

零細小売業問題の捉え方について

坂本秀夫

要 旨

「零細小売業厳冬の時代」の様相を呈している状況のなか、本稿では、零細小売業に関する主要研究者4名（出家健治、番場博之、馬場雅昭、李東勲）の研究内容を分析し、「零細小売業問題の捉え方」を浮き彫りにした。

4名の研究内容のどれもが刺激的であり、また議論が分かれる点多々あった。それだけに「零細小売業問題」の問題性はあまりにも大きくかつ複雑であることが確認できた。

しかし、再確認したい点は、零細小売業問題とはいかなる問題なのかという原点である。

零細小売業は異質多元的存在であるとしても、問題ではない一部の優良な零細小売業ではなく、落ちこぼれゆく大半の零細小売業にこそ光を当てなければならない。と同時に、近年の零細小売業問題は中心市街地の活性化問題やフードデザート問題とも密接に関連しており、これらの問題との関わりの中からも問題を捉えていかなければならない、ということを示した。

（キーワード）

零細小売業問題、零細小売業（とりわけ1～2人規模店）の激減現象、零細小売業の概念規定、大店内大型店問題、零細小売業の経営目的

1 はじめに

「零細小売業冬の時代の到来」がいわれて久しいが、経済産業省「商業統計」によると、昭和57年（1982年）調査をピークとして、同60年（1985年）調査以後に始まった小売商店数の減少傾向、とりわけ1～2人規模店の激減現象に歯止めはかかっていない。ピーク時の昭和57年（1982年）調査では小売商店数は172万1,000店であったが、平成19年（2007年）調査¹⁾では113万7,000店にまで落ち込み、この間、58万4,000店、34.0%の減少を示している。しかし、留意

しなければならないのは、小売商店数の減少傾向は1～2人規模の限界的な零細店の激減によってもたらされている、ということである。

1～2人規模店は昭和57年（1982年）調査では103万6,000店であったが、平成19年（2007年）調査では49万9,000店となり、この間、実に53万7,000店、51.8%もの減少を示している。しかも、この数値は開店と閉店との増減差であり、実際に閉店あるいは廃業等を行った店は、これよりもはるかに多いのである。その結果、小売商店数に占める1～2人規模店の構成比は、60.2%〔昭和57年（1982年）調査〕から

43.9%〔平成19年（2007年）調査〕にまで落ち込んでしまった。1～2人規模店の減少傾向は、今後とも続いていくものと思われる²⁾。「零細小売業冬の時代」どころか「零細小売業厳冬の時代」の様相を呈している。

かかる状況を反映してか、中小商業研究者も主たる分析対象を零細小売業にシフトしたかのごとくみえる。中小商業に関する研究は中小企業論の立場からはこれまでも豊富に行われてきたが、その立場からなされてきた研究内容はいずれも部分的なものでしかない。一方、中小企業のうち研究対象を中小商業に限定すれば、包括的に中小商業を取り上げた研究は量的にはきわめて乏しいのが実状である。しかし、近年、本稿で分析・紹介するように、主として零細小売業を分析対象としたいいくつかの優れた研究が登場している。

本稿では、零細小売業に関する主要研究者4名の研究内容を分析していく作業のなかで、「零細小売業問題の捉え方」を浮き彫りにしていきたい。零細小売業の明るい未来を見出すためにも、まず問題それ自体を明確化しておく

- (1) 昭和27年（1952年）に開始された商業統計調査は平成9年（1997年）までは3年おきに実施されてきた。それ以後は5年おきになり、その中間年（本調査の2年後）に簡易な調査が実施されることとなり、このローテーションが平成19年（2007年）まで継続されてきた。しかし、それ以後の調査については、平成24年（2012年）2月に実施された総務省「経済センサス活動調査」において商業についても簡易な調査がなされたものの、「商業統計本調査」は同26年（2014年）7月まで待たなければならない。つまり、現在入手可能な最新の商業統計データは「平成19年（2007年）商業統計」である、ということである。
- (2) 零細小売店（とりわけ1～2人規模店）の激減現象の理由・背景について詳しくは、坂本秀夫（2007）「零細小売店激減現象の理由および社会的インパクト」『明星大学経済学研究紀要』第38巻第2号、2～9頁を参照されたい。

とは大きな意義があるものと思う。

2 出家健治の研究内容の分析

(1) 研究の概要

出家健治の零細小売業に関する研究は、氏の著作『零細小売業研究』（ミネルヴァ書房、2002年）に集約される。

『零細小売業研究』は、日本の小売商店数の約7割を占める零細小売業を研究対象として、徹底した解明をなし遂げた最初の本格的な研究業績である。出家は「零細小売業の問題に本格的にとりかかり、論文を書きはじめておよそ10年の年月を要した³⁾」としているが、本文は600頁を超え、巻末の人名索引には180余名の名が記されている。零細小売業に関わる著書、論文、資料がこれほどまで丹念かつ広範囲に探求された研究は例がなく、本文のボリュームもさることながら、まさしく大著である。まさに驚くべき執念である。本書には、10年以上の長きにわたる出家の「研究者としての執念」が凝縮されている。

以下、本書の構成と内容を紹介したうえで、本書に対する評価を行っていきこう。

本書の章構成は序章の「本書の概要」に次いで下記の通りとなっている。

第Ⅰ編 零細小売業の根本問題

- 第1章 零細小売業の現段階の2つの潮流
- 第2章 零細小売業の根本的問題

第Ⅱ編 零細小売業の本質的規定

- 第3章 零細小売業の本質的規定に対する定説規定
- 第4章 零細小売業の「量的規定」の定説規定批判
- 第5章 零細小売業の「質的規定」の定説

- (3) 出家健治（2002）『零細小売業研究』ミネルヴァ書房、609頁。

規定批判

第6章 零細小売業の本質的規定

第Ⅲ編 零細小売業の現実的形態

第7章 零細小売業の現実的形態把握における問題の所在

第8章 零細小売業の現実的形態の定説規定と「講座派」の「亡霊」

第9章 零細小売業の現実的形態の構造論的分析視角と方法論

第10章 資本主義社会における零細小売業の現実的形態

第1章では、零細小売業の構造変化を押さえたうえで、零細小売業の質的規定に関する定説の理論的規定が浮き彫りにされている。

定説では、「零細小売業は資本ではない」とされている。すなわち、零細小売業は資本主義以前の古い形態で、非資本的性格を本質にもつことから、零細小売業者は資本家とはいえず、商業労働者であるという理論規定である。出家によれば、それはきわめて「後ろ向き」の規定であるというが、後述するように、筆者とは対極に立つ理論内容である。

第2章では、零細小売業の定説規定の再検討こそが零細小売業の根本的問題であるとして、論理が展開されている。つまり、零細小売業の定説規定が零細小売業問題を正しく解決する方向性を阻害しているというのである。

出家によれば、零細小売業に関しては擁護論と非擁護論の2つの見解があるが、いずれも定説の「零細小売業は資本ではない」という理論内容に立脚して論じているところに特徴があるという。出家も基本的には擁護論の立場に立つものの、筆者（坂本）も含めて従来の擁護論者は擁護論批判に対して説得力ある論理を展開していないとしている。その原因の根底には零細小売業の定説規定があり、定説規定に立脚する限り、零細小売業問題の解決に対して「後ろ向

き」の方向しか提示できないというのである。

第3章では、定説の零細小売業の本質的規定内容の源流は中小企業研究者が中小企業と峻別するために論理化した「零細概念」の内容に求められるとして、定説規定の論理形成過程が明らかにされているが、同時に定説規程の誤りはここに端を発するとの見解が表明されている。

出家によれば、中小企業研究者は「零細概念」において「製造業」としての「零細企業」と「商業者」としての「零細企業」をまったく区別しなかったという。一般に、前者は「小生産者」、後者は「小商人」というが、「小生産者」は「単純商品生産者」、「小商人」は「単純商品販売者」として、両者ともその「資本的性格」は完全に否定されている。この否定こそが「零細概念」と「中小概念」を峻別する指標なのであるが、出家はこの点を捉えて、「非資本」的性格は零細概念の「質的」な決定的指標として一人歩きするようになってしまったと主張する。

第4章では、零細小売業の「量的規定」に関する定説に対して、徹底的な批判的検討が展開されている。

定説見解の「量的規定」は、①零細小売業は「商店主もしくは家族従業者から成る」とする、森下二次也・糸園辰雄の見解、②「商店主・家族従業者に加えて若干の賃金労働者をも含む」とする、森下・糸園以外の見解に大別されるが、後者が支配的な見解となっている。出家は、森下・糸園の見解こそが零細小売業の「質的規定」に関わる重要な点であるとの認識に立って、量的規定の支配的な見解が「若干の賃金労働者をも含む」という曖昧な規定になっている原因は、多段階にわたる「資本と労働の分化」の過程を「質的規定」で一括してしまったことによる「量的規定」の幅の広さから生じている、と主張する。また、森下・糸園見解に立

