〔1417〕

氏名（生年月日）　西川　みな美（ニシカワ　ミナミ）　（1991年12月22日）

学位の種類　博士（商学）

学位記番号　商博甲第80号

学位授与の日付　2023年3月16日

学位授与の要件　中央大学学位規則第4条第1項

学位論文題目　**GMSチェーンの出店戦略に関する実証研究**
—競争的出店とドミナント出店に着目して—

論文審査委員　主査　久保　知一
副査　三浦　俊彦・結城　祥

内容の要旨及び審査の結果の要旨

1　論文の構成と内容

1.1　構成

- 序章　本研究の課題と構成
- 第1章　競争的出店に関する既存研究
- 第2章　ドミナント出店に関する既存研究
- 第3章　研究課題と分析枠組
- 第4章　GMSチェーンにおける出店戦略の意思決定
- 第5章　GMSチェーンにおける出店戦略と店舗存続／撤退
- 第6章　結論

本論文は、チェーン小売企業の出店戦略の決定要因とその帰結について、GMS（general merchandise store）と称される総合スーパーを取り上げて検討したものである。チェーン小売企業が売上を増やすためには、1店舗あたりの売上を増やすか、店舗数を増やす必要がある。店舗数を増やすといっても優良立地は限られており、出店戦略の巧拙は企業業績に直結する。

そこで本論文では、出店戦略を競争的出店とドミナント出店の2つに分類する。競争的出店とは、同じ業態ないしは業種の他社店舗が多く集まる地域に出店する方式であり、ドミナント出店とは同じ地域に自社店舗を多数展開する方式である。そしてリサーチ・クエスチョンとして、(1) GMSがいずれを選ぶのか、(2)選択された出店戦略に対応して店舗はどの程度存続するのかを問うている。このシンプルなクエスチョンに答えるために、西川氏は（1）分析枠組の構築、(2) 実証分析という

流れで論を展開している。

第 1 章と第 2 章は 2 つの出店戦略それぞれについての既存研究をレビューしている。競争的出店を扱った第 1 章では、製造業とは異なった小売商業の集積について、買物費用の節約、店舗間での知識のスピルオーバーが検討され、この中でも特にスピルオーバーに注目することが宣言される。店舗間のスピルオーバーは、他社店舗が多数出店する競争の激しい地域であったとしても、そこで店舗を展開するメリットを説明する有力な概念であり、本研究の文脈に援用可能な概念であるとして、議論の焦点が絞られる。製造業や IT に関する Marshall、Arrow、Romer などのスピルオーバーの研究では、多数の企業が集積することで、特定の個人や企業が独占できない知識が他者に伝播し、イノベーションをもたらすことが見出されている。一方、小売業者のスピルオーバーも Romer の主張と一致する点があり、既存研究レビューによると、他者から吸収した知識が品揃えの改善という漸進的イノベーションに寄与するものと考えられる。しかし、競争的出店に関するこれまでの実証研究は、他社店舗と集中立地することによるポジティブな効果をほとんど見出さず、競争激化という負の側面を報告している。こうした既存研究の問題点として、販売局面や競争行動がフォーカスされており、チェーン小売企業に特有の仕入れと販売の整合性についての検討が行われていないことを指摘する。

第 2 章では、同じチェーンの店舗を集中出店するドミナント出店に関する既存研究のレビューを行っている。伝統的な出店研究は競争的出店に注目してきたが、ドミナント出店の研究が進んだのはこの 10 数年のことである。ドミナント出店には、ローカルな知識や経営資源の共通利用によってオペレーションの効率性を高める共有効果と、立地を先取りして競合企業の参入を排除する参入阻止効果の 2 つのメリットがある一方で、同一企業店舗同士が顧客を奪い合うカニバリゼーションが生じるデメリットもあることが示されている。さらに、既存の実証研究では、競争的出店とドミナント出店のバランスが企業によって異なる点が説明されていないこと、ドミナント出店が店舗の存続／撤退にどのように影響するのかについての検討が乏しいことが示されており、本研究の研究課題が明示される。

