

〔論 文〕

# 格差拡大社会における流通の役割

仲 上 哲

## 目 次

はじめに

### I 所得格差の拡大と流通の関わり

1. 先進国内部での所得格差拡大の2つの契機
2. 長期不況期における日本の状況
3. 格差と流通の関係
  - (1) 格差と流通
  - (2) 広がる格差への対処法
  - (3) 消費者物価の下落とデフレ

### II 低価格商品を提供するデフレ支援型流通の規定と事例

1. デフレ支援型流通の規定
  - (1) 小売商業の販売様式の変化と流通の特徴および役割
  - (2) デフレ支援型流通の規定と経済および格差意識への関与
2. デフレ支援型流通の事例
  - (1) 低価格輸入食品
  - (2) デフレ不況型プライベートブランド商品
  - (3) 専門量販店が提供する独自商品
  - (4) デフレ支援型流通の規定に照らした事例のまとめ

### III デフレ支援型流通の役割継続

1. デフレ支援型流通の推進要因とアベノミクスの理念
  - (1) 推進要因
  - (2) アベノミクスの理念
2. アベノミクスの現実とデフレ支援型流通の役割継続
  - (1) 不況脱出とされる第1・第2の矢
  - (2) 成長戦略とされる第3の矢
  - (3) 雇用破壊と低価格商品投入の必要性
3. デフレ支援型流通の役割を継続させる新たな方法

- (1) 政策的倒錯の下での役割継続
- (2) 役割継続のための新たな方法
4. 役割をはたす方法の限界と転換方策  
おわりに

## はじめに

1990年代初頭にバブル経済が崩壊した後、日本経済は「失われた20年」といわれる長期不況下にある。この間、時間だけが失われ、社会と経済の様々な状況が変化しなかったのではない。経済成長、国内産業、正規雇用、消費者の所得など、実際に失われたものも多くある。その帰結として、デフレ基調の経済の下での所得低下および格差の拡大が進行しており、この事態に対する流通のあり方も変わらざるを得なかった。

本稿の課題は、この間に変化し形成された日本の流通の特徴をデフレ支援型と規定し、その活動内容を検討することで新たな役割を見いだすことである。さらにこの役割が、デフレの終結を意図し実行することで経済成長を展望しようとする、安倍政権の経済政策（以下通称であるアベノミクスと表記）の下でも継続せざるを得ないことを解明する。

そのための主な対象を、デフレ不況期における大手小売商業の活動におく。その理由は、下がり続ける所得で暮らす消費者に対して、生活必需品を低価格で提供するという、デフレ支援型流通の直接的で表層的な活動内容を有している経済主体の典型が大手小売商業だからである。

以下デフレ支援型流通に関して、1) 新たな規定付与の背景と契機、2) その特徴および事例、3) アベノミクスの下での役割の継続について検討を進める。

## I 所得格差の拡大と流通の関わり

長期不況下での流通活動は、可処分所得が低下する消費者に対して商品を低価格で提供することにその重点が置かれる。このような流通活動のあり方は、低価格販売政策それ自体以上に何か意味があるとすればどのようなことであろうか。格差が拡大する背景や主要な契機との関係と絡めつつ、増加する低所得者層に対して流通が活動を通して関与する形態について予備的に考察しておく必要がある。

### 1. 先進国内部での所得格差拡大の2つの契機

近年、主要先進諸国における所得格差の拡大が顕著になっている。これには世界史的な2つの契機が関係している。

1つは世界経済における先進国の相対的な地位の低下に関わる。1970年代半ばのオイルショックを端緒とする世界不況をへて、先進諸国の経済は戦後の高成長から低成長へと移行した。他方で途上国の中から韓国や台湾、メキシコといったNICs、さらにはBRICSと称される新興諸国が生産拠点として台頭してきた。先進諸国と途上国との間で隔絶していた経済格差が接近することで、かつての南北間に存在した格差が、先進国内部での経済状況に波及移転することになった。先進国内で有力な投資先が減少するだけでなく、グローバル競争下での雇用条件および賃金水準が新興国の水準に太刀打ちできず、先進国の水準をこれに近づけるか職を喪失するかという事態が生じた。

2つは冷戦の崩壊による対立軸の転換に関わる。1989年のベルリンの壁崩壊に象徴的な戦後冷戦体制の終焉によって、資本主義先進諸国は社会主義的諸国への対抗政策として掲げた平等

な所得分配や社会保障を通じた再分配政策を維持する必要性を低下させることになった。こうして計画経済、福祉国家、需要創出といったケインズ主義的経済政策が後退させられ、支配的な経済主体が自由な利得を優先させる新自由主義的経済政策が重視される状況に拍車掛けられることになった。

### 2. 長期不況期における日本の状況

新自由主義的政策を先駆的に採用したアメリカとイギリスに後れながらも、1980年代の中曽根政権の臨調行革から、バブル経済崩壊をはさんで2000年代前半の小泉政権にいたる過程で日本でも新自由主義的政策が採用されるようになった<sup>1)</sup>。経済活動の過当な競争を抑制してきた規制が、自由な競争という理念に基づいて次々と緩和された。労働法制の改定や大店法の廃止も同様にすすめられた。

