

令和 6 年 6 月 28 日現在

機関番号：34522

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2020～2023

課題番号：20K01981

研究課題名（和文）小売技能に基づく競争優位獲得とその移転可能性分析—中小小売商業研究の新視角探求—

研究課題名（英文）An Analysis of Gaining Competitive Advantage Based on Retail Skills and Their Transferability: Exploring New Perspectives in Small and Medium Retail Business Research

研究代表者

向山 雅夫（MUKOYAMA, Masao）

流通科学大学・商学部・教授

研究者番号：00182072

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,300,000円

研究成果の概要（和文）：本研究は、中小小売商の競争優位性として小売商人の持つ職人的な能力を探求した。研究成果は次の3点にまとめられる。第1に、大手メガネチェーン店と独立眼鏡店の比較事例分析から「小売技能」の概念を導出し、これが中小小売商の競争優位性となることを示した。第2に、酒屋、家具屋、本屋などの多様な事例研究を通じて、業種の壁を越える一般技能と業種特殊技能のそれぞれにどのような小売技能が存在するのかを明らかにした。第3に、小売技能が小規模小売店の業績に与える影響メカニズムを解明し、中小小売商の持続可能性を示した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

商業論の既存研究では、商人が商業を遂行するためには固有の能力が必要とされながらも、多くの研究は商人を単なる商品を仕入れて再販売する媒介者と捉え、経済的な効率性という側面に焦点を当ててきた。本研究は、この理論的なギャップを埋めるためのものであり、中小小売商人の職人的な能力としての「小売技能」を探求し、商人の能動的かつ創造的な商人像を浮き彫りにした点で学術的意義がある。また、単に商品を右から左に流して利ザヤを取るだけの存在ではなく、中小商人の持つ職人的な能力を活かし、顧客に価格以上の価値を提供する可能性を示すことで、小売商人の地位や存在意義を再評価した点で社会的意義がある。

研究成果の概要（英文）：This study explores the craftsmanship skills possessed by small and medium-sized retailers as a source of competitive advantage. The research findings are summarized in the following three points. First, a comparative case analysis of major eyewear chain stores and independent eyewear shops led to the concept of "retail skills," demonstrating that these skills constitute a competitive advantage for small and medium-sized retailers. Second, through diverse case studies of liquor stores, furniture stores, and bookstores, the study identified both general skills that transcend industry boundaries and industry-specific skills. Third, the study elucidated the mechanisms by which retail skills impact the performance of small-scale retail stores, demonstrating the sustainability of small and medium-sized retailers.

研究分野：商学

キーワード：中小小売商 中小小売商の競争優位 中小商人 小売技能 小売技術

様式 C - 19、F - 19 - 1 (共通)

1. 研究開始当初の背景

日本において1980年代中盤以降、中小小売業、特に小規模な小売店が減少し続けており、現在に至るまで小売店の衰退に歯止めがかかっていない。現場で様々な試行錯誤や政策・支援が打ち出されているものの、改善の見通しが立っていない。しかし、このような状況下でも、まだ一部であるが、近年中小小売業ならではのユニークなサービスや品揃えを提供し、業績を伸ばしている中小小売業者が新しくクローズアップされている。彼らの提供するユニークなサービスや品揃えは、機械化やシステム化では対応できない、小売業者が本来持つべき職人的な能力によるものである。商人は商品を仕入れて自ら消費せずに再販売を行う業者であり、再販売の際に商品に積極的に働きかけ、消費者に応じる職人的な能力が求められる。この職人的な能力が個店の業績に影響を与える可能性は高いが、これまでの研究では、商人の職人的な能力に焦点を当てたものはほとんどない。

2. 研究の目的

以上を踏まえ、本研究の目的は、衰退業種において競争力を発揮している小売商人が職人として遂行するユニークな能力を探求することである。さらに、プロフェッショナルな能力を持った商人の地位を現実的にも理論的にも再評価し、中小小売業の存在意義並びに発展可能性を明らかにすることが本研究の狙いである。

3. 研究の方法

本研究は、事例研究による定性分析を通じた「仮説探索型研究」を行う。事例研究の対象として、本屋、酒屋、家具屋の三つの業種を選択する。これは、大規模小売企業がシェアを大きく伸ばしていることや、業績に景気があまり大きく影響せず、商人の能力が問われる業種であるためである。サンプリングにおいては、個店の業績に加え、この業界で顕著な存在となっている代表的な人物(商人)を選ぶ「判断標本化」という方法を採用する。インタビュー調査によるデータ収集方法としては、事実に関する情報取得だけでなく、インタビュー対象者の商業に対する印象、見解などの商業観をある程度自由に語ってもらうために、「半構造化インタビュー調査」を採用する。以上の方法に基づいて、本研究は次の3つステップからなる研究計画を立てて実施する。まず第1に、大手小売企業と中小小売店の比較事例分析を通じて、中小商業の競争優位性として商人の職人的な能力を捉えるための概念開発を行う。第2に、各業種の事例研究を通じて、どのような職人的な能力が存在するのかを明らかにする。第3に、小売技能が中小小売店の業績に与えるメカニズムを分析する。

