

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 30 日現在

機関番号：20102

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2011～2013

課題番号：23730424

研究課題名(和文) 生鮮食料品における流通構造の変革に関する実証分析

研究課題名(英文) An Empirical Analysis of Fresh Food Wholesale and Retail Distribution System

研究代表者

広垣 光紀(hirogaki, mitsunori)

釧路公立大学・経済学部・准教授

研究者番号：80454867

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,200,000円、(間接経費) 960,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、生鮮食料品、関連する商品カテゴリーにおけるチャネル構造変化の要因を明らかにする。そのうえで、サプライチェーン構成者が今後果たすべきマーケティング機能、流通構造や消費構造に対する影響について理論的・実証的に分析する。その結果、小売業者間の競争構造、消費構造の変化といった流通の下流段階がチャネル構造変化の主要な起点となっており、それに対応するための取引構造の変化と競争戦略のあり方、それらを支えるマーケティング諸活動、情報通信技術の高度化、取引・物流技術のイノベーション、消費者の購買意思決定における手がかり(cue)の提供とその多様化が今後のチャネル構造変化の重要な鍵であることがわかった。

研究成果の概要(英文)：This study aims to find the factors that influences the structural changes in the distribution channel for fresh foods and related products. Also, we try to clarify the new marketing functions of maker, distributor, and retailer from the channel structure and consumer's perspective. Our empirical and qualitative research show that the competitive structure of the retailer and changes in the consumption structure is the most influential factor in this change. It was also found that the advancement of information technology, innovation of trading and logistics technology, diversification of cues which influence consumer's purchase decision is the important attributes to the distribution and retailing system.

研究分野：商学

科研費の分科・細目：マーケティング

キーワード：マーケティング 流通 消費者行動 サプライチェーン イノベーション エコマース 製品開発 品揃え

1. 研究開始当初の背景

近年、食の安全・安心への関心や、長期的な不況による低価格志向の高まり、大規模スーパーマーケットチェーンの進出による小売構造の変化をはじめ、食に関するサプライチェーンをとりまく環境は大きく変化しつつある。とりわけ、生鮮食料品のサプライチェーンにおいて、その生産から小売にいたる既存の流通構造は、2000年代以降、きわめて大きな変革が生じている。

この日本においてみられる変革の流れは、アメリカ、イギリス、ドイツ等の欧米における変革と比較して異なる部分も多く見受けられる。しかしながら、これらの差異をもたらす諸要因や生産・流通・消費者への影響に関しては、多くの研究の余地が残されている。

2. 研究の目的

本研究の目的は、(1)上記の諸要因を明らかにし、そのうえで(2)サプライチェーン構成者が今後果たすべきマーケティング機能と、その結果もたらされる流通構造、消費構造に対するインパクトについて理論的・実証的に分析することである。

3. 研究の方法

主に二つの方法により実態の把握とその分析を行う。

(1)公的機関および生産・流通関係団体による統計資料の調査に加え、それを補足するためのサプライチェーン関係者に対するインタビューを行い、これらの結果を整理することにより、日本で生じている変革の諸実態を把握する。

(2)上記の調査結果に基づき、分析を行うための仮説を構築したうえで、サプライチェーン構成者に対するアンケート調査を実施し、仮説に対する検証を行う。

4. 研究成果

本研究により、明らかになった点は以下の通りである。

1990年代末から2010年代にかけて、

(1)サプライチェーンの多段階性とその内部における各主体間の競争構造において、その両面に大きな変化が見受けられる。

(2)その変化の主要な起点は流通段階の下流および消費段階であり、とくに大規模小売業者間の競争構造と人口動態や都市圏への人口集中をはじめとする消費構造の変化はサプライチェーンの変化に対してきわめて大きなインパクトを有している。

(3)このような変化の下で、それぞれの

サプライチェーン構成者のリスク分担や流通費用、競争戦略のあり方に大きな変動がみられる。とりわけ、製品差別化とそれを実現するためのマーケティング諸活動が重要なキープポイントとなっている。

(4)インターネットに代表される情報通信技術の高度化、取引・物流技術のイノベーションはサプライチェーンの最適なコーディネートを支える裏付けとなっている。

(5)消費者行動の変化はサプライチェーン構成者の行動に対して顕著な影響力をもつ。とりわけ、小規模零細店からスーパーマーケットをはじめとする大規模小売店へと主要小売店舗が変化するとともに、消費者は購買の意思決定にあたっての手がかり(cue)を多様化させている。

(1)は主に統計資料調査および各流通関係者に対するインタビュー調査によって明らかになったものである。これらの調査結果をもとに、さらにメーカー、小売に対する追加的なインタビューを行い、製品開発および流通チャネル構築に関するデータ収集をおこなった。

