

## 博士学位論文の要約

本論文は、経済体制の転換と後発性の下で中国の業態変容がなぜ、どのような過程でおこったのか、またその変容の結果としてどのような業態が出現したのかの解明に取り組む。

(1) 市場戦略, (2) 店舗運営, (3) 商品調達, (4) 商品供給, という小売事業システムの4つの要素に焦点をあて分析を行う。具体的には、本論文は、研究の経済的・社会的な背景と、業態を視点とする原因に当てられる第1章に続いて、第2~3章は百貨店業態変容の分析に、第4章はスーパーマーケットという業態の分析に、それぞれ当てられるという、4章構成をとっている。

第1章「経済的・制度的な背景と小売業態」では、最初に、研究背景としての経済的・制度的な文脈を確認する。具体的には、まず計画経済期から1980年代までの計画経済体制を基とした流通システム、それから1980年代以降の流通産業における制度的な変化を、先行研究を用いて確認する。ついで小売業における全体的な構造変化を検討し、それにより業態へ着目する理由を明らかにする。

第2章は、百貨店業態の変容について、社会的・経済的な発展水準が異なる都市を比較しながら、経済体制改革の特徴・方法・過程、とりわけその特徴とされる改革の漸進性が業態の変容に与える影響も明らかにする。本章では、都市を「特大都市」、「地方中核都市」、「地方中小都市」に類型化し、各類型に属する事例として、上海市、済南市、淄博市をとりあげる。これら三都市の百貨店について、その店舗運営と商品調達を中心に分析を行う。

第3章では、百貨店アパレルの商品調達・商品供給・店舗運営における各担い手の立場や主体性の変化を、百貨店にくわえて、アパレル企業、代理商のそれぞれとその関係に注目して分析する。それを通じてアパレル小売において主要な販路であった百貨店がなぜ、どのようにしてその地位を失ったのかを明らかにする。その際、流通に関する制度改革が業態の変容に与えた影響についても検討する。

第4章では、スーパーマーケットにおいては、新に業態として勃興した生鮮スーパーに焦点をあてる。同業態の成立と発展の過程における市場戦略、また商品調達・物流システム・店舗運営をめぐる仕組みの構築の過程と結果について分析し、中国の消費習慣が果たした役割とともに、著しく後発的な出発点からスタートした中国小売業の業態変容の特性を解明する。

最後の「結語」で、経済体制の転換と後発性の下で中国の業態変容の過程とその変容の結果について総括的な整理を試みる。百貨店業態の変化の過程は、(1) 市場化の局面、(2) 国外で確立していた百貨店という業態が中国でも確立する局面、(3) 確立したばかりの業態が動揺をみせる局面に分けられる。その中で、確立への局面が、短期間のうちに動揺の局面に転じた背景は、百貨店アパレルの調達・供給・店舗運営の検討から浮き彫りとなっ

た。また、スーパーマーケットも、国外において早くに確立した業態であったが、スーパーマーケットにおいては、創発的な革新によって、中国独自ともいえる新しい業態、生鮮スーパーが生み出された。永輝とその創業者は、仕入、物流、店舗運営の仕組みによって生鮮品扱いの困難を克服し、この業態の存立の基盤を築いた。

これらの分析を踏まえて、次のように結論することができるであろう。第一に、中国の場合には、業態の変容は制度変化に規定されていた同時に、これは、後発性に規定された急激な近代化と国外からの知識の移転の結果でもあり、各種の業態が互いにせめぎ合うようにして出現したことによって、業態の変容がもたらされたのである。しかし同時に、その過程には、意外な側面もあった。例えば後発者といえる地方都市の業態変容は、民営企業に牽引されて進み、世界への窓口といえる都市よりもむしろ能動的な印象さえ与えるものであった。同様に、後発性の中でも、そこでみられたのは国外で生まれたモデルの移植によるキャッチアップ型の変化ばかりではなく、むしろ、内発的で創発的な変化のプロセスもみられたのである。