

イオングループがメーカーからの直接仕入れを本格化するという。このニュースを報じた日本経済新聞の解説によれば、「直接仕入れが進んだ欧米では、小売市場で一三割のシェアを持つ米ウォルマート・ストアーズや英テスコの存在がある。対して中堅・中小が圧倒的に多い日本では、価格交渉で主導権を握るのは難しかった」という。価格主導権を握るかどうかという点は別にしても、日本の流通の特徴は問屋が強いことにある。



## 伊藤元重の

# ニュースな見方

もたらした。しかし、現実ある必要はないのだ。後ではそうはならなかった。現述べるように、流通ビジネスに至るまで問屋が中間流通の中で重要な役割を果たしているのだ。もちろん、この何十年かの間に問屋の影響力が大きく低下していることを、多くの分野の人が認識しているが、欧米に比べて依然として問屋経由の流通が主流であること

## 「脱・問屋」商品に独自色

は事実である。いつの時代にあっても、中間流通の機能の必要性が失われることはない。ただ、その機能を担うのが問屋で

## イオン、直接取引拡大

もたらし、現実ある必要はないのだ。後ではそうはならなかった。現述べるように、流通ビジネスに至るまで問屋が中間流通の中で重要な役割を果たしているのだ。もちろん、この何十年かの間に問屋の影響力が大きく低下していることを、多くの分野の人が認識しているが、欧米に比べて依然として問屋経由の流通が主流であること、屋だけでなく、小売業もメーカもその機能を果たしているのだ。イオンのような大手小売業が中間流通機能の一部を自社の中に取り込むとすれば、その店には魅力はない。もちろん、小売店の場合には、立地の有利性や店舗を競争相手の店と同じような商品を用いるのであれ、百貨店の中にも、買い取り強化などで問屋依存から脱却しようとした企業はあつた。現実にはそれが強い競争力につながるからなかつた。長い期間をかけてできなかった問屋の仕組みはそれだけ強力であり、あえてそれを捨てて自前で問屋機能を取り込もうとすると、他社への競争力を失うことも少なくないのだ。メントを展開し、他社にないストアブランドの商品を増やしていくことがそれにあたる。もちろん、小売店が自前の中間流通システムを構築することは容易ではない。百貨店の中にも、買い取り強化などで問屋依存から脱却しようとした企業はあつた。現実にはそれが強い競争力につながるからなかつた。長い期間をかけてできなかった問屋の仕組みはそれだけ強力であり、あえてそれを捨てて自前で問屋機能を取り込もうとすると、他社への競争力を失うことも少なくないのだ。自前で中間流通を担うことで独自性を出すのか、しかし、そのために強力な問屋システムの利用を捨てる覚悟があるのか、多くの小売業経営者が悩むところだ。イオンの展開は、多くの小売り、問屋、メーカーが強い関心を持つてみるところだ。

(東大大学院)

経済学研究科長)