

<論 説>

商業政策の対象と主体について

—貿易政策とマーケティングとの関係において—

番 場 博 之

目 次

はじめに

I、戦前の商業政策理解

- (1) 貿易政策を軸とした商業政策理解
- (2) 現在に繋がる商業政策理解の存在

II、貿易政策と商業政策

- (1) 戦後の商業政策理解
 - ①商業政策の対象に関わる議論
 - ②国内商業政策と貿易政策の分離
 - ③国内商業の展開と商業政策研究
- (2) 振興—調整モデルと商業政策理解

III、マーケティングと商業政策

- (1) 商業政策の主体に関わる議論
- (2) 公共政策としての商業政策
 - ①公共政策とマーケティングの分離
 - ②学問領域の細分化と商業政策理解

IV、商業問題の変化と日本的商業政策

- (1) 日本的商業政策と振興—調整モデル
- (2) まちづくり政策への移行

おわりに

別添資料：商業政策を主題とした主な書籍（年順）

はじめに

「商業政策」の意味するところを明確に提示することは必ずしも容易なことではない。「商業政策」について、佐藤（1997）はその「内容とその学問的性格はいわば歴史的範疇に属する（p.66）」といったが、商業政策が何であるかという理解の仕方は多様で、とりわけ政策の対象や主体への理解は時代や論者によって大きく違っていた。

まず、現在に繋がる政策の意図からすれば、

それはおおよそ市場経済システムを前提にして、大規模商業者が登場し物流網が整備されていき、全国的な商品流通の展開が進んでいく明治期以降すなわち近代的な商業展開のなかでの商業活動をその対象としているものと理解できるであろう。その意味で、ここでの議論の俎上にのる「商業政策」は、大きく影響を受けてはいるものの明治期以前の商業に関わる政策とは区別されるものである。また、明治期以降でも戦時統制下の商業に関わる公的介入とはいった

ん分けて考えていく必要がある¹。

本稿では、商業政策通史研究の過程における資料の整理ノートという意味も含めて、そのような「商業政策」への理解の変遷を検討する。現在のわが国の商業政策は、競争政策を軸としながらも事業者間の規模間格差から生ずる問題の経済的な調整を盛り込んだ振興－調整モデルを経て、同様に競争条件の整備を前提に商業の振興を図りつつ商業と社会的な機能との間に生ずる問題の社会的な調整を主として意図する商業まちづくり政策を軸とする政策体系へと変化してきた。振興－調整モデルとは、商取引に関わる一般的なルールとしての競争政策、それを補完するかたちで振興政策と調整政策を設定するというものである²。振興－調整モデルにせよ商業まちづくり政策にせよ、そこでの商業政策が意味するものは、基本的に日本国内の主として小売業の活動に対する公的な介入である。しかし、そのような商業政策に対する理解は、必ずしも近代日本において当初から確立していたものではなかった。

稿末に掲載の別添資料は1990年代中頃までに出版された、商業政策に関わる代表的な書籍をリストアップしたものである。後述するように、「商業政策」がタイトルとなつての書籍が出現するようになるのは明治末期からである。商社が活躍し始め、大規模小売業である百貨店が登場するのもおおよそその時期であり、その意味で近代日本の商業の展開はすなわち商業政策研究の歴史であるともいえるのである。その後、第2次世界大戦の影響が強く残り出版事情が極度に悪化した一時期を除いて大正から昭和の頃には一定まとまって「商業政策」をタイトルに含む書籍が出版される。したがって、おおよそ、この頃には用語としての「商業政策」は少なくとも高等教育機関では広く使われるようになって

いたものと考えられる。しかし、そこでの商業政策の意図する内容は現在とはかなり違っていたし、その適用範囲は書籍によっても違っていた。

大枠において商業政策がどのように理解されてきたのかについては、既に各方面で示されてきたが、その経緯の検証は十分にはされてこなかった。本稿の目的は、そのような状況を受けて、これまでいわれてきた「商業政策」のとらえかたを具体的な指標を示して検証したうえで、わが国の近現代商業政策史という通史の視点から、振興－調整モデルに至るまでに「商業政策」という用語あるいは概念が意味する内容がどのように理解され把握されてきたのか（以下では、「商業政策理解」という）を時代区分して明らかにしていくことにある。そのような理解を確認することは、政策の評価基準を確認することでもあり、ひいてはわが国の商業政策の意義を明確にすることにも寄与すると考えるのである。また、わが国での振興－調整モデルという商業政策のスタイルの成立過程の解明に繋がると思うのである。

具体的な検討の作業としては、明治期から振興－調整モデルが完成したと考えられる1970年代頃までの代表的な商業政策についての文献を利用しながら、そこで示されてきた「商業政策」という用語の意味やその適用範囲の変化をみることで、商業政策理解の変化を検証していくことになる。直接的に課題とするのは商業政策の「対象」であり「主体」である。「主体」とは、商業政策を実際に中心となって運用・作用するもの、すなわち「誰が」ということであり、それに対する客体が「対象」であつて商業のなかのより具体的な作用を向けられる目標のこと、すなわち「何に」のことである。検証の主なポイントは、政策の対象（客体）としての貿易政

-
- 1 もっとも、明治期以降で戦時下でなくとも第2次世界大戦前は、競争を前提とする経済政策というよりも、それは国家の統制的な関与が強よいものであった。ここでは、国家統制が極めて強く働いた特殊状況下という意味で終戦直後も含む戦時統制下を議論の対象からはいったん外して検討していくという意味である。
 - 2 調整政策について、田島(1982)は「大企業と中小企業間の競争を可能ならしめるために、競争条件の補正(p.84)」をするものであって、保護政策と同一のものではないという。

策の位置づけ、主体としての個別の事業者の位置づけ、の2点である。

まずは、貿易やそれに関わる金融あるいは為替・関税などの問題を政策対象としてどのように位置づけてきたのか、すなわち貿易政策と商業政策の関係性の検討である。そのうえで、国家や地方自治体などによる公的な働きかけだけではなく、個別事業者の市場への働きかけを政策という括りで把握してきた経緯について考察する。個別事業者の市場への働きかけについては、「商い」の術あるいは営業や販売の技術といったものから、財務や人事などを一部に含むマネジメント、そして売れる仕組みづくりといったレベルまで多様であるが、特に詳細に相違点を説明する必要がない場合には、個別事業者による対市場対応という括りのなかに含まれるものという意味で「マーケティング」という表現で示すことにする。

なお、検証のために俎上にのるのは流通全体ではなく主に商業を対象とした政策であることから、ここでは特に「流通政策」という用語で説明する必要があるとき以外は「商業政策」という用語で統一的に論じていくこととする³。また、「貿易政策」という用語は貿易の理論を含むものとして使用している⁴。

1、戦前の商業政策理解

(1) 貿易政策を軸とした商業政策理解

まず第2次世界大戦前に「商業政策」の意味す

る内容がどのように理解され把握されてきたのかについて、その研究の変遷をたどりながら確認していこう。既述のように、近代日本での商業政策について取り扱う書籍が最初に発刊されたのは明治時代後期と思われる。最も初期の書籍と考えられる1つが、1895（明治28）年に発刊された岩村茂〈訳〉『商業経済論』である。ここでは、商業政策について、「内国商業政策」と「外国商業政策及び航業」のそれぞれを章として設定して論じている。また、河津暹（1902）の『商業政策』では商業に関わる公的介入を商業政策と定義したうえで、そのなかに生産政策と社会政策という視点を盛り込んでいる⁵。この2つの書籍に共通するのは商業にかかる公的介入をして政策としている点、貿易理論を含む意味での貿易政策を商業政策の中心的課題としている点である。また、関一・福田徳三の訳（1935）による『最近商政経済論』は、その附録の講演録において国内商業政策について商業教育にまで及ぶ記述をしているが、先の2つの書籍とその内容理解は同様の傾向にある

このような商業政策理解は、その後のわが国の商業政策研究の基本的なスタンスへと繋がっていくことになる。これらの書は共にドイツ語からの翻訳書であり、わが国の商業政策研究の基本的なスタンスがドイツの経済政策研究からの影響を強く受けてスタートしたことを示している⁶。

一方、翻訳書ではない日本語の初期の文献と

3 商業政策と流通政策の相違に関しては多様な見解がある。端的に言えば、政策の対象が商業か流通かということであるが、そもそもの「商業」と「流通」の理解も時代によってまた論者によって多様であった。本稿では、生産から消費までの商品の社会的な移転全体に関する公的な介入を流通政策とし、そのなかの狭義の商業者に関わる部分を商業政策としている。しかし現実問題として、これらに関する用語の使い方は、以前はまとめて「商業政策」という用語でのみ表していたことが多く、流通全体に関わる「流通政策」という用語が一般化していくのは流通システム化政策の登場のタイミングといえるから、そしてさらに流通政策とほぼ同義で「配給政策」という用語も使われることもあるから、用語の使われ方の違いは極めて時代的な問題であると考えらるべきであろう。

4 本稿では、できるだけ原文に沿ったかたちでの字体を使用しているが、一部で旧字体を新字体に改めて記載している。

5 凡例によれば、この著書は、ドイツのロストック大学エレンベルヒノ教授による著書の翻訳である。内容は、同教授が1899年にドイツのフランクフルト市においておこなった講演をもとにしている。

6 基本的に、本稿において「国内商業政策」という時、それは貿易政策との対比から日本における商業問題に対する政策という意味で使用しているが、それは決して日本において海外諸国の国内の商業政策が研究されてこなかったという意味ではない。

