

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2006～2008

課題番号：18720225

研究課題名（和文） 組織的小売業者の形成する流通システムの地理学的研究

研究課題名（英文） Geographical study on distribution system of large scale retailers

研究代表者

兼子 純 (KANEKO JUN)

筑波大学・大学院生命環境科学研究科・助教

研究者番号：40375449

研究成果の概要：

本研究は、日常消費社会において低価格志向の消費者に商品を供給することにより急成長を遂げてきた、組織的小売業者が形成する流通システムの空間特性を明らかにすることを目的として、上記の業態が企業の創業からどのような空間的パターンで店舗網を拡大してきたのか、店舗網を拡大させる上で、企業内外の情報・物流システムをどのように空間的に構築しているのかを解明した。一方で、事例地域を選定して組織的小売業者の展開と地方市場における商業集積の変容を明らかにした。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	800,000	0	800,000
2007年度	700,000	0	700,000
2008年度	600,000	180,000	780,000
年度			
年度			
総計	2,100,000	180,000	2,280,000

研究分野：経済地理学

科研費の分科・細目：人文地理学・人文地理学

キーワード：流通システム，専門店チェーン，物流システム，組織的小売業者，商業集積

## 1. 研究開始当初の背景

今日の日本の成熟消費社会において、消費の二極化の進展が指摘されている。高度経済成長期における「中流意識」の形成と、それを支えてきた大量生産・大量消費の流通チャネルが、21世紀を迎えた今日、崩壊しつつある。現在の流通業において、大都市圏の高級スーパーなどのように非日常型で付加価値

を追求する業態と、低価格志向の価格訴求型の業態という流通の二極化が進展しつつあり、これらの業態が形成する流通システムの空間構造全体を把握することが必要である。しかし、とくに後者のタイプの組織的小売業者の展開により形成される商業集積は、地方都市において消費の利便性を向上させる一方で、都市中心部のコミュニティや街並みを崩壊させ、均質的で無機質な都市空間を生み

出しているという指摘もある。良質で安価な商品を効率的に供給しようとする企業の論理と、地域の独自性を保ちつつ、魅力的な商業空間を欲する地域の論理が相反して考えられる傾向にあるが、これらを統合して分析することが本研究の全体構想である。

## 2. 研究の目的

日常消費社会において低価格志向の消費者に商品を供給することにより急成長を遂げてきた、組織的小売業者が形成する流通システムの空間特性を明らかにすることを本研究の目的とする。価格訴求型の業態とは具体的に、ホームセンターや衣料品チェーン、ドラッグストア、家電量販店、100円ショップなどに代表され、郊外の幹線道路沿いにいわゆるロードサイド型の商業集積を形成してきた。これらは1990年代における消費不況の長期化や大規模小売店舗法の緩和などの影響を受けて、急速に企業規模を拡大させてきた業態である。本研究の課題は、上記の業態が企業の創業からどのような空間的パターンで店舗網を拡大してきたのか、店舗網を拡大させる上で、企業内外の情報・物流システムをどのように空間的に構築しているのかを解明することにある。そして、各業態の企業戦略により形成される商業集積について、事例地域を選定して検証する。

## 3. 研究の方法

本研究では、事例となる調査対象業態および企業を選定し、組織的小売業者の企業行動の結果に基づく店舗配置と、物流システムの構築について分析する。各業態の上位企業における企業戦略について、自社物流システムの構築、資本提携、フランチャイズ化による拡大戦略を明らかにする。続いて、事例調査地域（都市）を設定し、企業戦略の結果形成された郊外型の商業集積について実態調査を行う。研究手法として、上記の諸課題をフィールドワークに立脚した調査によりデータベース化し、GIS（地理情報システム）を援用した定量的手法により解明する。

## 4. 研究成果

### (1) 組織的小売業者の発達に伴う流通空間の変容に関する研究動向の整理

日本における組織的小売業者の発達に伴う流通空間の変容について一般化を行うために、地理学内外における研究動向の整理を行った。

「人文地理」60-3および『経済地理学の成果と課題』商業論（編集・印刷中）にまとめた研究成果では、近年の流通地理学の研究動向として、生産から消費に至る横断的な流通経路に着目して、企業・事業所間競争を前提において、特定の企業、業態、店舗の企業活動、商品流通経路および諸施設の配置を分析する研究と、流通経路のある断面に着目して、その施設の分布と変化を分析する研究があることが指摘された。

とくに前者の研究では、従来の商業地理学の伝統にとらわれることなく、小売企業の経営戦略やオペレーション・ノウハウに関心を持ち、次々に生み出される新業態や企業の形成する流通システムを都市空間との関わりから論じた成果が蓄積された。これらの研究では、情報化の進展、物流システムの構築、流通のグローバリゼーションといったキーワードで、組織的小売業者による企業活動の空間的再編が論じられた。

