

チェーンストアの出店戦略に関する研究

1250478 田村 健悟

指導教員 林 一夫

研究背景

小売業や飲食業を中心に、チェーンストアは全国的に普及し、人々の日常生活を支える重要な存在となっている。しかし、筆者の出生地である高知県では、他県と比較してチェーンストアの数が少ない傾向が見られる。人口規模や交通利便性が要因と考えられる一方、それだけでは説明できない点もある。

研究目的

本研究では、高知縣を事例にチェーンストアにおける出店戦略を明らかにする。

研究方法

高知縣のチェーンストアの出店状況を、人口規模が類似する徳島縣、島根縣、鳥取縣と比較し、出店状況の違いを検討する。チェーンストアの出店戦略に関して、人口要因および地理的要因に焦点を当て、それぞれビジネスホテル業界およびドン・キホーテの事例を通じて分析を行う。

分析結果

高知縣におけるチェーンストアの出店状況には、業界全体で共通する地域特性は見られず、出店状況の違いは各企業の戦略によると考えられる。ただし、ビジネスホテル業界大手3社とドン・キホーテの未出店は特異的である。

ビジネスホテル業界大手3社の場合、ビジネスman層の規模が小さいことが一因であり、これは製造業の規模とビジネスホテル数の相関関係からも検証された。一方、ドン・キホーテは、中四国エリアの物流拠点の整備が全国的に遅かったことや、高知縣の人口規模、地理的条件が未出店の理由と考えられる。

考察・結論

チェーンストアの店舗展開は、単に人口規模や地理的条件だけで決まるものではないことが明らかとなった。

まず、ターゲット顧客の需要規模や購買行動を的確に分析することが、出店戦略の成否を左右する。人口が多い地域であっても、ターゲット顧客層の需要が乏しい場合には十分な収益が見込めないためである。

さらに、物流拠点の配置も店舗展開における重要な要素である。商品の安定供給や効率的な流通網を確保することが、進出可能性を大きく左右する。物流基盤が整っていない地域では、運搬コストや供給の不安定さが進出を阻む要因となることが示唆される。

このことから、チェーンストアの出店戦略は、人口規模や地理的条件といった一般的な指標だけでなく、ターゲット顧客の規模や物流拠点の配置など、多角的な視点から評価する必要がある。