しては、以下の2つの書籍がまず挙げられよう。井上辰九郎(1909)『商業政策』では貿易政策のみを取り扱い、津村秀松(1911)『商業政策(上巻・下巻)』では上巻の冒頭で国内商業政策についてわずかに記述しているが、ほぼ貿易政策のみについて解説している。そのほか、二宮丁三(1923)『商業政策』、田中⁷(1924)『商業政策講義案(1・2)』、上田貞次郎(1930)『商業政策』、竹内謙二(1930)「商業政策」、上田貞次郎(1938)『上田貞次郎先生講義プリント 商業政策(全) 商大版』といったこの頃の文献の内容は、貿易政策にほぼ限定したものになっている⁸。

このうちの上田(1930)には、「商業政策と云ふのは、對外商業政策、即ち外國貿易に關する政策である(p.1)。「商業政策といへば、直ちに外國貿易政策のみを意味するやうな取扱ひ方が生じて来た(p.2)」と出てくる。また、上田(1938)⁹には、「商業政策トハ、對外政策即チ外國貿易ニ關スル政策デアル・・・(中略)・・・内国商業政策ニ於テハ商業ノ本質、種類、機能、發達等ガ主トシテ取扱ハレ、ソノ他商號、商標、博覽會等モ扱ハレテキル、之ニ對シテ外國商業政策ハ外國貿易ニ關スル制度ヲ取扱ヒ併セテ價格論ヲ取扱ツテキル、而シテ内国商業政策ニツイテハ主トシテ商業經營ヲ取扱ツタモノデアルガ、今日ニ於テハ獨逸ノソレヨリモ米國ニ於ケル配給論(Marketing)ヲ中心トスル進歩シタ研究、即チ市場組織論ガアリ、生産者カラ消費者ニ至ルマデノ組織ノ作用ヲ取扱フノデアルカラ商業政策ノ内国的ノモノハ寧ロ配給論ニ讓ツタ方ガヨイノデアツテ、コノデハ外國商業政策ノミヲ論ズルコトニスル(pp.1-2)」とあり、商業政策は基本的に貿易理論を含む貿易政策を意味するということ、一方でそのなかの国内商業政策の主体はそもそも個別の事業者であって、その市場との関りが国内商業政策であるが、その具

体的な手法の背景となる方法論はミクロのマーケティングに移行してきていると解説する。

また、上田(1930, pp.1-2)は、ドイツの経済学に大きく影響を受けて発展してきたわが国の経済学研究では、その影響から経済学を経済原則と経済政策に分け、経済政策を農業政策・工業政策・商業政策等に分けて、商業政策がさらに国内商業政策と外国商業政策に分かれるとする。そのうちの、国内商業政策は、国内外に関わらず商業の本質や形態を議論するものであるから、単にその政策という場合には外国商業政策すなわち貿易に関わる政策を意味するというのである。そして、また貿易政策をして商業政策と呼ぶのは、輸出入の大部分が商業上の取引であるから、古い呼称をそのまま使用しているためであるという。

おおよそ、戦前期での商業政策理解では商業政策は貿易政策を意味し、時としてそのほかに保険や金融についての論などを含めたものと理解されることも多かったといえる。また、国内の商業政策については公的介入ではなく個別事業者の市場への働きかけを意味するものであるという理解が比較的広く認知されていたことを確認しておきたい。

(2) 現在に繋がる商業政策理解の存在

しかし、戦前期の商業政策理解では「商業政策」はすべて對外商業政策であり、それは貿易政策なのであったと結論づけてしまうのは拙速である。それは、結果的に商業活動への関心が主に貿易に向けられていたからにすぎないともいえるからである。多くの著書で、国内における商業への公的な介入の存在自体は意識されていたことが確認できることから、また戦前期にはより具体的な国内商業に関わる政策が大きく論じられるほどには多数存在しなかったことも

7 田中貢(1932)の内容との類似性等から、執筆者は田中貢と推測されるが現物自体には執筆者のフルネームが記載されていない。

8 関一(1903)『商業経済政策』は、商業政策を経済政策の一分野としつつも、内容としては「内国商政」と「外国商政」を設定し論じており、それはいわゆる現代に繋がる商業論と貿易論であって、前者は公共政策を論じているわけではない。

9 この製本されたプリントは、上田(1930)をテキストとし、上田が大学にて講じた際の講義用のプリントである。

あって、その関心が貿易政策に偏っていたとする理解が正確であろう。そして、もう1つの理由は戦後の商業政策理解として一般化していくフレームワークでの議論が、多くはないが戦前にも一定存在したからである。この点について、具体的にみていこう。

戦前期にあって例外的とでもいえるのが、小林行昌(1922)『内外商業政策(上巻)』と田中貢(1934)『商業政策』、平野常治(1938)『商業政策概論(下巻)』巖松堂書店、そして向井鹿松(1938)『日本商業政策』である。

小林(1922)は、大正時代において国内の競争政策や産業組合、公設小売市場、広告、不正競争問題、チェーンストアにまで言及している、そして、その改訂版(1929)では、百貨店問題、商工会議所や商業教育についても論究している。問題を提示し、それに対する具体的な対応を示すという、政策検討のまさに定石といえる手法を用いている。また、田中(1934)は、その序文でわが国の商業政策の重心が、通商障害の除去と中小零細事業者の自立繁栄の2点にあるとした。そのうえで、商業政策を外国貿易政策と内国商業政策に分けて、後者において、その後の振興政策および調整政策に繋がる規模間格差に起因する中小零細事業者の問題や百貨店問題に言及するのである。

一方、平野(1938)では、商業従業者の問題、中小商業問題、百貨店問題、商店街や商業組合などについても言及している。また、向井(1938)は貿易政策についても論究するがその紙面の多くを国内商業政策に割き、とりわけ中小商業問題に多くの紙面を使い百貨店法にも言及しているのである。

このように、戦前の商業政策研究のなかにも国内の商業問題に対する政策を研究対象としているものが幾らかは存在するのである。それ

は、1900年代初頭にも一定の国内商業問題が存在していたことを意味している。関根(2004、p.306-307)は、幾つかの論¹⁰をもとに、近代日本の国内商業問題に対する政策の始まりをおおよそ1920年頃としている。また、川野(1996、p.147)は、明確な競争政策が存在しないことから振興-調整モデルにはなっていないが、振興政策と調整政策という商業政策の基本構造は戦前の段階で既にできあがっており、国内商業政策は戦前からかたちとしては既に存立していたとする。すなわち、戦前の商業政策理解の中心は貿易政策であったが、既に大正から昭和初期には一定の公的介入としての国内商業政策が登場しており、研究はなされていたということである。

この小林(1922)と田中(1934)および平野(1938)そして向井(1938)といった書籍のなかの国内商業政策のフレームワークが、現在に繋がるわが国の本格的な商業政策理解の始まりと考えてよいであろう。しかし、貿易政策を欠く「商業政策」の理解というのは、この段階ではなかったという点は注意すべき点である。

もちろんこれらあるいは一部は岩田(1941)などの文献においても登場するように、百貨店法(1937年)の成立を要求した中小零細事業者と百貨店との間に生じた百貨店問題¹¹や商店法(1938年)の成立を要求した従業者の長時間労働の問題などはあるものの、全国的な全体的傾向としては、この段階ではわが国の国内商業への配慮は個別の事案への個別の対応でおおよそ足りたことから、既述のように必然その関心が貿易に向けられていたと考えることができよう。その結果、大きな流れとしては、「商業政策」というのは貿易政策であるという考え方が主流であって、後述するようにその考え方は徐々に少数派とはなっていくものの1980年代頃まで

10 久保村(1982)、石原(1989)。なお、石原(1989、p.4)および石原(2000、p.256)では、公設小売市場の開設をわが国の流通・商業過程を直接対象とした最初の政策と評している。

11 そののちに成立する第1次百貨店法(1937)に関わる百貨店問題についての国会における議論は5年半に及んだ(丸山、1954、p.7)といわれる。このことから、小林(1929)はこの問題を取り扱った初期の著作といえるであろう。なお、第1次百貨店法の制定の過程と法の内容については、さしあたり中西編(1938)の各章を参照されたい。

一定の位置づけにあり続けることになるのである。

また、もちろん本格的な競争政策は戦後の独占禁止法（「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」、1947年制定）を待たなくてはならないが、戦前にそのような政策への志向がまったくなかったわけではないことは確認しておきたい点である。例えば、小林（1922）以外にも主として不正競争防止政策についてであるが、岩田（1941）や平野（1942）でもそれらを取り扱っている点は見逃せない。とりわけ、平野（1942）では広告や景品の規制についても言及している。

ここまで戦前の商業政策の研究を考察してきたが、本稿の目的との関係における商業政策の対象と主体の検証に際しての関心は、いつどのように貿易政策が分離独立していったのかという点であり、どのタイミングでその主体が公的なものに限定されていったのかということになる。次節以降では、1960年代から1970年代を中心に、政策の対象の変化と主体の変化の2つの視点を軸により具体的に検討していこう。

II、貿易政策と商業政策

(1) 戦後の商業政策理解

① 商業政策の対象に関わる議論

第2次世界大戦後の商業政策理解を確認しよう。戦後といっても、1950年代中頃までは統制経済・配給統制の影響が続いたため、市場経済システム下での商業活動に対する政策は限定的で、従ってそれに関わる研究も限られていた。

明治期以降ながらくわが国の商業政策理解では、その政策の中心は貿易政策であった。桑原（1960）は、商業政策の内容に関して「大学の講義などでは貿易政策だけに限定するならわしが戦前から相当以上にある関係もあって（p.493）」といい、また「商業政策の題下、もっぱら対外商業政策だけを取り扱うやり方も相当多く、とくにこれは、商業系の学校においては、対内商業政策は他の講義にゆずるような場合によく見る現象である（p.14）」と述べている。戦後もしばらくは、商業政策の中心は対外商業政策すなわち貿易政策にあったのである¹²。

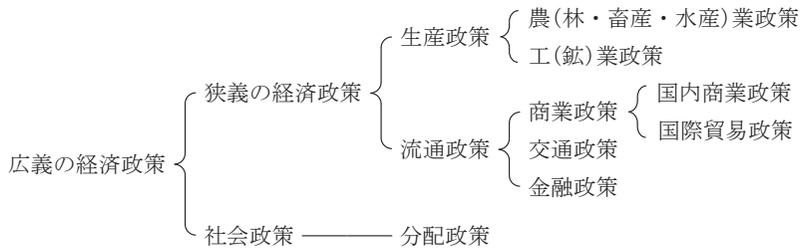
しかし、戦前期にもみられたが、多くの文献が貿易政策だけを商業政策としているわけでは

12 明治期から戦後しばらくまでは、アカデミックなレベルでは必ずしもそうではなかったとしても一般的には「商業」の中心的な関心は貿易にあったし、結果としてその政策は貿易政策に重きが置かれていたといえることができるであろう。この点については、商業教育の視点からもその証左となる事実がみえてくる。

戦後、1947年に学校教育法が制定され、それに基づき現在に続く新たな学校制度での新制高等学校が登場することになる。それに応じて、高等学校の学習指導要領の商業科編が試案として1950年に発せられることになる。そこでは、卒業に必要な単位数を85単位とし、専門科目については商業科として必要な商業関係科目必履修単位数を30単位とした（具体的な単位数については1951年の『学習指導要領一般編（試案）改訂版』によって示された）。このような仕組みは、農業や工業といった他の職業学科でも同様であるが、商業科においてのみ、その「課程においては、商業に関する科目を30単位以上履修しなければならないが、その中に外国語と商業外国語とを合わせて10単位以内を合わせてもよい（1951年試案）」とされた。このような外国語の取り扱いに関わる判断は、2022年度から正式適用される高等学校学習指導要領においても同様で、許容単位数に変化はあるとはいえ教科「商業」では、商業に関する専門科目として外国語が一貫して認められてきたのである。

その際、1950年試案では、商業外国語の目標として、「①商業・貿易に必要な、外国語の読み方・書き方・聞き方・話し方について、実用的な能力を養う。②国際的な取引に従事する者として望ましい活動的な態度を養う。③外国語をとおして、外国の商業経済事情を理解する。」の3点が示された。また、ここでいう商業外国語については「この科目においては、英語・中国語・ロシア語・オランダ語・スペイン語・マレー語など、わが国の貿易上に必要な諸外国語の中で、1種または数種を選んで学習するわけである。」とかなり広い範囲で把握したうえで、「現在最も多く学習されているのは、英語と中国語とであるから、この2種について以下に述べることにする。」と英語と中国語について解説するのである。その後、教科「商業」に関する学習指導要領は1956年に改訂され正式なものとなる。そのなかでは「商業外国語科を商業英語科とし、それ以外の外国語は外国語科にゆだねた」とした。

戦前からの商業教育における商業の中心的な概念の1つが貿易であり、その関係もあり教科「商業」教員が英語等の外国語を教えることも少なくなかった（番場、2010、p.52）。また、教科「商業」の教員



出所：平野（1966、p.22）をもとに作成。

ない。宇野（1981）は「戦前から戦後百貨店法の制定をみるまでには、流通政策というよりも商業政策が日本では問題にされていた。しかも、その内容は一言で申し上げれば中小商業保護政策とも言うべきもので、人によっては、国内的には上述のように考え、対外的にみる人は商業政策をイコール貿易政策としてとらえていた（p.81）」という。まず商業政策を国内（対内）商業政策と対外商業政策に分類し、そのうちの対外商業政策すなわち貿易政策のみを論じるということであったので、貿易政策がそのまま商業政策であるという理解でなかったことは先に確認した通りである。

ただ、少なくとも商業政策のなかには貿易政策が含まれるという理解だけは一貫していたといえるであろう。商業政策を理解するフレームワークとして平野（1966、p.22）が提示した上記の図は、1902年に既に河津（1902、pp.3-4）が示したドイツにおける経済政策を生産政策と社会政策に区分する方法を源流としていと考えられる。また、上田（1930、pp.1-2）の経済政策の理解も大きく変わるものではなかった。

では、なぜ分類され認識されているがそれ以上に国内商業政策の研究が深まることはなかつ

たのか。それは、政策を必要とするほどに国内商業が発展していなかったからであり、政策を必要とするほどの商業問題は限定的であったからである。また、個別事業者の商業活動に対して公的介入は限定的であるべきとの考え方が強かったためである。一方で、商業活動における貿易の重要性は近代化を進める国家によっては最優先課題であったこと、および研究分野の細分化がおこなわれていない段階で、商取引に関わる諸活動をまとめて議論していたことによる。

ただし、貿易政策と国内商業政策は区別され議論すべきであるとの考え方は戦前にあって既に明確に示されてはいたのである。例えば、河津（1929、p.20-21）は、商業政策は内国商業政策と対外商業政策に分けられるが、元来、商業政策は対外商業政策すなわち貿易政策を意味するものであるといった。それは、富国強兵のための外貨獲得のための貿易の重要性に起因しているからというのである。そして、結果として貿易政策としての商業政策を論ずることが広くおこなわれてきたという。そのうえで、この2つの政策はまったく別物なので明確に区別すべきであるというのである。

免許が取得できる大学では教科「英語」のそれも取得できることが少なくなかった。このように、そもそもの商業の理解において貿易の占める位置づけが大きかったことが商業政策理解に大きく影響したものといえよう。なお、高等学校の教科「商業」科目のなかにおける貿易・外国語関係科目の変化を学習指導要領でみると、1950年試案（貿易実務・商業外国語）、1956年改訂（商業英語・貿易実務）、1960年改訂（商業英語・貿易実務）、1970年改訂（商事・商業英語・商業英会話・貿易実務・貿易実践）、1978年改訂（貿易英語）、そして最後に登場するのが1989年改訂（英語実務）である（教科「商業」の科目の変遷の詳細は、番場・水島、2018、pp.8-9を参照されたい）。高等学校全体における商業科の位置づけの変化も影響して、その商業教育のなかにおける貿易やそれに関わる外国語の位置づけが低下していったのが1970年代後半であり、本文での商業政策理解において貿易政策が商業政策の枠組みからほぼ完全に切り離されていったタイミングとも一致していることが確認できるのである。

②国内商業政策と貿易政策の分離

ではどのような経緯とタイミングで、商業政策は貿易政策が軸となりつつも国内商業政策も含まれるものとの認識から、現在のような国内の商業活動への公的介入に限定したものという認識へ変化していったのであろうか。

まず検討すべきは、平野常治の一連の著作である。戦前から1960年代までの期間にあって、まとまったかたちで商業政策を議論しているのはほぼ平野の一連の著作に限られているといっても良いであろう。平野(1937・1938)では、対内商業政策論として百貨店問題や商店街の問題なども取り扱っているが、その主たる対象は貿易政策であっておおよそそれまでの商業政策理解を継承しているといつてよい。しかし、その後の平野(1942)『配給政策』になると、戦時下のため経済統制についての記載も少なくないが、その多くで小売業に関わる競争政策や卸売市場政策から公設市場問題、百貨店問題、中小商業問題とそれに関わる公的介入といったかたちで、現在の商業政策とほぼ同じ範疇での議論がなされている。貿易政策についての言及はない。そこでは、「現代商業政策は配給政策である(p.11)」としていることからわかるように、商業者に関わる公的介入だけではなく広く商品取引の一般的なルールとしての競争政策にも言及している点において、現代流通政策研究の直接的な源流となっているといえるであろう¹³。

貿易が制限された戦時下という条件もあったのであろうが、国内の商業政策に限定した書籍というのは、この平野(1942)がほぼ最初であ

ると考えてよいであろう。この書では「自由経済段階の商業政策」「過渡期の商業政策」「現代の配給統制」と時代区分をして論じている。平野は、「商業」を個別経済的な概念とし、一方で「配給」は社会経済的概念で商品の社会的移転を意味するものとしている(平野、1947、p.215-216)¹⁴。そして、統制経済の社会下の「配給」は配給統制の意味で使われることが多くなっていったことを指摘する(平野、1942、p.6;平野、1947、p.215)。そのうえで、国内商業政策の中身としては中小商業問題や百貨店問題あるいは反産運動といったことに対する公的な介入を意味するものとするのである(平野、1947、p.225)。

平野(1966)は、そのはしがきで「国内商業と国際貿易とは、純理論としてはとにかく、政策論としては甚だその性格を異にするものであって、両者を商業政策として一つの体系にまとめることは適当ではないと考えられる」といい、国内商業政策と貿易政策を区別する必要性を示している。しかし、この書は貿易政策と国内商業政策にそれぞれ半分ずつの紙面を割いており、両者は独立した分野として区別すべきとしながらも、ともに商業政策の範疇にあるという従来からの商業政策理解のなかにあるものといえる。そのなかの、貿易政策に関しては、学説に関する解説は限定的で国際経済論を軸に論じている。一方の、国内商業政策では、不正競争問題や中小商業問題に加えて商業労働者や消費者の保護、そして農産物流通政策といった視点も盛り込まれており、その後の振興-調整モデ

