

氏 名	たか はし ひろ ゆき 高 橋 宏 幸
学位(専攻分野)	博 士 (経 済 学)
学 位 記 番 号	経 博 第 299 号
学位授与の日付	平 成 19 年 3 月 23 日
学位授与の要件	学 位 規 則 第 4 条 第 1 項 該 当
研 究 科 ・ 専 攻	経 済 学 研 究 科 現 代 経 済 学 専 攻
学 位 論 文 題 目	中国のビール産業とその流通 ——卸売の実態と日系企業の進出が流通システムに与えた影響——

論文調査委員 (主 査) 教 授 上 原 一 慶 教 授 大 西 広 教 授 塩 地 洋

論 文 内 容 の 要 旨

1978年末に改革開放へ転換してからすでに四半世紀が過ぎた。79年から2005年までの26年間、GDP年平均成長率9.6%と、中国経済はめざましい成長をとげ、今日では、GDP規模でアメリカ、日本、ドイツに次いで世界第4位にまで発展している。上海、広州、北京等の沿海都市部では、自動車、住関連商品等、万元単位の消費が急増し、産業構造の高度化を促すとともに、中国を生産拠点から生産基地・最終消費地に変貌させている。中国のWTO加盟以降、合弁から独資中心に進出形態を転換させた市場目当ての外資にとってはもちろん、発展する中国の実態を解明する上でも、中国市場の実態、とりわけ流通の実態、特質をとらえることはますます重要な課題になってきている。

本論文は、国民の生活実態が少なからず反映されているだけでなく、製品の差別化が難しく、したがってマーケティング、特に流通チャネルが産業の発展を握っているビール産業を取り上げ、ビール産業およびその流通の特質を、現地調査を踏まえて克明に検討した意欲的な論文である。

本論文は序章と5つの章、そして終章から構成されている。

序章では、上述したようなビール産業を取り上げる理由を説明した上で、本論文の課題、すなわち、ビール産業における流通の特質を、メーカーと卸売業者の視点から解明すること、同時に、中国ビール産業の将来像も検討することが提示されている。

第1章では、歴史的視点からビール産業の発展を総括し、ビールの生産量が飛躍的に増加したのは改革開放以降であったこと、発展の背景には、重工業優先発展戦略から軽工業重視への産業政策の転換があるだけでなく、各地方政府が、税源や地域の雇用確保等からビール工場の建設に走ったこともあると分析している。

第2章では、グローバル化との関連でビール産業の現状が考察されている。欧米の大規模メーカーが中国市場に本格的に参入するのは1990年代末以降であり、有力な地元資本への投資・増資を通じて、高級品市場で足場を固めている実態と、外資の攻勢に対して、90年代以降、外資を規制し、地元企業を保護する中国側の動向が具体的に示されている。

第3章では、中国の商品流通システムの形成と変容が、流通政策の変遷から歴史的にとらえられている。改革開放以前の閉鎖的・少経路・多段階の流通構造が、改革開放後、「三多一少（多種類の経済構成要素、多種類の流通経路、多種類の経営方式、少ない流通段階）」に移行していったこと、卸売り流通の担い手が国有企業から個人企業へ転換していることが明らかにされている。

第4章では、第3章を踏まえて、より具体的にビール流通の現状が、卸売に視点を当て、日本と比較しながら検討されている。日本では簡素化された少段階の卸売りチャネルが戦後から長く続いており、メーカーと卸、卸と小売・料飲店との決済は掛売が施行されているのに対して、中国では、特に小売り向けの卸売チャネルは多段階であり、煩雑な流通が今なお広く残存していること、商取引では現金が主流だが、GMS（総合スーパー）や料飲店などとの取引では掛売が一般的であることが摘出されている。また現地調査に基づいて、メーカーと小売・料飲店との板挟みにある私営卸売業者の実態を明らかに

