

令和 6 年 6 月 6 日現在

機関番号：32675

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2023

課題番号：18K01893

研究課題名（和文）小売競争と地域多様性の相互作用に関する総合的研究

研究課題名（英文）Study on the interaction between retail competition and regional diversity

研究代表者

横山 斉理（Yokoyama, Narimasa）

法政大学・経営学部・教授

研究者番号：70461126

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,700,000円

研究成果の概要（和文）：特定の小売業者や小売業態が顧客に提供する価値は、メーカーや卸売業者など多様なアクターと関わりながら行われる小売競争によって形成される。本研究では、コンビニエンスストア、ドラッグストア、スーパーマーケット、生協などのネット宅配事業者と競合するミニスーパーは、コンビニエンスストアとして評価されるか否かで、重要な店舗属性価値が異なることを実証的に示した。また、狭い商圈での補充買い（fill-in shopping）の場面では、ネット通販や宅配の経験によって、ミニスーパーの顧客ロイヤルティ形成経路が異なることを明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

小売業者がどのタイプの小売業態だと位置付けられるかによって顧客が重視する店舗属性が変わるという発見や（Yokoyama et al., 2022）、補充買い（fill-in shopping）局面において小売業者の相対ロイヤルティを形成するパスモデルはインターネットショッピングや宅配の利用経験の有無によって異なるという発見は（Yokoyama et al., 2023）、小売文献に新たな知見を加えた。研究成果の社会的意義は、小売競争が買い物選択肢に多様性をもたらすという点で社会を豊かにする可能性を示唆したことである。

研究成果の概要（英文）：The value that a particular retailer or retail format provides customers is shaped by retail competition, which takes place while engaging with diverse actors such as manufacturers and wholesalers. This study empirically shows that mini-supermarkets, which compete with convenience stores, drugstores, supermarkets and online delivery businesses such as co-operatives, have different important shop attribute values depending on whether they are valued as convenience stores. The study also found that during the fill-in shopping situation in a small trading area, the customer loyalty formation paths for mini-supermarkets differ depending on the experience of internet shopping and home delivery.

研究分野：商学

キーワード：食品小売市場 地域多様性 小売競争 小売業態 retail patronage

### 1. 研究開始当初の背景

小売業のグローバル化が進むにつれて、国際的に活動する大規模小売商業者(以下、グローバル・ジャイアント)の進出が成功する国と失敗する国が存在することが鮮明になった。日本の食品小売市場については、流通外資の出店・撤退が繰り返されてきことからわかるように、進出困難な国と位置づけることができる。それだけでなく、国内のトップクラスの小売企業ですら、食品小売市場において(欧米諸国ほど)市場集中度を高められずにいるという状況があった。

こうした状況のもとで、研究課題の核心をなす学術的な「問い」は、日本の食品小売市場における上位企業の寡占化はなぜ他の先進諸国と比べて低い水準にとどまっているのか、とした。この問いに対する当時の答え(仮説)は、日本においては地域の食文化の多様性を維持・再生産するメカニズムが働いていることから、標準化戦略を徹底する全国レベルの大規模小売業者よりも、標準化戦略と適応化戦略をバランス良く組み合わせたリージョナルチェーン小売業者のほうが、地域のニーズにきめ細かく対応できるという点で、顧客からの支持を得やすく、地域ニーズに根ざした提案を受けることで食の消費に関する地域特性が維持・再生産される、というものであった。

このメカニズムがうまく働くためには、地域における生産・流通・消費というサプライチェーンがうまく機能するような制度(例えば各地の中央卸売市場)が存在することを前提に、顧客志向をもった小売業者同士が価格のみに頼らない創造的競争を行う必要がある。しかしながら、こうした競争については、商業集積内の特定の小売業者間での分析は行われてきてはいるものの(山下, 2001; 畢, 2003; 横山, 2010)より広範な商圈において、どのようなプレイヤーがどのように行動し、それに対して消費者はどのような反応を見せているのかについて、体系的な考察が行われていなかった。

### 2. 研究の目的

こうした背景の中で、本研究の目的は、日本の小売市場において、地域多様性が維持・再生産されるメカニズムを考察することとした。この目的のために、本研究では、小売市場構造と消費構造の相互作用を促す要因として小売企業間の競争に着目した。本研究の学術的独創性は、小売市場と消費市場の相互作用の分析に、小売企業間の競争という観点を持ち込んだことである。消費社会の変化が小売企業の変化を促し、小売企業の革新的な取り組みが消費社会の変化を促すという相互作用は、流通の研究の世界では、どの教科書にもそうした記載があるほど自明のこととみなされているが、その相互作用がいかなる要因によって生じているのかについては詳細に論じられているわけではない。

だが、それらの相互作用は自動的に生じているわけではなく、そこには製造業者や流通業者といった主体が率先して関わっている。そうした視点を導入することにより、流通研究のメインテーマであり続けてきた流通構造のダイナミクスを考察するための新たな分析視点を提示することができる。

### 3. 研究の方法

研究を段階的に進めるために3つの研究方法を採用した。第1に、資料整理および文献研究を実施した。食文化の地域多様性については、定評のある商業関係の実務雑誌(『商業界』、『激流』など)からヒントが得られた。加えて、流通研究の既存研究との関連をより明

