流通研究の基本問題

流通・マーケティング論の立場から

保 田 芳 昭（関西大学）

1 流通・マーケティング論の立場とは

「流通研究の基本問題」を統一論題とするこのシンポジウムは、3つの学問領域からの報告——山口重克氏による経済理論の立場、宮村光重氏による農業市場論の立場および筆者の立場——を中心としている。筆者の立場として標記の表現は適切ではないと思うが、要するに、主に商業論やマーケティング論などの内容を中心に捉えたいわゆる現代流通論の立場である。この立場は、これまでの学問的な伝統や分業関係にも規定されて、現代の商品流通のすべてを十全に包摂しきれていない。それゆえに、この立場はいわば狭義の流通研究の立場であり、したがって現代商品流通の全面的解明のためには現代流通に関連する多くの専門諸領域の諸研究者との交流と協力が必要となり、そうした学際的な交流の場として本学会が求められたのである。

2 日本における批判的流通研究の潮流

今日の流通研究の基本問題を考えるにあたって、まずはこれまでの流通研究とりわけ批判的流通研究の潮流を概略的にでもフォローしておくことは無駄ではなかろう。ここにいう批判的流通研究とは、マルクス経済学に立脚しない多かれ少なかれそれに依拠して、支配的な流通研究および資本主義的経済を
流通の実態に対する批判的・科学的研究を志向する諸研究を指している。
以下では、批判的流通研究の潮流を不十分ながら簡潔に示そうと思うが、
これは筆者の現在の関心に依拠しており、紙幅の制約上割愛している文献も
少なくないことをお断りしておきたい。

（１）戦前における批判的研究の萌芽
戦前日本の流通研究は、主として商業論（商業学）として展開されていた。
ドイツ流の商業論が支配的であったが、1930年代に入って以後、支配的な流通
研究は配給論となった。この配給論には、当時のアメリカ流のマーケティ
ング論が摂取されており、支配的な配給論学者として谷口吉彦、向井鹿松、
福田敬太郎の諸氏の名をあげることができる。他方、批判的流通研究の萌芽
も、批判的経営学の誕生とも連関して若干の人々にみられた（１）．だが、軍国
主義の抬头につれて、社会科学的研究は不当にも弾圧されていった。

（２）戦後復興期（1945〜1954年）
戦後、民主化の下、学問の自由が開花し、社会科学的諸研究が復興するな
かで、マルクスやレーニなどに依拠した批判的流通研究が、森下二次也、
松井清の両氏らによって商業経済論として形成された（２）。

（３）高度成長期（1955〜73年）
日本の財界は、1955〜56年、アメリカの指導と支援のもと、アメリカから
マーケティング（論）の本格的導入をはかった。これを受けて、学会でもアメ
リカ流のマーケティング論が風靡するようになり、大学の学科目「配給論」
も徐々に「マーケティング論」に改称されていた。
だが、マーケティングの批判的研究は、はやくも1950年代末に、白髭武・
森下の両氏によって開始された（３）。また、森下氏による体系的な商業経済論
の確立をみた（４）。
高度成長期の60年代中頃に「流通革命」論が台頭した。これを1つの契機
として、いわゆる流通近代化政策が以後一貫して推進されるが、これらへの
まとまった批判的研究は、遅れて次期に出るようになる。

24
批判的流通研究の前進にとって、1969年5月、批判的流通研究者7人のグループが発足した意義は大きい。このグループを中心に、阿部真也・白髪武・保田芳昭の3氏が編集した『マーケティング経済論』上・下巻が1972〜73年に刊行された。（5）マーケティングへの初の体系的な批判的共同研究であった。このグループは1973年5月、28名の参加をえて「流通経済研究会」として発足することになった。「本会は科学的経済学の立場から流通経済（商業・マーケティング等）の研究を目的とする」と、流経研の会則は目的を定めている。

