

流通革命は、なぜ大量生産・大量販売だったのか： 買い物難民のための直接流通再評価¹

Was the Direct Distribution between Mass-Production and -Consumption a Theoretical
Consequence of the Distribution Revolution?: Re-Appraisal the Direct Distribution Structure
for Shopping Refugees in the Near Future.

竹村 正明

Masaaki TAKEMURA

専任教授

Professor

I. はじめに

本稿の目的は、1960年頃に議論が盛り上がった流通革命が、なぜ大量生産と大量販売になったのかの理論的根拠を社会的に探究することである。そしてこの議論は、近い将来かなり高い確率で生じると予想されている買い物難民 ~~(定義は後述)~~ の救済策について理論的な課題を提供すると期待されることで、現代的な意義がある。

以下の内容は、そのつながりを論理的に示していく作業が中心になるが、議論に入る前に、ここでいくつかの用語を説明しておこう。本稿で言う社会的探究とは、社会的事実 (Durkheim, 1895) や、自律的で隠れた動力学 (Berger and Kellner, 1981) を特定する作業という意味である。それは、われわれが自覚的ではないがあるルールに従って振る舞う結果、ある特定の支配的行為が導かれることを明らかにする作業でもある。そういった社会的探究の中でも一層、本稿の問題意識に近いのは Becker (1983; 1986) の作品群である。そこでは、なぜある特定の学生や学者が論文を書けないのかを、彼らが前提にしていることや思い込みによる振る舞いを、本稿で言う社会的な探求から暴き出す。それは結局、彼らが独自の根拠で論文とは「そうでなければならぬ」と決めてかかっているからだということが明らかになる (本当の論文が書けない理由は、テーマがないことなのであるが、そこではそれが決まったとしても、という議論になっている²)。本稿でも、当時の研究者や実践家が、流通を効率化する、という課題に、大量生産・大量販売の

¹ 本稿は、JSPS 科研費 (課題番号 17H02569) による研究成果の一部である。初稿に対して、誤字脱字はもとより、論旨の曖昧さや言葉足らずな説明の補足まで、まるで学部生のレポートを指導するかのごとく、ワードのコメント機能を使って加筆修正案を提案して下さった匿名レビューに感謝を表したい。

初校

連結と大量販売を実現するための小売業の近代化によって取り組もうとしたのは、社会的事実であり、自律的で隠れた動力学が働いたからだと指摘できると考えている。

またここでいう直接流通とはHall (1948)の意味で、それは生産者と消費者が取引をすることを言う。このときの取引とは、潜在的取引相手の探索、交渉、締結、交換のプロセスを含んだ概念であり、単なる売買交換の行為だけを意味するのではない。探索する費用を削減できるのが商業における商品の集中である。この集中を、社会的品揃えと呼ぶ(鈴木・田村, 1980; 田村, 2000)。最後に、ここで言う構造とは定型化し安定したパターンである(田村, 1965)。もう少し砕けたいい方であれば、議論に登場するエレメントのつながり方のことである。商品流通で例えれば、生産者、卸、小売、消費者が登場人物(エレメント)である。それが商品、貨幣、情報でつながっているのが流通構造である。エレメントの役割は明確化していることで定型化されており、役割が変化しづらいということ安定もしている。

このような用語を使いながら、本稿は流通革命の理論的根拠を探っていくのだが、結論を先に述べておこう。そこで目指した大量生産・大量販売は間接流通を前提にしていることで実践的な(当時の社会的、経営的課題から求められた)流通革命であり、理論的な意味でのそれではない、ということである。実践的とは、政策課題や経営者の抱える問題に相対する、という意味である。

ここで注意しておかねばならないのは、この結論は実践的な流通革命の主張が無意味であるとか、理論的でないから学術的な価値がないとか、そういう揚げ足取りをしようとするものではない。それどころか、当時を代表する碩学たちが理論開発に向かわなかった理由は、時代の要請だと同意するものである。そして彼らの主張は、さらにその時代の要請を強化したのである。

しかし興味深いのは、流通革命は、前近代的流通その経営的な革命の意義が強調されるあまり、理論的な意味での流通革命が達成されなかったことである。理論的な意味での流通革命は、生産者と消費者と直接取引させる流通構造だからである。そして、この議論は、今後予想される「買い物難民」を解決する理論的根拠を提案するので、その意味でも重要になる。概念図として描写すれば、次の図1のようになる。

図1は、流通革命の実現時の概念図である。左が、流通革命が批判した前近代的流通構造である。ただし、あくまでも本稿に関連する議論の部分だけを抽象化している。特徴は、生産者から小売店までの取引が多段階で、かつ細かい線でつながれていることである。

この構造で、商品の流通と消費者の買い物を考えてみよう。ここでは、生産者が n 社(と言ってもせいぜいミクロ経済学が想定する寡占的な企業数ぐらいが適当である)あったとして、それらが卸や小売店を通じて販売する。卸1は、卸2から卸5までに販売することで、生産者 $1-n(1$

2 この耳を塞ぎたいような指摘は、元一橋大学(現早稲田ビジネススクール)の伊藤秀史先生もスタンフォード・ビジネススクールの小島武仁先生もウェブで告白されていたのを読んだことがあるが、中でも蔵本先生の告解が胸を打つ。あの蔵本先生ですら、研究テーマが決められずあれやこれやと手を出して、一生根無し草になることを指導教員から指摘されて、非常に不安であったことを述べられている。それを救い、同期現象の研究に導いたウィンフィリーの論文との出会いのシーンは、ありきたりな表現であるが、感動的である(蔵本, 2007)。

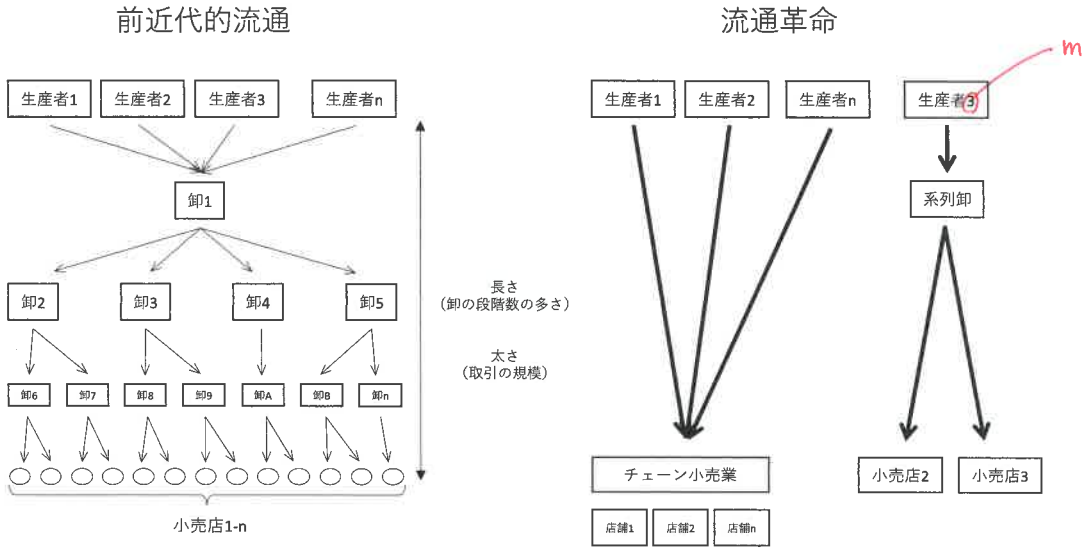


図1 流通革命の構造

から n までの意味で、引き算ではない) からの大量購入した商品を小分けできるようになる。さらに卸 2-5 は、卸 6-n までに販売することで、さらに小分けすることができる。小売店 1-n にやってくる消費者は、小分けされた商品を買って持って帰ることができる。

ところが、この流通構造は小売店が小規模(零細)なうえ、数多くあることで流通が非効率になりがちだというのが流通革命の指摘である。そこで、右図のように、生産者 1-n から多店舗(店舗 1-n)を持つ小売業が、数社の生産者から直接大量に仕入れることで、効率性を高めることを主張する。効率性が高まるのは、卸を介さないの(あるいは段階数を減らすことで)、そこでの口銭(卸の利益や手数料)を減らせるというのが理論的根拠である。このとき、小売業の近代化は、多店舗を運営することで達成される。多店舗はつながった鎖のように見えることからチェーン・ストア経営と呼ばれる。他方、右図、流通革命の中でさらに右の図は、小売店の経営近代化のためのアイデアである。それは生産者が卸を系列化し、小売店を経営指導することで達成できると考える。当時の思考様式では、商業は一様に前近代的で、メーカーは近代的(おそらく合理的と同じ意味)だったからである。

この流通革命がなぜ、理論的な意味で革命ではないか、という間接流通を前提としているからである。のちに図8で見るように、直接流通が商業の存在を前提としないので、理論的に新しいからである。ここでつぎのような思考実験をすれば、理論的な新しさが理解できるだろう。

前近代的流通構造	生産者	-	商業(数多)	-	消費者
流通革命の流通構造	生産者	-	商業(数少)	-	消費者
直接流通構造	生産者	-	消費者	-	消費者

1
 生産者 - 消費者
 2: 橋渡し 両を繋げる。
 3: 橋渡し 両を繋げる。



何度繰り返しても、誤読する読者がいるのだが、前近代の流通構造と流通革命は商業が入っている点で同じ論理構造である。直接流通は、それが無いのだから、理論的に新しい。本稿で言う理論とは、なぜそうなっているかの説明のことである（入山, 2019; Sutton and Barry, 1990³）
 (Firat, 1985)。ただし、本稿ではその説明が実証的にデータや事例で証拠づけられることは問わない（沼上, 1995; 2000a; 2000b)。仮説的に表現された命題形式でもよい。

