

令和 6 年 6 月 2 日現在

機関番号：34416

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2023

課題番号：18K01900

研究課題名（和文）フランスのコメルス・アソシエ（協同商業）に関する実証研究

研究課題名（英文）Empirical research on Commerce Associe (cooperative commerce) in France

研究代表者

佐々木 保幸（Sasaki, Yasuyuki）

関西大学・経済学部・教授

研究者番号：20268288

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,400,000円

研究成果の概要（和文）：コメルス・アソシエというフランス独自の小売業態の生成と発展について研究を進めることができた。コメルス・アソシエはスーパーのような営利企業と生協のような協同組合との「ハイブリッド」形式であるが、現代資本主義の下で競争力を維持しているメカニズムを明らかにした。また、新型コロナウイルス感染拡大とコロナ・パンデミックの下でも成長し続けたコメルス・アソシエの競争優位性や「レジリエンス」を認識することができた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究を通して、資本主義の発展に伴い一般的に現れる小売業態とは異なり、一国レベルで独自の小売業態を生み出す背景やその成長過程、特質を明らかにした。それは、従来の単線的な小売業発展モデルに修正を加えるものであるといえる。

現在、コロナ・パンデミック後に世界的なインフレや食料供給問題が深刻化しているが、協同組合原則を掲げ、加盟事業者、消費者、地域の生産者などとの連携を背景に、小売市場で優位なポジションを築いているコメルス・アソシエを真正面から取り上げた本研究は、資本主義における「もうひとつの流通」のあり方を提示している。

研究成果の概要（英文）：I was able to research on the creation and development of a unique French retail format called Commerce Associe. Commerce Associe is a "hybrid" form of for-profit enterprises such as supermarkets and cooperatives such as consumer cooperatives, and we have revealed the mechanism by which it maintains its competitiveness under modern capitalism. In addition, we were able to recognize the competitive advantage and "resilience" of Commerce Associe, which has continued to grow even under the spread of the COVID-19 infection and the corona pandemic.

研究分野：小売流通

キーワード：コメルス・アソシエ 社会的連帯経済 小売業態 ボランタリーチェーン E.ルクレール ネット通販
コロナ・パンデミック 商業労働

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

様式 C - 19、F - 19 - 1 (共通)

1. 研究開始当初の背景

(1) 研究開始時、フランス小売業の「元気のよさ」が注目されていた(例えば、宇都宮浄人・ヴァンソン藤井由実『フランスの地方都市にはなぜシャッター通りがないのか』学芸出版社、2016年)。研究代表者もフランスのル・アール大学での在外研究中(2015年度)に、コメルス・アソシエ(Commerce Associé、協同商業)企業にふれることで、一定程度そのような状況は認識しえた。また、現地の学会でFCAによる講演等を聞き、その経済的力量やユニークな組織運営を知ることができた。さらに、フランスでは2014年に社会的連帯経済法が制定され、小売部門における協同組織への期待がいつそう高まっていた。

(2) 研究代表者は長年、流通政策なかでも大型店出店調整政策と中小小売業振興政策について研究してきた。これら両政策を併せ持つフランスの「ロワイエ法」についても研究を進めてきた。また、小売業態の歴史の変遷や現状、小売業国際化に関する研究も進展させてきた。

このような背景の下で、コメルス・アソシエというフランス特有の「業態」に着目するとともに、わが国中小零細小売業や商店街、ボランティア・チェーンの活性化にも資すると思料した。

2. 研究の目的

(1) フランスでは、協同組合原則に立脚しながら、ボランティア・チェーンを組織し小売企業活動を行うコメルス・アソシエが、巨大流通企業と同水準の販売活動を展開している。本研究では、このような独特の商業領域並びに商業活動を担うコメルス・アソシエについて、その歴史や思想、メカニズムを明らかにするのみならず、わが国のボランティア・チェーンと比較することによって、その組織構造やガバナンスの特質を解明していくことを最大の目的とした。本研究の根源的な問題意識は上記のとおりであるが、具体的な研究目的は以下の3つに集約される。

(2) コメルス・アソシエについて、その歴史や思想、メカニズム、実際の経営内容等を明らかにする。協同組合原則に立脚するが、消費生活協同組合とは全く異なる「企業としての小売活動」を行うコメルス・アソシエの行動原理は、わが国では全く解明されていない。この点を追究していくことが、本研究の目的の1つである。

