

ればならないであろう。その他枚数の関係でここでは取扱えなかったけれども、流動性選好曲線(第5章, 第6章)長・短利子率の構造(第9章), 金融機関の貸出能力(ラドクリフ報告の見解に反対, 158頁)等について興味ある見解が述べられている。〔花輪俊哉〕

J・B・ジェフェリイズ, D・ニー

『ヨーロッパの小売商業』

James B. Jefferys & Derek Knee, *Retailing in Europe—Present Structure and Future Trends*. London, 1962, pp. 177.

まず著者を紹介すると, J・B・ジェフェリイズは, パリに本部をおく国際百貨店協会の事務局長であって, 「イギリスにおける1850—1950年の小売商業」他のすぐれた著作のある, 小売問題についての権威である。D・ニーは, 同協会パリ本部の総務部長であるようだ。

さて, 本書を読んだ感想を一言で表現するならば, “あゝ, やっぱり” ということであつた。この“やっぱり”をもう少しふえんとすると, “アメリカ以外の国は, やはり皆同じなんだな”という, いわば諦めめの連帯感みたいな感情である。それでは何が同じなのであろうか。それは, 商業の分野においては, 北米合衆国の先進性が疑いの余地なく, その他の国は皆, 後進国であるという事実である。したがって, 商業をアメリカ以外の国について論ずる場合には, 必然的にアメリカにおける状況を, 将来目指すべき目標としておき, それとの距りをいかにしてせばめて行くか, またそれにはどのくらいの時日を要するか, という問題のとりあげ方がなされる訳である。近時わが国で盛んに唱えられている流通革命についての論議が, まさにこの型のものであることは, 周知の事実であろう。本書の論述も“やっぱり”その通りであつた。

こう私が言ったからと言って, 決してこのアプローチが間違っているということの意味するものではない。むしろ, このアプローチの普遍性が, その妥当性, 正当性を裏付けるものとさえ, 考える。それにもかかわらず, ソルボンヌ大学前の書店で商業関係の本を探して, 結局英語で書かれたアメリカのマーケティング関係書のみしか見出し得なかったときの, 何か寂漠とした気持ちを, 本書を読みながら感ぜざるを得なかった。“やっぱり!”

本書の構成は, 正統的である。大きく分けて, 前半は現状の解明, 後半が1970年における状況の予測にあてられている。ヨーロッパというゾーン名の下に, 分析の対象となった国々は, アルファベット順に, オーストリ

ア, ベルギー, デンマーク, フィンランド, 仏, 独(ザールと西ベルリンを含む), ギリシャ, アイスランド, アイルランド, 伊, ルクセンブルグ, オランダ, ノルウェー, ポルトガル, スペイン, スウェーデン, スイス, および英の18ヵ国である。一瞥して理解されるように, 一口にヨーロッパという名称の下にまとめられてはいても, それを構成する国々の経済・その他商業に影響を与える要因の水準は, 実に多様である。したがって, 分析は, ヨーロッパ内の各国についてまず行なわれ, そのあとで, 合衆国との対比が行なわれることになる。わが国における商業の分析の場合との相違点は, それ故, 日本と合衆国との比較が直接に行なわれずに, その中に先進国(advanced), 中進国(developed), ならびに後進国(underdeveloped)を含むヨーロッパそれ自体についての比較研究が行なわれたあとで, 遙かにそびえるアメリカとの対比が行なわれる点である。これは, 商業機構の諸発展段階が現実にそこに存在するという意味において, ヨリ望ましいやり方であることは明らかである。

実際の分析に際しての第1の困難は, 配給セクターについての統計資料を整理し, 各国間の比較可能な形にまとめることであつた。いなそれ以前に, このセクターについての統計資料そのものの不存在に直面し, 人口調査統計で間に合わせるなどの困難がまず乗り越えられなければならない。こうして何とかまとめられた国際比較のための諸数字は, 極めて有用なものであつて, これからの研究を大いに利するであろう。ただ著者は警告する(p.5), 「一旦活字になると, 数字や見積りは, 書き加えられたり, 消されたり, 書き換えられたりしたつぎはぎの原稿のかけがえがすっかり拭き去られて, 非常に権威のあるような感じを与えるものになる。しかしこのような変容にもかかわらず本書に掲げられている数字は, 正確(accurate or precise)ではないのである。」大略の見積り(rough estimate)として用いられなければならない。

現状の分析は, 大体すべての面で, スペイン, 伊, ポルトガル, ギリシャを後進国とするような結果を示している。他方, 商業における先進国は, 大体スイス, ノルウェー, スウェーデン, フィンランド, 英, アイスランドということになるようである。その他, すなわち, 仏, オランダ, 独, オーストリア, ルクセンブルグ, デンマーク, アイルランド, ベルギーが, 中進国である。現状分析については, もう1つ, これはアメリカにはほとんど見られないインスティテューションに触れておきたい。それは消費者協同組合である。これは, ヨーロッパにおいては, チェイン・ストア, 百貨店, 通信販売