このとき前者では、なぜ商品流通は間接流通になるのかという理論的問いには、社会的取引コストが削減されるからと説明する。直接流通は、社会的取引コストが高くなることで否定されるのである³。この論理構造の下で、なぜなら直接流通が経済的に有利になる、という説明ができるなら理論的にニューである。もっとも、本稿にそこまで十全の理論的貢献はできないが、それを仮説的にでも示すのが課題である。

というのは、新しい現象をいち早く指摘するのが学者の仕事ではなく、理論開発こそがそれだからである。昨今、AIや消費者の生産過程への積極的参加から第3次流通革命が喧しくなっているが、それらもオリジナルな流通革命同様、経営現象面を強調しすぎて理論化が看過される傾向にある。本稿は、学者の課業の第一は、理論化であることを前提にする。

本稿はそこで、流通革命は革命的な理論ではなく、もしそれを目指すなら直接流通を目標とする流通構造に、その新しさを発見するべきであったことを指摘する⁴。であるから、本稿の課題は、なぜ直接流通が革命的な流通構造として支配的な思考にならなかったのか、という社会学的な問いになることで、新しい理論的課題を提案するものである。

その事例として、買い物難民問題を取り上げる。買い物難民とは、「食料品アクセス問題」や「フードデザート問題」とも呼ばれ、住民の移動可能な空間内に適当な小売店（特に食品スーパー）が存在できなくなることを言う（薬師寺他, 2015)。その結果、買物に困難をきたすのである。この問題に対しては、間接流通ではなく直接流通だけが、理論的な解決策になる。それ以外は社会学的、経営学的な解決策となる。もっとも、それらが現実的な解決策にならないというのではなく、理論的解決ということが、何度も言うが、本稿の課題である。そして、理論的とは何かはすでに定義した。流通理論を探求する学者ならば、それらの解決策の主張は自らの立場を否定することになるので、避けることが論理的だと考える。

この課題を達成するためには、以下の構成をとるのが適当だと思われる。まず、買い物難民について、いくつかの事例を挙げながら、その問題の構造を指摘しよう（Ⅱ. 買い物難民問題）。

3 社会的取引コストは、取引コスト論の意味ではない。一義的には相対取引をたくさん集計し、その結果が観察できる（だろう）という意味である（鈴木・田村, 1980)。ただし、その内容は、と問われれば、取引に関わる一連のコスト（前述の取引コスト）を含まねば議論が成立しないようになっている（田村, 2000)。

4 この批判は言い過ぎである。なぜなら、書籍のタイトルは出版社が決めるからである。実際、流通革命というタイトルは、田島先生がお付けになった。林先生が伝えたかったのは、ダイエーの繁盛ぶりで、時間消費がどんどん早くなっていくことを通じて、時代が変わっていくことであった（日本経済新聞, 2014年4月27日)。

次に打って変わって、直接流通・間接流通の理論的關係を議論する。なぜならば直接流通であれば、(理論上は)当事者の買い物コスト負担だけで買い物難民問題は解決するからである。間接流通では、追加的な経営コストを負担することでしか買い物難民問題を解決できない。それを受けて、流通革命論の主張を整理する(Ⅲ. 流通革命論の理論的支柱)。昨今では、流通革命論はいくつかのタイプに分けることができ、それらの主張は必ずしも理論的に整合的でないことが指摘されている(戸田, 2015; 加藤, 2019)。そこで、流通革命論が流通生産性の向上を目指したが、小売店(あるいは商業)の理論的正当化に変換していったことを指摘する。

最後に、理論仮説の実証方法論を援用して、流通理論が商業理論と代替されることで、本稿で言うところの買い物難民救済可能な直接流通構造は、非効率な取引であることを繰り返し繰り返し強調されていったことを論証し^{TV. 代わりに: 直接流通の再評価}(Ⅳ. ~~直接流通の実現による流通理論の再設計~~), 結論とする。ここでいう代替とは、流通理論と商業理論は別の現象を説明することが目的だったのだが、置き換え可能になったという意味である。流通理論の課題は、なぜ商品はそのように流通するのかであり、商業理論はなぜ商業様式は他の様式に比べ経済的に効率的かが課題だからである⁶。

誤解なきように繰り返すが、本稿は流通革命が理論的に間違っているとも、実践されている買い物難民解決策が無用であるとも主張するものでもない。理論的には直接流通がニューであり学問的価値があり、実践的には当事者受益に基づく解決策であることをいい、そしてその解決策は十分実用的になっていることを指摘するものである。

本稿の目的は、そういった買い物難民は、現代の流通構造の支配的な設計論理を変更することで可能になると論証することである。そしてそれこそが理論的な意味での流通革命にもなるだろう。なぜなら、新しい経営実践(新技術がもたらす新サービスであれ、新業態であれ、新しい消費行動であれ)が、新しい理論を必要とするわけではないからである。新しい現象のいち早い指摘や解説の重要性は言うを俟たないが、それは学者の一義ではない(高根, 1979)。学者は理論を開発することが一義なのである。

II. 買い物難民問題

上述のとおり^{h/v}、買い物難民とは、住民の移動可能な空間内に適当な小売店(特に食品店)が存在できなくなることを言う(薬師寺他, 2015)。さしあたって今のところ、具体的には、居住地(主に自宅を考えてよい)から店舗までの距離が500メートル以上で、自動車を持たない60歳以上

5 もちろん、それら伝統的な流通構造設計論^{h/v}が買い物難民を救済するために、論理を組み立てていたわけではない。あくまでも、その設計論理が理論的な意味で、買い物難民をつくらないようにしていたのである。^{言わんばむしろ、逆で問題解決構造の優位性から前提のことは議論の2方の隠れた動かし難いものがある。}

6 もちろん、紙幅の都合でそれぞれの理論の最大公約数的な課題になっている。たとえば、商業経済論では、なぜ等価交換なのに商業資本に利潤が発生するかが理論的課題である(森下, 1957)。そんなことを全部ここで挙げることも、本稿の課題ではない。学会レベルで共有されている根本的な理論課題がわかっているならば本稿での論理づけは可能である。



の住民のことを指す⁷。経済産業省の推計では、それは約700万人程度で、さらに増加していくことが予想されている（経済産業省，2015）。

買い物難民が発生する原因は主に2つである（総務省行政評価局，2018）。第1には、販売側の原因である。それは、小売店の事業可能性が低下することによる店舗の撤退である。小売店の事業撤退は更に2つのメカニズムによる。ひとつは、人口減である。2008年の1億2808万人をピークに日本は人口減少局面に入っており、場所によっては、これから急激な人口減に直面する（総務省，2019）。人口減が進んだ場所では購買力が低下し、その結果、各種小売店が事業を続けられなくなる。ある地域から小売店が撤退すると、地域の小売店舗密度が低下し、理論的には、地域内家計から小売店への買い物距離の増加を必然とする。この距離の増大が買い物難民増加の原因になる。到達可能な範囲にある小売店が減少することによって買い物の困難化が起こるのである。もうひとつは、小売店の中でも個人商店の廃業による店舗数の減少である。個人商店は経営主体が家族であり、その事業承継ができなくなった小売店は廃業することになる。その結果、地域内の小売店が急激に減少して、買い物難民が増えることになる。

第2は、買い手側の原因である。これは主に、消費者の高齢化によって活動能力が低下することによる（斉藤，2019）。消費者が小売店に買い物に行きにくくなることによる難民化である。人口減による小売店の撤退があっても、消費者自身が自らお店に出かけることができるのであれば、買い物難民にはならない（薬師寺他，2015）。例えば、徳島は急激な人口減にはなっていないが個人商店の減少が激しい（図2）。人口は1991年の83万1000人から2016年の75万人へ8万1000人の減少である。

図2は、徳島県における買物環境の変化を表す各種データである⁸。左は小売店舗数とその売場面積で、法人事業所（小売企業の店舗数）と個人事業所（個人商店）の数である。商業統計な

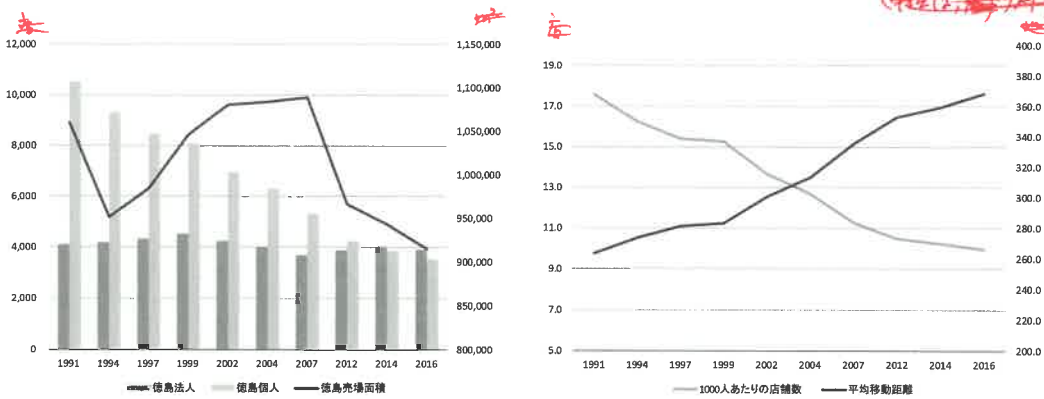


図2 徳島県における買物環境の変化

(出典：総務省人口推計，商業統計，経済センサス，徳島県庁ホームページから作成)

7 理論的には、この定義以上の買い物難民が措定できる。スーパーの営業時間内に買い物に行けない社会人が存在するし、高齢でなくても外出が困難である人々が存在する。買い物難民はもっと広く政策課題とすべき問題ではあるが、ここでは、さしあたってここでの定義に従って議論する。



