

# 店舗及び企業データを利用した ビジネスロケーション分析から 何を学べるか？

米国勢調査局

ロン・ジャーミン

一橋大学CAED2009

シンポジウムセッション

「無形資産の役割と企業パフォーマンスの向上」

無形資産の難点は...

.....無形であること!!

# 無形資産を定量化する

- この面で、CAEDのデータ、ツール、手法をどのように役立てられるか？
  - 無形資産投資の直接測定
    - 研究開発、特許、広告...
  - 間接推測法
    - 生産性/市場価値

# 一般的に入手可能なデータ資産： 無形資産としてのロケーション

- ロケーションに関するビジネス決定は、企業パフォーマンスを左右する。
  - 競争要素 (例：小売業)
  - イノベーション/生産要素 (例：産業クラスター)
- ロケーションは、企業パフォーマンス・モデルの一般的な要素でない。
  - 一次的な重要性を持たない
    - 地域格差を吸収するためだけに利用
  - データが入手不可
- ロケーション・ネットワークは、他の無形資産(例：ウォルマートの組織資本/ビジネスモデル)を最大限に生かす手段となる。

## 企業パフォーマンスの理解を深めるために、「ロケーション」をどのように活用できるか？

- 地域全体の企業パフォーマンスを分析
  - 産業クラスター、地域特性
- 地域内の企業パフォーマンスを分析
  - 本スピーチの焦点

# 実証例:大規模小売店舗の参入による 影響

- 大規模小売店舗の参入は、ローカルの小売市場にある零細小売店や小型チェーン店に影響を与えるか?
  - ハルチワンガー、ジャーミン、クリザン著 (近刊 *Journal of Urban Economics*、全米経済研究所(NBER)ワーキングペーパー 15348)

# ロケーション情報と小売企業パフォーマンス

- 小売業のスローガン「一に立地、二にも三にも立地 (Location, Location, Location)」
- 小売企業のビジネス戦略において、ロケーションパターンは決定的且つ主要な要素
- 小売企業のパフォーマンスモデルに、これをどのように取り込むべきか？
  - ロケーションのどの側面を取り込む必要があるか？
  - これら側面を最節約で取り込む方法は？

# ロケーションの取り込み

- 消費者との近接性
  - 店舗数
  - 店舗タイプ
- 他の小売店舗との近接性
  - 代替性
  - 補完性
- インフラとの近接性
  - 高速道路
  - 公共交通機関



