

# 地場スーパーの立地展開における一考察 —富山県に本部を置く二社を事例に—

富山大学人文学部人文地理学研究室 4年 塚本康太

# はじめに

## 流通業の変化

1970年頃 第一次流通革命

→スーパーマーケットの台頭

1990年頃 第二次流通革命

→情報化の進展。情報システムが導入可能な大規模小売商が支配的地位  
中小小売商の淘汰が進む

# はじめに

- 先行研究

土屋(1998)

物流集約が起きる条件を検討。仕入れ圏が広く、多頻度小口配送が必要な業種で物流集約は進むと指摘。

飯田(1993)

食料品スーパー配送センターの立地と配送構造を解明。配送時間が重視される食料品スーパーでは、配送センターからの配送時間が店舗展開を規定するということを明らかにした。

# はじめに

箸本(1998)

情報化による物流システムの変化に注目。配送センターは最も遠い店舗群への配送時間が均等になる立地を志向すると指摘。小売チェーンによる物流集約化は地方卸に影響を与える。

以上の先行研究は、国内で広く展開するチェーンを対象としたもの。より局地的な展開をしているチェーンはどのように配送センターや店舗を展開させているのか。

# はじめに

- ・ 研究目的

富山県で創業し北陸地方で展開する食料品スーパーの店舗展開と配送可能な範囲の時代変化を明らかにすること。

配送センターの所有形態に着目。土屋(1998)は食料品スーパーにとって物流集約は死活問題と言及。自社専用か共同利用かで立地展開を比較する。

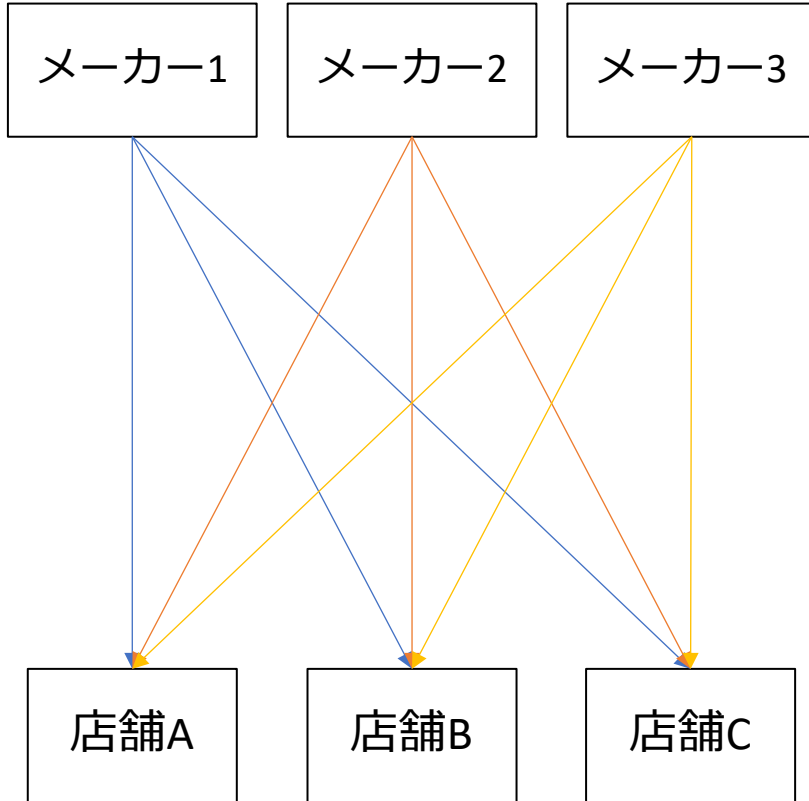
# はじめに

## 富山県小売業の動向 1990年代～2021年

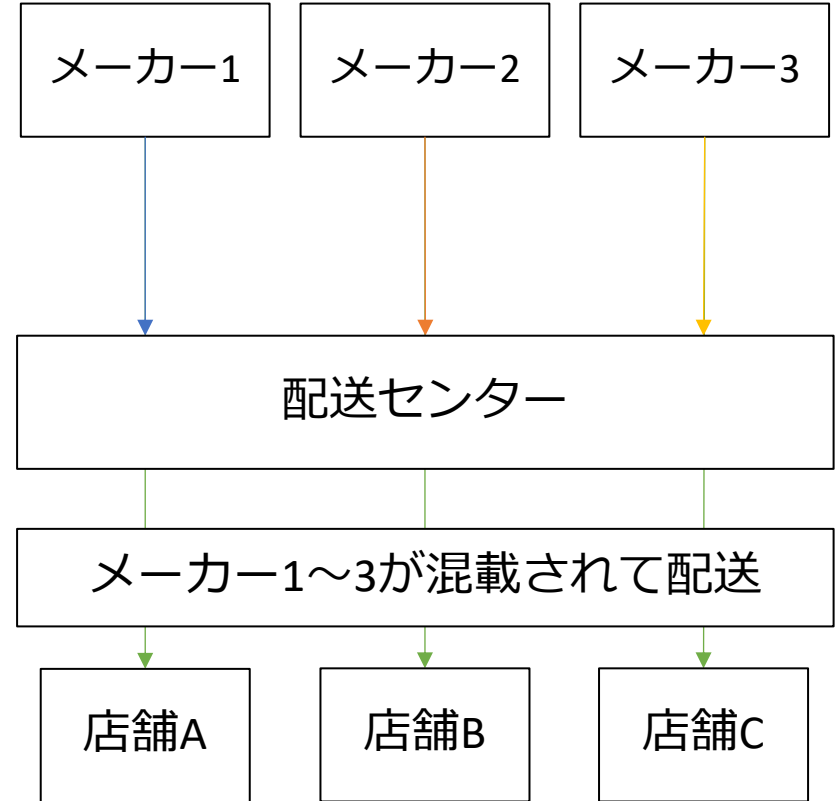
- ・ 個人小売店は減少し続けている。
- ・ スーパーマーケットという業態は着実に成長
- ・ 食料品スーパーについては店舗数減少
- ・ 県外スーパー、ドラッグストアとの競争