さらに、21世紀以降の流通業において、新しい企業間競争において競争優位を確保しうる流通ビジネスモデルが、日本の流通空間をどのように変容させていくのかという問題意識の下に、「消費の二極化」をキーワードに掲げて、均質的なマーケットの基礎となっていた「中流意識」が崩壊し、消費が「分極化」「個別化」する動向を捉え、こうした変化に対応した業態のオペレーションの空間特性についての議論を整理した。

### (2) 企業間連携による小売チェーンの空間的拡大

①東京証券取引所一部上場企業の中で、とくに価格訴求型の業態、具体的には、ホームセンターや衣料品チェーン、ドラッグストア、家電量販店、100円ショップなど郊外の幹線道路沿いにいわゆるロードサイド型の商業集積を形成してきた企業について、創業から現在に至るまでの店舗拡大過程に関するデータを作成した。その結果、売上高上位企業では全国に店舗網を拡大する段階において、自社物流システムの下での拡大方針の他に、ローカルチェーンの提携・買収を進める場合と、店舗網が重複しないリージョナルチェーン同士が資本提携することにより、スケールメリットを獲得する方策が採用されることを明らかにすることができた。

また、これら調達システムそのものの効率化を生命線とする小売業態の成長は、直接顧客を収奪する他の小売業態だけでなく、商品流通の川上に位置する卸売業者や製造業者など産業全般にも多大な影響を与えることを分析した。組織的小売業者の成長と、その空間的な拡大について、企業間の買収・合併の進展による流通業界の再編成、組織的小売業者による物流システムの構築の進展から

分析を進めた。

②多店舗化する小売チェーンにおける企業間連携の地理的含意は、企業間連携をする先の地域市場を獲得して、自社の店舗網を空間的に拡大することにある。1990年代以降の組織的小売業者による企業間連携の動向について、有価証券報告書、各社ホームページ、日経流通経済新聞などをもとに、小売チェーンは現在、上位企業による集約化が進行し、「成長」「競合」段階から「発展」もしくは「淘汰」の段階にあり、資本提携、合併・統合を含む企業間連携の空間的変容を解明した。

### (3)小売チェーンおよび物流業者による物流システムの構築

①組織的小売業者は、その成長に伴い、メーカーと直接取引することを通じて、仕入価格を引き下げ、競合する企業に対する価格競争力を高めようとしている。そのためにも各社は、多店舗化し市場シェアを拡大する必要がある。こうした背景の下での1990年代後半における組織的小売業者の店舗展開は、自社開発、フランチャイズ化、資本提携などの形態をとるが、その店舗網拡大は、進出先の店舗への商品供給システムをいかに空間的に構築していくのかが重要になっている。

組織的小売業者に対する商品の納入業者には、チェーンストアとの取引経験を持たない地方の中小製造卸売業者が数多く含まれる。こうした業者は、ホームセンターの多店舗化や店舗網の広域化に対応した配送が困難である場合が多く、組織的小売業者は自社物流センターを設置し、集約された配送を実施している。この自社による集約配送は、チェーン全体の物流費削減に貢献するものであり、店舗網を広域化する際に、効率的な配送システムを構築することで、新たに進出した市場に対しても企業間競合で優位に立つことを可能にするのであった。本研究で対象としている業態では、商品鮮度を重視しない商品を中心に扱うため、商品の配送圏は広域に設定されうるといふ共通の空間的特性を持っていることが明らかとなった。

②組織的小売業者による物流システムの構築の重要性が指摘できた一方で、実際の物流を担当する主体や、物流費については不明な点が多い。閑散期における余剰車両の問題から、組織的小売業者が自社で車両および専属の物流部門を抱えることは少ないと予測される。このため、物流部門におけるアウトソーシングの事例を明らかにするために、自動車部品企業におけるThird Party Logistics Providers (3PL)利用の実態を分析した。本分析により、小ロット・高頻度の配送を行うた

めに、3PLのcross dockが重要な機能を果たしていることなど、組織的小売業者の物流システムの構築に対しての新たな知見を得た。

### (4)地方都市における郊外型商業集積の発達による影響

組織的小売業者による企業間の激しい競合により、とくに地方都市では積極的な商業開発の結果、新たな商業集積が形成されるが、その開発には企業間の企業論理が優先されること、チェーン展開による多店舗化であることから均質的な商業空間が形成され、地方の独自性が喪失しつつあることを指摘できる。

本研究では、モータリゼーションの進展と消費行動の変化に注目し、モータリゼーションの進展とともに、郊外地域にロードサイド型の新たな商業集積が著しい北関東・甲信越地方の諸都市を中心に分析を進めた。その結果、大型店の立地を立地形態別にみると、全国と比較して北関東・甲信越地方の各県は、ターミナル型や駅前・駅近辺型という公共交通機関の結節点や、伝統的な商業中心地である商店街への立地割合が低い傾向にあることが明らかとなった。それに対して全ての県で郊外幹線道路沿い型の立地が卓越することに加えて、茨城県と群馬県では郊外住宅型の割合も高く、居住地に近接した形で大型店による商業集積の形成が認められる。