確にするための文献研究も実施した。第 2 に、資料整理および文献研究がある程度進んだ段階で関連プレイヤー（小売業者を中心に、卸売業者、生産者、消費者）に対して探索的なフィールド調査を実施した（ダイエー碑文谷店とか）。第 3 に、特定地域を選定して定量調査を実施することで、小売競争が顧客に対してどのような価値を生み出しているのかを分析した。

#### 4．研究成果

研究成果は当初の想定とは異なったものとなった。その理由は、COVID-19 の流行により 2020 年度にフィールド調査を実施するのがきわめて困難な社会情勢となり、その後も混乱が続いたため研究期間を延長することで調査実施を模索したが、最終的に現場でのデータ取得を断念したからである。それにもかかわらず、代替手段で特定の小売業態の顧客提供価値がどのように形成されるかについての定量調査および分析を行い、小売業態の提供価値は顧客の小売業態認識に依存すること、小売ロイヤルティを形成するパス構造はインターネットショッピングや宅配の利用経験の有無によって異なることを明らかにした。これらの研究成果をまとめた論文は小売研究で定評のあるジャーナルに掲載され広く世界に発信された。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計5件（うち査読付論文 3件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 4件）

1. 著者名 Yokoyama Narimasa, Azuma Nobukazu, Kim Woonho	4. 巻 51
2. 論文標題 The impact of e-retail usage on relative retail patronage formation	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 International Journal of Retail & Distribution Management	6. 最初と最後の頁 16~32
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1108/IJRDM-04-2022-0142	査読の有無 有
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 Yokoyama Narimasa, Azuma Nobukazu, Kim Woonho	4. 巻 66
2. 論文標題 Moderating effect of customer's retail format perception on customer satisfaction formation: An empirical study of mini-supermarkets in an urban retail market setting	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 Journal of Retailing and Consumer Services	6. 最初と最後の頁 102935
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1016/j.jretconser.2022.102935	査読の有無 有
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 Azuma,N, Yokoyama,N, and Kim,U.	4. 巻 第54巻、第4号
2. 論文標題 A Mixed-method Study on the Determinants of Different Levels of Customer Satisfaction with a 'Mini Supermarket' Multiple in a Spatially Small Urban Market Setting	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 青山経営論集	6. 最初と最後の頁 1-35
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 Azuma,N, Yokoyama,N, and Kim,U.	4. 巻 No.42
2. 論文標題 A Study on Grocery Retail Competition in the 'Small Spatial Market' Setting and the Determinants of Different Levels of Customer Satisfaction - A Fuzzy-Set Qualitative Comparative Analysis (fsQCA) Approach	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Aoyama Business Review	6. 最初と最後の頁 1-43
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 -

1. 著者名 Azuma,N, Yokoyama,N, and Kim,U.	4. 巻 -
2. 論文標題 Unpacking the Causal Recipes of Retailing Mix on Consumer Satisfaction in Grocery Shopping Using Qualitative Comparative Analysis (QCA) ; From and Experience of a Japanese Mini Supermarket Multiple	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Proceedings of ACRA (American Collegiate Retailing Association) Conference 2020	6. 最初と最後の頁 -
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

〔学会発表〕 計6件 (うち招待講演 1件 / うち国際学会 2件)

1. 発表者名 金雲鎬・横山斉理・東伸一
2. 発表標題 質的比較分析 (QCA: Qualitative Comparative Analysis) : 流通・商業、マーケティング研究における QCA の可能性の検討と アプリケーション fsQCA のハンズオン・セッション
3. 学会等名 日本商業学会関東部会9月部会研究会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Narimasa Yokoyama, Nobukazu Azuma, and Woonho Kim
2. 発表標題 Relative retail patronage formation among grocery fill-in shoppers in Japan
3. 学会等名 2022 American Collegiate Retailing Association Conference (国際学会)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Azuma,N, Yokoyama,N, and Kim,U.
2. 発表標題 Unpacking the Causal Recipes of Retailing Mix on Consumer Satisfaction in Grocery Shopping Using Qualitative Comparative Analysis (QCA) ; From and Experience of a Japanese Mini Supermarket Multiple
3. 学会等名 ACRA(American Collegiate Retailing Association) Conference 2020 (新型コロナウイルス感染拡大のため学会中止となり論文集印刷中) (国際学会)
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 横山斉理・東伸一・金雲鎬
2. 発表標題 スモールデータ分析のススメ：fsQCAを用いた小商圏における買い物客の顧客満足の規定要因の解析
3. 学会等名 日本マーケティング学会（2019年10月4日 於 法政大学）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 横山斉理
2. 発表標題 流通・マーケティング研究領域におけるfsQCAの活用例
3. 学会等名 日本商業学会（招待講演）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 横山斉理
2. 発表標題 経営現象の因果関係を探る新たな方法論：fsQCA fsQCA（質的比較分析）を用いたスーパーの顧客満足の規定要因の研究
3. 学会等名 日本マーケティング学会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計2件

1. 著者名 横山 斉理	4. 発行年 2019年
2. 出版社 有斐閣	5. 総ページ数 262
3. 書名 小売構造ダイナミクス	

1. 著者名 石原 武政、竹村 正明、細井 謙一、横山斉理、他	4. 発行年 2018年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 252
3. 書名 1からの流通論 第2版	

〔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
研究 分 担 者	東 伸一  (Azuma Nobukazu)  (70368554)	青山学院大学・経営学部・教授    (32601)	

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
---------	---------