになる（DP1） ・統計的手法や機械学習の基礎を理解し、データドリブンな意思決定ができる（DP1） ・食マネジメント分野におけるデータ活用の具体的な事例を学び、実践的に応用できる（DP1）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度） 20% レポート 20% 試験 50%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
第 1 部：データ・サイエンスの基礎 1.データ・サイエンスとは何か 2.データの種類と特性 3.データ収集の方法と課題 4.データの前処理と整理 5.データの可視化（基本編） 6.データの可視化（応用編） 7.統計学の基礎（平均・分散・標準偏差） 8.確率と統計的推測の基礎 9.相関関係と因果関係の違い 10.データ・サイエンスにおける倫理 第 2 部：データ分析の基礎 11. 記述統計と推測統計の違い 11.基本的なデータ分析手法（平均比較、クロス集計） 12.回帰分析の基礎 13.回帰分析の応用（ビジネスケーススタディ） 14.クラス分類の基本（決定木・ロジスティック回帰） 15.時系列データの分析（基礎編） 16.時系列データの分析（応用編） 17.異常検知と品質管理への応用 第 3 部：食品産業・地域活性化とデータ活用 18.食品産業におけるデータ活用事例 19.地域ブランドとデータ分析 20.農業分野におけるデータ活用 21.消費者行動分析（購買データの活用） 22.レストラン・小売業のデータ活用 23.価格戦略とデータ分析 24.需要予測と供給管理							

25.食品安全とデータ管理 26.まとめ		
留意事項	PC を持参すること	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性
	データ活用や情報処理の教育に従事し、実務に即したスキルの育成を支援。	商業教育の経験を活かし、データ分析の実践的な活用法を指導。ビジネスの現場で求められるデータリテラシーを養う演習を行う。

データサイエンスⅡ (BDAT2S02)

担当教員	吉田真一	アクティブラーニング	ピアラーニング				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
基礎科目	DS 系	選択	2	2	後	演習	13
講義概要	本講義では、データ・サイエンスの基礎理論と実践的な活用方法について学ぶ。近年、データの重要性は急速に高まり、企業や自治体においてデータを適切に分析・活用することが求められている。本講義では、統計学の基礎、データの収集・整理・可視化の手法、データ分析の基本的な手法、およびデータを基にした意思決定の方法を学ぶ。特に、食品産業や地域経済におけるデータの活用をテーマとし、実際の事例を取り上げながら学習を進める。さらに、データを効果的に活用するための倫理的配慮や、ビジネスの現場でのデータ分析の実践についても理解を深める。講義と演習を組み合わせることで、学生は実践的なスキルを身につけ、データ・サイエンスの基本を実務に応用できる能力を養うことを目指す。本講義を通じて、データに基づく合理的な意思決定を行うための基礎を確立し、専門職業人としてのビジネス基礎能力を身につける（データ・サイエンスⅠと共通）						
到達目標	・データ収集・分析・可視化の基礎的なスキルを習得し、ビジネス課題を解決できるようになる（DP1） ・統計的手法や機械学習の基礎を理解し、データドリブンな意思決定ができる（DP1） ・食マネジメント分野におけるデータ活用の具体的な事例を学び、実践的に応用できる（DP1）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度） 20% レポート 20% 試験 50%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
第4部：ビジネスにおけるデータ活用 31. マーケティングにおけるデータ分析 1. ソーシャルメディアとデータ分析 2. 顧客セグメント分析 3. プライシング戦略とデータ 4. 物流・サプライチェーンのデータ活用 5. フードデリバリーとデータ分析 6. スタートアップにおけるデータ活用 7. EC サイトとデータ分析 8. データ分析を活用した意思決定 9. ビジネスでのデータ活用事例（ケーススタディ） 10. データ・サイエンスと AI の未来 第5部：データの実践的活用と将来展望 11. データ・サイエンスのキャリアと資格 12. データ分析ツールの紹介（Excel, SQL, BI ツール） 13. プロジェクトベースのデータ活用（チームワーク演習） 14. ビッグデータの基礎と活用 15. パーソナライズとレコメンデーションシステム 16. データガバナンスとプライバシー保護 17. データドリブンな組織文化とは 18. ケーススタディ：成功事例と失敗事例 19. 総合演習：データ分析プロジェクト① 課題抽出 20. 総合演習：データ分析プロジェクト② 調査計画 21. 総合演習：データ分析プロジェクト③ 調査実行 22. 総合演習：データ分析プロジェクト④ 調査集計 23. 総合演習：データ分析プロジェクト⑤ 調査解析 24. プレゼンテーションとディスカッション 25. プレゼンテーションのフィードバック							

26.まとめ		
留意事項	PC を持参すること	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性
	データ活用や情報処理の教育に従事し、実務に即したスキルの育成を支援。	商業教育の経験を活かし、データ分析の実践的な活用法を指導。ビジネスの現場で求められるデータリテラシーを養う演習を行う。

ネットワーク・セキュリティ基礎論 (BDAT2F03)

担当教員	吉田真一	アクティブラーニング	ディスカッション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
基礎科目	DS 系	選択	2	2	前	講義	13
講義概要	ICT の普及に伴い、情報セキュリティ対策は企業レベルだけでなく、個人の生活レベルにおいても重要な課題となっている。コンピュータウイルスや不正送金を目的としたマルウェアなど、新たな脅威が日々発生しており、情報セキュリティに関する知識は不可欠である。 本授業では、ネットワークと情報セキュリティの基礎的な知識を習得し、インターネット利用を含む ICT 活用におけるセキュリティリスクとその対策について学ぶ。また、個人情報保護法や関連法規について理解を深めることで、在学中の ICT 活用や卒業後のビジネス実務において、セキュリティリスクや個人情報保護を考慮した適切な ICT 活用ができるようになる。さらに、職場における情報セキュリティリーダーとしての役割を果たせる人材の育成も視野に入れる。						
到達目標	・ ICT 活用におけるセキュリティリスクと対策を理解し、実践できるようになる。(DP1) ・ 個人情報保護法や関連法規の遵守事項を理解し、他者に説明できるようになる。(DP1) ・ 本授業で学んだ知識を実際の ICT 活用の現場で実践できるようになる。(DP1)						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度） 20% レポート 20% 試験 50%						
テキスト	『情報セキュリティ読本(6 訂版)』実教出版 660 円 ISBN:978-4407361179						
授 業 計 画							
1.インターネットのセキュリティリスク 2.情報セキュリティの基礎 3.マルウェアとその対策 4.フィッシング詐欺、ワンクリック請求とその対策 5.スマートフォン、無線 LAN の脅威と対策 6.組織のセキュリティ対策 7.テレワークのセキュリティ 8.アクセス管理の手法 9.様々な攻撃手法 10.ファイアウォールとセキュリティ機器 11.暗号とデジタル署名 12.個人情報保護とプライバシー 13.情報セキュリティに関する法律							
留意事項	期末レポートは、学修 40 時間を基準とします						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	商業高校で商業科目とコンピュータを指導。データ活用や情報処理の教育に従事し、実務に即したスキルの育成を支援。			基礎的な概念を分かりやすく解説。実践的な事例を交えながら、ネットワークセキュリティの重要性やリスク管理の視点を学生に伝える。			

異文化コミュニケーション (BLIB2S01)

担当教員	松島大輔	アクティブラーニング	ディスカッション、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
基礎科目	一般教養系	選択	2	2	後	講義	13
講義概要	本講義では、異文化コミュニケーションの基本概念を学び、異なる文化的背景を持つ人々との円滑なコミュニケーション方法を探究する。グローバル化が進む現代において、企業活動や地域振興においても異文化理解が不可欠である。特に食文化を中心に、文化的相違を理解し、適応するためのスキルを養う。本授業では、実践的な事例を用いた分析やディスカッションを通じて、異文化間での誤解を防ぐ方法を学ぶ。これにより、異文化間の協力を促進し、職業人としての国際的な視野を広げることを目指す。本講義は、食マネジメントの専門職として求められるコミュニケーション能力の向上に資する内容であり、社会人基礎力の強化と共に、企業内外での異文化対応力を身につけることを目的とする（DP1）						
到達目標	・異文化コミュニケーションの基本概念を理解し、実際のビジネスシーンで適用できるようになる（DP1） ・異文化に起因するコミュニケーションギャップを特定し、適切に対応できるようになる（DP1） ・異文化間の協力を促進するためのスキルを身につけ、企業や地域社会で活用できるようになる（DP1）						
成績評価方法	レポート 40% 定期試験 60%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.イントロダクション - 異文化コミュニケーションとは何か 2.文化の概念とその影響 - エドワード・ホールの高・低コンテクスト文化 3.文化間のコミュニケーションスタイルの違い 4.ステレオタイプと偏見の影響 5.食文化に見る異文化理解 6.異文化ビジネスコミュニケーション（言語と非言語コミュニケーション） 7.異文化における交渉と意思決定異文化適応と異文化衝撃（カルチャーショック） 8.異文化適応と異文化衝撃（カルチャーショック） 9.異文化リーダーシップとチームワーク 10.食ビジネスにおける異文化対応の事例分析 11.国際的な企業活動と異文化の役割 12.異文化コミュニケーションの実践演習 13.まとめと今後の課題							
留意事項	授業内のディスカッションやグループワークへの積極的な参加を求める。 最終レポートでは、異文化コミュニケーションに関する具体的な事例を分析し、実務に適用可能な提案を行うことを求める。 事前に指定した文献を読み、各授業のテーマに関する事前学習を行うこと。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容		科目との関連性				

数理と社会 (BLIB2F02)

