

[書 評]

坂本秀夫著『日本中小商業問題の解析』
同友館、2004年、406頁、定価（本体3200円＋税）

鷺 尾 紀 吉

〈目 次〉 中小商業問題の基本的視座
本書の構成
課題と展望

中小商業問題の基本的視座

商店街を歩くと、閉店した店あるいは売り店舗をよく目にする。あの老舗の店までも閉店に追い込まれたのかと驚くとともに、残念な気持ちにかられる。このような思いを抱くのは、評者一人だけではあるまい。まさに中小商店・中小小売業は受難な時代、いや絶滅の危機の時代に直面しているといってもよいだろう。

こうした状況に対し、一方では競争に負けたのだからやむを得ないのではないか、あるいは中小商店がなくても大型スーパー、大型ディスカウントストアなどの大型店があれば、消費生活にとくに支障はないのではないかという声も聞かれる。本当にそうであろうか。中小商業は存在しなくてもよいのであろうか。中小商業はないよりはあったほうがよいという消極的な理由ではなく、むしろ中小商業は我々の社会生活の中でなくてはならない存在であるという積極的な根拠があるのではないだろうか。また中小商業が存立する、あるいは存立させなければならないという社会的必要性があるのではないだろうか。このようなことを単なる情緒的な感情論ではなく、学問として理論的に研究する必要があるのではないか。これが中小商業研究の出発点であり、また主要なテーマであろう。

中小商業研究を考える場合、商業を中小規模商業と大規模商業に分け、前者を対象とするのが中小商業研究であると単純かつ平面的にとらえることでは、その本質を的確に把握できないであろう。中小商業問題は、世界的な潮流でみると産業資本の集中化が進展するなかで、商業部門においても巨大な独占的商業資本、つまり資本の集積化した大型店が成立する過程において発生してきたものであり、日本においては明治末期（明治37年）に三井呉服店が三越呉服店に改組され、有名なデパート・ストア宣言が行われた時期にさかのぼる。中小商業問題を考察する場合には、このような大型店問題の発生という歴史的な背景を十分に理解して進めていくことが必要である。

このような意味で本書『日本中小商業問題の解析』は、著者の明確な歴史観に基づき日本の中小商業問題を多元的、複眼的、かつ包括的に考察した本格的な研究書であるといえる。著者によれば、中小商業問題を包括的に取り上げた研究は、量的には過去においても現在において

も極めて乏しいのが実情であり、糸園辰雄による研究以後、ほぼ皆無に近いといってよいとのことである。

著者である坂本秀夫氏は、一貫して中小商業研究に従事し、既に中小商業関連の単独著書として、『日本中小商業の研究』（信山社、平成元年）、『現代中小商業問題の解明』（信山社、平成6年）、『現代日本の中小商業問題』（信山社、平成11年）、『大型店出店調整問題』（信山社、平成11年）の4冊を公刊してきており、今回の本書は著者のこれまでの研究の集大成である。本書は、序章および17の章と終章から成る406頁におよぶ大著である。その概要は以下のとおりである。

本書の構成

本書は、「序章 本書の目的と構成」、「第Ⅰ部 中小商業研究序説」、「第Ⅱ部 大型店問題（狭義の中小商業問題）の解析」、「第Ⅲ部 付随的諸問題の解析」、「第Ⅳ部 中小小売業者の存立基盤と流通政策」の4部および「終章 総括と展望」という、大きく6つの部分から構成されている。以下、序章を除く各部について概説しよう。

「第Ⅰ部 中小商業研究序説」は、中小商業研究にあたってのいわば「序論」に該当する部分で、以下の4つの章から成っている。

第1章 中小商業研究の対象

本章では、中小商業研究ないし中小商業論の研究対象は中小商業問題であり、それはその解明を目的とする経済理論であるとして、中小商業問題という問題をかかえた商業経営、矛盾をはらんだ中小商業経営のその問題性、その矛盾の奥にひそむ法則性を理論的に解き明かそうとするものが、中小商業研究ないし中小商業論であると、その本質を述べる。著者によれば、中小商業問題には、その中核としての大型店問題（狭義の中小商業問題）と付随的諸問題が含まれるとする。大型店問題とは、大型店出店をめぐる大型店対中小商店の紛争に集約される。また付随的諸問題とは、①価格破壊現象が中小小売業に対して誘発した問題、②ロードサイドショップ対中小小売業のコンフリクト、③巨大流通外資の日本進出が中小小売業にもたらす問題、④生協対中小小売業のコンフリクト、⑤寡占メーカー対中小小売業のコンフリクト、⑥中小卸売業が抱える諸問題などであるという。さらに、中小商業の研究は、その中核をなす大型店問題がダイナ