# ローカル市場での小売店舗間の距離測定

- データ要件

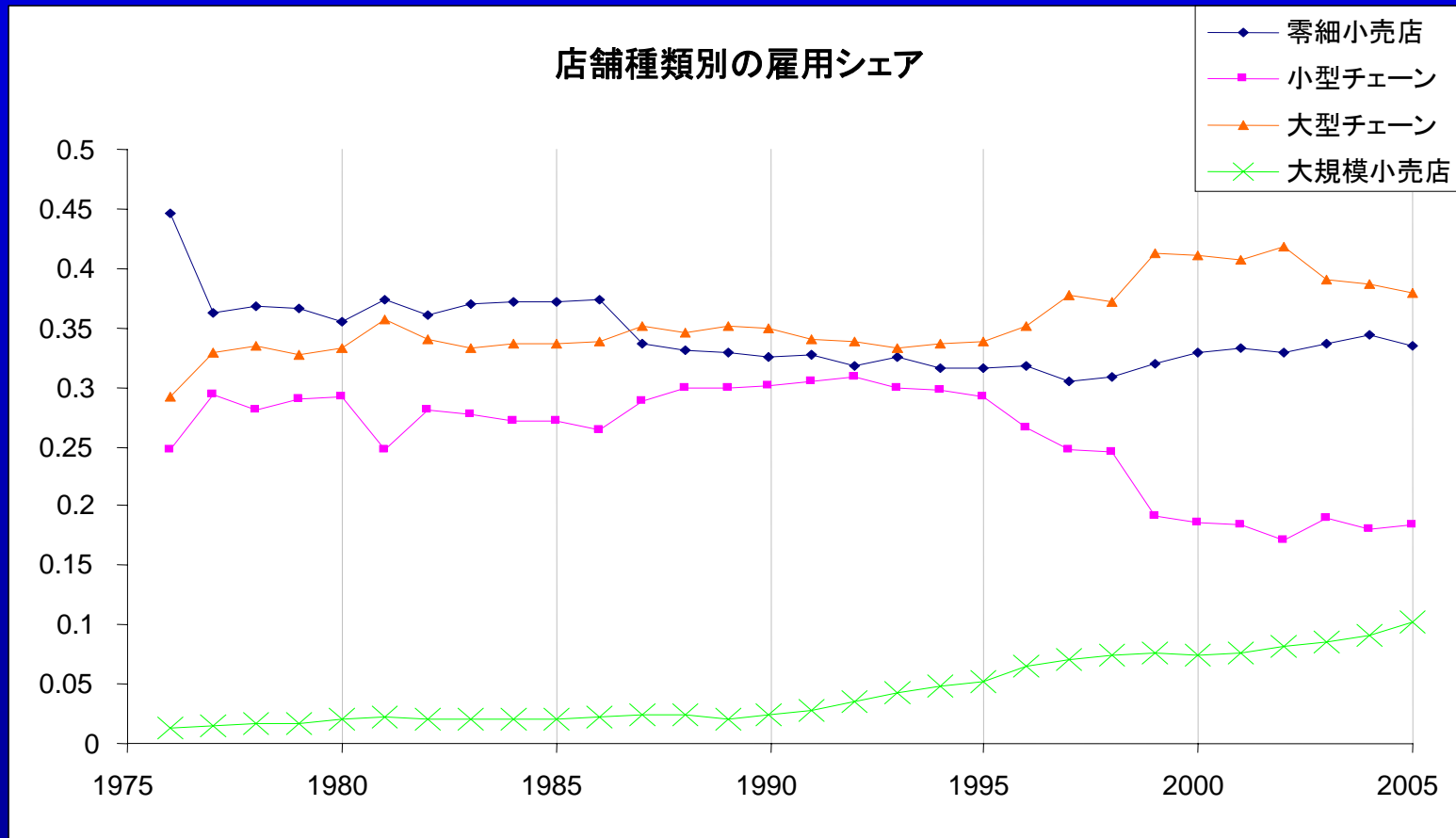
- 建物 (店舗) レベルのデータ

- ロケーション情報 (詳細位置又は緯度経度情報が望ましい)
    - 小売のサブセクター (金属製品、衣料品...)
    - 企業の所有形体と特徴
      - 零細小売店(単独ロケーション)
      - 大型チェーン店 (15州以上) / 小型チェーン店(15州未満)
      - 大規模小売店

