

楊陽(専修大学経営研究所員)

変化する中国の小売業
小売業態の発展プロセス

専修大学出版局 2015.2. 10, 194p.

本書は、1980年以降の中国小売業の変化を複数の側面から研究した著者の博士論文をまとめたものである。

著者がはじめに「中国市場における小売業の各業態の発展の特徴は、欧米のように段階的に各業態が順次発展するのと異なり、政府主導により各業態が短期間で、ほぼ同時に中国市場に導入され成長し、小売業態の多様化が加速している」と指摘している。また、終章のまとめに著者は次のように指摘した。「今日、中国の小売業界においては、小売業の近代化が進んでおり、特に小売業態の多様化が急速に発展している。中国の小売業態は新しいさまざまな業態が一斉に導入され、発展するという特徴を持っている。」(p.161)

2001年に中国がWTOに加盟し、2006年までに小売市場が全面的に对外开放した。著者の目に映る中国小売業の発展の現実—評者がかつてこのような中国小売業の現実を小売業態の「同時多発的」発展と概念づけた—を、発展のプロセス、そして業態多様化をもたらすメカニズムについて分析することが、本書に込められた著者の問題意識である。

第1章では、小売業に関する理論を取りあげている。この中で欧米と日本の小売業態発展の現実を説明する理論について整理している。小

売業態の多様化を説明する古典的なモデルである「小売の輪」仮説から、ビッグ・ミドルの概念モデル(2005)と業態盛衰モデル(2008)まで論及している。

第2章では、中国小売業の発展過程に関するオーバービューであるが、『中国商業統計年鑑2010』のデータに基づいて、小売業態の多様化の現状を明らかにしている。小売市場の对外开放政策という政府の行政介入および外資系小売企業の市場参入が、中国の小売業態発展に密接な関係があることを確認した。

第3章では、中国の小売市場の对外开放政策の変遷を行政介入という視点で整理している。对外开放政策の流れと外資系小売企業の市場参入状況をまとめている。この章で「日欧米市場において、小売業態の生成・発展・衰退のプロセスは主に市場需要と競争のメカニズムによって登場・変遷してきたが、中国市場における小売業態の変遷は、・・・主に政府による行政介入によって導入されたことが明らかである」(p.63)としている。

第4章では、世帯収入という切口で中国の消費需要の変化を分析している。消費支出、自動車の所有や人口移動など多様な側面からこの変化を示している。

第5章では、北京市内で消費者294人に対するアンケート調査のデータに基づいて、低・中・高の三層に分けた消費者の利用する業態、顧客満足と小売ミックスとの関係を分析している。

第6章では、中国市場に参入した外資系小売企業の業態別の現状と特徴を記述し、第7章では、百聯集団、カルフルー、イオン、平和堂、ラオックスなど個別企業の事例を分析している。

終章では、博士論文としてのこの研究の貢献と示唆をまとめている。従来の小売産業レベル

の業態変動メカニズムと企業レベルの業態創造・競争のプロセスを包括的な視点で一国の小売業態の発展と業態多様化に影響する要因を解明しようとしたことが、本研究の貢献であると主張されている。

本書の問題意識と包括的な分析視点は、中国の「同時多発的」な小売業態の生成・発展プロセスという現実に即したものであると評価できる。中国政府の対外開放政策という産業政策を本書では「行政介入」という概念で論じているが、中国の小売業態の多様化に対する影響の大きさが浮き彫りにされている。小売業態の生成・発展・衰退のプロセスを主に市場需要と競争によって説明する、従来の理論概念と理論モデルを部分的に依拠しながら、本書では、国レベルでの消費需要の変化と、外資系企業を中心として市場参入状況と現状を取りあげている。

全体を通して、各章での分析の整合性が必ずしも取れていない。したがって、中国の「同時多発的」な小売業態の生成や「外資と内資の相互作用」といった発展のメカニズムにはもっと踏み込むべきであると、本書を読んで強く感じるところである。

(神戸大学大学院経営学研究科教授 黄 磷)