

〔書評〕

## 渦原 実男氏 著作「日米流通業のマーケティング革新」について

那須 幸雄

〔Book Review〕

### On Prof. Jitsuo Uzuhara's Work, Book Titled "Marketing Innovation of Distribution Business in Japan and the U.S.A."

Yukio NASU

#### Abstract

1. On the Publishing of this Book
2. Contents of this Book
3. Meaning of this Book Writing & Publishing in Academic Performance
4. Approaches of Distribution Study
5. Trend of Distribution Study

Prof. Jitsuo Uzuhara has written and published his book titled "Marketing Innovation of Distribution Business in Japan and the U.S.A." in 2007. This book review introduces its approaches, structure, and then, presents any consideration about its feature and meaning.

#### 1. 「日米流通業のマーケティング革新」の出版について

本書は、西南学院大学商学部（福岡県福岡市）教授である渦原 実男氏が執筆して、2007年4月に、同文館出版社から刊行されたものである。ISBN（International Standard Book Number）は、978-4-495-64151-1であり、価格3,000円（税別）となっている。

小生（那須）は、かねて渦原氏が教育研究上の交流研究者のお一人であり、特に流通研究の上で優れたご業績を挙げていらっしゃるところから、今回、その最新のご著作について着目し、書評を叙述した次第である。小生は1988年から2000年まで13年間、九州大分県の大学に在籍しており、その間、日本商業学会や産業科学学会の交流において、同氏との交友関係が作られた（現在も、書籍の共著執筆や学会活動において、研究成果の交流を行なっている）。西南学院大学では、日本広告学会の役員を務められる小森俊介先生（2007年定年ご退職）と並んで、小生の重要な研究交流者である。

同氏は、海外、特にアメリカ合衆国での小売流通の動向分析に熱心に取り組んでおり、米国流通の

現地調査に意欲的であり、その調査結果の日本研究者への紹介において、多くの貢献を行なっていると考えられる。

この書籍は、日本と米国の流通業を主要な研究対象に取り上げており、比較研究の形を取っている。「はしがき」で述べられているように、流通のグローバル化は著しく進展し、国際的な相互依存関係が高まっている。グローバルに国や地域間の流通システムの共有化が進んできたが、それだけに流通業の類似性、相違性を分析する意味も高まっている。

同氏は、これまでに、次のようなご著書があり、流通に関して深く研究を進めてきている。筆まめな研究者であり、特に流通の比較研究に関しては、造詣が深いと言える。

(1995年以降の分)

「マーケティングと商業政策」(単著) 海鳥社、1995年

「現代商業政策論」(単著) 権歌書房、1995年

「現代サービス商業概論」(共著) 税務経理協会、1996年

「現代マーケティング論」(共著) ミネルヴァ書房、1998年

「都市小売業の構造と動態」(共著) 創成社、1999年

「現代流通論」(共著) 多賀出版、2001年

「現代流通の構造・競争・行動」(共著) 同文館、2002年

「市場環境と流通問題」(共著) 五弦舎、2004年

## 2. 本書の構成について

本書の構成は、序章、第1部（日本の流通と課題）、第2部（米国の流通と課題）の3部構成である。第1部では、わが国流通業の特性・市場構造の分析、わが国の官僚主導型混合経済体制の構造分析、地域再生との関係、総合スーパーの業態・経営課題、小売国際化の主要学説と日本市場への参入事例を分析している。第2部では、米国消費市場の変化と小売業の適応行動、米國小売業の業態革新・小売イノベーション、世界最大の小売業であるウォルマート社（スーパーセンター）、GMS（総合スーパー）のシアーズ社、カテゴリーキラーの代表としてのトイザラス社の経営行動を分析している。

全体として、「マーケティング」を流通業のマーケティングとして取り上げており、また統計的分析、商業政策的視点からの現状・動向分析、実際の視察・ヒアリング調査に基づく最新の情報分析を実施しており、それらを流通の機能分析（ファンクショナル・アナリシス）の視点から、考察している。また、「企業の社会的責任」（CSR）という新しいテーマについても、第4章（わが国の部）で取り上げられている。成功事例、不適応事例の紹介も含まれており、読者にとって親しみやすい内容となっている。

メーカー主体としてのマーケティング・ポリシー・経営行動への考察の取り上げ方が少ないが、それは流通研究の立場という視点に焦点を合わせているため、当然のことであろう。小生にとっては、流通研究はマーケティング研究の一部領域である（他に、ブランディングなど製品開発、消費者行動、広告などを対象分野としている）が、渦原氏にとっては、流通がメインフレームである。

## 3. 本書刊行の意味

本書の意味は、流通論の立場から、日米流通業の比較研究（コンパラティブ・スタディ）を行なう

ことにあり、日米の流通業（特に小売流通）の最新の情報に基づいて、それらを突き合わせるという、興味深いアプローチ方法となっている。その意味では、これまでの流通論の書籍に比して、ダイナミックな特徴があり、大学における流通論のテキストとしても、また研究者の研究資料としても、レベルが高く、好適であると言えよう。