脚している論者たちでさえ、零細小売業は「資本ではない」という内容に「質的規定」を求めているが、この点がそもそも誤りであるという。

第5章では、「零細小売業は資本ではない」という零細小売業の「質的規定」に関する定説に対して、徹底的な批判的検討が展開されている。

定説見解によれば、製造業としての零細企業である「小生産者」と商業者としての零細企業である「小商人」はいずれも「家族経営」で、自らの生産手段・販売手段と自らの労働力による独立の自営業であり、取得する利潤量は「生活費」で消えるほどの少なさであることから、小生産者は「単純商品生産者」、小商人は「単純商品販売者」であって、もはや「資本」とはいえない、とされている。そこでの論理構成は、小生産者であれ小商人であれ、利潤概念が未成立であるがゆえに資本概念も未成立となる。

出家は、「小生産者」と「小商人」の上記のような現象面における類似性が、本来的には両者を区別しなければならないにも関わらず、同質的理解をもたらした結果、零細小売業の質的規定の誤りをもたらしたとする。そして、小生産者と小商人は質的に異なっているという視点から「資本概念の未成立」、「利潤概念の未成立」をそれぞれ批判し、零細小売業といえども「商業資本」であることには相違なく、零細小売業の「資本」的性格は零細小売業固有の「質的規定」にはならない、という独特の結論を導き出すべく、論理を展開している。

第6章では、零細小売業の本質的規定に関する出家の見解が論じられている。

出家によれば、零細小売業は「資本」ではあるが、非資本主義的な「資本」であるところに「質的規定」を求めたとして、零細小売業は

「前資本主義的な商業資本としての性格」をもつ、と主張する。

「他人労働を雇用しているか否か」という点こそが「零細小売業」と「その他の小売業」を質的に区別すべき基準であり、その基準に従えば、「店主もしくは家族従業者から成る」という部分が零細小売業の「質的規定」となる、と出家はいう。つまり、その指標の如何によって小売業は「非資本主義的な経営形態」であるか、「資本主義的な形態」であるかという経済的性格の質的差異を表現できる、というのである。結局、零細小売業が「大規模小売業」や「中小小売業」と決定的に異なるのは、それが「店主もしくは家族従業者から成る小売業」で、基本的には「自己の販売手段」と「自己の労働力」で行う「自営業＝家族経営」である点に求められる、としている。

以上第Ⅱ編までは、いわば零細小売業の本質的規定に関する検討が展開されているが、以下の第Ⅲ編では、「零細小売業の現実的形態」をテーマとしての検討がなされている。この点について、出家は、これまでの定説は「本質的規定」がそのまま「現実的形態規定」になっていたからであり、あらためて全編を執筆せざるをえなかったと、その動機を述べている。

検討を重ねていくうちに、従来の定説規定は日本資本主義論争のさまざまな議論と関わっていて、その関わりのなかで定説の現実的形態規定が行われており、なかでも「講座派」の山田盛太郎の見解の影響により、誤まった現実的形態把握がなされていることがわかった、と出家はいう。第Ⅲ編（第7章以後）では、日本資本主義論争の「講座派批判」の視点から、零細小売業の定説規定に関する徹底的な批判的検討が展開されている。

第7章では、荒川祐吉の「講座派批判」による現実的形態把握の問題提起を取り上げての検

討が展開されている。

出家によれば、荒川は、日本の商業構造の歴史的分析は「講座派」の誤まった理論の影響を受けて正しい現状分析になっていないという問題提起を行った。荒川が提起した日本の商業構造に関する現状分析の方法論は「講座派批判」による「市場理論」であるが、出家は、問題提起それ自体は正しかったものの、問題提起の不鮮明性から、結局のところ「講座派」理論が復活し、零細小売業の現実的形態に影響を与えてしまった、とする。そして、問題提起の不鮮明性はひとえに荒川個人の問題ではないものの、「講座派批判」として展開された論争が中途半端な形で終わってしまったために、「講座派批判」の論点が十分に伝わらず、問題提起されたその内容が継承されなかった、とする。

第8章では、荒川祐吉の問題提起の不鮮明性と、「講座派批判」の論争が中途半端に終わったことによる「講座派批判」の内容の不鮮明性が、その後の理論戦線に影を落とし、「講座派」の理論が新たな装いをもって現れ、今日の零細小売業の現実的形態把握に強い影響をもたらしているとして、その論理が展開されている。

ここでは山田盛太郎の理論や大塚久雄の理論の特徴が明らかにされているが、それが零細小売業の現実的形態把握規定の定説見解に色濃く反映しているとして、「講座派」の「亡霊」がそこにみられる、と出家はいう。「講座派」ならびに零細小売業の定説の現実的形態規定のいずれもが純粋な資本主義を想定し、そこから導き出される経済学上の「本質的概念」を「現実的形態規定」にそのまま機械的・固定的・公式主義的に当てはめようとしているが、その点がそもそも誤っているというのである。

第9章では、零細小売業の現実的形態の把握のための「分析視角」と「方法論」（経済構造論に立脚した市場理論）の内容が明らかにされ

ている。そのうえで、「講座派」理論を払拭する形での零細小売業の現実的形態把握規定が展開されている。

出家によれば、資本主義的な進展や資本の進化を否定しているという点で、「講座派」理論は決定的に誤っているという。裏を返せば、「講座派批判」の立場から論じられた、経済構造論からの資本主義の発展、資本の進化の理解は、零細小売業の現実的形態把握において重要な意味をもつ。つまり、資本主義の発展による、いわば資本の進化による影響によって零細小売業の現実的形態が資本主義的影響を受けて、非資本主義的な性格と同時に資本主義的性格を合わせもつようになるという理解は、最も重要な点であるというのである。

第10章では、零細小売業の現実的形態規定とそこに内在する法則が明らかにされ、また資本主義社会における零細小売業のさまざまな現実的形態とその方向性も明らかにされている。そのうえで、出家なりの零細小売業問題の当面の問題解決の方向性が示されている。

日本においては資本主義的な発展がプロシヤ型の発展であったために、古い生産諸関係を利用しつつ資本主義的な進展が図られた。その結果、資本主義が発展しても広範に零細小売業が残存することになったが、そこで重要なことは古い形態のまま残存していてもその性格は古い性格のままではないということである。資本主義社会の零細小売業は、資本主義以前の非資本主義的な性格を本質にもちつつも、資本主義的な進化に影響されて資本主義的な色彩を帯びるのである。この矛盾的存在こそ資本主義社会の零細小売業の特徴である、と出家はいう。

なお、零細小売業の現実的形態については、(1)プロレタリアートへの転化、(2)大企業への転化、(3)専門形態（非系列化にある独立的な専門形態：①独立的な専門形態、②ボランティア・

チェーン利用の専門形態、系列化された専門形態：①独立した専門形態、②フランチャイズ・チェーン利用の専門形態）と、大きくは3つに類型化されている。このほかに「兼業・副業化」もある、とされている。このように現実の零細小売業の形態は多様な存在とし現れ、そこには単純に零細小売業が非資本主義的な形態で存在しているという単一の構図ではない現実がある、というのである。

しかし、低成長経済以後、日本の資本主義の発展が急速に「プロシヤ型」から「アメリカ型」に移行した結果、零細小売業の存立基盤が掘り崩され、零細小売業は縮小化の方向へ向かっている。そのような状況のなかで唯一、成長傾向にあるのは、出家によれば、非系列化にある独立した専門形態のうちボランタリー・チェーンを除く独立専門の一部にすぎない、という。出家は、これが現状における零細小売業の唯一の光であり、零細小売業問題の当面の解決方向と重なる、としている。

(2) 研究内容の分析・評価

出家の研究内容の最大の特徴は、「零細小売業はもはや『資本』とはいえず、『非資本主義的性格』を有している」という定説規定を徹底的に批判している点にある⁽⁴⁾。そのうえで、出家は零細小売業の本質的規定は次の3点にあるとしている。すなわち、「①零細小売業は『商店主もしくは家族従業者を含む』ところの『商業資本』であり、資本的性格を有する。②零細小売業は商店主もしくは家族従業者を含む『非近代的な経営形態』である。③それゆえに零細小売業の『商業資本』としての性格は『非近代