(2)(3)(4)のそれぞれに関しては、統計資料調査、関係者(小売店舗関係者、小売本部関係者および食品メーカーにおける製品開発部門・開発担当者)へのインタビューに加え、異なった特性をもつ複数地域の消費者に対するインタビューおよび北海道から沖縄にわたる全都道府県の消費者を対象としたアンケート調査によって明らかとなったものである。とりわけ、取引関係者間のリスク分担のあり方やその変化については、欧米の先行研究と比較して顕著な相違がみられており、これがマーケティング活動に影響を及ぼしている大きな要因の一つであることが示唆された。

(5)に関しては、流通・メーカー関係者および消費者に対するインタビュー、欧米における既存研究をもとに質問票を設計し、アンケート調査を行うことによって明らかにしている。消費者が購買を行う店舗は、個人経営の小規模・零細店舗からチェーンストア(とりわけスーパーマーケット)へと大きくシフトしており、これは今回のアンケート調査においても裏付けられている。この店舗選択のシフトは、消費者の購買の意思決定にも影響を与えており、生鮮品やそれに関連する加工食品、その他食品のいずれにおいても、産地(および原産地)各種認証ラベリングやその他表示、プロモーションが購買決定に顕著に影響を有している。ただし、これらの手がかり(cue)の影響力は、消費者のデモグラフィックやその個人が持つ意識、商品特性によって違いがみられる結果となった。例えば、原産地表示に関しては、ほとんどの調査対象商品における購買意欲に顕著な影響力

を有していたが、健康を訴求した表示に関しては、いくつかの商品分野において、男性と女性、健康の維持に対する意識・イメージによって、その購買意欲に対する影響力に差異がみられた。

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7件)

Mitsunori Hirogaki (2014) "Service Quality Management in Retailing: Theory and Empirical Analysis of Customer Satisfaction with Checkout Services" *International Journal of Trade, Economics and Finance*, vol.5, no.3, pp.270-276.

Mitsunori Hirogaki (2013) "Estimating Consumers' Willingness to Pay for Health Food Claims: A Conjoint Analysis," *International Journal of Innovation, Management and Technology*, vol. 4, no.6, pp.541-546

Mitsunori Hirogaki (2012) "How Are Functional Foods Perceived in Japan? - Empirical Study of Young Japanese Consumers' Behavior -," *International Journal of Management Cases*, vol. 14, no.4, pp.185-199.

Mitsunori Hirogaki(2012) "Conjoint Analysis of Japanese Consumer Attitudes about Health Food Claims," Proceedings of International Conference on Marketing Studies, August 18-19, 2012, Bangkok, Thailand, in CD-ROM

Mitsunori Hirogaki (2012) "Assessing Authorized Labeling As a Marketing Tool: An Empirical Study of Japan" *International Proceedings of Economics Development and Research*, vol.29, pp.73-77

広垣光紀(2011)特定保健用食品(トクホ)表示が購買行動に及ぼす影響 - アンケート調査による実証分析 - 『社会科学』第41巻第2号(通巻92号)pp41.-pp.56

Mitsunori Hirogaki(2011)"The effect of using FOSHU labels in Agricultural Product Marketing in Japan: the Case of Japanese Green Tea," Proceedings of 22nd Conference for the Pacific Regional Science Conference Organization(PRSCO), 3-6 July,2011,Seoul, Korea, in CD-ROM

[学会発表](計5件)

Mitsunori Hirogaki:"Key Success Factors in Online Grocery Retailing: Empirical Evidence from Tokyo,Japan " 11th International Conference of Research in Consumers, Locations and

Environments ,25th-28th April 2014, University of Manchester,Manchester City, United Kingdom.

広垣光紀「健康意識と消費者行動」第45回日本消費者行動研究学会カンファレンス, 2012年10月27日(於:慶應義塾大学三田校舎)

Mitsunori Hirogaki:"Conjoint Analysis of Japanese Consumer Attitudes about Health Food Claims," International Conference on Marketing Studies 2012,

August 18-19, 2012, Bangkok, Thailand
広垣光紀「トクホ(特定保健用食品)表示とコミュニケーション戦略」日本商業学会関西西部会,2011年12月3日(於:立命館大学朱雀キャンパス)

Mitsunori Hirogaki:"The effect of using FOSHU labels in Agricultural Product Marketing in Japan: the Case of Japanese Green Tea,"

The 22nd Pacific Conference of Regional Science Association International(PRSCO), 3-6 July, 2011, Seoul, South Korea.

[図書](計 件)

[産業財産権]
出願状況(計 件)

名称:
発明者:
権利者:
種類:
番号:
出願年月日:
国内外の別:

取得状況(計 件)

名称:
発明者:
権利者:
種類:
番号:
取得年月日:
国内外の別:

[その他]
ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者
広垣 光紀 (Hirogaki Mitsunori)
釧路公立大学・経済学部・准教授
研究者番号: 80454867

(2)研究分担者 ()

研究者番号：

(3)連携研究者
()

研究者番号：