ので隔年調査であるが、1991年から2016年までの25年間で法人事業所は4,094店から3,910店へと200店舗弱の減少であるが、個人商店は10,511店から3,539店へと7,000店舗近く減っている(左目盛)。25年間で平均4.3%の減少率である。他方、小売店舗の売場面積は1994年の105万9902平方メートルから2007年の108万8413平方メートルまで増加したが、それ以降減少し2016年は91万5023平方メートルになっている(右目盛)。25年間では平均0.6%の減少率である。

他方、右図は人口1,000人あたりの店舗数(左目盛)と平均移動距離(右目盛、単位メートル)である。前者は1991年の17.6店から2016年の9.9店まで減少し、後者は263.0メートルから368.3メートルまで増えている。平均移動距離はここでは、徳島県の可住地1,010.21平方キロに全店舗が分布しているとした場合、各店舗が何メートルおきに立地するかという理論上の値である。図3と図4は、青森県と東京都の同様の計算結果である⁹。

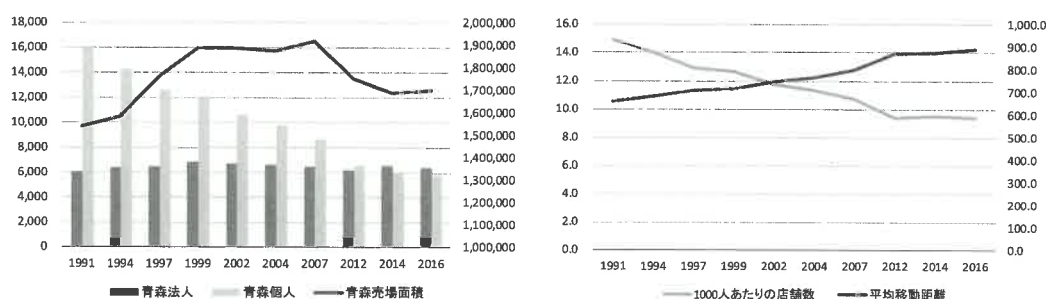


図3 青森県における買物環境の変化

(出典：図1に同じ)

青森県でも徳島県と同様、法人事業所は年平均0.2%の増加、個人商店の年平均4%の減少が見られる。売場面積は一時期急激な伸びがあったが、平均すれば0.4%の増加率である。同様に、青森県でも1,000人あたりの店舗数は減少し、その結果、平均移動距離は長くなっている。特筆すべきは、距離の長さである。青森では平均約900メートルにまで達している。これこそ、買い物難民の最大の特徴である。

図4は、東京都の同じデータである。東京都では、個人商店の減少が青森県並みであり、年平均4%の減少率である。それに対して法人事業所の多さは特筆すべきである。東京都ではそもそも法人事業所が個人商店ぐらい多くあ

8 徳島県を取り上げる理論的理由はない。ツイッターで以下のような内容のツイートを読んだことがあるからである。(県の)外部から来た人は、商店街がシャッター通りになっているのを見て地方都市が衰退していると判断するが、内部の人には、人口減少もせず郊外のショッピングモールがあるので買い物には困っていない。駅前だけ見て衰退しているという判断をするというような内容であった。そこで、徳島の小売店はどの程度の減少かを調べようとしたからである。石川県でも同様の計算をしたが、徳島県との違いは平均移動距離も下がっていることだけであった。

9 これらも注4と同様、理論的な選択理由はない。ただ、東京都は日本の各種問題の根源的理由になることが多いので、一見の価値はあるだろう。青森県ではないが、青森市が人口30万程度であり、欧州の典型的規模の都市と比較対照されることが多いことは指摘しておこう(村上, 2017)。



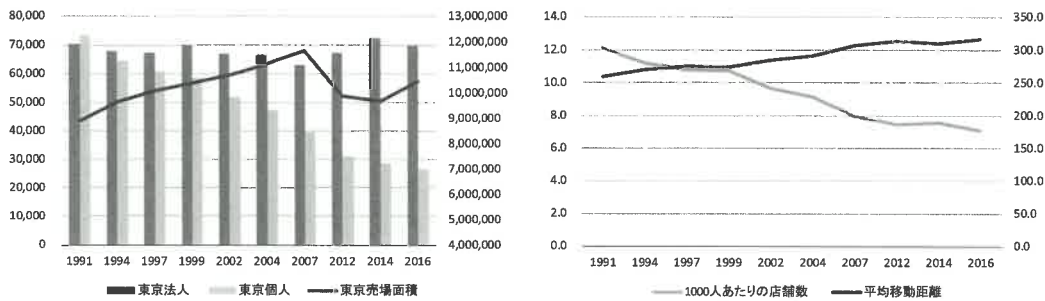


図4 東京都における買物環境の変化

(出典：図1に同じ)

り、その数が安定していることが特徴である。リーマン・ショックで一旦、2007年以降売場面積も減少したが、また復活しているところが流石に東京である。それ故に、1,000人あたりの店舗数は個人商店の減少で影響を受けているが、平均移動距離は約260メートルから315メートルに増えている程度である。

ここから、地方都市と都会の商業構造の違いがいくつか指摘できるだろう。徳島県や青森県のような地方都市では、個人商店は激減して、法人事業所（小売企業でチェーン店か地元の複数店舗を持つ食品スーパー、以下では法人小売業とする）はそれほど減っていないことがわかる。しかし、法人小売店がそもそも少ないので、小売店までの（理論的な）距離がどんどん長くなるのだろう。

小売店舗の減少による、平均買い物移動距離の増大これが買い物難民を生み出す理由であるが、本稿の計算方法では、個人商店が減少している現在では、必ず平均買い物移動距離は長くなる傾向になる。厳密には、500メートル程度のメッシュデータを使いメッシュ内店舗数に基づいて計算するべきであるが、買い物難民は法人小売業のみならず、近隣の小売店（個人商店）の減少が一層の問題だという指摘はできるだろう。郊外に全国チェーンのショッピングセンターがあったところで、買い物難民問題は解決しないからである。だから、近隣の個人商店の減少こそがそれを生み出す最大の理由なのである（杉田、2008）。

買い物難民の間接流通による解決

このように、個人商店の減少と高齢化の進展により、買い物難民はこれからも増大すると予想されるので、実際にはすでに買い物難民解決のための実践が多数報告されている（関、2015；村上、2014）。そこでの主張は2つにまとめられる。買い物難民の移動可能性を高めることである。この場合、地域のコミュニティ機能を強化して買い物難民が移動できるようにするか代理購買をするかになる。これらの場合は、誰かが買い物難民を支援するコストが発生する。もうひとつは、販売側が買い物難民に接近していくことである。移動販売（トラックによる移動店舗）がその典型的手法である。もちろん販売側（この場合は小売店が典型的であるが）が御用聞きに回るという「サザエさんの三河屋さん」方式もある。ただし、いずれの場合でも、それらが経営として成

初校

立する条件を満たす必要がある。それは店頭販売以上の販売コスト（トラックの移動コスト、御用聞きのコスト）を上回る売上が達成されることである。このような関係は図5のように概念化できる。

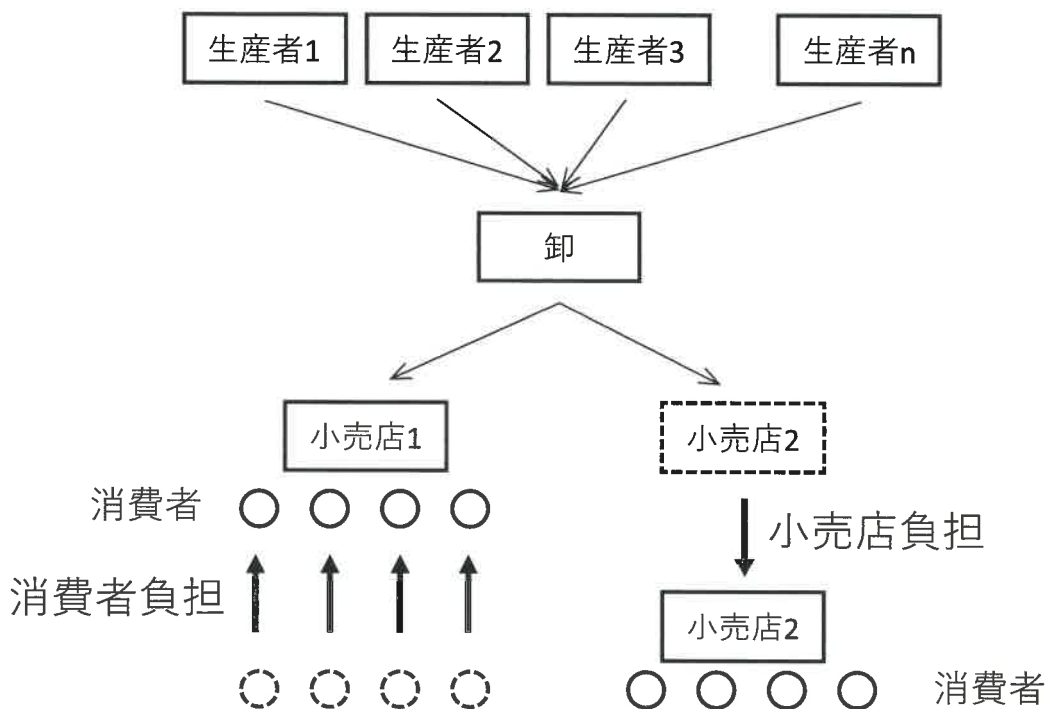


図5 買い物難民解決の流通構造概念図

図5は、買い物難民の解決方法についての概念図である。生産者（生活用品メーカーや野菜や果物、生鮮食品材料の生産者を含む）から卸を経て小売店に商品が入っていくモノの流れを表現している。両小売店までの商品の流れは、既存の議論における通常の流通構造で、生産者からの商品は卸に集中して、すべての商品が揃えられ、小売店に届けられる。消費者であるわれわれは、小売店にすべての商品が並んでいることで、生活に不可欠の道具（商品）を一揃えできるのである。