4. 研究成果

研究の成果は大きく次の3点にまとめることができる。

(1) 小売技能概念導出

中小小売商の商人の職人的な能力として「小売技能」の概念を開発した。大手眼鏡チェーン店と独立眼鏡店の比較事例分析を通じて、中小商人の持つ職人的な能力として「小売技能」の概念を導出した。製造現場における職人的な能力としての「技能」の概念を小売業に拡張し、「小売技術」と区別して、小売商人の持つ職人的な能力を明確に捉えるために「小売技能」と呼ぶことにした。そして、この小売技能が中小小売商の競争優位となり、個店の業績に大きな影響を与える可能性を指摘した。図表1は小売技能や技術に関する概念整理図であり、一般的な技能と業種特殊技能が小売技能である。この小売技能が中小小売店の業績に大きな影響を及ぼすと考えられる。

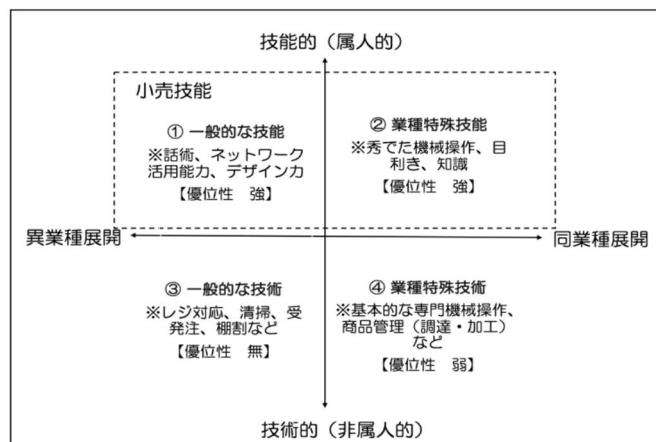


図1. 小売業における技術と技能

(2) 小売技能の探求

事例研究を通じてどのような小売技能が存在するのかを明らかにした。大手小売企業との競争や政策、技術革新などの変化に翻弄されている酒屋、家具屋、本屋の3つの業種を対象にどのような小売技能が存在するのかを分析した。酒屋の事例分析からは、商品提案能力、顧客育成能力、市場認識力が発見され、家具屋においては商品価値の再解釈力が発見された。本屋においては、3つの異なる複数事例の比較分析を通じて、図2のように、業種を超える一般的な小売技能として、店舗デザイン力、人的ネットワーク構築力、業種を超える一般的な技術として、レジ対応、清掃、受発注、棚割など【優位性 無】、業種特殊技術として、選書能力【優位性 弱】、業種特殊技術として、基本的な専門機械操作、商品管理（調達・加工）など【優位性 弱】が明らかになった。

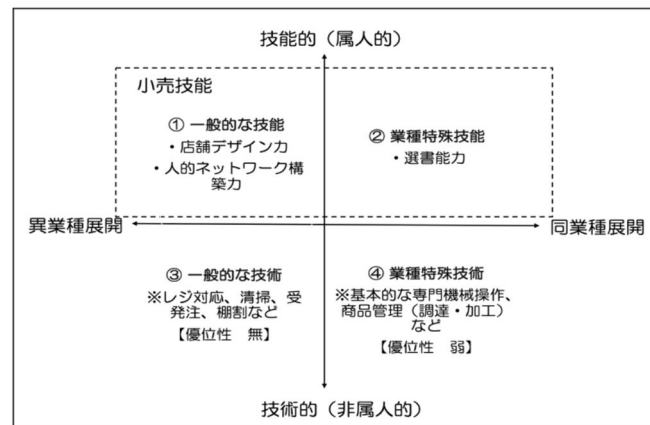


図2. 本屋における小売技能

(3) 小売技能と個店の業績と関係

小売技能が小規模小売店の業績にどのような影響を与えるのかを分析した。小売技能、とりわけ家具屋の事例研究においては、商品価値再解釈能力が顧客の商品価値理解度を高め、それが顧客の価格に対する許容範囲を広げ、また顧客の信頼醸成に影響を与えることが明らかになった。さらに、顧客から信頼を獲得できると、顧客の価格の許容範囲が広がることも明らかになった。このように、小売技能が小規模小売店の業績に与える影響メカニズムを明らかにした(図3)。