的な資本』 = 『非資本主義的な資本』 = 『前期的な資本』である」⁽⁵⁾。一見して明らかなように、定説規定とは大きく異なった理論内容となっている。

出家のこのような認識は恩師茂木六郎の問題提起に端を発している。茂木によれば、中小または零細小売業の事業活動の後退傾向をどう解決するかという具体的問題に対して、核心をつく成果が生まれてこなかったのは、零細小売業と中小小売業を厳密に区分したうえでの本質的検討がなされていないからだ⁽⁶⁾。出家の研究の原点は、この茂木の問題提起を忠実に継承することにある。

引用が長くなるが、出家は『零細小売業研究』刊行の目的を次のようにいう。「本書は『零細小売業研究』というタイトルになっているが、副題に示すように『理論』と『構造』を明らかにすることを目的としている。なかでも、その理論と構造を通して零細小売業の現実的形態を明らかにすることを究極の目的としている。それが明らかになれば零細小売業の当面の問題解決の方向性が見えるのではないかと考えたからにほかならない」⁽⁷⁾と。その目的のために、まず、「従来の支配的な零細小売業の理論とその構造的把握」⁽⁸⁾の批判を行うが、それは「こんにちまで定説化されている支配的な零細小売業理論は本質的な面においても、現実的形態把握の面においても誤っていて」⁽⁹⁾、零細小売業問題に対して「当面の問題解決の道筋を示すことができない」⁽¹⁰⁾からである、としている。

零細小売業問題に対して当面の問題解決の道

(5) 出家健治、前掲書、207頁。

(6) 同書、1頁。

(7) 同書、序1頁。

(8) 同書、同頁。

(9) 同書、同頁。

(10) 同書、同頁。

(4) 以下、本節は坂本秀夫(2004)『日本中小商業問題の解析』同友館、64—68頁をベースとして再編成したものである。

筋を示したいという出家の意図それ自体については、筆者もまったく同感である。しかし、零細小売業は「非資本主義的な『商業資本』である」という本質的規定については、筆者とは対極の立場に立つ理論内容である。筆者は、零細小売業者は「擬制的労働者」であると規定している⁽¹¹⁾。そもそも資本というものは増殖するから資本なのである。出家も認めているように、大半の零細小売業が獲得する商業利潤は平均利潤以下のものであり、生計費の維持がやっとという程度のものである以上、資本としての増殖などとても期待できないのである。誤解を恐れずにいえば、出家はとりわけマルクス (Marx, K.) の「エーテル論」にとらわれすぎてはいまいか。「エーテル論」に忠実に、厳密に従うのであれば、出家の所説も理解できなくはないが……。

零細小売業問題解決の具体的道筋については、出家はまず零細小売業の現実的形態を類型化したうえで、出家なりの解決策を提示している。

すでに触れたように、出家によれば、零細小売業の現実的形態は、(1)プロレタリアートへの転化、(2)大企業への転化、(3)専門形態（非系列化にある独立的な専門形態：①独立的な専門形態、②ボランティア・チェーン利用の専門形態、系列化された専門形態：①独立的な専門形態、②フランチャイズ・チェーン利用の専門形態）と、大きくは3つに類型化され、このほかに「兼業・副業化」もある、とされている⁽¹²⁾。この類型化は、大筋では合意できる。ただし、(2)の大企業への転化については、現時点でははたしてそれがどの程度可能であるかという点

で、釈然としないものも残る。なるほど、現在の大型店の大半が、電鉄系を除き、当初は零細小売業者であったという点は事実であるが……。

上記の専門形態のうち唯一、成長傾向にあるのは、すでに触れたように、出家によれば、非系列化にある独立的な専門形態のうちボランティア・チェーンを除く独立専門の一部にすぎないという。すなわち、消費の多様化・個性化という、低成長経済に入って新たに生じた消費パターンにうまく対応した一群がそれである。そして、この一群こそが零細小売業生き残りの鍵を握っていると結論づけている⁽¹³⁾。

確かに、零細小売業のなかにも消費者ニーズを鋭敏に捉え、成長していく一群が存在するのは事実であろう。しかし、問題は、それらはなぜ成長を遂げることが可能であるのかという点にある。商業資本であるからとか、あるいは非資本主義的な商業資本であるからとかの理由で成長するのではない。それは、あくまで経営者にヤル気があり、出家も認めているように「企業家精神」に富んでいるからである。では、企業家精神とは何か。「これまでに存在しない事業を、自分の能力とリスクをかけて創り出す人」⁽¹⁴⁾を企業家というが、「そういった人々の心の底に流れる『挑戦・創造』の精神」⁽¹⁵⁾が企業家精神である。そもそも大半の零細小売業者は自らを資本家などとは認識していないであろうし、自らの関心事でもないであろう。したがって、存続・発展に向けて零細小売業をどう動機づけるかという誘因の問題こそ、もっと深く究

(13) 詳しくは、同書、541—554頁、および588—592頁を参照されたい。

(14) 三浦功 (1989) 「出色小売店の条件は何か」(社)流通問題研究協会編『出色小売店の条件』中央経済社、176頁。

(15) 同論文、同頁。

(11) この点について詳しくは、坂本秀夫、前掲書、158—161頁を参照されたい。

(12) 詳しくは、出家健治、前掲書、528—582頁を参照されたい。

明されて然るべきなのではあるまいか。この動機づけの問題を内発的にも外発的にも究明していかないと、零細小売業問題の解決策は提示できないのではないかと、筆者は考えている。出家の所説では、この点についての深い究明があまりなされていないようにも感ずる。

と同時に、経営者にヤル気や企業家精神があるごく一部の零細小売業はさておくこととして、もっと大きな問題は落ちこぼれていく大半の零細小売業をどうするかということである。この点にも大きな究明の光を当てないと、苦悩する大半の零細小売業が抱える諸問題は解明できないのではあるまいか。そのためにも、零細小売業としての存在理由や社会的存在意義などはもっと強く問われて然るべきであろう。成長する一部の零細小売業を取り上げ、零細小売業にもやり方次第では成長の可能性があるとする「光の部分」を強調することの重要性はもちろん否定しないが、それを提示するだけではやや物足りなさが残る。

以上のように、出家著『零細小売業研究』はどちらかという理論規定や現状分析に力点がおかれ、肝心の零細小売業生き残りの方向性に関する考察がやや甘かったのではないかという印象を受ける。とはいえ、出家理論を構築、確立させたかと思われるこの大著は、学界にも大きな一石を投じたことは間違いなく、おそらくは、とりわけ零細小売業研究者に対する大きなメルクマールとして作用していくのではないかと思う。

3 番場博之の研究内容の分析

(1) 研究の概要

番場博之の零細小売業に関する研究は、氏の著作『零細小売業の存立構造研究』（白桃書房、2003年）に集約される。

『零細小売業の存立構造研究』では、昭和57

年（1982年）から平成9年（1997年）までの15年間を分析対象期間としての研究が展開されている。本稿の冒頭でも触れたように、小売商店数は昭和57年（1982年）をピークとして、それ以後減少傾向にあるが、とりわけ1～2人規模店の激減現象に歯止めはかかっていない。番場は昭和57年（1982年）以後の15年間を分析対象期間とした意義について、次のように述べている。「それは、小売業の商店数減少期における零細小売業の構造変動を考察することでもある。この期間で零細小売業を観察するということは大店法（筆者注・正式名称は『大規模小売店舗内における小売業の事業活動の調整に関する法律』）という同一の政策体系下でそれを観察することを意味するので、社会的・経済的環境変化とその構造変動の関連性を考察する上では有効である」¹⁶⁾と。

以下、本書の構成と内容を紹介したうえで、本書に対する評価を行っていきこう。

本書の章構成は下記の通りとなっている。

序章 本書の課題と構成

第1章 認識対象としての零細小売業

第2章 零細小売業の概念規定と分類

第3章 零細小売業の構造変動

第4章 零細小売業の分布と類型

第5章 大店法の実効性と零細小売業

第6章 大規模小売店舗内における零細小売業

第7章 情報化と零細小売業

第8章 国際化と零細小売業

結章 グローバルスタンダードと零細小売業研究

番場自らも述べているように、本書は、①零細小売業の概念規定（第1章・第2章）、②零

¹⁶⁾ 番場博之（2003）『零細小売業の存立構造研究』白桃書房、8頁。

細小売業の存立分布（第3章・第4章）、③零細小売業と大規模小売店舗との関係（第5章・第6章）、④零細小売業に関わる新しい問題（第7章・第8章）、という4つの骨組みから成り立っている。