担当教員	宇都宮博	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	一般教養系	選択	2	2	前	講義	13
講義概要	本講義では、数理の視点から社会現象を捉え、物事の本質を理解できるようになる。地震や雷、紛争、恋愛、交通事故など、世の中で起こるさまざまな出来事は、単なる物理現象やエネルギーの流れとして解釈できる。持続可能な社会を目指す SDGs の 15 のゴールも、エネルギーの循環を効率的に行うことで地球環境を維持しようとする試みと捉えられる。本講義では、新聞記事などを通じて社会問題を考察し、それらを数理的な視点で整理しながら理解を深める。生命の誕生から人類の進化、大宇宙の膨張に至るまで、さまざまな現象を数理の観点から探究し、社会の構造を明らかにする力を養う。						
到達目標	・現代社会における価値観を表す用語を整理し、数理的に理解することで、論理的に物事を考えられるようになる（DP1） ・道徳的価値の起源を自然科学の視点から考察し、数理的な必然性を踏まえて説明できる（DP1） ・新しい価値を数理の観点から分析し、論理的に考察できる（DP1） ・「おかしい」「何かが違う」といった違和感を、数理モデルを用いて論理的に検証し、人生の危機管理に活かせるようになる。例えば、「上手い話には裏がある」ことをエネルギー保存の法則などを用いて捉えられる（DP1）						
成績評価方法	平常点 課題提出 50% レポート 50%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
1.講義全般のテーマとして「数理で読み解く現代社会」という観点で、講義全般の解説。 特に、「数理で読み解く日本の現状」を中心に、平均賃金、人口動態調査など、公的データの活用、その理解の手法等を解説する 2.人生 100 年時代の賢い生き方（平均寿命、健康寿命、責任準備金繰入金、生命保険） 3.葉の成長に観る無理数（数に体系、ユークリッド互除法、フィボナッチ数列、音階） 4.遺伝から見える種の淘汰（突然変異、DNA、RNA、ゲノム） 5.天気予報で知る確率（降水確率と打率、台風の進路予想、大数の法則、中心極限定理） 6.ギャンブルで儲ける法（期待値、推定と検定） 7.よい恋人を見つける戦略（最大停止問題、誕生日同一問題、モンティ・ホール問題） 8.リスクヘッジとデリバティブ（投資と投機、コストとロス、ゲームの理論） 9.情報の非対称性、暗号の数理（公開キーと暗号キー、富の再分配、パレート曲線） 10.ガリバー国では、背の高い子どもが生まれ続くか（回帰現象、相関、未来予想） 11.持続可能な社会（SDGs）を実現するために （カーボンニュートラル、ゼロ・エミッション、食品ロス） 12.AI,量子コンピュータ （Electronic Numerical Integrator and Computer,アルゴリズム、サラリーマン問題） 13.カオスに見る秩序（バタフライエフェクト、フラクタル）							
留意事項	講義では、事前のテーマに沿ったトピックに関する課題回答を、他者の意見等で深化させながら改善する学修スタイル 授業の事前には、テーマに沿ったトピックを課題として出します。その課題に対する取り組みの中で、ご自分の考えを整理して講義に臨んでもらいます						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

経済学概論 (SMAN2F02)

担当教員	木戸田力	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選択	2	2	前	講義	13
講義概要	本講義では、最初に経済とは何かを説明し、その上で付加価値、総生産、および成長率などの経済の動きを理解するために必要な考え方を学ぶ。さらに、現実の経済構造や経済動向を説明し、日本経済新聞の記事を理解できる実力を身につける。本講義では、当日ないし前日に掲載された新聞記事を配布すると共に、その内容を解説する。特に外食 本講義では、最初に経済とは何かを説明し、その上で付加価値、総生産、および成長率などの経済の動きを理解するために必要な考え方を学ぶ。さらに、現実の経済構造や経済動向を説明し、日本経済新聞の記事を理解できる実力を身につける。本講義では、当日ないし前日に掲載された新聞記事を配布すると共に、その内容を解説する。特に外食産業に関連する記事を取り上げ、学生と共に考察することで、実社会における経済の仕組みを深く理解できるようになる。						
到達目標	・経済学の基本的概念を理解し、新聞などに掲載されている経済関連の記事の内容を正しく読み取ることができるようになる（DP2） ・また、外食産業の動向を新聞記事から分析し、経済的視点から考察できるようになる（DP2）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度）および小テスト 50% 定期試験 50%						
テキスト	配布資料を使用する						
授 業 計 画							
1.前半：経済とはなにか。 後半：経済学の基本的な方法（帰納と演繹・ファンダメンタルズ・経済理論の2つの側面としての記述理論と規範理論） 2.経済学の十大原理（前）：人々はどうのように意思決定するか。人々はどうのように影響しあうのか 3.前半：経済学の十大原理（後）：経済は全体としてどのように動いているか 後半：＜第2回と第3回の講義に関する確認テスト①＞ 4.経済学者の考え方：経済モデルの諸相・フロー循環図・生産可能性フロンティア。実証的分析と規範的分析 5.需要と供給の考え方の前提としての市場と競争。需要と需要曲線。供給と供給曲線。需要と供給の組み合わせ 6.前半：＜第4回と第5回の講義に関する確認テスト②＞ 後半：需要と供給と政府の政策：価格の上限と下限。税金 7.前半：マクロ経済学の基本的な考え方。経済主体と付加価値創出：経済主体の鳥観図。経済主体としての企業の役割。企業による付加価値創出。 後半：＜第6回と第7回の講義に関する確認テスト③＞ 8.前半：貨幣の定義と機能 後半：＜第8回の講義に関する確認テスト④＞ 9.国民所得の測定。国内総生産とGDP。消費。投資。政府支出 10.名目GDPと実質GDP。GDPデフレーター。 11.前半：GDPの三面等価。マクロ経済における需要サイドと供給サイド 後半：＜第9回から第11回の講義に関する確認テスト⑤＞ 12.前半：為替相場の変動と外食産業 後半：＜第12回の講義に関する確認テスト⑥＞ 13.講義のまとめ：外食産業のあり方と経済学。							
留意事項	経済に関する新聞や雑誌記事に日常的に接するようにすること。 配布したコピーおよび新聞記事は、ファイルにいれて保存しておくこと。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容		科目との関連性				

担当教員	清水恭彦	アクティブラーニング	プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	マーケティングの基本概念を身につけ、社会におけるその重要性を理解できるようになる。マーケティングは単なる経営学の一分野ではなく、企業や個人が社会で生き残り、価値を提供するための有益な考え方である。社会のニーズやトレンドを認識し、自社や自身の強みを分析した上で、他者と差別化した製品・サービスや役割を提供することで、社会に貢献し、自己効力感を得ることができる。その結果、マーケティングの視点を活用し、企業経営や個人のキャリア形成において実践的に応用できるようになる。						
到達目標	・基本概念である 3C、4P、STP を確実に理解し、実践的に活用できるようになる (DP2) ・また、「差別化」が企業のみならず、芸能人やスポーツ選手にとっても重要であることを、多くの事例を通じて理解し、実感を伴って身につけることができる (DP2)						
成績評価方法	平常点 (主体的な授業参加度) および小テスト 50% 定期試験 50%						
テキスト	使用しない 資料配布						
授 業 計 画							
1.マーケティングの概念：「マーケティング」とは何なのか？基本的な考え方を特に「戦略論」との違いを軸に理解してもらう。キーワードは「差別化」であることを理解すると同時に必ずしもビジネスのみに有益なものでないことを知る。 2.マーケティングの歴史： 経営学にマーケティングが登場した背景について理解する。自動車販売のためのポイントが生産性や生産コストよりもデザインや色等による「差別化」と悟った G・M 社からマーケティングの考えは発展したものであることなどを理解する。 3.マーケティングのフレームワーク (1)－ 3C 分析： ここでは経営戦略論などとも共通するが、重要なフレームワークである「3C」分析－ Company、Customer、Competitor の関係とその考え方について理解する。 4.マーケティングのフレームワーク (2)－ 4P 分析と STP： 「3C」分析の後に考える 4 P－Product/Service、Price、Placement、Promotion のマーケティングミックスのその考え方と、その次の STP 分析－ Segmentation、Targeting、Positioning について理解する。 5.マーケティングリサーチ：マーケティングにおける NEEDS を知る手段としての調査方法について理解してもらう。具体的には定量調査、定性調査の方法に加えて B2C における調査では顧客の情緒的価値が重要になるケースや顧客自身が自覚していないニーズも学ぶ。 6.マーケティングの近視眼：マーケティングの NEEDS と WANTS について理解してもらう。マーケットターとしては顧客の「解決したい問題」はなにかを考えることが重要で、必ずしも顧客が欲しいというモノやコトを提供するのが正解ではないことを理解する。 7.製品開発：4 P 分析の内のひとつ、Product (または Service)について学ぶ。経営戦略などでも学ぶ事業環境から提供するものを考える、5 フォーシーズ(5 forces)と自社の資源から考える RBV(Resource Based View)についても学ぶ。 8.価格政策： 4P の内のひとつ、Pricing について学ぶ。時には「ブランド価値」により高額でも売れるもの。安くした方が売れなくなるものもあることを理解する。またモノやコトの価値とは主観的なものであるも学ぶ。 9.販売経路：同じく 4P のひとつ、Placement について学ぶ。販路は多い方が良いとは限らず、厳選した販路で販売した方がうまくいくこともあることを理解する。ネット販売とリアル店舗での販売のメリット、デメリットについても学ぶ。 10.プロモーション； 大企業が TV を中心に行っていた広告宣伝がいまはネット経由で中小企業でも安価に行えること、インフルエンサーの影響力、宣伝以上に効果が持つようになった広報、敢えて宣伝をしないスターバックスのプロモーション戦略などについて学ぶ。 11.履修生によるグループ学習とプレゼンテーション (1)： 個人または二人で任意の企業や企業の中の特定の事業を選び、それがどのようなマーケティングを行っているのかを、いままでの授業を通して学んだことをもとに PPT を使って発表する。 12.履修生によるグループ学習とプレゼンテーション (2)： 個人または二人で任意の企業や企業の中の特定の事業を選び、それがどのようなマーケティングを行っているのかを、いままでの授業を通して学んだことをもとに PPT を使って発表する。(履							