13 戦時下の経済統制も関わり、平野の一連の著作における商業政策理解は揺れていったことがわかる。平野(1942)での「配給政策」は、商業政策のなかの一部であるという位置づけは変わっていないとも理解できる。それは、その後年発刊の平野(1948)で、商業政策を国内商業政策と国際商業政策に分けていることからわかる。その後、平野(1953、1961)でも同様の枠組みで検討が展開されている。一方、平野(1959、p.22)では商業政策は配給政策(国内商業政策と同義とする)と貿易政策からなるものとしているが、その改訂版の平野(1966、p.22)では国内商業政策と国際貿易政策からなるものと修正している。また、「配給」は生産から消費への社会的な移転を意味するとし、商業政策は配給政策としつつも、商業政策の上位概念として流通政策を位置づけているようにも思える表現もあるかことから、「配給」を「流通」と必ずしも同義としているわけでもない。

14 平野の場合、「生産」に対するものとしてモノの流れとして「流通」という用語を用いており、現在の「流通」に相当するものとして「配給」という用語を使用していると考えられる。また、上田(1938)にもみられるように、「配給」をマーケティングの訳語として使うことも当時は多かったが、そこでの視点はマクロなものであることが少なくなかった。

されるが主は前者である時期、両者が同じような比重で認識されるがともに商業政策の括りのなかにある時期、両者を区別して別々の独立した研究分野として認識する時期といったかたちで変化していき、現在のかたち、すなわち日本国内の商業政策を商業政策とする理解が完全に定着するのは1970年代後半以降ということになる¹⁶。

大きな流れとしては高度経済成長前半が過渡期となり、国内商業政策と貿易政策は区分され別々のものとなり始めていったといえる。商業に関わる公的介入が商業政策であるならば、貿易政策を含めて商業活動のほぼ全般をカバーして議論する平野(1966)の提示する枠組みが最も広義の商業政策理解である。しかし、戦後復興が進み商業活動の展開が国内外で大きく進むなかで、従来からの枠組みを維持しながら商業政策を検討していくとかなり広い範囲を専門的にカバーしなくてはいけなくなる。とりわけ、国内の消費市場の拡大とそれに伴う商業活動の展開のなかで国内商業に固有の問題性も多くなりそして大きくなっていき、それに対応する政策要求も大きくなるなかで、それと貿易政策という質の異なる両者を一つの枠組みのなかで議論することは現実的に難しくなっていたということであろう。

一方で、わが国の商業政策には社会政策的な意味もあり、その点からも貿易政策と区別したかたちでの商業政策が求められていったと考えられよう。戦後、引揚者も増えていくなかで相対的過剰人口が急激に増加し、それを吸収する装置として中小商業者は位置づけられ、それを温存するための社会政策としても商業政策は必要とされた。戦後復興のなかで商業展開が進みその位置づけが拡大していくなかにあっては、貿易政策と国内商業政策の研究が別の分野に分かれてそれぞれで展開されていくのはいわば必然であり、その流れのなかで高度経済成長

期には国内商業政策のみを商業政策とする理解が徐々に定着していったといえるであろう。

そして、それこそスーパーマーケットが台頭してくる時期であり、振興－調整モデルが完成するタイミングなのである。平野(1966)は「はしがき」で、この書において国内商業政策と貿易政策を1冊の書籍で論ずることに対して「元来私の担当する講義のテキスト用として著述したものであるから、講義の便宜上、これを商業政策として一書にまとめることにした」と記している。大学の講義ではまだ十分ではなかったが、この時期には研究ベースではもはやそれらは区別されていたということである。それは高度経済成長期が、まさに商業政策研究とその理解の変容の過渡期であったことを示している。

(2) 振興－調整モデルと商業政策理解

このように考えると、商業政策が意味するのは当初は貿易政策中心であったがそれは独立し、日本国内の商業活動への介入に限定されたものとして商業政策は残っていったといえるのである。また一方では、1950年代に入ると戦後復興のなかでの消費市場の拡大とそれに伴う国内の小売業の展開が急激に進むことになる。セルフサービス店が登場し、百貨店各社は自社ブランド商品の展開を始め、第2次の百貨店法が成立(1956年)し、チェーンストアが展開され、不公正な取引方法が問題となるなど、小売業の発展とそれによりさまざまな問題が生じ、それへの対応として国内での商業活動に関わる公共政策の必要性が強く求められていった。その頃を端として、国内商業政策がすなわち「商業政策」として展開されていく道筋ができていったともいえるのである。

近代日本の国内の商業活動はしばらく自由放任であってそれに関わる政策は極めて限定的であった¹⁷。一方で、明治以来、貿易は国家経済の中心的な経済活動の一つであり、生産者保護

16 もっとも、それ以降でも菊地(1999)のように貿易政策をその範疇に入れて議論する方向性がまったくなくなったというわけではない。しかし、1990年代に入るとほぼその傾向はなくなった。

17 河津(1938)では、「外国貿易に対しては國家は原則として或程度までは之を取締るに反し、内國商業に対して原則として自由放任の態度を持するものであり、學者も之に対して異議を挟まない(p.25)」

を目的として貿易政策が施された。そのため、国際経済論・金融論とも関係し貿易政策が学問的な軸となりつづけ、国内商業とその展開による矛盾を解決する意味での商業政策の研究は貿易政策の関連分野としていわば片手間に組み込まれるにすぎなかった。問題があるから政策が必要となるとされるが、それは問題がなければ政策は必要ないということでもあり、高度経済成長期以前には大きな商業問題が国内にはなかったということなのであろう。ここもまた正確に言えば、宇野（1981、p.81）がいうように、国内の商業問題が公共政策の対象として政策課題として取りあげられるのは1950年代後半からで、それまでは生産体制の確立で手いっぱいであったから、問題があってもそれへの公的介入は限定的であったということになる。

そして、国内商業に関する公的な介入が商業政策として注目されていく直接的な転機は、1950年代後半以降のスーパーマーケットの台頭である。それまでも百貨店問題という大型店問題はあった。しかし、百貨店は数としては限られており、出店場所も大都市にほぼ限定されていた。一方、最寄品それも食料品を中心に扱うスーパーマーケットの全国的な展開の影響は非常に大きなものであって、それに関わる商業問題はそれまでの百貨店問題とは問題性および影響力において決定的に違うレベルのものであった。ここに至って、国内商業政策の研究は貿易政策のそれのついでになされるようなものではなくっていったということである。

切り口を変えて、振興－調整モデルが確立されていく経緯のなかでの商業政策理解を確認することとしよう。戦後になると、独占禁止法の制定（1947年）とその大幅改正（1953年）により、競争政策とりわけ不公正な取引に関わる規制が明確に商業政策のなかに位置づけられるよ

うになる。それとともに、消費者意識も変化し商品の品質や価格あるいは取引の公正性等に関しての是正要求が高まっていくことになる。そのような要求は、景品表示法（「不当景品類及び不当表示防止法」、1962年）や消費者保護基本法（1968年）等といったかたちで結実し、商業政策の一領域あるいは関連領域となっていった。また関連して、事業者の保護や育成も期待され、1962年に商店街振興組合法、1963年に中小企業基本法が成立することになる。その後1970年代に入ると、1973年には大店法（「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」）と中小小売商業振興法が制定され、1976年になると訪問販売法（「訪問販売等に関する法律」）が制定されることになる。その流れのなかで、振興－調整モデルが完成することになる。そうした一連の立法の過程とその立法の背景にある社会的・経済的な状況の変化のなかで、現在に繋がる商業政策理解が浸透していくのである。そして、そこにはもはや貿易政策が含まれることはなかった。

一方で、貿易政策を別の視点から位置づける論もある。久保村（2002）は、「商業政策は商取引の行われる市場地域が国内であるか、海外にわたるかによって、国内商業政策と貿易政策に分けられ、国内商業政策にみるべきものが少なかった1920年代までは、貿易政策が重要な地位を占めていた。これに対して、流通政策は国内流通を対象とし、国際流通は対象としないのが普通であって、その点で商業政策とは異なっている（p.234）」とし、商業政策が国内政策と貿易政策に分けられてきたことを確認しているが、海外との関わり方が流通政策との相違点となる見方を指摘している。

しかし、現実問題として商業政策に貿易政策が含まれてきたのは、国内商業問題がさして大

としている。これは、河津（1929、1932）にも同様の記載がある。河津（1929）ではその理由を、自由競争の結果として資本および労働が有効に活用されるため、商業者の自由を保障するため、商業においては労使の問題が起りにくいこと、としている（p.24-39）。そして、公開経営指導協会編（1983）では、このような流れは第1次世界大戦時の物価取締令までと解説する。また、平野（1947、p.225）でも、ほぼその頃には自由放任は許されなくなっていたとする。ただ、それ以降も公設市場問題や百貨店問題あるいは産業組合に関わる問題などの具体的な問題に対する個別の公的介入はあるもの、全体傾向としては自由放任が続いていったと考えてよいであろう。

きなものとは意識されず、また流通の概念が一般化するより先に端を発している、歴史的・時代的な問題に過ぎないと考えるべきであろう。生産市場の拡大とともに消費市場が拡大し、国内の商業活動が発展し生産者のマーケティング活動の展開が進むなかで、より具体的には1960年代以降の流通革命論が登場するタイミングでの商品の生産から消費に至る全体の商品流通に関わる作用としての政策すなわち具体的には流通近代化、そしてその後の流通システム化が登場してくる段階ではじめて流通政策の概念は一般化していくのである。

流通政策という場合には、それは取引に関わる一般的なルールとしての競争政策を前提にして、生産から消費への商品の社会的な移転に関わる生産性向上のための政策があつて、それに商業者に関わるいわゆる商業政策が加わったものと理解するのが一般的であろう¹⁸。その理解では、流通政策概念のなかに商業政策概念は含まれるのである。