買い物難民は、左の流通構造、小売店1の条件で生じる。消費者の居住地（点線の丸）の位置から小売店1までの距離（矢印）が長くなったり、消費者負担（歩行困難さや買物能力の低下^{おん}お出かけ）ができなくなったりした場合、買い物難民が発生する。このように考えると、何も買い物難民は、高齢者、運転免許なしだけで発生するわけではないことがわかるだろう。要するに、買い物難民とは図5左の消費者負担ができない状態にある人々のことと一般化できる。

そういった買い物難民を解決する方法が、小売店2の流通構造である。この場合は、小売店1の流通構造と違って、小売店2が消費者に接近していることが特徴である。もちろん、お店自体が移動するわけではないので、概念図であるが、宅配やトラックによる移動店舗がその代表例で



ある。つまり、消費者は自宅もしくは庭先で買い物をすることができるのである（村上，2014）。現実的な解決策は、販売場所が消費者に接近すること以外にない¹⁰。

ここで、鬼の首を取ったような指摘が繰り返しされることを防ぐために改めて述べるが、現実的な買い物難民の解決は間接流通でも可能である。だからこの小見出しもそうになっている。間接流通でも買い物難民は解決できる。そもそも、実際の買い物難民の解決はどんな流通構造であっても構わない。解決することが最優先だからである。

それに対して本稿は、実践的な解決ではなく、理論的にニューの解決策は何か、を問うているのである。社会的取引コストが削減されるので有効だと主張する間接流通では理論的なニューにならない、と言っているのである。これだけ言って理論的なニューの意義がわからないなら、それはこれまでそういう学者の論文を書いたことがない自称教授だ。

しかも、小売店2の流通構造では、小売店が移動販売のコストを負担する。このコストは商品の販売価格に転嫁するのが、一般的である（村上，2014）。そうすると、そもそも間接流通の有効性の根拠であった社会的品揃えによる探索コストの削減は、移動販売コストを賄えるだけあるのか、という比較考量になるだろう。そうなると、間接流通と直接流通の社会的取引コストを比較考量し、有効性を判断した論理構造と同じになる。つまり、社会的取引コストが下がったときに、間接流通が直接流通より有効になる条件は何か、という理論的課題に定式化できるのである。

買い物難民に限らず、われわれ消費者は一般的に、買物のための何らかのコストを負担している。典型的には買物にかかる時間である。コストは時間の関数であるから、理論的には何であれ時間がかかると機会コストを想定することが可能である。この機会コストが極端に大きくなった場合は、誰もが買い物難民になる可能性を有しているのである。

ただし、ここで行政で^{費用}つかわれる買い物難民はさらに生物としての動作能力が低下した状態のことでもあるので、この機会コストは時間だけではなく、食材などを配達して貰ったり代理購買して貰ったりする際の受益者が負担すべきコスト（配達サービスや代理購買の賃金）が含まれる。図6が、そのベネフィットとコストの関係を表した概念図である。

図6は、次のように読む。まずこの図6は2つのグラフを並べたものである。一点鎖線よりも上は、生産者と消費者の間にある懸隔を表している（田村，2001）。流通は、生産者と消費者の間にある懸隔を経済的取引の連鎖によってつなぐ活動であるので、彼らの間には隔たりを埋めることで流通活動は完了する。それを埋めなければ、消費者は生活を営めない。この隔たりは、すべての商品生産者と消費者との間にあると考えてよい。

一点鎖線より下のグラフは、消費者まで商品を移動させる技能水準とそれにかかるコストの関係を表している。商品を移動させる技能水準とは、典型的には生産地から消費現場まで商品を運

10 とはいえ、この場合であっても、田舎では住居が密接していないことである程度の距離を歩かねばならないこともあるし、都会ではアパートの高層階に住んでいて階下まで降りるのが億劫な買い物難民もいるので、移動販売も根本的な解決策にならない。玄関まで届ける以外の商品流通では、買い物難民は必ず発生する。

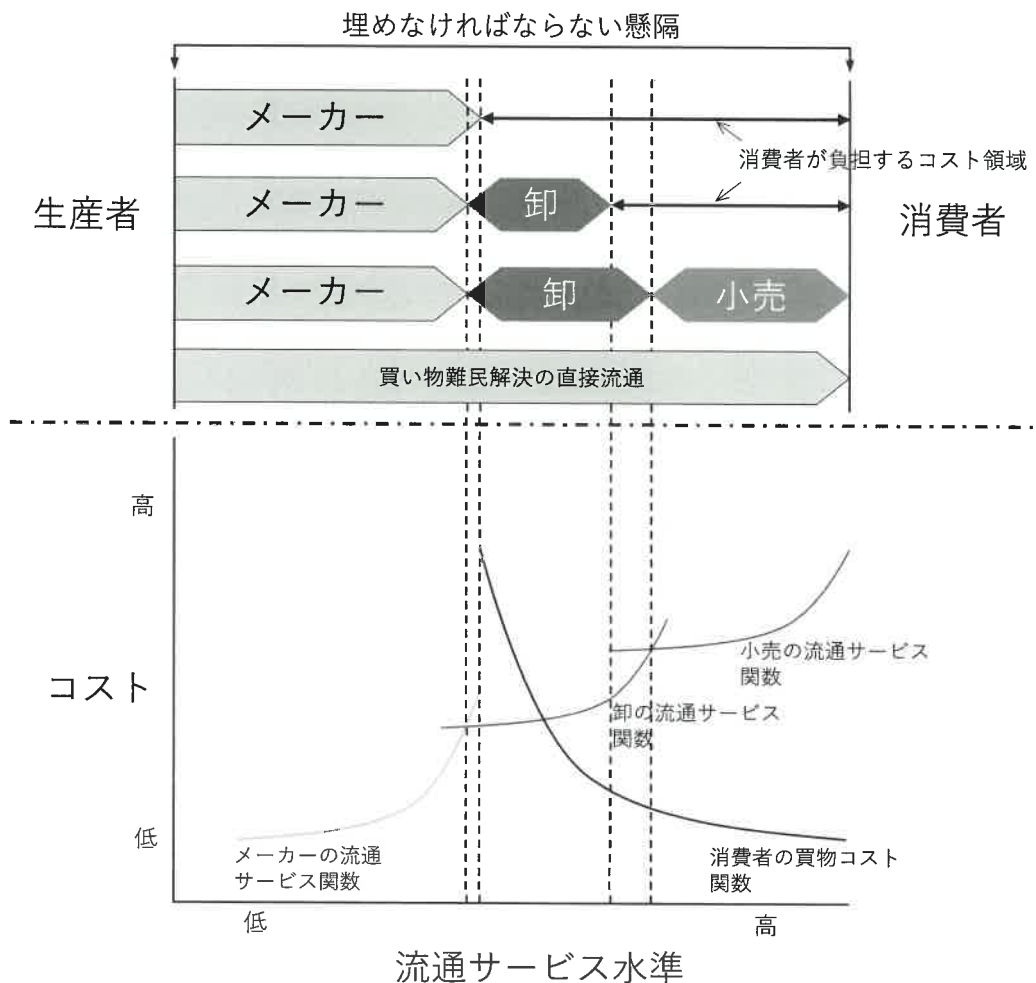


図6 流通コスト受益者負担の概念図

(出典：高嶋 (2002), 76 ページ, 図 3-5 を一部修正して加筆)

ぶサービスを考えればよい。消費者にとって、そのサービスが高いと判断できるのは、自分は移動することなく商品が手元に届くときである。今それを流通サービスと呼べば、流通サービスが高いと消費者の買い物の手間は圧倒的に省ける。何故なら、買い物に出かけなくてもいいからである。

ところが、メーカーが消費者まで商品をいちいち届けると、その手間は限りなく大きくなるだろう。つまりメーカーや小売店といった商品提供側が流通サービス水準を上げると、こんどは(経営の)コストが上がっていくのである。だから図6の下のグラフに表れるメーカーや商業(卸と小売)の流通サービス関数は右上がりになる。ここでは、そのコストは限界的に増加すると仮定しておくので、右に行けば行くほど急激にコストが上がっていく。したがって、提供側は流通サービス水準のどこかで、提供を諦めることになる。各関数が切れている水準は提供を諦める水準

初校

表している。

このような条件で、今、上のグラフ、メーカーがあるところまで荷物を運んだとしよう。これはメーカーが流通サービスを行っているということである。その時点でコストが急激に上がったので、メーカーは荷物運び、つまり流通サービスを中止することになる。仕方がないので、消費者は自分でコスト（消費者買物コスト）を負担して商品を買える場所まで出かけることになる。それが上のグラフでいう、消費者が負担するコスト領域である。

このとき、卸（中間商）が生産者と消費者の代わりに、懸隔の一部を補っているのが、2段目の線である。この場合、消費者が負担する買物コストは、生産者のもとに出向くよりも低くなる。ただし、卸のコスト負担分を価格や別の方法で補うことになる。さらに、3段目になると、小売店が眼前に出店しているの、消費者が埋めなければならない懸隔はほとんどなくなっており、消費者の買物コストは、極めて低くなる。

この概念図を用いると、買い物難民がどのようなコストを負担するのか推論できるだろう。まず、買い物難民状態とは、上の2つの線で発生する。それは消費者の負担するコスト領域が賄えない時である。この時の消費者の買い物コストは、最初から極端に高い位置から始まる。それに対して、一般的な買い物コストの場合は、流通サービス水準が低くなると、つまり左に行けば行くほど、高い水準になっていく。買い物難民を解決するという事は、それまで卸と小売が埋めていた懸隔を誰かが機能的に代替し（ここではもっぱら商品の輸送コストを中心に考えている）、そのコストをどこからか調達してくるということになる。

