

令和 4 年 6 月 22 日現在

機関番号：12401

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2021

課題番号：18K01872

研究課題名（和文）越境ECが流通の国際化に与える影響の研究

研究課題名（英文）Impacts of Cross-Border E-Commerce on Global Distribution

研究代表者

川端 庸子（KAWABATA, Yasuko）

埼玉大学・人文社会科学部研究科・准教授

研究者番号：60411683

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,500,000円

研究成果の概要（和文）：本研究は、越境ECの進展による国際化の展開への影響と、国内外の競争優位延長による企業間関係変化について考察した。平成30年度は、日本と中国における越境ECと流通国際化の現状と理論について調査した。それによって、越境ECおよび流通環境の共通点や差異と国際化展開の状況が明らかになった。令和1年度は、越境ECと実店舗の連携に着目してインタビュー調査を実施する。これにより、競争優位の獲得の範囲を国外へ延長・拡大することはできるのか明らかになった。令和2・3年度は、日本と中国における越境ECと欧州の事例を比較した。それにより、越境ECによる流通の国際化と競争力にどのような影響をあたえるのか考察した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、先駆的取り組みを行っている日系企業のケースをモデルとして位置づけ、越境ECの競争優位と国内実店舗におけるインバウンド消費との関係および流通の国際化を結びつけて検討した。その結果、越境ECによる新たな国外向けの流通チャネルの構築とそれによる国際競争力の強化や、オンラインとオフラインを連携させた企業の経営と今後の課題と方向性について理論的かつ実務的なインプリケーションを導出しようとしている点に本研究の最大の特色がある。また、これまでのBtoBの越境ECに関する研究成果に加えて、BtoCの越境ECとオンラインとオフラインの競争力とその関係性を解明するところに学術的意義がある。

研究成果の概要（英文）： This study considered the impact of the progress of cross-border EC on the development of internationalization and the change in inter-company relations due to the extension of competitive advantage in Japan and overseas. In the first year, we investigated the current status and theory of cross-border EC and internationalization of distribution in Japan and China. As a result, the commonalities and differences between cross-border EC and the distribution environment and the status of internationalization were clarified.

In the second year, we will conduct an interview survey focusing on the cooperation between cross-border EC and actual stores. By doing this, it was clarified whether it is possible to extend or expand the scope of acquisition of competitive advantage overseas. In the 3・4th years, we compared the cases of cross-border EC and Europe in Japan and China. We considered how this would affect the internationalization and competitiveness of distribution by cross-border EC.

研究分野：小売業の国際化

キーワード：越境EC 流通の国際化 クロス・ボーダー B to C 流通チャネル インバウンド消費 アリババ 日系小売企業

1. 研究開始当初の背景

観光庁の調査によると、2016年のインバウンド消費は前年比7.8%増の3兆7476億円となったものの、1人当たり旅行支出が前年に比べ約2万円減少した。買い物支出を抑えた理由は、関税引き上げによるもの44.6%、越境EC利用によるもの22.4%であった(観光庁「訪日外国人消費動向調査」)。この越境ECを通じた消費額は全体で2016年に1兆6522億円となり、とりわけ中国消費者による消費額は1兆366億円であり前年比30.3%となっており、2020年には1兆9053億円にのぼると予測されている(経済産業省『平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤』)。中国越境ECサイトは2013年に中国最大のECサイト企業であるアリババ社が天猫国際(以下、Tモール・グローバル)として開設した。メリーズのオムツは2015年に爆買の対象となり、国内の店頭から商品がなくなったことでも話題となった。これらの騒動後に花王は、Tモール・グローバルからの強い要請を受けたこともあり、製造企業にもかかわらず、越境ECを利用して自社で海外消費者向けの販売を行うようになった。このように越境ECサイトの登場は、製造企業にとっては海外向けの販売機会と販売チャネルの選択肢を増加させることになった。

2. 研究の目的

本研究の目的は、これまでの研究を発展させ、BtoC(Business to Consumer)の越境ECと実店舗といったオンラインとオフラインの連環とその説明要因について流通の国際化の視点から考察する。

本研究では、流通の国際化の視点から、国内と国外の競争優位延長の可能性について越境ECと国内外の実店舗(オフライン)の事象について理論的かつ実務的インプリケーションを導出することである。このような越境ECの登場は、製造企業や小売企業において国際化の展開に新しい選択肢をあたえ、流通の国際化と競争力に影響を与えている。

3. 研究の方法

オンラインとオフラインとの関係性について明らかにしていく。まずは、国内外における越境ECと流通の国際化についての先行研究レビューを行い、越境ECの歴史や現状および最新の理論について、また既存の流通の国際化の理論について整理する。越境ECのなかで日本からの販売は中国市場の規模が一番大きいため、主な研究対象は中国と日本の越境ECとする。

さらに越境ECと実店舗というオンラインとオフラインの関係性をみるためには、競争優位を発揮していると見られる代表的な企業を選出し、事例を数多く収集し、比較検討する。

4. 研究成果

本研究の結果、平成30年度は、日本と中国における越境ECと流通国際化の現状と理論について調査した。それによって、越境ECおよび流通環境の共通点や差異と国際化展開の状況が明らかになった。

令和1年度は、越境ECと実店舗の連携に着目してインタビュー調査を実施した。これにより、競争優位の獲得の範囲を国外へ延長・拡大することはできるのかを検討した。

2・3年度は、日本と中国における越境ECと欧州の事例を比較した。新型コロナウィル

ス感染症の影響により、実地調査及びインタビュー調査については延期をせざるをえなかった。しかしながら、インタビュー等の調査は対面ではなく、オンラインなどを駆使して行い、研究の進捗が予定より延長したものの、無事に研究成果をまとめることができた。越境ECによる流通の国際化と競争力にどのような影響をあたえるのかを考察した結果は、著書にまとめ、それらの成果を埼玉大学経済学部公開講座にて一般に広く情報発信を行った。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計3件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 川端陽子	4. 巻 69(4)
2. 論文標題 日系企業による中国越境EC展開と課題－アイスタイルと資生堂の事例を中心として－	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 明治大学経営学研究所 経営論集	6. 最初と最後の頁 169-194
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 川端庸子	4. 巻 154
2. 論文標題 インドネシア市場におけるセブン-イレブンの撤退行動に関する考察	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 埼玉大学経済学会 社会科学論集	6. 最初と最後の頁 61-76
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 川端庸子	4. 巻 517
2. 論文標題 世界で急成長するディスカウントストア-アルディとリドル-	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 生活協同組合研究	6. 最初と最後の頁 27-34
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計1件（うち招待講演 0件/うち国際学会 0件）

1. 発表者名 川端庸子
2. 発表標題 中国越境ECの現状と課題 -化粧品を中心に-
3. 学会等名 日本流通学会
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計3件

1. 著者名 川端庸子	4. 発行年 2022年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 20
3. 書名 『日系小売企業の国際展開 : 「日本型」 業態 の挑戦』 「 第1章高島屋」	

1. 著者名 川端庸子	4. 発行年 2022年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 22
3. 書名 『日系小売企業の国際展開 : 「日本型」 業態 の挑戦』 「 第14章日系企業の越境EC」	

1. 著者名 川端庸子	4. 発行年 2019年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 129-143(304)
3. 書名 欧米小売企業の国際展開	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------