第 3 章では本研究の分析枠組が構築される。従来の出店研究では見過ごされてきた需要不確実性と在庫形成様式が、実は出店戦略の適否を左右する重要な要因になりえるという本研究の立場が打ち出されている。その分析枠組として、延期-投機モデルが用いられる。このモデルは、小売企業の在庫形成行動を延期と投機に区分する。延期とは、小売企業が販売時点にできる限り近づけて在庫保有の不確実性を低める行動であり、一方で投機とは、販売時点よりも早い時点で在庫形成を行い、在庫保有の不確実性を自ら引き受ける行動である。本研究では、チェーン小売企業が需要不確実性をどの程度吸収できるのかは、在庫形成の延期-投機水準に依存すると想定する。そして、延期型の企業は不確実性吸収能力が高いがゆえに、競争的出店とドミナント出店の両者が可能であること、一方で不確実性吸収能力の低い投機型企業はドミナント出店を選択すると提唱する。さらに第 3 章では、分析対象として GMS を選択した理由も示される。日本のデータを扱った研究としては、コンビニエンス・ストアの参入退出に関する研究はあるものの、米国で行われているような大型店舗の

参入退出研究は日本ではまだ研究されていない。また、GMS の出店データは他業態に比べて入手可能性が高く、網羅的なデータセットを構築可能である。そこで、GMS がどの都道府県に出店・撤退したかの参入退出行動を観察するために、出店情報を継続的に入手可能な GMS チェーン 13 社を対象として、財務情報を入手可能な 2003 年から 2007 年の出店・撤退についてのデータセットを構築している。

第 4 章は、第 1 の研究課題であるチェーン小売企業の出店戦略の採用傾向についての実証分析が行われる。具体的には、企業が採用する在庫形成様式が延期的か投機的かに応じて、2 種の出店パターンの採用／回避傾向が変化することを実証的に明らかにする。まず、延期型企業と投機型企業の出店パターンについての仮説が設定される。延期型企業は在庫調整能力が高く、他社店舗が多く、競争が激しい地域であっても出店可能である。また、延期型企業は在庫調整能力が高いがゆえに、ドミナント出店も可能である。そこで、延期型企業の出店戦略について 3 つの仮説が提唱される。

H1a　延期型企業は、他社店舗が多い地域に出店する。
H1b　延期型企業は、市場集中度の低い地域に出店する。
H1c　延期型企業は、自社店舗が多い地域に出店する。

一方で、投機型企業については、在庫調整能力が低いがゆえに、競争的出店を回避し、ドミナント出店を選択するという仮説が設定される。

H2a　投機型企業は、他社店舗が少ない地域に出店する。
H2b　投機型企業は、市場集中度が高い地域に出店する。
H2c　投機型企業は、自社店舗が多い地域に出店する。

延期型と投機型の区分については、13 社の対象企業の在庫回転率を算出し、中央値を上回る企業を延期型企業、下回る企業を投機型企業としている。分析モデルの従属変数には店舗 i が 47 の地域 j に出店する確率が設定された。選択肢が 3 つ以上となるため、多項ロジットモデルを用いて推定している。分析の結果、延期型企業では、市場集中度だけが有意であり、3 つの仮説のうち 1 つ(H1b)のみが支持され、投機型企業では 2 つの仮説（H2a と H2c）が支持された。設定した仮説が必ずしも全て支持されたわけではないが、延期-投機という在庫調整能力と、出店戦略の関連付けは部分的に見出されたと考えられる。

第 5 章は、第 2 の研究課題である在庫形成様式に応じた出店行動の成否を扱っている。他社店舗との地理的集中（競争的出店）／自社店舗との地理的集中（ドミナント出店）が、果たして、店舗の存続可能性を高めるのか否かが検討される。提唱された仮説は以下の通りである。

H1a　延期型企業の場合、出店地域の他社店舗数が多いほど、店舗撤退確率が低下する。

H1b　延期型企業の場合、出店地域の市場集中度が低いほど、店舗撤退確率が低下する。
H1c　延期型企業の場合、出店地域の自社店舗数が多いほど、店舗撤退確率が低下する。
H2a　投機型企業の場合、出店地域の他社店舗数が多いほど、店舗撤退確率が高まる。
H2b　投機型企業の場合、出店地域の市場集中度が低いほど、店舗撤退確率が高まる。
H2c　投機型企業の場合、出店地域の自社店舗数が多いほど、店舗撤退確率が低下する。