今のところ、そのコスト負担の方法は次の3つである。第1に、買物コストと同等の配送コストを消費者が支払うという考え方である。これは受益者負担であり、その場合は配送業者も事業として成立しやすい。なぜなら消費者は買い物に行けないから、^{kw}代わりに運んでくれる誰かを求めているからで、その場合は、配送業者が利益を出せる水準で配送費を設定できるからである。そしてこれはすなわち、直接流通（4段目の線）ということになる。本稿は、この方法が最も適当だと考える。なぜなら、これ以外の以下2つの方法は、流通サービス水準を維持するコストを負担しきれなくなることが容易に予想されるからである。

そこで第2の方法は、制度改革である。制度改革とは、政治的に買い物難民を解決するための税金投入のことである。意外にも^{0.1%}この主張は買い物難民政策論者に多い（杉田、2008）。本稿ではこの考え方は、買い物難民解決には不適であると考え。なぜなら財源問題が常に付きまとうからであり、もうひとつは税金（この場合は、輸送業者への補助金や助成金となることが多い）が投入されれば、誰であれ、事業計画が杜撰で曖昧になることが多いからである（木下、2016；2018、村上、2014）。

そして最後に第3の方法は、ボランティアである。これは地域コミュニティの再構成という言い方で議論されることもあるが、言わんとすることは、誰も^{コストを負担し}代金を払わないので、すすんで手伝ってくれる人を探すという考え方である。買い物難民解決策では、更に意外なことに、この取組みの評価が高い（関、2015）。しかし、この方法も本稿は不適当と考える。なぜなら、ボランティ

初校

アの供給に継続性が保証されないという点で、受益者負担による（ここでは輸送の）事業化に劣るからである（Grønhaug and Dholakia, 1987）。

本稿は、政策理論を射程とはしないので、論点は、流通構造をどのように設計すれば、買い物難民が解決するかにある。理論的な定式化をすれば、なぜその流通構造が買い物難民を解決するか、になる。そしてそれこそ直接流通である。図6では、4段目の線である。生産者から消費者まで届いている線が、直接流通であり、買い物難民を理論的に解決する方法になっていることがわかる。

直接流通以外は、すべて当事者以外へのコスト負担を期待することになる。上述の第1番目の方法以外の理由から、本稿はそれらは結局、長期的には破綻すると考える。だから、直接流通の（配送）コストを下げる努力をすることが、長期的にはそういった衰退する地域経済も長生させると予想する。

このとき今述べたように、理論的には、なぜその流通構造ならば「買い物難民」問題を解決できるのか、と定式化できるが、直接流通はすでに流通理論がその有用性をはるかに昔から指摘している（Hall, 1948）。にもかかわらず、なぜ、間接流通（卸、小売）を前提とする解決策が議論されるのか、が本稿の論点である。本稿では、それを流通論がいつの間にか商業論に置き換えられたからだとする仮説を考えている。

そこで、次に、そのロジックの事例を考察しよう。それは流通革命論である。流通革命論は、1962年、田島（1962）と林（1962）の著作を契機とする流通構造改革の主張である。そこでは、増大する生産力に比して、流通の効率性が低いこと、小売業が前近代的経営で生産性が低いことを指摘して、それらを改革していくことを主張した。

彼らの主張はわからないでもない。というのも、現代でも中小企業の生産性議論や制度改革が議論されるからで、それを思うと、いつの時代にも一層効率的な産出方法が期待されるのである（後藤，2014）。経済合理性を代替する経営倫理は、何度も何度も顕れるが、いつかどうかに消えていった。ここでは、流通革命の議論で用いられた正当化の理論的基礎が、多様な議論の後、商業の存在根拠に転換していったことを事例として示すことが作業である。

III. 流通革命の理論的支柱

流通革命はテーマ（技術の進展による環境変化がもたらす流通企業の対応方法）が異なることで、2020年段階で、第3次までであるようだが、流通全体の効率化と小売経営革新（チェーン店化に始まり、現代では小売マネジメント全体に及ぶ）であることで共通している。この流通効率化と小売経営の革新は、次元の異なる議論であったのだが、それらをまとめて流通革命としたことで、卸、小売を使った販売方法の優位性を主張する議論に転換していったのである。それこそ間接流通の優位性を理論的根拠とするに適切な論理だてであった。そこで、以下では、まず、初期の流通革命が、どのようなフォーカスを持ち、どのような結論を提案したのかを要約しよう。

存在の可能性

初校

最初期の流通革命は、田島(1962)と林(1962)と同じ年に出版されているが、それぞれ問題の認識が異なっている。ただ、結論が、生産と消費を太く短いパイプでつなぐ、というシンプルな命題を帰結したので、センセーショナルに受け入れられたようである。

田島(1962)の主張は、アメリカの経験を前提としているところが特徴的である。その典型はスーパーマーケットの評価にあらわれる。それはいち早く、Hoving(1960)の翻訳を手掛けたこと^{ミイカとデイズ}に~~あらわれる~~。Hoving(1960)は、アメリカのメーシーズやモンゴメリー・ウォード、ティファニーやディズニーの経営者を努めた実務家であり、ハーバード・ビジネス・スクールで教鞭もとった理論家でもある。Hoving(1960)は、流通の本源的な哲学が大量生産を支える大量流通であることを主張する。そのため、大量販売を実現する方法、常に新しい流通経路を探し続けるセールスパーソンやプロモーターの役割を強調した。

田島(1962)の認識も、それに準じている。~~であるから、そこでの流通革命論は『日本の』~~^{イキ}という枕詞が付せられている。そこでの論点は流通機構の革新と小売販売革新の2つからなる(戸田, 2015)。前者は、日本の流通が非近代的であるから、メーカーによる整備によって解決するという指摘がされる。非近代性は、流通機構の低生産性、小売業の小経営規模、多数の零細小売業、そして複雑な流通機構によって特徴づけられる。その解決策として、メーカーの経営指導による卸小売の生産性向上、メーカーから消費者への直売を最極端とする流通経路の短縮化、新しい流通経路の開拓、そしてメーカー専用問屋の設計が挙げられた。^{アイ}

一方、後者の小売販売革新の中身は事実上、スーパーマーケット化^{アイ}で、それによってワンストップショッピング化が実現し、消費者の買物コストを下げる^{アイ}ことが可能になる^{アイ}ことを指摘する。それはつまるところ、巨大メーカーと小売業が対等になるように、小売店の共同仕入れや共同配送を実現し、消費者サービスの強化により集客力を高めることである。それにより、細いパイプ(小規模零細な小売店を保持するのではなく)をたくさん維持するよりも、太いパイプ(大量販売)を少数配置することが有効であるという議論を組み立てたのであった。

他方、林(1962)の議論は、少し論点が異なる。このあたりに元来が統計学者でマクロな視点から現象を考察する学者の特徴がでたのであろう(林, 2004)。林(1962)の流通革命論の特徴は、流通機構の生産性を向上するという主張にあらわれる(加藤, 2019)。したがって、確かにスーパーマーケットによる流通革命を強調はするが、あくまでもフォーカスはマクロな流通機構にあり、経路革命、消費革命、情報革命がその構成要素になるのである。その背景には、メーカーの大量生産が圧倒的に巨大になっているという認識がある。つまり、流通革命が求められるのは、生産段階での生産性向上に流通機構の効率性が追い付いていないからだ、というわけである。そのようなメーカーの大量生産を吸収するためには、まずは消費革命によって大量生産を吸収する中間消費階層が成立しなければならない。中間消費階層は、標準化・規格化された製品を必要とする。それがセルフサービスでの購入を容易にし、そして規模の経済性に基づいて低価格販売が可能になるからである。

そしてその大量生産を大量販売に結びつけるのが経路革命である。これは既存のチャネラーの

初

経営強化（メーカーの流通系列化）と新規の巨大なチャネラー（スーパーマーケットの流通革新）の成立という2つの要素からなる。最後の情報革命は、生産に素早く販売情報が戻されることである。1960年代にもかかわらず、現代の無線技術や携帯性、即時性、ビッグデータ処理を予想させる記述であるのは、1997年ですらインターネットでの経営革新を予想できなかった経営層が支配的であったことを考えるならば、林（1962）の論理的推論力は圧倒的である（ポニーテール編，1997）。これぞ学者の理論的予測力である。

しかも林（1962）の枠組みでは、卸の排除は必ずしも予定されないことが特徴である。達成すべきは流通機構の生産性を高めることであって、そこに卸が機能的に貢献するのであれば排除されることはないと強調する。このように林（1962）の議論は、徹底的に機能的であり、本人が「流通革命の制度面での予言書というよりは、機能面で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ページ）という主張は特筆されるべきである。田島（1962）が主に、スーパーマーケットという小売経営革新で解決しようとしたことと、決定的に異なる。

図7は、それら流通革命を定式化した発展度の分析枠組みである。これは、田島（1962）流の

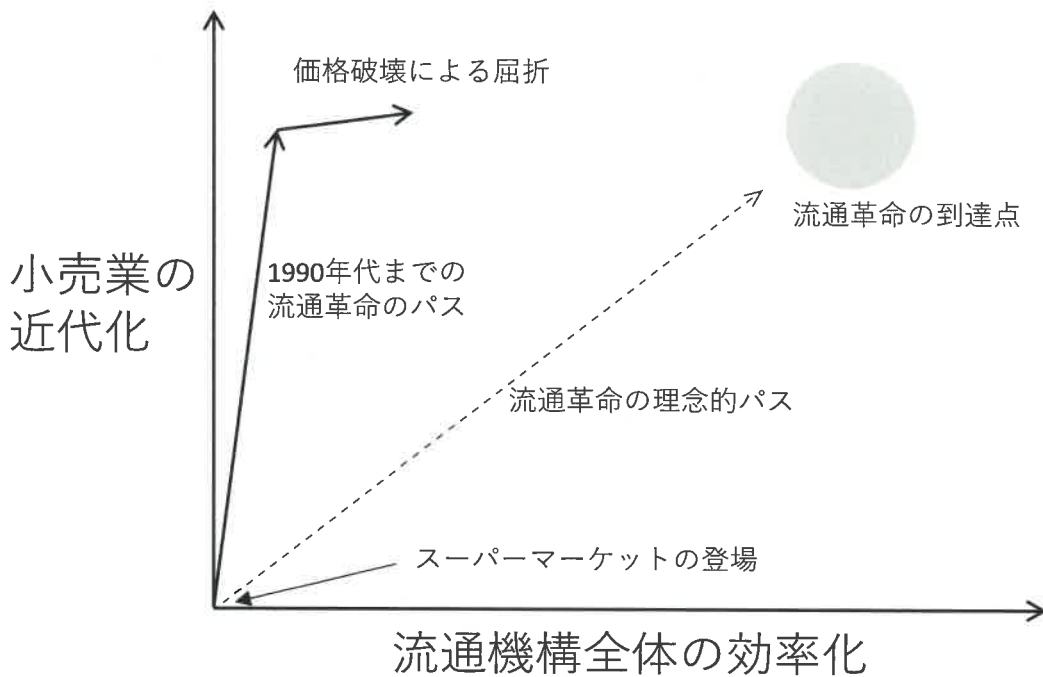


図7 流通革命の進展度の分析枠組み

(出典：長銀総合研究所，図表4-1，115ページを一部，本稿の表現に適合するように修正¹¹)