新自由主義的経済政策の基本理念は自由な競争である。低成長期にあってパイが増えない中では、限られた利得をいかに早く手に入れるかがすべてとなり、そのための制約はできるだけない方が良くとされる。強いものが先んじて多くのパイを手にするため、多数の弱者は残された少ないパイに甘んじることになる。

1990年代の「失われた10年」にあって、バブル経済崩壊後の不況から回復する手段として新自由主義的経済体制への移行が進められたが、この帰結は一部の大手輸出メーカーにとっての好況と多数の非正規労働者を生み出すことになった。経済成長を期待できないまま、新興国との競争上優位に立てるような技術革新を待てないばかりか、新商品もすぐに真似されて価格競争に巻き込まれる中、利益を確保するには労働コストを節減することが企業にとって手取り早い競争手段となった。こうしていびつな景気回復と経済の低成長あるいはマイナス成長下での格差拡大がもたらされた。

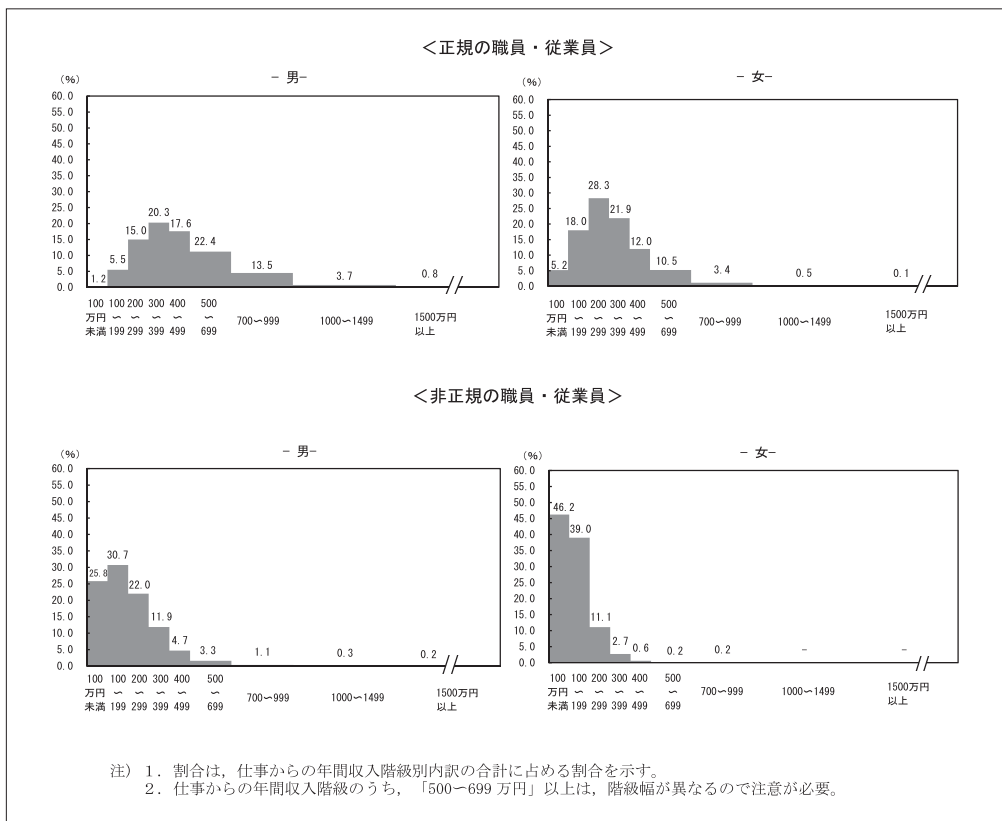
大企業と中小零細企業との格差、富裕層と低所得者層との格差が拡大した。国民の所得構成は低所得者層が増加し中間所得者層が減少する

ことになり、2014年には年収200万円未満の被雇用者が20年ぶりに1000万人を突破したように、日本の格差拡大は低所得者層の増加によって顕著となっている。

低所得者層が増加することで、貧困化とも言える消費制限が問題となっている。所得が減少しても、社会保障費等は減額されず、可処分所得が著しく減少する。なかでも日常生活費の節約が目立つが、自動車関連や通信費などの大手経済主体から提供される費目はむしろ増額する傾向にあって、食費や身の回り品の節約や買い控えが顕著となる<sup>2)</sup>。勤労者世帯は所得で収奪されながら、再分配で調整がなされるのではなく、さらに国家と大企業から逆に再収奪されているという実態が読み取れる。

所得低下を引き起こした主たる原因は、雇用破壊ともいべき事態が進められたことである。1999年の法改定で派遣労働が原則自由化された結果、非正規雇用者が急増した。正規労働者に比べて、低賃金で（図1参照）昇給昇進がなく、短期雇用でしかも単純作業に従事させられる働き方は、採用する企業にとって労働コストの節減のみならず雇用調整に適している。パート、アルバイト、契約社員などを含む非正規雇用者は、2014年には日本の全雇用者の30%を超え2000万人を突破した。

