

2015年度 中央大学特定課題研究費 ー研究報告書ー

所属	商学部	身分	教授
氏名	木立 真直		
NAME	KIDACHI, Manao		

1. 研究課題

（和文）流通システムの重層性と食品スーパーの市場行動に関する理論的・実証的研究

（英文）Theoretical and empirical study on multilayered structure and supermarkets' conduct

2. 研究期間

2年間

3. 研究の概要（背景・目的・研究計画・内容および成果 和文 600字程度、英文 50word 程度）

（和文）

経済発展のプロセスにおいて、流通システムは大量生産と大量消費とを取り結ぶ上で不可欠の役割を果たしてきた（Tedlow 1990）。歴史的には、大量生産体制を基礎にマーケティング・チャンネルと呼ばれるメーカー主導の流通システムが構築され、あわせて、流通業の大規模化により効率的な大量流通チャンネルが形成されてきた。もっとも、流通システムの展開過程をより詳細にみると、それが大量流通システムに一元的に収斂する方向で変化してきたということではない。古くは、佐藤（1974）や矢作（1976）、阿部（1978）などの多元的流通システムの主張にはじまり、その後も、重層的な流通（木立 2012）の展開に注目する見解が提起されてきた。消費の不確実性や多様性、地域性が強まる中で、大量流通の一元的なシステムからの転換を模索する動きが国や地域を超えて広がる様相を呈する。

現代流通の特徴的な変容は、流通システムにおけるチャンネル・キャプテンがメーカーから小売企業に移行する、いわゆる小売主導型流通への転換が進行しつつあることにある。本研究では、流通システムの重層化の進行という理論仮説を前提に、食品流通を対象に小売主導型流通への転換の担い手である食品スーパーの市場行動の実証分析を通して、供給業者との関係性を含むサプライチェーン全体の視点から流通機能の有効性を検証し、最終的に、流通システムの重層的な構造の機能の解明を試みた。2年間の研究の成果として、小売主導型サプライチェーンに関する理論的な整理を取りまとめた一方、国内外の食品スーパーに対する実証的な研究成果については今後取りまとめを行いその成果を公表したい。

(英文)

In a process of the economic development marketing systems have played an indispensable role for mass production and mass consumption society (Tedlow 1990). It was originally maker-led marketing systems supported secondarily by growing larger retailers. However recent trend is a conversion toward multilayered marketing systems through expansion of retailer-led marketing systems (Kidachi 2012). Under the circumstances that uncertainty and variety of consumption are strengthened, switching from unitary marketing system across countries and areas. In the study multilayered marketing systems were examined theoretically and its result is published in April 2017. Concerning the empirical study, though interviews with supermarkets have not been done fully, the result would be published in a year.