# 背景

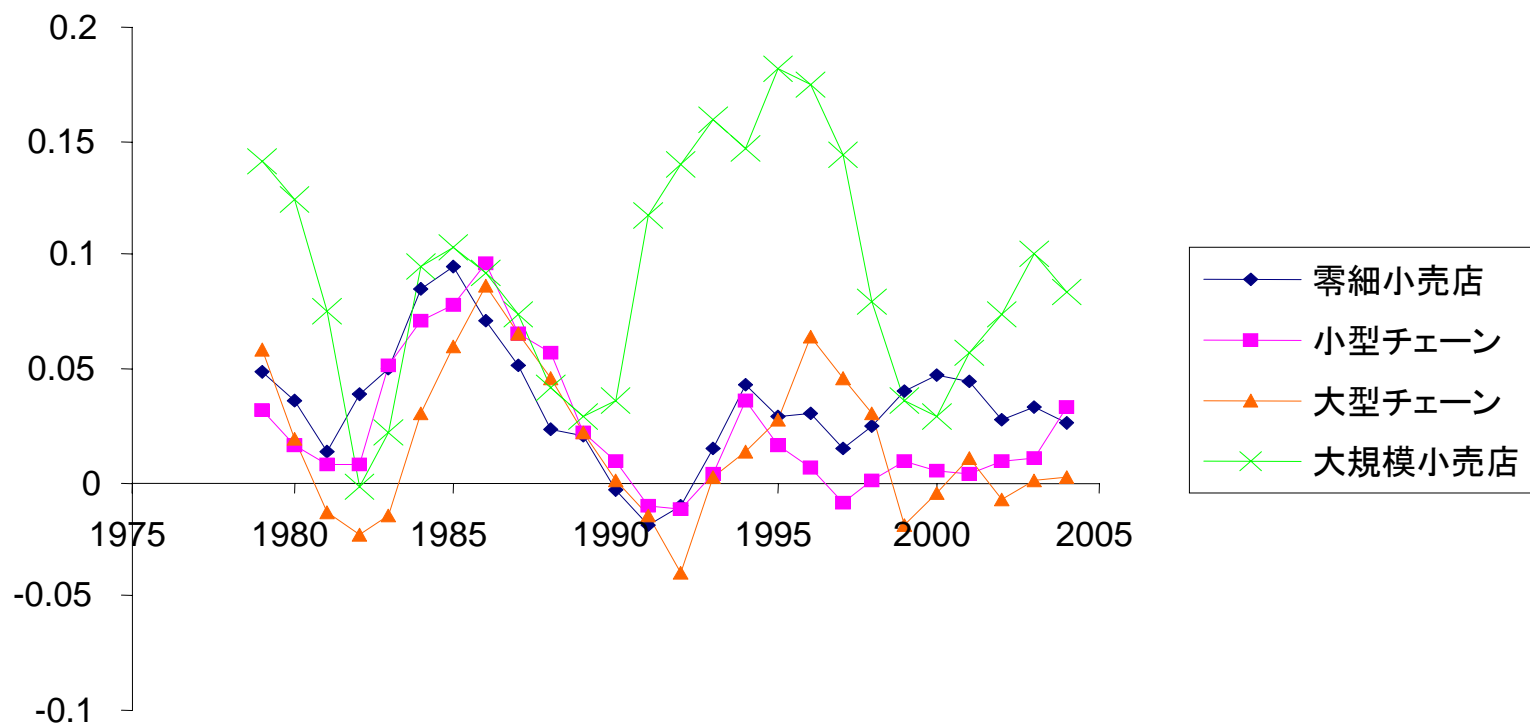
- パフォーマンスの主要測定：
  - 雇用成長 (店舗レベルでの測定)
    - $g_{it} = (X_{it} - X_{it-1}) / ((X_{it} + X_{it-1}) / 2)$
- サンプル：
  - ワシントン D.C. メトロ地域の小売店
  - 1976年～2005年
  - 時系列ビジネスデータベースより
  - 零細小売店と小型チェーン店に焦点を当てる