商業統計、新聞記事より

### 配送センター整備前



### 配送センター整備後



# 対象企業概要

## A社

1973年設立。2021年現在47店舗。本部は富山市赤田。配送センターは所有しておらず、2005年以前は卸も行っていたB社に、2005年から物流/卸売業者のC社に委託。

C社はA社以外とも取引をしており、100店舗以上に卸している。射水市針原に所在していて、管理温度帯別の配送は実施しておらず1時間半を配送圏としている。



# 対象企業概要

## B社

1968年設立。本部は射水市水戸田に所在。2021年現在64店舗。配送センターを自社所有している。精肉、総菜の一括加工を行うプロセスセンターも所有。

2010年に配送業務を外部委託する。現在は3時間を配送圏としている。自社で配送していた時代は1時間半を配送圏としていた。

# 研究方法

ArcGIS10.8とQGIS 3.16.14を利用

道路データはQGISのプラグイン「QuickOSM」にて取得

- ① 1995年から2021年までの店舗展開を比較。
- ② 店舗の分布傾向(凝集・離散)の時代変化を比較。  
(ArcGISパターン分析ツールセット内にあるRipley の K 関数法を利用)
- ③ 配送センターからの配送時間を比較。(QNEAT3内の Iso-Area as Contoursを選択)

# 結果 ①店舗展開の比較

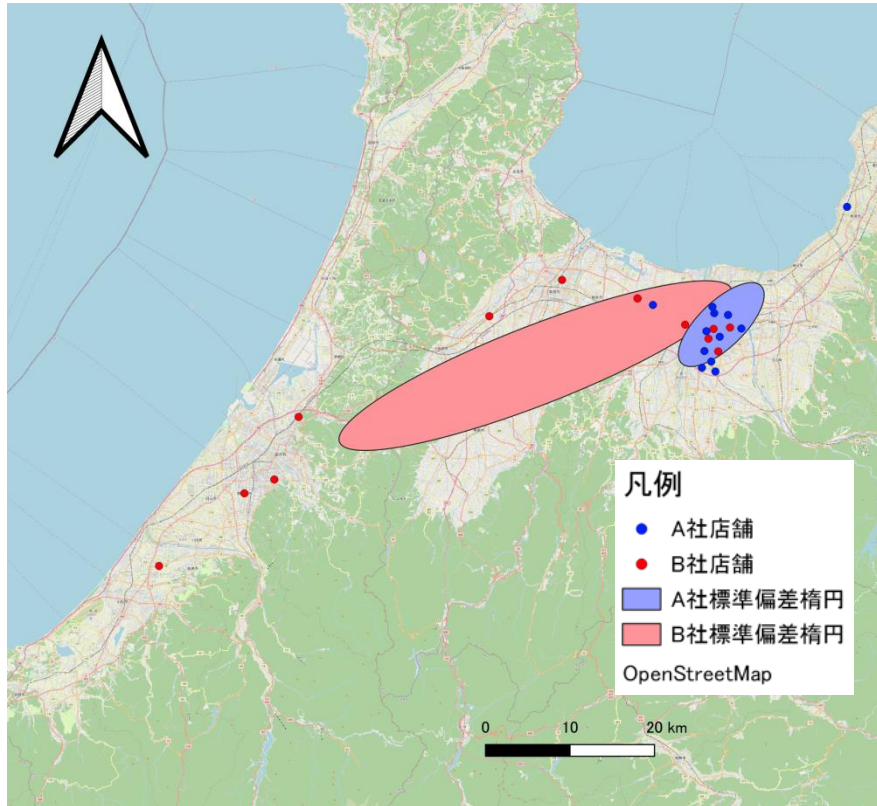


図1 2000年の2社の分布

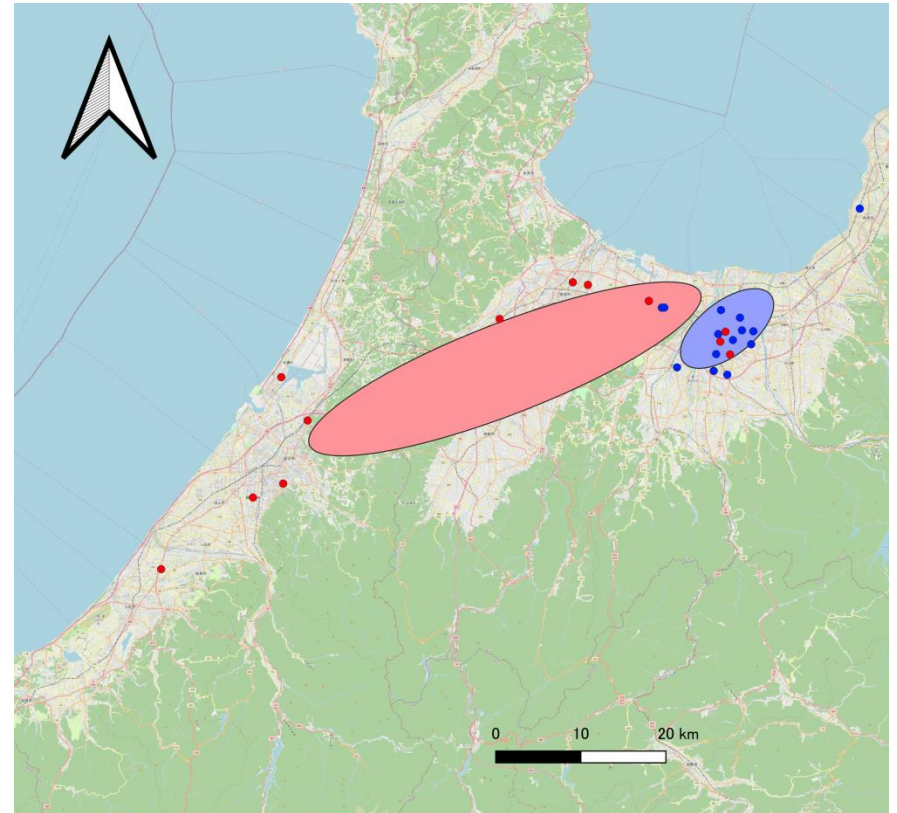


図2 2005年の2社の分布

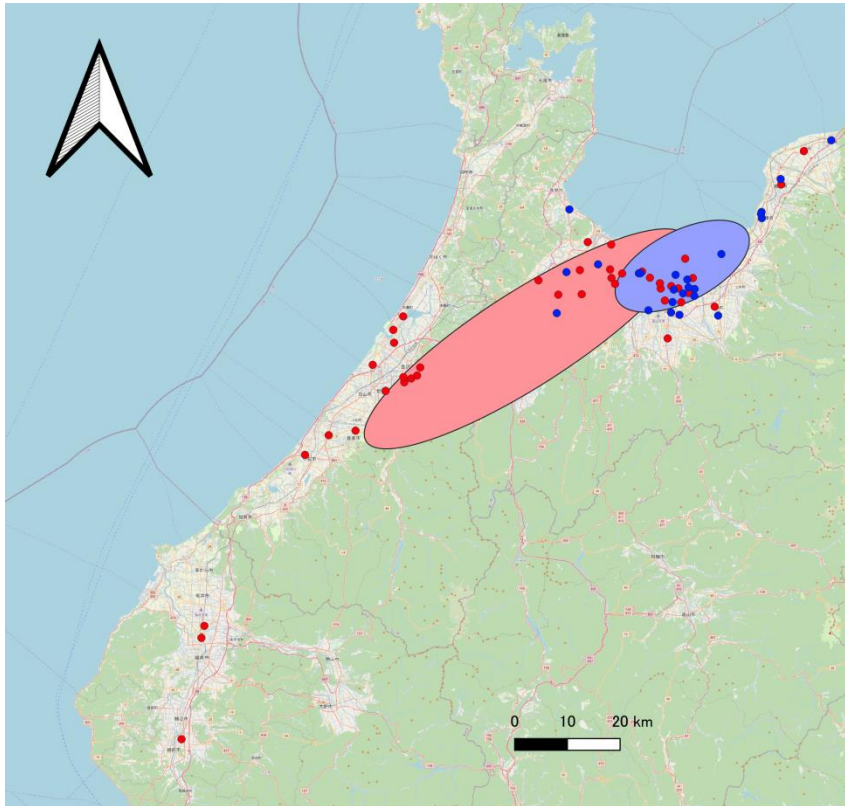


図3 2010年の2社の分布

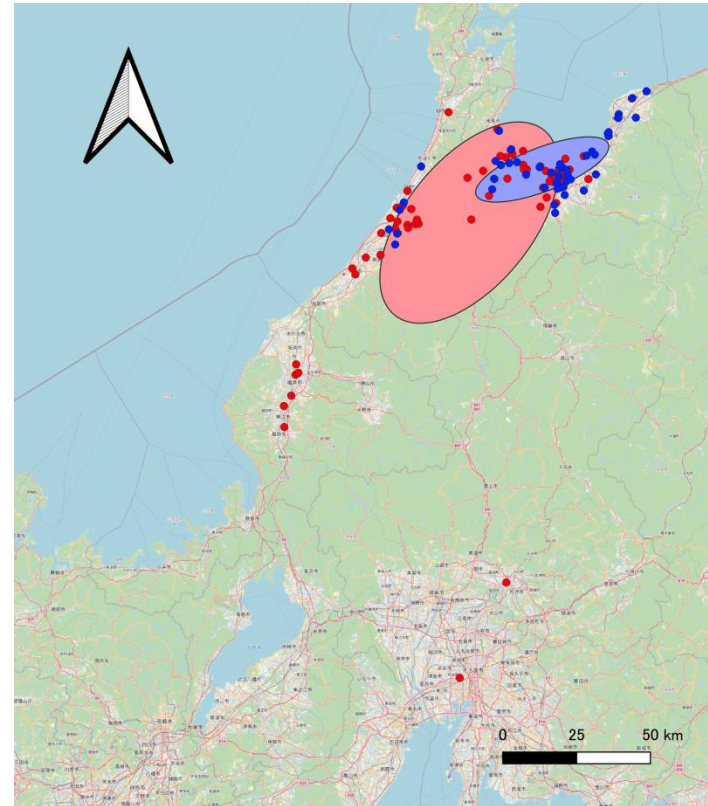


図4 2021年の2社の分布