（4）低成長期（1974〜1984年）
この期の批判的流通研究は、個別の研究の進展とともに、グループによる共同研究の発展、その前進が大きな特徴となった。
京都を中心とした「商業論研究会」は、『独占とマーケティング』や『日本の産業構造とマーケティング』全2巻の共同研究を刊行（6）し、流通経済研究会を母体として『商業の経済理論』、さらに『流通経済学選書』7冊（7）が相次いで刊行され、流経研の地位を確立した。流経研は、創立10周年記念事業として1983〜84年、『講座 現代日本の流通経済』全5巻（8）を刊行した。これは、狭義の流通研究の枠を超えて、広く注目を集めるにいたった。
1970年代から80年代前半にかけて、個別の批判的研究所（9）も盛んであったし、80年代には、阿部真也、加藤義忠の2氏による理論的な流通経済論の登場（10）をみるようになった。

（5）経済摩擦激化・構造調整期（1985年以降）
1980年代中頃以降、国際経済摩擦が激化し、流通分野への関心も増大した。1987年11月、広範な専門諸領域の研究者が集結し、学際的な流通学会「日本流通学会」が結成された。毎年度の大会報告は学会年報『流通』として刊行されている。だが、多角的な研究視点から研究成果が連結し、また集大成されるには至っていない。
この時期、狭義の批判的流通研究としては個別的に相次いで刊行されており（11）、また共同研究としても『転換期の流通経済』全3巻のほか、現代流
通論やマーケティング論のテキストが刊行（12）されるようになった。
なお，流通経済研究会は，会員が80名を超えるにいたり，その創立20周年記念事業として『流通研究の現状と課題』とともに，「現代流通論シリーズ（仮称）」全6巻の刊行を計画している。

以上の批判的流通研究の戦後の潮流を総括してあえていえば，下記の諸特徴を捉えることができるかと思う。

第1に，1950年代から60年代初めにかけてマルクス経済学の立場に立つ商業経済論が一応確立され，50年代末から70年代にかけて批判的マーケティング論が生成・展開され，70年代から80年代にかけて商業やマーケティングを含む現代流通の批判的現状分析が強力に推進され，かつ現代の流通経済論の確立への努力がおこなわれた。

第2に，個々の研究者による個別的研究書の刊行も一貫していますんでいるが，70年代以降，共同研究が意識的に推進・展開された。

第3に，『資本論』に基づく流通の理論的研究への個別の努力とともに，共同研究では合意のむつかしい理論問題はできるだけ避け，もっぱら現代日本の流通の現状分析に精力が傾注されてきた．流通の歴史的研究は，どちらかといえば等閑視されてきたといえよう．なお，流通の現状分析の意義の1つは，これまでの日本資本主義分析が流通軽視を特質としていただけに，それを補う意図も作用していたことを付言しておこう．こうした「科学的研究所みる流通軽視の現実」（13）は，早急に克服する必要がある。

3 「基本問題」の摘出方法

流通研究の基本問題は何かという点について，正直にいえば，これまで真剣に考えることもなしに，いわば直感によって，いま何が重要な研究課題かを判断してきた．この10年来は，日米経済摩擦の激化の中でわが国の流通政策のあり方を問うことを重要な研究課題としてきた者である．いま，あらためて「基本問題」に取組む機会が与えられて考えてみると，まず第1に，いかなる問題を基本問題と認識するかは，研究者個々人の研究史，研究対象へ
の認識程度、研究環境などによって規定される問題意識によって異なると考える。もとより、一定の時代状況を反映し、比較的多数が合意する少数の基本問題を摘出することはありうることである。

第2に、「基本問題」の摘出の方法ないしアプローチとして次の4つが考えられる。

(1) 研究史的ないし理論的方法。これは、これまでの流通研究の歴史的流れをフォローすることを通して、何が基本問題となるべきかを認識する仕方で、この場合も、鋭い現実認識が前提となる。これと類似の方法として、理論的到達点をレビューして現実の解明にとって理論上何が未解明な基本問題かを認識する方法があろう。

