慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	論文審査の要旨および担当者：小売競争の理論
Sub Title	
Author	白石, 孝 片岡, 一郎 辻村, 江太郎
Publisher	
Publication year	1969
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.12, No.1 (1969. 4) ,p.121- 125
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-19690430-04049824

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文審査の要旨および担当者

報告番号	甲乙第　　号	氏　名	小　西　滋　人

主　査

論文審査担当者　白　石　　孝
片　岡　一　郎
辻　村　江　太　郎

（論文審査の要旨）

「小売競争の理論」

1.　本論文の目的

流通，マーケテイングに関する研究が誕生して以来，凡そ半世紀余の歴史を重ねているが，その研究史を展望するに，初期にあっては流通機構，流通制度の分析叙述に終始し，中期に至って漸く配給機能論が抬頭し，流通問題研究が漸く科学としての地位をかためていったということができよう。だが，第二次大戦を契機として流通問題研究はマネジリアル・マーケティングとしての展開をみせはじめ，そこでの主体は，流通経路における力関係を反映して，製造業者に移行し，製造業者の問題として製造業者の観点から流通問題研究が進められてゆくことになる。第二次大戦前における流通問題研究において中心的地位を占めていた小売商業は，今や製造業者の経路政策の中でその働きかけをうけるにとどまる受動的存在に転落し，問題性という観点からは著るしくその比重を低下せしめたとみなくてはならない。このような比重の低下を反映して小売商業に関する研究も内外を通じ散見されるにとどまり決して多くを数えない。しかしながら高度成長経済を背景として極めて徐々にではあるが大型小売機関の誕生をみ，流通の寡占化傾向すら云々される程度に小売商業は成長をとげ単なる政策

の働きかけをうける受動的存在から，むしろ独自の意志決定単位として再評価をうけるに値いする程に比重を高めてきている。

しかしながら，これら小売商業に焦点をあて，その観点からその経営行動の分析を試みた理論的研究は皆無にひとしい実情である。小西君の本論文は流通問題研究史を通じていいうる，いわば研究の空白地帯をうめようとする極めてユニークな研究であり，同君が指摘しているように「マーケティングにおける Functional Approach の流れをくむ Functionalist Approach の立場から，小売機関とその環境構造との相互関連性に焦点をあててマネジメントの立場から小売競争の概念的な分析フレームの開発」を目的とするものであり，独立の意志決定単位としての地位を確保した小売商業の競争行動原理の究明を目的としたものである。

2. 本論文の構成と体系

本論文は数量的には序章（141頁），第1章（63頁），第2章（205頁），第3章（627頁），むすび（23頁）から成立っており，内容的にはまず序章においては取扱商品が極めて多岐に亘るという意味での多製品企業としての小売商業，その小売商業における利益函数の基本的性格を学説史的展望を通じ明らかにしようとしており，結局この序章でのねらいは小売商業経営の本質把握，性格規定に向けられているといえよう。

第1章は，序章の分析をうけて「小売競争の性格とその分析手法」に向けられており，第2章は小売競争構造の問題がとり上げられ，競争構造を水平的競争と異形態間競争に分けて分析が進められている。第3章では小売商業における最も典型的な競争構造と目される水平的競争を前提としてそこでの小売商業の各種競争行動が形態別に論じられており，最後の「むすび」においては小売競争の社会経済的効果がとりあげられ，この論文がしめくくられている。

3. 各章の主題

まず序章においては，市場にみられる差別的価格成立の理論的根拠の究明に焦点をあて，この問題をめぐるグーテンベルク，ピグウ，ロビンスンをはじめとして最近では，クレメンス，ホールトン，ホールドレンに至るまでの学説史的展望が試みられ，小売商業における競争の実態，本質を究明しようとしており，こうした分析を通じ小売商業が小売商業として生産し販売せんとするものは「小売サービス・キャパシティー」であり，したがって市場に成立する小売プロフィット・マーヂンは「小売サービス能力の価格である」と以下に展開される小売競争の「核」を限定している。

次いで，本論を構成する第1章は「小売競争の性格と分析手法」がとり上げられているが，まず小売競争の性格に関しては，小売競争構造と小売競争行動に分け両者の相互関連性を明らかにするとともに第1節においては小売競争を「構造」に対する「行動」の関係としてとらえた場合，小売競争を分析する方法論的基礎として生態学的システム観の有効性が肯定されることになり，このような観点に立つアルダースンを中心として一つの学派を形成しつつある，ファンクショナリスト・アプローチの意義に言及されている。

第2章では，小売競争構造がとりあげられているが本論文では小売競争構造を，水平的競争と異形態間競争に二大別し第1節を水平的競争モデルの分析に向け結論としては，小売競争構造を独占的競争の範疇に属するものとして規定し，第3章でのプロモーション競争行動についての経済学的分析のための理論的基礎を準備しようとしている。また，第2節においては異形態間競争がとり上げられるが，かかる競争がもつ流通構造にもたらす意味が問われるとともに，小売競争行動の一つとしての品種，製品政策との接点が用意されている。

第3章は，本論文の最も中心を占める部分であり，生態学的にみた場合，

競争の本質を形成するものは差別的有利性の追及をもとめる努力と規定できるが，その場合小売商業にとっての問題解決領域はいかに分類されるか，小西君はここで小売商業の競争行動に関する分類リストを準備し，さらに進んでこれら手段の最適ミックスを構成するための論理をもとめて過去のこの点について学説史的展望を試みている。本論文は競争行動を顧客吸引の努力と関連するプレース・レベルと来店客に対する働きかけを示すキャパシティー・レベルに二大別し，前者に属するものとしては，イメージプロモーションが，後者に属するものとしてロケーション，品種の問題が指摘でき，その各々について分析が第2節から第5節までを占めている。

終章のむすびにおいては小売競争のあるべき姿を経済の発展段階と対応させながら小西君の私見を若干展開している。

審　査　所　見

1. 理論史的背景が明確であり，研究に際してこれまでの学界の文献をたんねんに検討している。
2. その上で小売競争について理論的体系分析のフレーム・ワークが提供され，小売競争の行動と競争構造との相互作用を体系的に把握することに成功しそこに本論文にユニークさが認められ充分学界に対して寄与するものと考えられる。
3. 内容に関しては，慎重かつ深く分析と検討がみられ，特に小売競争の性格の概念を把み，類型化していることは充実した労作と評し得る。
4. 論文の構成も序章，第1章にまず全体の体系の基礎を明らかにし，その上に各章が展開されており，そこにも慎重の配慮と努力が認められる。
5. 経済学の成果をこの分野に積極的に適用しているについては，従来の経済理論と商業現象との橋渡しにも意義深いものがあり，経済学自身に対しても本論文がもつ刺激は大きいものがあると考えられる。

6. 勿論，第3章の小売競争の行動分析については未だ考慮すべきところがあることは事実であるだけに，個々の競争行動についていま少しの努力を必要とするであろう。しかし，プレース・レベルとキャパシティー・レベルに分類した手法にはこれまでにないユニークさがみられるし，むしろ右については同君のこれからの研究にまつべきものと考えたい。

以上の所見にもとづき博士論文として充分価値があるものと認められる。

昭和44年2月4日