このように時系列的な視点からみていくと、1970年代になるとおおそ商業政策の理解は国内商業政策に一本化されるとともに、大店法と中小小売商業振興法が成立したことで競争政策を主軸とする振興－調整モデルでの理解に収斂されていったといえよう。また、一方で商業の近代化という同じ流通段階内のいわば横の近代化、そしてその後の流通システム化という生産から消費までの商品の流れ全体に関わる縦の近代化が進められるなかで、流通政策としてよ

り広くとらえた政策のなかの一部として商業政策を把握するという理解も進んでいくことになるのである。

IV、マーケティングと商業政策

(1) 商業政策の主体に関わる議論

商業に関わる「政策」という用語は、「価格政策」や「チャネル政策」といった文脈で使えば個別事業者の働きかけを意味するが、「価格に対する政策」あるいは「チャネルに対する政策」といった文脈で使えば公的な介入という意味でも理解できる。現在のわが国の商業政策理解では、その主体は国あるいは地方自治体といった公的なものであるというのが一般的であるが、明治期以降の近代日本の商業政策理解のなかでは、これとは別の理解も存在してきた。また、その理解も戦前と戦後ではかなりニュアンスが違っている。

ここまで政策の対象を検討する際にも、その主体を公的なものに限定する、すなわち商業政策は公共政策であるという見解と、個別事業者の働きかけを含んで検討するものがあつた。以下では、本稿のもう1つの課題である商業政策の主体について検討していくこととしよう¹⁹。

戦前にあつて田中(1934, p.2-3)は、商業政策の主体を国家および地方自治体に限定し、公的部門はそれ自身が商業発展に資するのではなく国民の商業活動の促進により商業発展に資する点において、私的部門の直接的な商業発展への取り組みとは区別され、前者こそが商業政策

18 論者によっては、流通効率化のための政策と取引に関わる一般的なルールとしての競争維持の政策をあわせて流通政策とし、振興政策・調整政策・まちづくり政策を商業政策とすることもある。

19 本稿の直接の目的ではないが、商業政策を商業論研究のなかでどのように位置づけるのかの議論も商業政策を理解するうえで重要な視点であろう。平野(1966)は、「商業政策の研究は、商品流通現象および商業経営活動の客観的研究、とくにその発展傾向の動態的考察を基礎としなければならない。また、商品流通機構の構成や変革は、一方、国家の経済政策によって、他方、商業経営の活動によって、大いに影響されるものであるから、商業経済学の研究も商業政策学および商業経営学に負うところが多い、さらに、商業経営は、流通機構の変革および商業に対する国家の政策の影響を受けることが多いから、商業経営の研究には、常に商業経済学及び商業政策学に注意しなければならないのである(p.50)」とし、商業論の各分野の関係性を整理しようと試みている。そのうえで、「商業の私経済学的研究としての商業経営学と、その社会経済学的研究としての商業経済学および商業政策学の二つの部門は、一方が個別経済の活動を対象とし、他方が社会経済的現象を対象とするというように、その研究対象が異なるのみならず、その研究の立場を異にするものであつて、一方は個別経済的立場から、他方は社会経済的立場からする研究である(p.50)」としている。

であるとした。そのうえで、商業政策はその振興のみならず制限も含むものとする。また、その後の政策論でも議論となる、競争者を守るのか競争を守るのかという点に関わり、競争者の利益に資するように見えるものであっても、それは社会全般の利益に繋がるものでなくては政策とはならないと指摘した（田中、1934、p.3-4）。このような理解が戦前では多いのだが、既述の上田（1938）のように、国内を対象とする商業政策の場合の主体は個別事業者だとするものも少なくなかった。

桑原（1971）では、国内商業政策を「国内商業『経済』政策」と「国内商業『経営』政策」に分け、前者を公共政策、後者をマーケティングとしている。すなわち、主体の違うものを両方含んでいるという商業政策理解である。一方、石村（1974、1981）は商業政策を公共政策に限定している。石村・吉澤（1988）では、『商業政策』とは、『国家公共団体の商業に対する経済政策』である（はしがき）としたうえで、「今日、『商業政策』を『貿易政策』と同義語に解したり、『マーケティング』と同じような講義をしている人がいるが、『商業政策』とは正確に言えば、内外にわたる『商業に対して行なわれる経済政策』である（はしがき）」とする。

商業政策の主体については、論者によってさまざまな理解がそのニュアンスの違いも含めて存在してきた。論者が何に着目して議論しようとしているのかによって、さまざまに解釈されてきたのである。十分な議論がされてきたわけではないが、その理解にはおおよそ3つのパターンがあると考えられる。1つめは商業政策というのはすべからず公共政策であるとするもの、2つめは商業政策のうちの貿易政策は公共政策だが国内商業政策は個別事業者によるもの、そしてもう1つがそれは公共政策と個別事業者による働きかけの両側面を持つものである。

（2）公共政策としての商業政策

①公共政策とマーケティングの分離

商業政策を最も広くとらえれば、主体には国

家をはじめとする公的セクターのほかには協同組合や企業等の個別事業者あるいは個人も含まれ、また対象は貿易や国内における商業活動のみならず国際流通や消費者に関わる政策まで含むものである。現代的な分類でいえば、貿易論や国際経済論・国際金融論、交通論、経営学やマーケティング論、協同組合論、消費・生活経済論、経済法といった分野あるいは少なくともそれらの一部をカバーするのが商業政策であるという理解になる。

しかし既述のように現在では、おおよそ商業政策は主として国内の小売業を対象とした公共政策であるという理解が一般的である。若干の時間差はあるものの、高度経済成長期に商業政策から貿易政策が切り離されていく過程で、その主体も公的セクターであるという理解が一般化していったものと思われる。ここでは、その過程を幾つかの代表的な文献を利用しながら検証していこう。

専修大学商業研究所編（1969）による『現代商業政策』は、序論、第1編：企業のマーケティング管理政策、第2編：流通に対する消費者の政策、第3編：商業に関する政府の公共政策、という構成のなかで14章が建てられている。そしてその冒頭で、これまで日本の商業政策は公的介入についての論考が中心であったのに対して、アメリカのように個別事業者のマネジメント（Business Policy）や消費者問題も取り扱う商業政策論が当書のスタンスであると明記されている。そして、「外国貿易における商業政策（貿易政策）」という章も設定されていて、商業政策を題名にする書籍としては最も広い範囲をカバーしているものとなっている。もちろん、このような構成になっているのは多数の執筆者による書籍であって、執筆者側の都合によるのであろうが、商業政策理解の幅と変化を知ることのできる1つの教材といえよう。すなわち、それだけの広さを設定しても説明できてしまうほどに、商業政策の概念は広く多様にとらえられてきたということである。

一方、平野（1966）は、商業政策は商業に対する経済政策であり経済政策は一定の公権力が

その社会構成員の経済生活に対してとるところの措置とし、一企業の政策は経済政策とはいえない (pp.1-6) といい、個別事業者による働きかけを「商業経営政策」とよんでいる (p.52)。すなわち、公的介入の側面とマーケティングの側面とを区別することを示し、商業経営学 (経営学) と商業経済学、商業経営政策論 (マーケティング) と商業政策論 (公共政策としての商業政策) を区別する議論を進めている。

もう1つ取り上げておきたいのが、一連の桑原 (1960、1967、1971) の著作である。3冊ともおおそ基本的な主張や商業政策理解の枠組みは共通しており、いずれも商業政策の中心を貿易政策に置いて、そのうえで国内商業政策についても若干言及するといったものである。桑原 (1960) では、国内商業政策を商業経済政策と商業経営政策に分類している。前者は、いわゆる商業活動に対する公的な介入を意味し、後者はマーケティングのことを意味する。国内商業政策について深い検討がなされているわけではないが、主体の違いについて研究体系のなかで論じようとしている点において注目される。商業政策という研究領域は公共政策的な側面とマーケティングの側面の両方をカバーする研究分野であるという主張である。

萩原 (1976) は、商業政策について「商業経営的政策と商業経済的政策の混同を避け、国または地方自治体のとるべき手段、方法としての政策を考える。ここでの問題は、国内商業と国際貿易を、政策論のわくのなかで、同一テーブルで論じうるかどうかということである (p.33)」としている。結論的には、おおそ平野 (1966) の考え方を継承し、まず公的介入とマーケティングを区別すること、国内商業政策と貿易政策を区別すること、を指摘した。しかし、商業政策のなかに貿易政策が含まれるというスタンスである。

ここで注目すべきは、本稿の関心である、いつ頃に現在のような国内の商業に対する公共政策を商業政策とする理解となっていたのかという点である。ここまでの検討で、1970年代には、商業政策理解についてかなり整理が進ん

でいったことがわかる。高度経済成長期を通して商業の展開が進み、それに伴って大型店問題や不公正な取引問題などの商業矛盾が大きな問題となっていくなかで、また一方で戦後の消費拡大と寡占市場化でわが国でも巨大メーカーにとってマーケティングの意義が拡大し、さらにその領域が巨大メーカーの対市場戦略から中小企業や非営利組織などにも広がっていくなかで、マーケティング研究も進んでいった。その結果、それが商業政策研究の枠組みでは収まり切れなくなっていく、商業政策のなかから貿易政策が独立していった過程と同じように、商業政策の研究対象からマーケティングが分離されていき、商業政策は国内商業に対する公的介入に限定された研究領域となっていくと考えられるのである。