(2) 現状分析的方法ないし政策論的方法。これは、現実の流通実態の現状分析を通して流通諸矛盾とりわけ主要な諸矛盾を摘出して解決すべき基本問題を摘出する仕方であり、またそうした諸矛盾を解決する政策上の基本問題は何かを認識する方法である。

(3) 歴史的方法。これは、十分考えているわけではないが、流通の歴史的発展過程を究明することを通して、何が基本問題であるかを摘出する方法であろう。

(4) 方法論的方法。これはあえて提起するものであり、流通研究の対象をも含む方法論からのアプローチであって、流通研究とひとつにいっても、その対象は国内流通に限定するのか、国際流通をも包含するのか、またアプローチはミクロかマクロか、どんな方法論で流通研究をすすめるのか、といったことも基本問題になりうると考えられる。

以下では、先達の批判的流通研究の潮流をふまれたうえで、また4つの摘出方法とも関連させながら、筆者の関心に惹きつけて、筆者の考える基本問題を述べてみよう。

4 理論的基本問題

この領域では、これまで理論的営為が積み重ねられ、いちいち指摘はしないが、それらの理論的貢献は高く評価されるところである。しかしながら,
すべて理論上解明されたとか、何ら問題もないというわけではない。客観的にみて、重要な研究すべき、なおのこされた諸課題——さしあたり基本問題というかどうかは別にして——があるように思われる。

理論的研究の立ち遅れている諸課題として、次のものがあると考える。

（1）流通における労働論。——商業労働については、『資本論』で基本的に解明されてはいるが、マーケティング労働や協同組合流通労働についての研究は『資本論』の枠外にあり、これまでも若干の研究はあるが、これらを含めた流通労働の研究も未達成といえよう。

（2）流通段階における労働論。——抽象的な独占価格論は、マルクス経済学においてそれなりに論議されてきたが、より実態に近づいて、卸売の各段階、小売段階、あるいは最終の小売段階でも地域の状況によって異なる独占価格の流通段階段階での理論は放置されているのではないか。

（3）国際的な流通諸関係の研究。——ここに「流通諸関係」とは、端的にいえば流通上の人と人との社会的関係をさす。今日の流通は、一国内にとどまらず、国際的な拡がりをますます強めており、国際的な流通諸関係とともに国際的な流通諸関係が理論分野においても解明される必要がでてきている。

（4）生産——流通——消費の相互規定における生產重視の見直し。——従来、この相互規定関係については、アプリオリに生産が流通を、また消費を規定すると考えてきた経済学に強く影響されてきたが、これによって、現実の流通——ある意味では過剰生産が支配的状況となる現代の流通——をうまく料理できるかどうかは疑問がある。プロダクト・アウトからマーケット・インへというマーケティング思考を考えても明らかだが、流通のあり方・編成が生産や消費を、また消費の態様が流通や生産のあり方を規定するという、規定関係を捉えることも不可欠ではないか。生産重視は流通や消費の軽視を産み出し、「社会主義」体制崩壊の原因の１つとなったとの見方を全面的に否定することはできないのではないか。理論的出発点は古典の教義にあるのではなく、現実でなければならない。たとえば、善悪は別として、曲がったキュウリなり、有害な添加物の入った食品を消費者が欲しないとすれば、流通も生産もこれに規定される。流通の大手業者が独自の仕様を作ることが利益と判断し決定すれば、生産も消費もこの仕様を受容する、つまり流通
のあり方で規定されることになる。という事態が例外として捨象できる時代ではなくなっているのではないか。

(5)現代流通理論に不可欠となる基础概念の構築。—流通研究の発展にとっても、在来のマルクス経済学は多くの有効な概念を提供してきたのであるが、なお不十分な面は創造的に概念を発展ないし新しく構築する必要があるろうと考える。大会では、時間的制約から十分述べる時間がなかったが、若干の事例を考えてみたい。