日本においても新自由主義的経済政策への転換によって、雇用破壊が推進された結果、低所得者層が増加し、所得格差と消費制限が問題となっている。



出所) 総務局統計局「労働力調査」(詳細集計)平成26年(2014年)平均(速報),平成27年,4ページ。

図1 正規、非正規の職員・従業員の仕事からの年間収入階級別割合 (2014年)

### 3. 格差と流通の関係

消費制限が引き起こされるほどに、現代の貧困ともいうべき格差が拡大することに対して、流通はどのように対処できるのか。拡大する格差によって引き起こされる消費制限に対処する流通活動の役割という視点からこの問題を見てみる。

#### (1) 格差と流通

格差拡大社会で問題とされる格差とは正確には経済的格差であり、その中心は所得格差のことであると確認しておく。格差は直接的に分配される所得の多寡によってもたらされる貧富に関わるからである。現在の格差は、低所得者層の増加によって、貧富の拡大が際立っていることに主要な問題がある。

他方、流通は消費者に消費対象を提供することを主な活動としており、これによって流通は所得と関係し、提供する商品の価格帯や品質、さらにはその売れ行きなどを通じて所得格差がもたらす貧富と関係する。よって食品や生活用品などの具体的な消費対象を提供することを通じて、現実の貧困状態を緩和することも格差と貧富に対する流通からの関与の形態であり、また副次的には、奢侈品などを提供して格差の意識を解決あるいは緩和することも格差と貧富に対する流通からの関与の形態である。

#### (2) 広がる格差への対処法

拡大する所得格差を解決する方法として、①経済成長によってパイを大きくすること、②税制による所得の再分配、③福祉と社会保障による救済、④富裕層から貧困層へのトリクルダウン効果といった政策が、一般的には採用あるいは期待される。しかしながら、低成長どころかマイナス成長の状況下にある日本では、経済成長は安易に期待することはできない。新自由主義的経済政策では、所得税の最高税率引下げや大企業優遇税制の導入が企図され、累進課税が回避される傾向にある。自立自助の理念によって福祉の諸制度は後退させられている。日本の

社会保障は高い保険料ゆえむしろ低所得者層ほど負担が増す逆進的な性格を有している。トリクルダウン効果にいたっては、いったん大企業や富裕層に富を集中させることになるが、それが低所得者層に滴り落ちなければ逆に格差が拡大することにしかない<sup>3)</sup>。

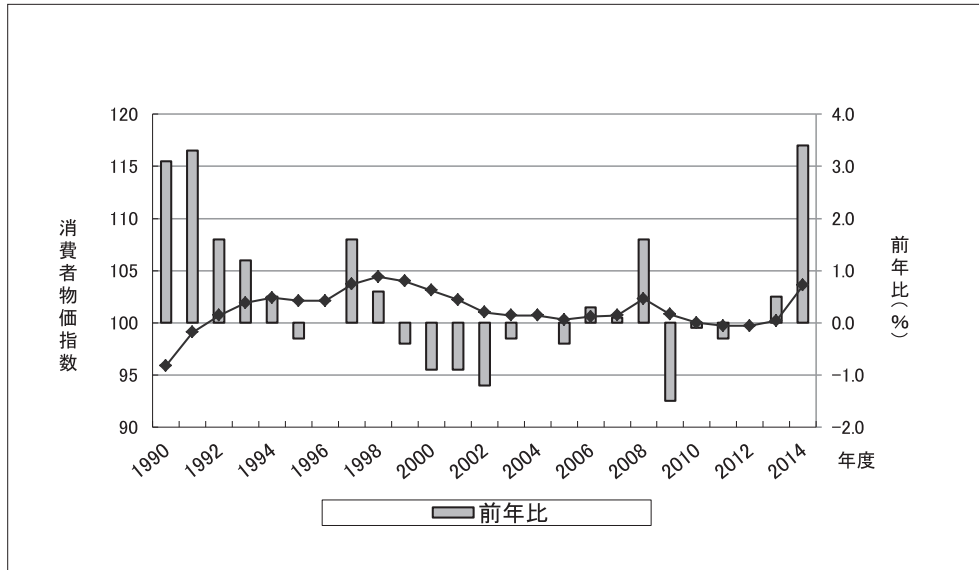
よって考えられる範囲で実行可能な対処は、拡大する所得格差にあっても低所得者層が生活に困難を来さないように緩和する政策を講じることである。具体的には、所得低下を前提にしたうえで生活必需品を低価格で提供することである。こうして格差拡大への現実的な対処として、物価水準の抑制が不可欠な要素となってきた。流通に関わる諸企業にとっては、商品を低価格で販売することが自らの生き残りを図るための手段であるが、日本の経済状況への貢献という視点からすれば、商品を低価格で提供することによって、結果的に労働の低コスト化を支援する活動を展開してきたことになる。つまりグローバルスタンダードへの賃金水準の切り下げを目指して実行される雇用破壊、これによって創出される所得低下にともなう貧困化をスムーズに緩和させるという支援を行うことで、支配的な経済主体の利得獲得に貢献してきたことになる。

