

Title	消費生活を豊かにし、地域と国際社会に貢献する小売マーケティングのあり方を探る
Sub Title	Exploring the nature of retail marketing to enrich the consumer daily life and to contribute to the international community
Author	高橋, 郁夫(Takahashi, Ikuo)
Publisher	
Publication year	2013
Jtitle	科学研究費補助金研究成果報告書 (2012.)
JaLC DOI	
Abstract	我が国の小売構造の変化とその規定要因を消費市場要因との関係を踏まえて明らかにするとともに、内外の研究者との共同研究や取材活動をもとに今後の小売業マーケティングの在り方を明らかにした。その結果、消費者市場の変化が小売構造に大きな影響を及ぼしていることや、小売業が地域や国際社会への貢献を目指すことで存続が可能であることなどを指摘した。
Notes	研究種目：基盤研究(C) 研究期間：2010～2012 課題番号：22530455 研究分野：社会科学 科研費の分科・細目：経営学・商学
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KAKEN_22530455seika

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 25 年 5 月 15 日現在

機関番号：32612

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2010～2012

課題番号：22530455

研究課題名（和文）消費生活を豊かにし、地域と国際社会に貢献する小売マーケティングのあり方を探る

研究課題名（英文）Exploring the nature of retail marketing to enrich the consumer daily life and to contribute to the international community

研究代表者

高橋 郁夫（TAKAHASHI IKUO）

慶應義塾大学・商学部・教授

研究者番号：70187996

研究成果の概要（和文）：

我が国の小売構造の変化とその規定要因を消費市場要因との関係を踏まえて明らかにするとともに、内外の研究者との共同研究や取材活動をもとに今後の小売業マーケティングの在り方を明らかにした。その結果、消費者市場の変化が小売構造に大きな影響を及ぼしていることや、小売業が地域や国際社会への貢献を目指すことで存続が可能であることなどを指摘した。

研究成果の概要（英文）：

The determinants of the Japanese retail structure were analyzed considering the consumer market factors. In addition, the nature of prospective retail marketing was described based on some joint research with foreign marketing scholars and some interview research on retailers. The result of these analyses showed that the change in the consumer market has had a significant effect on the change in the Japanese retail structure and suggested that the retailers should contribute to the local and international community.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合 計
2010 年度	700,000	210,000	910,000
2011 年度	1,100,000	330,000	1,430,000
2012 年度	1,100,000	330,000	1,430,000
年度			
年度			
総 計	2,900,000	870,000	3,770,000

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：小売業、消費生活、マーケティング、消費者行動、国際、生活の質

1. 研究開始当初の背景

日本の小売商店数は昭和 57 年をピークに減少の一途を辿っている。その傾向を簡潔に述べるなら、中小小売商店は大きく減少しつつも、大型の量販店・専門店、コンビニエンスストア、電子型小売店などが発展している。言い換えれば、生業的な小売商店に代わり、法人経営による小売店舗が増加している。

このように、我々の消費生活を豊かにする

べき小売業は、近年、構造的に大きく変化してきた。こうした現状にも関わらず、小売業の全体構造とその社会的役割を扱う研究は、研究代表者が専門とする商業学（マーケティング論、流通論、消費者行動論）の分野でも、そのインパクトの大きさに比して十分行われてきたとはいえない。例えば、富裕層をターゲットにした一部の高級ブランド店や、反対に景気の低迷期に登場した百元ショップ

等のディスカウント型小売業などが、実務的関心の強い一部の研究者達によって取り上げられることはあっても、小売業の社会性（国民生活に及ぼす影響やその社会的責任）に焦点を当てた学術研究は極めて少ない。

また、小売商業政策研究に関して言えば、賑わいのある商店街を取り戻すべく、いわゆる「街づくり三法」が整備されるに至ったものの、地域社会に対する小売業の貢献と流通政策の関連性について理論的・実証的に突き詰めた研究は、やはり十分とはいえないのが現状である。

他方で、個別の小売企業のマーケティング活動が、どのような社会性をもつか、具体的には、地域や国際社会への貢献を営利活動といかにバランスさせているかというミクロ視点からの調査・分析も、これからの課題となっている。

2. 研究の目的

上述のような問題意識のもと、本研究は、「消費生活を豊かにし、地域と国際社会に貢献する小売マーケティングのあり方を探る」と題し、我が國小売業の現状を把握し、構造変化の本質を探るための知見を得ることを第1の目的とする。そうして得られた知見は、地域社会に役立ち、国際社会にも通じるような日本の小売業の在り方に関する具体的処方箋として有用であると考えられる。