11 原著では、小売業の近代化は小売業のチェーン化、流通機構全体の効率化は流通チャネル全体の効率化と表現されている。以下同様に、図中、流通革命の理想的パスは流通革命論の理念型、1990年代までの流通革命のパスはこれまでの軌跡、そして価格破壊による屈折は価格破壊による急転回である。田島（1962）と林（1962）の用語に合わせるために修正した。それでも論旨は、原著と変わるところはない。



小売経営近代化と林 (1962) 流の流通機構全体の効率化を、それぞれ流通革命の次元と措定することで、流通革命進展度の空間配置を可能とする。特に重要なことは、小売業近代化、流通機構全体の効率化の次元がそれぞれ尺度を持ち、測定可能になっていることである。

たとえば、小売業の近代化は小売業のチェーン化度（チェーン小売業の販売シェア・小売店舗数の減少）によって測定でき、流通機構全体の効率化は、チャンネル効率化の進展度（卸売店舗数の減少・マージン指数）で測定できるのである。長銀総合研究所（1997）は、1990年代までの流通革命は小売業の近代化を中心に進展し、価格破壊の後、流通機構全体の効率化に進んだことを実証的に示している。

流通革命の進展度分析は、流通革命の達成の程度をビジュアルかつ実証的に示せる枠組みであるが、流通革命の到達点が理論的に定義できないという問題がある。つまり、なぜそれが流通革命の到達点と規定できるのか、を理論的に説明することができないのである。もちろん、実証的に進展度の段階を定義することはできるが、その基準が恣意性を免れることはない（Watanabe, 1985）。そこで、必要になるのは、流通革命は何を達成すれば革命なのか、を明示することである。それは流通構造の質的変化、つまり、間接流通から直接流通の実現である。そのため次のセクションで、流通革命論の理論的支柱を推論することにしよう。

流通革命論の理論的支柱

ここまで、田島 (1962) や林 (1962; 1964) の流通革命論を定式化してきた。ここまでの議論は、その達成課題は、流通業務の近代化で、特に、小売業の合理的経営手法の導入（もっぱらチェーン化）と流通機構全体の効率化（卸排除、小売価格の低下）によって測定可能となる、というものであった。この論理に理論的支柱を与えたのが、取引総数削減原理（~~the principle of total exchange reduction~~）である（Hall, 1948）。この原理は、流通における多数の取引を1ヶ所に集中させることで社会的な取引コストが削減することを強調する。ロジックは至ってシンプルで、直接取引であれば売手と買手の数をかけあわせただけの総取引が行われるが、間接取引であれば足し算に変換するので取引数が削減される、という計算のことである（図8）。

このとき、商業が1のとき、全生産者と全消費者をつなぐことで取引総数が最小になる（高嶋, 2002）。元来、Hall (1948) の取引総数削減原理は、商業の中でも卸がなぜ流通経路に必要な、という存在の根拠を与える理論として開発された¹²。というのも、小売業は消費者に対応するため、~~自ずと小規模にならざるを得ない~~。もちろん、経営実践としては売場面積を大きく取って品揃えを拡げることは消費者のニーズに広く対応できるので、消費者をたくさん集めるのに有効である。

取引総数削減

minimum total transactions

取引総数は最小になるから。しかし、卸は多いから。

このとき、消費者は、対外的な小売者は少ない。しかし、大規模な消費者は、たくさん集まるからである。

12 商業の存立根拠について、機能性理由、経済合理性基準を批判的検討する議論がないわけではない（石井, 2012）。それらの議論の特徴は、取引当事者の存在がア・プリオリに仮定されていることだ、という。それらの議論が新しい商人論を提案したことで学問として貢献があるが、既存の商業理論の脱構築を目指している。本稿で扱う議論とは存在論、認識論的に次元が異なる。本稿が目指すのは、直接流通が買い物難民を救済する方法として理論的に合理的なのに、そうならなかったのはなぜか、という理論的な説明である。

初校

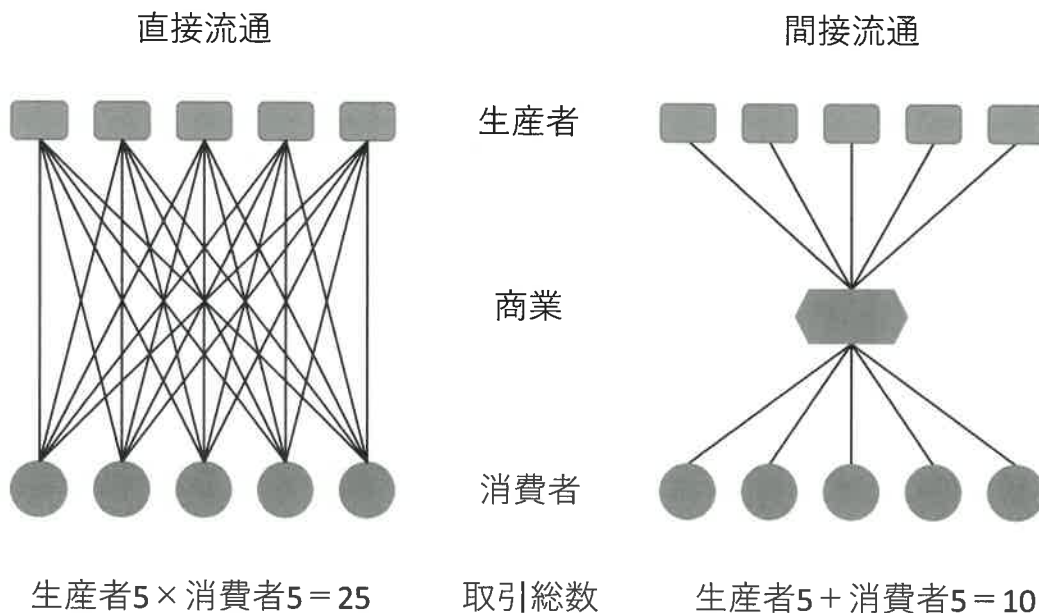


図8 直接流通と間接流通の取引数の比較

それは商圈を拡げることにつながるだろう。だから大規模化は優先される成長手法であった。商圈の拡大は理論的には潜在顧客を増大させるからだ。

しかし、そうであっても消費者の移動コストを勘案すれば、日常的に10キロ先の小売店に毎日買物に行く消費者は稀である。おそらく徒歩圏、せいぜい本稿で想定している500メートルが限界である。なぜなら、行きは手ぶらでも帰りは荷物を持つからだ。小売店が小規模で分散するならば、メーカーの大量生産をどこかで吸収する必要がある。それが、流通の段階分化（高嶋，2002；田村，2001）と流通革命論が強調する小売店の大規模化である。

流通の段階分化は、メーカーと消費者の間に何段階かの卸が機能的に分化することで、取引の規模を小さくできるメカニズムである（田村，2001）。たとえば、メーカーが100単位つくって流通させるためには、卸2社で50単位づつに分ければよい。つくった大量の製品を一度に流通させるキャパシティを超える場合、何段階に分けて分散させることで流通コストの増加を減らすことができるのである。さらに2社の卸は、それぞれが10社の小売店と取引することで5単位づつを配荷することができるのである。5人の消費者に1単位の商品が届いたというわけである。

このような小規模分散化の流通理論があるにも関わらず、流通革命は大量生産の吸収を大量販売、つまり小売の大規模化に求めたのである。それは流通革命が同時に、小規模零細だった前近代的小売業を、近代化させ生産性を高めることを目的としたからである。これらは本来、独立に進められることであつたし、~~実際~~、生産性を高めるのは、投入を減らしても可能なので、小規模化が有効なときもあるのだ。 *卸業 定義式か？*

ところが、1960年代というのは、太く短い経路や経営の合理化という言葉が、社会的にも経



営的にも時代の要請に適合した~~ことである~~^{こと}。大きいことはいいことだ、隣の車が小さく見えます、などという広告のキャッチフレーズはもとより、the bigger, the better. という認識は、疑うことのない目標だったのである。

それは1960年代という時代背景を臨めば明らかである。それを認識不足というのは、とんだお門違いで、2080年の人々から見れば2020年のわれわれも、なんと認識不足という批判を受けるのと同値である。1960年代には、日本全体の西洋化や合理化、近代化が精神的にも物質的にも必要とされたのである(丸山, 1961)¹³。

しかも、規模の経済性は資本の拡大再生産の常套手段であった(Abernathy and Wayne, 1974)。規模の経済性は収穫逓増の生産関数で発生するだけでなく、経営実践でも生産に関わる固定費を一つ一つの商品に配賦することで、1個あたり生産コストを激減させられるので実感が強いのだ。そしてそれは、商業(特に卸)の存在意義を説明するのに有効であると本稿も考えている。10トントラックを1台走らせるのと、1トントラック10台走らせるのでは、人件費は10倍近く違ってくるだろう。規模の経済性は働くのである。