#### (3) 消費者物価の下落とデフレ

日本経済は消費税率引き上げの翌年1998年頃より長期のデフレ基調にある(図2参照)。デフレとは物価の下落が常態化することである。バブル経済崩壊後に生じたいわゆる価格破壊によって物価の下落が始まった。その後、過剰商品の処分売りが終結した1996年頃には景気の回復も見られたが、翌年からの消費税率引き上げや雇用破壊の進行と重なるように、物価下落が常態化しデフレ状況が出現したのである。

つまりそこには、次のような事態があった。不況からの回復を目指して、企業はコスト節減策として賃下げを引き起し、所得低下をまねき低所得者層を増大させた。低所得者層の節約的志向に対処するため、売られる商品は価格帯が





注) 物価指数は2010年度を100とする。  
 出所) 総務省統計局「消費者物価指数年報」各年版より作成。

図2 消費者物価指数と前年比の推移

見直されるか、何らかのコスト見直しによって低価格で販売される。低価格商品で生活できるので、賃下げが再び行われることが容易になる。このようなスパイラルによって物価の下落が常態化し、デフレが誘発されたのである。流通はこのスパイラルの中で、デフレを媒介する活動を行ってきた。次節ではこのような状況で活動する流通の役割をデフレ支援型と規定した上で、これの考察を進める。

## II 低価格商品を提供するデフレ支援型流通の規定と事例

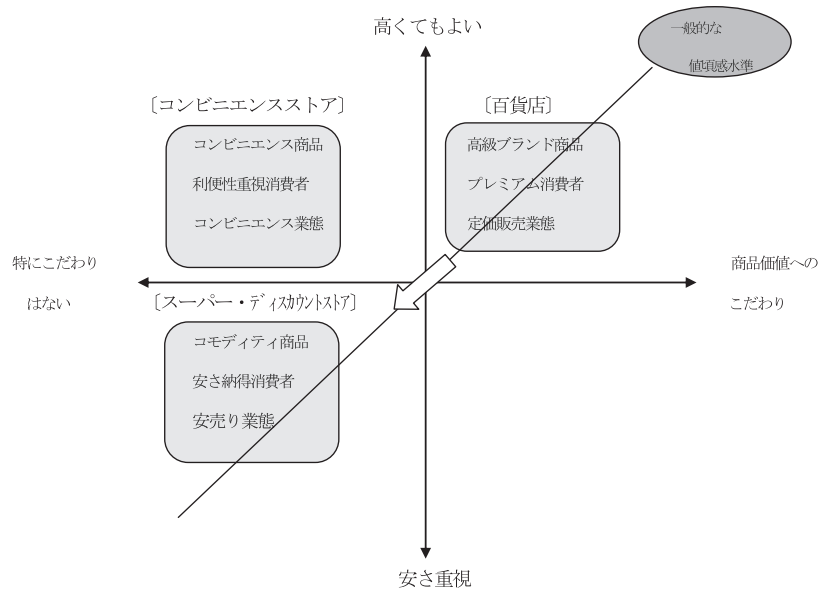
### 1. デフレ支援型流通の規定

#### (1) 小売商業の販売様式の変化と流通の特徴および役割

すでに見たように、1970年代以降の主要先進諸国の経済成長低下や冷戦体制の崩壊などを背景に、新自由主義的経済政策が推進され、日本でも1990年代のバブル経済崩壊とその後の長期不況からの回復を目指す中で、労働コストの

節減が急進展させられた。流通活動もこれを支援するものへと変化したのであるが、これはそれ以前の特徴と比べてどのような変化であったのか。

高度成長期に形成された近代的な流通の特徴は、大量生産された消費財を安定的に大量販売することであるが、これには2つの側面がある。1つは量的な安定性であり、もう1つは価格の安定性であった。大手総合スーパーチェーンが全国展開することで、サプライチェーンが整い安定的な商品提供が可能となったことはもちろん、当初はメーカーごとにばらつきがあった定価や地域間で開きが大きかった価格が、次第に同一の値頃感水準に収斂し、消費者の間で一般的な値頃感水準が全国的に形成された。図3は、消費者がもつ商品の価値および価格に対するこだわりに基づく消費スタイルとそれに対応する主要な業態、およびこれらによって措定される値頃感水準を示した概念図である。近代的流通はこのような2つの安定性をもって商品流通に貢献した。



出所) 野村総合研究所 (2005) を参考に作成。

図3 価格破壊期における消費スタイルの重点移動

オイルショック後の低成長期には、売れない時代が始まった。売れない時代の始まりに対して、売れるアイテムだけでも確実に売ろうとする販売政策が重視された。多品種化で消費者ニーズにアピールし、売れるアイテムを見つけ出して素早く特化する、無駄を排除した効率的な流通の追求が開始されたのである。つまりこの時期の流通は、消費者ニーズを探索する中で商品価値を高め、売れるアイテムを確実に取り揃えることで売り方の価値を高めることによって商品流通に貢献した。

