

Title	家電量販店モデルの国際展開の可能性
Author(s)	アスラム, バイラ; 鈴木, 浩
Citation	年次学術大会講演要旨集, 28: 510-513
Issue Date	2013-11-02
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/11768
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般講演要旨

家電量販店モデルの国際展開の可能性

○パイラ アスラム、鈴木 浩（日本経済大学大学院）

1.はじめに

発展途上国では、家電品が買いたくても買えない現状にある。またあっても種類が豊富ではない。世界の様々な所で新製品が発売されても、発展途上国にやってくるのに年月がかかる問題点がある。こう言った現状のなかで日本型家電量販店のビジネスモデルが機能すると考える。今回の発表ではその典型的な例としてネパールを取りあげる。日本でもアジアから買い物に来る観光客は間二つに分けられている。例として中国からの観光客は家電品を求める一方では、タイからの観光客は健康志向商品を求めている。この要因から言えることは家電品に関する意欲が満たしているかどうかである。ネパールも家電品、特に日本の家電品を欲しがっている国である。

2.ネパールの概要



図1 世界地図におけるネパールの位置

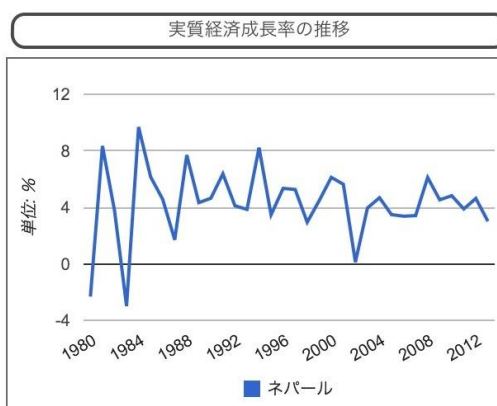


図2 ネパールの実質経済成長率の推移

ネパールは巨大国中国とインドに挟まれた小さな国である。東西と南、三方はインドが属し、北には中国が属する。この巨大国との経済関係は次のようである。インドとネパールとの経済は非常に緊密である。ネパールルピーとインドのルピーの関係は1 インドルピー=1.6 ネパールルピーに固定されている為、インドの経済にネパール経済は左右される。アメリカの金融緩和縮小に伴い、インドに流れた資金がアメリカに逆流した結果、インドの経済に悪影響を及ぼし、そのあとネパールにもインフレが急速化した。ネパールで経済活動することにあたって、こういったことの分析も重要である。インドへの輸出入は、ほぼ50%ずつである一方、中国からはほぼ輸入のみである。ネパールは12年の長い内戦、そしてその内戦終了後から現在までの平和プロセスと政権を握る為に、錯綜していた結果、政策がなくてすべての産業に直接的に影響を及ぼしている。また制憲議会では政党間対立により憲法制定作業が停滞

し、憲法改正プロセスが困難になり外国からの投資も減少している。ドル高になって、石油価格が高騰した結果、8.3%（2011/2012 年度末、中央銀行）のインフレに直面している。また一人当たり GDP は約 640 ドルと低いながらも、ネパールは上記の図 2 のように経済成長をし続けている。これに伴い、情報家電、白物家電に対する需要が高まってきている。

