

| | |
|-----------|--|
| 氏 名 | 大田 麻里（二宮 麻里） |
| 学 位 の 種 類 | 博士（商学） |
| 学 位 記 番 号 | 第 6443 号 |
| 授与報告番号 | (乙) 第 2865 号 |
| 学位授与年月日 | 平成 29 年 9 月 29 日 |
| 学位授与の要件 | 学位規則第 4 条第 2 項 |
| 学 位 論 文 名 | 酒類流通システムのダイナミズム |
| 論文審査委員 | 主 査 教 授 富澤 修身 副 査 教 授 中瀬 哲史 副 査 教授 加藤 司（大阪商業大学教授） |

論 文 内 容 の 要 旨

産業の発展段階によって流通システムは変化する。中間流通の機能を誰がどのように担うのかは、個別主体が他の主体に依存しなければならない機能がどれほど存在するかに左右される。本書では生産者と商業者の機能分担関係の変化を基軸に酒類の流通システムをとらえ、流通システムが産業の競争構造や商品そのものの製法や品質に影響を与えた過程を 250 年間にわたって分析した。

本書は、以下のような構成をとっている。

- 序章 酒類流通システムを考える意義
- 第 1 章 問屋主導型流通システムの成立
- 第 2 章 酒造経営の近代化と販売革新
- 第 3 章 異業種からの清酒流通への参入
- 第 4 章 酒販店の乱売問題
- 第 5 章 原料不足下の酒類産業
- 第 6 章 清酒産業における近代化と過剰生産
- 第 7 章 清酒市場成熟期における酒類流通
- 終章 酒類流通システムのダイナミズム

前半では、酒類産業における卸売商が、金融機能を発揮し、価格決定、品質保証等、流通システムにおける主導的役割を果たしていたことを述べた。2 章以降、瓶詰商品の登場とともに、生産者が問屋主導型流通システムから脱却し、なぜ販売活動に乗り出していったのかを分析した。商標をブランド化することにより、販売促進費用に対する効果を個別ブランドに蓄積できるようになったことがその大きな要因であった。醤油産業、洋酒缶詰、加工食品を取り扱う卸売商が、酒類産業に参入したことによって、さらに酒類流通システムは変化した。大正から昭和初期、醤油問屋や洋酒缶詰問屋は、既存の問屋のもつ販路を再編し、酒類と食品の両方を取扱うようになり、彼らが全国に構築した販路は、その後に次々と誕生する新興商品の販路のインフラとなった。本書では、その販路を、「商業ネットワーク」と呼び、卸売商の能動的な品揃え形成活動と、販路拡大が、産業と業種の新たな枠組みを生み出す過程を記述した。さらに、後半では、清酒産業の近代化が製品の同質化を招来し、価格競争が激化し、産業全体が縮小する構造について分析をおこなった。

本論文は、従来の生産技術を基礎とした産業分析とは異なる、流通システムからとらえた長期産業分析である。

以 上

論 文 審 査 の 結 果 の 要 旨

本論文は、江戸時代から 1970 年代までの 250 年にわたる酒類流通システムの歴史的発展を分析したもので、とくに酒類産業における近代化の進展が流通システムの構成員にどのような影響を与え、その結果として流通システムをどのように変容させたかを明らかにしようとしたものである。これまでの流通史研究では、近代化と言うと、大量生産方式に伴う生産者主導型流通システムへの転換が議論されてきたが、本論文は、酒類産業に焦点を絞り、個別企業の競争行動に着目することで、競争を

通じて全体としての流通システムや産業がダイナミックに変容していく、いわばセミマクロ的視点での流通史研究に果敢に挑戦したところに特徴がある。

まず第1章では、江戸時代において台頭した灘の酒造家が江戸の新川酒問屋に販売を委託し、後者が金融機能を発揮しながら、価格決定、品質保証等、流通システムにおいて主導的役割を果たしていたことが明らかにされる。第2章では、明治後期以降、いち早く株式会社化した酒造家が問屋依存からの脱却を図り、自らの商標で直接販売に乗り出していくものの、問屋からの反対に遭遇したことが分析される。第3章では、1880年代以降醤油、洋酒加工食品などを扱っていた国分、明治といった新興卸売業が、酒の瓶詰めという新商品の誕生を契機として、これを積極的に販売していくことが明らかにされ、第4章では、この瓶詰めが酒造業による大量生産、商標化、品質の均一化によって、他方では消費者が安価に購入する志向を促進した結果、1910年代から1930年代に「乱売」問題を引き起こしたことが明らかにされる。第5章では、戦時下から戦後復興期までの生産と販売にいたる産業統制とその政策の効果について分析され、第6章では1940年代以降の清酒産業における製品技術と生産技術の変化がもたらした競争構造の変化について分析され、第7章では1960～70年代においてビール産業の台頭に伴い酒類食品卸が総合食品卸に変貌を遂げていくこと、また小売段階における価格志向を強めるスーパーマーケットの台頭と相俟って、酒類流通の価格競争が激化した過程が分析される。終章では、酒類流通システムのダイナミズムが総括され、残された課題が示される。

以上のように、本論文は酒類産業における消費を含む生産、流通というタテの機能的分担(競争)関係、同業者間でのヨコの競争関係という枠組みを前提として、生産技術体系(瓶詰めを含む)の変化、関連する他産業の動向、政府の政策まで踏み込んで対象を多角的に分析することに成功しており、また膨大な関連文献を駆使しながら、酒類産業の発展を詳細に分析したという点で、産業史研究上の意義も極めて大きいと言える。流通史研究としては、酒類産業では卸主導型流通システムから生産者主導型システムへの転換が自動車や家電産業のように単純に進んだわけではなく、他産業から参入した醤油問屋や洋酒缶詰問屋が既存の問屋のもつ販路を再編し、酒類と食品の両方を取扱うようになり、彼らが全国に構築した販路がその後に次々と誕生する新興商品の販路のインフラとなっていく過程が明らかにされている。こうした卸売業が主導する「商業ネットワーク」に注目したことで、誰が流通システムを主導するかについての多様な道筋を明らかにし、研究を豊富化しただけでなく、生産技術によって規定される産業分析とは異なり、卸売業が既存の業種の再編成・融合を通じて新たな「酒類・加工食品産業」を形成していく論理を明らかにした理論的意義は大きい。

また本論文では、酒類産業における近代化が、酒という農産物を原料とする産業において大量生産体制を確立し、同質化することで価格競争に飲み込まれ、やがて産業自体を疲弊させていくという「近代化」批判の視点も示唆されているが、フランスのワイン産業との国際比較を通じた本格的研究は今後の課題として残されている。

以上のように、本論文はいくつかの課題を残し、また卸売業が主導する「商業ネットワーク」という枠組みも、精緻化される余地を残しているものの、従来とは異なる産業史研究、流通史研究を通じて、伝統的な商業論・流通論研究において等閑視されてきた競争行動分析や近代化・大量生産体制批判への端緒を切り開いたという点で高く評価される。

よって、審査委員会は、全員一致して、本論文が博士(商学)の学位の授与に値するものと判断した。