

|                  |   |
|------------------|---|
| Title            | 韓国流通機構の発展と特質：その停滞的特質の検討と改善モデルの提示  |
| Sub Title        | The Development and Characteristics of Korea's Distribution System : An Analysis of Its Static Characteristics and Presentation of an Improved Model  |
| Author           | 金, 尚基(Kim, Sangki)  |
| Publisher        |   |
| Publication year | 1986  |
| Jtitle           | 三田商学研究 (Mita business review). Vol.28, No.6 (1986. 2) ,p.76- 97   |
| JaLC DOI         |   |
| Abstract         |   |
| Notes            |   |
| Genre            | Journal Article   |
| URL              | <a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-19860225-04053887">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-19860225-04053887</a> |

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.

## 韓国流通機構の発展と特質

—その停滞的特質の検討と改善モデルの提示—

金 尚 基

### はじめに

韓国において流通近代化の問題が本格的に議論され始めたのは1960年代後半以降であり、それが政府の政策に反映され始めたのは1970年代に入ってからである。具体的には、第3次経済開発5カ年計画（1972～76）以降、流通近代化政策が経済政策の一環として行われるようになった。

1960年代の第1次及び第2次経済開発5カ年計画が成功裡に推進された結果（第1次計画1962～66、第2次計画1967～71）、大部分の生産財及び消費財を輸入に依存していたそれ以前の韓国経済とは異なり、1960年代から1970年代初頭にかけて、韓国経済は輸入代替産業と輸出産業としての基盤を確立するに至った。すなわち韓国の産業構造は從来の農水産業偏重から製造業中心に改編されはじめた。

以上の如く、韓国政府の産業政策は工業生産第一主義、輸出主導の成長政策であり、その目的は大量生産体制の確立にあったといえよう。1960年代中盤から本格化された工業化の進展による主要製造業の大量生産体制は必然的に大量流通体制を要請するようになった。しかし韓国経済の流通部門は大量生産体制に相応する大量流通体制とははるかにかけはなれた、いわば、ドラッカーの言う「経済の暗黒大陸」に相当する後進部門の状態に留まっていた。即ち、流通部門は①非組織性、②卸・小売商の小規模零細性、③低生産性及び不安定性、④流通経路の複雑多岐性・迂回性、⑤有力メーカーの系列化政策による流通支配現象、⑥地方においては露店と行商を中心とした伝統的定期市場<sup>1)</sup>が流通機能を担う主役であり続いている事などの脆弱性があり、今日なお、流通に関して多くの問題点が生ずる源となっている。

結果的にこのような流通部門の後進性は国民経済的レベルにおいては、生産と消費の不適合をもたらし、その結果、工業生産力の増大を阻害し、流通コスト増加による物価の上昇をもたらし（そ

1) 伝統的在来市場は在来常設市場と定期市場に区分される。定期市場は5日ごとに開市するのが一般的である。

れはすなわち消費者の負担増大を意味し、正常な購買力を削減するであろう）、韓国経済のバランスのとれた発展を阻害する主要な隘路要因として作用している。

4次にわたる経済開発計画（第4次計画1977～81）を推進した結果、生産部門ではいわゆる近代化が成し遂げられつつある。しかしながら生産面の量的拡大・質的向上とそれに対応する所得水準の上昇、消費者ニーズの多様化・個性化など流通環境の急速な変化にもかかわらず、生産と消費を連結する流通機構には、構造的改革は見られず、旧態依然とした不合理性を内包する体質をそのまま持続してきたのである。

現在の流通機構は、過去からの経緯の結果により今日存在しているのである。従って過去の発展段階を詳しく検討する事が、現在における様々な流通問題を解明し、解決する糸口となり、更には将来を予測し、より良い発展の方向性を定めるための手掛りになると思われる。

従って本稿はまず第I節で上記の視点にたって構造的特質の解明を行う必要性から、韓国流通機構の発展を歴史的ターニングポイントによって5つの段階に区分し考察する。第II節では日本、アメリカとの比較視点で統計資料を用いて韓国流通産業の現状を分析し、その構造的特質を解明する。第III節では以上の歴史的考察と統計的分析を基礎にして、韓国流通構造の欠陥の本質をその停滞的特質にあると規定し、このような特質を生み出した要因について検討する。第IV節では以上の構造的特質・停滞性の規定要因の分析、検討をふまえ、卸売経由型である繊維・衣類、代理店主導型である家電製品の2つの業種の流通経路をとりあげ、検討し、その改善モデルを提示する。

## I 韓国流通機構の発展段階

韓国流通機構の発展を歴史的転換点に注目して時期的に区分すると、次のようになる。即ち李朝（李氏朝鮮）末期・韓日合併までの前近代的商業の時期、韓日合併後解放までの日本人支配下の転換期<sup>2)</sup>（1910～1945）、解放後1960年代前半までの停滞的再編成期（1945～1960年代前半）、1960年代後半から1970年代後半までの胎動的成長期、1980年以後の本格的成长期と区分することができる。

### 1. 第1段階（李朝末期・韓日合併まで）前近代的商業の時期

本稿では李朝末期・韓日合併までを前近代的商業の時期と一括規定する。李朝時代以前のことには

2) 趙寬洙「韓国小売構造の特質と発展動向に関する研究」『ソウル大学校博士学位論文』1975, p.106

3) 李朝時代に京城（今のソウル）の商業活動を中心的につかさどってきた六矣塵を始めとする市塵商人は政府と特殊関係で結ばれ、維持されてきた御用商人である（注7、注9参照）。

地方には5日ごとに開かれる市場（現在、地方にみられる定期市場）があり、これは農民の生産様式の維持に対応する前近代的流通機構の代表的存在であった。すなわち、農民による農産物・手工業品の交換が行われていたほか、専業商人たる裸負商が開市日を異にする市場を転々としつつ、前近代的な商業活動を営んでいたのである。

関してはその範囲が膨大であり、その内容も複雑多岐であるため、別の機会に言及を行なうことにして、ここでは除外することにする。

韓国は近世李朝に至るまで農業中心の自給自足的経済であり、住民の経済生活において占める商品交換の規模は極めて僅少であった。<sup>4)</sup>特に両班と常民という厳格な社会階層の分化は土地所有の偏在をもたらし、人口の大多数を占める常民と小農は商品流通経済に参与する経済的能力をほとんど持たなかった。また近世に至るまで都市発達が遅れたため、農村と都市間の産業分化と商品交換は発達をみせず、交換は主に地域的な剩余物交換に限定されていたのである。

このような状況下で、商品流通範囲は狭く限定されており、商業は主に定期的に開かれる市場に依存し、<sup>5)</sup>当時の代表的小売機関としては行商である褓負商（褓商と負商）があった。<sup>6)</sup>また当時、首都ソウル中心部には政府によって設置されたもので座商たちが使用料を払って営業した市塵があり、<sup>7)</sup>ここでは店舗が一ヵ所に集まって営業をしたのである。

李朝時代の商業が発達しなかった原因は古来、農本主義を国策として工業の発達を抑制し商業の自主的伸長を阻害しただけではなく、地方の生産力が貧弱であり、交通が不便で商業取引が発達することができなかつたからである。また商業上の課税において苛斂誅求が激しく、都市においては御用商人、地方においては市場の商人にそれぞれ商業上の特権を与えたことも（例えば特定商品専売の特権と国役負担の義務があった）、一般商業の自主的発展を阻害したと考えられる。この時代の商業形態に関しては農業と家内製手工業が密接に結合されていたので、ごく一部の臨時的な交換が各個人の間に行なわれたほかは、全国に1千余りある地方市場が交換の場としての支配的形態であった。<sup>8)</sup>当時のやや進歩した商業形態として次のようなものが挙げられる。

まず第1に都市商業機関としてソウル公廊商店である市塵とそこから発達した六矣塵、そして開

4) 両班<sup>カンバン</sup>というのは高麗時代から呼称され始めた階級制度で家門や身分の高い上流階級の人を意味し、常民<sup>カンモン</sup>は平民を意味する。

5) 「褓商」<sup>ボサン</sup>とは主に服飾と関係がある小道具・細工品・雜貨など日用品を大きなふろしき（褓）<sup>ボサン</sup>に包んで背負って各地の地方市場を移動しながら小売業を行なった商人で、「負商」は織物・紙物・器物（例えば陶磁器、漆器、金物）など比較的粗雑な手工業品をチゲ（荷物をのせて背負う木製の道具、日本の背負い子<ショイコ>に似ている）にのせて各地の地方市場または山間僻地を巡回しながら販売する行商である。