にしている。

第5章では、世界でも類をみないほど競争が激化している中国のビール市場で、上海市場に限定されるとはいえ、圧倒的なシェアを誇るに至ったサントリーの成功要因が分析されている。専用瓶によるリターナブル・システムとデポジット制度の採用による、最大の市場規模を持つ大衆価格帯での販売の実現、厳選した小規模卸との直接取引や完全エリア専売制の実施等による卸売システムの簡素化、味の変更や、飛行船、テレビを使った斬新な広告等の従来の常識にとらわれない施策等が成功要因として析出されている。しかし同時に、サントリーの成功は高級品への参入を犠牲にしたという側面もあり、サントリーの中国事業の評価は今後の高級品の販売量の伸びも見た上で判断されるべきだとの指摘も行っている。

第6章は、本論文の総括と今後の課題を挙げている。

論文審査の結果の要旨

中国経済に関する研究は、今日では、各分野から様々な方法に基づいて多面的に行われ、分厚い蓄積をもつに至ったといえる。ことに産業に関しては、鉄鋼、機械、電子（半導体・パソコン・携帯電話）、自動車・オートバイ、家電、繊維等、それぞれ研究が積み重ねられ、多くの成果がある。にもかかわらず、食品産業、なかでもビール産業を対象とする研究は、ビール産業に関する統計が断片的で、充分存在しなかったという事情もあり、未開拓ととってもいい状況にある。

本論文は、こうした状況にあるビール産業について現地調査を積み重ね、メーカーだけではなく卸売業者に対しても聞き取り調査を行い、メーカーと卸売業者、卸売業者と小売業者との商取引形態、多段階卸・代金回収を含む中国の商慣行の特質、卸売業者が抱える問題など、ビール産業の実態をはじめ全面的、本格的に検討した研究である。その意味で先駆的であるばかりでなく、今後のわが国ビール産業研究の基礎を築いたという点で高く評価できる。

また本論文は、世界でも類をみないほど競争が激化している中国のビール市場で一定の成果を得ているサントリー株式会社を取り上げ、上海市場における成功要因を従来の卸売システムや商慣行の改善にまで立ち入って検討している。そのため単なる一企業の成功事例の紹介に終わらず、中国の流通システムの特徴とその変容という、より一般的な課題にも光を当ててものになっており、学界への貢献は大きい。

また、私営卸売業者の実態を、現地調査に基づいて明らかにしたことも重要な貢献である。特に卸が行う商取引まで調査を行い、メーカーと小売・料飲店との板挟みにある私営卸売業者の実態を明らかにしたことは高く評価できる。

このように、本論文は優れた学術的貢献を有しているが、他方では以下のような課題も残している。

第1に、本論文は、寡占化が今なお進まず、地方中小メーカーが多数存在して激しい競争を繰り広げていることをビール産業の特徴と指摘し、その形成要因として地方政府の保護主義を抽出する。しかしここで指摘される特徴は中国の産業全般にみられる傾向であり、ビール産業の特徴を抽出するには不十分である。地方範囲の中小企業が乱立する要因としては、たとえば、工場出荷までのコストに比べ物流コストが大きい場合や、規模の経済性が働かない場合、等が考えられる。ビール産業は他産業と比較した場合、これらの点で差異を指摘できるのか否か等の検討が必要であった。

第2に、本論文では、改革開放以前の閉鎖的・少経路・多段階の流通構造は、「三多一少（多種類の経済構成要素、多種類の流通経路、多種類の経営方式、少ない流通段階）」へ転換されるべきもの、淘汰されるべきものととらえている。しかしたとえば多段階の流通構造がコストを引き下げる機能を持った場合もあるなど、改革開放以前の構造が存在し得た合理的根拠があったはずである。「三多一少」への移行はこうした多段階流通構造が持つ合理性とのせめぎ合いの中でとらえられるべきであった。

第3に、ビール産業には国民の生活の実態が反映されているはずだという重要な指摘をしながら深められていない。所得階層別のビール消費量などの統計類も出されてきており、検討対象に入れてほしかった。

このようにいくつかの問題点があるとはいえ、本論文は現地調査に基づいて未開拓な分野に光を当てた、先駆的で優れた、意欲あふれた研究であることは否定すべくもない。よって本論文は博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。

なお平成19年2月15日、論文内容とそれに関連した試問を行った結果、合格と認めた。