

食品スーパーの進化に影響を与えた消費者の 需要構造の変化に関する分析

岡部 紗也加

【要旨】

日本の食品スーパーは、一見するとどの店舗も同じように見えるが、実際には各企業によって商品構成や価格戦略などが異なっている。この店舗の多様性は、既存研究において、市場環境の影響を受けた小売イノベーションによって進化した結果として説明されている。

本論ではこのような既存研究を受け、食品スーパーの進化とこれに影響を与えた市場環境との関連性をより具体的に示すことを目的とする。需要と競争から成る市場環境のうち消費者の需要の側面を取り上げ、これを量的・質的な2次データを用いて構造化し、この需要構造の変化を既存研究で明らかにされている食品スーパーの進化過程に結び付けて両者の関連性を分析する。本論は小売業と市場環境の具体的な関連性を明確にする、という小売業態論の課題を意識して論述するものである。この課題解決に向けて一歩を進め、今後の理論展開に貢献することを本論の意義としたい。

【講評】

本論文は、日本における食品スーパーの小売形態の展開と消費者需要構造の変化を調査・検討した論文として、十分な完成度が認められる論文である。必要な文献調査等も行われており、また実際のデータなども数多く取得し分析がなされている点も評価できる。

欲を言えばマーケティング論、経営学的観点のみならず、経済成長および停滞や社会構造の変化など、経済学的観点からの検討も加えるとより良い論文になるという指摘はできるものの、卒業論文として十分に優秀な水準に達していると判断できる。