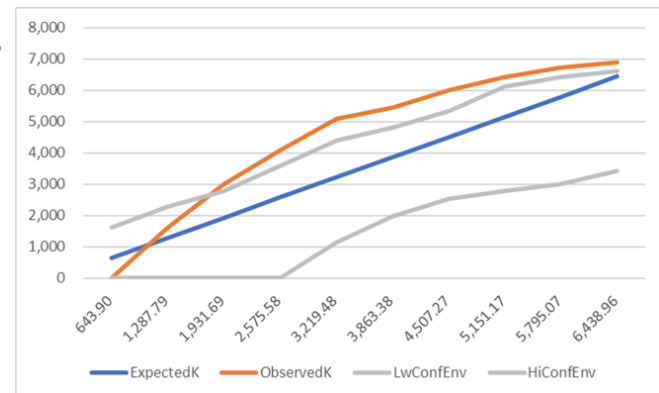
A社 富山市内での店舗増加ののち、富山県全域、石川県へと展開

B社 本部所在地の射水市を中心に富山・石川県内に分布。2010年には福井県、2021年には東海地方への進出が見られる。

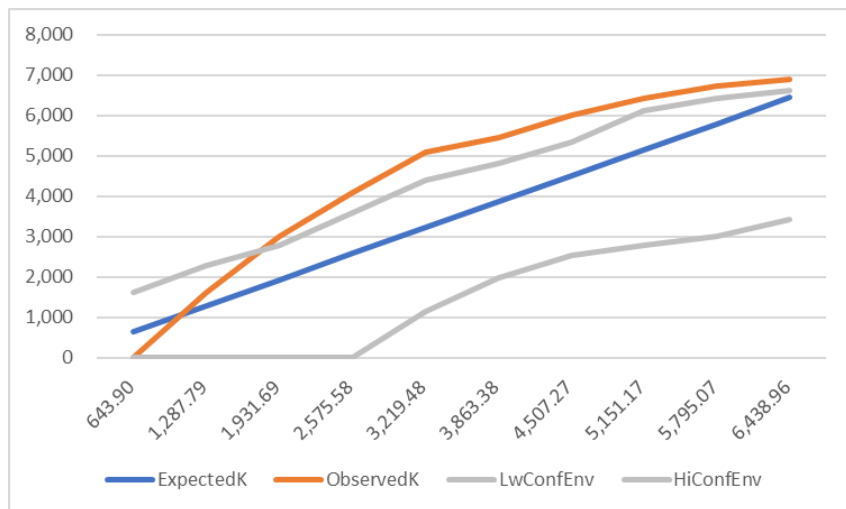
# K関数分析の説明

観測された点分布がランダムな分布と比較して凝集と離散どちらの傾向にあるのかを分析するもの。

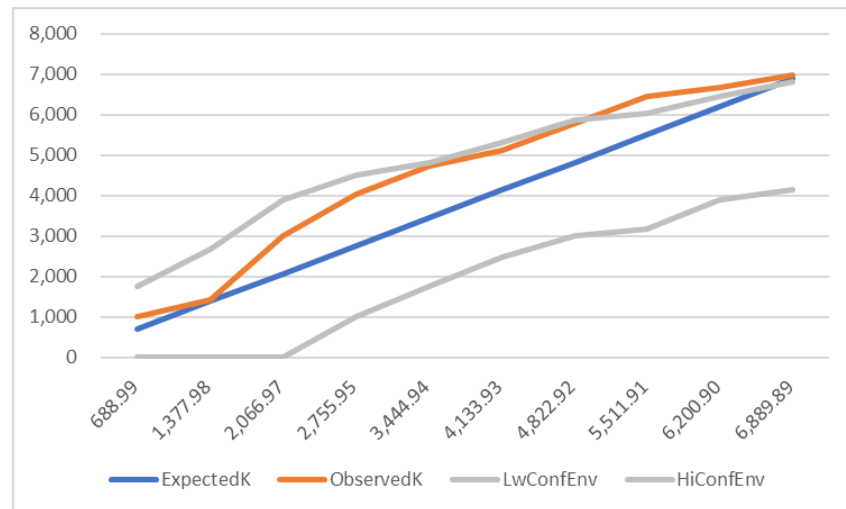
特定の距離(X軸)において観測された分布(オレンジ線)がランダムな分布(青線)より大きい場合、観測された分布は凝集傾向にあり、小さい場合、観測された分布は離散傾向にある。灰色線は信頼区間。



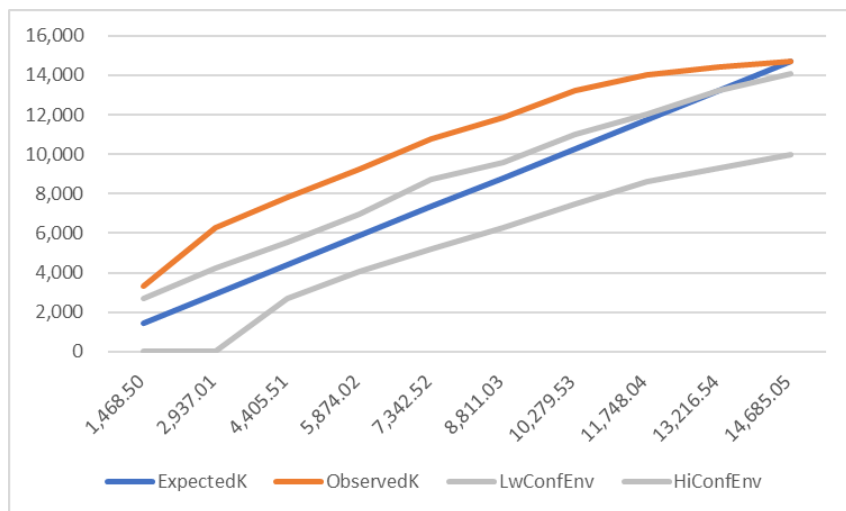
## ②A社店舗の分布傾向(凝集・離散)