6) 座商<sup>サジヤン</sup>という商人は国が公認した市塵人で國役（国が賦課する物品調達など）義務を遂行し、そのかわり特定物品の独占販売権が与えられた。例えば国家儀式の需要品を独占して供給するだけでなく、これの専売権が認定されていた。

7) 「市塵」<sup>シジヨン</sup>というのは市街地にあった大きい店の事であるが、当時は「店」とはいわず、「塵」及び「市塵」と呼ばれていた。

李朝の市塵は基本的には高麗時代のものと同一の性格を持っており、市塵の保護と監督官庁として京市署を置き、商人の管理、度量衡器の管理、物価の統制などの行政事務を担っていた。政府は市塵の利益の程度により応分の国役を負担させており、国役を負担する市塵を有分各塵と呼んでいた。その中で規模が大きく、国役を一番多く負担する6つの市塵を六矣塵<sup>ヨクイジヨン</sup>という（注9参照）。

8) 劉元東『韓国近代経済史研究』一志社、1977、pp. 135—136

9) 一定の商行為に対し課税を越えた国役を負担することになって六矣塵の性格を持つのである。大体政府の需要によって賦課される臨時負担金、宮中府中の修理のための物品及び経費配当、王室の冠婚器祭、中ノ

城・平壤など都市の常設店舗などがあったが、これらは主に政府の御用商として発達し維持されたものである。

第2に客主・旅閣である。客主は本来、地方を転々とする行商、すなわち、客商たちの主人（主人というのは売買において仲介する人を意味する）、旅閣は商人のための旅宿所を指すのである。彼らは行商が集まる商品の集散地すなわち農村の商業中心地や渡し場などに定着した卸売商人で、開港（1876年の江華島条約締結）前の李朝時代だけではなくすでに高麗時代から一部地方で発達したと言われている。この両者の区別について明確な線を引くのは難しいが、研究者によつては取扱う商品<sup>10)</sup>の種類と規模によって区別する場合もある。

客主・旅閣は商品集散地に存在することによって商品の卸売、商品保管の倉庫業、委託販売業、商品の運送業、顧客の便宜をはかる金融業、旅宿業などを兼ねる役割をしていたのである。客主・旅閣の主要業務は卸売業で各地方の小生産者たちの剩余物を集荷し、これを小売商人に販売した。また商人の委託を受け、受託商品を売買することによって口銭をもらう商品売買の中間媒介的役割も果した。彼らは金融業すなわち貸付、手形発行・割引、預金などの業務を遂行し、ある程度、商業資本の蓄積が可能であった。しかし商業・金融未分化の状態であくまでも卸売業を主とし、その他の業務は附隨的であった。彼らは特定の顧客あるいは政府との信用関係に依存していたので大量的な商品流通の経済に適合することができず、また金融面においても閉鎖的な金融機関にすぎなかつたのである。

第3に行商（主に裸負商）であるが、すでに述べたように彼らは主に市場行商である。彼らは客主・旅閣あるいは直接生産者から購入した日用雑貨品をふろしき（裸）に包んだり、背負ったりして運搬し、五日ごとに「一月六場」で開設される各地方市場の一部地域を1つの交易圏にし、市場の開市日によって転々としながら一日一場で露店を開き、または山間僻地まで巡回販売する商人である。<sup>11)</sup>

李朝農村の商業経済は主に市場を舞台に経営され、経済生活の土台は農業生産にあり、その剩余物を必要な商品と交換するものであった。そのため市場は全国に約1千カ所があり、「萬機要覽」の記載によると純祖時代に京畿102カ所、忠清道157カ所、江原道68カ所、黃海道82カ所、全羅道

↖ 国に派遣される使節の歳幣・需要品の調達などが重要なことであり、このような国役負担の市塵を有分各塵という。その中で最大の規模を持つ6個商を六矣塵といふ。

10) 姜萬吉『韓國商業の歴史』世宗大王記念事業会、1975, pp. 128—129

11) 韓治勵『韓國開港期の商業研究』一潮閣、1970, pp. 172—173

12) 李朝時代の市場は「一月六場」で一地方で毎月6回ずつ開市されるのが普通である。「萬機要覽」によると一・六日、二・七日、三・八日、四・九日、五・十日の順序で開市したという。例えば「一・六日」というと1日に開市した所は次の開市を6日、11日、16日、21日、26日にそれぞれ開市したことを表わしている。

13) 四方博「朝鮮における近代資本主義の成立過程」『朝鮮社会経済史研究』京城帝国大学法文学会、刀江書院、1933, p. 138

214カ所、慶尚道276カ所、平安道134カ所、咸鏡道28カ所があり、褓貿易はこの市場を中心として生産者と消費者の交換経済を媒介する専門的な小売機関であった。褓貿易は大体一日往復の路程を標準にし市場を転々としながら商品の流通を担っていたのである。<sup>14)</sup>

## 2. 第2段階(韓日合併～解放、1910～1945)日本人支配下の転換期

韓国は韓日合併後、産業面での開化が進み、工業化が推進され、市場及び取引所に関する新制度確立、度量衡制度整備、商業市街地の造成、統計制度の整備など商業面において急速な発展がみられ、都市形成が急速に進展した。特に韓国を低廉な原材料の供給地と同時に日本の工業生産品の消費地として活用しようとした植民地政策によって、日本商品の市場浸透と日本商業資本の韓国進出が活発になった。韓日合併とともに政府御用商人としての市臺はなくなり、代わりに一般民間による常設小売店舗の営業をみるとようになり、在来市場の数・開市回数も増加した。そして農村部落には次第に、常設店舗が出現し、一部市場は常設化されていく傾向があった。

韓日合併後に韓国流通機構は急速な発展をみるとことになる。市場は表1で明らかのように合併当該年(1910年)の市場数が980カ所だったのが1927年には1,366カ所で約1.4倍、1935年には1,494カ所で約1.5倍に急速に増加し、開市回数もそれぞれ1.5倍、1.8倍と著しい増加を示している。販売額では1927年に3.5倍、1935年には5.5倍と急速な伸びを示している。品目別販売額をみると水産物がそれぞれ6.4倍、8.1倍で一番伸び率が高くその次が農産物である。

合併後1914年9月、朝鮮総督府令で「市場規則」が制定された。本令により従来韓国における殆ど唯一の商業機関として役割を果してきた市場は新たな体制下で転換的発展を続けたといえよう。

表1 韓日合併後の市場数・開市回数・販売額の推移

(単位:千円)

| 年 度<br>区 分  |           | 1910 (A) | 1927 (B) | 1935 (C) | 倍 数<br>(B/A) | 倍 数<br>(C/A) |
|-------------|-----------|----------|----------|----------|--------------|--------------|
| 市 場         | 市 場 数     | 980      | 1,366    | 1,494    | 1.39         | 1.52         |
|             | 開 市 回 数   | 72,000   | 110,022  | 129,581  | 1.53         | 1.80         |
| 品 目 別 販 売 額 | 農 産 物     | 13,521   | 49,339   | 81,737   | 3.65         | 6.05         |
|             | 水 産 物     | 4,311    | 27,485   | 34,877   | 6.38         | 8.09         |
|             | 織 物 類     | 10,053   | 25,630   | 38,959   | 2.55         | 3.88         |
|             | 畜 物 類     | 13,589   | 44,442   | 74,570   | 3.27         | 5.49         |
|             | そ の 他 雜 品 | 8,966    | 31,494   | 48,317   | 3.51         | 5.39         |
|             | 合 計       | 50,442   | 178,392  | 278,463  | 3.54         | 5.52         |

資料:朝鮮総督府『朝鮮の商工業』1936。

注:上記の資料によればXII頁の附表の年次表記が前頁と異なっており、ここではこれをミスプリントとみなしこの表を作成した。

本令により市場は①在来一般の市場、②食料品販売市場、③水産物・青果物のセリ(卸売)市場に区分され、その組織・管理・監督に関する詳細な規定が設けられていたのである。また店舗賃貸の公設市場が設置され、<sup>15)</sup> 1934年末現在には、全国で37カ所にのぼっている。

合併初期には韓日商人の間に商権を握るための衝突が起き、一部褓負商たちが愛國的運動に積極的に加担することになり、彼らに対する弾圧が行われた。当時、韓国は工業化が進展しておらず、市場商品としては、一次產品と家内工業による限定された範囲の商品が流通していたが、日本商人たちは日本の大産業資本と結託し、あるいは伝統的問屋、百貨店など大商業資本が韓国に進出し、独占的地位と有利な貿易条件を利用し、農産物及び工業用原料などの転売、市場商品の大量購入・大量販売によって商権を掌握した。

