

### <書評>矢作敏行、関根孝、鍾淑玲、畢滔滔著 『発展する中国の流通』白桃書房、2009年3 月

謝, 憲文

---

(出版者 / Publisher)

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

イノベーション・マネジメント = Journal of innovation management

(巻 / Volume)

7

(開始ページ / Start Page)

167

(終了ページ / End Page)

170

(発行年 / Year)

2010-03-31

## &lt;書評&gt;

**矢作敏行、関根孝、鍾淑玲、畢滔滔著『発展する中国の流通』****白桃書房、2009年3月**

謝 憲文

世界最大の人口を抱え、広大な国土を擁する中国では、これまでの歴史に類をみなかった改革開放という巨大な社会、経済の大変革を推進している。それに伴い流通分野の近代化を目指す変革も進み、中国経済の高成長を促進するうえで大きな役割を果たしていることも周知の事実である。

しかし、中国の伝統的な政治体制を始めとする様々な阻害要因または抵抗勢力の存在によって、中国流通近代化の推進過程における困難さが見られ、変革の長期性という特徴も示されている。変化し続けている中国の流通をできるだけ客観的に分析し、正しく理解することが必要不可欠である。特に中国が「世界の工場」だけでなく、「世界の市場」としての役割も大いに果たし、中国市場に対する世界の期待が高まっている中で、その重要性がいつそう強調されるに至った。

こうした背景の下で、矢作敏行、関根孝、鍾淑玲、畢滔滔の四氏が共著した『発展する中国の流通』は2009年3月に白桃書房より刊行され、グローバル化の環境に置かれている中国流通の変革と今後の発展方向を深く理解するための力作と見られることに異存はない。

本書は三部から構成されている。第I部「移行経済体制下の流通近代化を探る」では、「計画経済」から「市場経済」へと移転する過程での中国流通業の変化を明らかにしている。その第1章「中国流通の近代化プロセス」では四つの段階に分けて中国流通近代化のプロセスを考察した。第2章「外資参入動向と現地市場へのインパクト」では、漸進的な市場開放政策の下で、外資企業の中国小売業への進出と現地小売市場に与えた影響を探っている。また第3章「華人・華僑系流通資本の中国市場戦略」は、中国小売市場で活発に事業展開している華人・華僑系資本9社のプロフィールおよび参入状況と参入戦略を分析している。第4章「中国小売企業の成長戦略と競争力」は主として北京の有力小売企業である「物美」と「京客隆」2社の考察を通して、中国企業の競争優位性の構築を評価すると同時に、外資企業に対抗できる力が不備である点を指摘している。さらに第5章「中国における日本型卸売業の発展可能性」では、総合商社4社の事例分析を通して、中国における卸売事業展開の現状と発展の可能性を検討している。

## &lt;書評&gt;

第Ⅱ部「地域流通の近代化をみる」では、中国の大都市と地方都市における流通業に対する考察を通して、地域流通の近代化を目指した変革の歴史を概観している。その第6章、第7章は地方都市唐山市の流通近代化の展開過程、特に小売業、卸売業の変遷を重点的に考察している。また、第8章では中国の巨大都市上海の流通近代化の推進過程を様々な視点から考察し、変革による巨大な成果と残されている課題を明らかにしている。

最後の第Ⅲ部「流通チャネルの革新をつかむ」では、家電、乗用車および加工食品の三分野における流通チャネルの革新を取り上げて考察している。そのうち第9章では中国二大家電小売企業の「国美電器」と「蘇寧電器」に焦点を当て、家電流通近代化の推進に伴って急成長を遂げた実態およびその社会、経済的な意義を究明している。また、第10章「変貌する乗用車市場におけるメーカーと4S店の共存共栄」は、トヨタ自動車の中国事業を例に、4S店の共存共栄を目指す大手メーカーの販売促進、チャネル政策の特徴、効果および問題点を明らかにしている。第11章「食品流通チャネルの生成と発展」は、台湾資本の頂新グループと統一企業の二大食品メーカーの中国市場におけるブランド形成の過程、販売チャネルの構築といったマーケティング戦略を考察し、中国市場での製販統合型企業の形成要因とその戦略の有効性を検討している。結章「課題と展望」では、本書の研究で明らかにした中国流通近代の諸特徴、考察分析の基本的視点を明示したうえで今後の研究課題を提示している。

本書の特筆すべき特徴は主に以下の三点にまとめられる。

第一に、本書は中国流通業の史的変遷を立体的、動的に考察分析することで中国流通の全体像を克明に写し出している。著者は「イノベーション」と「グローバル化」を中国流通の発展に関する研究の基本的な視点としてとらえ、時間的長さ（改革開放以前から現在まで）、空間的な広さ（巨大都市から地方都市まで、卸売業から小売業、さらに製造企業まで）を包容した膨大で複雑な中国流通の変革史を解読しようとしている点が印象的で、全書を貫いているのが発展している中国流通の躍動感であり、気迫のこもった作品として異彩を放っている。

確かに、改革開放という中国の社会、経済の大変革によって、中国流通業近代化への道が開かれ、そして「イノベーション」と「グローバル化」がこの史的な変遷の過程において現われるに至った。中国流通の変革、特に流通近代化展開の時期、内容および特徴、問題点だけではなく、それらがどのように中国の歴史的、社会的、文化的環境要因から強い影響を受けて形づいたかを究明している点は、高い学術性を備えた本書の大きな特徴といわねばならない。