修生による発表の回)		
13.まとめ： いままでの学習のまとめと期末試験に関する問題の傾向などについて説明。(履修生による発表の回)		
留意事項	復習をしっかりと行うこと。 こちらで作成した資料を使って授業を行います。授業後に使った資料を履修生にデジタル配信します。 講義は PPT を使った授業が中心。履修生に同じく PPT を使ってプレゼン（中間発表）をしてもらいます。	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性
	国内大手食品企業にて、海外進出戦略を担当。特にアジア市場における契約、会社設立、業務提携の実務に従事し、多様な市場環境での事業展開を経験。	海外進出の具体的な事例を交え、契約交渉や業務提携の実務プロセスを解説。アジア市場の特性や成功要因を考察し、実践的なマーケティング戦略の立案を指導する。

経営組織論 (SMAN2F04)

担当教員	清水恭彦	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	本講義では、経営組織の基本概念、理論、および実務的な課題について学ぶ。組織の成立と発展、組織構造の設計、リーダーシップ、意思決定、組織文化、変革管理などを中心に、経営組織の機能と戦略的役割について考察する。特に、フードビジネスを取り巻く環境を考慮し、持続可能な経営組織の構築や運営について議論する。理論的枠組みと実務的視点を融合させ、具体的な事例を通じて理解を深める。また、アカデミア、産業界、政府との連携の重要性を踏まえ、実際の企業や団体の取り組みを分析し、実践的なマネジメント能力を養う。本授業を通じて、受講生は経営組織の理解を深め、企業運営の現場で即戦力となる能力を身につけることを目指す（DP2）						
到達目標	・経営組織の基本的な理論と概念を理解し、説明できる（DP2） ・フードビジネスに適用可能な組織の設計や運営手法を理解し、実践できる（DP2） ・組織運営の課題を特定し、適切なマネジメント戦略を立案できる（DP2）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度）および小テスト 50% 定期試験 50%						
テキスト	上林 憲雄・庭本佳子編著『経営組織入門』中央経済社						
授 業 計 画							
1.経営組織論の基本概念と現代的意義 2.組織の成立と発展プロセス 3.組織構造の種類と設計 4.フードビジネスにおける組織形態の特徴 5.リーダーシップ理論と実践 6.意思決定プロセスとその影響 7.組織文化とその形成要因 8.組織変革とイノベーションマネジメント 9.ステークホルダーとの関係構築 10.サステナブル経営と組織戦略 11.企業事例分析（フードビジネスにおける成功と失敗） 12.グループワーク：組織課題の分析と解決策の提案 13.まとめと発表会							
留意事項	復習をしっかりと行うこと。 授業は講義形式に加え、ディスカッションやグループワークを積極的に取り入れる 各回の授業では事前に提示された文献を読み、授業での議論に備えること 企業訪問やゲストスピーカーの講義を予定することがある 授業内容を理解するために、ケーススタディを活用する 期末課題として、フードビジネスにおける経営組織の課題を分析し、戦略的提言を行うレポートを提出する こちらで作成した資料を使って授業を行います。授業後に使った資料を履修生にデジタル配信します。 講義は PPT を使った授業が						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	国内大手食品企業にて、海外進出戦略を担当。特にアジア市場における契約、会社設立、業務提携の実務に従事し、多様な市場環境での事業展開を経験。			実務で得た海外進出の課題や成功事例を紹介し、経営組織の理論と実践の結びつきを学ぶ。ケーススタディを用い、実践的な思考力を養う。			

経営戦略論 (SMAN2S05)

担当教員	清水恭彦	アクティブラーニング	プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	後	講義	13
講義概要	経営戦略論は、古代の戦略論や戦争論にまで遡る。自分よりも大きな相手と対峙した際に、どのように勝つか、あるいは負けずに済むかを考える学問である。一方で、マーケティングは競争を避け、自らの強みを活かせる分野で生きる戦略を重視する。しかし、現代においては、実務・学術の両面で経営戦略論とマーケティングが融合している。どの分野に進んでも他者の存在は不可避であり、そこには競争が生じるからである。この競争環境において、戦略論の考え方が有効となる。ただし、戦略には唯一の正解はなく、存在するのは複数の選択肢のみである。本授業では、状況に応じた戦略の選択肢を検討し、実践的な思考力を養うことを目指す。						
到達目標	・様々な状況において、どのような選択肢があるのかを理解し、自ら適切な選択肢を選び、その理由を説明できるようになる（DP2）						
成績評価方法	平常点（主体的な授業参加度）および小テスト 50% 定期試験 50%						
テキスト	嶋口 充輝 ・内田 和成・ 黒岩 健一郎編著『1からの戦略論』（第2版）中央経済社						
授 業 計 画							
1.戦略の定義：「戦略」とはなにかということについて考える。最初に戦略の「要素」について考えていく。履修者はネット上で「戦略」を検索し、各自なりに、理解をしてください。 2.業界の構造。ファイブフォース分析： 戦略を考えるうえで周りの環境から考えるという方向があります。ファイブ フォース（5 forces）といわれる有名な理論です。この理論をまずは理解しましょう。 3.周りの環境を考えるーPEST 分析： ここでは PEST 分析といわれる自分、自社を取り巻く環境、トレンドを知る重要性について学びます。同時にマーケティングにも出てくる3C分析、SWOT分析の意味も一緒に理解（復習？）していきます。 4.自分に当てはめて考えるー演習： 前回まで学んだ事項は前略を考えるうえで基本となる重要事項です。この回では皆さんが実際に自分を中心にして自分が将来やりたいことの周りの環境について考えて発表してみましょう。 5.事業戦略の違いーしまむらとユニクロ：概要で述べたように戦略の答えはひとつだけではありません。いくつかの選択肢があります。ここでは同じアパレルながら、全く違う戦略をとる、しまむらとユニクロについて考察します。 6.製品ライフサイクル：ここでは同じ製品であっても、そのデビューから引退までのライフサイクルのどのフェーズにいるかでとるべき戦略が変わってくることを学びます。ライフの期間は製品によって全く違いますが基本は同じです。 7.地位別戦略：前回は戦略を時間軸で考えましたが、ここでは市場の中の位置で考えて適切な戦略を考える方法を学びます。リーダー、チャンレンジャー、フォロワー、ニッチャーの地位の違いによる戦い方を学びます。 8.RBV（リソース・ベースド・ビュー）： 第2回の授業で学んだファイブ・フォースを反対または補完する理論。自社の能力を中心に考える戦略で資源アプローチの戦略ともいわれる。ここではコアコンピタンスという言葉についても考察します。 9.成長戦略：ここでは「成長マトリック」を紹介して、企業の成長を実現する選択肢について学ぶ。「シナジー効果」という言葉についても学んでいく。 10.組織文化； 最後は効果的で競争力のある戦略を実現するためのものとして組織文化について考察する。これは柔軟に変更することが難しいものであり、反対に急激に変化する環境ではマイナスに作用する可能性もあることも学ぶ。 11.履修生によるプレゼンテーション（1）： 任意の企業や企業の中の特定の事業を選び、それがどのような戦略をとっているのかを、いままでの授業を通して学んだことをもとに PPT を使って発表する。 12.履修生によるプレゼンテーション（2）： 任意の企業や企業の中の特定の事業を選び、それがどのような戦略をとっているのかを、いままでの授業を通して学んだことをもとに PPT を使って発表する。（履修生による発表の回） 13.まとめ： いままでの学習のまとめと期末試験に関する問題の傾向などについて説明。（履修生による発表の回）							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目		実務経験の内容			科目との関連性		
		国内大手食品企業にて、海外進出戦略を担当。特にアジア市場における契約、会社設立、業務提携の実			実務経験を活かし、海外進出の実例を交えながら、戦略策定やリスク管理の実践的視点を提供。		

	務に従事し、多様な市場環境での事業展開を経験。	特にアジア市場における成功要因や課題を具体的に解説し、実践的な経営戦略の理解を深める。
--	-------------------------	---

ビジネス法務 (SMAN2S10)

担当教員	木戸田力	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選択	2	2	後	講義	13
講義概要	経済社会や地域産業に関する法令に基づきながら、ビジネスを展開していく際に必要な資質・能力を育成することを目指す。実践的・体験的な学習活動を行うことなどを視野に入れ、地域産業などの健全で持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を育成することを目指す。						
到達目標	・ビジネスに関する法規について実務に即して体系的・系統的に理解するようにする。法的側面からビジネスに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として法的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。						
成績評価方法	小テスト・課題 40% 定期試験 60%						
テキスト	森島昭夫『ビジネス法規・準拠問題集』実務出版						
授 業 計 画							
1. 第1章 法の概要 ビジネスにおける法の役割。法の体系と解釈・適用 2. 第2章 権利・義務と財産権 権利・義務とその主体。物と物権・債権。知的財産権 3. 第3章 財産権の変動 契約。物の売買。物の貸借 4. 小テストと解説① 5. 第3章 財産権の変動（その2） 不法行為。時効 6. 第4章 企業活動と法規 企業活動の主体。株式会社の特徴と機関 7. 第4章（その2） 資金調達と金融取引。組織再編と清算・再建。競争秩序の確保 8. 第5章 企業責任と法規 法令遵守と説明責任。労働者の保護 9. 第5章（その2） 消費者の保護。情報の保護 10.小テストと解説② 11.第6章 紛争の解決と予防 紛争の解決。紛争の予防 12.第7章 税と法規 税の種類と法人の納税義務。法人税の申告と納付。消費税の申告と納付 13.小テストと解説③							
留意事項	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、法令に基づくビジネスに主体的かつ協働的に取り組んでみること。 テキストに沿いながら講義を行います。テキストおよび準拠問題集は、各自購入すること。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

