

機関番号：12608

研究種目：若手研究 (B)

研究期間：2007～2010

課題番号：19730283

研究課題名 (和文) 台湾の近代流通構造と小売業の展開

研究課題名 (英文)

The modernization of Taiwanese distribution system and retailers' strategies

研究代表者 鍾 淑玲 (CHUNG SULIN)

東京工業大学・大学院社会理工学研究科・准教授

研究者番号：30381338

研究成果の概要 (和文)：

本研究は台湾の近代流通構造および小売業展開の特徴を明らかにすることを目的として、まず、台湾における現地資本と外国資本の小売企業の競争状況、主要小売業態の上位企業の経営概況、そして、小売国際化の特徴を把握した。個別企業研究は、2大コンビニエンス・ストア・チェーンの展開による小売国際化、大手自転車メーカーの流通チャンネル政策による流通近代化、外資系小売企業の中国市場参入の実態と影響を考察し、最後に台湾の流通政策と伝統的な商業集積の近代化との関係を明らかにした。

研究成果の概要 (英文)：

The purpose of this research is to investigate the feature of the modern distribution structure of Taiwan and the retailers' development in Taiwan. This study can divide into two parts. First part is an analysis on the general retailing environment. It's including several stages, for the first stage, I analyzed the reality of competition in international and domestic retailers in Taiwan. Then, I did a studied on the higher rank retailers in each major retailing category. After that, I focused on the retailers' internationalization process and found the feature through the analysis. For understanding the influence of Taiwanese retailer' investment in China, I compared several foreign retailer' s investment and entering strategies in China.

Besides that, several case studies have been done. I analyzed the internationalization process of two top rank convenience store chain. Then, I study in the marketing channel strategy of one famous bicycle manufacturer. Finally, I focus on the traditional retailer' s modernization, through the studies on the typical example of the retailing markets and night markets in Taiwan.

交付決定額

(金額単位：円)

| | 直接経費 | 間接経費 | 合計 |
|--------|-----------|---------|-----------|
| 2007年度 | 900,000 | 0 | 900,000 |
| 2008年度 | 800,000 | 240,000 | 1,040,000 |
| 2009年度 | 800,000 | 240,000 | 1,040,000 |
| 2010年度 | 700,000 | 210,000 | 910,000 |
| 年度 | | | |
| 総計 | 3,200,000 | 690,000 | 3,890,000 |

研究分野：社会科学
科研費の分科・細目：経営学・商学
キーワード：流通

1. 研究開始当初の背景

日本とアメリカの流通構造が違うことはしばしば指摘されているが、実際に調べてみると中国や台湾などの流通構造にもそれぞれの特徴がある。流通構造が形成されるメカニズムを究明するには、まず、比較対象となるそれぞれの国の流通構造を把握する必要がある。また、流通国際化の研究に際しても、進出先市場におけるそれぞれの小売企業の展開プロセスの事例を多く考察しなければならない。

本研究は、台湾の流通近代化における流通構造の変化、および国内外資本の小売企業の展開プロセスを歴史的な側面から考察する研究であり、国内外の関連研究を調べても充実した研究が少ない分野である。

2. 研究の目的

台湾の近代流通構造と小売業の展開の特徴を明らかにすることを目的として、1970年代以降の台湾の流通近代化政策、台湾における現地小売企業の発展、外資系小売企業の発展、そして、台湾の伝統市場や商業集積などの零細小売業を考察した。

3. 研究の方法

本研究の具体的な研究方法は、以下の通りである。①台湾の政府機関における流通政策に関わる調査。②現地企業における企業インタビュー、店舗調査、またはアンケート調査。③現地参入した外資系小売企業における企業インタビュー、店舗調査、またはアンケート調査。④台湾の伝統市場や商業集積などの零細小売業における企業インタビュー、店舗調査、またはアンケート調査、の4つの方向

で現地における調査を行った。

また、既存の研究文献、政府統計、民間報告、一般出版物や雑誌・新聞記事なども二次資料として用いた。

4. 研究成果

2007年度は、台湾の流通構造の全体像とその特徴を把握するために、台湾小売市場における現地資本と外国資本の小売競争状況、また、主要業態の上位企業の経営概況を考察した。そして、これらの企業の中から、特徴のある現地小売企業と外資系小売企業を選定し、それぞれの企業の展開戦略に関する考察を行った。

2008年度は台湾における小売国際化の特徴を把握することを目的として、マクロとミクロの2つの側面から台湾の小売発展を分析した。まず、マクロ分析では時系列から台湾における流通発展を考察し、台湾における流通近代化と国際化との関係を明らかにした。また、業態別で台湾における小売業の現状を考察し、主要業態では上位企業による寡占的な状況が多いことが確認できた。さらに、現地資本と外資系資本の特徴に関して、それぞれの資本企業には強い業態分野があり、大まかに言うと、日本は百貨店、欧米は総合量販店、台湾企業はCVSや家電専門店分野に強いことがわかった。参入時期について、上位外資系企業の参入は1980年代後半から1990年代前半に集中し、その大半は現地企業との提携企業であった。現地資本の特徴として、ほとんどの上位小売企業は台湾の大手企業グループによる多角化参入であり、特に食品メーカーや家電メーカーなどの製造業による製販統合が多かった。さらに、近年ではCVS

