

現代流通をとらえる基礎視角

加藤 義 忠

1. はじめに

今日の日本の流通部門において、バブル経済崩壊後の10数年にわたる長期の経済不況の影響を受けて、売上高伸び率のマイナスないしプラスの場合でもきわめて低率といった売上高の低迷状況が続いているが、このなかで大規模製造企業や大規模商業企業を中心に差別的優位性を高めるために、情報化や売買操作の合理化・効率化を一段と推し進め、買い手をよりきめ細かく囲い込み、売買費用を可能なかぎり節減しつつ商品販売をより確実なものとし、商品の価値実現を他の競合企業よりも速く達成し、利潤の維持ないし増大化を図り、資本を蓄積しようとする熾烈な競争が国内においてのみならず国際的な規模で展開されている。いわゆるメガ・コンペティションとよばれる世界市場レベルでの大企業間の競争を軸とする競争が熾烈化しているのである。なかでも、情報技術や保管・運送技術などのいわゆる物流技術が劇的な進展をみせているが、このことに基礎づけられ促進されながら、クイック・レスポンス(QR)や効率的消費者対応(ECR)等の展開とのかかわりにおいてあるいはその延長線上で、関係性マーケティング、製販連携(製販提携、製販同盟、製販統合)あるいはチャネル・パートナーシップ、流通ネットワークなどの用語でいいあらわされている新しい事象が生起し発展している。しかも、ごく最近では国内だけでなく国際的ないし世界的な視野から生産と流通のみならず消費をも連結し、巨

大資本の循環全体のいっそうの効率化を図り、より多くの利潤の獲得を目論むサプライ・チェーン・マネジメントが注目をあつめている。

国際的な領域では、大規模な貿易商社を軸により高度化した情報技術を駆使して商品取引がおこなわれているのにくわえ、とりわけ1980年代に入ってから、大規模小売企業が中心となって高度な情報処理技術を使って商品を仕入たり、開発輸入によって商品を調達したり、あるいは海外出店をおこなったりしている。逆に、アメリカのウォルマートやフランスのカルフルなどの海外の超巨大小売企業が数年前から日本に進出している。大規模製造企業が貿易商社を媒介せずに直接取引するケースが多くなっているし、また直接投資をおこなって海外進出した巨大メーカーが現地でマーケティング活動を展開するようにもなっている。

このように、今日の流通部門では情報化と国際化がよりいっそう進展していることはまちがいないが、それにくわえて長期不況下にあるがゆえに、売買操作の効率化や物流コストの節減等がより強力に追求されている¹⁾。

本稿の課題は、上記のような状況を呈して進行している現代流通を相互関連的・構造的かつ歴史的・発展的により深く認識するための基本的な分析視角を定めることであるが、これは換言すれば表面的な事象の分析にとどまることなく、さらにその内部に深く分け入り、その本質的な側面を析出する方法を提示することでもある。そのさい、現代流通の基本的性格をまず簡単におさえたうえで、これとの関連において現代流通において急速に進展している情報化や国際化および規制緩和について考察し、おわりに大企業の流通支配・統制によって苦しめられている経済的弱者（労働者、消費者、中小零細業者、農漁民など）としての国民の立場からの研究の必要性などについて少し言及する。

1) 佐々木保幸「今日の大規模小売業」加藤義忠・佐々木保幸・真部和義・土屋仁志『わが国流通機構の展開』税務経理協会、2000年、100-101ページ、110-111ページ。

2. 現代流通の基本的性格

まずはじめに、資本主義の独占段階の流通としての現代流通の一般的な基本的性格についてごく簡単に確認しておこう²⁾。

一般的に資本主義の独占段階では、生産の社会的性格と所有の私的資本主義的性格の矛盾にねざす生産あるいは供給と消費あるいは需要の矛盾・不一致としての市場問題いいかえれば販売の偶然性ないし困難性がいっそう激化するといつてまちがいないが、このような状況のなかで巨大な生産力を掌握するにいたった独占的産業資本いいかえれば大規模製造企業は、生産を支配するのみならずマーケティング活動をおこなって流通も支配し、管理価格としての独占価格でもって独占的高利潤を獲得しようとする。その結果、自立的な商業資本の存立が制限ないし否定される傾向があらわれ、基本的には独占的産業資本の商品資本の直接無媒介の運動が規定的なものとなる。ここでは、流通は生産とともに独占的な個別資本の下につきみこまれて一体化している。