(3) わが国のボランティア・チェーンと比較することによって、コメルス・アソシエの組織構造やガバナンスの特質を析出していく。上記の目的が概ねマクロ視点に立脚するのに対して、この目的はミクロ視点に立つものである。

(4) これらのコメルス・アソシエの考察を通して、小売業態の発展に関する理論を精緻化していくことを企図した。小売業態の発展を歴史的に検討した研究において、その1つの到達点は、佐藤肇『流通産業革命』(有斐閣、1971年)に求められるが、比較流通論研究の理論的蓄積にも依拠し、資本主義の発展と小売業の発展との関連性を考究していく。

3. 研究の方法

(1) コメルス・アソシエは、フランス流通研究を進めるために極めて重要な領域を形成しているにもかかわらず、日本ではその研究はほとんど進んでいない。フランスにおいても、コメルス・アソシエに関する国内の研究は、ほとんど蓄積されていない。それゆえ、現地調査および一次資料の利用を中心に研究を進めるとともに、協同組合論や社会的連帯経済論との学際的な研究を志向することで独自の方法論を構築する。

(2) さらに、日本のボランティア・チェーンとの比較研究を行うことによって、ボランティア・チェーン研究の進展にも資するよう進めていった。

(3) 上記の現地調査に関しては、既に交流のあるFCAへのインタビュー調査を実施するとともに、ヨーロッパにおける協同組合論や社会的連帯経済論に関する資料収集に努めた。また、日本のボランティア・チェーン協会へのヒアリング調査も実施し、両国の協同商業組織の全体的な実態把握に取り組んだ。

4. 研究成果

(1) 全体として、研究期間全体を通じて、コメルス・アソシエというフランス独自の小売業態の生成と発展について研究を進めることができた。本研究によって、資本主義における小売業態発展の一形態について明らかにできた。そこでは、営利企業と協同組合との「ハイブリッド」形式の存在について、現代資本主義における位置づけができた。また、COVID-19感染拡大、コロナ・パンデミックという事態によって、研究の進捗に影響を受けたが、フランス流通において、コメルス・アソシエの持続性や「レジリエンス」を認識することができた。この点は、経済成長と小売業の発展の関連という側面のみならず、パンデミックのような経済の外的攪乱状態と小売業の存立という研究課題を早期させることにもなった。以下に、これらの諸点について詳述する。

(2) 第1に、コメルス・アソシエは今日のフランス経済や社会、そして流通機構において独自の地位を築き、しかもその存在は大きい。それには、アソシエーションの活動を支える根拠法や戦前からの長い歴史が根底にあり、その上に戦後のフランス流通の変化のもとで小売業の主体

的な協同組織を構築する必要性の高まりがあった。コメルス・アソシエ発展の初期には、巨大製造業による流通支配への対抗、すなわち J.K. ガルブレイスの唱えるカウンターベイレイングパワーとしての役割が追求されていた。その後、コメルス・アソシエはハイパーマーケットを展開するカルフル等資本制流通企業の市場深耕への対抗軸としての役割を強めていったことを明確に示すことができた。

(3) 第2に、コメルス・アソシエ企業の成長には、協同組合原則にもとづいた民主的運営とカルフル等と同様の業態戦略や小売マーケティング戦略の両方が作用したと認識することができた。業態戦略では、ハイパーマーケットおよびスーパーマーケットの多様化を伴う多店舗展開を図りながら、総合食品小売業以外の業態開発も進めていた。今日では、オムニチャネル戦略の一環としてのドライブの増設やインターネット販売を推進し、またコンビニエンスストアタイプの小型店も強化していることが判明した。

(4) 第3に、コメルス・アソシエの成長持続性を再確認でき、しかもコロナ・パンデミックの下での「レジリエンス」の発揮を認識することができた。2017年以前から、総じてコメルス・アソシエは小売業全体を上回る成長率を維持してきたが、コロナ・パンデミックで2度のロックダウンが発出された2020年に、小売業全体ではマイナス成長を余儀なくされたが、コメルス・アソシエは2%の成長を現出した。2021年は小売業全体でも売上げが急速に回復したが(3.9%増)、コメルス・アソシエはさらにそれを上回る成長率を示した(表1)。2020年、2021年において、販売額も伸長させた(表2)。

コメルス・アソシエのフランス小売市場における堅調さが、経済危機の進行する下でも維持されていることが明らかになった。

表1 コメルス・アソシエの成長率 (%)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
コメルス・アソシエ	2.0	3.1	2.0	2.0	4.5
小売業全体	2.0	0	0	2.6	3.9