合併20年後である1930年10月24日日本の株式会社三越が開設した「株式会社三越京城支店(現在の新世界百貨店建物で開業)」が韓国の百貨店の嚆矢で、1年後1931年5月15日に韓国人経営の最初の百貨店である和信百貨店(朴興植氏が開設)が設立された。また1938年には丁子屋(現在の美都波百貨店の前身である)や忠武路一街に三中井などが開店され、小売商業の新しい革新的業態として百貨店の発展がみられ、小売商業の拡張が実現された。

しかし、ソウルの本町(現在は忠武路)のような商業中心街は日本商人によって掌握され、流通機構も日本人の支配下に置かれ、事実上韓国人自身による商業資本の蓄積はほとんどなかった。1941年に日本が第2次世界大戦に参戦し、戦時統制経済体制に入ってからは、日用雑貨品を含む各種商品は極端に欠乏し、これらに対する配給制度が実施された。このため商品の供給は円滑に行なわれず、商業はその機能が麻痺し、事実上廃店、廃業の状態になり、完全に萎縮したまま解放を迎えたのである。

### 3. 第3段階(解放(1945)～1960年代前半) 停滯的再編成期

韓国は解放後、独自の経済秩序を確立しなければならなかった。農業が主産業であり、工業生産品は主に外部から供給されていたため、韓国経済は非常に打撃を受け、困窮していた上に、流通機構もその上部組織を占めていた日本商人たちの退去によって、事実上瓦解してしまった。更に1950年には朝鮮戦争が勃発し、生産と流通の機能は完全に麻痺するにいたった。従って、当時においては大企業による全国的商品は見当らず、市場は小規模生産業者とそれに対応する零細商人によって維持される断片的な地域市場に分割され、百貨店及び一定規模以上の専門店が維持できるほど商品の種類も量も多くはなかった。

1950年代の後半は韓国経済の再建期であり、戦禍によって破壊された生産施設や流通秩序が回復

15) 朝鮮総督府『朝鮮の商工業』1936, p. 12

されていった。1960年代に入ってからは、工業化が急速に進み、まず各種の非耐久消費財の市場において、次に大部分の耐久消費財の市場において段階的に買手市場へと変化していった。商品は品質面のみならず量的にも豊富になり、韓国内の大産業資本の進出による全国的商品が続出し始めた。その後商品の全国販売網が形成されて、卸売機能が回復するにしたがって、流通経路の段階的分化が進み、全国の市場が1つの市場圏に統合されていった。これとともに、次第に大産業資本による市場支配の現象が著しくなってきたのである。

韓国の企業が、近代的な意味でのマーケティング技法を導入するかたわら、販売経路の整備にふみ切ったのもこの時期からである。流通部門の後進性が効果的なマーケティング達成に深刻な問題を惹き起こすにつれて、生産業者は販売会社の設置、自社組織による小売業者への直接浸透、直営店の設置、既存販売経路の再整備及び系列化、物的流通活動の強化など流通面に介入し、その改善に<sup>16)</sup>努力した。このような生産業者の努力と市場環境の変化が流通構造に変化をもたらすようになったのは、1960年代の後半に入つてからである。この時期から小売店の専門化と多様化が促進され、住宅街には加工食品中心の食料品店が出現し、商店街には既成服店、家庭用電気機器店などを初め、各種の新しい専門店が出現した。また都市にはアーケード、商店街、貸店舗型百貨店など比較的近代的な施設を整えた集団小売形態が続いて新設された。

しかしこの段階における百貨店は百貨店と言っても名称だけであり、小規模の売場面積を一定の保証金と賃貸料を目的に貸すスペース賃貸業（貸店舗型百貨店）にすぎなかつたのである。

#### 4. 第4段階（1960年代後半～1970年代後半）胎動的成長期

この段階に入って、百貨店は従来（解放以後）のスペース賃貸業から脱皮し、直営体制に転換する傾向があり、その発展を見るようになる。具体的には1969年「新世界百貨店」が直営体制に転換したのを初めに「美都波百貨店」が<sup>17)</sup>1973年末、直営に移り、1979年末に開店した「ロッテ百貨店」は最初から直営百貨店として発足している。

その規模と運営方式の点で本格的なスーパーマーケットといえる最初の店は1968年末に開店した「三豊スーパー」である。スーパーマーケットは、1970年代に入ってからは国策による資金援助などにより発展をみることになる。70年代の初期は都市の商業地域、都市の百貨店内、新興住宅団地などの比較的高所得層をターゲットにし、商品構成は生鮮食料品を除く加工食品を中心とした日用雑貨品が主体であった。

1970年代に入って始まったチェーン化の進展はスーパーマーケット、中小食品店のボランタリー・チェーン（VC）、農協連鎖店の普及という形が主導的であった。韓国の大型店は、ほとんど百貨

16) 趙寛洙「韓国の流通事情」『輸送展望』No. 174, 1980. 4. pp. 30—31

17) 金東基『現代流通機構論』博英社, 1974, p. 86

店、スーパーマーケット、連鎖店（V C）に限られておりその発展速度も遅い。

韓国では大量生産による全国流通網の形成が日なお浅く、従って日本の問屋のように長い伝統を持つ卸売店はほとんど見当らない。その大部分が小売業から成長して卸売に転業したか、あるいは卸と小売を兼業しているような小規模な店舗であり、機能的にも貧弱である。

### 5. 第5段階（1980～）本格的成長期

1980年代に入り、流通近代化に関する議論が部分的に結実をみるようになり、総合的な流通政策が展開されるようになった。すなわち、「市場法」の改正（1981.12.31）、「農水産物流通及び価格安定に関する法律」の改正（1980.1.4）、「消費者保護法」の制定（1980.1.4）、「公正取引法（物価安定及び公正取引に関する法律、1980.12.31改正）」の施行で流通基本法規が整備され、さらに、「流通産業近代化促進法（1980.1.4.制定）」による「流通産業近代化基本計画」により、流通産業に対する体系的支援体制が構築された。また夜間通行禁止の解除（1982.1.5）、民間主導化経済体制への移行、市場開放の拡大、'88ソウル・オリンピックに関する各種投資など官民歩調をあわせての流通機構の本格的成長へ向けての社会経済的・制度的環境が整備されつつある。

韓国流通政策の方向は「流通産業近代化基本計画」として示され、推進されている。あまりに遅きに失った感は否めないが、同計画は1980年4月に成立し、当初は1980～84年の5カ年にかけ実施される予定であった。しかしながら拡大・修正され1982～86年の第5次社会経済発展5カ年計画<sup>18)</sup>に反映・推進されるようになった。その基本目標は次のようである。

#### （1）市場構造の高度化

- 卸・小売業の大型化及び企業化
- 卸売機能の専門化
- 中小商人の組織化及び協業化
- 市場の施設及び経営近代化

#### （2）有効競争の促進

- 流通経路の短縮及び体系化
- 農水産物产地流通機能の強化
- 生産者支配的流通活動の抑制
- 取引慣行の合理化

#### （3）物的流通の近代化

- 輸送、保管、荷役施設及び機能の体系化
- 物的流通の拠点化

18) 韓国経済企画院『流通産業の現況及び流通近代化基本計画』（経済企画院内部資料）1983, 11,  
大韓商工会議所『韓国の流通産業』1985, p. 147

- 物的流通技法の体系化及び規格化・包装促進
- 流通情報活動の強化
- (4) 流通助成機能の強化
  - 制度の整備
  - 健全な商業資本の育成
  - 資金・税制支援
  - 研究調査及び教育訓練の強化

以上のような基本目標の達成で流通コストを削減し、流通能率及び生産性の向上をもたらし、国民経済の安定的均衡成長をはかるのがその構想である。

最近、韓国内の大産業資本がショッピング・センター、スーパーマーケット、百貨店、商店街に投資する傾向が高まっている。特に消費財メーカー、建設業、不動産業などの産業資本が所得水準の上昇などの環境変化とソウル・オリンピックによる流通業界の成長に期待し、小売業界に進出する傾向が高まり、流通機構において多くの変化が見られる。しかし、それは未だ部分的であり、大都市中心の変化である。流通機構全体では商品流通量の増大により規模的には拡大されつつあるが、構造的にはそれほど改善されないままその後進的特性が持続されている。