たとえば、百貨店やスーパーなどの商業用の施設や設備はどのような概念で呼ばばよいか。もし、生産手段というほかないとすれば、価値も剩余価値も生産しない百貨店の建物や陳列ケースを工場と同じく生産手段というのはおかしいのではないか。在来のマルクス経済学は、労働対象と労働手段を総称して生産手段といってきたけれども、これもおかしい。生産的な労働対象と労働手段を総称して生産手段ということはいいが、このような「生産的」という限定はこれまでなかったのではないか。流通上の「流通労働対象」（流通する商品）と「流通労働手段」（流通用の施設・設備・用具など）を総称して「流通手段」という、というように在来のマルクスの概念を流通理論に創造的に発展・適用する必要があるのではないか。流通手段とは、在来のマルクスでは貨幣の一機能として用いられてきたにすぎなかった。

また、たとえば、消費は周知のように生産的消費と個人的消費に区分されてきた。果してそれでいいのだろうか。同じレベルで少し考えてみると、役場や官庁が日々公務のためにする消費はどうなるのか。このように考えると、「公務的消費」（事業的消費を含む）とか、「サービス的消費」とともに「流通的消費」（流通上の施設・設備・備品等の消費）などが厳然と現実にはあるのであって、消費の分類区分も再検討しなければならないのではないか。

生産性とか生産力、生産関係、生産様式という基礎概念はあるが、「流通性」「流通力」「流通関係」「流通様式」という基礎概念はこれまでなかった。生産重視ないし生産偏重の在来のマルクス経済学の難点を克服し、創造的な流通理論の確立に向けて、基礎概念を創出する必要があるろうと思うのである。
5 方法論的基本問題

ここでも重要な研究すべき課題が少なくとも2つあると思われる。
(1) 筆者のいうV型方法論の問題。マルクス経済学の多くの理論研究の
場合、19世紀資本主義の現実を分析した『資本論』、そこから出発して20世
紀資本主義の現在へ上向する方法論に従っているように思うが、そうではな
く、今日の現実から出発すべきではないか、という方法論上の課題があるよ
うに思う。

(2) 現代の資本主義の「流通諸関係」（いわば「流通経済の土台」）とその
うえにそびえる流通にかかわる法律制度、社会制度、イデオロギーなど「流
通的上部構造」をふくめたところの、現代流通経済論を基礎とした総合的な
現代流通論が流通関連諸科学の協力をえて構築しろうか、という検討課題が
あるように思う。

6 政策論的基本問題

現代資本主義的流通における変化する諸矛盾を分析し、一握りの流通大資
本ないし多国籍企業の立場からではなく、圧倒的多数を占める流通弱者（中
小零細商人、流通労働者、消費者、農漁民など）の立場から解明し、民主的
な流通政策論を構築することである。

現代の流通諸矛盾は多岐にわたっているが、一応、国内流通諸矛盾と国際
流通諸矛盾に分けてみると、およそ次ののような諸矛盾がある。

A 国内流通諸矛盾

A1 「流通経済政策」の対象領域における生産力と流通力、大資本
と中小資本、価格・表示・取引など不公正取引、物的流通の問題
などの諸矛盾。

A2 「流通社会政策」の対象領域における資本と賃労働、小零細商
人の経営難、消費者の被害、消費生協への圧迫、街並みの破壊な
どの諸矛盾．

B 国際流通諸矛盾

B１ 「国際流通経済政策」の対象領域における貿易のインバランス
参入障壁などの諸矛盾．

B２ 「国際流通社会政策」の対象領域における先進諸国などによる
発展途上国の乱開発，公害輸出，消費者被害，流通技術格差など
の諸矛盾．

今日，国内面でも国際面でも，上述の分類と事例からもわかるように多くの
流通諸矛盾をかかえている．こうした諸矛盾は基本的には，流通大資本な
いし多国籍企業による流通弱者に対する搾取と収奪，支配と抑圧に基因する
ものが多い．現実の流通政策は国内流通政策であれ，国際流通政策であれ，
大資本の利益を本位とする流通合理化・流通近代化や市場開放に代表される
流通経済政策に力点が置かれ，流通弱者に対する流通社会政策は無視ないし
軽視されてきたと考えている（１４）．それだけではない，流通経済政策の大資
本本位の展開が流通弱者をより窮地におとし入れることは，最近の大店法の
改悪や農産物の市場開放政策からも明らかである．