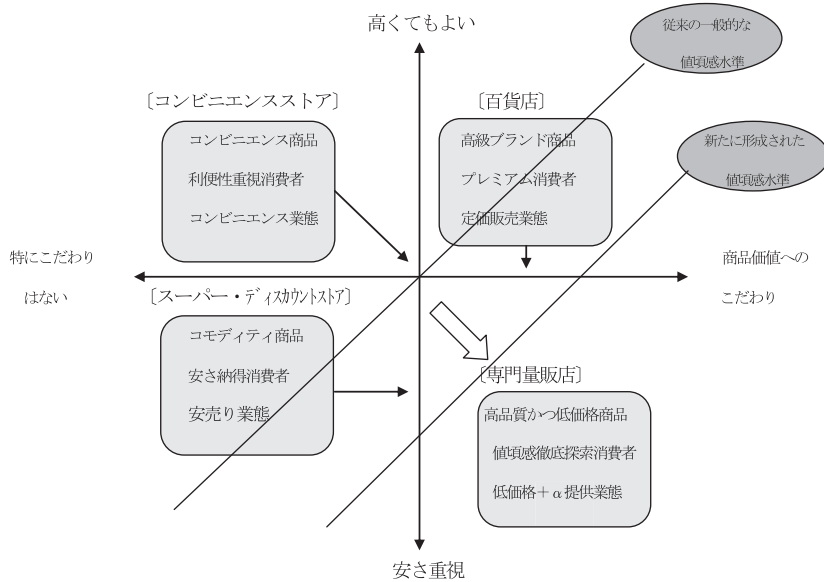
このようにバブル経済が崩壊して価格破壊が始まるまでは、商品の量的安定性、適正価格での提供、消費者ニーズへの価値対応といった、消費生活を豊かにすることを基本とする本来の流通の役割がはたさされていた。

しかしながら1990年代のバブル経済崩壊を境にその活動に変化がみられる。長期不況期は、概して低価格販売が優先されたことに特徴をみることができるが、当初の消費不況期とその後のデフレ不況期という、直接の契機も特徴

づけも異なる2つの時期に区分できる。

バブル経済崩壊直後は、過剰商品の処分対策として、劇的な低価格販売が行われ、これは価格破壊と称された。ここでは、低価値商品を低価格で販売するということが重視されたが、過剰商品問題の解決に助勢することがその契機であった。こうして形成された値頃感は、図3の値頃感水準上を左下に移動しただけであって、デフレが生じたわけではない。

しかし過剰商品の処分売りが終結した後も、過剰雇用の処分対策は継続された。労働コストを節減するため、ベースアップの凍結や非正規雇用への置き換えが進められ、可処分所得が著しく減少することになる。消費不況下で始まった価格の下落が、雇用破壊によって継続されることになった。価格が継続して下落するため、消費者はデフレを期待する買い控え行動や安いだけでは購買しない行動をとるようになる。こうして、高価値商品の低価格化あるいは低価格商品の高価値化がはかられることになり、図4にみる新たな水準へと値頃感水準そのものがシ



出所) 野村総合研究所 (2005) を参考に作成。

図 4 デフレ不況期における値頃感水準のシフト

フトする。小売商業は、この水準に照らして低価格 +  $\alpha$  の商品を提供することが求められ、これがデフレ不況期の流通活動の基本的な特徴となる。

では、上記のような特徴をもつ長期不況期の流通は、客観的にどのような役割をはたしたのかを以下にみる。

(2) デフレ支援型流通の規定と経済および格差意識への関与

長期不況期の流通の特徴は、商品の低価格提供を実行して物価の下落を開始させることから、さらにはこれを継続させてデフレの進行を支援するというものへと進む。

これにともない、当初は過剰商品の処分売りから始まる長期不況期の流通の客観的な役割も次の段階へと進むことになる。つまり新自由主義的経済政策の下で雇用破壊によって生み出される低所得者層に対して低価格商品を提供することに関わる客観的な役割が与えられることになる。その役割とは労働力価値を引き下げるこ

とである<sup>4)</sup>。

低所得者層が低価格生活必需品を消費することで労働力を再生産するならば、その労働力の価値は低下することになる。低下した価値に対しては安い価格しか支払われない、つまり支払い賃金が節減されることになる。デフレ不況期の流通はこのように労働コストの節減に貢献しつつ、しかも雇用破壊を社会問題化させないという客観的な役割をはたすことになる。これがこの時期の日本の流通に与えられることになるデフレ支援型流通という規定である。

日本の流通は、商品を提供して消費を満たすという流通本来の役割から、過剰商品の処分や、労働力コストの節減といった新自由主義的経済政策に貢献することへと主要な役割を転じさせた。消費不況期とデフレ不況期という2つの時期をへながら、とりわけ後者の時期において、日本の流通は雇用破壊を支える不可欠な要素としての労働力価値の引下げを内容とするデフレ支援という役割を発揮するようになったのである。