またわが国における商業政策、法律の整備についても、詳細に分析を加えており、この面も評価に値する。即ち、流通論を研究する学徒にとっては、興味あふれる著作である。

渦原氏は、「比較流通研究」という名称で、同氏のユニークな研究方法を、位置付けている。それは大変な行動力が無いと難しいものであろう。

ただ、課題があるとすれば、それは物的流通（ロジスティックス、サプライチェーン・マネジメント、物流センターの運営）の分析にあまり重点が置かれていないこと、決済方法の分析（電子マネー、インターネット・ショッピング、モバイル・ショッピング、インターネット広告など）にポイントが無いこと、である。これらを欠いては「片手落ち」といわざるを得ないであろう（もっとも、そうした分野までカバーすれば、書籍は1冊にまとまりきらず、何冊にも亘ってしまうことになるであろう）。

ところで、九州マーケティング研究者に共通する点があるように思われる。それは、九州のマーケティング研究者は、なぜか流通に重点を置く先生が大変多く、消費者行動、広告、消費者教育等を重点的に研究される先生方は、少数派のように見受けられる点である。

その中であって、渦原氏は、グローバル志向、サービス志向の点で特徴のある研究を進めておられ、その点、注目に値する。

ただ、やはり流通に重点を置いておられるので、それは同じである。流通に関して、商的流通以外の広い意味の「商学」の研究（物的流通、決済方法、プロモーションおよび販売方法の革新など）を進める必要性が高いのではなかろうか。

#### 4. 流通論の接近方法

流通論の研究は、まず、ミクロ的（微視的）研究とマクロ的（巨視的）研究があり、その双方での精査が求められる。ただ、どちらに重点を置くか、という違いがあり、本書はマクロ接近を最初に入れた上で、ミクロ的接近に重点を置いている。その意味では、一般的に見られる正統的な流通研究と言えよう。

さらに「商学」の研究方法として、機能的接近（functional approach）、機関別接近（institutional approach）、商品別接近（commodity approach）があるとされる。その意味では、本書は、機能的接近に軸足を置いているように見受けられる。また政策的研究、歴史的研究も、部分的に実施している。

ところで、「商学」とは、商業を行なう際に、その役割（働き）を総合的に包含して、研究する学問領域であるが、「流通」の研究は、その中の商的流通が占める部分が大きい。

小生の母校、慶應義塾大学商学部における大学院指導教授であった鈴木 保良（やすら）先生によれば、商業の社会的機能は、図のように分類されている。

これによって、社会的、人格的に分離した生産と消費を、財貨を通じて、社会的に連絡されることが求められる。鈴木先生は、商業機能の「本質的」、「付随的（副次的）」機能という分類の仕方の無意味さを批判され、副次的機能として挙げられたものも、商業として、欠くことができないという点を指摘された。

ということは、先生の分類の中で、精神的労働機能、売買助成機能の部分も、渦原氏の研究において、もっと取り上げられて、しかるべきではなかろうか。上において記した通り、物的流通（物流）、決済方法の分析などが、さらに求められる訳である。

## 5. 流通研究の動向

流通研究の流れを考えると、次のような方向が目立っているように思われる。具体的に、研究者名、研究テーマを取り上げての引用は行なわないが、いずれの分野においてもユニークな研究が見られる（順序は、随意である）。

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| ① 事例研究（グローバルに企業事例を取り上げる）   | ⑩ 流通情報システムの研究              |
| ② 現地競争・戦略の研究               | ⑪ 流通広告の研究                  |
| ③ 海外現地生産・流通研究－国際経営学と関係     | ⑫ 流通史的研究（マクロ的）             |
| ④ 流通の経済地理学的研究              | ⑬ 流通政策の研究                  |
| ⑤ 物的流通－サプライチェーン管理（SCM）の研究  | ⑭ 流通統計分析                   |
| ⑥ 流通の経営文化的研究               | ⑮ 流通企業の歴史研究－コーポレート・ブランド成立史 |
| ⑦ 日本的要因（流通・購買文化的）研究        | ⑯ 流通財務管理研究                 |
| ⑧ 流通規制の開放された地域（中国など）での競争研究 | ⑰ 在庫管理、仕入れ管理研究             |
| ⑨ 流通の社会的責任、社会的貢献活動の研究      | ⑱ 在庫棚卸の研究                  |
|                            | ⑲ 消費者情報分析と戦略               |

渦原氏の著書は、特に上記の1、2、7、9、13、14に係わっており、範囲が広いと考えられる。

以上

図 鈴木保良先生による商業機能



(出所) 西村林「現代商学総論－増補改訂版－」、中央経済社、1988年、66ページ