## II 韓国流通産業の現状及び構造的特質

### 1. 流通産業の国民経済的位置

韓国流通産業（卸・小売業だけの統計は行なわれていないので飲食・宿泊業を含む）の国民総生産に占める比重は表2で示すように1983年現在17.0%で製造業の次に高い産業比重を示している。すなわち

表2 産業別国民総生産

(単位：10億ウォン、%)

|             | 1968     |       | 1973     |       | 1978      |       | 1983      |       |
|-------------|----------|-------|----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|             | 金額       | 構成比   | 金額       | 構成比   | 金額        | 構成比   | 金額        | 構成比   |
| 農・林・漁業      | 467.25   | 28.3  | 1,328.56 | 24.7  | 4,849.84  | 20.0  | 3,166.53  | 14.0  |
| 製造業         | 327.32   | 19.8  | 1,335.02 | 24.8  | 6,674.32  | 27.6  | 16,338.21 | 28.0  |
| 建設業         | 79.08    | 4.8   | 251.61   | 4.7   | 1,891.82  | 7.8   | 4,948.43  | 8.5   |
| 卸・小売及び飲食宿泊業 | 302.60   | 18.3  | 1,069.58 | 19.9  | 4,089.41  | 16.9  | 9,901.86  | 17.0  |
| 運輸倉庫及び通信業   | 109.77   | 6.6   | 361.86   | 6.7   | 1,560.24  | 6.4   | 5,047.39  | 8.7   |
| 社会及び個人サービス業 | 114.67   | 6.9   | 393.58   | 7.3   | 1,674.07  | 6.9   | 5,390.08  | 9.2   |
| 国民総生産       | 1,652.93 | 100.0 | 5,378.46 | 100.0 | 24,225.30 | 100.0 | 58,279.73 | 100.0 |

資料：韓国銀行『経済統計年報』1980, 1984.

注：円とウォンの為替レートについては巻末付表1を参照されたい。

表3 GNPに対する流通産業の比重

(単位: 10億ウォン, %)

|      | GNP       |       | 卸小売及び飲食宿泊業 |      |
|------|-----------|-------|------------|------|
|      | 金額        | 構成比   | 金額         | 構成比  |
| 1968 | 1,652.93  | 100.0 | 302.60     | 18.3 |
| 1970 | 2,735.93  | 100.0 | 493.65     | 18.0 |
| 1972 | 4,154.02  | 100.0 | 783.23     | 18.9 |
| 1974 | 7,503.10  | 100.0 | 1,555.59   | 20.7 |
| 1976 | 13,881.11 | 100.0 | 2,540.77   | 18.3 |
| 1978 | 24,225.30 | 100.0 | 4,089.41   | 16.9 |
| 1980 | 37,204.98 | 100.0 | 6,338.14   | 17.0 |
| 1982 | 51,786.60 | 100.0 | 8,689.98   | 16.8 |
| 1984 | 65,344.95 | 100.0 | 11,344.57  | 17.4 |

資料: 韓国銀行『経済統計年報』1980, 1984, 1985

1968年, 1973年, 1978年においては、第3位の産業比重を占めていた流通産業が1983年には農・林・漁業より高く、第2の順位を占めるようになった。

ただし表3によれば、70年代の前半には産業経済の発達とともに流通産業も成長を続けているものの、70年代の後半にかけては、その比重が次第に落ちている。

就業構造面でみた流通産業は表4で示すように1982年現在、卸・小売及び飲食宿泊業の従業員数が全産業就業者数の11.9%にすぎず、流通産業が国民総生産に占めている同年の16.8%と比べて約5ポイント低い。すなわち、流通産業の従業員1人当たり生産性は他産業に比べて極めて高いようみえる。しかし、これは流通産業の従業員数が相対的に少ない点(表4参照)と統計に表われない一部の兼業労働力及び家族労働力などの補助労働力の存在によるものと思われる。<sup>19)</sup>

次に、流通産業及び全産業における就業者1人当たり産出額の伸び率をみてみると1982年現在、卸・小売及び飲食宿泊業が1968年対比で12.7倍増、1976年対比で2.2倍増であるのに対して全産業では1968年対比で19.9倍増、1976年対比で3.2倍増となっている。このことは、この期間中、流通産業の生産性向上が他産業より相対的に遅れていることを意味している。

19) 韓国の卸小売業センサスの統計調査を担当している経済企画院調査統計局流通統計課を訪問しインタビューを実施した。その結果、家族労働力は「無給家族従事者」として統計に含まれているが、兼業労働力の統計上の扱いに関しては、残念ながらその定義及び区分基準について、具体的な記録は発見できず、ただ商業活動への勤労時間が総労働時間の1/3以下である場合は経験上、調査対象に含まれていないということであった。

韓国流通産業の生産高(産出高)が高い理由について、ソウル大学校の全正年教授とのインタビューの結果、流通産業の就業者数が相対的に少ない点と一部の兼業労働力及び家族労働力などの補助労働力が統計に表われていないとの解釈も可能であるという点に意見が一致した。また、同大学の林鍾汎教授とのインタビューでもほぼ同様の見解であった。

表4 全産業と流通産業の産出額比較

|      | 全 产 業             |                 |                       | 卸・小売及び飲食宿泊業       |                 |                       |        |
|------|-------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|--------|
|      | 産業総生産<br>(10億ウォン) | 就業者数(A)<br>(千人) | 就業者1人当たり産出額<br>(千ウォン) | 産業総生産<br>(10億ウォン) | 就業者数(B)<br>(千人) | 就業者1人当たり産出額<br>(千ウォン) | B/A(%) |
| 1968 | 1,652.93          | 9,155           | 180.5                 | 302.60            | 762             | 397.1                 | ( 8.3) |
| 1971 | 3,375.07          | 10,066          | 335.3                 | 616.00            | 963             | 639.7                 | ( 9.6) |
| 1976 | 13,881.11         | 12,556          | 1,105.5               | 2,540.77          | 1,093           | 2,324.6               | ( 8.7) |
| 1979 | 31,248.72         | 13,664          | 2,286.9               | 5,367.46          | 1,363           | 3,938.0               | (10.0) |
| 1982 | 51,786.60         | 14,424          | 3,590.3               | 8,689.98          | 1,719           | 5,055.3               | (11.9) |

資料：韓国銀行『経済統計年報』1980, 1985. ただし卸・小売及び飲食宿泊業の就業者数は経済企画院『卸小売業センサス報告書』1982による。

## 2. 流通構造の特質

ここでは韓国で1968年以降実施された商業統計である卸小売業センサス報告書と他の統計資料により、流通構造をさらに分析しその特質を検討する。

### (1) 卸売機能の低位

1982年卸・小売業の年間販売額（卸小売業センサス報告書には貿易、商品仲介業の統計は含まれていない<sup>20)</sup>が、代理店の統計は含まれている）は19兆7,415億2,100万ウォン（円とウォンの為替レートについては巻末付表1を参照）であるが、この内訳は表5で示すように卸売販売額が7兆860億5,000万ウォン、小売販売額が12兆6,554億7,100万ウォンであり、卸と小売の相対的販売額比率はそれぞれ35.9%，64.1%で1979年の34.9%，65.1%に比べて卸売販売額の比率が1%の伸びを示している。

表5 韓国卸・小売業の成長推移

| 区分          | 年    | 商店数(店)          | 従業員数(人)         | 年間販売額(百万ウォン)         | 年度別卸と小売の相対的販売額比率(%) |
|-------------|------|-----------------|-----------------|----------------------|---------------------|
| 卸<br>売<br>業 | 1968 | 13,193 (100.0)  | 55,405 (100.0)  | 183,902 (100.0)      | 43.0                |
|             | 1971 | 16,429 (124.5)  | 61,355 (110.7)  | 417,990 (227.3)      | 40.7                |
|             | 1976 | 20,260 (153.6)  | 93,679 (169.1)  | 2,448,662 (1,331.5)  | 42.5                |
|             | 1979 | 23,835 (180.7)  | 116,609 (210.5) | 3,851,343 (2,094.2)  | 34.9                |
|             | 1982 | 45,568 (345.4)  | 173,156 (312.5) | 7,086,050 (3,853.2)  | 35.9                |
| 小<br>業<br>売 | 1968 | 264,100 (100.0) | 456,862 (100.0) | 243,404 (100.0)      | 57.0                |
|             | 1971 | 320,471 (121.3) | 581,174 (127.2) | 607,958 (249.8)      | 59.3                |
|             | 1976 | 393,651 (149.1) | 693,459 (151.8) | 3,310,255 (1,360.0)  | 57.5                |
|             | 1979 | 422,012 (159.8) | 765,180 (167.5) | 7,187,050 (2,952.7)  | 65.1                |
|             | 1982 | 542,458 (205.4) | 945,778 (207.0) | 12,655,471 (5,199.4) | 64.1                |