まずは零細小売業の概念規定についてであるが、番場によれば、「零細小売業研究は文字どおり『規模の零細な小売業』すべてをその対象とすべきであって、零細小売業内部の特定の階層のみをその研究対象とするのではそれは零細小売業研究の一部ではあっても零細小売業研究そのものではない⁽¹⁷⁾」という。そのうえで、零細小売業のなかに「質の異なる多様な階層が存在するという視点なくしてはその存立構造の本質を解明することはできない⁽¹⁸⁾」としている。零細小売業の概念規定については、以上のようなスタンスを前提にしたうえで、第1章では、零細小売業の認識の仕方に関する先学の研究成果の整理がなされている。

第1章ではまず、零細小売業の存在を、単純な二極構造的な捉え方、すなわち商業内部において近代的な部分と前近代的な部分が並存しているとする捉え方のなかで説明しようとする認識から、独占に対する非独占という支配構造から説明しようとする認識までの流れが検討されている。次に、牛尾真造や御園生等がかつて展開した「相対的過剰人口のプールとしての認識」を取り上げての検討がなされ、現在の日本では有効性を失っていると結論づけている。続いて、「役割・貢献型」零細小売業認識の検討が展開されているが、経済的側面では保田芳昭が唱えた「零細小売業の商品供給における毛細血管的役割の有効性」を積極的に評価し、社会的側面では地域社会との関わりにおける貢献の

重要性を強調している。

第2章では、零細小売業の概念規定と分類が論じられている。

番場はきわめて単純な視点から概念規定を行っている。前述したように、番場によれば、規模の零細な小売業はすべからず零細小売業である。具体的には、糸園辰雄の量的規定を援用して常時従業者数1～4人規模を零細小売業としている。従来から論じられてきた質的規定はまったく捨象されている。

かかる概念規定を行ったうえで、1～4人規模層のなかで質的に異なる層を抽出するという方法によって、店舗の有無と独立・非独立を基準として零細小売業を大きくは3つのグループに分類している。すなわち、①狭義の零細小売業（独立店）、②大規模小売業資本によって系列化された小売商店とコンビニエンスストア、③伝統的形態の無店舗零細小売業（露店商・行商）がそれである。これらを分析することで、零細小売業の本質をよりの確にえぐり出すことができると、番場は主張する。

第3章では、零細小売業の構造変動の特徴が明らかにされている。

ここでは、零細小売業が小売業構造上で占める地位について、主として商店数、従業者数、年間販売額といった側面から検討がなされ、同時に内部各層の具体的な存立構造の検討もなされている。こうした検討の結果、「狭義の零細小売業」の構造変動の衰退傾向は零細小売業全体の衰退傾向以上に著しいということが明らかになった、としている。

第4章では、零細小売業の業種別にみた商店数の構造変動の分析がなされているが、そこでは、産業分類に品目分類を重ねあわせた手法を用いての分析がなされている。

分析を通して、零細小売業の存立構造は業種によって異なるという結論が明らかにされてい

(17) 同書、5頁。

(18) 同書、同頁。

る。番場によれば、零細小売業はすべての業種にわたって衰退しているのではなく、そのなかには成長、停滞、衰退という相違が業種のなかにみられるという。そのうえで、業種別に零細小売業の存立を下記5つのグループに類型化している。すなわち、①大規模小売業資本吸収タイプ、②大規模小売業資本競合タイプ、③伝統タイプ、④現状維持・成長可能タイプ、⑤保護対象タイプがそれぞれである。このグループ分けを決定する重要な要素は、市場需要の伸縮状況や取扱商品の差別化の可能性、公的な規制による直接・間接的な保護などであるという。また、このような業種別類型を通して、生き残れる業種の領域と生き残れない業種の領域が存在しうることが強調されているが、あくまでも「現時点」でいえることである、としている。

第5章では、大店法のもつ機能が零細小売業の構造変動にいかなる意味をもっていたのかが検討されている。

番場によれば、大店法は大型店の新規出店を制限するという側面ではきわめて有効であったが、既存の大型店に対してははじめから直接的な実効性をもっておらず、零細小売業の商店数の変動を大店法の規制傾向と重ねあわせてみても相関関係はみられない、と断言する。そして、大店法のもつ機能では零細小売業の商店数減少を遅らせることはできても食い止めることはできず、そもそも大店法にはそのような機能は備わっていなかった、と結論づけている。

第6章では、大規模小売店舗内にも零細小売業は存在するのであるからそこに発生する諸問題も零細小売業研究の対象とすべきであるとして、大規模小売店舗内の零細小売業の構造変動が検討されている。こうした中小商業問題としての「大店内大型店問題」は従来、誰も取り上げておらず、番場独自のきわめてユニークな視点からの分析が展開されている。

番場によれば、大店内零細小売業と大店外零細小売業は質的に異なる階層であるという。大規模小売店舗内におけるテナントとしての零細小売業は1990年代以後の流通規制緩和の流れのなかで顕著になった特定大型店¹⁹⁾主導のテナント排除の進行によって、そのおかれている状況はきわめて深刻化している。つまり、出店する大規模小売店舗内においても「選ばれしテナント」対「特定大型店」、「選ばれしテナント」対「排除されたテナント」という構図で、さまざまな経済的・社会的矛盾が発生している、という。番場は、1990年代に入って具体的な形で発現した「大規模小売店舗内における大規模小売業資本とテナントとしての零細小売業の支配構造関係から生ずる諸問題」が「大店内大型店問題」である、と定義づけている。そして、この大店内大型店問題は見過ごされた「中小零細小売業問題」（中小商業問題）であり、問題の当事者がともに同一の店舗内に存立しているだけにその問題性はいっそう深刻である、としている。

第7章および第8章では、零細小売業に関わる新しい問題、すなわち情報化と国際化という不可分の流通環境変化が零細小売業にもたらす問題の検討がなされている。

まず第7章では、いわゆるネットショッピングの普及が小売業と消費者の架橋のあり方にいかなる影響を及ぼし、それが零細小売業にとっていかなる意味をもちうるのか、という点に関する検討がなされている。結論として、ネットショッピングの普及は小売業における規模間拮

¹⁹⁾ 特定大型店とは経済産業省「商業統計」上の用語であるが、簡略化していえば、大規模小売店舗内の小売商店のうちで一定以上の売場面積をもつ規模の大きな核となっている小売商店を指す。番場は、「テナント」に対峙する用語として「大型店」を用いるときにも「特定大型店」という用語を使用している。

差を拡大させ、零細小売業全体の衰退傾向をいっそう加速させる可能性があることが指摘されている。また、流通チャネルにおいて「卸中抜き現象」を進行させる要因となりうることも指摘されている。

第8章では、前章の情報化に伴う問題に続いて、国際化に伴う問題の検討がなされている。具体的には、いわゆる流通外資の日本進出が零細小売業に及ぼす影響の検討がなされている。結論として、流通外資の日本進出がより本格化すれば、それは日本の商取引慣行を大きく変容させる可能性があり、その結果、零細小売業の存立にも大きな影響を与えるであろうということが指摘されている。同時に、この問題は零細小売業に固有の問題というよりも、日本の流通システム全体に関わる側面が強いということも指摘されている。

(2) 研究内容の分析・評価

番場の研究で特筆すべき点は、何と云っても、これまで誰も取り上げてこなかった「大店内大型店問題」をも零細小売業研究の研究対象としている点である。この大店内大型店問題をどう捉えるべきであろうか。

筆者は自著『日本中小商業問題の解析』（同友館、2004年）において、中小商業問題を以下のように類型化した²⁰。まず、中小商業問題の中核として大型店問題（大型店出店調整問題）が存在する。大型店問題とは、端的にいうならば、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が、いわば「狭義の中小商業問題」である。中小商業問題には、大型店問題のほか、下記のような付随的諸問題も含まれる。

① 価格破壊現象が中小小売業に対して誘発

²⁰ 詳しくは、坂本秀夫、前掲書、17—19頁を参照されたい。

した諸問題

- 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 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
- 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——いわゆる流通系列化に伴う問題である。
- ⑥ 中小卸売業が抱える諸問題
- ⑦ その他の諸問題（大規模商業資本によるフランチャイズ・チェーン店対中小小売業のコンフリクト、大規模商業資本による無店舗販売対中小小売業のコンフリクトなど）

以上に示したように、筆者のモデルでは、番場がいうような「大店内大型店問題」は考慮されていない。

また、筆者は『日本中小商業問題の解析』において、大型店問題の解消策の一案として核店舗利用型共存を挙げた²¹。つまり、中小商店側が大型店のふところに入り、広域商圈から吸引した来店客をともに利用することによって、共存共栄を図ろうとするタイプ（大型店がオーナーとなっている店舗へ中小商店側がテナントとして出店するタイプ）である。しかし、現実にはテナントとして出店できるのは高額テナント料の支払いが可能な比較的資金力に潤沢な中小商店に限定される、という問題もあることを指摘した。番場は筆者が指摘したこの問題をさらに深く掘り下げて中小商業問題の一部として取り上げ、きわめて綿密な分析を展開している。