# ワシントンD.Cメトロ地域における 小売店舗タイプ別の雇用シェア



# 店舗タイプ別 純雇用成長率

店舗タイプ別 純雇用成長率  
(3年移動平均)



## 記述的な知見

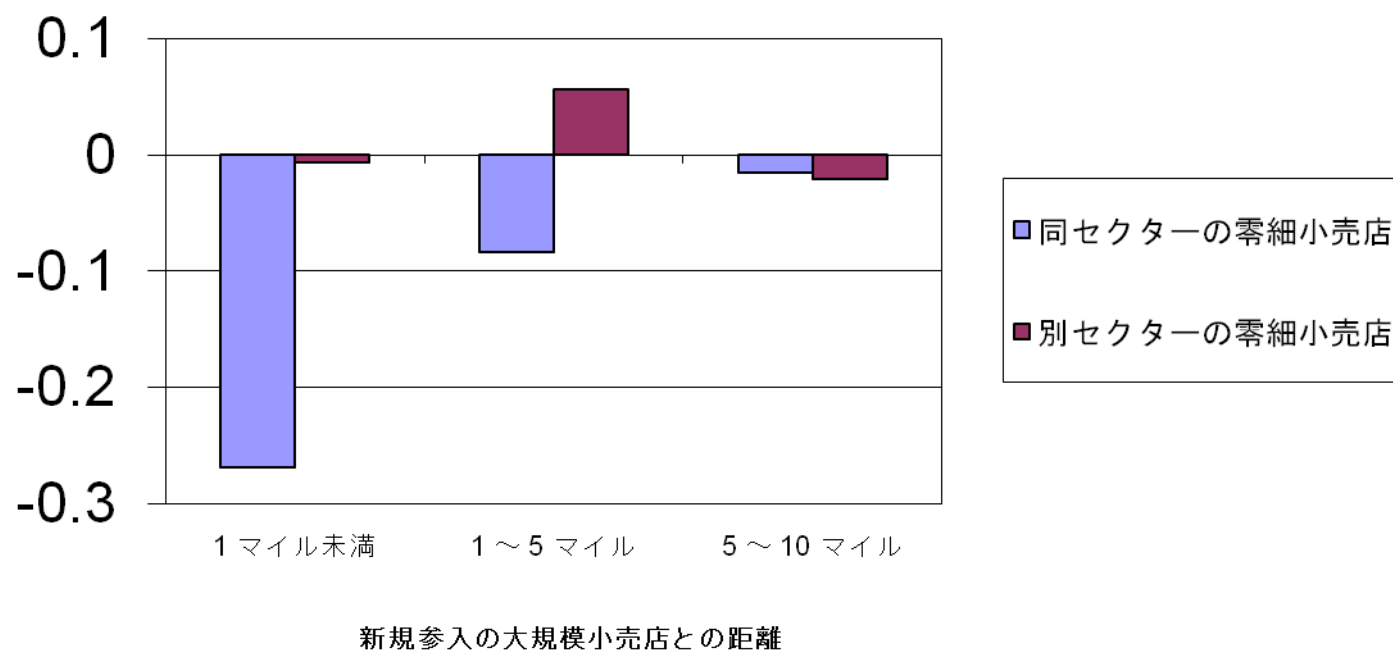
- 1990年代、DC地域にて大規模小売店が大幅に増加
- メトロ地域全体にて、零細小売店よりも小型チェーン店の方が悪影響を受けている