ミックかつ複雑な研究対象となっていること、加えて中小商業問題は、現代流通における諸問題の主要な一角でもあることから、経済学、経営学、商業論、マーケティング論、流通論などさまざまな関連学問領域にわたって学際的に研究しなければ有効な研究方法とはなりえないと主張する。

第2章 中小商業の範囲

本章では、中小商業（とりわけ中小小売業）の範囲を明らかにしている。著者は、中小商業の範囲を①中小企業基本法上の規定、②糸園辰雄の規定、③清成忠男の規定、という3つの点から検討している。後二者の規定は、それぞれの学者の独自の視点に基づく規定である。即ち、糸園は、常時従業者数という量的基準に依拠して中小小売業を類型化しており、清成は法人・個人の別や青色申告、専従者控除の有無などを勘案し、企業性を基準にして類型化している。中小企業基本法の範囲規定を含め、上記3つの規定はそれぞれの主旨に沿った分類の仕方となっており、その点では合理性が認められるが、現段階では糸園の規定に従うのが妥当であると述べる。

第3章 中小商業の発生過程

本章では、資本主義の発展段階（マニファクチュア段階→自由競争段階→独占段階）に即して、中小商業がいかなる過程を経て発生してきたのかを明らかにしている。中小商業は独占段階において発生するが、著者は独占段階における商業競争は、独占商業資本相互間の競争、独占商業資本と非独占商業資本との競争、非独占商業セクター内部の競争と三面化すると述べる。そしてこの三面化した競争のうち非独占商業セクター内部の競争は市場の広い中心部から離れた狭い周辺部で展開され、そこでの競争は適当でさえあると主張する。このようにして、非独占商業セクター内部の激しい競争のなかから、大・中・小・零細の階層分化が生じるのであるが、非独占商業セクター内部の少数の大規模商業資本を除き、中規模、小規模、および零細という3つの層の商業、即ち中小商業が発生することとなったと説明する。

第4章 日本中小商業研究の系譜

本章では、中小商業研究に関する先学の研究系譜を考察している。著者によれば、中小商業に限定し、これを包括的に考察した研究は、量的には極めて乏しいのが実状であるが、このような実状のなかにあっても、日本中小商業研究の先駆的な業績がみられ、いくつかの優れた

研究が存在するという。著者は優れた先学の研究として、竹林庄太郎『日本中小商業の構造』（昭和16年）、松井辰之助編『中小商業問題』（昭和28年）、堀新一『中小商業論』（昭和35年）、日本商業学会編『転換期の中小商業とマーケティング』（昭和48年）、糸園辰雄『日本中小商業の構造』（昭和50年）、同『現代の中小商業問題』（昭和58年）、馬場雅昭『日本中小小売業の構造変化』（平成5年）、坂本秀夫『現代中小商業問題の解明』（平成6年）、同『現代日本の中小商業問題』（平成11年）、出家健治『零細小売業研究』（平成14年）を取り上げ、これら先学の研究ごとにそれぞれの主要な論点を抽出し、その分析を行っている。

「第Ⅱ部 大型店問題（狭義の中小商業問題）の解析」では、第5章から第9章まで5章分にわたって大型店問題の解析が行われている。

第5章 大型店問題の展開とその調整プロセス

本章では、大型店問題の展開とその調整プロセスを戦前と戦後に分けて考察している。著者は、戦前における大型店問題は、大正12年（1923年）の関東大震災後に起こった百貨店問題を契機として初めて顕在化したと述べる。百貨店は関東大震災以後、大衆品の廉売を行い始め、このことが一般中小小売商との間に対立を表面化させたからである。戦後の大型店問題調整の展開プロセスについては、①中小商業保護路線の時期（昭和20年－35年）、②流通近代化推進の時期（昭和36年－48年）、③摩擦と大店法混迷の時期（昭和49年－59年）、④大店法規制緩和の時期（昭和60年以後）、という4つの時期に時代区分し、それぞれの時期ごとに大型店問題調整の展開プロセスを解明している。