以上のような意味で、番場の主張は筆者自身の研究にとっても大きな参考となる。

²¹ 詳しくは、同書、165—166頁を参照されたい。

ただ、次の点で若干の不満は残る。前述したように、番場は大店内大型店問題を「大規模小売店舗内における大規模小売業資本とテナントとしての零細小売業の支配構造関係から生ずる諸問題」と定義づけている。つまりは「系列化問題」として捉えているということであるが、この分析は基本的には正しいと思う。しかし、筆者のモデルでいえば付随的諸問題の⑤、すなわちメーカーと中小商業の系列化と、番場が指摘するような大規模商業と中小商業の系列化は異なった側面があるのではないだろうか。この点にまで踏み込んだ分析が欲しい。

続いて零細小売業の概念規定についてであるが、番場は、規模の零細な小売業はすべからず零細小売業であるとして、常時従業者数1～4人規模を零細小売業と規定し、質的規定はまったく無視していた。これは疑問である。量的規定のみでは、外面のみを規定したにすぎない。質を無視すれば本質はみえてこない。若干の賃金労働者を含むか否かは別問題として、「店主もしくは家族従業者から成る」のが零細小売業であるとする質的規定を無視したとき、そこには何が残るであろうか、多少の利潤はあったとしてもほとんど生計費維持で消え、しかも他人労働をほとんど含まないのであれば、零細小売業者はほとんど労働者であるも同然である。こういう質的な面での検討も考慮に入れないと、零細小売業の本質はみえてこない。前述したように、筆者は零細小売業者については、これを「擬制的労働者」と称している。

また、番場は零細小売業を①狭義の零細小売業（独立店）、②大規模資本によって系列化された小売商店とコンビニエンスストア、③伝統的形態の無店舗零細小売業（露店商・行商）の3つのグループに大別していたが、このように分類することによって、これらを「それぞれ分析することにより研究対象を明確化し、零細小

売業の本質をヨリ的確にえぐり出すことができる」という。しかし、①～③の類型化は、前出の出家健治の用語でいえば、零細小売業の現実的形態把握である。現実的形態把握ということであれば、出家の分類の方がはるかにより詳細かつ現実的である。番場は現実的形態から本質をどのようにえぐり出そうとしているのであろうか。

大店法の実効性に関する評価については、番場の主張においては見解が分かれるところもあるかと思われるが、大型店の新規出店を制限する側面ではきわめて有効であったと評価している点はまったく同感である。大店法の規制緩和（撤廃）により、大型店が集中豪雨的に出店し、その結果、多くの商店街が競争に敗れた。番場もこうした事実は否定しないと思う。問題は、ではどうすればよかったのかである。結局、大店法は撤廃すべきであったのか、それとも抜本的に強化改正すべきであったのか。筆者の見解は後者である²²。その辺りの見解をも問いたかったところである。

なお、番場は「大規模小売商業資本によって系列化されたコンビニエンスストア」を零細小売業の一部として捉えていたが、直営店は別として、確かに加盟店は法的には独立しているのであるから、そのように捉えても問題はない。しかし、直営店および加盟店の総体としてのコンビニチェーン全体と零細小売業のコンフリクト（前述の筆者のモデルでいえば付随的諸問題の⑦）はどう捉えているのであろうか。見解を問いたいところである。

以上のように、番場の研究においては若干の疑問点や見解が分かれるところもある。しか

²² 番場博之、前掲書、45頁。

²³ この点について詳しくは、坂本秀夫、前掲書、148—150頁を参照されたい。

し、「商業統計」をはじめ各種統計資料を縦横無尽に駆使しての分析内容は、零細小売業の存立構造をできるだけ客観的に浮き彫りにしようとしている点で高く評価されて然るべきである。また、情報化や国際化など、零細小売業の存立構造研究ではこれまでほとんど取り上げられてこなかった新しい問題にも積極的にチャレンジしている姿勢も高く評価できる。

4 馬場雅昭の研究内容の分析

(1) 研究の概要

馬場雅昭の中小小売業に関する研究は、氏の著作『日本中小小売業の構造変化』（同文館、1993年）²⁴、『日本の零細小売商業問題』（同文館、2006年）の両書に集約できるが、書名からも明らかなように、主として零細小売業に的を絞った研究は後者の著作に集約される。

馬場は『日本の零細小売商業問題』刊行の動機について次のように述べている。「今日における零細小売商問題の原因は何か。その解決の糸口があるとすればどこか。これがもともとの問題意識であり、研究の出発点であった。——中略——本書の刊行を急いだのは、国民の消費生活に直結した零細小売商業のあまりにも激しい衰退と構造変化を指摘し、その原因を究明し、旧著書『日本中小小売業の構造変化』出版後の変化をフォローしたいと思ったからである」²⁵と。

以下、本書の構成と内容を紹介したうえで、本書に対する評価を行っていきこう。

本書の章構成は下記の通りとなっている。

第1章 中小零細小売業の現状

第2章 小売商店数の減少

第3章 小売商店数の減少・再論

第4章 小売商店数の減少・補論

第5章 中小零細小売業の変化

第6章 小売業における環境変化

第7章 1980年までの都市化の進展と小売商業

第8章 小売業の盛衰と国家の流通政策

第9章 中小零細小売商問題の展開

第1章は現状分析であるが、「商業統計」および「商業実態基本調査報告書」などの資料を用いて従業者規模別の分析がなされ、零細小売業の現状がまとめられている。

馬場は大方の零細小売業の現状について、次のようにまとめている。「零細小売層は、きわめて多い存在であるが、1商店当たりの販売額、従業者1人当たりの販売額は、ともにきわめて低い。低収益性は低蓄積をもたらし、設備投資、店舗改築、増築という積極的経営をすることにたっていない。あるいは、劣等地での商業「経営」、販売促進方法の不採用は、低販売額、低収益性、低蓄積をもたらし、設備投資、増改築へといたりにくい」²⁶と。

なお、馬場による零細小売業の概念規定についてであるが、前述の糸園辰雄による規定を援用し、常時従業者数4人以下を零細小売業としている。しかし、1～2人規模層と3～4人規模層には明らかに大きな格差があり、前者を「第1種零細小売商（層）」、後者を「第2種零細小売商（層）」と区別すべきであるとしている²⁷。

第2章～第5章では、零細小売業を衰退させたとみられる内部的要因に関する分析が展開されている。第2章では、各種統計資料を用いて、高度経済成長が本格化した昭和35年（1960

²⁴ 本書に関する分析については、同書、55—57頁を参照されたい。

²⁵ 馬場雅昭（2006）『日本の零細小売商業問題』同文館、はしがき(2)—(3)頁。

²⁶ 同書、17頁。

²⁷ 同書、18頁および246頁。

年)以後の小売業の動向をおおまかに把握している。そのうえで、小売商店数の減少傾向を業種別・業態別に分析し、それは規模や業種、業態によって異なっていることを明らかにしている。第3章では、業種別にみた商店数の増減率格差について法人・個人商店別に分析を展開している。第4章と第5章は第2章および第3章を補足する章であるが、同時に開業資金の増加、店主の高齢化、後継者難などを零細小売業の衰退要因として取り上げ、分析を展開している。

馬場の分析内容は実に多面的であるが、以下、第2章～第5章で展開されている馬場の見解を簡潔に要約してみよう。

馬場によれば、商店数の減少は常時従業者数4人以下の零細小売業において生じており、それは主に「常時雇用従業者を使用していない個人商店」すなわちパパ・ママ・ストアであるという。産業分類小分類別にみても商店数の減少はほとんどの業種において生じており、今日では一般化、全体化している。なかでも飲食物品小売業における商店数が激減しているが、これはスーパーとの競争に敗北したからであるとしている。また、呉服・服地・寝具小売業、家具・建具・畳小売業、その他の業種における商店数減少は生活様式の変化によって、靴・履物小売業、金物・荒物小売業、写真機・写真材料小売業におけるそれはホームセンターのような大規模小売業の参入によって引き起こされたと推測している。

馬場はいう。零細小売業の衰退要因として「『経営不振・売上の伸び悩み』に『店主の高齢化』『後継者難』等が重なれば、『継続意欲低下』へといたり、最終的には閉店、廃業へ進むであろう。開業資金の高額化は開業を困難に

し、小零細小売業の衰退傾向は当面止みそうにない²⁸⁾と。

第6章および第7章では、零細小売業を衰退させた外部的要因として「主婦の社会進出の増加」、「自家用車の普及」、「人口の郊外化」などを取り上げ、分析が展開されている。