第二に、中国流通業に対する考察はただマクロ的なレベルにとどまらず、種類別、業態別の流通企業、さらに製造企業を対象にした多角的考察分析によって、中国流通近代化の推進過程における流通企業やメーカーの経営戦略をミクロ的に読み解くことができ、流通システム変革の深層を解明することに大きな貢献をしている。この点は本書の優れた特徴の一つとして高く評価できる。

また、著者は徹底的な現場調査に基づく「ボトム・アップ」の手法をより重視し、数年間にわたって中国各地の流通企業や製造企業などに対する聞き取り調査を精力的に行ない、そこから多くの貴い第一次資料を入手し、その積み重ねた努力で研究活動のレベルアップに大いに寄与している。例えば、北京のスーパー業界で有力な小売企

業である「物美」、「京客隆」、家電量販店業界の「二強」と呼ばれる「国美電器」と「蘇寧電器」、地方都市唐山市の有力民営食品卸売企業「匯旺行工貿」と「常祿商貿」、さらに、台湾系メーカーの頂新グループ、統一企業などの流通企業、製造企業への聞き取り調査を通して、各種企業の誕生の背景、成長のプロセスを究明するだけではなく、その事業展開を特定の社会・経済環境との関連において分析することによって、それらの企業の経営特徴を鮮明に描き出すと同時に、国内企業の外資企業に対する競争力が不備するという問題の背後要因を明確に析出している。

これまで中国流通近代化に関する研究においては、外資企業の中国事業展開は重要なテーマとされており、特に欧米や日本などの外資小売企業を研究対象に絞ることが一般的であった。だが、本書の著者は、新しい研究領域を鋭意開拓する熱意を持ち、従来見落とされていた外資企業に含まれている華人、華僑系企業や日本総合商社をも研究対象に取り上げ、それらの企業の中国市場参入のプロセス、現地でのビジネス展開の現状および今後の発展可能性などを丹念に解析していることで研究テーマの斬新さと研究内容の深化につなげている。本書がこれまでの中国流通研究における空白を埋めたという点は高く評価することができる。

第三に、すでに述べたように、中国流通は特定の政治、社会、経済および文化といった環境要因によって制約されているため、その特殊性も特定の環境条件の下で形成されたものである。本書は中国流通におけるさまざまな領域についての考察によって、中国流通の多様性という特徴を究明しており、この多様性は基本的に競争の多様性、資本所有形態の多様性、地域消費市場の多様性といった市場構造の特徴を表したものであり、これは発展途上にある中国流通の特殊性として理解されている。

本書を通読すれば分かるように、著者は中国流通の特殊性というものについて多くの実証的研究を通して検討しており、すなわち、外的環境要因や多様な拘束作用によってその特殊性が形成されたということを明らかにしている。特に中国流通のグローバル化に対する考察において、同質化というよりもむしろ異質化、つまり特殊性という点を鋭く衝くことで中国流通を観察・理解しようとする読者に事物を客観的に観察する方法を提供している。これは本書のもう一つ特筆すべき特徴といえる。

本書で紹介された中国流通企業の中に民営企業もあれば国有企業もある。総じていえば、中国の資本所有形態別企業は、いずれも流通近代化を目指した大変革の中で洗礼を受け大きな成長を遂げている。こうした中で、民営企業は優位に立っているというイメージが持たれているのが普通である。しかし、著者は民営企業に対する詳細な調査研究を通して実態が必ずしもそうとはいえないということを指摘しており、なぜなら、民営企業は持続的な発展を保つ外部的環境がまだ作り上げられていないからである。これが中国の政治改革の「遅れ」によるものだと著者は問題の所在を明示している。

確かに、改革開放政策が実施されてから30年以上経ち、民営企業は中国の経済発展に巨大な貢献をしてきたにもかかわらず、それに対する差別的な扱いがまだ取り除かれておらず、国有企業優遇という従来の政府の考え方はほとんど変わっていない。多くの民営企業はまだ融資難に苦しみ、更なる発展を目指した展望が開かれないのが現状である。これはまた失業増大や庶民の消費意欲の減退、さらには労使対立や暴動といった社会不安を頻発する一因にもなっている。

## &lt;書評&gt;

このような環境の下で、一部の大手民営企業の経営者は企業の成長期に入って以降、経済的な支援や社会的な地位を得るために、政府官僚との「権(力と金)銭取引」に走り、最終的に地位も名声も失う結末を得た例は枚挙に遑がない。中国のGDPに占める民営経済の比重がおおよそ50%である点を考えると、このセクターの活性化による民営企業の持続的な発展がない限り、中国経済の繁栄は長続きしないものといえる。したがって、流通企業を含めた民営企業全体的な成長が図れる政策的支援制度の整備が、中国の経済発展だけではなく、中国流通近代化の推進にとっても喫緊な課題といえよう。

いずれにせよ、本書は変革が激しく不確実性の時代にある中国の流通を深く理解するための指針として多くの方々にお読みいただき、極めて示唆に富んだこの研究成果は多くの方々にとって有益なものになることと確信している。

謝 憲文 (しゃ・けんぶん)  
名城大学経営学部教授