

「のぞいてみよう 流通の世界」-1 目の前に広がる流通の世界

流通科学大学商学部 向山雅夫

流通の世界は、実は私たちの生活そのものです。頭のなかで、ちょっと街歩きをしてみてください。

駅前にある果物屋さん。たくさんの種類のフルーツが並んでいます。中には、見たこともない珍しいものも。通りの反対側には、マクドナルドとツタヤ。本屋の並びには、予備校と専門学校もあります。信号を渡ると、角にはコンビニエンス・ストアがあって、ちょうど横付けされたトラックから商品が降ろされています。その隣は喫茶店で、そのまた隣は歯医者さん。通りのずっと先には、百貨店が見えます。そのあたりにはオフィスビルも多くて、銀行や証券会社が入っています。ビルの屋上には、Panasonic とか SONY とか、皆さんもよく知っている会社の看板も目につきます。

建物ばかりでなく、道ゆく人も観察してみましよう。ギャル系ファッションの女の子に、大人っぽくエレガントなコンサバ系のお姉さん。向こうからは、可愛い赤ちゃんをベビースリングで抱っこしている若いお母さんが歩いてきます。赤ちゃんは背中におんぶだったのにね、昔は。スマホから Bluetooth 対応ワイヤレスヘッドセットで音楽聴きながら歩く姿は、今はもう若者だけでなくお父さんたちにも。通りをゆく人びとにお姉さんが差し出すティッシュの広告は、消費者金融それとも居酒屋？ そろそろランチタイムが近づいて、お弁当屋さんが露店の準備をはじめています。

図表-1 駅前の繁華街



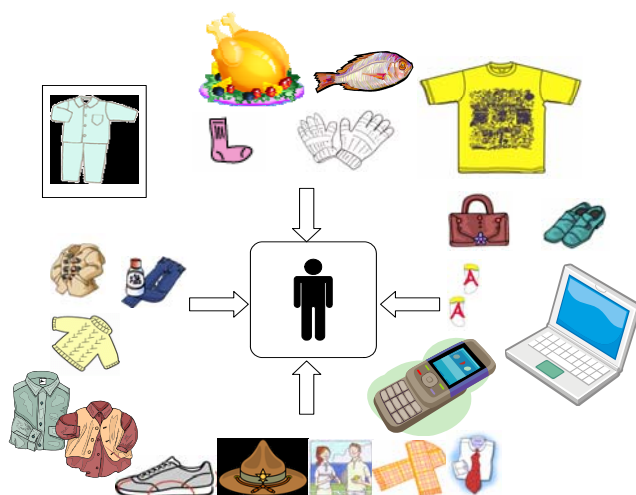
いま、駅前を歩きながら見てきたもの。そのすべてが、流通の世界に関わっているものばかりです。

お客さんの立場から考えてみましょう。私たちは、いろいろな商品を使いながら生きています。通りを歩くには靴を履かないといけないし、服も着なければなりません。カバンも、本もペンも、ハンカチも、その他いろいろな身の回りのものが必要です。お腹が減ったらオムライスが食べたいし、スパゲティにしたい時もある。それを作るには、卵やお米やミンチ肉が必要となります。

でも、生きるためにこれだけでは十分でないということは、理解できると思います。学生さんであれば、将来のために勉強する場所として大学が必要ですし、勉強するためには本やインターネットも不可欠です。気晴らしに映画館やボーリング場にも行きたいし、バイトやデートの情報を得るための雑誌も読みたい。ビデオを借りるレンタルショップも、旅行するための旅行会社も、病気になった時のお医者さんも、お金を預ける銀行も…。

生きるためには、靴やカバンのような目に見える商品だけではなく、学校・映画・雑誌・医療などのように、形はないけれども役に立つサービスや情報といったものも必要となります。ここでは、分かりやすくするために目に見える商品について話を進めましょう。皆さんは、生きていくために不可欠なものとして、どれくらいの種類の商品が必要としていますか。ちょっと数えてみてください。

図表-2 生活に必要なたくさんの商品群



衣・食・住の「衣」にかかわる商品だけでも、着るものから履くものまで、さまざまなアイテムが必要です。しかも、たとえばスーツにしても、1着あれば十分というわけではありません。春夏用の薄手のものと秋冬用の厚手のもの、カジュアルなタイプやフォーマル・スーツ。生地の色や柄の好みによっても、何種類ずつか欲しいところです。衣料関連の商品全体では、もっと多くのものが必要でしょう。これに食・住関連の商品を加えると、家の中には膨大な数のものがあふれていることになります。

さらに、皆さん個人でこれだけたくさんの種類の商品が必要とするだけではなく、人によってもそれぞれ必要とする個々の商品が異なっている、ということも重要です。友人と会った時、自分とまったく同じ服を着ていたとしたら、なんだか面白くない気分になることでしょう。私たちは、ほかの人と同じものを身に着けることはできれば避けたいと思うものです。その結果、流通の世界においては、想像もつかないほど多種多様な商品が人びとから求められるということになります。

コラム-1 「消費者と生活者」

商品やサービスを使う私たちは、みな「消費者」です。それに対して、単に消費するという行為だけでなく、生きていくために自ら考え行動する存在としての「生活者」という言葉が用いられることもあります。