この規定に見合う役割が与えられデフレ支援をできる小売商業とは、収奪した価値を原資に低価格商品を提供できるSPA、専門量販店などである。そしてデフレ支援に対して、新自由主義的経済政策の実施主体から、商品輸入の便宜、立地に関する優遇措置や販売および雇用に関わる法制上有利な判断などが、報酬として与えられる。これについては本節2.における事例の検討を通じて詳述する。

デフレ支援型流通は、デフレ基調の経済下において商品の低価格提供を継続することで、低賃金労働環境の創出に貢献するが、その際2つの経済的な変更内容が生じる。1つは雇用破壊によって切り下げられた労働力価値しか反映しない商品価値が社会的平均となることである。この低価値商品は低価格帯商品群の大きな層を成しデフレを深刻化させる。もう1つは低価格商品の商品価値が社会の商品価値の平均となり、この低価値商品で再生産される労働力は価値が引き下げられるということである。こうして低賃金労働が創出される。デフレ支援型流通は、この2つの変更内容の后者に関わることで雇用破壊がスムーズに進むことに貢献する<sup>5)</sup>。

またデフレ支援型流通は、格差拡大を受け入れる意識上の緩和ももたらすことになる。格差拡大の中心的な問題点とは、低所得者層が増大することである。雇用破壊の進展で所得が低下することにより、中間所得者層はそれまでの生活水準で消費していた消費財を購入できなくなり従来の生活レベルを維持できなくなると予測される。この新たな低所得者層であっても、低価格商品が投入されることで同じレベルの生活ができてしまうと、彼らが所得の格差を受け入れることが容易になる。デフレ支援型流通はこのように取り繕うことで格差が拡大するという意識上の条件も与えるのである。

## 2. デフレ支援型流通の事例

低所得者層に対して低価格商品を提供するデフレ支援型流通の典型的な事例として、食品や非食品日用品などの最寄り品分野、家電や衣料

などの買回り品の分野において展開される活動を取り上げ、その現状と問題点を検討する。

その理由は、労働力価値の基礎的な構成要素である生活必需品消費財が主に提供されているこれらの商品分野で価格を低下させることで労働力価値が引き下げられ、グローバル競争を優位に進めるための労働コストの節減がスムーズにはたされることになるからである。

以下では、これらの商品分野の代表的な事例として、食品の中でも主に生鮮食品については低価格輸入食品、加工食品と非食品日用品については流通業界2強をはじめとする大手小売商業が提供するプライベートブランド商品(以下PB商品)、買回り品については専門量販店が提供する独自商品を取りあげる。

### (1) 低価格輸入食品

現在日本の食糧自給率はカロリーベースで40%以下の水準にあり、主要先進国の中では最下位である。1965年の73%から1985年に53%にまで低下したが<sup>6)</sup>、その原因は食生活の欧米化によって食肉と飼料、小麦、油脂関連の輸入が拡大したためである。しかし近年の自給率の低下に関しては、国産食品から輸入低価格食品への転換もその原因となっている。日本産の生鮮産品が海外とりわけ中国に持ち出されて栽培され、安く逆輸入されている。また安い原材料と人件費で生産される加工食品などの輸入も増えている。本来国内で生産できるものであっても輸入される理由は、あまりにもかけ離れた国産品との価格差にある。とりわけ1985年にWTOに加盟した中国からの食品輸入量が急増している。

大量に輸入される低価格食品ではあるが、日本国内の安全基準から外れるものも多く輸入されている。農産物からだけでなく魚介類からも残留農薬が検出されている。食肉からは成長ホルモン剤や残留抗生物質が検出され、汚染された土壌で栽培された農産物からはカドミウムやヒ素といった重金属が検出されている。生鮮食品では強い発ガン性をもつカビの付着などが摘