したがって，国内のみならず世界の「流通弱者」の立場から，流通大資本
や多国籍企業の反流通弱者的諸活動，それを支える諸制度に対する民主的規
制と流通弱者の営業と生活に権利の民主的発展をふくむ民主的流通政策（１５）
の構築が政策論的基本問題となる．

以上，理論的，方法論的，政策論的基本問題について重要な研究課題をふ
くめて述べてきた．基本問題は重要な研究課題という性格をもつが，本来そ
れは１つか２つ，せいぜい３つぐらいに絞られるべきものかもしれない．だ
が，完成度の高い学問と生成期にあたる学問とではおのずと違ってこよう．ま
た，同じ学問的立場からも，異なった基本問題を考えることも大いにあり
うることである．

流通研究の基本問題ということでいくつもの指摘をしてきたが，あらため
てここであえて2つに絞るとすれば、第1には、上述の政策論的基本問題で述べた民主的流通政策の構築ということである。そして第2には、理論的基本問題と方法論的基本問題で述べたところから絞るならば、流通研究にとって有効な基礎概念を独自に構築することである。マルクス経済学の真髄を保持しつつ、柔軟に、現実に則して再検討し、創造的発展をはかることが必要ではないかと考えるものである。

【注】
（1） 中西義男『経営経済学』（日本評論社，1931年）、佐々木義郎『商業経営論』（章華社，1933年）、同『広告経済論』（中央書房，1937年）など。
（2） 森下二次也『商業経済論』（三笠書房，1950年）、松井清『商業経済学概論』（有信堂，1951年）、芹沢彪衛・秋山穂『日本商業論』（河出書房，1951年）など。
（3） 白髪武『マーケッティング管理研究』（全4大研究所，1958〜61年，7分冊）、同『現代のマーケティング』（税務経理協会，1962年）、森下二次也「Managerial Marketing の現代的性質について（正・統）」（大阪市大『経営研究』，1959年）、荒川栄助『現代経営理論』（千倉書房，1960年）、三浦信『現代マーケティング論』（ミネルヴァ書房，1963年）、松井清『経済学とマーケティング』（三一新書，1964年）、白髪武『日本マーケティング発達史』（文化社，1967年）など。
（4） 森下二次也『現代商業経済論』（有斐閣，1960年）。
（5） 森下二次也監修『マーケティング経済論』（ミネルヴァ書房，上巻，1972年、下巻1973年）。
（6） 秋本育夫・橋本勲編『独占とマーケティング』（有信堂，1973年）、有富重尋・柏尾昌哉編『日本の産業構造とマーケティング』（全2巻、新評論，1980〜81年）。
（8） 森下二次也監修『講座 現代日本の流通経済』（全5巻、大月書店，1983〜84年）。
など。
（10）阿部真也『現代流通経済論』（有斐閣，1984年），加藤義忠『現代流通経済の基礎理論』（同文館，1986年）。
（11）杉野幹夫『総合商社の市場支配』（大月書店，1990年），西村多嘉子『現代日本の流通と消費』（法律文化社，1990年），森下二次也『マーケティング論の体系と方法』（千倉書房，1993年），保田芳昭『国際化時代の流通政策』（ミネルヴァ書房，1993年），など。
（12）糸園辰雄・中野安・前田重朗・山中豊国編『転換期の流通経済』（全3巻，大月書店，1989年），保田芳昭・加藤義忠編『現代流通論入門』（有斐閣, 1988年），保田芳昭編『マーケティング論』（大月書店，1992年）。
（13）保田芳昭，前掲『国際化時代の流通政策』，2〜4ページ参照。
（14）同上書，12〜14ページ参照。
（15）同上書，94〜100ページ参照。