出所 <https://www.commerce-associe.fr/cooperative-commerce-chiffres> より作成 (2022年6月18日最終アクセス)

表2 コロナ・パンデミック下におけるコメルス・アソシエの主要経営指標

	企業数	販売店数	従業者数	販売額(税込み)
2020年	185	50,037	562,585	1,560億€
2021年	178	50,256	597,105	1,630億€

出所：FCA, COMMUNIQUE DE PRESSE 各号より作成。

(5) 第4に、上記のコメルス・アソシエの成長持続性について、個別企業レベルで析出することができた。図1に示されるように、COVID-19の感染拡大前から資本制小売企業のシェアが横ばいないし低下傾向をとっていたのに対して、コメルス・アソシエ企業(E.ルクレール、レ・ムスクテール、システムU)の食品市場における地位は徐々に強化され、コロナ・パンデミック下においていっそう強固となったのである。

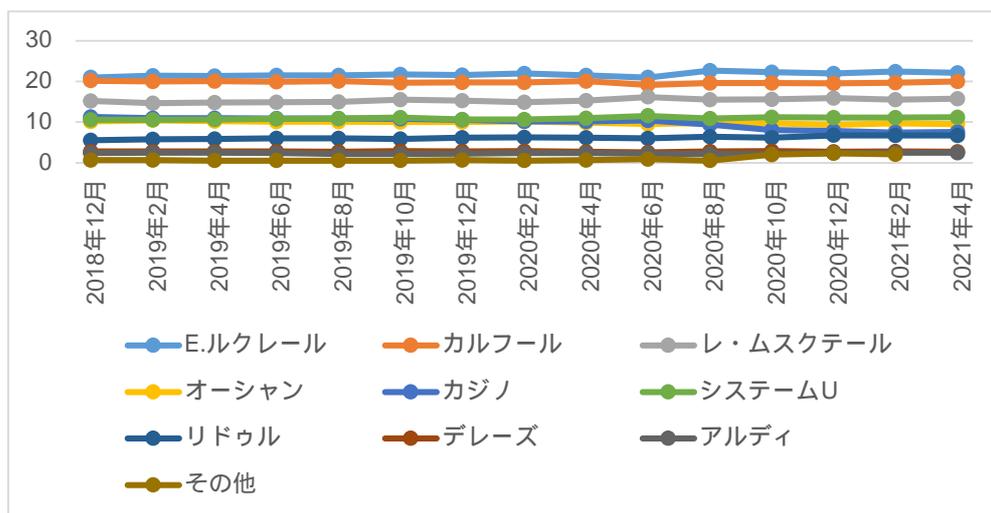


図1 コロナ・パンデミック下における主要小売企業グループの食品市場シェアの推移

出所：<https://www.statista.com/statistics/535415/grocery-market-share-france/> (2022年3月10日最終アクセス) より作成。

(6)第5に、コメルス・アソシエの競争優位性の源泉は、何よりも協同組合原則にもとづいて運営されながら、資本制企業と同様の事業展開がなされている点に求められるのであるが、カルフル等と同様の業態開発を行い、かつ多業態運営や小売業以外の事業への進出も図り、流通企業グループとしての地位も築いている。協同組合原則を堅持しながら、このような積極的な事業展開を志向する独自性に、多くの独立小売業者が参画し、コメルス・アソシエ企業の組織強化が実現されていることが明確にできた。

そして、コメルス・アソシエの基本的な機能は共同仕入れにあるが、それに加えて物流、事業および販売コンセプト、マーケティングおよびマーチャンダイジング、固有ブランド、オペレーション、プロモーションおよびコミュニケーション、研修・教育、カード事業、情報化、財政支援、法律への対応指導などを共同で展開しており、加盟店に対する組織的かつ総合的な支援を行っていることも明らかとなった。

(7)第6に、コメルス・アソシエ全体を統括する全国的な組織である FCA の施策をみると、コロナ・パンデミック下におけるコメルス・アソシエの特質として次のような点が認識できた。良好かつ安定的な経済に資する分権型運営と相互扶助のもとづく堅固な事業モデルである。大多数の店舗が中心市街地に立地していることである。しかも、それはショッピングセンター(SC)内にテナントとして入店しているのではない。効率的な再投資等を促す組織モデルである。消費者ニーズを充足し向上させるデジタル化の推進である。これらの中でも、コメルス・アソシエの店舗の中心市街地立地は大きな意味を持ったといえる。これらの諸点が、コメルス・アソシエの成長持続性の要因であることが析出できた。

