

## 論文要旨

### コンビニエンス・ストアの今後の発展に関する考察

ーサービスカウンターを起点としてー

(指導教授:矢作敏行教授)

法政大学大学院経営学研究科経営学専攻

マーケティング・サービスマネジメントコース

井村 慎

本研究は、競争期から成熟期に入っているコンビニエンス・ストア業態の今後の発展に関して考察を行ったものである。特に考察の着眼点を「サービスカウンター」におき、その歴史的発展の背景、小売システム内における機能を分析する事によって、今後の業態発展においてサービスカウンターの重要性を検証していった。

概要として、コンビニエンス・ストア業態が我が國小売業態における位置付けを、小売発展理論の枠組みで検証していくと、高サービス・多機能を有するという点で特徴的であるということが確認できた。中でもサービスカウンターは他小売業態のカウンターと比較して非常に小売機能集約的であり、最も特徴的な場である事が確認された。

更にこの機能を分析していくと小売サービスの格上げ、格下げ、追加といった他業態との差別化戦略プロセスの場としてサービスカウンターが存在してきた経緯がわかった。また近年各コンビニエンス・ストアチェーンのサービス商品を見てみると、それはより延期化していく方向にあり、その場としてサービスカウンターが存在しているという2点を上げることができる。

結論として、小売機能が集約されているサービスカウンターは下記の2点より、今後益々注目していかなければならない場所であることが確認できた。まず、第1点は機能的集約的・追加的である為に様々な高いサービスレベルを提供できる基盤が整っている事。第2点は消費者ニーズを的確に掴む為のサービスの延期化を行える基盤が整っている事である。したがって小売業態間、コンビニエンス・ストア業態内における差別化戦略はサービスカウンターを有力な局面として行われていく可能性が高い事が確認できた。今後の方向性に対する示唆としては、消費の即時性ニーズに応えながら多種多様なサービス商品をサービスカウンターにて提供していく可能性が見えた。近年大手コンビニエンス・ストアチェーンが推進しているECサービスは上記のニーズに的確に応えていないのではないかという疑問を提示するとともに、消費者との大きな接点の機会を持つ機能を生かしフードサービス化していく方向も見えてきた。

この研究にて確認できた事は、コンビニエンス・ストア業態の今後の方向性の一つを示したものである。ここをビジネスの場としているものにとって、意義のある示唆であると考えられる。