しかし、間接流通の有効性は直接流通よりも経済的に合理的だ、という論理の立て方によって正当化されていることが忘れられている。それは、商業による取引総数最小化原理に基づいている限り^{せい}間接流通の経済合理性を主張できる~~のである~~^{にもかわらな}。直接流通は、社会的取引コストを引き上げるのである。社会的取引コストこそ、間接流通の理論的根拠なのである。取引集中をさせることで理論的には経済効率性が保証されるので、学者が商業の存立根拠を主張するためには最有力な理論的根拠となったのだ(田島, 1999)。

しかし、それが故に、直接流通の技術的可能性に基づく革新的な流通構造論を議論する契機を失った。というのも、この議論は効率的な商品流通を主張したが、それは小売店を近代化させることを予定していたからである。流通革命論は、大規模な流通(大量生産と大量販売の直結)と小売店の近代化の2つの要素から構成され、消費者との直接流通は最初から、無視されてしまったのである。消費者への直接流通は理論的には大量消費にならないからである。

この傾向は、今でも観察できる。流通革命は、第1次で大量生産と大規模小売の直結から、第2次の情報技術を駆使した多頻度少量の物流革命によって達成された(西澤, 1970; 矢作, 1994)。今、第3次流通革命を明示している議論はブームになるほどではないが、宮下(2006)が先駆的で、そこでは外資の参入、大手小売の合併、情報革命、そして人口減・高齢化による流通構造の変化を指摘している。昨今では上田(2016)が、生活者視点から小売業のイノベーション(第3次流通革命)が起こることを事例とともに紹介する。これらは、それぞれ流通の効率化に貢献する問題を解決するという目的を持っているが、それは直接流通によってではなく、小売店の存在を前提にしていることが~~特徴である~~^{で、伝統的流通革命は位置がまたよいだろう。}

13 当時の流通政策において例外的に地域分散の小規模小売業の育成を主張したのは林(1966)である。ボランティアチェーンによる小規模小売業の近代化の必要性は認めたくえで、大規模小売業への販売の集中に警鐘をならした。まさに例外的な慧眼というべきである。

しかし、理論としての流通革命は消費者への直結である。そして今や、巨大電子商取引企業によって、それを実現する技術的可能性も保証された。メルカリのような消費者対消費者の取引は、物々交換だとみなすことすらできる。直接流通は間接流通よりも取引総数において多くて非効率になりそうであるが、現代の巨大電子商取引企業は情報技術を駆使することによって探索コストを飛躍的に低減させた。第4次流通革命はこの枠組みで理論を構築するようになるだろう。そしてそれこそが、買い物難民を解決する理論的支柱となることを予想しよう。

IV. おわりに：直接流通の再評価

本稿が課題としたのは、流通革命はなぜ大量生産・大量販売の直結だったのか、である。理論的にニューとしての流通革命は、大量生産と分散消費の直結であらねばならないのに、である。

本稿では、それを推察するために流通革命の理論的根拠を問うことが有効であると考えた。というのも、流通革命が目指した流通の近代化とは実質的に経営の合理化であって、直接流通の非合理性を解決することではなかったからだ。価値のある理論構築を目指すならば、直接流通の非合理性を解消すること、それへの革命であるべきだったのだ。本稿は、なぜそうならなかったのかという流通研究の社会的な探求によって、それを推論しようとした。

本稿の推論は、流通機構の効率化と目指す流通革命論と小売業の近代化を目指す流通革命論が、商業による取引総数削減原理によって理論的支柱を与えられたからである、というものである。大規模な生産を大規模な販売で直結すると、社会的取引総数は削減する。つまり、なぜ間接流通が支配的な流通構造として選択されるのか、という理論的な問いには、そのように答えることができるからである。

であるならば、理論的な意味での流通革命は、メーカーと消費者個人を直接結ぶ、とすべきである。繰り返しになるが、ここでいう規範論（すべき）は、林先生や田島先生がそういう結論を想定できなかったことを指摘しているのではなく、理論的な流通革命を求めるならば直接流通こそ革命だが、技術水準が達していないので（1960年代当時の）現実的な目標としての流通革命を大量生産と大量消費を直接つなぐことだ、ぐらいの指摘がどこかであれば、理論の予測力の評価も圧倒的だったであろうと反響し、いさのびみち。

それは純粋な理論（化を目指していた）であっても、時代（学問状況）がもたらす思考の作法から逃れることがどれほど難しいかを意味している。カルチュラル・スタディーズの言葉を借りれば、時代性だとかまなざしということになるだろうが、要するに、ある問題意識（問題提起）の認識論、存在論的前提を無批判に受け入れる姿勢のことである。そのような認識論、存在論的前提を共有しなければ、クーンの意味での通常科学の発展を評価できなくなることは疑いないが¹⁴、組織的な批判が科学の成立要件（のひとつ）とするならば、この無批判な姿勢は Mertonian norms に基づく科学が成り立たないということを含意している（Merton, 1973, p. 281）、とまでは言わないが、時代を画する碩学すら時代性を相対化することの難しさを示していそうであ

初校

る¹⁵。

実際問題われわれだって、時代性やそのまなごしに完全に巻き込まれていることは自覚的でありたい。シェアリング・エコノミーと言われればそれに、ロングテールと言われればそれに、AIと言われればそれに、サブスクリプションと言われればそれに飛びつく「研究の流れ星化」は言うに及ばず、凡百の我々の如きは況や、である。それらの何が理論的に新しいのか示されたことは少なく、経営実践上の恐怖を騒ぎ立てるだけである。

最後にこの小論から得られるインプリケーションを、身勝手に3つ示しておこう。第1は、流通革命論は理論というよりも、実践への貢献である。第2は、理論的に革命であろうとするならば、間接流通から直接流通への変容を指摘するべきであった。そして第3は、われわれ社会科学探求者の研究作法についてである。理論の使い方を、ほんの多少ではあるが、示唆できるだろう。理論的に定式化するという、そして理論開発とは何かである。

流通革命論の貢献

流通革命は、理論的貢献というよりも経営実践的に貢献したのであった。それは実際、林先生が『流通革命』を書く動機になったのは、ダイエーの見学に行って、その活気を伝えたかったからだという発言に表れている(加藤, 2019; 日本経済新聞 2014年4月27日朝刊)。時代の変化(その場合は、時間の短縮化)を捉えたかったのである。だから、流通革命論は、経営実践の時代対応指南書なのである。

もちろん、結果がおこってからその理論的予測の当たり外れを議論することは、(仮にそれがあるならば)ルール違反の暴論であり、揚げ足取りの極論であることは百も承知である。だから本稿で行ったのは、当時の流通革命の予測が当たったとか外れたとか指摘することではなく、流通革命は他にもパスが想定可能だったのに、大量生産と大量消費を直接結ぶことだけで実現しようとしたのはなぜか、を問うことである。それは1960年ごろの理論の隆盛や当人の知的水準及び社会的地位、さらには経済や技術水準などに規定されていたからである。

それと同様に、まさかこんな小稿ごとき、60年が100年後であっても彼らのように広く読まれることは万が一にも想定できないが、誰が読まずともその頃は2020年1月現在では想定でき

14 これは要するに、認識論、存在論的前提を共有しなければ、ある問題提起や主張を「ナンセンス」という一言で、断罪することが可能である、ということの意味している。「バツサリ切って捨てる」というような議論のスタイルはそれを表しており、ディレクタントにありがちな議論の進め方で、あまり褒められたものではない。とはいえ、研究領域が多様化して、誰もが誰もの専門性に触れないという昨今の研究発表の傾向は、発表にはコメントしかないという日和見の姿勢をもたらし、学問の批判的発展を阻害していることを、他方で指摘しておいた方がいいだろう。小手先だけで学問の社会的貢献を考えない趣味的研究もどきがどれほど増えていることか。

15 これは何の記録も示せないが、元日本商業学会会長であった石原大阪市立大学名誉教授が、自署の再評価について開陳された告解に基づいている。石原名誉教授は『マーケティング競争の構造』について、「100年もつ理論を開発したつもりだったが、時代性を超えることはできなかった」という趣旨の発言をされた。

初校

なかった配送方法が技術的に実現していて、なぜ当時の学者は「直接配送」を流通革命と予想したのか、と訝しがることだろう。おそらく2079年には3Dプリンタの民生利用の初期段階（30万円程度で調度がつくれる能力）が始まっていて、配荷なる業務は食品に限定され始めていることだろう。それならば消費者への直接分散配送を流通革命と考えるのは、はなはだ馬鹿げた予想だと指摘されることだろう。その時代には、現地生産が当たり前になっているからだ。

かように予測は外れるものであり、そのことを議論するのはナンセンスであるが、しかし、流通理論が依然として間接流通の優位性を取引総数削減原理に基づいて議論しているのであれば、いささか問題である。それは買い物難民を理論的に解消できないだけでなく、現代の消費のシフト（具体的には店頭でサイズ合わせや質感などを見て、電子商取引（ネット）で購入することを想定している）も捉えることができなくなるからである。ネットでは、一番安い商品を選択できることが多いし、ズバリ欲しい商品を発見できるからである。それはおそらく、探索コストや配送コストが十分下がったとき、間接流通と直接流通の選択条件は何かという探究課題になるだろう。