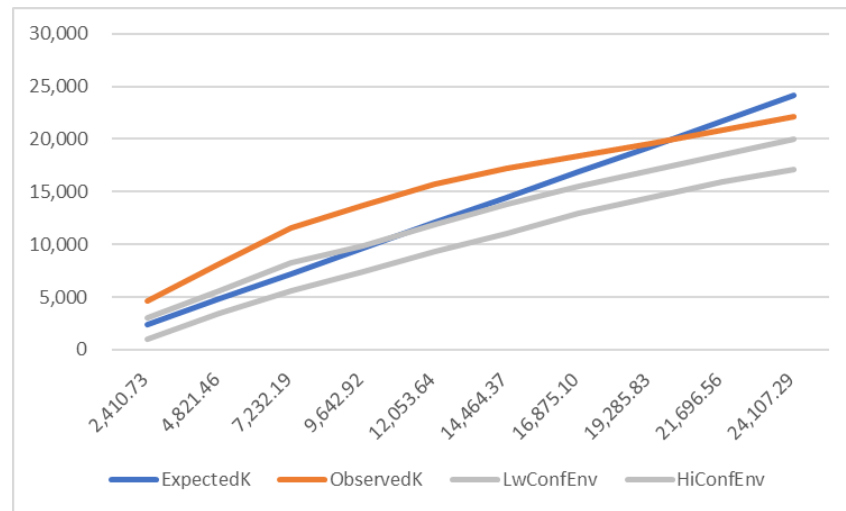
2000年



2005年



2010年

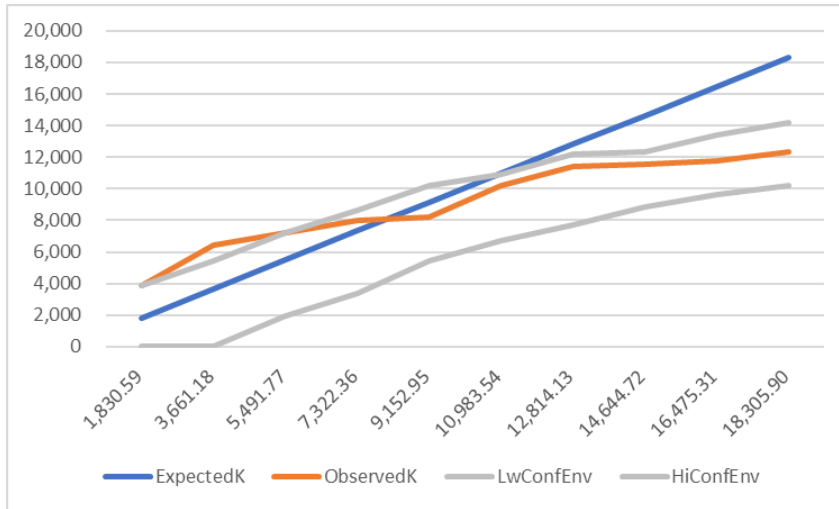


2021年

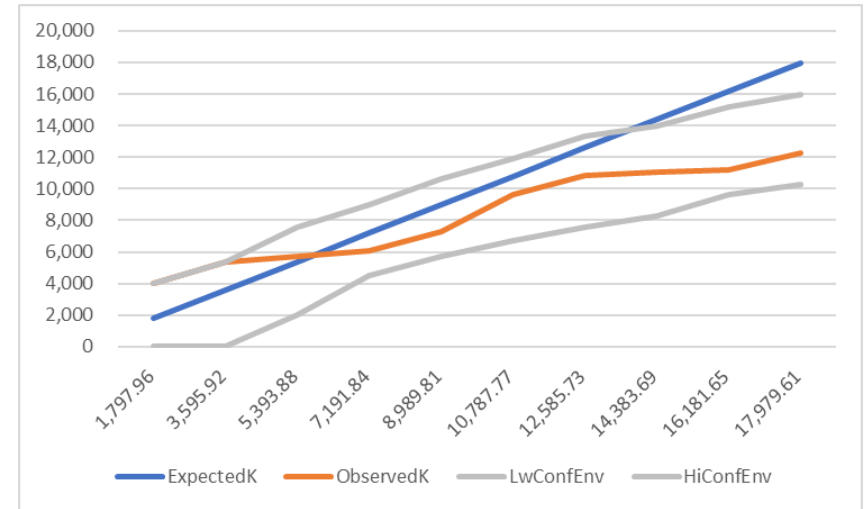
図5 A社分布パターンの変化



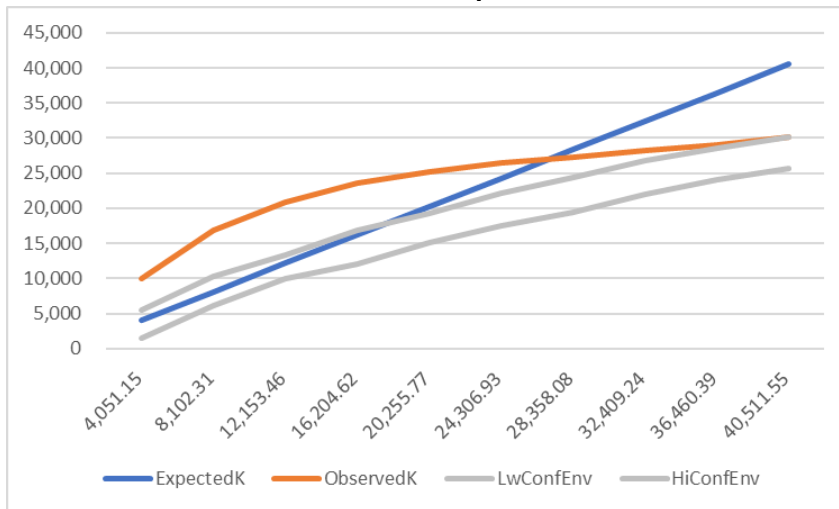
## ②B社店舗の分布傾向(凝集・離散)