その後、貿易政策が独立していく流れからやや遅れて1980年代を通して商業政策を公的な介入に限定する認識がほぼ確定していく。現在、商業政策をマーケティングと同義のものと理解することはほぼないが、久保村 (1982) では流通政策が公共政策の一部門として企業政策とどのように違うのかを議論しており、そのうえで流通政策は公共政策であると確定づけていることからみられるように、この時期に政策の主体の議論があり、おおそ現在のような理解が定着していったとみられる。その後の、田中 (1992) も、「商業政策は、『商業に対する経済政策』で、その主体と対象は、主体=政府、対象=商業 (活動) といえよう。・・・(中略)・・・商業政策は、個々の企業の利益を目的とする特定企業の経営政策やマーケティング政策を意味するのではなく、国民経済の全体利益を目的に、実質的に社会におけるマクロ観点からの利益が生じるよう取引制限をしたり、社会的、経済的見地から合理化、近代化に向けて諸物価や流通チャネルを規制したり、終局的には、社会・人類の福祉が招来されるように立案・運営される政策のことである。したがって、そこには法もしくはそれに準じる公権力が適用されねばならないから、商業政策は『商業 (活動) に対する強制力の適用』を必須とし、その意味において“公共経済政策”

である（pp.58-59）」とし、商業政策を公共政策に限定している。

ここまでの考察から、商業政策のなかから貿易政策が独立していったあとも、その主体には公的なものと私的なものの2つの理解が存在し続けたが、1980年代を通して、商業政策は公共政策であるという商業政策理解が一般的なものとなっていったと考えてよいであろう。スーパーマーケットの台頭による大型店問題に代表的にみられるように国内の商業問題がより深刻となり、もっぱらそこへの公的な介入が注目されていくなかで、商業政策は商業とりわけ小売業に対する公共政策であるとする理解が一般化していき、それ以外の個別事業者の対市場対応の活動はマーケティングとして発展をし、時として卸売業や流通全体に関わる効率化への公的な介入はまた農産物流通政策や物流政策などといったかたちで議論されていくようになったのである。

②学問領域の細分化と商業政策理解

商業政策は公共政策であるとの理解は一般的であるが、現段階でも絶対的なものにはなっていないということには留意すべきであろう。国内商業政策の理解における主体に関する見解は、石村・吉澤（1988）のような公的セクター²⁰のみとする見解、上田（1938）のような個別事業者のみとする見解、あるいは桑原（1960）のようなその両方を含むという見解が併存してきた。そして、現在にあっても、貿易や国際経済等を商業政策の対象としてその研究対象とすることはないが、主体を個別の事業者として商業政策を検討することは一般的ではないが少なからず存在するのである。おおよそ、用語としての「政策」の持つ意味がそれを許しているに過ぎないが、対象から貿易政策が完全に抜けていくのとは異なる流れであることは確認しておきたい。もう1つ、貿易政策はおおよそ商業政策のなかにもありそれが独立していったのだが、

マーケティングはすべてが商業政策の枠内で議論されていたわけではなく、そこの枠内で議論されていたものが分離されていったという点でも対象の議論とは違いがあったことを確認しておきたい。

近代日本初期の段階では、商業政策を「商い」の術（すべ）という意味としてとらえ、その主体を事業者とすることもあったが、大きな流れとしては主体を国や地方自治体として、それを公共政策とする流れであった。まず事業者の商売としての商業経営が先にあり、したがってそれに対応して管理・活動という意味での「政策」が先にあったが、ドイツの経済政策研究の流入に伴って、「政策」は公的介入を意味する傾向が強くなっていった。戦後になると、アメリカの管理論の導入が進むなかで大規模なメーカーの対市場対応としてのマーケティングの考え方が広がっていき Business Policy も商業政策のなかに組み入れられる傾向も若干みられた。しかし、経営学とりわけアメリカ的な経営管理論がわが国でも浸透してくるなかで、マーケティング（ミクロ・マーケティング）も広義の経営学のなかに組み込まれていき、商品流通や商業活動を社会経済的な視点からとらえる商業経済あるいは流通経済という概念が浸透してくるなかで、公的な介入のみを「政策」として認識する流れが強化されていくことになる。それに同調しつつ、マネジメントという意味での「政策」が別の学問分野となってく過程のなかで、「政策」は公的な介入であるという認識がさらに強化されていったと考えられるのである。

IV、商業問題の変化と日本の商業政策

(1) 日本の商業政策と振興－調整モデル

本稿は近現代日本の商業政策通史という視点から、商業政策の理解の変化を全体像として把握することを目指した。おおよそこれまで前提とされてきた事柄を、政策史という流れ全体なかに位置づけなおすことで整理していく作業で

20 公共政策でも主体を国家のみとするか地方自治体等も含むのかどうかといった議論が、とりわけ1970-80年代になされている。本稿では、国あるいは地方自治体等を合わせて公的セクターとしている。

ある。

戦後に独占禁止法が制定され、その後のGHQ²¹の解体を待ってそれが日本的なもの、いわば日本の実情に適したものに修正されていった経緯と同じように、わが国での商業政策の理解は商業活動の活発化および巨大メーカーの台頭等とそれによる商業問題の発生と拡大に呼応して、日本の実情に合ったものにその適用範囲を変化させていったのである。その1つの完成形が振興一調整モデルであった²²。

そのほとんどが中小零細小売業であるというわが国の小売商業構造のなかで、それを温存しつつ小売業全体の緩やかな発展を目指そうとしたのである。大型店の出店規制と中小零細小売業の振興をそれぞれ別建ての法律で用意しつつ²³、柔軟な運用が可能な仕組みで両法律はセットで機能するように建付けられ、競争条件を整備する理念をもちつつ中小零細小売業の保護をおこなう。そして、それらが別建ての法律である点を生かして、大型店規制では地域の実情に応じて実際の規制を柔軟に運用できるようにする。それを利用することで商品を市場の末端まで届けるための流通機能として中小零細小売業を温存させる必要性、大型店間競争を制限することで結果的に大規模商業資本の安定的成長を担保する仕組みとしての調整政策の必要性、相対的過剰人口のプールとしての機能や地域文化を担う地域商業としての中小零細小売業の保護という社会政策的な機能の必要性といった日本的な事情に合わせた、いわば日本型の商業政策が振興一調整モデルであったのである。それは、規制の強度の問題ではなくて、規制のあり様であり規制の理念・思想における特殊日本的なモデルであったのである。

本稿の検証で、まず高度経済成長期を通して

商業政策理解は国内商業への公的な介入を意味するものへ変化していった流れが確認できた。そして、その具体的な適応形態が振興一調整モデルであったのである。その振興一調整モデルは、いわば完成された商業政策モデルであったように思えたが、その後1990年代以降になると商業に関わる問題は新しい局面に入り、政策にも新しい方向性が求められるようになる。主として経済成長の停滞、人口減少・少子高齢化の進行などといったいわば右肩上がりの経済方向性の終了に関わる問題の発生である。それによって惹起された商業に関わる問題と課題は消費市場の縮小であり、都市機能としての商業の位置づけの変化であり、縮小均衡傾向のなかで生活の質を担保していく新しい発展の方向性の提示であった。それは商業政策にも新しい方向性を求めるようになっていく。それが、まちづくり政策であった。

(2) まちづくり政策への移行

この流れを確認しておこう。大店法と中小小売商業振興法が制定され振興一調整モデルが完成すると、商業政策の関心は大店問題に集中することになる。そして、そのタイミングで「商業政策」は公共政策であるとするという理解がほぼ確定していくことになった。生産から消費に関わる取引のルールを議論することも一般的になっていたことから、その後、生産から消費までの商品の流れ全体を視野に入れた政策という意味で「流通政策」という用語も広く使われるようになっていく。その一方で、多様な政策の視点からの議論が可能な「まちづくり」の考え方が商業に関わる政策のなかにも必要とされ、そのなかにおいて商業のあり様やそれに対する商業の貢献といった切り口での議論もおこ

21 General Headquarters, the Supreme Commander for the Allied Powers (連合国軍最高司令官総司令部)。

22 この点については、番場(2021)を参照されたい。

23 田島(1982)が「小売業における調整政策とは、大企業と中小企業の競争条件が平等になるよう、人為的に競争条件を補正することにより、中小小売業の存立基盤を確保しようとする政策である。この場合、競争条件補正の方法としては、中小小売業の競争力強化と、大企業の競争力規制という2つの相反する方向がある(pp.83-84)」というように元来、振興政策は調整政策のなかに含まれるものだとする考え方がある。振興一調整モデルは全体としてそれをカバーしようという体系ということができ、その意味ではこのモデルは広義では調整政策であるとの理解も可能である。

なわれるようになる。その場合には、流通というよりも商業あるいは商業者にスポットを当てた議論が増えていくことから、とりわけ2000年頃になると、「流通政策」ではなく「商業政策」あるいは「まちづくり政策」や「商業まちづくり政策」が使われることも多くなっていったのである。以下では、商業との関りに限定してのまちづくり政策の登場の経緯を整理していこう。

商業政策を流通政策研究との関係で、流通論のなかで議論する研究成果は荒川（1973）の『流通政策への視角』や糸園・加藤・小谷・鈴木（1979）の『現代商業の理論と政策』なかに出現してくるが、実際の政策としては経済効率性を高め近代化を目指す1960年代からの一連の政策、とりわけ流通全体の効率化を目的とした1960年代後半からの流通システム化の導入によって明確に提示されたといえよう。

