

## 2016年度 中央大学特定課題研究費 一研究報告書一

所属	商学部	身分	教授
氏名	佐久間 英俊		
NAME	SAKUMA Hidetoshi		

## 1. 研究課題

（和文）日本における製販のチャネル・パワーの考察

（英文）A consideration about channel power among manufacturers and retailers in Japan

## 2. 研究期間

1年間

## 3. 研究の概要（背景・目的・研究計画・内容および成果 和文 600字程度、英文 50word程度）

（和文）

概して1980年代以前の日本では製造業者がチャネル・リーダーの位置を占め、建値制度を敷くなど支配を確立してきたが、1990年代以降、激しい低価格競争が生じるもとで、いくつかの市場では小売業者が急成長を遂げチャネル・リーダーとなった。その一方で依然として製造業者が優位にある市場もある。本研究はこれらの市場の比較により、チャネル・パワーの源泉となる今日的要因は何か、パワーの移行が生じた市場では、何がいつ頃変化したため、そうした結果を生んだのかを解明することを目的としている。

本研究では、パワーの移行が生じたと思われる加工食品市場を中心に、大規模小売業者の支配の形態と、優位を占める条件を考察した。取引と資本の集積・集中を繰り返し独占資本となった大規模小売資本は、1) 法外な協賛金やセンターフィー、違法な従業員派遣、不当な値引き・買い叩き、過度の情報開示、不当返品などの形でパワーを行使していること、2) 政策面では独禁法の運用が緩いことが、そうしたパワーの行使を可能にしていること、3) パワーの源泉としては、①チェーン展開し商圈を拡大することによる取引規模の拡大、②情報化投資に基づく消費者のニーズや購買情報の把握、③PB商品の開発と生産情報の把握、④卸の中抜きなど経路短縮と費用削減、⑤流通センターの建設・運営などであることが明らかになった。これらの研究成果の一端は、木立・佐久間・吉村編（2017）ですでに公表した。

しかし、他の多くの市場の分析、とりわけ製造業者が支配力を有する市場との詳細な比較検討は、1年という短期間では十分に行えず、今後課題を残した。

（英文）

The sift of channel power from manufacturers to retailers took place after 1990's in Japan. But in some markets manufacturers still keep the power. The aim of research was to make clear the factors to generate the difference. Focusing on the processed food market mainly, I made it clear that (A) by using power large retailers require extraordinary sponsorship moneys, RDC fee, temporary workers, beating price down, information disclosure, returning goods to manufacturers, and (B) their power is based on increasing amount of transaction, getting information about consumers and manufacturing, and operations of RDC.