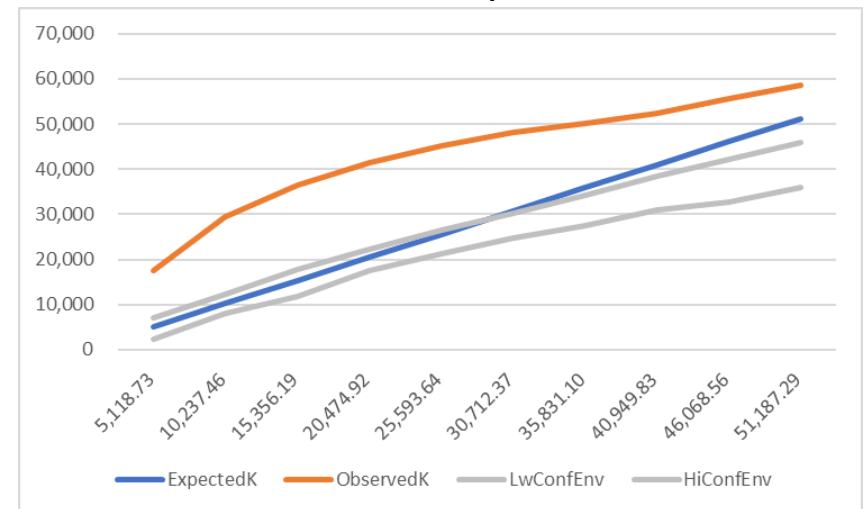
2000年



2005年



2010年



2021年

図6 B社分布パターンの変化

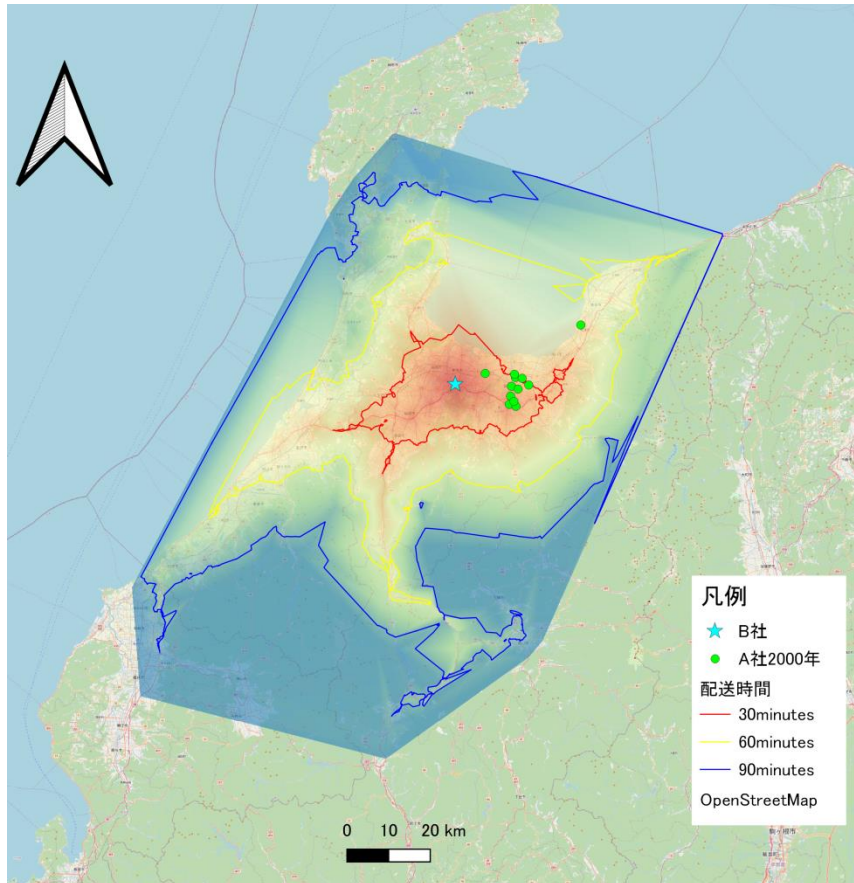
A社 2000年から2010年にかけて一貫して凝集傾向を示す。2021年は遠距離について離散傾向。

B社 はじめは離散傾向を示しているが、徐々に凝集傾向を示す。

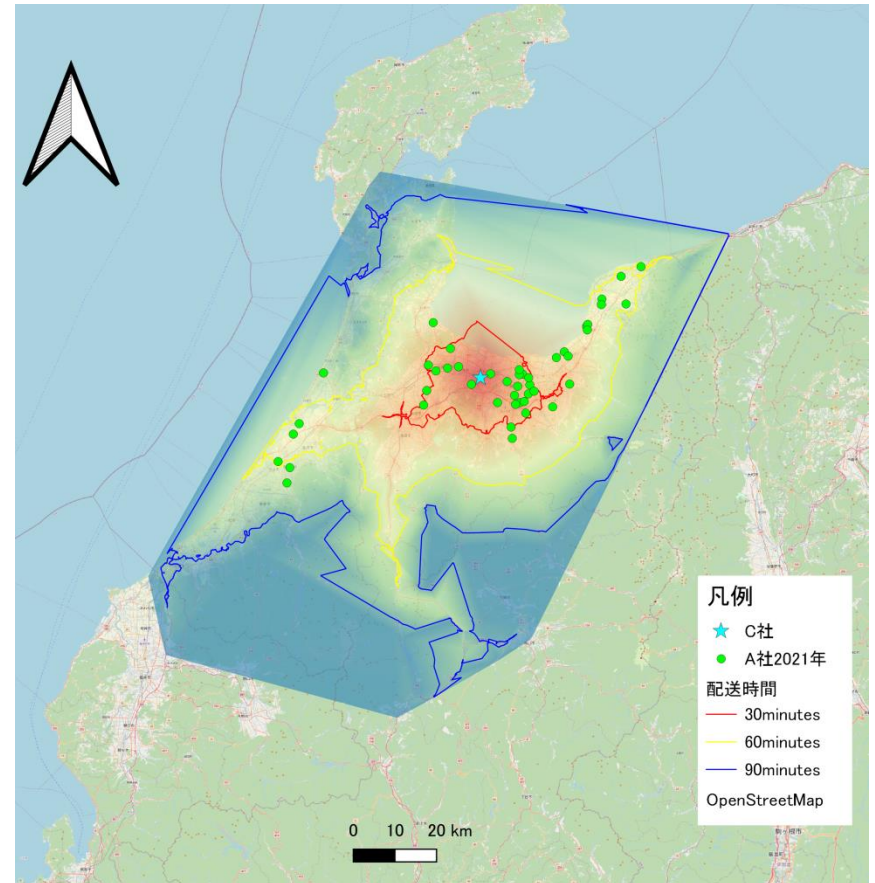
A社が限られた配送圏の中で徐々に店舗展開を拡大させている一方で、B社は出店エリアの開発に積極的。新しい地域に進出したのち、店舗数を増やす戦略。