担当教員	緒方智	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選択	2	2	後	講義	13
講義概要	日本の外食産業の市場規模は、コロナ感染拡大前には 26 兆 3 千億円のマーケットを有しており、中食のマーケットを含めると 30 兆円を超え、食の外部化率も 43.3%と高い数値に達していた。もし、コロナ感染拡大が無ければ、2040 年には食の外部化率は 70%を超える予想もあったが、コロナ感染拡大で冷え込んでいる。しかし、食全体に占める外食・中食の依存度が大きく、生産者はじめ食品メーカー、卸、小売り業者等が外食・中食に関わりを持ちたいと思っている状況に変わりはない。本講義では、外食・中食の定義に始まり、業種・業態論、店舗拡大の手法であるチェーンストア理論、外食・中食企業の戦略、食材仕入・メニュー戦略、消費者の外食・中食行動など、体系的学びます。						
到達目標	・外食・中食の定義、業種・業態論、チェーンストア理論、食材仕入・メニュー戦略など・外食・中食の基本を理解できる（DP2） ・外食・中食企業の戦略を理解でき、将来の戦略を考察できる（DP2） ・消費者の外食・中食行動を理解でき、今後の消費者行動を考察することができる（DP2）						
成績評価方法	1.講義への参加度 ディスカッション等への参加度 及び期末試験で総合的に判断する。 2.具体的基準は以下の通りである。 積極的な講義への参加度：20% 中間試験・期末試験 レポート ：80%						
テキスト	『教科書「ビジネス法規」問題集・準拠問題集』実教出版						
授 業 計 画							
1.ガイダンス：講義の進め方、参考文献の紹介など 2.外食と何にか（外食・中食の定義、飲食店の機能など） （ディスカッションまたはグループワークあり） 3.産業の定義と業種・業態論、外食産業の産業構造、外食産業市場規模など （ディスカッションまたはグループワークあり） 4.チェーンストア理論（理論の 3 つの柱。チェーンの種類、メリット・ディメリットなど） （ディスカッションまたはグループワークあり） 5.飲食店の売上高ランキングと参入障壁、既存店とは何か、既存店の競合など （ディスカッションまたはグループワークあり） 6.外食産業の食材調達（食材調達の原則、食材率、マーチャндаイジング、食材仕入額の推計など） （ディスカッションまたはグループワークあり） 7.外食企業のメニュー戦略（CK とレシピ発注、QSC、メニュープランニング、2 つの調理技術体系、ABC 分析など） （ディスカッションまたはグループワークあり） 8.集団給食の概要（集団給食の定義、集団給食の市場規模、産業給食の契約など） （ディスカッションまたはグループワークあり） 9.中食の定義と市場規模、中食企業の概要、中食の課題など （ディスカッションまたはグループワークあり） 10.外食産業の発展過程（外食・中食産業史） （ディスカッションまたはグループワークあり） 11.接客サービスとホスピタリティ （ディスカッションまたはグループワークあり） 12.消費者の外食・中食行動（外食率と食の外部化率、消費者の多様なニーズなど） （ディスカッションまたはグループワークあり） 13.講義のまとめ							
留意事項	講義は毎回、ディスカッションの時間を設けるので、そのテーマについて発言内容を事前にまとめておくこ						

	と 遅刻厳禁、携帯電話マナーモード	
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性
	外資系食品会社に勤務し、国内大手外食企業の社長を歴任。海外からの食材仕入れに従事し、フードサービス産業の経営戦略や国際調達に精通。	実務で培った経営戦略や国際調達の知見を基に、フードサービス産業の実態を具体的な事例を交えて講義。現場視点を重視し、実践的な学びを提供。

食品流通論 (SMAN2F12)

担当教員	緒方智	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	食費流通は、生産者から消費者に至る食品の流れを示すものであるが、近年、川上の生産者と川下の消費者の間に様々な担い手が出現し、生産者と消費者の隔たりがますます拡大している状況となっている。そのため、川下の消費者は、どのような流れで食品が手元に届いているのかわかりづらくなっている。本講義では、食品流通の基本を学んだ上で、生産者から消費者の間に存在する担い手のポジショニングと仕事の内容について理解し、次いで生鮮食品、加工食品、輸入食品との流れを理解し、これからの食品流通がどうあるべきか考察する。						
到達目標	・生産者から消費者までの食品流通の仕組みを理解し、説明できる（DP2） ・食生活や消費者ニーズの変化を把握し、今後の食品流通のあり方を考察できる（DP2） ・食品流通に関わる各経済主体の役割と特徴を理解し、それぞれの課題を考察できる（DP2） ・食品流通の現状や課題について概括的に理解し、実践的に活用できる（DP2）						
成績評価方法	1.講義への参加度 ディスカッション等への参加度 及び期末試験で総合的に判断する。 2.具体的基準は以下の通りである。 積極的な講義への参加度：20％ 中間試験・期末試験 レポート ：80％						
テキスト	日本フードスペシャリスト編『四訂 食品の消費と流通』建帛社，2021 年						
授 業 計 画							
1.ガイダンス：流通とフードシステムについて、講義の進め方、参考文献の紹介など 2.食品流通とは：流通の社会的役割と流通を見る視点 3.流通の機能Ⅰ：商流と物流について 4.流通の機能Ⅱ：情報流について 5.食品小売業・外食産業の諸形態とその特徴 6.食品卸売業の多段階流通の機能や課題（問屋無用論など） 7.食品製造業の諸形態とその特徴 8.中間試験 9.生鮮食品の流通 10.加工食品の流通 11.輸入食品の流通 12.流通政策と技術革新、最新の食品流通の現状 13.講義のまとめ							
留意事項	講義は毎回、ディスカッションまたはグループワークの時間を設けるので、そのテーマについて発言内容を事前にまとめておくこと 遅刻厳禁、携帯電話マナーモード						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	外資系食品会社に勤務し、国内大手外食企業の社長を歴任。海外からの食材仕入れを含む食品流通の実務に幅広く従事。			食品流通の実務経験を基に、海外調達の課題や外食産業の流通構造を具体的事例とともに解説し、実践的な視点を提供する。			

調理学 (SMAN2S19)

担当教員	野村京子	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	選択	2	2	後	講義	13
講義概要	調理学は、食品の特性や調理技術を科学的に理解し、フードビジネスにおける調理オペレーションの最適化を探究する学問である。本授業では、基本的な調理原理を学びつつ、最新の調理技術や食品加工の知識を取り入れ、調理の実践と改善を行う。特に、食品の官能評価や栄養価、食材の適正利用、持続可能な調理方法についても考察し、調理の効率化と品質向上の方法を検討する。また、地域の食文化や市場環境を踏まえた調理戦略についても学び、フードビジネスの視点から調理技術を分析・改善できる力を養う。さらに、データ・サイエンスを活用した調理工程の可視化や、環境負荷低減を目指した調理手法についても取り上げ、持続可能なフードビジネスの実現に貢献できる人材の育成を目指す。						
到達目標	・調理技術の基本原則を理解し、科学的な視点で調理プロセスを分析・改善できるようになる（DP3） ・フードビジネスにおける調理技術の進化や市場環境の変化を理解し、新たな調理技術の意義を説明できる（DP4） ・食品の持続可能な利用や食材の特性を考慮し、調理における課題を発見し、解決策を提案できる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40% 課題レポート 30% 最終プレゼンテーション 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.調理学の基礎と目的 2.食品の物理的・化学的特性と調理の関係 3.熱調理の原理と応用 4.調理における衛生管理と食品安全 5.伝統調理技術と現代の調理技術の比較 6.調理と栄養価の関係 7.食品ロス削減に向けた調理技術 8.フードビジネスにおける調理オペレーションの最適化 9.データ・サイエンスを活用した調理工程の可視化 10.地域資源を活かした調理技術 11.持続可能な調理と環境負荷低減 12.調理の未来とテクノロジーの進展 13.総括：調理学の実践と課題解決							
留意事項	授業は講義と実習を交えながら進行する。 フードビジネスの現場での調理実践を踏まえた課題解決型学習を取り入れる。 受講生の積極的な発表やディスカッションを求める。 調理現場の見学やゲスト講師を招いた特別講義を予定している。 最終課題として、持続可能な調理方法に関する提案を行う。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	ホテルの調理スタッフ、レストランのシェフとして勤務。管理栄養士・専門調理師資格を持ち、食品加工企業で商品開発にも従事。幅広い調理・栄養分野の実務経験を有する。			調理現場の実践的な技術や知識を伝え、食品開発の視点も交えて指導する。現場での課題や工夫を紹介し、実践力と応用力を養う授業を展開する。			

食品学 (SMAN2F20)