# 形式的分析からの結果

- 単独事業所(零細小売店)と小型チェーン店の回帰分析における統制変数
  - 地域住民の特性 (所得、年齢、性別)
  - 州間高速道路の出口との近接性
  - 地下鉄駅との近接性
  - 建物(店舗)の年数
  - 年効果
  - 産業コードに基づく小売セクター

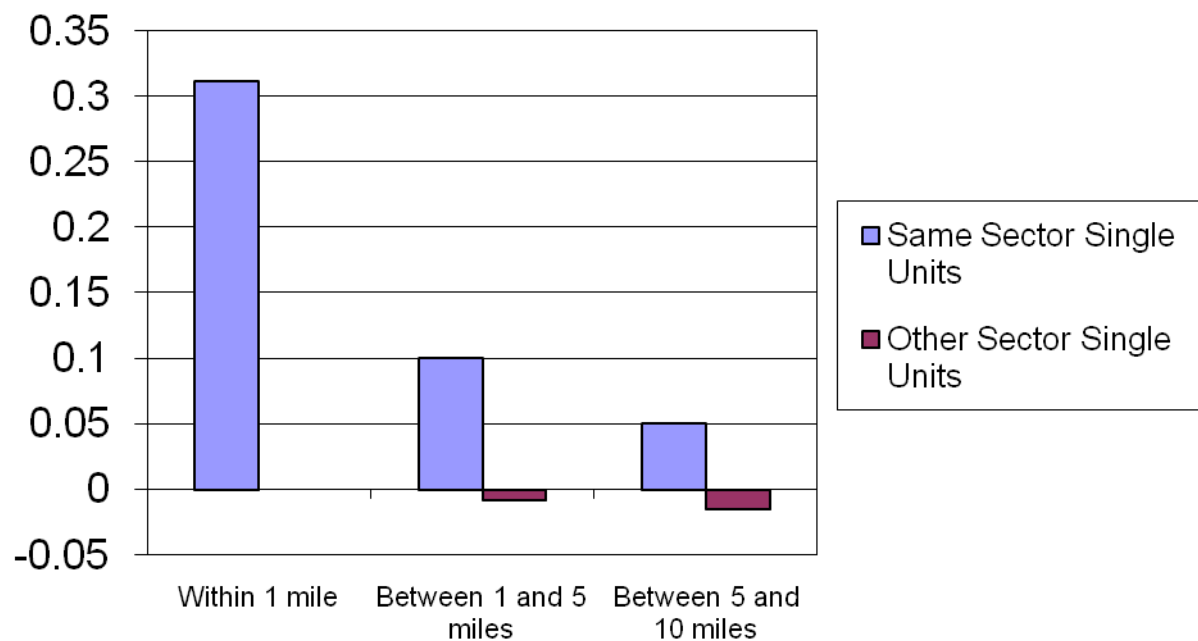
# 零細小売店の基礎結果

大規模小売店の前期新規参入による  
零細小売店の雇用成長への影響



# 店舗退出による影響大

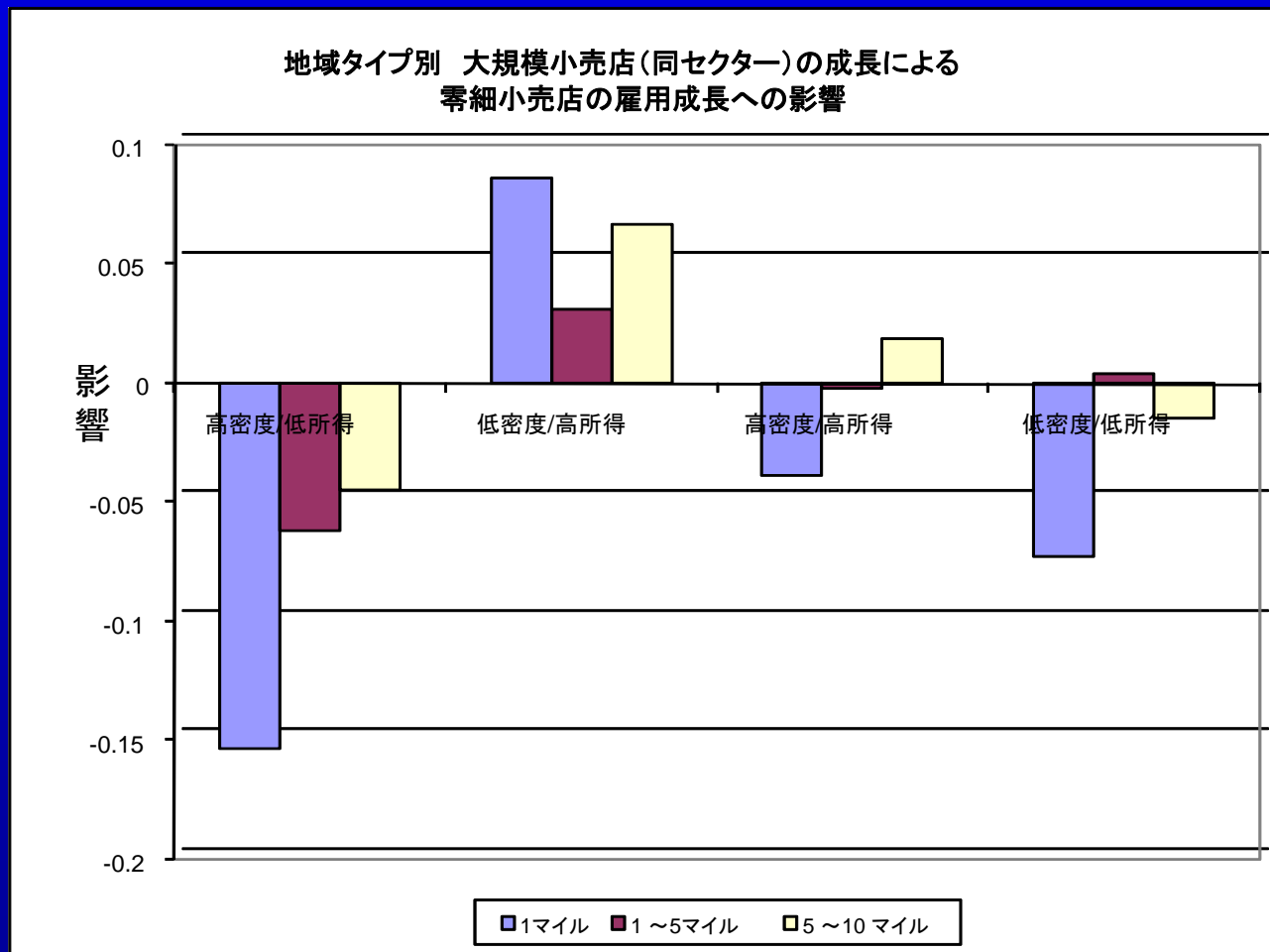
大規模小売店の前期参入を原因とする  
零細小売店退出による雇用喪失の影響



新規参入の大規模小売店との距離



# 地域タイプにより影響は異なる



## 結果のまとめ

- 大規模小売店の参入及び成長により零細小売店及び小型チェーン店が影響を受けているが、これは大規模小売店と同セクター又は地理的に近い店舗に限られている。
- 店舗退出が、その主な変動要因である。
- DC地域の影響は、住民所得と人口密度により異なる。

## 将来的な研究への影響

- 企業パフォーマンスの理解にロケーションが決定的要素であるセクター (例: 小売、サービス) は少なくとも幾つか存在する。
  - DCの小売店舗の例では、他店舗よりパフォーマンスの優れた零細小売店が存在しているが、この理由を解明するには別種店舗との相対距離を知ることが必要である。

## 影響(続き)

- ロケーション情報(位置)は、店舗レベルのデータで入手できる場合が多い。
- しかし、このデータは十分に活用されていない。
- 店舗ジオコードを他のジオコード・データセットに簡単にリンクすることで、企業パフォーマンス分析に共変量を追加することができる。
- ロケーション情報を追加することで、CAEDデータ、ツール、手法を広範な文献(例:経済発展、都市経済、企業活動)に適用することができる。