また、このような研究を遂行し、その成果の一部を報告するにあたっては、ぜひ、海外の研究者との交流や情報交換をその副産物として得てきたいと考えた。そうした過程を通じて、当初は予定していなかった新たな研究交流も生まれ、追加的な研究成果が生まれるものと期待された。

3. 研究の方法

本研究の目的は、我が國小売業の現状を把握し、構造変化の本質を探るための知見を理論的・実証的に得ることにあり、それによって消費生活を豊かにし、地域と国際社会に貢献する小売マーケティングのあり方についての示唆が得られると考えた。そのためには、まず我が国の小売業構造変化を商業統計調査データによって記述し、その変化を理論的かつ実証的に探るための分析を行うことが必要であった。

また、小売業が、例えば、いかにして広がりがつつある個人間の所得格差とその地域間格差に対応しつつ、地域の消費者の生活の質の維持・向上に努めているかを明らかにすると同時に、地球環境問題への国際的取り組みや地域社会への貢献活動についても具体的事例を調査することを必要とした。そのためには、国内の消費者を対象とする定量調査と内外の専門家との情報交換や小売企業への

定性的調査も求められた。

このような計画のもと、初めの2年間で、小売マーケティング研究に関する文献の収集とレビューに努めた。また、上述のように商業統計などの2次データを用いた小売構造変化の規定要因分析を行った。他方、小売業の社会的かつ国際社会における役割を明らかにするため、実際に内外の小売店舗や企業を訪れたり、海外研究者との研究交流も積極的に行ったりしてきた。今後の小売業の在り方とも関係が深く、近年の小売業の大きな構造変化にもかかわるネット・スーパーに関する消費者アンケート調査も実施した。

さらに、これらの研究成果を内外の学会で発表することによって、大きな指摘やアイデアを得ることも可能となった。具体的には、ミシシッピ大学（米国）Charles Ingene 教授（小売研究の世界的権威。2008年に上海で開催されたグローバル・マーケティング研究会議において、研究代表者との共同執筆論文が最優秀論文賞に選出）カナダ・コンコディア大学のミッシェル・ラロッシュ教授（消費者行動研究の世界的権威）モントリオール大学 HEC ビジネススクール（カナダ）Jean-Charles Chebat 教授（消費者行動および小売研究の権威）カリフォルニア州立サンノゼ大学（米国）メルツ教授（サービス・ドミナント・ロジック研究の若手研究者）ウエスタン・オンタリオ大学（カナダ）マーク・クリーブランド教授（異文化を背景とした消費者行動研究の若手研究者）などとの共同研究は、今回の研究のみならず今後の研究活動にも大きな示唆と方向性を与えてくれた。

なお、研究助成を頂いた3年間に蓄積されたデータや情報は、今後も様々な角度から追加的分析を行う予定である。

4. 研究成果

平成22年度は、主に関連文献の収集とレビューに専念する一方で、カリフォルニア州立サンノゼ大学（米国）メルツ教授とのサービス・ドミナント・ロジックに関する共同論文の執筆、およびミシシッピ大学（米国）Charles Ingene 教授との小売構造の分析に関する国際学会における報告をそれぞれ行った。

また、北米の研究者（ボストン・カレッジ（米国）Arch Woodside 教授、テンブル大学（米国）Anthony Benedetto 教授、コンコディア大学（カナダ）Michel Larocque 教授）の来日に合わせて慶應三田キャンパスにて研究交流も行い、情報の収集に努めた。

平成23年度も、引き続き小売マーケティング研究に関する文献の収集とレビューに努めるとともに、現状を把握するため実際に内外の小売店舗や企業を訪れ情報収集を行っ

た。こうした作業は、研究報告のために海外を訪れた際に実施するなど経費の節約にも努めた。

また、ミシシッピー大学の Charles Ingene 教授との共同研究の成果の一部は、7 月にランス（フランス）で開催された Academy of Marketing Science 主催の世界マーケティング研究会議（小売およびサプライチェーン・マネジメント・トラックの議長を自分が担当）で報告された。

加えて、9 月にはカナダ・モントリオールで開催されたロイヤルバンク主催の国際研究会議にも参加し、研究成果の一部を報告するとともに、コンコーディア大学（カナダ）Michel Laroche 教授ならびにモントリオール大学 HEC ビジネススクール（カナダ）Jean-Charles Chebat 教授に対してインタビュー調査を実施するなど研究交流に努めた。