（注記：本稿は日本流通学会第7回全国大会での報告を若干加筆・修正したものであることをお断りしておきたい。）
保田報告に対する座長コメント
薄井 和夫（埼玉大学）

マーケティング研究を行なっている者として、専門領域をほぼ同じくする保田報告「流通・マーケティング論の立場から」に対して若干のコメントを行ないたい。

座長は、報告者が「『流通弱者』の立場」から精力的な活動を行ってこられたことにかねてから敬意を表してきた者の一人である。だが、「『流通弱者』の立場」というのは研究のスタンスの問題であって、同一のスタンスであっても多様な議論や結論が導き出されうるはずであろう。議論の多様性こそ、報告者の主張する「『流通弱者』の立場」による研究の発展をもたらすと信じるがゆえに、以下あえてやや論争的な論点を提示したい。

マーケティングとは独占資本の市場獲得・支配活動である。というわが国独自のマーケティングの定義は、マルクス経済学をベースとしたマーケティング研究者の共有財産となってきた。だが、従来の研究では、「独占の支配」というマーケティングのネガティブな側面のみが強調されすぎてきたのではないか。マーケティングは独占支配が打倒されれば消え去るのみといった歴史的に無意味な存在にすぎないのであろうか。この点で座長はかねがね抱いている疑問は、この定義の代表的論者であった森下二次也氏が、独占段階の流通について、「商品流通に関わる新たな社会化の達成」がみられる（「現代流通の展開」講座 現代の流通経済 I 現代資本主義の流通理論 大月書店、1983年、17ページ）と書いておられるのをどのように読むべきかということである。私見によれば、このような「新たな社会化」を達成する主体はマーケティングのなわけなかろうか。独占資本のマーケティングは、一面では、生産－流通－消費を結ぶ緊密な垂直的連鎖、垂直的統合のシステムを創り出しているといえるのではないか。もちろんこうした垂直的統合のシステムは、独占間競争の中で創り出されるものであるがゆえにきわめて
不十分であり、垂直統合のシステムが同時に垂直分断のシステムでもあるという性格をあわせもっている。また、垂直的な連鎖の内部には、中間商人・消費者等に関する様々な問題や不安定要因が内包されている。だが、曲がりなりにも生産と消費者をリンクさせる活動としてのマーケティングの歴史的意義は、今日の社会情勢の下で再検討の必要があるように思われる。

マーケティング研究における「独占の支配」の強調は、他方では、そのメダルの裏側として、それ以外の領域におけるマーケティング現象の軽視をもたらしているように思われる。とりわけ、今日、（特にアメリカでの）ノンプロフィット・マーケティングの隆盛を目撃しながら、それは本来のマーケティングではないとして退けるだけで果たしてよいであろうか。森下氏はかつて、「巨大生産企業」によって開発された「マーケティング諸技法」の移転可能性の問題に言及されていたが（「現代経済におけるマーケティングの位置」『経済評論』1969年11月、121〜122ページ）、今日、こうした現象の意義がかつてなく高まっているのではないだろうか。

民営化万能・市場万能の風潮ともあいまって、現代資本主義は、医療サービスも大学の教育も、およそありとあらゆるものを商品化し、「マーケティング」の対象とする（＝マーケティング諸技法の応用の対象とする）傾向を示しているのではないだろうか。「マーケティング」の成否・「市場」での成否が、営利・非営利を問わずすべての組織の存在意義をさえ規定するという意味で、現代の社会はまさに「マーケティング社会」であるといえるのではないか。流通研究を現代資本主義研究から隔絶した孤立的な研究として構想するのではない限り、流通研究は、現代資本主義のこうした変化をも現状分析の射程におさめていくことが必要なのでないかと思われる。

現代社会という「書物」は、われわれの予想をはるかに超えいただきわめて豊富な内容を提示している。「『流通弱者』の立場」というスタンスはきわめて重要であるが、このことの過度の強調が、例えばある問題についての政策的提言という目的やその内容を暗黙のうちにせよ想定し、それと直接かかわらない部分を切り捨ててしまう傾向につながるとすれば、それは、われわれの流通研究を著しく視野の狭いものにしてしまうことになりかねない。

これは、保田報告へのコメントというより、座長自身の自己反省である。