資料：経済企画院『卸小売業センサス報告書』1982

注：カッコの中は1968年の数字を100とし、指標で表したものである。

20) 注19)と同じインタビューの結果、家電製品・家具の大部分の比重を占めている代理店の卸・小売業の分類基準について、卸売販売額が50%を越える場合は卸売業、小売販売額が50%以上を占める場合は小売業に区分するとの基準であった。

しかしこれは1968年度の卸売比率43.0%に比べて7.1%，1971年に比べて4.8%，1976年度に比べては6.6%も低下しており，1960年代後半から1970年代後半まで流通産業に占める卸売機能が次第に低下していることを示している。

表6で示すように韓国の卸・小売販売額の比率(W/Rの販売額比率)は0.56で、日本の4.24、アメリカの1.75に比べて極めて低く韓国の卸売業は相対的に低位である。この数字は韓国卸売業の高能率を示すのではなく、むしろ韓国の経済構造の跛行性を表しているものと考えられる。韓国の家電産業はすでに高度に発展し、その発展の過程でいわゆる流通系列化を完成した。これが一方では卸売業の活躍分野を制限している。他方、食料品、衣料品などの分野ではメーカーの近代化が遅れおり、多くの中小メーカーが限定されたローカル・マーケットを対象としての生産を行っている。その結果ローカル市場での限定された需要を賄うための流通機構は未発達のまま残ることになる。そこでは卸売機能は小売業によって兼担され、専業の卸売機関の発達を妨げている。

従って韓国の流通構造におけるバランスのとれた近代化を考えるとすれば、まず食料品・衣料品などの分野における市場の全国化を実現する必要がある。そのためにはこの分野でのメーカーの大規模化が進まねばならず、それに伴う全国規模の卸売業の発展が期待される。なお、家電における系列化の問題については後で述べることにする。

表6 韓・日・米における卸・小売業の比較統計

| 区<br>分            | 販 売 額                  |                       | 店 舗 数                |                        | 従 業 員 数   |           |
|-------------------|------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|-----------|-----------|
|                   | 卸 売 業                  | 小 売 業                 | 卸 売 業                | 小 売 業                  | 卸 売 業     | 小 売 業     |
| 韓 国<br>(1982)     | 7,086,050<br>(百万ウォン)   | 12,655,471<br>(百万ウォン) | 45,568<br>( 2,337)   | 542,458<br>( 3,143)    | 173,156   | 945,778   |
| 日 本<br>(1982)     | 398,536,234<br>(百万円)   | 93,971,191<br>(百万円)   | 428,858<br>(297,395) | 1,721,465<br>(435,822) | 4,090,919 | 6,369,426 |
| ア メ リ カ<br>(1977) | 1,127,912,492<br>(千ドル) | 645,418,347<br>(千ドル)  | 347,785              | 1,454,184              | 4,188,746 | 8,992,857 |

| 区<br>分            | 企 業 形 態 別 (%) |      |       |      | 一 店 当 たり 従<br>業 員 数 | 小 売 業 の W/R の<br>千 人 当 た び 販 売 額 比 | W/R の<br>店 舗 比 率 |      |
|-------------------|---------------|------|-------|------|---------------------|------------------------------------|------------------|------|
|                   | 卸 売 業         |      | 小 売 業 |      |                     |                                    |                  |      |
|                   | 法 人           | 個 人  | 法 人   | 個 人  | 卸 売 業               | 小 売 業                              | り 店 舗 数 率        | (%)  |
| 韓 国<br>(1982)     | 5.1           | 94.9 | 0.6   | 99.4 | 3.8                 | 1.7                                | 14.49            | 0.56 |
| 日 本<br>(1982)     | 69.3          | 30.7 | 25.3  | 74.7 | 9.5                 | 3.7                                | 14.71            | 4.24 |
| ア メ リ カ<br>(1977) | —             | —    | —     | —    | 12.0                | 6.2                                | 6.42             | 1.75 |

資料：1) 韓国経済企画院『卸小売業センサス報告書1982』

2) 日本商産業省『商業統計表1982』

3) アメリカの統計は流通政策研究所『流通政策』No. 8, 1981, 10などによる。

注：1) 店舗数のカッコの中は法人数

韓国における卸売業の低位性は次のような数字にも表われている。1982年卸売商45,568店の中で法人は2,337店、個人は43,231店でその法人化率は5.1%にすぎない。日本の同年の法人化率69.3%に比べるとその法人化率は極めて低い。また卸売商一店当たり平均従業員数は3.8人で日本、アメリカに比べて極めて低い比率を示しており、従業員20人以上の卸売商は801店にすぎない。

### (2) 膨大な小規模零細店の存在

韓国流通構造の第2の特質は、膨大な数にのぼる小規模零細な店舗で構成されているということである。

韓国的小売業の法人化率は卸売業より一層低く0.6%にすぎない実情である(表6参照)。1982年卸売業の年間販売額7兆860億5,000万ウォンのなかではわずか5.1%にすぎない法人卸売商の販売額は、3兆2,226億9,900万ウォンに達し全体卸売業販売額の45.5%を占めており、法人化率がその規模の大きさと直接的関連性を持っていることを示している。

これを日本と比較してみると1982年日本の商業統計による法人化率は卸売業が69.3%、小売業が25.3%であることを考慮すると韓国卸・小売業の法人化率が極めて低いことが明らかである。

この小規模零細性という構造的特質をさらに立ち入って分析してみると、すでに述べた卸売業に比べ、小売業においては一層小規模零細である。すなわち、1982年一店当たり年間平均販売額は約2,333万ウォンにすぎず、一店当たり平均従業員数は1.7人で、従業員2人以下の小売商が92.6%であり、20人以上の規模のものは1,051店でわずか0.2%にすぎない。

韓国小売商業の一店当たり平均従業員数が1.7人ということは、小売商業の大部分が労働力の供給源を主として家族に求め、生業的段階にとどまっていることを意味している。従ってこのような小売商業では事業と生計の区別も明確ではなく、多くの場合、事業のおこなわれる場と生活のおこなわれる場の物理的区別さえ不明確である。

このような流通機構の零細性(特に卸売機構の零細性による卸売機能の低位)は複雑で多段階の流通経路をもたらす要因になっている。

### (3) 伝統的在来市場の存在

韓国流通構造のもう一つの特質は、地方において露店と移動商人を中心とする原始的な定期市場が流通の主役を演じ、都市においても伝統的な在来市場(特に在来常設市場)が取引量、消費者利用頻度からみていまだに最も重要な位置を占めているという点である。

定期市場は地方に広く分布しており、農村地域の生活に深く根を張っている。韓国商工部の「全国市場・百貨店現況、1979」によると1979年12月現在韓国全体の在来市場数は1,691カ所で、このうち常設市場が766カ所で45.3%、定期市場が925カ所で54.7%を占めている。このなかで在来常設市場の分布状態をみるとソウルが330カ所で43.1%、釜山112カ所で14.6%でソウルと釜山を合わせると57.7%でその過半数以上を占め、大都市においてその比重が高い。

表7 市場の月平均販売額、商品在庫額、商品回転率（1977年8月）

(単位：千ウォン)

| 区分               | 全国               | 地域別            |                  |              | 規模別          |              |                | 公私設別         |                  |
|------------------|------------------|----------------|------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|------------------|
|                  |                  | ソウル            | 三大市              | 其他市          | 100店未満       | 100~300店未満   | 300店以上         | 公設           | 私設               |
| (解答者数)<br>月平均販売額 | (1,521)<br>1,036 | (627)<br>1,417 | (1,089)<br>1,149 | (432)<br>750 | (476)<br>737 | (425)<br>769 | (620)<br>1,447 | (197)<br>603 | (1,324)<br>1,100 |
| (解答者数)<br>商品在庫額  | (1,490)<br>932   | (623)<br>980   | (1,070)<br>935   | (420)<br>923 | (463)<br>632 | (427)<br>820 | (600)<br>1,236 | (192)<br>677 | (1,298)<br>969   |
| 商品回転率<br>(回)     | 1.11             | 1.45           | 1.23             | 0.81         | 1.17         | 0.93         | 1.17           | 0.89         | 1.14             |