第6章 規制緩和の経緯

本章では、規制緩和全般の経緯を把握したうえで、大店法規制緩和をもたらしたメカニズムや緩和実施の経緯、さらには大店法関連5法の問題点などについて解明を行っている。著者は、規制緩和という場合の「規制」の定義と分類を明確に行い、確かに規制緩和は世界的な流れであるが、日本における規制緩和は、特殊日本的要因が加わっていると主張する。そしてこれを前提としたうえで、大店法規制緩和のメカニズムと経緯を考察している。

第7章 流通規制緩和と批判

本章では、大店法規制緩和を中心とした流通規制緩和の批判的検討を行っている。著者は、大店法規制緩和の

方向をもたらした最大の要因は、海外からの規制緩和圧力、とりわけアメリカによる大店法批判であると考えているが、アメリカによる大店法批判は、的を射た論理ではないと根拠をあげて主張する。さらに、流通規制緩和のゆきつく先は、結局のところ「市場原理重視型流通政策」のさらなる展開となり、市場競争は経済的弱者に対して厳しい経済秩序をもたらすとして、大店法の規制緩和を含めた流通規制緩和ははたして必要であったのだろうか（緩和はあくまでケース・バイ・ケースで考えるべき）と、大きな疑問を呈する。

第8章 流通政策の大転換

本章では、個人商店や商店街の崩壊現象を明らかにし、大店法に代わる大店立地法の批判的分析を行うことによって、流通規制緩和の是非を再度厳しく問うている。著者は、大店法規制緩和に対する批判を再度論拠を示して展開し、また大店法に代わる大店立地法についてもその実効性には大いに疑問があると述べる。さらに大店法廃止の見返りとして提示された中心市街地活性化法も、事業総額からいって実質的な見返りとはならないと主張する。

第9章 大型店問題の解消策

本章では、大型店問題の解消策について、著者独自の試論を展開している。大型店問題解消の基本的視点として、その最大公約数が大型店と中小商店との「共存共栄」にあることは万人の認めるところであるが、共存共栄のためにはどのようなパターンが有効であるのだろうか。この点について、法による調整もありうるが、大型店出店調整問題はもともと地域ごとに異なる事情をかかえていることから、現実には法による調整は無理であるとする。そこで著者は、全国各地の事例に基づいて検討した結果、有効なパターンは、「消費者主導型共存」、「核店舗誘致型共存」、「核店舗利用型共存」、および「共同事業型共存」に集約できると試論を提示する。もちろん、このようなパターン化を行ったとしても、それはすべて一定のパターンにはめ込もうというのではなく、提示したタイプ以外のものであってもよいし、またそれぞれのタイプの組み合わせでもよいと述べる。

『第Ⅲ部 付随的諸問題の解析』は、第10章から第15章までの6つの章で構成されており、近年とくに顕著な特徴となって表れている問題に的を絞って分析を行っている。

第10章 価格破壊と中小小売業

本章では、価格破壊が中小小売業に対して誘発した問題について論及している。まず価格破壊の実態やその発生メカニズムを明らかにしたうえで、それが中小小売業に対してどのような影響を及ぼしているのかを分析している。価格破壊は、多くの中小小売業に対してマイナスの影響をもたらしており、中小小売業は必然的に価格競争に巻き込まれていると指摘する。さらに価格破壊時代における中小小売業の生き残り策についても具体的に提言を行い、著者はその方向として従来以上に個店の体質を強化して、「専門店化する」ことであると主張する。そして専門店化する際の基本的条件として、企業家精神の発揮、顧客志向の経営の習熟、業態戦略の展開の3点を提示する。

