

日本流通学会第 39 回全国大会統一論題
「日本的流通の発展－卸売流通の機能と役割を中心に－」趣意書

2025 年度プログラム委員会

日本流通学会第 39 回全国大会は、2025 年 11 月 14 日（金）～16 日（日）の 3 日間にわたり、緑溢れる中央大学多摩キャンパスにて、統一論題「日本的流通の発展－卸売業の機能と役割を中心に－」を掲げて開催される。

日本的流通をめぐっては、かつて活発な議論が展開されてきた。その特性として、1 つに小売業の多数・小規模性、2 つに生産者と小売業者の間に卸売業者が単数ないし複数介在する流通の多段階性、3 つにリベートや返品制などの不透明な取引慣行の存在が挙げられた。これらはいずれも日本の流通の不効率性と不透明性をもたらす「遅れた」要素であるとの烙印を押され、それらの解消を通して、アメリカ型のマスマーケティング・モデルへのキャッチアップを目指す近代化論が声高に叫ばれたのであった。しかし、その後、高齢化や人口減をはじめとする日本の社会経済や生活様式、さらには国際需給環境の変容に伴い、流通システムに期待される社会的役割も大きく変わりつつある。

1 つに、小売部面では、大店法から大店立地法の時代に移り、大型店の出店規制は大幅に緩和され、大手小売業者による大型店出店が加速化してきた。しかし、その負の側面として買い物弱者問題が深刻化し、今や地域密着型の小売業や小型店の役割が再評価されるにいたっている。2 つに、卸売業の中間流通としての揺るぎない機能発揮である。生鮮食品を扱う卸売市場は、新鮮で安全な、そして多様な国産農産物を消費者に届ける上で基幹的社会インフラとしての役割を果たしている。加工食品卸売業者は、スーパーを含む小売の多様な品揃え確保、また大規模層から零細層にいたる外食の効率的な食材調達を後方から支えている。3 つに、流通チャンネルにおける価格形成の基調変化である。メーカーの建値制を柱とする局面から、小売バイイングパワーの強まりにより小売起点の低価格競争が一般化した。しかし 2020 年代に入ると、ロシアのウクライナ侵略などを契機とする国際需給環境の激変を受けて、価格転嫁問題が大きくクローズアップされている。とくに「失われた 30 年」を経験した日本では、実質賃金の大幅減少で消費者の購買力が低迷する中で、自らも低利潤に甘んじている流通業者はいかにして適切な価格形成機能を果たしうるのかが問われている。

卸・小売などの流通業者を研究対象の柱とする本学会において、日本的流通の現段階をめぐり議論を深めることの意義は大きい。10 年前の第 29 回大会では、統一論題「地域の再生と流通」というテーマの下、買い物弱者問題が論じられた。今大会では、研究蓄積の少ない卸売業に焦点を絞り、商業の理論研究者、卸売市場・卸売業の実証的研究者 3 名、さらに卸売企業の実務家 1 名にそれぞれの知見を披瀝していただく。会員諸氏との議論を通して、卸売業の役割を中心に日本的流通の向かう方向性と課題が明確になることを期待したい。