担当教員	坂井良輔	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	本講義では、食品の基本的な特性や成分、加工技術、食品衛生の基礎を学ぶとともに、フードビジネスの観点から食品産業の最新動向を考察する。食品の生産から流通、消費に至るまでのプロセスを体系的に理解し、食品業界における技術革新や市場動向がどのようにビジネス戦略に影響を与えるのかを実践的視点から検討する。さらに、食品ロスや地域資源の活用、持続可能なフードシステムの構築についても議論し、フードビジネスにおける課題解決能力を養う。授業では、データ・サイエンスを活用した食品分析や消費者動向の解析にも触れ、地域の食品産業と市場環境の変化に適応できる能力を身につけることを目指す。実践的な視点を重視し、現場での課題解決能力を高めるために、事例分析やディスカッションを積極的に取り入れる。						
到達目標	・食品の特性や成分、加工技術、衛生管理の基礎を理解し、フードビジネスの視点から分析できるようになる（DP3） ・フードビジネス業界の市場環境や食品産業の最新技術の動向を把握し、データを活用した分析ができるようになる（DP4） ・地域社会や企業の課題を理解し、食品産業における持続可能なビジネスモデルの構築について柔軟な発想で解決策を提案できるようになる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40% 課題レポート 30% 最終プレゼンテーション 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.食品学とは何かー基礎概念とフードビジネスの関係性 2.食品の成分と機能性ー栄養学的観点からの理解 3.食品の加工技術と保存方法の進化 4.食品の安全性と衛生管理の基礎 5.フードビジネスの市場環境と消費者動向の変化 6.食品ロスと持続可能なフードシステム 7.地域食材のブランディングと商品開発 8.データ・サイエンスを活用した食品分析の実践 9.フードテックと食品産業の未来 10.フードビジネスにおけるマーケティング戦略 11.食品産業における法規制と倫理 12.企業事例研究ー成功する食品ビジネスとは 13.総括とディスカッション							
留意事項	授業は講義形式に加え、ディスカッション、グループワーク、実践的なケーススタディを含む。 課題レポートやプレゼンテーションを通じて、実践的な理解を深める。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

フードスペシャリスト論 (SFOO2S02)

担当教員	坂井良輔	アクティブラーニング	グループワークを取り入れ、実践的な学習機会を提供する				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	フード系	選必	2	2	後	講義	13
講義概要	本授業では、フードビジネス業界における専門職としての役割とその実践的な知識を学ぶ。フードスペシャリストの業務は、食の安全管理、商品開発、マーケティング、地域振興、サステナビリティなど多岐にわたる。本講義では、フードビジネスの組織運営や市場環境の分析を行い、業界の最新動向や技術革新についての理解を深める。また、食に関する社会課題を発見し、解決策を検討することで、フードスペシャリストとしての実践的な視点を養う。特に、地域資源の活用やフードロス削減、伝統野菜のブランド化といったテーマに焦点を当て、データ・サイエンスを活用した市場分析の手法も学ぶ。これにより、フードビジネス業界で求められる知識・スキルを体系的に習得し、実社会で応用できる力を身につける。						
到達目標	・フードビジネス業界の組織運営や調理オペレーションを分析し、改善できるようになる（DP3） ・フードビジネス業界の市場環境や地域社会の状況をデータ分析を通じて把握し、新技術の意義を理解できる（DP4） ・企業と社会の関係を踏まえ、広い視野と柔軟な発想で食に関する課題を発見し、解決できる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40% 課題レポート 30% 最終プレゼンテーション 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.フードスペシャリストとは：業界の役割と求められる資質 2.フードビジネスの現状と課題：市場環境の分析 3.フードロス削減と持続可能な食文化の形成 4.食品安全管理と品質保証の実践 5.食品マーケティングとブランディング戦略 6.地域資源を活用したフードビジネスの展開 7.データ・サイエンスを活用したフードビジネス分析 8.フードサービスのオペレーションとイノベーション 9.伝統野菜と地域ブランド戦略 10.企業の社会的責任（CSR）とフードビジネス 11.フードテックの最前線と今後の展望 12.ケーススタディ：地域活性化に貢献するフードビジネス 13.まとめとディスカッション：フードスペシャリストとしての未来展望							
留意事項	授業の進行に応じて、適宜ゲスト講師を招く予定。 各回の講義後には、簡単な振り返りレポートを提出すること。 グループワークを取り入れ、実践的な学習機会を提供する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

臨地実習Ⅰ・前期（SPRA2F06）

担当教員	木戸田力・清水恭彦・鍛冶静香・中村英樹・開田晶・緒方智・吉田真一・辻口博啓	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	実務系	必修	4	2	前	実習	0
講義概要	本実習は、主にフードサービス企業がチェーン展開する店舗において、店長としての実務と役割を理解し、現場で求められるマネジメントを体験することを目標とする。臨地実習Ⅰでは、店長などの指示に従いながら、店舗ブランドの特徴、店舗の施設設備、作業やサービスの流れ、現場のオペレーションを理解し、店舗スタッフとしての実務を把握し、日々の業務について理解する。また、フードサービスに従事する者として必須となる衛生管理に関する知識について、具体的な実践方法を身につける。						
到達目標	(１) 店舗運営の仕組みを理解する (２) 食品衛生の重要性を理解する						
成績評価方法	実習日誌の内容 30% 事前・事後学習の状況 10% 評価表 30% 実習レポート 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
前期の店舗内実習 15 日間（2 年次：夏季） (1)オリエンテーション ・企業概要、組織説明、スタッフ研修の体制、実習の体験内容に関するオリエンテーションを実施する。 (2)店舗内で必要な実務における実習 ①店舗スタッフ（キッチンスタッフおよびホールスタッフ）としての業務 ・実習指導者から、店舗スタッフとしての業務の流れについてマニュアル等を活用し説明を受けたうえで、各実務について補助業務を体験する ＜補助業務例：キッチンスタッフ＞ ・厨房内の清掃 ・食器や調理器具の洗浄 ・食材の在庫確認 ・食材の下処理 ・簡易な盛り付け ・衛生チェック など ＜補助業務例：ホールスタッフ＞ ・店舗内の清掃 ・お客様のご案内 ・注文の確認 ・料理の配膳 ・バッシング ・会計 など ②食品衛生に関する視点 ・食品衛生管理マニュアル等から、店舗の業態に合わせた特徴について学ぶ ＜具体的な学習方法例＞ ・食材の温度管理に関する管理チェック項目の内容を確認する ・食在庫などお客様の目に触れない場所における衛生対策の方法を確認する ・従業員の身だしなみに関する規定について確認する ③店長としての実務							

- ・店舗内における店長等の動きを見聞きすることで、その役割を理解する
- <具体的な学習方法例>
- ・従業員とのコミュニケーション方法について確認する
 - ・店舗内の状況に応じた指示の出し方や内容を確認する
- ④職業人としての基礎力 ・お客様や店舗スタッフとのコミュニケーションを通して、社会人として必要とされるビジネスマナーを身につける
- <具体的な学習方法例>
- ・お客様に対して、適切な言葉遣いで接客をする
 - ・お客様に対して、笑顔で対応する

留意事項		
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性

臨地実習Ⅰ・後期（SPRA2S07）

担当教員	木戸田力・清水恭彦・鍛冶静香・中村英樹・開田晶・緒方智・吉田真一・辻口博啓	アクティブラーニング					
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	実務系	必修	4	2	後	実習	0
講義概要	本実習は、主にフードサービス企業がチェーン展開する店舗において、店長としての実務と役割を理解し、現場で求められるマネジメントを体験することを目標とする。臨地実習Ⅰでは、店長などの指示に従いながら、店舗ブランドの特徴、店舗の施設設備、作業やサービスの流れ、現場のオペレーションを理解し、店舗スタッフとしての実務を把握し、日々の業務について理解する。また、フードサービスに従事する者として必須となる衛生管理に関する知識について、具体的な実践方法を身につける。						
到達目標	(１) 店舗運営の仕組みを理解する (２) 食品衛生の重要性を理解する						
成績評価方法	実習日誌の内容 30% 事前・事後学習の状況 10% 評価表 30% 実習レポート 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
後期の店舗内実習 15 日間（2 年次：春季） (1)オリエンテーション ・企業概要、組織説明、スタッフ研修の体制、実習の体験内容に関するオリエンテーションを実施する (2)店舗内で必要な実務における実習 ①店舗スタッフ（キッチンスタッフおよびホールスタッフ）としての業務 ・1 か所目（第 1 期）の店舗での体験を生かし、マニュアル等の内容を理解 した上で、各業務について積極的に取り組む ＜補助業務例：キッチンスタッフ＞ ・厨房内の清掃 ・食器や調理器具の洗浄 ・食材の在庫確認 ・食材の下処理 ・簡易な盛り付け ・衛生チェック など ＜補助業務例：ホールスタッフ＞ ・店舗内の清掃 ・お客様のご案内 ・注文の確認 ・料理の配膳 ・バッシング ・会計 など ②食品衛生に関する視点 ・店舗内で必要な食品衛生の具体的な管理方法について学ぶ ＜具体的な学習方法例＞ ・実習指導者の管理のもとで、食材の温度管理に関する管理項目をチェック する ・実習指導者の管理のもとで、食在庫などお客様の目に触れない場所の洗浄殺菌を実施する ・従業員の身だしなみに関する規定を理解し、実習指導者の管理のもとで、 身だしなみの質を保つための店舗内の運用ルールに沿って指導を行う							