第11章 ロードサイドショップの成長とその限界

本章では、80年代以後急速に発展してきたロードサイドショップの成長性と近年にみられる発展の限界性を分析している。まず紳士服、カジュアル衣料、スポーツ用品、靴、書籍、家具、酒類、外食（ファミリーレストラン）といった業種から構成されている代表的ロードサイド商業の現況面を把握し、そのうえでロードサイドショップとは従来の業種店とは明らかに異なり、立地という基準に基づいて分類される「業態」であるとその概念を明確化している。ロードサイドショップは、80年代以後急速に発展してきたが、近年さまざまな要因によって沈滞傾向にあると述べる。その要因として著者は、過当競争と同質化、立地難と地価高騰、「メニューストップ・ショッピング」の不便さ、大店法の規制緩和実施による影響、「新規出店を前提にした好循環のシステム」の崩壊、「低価格」のみでの対応困難性などを指摘する。しかし、このような限界が露呈されていても、ロードサイドショップは、パワーセンターへの入居、業態の独自化、ニューコンセプトによる需要創造型の新業態開発によって、今後の発展の可能性は残っていると述べる。

第12章 ロードサイドショップの影響

本章では、著者自らが関与して実施した岩手県盛岡市における実態調査をもとに、ロードサイドショップがもたらしている影響について詳細な実証分析を行っている。ここで実施したアンケート調査結果によれば、ロードサイドショップの出店によって、全体として既存商店街の約3割の店が影響を受け、その内容は客数の減少、既存

商店街の魅力の低下、売上の減少の3点に集約されると述べる。このような影響に対して、個店、商店街は今後どのように対応しようとしているのかについても分析し、著者は、個店ベースでは店舗管理の充実、仕入れの工夫、接客技術の向上などソフト面での対策、商店街ベースでは交通関係施設の整備、販売促進事業の強化・充実などハード、ソフト両面での対応を重視していることを明らかにしている。

第13章 流通外資の日本進出と迎え撃つ日本小売業

本章では、流通外資、とりわけ巨大流通外資の日本進出が中小小売業にもたらす問題について論及している。著者によれば、流通外資の本格的進出は90年代に入ってから日本国内における大型店の出店規制など対日進出を阻止してきた要因が崩壊したことに始まるとし、しかもその時期には総合品ぞろえ型の巨大流通外資の進出が本格化したと指摘する。このような巨大流通外資の対日進出は、日本の流通業界に大きなインパクトを与え、中小小売業に対しても、中・長期的にみると商取引慣行の破壊による流通システムの変化から生ずる影響、大型店内のテナントとしての零細小売業の排除傾向などさまざまな影響を及ぼすと述べる。

第14章 生協と中小小売業者との共存への展望

本章では、生協（生活協同組合）対中小小売業のコンフリクトについて論及している。生協は、大店法の規制を受けずに出店することができるが、このことが地元中小小売業者との摩擦を引き起こす要因の1つとなっている。とりわけ都市部に出店する生協に対しては、中小小売業者の反発が強く、各地で出店をめぐる紛争が続発している。この点について著者は、確かに生協と中小小売業者は一定の対立関係にあることは認めるが、そもそも生協、（狭義）中小小売業者、および零細小売業者は反独占の統一戦線に参加しようという点で一致しており、本来的には共存＝提携すべき存在であると主張する。その具体的な事例をあげて、三者の共存＝提携関係の有効なタイプを提示しているが、三者の提携活動は組織と組織との共闘によって展開されていることから、あくまでも三者の提携には対等、平等性が確立されていなければならないと指摘する。

第15章 卸売業における構造・環境変化と中小卸売業の生き残り方向

本章では、平成3年以後の卸売業の構造変化を分析し

ながら、中小卸売業の生き残り方向を提示している。まずわが国卸売業の構造変化について全般的な動向を分析し、その構造変化をもたらした環境変化の要因として、メーカー主導型流通の崩壊、メーカー・小売業者間の取引形態の変化、流通情報システム化の進展、流通の国際化の進展を挙げる。このような環境変化に卸売業はどう対応すべきか。著者は消費財関連の中小卸売業を対象に生き残り策の方向として、物流・情報機能の高度化、リテール・サポート機能の強化、メーカー・サポート機能の強化、そして独自の事業領域の確保を提示する。

「第IV部 中小小売業者の存立基盤と流通政策」では、第16章と第17章で中小商業のあり方を通じて中小小売業の存在理由およびその存在を前提にした流通政策について論及している。