3.日本の家電量販店モデル



図 3 左は系列店そして右は量販店

日本での 1980 年前の家電販売店は殆ど同じメーカーの商品だけ扱う系列式であった。例えば東芝の店では東芝の製品だけ扱う、ナショナルの店ではナショナルの製品を扱うということである。この系列式をなくし量販店に移転させる起爆剤は、その時市場に出始まった家電品の種類の多さであった。例えば三菱電機が 37 型テレビ、家庭用のビデオデッキ、白物家電と言われる炊飯器や洗濯機にマイコンと言う自動制御が出来る非常に便利なものがその時登場した。そしてこれらの商品を独自に仕入れ価格重視、そしてサービス重視をし、様々な家電量販店は 30 年以上にも及ぶ成長を続けてきた。金額で言うと 10 兆円もある巨大市場にもなっている。その時コジマ電機はいち早く安売りをはじめ 1998 年についに業界トップに立った。しかし 2000 年 6 月店舗の大きさを規制していた大規模小売店舗法が撤廃されるとヤマダ電機はどこよりも先に大型化するとともに都市部への出店も加速し 2002 年に業界トップになった。今でもヤマダ電機は価格を武器に売り上げが 3 兆円を目指してライバルを大きく引き離している。価格を武器している量販店の一方、サービスを武器にし、成長した例の一つ挙げると、それはエディオンである。エディオンが運営するデオデオは西日本に圧倒的に強い家電量販店である。エディオンは価格よりもサービスで勝負しようとしている。お客の自宅に訪問し設置そして修理をしている。

これらの数ある家電量販店の特徴をいくつかのモデルに置き換えることとした。その評価項目は、価格重視、配達重視、据え付けサービス重視、アフターサービス重視の 4 項目とし、0～9 点法により表 1 のようなモデルを作成した。

家電量販店のモデル化				
家電量販店名	価格重視	配達重視	設置サービス	アフターサービス重視
YD	9	9	3	4
BC	7	9	7	6
YC	8	9	8	7
KD	4	9	8	8
EO	3	9	9	9
LX	2	9	4	3
JD	4	9	5	4
町型家電店	2	9	7	8

表1 家電量販店のモデル

4. ネパールでのニーズ調査

想定だけではミスマッチが生じるためにネパールの首都であるカトマンズでの100人にも及ぶアンケート調査を行った。収入などの特色が違う3ヶ所に分けてアンケート調査を実施した。三つの地域の特徴としては、New Road は家電販売店、そして金融機関が多く存在する中心的な場所である。Basantapur は昔から住んでいる住宅不動産主が多く存在する地域である。最後の Suryabinayak は農業で生計を立てている比較的に購買力が弱い地域である。アンケート表は次のようである。

1. Sex: M / F 2. Age: 16~25 25~30 30~40 40~50 50~60 3. Occupation: a. Farmer b. Teacher c. Government worker c. Student d. Private Worker e. None 4. Income: 5. Family members: 1 2 3 4 5 6 7 8 others 6. How many houses do you have? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4~ 7. Would you please tell me the numbers of room? 8. What type of electronics goods do you have? a. CRT TV b. LCD TV (.....). b. Refrigerator (.....). c. Air Condition (.....). d. Digital camera (.....) e. DSLR (.....). f. Washing Machine (.....). g. Microwave Oven (.....). h. PC (.....)(laptop.....). i. Tablet (.....). j. Beauty goods (.....). k. Others (.....). 9. In the case of break-down of electronic goods what do you do? a. Call for the repairer b. Bring it the shop c) Through away d. Others 10. Are you planning for buying o goods in coming year? If yes what's that? a.(.....)	11. Are you interested in Energy saving products, and which following categories belong to you? a. Initial cost is important b. Durable c. energy saver 12. Comparing to the conventional Air Condition of Rs100000, how much do you want to pay for energy saving A.C.? a. Don't want to pay b. 110000 c. 130000 d. 150000 e. 200000 13. Are you satisfied in present availability market of buying electronic goods? a. Yesb. No (go to question no.14) 14. Do you have any recommend or hope of buying latest electronic goods in simple way? 15. Let's tell me your opinion that the market exists departmental store of electronic goods, Where you can buy latest and various brands under the one roof. a. Neutral b. Good c. Very good d. Extremely good 16. What type of services do you want? a. Cheap b. slightly expensive but have usual guide c. Home delivery d. online shopping e. Second hand shop 17. When you buying electronics goods, what do you emphasize first, second, third and fourth? Please rank 1 to 4 below. <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Price</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Home delivery</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Installation</td> <td></td> </tr> <tr> <td>After Service</td> <td></td> </tr> </table>	Price		Home delivery		Installation		After Service	
Price									
Home delivery									
Installation									
After Service									