鈴木（1979）は、商業政策から流通政策への移行の流れを「戦前から昭和30年代のなかばごろにいたるわが国政府の流通部門にたいする伝統的な政策は、流通部門全体の役割や機能にたいする配慮にもとづくものではなく、ただ、その一角を占めるにすぎない制度体としての商業だけを対象とする政策であったのであり、したがって、言葉の厳密な意味においては、それは流通政策というよりはむしろ商業政策ないし中小商業政策というべきものであったといわねばならない。・・・（中略）・・・このような伝統的な商業政策は、昭和30年代の後半にいたって大きく方向を転換した。この時期に登場したいわゆる流通革命論を契機として、過剰で効率の低い中小小売商の温存保護に終始する従来の商業政策は後向きの政策であり、これを前向きのものに軌道修正しなければならないという政策思想が支配的となったからである。・・・（中略）・・・こうして、流通部門の合理化を目的とする本来的な流通政策が経済政策の一環をなすものとして登場することとなったのである。・・・（中略）・・・商業政策から流通政策へ

の移行は、たんにその対象ないし政策領域を拡大したばかりでなく、商業への政策的配慮を副次的なものたらしめることとなったのである。（pp.170-171）」とした。

しかし、実際にはそれは移行ではなく近代化・システム化という事業者の経営力強化のための政策と生産から消費全体に関わるチャンネルの効率性向上の政策が追加されたものであって、商業政策は依然としてあるいはむしろ強化されていったといえるであろう。いずれにしても、本来はその大筋においては商業政策にせよ流通政策にせよ、直接的には経済政策の枠組みのなかに位置づけられるものである。しかし、とりわけ1990年代以降の商業をめぐる問題は直接的な経済的な視点からの問題性を大きく超え、その外部性あるいは地域你的生活インフラとしての社会機能の側面を強く意識したものへと変化していった。そして、それに対する政策が「まちづくり政策」であった。その問題性は、2000年代に入っての人口減少や少子・高齢化の進行に伴ってより強く意識されるとともに、それに対応する政策の中心をいよいよまちづくりに移行させることとなったのである。

1973年の日本商業学会全国大会の統一論題が「都市と流通²⁴」だったことから、1970年代には都市や地域といった側面から流通や商業を考える視点は登場していたことが確認できるが、都市の視点およびまちづくりの視点から商業を考える方向性が明確に提示されるようになるのは1980年代に入ってからといってよいであろう。具体的にそれを認識できるのは、1984年に発表された「80年代の流通産業ビジョン²⁵」である。そこでは都市政策と商業政策との連携の強化がいわれ、商店街等を単なる買い物する場所から人々が集い交流する場としてとらえるといった「コミュニティー・マート構想」が示された。商業の社会的側面や都市機能としての側面に着目し、まちづくり政策を商業政策のなかに取り込んでいく流れは、その後も1989

24 詳細は、日本商業学会編（1975）を参照されたい。

25 通商産業省産業政策局・中小企業庁編（1984）。

年の「90年代流通ビジョン²⁶」や1995年の「21世紀に向けた流通ビジョン²⁷」に継承されていき、実際の政策でも研究分野においてもその位置づけは確固たるものになっていくのである。

久保村隆祐・吉村壽編(1984)が、政策の「価値基準としては、従来から変らないものに取り便宜性や流通生産性があるし、成熟経済になって重視されだしたものに競争公正性があり、総合的地域開発が進められるに伴って都市機能性に対する評価が高まっている(まえがき)」としたのはまさにこの時期であった。

それが、1990年代以降になると、土地の利用と物理的な道路・鉄道や施設あるいは住宅といった建築物を検討の軸においてまちづくりを考える「都市計画まちづくり」とまちのなかで商業が果たすべき役割や機能および「まち」という括りのなかで商業のあり様を考えようという「商業まちづくり」の理解の整理も進んだ。一般的に、まちづくり政策は土地の利用や都市のあり様についての政策なので都市政策のなかに組み込まれる。その都市のあり様が商業や流通と関わる限りにおいてまちづくり政策は商業政策や流通政策に組み込まれるということである。あるいは、まちづくり政策のハードについての政策が都市政策分野であって、ソフトが商業や文化などといった分野でのそれを意味するという解釈もあるし、まちづくり政策はより総合的で複合的な新しい視点の政策体系であるという論もある。いずれにしても、商業活動に関わる公的介入として、期待される状態の実現を目指すのが商業政策であるとすれば、ここでのその理解は「商業まちづくり」と表現したほうがより正確であろう。

それまでの振興－調整モデルの振興と調整という両翼の后者の中心であった大店法が廃止されたことにより、おおよそ振興－調整モデルが

2000年頃に終焉し、それに代わって登場するまちづくり三法(都市計画法、大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法²⁸)によって、競争政策・振興政策・まちづくり政策からなる商業まちづくりモデルへと政策体系が変化していったのである。

おわりに

戦後のわが国の国内商業とりわけ小売業に対する公共政策についての主たる研究は、経済統制についての研究は別として、独占禁止法の制定と競争政策について考察しつつ、歴史的な経緯のなかで流通近代化や流通システム化および振興政策を検討する一方、百貨店法と大店法や小売商業調整特別措置法あるいは特定商業集積整備法(「特定商業集積の整備の促進に関する特別措置法」)などの小売業における出店規制等に関わる政策について検討することで進められてきた。そしてその後、各年代にだされた流通ビジョンなどを背景にしつつ、商業の外部性や社会性に注目したまちづくり政策への研究が進んでいった。

ここで、本稿の流れに関わって、現在に至るまでの近代日本の商業政策とその理解に関わるキーワードをおおよそその時代区分をしたうえで確認しておこう。

➤ 戦前期：

商店従業者問題、百貨店問題、第1次百貨店法(1937年)

➤ 戦中・戦後：

経済統制、原始独禁法(1947年)、第1次百貨店法の廃止(1947年)

➤ 1960年代中頃まで

GHQ解体(1952年)、独占禁止法の大幅改正(1953年)と再販売価格維持制度の導入
百貨店問題、第2次百貨店法(1956年)、小

26 通商産業省商政課編(1989)。

27 通商産業省産業政策局・中小企業庁編(1995)。

28 正式名称は、1998年の制定時は「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」であったが、2006年の改正で「中心市街地の活性化に関する法律」となった。

売商業調整特別措置法（1959年）

景品表示法（1962年）、流通近代化、中小商業問題対応、流通革命論

➤ **1960年代後半～1980年代：**

競争政策強化、流通システム化、大型店問題、大店法（1973年）

中小小売商業振興法（1973）、規制強化・振興—調整モデル強化、地元主義偏重

80年代の流通産業ビジョン、90年代流通ビジョン

➤ **1990年代から：**

規制緩和、21世紀に向けた流通ビジョン、まちづくり三法（1998年～）

商業まちづくり政策、人口減少・少子高齢化対応

高度経済成長期以降の商業政策の考察に際しては、卸売商業政策について言及することもあがあるが、それらは例えば農産物流通の研究等において論じられることを想定して、商業政策では小売業に主として焦点を当てたものになることが多かった。また、商品の安全性やリサイクルなどに関わる消費者政策も商業政策の内部に組み入れて考えることもあり得るが、多くは消費経済や生活経済といった別の括りで議論されることが多かった。場合によっては、競争政策を経済法の範囲にとらえて、商業政策の検討ではその比重を軽くするといったこともあった。それは、商業論あるいは流通論が当代において何を最もその問題性にとらえていたのかということにはほかならない。

その後、商業政策・流通政策への理解と研究が進むなかで、流通・商業分野における大規模な事業者の障害を排除する場合において、総体としてのそのような事業者の共通の障害となるものは公的な介入によって排除すること、すなわち政策の対象となる経済矛盾の解決によって資本主義体制を維持することを目的とした公的介入が商業政策・流通政策であるという理解（糸園、1979、p.152-153）を超えて、「都市」あるいは「まち」との関わりとも関係して、少なくとも直接的には社会性を帯びた経済活動の調整や

消費者の利益確保、あるいは商業の外部性の評価への対応をもその対象として考える方向性へと向かっていった。本稿は戦前期も含めての、このようなわが国の商業政策史の大きな流れを、商業政策の対象と主体についての理解の変遷という切り口で整理した。

【参考文献】

- ・荒川祐吉（1973）『流通政策への視角』千倉書房。
- ・石原武政（1989）『公設小売市場の生成と展開』千倉書房。
- ・石原武政（2000）「商業政策の構造」石原武政・池尾恭一・佐藤善信『商業学（新版）』有斐閣。
- ・石原武政（2011）「地域商業政策の系譜」『商学論究』（関西学院大学）、58－2。
- ・石村暢五郎（1974）『商業政策講義』八千代出版。
- ・石村暢五郎（1981）『商業政策の解明（第3版）』八千代出版。
- ・石村暢五郎・吉澤清（1988）『商業政策の理論と現実』八千代出版。
- ・糸園辰雄（1979）「商業政策の本質」糸園辰雄・加藤義忠・小谷正守・鈴木武『現代商業の理論と政策』同文館出版。
- ・井上辰九郎（1909）『商業政策』早稲田大学出版部。
- ・岩田侃（1941）『商業政策』慶應出版社。
- ・岩村茂（訳）（1895）『商業経済論』交通學館。
- ・上田貞次郎（1930）『商業政策』日本評論社。
- ・上田貞次郎（1938）『上田貞次郎先生講義プリント 商業政策（全）商大版』（東京商科大学講義）、帝大プリント連盟。
- ・宇野政雄（1981）「流通政策のこれからの課題」『流通政策の諸問題』（日本商業学会）。
- ・河津暹（1902）『商業政策』日本経済社。
- ・河津暹（1929）『商業政策』明善社。
- ・河津暹（1932）『商業政策綱要』白鳳社。
- ・河津暹（1938）『商業と商業政策（内國商業）』有斐閣。
- ・川野訓志（1996）「商業政策」田代洋一・萩原伸次郎・金澤史男編『現代の経済政策』有斐閣。