第16章 中小小売業者の存立基盤

中小小売業者存立の根拠について、著者は大きく内部的要因と外部的要因を挙げる。内部的要因は、必然的要因（生産の側からみた2つの要因、消費の側からみた4つの要因）と尊厳的要因（生存権など）から成るとして、論を展開している。また外部的要因は、存立させる要因（地域主義的流通論、大規模商業資本の活動を規制する諸法規の存在、免許・許可制、税制上の優遇措置）と存在させなければならない要因（社会的弱者救済論、中高年層雇用対策の観点）に整理し、論を展開している。もともと存立させる要因のうち、大規模商業資本の活動を規制する諸法規の存在、免許・許可制は既に消滅してしまったか、あるいは形骸化しつつあると指摘する。政府による公共政策的制度装置を中心に中小小売業者の存立基盤が侵食されつつある、というのがその理由であると述べる。

第17章 流通政策の体系と小売流通政策

本章では、中小商業政策に大きく関与してくる流通政策についての代表的研究者の見解を分析するとともに、小売流通政策の変遷過程を概観している。著者は、今日の流通政策を、市場原理重視型流通政策、社会政策組込型流通政策、「街づくり」視点重視型流通政策の3つのタイプに分類し、その精緻な考察を通じてそれぞれの流通政策の特徴を明らかにしている。そしてこれら流通政策のなかで、国民本位、流通弱者本位の立場に依拠するのであれば、社会政策組込型流通政策こそが政策として最も妥当であると述べる。また流通政策としては国内流通

政策だけでなく、国際流通政策をも視野に入れた政策展開が妥当であることを指摘する。

終章 総括と展望

終章では、本書の総括と展望として、以下の4つの項目について著者の主張をあらためて整理しながら論述している。

1つ目は、大店法規制緩和（撤廃）の影響予測と大店立地法施行後の状況について総括している。著者は、大店法の規制緩和（撤廃）は、中小商店や既存商業地にマイナスの影響をもたらすと予測し、これを「商業統計」によって分析している。また大店立地法施行後においては、2年目以後大型店の新設届が増加傾向にあり、こうした状況が中小小売業、とりわけ零細小売業の衰退傾向に拍車をかけていると述べる。

2つ目は、中小小売業者の存在意義について、著者は自説を再度展開している。即ち、中小小売業者、実質的には零細小売業者は、多面的な消費者利益の確保に貢献している、独自のサービスを提供している、地域社会のなかで社会的な役割を果たしている、そして地域経済の中心的な担い手である、という点にその存在意義の根拠を求めている。

3つ目は、中小小売業を取り巻く環境条件がますます厳しくなりつつある状況のなかで、中小小売業者はどのような生き残り策を図ればよいか、あらためて整理しながら論述している。まず個店としての対応は、売上高、利益高、および来客数という3つの成長性を規定する要因に適合した戦略をとるべきであるとして、それを小規模零細店、中規模店に分けて具体的な方向を提示している。次に商店街の対応にも言及し、商店街に消費者を再び引き寄せるためには、どうすれば新しい魅力ある楽しい街に再生できるか、ということにつきるとし、そして新しい魅力とは、商業以外の諸機能の付加、街のシンボлизация、情報発信の場としての機能発揮、非日常的な舞台の提供、商人自身の楽しさの自覚であると述べる。さらに組織化による対応としては、ボランティア・チェーン（VC）の積極的な導入と活用を提案している。

最後に政策的提言を行って結びとしている。著者によれば、望ましい小売流通政策、商業政策は、国家独占資本主義のもとでの小売流通政策、とりわけ小売調整政策を真に民主的なものに改革しなければならないということであり、そのためには政策決定過程に当事者を何らか

の形で参加させることであり、そうしてこそ真の意味での民主的な改革が達成されるとしているが、これは著者の一貫した主張である。また第二義的な視点として、対症療法からの転換、社会保障制度の組込み、「上層・下層同時育成」への転換を挙げ、さらに流通の国際化が進展しているなかでの国際流通政策についても言及している。

課題と展望

以上、本書の概要を述べたが、概要を述べるだけでも相当の紙幅をさいってしまった。それだけ本書は日本の中小商業問題を幅広く、多面的、複眼的に解明していることの証左であろう。本書の特徴として以下の点を挙げることができる。

