

令和 6 年 6 月 6 日現在

機関番号：17102

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2020～2023

課題番号：20K01989

研究課題名（和文）持続可能な小売システム構築に関する実証的研究：買い物弱者と地域性の視点から

研究課題名（英文）An Empirical Study on Building a Sustainable Retail System: Perspectives from Vulnerable Shoppers and Regional Characteristics

研究代表者

広垣 光紀 (Hirogaki, Mitsunori)

九州大学・経済学研究院・准教授

研究者番号：80454867

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,000,000円

研究成果の概要（和文）：当該研究課題は、日本社会における人口減少、高齢化、都市部への人口集中といった構造変化が小売業およびそのマーケティング活動に与える影響を探索するものである。特に、買い物アクセスに困難を抱える消費者の基本ニーズを明らかにし、持続可能な小売ビジネスのための要因を特定することを目的としている。研究方法としては、先行研究のサーベイ、統計資料の収集およびGISを用いた地域特性の調査を行い、それらに基づく仮説設定と定量的手法による分析を行った。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、消費者の購買行動における道徳的および認知的正当性の重要性を明らかにし、安全な買い物環境と地域社会への貢献が顧客ロイヤリティに与える影響を実証した点で学術的意義がある。また、人口減少や高齢化などの社会構造変化に対応するため、小売業者が地域社会に根ざしたCSR活動や迅速な情報提供を行うことの重要性を示しており、実践的な示唆を提供している。特に、危機的状況下での小売業者の役割についての理解を深めることで、今後の持続可能な小売ビジネスの発展に貢献するものである。

研究成果の概要（英文）：This research explores how structural changes in Japanese society, like population decline, aging, and urban population concentration, affect the retail industry and marketing. It aims to identify the needs of consumers facing shopping challenges and factors for sustainable retail businesses. The methodology involved reviewing previous studies, gathering statistical data, and examining regional traits using GIS. Hypotheses were then formulated and analyzed using quantitative methods.

研究分野：商学

キーワード：マーケティング 消費者行動 小売 卸売 高齢化 買い物弱者

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

近年の日本社会における構造変化は、小売業およびそのマーケティング活動に対し、甚大かつ持続的な影響を及ぼしている。以下に主要な構造変化を示す：人口減少：日本の総人口は2011年以降、一貫して減少傾向にある。高齢化：65歳以上の高齢者の割合は、全人口の約30%に達している。都市部への人口集中：特に若年層および労働人口が都市部、特に首都圏へと集中し、並行して郊外や地方の人口減少が進行している。これらの要因は、小売業におけるマーケティング機能および顧客サービスに対して大きな影響を与えている。特に消費者の基本的ニーズを持続可能な形で充足させる方法については重要な課題である。日常の買い物行動やそのアクセスに困難を抱える消費者にとって、これらの変化は深刻な問題であり、その解決が急務となっている。さらに、このような環境下で小売ビジネスを持続的に維持・発展させるための方策を明確にする必要がある。これらが本研究の開始当初における背景である。

2. 研究の目的

上記に述べたようなさまざまな環境変化において、消費者、とりわけ日常の買い物行動やそのアクセスに不利を抱える消費者の基本ニーズを明らかにし、その充足を図るための基本的要因を特定化すること、さらに、小売業の継続的なビジネスの維持・発展のために必要となる要因を特定化することが、当該研究の目的である。

3. 研究の方法

当該研究課題においては、以下の研究方法を採用している。

1. 先行研究および統計的調査、ケース事例のサーベイ

まず、買い物アクセスに不利を抱える消費者が直面している問題点を明らかにし、既存の小売システムの評価を行うことを目的として、先行研究のサーベイならびに過去の調査資料、統計資料の収集を行った。具体的には、消費者が日常の買い物においてどのような困難を経験しているか、現行の小売システムがどのような点で持続可能性やアクセシビリティに欠けているかを検討するために、多岐にわたる文献やデータ(公的機関および民間機関による統計資料)を参照した。また、特定の地域やコミュニティにおける成功事例や失敗事例を収集し、それらを比較することにより、地域特有の問題や解決策についての特定化を試みている。加えて、都市部と郊外・地方部の人口密度や公共交通を用いたアクセシビリティの程度など、地域の特性を考慮した調査を実施するため、GISを活用して統計情報の多角的な把握を行った。これらのデータは、定量調査のための調査票の作成や調査票配布の割り当てにおいて有力な情報を提供している。

なお、研究開始当初の2020年度は、新型コロナウイルスによる世界的なパンデミックに見舞われており、さらに2021年度秋まで断続的に新型コロナウイルス対策に関連した特別措置法による緊急事態宣言や行動制限が続いたため、対面形式での情報・資料収集が困難な状況であった。このため、情報・資料収集にはMicrosoft TeamsやZoomなどのオンラインミーティングツールを積極的に活用し、行動制限下において可能な限りのデータ収集を行った。また、消費者行動調査において多面的な分析を行うため、海外の資料・先行研究・調査データ収集も行い、これらについては、海外の消費者行動調査の専門家や研究協力者、実務家のアドバイスを受けながら調査を進めた。これらの一連の調査と資料収集に基づき、当該研究課題に関連する消費者行動モデルについてのいくつかの仮説を設定した。