このように、商品流通が基本的に独占的産業資本の商品資本の直接無媒介の運動としておこなわれるといつても、ここでは商業がまったくなくなってしなうわけではない。商業が名実ともに排除され、独占的産業資本が直接販売する場合をのぞいて、商業はなお存在する。だが、その種の商業の多くは独占的産業資本全体に一般的に従属させられたり、あるいは独占的産業資本に個別的に系列化されたりして、本来の独自性を喪失し、総じて形式的なものに変質している。

ところが、具体的には大規模卸売企業や大規模小売企業としてあらわれる独占的商業資本については事情が異なる。独占的商業資本はそれ自体と

2) 森下二次也『現代商業経済論』〔改訂版〕有斐閣、1977年、282-299ページ、森下二次也『現代の流通機構』世界思想社、1974年、39-54ページ、加藤義忠『現代流通経済の基礎理論』同文館、1986年、211-224ページ。

して売買両面で流通を支配・統制するだけでなく、その展開の過程で必然的に独占的産業資本や大銀行としての独占的銀行資本と結合して企業集団のようないわゆる三位一体の金融資本グループを形成し、そのグループの流通担当者としての役割をも演じるようになる。ここでの独占的商業資本は他のかたちの独占資本に従属しているわけではないが、独占的産業資本全体や特定の金融資本グループの売買部門を軸として機能するようになっているから、古典的な意味での自立的な商業資本とはもはやいいがたいものに変質している。

このように資本主義の独占段階においては、商品流通の主要で規定的な部分は直接販売や商業系列化というかたちをとって実質的には独占的産業資本の直接無媒介の運動として、あるいは独占的商業資本を介して、国家機構の支援を受けながらおこなわれるのであるが、ここでは基本的に独占資本による流通の支配・統制が推し進められ、それが流通の末端にまで達している。しかも、この流通の支配・統制は金融資本グループにおいていっそう強められ拡大されたものとなる。

ともあれ、ここでは生産と流通は若干の矛盾をはらみながらも、事実上直接内的に統合されている。したがって、独占段階の流通機構としての配給組織の基本は縦断的な組織であり、ここでの調整の軸は資本による支配と従属の関係によってなされている。しかも、この支配従属の関係は商業の独自性やそれにもとづく商業の社会性を否定するものではあるが、にもかかわらずここでは生産と流通ならびに流通の諸段階が直売のような内部組織としてあるいは高度なレベルの商業系列化のような準内部組織としてあるいは後述の製販連携のようなそこまで達していないかたちで組織化³⁾・結合化され、独占資本のマーケティング活動や金融資本グループにおける共同の販売努力によって流通の管理・統制のレベルと領域がさらに高められ拡大され、しかもこれをとおして消費の管理も強められるわけだか

3) ここでは組織化という概念を内部組織や準内部組織のみならず、そこまで達していない製販連携やよりゆるやかな提携などをふくめてより広い意味でもちいている。

ら、この意味ではよりいっそう高度な社会化が達成され深化するといっ
てよい。このことは、独占資本とそれを支援する国家によって推し進められ
る経済の計画的領域の質的深化および量的拡大として認識することもでき
よう。もっとも、このようにいったからといって、このことは独占資本な
いし金融資本によって社会全体の生産や流通や消費が管理・統制しつくさ
れているということの意味するものではない。

3. 現代流通における情報化と国際化の進展

上述のように、現代流通においては一般に大規模な独占資本による流通
の支配・統制および国家機構の支援を受けての流通の管理がおこなわれ、
しかもそれが強められ拡大されて進行しているといっているが、このこと
は今日の日本の流通においても普遍的にあてはまる。このような現代流通
の基本的性格との関連において、急速に進展する現代流通における情報化
や国際化を把握しようとするのが肝要である。まず、現代流通における
情報化の進展について考察する⁴⁾。

（1）現代流通における情報化の進展

そもそも情報とは、思考するものとしての人間の生存ないし生活と密接
不可分のものであり、存在としての自然や人間そのものあるいは人間のも
ろもろの活動の精神への反映としての意識・認識およびその発展やその集
積であるにとらえることができる。したがって、生活にかかわる情報は、
今日のものと比べて質量ともにはるかにレベルの低いものであるとはい
え、人類発展史上の最初の段階としての原始共同体の社会から存在してい

4) 木立真直氏は、これまでの日本における現代流通と情報化の理論の展開について
批判的に検討されている（「ITによる流通システムの転換をめぐる展望」阿部真也・
藤澤史郎・江上哲・宮崎昭・宇野史郎編『流通経済から見る現代』ミネルヴァ書房、
2003年、218-228ページ）。

たということが出来る。情報のなかでもっとも基底的で重要なものは生産活動にかかわるものであるとあってよいが、これを核として流通や消費あるいは政治や国家あるいは文化や芸術や学問等にかんする情報があり、これらで全体が構成されている。生産力が上昇し、社会が発展するのにもなって、当然のことながら情報の質が高まり量が増えていく。情報が質量ともに高度に発展したのは資本主義社会、なかでも現代資本主義下の今日であることはたしかだが、情報化社会の到来などといわれ、社会的に注目をあつめるようになったのは、世界史的にみてコンピュータの活用によって情報処理能力の飛躍的な発展がはじまったごく最近のことである。なお付言すれば、情報には事物の真相の表面的レベルの反映にとどまるものもあり、より深く立ち入って反映するものもあるが、なかにはゆがんで反映したものもあり、場合によっては意図的にそうすることもあろうし、また操作するための虚偽のものもまじっている点に留意しなければならない。

ところで、わが国でも1980年代初頭から大企業を中心に生産過程にコンピュータが本格的に導入され、生産活動の精度が高められたり、生産の自動化が図られたりして、いっそう効率的に大量生産がおこなわれるようになったが、それ以降企業の管理部門や流通部門にもコンピュータが普及し、より効率的な経営管理ないし流通活動が追求されている。

流通部門についていえば、大規模小売企業を中心にPOS（販売時点情報管理）システムが導入され普及していったが、このことが流通における情報化の特徴的な出来事としてあげられよう。これは販売時点で売上情報を収集し、買い物の精算業務を簡略化するのにとどまらず、いわゆる売れ筋商品や死に筋商品の識別情報を利用し、それを個々の商業企業の販売額の増大化や売買活動や在庫管理の合理化・効率化のために生かしたり、場合によってはさらにさかのぼって生産企業の商品製造に反映させようとする方式である⁵⁾。今日の流通におけるコンピュータ利用によって、一面では

5) 陶山計介「現代流通における技術革新」保田芳昭・加藤義忠編『現代流通論入門』〔新版〕有斐閣、1994年、81-84ページ。

たしかに購買者にとってレジでの精算時間の短縮や精算ミスの減少のメリットが発生しようが、しかし主要には商業企業にとって売買操作の効率化ないし販売力の強化がもたらされ、売れ残りや売り切れを減らすことによって利潤を増大化させることが可能となるのである。ここに大規模小売企業がPOSシステムを導入する決定的動機がある。このように利潤動機にもとづいてPOSシステムが導入され、運用されているわけであるが、この結果大規模小売企業は買い手をより精確に把握することができ、したがってよりきめ細かく対応して囲い込むことができる。このことは、それだけ大規模小売企業の顧客管理のレベルがあがったことを意味する。別言すれば、大規模小売企業の流通支配・統制の度合いがそれだけ高まるのである⁶⁾。この点の認識は重要である。

しかしながら、このPOSシステムでは上記のように製造企業に販売情報が提供される場合もあるが、このシステムは利潤を増やすために情報を秘匿し私的に利用することを基本とするものであるから、ここには個別企業内での情報管理という制約がある。部分的にしる、この制約をこえて生産段階や卸売段階や小売段階を包含し、売買情報を共用しようとして構築されたのがVAN（付加価値通信網）であり、小売企業がPOSデータを取引先に公開し、市場のニーズに素早く対応しようとするQRや販売状況に応じて商品を自動発注するECR等であり、さらに垂直レベルで売買情報の共用をいっそう進めたのが製販連携であり、その延長線上に国内だけでなく国境をこえてより広範におこなわれているのがサプライ・チェーン・マネジメントである。ちなみに、まだ部分的ではあれ、インターネットをもちいて企業相互間（いわゆるBtoB）や企業と消費者のあいだ（いわゆるBtoC）で商品を売買しようとする電子商取引の動向が注目される⁷⁾。以

6) 同上論文、88-90ページ、藤澤史郎「商業の機械化」日本流通学会編『流通』No. 12、芽ばえ社、1999年、27ページ。

7) これらについては木立真直、前掲論文、228-234ページ、藤澤史郎「情報化社会と電子商取引」阿部真也・藤澤史郎・江上哲・宮崎昭・宇野史郎編、前掲書、181-194ページをみられたい。

下では、製販連携をとりあげ、その基本的性格をごく簡単にみておこう。

製販連携は、アメリカではウォルマートとP & Gなどの主導により1980年代後半からはじまった⁸⁾が、日本の場合、1990年代にスーパーやコンビニエンス・ストアによって開始され、そこで確実に発展し、さらに他の小売部門においても推し進められている。1990年代の前半では、製販連携はジャスコと花王のようにPOS情報の共有にとどまるものもあったけれども、1990年代半ばごろから商品開発をふくむ包括的な提携が増えてくる。たとえば、味の素とダイエーによる冷凍食品の開発、味の素とセブン・イレブンによる焼きたてパン事業、山崎製パンとローソンによる焼きたてパン事業等々であった⁹⁾。

上でみたように、製販連携は生産と流通の組織化・結合化ないし管理強化をいっそう発展させ深化させるものであるとわかっていいが、この製販連携はこれを主導する大規模製造企業と大規模小売企業の関係の長期継続性とそのいっそうの緊密化、固定化という特性を有する。製販連携がとりむすばれた先端的な部面では、大規模小売企業は特定の大規模製造企業と直接に取引し、情報処理や配送等への関係特定の投資を共同でおこない、流通在庫等の流通費用や販売促進費用などを可能なかぎり削減したり、あるいは消費動向をより迅速かつ的確に生産サイドに伝達し、製品政策に反映させたりして、相互に配分される利潤を可能なかぎり大きくしようとする¹⁰⁾。場合によっては、さらに大規模小売企業がみずからPB商品を企画し、大規模製造企業に生産を委託することもある。ここでの両者の関係は基本的には対等な相互依存関係であるが、しかも両者の関係が格段に密接に

8) 佐藤善信「有力メーカーとパワー・リテラーの戦略的駆け引き」石原武政・石井淳蔵編『製販統合』日本経済新聞社、1996年、29-30ページ、渡辺達朗『流通チャンネル関係の動態分析』千倉書房、1997年、序章。

9) 佐藤善信、同上論文、32-33ページ、佐々木保幸、前掲論文、112ページ。

10) 丸山雅祥「垂直的取引の調整とリスク対応」石原武政・石井淳蔵編、前掲書、259ページ。

なり、長期的でいっそう強力な協調関係が構築¹¹⁾されるから、生産と流通あるいは消費のあいだの不確実性ないし不透明性がより少なくなり¹²⁾、商品の生産終了時点と最終販売時点の時間差がいっそう縮減されるのである。

他社も同レベルの製販連携を構築するようになれば、それまでの競争上の差別的優位性は確実に小さくなり、場合によっては消滅してしまうかも知れない。そうならないために、たとえばメーカーの製品開発領域や小売企業の店舗運営領域にまで立ち入った一段と緊密な連携にレベル・アップを図ろうとするだろ。そうすると、当然のことながら製販連携関係は排他性を強めることとなろう¹³⁾。

いずれにせよ、製造業と商業の大企業間の協調の進展としての製販連携は長期継続的な協力関係を基本とするものであるが、それによって差別的な優位性を確立し、流通の支配力を強め、より多くの利潤を確保することが可能となる。しかも、この製販連携が順調に進展すれば、おのずとその対象が当初の単数の特定企業から複数の特定企業に拡張されることにもなるろう¹⁴⁾。相互の信頼を基礎とするこの連携そのものが質的に深化している場合でも、製販連携そのものはもともと自立的な主体間の関係だから、ここに一定の矛盾ないし対立する面が内蔵されているのはいうまでもない。たとえば、大規模小売企業が大規模製造企業にPB商品の排他的供給を要請したりする場合にはこの側面が強まり、あるいは前面にでて、両者の協調関係が停滞したりこわれたりすることもありえよう¹⁵⁾。ただし、関係特

11) 長期継続的で強力な協調関係の構築において、信用が重要な役割を演じる（同上論文、261ページ）。

12) 矢作敏行・小川孔輔・吉田健二『生・販統合マーケティング・システム』白桃書房、1993年、46ページ。

13) 渡辺達朗、前掲書、17ページ、佐藤善信、前掲論文、32-34ページ、尾崎久仁博『流通のパートナーシップ論』中央経済社、1998年、199-200ページ。

14) 加藤司「アパレル産業における『製販統合』の理念と現実」大阪市立大学経済研究所『季刊経済研究』Vol.21, No.3, 1998年12月、155ページ。

15) 渡辺達朗、前掲書、20ページ、佐藤善信、前掲論文、32-34ページ、尾崎久仁博、

定的な投資が大きければ大きいほど、このことが協調関係を解消するさいに一定の制約となることはたしかだから、それをこえて協調関係を解消しようとするれば、当然のことながらその解消コストも大きなものとなる¹⁶⁾。

以上の考察から明らかなように、製販連携は特定の大規模商業企業なかでも大規模小売企業と特定の大規模製造企業が長期継続的でより緊密な協調関係を取りむすび、流通末端での消費動向に情報技術や保管・運送技術などのいわゆる物流技術などを駆使して機敏に対応し、共同して流通の支配・統制を一段と強化し、そのことをとおして可能なかぎりいっそう大きな利潤を獲得しようとするものであるとあってよい。これは生産と流通や消費との関連性あるいは相互依存性の深化、発展を意味するものであるといえることができるが、しかしこのことを、これまでの流通系列化やPB商品の生産とは異なり、新たな分業関係を模索するものである¹⁷⁾ などというふうには、生産力的あるいは流通力的、流通技術的な側面に傾斜してとらえるのではなく、資本主義の独占段階の流通機構としての配給組織の発展、深化という本質的な側面を看過することなく、両側面の統一として認識しなければならないように思われる。

(2) 現代流通における国際化の進展

さて、現代流通における国際的領域に眼を転じ、そこで生起している事象の基本的性格について述べよう。

流通における国際化¹⁸⁾ はなにも最近になって起こった現象ではなく、

↘前掲書、はしがき、2ページ。

16) 丸山雅祥、前掲論文、260ページ、矢作敏行・小川孔輔・吉田健二、前掲書、47ページ、渡辺達朗、同上書、15ページ、尾崎久仁博、同上書、121ページ。

17) 石原武政『商業組織の内部編成』千倉書房、2000年、217ページ。

18) 貿易取引や海外店舗の展開や買付、情報収集のための事務所の設置のみならず、商業技術の国際的移転もこれにふくまれよう（保田芳昭「経済摩擦と大手小売業」関西大学経済・政治研究所『研究双書（経済摩擦の研究）』第65冊、1988年、106ページ）。

たとえば一般に国際的な商品取引としての貿易は資本主義においてはいうにおよばず、それ以前の社会においてもおこなわれていたのである。貿易立国といわれるわが国では、貿易の重要性はより大きいといえることができる。もっとも、この貿易が格段に発展をとげたのは資本主義なかでも現代資本主義においてであり、今日では貿易を本来的な業務とする貿易商社、なかでも大規模な総合商社を軸に高度化した情報技術を駆使して生産財中心の商品取引がおこなわれている。なお、近年では長期不況や産業構造のソフト化のみならず大規模製造企業による貿易活動の展開等の影響を受けて、総合商社は売上高なかでも貿易面でのそれを大きく低下させるなかで、国内取引の比重を高めている。それだけでなく、総合商社の活動において、商品取引から事業投資に重点が移されてきている¹⁹⁾。

近年では、元来国内的性格の強い小売商業なかでも大手スーパーや都市百貨店などの大規模小売企業が中心となって、とりわけ1980年代に入り過剰資本状況を背景として、高度な情報技術を使って国際的な視野から商品を仕入たり、開発輸入によって商品を調達したり、あるいは直接投資としての海外出店をおこなったりして、時には失敗して撤退するといったジグザグの過程をへながら国際化が進行している。たとえば、大手の百貨店の小規模店舗での出店は1950年代の末からおこなわれたが、大規模店舗での本格的な海外出店は1980年代とりわけその後半から、主としてアジア地域において活発に展開された。しかし、近年進出先における小売市場の低迷や進出先における地代や家賃等のコスト増の影響を受け、他方国内での事業の立て直しに経営資源を集中するために、撤退する百貨店が増えている。また、なかには撤退するものもあるが、大手スーパーもアジア地域への出店を活発におこなっている。それにくわえて、製品輸入を増加させたり、海外の大手小売企業との国際提携やグローバル・ソーシング等を積極的に

19) 杉野幹夫「巨大商社の流通支配」保田芳昭・加藤義忠編、前掲書、167-168ページ、佐々木保幸「今日の総合商社」加藤義忠・佐々木保幸・真部和義・土屋仁志、前掲書、167-172ページ、174-179ページ。

展開している²⁰⁾。それだけではない。逆に、アメリカのウォルマートやフランスのカルフールなどの海外の超巨大小売企業が数年前から日本にいわば実験的に進出し、今後の本格的な進出にむけて着々と布石をうっている。

大規模製造企業が貿易商社を介せず直接取引するケースが多くなっているし、また直接投資をおこなって海外進出した巨大メーカーが生産した商品を逆輸入したり、あるいは現地でマーケティングを展開するようになっている²¹⁾。このレベルに達した国際マーケティングをワールド・マーケティングとよぶことができる。ここでは、たとえば家電部門や乗用車部門の巨大な多国籍企業が生産はもちろんのこと製品開発や販売や物流や金融等の拠点を地球的規模で配置し、世界的分業体制を構築するだけでなく、各国の拠点にある程度本部機能を委譲することによって現地適合化を図りながら、本社は統合的な見地から全体を有機的に関連づけようとするのである²²⁾。

如上のように、今日の流通部門では情報化の進展とならんで、その高度な情報処理技術を利用しつつなされる国際化あるいはグローバル化がよりいっそう進展していることはまちがいない。このことは、国際的次元での大企業を軸とする取引関係いいかえれば売買そのものないし売買操作が、国家の政治や軍事などのサポート²³⁾、たとえばわが国の場合それはアメリカの政治や軍事に追従し補完するかたちでなされているが、を背景としていっそう緊密化し広範化し、相互浸透的・相互連関的なものになっていることを意味する。しかし、このことは高度な情報処理技術や流通技術あるいは経営技術を擁する大資本を中心に、経済や流通の事情あるいは政治や文化等の相違から生まれる摩擦をとめないながら資本の国家間の移動ない

20) 佐々木保幸「今日の大規模小売業」102ページ、115-116ページ。

21) 大石芳裕「グローバリゼーションと流通」日本流通学会編『流通』No.9、芽ばえ社、1996年、16-18ページ。

22) 佐々木保幸「今日のマーケティング」加藤義忠・佐々木保幸・真部和義・土屋仁志、前掲書、198-200ページ。

23) 大石芳裕、前掲論文、19ページ。

し相互浸透が生ずるというだけではなく、生活文化や流通関連学問などが国家の壁をこえて移転ないし相互浸透することをも意味する。なお、ここでの流通活動ないし流通技術は、各国に共通する普遍的な側面と多様なその国に特有の側面という2つの面を濃淡の差ないし比重の相違はあれ、あわせもっている²⁴⁾。もっとも、その濃淡の差ないし比重の相違は、流通活動ないし流通技術の移転ないし相互浸透が先進資本主義国相互間のものかあるいは先進資本主義国と発展途上国のあいだのものかあるいは発展途上国相互間のものかという3つの組み合わせの違いだけでなく、それぞれの組み合わせにおける各国の特殊性によっても生じるものと考えられる。

ともあれ、現代流通における国際化は一面ではたしかに流通活動ないし流通技術の移転ないし発展をもたらし、流通力の上昇に寄与するものではあるが、しかしながらより重要な側面はこのことが大資本ないし巨大資本を中心とする利潤増大要求、すなわち大資本や巨大資本の論理を規定的な推進動機として推し進められている点である。これは換言すれば、独占資本による現代流通の支配・統制の国際的レベルでの強化、拡大化が深部において進行しているということなのである²⁵⁾。今日のこのような事態をもっぱら表面的な次元で把握しようとする研究状況が支配的ななかにあつて、このような視点は大切であろう。

4. 現代流通と大規模小売企業規制の展開

現代流通においては、大規模製造企業や大規模商業企業による流通の支

24) 阿部真也「流通のグローバル化のゆくえ」阿部真也・村上剛人編『グローバル流通の国際比較』有斐閣、2003年、17ページ、36ページ。なお、土屋仁志氏は台湾に進出した日系百貨店の売買活動を対象として、そこにみられる標準化の側面と現地適応化の側面について分析されている（「今日の百貨店の海外進出」加藤義忠・佐々木保幸・真部和義・土屋仁志、前掲書、212-223ページ）。

25) 杉野幹夫、前掲論文、165-166ページ、杉野幹夫「国際化する流通問題」保田芳昭・加藤義忠編、前掲書、324ページ、329ページ。

配・統制が強まり拡大しているが、このような状況下で大規模企業の流通行動と流通における弱者としての消費者や中小零細業者などとの摩擦ないし対立・矛盾・軋轢が大きくなっている。一般的に、両者の対立が私的な次元での対応で手におえなくなると、両者の対立を基礎として発生した大規模企業にたいする中小零細業者や消費者などの抵抗運動ないし要求運動に媒介されて、必然的に国家による公的な介入が法律の制定などのかたちをとってあらわれる。この種の法律として独占禁止法や百貨店法などがあげられるが、この種の法律は基本的には資本主義体制を維持するために、大企業の行き過ぎた行動をある程度規制することをとおして両者の対立を公的な立場から調整しやわらげようとするものであると見てよい。ここでは、第2次世界大戦前の1937年に経済統制法の一環として制定された戦前の百貨店法から戦後にその法が廃止され少し間をおいて1956年に作られた戦後の百貨店法、そして高度経済成長の終焉期の1973年に成立した大規模小売店舗法（正式名称は「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」であり、略称は大店法）をへて1998年6月に公布された大規模小売店舗立地法いわゆる大店立地法（2000年6月1日施行）にいたる大規模小売企業規制の展開²⁶⁾を例にとり、昨今の流通規制緩和をみる視角について少しふれよう。

戦前と戦後の百貨店法においては、基本的には大規模小売企業としての百貨店企業が規制対象とされ、一定規模以上の大型店舗を出店する場合、国の許可が必要であり、規制方式としていわゆる許可制が採用されていたが、ここではまがりなりにも中小小売商の保護が意図されていた。ところが、周知のように高度経済成長期にスーパーなかでも大規模スーパーが急成長をとげる状況下で、このスーパーは時の政府によって流通近代化・合

26) より詳しくは加藤義忠・佐々木保幸・真部和義『小売商業政策の展開』同文館、1996年、第1-6章、加藤義忠「大店法の廃止と大店立地法の制定」(I)(II)関西大学『商学論集』第43巻第6号、1999年2月、第44巻第1号、1999年4月を参照願いたい。

理化の推進役とみなされていたことやスーパー自身が巧みに法をのがれるための行動をおこなったりしたことなどから、百貨店法の規制対象外におかれていた。大規模スーパーが全国展開を推し進めるのにもなって、中小小売商との対立がいつそう先鋭化し、スーパー進出反対運動が全国化していったが、このようななかで大店法が成立する。この大店法では、一定規模以上の大型店が等しく規制対象とされたので、百貨店企業のみならずスーパー企業等も規制されることになったが、他方規制の程度はゆるくなり、いわゆる事前審査付届出制に改変された。大店法は景気動向や地元の反対運動の状態等ともからまり、よりきびしく運用された時期もたしかにあったが、改正されたり再改正されたり、または日本の大手スーパーの要望や日米構造問題協議でのアメリカからの要求にこたえたりするなかで、流通規制緩和が大きな流れとなり、ついに大店法そのものが廃止され、それにかわって大店立地法が制定される運びとなった。大店立地法は大型店の出店を規制し、中小小売商を保護するといった大店法において少しは残っていたものを根こそぎなくし、環境等に一定配慮することを求められはすれ、基本的には大規模小売企業の出店をいつそうやりやすくするものである。

大規模小売企業にたいする国家の規制は、上述のごとく日本の大規模小売企業やアメリカ側の利益を優先して緩和の方向に大きく変容していったのであるが、このことは近年経済運営の主流となっている新自由主義（ネオ・リベラリズム）の考え方と軌を一にするものである。新自由主義の考え方は、資本主義の枠組みのなかで国家による経済規制や福祉や教育等へのかかわりを軽視ないし否定し、市場競争原理にもとづいて経済や社会が運営されなければならないとする、いわば市場万能主義的なものである²⁷⁾。古典的な資本主義下での自由競争の状況とは異なり、今日では大企業も中小零細企業も同一の土俵で競争させられることになるわけだから、大企業

27) 本間重紀「国際化と流通・消費者」日本流通学会編『流通』No.9, 28ページ。

がいつそう有利な地位を獲得し、より多くの利潤をうるようになるのはごく自然の成り行きであろう。

5. おわりに

以上で考察したように、現代流通においては情報化と国際化が急速に進展し、生産と流通と消費の相互連関性が国内外においてより深化したことはまちがいない。このことは、一面では流通技術の進歩がもたらされ、それだけ流通力が上昇したことを意味し、現在われわれ国民に一定の利益をもたらしていることはたしかだし、さらに将来国民がこの流通力をわがものとするれば、もっと大きな利益をもたらす可能性をもつものでもあろう。だが、見落としてはならない本質的な側面は、このような流通技術の発達や流通力の高まりは基本的には利潤増大をめざす資本なかでも大資本の論理に媒介されて生じたものであるということである。このような資本の本性的な要求が、その深部で作用しているという認識は重要である。これとの関連でいえば、このような事象は国家機構の支援を受けつつなされる独占資本の流通支配・統制の深化、拡大、いかえれば独占資本主義の流通過程としての配給過程の深化、拡大の進展として把握することができよう。なお、大資本による流通の支配・統制の深化、拡大は流通規制緩和の流れのなかにもつらぬかれている。

かくのような状況下で、大資本は部分的には消費者等の要望にそう行動、たとえば環境問題や資源問題への一定の配慮がみられるグリーン・マーケティング²⁸⁾ 等々のような行動をとることもあるとはいえ、大資本は主要には自己の利潤あるいは資本蓄積を優先的に考えるから、当然のことながら経済的弱者としての労働者や消費者や中小零細業者や農漁民などとのあいだに利害の対立ないし矛盾が生まれよう。このような深部での対立や矛

28) 佐々木保幸「今日のマーケティング」201-203ページ。

盾を根本的に解決しうる能力があるのは経済的弱者としての国民の側であり、これはかれらの共同の抵抗力に依存するものであろうが、現下においてはその抵抗力が分断され弱められ、大きくその力を発揮するところまでにはいたっていない。しかし、矛盾を克服しようとするその力は必ず大きく発展する。これとのかかわりでいえば、現代流通を分析するさいにもっぱら流通技術の改善や革新あるいは流通力の向上あるいは流通費用の節減等について研究したり、あるいは表面的な研究にとどまって、主観的意図は別にして客観的には主として大資本の利益に貢献したり、あるいは大資本を擁護することになるのではなく、経済的弱者としての国民の立場に立って流通事象を相互連関的・構造的かつ歴史的・発展的により深くとらえ、ここに内在する対立や矛盾をより小さくして住みよい社会に改革し、さらに将来的にはそれを根本的に解消していっそう住みよい社会を実現させるために研究するといった基礎視角がわれわれには求められていよう。このような研究の視座は重要であり、進歩しつつある流通技術や流通力を真に国民多数のものとして利用する途にも通じるものと思われる。