③店長としての実務

- ・店長としての動きを見聞きすることで、店舗管理の具体的な方法について学ぶ

＜具体的な学習方法例＞

- ・従業員とのコミュニケーション方法について、店長から意識して取り組んでいること（言葉遣い、声量、タイミング等）をヒアリングする

③職業人としての基礎力

- ・お客様や店舗スタッフと積極的に関わり、コミュニケーション能力を身につける

＜具体的な学習方法例＞

- ・お客様に対して、適切な言葉遣いで自ら進んでお声かけする
- ・お客様に対して、感情豊かな表情で接遇する

留意事項		
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性

思考の整理学Ⅰ（ロジカル思考）（ATHI2F11）

担当教員	藪下保弘	アクティブラーニング	グループワーク、ディスカッション、ピアラーニング				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	マネジメント系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	本授業では、フードビジネスにおいて求められるロジカルシンキングの基本を学ぶ。市場環境の変化やデータ・サイエンスの活用が進む中、論理的思考能力は経営判断や課題解決において不可欠なスキルである。本講義では、論理的な分析手法、情報整理の技術、問題解決のフレームワークを学び、実際の事例を通じて実践的に習得することを目指す。特に、地域社会やフードビジネスの視点を交えながら、実際の課題に対する論理的アプローチを訓練する。受講者は、論理的思考の基礎を理解し、ビジネス上の意思決定やプレゼンテーションに活かせるようになる。						
到達目標	・フードビジネスの市場環境や地域社会の状況を論理的に分析できるようになる（DP4） ・データ・サイエンスの視点を活用し、論理的な意思決定ができるようになる（DP4） ・広い視野と柔軟な発想をもとに、論理的な課題解決ができるようになる（DP5）						
成績評価方法	ふりかえりシート 50% 期末レポート 50%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.ロジカルシンキングの重要性と基礎概念 2.フードビジネスにおける論理的思考の必要性 3.論理的思考の基本：帰納法と演繹法 4.フレームワーク思考（MECE、ロジックツリー） 5.クリティカルシンキングとバイアスの理解 6.問題解決のプロセスと論理的な意思決定 7.データ分析とロジカルシンキングの関係 8.因果関係と相関関係の区別 9.プレゼンテーションにおけるロジカルシンキングの活用 10.フードビジネスの課題分析と論理的提案 11.実践ケーススタディ：地域社会の課題解決 12.総合演習：ビジネス課題のロジカルアプローチ 13.まとめと振り返り、学びの深化							
留意事項	本授業では、グループワークやディスカッションを積極的に取り入れ、実践的な学びを促進する。 フードビジネスの事例を取り上げ、実践的な分析・課題解決を行う。 授業資料は事前に配布し、予習・復習を推奨する。期末課題として、論理的思考を活用したレポートを提出する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

思考の整理学Ⅱ（デザイン思考）（ATHI2S12）

担当教員	藪下保弘	アクティブラーニング	グループワーク、ディスカッション、ピアラ ーニング				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	思考系	選択	2	2	後	講義	13
講義概要	本授業では、デザイン思考の基本概念とその応用について学び、フードビジネス業界における課題解決のための思考法を身につけることを目的とする。デザイン思考は、ユーザー中心のアプローチを通じて、新たな価値を創造するための方法論であり、本講義では「共感」「定義」「創造」「試作」「テスト」のプロセスを実践的に学ぶ。フードビジネスを取り巻く市場環境や地域社会の課題に対して、データ・サイエンスや最新技術を活用しながら、柔軟な発想で解決策を導く能力を養う。また、企業と社会の関係性を考慮しつつ、持続可能なビジネスモデルの構築を視野に入れたデザイン思考の活用法を探究する。ワークショップやグループワークを通じて、実践的な思考整理スキルを強化し、創造的な問題解決能力を身につける。						
到達目標	・フードビジネスの市場環境や地域社会の課題を把握し、デザイン思考を活用して分析できるようになる（DP4） ・広い視野と柔軟な発想を持ち、企業と社会の関係性を考慮した課題解決策を提案できるようになる（DP5） ・デザイン思考のプロセスを実践し、新たな価値創造のためのアイデアを形にできるようになる（DP5）						
成績評価方法	ふりかえりシート 50% 期末レポート 50%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.デザイン思考とは - 基本概念とフードビジネスへの応用 2.共感のプロセス - ユーザー理解のためのリサーチ手法 3.課題の定義 - 課題を適切に整理する方法 4.アイデア創出 - ブレインストーミングと発想法 5.試作の重要性 - プロトタイピングの基礎 6.テストとフィードバック - ユーザー視点での評価 7.データ・サイエンスとデザイン思考 - データ活用による課題解決 8.地域課題とデザイン思考 - 持続可能なビジネスモデルの探究 9.企業と社会の関係性 - フードビジネスの事例研究 10.チームでのデザイン思考 - グループワークによる実践 11.実際の課題に挑戦 - 現場でのデザイン思考活用 12.発表準備とプレゼンテーションスキル 13.最終発表と振り返り - 学びの整理と今後の活用							
留意事項	本講義では、ワークショップ形式の授業を多く取り入れるため、積極的な参加を求める。 グループワークを通じた学習を重視するため、事前準備や発表に対する姿勢が評価に影響する。 授業中のディスカッションや発表の機会を通じて、実践的な思考整理スキルを高めることを目的とする。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

地域学（APRO2F21）

担当教員	松島大輔	アクティブラーニング	フードビジネスプラン作成				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	本授業では、地域社会におけるフードビジネスの役割を多角的に理解し、地域資源を活用した持続可能な食産業の可能性について学ぶ。地域経済、文化、歴史、環境といった多様な観点から地域学を探究し、食を通じた地域振興の方法論を考察する。特に、データ・サイエンスを活用した市場分析や、最新の調理技術を地域活性化に応用する事例を取り上げ、実践的な知識を身につけることを目指す。また、企業と地域社会の関係を理解し、社会課題の解決に向けたビジネス戦略を検討する能力を養う。学修を通じて、フードビジネスの現場における課題を発見し、持続可能な解決策を提案できる人材の育成を目指す。本授業は、DP4 および DP5 に基づき、フードビジネス業界の市場環境や地域社会の状況を理解し、広い視野を持って課題を解決する能力の向上を図る。						
到達目標	・フードビジネスを取り巻く市場環境や地域社会の状況を把握し、データ・サイエンスの活用意義を理解できるようになる（DP4） ・地域資源を活用したフードビジネスの展開方法を分析し、持続可能な事業戦略を提案できるようになる（DP5） ・企業と地域社会の関係を理解し、社会課題を解決するための具体的なアプローチを構築できるようになる（DP5）						
成績評価方法	レポート 40% 定期試験 60%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.地域学の基礎とフードビジネスとの関係 2.地域資源の概念と活用事例 3.地域経済と食産業の関係 4.データ・サイエンスによる市場分析の基礎 5.地域社会の課題とフードビジネスの役割 6.持続可能な地域フードシステムの構築 7.地域ブランディングとフードビジネス 8.食文化の継承と地域振興 9.企業と地域社会の協働モデル 10.最新調理技術と地域活性化への応用 11.事例分析：成功事例と課題 12.グループワーク：地域資源を活かしたビジネスプラン作成 13.最終発表とフィードバック							
留意事項	授業への積極的な参加を推奨する。 事前学習として、地域フードビジネスに関する文献を読み、意見をまとめること。 最終発表では、グループごとに地域資源を活用したフードビジネスプランを提案し、フィードバックを受ける。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

地域ブランディング (APRO2S22)

担当教員	野村京子	アクティブラーニング	グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	選択	2	2	後	講義	13
講義概要	地域ブランディングは、地域固有の資源を活用し、付加価値を創出することで、地域の持続可能な発展を目指す手法である。本授業では、地域ブランドの概念や成功事例を学び、地域社会の特性を理解したうえで、戦略的なブランディング手法を考察する。市場環境の分析、データ・サイエンスの活用、フードビジネスの視点を組み合わせ、地域資源を最大限に活かすブランド戦略を構築する能力を養う。また、企業と地域社会の関係を理解し、広い視野で課題を発見し、柔軟な発想で解決策を提案する力を育む。具体的には、地域ブランドの成功事例をもとに、地域特産品や観光資源を活かしたブランド構築のプロセスを学ぶ。さらに、地域社会と連携しながら新たな価値を創出するアプローチについても検討する。授業を通じて、地域ブランディングに関する理論的な知識を深めるだけでなく、実際の事例分析やグループワークを通じて実践的なスキルを習得することを目指す。						
到達目標	・フードビジネス業界を取り巻く市場環境や地域社会の状況を把握し、地域ブランディングの意義を理解できる（DP4） ・地域の特性を踏まえたブランド戦略をデータに基づいて分析し、提案できる（DP4, DP5） ・企業と地域社会の関係性を理解し、課題を発見し解決できる（DP5）						
成績評価方法	平常点 40% 課題レポート 30% 最終プレゼンテーション 30%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.地域ブランディングとは何か概念と基礎理論 2.地域資源の特性とブランディングの可能性 3.フードビジネスと地域ブランド市場環境の分析 4.地域ブランドの成功事例（国内編） 5.地域ブランドの成功事例（海外編） 6.データ・サイエンスを活用したブランド戦略 7.地域ブランディングにおけるデザインとマーケティング 8.企業と地域社会の関係性地域資源の活用戦略 9.ブランド価値の評価と継続的発展 10.グループワーク①地域ブランドの課題発見 11.グループワーク②ブランディング戦略の立案 12.地域ブランディングの実践事例と学び 13.総括 持続可能な地域ブランドの未来							
留意事項	授業内で、適宜参考資料を紹介する。 授業は講義形式とグループワークを組み合わせで進行する。 受講生は地域ブランドの事例研究を行い、最終的にブランド戦略を立案し、プレゼンテーションを行う。 事前学習として、各回のテーマに関連する文献を指定し、授業前に読了することを推奨する。 ゲストスピーカーによる講義を予定しており、実務者の視点を学ぶ機会を提供する。						
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	ホテルの調理スタッフ、レストランのシェフを経て、食品加工企業で商品開発に従事。管理栄養士・専門調理師の資格を持ち、食の現場と研究の両面に精通。			食の現場経験と商品開発の知見を活かし、地域資源を活用したブランド構築の実践的手法を指導。具体的な事例を通じ、地域ブランディングの理解を深める。			