(8)第7に、戦後のフランス小売業はハイパーマーケット(HM)を成立させ、HMを基軸に発展してきた経緯を有し、コメルス・アソシエもHMの対抗軸として発展し、自らもまたHMを手掛けて発展したのであるが、今日のフランスでは、このHMの競争力が弱体化しており、HM業態をめぐる新たな業態戦略を明示できた。とりわけ、資本制企業であるカルフルによる Carrefour 2022 を分析し、HMを中心とした経営改革を認識することができた。そこでは、他の大規模小売企業グループ等との提携を拡大し、共同仕入れを基礎に価格競争力を強め、さらなる成長戦略をとろうとしていることが判明した。このような側面は、研究代表者の今後のフランス流通研究および業態研究に継続される。

(9)第8に、本研究ではコロナ・パンデミックの下でのフランス経済および小売業の動向を考察し、コロナ・パンデミック下の特殊な経済危機の性格について検討した。そして、今後の経済危機の特殊性のみならず、それが資本主義の抱える矛盾を基礎に発現している側面も考察した。コロナ・パンデミックのもとづく経済危機は、COVID-19 という外的強制力によって突発的に生じたものであったが、フランスでは世界恐慌やリーマン・ショックを上回る影響を受けた局面もあった。ロックダウン下の小売業への影響も大きく、現代資本主義における流通過程への公的関与の大きさを再確認することとなった。フランスの流通政策では、経済政策的な施策と社会政策的なそれとが総合的に講じられる点が特徴的である。しかも、通常時に構築された諸施策がコロナ・パンデミックの下で、応用的に適用された点に、公的政策の体系性および一貫性を明確に提示することができた。この点については、今後の研究代表者によって継続される流通政策研究に継承、発展させていく。

<参考文献>

- 加藤義忠・佐々木保幸・真部和義(1996)『小売商業政策の展開』[改訂版]同文館出版、1-281
- 佐々木保幸(2011)『現代フランスの小売商業政策と商業構造』同文館出版、1-181
- 佐々木保幸(2017)「フランスにおける社会的連帯経済の発展と小売商業」『関西大学経済論集』第67巻第3号、173-186
- 佐々木保幸(2018)「地域商業振興政策とボランティア・チェーン」田中道雄・濱田恵三・佐々木保幸・稲田賢次編著『日本社会の活力再構築』中央経済社、98-107
- 佐々木保幸(2021)「フランスにおけるコメルス・アソシエの発展と現状」『関西大学経済論集』第70巻第4号、15-27
- 佐々木保幸(2022)「コロナ・パンデミックと今日の流通～フランスの小売商業政策をふまえて」『流通』No.50、29-37
- 佐々木保幸(2022)「コロナ・パンデミックとフランス小売業-コメルス・アソシエと大規模小売企業-」『阪南論集社会科学編』58巻1号、35-44
- 佐々木保幸(2023)「商業労働と非正規雇用」『経済』No.332、69-75
- 佐藤肇(1971)『流通産業革命』有斐閣、1-277
- 田中道雄・白石善章・相原修・河野三郎編著(2010)『フランスの都市・文化・流通-グローバル化する流通事情』中央経済社、1-280

- 田中道雄・白石善章・相原修・三浦敏編著 (2015) 『フランスの流通・政策・企業活動-流通変容の構図』 中央経済社、1-234
- Jean-François Draperi (2014) *Comprendre l'économie sociale* 2^e edition, DUNOD,1-264
- Jean-Louis Laville (2010) *L'économie sociale et solidaire*, Éditions du Seuil,1-323
- Laurent Gardin, Florence Jany-Catrice (2016) *L'économie sociale et solidaire en coopérations*, Presses Universitaires de Rennes,1-233
- Michel Choukroun (2013) *Le Commerce Associé*, DUNOD,1-224
- Robert Holcman(ed.) (2015) *Économie sociale et solidaire*, DUNOD,1-303

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計22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 1件）