資料：大韓商工会議所『在来市場の現況と誘導方向』1978

1977年8月現在，在来常設市場の店舗の販売額をみると全国一店舗当たり月平均販売額は103万6,000ウォンであり，一店舗当たり売場面積は全国平均20.4m<sup>2</sup>（1983年4月末現在の商工部統計）で小規模零細な店舗で構成されている（表7参照）。

地方の定期市場は農産物の集荷と分散という2つの機能を兼ねており，農民の日常生活面だけでなく，国民経済的にも，工産物と農産物の交換場所として重要な機能を果たしている。

#### （4）卸・小売機能の未分化

韓国流通機構の後進的特質の一つとして卸・小売機能の未分化が挙げられる。すなわち，同一店舗での卸・小売兼業率が極めて高い。

まず在来常設市場は，その立地，規模，商品構成，取引慣習などによって機能の差異はあるが，住宅地近隣の大部分の市場は食品類，衣類，日用雑貨などの生活必需品を一般消費者に販売する小売市場である。大都市中心部に位置する一部大規模の市場は卸売をも一緒に行っている場合が多い。

表8で示すように大部分の市場は小売市場で，小売比重が9割以上である市場が86.0%で一番多く，小売比重が5割未満の市場は3.0%にすぎず，小売取引が絶対的に高い比重を占めている。換言すれば，卸売比重が5割以上の市場が3%であり，これは大都市の大規模市場であると思われる。

一般卸売業（工產品）の卸・小売兼業率は表9で示すように極めて高く，全業種で76.8%を占め，

表8 小売比重別市場数分布

(単位：%)

| 小売比重 | 10%未満 | 10~30%未満 | 30~50%未満 | 50~70%未満 | 70~90%未満 | 90%以上 |
|------|-------|----------|----------|----------|----------|-------|
| %    | 1.3   | 0.4      | 1.3      | 3.8      | 7.2      | 86.0  |

資料：大韓商工会議所『在来市場の現況と誘導方向』1978.

表9 一般卸売業（工產品）の機能別構成

(単位：%)

| 機能別<br>業種別 | 専門卸売業 | 卸・小売兼業 | 計     |
|------------|-------|--------|-------|
| 飲 食 品      | 60.0  | 40.0   | 100.0 |
| 繊維・衣類      | 11.8  | 88.2   | 100.0 |
| 履 物 類      | 20.0  | 80.0   | 100.0 |
| 文 具 類      | 12.5  | 87.5   | 100.0 |
| 紙 類        | 14.3  | 85.7   | 100.0 |
| 自動車用品      | 25.0  | 75.0   | 100.0 |
| 塗 料        | 25.0  | 75.0   | 100.0 |
| 建・資材類      | 25.0  | 75.0   | 100.0 |
| 鉄 鋼        | 21.4  | 78.6   | 100.0 |
| そ の 他      | 16.7  | 83.3   | 100.0 |
| 全 業 種      | 23.2  | 76.8   | 100.0 |

資料：韓国産業開発研究所『流通構造改善基本対策方案調査研究』1979.

表10 代理店の機能別業種別実態

(単位：%)

| 機能別<br>業種別 | 専門卸売業 | 卸・小売兼業 | 小売業  | 計     |
|------------|-------|--------|------|-------|
| 飲・食料品      | 50.0  | 50.0   |      | 100.0 |
| 繊維・衣類      |       | 25.0   | 75.0 | 100.0 |
| 履物類        | 75.0  | 25.0   |      | 100.0 |
| 家電製品       | 4.5   | 31.8   | 63.7 | 100.0 |
| タ イ ャ      | 16.7  | 83.3   |      | 100.0 |
| 自動車用品      |       | 71.4   | 28.6 | 100.0 |
| 石油ガス       |       | 20.0   | 80.0 | 100.0 |
| 塗 料        | 7.7   | 92.3   |      | 100.0 |
| ガラス        | 66.7  | 33.3   |      | 100.0 |
| 建・資材類      | 13.8  | 79.3   | 6.9  | 100.0 |
| そ の 他      | 13.0  | 60.9   | 26.1 | 100.0 |
| 全 業 種      | 22.5  | 52.0   | 25.5 | 100.0 |

資料：韓国産業開発研究所、前掲書、1979.

専門卸売業はわずか23.2%にすぎない。

表10で示すように、家電製品、家具などに代表されるメーカー系列の代理店の専門卸売業は全業種で22.5%にすぎない。繊維・衣類・自動車用品・石油ガスの業種は専門卸売業は皆無であり、繊維・衣類、家電製品、石油ガスの業種は小売業比重が極めて高い比率を示している。

### III 韓国流通構造の停滞的特質の規定諸要因

すでに述べたように韓国流通構造の特質である4つの点がそれぞれ関連しあって韓国流通合理化・近代化の遅れをもたらしている。韓国流通構造は解放後今まで約40年間必要な変化を容易に受け入れようとはしなかったのである。

我々はこうした韓国流通構造の停滞性と対決しなければならない。そこで問題はまず停滞性の原因を探ることである。この作業なしには韓国流通近代化のための有効な方策は期待しがたい。

韓国の流通機構はその内部で継続的な変化を繰返しながらも、構造的には革新的な変化がみられず今日に至っている。この革新性（停滞性）の原因はどこにあるのであろうか。この問題についてI・II節の内容を受け、その要因について検討する。

#### 1. 社会経済的構造要因

##### (1) 李朝時代の商業抑圧政策

李朝時代の基本的商業政策は抑圧政策であったといえる。李朝王朝の成立とともに地方の行商活

<sup>21)</sup> 動は行状制度により規制され、都市商業も市塵商業に限定された。その上に李朝王朝政府は民間人の外国進出を禁止したので民間人は<sup>22)</sup> 外國貿易を一切行うことができなかつた。

高麗時代に続き李朝時代においても「禁錮法」といって両班は商工業に従事すると本人はもちろん、ある程度まではその子孫も官界進出が抑制されるので、教育を受けた学識ある両班層が商業に従事することはできなかつたのである。ここで重要なことは士農工商といつて商業が賤業視され社会的生産力を重視する儒教の哲学によって商人は最低の身分にランクされたことである。商人は社会的に生産的でないと考えられたため、商人は社会的蔑視と屈辱を長く忍ばなければならなかつた。現代の韓国の流通機構の構造的特質を特徴づける決定的な刻印を残すことになったのである。

#### (2) 歴史的背景による不安定性

韓国の商業は安定した基盤の上で持続的に成長することができなかつたのである。すなわち韓日合併後には商業自体の発展はみられたが、実際に商権支配をしたのは日本人であり、韓国人は流通機構の底辺に位置することを余儀なくされた。解放後日本商人たちの退去により、流通機構の上部に位置していた大多数の卸・小売商が閉鎖され、また朝鮮戦争を契機に、多くの商業が廃業或いはその基盤を失った。第2次大戦、解放、朝鮮戦争を通じて商品供給は円滑に行なわれず、時には時場機能が麻痺したので、商業は安定的かつ順調に発展することができなかつた。

#### (3) 商業資本蓄積の貧弱と他産業への流出

商業資本の形成が不振であっただけではなく、蓄積された商業資本は他部門に流出し、近年に至るまで近代的流通機関への進出が遅れたのである。

小売業からの資本流出が頻繁であった理由は、まず第1に、卸・小売業の機能が分化されていかなかったために、小売業がある程度成長すると卸売を兼ねるようになり、そして卸売業に転換し、次には貿易業、製造業に進出する傾向が強かったのである。第2に国内生産構造の特性や消費構造の後進性に規制され、小売商業の成長に限界を感じた商人たちは進んで業種転換を行つたのである。第3にすでに述べたように伝統的に商業を賤業視する傾向が底辺にあり、特に小売商業は零細であるという意識が国民に強く残っているため、小売商業の社会的地位が低かったからである。第4に製造業中心の韓国経済政策を挙げることができる。特に1960年代に入ってからは増産・輸出・建設という政府の施策により、政府の財政・金融政策と国内資本が生産部門に集中され、国内商業部門に対する投資活動が低調であったため、商業は製造業や貿易業に比べて成長が遅れたのである。

#### (4) 生産機構の零細性と消費水準の低位性

1960年代に入るまでは工業化が達成されず、また産業構造は主に一次産業依存的な経済構造を脱

21) 行状といふのは通行証の意味で、地方出入する行商にその地方の官吏が発給する。いつから実施されたかは明らかではないが、この行状制度を使用したそれ自体が行商活動の制限を意味する。