展開特殊講義「情報ネットワークと知的財産」(FM4 5 1 6 6)

担当教員	藪下保弘	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	本講義では、フードビジネス業界における知的財産権の基本概念と、デジタル社会における知的財産管理の重要性について学ぶ。特に、人工知能（AI）技術の進展が知的財産権に与える影響や、フードビジネスにおける知財の活用事例を取り上げる。著作権、特許権、実用新案、商標、意匠などの主要な知的財産権の法律を体系的に学び、企業活動における知財管理や戦略的活用について理解を深める。後半では、オープンイノベーションや知財の社会的課題についても考察する。本講義を通じて、知的財産に関する基本的な知識を習得し、フードビジネス業界での実務に応用できる力を養う。						
到達目標	・フードビジネス業界における知的財産権の重要性を理解し、適切に説明できるようになる。（DP4） ・知的財産権の種類や関連する法律の概要を把握し、具体的な事例を分析できる。（DP4） ・知的財産権を活用したビジネス戦略や社会課題について多角的に考察し、解決策を提案できる。（DP5）						
成績評価方法	ふりかえりシート 50% 期末レポート 50%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
1.人工知能（AI）と知的財産権の関係 2.著作権の基本概念とフードビジネスへの応用 3.デジタル時代の著作権管理と AI 生成コンテンツの課題 4.特許権の基礎とフードビジネスでの活用事例 5.特許戦略と AI 特許の最新動向 6.実用新案とフード関連技術の保護 7.商標権の基礎とブランディング戦略 8.意匠権と食品パッケージデザインの重要性 9.その他の知的財産権（営業秘密・地理的表示等） 10.オープンイノベーションと知的財産の共有戦略 11.知的財産権に関する社会的課題（模倣品・食品ロス等） 12.フードビジネスにおける知財活用の実践事例 13.知的財産権の未来と持続可能なビジネスモデル							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

職業専門特殊講義「フードサービス経営分析」(FM33139)

担当教員	木戸田力・清水恭彦	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	前	演習	52
講義概要	本講義では、損益計算書及び貸借対照表の理解を深めて、経営を正確に把握できる力を養うことを目的とする。損益計算書を見て営業収益、経費、利益の推移を時系列で分析することで、計画(予算)と実績の比較を行い経営の優劣を計ることを学ぶ。更に経営には資本の有効活用と資金繰りが欠かせない。調達したお金が有効に使われているか否かを見るのが貸借対照表になる。本講義では数値に強くなれるように、演習を通じて豊富なケース事例をもとに実践的な経営分析能力を学ぶ。また、国内の代表的フードサービス企業の経営分析を正確に行うことで、競争戦略を正しく立案し推進する技術及びその評価技術を学ぶ。本講義は3分割で構成する。前半は経営分析の実務的手法を学び、中盤ではケース事例を基に演習を中心に行いながら経営分析訓練をチーム単位で行い、分析評価の相互評価を通じて多角的分析の能力を学ぶ。後半は仮想企業を設立するところから、事業運営を行うところまで模擬起業演習を行い、経営目標、経営戦略、中期経営計画、年度予算(計画)の策定、目標経営指標を財務諸表(損益計算書と貸借対照表)に設定し、実践的な経営分析の学習を通じて問題発見能力と課題形能力を育成する。講義終盤では、経営目標(ゴール)から遡って計画(予算化)して、幾つかの中間通過点の数値目標の進捗をチェックして経営計画の修正ポイントを発見する評価体系を組み立てる方策を学ぶ。						
到達目標	・企業の財務諸表を分析し、経営課題を抽出できる (DP3) ・競合企業や市場環境を分析し、経営戦略の方向性を導き出せる (DP4) ・経営計画の策定を通じて、企業の持続的成長に向けた戦略を立案できる (DP5)						
成績評価方法	小テスト(40%) 定期試験(60%)						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
1.企業分析の基本概念と目的 2.財務諸表の基本構造と読み方 3.ケース企業の時系列貸借対照表の分析 (基礎) 4.ケース企業の時系列貸借対照表の分析 (実践) 5.ケース企業の決算報告書 (有価証券報告、決算短信、決算資料等) の分析 (基礎) 6.ケース企業の決算報告書 (有価証券報告、決算短信、決算資料等) の分析 (実践) 7.ケース企業の抱える問題、課題の抽出 (基礎) 8.ケース企業の抱える問題、課題の抽出 (実践) 9.ケース企業の競合ベンチマーク企業 (複数) の経営分析 (基礎) 10.ケース企業の競合ベンチマーク企業 (複数) の経営分析 (実践) 11.ベンチマーク企業とケース企業の経営内容の差を数値で把握し、課題を整理 (基礎) 12.ベンチマーク企業とケース企業の経営内容の差を数値で把握し、課題を整理 (実践) 13.競合経営分析からみた経営の方向性と課題 (基礎) 14.競合経営分析からみた経営の方向性と課題 (実践) 15.ケース企業の経営の方向性と課題 (基礎) 16.ケース企業の経営の方向性と課題 (実践) 17.ケース企業の近後の経営環境および競争環境分析 (基礎) 18.ケース企業の近後の経営環境および競争環境分析 (実践) 19.ケース企業の中期経営計画のビジョン策定 (基礎) 20.ケース企業の中期経営計画のビジョン策定 (実践) 21.ケース企業の中期経営計画のビジョン策定 (応用) 22.ケース企業の中期経営計画骨子、要旨策定 (基礎) 23.ケース企業の中期経営計画骨子、要旨策定 (実践)							

24. ケース企業の中期経営計画骨子、要旨策定（応用）
25. ケース企業の経営計画及び経営計画書（目標数値を含めた）の策定（基礎）
26. ケース企業の経営計画及び経営計画書（目標数値を含めた）の策定（実践）
27. ケース企業の経営計画及び経営計画書（目標数値を含めた）の策定（応用）
28. 会社設立について
29. 会社設立の法的理解－設立に関する資格、要件の理解
30. 会社設立目論見書及び経営計画書の説明
31. 新設会社（模擬）設立計画の立案（基礎）
32. 新設会社（模擬）設立計画の立案（実践）
33. 新設会社（模擬）設立計画の立案（応用）
34. 新設会社（模擬）中期経営計画書の作成
35. 開設後 5 年の損益計算書、貸借対照表の作成（基礎）
36. 開設後 5 年の損益計算書、貸借対照表の作成（実践）
37. 開設後 5 年の損益計算書、貸借対照表の作成（応用）
38. 新設会社（模擬）の資金繰り表作成（基礎）
39. 新設会社（模擬）の資金繰り表作成（実践）
40. 金融機関等への事業計画書作成（基礎）
41. 金融機関等への事業計画書作成（実践）
42. 企業の経営指標と分析手法の整理
43. フードビジネス業界の特性と経営課題
44. 企業の財務戦略と資金調達
45. 企業のマーケティング戦略と市場分析
46. リスク管理と経営戦略
47. 持続可能な経営と SDGs の視点
48. 事業計画書の作成とプレゼンテーション準備
49. 事業計画書の発表とフィードバック（前半グループ）
50. 事業計画書の発表とフィードバック（後半グループ）
51. 企業分析論のまとめ
52. 総括

留意事項		
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容	科目との関連性

職業専門特殊講義「企業システム論」(FM2 2 1 2 3)

担当教員	緒方智	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	前	講義	13
講義概要	本授業では、現代の外食産業におけるコンピュータ・システムの役割と可能性を実践的に学ぶ。デジタル化が進む外食業界では、顧客管理、在庫管理、調理オペレーション、マーケティング戦略の策定などに IT 技術が深く浸透している。特に、POS システム、予約管理アプリ、食品ロス削減システムなどの最新事例を取り上げ、その運用実態や課題を分析することで、実践的な理解を深める。さらに、ビッグデータや AI 技術を活用した予測分析、メニュー開発の革新、地域社会との連携強化といった、新しい価値創造の可能性を検討する。学生はこれらの取り組みを通じて、業界におけるデジタル化推進の重要性を理解し、フードビジネス現場の具体的な課題をデータやテクノロジーを活用して分析・改善できる能力を身につけることを目指す。						
到達目標	・外食産業における IT システム導入のメリットと課題を具体的に分析できるようになる。(DP3) ・最新の IT 技術やデータ分析手法がフードビジネスの経営戦略に与える影響を理解できるようになる。(DP4) ・デジタル技術を活用し、地域社会との連携を強化するための課題解決策を提案できる。(DP5)						
成績評価方法	1.講義への参加度 ディスカッション等への参加度 及び期末試験で総合的に判断する。 2.具体的基準は以下の通りである。 積極的な講義への参加度：20% 中間試験・期末試験 レポート : 80%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
1.外食産業におけるデジタル化の現状と課題 2.POS システムの活用と経営改善 3.予約・顧客管理システムの導入事例 4.調理現場のオペレーション改善と IT 活用 5.食品ロス削減と在庫管理システム 6.ビッグデータ分析によるメニュー開発の革新 7.AI 技術を活用した販売予測とマーケティング 8.SNS とアプリを活用した顧客コミュニケーション 9.外食業界におけるキャッシュレス化の動向 10.フードデリバリーサービスの運用と課題 11.地域社会連携を促進するデジタル施策 12.外食業界の DX 推進に向けた課題と展望 13.まとめと成果発表							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	外資系食品会社に勤務し、国内大手外食企業の社長を歴任。海外からの食材仕入れに従事し、フードサービス産業の経営戦略や国際調達に精通。			実務で培った経営戦略や国際調達の知見を基に、フードサービス産業の実態を具体的な事例を交えて講義。現場視点を重視し、実践的な学びを提供。			