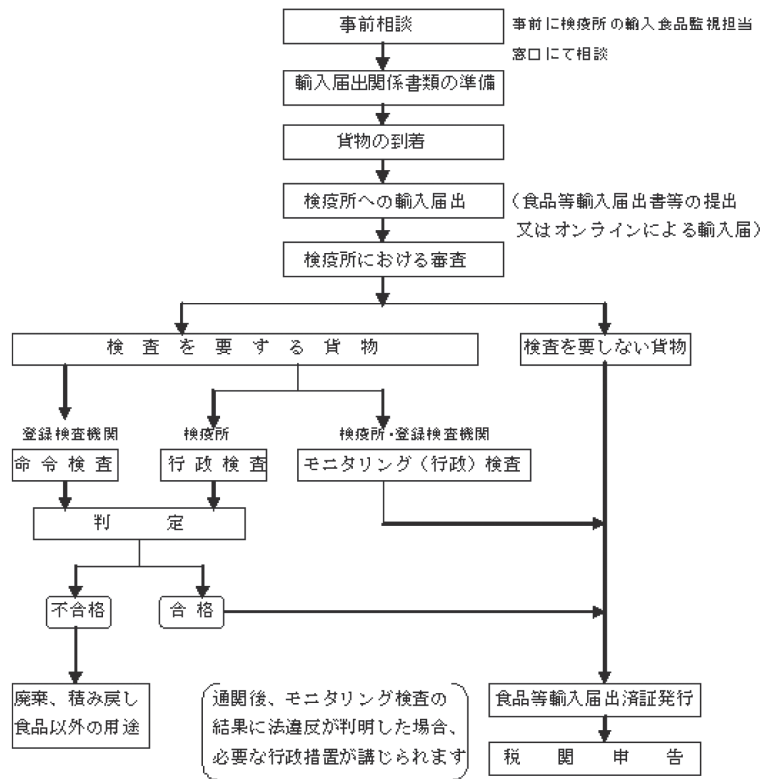


発されている<sup>7)</sup>。また、日本では認められていない食品添加物を使用した食品や、遺伝子組み換え食品など、海外で低コスト生産された食品が大量に流入している。

これらは輸入検査で不合格となる場合もあるが、多くは輸入され国内で流通した後に健康被害を生じさせている。その原因は輸入食品の検査体制にある。図5にみるように、多くの輸入食品は継続して輸入する場合には検査を要しない扱いを受ける。これが全体の9割にもほなる。残りの1割が検査されるが、この場合も輸入業者によってはモニタリング検査など簡略化した措置がとられる。これは本来の食品検疫ではなく、また検査結果を待たずに販売することができるものである。本来の食品検疫である行

政検査を受けるものは、全体のわずか3%に過ぎない<sup>8)</sup>。同様に輸出国内での検査が日本の民間会社に委任されて出荷される場合、日本での輸入検査が省略できることもある。

このようなずさんとも言える検査体制を残す要因として次のことが考えられる。1つは安全性よりも輸入量の確保を優先しなければならないこと、2つは低価格食料で食品価格を抑制しなければならないこと、3つはこれらに貢献する輸入業者や流通業者に優遇措置を与えなければならないことである。現在の日本ではこれら3つの事情が、消費者の食の安全性よりも優先され、危険性をともなう貧困化が進められているのである。



出所) 公益社団法人日本輸入食品安全推進協会ホームページ  
<http://www.asif.or.jp/import2.html>

図5 食品衛生法に基づく輸入手続き

## (2) デフレ不況型プライベートブランド商品

流通業者が自社企画によって提供するPB商品は、流通業者の粗利益が大きいうえ、ナショナルブランド商品(以下NB商品)からいくつかの機能や価値を簡略化しているため低価格で販売することに利点がある。そのためPB商品は景気の後退期になるとブームになった。

2010年頃より、日本では流通業界2強であるセブン&アイのセブンプレミアムとイオンのトップバリュに牽引されるようにPB商品のブームが起きている。これは日本における3度目のPB商品のブームである。1度目は1970年代に2度のオイルショックをへる過程で、低成長経済への移行と物価上昇に起因する高価格NB商品離れが生じた時期であった。2度目は1990年代の価格破壊期に過剰なNB商品の処分売りが行われた後も消費不況が継続する中で、品薄になった安売り商品としてPB商品が支持された時期であった。1度目のブームは1980年代の景気回復によって、2度目のブームはデフレ基調経済下で価格抑制策が講じられたNB商品の復活によって終息した。高価値高価格で販売されるNB商品に対して、価格訴求しかできていないPB商品の側にも問題があった。

今回のブームの背景にはリーマン・ショック前後の急激な物価変動がある。2007年にアメリカで表面化した金融危機が波及して物価が高騰した。この際は従来と同様に価格訴求型PB商品が支持を集めたが、2008年のリーマン・ショック後にデフレが再燃し、いっそう深刻な不況が再来した。これを受けたNB商品の投げ売りが引き金となり、消費者の値頃感の水準がより低価格でより価値の高い商品を求める新たな水準へとシフトした。

このような背景で生じた今回のPB商品ブームの特徴は、それ以前のPB商品の特徴であった価格訴求一辺倒ではなく、高付加価値や高級を特徴とするPB商品が提供されていることにある。さらには、従来にない多層的な商品配置を基礎にした多様化が進展させられていること

にある。

PB商品の多様化の結果生じたタイプについては、エコノミーブランド(基本商品ライン)、クオリティブランド(高級商品ライン)、コンペティティブブランド(超低価格商品ライン)、ライフスタイルブランド(こだわり商品ライン)という4つに分類でき、前3タイプはいわゆる3層構造を成している。

