

# TUMSAT-OACIS Repository - Tokyo

University of Marine Science and Technology

(東京海洋大学)

即席麺プライベートブランドをめぐる主体間関係に関する研究

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-06-23 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 金岡, 節男 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://oacis.repo.nii.ac.jp/records/1435">https://oacis.repo.nii.ac.jp/records/1435</a>

## 【課程博士】 (博士論文審査及び最終試験の結果要旨)

学生氏名：金岡節男

博士論文題目：即席麺プライベートブランドをめぐる主体間関係に関する研究

### 博士論文審査：

申請者から提出された論文について、公開発表会が2月13日に行われ、当該論文の概要の発表が申請者より行われた。本研究は量販店（GMS）及びコンビニエンスストア（CVS）が販売する即席麺 プライベートブランド(PB)を調査対象に取り上げ、GMSにおいては店舗における stock keeping unit (SKU) 数、CVS においては陳列棚の尺数及び SKU 数に着目し、PB メーカーと小売との結びつきを定量的に把握するとともに、メーカー及び小売担当者へのインタビューにより、PB を通じた販売戦略、さらには企業間関係の構築に関する考え方を明らかにした内容である。具体的には、業界最大手の日清食品とイオンとの強固な結びつきを明らかにし、セブン&アイでは複数のメーカーから即席麺 PB の供給を受けていることを明らかにした。また、CVS では業界最大手のセブン・イレブンが即席麺メーカー5社から PB の供給を受け、強い商品力を背景に効率的な売り場の運営を実現しているのに対し、他の CVS チェーンではナショナルブランド (NB) 中心の陳列となっていることを明らかにした。さらに、関係者へのインタビューから、メーカーと小売の結びつきには株主でもある商社資本の存在が大きく影響していることも明らかにした。

これらの成果は、メーカーと小売の関係性の分析のための新たな調査手法を提示するとともに、それぞれのメーカー、小売が異なった戦略に基づき PB への取組を展開していることを明らかにした点で優れており、経済的メリットの分析という課題はあるものの、今後のフードシステム論の発展に大きく貢献するものである。また、今後の我が国における即席麺 PB のみならず NB を加えた全体の販売動向予測にも活用することが期待されるものである。

以上の内容から、申請者から提出された博士論文は、国内外の研究の水準に照らし、フードシステム研究分野における学術的意義、新規性、独創性及び応用的価値を有しており、博士の学位に値することを審査委員一同確認した。

### 最終試験の結果要旨：

最終試験は2月13日に行われた。審査委員一同出席の下、学生に対して、博士論文の内容について最終確認のための質疑応答を行い、その内容は十分であった。一方、専門知識については、公開発表会当日の質疑応答時や予備審査時において、即席麺メーカーに長く勤務した経験を基に食品メーカーと小売の関係性に関する幅広い知識に基づくディスカッションが行われ、十分であると審査委員一同確認した。

学術論文は2編が第一著者として公表済み (1. 金岡節男、湯川剛一郎、濱田(佐藤)奈保子：日本フードシステム研究 62, 287-297, 2015 2. 金岡節男、湯川剛一郎、濱田(佐藤)奈保子：流通 39, 1-12, 2016) であることを確認した。

学術論文の要旨は正確で簡潔な英語で書かれており、英語の学力については問題ないと判断した。

また、講演発表は国内学会において2回行っていることを確認した。

合同セミナーについて、規定の学習時間および出席回数を満たしていることを確認した。

大学院海洋科学技術研究科が指定した研究者倫理教育を修了していることを確認した。

以上から、申請者について博士論文審査、最終試験とも合格と判定した。