理論の新しさの再考

この問題提起の背景には、流通の理論がどれだけ進んだか不明なことがある。たとえば、日本の小売業の発展を考えてみよう。1904年、越後屋が「デパートメントストア宣言」をしたことに百貨店（業態）の嚆矢を求めるのがスタンダードである¹⁶。その百貨店は1996年から販売額減が続き、2017年にはピークの3分1になってしまった。ほとんどの会社が統合されて、今や大企業2社になって、それで産業が残っていることが奇跡である。もはや業態としての命は尽きたかのようなのである（田村、2008）。同様なのは総合量販店でもみられる¹⁷。大量生産を吸収する大量販売は、チェーン・ストア化したスーパーマーケットであった。それらがほとんど詰んでいることも明らかである。各業態の業績不振は、その業態そのものに帰せられるかどうかの理論を寡聞にして聞かないが、業態の理論開発とは、なぜその業態は発展するかフォーカスが移っていくだろう。

理論の作法

流通近代化（本稿で言うところの流通革命）が、流通生産性の向上である限り、直接流通を究極とすることが、理論的には結論となるはずである。それが証拠に、林流の流通革命も、生産と消費を直結することを示している。問題は、そこからなのだ。生産と消費者をつなぐ直接流通の実現について当時の技術水準が及んでいなかったということが理由ではなく、小売店を通じて商

16 三越呉服店がデパートメントストア宣言といっているわけではない。彼らの広告はあくまでも「米国でデパートメントストアと呼ばれている売り方をする」と述べているだけである。三越呉服店がデパートメントストア宣言をした、という言い方は厳密ではない。

17 総合スーパーとした方がわかりやすいかもしれないが、さしあたっては、general merchandize storeの意味としているので、その方がアカデミックな⁵として正しいと考えている。

品を販売するというのが大前提だったからである。そして今でも小売店での販売は依然として巨大である。

本稿が理論開発の焦点として想定しているのは、なぜ小売経営の近代化で議論がとどまったのか、である。それは、流通革命論が取引総数削減原理（取引集中の効果）を理論の根拠としていたからだ、ということである。流通革命論は、意図に反して小売の存在を前提にした議論なのであった。だから必ず売買集中の効果^{最小化}を理論的前提として措定せねばならず、分散取引（直接取引）の可能性を、当時の技術的發展度に関わらず、議論できなかったのである。理論的な問いに戻れば、直接流通が理論的な挑戦になることは、論理的に明らかである。なぜなら、商業の存在根拠がしばしば、取引総数削減原理^{最小化}に求められていたからである。冒頭の思考実験で示したように、直接流通が商業の否定になるのだから、それこそが目指す流通革命である¹⁸。

仮に予測を曇らせた原因があるとするならば、それは、つまりは、流通革命論者ではなく、それを理論化させようとした後進（がいるとして）である。それらがよってたつた取引総数削減原理（取引集中の原理^{効果}）なのである。直接流通の技術水準が追いついていなかったとは言え、理論的には、消費者の手に直接届くことが目指すところの流通革命になるはずである。それが小売の存在を否定するからである。このときに、情報仲介業者（インフォメディアリ）はどうなるのか、という指摘が可能であろう（Hagel and Singer, 1999; 2007）。この存在根拠は、情報の縮約・斉合にあるからだが、それが存在できる時間は消費者の情報探索技術の向上水準に依存するとだけ述べておこう。

本稿において、こういった流通革命の理論化プロセスを社会学的に探求したのは、現在、地方（のみならず東京都内でもなのだが）におけるいわゆる「買い物難民」の解消につながる制度づくりや流通構造設計に貢献すると期待されるからである。

邦文引用文献

- 入山章栄（2019）『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社
 上田隆穂（2016）『生活者視点で変わる小売業の未来：希望が買う気呼び起こす商圈マネジメントの重要性』宣伝会議
 久保村隆介・流通問題研究協会編（1999）『中小流通業革新への挑戦：専門店がまちづくりを担う』日本経済新聞社
 蔵本由紀（2007）『非線形科学』集英社
 後藤康雄（2014）『中小企業のマクロ・パフォーマンス：日本経済への寄与度を解明する』日本経済新聞社
 斉藤徹（2019）『超高齢化社会の「困った」を減らす課題解決ビジネスの作り方』翔泳社
 佐藤肇（1974）『日本の流通機構：流通問題分析の基礎』有斐閣

18 現実的には卸や小売業消費者に配送することもあるだろう。本稿でたびたび引用した村上（2014）はその代表である。しかし、その理論的な問題はすでに本文中で述べているので、繰り返さない。それは理論的には直接流通ではなく、商業様式による効率的な間接流通である。

配送

初校

- 鈴木安昭・田村正紀（1980）『商業学』有斐閣
- 関満博（2015）『中山間地域の「買い物弱者」を支える：移動販売・買物代行・送迎バス・店舗設置』新評論
- 杉田聡（2008）『買い物難民：もうひとつの高齢者問題』大月書店
- 高嶋克義（2002）『現代商業学』有斐閣
- 高根正昭（1979）『創造の方法学』講談社
- 田島逸夫（2000）「著作権流通チャンネルに介在する音楽出版社の役割」神戸大学大学院経営学研究科学位取得論文（商博-い-20），神戸大学
- 田島義博（1962）『日本の流通革命』日本能率協会
- 田村正紀（1965）『マーケティング行動体系論』千倉書房
- 田村正紀（2001）『流通原理』千倉書房
- 田村正紀（2008）『業態の盛衰：現代流通の激流』千倉書房
- 長銀総合研究所（1997）『全解明流通革命新時代』東洋経済新報社
- 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，第35巻第1号，19-33ページ
- 西澤脩（1970）『流通費：知られざる“第三の利潤源”』
- 沼上幹（1995）「個別事例研究の妥当性について」ビジネスレビュー，第42巻第3号，55-70ページ
- 沼上幹（2000a）「20世紀の経営学：「科学」化からの脱却」一橋ビジネスレビュー，第48巻第3号，22-37ページ
- 沼上幹（2000b）「われらが内なる実証主義バイアス」組織科学，第33巻第4号，32-44ページ
- 林周二（1962）『流通革命：製品・経路および消費者』中央公論社
- 林周二（1964）『流通革命新論』中央公論社
- 林周二（2004）『研究者という職業』東京図書
- 林信太朗（1966）「流通経済政策」深見義一・久保村隆佑・村田昭治・田島義博・田内幸一編『マーケティング講座第3巻流通問題』有斐閣，388-410ページ
- ほにーてーる編（1997）『有名企業のデジタル情報術』アスペクト社
- 丸山眞男（1961）『日本の思想』岩波書店
- 宮下正房（2006）「第2次流通革命の総括と第3次流通革命を展望する」流通情報，第450号，8-11ページ
- 村上敦（2017）『ドイツのコンパクトシティはなぜ成功するのか：近距離移動が地方都市を活性化する』学芸出版社
- 村上稔（2014）『買い物難民を救え：移動スーパーのとくし丸の挑戦』緑風出版
- 薬師寺哲郎・浅川達人・岩間信之・高橋克也・田中耕市（2015）『超高齢化社会における食料品アクセス問題：買い物難民，買い物弱者，フードデザート問題の解決に向けて』ハーベスト社
- 矢作敏行（1981）『現代小売業の革新：流通革命以降』日本経済新聞社
- 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

英文引用文献

- Abernathy, William J. and Kenneth Wayne, (1974), "Limits of the Learning Curve," *Harvard Business Review*, Vol. 52, No. 2, pp. 109-119.
- Becker, Howard S. (1983), "Freshman English for Graduate Students: A Memoir and Two Theories," *Sociological Quarterly*, Vol. 24, No. 4, pp. 575-588.
- Becker, Howard S. with a contribution by Pamela Richards (1986), *Writing for Social Scientists: How to Start and Finish Your Thesis, Book, or Article*, Chicago, IL: University of Chicago Press.

初校

- Berger, Peter L. and Hansfried Kellner (1981), *Sociology Reinterpreted: AN Essay on Method and Vocation*, New York, NY: Anchor Press/ Doubleday.
- Durkheim, Émile (1895), *Les Règles de la Méthode Sociologique*, Paris: Librairie Félix Alcan. (Translated by Halls, W.D., *The Rules of Sociological Method*, New York, NY: Free Press, 1982)
- Firat, A. Fuat (1985), "Ideology vs. Science in Marketing," in Johan Arndt and Nihilesh Dholakia (eds.), *Changing the Course of Marketing: Alternative Paradigms for Widening Marketing Theory, Research in Marketing*, Supplement 2, pp. 135-146.
- Grønhaug, Kjell and Nihilesh Dholakia (1987), "Consumers, Markets, and Supply Systems: A Perspective on Marketization and Its Effects," in A. Fuat Firat, Nihilesh Dholakia, and Richard P. Bagozzi (eds.), *Philosophical and Radical Thought in Marketing*, Lexington, MA: Lexington Books, pp. 3-14.
- Hagel, John, III. and Marc Singer (1999), "Unbundling the Corporation," *Harvard Business Review*, Vol. 77, No. 2, pp. 133-141.
- Hagel, John, III. and Marc Singer (2007), *Net Worth: Shaping Markets When Customers Make the Rule*, Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Hall, Margaret (1948), Distributive Trading: An Economic Analysis, New York, NY: Longmans, Green and Co. 17
- Hoving, Walter (1960), *The Distribution Revolution*, New York, NY: I. Washburn. (ウォルター・ホヴィング (田島義博訳) 『流通革命』日本能率協会, 1962年)
- Merton, Robert K. (1973), *The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigation*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Sutton, Robert I. and Staw, Barry M. (1990), "What Theory Is Not." *Administrative Science Quarterly*, Vol. 40, No. 3, pp. 371-384.
- Watanabe, Satoshi (1985), *Pattern Recognition: Human and Mechanical*, New York, NY: John Wiley and Sons.

報告書

『買い物弱者対策に関する実態調査結果報告書』総務省行政評価局, 2018年

『平成28年版情報通信白書』総務省, 2019年

『買い物弱者・フードデザート問題等の現状及び今後の対策のあり方に関する調査報告書』経済産業省, 2015(平成27)年4月30日

初校