# ③A社到達圏分析



2000年



2021年

図7 A社配送圏

# ③ B社到達圏分析

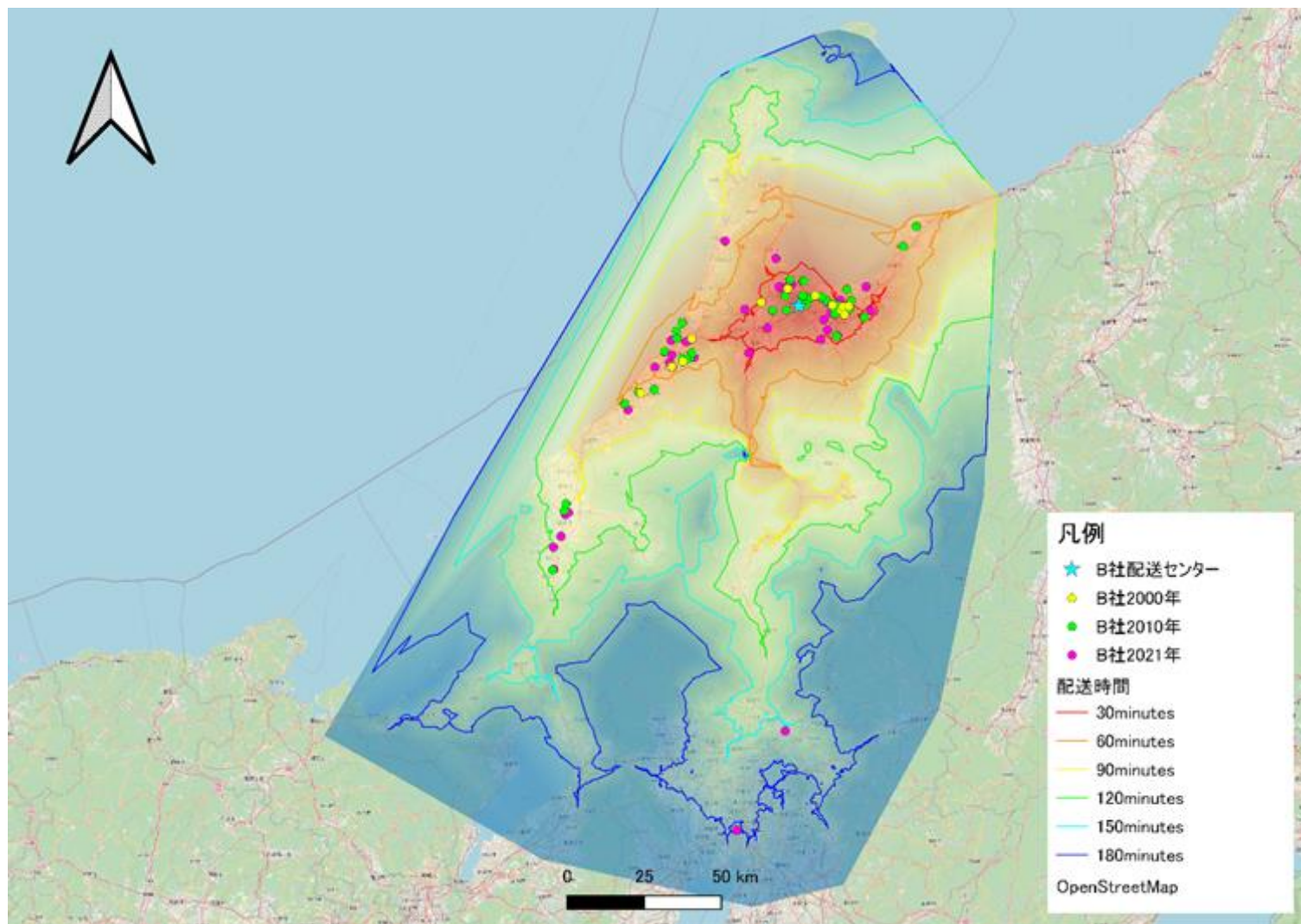


図8 B社配送圏

## 配送圏の変化

A社 1時間半圏内で店舗増

B社 2000年時点では1時間半圏内に分布。2010年時点では2時間圏内にも店舗が見られる。2021年は3時間に迫る。

管理温度帯別配送の導入は配送圏の拡大に効果的であると分かる。

B社の物流システムは本当に有能なのか？



# 同業他社(D社)との比較

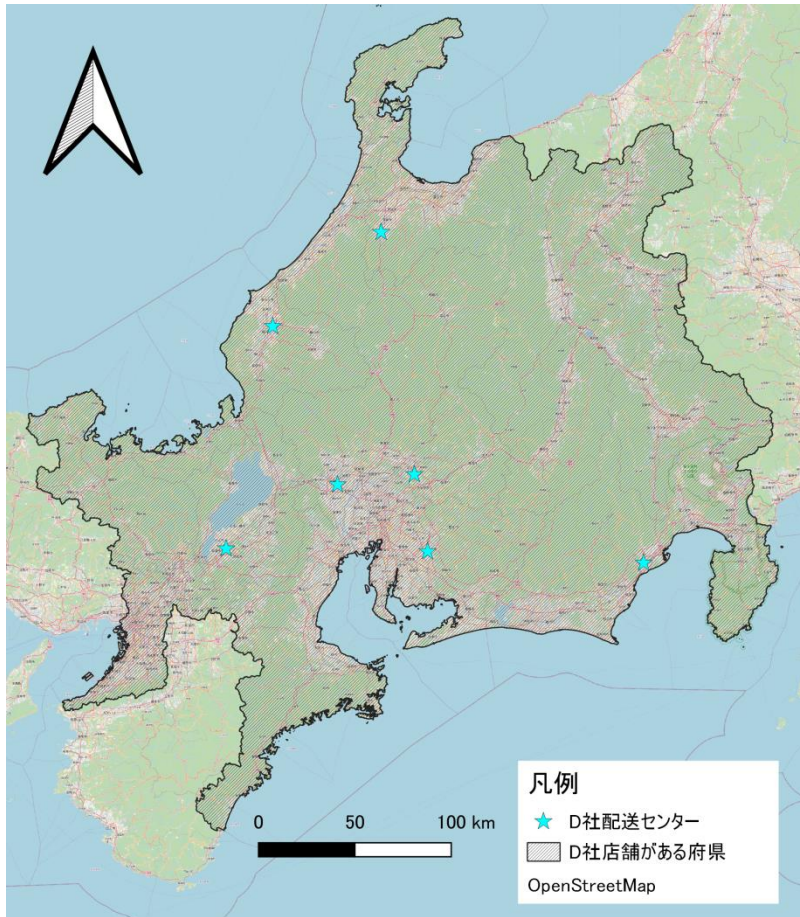


図9 D社の分布

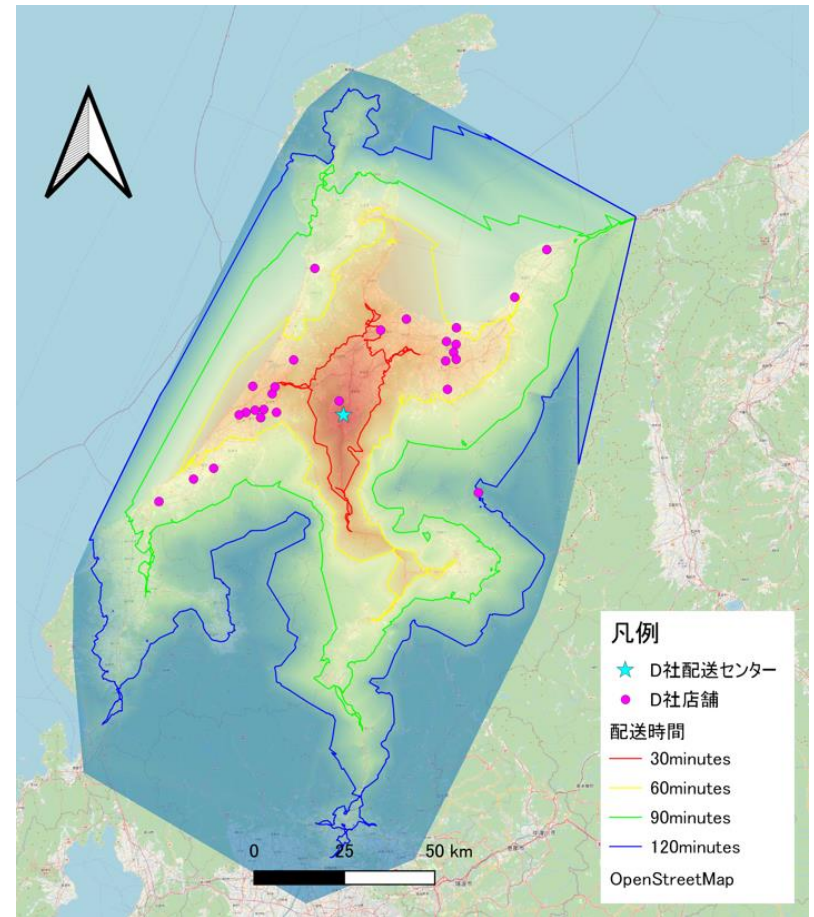


図10 D社配送圏

# 同業他社との比較

D社の配送時間は最大でも2時間であり、3時間近く時間がかかる名古屋周辺への出店は非効率的である。

D社はB社よりさらに広域展開をしているが、配送センターも複数持っている。B社も配送効率を考えると新しい配送センターを設置するのが現実的。

# 結果まとめ

## 1. 配送センターの所有形態による比較

配送センターを自社所有しているB社は出店エリアの自由度が高く、早い時期から他県に進出。特に、管理温度帯別の配送を導入してからは広域展開が可能になる。A社は限られた配送圏で徐々に店舗数増加。