22) 姜萬吉『朝鮮後期商業資本の発達』高麗大学校出版部、1973、pp. 5—7

皮できず、国民所得は低位であった。農村人口は全人口の大多数を占めているのに比べて、限定された土地と所有の不均衡により、農民は窮乏生活を余儀なくされる一方、都市失業者の存在は賃金水準の低位性を招来し、その賃金は衣食住の基本的必要を充当するための最小の水準にとどまっていた。このような国民所得水準の低位により、大規模小売店の存立基盤が形成されていなかったのである。現在も地方で商品購買は主に伝統的な定期市場に依存しており、消費購買力の貧弱は大規模小売店の出現可能性を否定する大きな要因の一つである。

#### (5) 余剰労働力の流入による零細店の過剰現象

小売商業部門は余剰労働力の吸収部門としての役割を果たしてきた。小売商業への参入は比較的容易なところから未熟練労働者の相当部分はこの分野で吸収されたのである。即ち、解放後経済の再編成過程で発生した莫大な数の失業者は零細商業分野へ流入していった。また、従来のように社会階層間の移動が少なく、家業が継承される閉鎖的社会から、次第に、西欧化された開放的社會に移行するにつれ職業の貴賤意識が薄れていった。そのために職業間移動が活発になり、商業部門への流入現象が促進された。このような現象は結果的に、購買力に比べて、零細小売店の過剰現象をもたらした。これは商業分野の産業としての発展において制約的要因として作用してきたのである。

#### (6) 全国市場の未発達

韓国は60年代に入るまで工業化の進展が遅れた。従って、市場需要に応じるため、小生産業者が乱立し、施設と技術の不足のために絶対供給量が不足した。市場は小生産業者とそれに対応する零細商人によって維持される断片的な地域市場に分割され、商品も多様化されていなかった。

1960年代に入ってから工業化の進展とともに次第に家電製品の一部などを中心にして全国市場を対象にした全国商品が普及するようになった。現在においても業種によっては、例えば生鮮食料品、繊維・衣類、家具、金物などを中心にした業種はロカル性の強いマーケットであり、卸売発展の一つの阻害要因であろう。

#### (7) 卸・小売機能の未分化

これは、分業の能率とマーケティング効率低下という面で問題になるだけでなく、それと同時に流通体系及び秩序の乱れ、流通経路の複雑多岐性、価格面における垂直的価格体系の乱れ、乱売による価格の安定性の喪失などの多くの問題点を生み出している。

#### (8) 系列化による流通業の成長と競争の制限

メーカーの流通系列化政策により健全な商業資本の蓄積及び流通段階での自由な競争が制限されてしまった。これは韓国流通産業の発展を停滞させた主要な要因の一つである。

1960年代に入ってからのメーカーの流通系列化は生産や情報・輸送などにおける技術革新とともに、韓国経済の高度成長を可能にし維持するうえで大いに貢献したのであり、同時に流通過程を直

接および間接的に合理化・近代化することでも役立ってきたのである。

流通系列化を検討する場合、この制度のもつ歴史的性格と技術的側面を分けて考える必要がある。前者に焦点を合わせれば、ほぼ独禁法の見解が当を得ており、流通系列化はお役御免になろうが、後者の立場からみると流通系列化のメリットが強調されることになる。<sup>23)</sup>

しかし、経済の高成長の現実といふいわば国策がある程度達成された現在、消費者ニーズの多様化、個性化の進行、純粹な商業資本の育成、自由競争などの観点から阻害要因として作用している。<sup>24)</sup>特にメーカーの資本投資による系列化（例えば百貨店の上位3社＜新世界百貨店は三星系列、ロッテ百貨店はロッテ系列など＞は財閥メーカーの資本による流通機関の設立の例である）は1980年代に入り、目立つのである。また一部では流通業自体より不動産投機の目的でデベロッパーとして開発差益追求、店舗賃貸料、商店街分譲に伴う利益など不動産側に关心を持ってショッピング・センター、商店街などに投資する傾向もある。

例えば、産業資本による系列化では、系列の主体となるメーカーの商品が優先的に扱われ、消費者の選択の幅の限定、競争制限、中小商業の活動分野の縮小、純粹商業資本の育成などの社会経済的な多くの問題点があり、今後の韓国流通近代化の方向づけに重要な意味を持つのであると指摘して置きたい。

## 2. 流通政策に関する要因

政府の流通部門に対する政策的欠如を挙げることができる。解放以後政府は一貫して製造業中心の経済政策を展開し、流通部門に対してはほとんど関心をみせていないかった。例えば、すでに述べた「市場規則」を基礎にして制定された市場法は改正されるまで長い歳月の経過とともに時代に合わなくなり多くの問題点が提起されてきたにもかかわらず長期間にわたって放置してきたのは政府の無関心と流通政策の欠如を端的に示してくれるものである。<sup>25)</sup>

その結果、産業発展に伴う近代的流通機能をはたす具体的な内容が規定されなかつたので結果的に市場は一定の建物と土地を確保した状態で不動産賃貸業の形態で放置されてきたのである。また市場法が改正されるまでは百貨店、ショッピング・センターなどの近代的小売機関の定義がなされていなかったことは前近代的な経営を脱皮できない商店（主にスペース賃貸業型）が百貨店の名称をつかうなど、小売業態の不明確化をもたらした大きな原因の一つである。

23) 浅井慶三郎「独禁法にもとづく流通系列化規制とフランチャイズ・システム」『マーケティングジャーナル』1981, 1, pp. 93—94

24) 三浦功・木綿良行・懸田豊・三村優美子『変貌する流通とマーケティング・チャネル』（流通問題研究協会編）、税務経理協会、1984, pp. 171—172

25) 市場法は1961年8月31日に制定され、主に在来市場を規定しているが、これにより露店小売市場、定期市場、常設市場が規定された。1981年12月31日の改正により、初めて、卸売市場、一般小売市場、百貨店、ショッピング・センター、大型店の業態別定義が規定されている。

在来市場・百貨店などの不動産賃貸業的形態の脱皮とともに意識構造の改革、その整備は今後の大大きな課題である。

韓国流通政策の展開を期間別に大別すれば第1に1960年代後半までの流通政策不在期、第2に1970年代の断片的流通政策展開期、第3に1980年代以降の総合的流通政策展開期に区分することができる。韓国において流通近代化の問題が政策に反映され始めたのは1970年代に入ってからである。政府の問題意識、流通政策の推進は非常に遅れたのである。主な施策としては1970年代初期にスーパー・マーケットの育成（金融支援など）、中半にはVCの助成などである。

すでに述べたように1980年代に入り、韓国政府は流通政策の整備を推進しているが、しかし、中小商業対策の確立、流通政策の体系的統合化、流通情報システム化、流通企業の国際化に対する自衛策、流通活動に伴う公害の防止、失業者対策など多くの問題が山積している。

#### IV 韓国流通経路の現状と改善モデル

韓国において、卸売機能向上が流通合理化の有効の方策であると思われる。すなわち、卸売商<sup>26)</sup>（具体的には必要専門卸売商）の育成は社会的流通コストをダウンさせ、生産者・小売業者・消費者に有効な役割を果たすであろう。

韓国卸売の機能強化と関連して理論的背景を明らかにするために、卸売段階の存立意義に対して検討が必要であろう。<sup>27)</sup>しかしここでは紙幅の関係上、卸売段階の存立根拠を説明する代表的原理をあげるだけにとどめる。それは、即ち取引総数最少化の原理（the principle of minimum total transactions）、集中貯蔵の原理（the principle of massed reserves）、市場接近の原理（the principle of proximity）がある。以上の原理のゆえに、理論上では卸売業者の介在する場合の方が社会的流通コストは少なくなり（その主な理由の一つは社会的分業に求められる）、卸売業者は社会経済的に貢献しており、その存立意義があるのである。

ここでは前述の構造的特質・停滞性の規定要因の分析・検討をふまえ、卸売経由型である繊維・衣類、代理店主導型である家電製品の二つの業種の流通経路をとりあげ、検討し、その改善モデルを提示する。

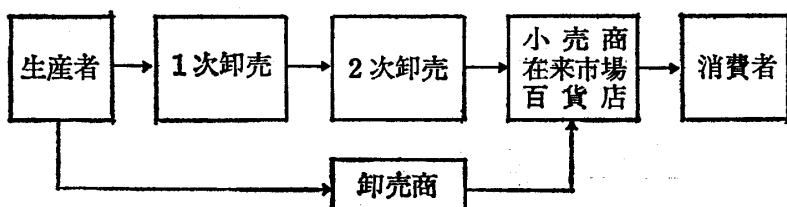
繊維・衣類の流通経路は図1で示すように卸売経由型であり、卸・小売兼業率が極めて高く（表

