

## ビジネス基礎 第2回休暇中課題

下の QR コード又は URL を読み込み、経済と流通の基礎「経済活動と流通」の3つの動画も見て、次の①～⑥の問題をノート又は印刷できた生徒はプリントの解答欄に答えなさい。



<https://www.nhk.or.jp/kokokoza/tv/business/archive/chapter002.html>

### I. 流通の役割と働き

生産と消費の間には、「人的隔たり」「場所的隔たり」「① 隔たり」という3つの隔たりがある。

「人的隔たり」とは、生産者と消費者が別々の人であることから生じる隔たりである。たとえば、米の生産者は農家の人ですが、消費者の私たちである。人的隔たりは、商品売り買いする「②」によって橋渡りされる。「場所的隔たり」は、生産地の消費地が違ふことから生じる隔たりである。場所的隔たりは、トラックなどによる「輸送」によって橋渡しされる。「時間的隔たり」は、生産時期と消費時期がことによって橋渡しされる。これら3つの隔たりを橋渡しするのが「③」の役割である。

### II. 流通機構と流通経路

商品を流通させるための社会的なしくみを「流通機構」という。また、商品が生産者から消費者まで渡る道すじを「④」という。これは商品によってさまざまである。

代表的な流通経路は、「生産者」⇒「卸売業者」⇒「小売業者」⇒「⑤」という経路である。

このほか、以下のような流通経路がある。

「生産者」⇒「消費者」：ケーキなど

「生産者」⇒「小売業者」⇒「消費者」：野菜など

「生産者」⇒「生産地の卸売業者」⇒「卸売業者」⇒「小売業者」  
⇒「消費者」：線香など

### Ⅲ.実際の流通

経済の成長とともに、消費者が求めるもの、つまり「消費ニーズ」は多様化してきた。それにともない「流通」も進化している。

たとえば、「より新鮮な魚介類を食べたい」という消費ニーズにこたえるために、魚などを生きたまま運ぶ「活魚車（かつぎょしゃ）」と呼ばれる専用車がある。これは、かつて鉄道の貨車でしたが、現在では最新設備をもつトラックに進化している。

また、実店舗（実際の店）に行くことなく、手軽に欲しいものを手に入れたという消費者ニーズと、情報通信技術によってネットショッピングが拡大している。動画では、実店舗をもちながらネットショッピングにも力を入れている東京のある家電量販店を紹介している。ネットショッピングに関する客へのインタビューや売り場担当者の話は、とても興味深いものがある。

ネットショッピングの手軽さを支える巨大物流センターの映像も必見である。この物流センターによって家電量販店でありながら、生活用品からレジャー用品まで、ありとあらゆる商品を取り扱えるということである。その数の多さは、動画の中で明かしている。

流通は、「 ⑥ 」の多様化や、情報通信技術の発展などによって、日々進化している。

#### 解答欄

①

②

③

④

⑤

⑥