

[概要]

本稿では富山県周辺に展開する食料品スーパー2社を事例に、配送センターと店舗の立地について分析する。チェーン展開をする食料品スーパーにとって死活問題である物流集約の中でも特に配送センターの所有形態に注目した。他県の企業やドラッグストアが参入し、競争が激化している中で配送センターの所有形態が異なりながらも店舗数増加を達成してきた食料品スーパーの2社を事例に用いた。分析の結果、店舗の立地は配送センターからの時間距離に規定されることが明らかになった。そこから、配送センターが自社所有の場合、規模の経済を実現するために広大な店舗展開が必用になる一方、共同利用の場合、富山県と石川県という範囲で十分な規模を確保できるという考察に至った。山地に囲まれ人口規模の小さい北陸の企業が、他地域の企業に対抗するためには複数の企業が共同の配送センターを利用することが望ましいであろう。

キーワード：店舗展開，配送センター，配送圏