

[特集]

流通業の展望

商業統計によると、“価格破壊”が流行語となった1994年以降、卸・小売業の年間商品販売額、事業所数は減少傾向が続いている。卸・小売業の集約化が進展し、消費者の低価格志向が定着しているかのようにみえる。しかし、ライフスタイルの個性化、多様化が進んだ近年の消費社会は、低価格一辺倒で説明できるほど単純ではなく、そこには複雑な購買行動が重なり合っている。

たとえば、価格比較サイトやネットオークションを活用、同価値でより低価格な購入機会を探索する購買行動がある一方で、個々人の価値観に合致するものなら、かなり高額な商品を購入する傾向も強い。また、使いこなすことが難しいデジタル家電の普及は、丁寧な説明力を要求し、量販店に価格では劣るメーカー系列店の復活へとつながっている。

このような環境の多様な変化をどのように捉え、地域卸売業・小売業はどのように展開していくべきか。今回の特集では、その方向性に資するべく3本の論文を取り上げた。

C O N T E N T S

- ボーダレス化の中での地域流通
石原 武政 ……P4~P7
- いま改めて問われる酒問屋論
高井 正信 ……P8~P11
- 中小商店のサバイバル
三浦 功 ……P12~P15