1. 著者名 佐々木保幸	4. 巻 50
2. 論文標題 コロナ・パンデミックと今日の流通～フランス小売商業政策をふまえて	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 流通	6. 最初と最後の頁 29-37
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 佐々木保幸	4. 巻 58-1
2. 論文標題 コロナ・パンデミックとフランス小売業-コメルス・アソシエと大規模小売企業-	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 阪南論集社会科学編	6. 最初と最後の頁 35-44
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 田中道雄	4. 巻 48-2
2. 論文標題 フランス中小小売業に関する一考察－単独型自営商業（commerce independant isole）を中心に－	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 大阪学院大学商経営学論集	6. 最初と最後の頁 95-131
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 田中道雄	4. 巻 61
2. 論文標題 地域ブランドとまちづくりの関わり	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 関西実践経営	6. 最初と最後の頁 1-18
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 田中道雄	4. 巻 62
2. 論文標題 流通民俗学試論 その1ー社会経済的背景との関わり	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 関西実践経営	6. 最初と最後の頁 1-13
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 佐々木保幸	4. 巻 第70巻第4号
2. 論文標題 フランスにおけるコメルス・アソシエの発展と現状	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 関西大学経済論集	6. 最初と最後の頁 15-27
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 佐々木保幸	4. 巻 No.314
2. 論文標題 EC小売業の成長と流通政策	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 経済	6. 最初と最後の頁 74-84
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 田中道雄	4. 巻 第59号
2. 論文標題 地域ブランドの具体的形成過程とその課題	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 関西実践経営	6. 最初と最後の頁 1-18
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 田中道雄	4. 巻 第60号
2. 論文標題 地域ブランドがもたらす諸効果	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 関西実践経営	6. 最初と最後の頁 1-20
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 田中道雄	4. 巻 第47巻
2. 論文標題 フランスにおけるbio食品流通-その現状と背景-	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 大阪学院大学商・経営学論集	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 佐々木保幸	4. 巻 第70巻第4号
2. 論文標題 フランスにおけるコメルス・アソシエの発展と現状	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 関西大学経済論集	6. 最初と最後の頁 15-27
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 田中道雄	4. 巻 第46巻第1・2号
2. 論文標題 フランスにおけるハードディスカウントの停滞と新生：フランス社会変化との関連で	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 大阪学院大学商・経営学論集	6. 最初と最後の頁 1-28
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 田中道雄	4. 巻 第58号
2. 論文標題 消費者に支持される地域ブランドを作り出すために	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 関西実践経営	6. 最初と最後の頁 1-20
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 鳥羽達郎	4. 巻 No.47
2. 論文標題 書評：ベアトリス・コラン / ジャン＝フランソワ・デルプ ランク著 田中道雄他訳『ロレアル「美」の戦略	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 流通	6. 最初と最後の頁 87-97
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 佐々木保幸	4. 巻 141
2. 論文標題 フランスにおける社会的連帯経済とコメルス・アソシエ (協同商業)	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 中小商工業研究	6. 最初と最後の頁 4-9
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 鳥羽達郎	4. 巻 第58巻1号
2. 論文標題 各社が狙うベトナム：海外で成功するための戦略とは	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 販売革新	6. 最初と最後の頁 97-99
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 鳥羽達郎	4. 巻 45
2. 論文標題 書評：大石芳裕著『実践的グローバル・マーケティング』	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 流通	6. 最初と最後の頁 55-65
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 田中道雄	4. 巻 第45巻1・2合併号
2. 論文標題 近年のフランスのマルシェ: フランス文化の琥珀	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 大阪学院大学商・経営学論集	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 田中道雄	4. 巻 第57号
2. 論文標題 社会的なまちづくりについての一考察	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 関西実践経営	6. 最初と最後の頁 55-63
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 佐々木保幸	4. 巻 第68巻第4号
2. 論文標題 日系大規模小売企業の中国市場への展開 イオンを中心に	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 関西大学『経済論集』	6. 最初と最後の頁 121-134
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 鳥羽達郎	4. 巻 No.43
2. 論文標題 書評 川端基夫著『消費大陸アジア：巨大市場を読みとく』	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 流通	6. 最初と最後の頁 85-95
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 田中道雄	4. 巻 第44巻第1・2号
2. 論文標題 まちづくり条例の運用と評価:京都市土地利用の調整に係るまちづくりに関する条例を対象に	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 大阪学院大学『商・経営学論集』	6. 最初と最後の頁 1-25
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 -