店とならんで、大規模小売商の一翼を担っている。この種の組合は、言うまでもなく1844年の英国ロッチデイル先駆者組合に源を発している。19世紀には、消費者自身が自身のために小売組織をもつという政治的アピールに加え、その当時の零細小売商の非能率、ゴマカシを逃れるためにも、目覚ましい発展を遂げた。今世紀に入ると、一般の小売商ならびに製品の質は向上し、消費者協同組合の利点のいくつかは失われるようになったが、ヨーロッパ全体としてみると、しかし、総小売売上高に占めるシェアを拡大しつづけている。1960年において組合のシェアは、アイスランドとフィンランドで1/3以上、ノールウェイ、スウェーデン、英、スイス、デンマークで約1/10であった。百貨店のシェアの方が組合のシェアより大きい国は、ベルギー、仏、独、アイスランド、オランダの5国のみである(cf. 第13表, p. 65)。ただし、ギリシャ、ポルトガル、スペイン、ルクセンブルグは、いかなる型の大規模小売商をもほとんど有しないので、この統計から除かれているが。ヨーロッパの一部の国で消費者協同組合が見事な発展を示し、アメリカを含めた他の国においてはそうでない社会的・経済的理由に全然触れられていないのは、大変に物足りない。

つぎに、1970年における小売商業の姿の予測の検討に移ろう。第1は、国別の小売売上高予測である。1955年と1970年における消費支出額は、別の研究によって与えられる(J. F. Dewhurst et al., *Europe's Needs and Resources*, Macmillan, N. Y., 1961.)。この支出増加率を1955年の小売売上高に乗ずる。しかし、伊、スペイン、ポルトガル、ギリシャ、そしてヨリ少い程度に仏については、この予測は低すぎる。というのは、農民その他が消費者に直接販売を行なう比率が下り、商業化(commercialisation)の割合が増大するであろうから、小売売上高はそれに応じて増すに違いない。附録(p. 166)によると、商業化の増加(1955—70)は、ギリシャ、伊、ポルトガル、スペインについて6%、仏について3%、オーストリアに2%、等と見込まれている。その見積りの根拠は全然示されていない。

1970年における小売従業者数の予測は、従業者1人あたりの生産性向上割合の見積りを必要とする。アメリカについての同様の研究(H. Barger, *Distribution's Place in the American Economy since 1869*, Princeton 1955.)によると、1869年から1950年にかけての商業従業者の生産性向上は年率平均1.1%であったから、ヨーロッパ全体についての見積りとして、(A)年率15%、(B)年率2.0%、の2種を想定し、その各々について、小売売上高

増加と噛み合わせて、1970年の商業従業者数を予測する。各国への平均率の割り振りは、Dewhurst(*op. cit.*)に掲げられた経済総部門の1950—70年の生産性向上のヨーロッパ全体についての年率平均2.7%、各国間の2.4%から3.0%までの差を、年率平均15%、2.0%にそれぞれあてはめて行なわれた。ヨーロッパには、商業における生産性計測に必要な統計がほとんど欠如しているから、この措置はやむを得ないことであつたろう。

小売店あたりの従業者数の変化、それは通常小売店の規模の変化を示す1つの目安であるが、についての統計としては、8ヵ国に1920年代後期と1950年代初期のセンサスが存在する。これらの8国をヨーロッパの代表と考へて(ここにヨーロッパの全小売店の47%が含まれるから)、1928年の従業者数を100として1951年をみると、124となる。1928年の1店あたり人口を100とすると、1951年のそれは110となる。1970年のヨーロッパの人口を3億2千万人として、上の指数にあてはめると、1955年の1店あたり従業者2.7人から、1970年には3.4人に増加することになる。しかし、ここで問題になるのは、1928年から1951年までは、23年期間であるのに反して、1955年から1970年までは15年期間である点である。これについては、前者の期間は第2次大戦、戦後の復興期を含むから、正常期間の15年に相当すると説明しているのみである。

この他にも1970年についての予測は、与えられているが、それらがどのような性質のものであるかは、既に明らかであろう。要するにラフなのである。しかし、この事実は、決して本書の存在意義を減ずるものではない。商業の研究は、元来極めて質的・叙述的なものが多く、量的な分析は暁天の星のごとく稀である。そこへ、この点で英を例外として不毛であったヨーロッパについて本書があらわされたことは、非常に歓迎すべきことである。先駆者の常とは言いながら、統計の収集・整理に費やされた努力を考えるだけでも、本書の価値はおのずから理解されるであろう。ただ飽くまでも注意しなければならないのは、本書の数字は、最初にも述べたごとく、極く一般的な傾向として、扱われなければならない。

それにしても、小売革命についての論述は、そのまま、わが国の状況にあてはまる。商業組織の発展段階に関する限り、わが国はヨーロッパの先進国・中進国に非常に近い。そして、ヨーロッパ諸国とわが国の商業の内容、たとえば、商店従業者の業主・家族労働・雇傭者者別構成比率の比較においては、ヨーロッパの中進国・後進国と近いのである。

〔田内幸一〕