データは第 4 章と同様の個体と時間の組を単位とするパネルデータである。2004 年時点で営業する 1,593 店舗が 2005 年から 2008 年までの間に存続／撤退したかを分析する。退出というイベントの発生を分析することから、イベント・ヒストリー分析を行っている。離散時間ロジットモデルと Cox 比例ハザードモデルで推定を行った結果、H1b、H1c、H2c が支持されており、(1) 延期型企業は、ドミナント出店地域だけでなく競争的出店地域でも店舗が存続しうること、(2) 投機型企業は自社店舗の地理的集中が存続要因であることを見出している。

最後に第 6 章では、2 つの実証研究の分析結果を総合したうえで、本研究の学術的・実務的インプリケーションと、今後の課題が示される。

2　学術的貢献と残された研究課題

西川氏の研究は、研究対象を GMS という同一業態に絞り込んだ上で、業態内でも在庫調整能力に違いがあることを示し、その在庫調整能力が出店パターンを決定し、ひいてはその後の店舗の存続にも影響することを見出したものであり、ユニークな知見であると評価できる。

2.1　学術的貢献

出店の組織的条件としての在庫形成様式

理論的な貢献として、需要不確実性と在庫形成様式に関する延期-投機モデルを拡張し、競争的出店とドミナント出店を総合的にとらえる概念枠組を提示した点が挙げられる。延期-投機モデルは流通チャネル研究において、発注やチャネル構造を説明するモデルとして知られてきたが、そのモデルが小売企業の出店戦略を説明する可能性を示したことは、理論的な貢献として評価できる。

在庫形成様式と市場行動の関連についての実証研究

我が国の流通研究では、在庫形成の延期化がチェーン小売企業の競争優位の基盤であることがたびたび示されてきたが、定量的な研究成果は希少であった。本論は、GMS が多様な企業がひしめく競争的な環境に出店し、なおかつそこで存続できるということが、在庫形成を延期化する企業に特有のものであることを示しており、実証的な発見として評価できる。

2.2　残された課題

本論は、GMS の代替的な出店戦略を説明する概念枠組を構築し、在庫調整能力が出店戦略、ひいては出店後の存続を規定するという仮説を提唱し、ユニークなデータセットを用いて実証分析を施した優れた研究であるが、一方で、残された問題もある。西川氏の今後の研究のさらなる進展に期待するという意味でいくつかの課題を指摘したい。

在庫調整能力と延期-投機の概念化

本論は GMS の在庫調整能力を在庫回転率で測定し、その高低によって延期型企業と投機型企業に分類している。しかし、在庫回転率は経営努力の結果である。GMS という同一業態を研究対象としているため、ほとんどの企業は在庫回転率の低減を目指すはずであり、戦略的にあえて投機型を選ぶ企業はほとんどいないように思われる。そうであれば、在庫調整能力を決める先行要因についての目配りも必要である。

スピルオーバーの効果

競争的出店のメリットとされたスピルオーバーの効果についても、品揃えは観察可能であるが、値入率やバックシステムのオペレーションなどは単純な観察ではわからない。今後は品揃えだけでなく、価格やサービス水準などのフロントミックスのスピルオーバーについての明示的な分析が必要である。

実務家へのインタビュー

今回は理論仮説を設定して二次データを用いた実証分析を行い、一定の知見を得たものの、出店戦略を担当する企業の実務家がどの程度この知見を意識しているのか、確認が必要である。

3　口頭試問

2023 年 1 月 19 日（木）に口頭試問を行った。本論のバックグラウンドとなる理論、実証、制度に関する知識や、今後の研究の方向性について質疑応答を行い、その結果、十分な研究能力を備えていることを確認した。

4　論文の評価

以上を総合的に鑑み、西川みな美氏の博士学位申請論文「GMS チェーンの出店戦略に関する実証研究－競争的出店とドミナント出店に着目して－」は、中央大学大学院商学研究科の博士（商学）の学位授与に十分に値するものと評価する。

2023 年 1 月 23 日
久保知一
三浦俊彦
結城　祥