まず主婦の社会進出の増加についてであるが、昭和50年代に有夫婦人労働者は595万人から911万人へと53%増加している。有職の主婦は時間を重視し、短時間で効率よく買物ができる施設を望むことになる。つまり、ワンストップ・ショッピングを重視することになったということであるが、その結果、スーパーが急増し、一般商店が駆逐されることになった、というのである。

また、自家用車の普及とともに、女性の運転免許取得者数も増加している。その結果、買物施設における駐車場の完備は必須条件となり、郊外型ショッピングセンターやロードサイドショップが急成長したが、これが零細小売業に深刻な影響を及ぼした。

さらには、高度経済成長期以後、人口の郊外化が進展するが、人口が急増した地域の購買力をターゲットに成長したのはスーパーであった。零細小売業はこれに対応できなかった、と馬場は指摘する。

第8章では、大店法の有効性、意義と限界についての検討がなされているが、同時に零細小売業弱体化との関連性についても検討がなされている。零細小売業の衰退については、零細小売業における店主の高齢化や後継者難、開業資金の高額化による新規参入の激減といった内部的要因に起因しており、これが大店法の緩和という外部的要因に誘発されつつ、弱体化を促進し、商店数減少という形で顕在化した、と馬場は結論づけている。

第9章では本書の総括がなされているが、馬

²⁸⁾ 同書、18頁。

場は今日の零細小売商業問題を次のように認識している。すなわち、「開業資金の少なさ→開業の容易さ→店舗の過多性→競争の激化→売上の伸び悩み→低収益性→経営の困難化発生の可能性というメカニズム、つまりもともと零細小売業自体の中にあるメカニズムに、さらに1950年代後半新たに登場した『中小小売商の対立者』たるセルフ・サービス店、スーパー・マーケットとの競争、1980年代以降のコンビニエンス・ストア、ディスカウント・ストア、通信販売店との競争に伝来型零細小売層が巻き込まれたのである」⁽²⁹⁾と。

(2) 研究内容の分析・評価

馬場が主張する論点の多くは、これまでも多くの論者が指摘してきたところである。しかし、これを単なる机上の論理ではなく、実に多くの各種統計資料によって裏づけようとしているところに大きな特色がある。用いられた図表の数だけでも100近く（図は36、表は61）にもなる。しかも、単なるデータの引用ではなく、馬場自身の手によって作成・加工された図表も数多い。それだけに、零細小売業に関する馬場の現状分析は説得力に富んでいる。

なお、零細小売業の概念規定についてであるが、馬場は糸園辰雄による規定を援用して、常時従業者数4人以下を零細小売業とし、1～2人規模層を第1種零細小売商（層）、3～4人規模層を第2種零細小売商（層）と規定していた。これは、おそらくは昭和53年（1978年）の改正大店法にて大型店を第1種大規模小売店舗と第2種大規模小売店舗の2種類に峻別したところに着想のヒントを得たものであろう。本稿の冒頭でも述べたように、小売商店数の減少傾向は1～2人規模の限界的な零細店の激減に

よってもたらされており、しかも激減現象に歯止めはかかっていない。また馬場自らも指摘するように、1～2人規模層と3～4人規模層の間には商店数構成比・年間販売額構成比の推移の面で大きな格差がある⁽³⁰⁾。用語の適否の問題はさておき、同じ零細小売業といえども、1～2人規模層と3～4人規模層は峻別しなければならないとする発想それ自体は妥当であろう。

続いては、零細小売業弱体化をもたらした要因に関する馬場の捉え方についてであるが、これは以下の点で筆者とは見解が異なる。

馬場は、「唯物弁証法は、外部の原因を排除するものだろうか。……唯物弁証法は、外部の原因は変化の条件であり、内部の原因は変化の根拠（傍線馬場）であって、外部の原因は内部の原因を通じて作用すると考えられる。鶏の卵は適当な温度をあたえられると鶏に変化するが、しかし温度は石を鶏にかえることはできない。両者の根拠がちがうからである（毛沢東『実践論・矛盾論』岩波文庫、37ページ）⁽³¹⁾という毛沢東の主張を引用し、これを根拠として、零細小売業を弱体化へと至らしめる「外的要因は内的要因を通じて作用しただけのことであり、内的要因が最も大きな要因とみなすべきであろう」⁽³²⁾としている。しかし、この点は、いわば鶏が先か卵が先かという論理からの反証を受ける可能性がある。零細小売業弱体化の要因として、筆者も馬場と同様、内部的要因と外部的要因の双方を考慮している⁽³³⁾。しかし、内部的要因と外部的要因のいずれがより重要なのかという点については、筆者はさほど重視していない。あくまでも両者が複合的に作用しあった結

(29) 同書、269頁。

(30) この点について詳しくは、同書、207—211頁を参照されたい。

(31) 同書、252頁。

(32) 同書、233頁。

果、零細小売業は弱体化したものと考えている。馬場は毛沢東の主張にとらわれすぎではないか。

5 李東勲の研究内容の分析

(1) 研究の概要

李東勲の零細小売業に関する研究は、氏の著作『経営目的からみる小零細小売業の課題』（専修大学出版局、2007年）に集約される³⁴。

『経営目的からみる小零細小売業の課題』は、在日外国人研究者の手によって「小零細小売業における経営目的の重要性」が実証的に解明された初の本格的な研究書である。その意味でも、本書刊行には大きな意義がある。

以下、本書の構成と内容を紹介したうえで、本書に対する評価を行っていきこう。

本書の章構成は下記の通りとなっている。

序章

- 1 章 小零細小売業の現状分析
- 2 章 小零細小売業に関する既存研究の考察
- 3 章 経営目的の観点からみる小零細小売業の分析
- 4 章 日本とフランスにおける小売商業調整政策

(33) 詳しくは、下記文献を参照されたい。①坂本秀夫（1990）「規制緩和と中小小売業」『富士論叢』（富士短期大学）第35巻第1号、3—11頁および24—27頁。②坂本秀夫（1991）「大店法の規制緩和と商店街の再構築化」『フジ・ビジネス・レビュー』（富士短期大学）第2号、68—70頁。③坂本秀夫（1997）「流通規制緩和批判」同誌第13号、73—74頁。④坂本秀夫（1999）『現代日本の中小商業問題』信山社、86—90頁および112—113頁。⑤坂本秀夫、前掲注(4)の文献、119—122頁および359—368頁。

(34) 以下、本章は坂本秀夫（2007）「書評・李東勲著『経営目的からみる小零細小売業の課題』（専修大学出版局、2007年）」『明星大学経済学研究紀要』第39巻第1号、51—57頁をベースとして再編成したものである。

5 章 「まち」の捉え方からみる商店街の問題

結論 小零細小売業の新たな役割

付録 神奈川県相模原市における小零細小売業の経営目的分析

序章では、まず本書における李の問題意識が明らかにされている。李の問題意識は下記のごとく、3点ある。すなわち、「①従来の中小小売業研究では、その多くが研究対象を小零細小売業としつつもこれを一括して中小小売業の範疇に入れ、分析が行われていたが、これでは小零細小売業の本質は究明できないのではないか。②昭和57年（1982年）以後の小零細小売業の減少理由は経営者の高齢化や後継者難といった内部的要因に求められるものと思われるが、いまだにこの問題に関する研究成果は乏しいのではないか。③大店法の廃止を契機として、小零細小売業に対する政策が『保護政策』から『支援・指導政策』に転換したとみられるが、まだその体制は整っていない。今後は、小零細小売業に対しても自助努力による成長を求めるべきではないのか」、というものである。そのうえで、本書では研究対象を「小零細層」に限定するが、小零細小売業の衰退問題は小零細小売業者自身にも積極的な経営努力が求められる総合的問題であり、これを論証していくことを研究目的とする、としている。

続いて、中小企業基本法改正に伴う対中小企業認識の変化に触れ、本書の構成を述べたうえで、李自らの小零細小売業に関する定義（概念規定）を明示している。

李は、従業者数を基準としつつも「質的规定」を加え、従業者数1～2人の個人商店および法人商店を零細小売業、同3～4人の個人商店および法人商店を小規模小売業と規定し、両者を一括して「小零細小売業」と定義している。なお、コンビニエンスストアについては、

単位店舗の規模こそ小型店ではあるが、実際には大規模小売業の主導のもとで徹底した情報システムを利用して運営されていることから、大規模小売業とみなす、という補足説明が加えられている。