人口規模の小さい地方中小都市は、郊外地域や周辺の大都市に商圏を収奪され、財政基盤も弱く、都市再生への道のりは険しい状態にあるところも多い。一方で、これらの都市の中心市街地は、相対的な地価の安さや、徒歩圏内に生活関連施設が集積していることなどから、住宅地として優良な環境にあるともいえる。こうした中心市街地の変容について、長野県須坂市を事例地域として実態調査を実施し、郊外地域への新たな商業集積が、中心市街地に与える影響を分析した。その結果、大型店による郊外型商業集積は、都市のレベルを超えて周辺市町村に吸収される一方で、中心市街地は商業機能よりも住宅機能や観光機能の占める役割が増加していることが明示できた。

### (5)本研究の成果から明らかとなった課題は、以下にまとめられる。

①少子高齢化の人口減少時代において、消費の縮小に対応した商業立地についてである。例えば、店舗大型化の隙間を埋める業態や店舗の立地、農山村などの小商圏市場が注目される。また、ライフスタイルの多様化の中で、モノを買わない若者が増えている一方で、全ての商品販売のライバルは携帯電話と言われるように、情報通信技術の発達と小売業の

関係を読み解く必要がある。一方で、大都市の鉄道駅における「駅ナカ」やオフィス街への商業立地が注目され始めているが、既存の概念を覆す新しい商業地開発も今後の考察の対象となりうる。中心市街地の空洞化に対する処方箋は見つからないが、一部の地方都市では特定の年齢層にターゲットを絞った店舗構成により集客を維持しているところもある。

②大規模小売業者による合理的な流通システムから除外された地域が生み出されている現象についてである。都市のインナーエリアにおいて質が悪く安くない食料品しか購入できない地域が存在するというフードデザートの問題、閉店店舗の跡地利用などがこの課題に該当するであろう。そのほか、大型店の外部効果や雇用問題、コンビニの深夜営業の問題など、これまでの経済的合理性の追求から、社会問題や環境問題との関わりから小売業の展開が議論される必要がある。また、今期は消費者行動に関する研究がなかったが、消費者という需要サイドから流通システムを評価する視点も研究の視野に入れる必要がある。

#### 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4件)

- (1) 亀川星二・工藤宏子・兼子 純, 須坂市中心市街地における商業機能の変容. 地域研究年報, 査読無, 31, 2009年, 45-62.
- (2) 兼子 純, 都市をめぐる諸問題と宇都宮への期待, 宇都宮まちづくり論集, 査読無, 5, 2009年, 1-5.
- (3) KANEKO Jun and NOJIRI Wataru, The logistics of Just-in-Time between parts suppliers and car assemblers in Japan, Journal of Transport Geography, 査読有, 16, 2008年, 155-173.
- (4) 兼子 純, 学界展望 流通・交通・サービス, 人文地理, 査読有, 60, 2008年, 263-265.

[学会発表] (計3件)

- (1) 兼子 純, 日本における商業・流通業の空間構造, 武漢理工大学経済学院講演会, 2008年4月3日, 武漢理工大学経済学院.
- (2) 兼子 純, 日本の自動車部品のJITによる物流の空間構造, 人文地理学会大会, 2007

年11月18日, 関西学院大学.

- (3) 兼子 純, 東京・大阪大都市圏における緊急小口型配送の空間構造, 日本地理学会秋季学術大会, 2006年9月23日, 静岡大学.

[図書] (計5件)

- (1) 兼子 純, 商業論. 経済地理学会編『経済地理学の成果と課題 第七集』, 編集・印刷中.
- (2) 兼子 純, 交通網の変化. 斎藤 功・石井英也・岩田修二編『日本の地誌 6 首都圏II』, 朝倉書店, 2009年, 84-87.
- (3) 兼子 純, 生活の変化. 斎藤 功・石井英也・岩田修二編『日本の地誌 6 首都圏II』, 朝倉書店, 2009年, 73-76.
- (4) 兼子 純, 物流システムとGIS. 村山祐司・柴崎亮介編『ビジネス・行政のためのGIS』, 朝倉書店, 2008年, 13-24.
- (5) 兼子 純, ローコスト・オペレーション業態の空間特性. 荒井良雄・箸本健二編『流通空間の再構築』, 古今書院, 2007年, 35-51.

#### 6. 研究組織

(1) 研究代表者

兼子 純 (KANEKO JUN)

筑波大学・大学院生命環境科学研究科・助教  
研究者番号: 40375449

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし