

大阪商業大学学術情報リポジトリ

「流通革命論」の再検討—その政策的、学説史的含意—

| | |
|-------|--|
| メタデータ | 言語: ja 出版者: 大阪商業大学商経学会 公開日: 2019-07-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 加藤, 司, KATO, Tsukasa メールアドレス: 所属: |
| URL | https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/801 |

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



「流通革命論」の再検討

—その政策的、学説史的含意—

加 藤 司

1. はじめに
2. 流通革命論の内実
 - 2-1 システムとしての「経路」認識
 - 2-2 小売業の未来
3. 佐藤の「流通革命論」批判
 - 3-1 流通革命の主体
 - 3-2 拮抗力としての小売業
4. 学説史としての位置づけ
 - 4-1 流通革命論における「流通支配」の意味
 - 4-2 商業経済論パラダイムにおける「チャンネル」問題
 - 4-3 流通論の射程
5. 終わりに

1. はじめに

近年、韓国では大型店との競争によって伝統的な在来市場との競争が激化し、両者の「共生」をどのように実現していくかという議論が活発化している¹⁾。韓国では1980年代に流通近代化が目指され、1996年の「流通の完全自由化」以降は、テスコ、ウォルマートなどの外資小売業の参入が自由化された。これに対し、伝統的中小小売店はSSMや財閥系大型マートの出店や営業時間を規制する動きを活発化させ、裁判所を巻き込んだ法廷闘争にまで発展している（崔・柳、2014）。

こうした近代的大型店と伝統的中小小売店との対立は、一国の経済が発展するなかで不可避免的に発生してくる紛争といっても過言ではない。かつて日本でも1960年代に台頭したスーパーが中小小売店との対立を激化させ、1973年ついに大型店の出店を規制する「大店法」が制定されたことは、周知のことである。この間、田島（1962）、林（1962）を嚆矢として、

1) 筆者は、韓国流通学会（2018年4月30日ソウル開催）に参加し、日本での「大型店と中小小売店の共存」の取り組みについて報告した。セミナーに参加した印象からすると、大型店と中小小売店との利害対立を前提とした「共存」が前面に出され、メーカーや消費者の立場が十分考慮されていないように見えた。日本でも、消費者の利益が曲がりなりにも謳われたのは、大店法における「消費者利益に配慮しつつ」という文言からであり、当時の状況と韓国のそれとは大きく変わらない。

その後佐藤 (1971) も参加し、日本の流通のあるべき姿と方向について活発な議論が展開されることになった。いわゆる流通革命をめぐる議論がそれである。

「流通革命」という流行語を生み出した張本人とも言える田島は、流通革命の意味として「流通機構の革新」を挙げ、次のように述べている。すなわち、当時の日本の流通機構は小売店も問屋も零細・過多であり、それゆえ問屋が多段階となり、全体として非近代的という構造的問題を抱えている。それゆえ「大量生産と大量消費をつなぐパイプ」としての流通の革新が求められる。その方向としては、詰まったパイプを掃除し、商品の通りを良くする生産性の向上、流通経路の短縮化、流通経路の複数化、問屋の専売化 (販社化) である (田島、1962、32-34頁)。小売店の零細・過多という問題は、スーパーマーケットの登場によって解決され、同時に零細な問屋も淘汰されることになる (同上、33-34頁) という。

こうした田島の流通革命論は、日本の「細くて長い流通」から欧米型の「太くて短い流通」へ転換すべきという、まさにわかり易いキャッチコピーとして理解され、普及していくことになる²⁾。しかし、後に林は流通革命論が「スーパーマーケットが日本で伸びるか、伸びないか」とか、「問屋はなくなるか、なくなるか」というような点に議論が集中したが、自分の真意は「政策の基礎となるべき流通ないし流通経済の意義」を提示することが目的であった (林、1964、25頁) と述べている。そして初期の議論は別にして、林の流通革命論がその後の日本の流通政策、とくに流通近代化の下での商業近代化、そして流通システム化に対して多大な影響を与えたことは間違いない。

もちろん、流通革命論は単に近代的大型店と伝統的な中小卸・小売店との問題だけではない。日本では資本の自由化が迫る中で、国内の大型店の育成は政策的には焦眉の急であった³⁾、同時に物価騰貴が深刻化する中で大型店の安売りは消費者の支持を得る一方、メーカーによる「乱売」問題を生み出し、その抑制のために系列化などの流通支配が強化されていく。そういう意味では、近代的大型店と中小小売店、さらには消費者やメーカーといった流通のステークホルダーをどのようなロジックで調整し、どのような施策を講じるかは、日本の政府にとってだけでなく、やがて日本と同じ問題に直面するであろう多くの新興国にとっても、重要な問題である。流通革命論をめぐる日本の議論と教訓は大いに参考になるに違いない。

本稿の目的は、以上のような問題意識から、あらためて流通革命論の政策的、学説史的含意を検討することにある。

2) とはいえ、流通革命の概念は論者によって多義的に解釈された。時代を追うごとにどのように問題が展開していったかについての興味深い指摘は、戸田 (2015) を参照。とくに矢作の位置づけが興味深い。ここでは流通革命論の学説史的全体像を明らかにしようという意図はない。

3) 問題を所管した当時の通産省は物価の騰貴を抑え、また資本の自由化に備えるために、スーパーを百貨店の対象としない「疑似百貨店」として扱い、その成長をむしろ促進したという経緯がある。しかし、両者の対立がいつそう激化したため、1973年について百貨店とスーパーを同等に大型店として位置づけ、その出店を規制する「大店法」が制定されたことは、周知のことである。

2. 流通革命論の内実

前述した流通革命論に先立って、田島義博・林周二著『乱売とこれからの経営』（日本能率協会）が出版されている。1962年には米国のセーフウェイの日本進出が話題になっており、差し迫った資本自由化の中で日本の流通が抱えていた問題について共通認識を持っていたと言える。しかし、後述するように、田島は「乱売」対策といったミクロ的の実務的問題解決を志向していたように見えるのに対し、林の場合には流通機構全体の効率化や方向を対象とするマクロ理論への志向が強かったと言える。

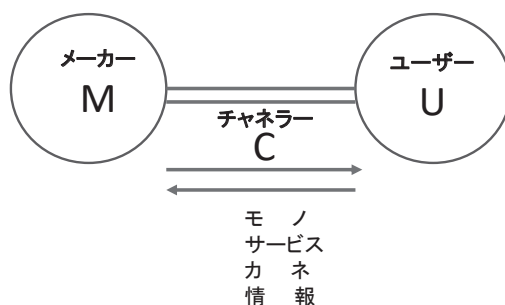
実際、林は後に『流通革命』というキーワードは、殆ど常に『商業革命』や『販売革命』という概念と混同して使用されるのが普通であった」（林、1964、25頁）として、あらためて「政策の基礎となるべき流通ないし流通経済の意義」（26頁）を明らかにすることが重要であると指摘している。このことから、両者の志向の違いは明らかであろう。

2-1 システムとしての「経路」認識

なぜ混同されたかは、一つには「流通革命」が小売業や卸売業といった商業の革命であり、販売面での革命と考えられたからであるが、林の流通の概念がやや特異であったことにも一因があった。図-1に示されるように、メーカー（M）からユーザー（U）との中間に位置し、モノ、サービス、カネ、情報を媒介するのが経路であり、その機能を遂行する者がすべてチャネラーと呼ばれる（林、1962、73頁）。経路という用語は、当時「なじもみがなく、判事難い表見」であると、林自身が指摘しているが、その理由の一つは、チャネラーに商品を販売する商業者だけでなく、商品の輸送、保管を担当する物流業、サービス業、金融業、そし広告などを通じて情報を伝達する広告代理店なども含まれていることであろう。

では、なぜ経路に販売以外の機能を含めなければならないのか。それは、林が当時の日本の流通問題をどのように認識していたかに拠る。林は戦後海外から革新的技術を導入しつつ、大量生産体制を確立して、生産性を高めたにもかかわらず、伝統的な「細くて長い流通」がボトルネックとなって、生産における生産性向上の成果が消費者に還元されない。要するに「生産体制と経路体制との跛行性」（同上、191頁）こそが問題だと認識した。それゆえ、

図-1 経路の機能



出所：林（1962）70頁。

大量生産と大量消費を媒介する経路の革命が求められたのである。

物流など「公共部門の遅れといい、流通部門の遅れといい、これらはいずれも経路部門の遅れに他ならないといえる。日本経済のボトルネックは、じつに生産的的局面…に対する経路的遅れにあると言っても過言ではな」(同上、56-57頁)く、経路部門を構成するすべての機能の改革が求められるのである。一方で、商業者の機能として販売、金融、運輸・保管、サービスなどが未分化のまま営まれている状況は、むしろ非効率であるとして批判される。後述するように、台頭するスーパーが販売機能に純化していることがむしろ評価される。それぞれの機能が商業、物流業、情報業といった専門化した事業者によって担われながらも、各機能をいかに有機的に結びつけるかが課題となるのである。すなわち、林は『経路革命』という新しい言葉によって、取引流通と物的流通とを情報流通を媒介にしながら有機的に結びつける機能を重視しようとした(林、同上、65頁)のであり、その理論裏付けが生産-経路-消費を一つのシステムとして認識することだったと言える。

こうしたシステム化の事例として、林は流通革命が情報革命を伴う必要があり、そのためのコンピュータ革命が前提になる流通の「未来図」を次のように描いている。単品ごとに(バー)コードが付され、いわゆるPOSレジの導入によってレジ系の計算が不要となるだけでなく、店舗での商品別売上がリアルタイムで把握されるとともに、チェーン本部では全店の売上が集約され、共同仕入れに活かされる。また店頭の売上情報がチェーンの共同倉庫に伝えられ、コードに基づいて各店舗別にピッキングされ、交通の輻輳しない夜間に配送されるなど、情報革命によって物流の効率化が実現される(同上、147-151頁)というわけである。当時としては夢物語と思われたに違いないが、まさにその夢は1980年代のコンビニの情報・物流システムとして日本でも実現されたのである。その意味でも、林の流通裡革命論は流通近代化、その延長線上に位置付けられる1970年代以降の「流通システム化」に多大の影響を与えたと推測される⁴⁾。

またこうしたシステム認識の立場に立つと、当時林の流通革命が問屋無用論として流布されたが、「細くて長い流通」の象徴となった問屋は排除されるべきであるという理解は、必ずしも正しくはなかったのではなかろうか。というも、林が決してすべての一般の卸売業が無用になると主張したわけではないと考えられるからである。すなわち、あらゆるシステムは「機能」と「形態」をもつが、形態は残っていても、機能がなくなったものとして、盲腸が例に挙げられている(同上、62頁)。同じ意味で、卸売業もかつては機能を果たしていたが、現在は求められる機能を果たしていない部分もある、それゆえ排除されるべきであるが、新しい環境に合わせて機能を展開すれば、無用とはならない、というのが、林の真意だからである。林が問屋の眠り口銭を厳しく批判したことも頷ける。

流通革命論が意図したのは、制度論ではなく、「ヨリ基本的に現時点が流通機能の転換期

4) 通商産業省企業局編(1971)『流通システム化基本方針』の刊行にあたっての文書の中で、「流通近代を真に実効あらしめるためには、生産から消費に至る全流通過程を一つのシステムとしてとらえ、その全体的、総合的な効率化を図ること、すなわち、流通活動のシステム化を図ることが必要である」と、宣言されている。とくに「流通部門の情報機能の強化、流通機能の高度化が要請されている」(32頁)として、受発注システム、チェーンエベレーション、在庫管理などの具体的方策が提言されている。流通システム化委員として、中内功と学識委員として林が参加していたことから、その影響力が窺える。

にある」こと、したがって「流通革命の制度面での予言書というよりは、機能面の先導書としての評価づけを優先的に受けてよいと思う」（林、1964、203-204頁）という林自身の言明は、以上のように理解されるべきであろう。

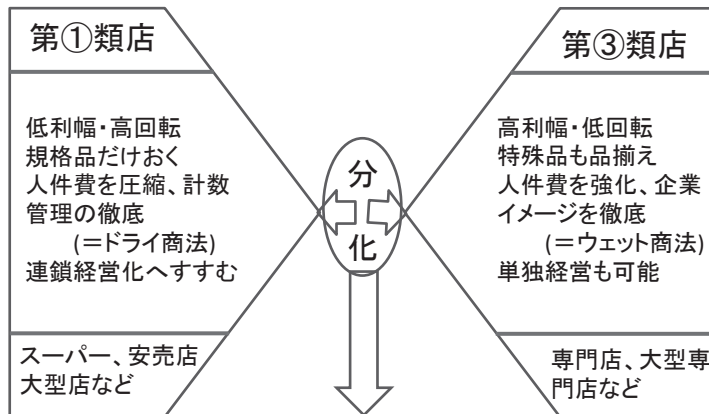
2-2 小売業の未来

くり返し指摘するように、流通革命は生産に対応する消費の変化を前提とする。大量生産に伴う消費の平準化、規格化である（林、1962、123頁）。こうした変化が大衆市場の成立の条件となっており、標準化された商品の大量生産を可能にする生産革命と消費革命とが、両者をつなぐ流通革命によって進展していくことになるのである。

こうした状況の中で、林は、今後の小売業が大きく四つの形態に収斂するという。スーパー、零細小売店、専門店、百貨店がそれである。林の議論は、大型店の台頭によって零細小売店が駆逐されるという点だけでなく、その背後に消費市場の変化、消費革命が進行していること、中でも消費者ニーズが両極化するだろという認識に特徴がある。すなわち、経路革命の前提として、中間層の台頭に対応しながら、ミドルを中心に消費者ニーズが両極化し、それに対応して最低限の流通経路としての機能を果たすスーパー、ディスカウントと専門店という二極化である。

図-2によれば、消費者ニーズの二極化に対応して、①と③の経路が生まれるとともに、その間に滞留する零細小売店がどちらかに吸収されていくものの、しばらく存続し続けるというのが、林の予測である。林の論理で重要なことは、消費革命を促す大量生産体制は、従来の製造工程数を削減すること（日本の製品における価格差は、材料費の違いであり、製造方法の違いではないとして批判）により、高騰する人件費を削減し、生産コストを削減することに成功している。これに対応して製品の流通においても、極力サービスの要素を切

図-2 分化する末端経路（=小売商）



沈殿する零細小売店舗(第①類店)

出所：林（1962）133頁を基に、筆者作成。

り詰め、薄利・高回転によって大量に製品を販売する経路が必要になるということである。生産と流通が相俟って、「必要最低限度の供給体制」が実現されるという主張であり、“生産革命”、“消費”革命に対応する、“流通革命”という、前述したシステム認識が、ここにも反映されていると言える。

そうした状況で、130万軒の中小小売店の大半が取扱い品を多角化した「大売店」にとって代わられると予測される。予測に当たっては、米国でスーパーが登場した1920年代以降の流通の劇的変化を根拠としつつ、日本でも米国流の大型店が発展するというわけである。流通革命論では、中小小売店はどのくらい残るのかという問題が、重要な論点となったが、林にしても、田島にしても、中小小売店の淘汰はやむを得ないものとして、それは救済されるとしても社会福祉の問題であるとする（林、1962、92頁、田島、1962、133頁⁵⁾）。

林にとっては流通革命の目的が「流通生産性の向上」であるとすれば、その担い手はスーパーとなる。その理由は、大量生産に対応して、経路の機能に純化して、つまりサービスの要素をなくし、それゆえに人件費を削ることで、必要最低限度の供給体制を確立できるからであり、低利幅・高回転で規格品を大量に販売できるという特徴にある。まさに、「大売店」であるが、これは伝統的な取扱い商品を絞り込んだ業種店に対し、取扱い商品を多角化し、それゆえに一店舗の売上が大きくなった小売店であり、かつ大規模化した店舗によってコストの節約が可能になるからである。必ずしも「連鎖経営」が必須の条件となっているわけではない点が、次に検討する佐藤との違いである。

3. 佐藤の「流通革命論」批判

大量生産体制が確立する一方、その受け皿としての大衆消費社会が生まれたにもかかわらず、両者をつなぐ流通が「遅れて」いるために、流通の近代化が求められたというロジックは、林・田島と佐藤との間で基本的な認識の違いはない。しかも、資本の自由化という状況の中で、日本の小売商業が果たして外資に対抗できるのかという問題意識を共有していたように思われる。しかし、誰が流通革命を担っていくのか、またどのような方法で進めるべきかという点では、決定的な違いが見られる。以下、詳しく検討することにしよう。

3-1 流通革命の主体

佐藤によれば、林・田島の流通革命論は、製造業が流通系列化、問屋の排除などの方法によって太くて短い生産＝流通システムを築き上げるとしても、それは製造業者による流通支配の強化に役立つとしても、流通機構の近代化や合理化に役立つかは疑わしく、むしろ悪化させる。真の流通革命が行われるためには、小売業自体が近代的で合理的な、経営的で産

5) 林、田島の流通革命論は、流通近代化の中での中小小売店の商業振興については特に言及していない。商業振興は、1962年の中小企業基本法に基づく小売商業店舗等共同化事業や商店街近代化事業によって押し進められた。そういう意味では流通革命論の流通近代化政策という大枠の中で大型店と中小小売店との利害調整が政策として推進されたと言えよう。流通近代化の下での日本の流通政策の二本柱である調整政策と振興政策の変遷については、石原（2011）を参照。

業的な近代小売産業にまで成長することが何よりも必要だからである。つまり、佐藤にとっては、流通革命の中心には「流通産業」革命がなければならないということになる。（佐藤、1974、26、263頁）

「流通産業」革命というのは、聞きなれない言葉であるが、佐藤によれば資本主義がイギリスの産業革命によって始まったように、それに匹敵する流通分野での革命が「流通産業革命」と位置付けられる。それは、流通の産業化が最も典型的に行われた米国において小売商業が発展するためには産業的基盤としてチェーン経営が確立され、それを基盤として多様な小売業態が発展したという歴史法則から導き出された認識と言ってもよい。そして典型としての米国を“標準”として比較することで、日本の小売業の構造的特質や問題を浮き彫りにし、その改革の方向をも指し示したのが、佐藤の研究の方法論であり、ロジックだったように思われる。

田島・林の流通革命論に対して、佐藤は「言葉の正しい意味での流通革命は、小売業によって担われなければならない」（同上、35頁）という。それは、どのような意味なのか。田島・林も佐藤も、大量生産に対応した流通の側での「低価格と大量販売を実現する」形態が重要視されていることは間違いなくとも、それを実現する方法についての認識が異なっているのである。佐藤においては、チェーン組織こそが流通革命の産業的基盤であり、林が目にした人件費を削るセルフサービスや集中レジは単なる商業技術の革命でしかない（同上、37頁）からである。

では、なぜチェーン組織が重要なのか。それは、小売業が小規模分散性という固有の特質を克服して大規模化するには、チェーンストアという経営組織を確立する必要があるからである。チェーンストア経営は、小売業が低価格による大量販売を行うためには低コスト経営が必要になるが、そのためには仕入れと販売を分離し、本部による中央集権的一括仕入れを行うチェーンストア経営が求められからというわけである。

米国の小売業の歴史的発展過程をよく知っていた林や田島も、チェーンストアや独立小売商によるボランティアチェーンに言及しているものの、どちらかと言えば、零細・過大な小売店の原因となっている業種店の問題に着目したせいも、力点は業種・専門店に対する総合店であり、消費者に対して提供されるワンストップ・ショッピングの利便性にあったように思われる。

3-2 拮抗力としての小売業

佐藤が流通革命の担い手として小売業にこだわるもう一つの理由は、メーカーとの関係である。大量販売力を背景に、大量集中仕入れを計画仕入れにまで高め、小売業が自らが商品を企画、品質・数量を決定し、中小メーカーに生産を依頼するPB開発へ進むことになる。PB開発こそが最も重要な流通機構の近代化、合理化であって、これに比べれば問屋の中抜きによる中間マージンの排除などはその副産物に過ぎないとまで言い切る（佐藤、1971、78頁）。

田島・林はメーカーの大量販売の受け皿として大量販売を実現するスーパーの発展を擁護したとしても、スーパーがやがてメーカーと流通支配をめぐって対立するようになることは想定していなかったように思われる。もちろん、くり返し指摘するように、林の場合、流通

革命は流通機構全体の近代化であり、とくに遅れた経路局面での取引流通だけでなく、物的流通ならびに情報流通といった流通インフラの近代化とそれらの有機的な関係こそが、大きな課題であったのである。林の流通革命論が流通機構全体、マクロ的視点と言われるのも、こうした問題意識のためであり、林にしてみれば、スーパーは全体システムの中の一つでしかなく、スーパーが成長するかどうかは、それほど重要な問題ではなかったと言えるかもしれない。

一方、佐藤は流通革命を寡占メーカーの流通支配に対する拮抗力として位置付けている(佐藤、1971、87頁)。拮抗力はガルブレイスが提唱した寡占体制への「拮抗力」として、競争が健全に作用するための条件とも言えようが、日本でも、当時メーカーから価格決定権の奪取をスローガンに掲げて、成長したダイエーの中内氏の言動に象徴されたとと言える⁶⁾。ちなみに、1964年(昭和39年)、松下電器産業は自社のテレビを20%引きで安売りしたダイエーに対し、商品出荷停止を行った。その措置に対抗したダイエーは、1970年(昭和45年)にクラウンと共同開発したのPB「BUBU」13型カラーテレビを発売した。メーカーの価格の約半値の59,800円で売り出し、消費者の圧倒的な支持を得て(中内、2000、77頁)、当時としてはメーカー主導の体制に一矢を報いたと言える。こうした時代背景の下で、佐藤の問題意識が醸成されたことは間違いなからう。

とすれば、流通革命の問題も時間の経過とともに、微妙に変化していると言える。1960年代の、いわゆる戦後の流通の混乱期において発生した「乱売」問題に焦点を当てるか、それともその問題が収束し、やがてNB商品の価格の引下げ、またそれを実現するためのPBの開発を積極的に進めたダイエーがメーカーの価格政策と対立し、両者の対抗が先鋭化していく70年代とでは自ずと問題の性格が異なってくると考えられるからである。

林・田島の議論が、高度成長期において確立された大量生産体制と大量消費を背景として遅れた流通がまさにボトルネックとなっているという問題認識であったのに対し、佐藤は70年代において高度成長期が終焉を迎え、むしろ寡占体制による独占価格が問題になりつつあった時代を背景として流通革命論を論じたと言える。つまり、同じ「流通支配」を問題にしても、前者では「乱売」を抑制するために未整備の流通に介入するというニュアンスが強いのにに対し、後者では寡占的メーカーによる管理価格を抑制し、拮抗する生産・流通システムを構築する主体としてチェーン小売業が位置づけられるのである。チェーン組織によって小売業の小規模分散性を克服しながら大量販売を実現する一方、仕入れと販売の分離によるオペレーションの合理化によって恒常的な低価格を実現するチェーン経営は、やがて中小メーカーの垂直的統合によるPB開発にも着手することで、生産に対する受動的な立場から能動的な影響を与えることが可能になるのである。佐藤のいう「流通産業革命」と言われる根拠の一つがここにある。

6) 林は、『流通革命』1977年の増補版の時点で「拮抗力」に言及しているが、その手段としての有効性は認めつつも、当面の実現可能性については規模の違いから懐疑的である(224、239頁)。

4. 学説史としての位置づけ

4-1 流通革命論における「流通支配」の意味

くり返し指摘するように、流通革命論の一つの重要な課題が、製造業による流通系列化、問屋の排除を通じて「流通支配」を強化することであった。しかし、同じ「流通支配」と言っても、その意味するところは、田島、林の間でさえ異なっているように見える。例えば、家電産業における系列化について、林は次のように指摘している。

「現状では、各産業も、そして新興産業ほど、現在の流通機構ないし販売体制をもってしては、生産面の飛躍的な生産性向上の成果をさばききれなくなっている事実が現にある。資力的にも組織的にも弱体な経路機構が乱立している結果、このような経路機構を維持し、強化し拡大してゆくために、生産者であるメーカーは、外部投資としてのディーラー・ヘルプスの重荷を感じている昨今である。すなわち、産業資本としてのメーカーは、…、過去においては商品を単純に製造することだけを自己の使命と考え、経路についてはこれを一切商業資本である問屋や小売店に一任していた。しかし商業資本が弱体化・無機能化した今日、メーカーはこのような行き方に頼っていることができなくなった」（林、1962、191-192頁）という。

林の主張は、飛躍的に増大した生産能力に対して流通が対応できていないという認識であり、先に検討した流通革命論のそれと全く同じである。ただし、ディーラー・ヘルプスが求められる理由としては、「戦前からラジオやアイロン、乾電池などを細々と取扱う独立小売店群が存在していた。だが彼らの弱い資金力や販売力に頼っていたのでは、各家庭電器大メーカーは、電化ブームを形成する近代商品（テレビ、冷蔵庫など）を市場裡へ強力に推し出すことはできない。大メーカーとしての販売店育成の必要性が生じた」（同上、192-193頁）と指摘しており、家電産業の特殊性が加味されている。すなわち、既存の小売店では新製品の販売に技術的にも対応できず、それゆえメーカーによる販売店支援、育成が求められるというのが、系列化の必要性についての説明である。

一方、田島の場合には、同じような認識を共有しながらも、系列化による「乱売」の防止という意図がより鮮明である。田島は、生産は近代化され、大量生産が可能となったが、これを既存の「細くて長い」流通機構に流し込めば、溢れかえってしまう。つまり、機能不全を起こすのは当然であるという。そして「問屋へ製品を押し込んでしまえば、メーカーの営業活動は終わり、といった従来態度が、乱売の遠因をなしている（田島、1962、101頁）とも言う。生産に対応できない既存の問屋・中小小売店の無機能化を指摘する一方で、販売をこれらの商業者に任せていたことが乱売の元凶であるというわけである。

というのも、乱売の直接の原因は、メーカーが問屋としか接触せず、問屋以降の流通に一切関与しないこと、メーカーが問屋に支払うリベートがからくりであるという。問屋はリベート欲しさに、販売可能な数量以上を問屋が引き受けることになり、余剰分を結局横流しすることになるからであり、リベートが乱売の温床である。一方で、「メーカーの営業部員は大量生産の圧力のために、大量の製品を問屋におしつける。問屋も大量販売の実績をつくりたいし、リベートはほしいというわけで、実力以上に引き受けた品物を現金問屋に横流しする」。それが回りまわって、乱売店の店頭に並ぶというわけである（同上、96-97頁）。

やや引用が長くなったが、直上の田島の指摘は、当時の乱売の原因をどう認識するかという問題について興味深い証言と言える。1960年代は、旺盛な需要に支えられて日本経済が高度成長を達成した時期であるが、この時期でも潜在的過剰生産の圧力が働き、そのことが乱売の原因であるという見方（石原・矢作、2004、240頁）もある。田島はこの点を認めつつも、むしろメーカーの「売り放し」というチャネル政策の不備に乱売の直接的原因を求める点に特徴があると言える。そのため、乱売をなくす処方箋も、(1) 問屋を販社化（共同出資により、特定のメーカーの商品を扱う）するか、(2) 直接小売店と取引をするか、(3) 従来通り、問屋を通して商品を販売するとしても、物流はメーカーが行うなど、要するに「流通は最終段階まで支配せよ」という施策提言になるのである。

4-2 商業経済論パラダイムにおける「チャネル」問題

先にも触れたように、1960年代に乱売問題に揺れた家電業界でも中頃より「流通支配」の強化によって問題は収束していくことになるが、この間における大量生産体制を整えた寡占的製造企業と商業者との「流通支配をめぐる葛藤」を理論化しようとしたのが、森下や風呂等に代表される商業経済論パラダイムと呼ばれる学派である⁷⁾。森下も、大量生産と大衆消費を媒介する流通流通近代化という方向については、田島や林と大きな認識の違いはあるわけではない⁸⁾。しかし、メーカーの系列化などの政策について真っ向から批判することになる。それは後述するように、森下が系列化を「独占資本による直接無媒介の運動」＝配給過程」と定義したからである（森下、1960、230頁）。風呂も、製造企業が従来の「商人への販売」から「商人を通しての販売」へ転換し、自ら「販売問題」の解決を迫られた現実を米国の19世紀から20世紀初頭にかけてのマーケティングの胎動・成立期に重ねて位置づけ（風呂、1968、5-6頁）、系列化を「流通支配をめぐる商業とマーケティングとの相克」としてチャネル問題の核心と認識した。一見、現状認識については前述した田島と共通性が見られると言っても良いが、その理論的概念化とその政策的含意は全く異なっていた。

森下や風呂は、マルクス経済学における現代＝「独占段階」という現実認識の下、それに先立つ自由競争段階との対比の中で、商業資本の変容の解明を研究目的とした。すなわち、資本主義の自由競争段階では商業資本が介在する流通が一般的であるのに対し、独占段階では独占資本による商業資本の排除による直接無媒介の運動＝「配給」が支配的になる。なぜそうなるのか。その理由は、自由競争段階では商業は多数の産業資本の売買を集中し、社会化することで流通費用・資本を節約することができ、存立根拠を有していた。ところが、独占段階になると市場問題が激化し、自己商品の価値実現が重要になる。そのため、独占資本は商業による「売買の集中・社会化」が自らの個別的価値実現という目的と対立するため、商業を否定、排除するようになるのである。

7) 商業経済論パラダイムの学説史的な位置づけについては、加藤（2014）を参照。

8) 森下は流通革命論が独占段階の歴史認識を欠いていると批判するが、流通の近代化の必要性については、それほど大きな認識の違いはない。詳しくは、森下（2005）に抄録された当時の論文を参照。

田島や林は、大量生産に対応して遅れた流通の近代化を推し進めるために系列化が必要であると主張したのに対し、森下や風呂にあっては、商業は「売買の集中・社会化」によって流通費用を節約できるにもかかわらず、むしろそのために否定・排除されなければならないと主張したのである。では、なぜ系列化がメーカーによって推し進められたのか。それは寡占的製企業が增大する費用を他者に転嫁するか、それを償って余りある利潤を獲得できるからに他ならない。寡占的製造企業は共倒れになる価格競争を避け、独占価格を維持しながらも、市場の維持・拡大を図る必要があり、系列化は非価格競争を展開する手段として求められるのである（森下、1960）。また風呂の場合には、独立した商業者を自社の販売組織として系列化したとしても、それは市場関係の中に「代理関係」を組み込もうとするものであり、その関係は本来的に不安定性を免れず、活動を管理するためにはコストがかかると認識したのである（風呂、1968）。

もっとも、森下や風呂が、田島が批判した日本の流通機構の「零細・過多・多段階性」という前近代的性格を残していることを無視していたわけではない。森下の場合は社会的流通費用を膨張させる「小商人」の問題（森下、1960、280頁）として捉えていたが、独占段階の流通問題とされたのは、なお存立根拠をもつ商業資本がなぜ「排除」されなければならないかという問題であった。そして系列化が流通の合理化どころか、流通費用、競争費用、さらには独立した系列店を管理するための取引費用の増大に結果することが問題視されたのである。

一方で、流通革命論では流通の近代化が目的とされていたが、林が系列化を費用合理的であると考えていたかどうかは不明である。というのも、「流通コストの問題は、少なくとも社会的視野に立って考えるべきである」（林、1962、143頁）という林にとって、業種店から取扱商品を経営化した「大売店」への転換を強く主張しており、そうした論法からすると、系列化によって特定のメーカーの製品しか扱わない専売店は、むしろ効率性を阻害すると考えられるからである。実際、メーカーはディーラーヘルプ活動や系列化作業に力を注いでいるが、いずれはスーパーなどの大量流通を可能にするチャンネルに依存せざるを得ない（同上、153頁）ことを示唆する指摘も見受けられるのである。いずれにしても、系列化がメーカーという個別企業にとって利潤獲得の手段としては正当化されるとしても、社会全体の流通コストという観点から果たして合理的なのかどうか、より詳細に検討されるべき問題であったと言えよう。

4-3 流通論の射程

上述した問題は、実は流通の射程をどこに置くかという問題と密接に関連する。というのも、林が「経路」という新しい概念によって商流、物流、情報流を有機的に関連付けるシステム認識を提唱したことは先に確認したが、そうすると流通システム化がどのように流通の合理化に結び付くかを明らかにすることが、次に問われる問題になるからである。

林の経路革命論はそれを突き詰めていくと、流通は「人間とその社会を取り巻くあらゆる種類の生産物（products）の、社会的な・また実物的な流れ」という定義（林、1962、210頁）に辿りつく内容を含んでいたが、当時、この考え方を間接的に批判したのが森下（1960）であった。森下が現代＝独占段階の流通過程を「配給」と定義したことは先に指摘したが、

この配給概念をめぐって、森下は配給＝流通＝商業を「財貨の社会的移転」と定義する古典的配給論に対して厳しい批判を行っていた。その理由は、「財貨の社会的移転」といった超歴史的規定性は独占段階の流通の歴史的特殊性を完全に洗い流してしまう議論だと考えたからである。

森下にしてみれば、流通過程は使用価値的側面と価値的側面の二面性をもつが、「財貨の社会的移転」は使用価値的側面しか見ていない議論である。資本主義社会は利潤獲得を目的として、つまり価値的側面を原動力として展開されており、「財貨の社会的移転」はその結果に過ぎない。さらに独占段階では販売問題が激化し、自らその問題の解決を迫られた独占資本は、流通費用を社会的に節約しようとする商業を、自らの個別的価値実現と対立するために、否定、排除しなければならないという歴史認識が何よりも重要視されたのである。

当時、林が森下の議論をどの程度意識していたかは不明であるが、問屋・小売の販売＝商取引のみを対象としていた既存商業論学者を批判しながら、そこでは対象外とされていた運輸・保管機能といった物流、情報流を包摂する「経路」という新しい概念を提唱した林の「流通」論の体系がかなり挑戦的であったことは、容易に想像される。もちろん、森下が運輸・保管を流通から除外したのは、それ相応の理由がある。それは、マルクス経済学においては運輸・保管が「流通過程に延長された生産過程」と認識されていたからであり、学問体系としては異なる活動として分析されなければならなかったからである。

しかしながら、コンビニに代表されるように、商流、物流、情報流が有機的に関連しながら一つのシステムとして展開される現代では、その本質認識は別にして、研究者がシステム全体を分析対象とした流通論を構築したいという誘惑に駆られることも確かである。例えば、「生産と消費との間の懸隔」を架橋することを流通課業（機能）と捉え、その機能に含まれる物流や情報流が商品の価値実現にとって戦略的に重要な役割を果たすようになった現状を分析する枠組みを構築しようとした田村の試みは先駆的であった。そのことによって、それぞれの機能が、需給の整合にどう結び付き、価値的側面での価値実現競争にどう関連するかを理論的に分析する（鈴木・田村、1980）ことが可能となったからである。その意味では、商流、物流、情報流の有機的連携の重要性をいち早く提唱し、流通論の射程を広げた林の「経路」概念は、今日的には大いに評価されるべきであろう。

こうして流通論の射程を拡大したことに伴い、流通のシステム化が果たして社会全体としての費用の合理化につながるかどうかという、前述した問題を議論することができるようになる。くり返し指摘するように、林の提唱した経路革命がコンビニに代表される商流、物流、情報流の有機的連携による効率的システムの構築につながったことは、間違いなからう。その結果、システム全体としてどのような効率化が果たされたのかが検討されるべきであるが、コンビニのシステムとしての最大の貢献は、従来の見込み生産＝投機型から延期型の生産・流通システムへの転換を可能にすることで、情報の共有による在庫の削減を可能にしたことであろう。このことは、単に在庫の圧縮にとどまらず、店頭で売れた商品をPOSによって単品ごとにリアルタイムに把握し、それを物流センター、メーカーと情報共有しながら、迅速に補充生産し、納品する延期型生産・流通システムへ転換することにより、無駄な商品を生産しないという意味での生産コストを含む、社会全体のコストの削減を可能にした。その結果、見込み生産によって過剰生産圧力が潜在的に働いていた投機型生産・流通シ

システムにおける「乱売」問題から、メーカーも商業者もある程度解放されることになる。見込み生産体制では、その事後的調整が商業に期待されたのに対し、延期型の事前的需給調整が進んでいくと、商業が果たす役割にも大きな変化が引き起こされるのである。とはいえ、生産・流通システムは完全には受注型へ転換することはできないとすれば、依然として商業が介在する需給調整も一定の役割を果たすものと考えられよう（加藤、2006）。現実に合わせて、流通論の射程を広げていくことは、コストの問題を議論する上でも、生産・流通システム全体を対象としなければならないことを示唆している。

5. 終わりに

以上では、流通革命をめぐる田島・林、佐藤の議論を紹介しながら、各論者が当時の日本の流通問題をどのように捉え、またどのような改革の方向を示そうとしたかを確認した。流通革命をめぐる議論の結果、林自身が指摘したように「日本の流通機構は大変遅れた旧くさいものであって“合理化”“近代化”することが、流通を革新する方向である」（林、1962、234頁）という共通の基本認識が得られるようになったことは間違いない。そして、日本では流通機構の近代化、システム化という政策目標の中で、遅れた商業の近代化が図られた。時によって商業の保護に振れたり、逆に効率化に振れたりしつつも、この基本認識は研究者のみならず、流通政策としても定着してきたといえる。ただし、流通革命論は、これまで日本の流通政策の端緒として議論されることが多かったが、本稿では、その基礎となる流通理論という観点から議論を整理した結果、当時の流通問題が何であったのかが浮き彫りになったと言える。

すなわち、流通革命論は、大量生産体制に伴って大衆消費市場が生成されるが、両者をつなぐ流通が遅れているためその改革が求められるという認識は、「共有」されていたと言えよう。だが、そこから先は、論者によって微妙にスタンスが異なっていたのである。大雑把に言えば、物価騰貴や乱売といった流通問題が引き起こされており、これらの問題を国としてどのように解決していくかという政策提言に向かうか、それとも流通問題に直面したメーカーに対する処方箋を提示するか、はたまた流通の中から生み出され、大量販売を担っていく近代的小売業を理論的に分析し、単なる流通革命というよりも、流通産業革命を担いうる産業基盤を持つチェーン小売業にエールを送るか、というスタンスである。これらは、いずれも1960年代から70年代の日本の生々しい流通問題を目の当たりにして生み出された理論だったと言える。

他方、現実とは少し距離を置きながら、同時代の流通問題を理論的に分析しようとした商業経済論パラダイムが生まれ、流通の本質認識とチャネル問題をめぐる議論が活発に展開された。そこでは、商業による「売買の集中・社会化」を鍵概念として、独占段階ではなぜ、その社会性が否定されなければならないのか、またそれに関連して社会全体の流通の効率性に結び付くのかどうかという問題が議論されることになった。この点に関連して、林の流通革命論において提示された「経路」概念に基づいた流通機構の合理化については、再検討する必要があることが確認された。林が描いた「経路革命」は、コンビニの情報・物流システ

ムの中に実現されていると考えることができ、その意味で、林の流通革命論は実現されたと言えよう⁹⁾。

いずれにしても、日本の流通革命は現代の流通問題を分析する上での、いわば「原点」である。流通の近代化という方向の下で、政策が孕むであろう、流通のステークホルダーの利害対立とその調整のロジックと方法について研究する場合、格好の素材を提供してくれる。過去の出来事というよりも、流通革命をめぐる議論は日本流通問題のみならず、経済発展に伴って不可避免的に発生する流通問題に直面する新興国にとっても、考える上での宝庫であり、現代の問題を分析する際にも、常に立ち返るべき、原点と言えるのではなからうか。

参考文献

- 石原武政 (2011) 『通商産業政策史1980-2000〈4〉 商務流通政策』 経済産業調査会。
- 石原武政・矢作敏行 (2004) 『日本の流通百年』 有斐閣。
- 加藤司 (1998) 「日本の小売業態の分析枠組み」 『経営研究』 第49巻第2号。
- 加藤司 (2006) 『日本の流通システムの動態』 千倉書房。260頁。(2014) 「森下二次也一汲めども尽きぬ理論的問題の宝庫—」 マーケティング研究会編『マーケティング学説史「日本編」』 同文館。
- 佐藤肇 (1971) 『流通産業革命』 有斐閣。(1974) 『日本の流通機構』 有斐閣。
- 鈴木安昭・田村正紀 (1980) 『商業論』 有斐閣。
- 田島義博 (1962) 『日本の流通革命』 マネジメント新書16、社団法人日本能率協会。
- 崔相鐵・柳到亨 (2014) 「韓国における流通政策の展開と伝統的商業集積の問題性」 『流通研究』 (日本商業学会) Vol.17 No.2。
- 通商産業省企業局編 (1971) 『流通システム化基本方針』 大蔵省印刷局。
- 戸田裕美子 (2015) 「流通革命論の再解釈」 マーケティング・ジャーナル、Vol.35, No.1
- 中内功 (2000) 『流通革命は、終わらない』 日本経済新聞社。
- 林周二 (1962) 『流通革命—製品・経路および消費者—』 中央公論社、増訂版、1977。(1964) 『流通革命新論』 中央公論社。
- 風呂勉 (1968) 『マーケティング・チャネル行動論』 千倉書房。
- 森下二次也 (1960) 『現代商業経済論: 序説 = 商業資本の基礎理論 [改訂版]』 有斐閣。
—— (1995) 『流通組織の動態』 千倉書房。
- 矢作敏行 (1994) 『コンビニエンス・ストア・システムの革新性』 日本経済新聞社。

9) 矢作が注目した流通革命の主体としてのコンビニは、奇しくも林が描いた未来の流通の実現だったと言える。林と矢作の違いは、流通システム化は共通であったが、矢作が佐藤の議論の延長線上にチェーンを基盤としたPB開発を位置付、組織体制に注目した点にある。