

Title	近代小売業の発展過程分析 - 米国チェーンストア企業の実例研究 -
Sub Title	
Author	佐藤脩(Satou, Osamu) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1980
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001980-0083

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	佐藤 脩	主査	片岡 一郎	教授
	(株式会社 ダイエー)	副査	古川 公成	助教授
所属ゼミナール	片岡 一郎 研		和田 充夫	助教授

近代小売業の発展過程分析 — 米国チェーン・ストア企業の事例研究 —

我国の小売業界は1980年代を迎え、本格的な“競争の時代”に突入したといえることができる。

このような厳しい競争環境に対処するに当り、再度、我国小売業界発展の“師”ともいえる。米国近代小売業の100年以上にも及ぶ、ダイナミックな革新、発展及び競争の過程を跡づけし、その中から我国小売業界の今後の“発展仮説”を導き出そうと試みた。

その方法論として、米国チェーン・ストア業界発展の歴史そのもの、ともいえることのできる2大チェーン・ストア企業、“A & P”と“シアーズ・ローバックの発展過程を事例研究として分析し、その研究の中から、筆者なりに、以下の“発展仮説”を導き出した、即ち、

- (1) 小売業経営は常に、社会及び環境の変化に敏感に対応して、それらの変化に企業経営を合わせなくてはならない。
- (2) マス・マーチャンダイジングを指向してきた大手チェーン・ストア企業にとっての今後の発展可能性は、“コングロマーチャント”の方向を目指す以外はない。
- (3) 小売業はそれぞれ対象とする顧客のニーズにマッチした“アンデンティティ”を明確に打ち出さなくてはならない。
- (4) トップ・マネジメントは常に後継者を育てることに努力しなければならないと共に、一端、委譲した後は、全責任を後継者に託さなければならない。

以上が論文の主旨である。