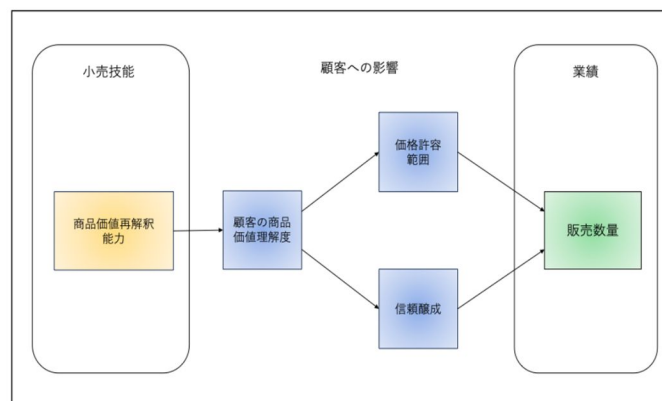


図3 小売技能の小規模小売店店への影響

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 2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 Cho Myungrae, Watanabe Koichiro | 4. 巻 Prodcceings of AHFE 2021 |
| 2. 論文標題 Retail skills as the craftsmanship of liquor retail SMEs | 5. 発行年 2021年 |
| 3. 雑誌名 Advances in Physical, Social & Occupational Ergnomics(Springer) | 6. 最初と最後の頁 33-39 |
| 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 Cho Myungrae | 4. 巻 Vol.19 No.3 |
| 2. 論文標題 Retail functions and skills of venture merchants-A case study of Lunuganga- | 5. 発行年 2021年 |
| 3. 雑誌名 Journal of Distribution Science | 6. 最初と最後の頁 5-14 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.15722/jds.19.3.202103.5 | 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5件（うち招待講演 1件/うち国際学会 2件）

| |
|--|
| 1. 発表者名 Koichiro Watanabe&Myungrae Cho |
| 2. 発表標題 Retail skills of small independent bookstores that support local culture and economy, 2023 International forum on Distribution Convergence(IFDC2023), 2023, 1(国際) |
| 3. 学会等名 International forum on Distribution Convergence(IFDC2023)（国際学会） |
| 4. 発表年 2023年 |

| |
|---|
| 1. 発表者名 濱 満久・白 貞壬 |
| 2. 発表標題 有機農産物市場を形成する価値共創の取組み NPO法人「ゆうきハートネット」と有機専門スーパー「旬楽膳」の取引関係を事例として |
| 3. 学会等名 日本商業学会第72回全国大会 |
| 4. 発表年 2022年 |

| |
|-------------------------------------|
| 1. 発表者名 白 貞壬 |
| 2. 発表標題 有機農産物の信頼形成プロセスにおける認証制度 |
| 3. 学会等名 日本商業学会関西西部会 11 月例会（招待講演） |
| 4. 発表年 2022年 |

| |
|--|
| 1. 発表者名 Cho Myungrae, Watanabe Koichiro |
| 2. 発表標題 Retail skills as the craftsmanship of liquor retail SMEs, |
| 3. 学会等名 12th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics（国際学会） |
| 4. 発表年 2021年 |

| |
|-------------------------------|
| 1. 発表者名 渡邊 孝一郎・趙 命来 |
| 2. 発表標題 中小小売業における小売技能概念の検討 |
| 3. 学会等名 日本商業学会九州部会 |
| 4. 発表年 2021年 |

〔図書〕 計2件

| | |
|---|-----------------|
| 1. 著者名 白 貞壬 | 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 「第5章 ニトリ グローバル・バリューチェーンが迎える重大な転機」(pp.125-147) 鳥羽達郎・川端庸子・佐々木保幸編 『日系小売企業の国際展開』 | |

| | |
|---|-----------------|
| 1. 著者名 白 貞壬 | 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 「第10章 セブン イレブン・ジャパン 日本スタンダードから世界スタンダードへ」(pp.255-277) 鳥羽達郎・川端庸子・佐々木保幸編『日系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 |
|-------|---|------------------------------|----|
| 研究分担者 | 白 貞壬 (BAEK Jungyim) (60400074) | 流通科学大学・商学部・教授 (34522) | |
| 研究分担者 | 趙 命来 (CHO Myungrae) (60582228) | 香川大学・経済学部・教授 (16201) | |
| 研究分担者 | 渡邊 孝一郎 (WATANABE Koichiro) (60616671) | 香川大学・経済学部・准教授 (16201) | |

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 |
|---------|---------|