〔学会発表〕 計17件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 小売業の歴史的研究と「小売の輪」に関する議論
3. 学会等名 日本商業学会九州部会 9月研究部会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 フランス多国籍小売企業のアジア展開と撤退戦略
3. 学会等名 日本消費経済学会令和4年度第2回関西西部会
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 佐々木保幸
2. 発表標題 コロナ・パンデミックと今日の流通～フランスの小売商業政策をふまえて
3. 学会等名 日本流通学会第78回全国大会（統一論題）
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 田中道雄
2. 発表標題 わが国地域商業のあり方:フランス流通の動向に学ぶ
3. 学会等名 日本商業学会関西部会例会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 欧米流通企業の日本撤退に関する一考察
3. 学会等名 日本消費経済学会2021度西日本大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 小売企業の垂直的統合と社会的責任
3. 学会等名 日本消費経済学会第 46回全国大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 佐々木保幸
2. 発表標題 フランスのコメルス・アソシエの現状と課題
3. 学会等名 日本流通学会（第34回全国大会）
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 多国籍小売企業の撤退戦略
3. 学会等名 日本流通学会（第34回全国大会）
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 製造小売業の国際展開と社会的責任
3. 学会等名 日本消費経済学会（第45回全国大会HP大会）
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 佐々木保幸
2. 発表標題 わが国ボランタリーチェーンの現状と課題
3. 学会等名 日本流通学会・第33回全国大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 ハイパーマーケットの国際展開：フランスにおける主力企業の比較分析
3. 学会等名 日本流通学会・第33回全国大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 新興経済国の流通革命と小売業の国際化
3. 学会等名 日本消費経済学会・2019年度西日本大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 佐々木保幸
2. 発表標題 近年におけるフランス小売企業の経営戦略 カルフールのCarrefour 2022を中心に
3. 学会等名 日本流通学会・第32回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 小売企業のグローバル・ソーシングと社会的責任
3. 学会等名 日本商業学会・第68回全国研究大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 小売企業の国際展開におけるリージョナル戦略の可能性
3. 学会等名 日本消費経済学会・第43回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 鳥羽達郎
2. 発表標題 専門小売企業の国際戦略：ファ・ストリテイリングの事例研究
3. 学会等名 日本流通学会・第32回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 森脇丈子
2. 発表標題 フランスの大手流通小売業における 'drive' をめぐる競争とその現状について
3. 学会等名 日仏経営学会・第72回全国大会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計10件

1. 著者名 佐々木保幸 (番場博之・大野哲明編著)	4. 発行年 2022年
2. 出版社 ミネルヴァ書房	5. 総ページ数 210
3. 書名 よくわかる流通論	

1. 著者名 鳥羽達郎	4. 発行年 2022年
2. 出版社 同文館出版	5. 総ページ数 168
3. 書名 「小売の輪」の循環：アメリカ小売業の発展史に潜むダイナミクス	

1. 著者名 鳥羽達郎（東伸一・三村優美子・懸田豊・金雲鎬・横山斉理編）	4. 発行年 2022年
2. 出版社 流通と商業データブック	5. 総ページ数 436
3. 書名 有斐閣	

1. 著者名 鳥羽達郎・川端庸子・佐々木保幸編著	4. 発行年 2022年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 425
3. 書名 日系小売企業の国際展開-日本型業態の挑戦	

1. 著者名 田中道雄	4. 発行年 2021年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 180
3. 書名 まちづくり大全	

1. 著者名 佐々木保幸・鳥羽達郎編著（佐々木保幸・鳥羽達郎）	4. 発行年 2019年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 287
3. 書名 欧米小売企業の国際展開-その革新性を検証する	

1. 著者名 小栗崇資・夏目啓二編著（佐々木保幸）	4. 発行年 2019年
2. 出版社 新日本出版社	5. 総ページ数 190
3. 書名 多国籍企業・グローバル企業と日本経済	

1. 著者名 田中道雄・濱田恵三・佐々木保幸・稲田賢次編著	4. 発行年 2018年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 212
3. 書名 日本社会の活力再構築	

1. 著者名 ベアトリス・コラン、ジャン＝フランソワ・デルプラント著、田中道雄・三浦信・佐々木保幸・和田聡子 訳	4. 発行年 2018年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 203
3. 書名 ロレアル「美」の戦略	

1. 著者名 マーケティング史学会編（上沼克徳・小原博・堀越比呂志・渡辺達郎・大内秀二郎・後藤一郎・東伸一・鳥羽達郎・William W.Keep・薄井和夫・越川靖子・戸田裕美子・野村比加留）	4. 発行年 2019年
2. 出版社 同文館出版	5. 総ページ数 259
3. 書名 マーケティング学説史：アメリカ編	

〔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	田中 道雄 (Tanaka Michio) (10248263)	大阪学院大学・商学部・教授 (34403)	
研究分担者	鳥羽 達郎 (Toba Tatsuro) (40411467)	富山大学・学術研究部社会科学系・教授 (13201)	

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