2. 定量的手法による分析

前述の先行研究および統計的調査を基に構築した仮説の検証を目的として、詳細な調査票を作成した。調査票には、上記のいくつかの仮説を反映した設問に加えて、回答者の地理的変数、デモグラフィック変数等も含めた。また、調査票の予備調査を事前に同意を得た数名の回答者に対して行い、内容について意見交換を実施した。さらに、当該研究課題に関連する実務関係者とも意見交換を行い、調査票の改善および調整を行った後、全国規模の本調査を実施した。

調査票の配布および収集に際しては、新型コロナウイルス感染防止の観点を十分に考慮し、感染防止対策を講じた。調査の結果、得られたデータを用いて仮説の検証を行い、消費者の購買行動や新たな小売サービスに対するニーズに関する分析を行った。この分析により、先行研究のモデルを改善し得る新たな購買行動モデルを抽出することができた。

4. 研究成果

日本の消費者は小売業者および小売サービスに対して高い期待を抱いており、また顧客ロイヤリティも高い傾向にある。現在の買い物環境において、何らかの高い脅威を認識すると、より好みの買い物手段や好みの小売店での買い物行動を継続する傾向が強いことが明らかとなった。なお、脅威の認識については回答者のセグメントごとに違いがみられた。さらに、消費者は小売業者に対して、実利的な便益のみならず、社会的責任を果たし、消費者や地域に配慮している(と消費者からみなされた)小売業者を支持し、継続的に利用する傾向がみられた。この傾向は不確実な危機的環境(緊急事態宣言など)においてより強くなった。これから、買い物困難地域における小売業者でのマーケティング活動には、地域社会に根ざしたCSR活動や弱者への支援など、

地域と協力し支援するためのリソース配分が必要であると考えられる。また、消費者は、小売業者の活動に対する透明性への欲求も高い傾向がみられた。消費者の要求に迅速に対応し、不確実性を減少させるために透明性を高めたタイムリーな情報提供が求められると考えられる。これには、ソーシャルメディアやモバイルプラットフォームなどを含めた多様な情報伝達手段を用いての消費者コミュニケーションが有効であると思われる。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 5件/うち国際共著 2件/うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 Mitsunori Hirogaki	4. 巻 -
2. 論文標題 Innovations in the Service Industry During the COVID-19 Pandemic: The Case of Japan	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 Handbook of Research on Digital Innovation and Networking in Post-COVID-19 Organizations	6. 最初と最後の頁 344-353
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.4018/978-1-6684-6762-6.ch018	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 Ivan-Damir Anic; Ivana Kursan Milakovic; Mitsunori Hirogaki	4. 巻 52 (2)
2. 論文標題 Consumer response to store-related stimuli in a crisis: evidence from Japan and Croatia	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 Journal of Retail & Distribution Management	6. 最初と最後の頁 201-219
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1108/IJRDM-12-2022-0520	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 該当する
1. 著者名 Ivan-Damir Anic; Ivana Kursan Milakovic; Mitsunori Hirogaki	4. 巻 -
2. 論文標題 The impact of legitimacy types on customer loyalty and the moderating role of the perceived COVID-19 threat: cross-country comparison between Japan and Croatia	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 Journal of Marketing Management	6. 最初と最後の頁 1-23
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1080/0267257X.2024.2338207	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 該当する
1. 著者名 Mitsunori Hirogaki	4. 巻 20
2. 論文標題 Social commerce promotes sharing economy: a case study of Mercari, Japan	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 International Journal of Technology Transfer and Commercialisation	6. 最初と最後の頁 87-98
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1504/IJTTC.2023.129720	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 Mitsunori Hirogaki	4. 巻 30(3)
2. 論文標題 Willingness to Pay for Functional Foods in Europe and Asia: An Empirical Study in the UK and Japan	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Micro & Macro Marketing	6. 最初と最後の頁 593-614
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1431/102506	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 広垣光紀	4. 巻 4(2)
2. 論文標題 ソーシャルコマースと日本市場	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 愛媛大学社会共創学部紀要	6. 最初と最後の頁 1-6
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4件 (うち招待講演 3件 / うち国際学会 4件)

1. 発表者名 Mitsunori Hirogaki
2. 発表標題 Post-Pandemic Store Loyalty Strategies: Lessons from Japan
3. 学会等名 The 2023 14th International Conference on E-Education, E-Business, E-Management and E-Learning (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2022年 ~ 2023年

1. 発表者名 Mitsunori Hirogaki
2. 発表標題 Country Report: Examples from Japan
3. 学会等名 European Retail Academy (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Ivan-Damir Anic; Ivana Kursan Milakovic; Mitsunori Hirogaki
2. 発表標題 Consumer response to store-related stimuli in a crisis: evidence from Japan and Croatia
3. 学会等名 The Science Tuesday (国際学会)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Mitsunori Hirogaki
2. 発表標題 How Should Grocery SME Retailers Attract Customers During the COVID-19 Crisis?
3. 学会等名 2022 13th IC4E (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2021年

〔図書〕 計0件

〔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
研究協力者	Ivan-Damir Anic (Ivan-Damir Anic)	The Institute of Economics, Zagreb	Department for Innovation, Business Economics and Economic Sectors
研究協力者	Ivana Kursan Milakovic (Ivana Kursan Milakovic)	University of Split	Department of Marketing, Faculty of Economics, Business and Tourism

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			
クロアチア	The Institute of Economics, Zagreb			
クロアチア	The University of Split			