序章の紹介がかなり長くなってしまったが、続く第1章では、中小小売業の現状分析を行い、店舗数が大幅に減少しているのは零細小売業（李に従えば、小零細小売業。以下、同様）であることが明らかにされている。それとともに、環境変化を追い風としつつ成長していくためには、小零細小売業においても周辺環境を綿密に調査・分析する自助努力が求められ、「顧客」にとって最も望まれる時間帯に商品・サービスを提供できるような仕組みづくりやマネジメントが必要であることが述べられている。一方、商店街組織としてはさまざまな情報を共有する相互扶助の体制づくりが必要である、としている。

第2章では、中小小売業に関する先行研究のレビューがなされている。レビューのなかでとくに注目すべき点は、零細小売業（小零細小売業）の経営目的とそれは資本であるか否かに関する李の見解である。

定説では、零細小売業（小零細小売業）の経営目的は主として生計維持にあるのであって、利益の拡大や企業成長を目指すことにあるのではない、とされている。したがって、零細小売業（小零細小売業）が受け取る売買差額は生計維持のためにほとんど消え去ってしまうのであるから、その差額はもはや資本とはいえない。筆者も若干の例外はありうるという注釈つきで、この定説を支持している。しかし、李は、量の大小に関わらず、零細小売業（小零細小売業）といえども自らの商業活動・売買活動を通じて差額を得ているのは紛れもない事実であり、その差額は十分に資本としての性格をもっ

ている、とする出家健治の所説に依拠しつつ、「動機」＝「経営目的」の重要性を問題点として提起している。

第3章は本書の中核を占める章といってもよいが、前章の問題提起を受け、経営目的の観点からみる小零細小売業の分析が展開されている。

李は、小零細小売業は異質多元的存在であり、「小零細小売業における多様性は事業主の経営目的に左右される」と認識する。かかる認識のもと李は、小零細小売業は①起業→②起業から企業への発展段階にある存在→③企業という動的プロセスをたどるのであるが、経営目的が個人志向化すると、転業・副業化したり廃業したりするのである、としている。なお、小零細小売業の経営目的については、出家健治、磯部浩一、田村正紀らの研究を参考としつつ、①生業志向、②個人志向、③地元志向、④革新志向、⑤成長志向の5つに分類し、それぞれの定義を明示している。

本章では、東京都町田市における実態調査（アンケート調査）をもとに、きわめて綿密な分析が展開されている。分析内容については、「付録」で展開されている分析内容と合わせて紹介した方が理解しやすく、また、この実態分析にこそ李の主張のポイントが込められていると思われるので、後に詳述することとする。

第4章では、実態調査結果をより総合的な観点から捉えるため、行政側がとる小零細小売業に関する諸政策について日本とフランスの比較分析が展開されている。

李によれば、フランスにおける中小小売業の支援策は種々の創業機関が取り組んでおり、創業前から創業後の数年間にわたり個別的な経営指導・支援が行われている。すなわち、政策的にも「起業」から「企業」へと発展させる強い意思がみとれ、この点は日本においてもおお

いに参考にしなければならない、としている。

また、大規模小売業に対して日本では規制緩和、フランスでは規制強化という正反対の政策がとられているが、環境問題や都市計画の質的向上という新たな問題に関する意識においては共通点があるという。そのうえで、今後は日本においても、フランスのように商業のみならず「まち」がもつ機能全般に配慮し、総合的な観点からまちづくり＝都市計画に取り組んでいかなければならないと、提言している。あわせて、今後は住民側も意識を高めて、商店街の活性化やまちづくりに参加していく必要があると説いている。

第5章では、今日における商店街の問題に関する考察が展開されている。

今日、「まちづくり」ということばが、商店街の整備や活性化を考慮する際には不可欠なキーワードとなっている。しかも、そのことばは商業者のみならず、一般の消費者や行政関係者にも新しい将来ビジョンを暗示する響きをもっている。しかし、「まち」に関する明確な定義や「まちづくり」とは何かという問いに対する明確な解答はない。李は、「まち」とは「政治・文化・商業を媒介にして人々が日常生活を送る場所」³⁵⁾と定義している。また、今日の「まちづくり」は商業振興という立場からのまちの活性化が主流となっているが、異質多面的な小零細小売業の存在が考慮されていない。したがって、今後は、小零細小売業については地域社会の豊かな生活を支えるより積極的な主体として捉えたいうえで、まちづくりを行っていかなければならない。としている。すなわち、個を活かしつつ全体としての商店街の活性化を図るという取組みへの転換の必要性が強調されて

いるということであるが、筆者もおおいに共感する。

最後に「結論」では、まちづくりのあり方と小零細小売業のあり方に再度触れ、本研究の問題点と今後の課題という形で、総括がなされている。

なお「付録」では、神奈川県相模原市における実態調査（アンケート調査）をもとに、小零細小売業の経営目的分析が展開されているが、前述の町田市における分析と合わせて、以下、分析内容を紹介していこう。

町田市と相模原市における計6ヶ所の商店街に対してアンケート調査がなされているが、まず第1段階として、本書の3つのキギョウ（①起業、②起業から企業への発展段階にある存在、③企業）の定義に従って、クラスター分析を用い全店舗を分類している。分析方法としては、前述の経営目的に関する変数を縮約するために主成分分析が採用されている。

その結果、町田市においては2つの主成分が抽出されている。第1主成分は34.2%、第2主成分は33.7%を説明しており、2つの主成分で67.9%の説明力をもっている（表1参照）。第1主成分は「生業志向」の変量が負の値である反面、「成長・革新志向」の変量が大きいことから、少々危険があっても将来性がある商売を展開するために事業の拡大・発展を目指すという「発展志向型経営目的」と解釈できる。第2主成分は「地元志向」と「個人志向」の変量が大きいことから、地域に密着しつつ事業主の生活の質を高めることを大きな目的とする「地域密着志向型経営目的」の意味合いをもつ。このように、小零細小売業の経営目的は大きくは2つにまとめられる。

上記の結果を踏まえ、主成分分析で求められた主成分得点を用いて階層的方法に基づくクラスター分析を行い、「経営目的」を基準に3つ

35) 李東勲（2007）『経営目的からみる小零細小売業の課題』専修大学出版局、170頁。

表1 町田市における商店街の主成分分析結果

項目	第1主成分	第2主成分	共通性
生業志向	-0.831	0.311	0.787
成長志向	0.741	0.352	0.673
革新志向	0.681	0.546	0.761
個人志向	0.038	0.809	0.655
地元志向	0.080	0.716	0.519
固有値	1.711	1.685	—
累積寄与率	34.2%	67.9%	—

(資料) 李東勲 (2007) 『経営目的からみる小零細小売業の課題』専修大学出版局、107頁。

表2 各クラスターにおける観測変数の平均値 (町田市)

観測変数	クラスター1	クラスター2	クラスター3	合計
第1主成分 (発展志向)	-1.09345	-0.627098	0.844993	-0.875555
第2主成分 (地域密着志向)	-1.219484	0.9829092	-0.1511	-0.3876748

(資料) 表1の文献、108頁。

のクラスターに分類している(表2参照)。なお、クラスター分析を行う際、原データの距離計算にはユークリッド距離が、またクラスター合併後の距離計算にはウォード法が採用されている。

各クラスターにおける2つの経営目的の平均値(表2参照)を比較すると、下記の3つのクラスターに分類できる。すなわち、クラスター1は「発展志向型経営目的」と「地域密着志向型経営目的」の平均値が負の値であることから、生計および商売の現状維持のみを志向する「現状維持志向型経営目的」の集団であり、クラスター2は主として「地域密着志向型経営目的」をもつ集団、クラスター3は「発展志向型経営目的」をもつ集団であると判断できる。

また、相模原市においても2つの主成分が抽出されている。第1主成分は「発展志向型経営目的」である。第2主成分は「個人志向」と「生業志向」の変数が大きいことから、「現状維

持志向型経営目的」の意味合いをもつ。

以上のことから、相模原市では下記の2つのクラスターに分類できる。すなわち、クラスター1は「現状維持志向型経営目的」の平均値が負の値であることから、「発展志向型経営目的」をもつ集団であり、クラスター2は「現状維持志向型経営目的」の集団であると判断できる。

さらに第2段階として、各グループ別に経営目的の観点から分析が展開されている。その結果、小零細小売業においても「企業」としての存在があることが確認されている。しかし、「起業」グループのなかには廃業予備軍ともいえる存在があることも確認されている。

以上のような実証研究の分析結果から、李は下記のような知見が得られたという。すなわち、「商業活動を通して得られる利益は小零細小売業にとっても『資本』であり、必ずしも賃金労働者を雇用する必要はない。しかし、既存