さらに、本年 2 月にはインド・バンガロールにあるアライアンス大学を訪問し、研究報告を行うと共に、同大学の研究者（Madhukar G. Angur 学長他）との意見交換と現地の商店街やショッピング・センターの視察も行った。

以上のような研究活動に加え、その成果の一部は、以前勤務していた東京経済大学の『東京経大会誌』（木村立夫教授退任記念号）に学術論文として掲載されることとなった。

平成 24 年度も引き続き、国際的な研究交流、研究成果の海外での報告、日本国内での消費者アンケート調査などの活動を行った。まず、国際的な活動としては、ミシシッピー大学（米国）Charles Ingene 教授と、7 月にソウルで開かれた 国際学術会議（日本商業学会を含む世界 5 つの学術団体の共催である Global Marketing Conference at Seoul）で共同研究報告を行った。

また、コンコーディア大学（カナダ）Michel Laroche 教授とは、6 月に上海で開かれたロイヤルバンク主催の国際研究会議で研究報告を行った際に、別途、共同研究の打ち合わせや、学術情報交換を行った。他方で、高齢化社会を迎えた昨今、新しい小売業の在り方を考えるうえで、ネットショッピングの現状と課題を探るべく、消費者アンケート調査を実施した。

さらに、ウエスタン・オンタリオ大学（カナダ）マーク・クリーブランド教授との共同研究（消費者行動の国際性に関する多国間）の成果は、米国のビジネス研究の学術誌としては権威ある *Journal Business Research* に掲載が決定し、電子版が入手可能な状況となった。

なお、研究助成を頂いた 3 年間の研究成果は、これからも学会や論文などの形で公表し続ける予定である。

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 3 件）

Mark Cleveland, Michel Laroche, Ikuo Takahashi, Seçil Erdoğan (2013), "Cross-Linguistic Validation of a Unidimensional Scale for Cosmopolitanism," *Journal of Business Research* (forthcoming).（査読有）

高橋郁夫（2012）「小売市場潜在力の規定要因 - 1990 年代以降の時間的・空間的分析」『東京経大会誌』（東京経済大学経営学会）第 274 号、27 - 42 頁。（査読有）

マイケル・メルツ、高橋郁夫（2011）「サービス・ドミナント・ロジックによるブランディングおよびブランド・コミュニケーションへの新視点」『日経広告研究所報』（マイケル・メルツとの共著）255 号、12 - 18 頁。（査読無）

〔学会発表〕（計 7 件）

Charles Ingene and Ikuo Takahashi (2013 年 7 月 18 日予定), "The Evolution of Japanese Retailing: 1991-2007," World Marketing Congress 16, Melbourne, Australia.

Charles Ingene and Ikuo Takahashi (2012 年 7 月 20 日), "The Evolution of Retail Market Potential in Japan: 1991-2007," 2012 Global Marketing Conference at Seoul, Korea.

Ikuo Takahashi (2012 年 7 月 21 日), "Building Global Bridges with Japanese Scholars," 2012 Global Marketing Conference at Seoul, Korea.

Charles Ingene and Ikuo Takahashi (2011 年 7 月 22 日), "Changing Japanese Retail Marketing Potential from 1991 to 2007," The 15th World Marketing Congress: The Customer is NOT Always Right? Marketing Orientations in a Dynamic Business World, (The Academy of Marketing Science) Reims, France.

Mark Cleveland, Michel Laroche, Ikuo Takahashi, and Seçil Erdoğan(2011 年 9 月 23 日), “Cross-Cultural Validation of a Unidimensional Short Scale for Cosmopolitanism,” The Seventh Royal Bank International Research Seminar、Montreal、Canada。

高橋郁夫(2011)「日本商業学会と国際化問題への対応」日本商業学会第 2 回全国研究報告会、12 月 17 日、青山学院大学。

高橋郁夫(2011)「消費者行動研究と私」(会長講演)日本消費者行動研究学会第 42 回消費者行動研究コンファレンス、6 月 25 日、早稲田大学。

〔図書〕(計 1 件)

高橋郁夫(2013)「近年の消費者市場の変化とこれからの流通・マーケティングの諸問題」47 - 56 頁、消費者問題研究グループ編『消費者市民社会と企業・消費者の役割』(中部日本教育文化会) 総頁数：195 頁。

6. 研究組織

(1)研究代表者

高橋 郁夫 (TAKAHASHI IKUO)
慶應義塾大学・商学部・教授
研究者番号：70187996

(2)研究分担者

なし。()

研究者番号：

(3)連携研究者

なし。()

研究者番号：

