

## はしがき

日本の小売業売上高は、バブル期の1991年に約146兆円を記録して以降、現在に至るまでわずかな増加にとどまっている。この間、長期にわたって消費者物価が安定していた反面、所得水準は伸び悩み、さらに「消費のサービス化」の進展により、限られた小売業向け需要をめぐって小売業態間競争が厳しさを増している。電子商取引の進展、また大型店の進出により小規模小売店が著しく減少し、さらに百貨店や総合スーパーの衰退、コンビニエンスストア、ドラッグストア、専門店チェーンの発展など、小売業態構造の変化が進んでいる。

これらの様々な小売業態は必ずしも単独で存在するのではなく、商業集積のもつ「集積効果」のもとで存在することが多い。中心市街地商業などの地域商業、およびショッピングセンターは、自然発生的に形成されたのか、計画的に形成されたのかという相違があるにせよ、単独で立地するよりも大きな売上高が期待できる「集積効果」があるからこそ、形成されてきた。

本書の目的の1つは、様々な小売業態が集積し、「集積効果」を発揮してきた中心市街地商業とショッピングセンターの動向について、その「集積効果」に着目して明らかにすることである。

本書のもう1つの目的は、2020年の初頭から3年以上におよんだコロナ禍において顕在化し、小売業態構造や消費者の買物行動に与えた影響について明らかにすることである。コロナ禍における小売・外食業態の動向について、それぞれの業態の商品部門別の売上動向、また売上高を客数と客単価に分解する形で分析する。さらに、コロナ禍における一過性の動向ではなく、小売業態構造や消費者の買物行動に影響を与えつつあるドラッグストアの成長、および冷凍食品市場の成長に着目して分析する。

本書は、中心市街地や商店街の疲弊が進む中での再生の可能性、コロナ禍を契機とした小売業態構造の変化、消費者行動の変化が進む中での今後の小売業のあり方を示唆する内容であると自負しており、小売業関係の研究者はもとより、小売業の実務に携わる方々にも手に取っていただければと願っている。

本書の執筆にあたり、多くの先学の研究成果を参考にさせていただいた。しかし、筆者の見識不足ゆえ、誤解している点や理解が不十分な点もあるかもしれないが、その点についてはお叱りやご教授をいただければと願っている。

最後に、本書は「令和6年度大阪商業大学出版助成費」を受けて刊行されたものである。筆者に研究と教育の場を与えていただいている大阪商業大学学長の谷岡一郎先生、副学長の西嶋淳先生および孫飛舟先生、本書の執筆にあたり貴重な示唆をいただいた加藤司先生をはじめとした同僚の皆様、また長年にわたり未熟な筆者に励ましの言葉をいただいている谷岡学園理事の片山隆男先生、出版事情の厳しき折、出版の労を取っていただいた晃洋書房に心から感謝申し上げます。

2024年7月

南方建明