

我が国流通業の源泉としての製造小売業の実証研究

Empirical Study of Manufacturing Retailer in terms of the Origin of Japanese Retailing

BI 研究所 兼務研究員、経営学部教授 西村 順二^{*1)}

日本的流通の特徴として、一般的にその流通経路の冗長性や、流通取引慣行の不透明性等があげられる。その大きな原因としては、流通機能を専ら担当する商業の歴史的な存在が地域市場に所与として埋め込まれており、製造業者・生産者にとってはその活用が至便であり、かつ不可避的であったこと、そしてその商業が規模の大きな卸売商業・卸売流通を中心に地域市場を越えて全国市場へ拡大していく過程にあって、座などの特定組織との取引を中心に進めてきたことが挙げられる。そこでは、すでに卸売業者が資金の提供や原料・材料等の取引業者紹介などを行い、産地・製造部門への現実的な関与は行なわれていたし、また一方でこれら大規模な卸売業者による零細規模の生業型小売業者への経営支援という形で、卸売業者による小売部門への関与もまた存在していたのである。

すなわち、日本の流通・商業の特徴と呼ばれるものの原初的な要因として、大規模な卸売業者を中心とした流通経路上の垂直的な統合・関係性が存在していたということが言えるだろう。そして、結果的にはより大きな全国市場においては、それが正・逆の流通系列化、製販統合、製配販統合、戦略的提携、そして SPA 等の形をもって、流通経路上の垂直的な連携・関係構築が特徴的に現れてきたのである。他方、中小零細規模の卸売業者においてはどうか。規模の小さな流通業者や商業者は、卸売業者であれ小売業者であれ、相対的に小さな地域市場に拘束されることになる。それは物理的な財・製品・サービスの移動空間・時間などの制約からである。もちろん、現代社会にあってはコールドチェーンや全国・グローバル物流システムの高度発展、さらには IT・ICT 技術の飛躍的な発展によって、これらの障害要因は小さくなってきている。

しかしながら、歴史的に見ても現実的に見ても、それはまだ一部にとどまり、最寄品・最寄サービス等の多くの中小零細流通業者は、多かれ少なかれその地域性に依然として縛られているのである。この中小零細規模の流通・商業は、どのような適応化を図って生き残ってきたのであろうか。それは、製造卸、卸小売であったり、製造小売という業態の維持・発展あるいはそれへの転換によってである。これらもまた、流通経路上の垂直的な統合・関係性に基づく展開であるといえる。そして、より重要なことは、これらの流通経路上の垂直的な統合・関係構築に基づく流通業態への展開によって、特に中小零細規模の流通業者が、我が国流通・商業の中にあつて、依然として重要な役割を果たしているという事実である。ここに、日本的流通の一つの特徴的な源泉・ルーツがあると想定される。本研究では、このような予備的仮説に基づき、特に食料品の製造小売業に焦点を当て、これらの業態（流通経路上の垂直的統合・関係構築）が、どのようにして形成・維持されてきたのかを明らかにし、全国市場対応へ拡張できる製造小売業と、そうでない製造小売業を峻別した上で、流通産業における地域市場での中小零細規模製造小売業の優位性モデルを



構築し、それに基づく業態展開の変遷を実証研究するものである。

- *1) 神戸大学経営学部商学科卒業、同大学院経営学研究科博士後期課程単位取得退学。
福山大学経済学部経済学科助手、同経済学科専任講師、同経営情報学科専任講師、
甲南大学経営学部経営学科助教授を経て、1998年より同教授。
神戸大学 博士（商学）。

主たる研究業績

『卸売流通動態論—中間流通における仕入と販売の取引連動性』千倉書房、2009年。

『小売業革新』共編著千倉書房、2010年。

「スイーツによる地域づくり —その視点と課題—」『月刊 地域づくり』第286号
pp. 4-7、2013年。

「製造小売業の消費適応に関する予備的考察—スイーツの事例—」『甲南経営研究』
第54巻 第1号 pp.105-125、2013年。

“The Linkage of Trades in terms of Wholesale Business Formats” *Journal of
Global Marketing* Vol.18 No.1/2,2004.