研究で主張されているような『非資本的な中間的存在』としての事例も確認できる。本研究で解明を試みた『得られた利益をどういう目的で使用するかという動機＝経営目的』の重要性は、小零細小売業における高い水準の経営目的が経営それ自体に影響を与え、売上高の向上という量的な成長として現れるところにある、と結論づけることができる。したがって、小零細小売業といえども『業』を起こした以上、成長・発展を目指し、経営努力を積み重ねることで、その困難性から抜けられる。そして、企業として成長期に入るのであるが、この段階においては『経営目的』の向上はもちろんのこと、さらなる発展と競争や環境変化に対応するため、得られた利益の一部を資本として蓄積する必要がある。その場合、経営者の資産獲得のような個人的な経営目的が志向されると、転業や副業化を志向するようになり、ひいては廃業予備軍に転落するであろう（以上、本書、123—125頁を筆者が要約）、というものである。なお、今日の零細小売業（とりわけ1～2人規模店）の激減現象は、李によれば、上記のようなプロセスのなかで廃業予備軍が急増し、それらが撤退していくことに起因している、としている。

(2) 研究内容の分析・評価

李の研究内容の最大の特徴は上記の概要紹介からも明らかなように、小零細小売業を企業成長の動的なプロセスの一段階として位置づけ、その実態を明らかにし、小零細小売業を負の存在として捉えるだけではなく、それらの発生と成長にも注目することで、小零細小売業に対する総合的な展望が確立される、ということ提起しているところに求められる。そのために、小零細小売業において経営目的がいかに重要であるかが実証されているのである。

李によれば、中小零細小売業すべてが大規模小売業によって収奪・圧迫される存在であり、非資本的な経済的弱者であるとする従来型の見解では、小零細小売業をいかに発展させていくかという根本的な問題解決や小零細小売業の方向性を打ち出すことはできない、という。小零細小売業といえども異質多元的存在であり、事業主の経営目的次第では発展も可能であるとして、現にそういう一群が存在することが実証されている。実態分析には説得力がある。零細小売業（小零細小売業）における経営目的の重要性を解明した研究はこれまで存在せず、その意味でも、本書は大きな学問的意義をもつ。

今後の課題は、本書で明らかにされた実証研究の分析結果をいかに一般化・普遍化していくかであろう。一般化・普遍化していくプロセスについては、本書では触れられていない。さらにいえば、成長のために李が最も重視していると思われる「発展志向型経営目的」をもつ小零細小売業が、全国規模ではどの程度存在するかどうかである。6つの商店街を分析対象とするだけでは、この点は明らかにできない。

なお、定説に依拠する筆者の立場からいえば、いくつかの疑問ないし違和感も残る。

第1は、小零細小売業の定義に関する違和感である。前述したように、李は従業者数1～2人の個人商店および法人商店を零細小売業、3～4人規模のそれらを小規模小売業と定義している。しかし、定説では、常時従業者数4人以下を零細小売業、同5～19人規模を小規模小売業というのである。李が規定する「零細小売業」および「小規模小売業」という用語の使用法には、その点で違和感が残る。誤解を招かないような表現上の工夫の必要があったのではないか。

第2は、マルクス経済学に立脚する諸見解では、中小零細小売業すべてが大規模小売業に

よって収奪・圧迫される存在として位置づけられ、非資本的な経済的弱者であると規定されているが³⁶⁾、これは明らかに誤りである。非資本的な経済的弱者と規定されているのは中小零細小売業すべてではなく、常時従業者数4人以下の零細小売業のみである。

第3は、既存研究においては、商業集積における大規模小売業と小零細小売業との共存共栄の関係が無視されていると断言しているが³⁷⁾、これはいい過ぎであろう。少なくとも、筆者は両者の共存共栄を求めての考察を展開している³⁸⁾。

第4は、零細小売業問題の捉え方についてである。零細小売業（小零細小売業）といえども異質多元的存在であり、発展の可能性がある一群の零細小売業が存在することを否定はしない。事実、李はその点を見事に実証している。しかし、どこかに落とし穴があるように思えてならない。出家健治の研究内容に対する分析・評価においても述べたが、そもそも、資本というものは増殖するから資本というのである。当初から増殖する可能性がなく、あるいは途中からその可能性がなくなった大多数の「生業志向」・「個人志向」の零細小売業（李のことばでいえば廃業予備軍）にこそ光を当てなければ問題は解消しないのではあるまいか。今日、零細小売業の激減現象がもたらす社会的インパクトはもはや無視できないほどに大きくなっている。零細小売業（小零細小売業）といえども資本であることには相違なく、経営目的のあり様如何によっては発展の可能性がある、というロジックは一見もっともらしく思えるが、筆者には大きな違和感が残る。

³⁶⁾ 同書、72頁。

³⁷⁾ 同書、73頁。

³⁸⁾ たとえば、坂本秀夫、前掲注(4)の文献、155—168頁を参照されたい。

以上、いくつかの疑問ないし違和感に触れてきたが、もちろんそれらによって本書の学問的価値が損なわれるというものではない、ということも付記しておこう。

6 おわりに

以上、本稿では、零細小売業に関する主要研究者4名の研究内容を紹介し、それを分析してきた。きわめて大雑把ではあるが、4名の研究内容の最大の特徴を、再度、それぞれ振り返っておこう。

出家健治においては、零細小売業といえども商業資本であることには相違ない、とする定説とは大きく異なる理論規定が徹底的に展開されていた。番場博之においては、これまで誰も取り上げてこなかった「大店内大型店問題」をも研究対象としている点が最大の特徴であった。馬場雅昭においては、零細小売業の現状を膨大な資料によって裏づけ、分析している点、李東勲においては、零細小売業の経営目的の重要性を実証しようとした点がそれぞれ最大の特徴であろう。

4名の研究内容のどれもが刺激的であり、また議論が分かれる論点も多々あった。それだけにあらためて思うことは「零細小売業問題」の問題性の大きさないし複雑さである。

しかし、再確認しておきたいことは中小商業問題ないし零細小売業問題とはいかなる問題なのか、という原点である。

中小商業は独占商業資本の市場的・資本的支配に圧迫され、あらかじめ独占利潤を引き去られた後の商業利潤を相互に激しく争奪する。そこでは当然に平均利潤率以下の利潤しか獲得しえないし、零細商業に至っては労賃部分を得るにすぎない。したがって資本集積の可能性は乏しく、商業資本として大規模化する途を閉ざされているばかりでなく、たえず新規参入者と激

しく競争しなければならない。競争の激化は低い利潤をいっそう低くする過当競争をもたらす、中小商業においては過当競争が常態化している。過当な競争はしばしば経営の破綻さえ招き、経営の困難、不安定が中小商業の属性となる。このような現実的矛盾が中小商業者、零細商業主に意識され問題化されたのが中小商業問題である³⁹⁾。なお、上記のような現実的矛盾がとくに零細商業主の意識に反映し問題化された場合には、零細小売業問題となってたちあらわれよう。

零細小売業といえども異質多元的存在であることを否定はしないし、確かに問題ではない一群の零細小売業も存在しよう。しかし、問題ではない一部の零細小売業を取り上げて研究を進めても、零細小売業問題の真の解明にはつながらない。問題は、大多数を占める落ちこぼれゆく零細小売業をどうするかである。すでに明らかにしたように、この部分にこそ光を当てなければならない。

それと同時に、近年の零細小売業問題は、とりわけ1～2人規模店の激減現象も一因となっ

て生じた「中心市街地の空洞化問題」(都市の空洞化問題)やいわゆる「フードデザート問題」(食の砂漠化問題)⁴⁰⁾とも密接に関連している。零細小売業問題はこれらの問題との関わりのなかからも捉えていかなければならない。政策的には、零細小売業をいかに巻き込んでいくか、あるいはいかに活用していくかという視点が今後いっそう重要になるであろう、ということを付記して本稿を終える。

39) 糸園辰雄(1975)『日本中小商業の構造』ミネルヴァ書房、67頁。

40) 身近な地域の商店が消え、遠出しようにも交通手段がない。農林水産省は食料品などの買物がままならない「買物弱者」の実態を推計した。それによると、最寄りの生鮮食料品店まで直線で500m以上離れ、自動車をもたない人は全国で910万人に上った。北海道や長崎県では人口の1割に達し、東京都、大阪府などでも50万人を数えた。買物弱者といえ、人口減と高齢化が進み、公共交通機関が貧弱な過疎地に特有の現象と思われがちであるが、都市部でも例外ではないことを示している。大型量販店の郊外進出に押されて、徒歩圏にある地元商店街がさびれ、小型店が閉鎖するケースは全国的に増えている。魚や肉、野菜など日々欠かせない食料の調達が困難な「フードデザート」(食の砂漠)の広がりがかかわる深刻な状況である。以上、「読売新聞」2012年6月25日付参照。