

Title	大型化店舗におけるワンストップショッピング効果 - 食品売上への貢献度の実証研究 -
Sub Title	
Author	浅田真三(Asada, Shinzou) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1979
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001979-0002">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001979-0002</a>

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.

学生氏名	浅田真三	主査	片岡一郎	教授
	(ジャスコ株式会社)	副査	嶋口充輝	助教授
所属ゼミナール	嶋口充輝 研		和田充夫	助教授

## 「大型化店舗におけるワンストップショッピング効果」 — 食品売上への貢献度の実証研究 —

昭和30年代後半以降、我国の量販店は総合的品揃え（取扱い品目を多くする）の追求により大型化の一途をたどり今日に至っている。これは総合化追求による大型化は競争激化の下で消費者の便宜をより高め、競争相手より有利に立てるという認識にもとづいているものである。即ち、より大型化された店舗程ワンストップショッピング効果（まとめ買い効果）が高まるという基本命題がある。こうした認識の下に大型化出店が続いた結果として、今日多くの新らしい動きが起りつつある。大型店舗出店の困難（立地，法律）、小型化店舗の開発、業種業態の明確化など画一的な総合化大型化とは正反対の方向である。こうした時期に大型化店舗の存在理由の主なるものであるワンストップショッピング効果を検討する事は今後の変革へのスタートとして極めて重要である。本論文は大型化店舗がもつと思われるこの効果が果して認識どうり妥当なものかどうかを、食品売上への貢献を測定することにより検討しようとするものである。結果として、この効果は食品売上への貢献面から見る限りにおいては全面的に否定された。しかし乍らこの効果は、食品売上げだけにあられるものとは限らない。買物距離が購買動機の大きなウェートをしめられる食品分野を扱った本論文の限界もここにあり、この効果があらわれているかもしれない。他の商品分野での研究がひきつづいて必要である。