

# 令和4年度 年間指導計画

A科:生物科学科 B科:環境科学科 C科:食農科学科

教科名	農業	科目名	食品流通	単位数	2	履修学年・クラス	3C
担当者		使用教材	食品流通(実教)				
学習目標	○農産物や農産物を原料とする食品の流通に必要な知識と技術を習得する。 ○食品の特性と流通構造を理解する。 ○食品の流通と管理の合理化を図る能力と態度を身につける。						
学習方法	○農産物や農産物を原料とする食品の流通全般について学習する。 ○食品の安全性や品質保証、輸送について学習する。 ○企業倫理や責任、安全な食品の供給に必要な制度について学習する。						
学習評価	評価の観点		科目の評価の観点の趣旨				
	関	関心・意欲・態度	食品流通の現状や今日的な課題について興味・関心を持ち、主体的に取り組もうとするとともに、実践的な態度を身につけている。				
	思	思考・判断・表現	食品流通及び農業に関する諸課題の解決を目指して思考を深め、食品流通の基礎的・基本的な知識と技術をもとに、農業経営や食品産業に携わる者として適切に判断し、表現する創造的な能力を身につけている。				
	技	技能	食品流通に関する基礎的・基本的な技術を身につけ、食品の流通と管理の合理化を図る計画を立てることができる。				
	知	知識・理解	食品流通に関する基礎的・基本的な知識を身につけ、農業の経営と食品産業の意義や役割を理解している。				
※定期考査については、上記の観点それぞれについて学習内容に応じて適切に配分しています。							

学期	単元(題材)	学習内容	評価の観点				単元(題材)の評価規準	評価方法
			関	思	技	知		
前期中間	流通のはじまりと発展	流通とは 自給自足、物々交換から市へ 近代的な流通の発展	○				関:流通のはじまりや働き、役割に関心を持ち、その構造や特徴について積極的に理解しようとしている	・レポート ・授業観察 ・実習観察 ・考査
	流通の働き	生産と消費の隔たり 物流、商流、情報流 流通と費用		○	○		思:国民経済における食品産業の役割やフードシステムの重要性を理解し、農産物や加工食品の流通について考察ができる	
	食品流通の役割	過去の事例に学ぶ 食品流通に求められるもの	○		○	○	技:食品流通について基礎的な知識を身につけ、食品流通の流れや役割を適切にまとめることができる 知:食品流通の役割の重要性を理解することができる	
前期末	経済発展と食料消費	経済システムの基本 所得水準と食料消費	○				関:経済や食料消費に関心を持ち、特徴や変化について積極的に理解しようとしている	・レポート ・授業観察 ・実習観察 ・考査
	世界の食料事情	増え続ける人口と食料生産 発展途上国における慢性的栄養不足 世界の食料需給:輸出する国、輸入する国	○	○	○		思:経済や食料消費の特徴や変化を理解し、世界の食料事情の問題について考察することができる	
	日本の食生活と食料需給	日本の食生活 日本の食料需給	○		○	○	技:経済と食料消費の関係について思考を深め、表現する能力を身につけている 知:経済と食料消費のかかわりについて、その特徴や変化を理解することができる	

後期中間	私たちをとりまくフードシステム	フードシステムのしくみ フードシステムを構成する産業	○				関:食料消費の動向や仕組みに関心を持ち、その役割や重要性について積極的に理解しようとしている	・レポート ・授業観察 ・実習観察 ・考査
	食品流通と環境問題	食品がかかわる環境問題 食料の生産・流通・消費と廃棄物問題 フードシステムと環境・資源問題	○	○	○	○	思:食品産業と経済動向、抱える問題について考察することができる	
	食品流通の特徴	商品の特徴 生産の特徴 需要の特徴	○		○	○	技:経済動向及び食生活の変化と食品流通とのかかわりを適切に表現する能力を身につけている	
	食品流通のしくみ	流通経路 流通の担い手(卸売業者) 流通の担い手(小売業者)	○	○		○	知:食品流通の特徴やしくみ、食品産業と環境問題とのかかわりを理解している	
後期末	価格の形成と流通経費	価格の決定 販売価格の形成	○		○	○	関:食品流通の社会的機能、価格形成機能に関心を持ち、特性や構造について積極的に理解しようとしている	・レポート ・授業観察 ・実習観察 ・考査
	マーケティングとは何か	マーケティングのはじまりとその意味 広がるマーケティングの意味	○		○	○	思:価格形成の構造や食品市場における販売戦略を理解し、適切に表現することができる	
	マーケティングの発展	マーケティング管理と4P マスマーケティングからの転換	○		○	○	技:価格形成や食品市場について思考を深め、消費者ニーズに対応した商品を調査・設計する能力を身につけている	
	マーケティング戦略の手法	食品市場の調査 製品計画 販売計画、仕入計画、商品管理 販売価格設定、販売促進、流通経路政策	○		○	○	知:価格形成や食品市場に関する基本的な知識を身につけている	