展開特殊講義「情報セキュリティ」(FM25164)

担当教員	藪下保弘	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
展開科目	専門人材系	必修	2	2	後	講義	13
講義概要	デジタル化が加速するフードビジネス業界において、情報セキュリティへの対応は不可欠となっている。本授業では、情報セキュリティの基礎知識から、食品業界特有のセキュリティリスク、個人情報の取り扱い、データ保護の方法まで幅広く学ぶ。また、実際のフードビジネスにおけるセキュリティ事故の事例をもとに、その予防策と対処法を学習することで、実践的なスキルを身につける。さらに、最新のサイバー攻撃手法と防御技術、AI や IoT など新技術導入に伴うセキュリティ課題への対応方法も理解し、地域や企業が抱えるセキュリティ上の問題を自ら発見・解決できる能力を養う。このように本授業は、フードビジネス業界の将来を見据え、データ・サイエンスや調理技術の変化と連動した情報セキュリティ知識を習得し、安全なビジネス運営に貢献する人材を育成するものである。						
到達目標	・フードビジネス業界特有の情報セキュリティリスクを理解し、適切に対応できる。(DP4) ・サイバー攻撃や情報漏洩の事例を分析し、具体的な予防策を提案できるようになる。(DP5) ・新技術の導入に伴うセキュリティ課題を見つけ、解決方法を提案できるようになる。(DP5)						
成績評価方法	ふりかえりシート 50% 期末レポート 50%						
テキスト	資料を配布する						
授 業 計 画							
1.報セキュリティとは何か～食ビジネスで求められる視点～ 2.個人情報の取り扱いとフードビジネス 3.サイバー攻撃の現状とその種類 4.食品業界における情報漏洩事件と対策事例 5.SNS・Web を活用したマーケティングと情報セキュリティ 6.キャッシュレス決済・EC 販売のセキュリティ課題 7.フードビジネスにおける IoT の導入とリスク管理 8.AI・データサイエンス活用における情報保護 9.クラウドサービスと情報セキュリティ対策 10.リモートワーク・オンラインコミュニケーションの安全な実施 11.地域食品事業者向けセキュリティ意識の啓発方法 12.フードテック導入とセキュリティ戦略 13.フードビジネスのセキュリティ管理と BCP（事業継続計画）							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

職業専門特殊講義「フードサービスマーケティング」(FM23130)

担当教員	清水恭彦	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	後	講義	13
講義概要	フードサービスマーケティングは、飲食業界を取り巻く市場環境の変化や消費者行動の多様化を理解し、持続可能なビジネスを構築するための実践的な手法を学ぶ科目である。授業では、マーケティング理論の基礎を踏まえつつ、実際の飲食業界における成功・失敗事例を通じて、分析力と企画力を養う。また、地域社会や顧客ニーズを的確に把握し、データサイエンスを活用した顧客分析、SNSを活用したプロモーション戦略、地域食材のブランディングなど、現代に即したマーケティング手法を修得する。特にデジタル技術の導入やSDGs視点からの取り組みなど、新しい価値創造に関わるテーマについて議論を深めることで、フードビジネス業界が抱える課題を柔軟に発見し解決できる力を身につける。						
到達目標	・飲食業界における市場環境や顧客ニーズを把握し、マーケティング戦略の立案ができるようになる（DP4） ・データ分析や新技術を活用し、実践的視点からフードサービスの運営改善ができるようになる（DP3） ・地域社会や企業が抱える課題を広い視野から捉え、柔軟な発想で解決できる（DP5）						
成績評価方法	期末テスト 60％　中間発表 30％　授業における貢献度 10％						
テキスト							
授　業　計　画							
1.フードサービスマーケティングの基礎と現状 2.消費者行動と市場調査の重要性 3.データサイエンスを活用した顧客分析 4.デジタルマーケティングと SNS 活用法 5.地域食材のブランド化と価値創造 6.フードビジネスと SDGs（持続可能な開発目標） 7.外食産業における成功事例分析 8.飲食業界における失敗事例と改善策 9.地域活性化とフードビジネスの関係 10.インバウンド需要とフードツーリズム 11.フードサービス業界のイノベーション 12.マーケティング戦略の企画とプレゼンテーション 13.総括と振り返り							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			
	国内大手食品企業に勤務し、消費者調査や市場分析を活用した販促戦略を経験。現場で培った実践的なマーケティング知識を有する。			実際の市場分析や販促事例を紹介し、理論と実務の架け橋となる授業を展開。ケーススタディやグループワークを通じ、実践的なマーケティング思考を養う。			

職業専門特殊講義「人的資源管理」(FM3 2 1 2 4)

担当教員	松島大輔	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	2	2	後	講義	13
講義概要	本授業では、フードビジネス業界における人的資源管理（HRM）の基礎的な理論と実践を学ぶ。飲食業界特有の雇用問題、人材不足、従業員の定着、モチベーション管理、評価制度、育成・キャリア開発などを中心に取扱い、実践的な視点から人材管理に必要な知識やスキルを習得する。さらに、データ・サイエンスを用いた人材管理の新たなアプローチや、調理技術・サービス品質の向上に結びつく HRM 手法を具体的事例を通じて理解する。また、地域社会や市場環境との関係性を踏まえ、人材管理を通じて組織の課題を見つけ、解決できる能力の向上を図る。将来的にはフードビジネス業界でリーダーシップを発揮できる実務的な人材の育成を目的とする。						
到達目標	・フードビジネス業界の特性に応じた人材管理や組織運営を分析し、課題解決の提案ができる（DP3） ・データ・サイエンスや新たな調理技術などを活用し、効果的な人材育成や評価制度を設計できる（DP4） ・企業と地域社会の関係性を理解し、広い視野と柔軟な発想で人的資源の課題を発見し、解決策を導ける（DP5）						
成績評価方法	レポート 40% 定期試験 60%						
テキスト							
授 業 計 画							
1.フードビジネスにおける人的資源管理とは 2.飲食業界の人材不足と採用戦略 3.従業員定着のための職場環境改善 4.人的資源管理とリーダーシップ 5.従業員のモチベーション向上施策 6.人材育成の基礎と実践 7.調理技術向上における人材管理の役割 8.接客サービスの質向上と人材評価 9.データ・サイエンスを活用した人材マネジメント 10.飲食業界におけるキャリア開発の考え方 11.多様な働き方への対応と組織変革 12.フードビジネス企業の社会的責任と人材管理 13.まとめ・課題解決型 HRM の実践							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容			科目との関連性			

職業専門特殊講義「食品関連法規」(FM3 2 1 2 4)

担当教員	坂井 良輔	アクティブラーニング	ディスカッション、グループワーク、プレゼンテーション				
科目区分		必修・選択区分	単位数	配当年次	開講期	授業形式	授業回数
職業専門科目	マネジメント系	必修	1	2	前	講義	7
講義概要	安全な食品を顧客・消費者に提供することは、フードサービス企業にとって最低限の義務だといえる。本講義は、フードサービスの現場における衛生管理や品質管理はどのようにあるべきかを、食品関連法規と食中毒事件の事例および経過を参考に考察し、将来フードサービス企業に携わる人や飲食店舗管理者を目指す人の理解を深める。また、飲食店舗責任者として直面する法的問題や法的責任への対応方法について解説する。特に、実際に起こった事例を用いて、これらの法的責任を回避・防止する方法を学ぶ。						
到達目標	食品衛生に関わる法規（食品衛生学、食品安全基本法等）や食関連事業の法規（食品リサイクル法等）、さらには食と健康に関する法規（健康増進法等）についての基礎的な知識を身につけ、一般的な食品衛生に関わる法規の意味を理解できるようになる。						
成績評価方法	レポート（20％）、定期試験（80％）						
テキスト							
授 業 計 画							
1 フードサービスのマネジメントに必須である関連法規および、食品保健行政を概説、学び方、および成績評価について説明を行う。 2 食品衛生の最も中心に位置する法規（食品衛生法、食品安全基本法、食育基本法）について解説し、それぞれの詳細について学ぶ。健康影響やリスク回避の観点から表示方法が「食品表示法」に統一化された。その経緯・内容を解説する。 3 フードサービスの視点から学ぶ。フードサービスマネジメントの視点から、地域保健法・健康増進法は重要である。その内容・経緯を解説する。特に健康との関連について学ぶ。 4 食品の廃棄、製造物責任、食品リサイクル法等を解説し、フードサービスビジネスを産業経済面から学ぶ。 5 飲食管理者の衛生・賃金などに関わる法律（労働衛生法、労働基準法等）を解説し、フードサービスビジネスに携わる側の視点で学ぶ。 6 飲食に関連する働き手の資格や法律（栄養士法、調理師法等）を解説し、フードサービスビジネスの労働者・管理者側の視点で学ぶ。 7 食に関連した種々の法律（例：食鳥処理法、BSE 特別措置法と畜法等）を解説し、フードサービスビジネスの管理者側の視点で学ぶ。							
留意事項							
実務経験のある 教員による授業科目	実務経験の内容		科目との関連性				