## 2. 地場スーパーの特性

規模の経済を追究する場合、B社のように単独で確保するには適さない。A社のように複数企業が共同で配送センターを利用するという選択肢もある。

# 考察

## 1. 配送センターの所有形態による比較

配送センターからの配送時間が店舗展開を規定するという飯田の指摘と合致。最も遠い店舗群への配送時間が均等になるという箸本の指摘にも合致。

## 2. 地場スーパーの特性

自社配送センターの整備条件として、土屋は仕入れ圏が広いことと多頻度小口配送が必要であることを挙げたが、これに加えて2時間程度の配送圏内で十分な市場規模を確保する必要がある。

# おわりに

A社とB社を比較すると、一見B社の管理温度帯別の配送が効果的に機能しているように見えるが、食料品スーパーの配送圏としては2時間程度が適切であると分かった。

先行研究では自社で物流システムを整備することが当然のようであるが、北陸の地場スーパーでは配送センターが共同利用でも成長可能だということが明らかになった。



# 参考文献

飯田 太 1993. 大手スーパー自社配送センターの立地と配送構造—関東地方の事例—. 新地理 41: 12-27.

土屋 純 1998. 中京圏の大手チェーンストアにおける物流集約化とその空間的形態. 地理学評論 71A: 1-20.

箸本健二 1998. 量販チェーンにおける情報化と物流システムの変容：信州ジャスコを事例として. 経済地理学年報 44(3): 187-207.