

2024 年度 個人研究実績・成果報告書

2025 年 4 月 20 日

所属	商経学部	職名	教授	氏 名	野木村忠度
研究課題	流通におけるデジタル化の影響の実態				
研究キーワード	ICT E コマース ビジネス・エコシステム プラットフォーム オムニ・チャンネル	当年度計画に対する達成度		3.概ね順調に研究が進展し、一定の成果を達成したが、一部に遅れ等が発生した	
関連するSDGs項目	9. 産業と技術革新の基盤をつくろう	該当なし		該当なし	該当なし
1. 研究成果の概要 昨年度は「流通におけるデジタル化の影響の実態」を研究課題として取り組んできた。2000 年代以降、社会がデジタル化していく中で流通をめぐる環境も大きく変わってきた。特にコロナ禍の影響でデジタル化の影響は更に進んだといえる。2024 年においては、日本では、地方におけるデパートメント・ストアの閉店の加速、大手総合スーパーマーケットによる地方からの大量閉店、コンビニの SIP ストア化の計画など大きな変化がみられるようになってきている。一方、流通先進国においても、かつてオムニ・チャンネルの革新者として名を馳せたメーシーズが規模を 3 分の 1 に減らす一方で、Amazon によるホールフーズ買収以来のネットとリアル店舗の融合化の推進などが発表されるなど、激動の最中にある。また、日本では本格的に展開されて稲賀 SNS をプラットフォームとした新たな EC など米国を中心に出現している。 これらのデジタル社会における流通の変化について考察を進めてきた。 2. 著書・論文・学会発表等 （できるだけご記入ください。査読の有無及び海外研究機関等の研究者との国際共著論文がある場合は必ず記載） 【論文（査読あり）】 【著書・論文（査読なし）】 2024 年 5 月出版・首藤 禎史編著『クリティカル・マーケティング』創成社 Section 4：マーケティングコミュニケーションと価値（製品）の送達 「4－2. マーケティング・チャンネルと 4 Ps の Place に関する議論について一流通システムの観点から－」 「5. オムニ・チャンネルと垂直的マーケティング・システムの関係」 「7. 小売りチェーンと垂直的マーケティング・システムとの関係について」 【学会発表等】 3. 主な経費 ・調査費（文献調査及び小売業の調査費）					

・文献費

4. その他の特筆すべき事項（表彰、研究資金の受入状況等）

日本経営診断学会・研究奨励書受賞（首藤 禎史編著『クリティカル・マーケティング』創成社、の共著者の一人として）

（本文は2ページ以内にまとめること）