- ・菊地均 (1999)『商業政策のダイナミズム—流通政策・貿易政策・観光政策の課題—』千倉書房。
- ・久保村隆祐 (1982)「流通政策の目的・体系・研究」久保村隆祐・田島義博・森宏編『流通政策』中央経済社。
- ・久保村隆祐・吉村壽 (1984)「まえがき」久保村隆祐・吉村壽編『現代の流通政策』千倉書房。
- ・久保村隆祐 (2002)「流通政策の目的」久保村隆祐編『商学通論 (5訂版)』同文館出版。
- ・桑原晋 (1960)『商業政策』千倉書房。
- ・桑原晋 (1967)『新訂縮刷 商業政策全書』千倉書房。
- ・桑原晋 (1971)『現代商業政策』千倉書房。
- ・公開経営指導協会編 (1983)『日本小売業運動史 (第1巻、戦前編)』公開経営指導協会。
- ・小林行昌 (1922)『内外商業政策 (上巻)』丸善。
- ・小林行昌 (1929)『改訂 内外商業政策 (上巻)』丸善。
- ・佐藤稔 (1997)『現代商業の政策課題』白桃書房。
- ・鈴木武 (1979)「流通政策の基本課題と理論構造」糸園辰雄・加藤義忠・小谷正守・鈴木武『現代商業の理論と政策』同文館出版。
- ・関根孝 (2004)「流通政策—大店法からまちづくりへ—」石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣。
- ・関一 (1903)『商業経済政策』大倉書店。
- ・関一・福田徳三 (訳) (1935)『最近商政経済論』大倉書店。
- ・専修大学商業研究所編 (1969)『現代商業政策』中央経済社。
- ・竹内謙二 (1930)「商業政策」『経済政策 (下)』経済学全集第16巻、改造社。
- ・田島義博 (1982)「小売商業調整政策」久保村隆祐・田島義博・森宏『流通政策』中央経済社。
- ・田中 (1924)『商業政策講義案 (1・2)』明治堂書店。
- ・田中貢 (1934)『商業政策』栗田書店。
- ・田中由多加 (1992)「商業政策の本質」『早稲田社会科学研究』(早稲田大学) 44。
- ・通商産業省産業政策局・中小企業庁編 (1984)『80年代の流通産業ビジョン』通商産業調査会。
- ・通商産業省産業政策局・中小企業庁編 (1995)『21世紀に向けた流通ビジョン—我が国流通の現状と課題「産構審・中政審合同会議答申」—』通商産業調査会。
- ・通商産業省商政課編 (1989)『90年代の流通ビジョン』通商産業調査会。
- ・津村秀松 (1911)『商業政策 (上巻・下巻)』實文館。
- ・中西寅雄編 (1938)『百貨店法に関する研究』同文館出版。
- ・二宮丁三 (1923)『商業政策』文雅堂。
- ・日本商業学会編 (1975)『流通構造と都市商業』ミネルヴァ書房。
- ・萩原稔 (1976)『商業政策の基礎理論』白桃書房。
- ・番場博之 (2010)『職業教育と商業高校—新制高等学校における商業科の変遷と商業教育の変容—』大月書店。
- ・番場博之・水島啓進 (2018)「高等学校における職業教育・職業指導と学習指導要領の改訂」番場博之・森脇一郎・水島啓進編『高等学校と商業教育』八千代出版。
- ・番場博之 (2021)「独占禁止法の制定と百貨店法—振興—調整モデルの成立過程—」『駒澤大学経済学論集』(駒澤大学) 53-3。
- ・平野常治 (1937)『商業政策概論 (上巻)』巖松堂書店。
- ・平野常治 (1938)『商業政策概論 (下巻)』巖松堂書店。
- ・平野常治 (1942)『配給政策』千倉書房。
- ・平野常治 (1947)『総合経済政策』巖松堂書店。
- ・平野常治 (1948)『商業政策』昭和書房。
- ・平野常治 (1953)『商業政策概論』三和書房。
- ・平野常治 (1961)『商業政策概論 (新訂版)』三和書房。
- ・平野常治 (1966)『(全訂) 商業政策概論』三和書房。
- ・丸山泰男 (1954)「百貨店法の制定は必要か—百貨店法と独占禁止法—」『中小企業協同組合』(全国中小企業等協同組合中央会) 9-7。

- ・向井鹿松 (1938)『日本商業政策』千倉書房。
- ・油本豊吉 (1932)『商業政策 (第1部、外国貿易理論)』有斐閣。
- ・油本豊吉 (1937)『商業政策 (第2部、外国貿易政策、第1巻)』巖松堂書店。
- ・油本豊吉 (1949)『貿易政策大系』広文社。

【別添資料】

≪商業政策を主題とした主な書籍

(年順、～1990年頃) ≫

- ・岩村茂 (訳) (1895)『商業経済論』交通學館。
- ・河津暹 (訳) (1902)『商業政策』日本経済社。
- ・関一 (1903)『商業経済政策』大倉書店。
- ・井上辰九郎 (1909)『商業政策』早稲田大学出版部。
- ・津村秀松 (1911)『商業政策 (上巻・下巻)』實文館。
- ・小林行昌 (1922)『内外商業政策 (上巻)』丸善。
- ・向井鹿松 (不明)『商業政策』時事新報社出版部。
- ・二宮丁三 (1923)『商業政策』文雅堂。
- ・田中 (1924)『商業政策講義案 (1・2)』明治堂書店。
- ・河津暹 (1928)『戦後に於ける諸國の商業政策の基調』経済研究会。
- ・河津暹 (1929)『商業政策』明善社。
- ・小林行昌 (1929)『改訂 内外商業政策 (上巻)』丸善。
- ・上田貞次郎 (1930)『商業政策』日本評論社。
- ・河津暹 (1932)『商業政策綱要』白鳳社。
- ・福田敬太郎 (1932)『市場政策原理』春陽堂。
- ・油本豊吉 (1932)『商業政策 (第1部、外国貿易理論)』有斐閣。
- ・上田貞次郎 (1933)『最近商業政策』日本評論社。
- ・田中貢 (1934)『商業政策』栗田書店。
- ・関一・福田徳三 (訳) (1935)『最近商政経済論』大倉書店。
- ・油本豊吉 (1935)『商業政策 (2分冊)』啓明社。
- ・平野常治 (1937)『商業政策概論 (上巻)』巖松堂書店。
- ・油本豊吉 (1937)『商業政策 (第2部、外国貿易政策、第1巻)』巖松堂書店。
- ・上田貞次郎 (1938)『上田貞次郎先生講義プリント 商業政策 (全) 商大版』(東京商科大学講義)、帝大プリント連盟。
- ・河津暹 (1938a)『商業と商業政策 (内國商業)』有斐閣。
- ・河津暹 (1938b)『商業と商業政策 (外國貿易)』

- 有斐閣。
- ・平野常治 (1938)『商業政策概論 (下巻)』巖松堂書店。
 - ・向井鹿松 (1938)『日本商業政策』千倉書房。
 - ・岩田亘 (1941)『商業政策』慶應出版社。
 - ・向井梅次 (1941)『現代商業政策』国際書房。
 - ・関野唯一 (1942)『貿易概論：商業政策の壱』精興社書店。
 - ・野村兼太郎 (1942)『商業政策講話』ダイヤモンド社。
 - ・平野常治 (1942)『配給政策』千倉書房。
 - ・平野常治 (1947)『総合経済政策』巖松堂書店。
 - ・平野常治 (1948)『商業政策』昭和書房。
 - ・平野常治 (1953)『商業政策概論』三和書房。
 - ・桑原晋 (1960)『商業政策』千倉書房。
 - ・平野常治 (1961)『商業政策概論 (新訂版)』三和書房。
 - ・関野唯一 (1962)『総合商業政策』中央経済社。
 - ・平野常治 (1966)『(全訂) 商業政策概論』三和書房。
 - ・桑原晋 (1967)『新訂縮刷 商業政策全書』千倉書房。
 - ・専修大学商業研究所編 (1969)『現代商業政策』中央経済社。
 - ・桑原晋 (1971)『現代商業政策』千倉書房。
 - ・荒川祐吉 (1973)『流通政策への視角』千倉書房。
 - ・石村暢五郎 (1974)『商業政策の解明』八千代出版。
 - ・石村暢五郎 (1974)『商業政策講義』八千代出版。
 - ・萩原稔 (1976)『商業政策の基礎理論』白桃書房。
 - ・糸園辰雄・加藤義忠・小谷正守・鈴木武 (1979)『現代商業の理論と政策』同文館出版。
 - ・日本商業学会 (1981)『流通政策の諸問題』(日本商業学会)。
 - ・久保村隆祐・田島義博・森宏 (1982)『流通政策』中央経済社。
 - ・田中由多加 (1982)『商業政策教程』私製。
 - ・岡村明達・片桐誠士・保田芳昭編 (1984)『現代日本の流通政策』大月書店。
 - ・久保村隆祐・吉村壽編 (1984)『現代の流通政策』千倉書房。
 - ・合力栄・白石善章編 (1986)『現代商業論—流通変革の理論と政策—』新評論。
 - ・石村暢五郎・吉澤清 (1988)『商業政策の理論と現実』八千代出版。
 - ・荒川祐吉 (1991)『流通構造、商業経営及び流通政策』千倉書房。
 - ・鈴木武編 (1991)『現代の流通問題—政策と課題—』東洋経済新報社。
 - ・保田芳昭 (1993)『国際化時代の流通政策』ミネルヴァ書房。
 - ・石原武政 (1994)『小売業における調整政策』千倉書房。
 - ・久保村隆祐編 (1994)『エレメンタル 流通政策』英創社。