表2 アンケートリスト

5. ネパール向け量販店モデルの選択 (QFD 分析)

ネパールにおける家電品へのニーズ調査と、量販店のいくつかのモデルが確立したので、これらのマ

ツチングを図ることとした。そのために、QFD 手法を用いる。

QFD は Quality Function Deployment のことであり、日本語では「品質機能展開」を呼ばれる。1970 年代後半に、赤尾洋二らが提唱し、現在では世界中で活用されている新表新開発のための手法である。本来、ユーザーの要求を新製品開発、品質管理の活動の中に取り込み、他者に比べて、より競争力のある製品を実現することを目的として使われる。1992 年に発表された QS9000 (米国自動車品質規格) にも QFD が取り入れられている。日本では、2003 年に、JISQ9025: (マネジメントシステムのパフォーマンス改善—品質機能展開の指針) として JIS 規格化されている。

今回は、これを応用し、ユーザーニーズに対して、どの量販店モデルが適切かを分析するために利用した。行側には、アンケート調査を行った三つの地域ごとに、年収（千ルピー）を市場と考え、その地域でのニーズを取り上げる。一方、列側には、量販店モデルを取り上げ、その注力している質を 10 点法で並べる。これらの行と列の掛け算を優先順位で割り、各量販店モデルの評価値を求めこれにより、地域ごとの量販店の最適モデルを求める。

任意のところにおくのであれば、Basantapur での YC か E0 モデルが候補となる。New Road におくのであれば、YC か BC モデルが最適となる。

表 3 Q F D 結果

				YD		BC		YC		KD		EO		LX		JD		町型家電店
地域	収入	優先順位																
New Road	42 価格	1.45	9	261	7	203	8	232	4	116	3	86.9	2	57.9	4	116	2	57.9
	42 配達	3.54	9	107	9	107	9	107	9	107	9	107	9	107	9	107	9	107
	42 設置サービス	3.38	3	37.3	7	87	8	99.4	8	99.4	9	112	4	49.7	5	62.1	7	87
	42 アフタサービス	1.63	4	103	6	155	7	180	8	206	9	232	3	77.3	4	103	8	206
	合計			508		551		618		528		537		292		388		458
Basantapur	55 価格	1.76	9	281	7	219	8	250	4	125	3	93.8	2	62.5	4	125	2	62.5
	55 配達	3.71	9	133	9	133	9	133	9	133	9	133	9	126	9	133	9	133
	55 設置サービス	3.1	3	53.2	7	124	8	142	8	142	9	160	4	71	5	88.7	7	124
	55 アフタサービス	1.4	4	157	6	236	7	275	8	314	9	354	3	118	4	157	8	314
				625		712		800		715		740		378		504		634
Suryabinayak	40 価格	1.55	9	232	7	181	8	206	4	103	3	77.4	2	51.6	4	103	2	51.6
	40 配達	3.67	9	98.1	9	98.1	9	98.1	9	98.1	9	98.1	9	98.1	9	98.1	9	98.1
	40 設置サービス	3.33	3	36	7	84.1	8	96.1	8	96.1	9	108	4	48	5	60.1	7	84.1
	40 アフタサービス	1.44	4	111	6	167	7	194	8	222	9	250	3	83.3	4	111	8	222
				477		529		595		520		534		281		372		456

6. おわりに

国が経済成長すると、そして経済的に余裕が出ると家電品の消費が増えることとなる。同じくネパールでも家電品の消費が増えることが予測され。ネパールの消費者のニーズにふさわしいモデルとして New Road におくのであれば、YC か BC モデルが最適となる。そして Basantapur と Suryabinayak におくのであれば YC か E0 モデルが最適となる。

今後は、より詳細な量販店モデルの構築と、市場調査を進めてゆく予定である。

参考データ

<http://ja.wikipedia.org/wiki>
<http://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=28>
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/nepal/>
 kantipur news paper of nepal