を代表として外資との提携による第3国への連続的な国際化が展開され、その結果進出先の国の小売構造を変革させようとしている。

そして、マイクロ分析では台湾で他国にないCVS 駆動の小売国際化プロセスの全貌を明らかにするために、2 大コンビニエンス・ストア・チェーンである、セブン-イレブン統一超商と全家便利商店（台湾ファミリーマート）を取り上げた。そのうち、セブン-イレブン統一超商は近年に多くの海外ビジネスを台湾市場に導入し、フィリピン、ベトナム、中国など海外への進出も果たし、台湾小売の国際化と台湾企業の国際化に対する貢献が大きい。台湾全家便利商店の場合は日本ファミリーマートの経営ノウハウを導入し、台湾におけるイノベーションを引き起こしながら、日本と台湾で融合した経営ノウハウを中国へ移転した。このようなCVS 駆動の国際化プロセスは本考察で得た台湾の小売国際化の大きな特徴である。

2009 年度には、まず、(1) 台湾企業を含む外資系小売企業の中国参入動向と現地市場へのインパクトを考察した。この研究の個別分析では、台湾や香港などの華人資本の参入意欲の高さが印象的だった。中国市場の漸進的開放が始まる 1990 年代前半にはスーパーマーケットやコンビニエンスストア、百貨店等の事業分野で参入を開始し、その後もマレーシアのパークソンやタイのロータス等並みいる外資勢のなかにあって健闘する企業が少なからず存在する。台湾資本は他の外資による買収や提携の対象となっており、中国市場における競争の決定的な役割を握っていた。その意味でも存在感を示している。ウォルマートのよる好又多、テスコによる楽購の2件の買収劇は外資系企業間競争に大きなインパクトを与えた。台湾で手を組んだオ

ーシャンと大潤発は中国で順調に企業規模を拡大し、流通部門ではやや出遅れていた統一企業グループは上海でセブン-イレブンの展開に乗り出し、台湾ファミリーマートは華南でのファミリーマートのオペレーションを担っている。

そして、(2) 台湾の伝統産業の一つである自転車産業の大手企業である巨大団体の流通展開を考察し、台湾の近代流通構造におけるメーカーの流通チャンネル政策による台湾の近代流通構造への影響を分析した。

世界的な自転車ブランドーグジャイアントは、巨大団体の研究開発力とマーケティング力の相乗効果で誕生した。国内市場では巨大団体の成長と時代変化に対応しながら、段階的にマーケティング活動を行ってきた。初期は品質管理重視の製品戦略による基盤構築を行い、1990 年代には世界レベルの自転車チームの育成によるブランドイメージの形成、2000 年代には流通チャンネルの改革による販路の拡大、さらに、近年は積極的な社会的貢献活動による自転車人口の向上など、あらゆる側面でのマーケティング努力が今日のような著しい成果を生み出している。特に流通チャンネルは主にディーラーと直営店の2つを利用している。段階別でみると、2000 年まではディーラーの単一チャンネル・マーケティング・システムであったが、2000 年以降はディーラーと直営店が共存するマルチチャンネル・マーケティング・システムに転換した。なお、2000 年代前半は直営店の設置、後半は既存ディーラーの店舗改革が革新の重点である。また、近年はハイエンド客を狙い、百貨店にも専用売り場を設けた。

2010 年度は、台湾の流通近代化過程における伝統的な商業集積の展開を考察対象として、台湾の伝統商業集積の発展概況や政府政策による対応、および個別的な成功例を取り

上げて、マクロ的な側面とミクロ的な側面から、台湾の流通近代化における伝統的な商業集積展開の特徴を把握し、またはその課題を究明した。具体的にはいくつかの公有小売市場の成功事例を考察し、台湾における伝統的な商業集積の展開と流通近代化政策との関係のメカニズムを明らかにし、伝統的な商業集積の活性化に貢献した。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計1件)

鍾 淑玲 (Su-Lin CHUNG)、Competitions and characteristics among Taiwanese higher rank retailers、Ritsumeikan Business Journal、第2巻、49頁-66頁、2008年、査読有。

[学会発表] (計5件)

- ① 鍾 淑玲、台湾の世界的な自転車ブランド - ジャイアント (GIANT) 社のマーケティング戦略、日本流通学会全国大会 2010年11月14日、日本大学経済学部。
- ② 鍾 淑玲、Foreign Retailers' Entry into China and Its Impact on the Market、5th Conference on Retailing in Asia Pacific, Organized by Oxford Said Business School and Hong Kong RTIA、2009年9月26日、香港理工大学。
- ③ 鍾 淑玲、中国の流通近代化と外資の参入、日本流通学会関東部会、2009年6月27日、専修大学神田校舎。
- ④ 鍾 淑玲、Retail internationalization in Taiwan、International Joint Workshop SAITAMA 2008、2008年11月29日、埼玉大学。

- ⑤ 鍾 淑玲、台湾の流通近代化と小売国際化 - 大手 CVS2 社の事例研究を含めて -、日本流通学会 2008年全国大会、2008年10月26日、立命館大学。

[図書] (計3件)

- ① 鍾 淑玲、同文館、シリーズ・歴史から学ぶマーケティング第3巻 海外企業のマーケティング - 第14章台湾の巨大集団のマーケティング、2010年、254頁~273頁。
- ② 矢作敏行・関根孝・鍾 淑玲・畢 滔滔、白桃書房、発展する中国の流通、2009年、13頁~40頁、45頁~109頁、319頁~344頁。
- ③ 鍾 淑玲、白桃書房、シリーズ・流通体系3 小売企業の国際展開 - 第5章台湾市場における小売国際化 - 流通の近代化との関連性、2009年、123頁~154頁。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

鍾 淑玲 (CHUNG SULIN)

東京工業大学・大学院社会理工学研究科・准教授

研究者番号：30381338

(2) 研究分担者 なし

(3) 連携研究者 なし