

## 中国における小売業の近代化

### —上海市， 済南市， 淄博市を事例とした流通近代化動態の比較分析—

石 鋭（京都大学・院）

Shi Rui (Graduate School of Economics, Kyoto University)

本報告は、改革開放以降の上海市， 済南市および淄博市における小売業の近代化の動態を，百貨店業態の分析を通じて，それぞれに考察する。その上で，上海市， 済南市および淄博市の事例に即して，異なるレベルの都市における流通近代化の動態を比較する。

中国の流通近代化が移行経済とともに進められたという点では，独自の要素を持っている。そのため，中国における流通近代化の研究は，日本とアメリカ等の世界各国の流通近代化に関する一般的な研究に比較して，独特な意義があると思われる。

本報告では，都市部人口数と経済発展水準を考えに入れて，都市を分類して，中国における流通近代化を検討する。大都市と地方都市の構造は異なるため，流通近代化を分析する際に，全国的に均質な過程と把握することは困難だと思われる。そこで，都市の地理的・空間的な要素による多様性に意識を向ける必要がある。

具体的には，中国の各都市を特大都市，地方大都市，地方中小都市という3つの都市類型に分類する。特大都市は都市部人口数が500万人以上，経済発展水準が高い都市である。地方大都市は都市部人口数が300万人以上，地方都市の中で経済発展水準が高い都市である。最後に，地方中小都市は都市部人口数が300万以下，地方都市の中で経済後進都市である。

本報告の分析においては，企業誌，未公開の企業内部資料，地方新聞，商業新聞，官公庁統計としての都市統計年鑑，地方誌年鑑等の資料を用い，歴史的な視点から，上海市， 済南市および淄博市における流通近代化の動態をいくつかの側面から分析する。

中国の流通近代化を考察する先駆的な研究は多く見られ，ここで重要な論点を示すものを取り上げる。中国の流通近代化に関して，「流通近代化」がよく使われるようになったのは1980年代の後期に入ってからである。1990年代には，流通近代化の内容は多く論じられた。その中で，杜（1994）は中国の流通近代化を，20世紀末までの「中国式近代化」の段階と21世紀50年代までの段階に分けた。また，大都市における流通近代化が大きな進展を遂げたことに伴い，大都市における流通近代化に関する研究は展開された（金，1995）。2000年代に入ると，外資系企業の進出の流通近代化への作用を検討する研究が現れた（胡，2008）。また，各都市を大都市と地方都市に分類して，流通近代化の動向を検討する研究があった（関根，2009）。

これらの研究には，各都市を大都市と地方都市に分類して検討するのがあるものの，地方都市をさらに細分類して検討する必要があると考えられる。また，流通近代化には，外資系の参入が作用したことは否定できないが，地元企業の役割を考察する必要もある。本報告では，特大都市に加えて，地方都市を地方大都市と地方中小都市にさらに分類して検討する。また，外資系企業のほか，地元企業の活動にも注目する。

以上の問題関心から，本報告は以下のように構成される。

「はじめに」では，問題を提起し，中国の流通近代化を考察する意味，本報告で出てきた基本的な概念を示すとともに，事例として3つの都市を取り上げる理由，および業態として百貨店を対象を絞る理由を示しておく。それから，流通，経営学研究と経営史研究の3つの面での先行研究について，課題に即したレビューを行う。

第一節では、上海市、済南市および淄博市における流通産業を取り巻く環境の変化を、人口数、産業発展状況、消費動向等の方面から検討する。

第二節では、上海市、済南市および淄博市における百貨店業態の変容を考察する。具体的には、改革開放以降の時期に重点をおき、それぞれのマーチャンダイジング、仕入、企業の大規模化、志向の明確化、業態特性と概念および業態の移行という側面から検討する。なお、業態の動向を全面的に把握するために、民国時期および計画経済時代の業態変容についても触れておく。

第二節の検討を踏まえて、第三節では、三都市における流通近代化を、仕入の改善、マーチャンダイジングの強化、企業の大規模化、志向の明確化、業態概念と特性の明確化、および業態の移行の側面から比較する。

以上の分析から、「おわりに」では、さしあたり、異なるレベルの都市における流通近代化の動態に関して、次のような見通しを示すことができる。

まず、現在に至るまで、時間のずれがありながらも、いずれの都市でも流通近代化は二段階を経て進んだ。第一段階では、「中国式近代化」が進んだ。すなわち、中国政府が主導する改革および消費の高度化に伴う近代化である。この段階では、伝統百貨店の増改築、店内施設の更新等がマーチャンダイジングの強化に大きく果した。第二段階の近代化は、外資系企業の進出、新業態と新興企業の出現に伴う近代化である。この段階では、いずれの都市でも、2010年代に入ると、百貨店はショッピング・センターに移行する傾向が見られ、一部がライフスタイル化の趨勢にあった。

次いで、上海市と済南市と淄博市の相違点は以下のような点である。第一に、淄博市に比して、上海市と済南市は百貨店業態の発足がはやかった都市である。しかし、特殊な経済体制を発展背景とした中国では、この早スタートは1990年代まで上海市と済南市における流通近代化の制限要因となった。第二に、マーチャンダイジングの強化、百貨店志向の明確化および百貨店業態の概念と特性の確立に、地方都市の済南市と淄博市では、新興百貨店、伝統百貨店が大きく作用した一方、上海市では、外資系企業の経営ノウハウの導入作用が大きかった。第三に、地方都市の済南市と淄博市における流通近代化の過程で、百貨店業態の成長が地元企業の自覚的な能動性によって支えられる場合は多く見られる。

## 参考文献

- 杜桂馥〔1994〕「初論我国的流通現代化」『商場現代化』1994年第2号。
- 金崎〔1995〕「中国の経済改革と流通近代化の方向性：上海市に進む消費革命と小売商業の発展動向」博士論文、東京国際大学。
- 周万森〔2002〕「中国における流通近代化への変貌—新興小売業態の急成長と業態の多様化」『経営研究』第5号。
- 胡英〔2008〕「中国における小売り流通の近代化に関する一考察」『龍谷ビジネスレビュー』第9号。
- 矢作敏行、関根孝、鍾淑玲、畢滔滔編〔2009〕『発展する中国の流通』白桃書房。
- 王曉東、吳中宝〔2009〕『中国流通改革：理論回顧与評述』中国人民大学出版社。