第1に、中小商業問題の研究について経済学、経営学、組織学、政策学、商業学、社会学、政治学などさまざまな関連学問領域から学際的にアプローチし、中小商業論としてその学問的体系化を試みようとする意欲的姿勢がみられることである。

第2に、大型店問題を狭義の中小商業問題としてとらえ、大型店問題について歴史的、理論的に包括的、かつ多面的に解析していることである。この大型店問題だけで5つの章をあてている。著者は大型店問題に対し、その規制緩和を徹底的に批判しているが、単なる反対論で終わってはいない。大型店問題解消のための試論を展開するなどして、大型店と中小商店の共存共栄の方向性を提示している。

第3に、中小商業、とくに中小小売業者の存立根拠を精緻に構築していることである。中小小売業者の存立根拠を内部的要因と外部的要因に分けて理論化するの、著者の長年にわたる研究から導き出された帰結であろう。中小商業のあり方について、いったい「何のための近代化、合理化」であり、「誰のための近代化、合理化」であるかという原点に立ち返ってこれを問い直さなければならぬ時期が到来しているという著者の主張は、誰もが共感を覚え、説得力がある。

このように本書は、中小商業問題に関する優れた研究書であるといえるが、本書の課題も無くはない。

第1に、中小商業、とくに中小小売業者の存在意義、根拠の論述には規範的な色彩が濃いものが含まれていることである。確かに著者の主張には同感の意を表する内

容が多くあるが、例えば社会的弱者救済論などは、その気持ちは理解できるものの、これを理論的に確立するためには実証研究による裏付けも欲しいところである。もっともこの点については、著者も「中小商業者が社会的にも必要とされる理由、理論を単なる抽象論、感情論ではなく、より説得力をもたせつつ具体的に構築していかなければならないことを痛感する」と述べており、この点のさらなる研究が待たれるところである。

第2に、中小小売業の生き残り戦略のなかで、組織化による対応戦略としてボランタリー・チェーン（VC）が最も有効な形態であり、VCの積極的な導入と活用を図るべきだと提案している。しかし、この点については既に中小小売商業振興法、あるいはこの法律が制定される以前においても高度化事業の一環として、少なくとも政策的には中小小売業の振興策として推進しているし、今でも推進している。従って著者の主張は、既に政策面でのVC振興策が用意されているのだから、これをより一層積極的に利用せよ、ということなのだろうか。もっとも政策面でVCを支援していても現実に政策的支援を受けたVCは極めて少ないのが実情である。これは支援策そのものに問題があるのか、それともこれを活用する中小小売業者の利用の仕方に問題があるのか、またその問題にどう対処すればよいのか。もちろん支援策を利用しないVCへの取組みも多くみられる。この場合には問題点をどのように解消しながら取り組んでいるのだろうか。これらの点については、別著『現代中小商業問題の解明』や『現代日本の中小商業問題』などで触れているかも知れないが、実証研究を踏まえつつさらに掘り下げた研究が望まれるところである。

第3に、流通政策の提言についてである。著者は、フランス型の直接的流通政策とイギリス型の間接的流通政策を相互比較し、綿密に分析していくことによって、日本の場合のあるべき流通政策体系を導き出していくことが大きな課題になると述べ、そして日本の流通政策は、社会政策組込型流通政策が最も有効であると主張している。ここで問題になるのは、著者が主張している社会政策組込型流通政策は、上述したフランス型とイギリス型を相互比較し、綿密に分析した結果として、日本のあるべき流通政策体系として最も妥当であると述べているのかどうかという点である。もしそうであるならば、相互比較し、綿密に分析し、その結果として社会政策組込型

流通政策の妥当性に至ったという考察のプロセスをもう少し伝えて欲しかった。

書評という性格上、本書の課題ともいうべき点を指摘してきたが、もちろんそれによって本書の価値が損なわれたり、減じられたりするものではない。また、評者が著者の意図を誤って解釈している点もあるかも知れない。冒頭に述べたように、本書は日本の中小商業問題を多元的、複眼的に解析した本格的、体系的な研究書であり、本書が商業・流通の研究者のみならず、商業論、流通論等を専攻している学生や商業・流通に関心をもつ多くの方々に広く読まれることを望む次第である。