

研究計画書

ゼミ名	青木ゼミⅡ	チーム名	ラウル・ハポネーゼ
タイトル	ヤマダ電機「店舗縮小戦略」の舞台裏		
テーマ群	d) 国際経済 e) 産業・企業		
メンバー	中川怜士 吉久励太 井元富美 渡慶次正義 清水一輝 橋川秀二 中尾純揮 山野綾歌 村橋彰太 池田秀郎 松本峻弥		
研究計画内容	<p><調査・研究の目的・動機></p> <p>今年の 5～6 月、家電量販店最大手のヤマダ電機が約 60 店舗を閉鎖しました。2014 年 4 月の消費増税による消費低迷、少子高齢化や人口減少の影響などとも言われますが、原因はそれだけではないようです。実際、変化は 2011 年から既に起こっていました。ベスト電器のなど他社の子会社化を含めた店舗拡大により 1000 店舗にまで成長したものの、それとは逆に売り上げが減少し始めたのです。一体何が起こっているのでしょうか？</p> <p>近年、国内家電量販店最大手の地位を独占してきたそのビジネスモデルに異変が起こっているようです。その舞台裏と今後の方向性を探ります。</p> <p><調査・研究内容></p> <p>1. 日本の流通業</p> <p>初めに、日本の流通業の展開について、百貨店、総合スーパー、家電量販店、コンビニ、専門店などの区分により調査・整理を行い、日本の流通業界における家電量販店の位置付けを行います。</p> <p>2. ヤマダ電機の成長</p> <p>ヤマダ電機は、本社が群馬県高崎市にある企業で、1983 年の設立以来躍進を続け、郊外型店舗「テックランド」や都市型店舗「LABI」を中心として全国に店舗を展開し、2002 年以降国内最大手の地位を占め続けています。それを可能にした成長モデル「ナショナル・チェーン」とはどのような仕組みなのでしょう？ その成長の秘訣を探ります。</p> <p>3. ヤマダ電機の苦悩</p> <p>しかし、出店拡大路線による売り上げ増加は、2011 年より転機を迎えており、2015 年 3 月期決算での売上は前期比 12%減を記録しました。そうした中での店舗閉鎖でした。ではヤマダ電機はどのような見通しの下で事業モデル改革を行おうとしているのでしょうか？その背後にある日本の流通業の構造変化を調査・分析します。</p>		