では、これほどの商品を、いったい誰が生み出すのでしょうか。それもまた、流通の世界で活動する人びとが行なうことです。

スーツの例で考えてみましょう。もともと、スーツは仕立て職人が1着1着、お客さんの体型に合わせて作る特注品でした。しかし、ひとりの職人さんが作ることのできるスーツの数はそう多くはありませんし、手作りなので高価なものになります。

その後、日本人の生活が洋風化するにつれて、スーツに対する需要が増えていったうえに、多様なスーツが求められるようになっていきました。こうしたことに対応するため、大きな規模でビジネスを行なう紳士服の製造業者が現れてきます。一人ひとりのお客さんにそれぞれオーダーメイドの商品を仕立てるのではなく、スーツの標準的のサイズをいくつか設定し、それを工場で大量に生産することで価格を引き下げ、増大する需要に対応しようとしたのです。

さらに、こうしたビジネスが成長してくると、それに魅力を感じて紳士服の製造を行おうとする企業も増え、競争が激しくなっていきます。それぞれの企業は、ライバルに勝つために少しでも良い商品ができるだけ安く作ろうとすることでしょし、お客さんが好む商品や流行にマッチした商品を生み出そうとするでしょう。

図表-3 紳士服の仕立て職人



こうした「マーケティング」と呼ばれる活動を多くの企業が行なうことによって、私たち消費者には多種多様なスーツを手に入れることができる可能性がもたらされます。しかし、実はこれだけでは、多くの人びとがそれぞれ思い思いのスーツを着ることができるというわけには、残念ながらいかないのです。まだ、ほかに重要な存在が欠けています。

コラム-2 「製造業者と生産者」

一般に、商品を作る企業のことを「製造企業」あるいは「製造業者」と呼びます。このほか、「作る人」の直訳である「メーカー」という呼び方や「生産者」という言葉もほぼ同じ意味で用いられます。

スーツのことについて素人である消費者は、たとえお気に入りの商品があると気づいても、それを作っている紳士服の製造業者が何という名の企業であるのか、まったく知識がないかもしれません。そのスーツがいくらするのか、さらにそれをどこに行けば実際に見たり買ったりすることができるのか、といったことも分からないかもしれません。そもそも、そのスーツをつくっているのはイギリスの企業で、日本では見ることも買うこともできないかもしれません。せっかく欲しいと感じた商品でも、これでは実際に買って身に着けることはできませんね。

こうした問題を解決するのが、小売業者や卸売業者です。実際に皆さんが、スーツを買おうとすればどこに行きますか。ある人は百貨店に出かけるでしょうし、「AOKI」や「はるやま」のような紳士服専門店をよく利用する人もいるでしょう。若者ならば、サイズとプライスの仕組みがユニークな「ザ・スーツカンパニー」がお好みの人も多いかもしれません。つまり、こうした企業が、私たち消費者の代わりに世界中から情報や商品を集めてきて、実際にそれらを提示してくれる役割を果たしているわけです。たとえ、ほしいスーツがイギリス製であったとしても、私たちはわざわざイギリスに行くようなことをせず、近所のこうしたお店を訪れることによって、希望の商品に出会うことができます。

図表-4 ザ・スーツカンパニー



出所;青山商事(株)より提供

このように、流通の世界には、商品を作る製造業者(あるいは生産者)、その商品をほしがる消費者、そして両者を結びつける卸売業者・小売業者が存在しています。言いかえると、これらの登場人物が揃ってはじめて、私たちは生活することができるのです。

そしてもうひとつ、注意が必要なことがあります。目に見える商品も、目に見えないサービス・情報も、私たちが生活する中でほしいと感じるものは多種多様であるわけですが、多くの人びとがそれぞれ求める膨大な種類のものを、ひとつの企業ですべて扱えるわけではない、という点です。

流通の世界では、それぞれの企業は独自の判断によって、それらのうちの限られたごく一部のものについてビジネスをしています。衣料品であれば、スーツ専門の製造業者、スポーツウエアに特化した製造業者、セーターのような編み物(ニット)商品に強い製造業者、といった具合です。サービスについても同様で、ゆったり休暇したいという旅行者向けのリゾートホテルもあれば、都心でくつろぐ人のためのシティホテル、お仕事で出張する人向けのビジネスホテルもあります。小売業者でも、百貨店は文字どおりたくさんの種類の商品を取り扱おうとするお店ですが、それでも世の中のすべてのものを揃えられるわけではありませんし、専門店やコンビニエンス・ストア、スーパーマーケットなどと同様に、それぞれ得意な分野があるわけです。

さまざまな企業や人びとが、お互いに密接に協力しあいながら、私たち消費者の生活を維持したり新しいものを創造したりする。これが、流通の世界です。

この本を読もうとしているみなさんは、学生です。いままで、流通の世界の中ではまだ生活をする立場としての経験しかなく、何かを生みだしたり企業や人同士をつなげたりする活動をしてきたわけではありません。これからこの本で、流通やマーケティングが自分たちの生活にひろく関わっているのだ、ということに気づいてください。そして、将来は流通世界の大空へと羽ばたき、人びとの生活に貢献する存在になっていただきたいと願います。それでは、学びのスタートです。

コラム-3 「自給自足」

大昔、人びとが自給自足で暮らしていた時代は、必要なものを自分で作って自分で使うのですから、ひとりで生産者と消費者の役割を果たしていたこととなります。当然、流通の世界は存在しません。