26) 西澤脩『流通コストに挑む』日本実業出版社、1973、pp. 18—21  
江尻弘『流通論』中央経済社、1979、pp. 171—172

27) Margaret Hall, *Distributive Trading* (London : Hutchinson's University Library, 1951) p. 80  
Thomas A. Staudt, Donald A. Taylor, *A Managerial Introduction to Marketing* (New Jersey : Prentice-Hall, 1970) pp. 265—268

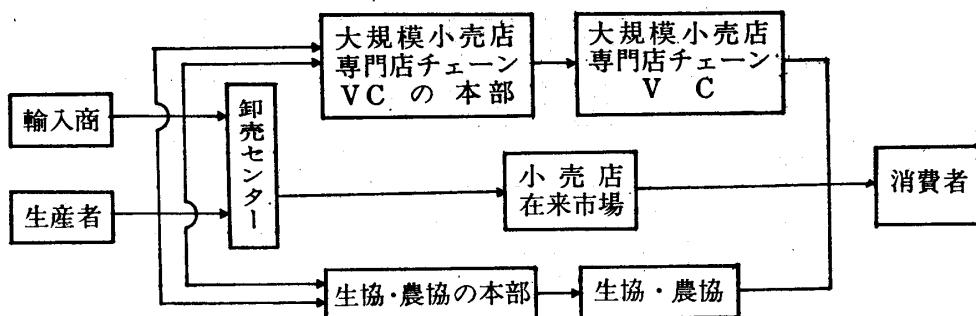
図1 卸売経由型流通経路（織維、衣類、紙類、雑貨など）

&lt;現在の流通経路&gt;



資料：韓国産業開発研究所、前掲書 PP. 493—494

&lt;改善モデル&gt;



9 参照)，専門卸売業の未発達の業種である。この業種はマーケットのローカル性が強い。その対策としては全国流通網つまり、全国マーケットへの体制の強化とともに、卸・小売機能の分化の促進と専門卸売業の育成が重要である。メーカー側ではブル戦略とチャネル育成が要求され、消費者ニーズの多様化・個性化にマッチするため、流通段階では特に卸売業の育成、合併・統合による集中化、大規模化、専門化が必要である。また商品開発・情報提供・物流機能を含む卸売機能の強化及び拡充とその共同化による全国的マーケットの形成が一層肝要であろう。

家電製品の流通経路は図2で示すように、強力な代理店主導型の流通経路である。家電製品の代理店の専門卸売業はわずか4.5%にすぎず、卸・小売兼業が31.8%，小売は63.7%で小売の比率が極めて高い（表10参照）。

代理店に代表されるメーカーの流通系列化についてはすでに述べたように、韓国高度成長及び維持に大いに貢献してきたと評価できる。しかし消費者の選択の幅の限定、競争阻害、流通経路のメーカーごとの固定化、独寡占体制の維持・強化のための手段など多くの問題点を包含しており、現時点での評価するかぎり、この制度の与える社会・経済的效果はデメリットのほうがメリットをオーバーすることになろう。

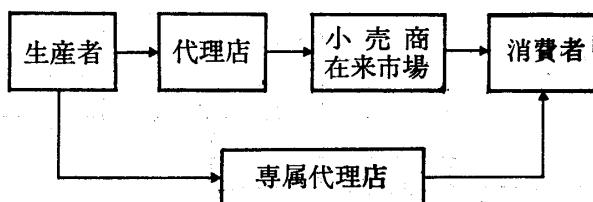
家電製品の分野ではメーカー系列の代理店によってかなり卸売機能が果たされている。この分野

28) 小宮隆太郎・竹内宏・北原正夫「家庭電気」『日本の産業組織Ⅰ』（熊谷尚夫編）中央公論社、1973, pp. 74—75

吉村壽「独占禁止政策と小売流通」『現代の流通政策』（久保村隆祐・吉村壽編）千倉書房、1984, pp. 90—94

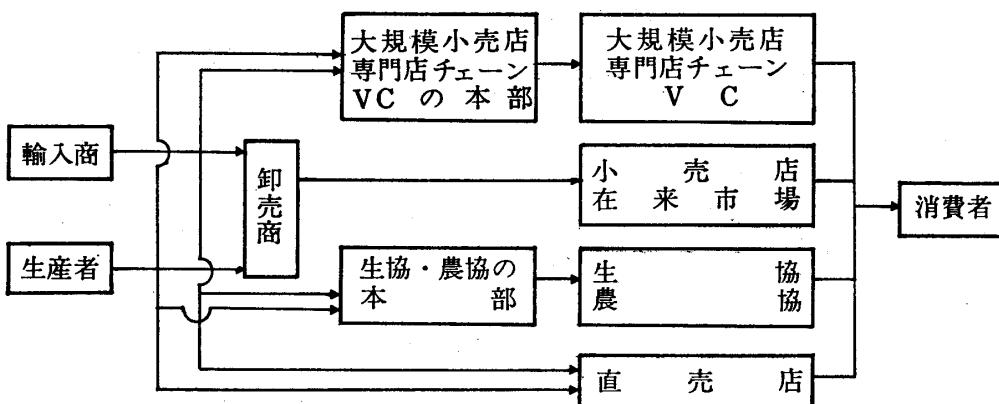
図2 代理店主導型流通経路 (TV, 冷蔵庫などの家電製品)

&lt;現在の流通経路&gt;



資料：韓国産業開発研究所、前掲書 p.493

&lt;改善モデル&gt;



では、卸売の全国ネットワークを形成するよりはむしろ専属代理店を徐々に減少させ消費者ニーズ（選択の幅、情報提供など）にマッチできる併売チャネルを育成しなければならない。当然百貨店などの大規模小売店・VC・生協の有効性が発揮できるチャネルの整備・改善が必要である。

## 結 び

本稿においては日米との比較視点に立って韓国流通機構の特質・停滞性の規定要因の解明に焦点をあて、そこにおける基本的課題を検討しその改善の方向性を提示した。内容から明らかのように韓国流通構造には多くの後進的要素が残され、生産セクターと消費セクターが円滑に橋渡しきれず、経済成長の阻害要因として作用している。

そこで韓国流通合理化・近代化を進めるためには、分析・検討の結果、明らかになった停滞性の規定諸要因の除去及び改善と並んで卸売機能の強化、卸・小売機能の分化、在来市場の整備を含む流通構造の再編成が必要である。

本稿で提示した併売システムの重要な一要素である大規模小売店についてみると、最近その成長、チェーン化の進展は目立つが、それは大都市中心にした部分的な変化であり、いまだに伝統的在来市場が流通の主役を担っており、消費者ニーズの多様化・個性化の進行にマッチしていない。

したがって、地方をも含めたより全国的規模での併売システムへ向けて政府の政策が体系的に施

付表1 円とウォンの対ドル為替レートの推移

(年平均)

| 年度別<br>区分 | 1968   | 1969   | 1970   | 1971   | 1972   | 1973   | 1974   | 1975   | 1976   |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 円 (A)     | 360.55 | 358.37 | 358.07 | 347.86 | 303.17 | 271.70 | 292.08 | 296.79 | 296.55 |
| ウォン(B)    | 276.65 | 288.16 | 310.56 | 347.15 | 392.89 | 398.32 | 404.47 | 484.00 | 484.00 |
| (B/A)     | 0.77   | 0.80   | 0.87   | 1.00   | 1.30   | 1.47   | 1.38   | 1.63   | 1.63   |
| 年度別<br>区分 | 1977   | 1978   | 1979   | 1980   | 1981   | 1982   | 1983   | 1984   |        |
| 円 (A)     | 268.51 | 210.44 | 219.14 | 226.74 | 220.54 | 249.08 | 237.51 | 237.52 |        |
| ウォン(B)    | 484.00 | 484.00 | 484.00 | 607.43 | 681.03 | 731.08 | 775.75 | 805.98 |        |
| (B/A)     | 1.80   | 2.30   | 2.21   | 2.68   | 3.09   | 2.94   | 3.27   | 3.39   |        |

資料: IMF., IFS, Supplement on Exchange Rates, No. 9, 1985

行されることが望まれる。また伝統的在来市場については立地の優位性と大きな顧客吸引力を生かした上で、近代的な経営ノウハウを指導・教育することによって、「ショッピング・センター・専門商店街」へと統合して行くことが必要であろう。

(付記) 本稿の執筆に当たり、貴重な御助言を授けて下さった慶應義塾大学商学部浅井慶三郎教授に心から感謝致します。

〔商学研究科博士課程〕