元々は高価格高価値のNB商品に対して、低価格低価値のエコノミーブランドが対極に位置するという構造が、NB商品とPB商品の基本的な配置であった。しかし商品の価値と価格のバランスである消費者が抱く値頃感の水準がデフレ基調経済下で新たな水準へとシフトすることにもなって、それぞれの商品の訴求内容に変化が生まれる。デフレ不況下の新たな値頃感水準で購入されようとするならば、NB商品は商品価値を維持したまま低価格化することが求められ、エコノミーブランドは低価格を維持したまま高付加価値化することが求められた。この高付加価値化したエコノミーブランドがデフレ不況型PB商品の主要な部分となる。近年のトップバリュやとりわけセブンプレミアムがこれにあたる。高付加価値化したエコノミーブランドに対応するためNB商品は高価格販売に立ち戻ることが難しくなる。高価格高価値のスペースにはNB商品と同等以上の価値をもつクオリティブランドが投入される。エコノミーブランドが移動することで空くことになる元のスペースには価格訴求型のコンペティティブブランドが投入される。さらには特定の機能を特定のニーズをもつ消費者にアピールするライフスタイルブランドの展開が用意されている<sup>9)</sup>。

以上のように多層的にPB商品が展開されているところに、今回のブームにおけるPB商品の急速な進展と定着の可能性を見出すことができる。これは縮小する経済と広がる格差を特徴とする日本の社会と経済を前提としたデフレ支援型流通の商品提供として適合的な展開である。しかしそこにはいくつかの憂慮すべき問題もある。

1つは、消費者にとって選択肢が限定されるということである。多層的に提供されるPB商品の範囲内での購入にとどまる傾向が強まり、流通業界2強のような大規模小売商業の大量性とも相まって、それ以外の選択肢が社会から淘汰されることが危惧される。

2つは、デフレ不況型PB商品の典型は高価値商品でありながら低価格で販売されるエコノミーブランドであるが、この高付加価値PB商品が労働力価値の引下げに貢献することである。つまり消費者は自らの値頃感に訴求されるPB商品を消費することで、所得低下を受け入れることが容易になるのである。

3つは、PB商品の多層的な展開が所得格差を前提にして推進され、さらには拡大されるのではないかということである。PB商品の多層的展開はあらゆる所得層の価値欲求にも価格欲求にも対応することで、エコノミーブランドの購入にとどまらない所得層の消費者にも貧困化をもたらすことが懸念される。

4つは、いずれのタイプのPB商品であってもスケールメリットの発揮と製から販へのパワー・シフトの進展が提供の条件となっていることに関わる。中小生産者から調達する場合は直接的に、大手メーカーとの共同提供の場合は原材料の納入業者や商品物流業者から間接的に、いずれかから利益の原資が収奪されており、サプライサイドでの新たな貧困が加速度的に押し進められるのではないかということである。

### (3) 専門量販店が提供する独自商品

デフレ支援型流通が提供する商品は、家電や衣料といった買回り品の分野でも登場した。これらは主に長期不況の下で成長した専門量販店で販売されることになる。買回り品は食品や日用品といった最寄り品に比べて買い控えや節約が可能であるため、所得が減少する不況期には売れ行き不振に陥る傾向が強い。このことが、買回り品を扱う百貨店や総合スーパーの業績不振の原因ともなってきた。しかし長期不況期にあって、とりわけデフレ不況期でも売上高、利

益とも大きく伸ばしてきた専門量販店チェーンがある。ヤマダ電機をはじめとする大手家電量販店やファーストリテイリングに代表される衣料専門店、家具のニトリといった諸企業がこれにあたる。

なぜこれらの企業の商品は不況下でも売れるのか。しかもとりわけ低価格販売がいつそう求められて利益の確保が困難になるデフレ不況期にむしろ売上高と利益を伸ばさせてきたが、どうしてこのようなことが可能であったのか。

デフレ不況期には消費者行動に2つの特徴的な傾向が現れる。1つは所得減少による節約的購買行動である。もう1つはデフレ期待心理による買い控え購買行動である。節約的購買行動に対しては、常にすべての商品がほぼ最安値付近にあるという低価格性を実現していることが不可欠な条件となる。買い控え購買行動に対しては、商品品質の高さと他社商品との差別性および店頭での販売員による接客技術といった、商品と売り方に関する専門性を有していることが不可欠である。

しかし低価格を実現した上で、商品の品質向上や差別化および営業費などにもなうコストを増やし、なおかつ増収を達成することは至難の業である。一部の専門量販店は、どのようにしてこのようなことができたのか<sup>10)</sup>。

家電量販店の場合、大手各社の売上高は家電だけで莫大な額にのぼるが、主なNB商品を相対的に少数の取引相手から仕入れている。買い手市場ではこれが強力なバイイングパワーを生み出す。しかしこのようにして引き出した利益をそのまま値引き原資にしているのは、他社も同じメーカーから仕入れた同じNB商品を値引き販売することになり、メーカーも量販店各社も疲弊してしまうことになる。よってNB商品の値引き販売は適度で停止させ、個々の家電量販店がそれぞれに差別化した独自商品を発注取引することになる。これで他社との差別化と、買い取りゆえの低価格仕入れが可能となる。また営業コスト節減を目的として、メーカーに対して無償あるいは低報酬で派遣店員を要請するこ

ともある。このように家電量販店が低価格販売を実現するための原資は、直接的にはメーカーから得ているが、それはメーカーが新興国の低賃金労働から収奪した価値を間接的に再収奪したものである。

衣料や家具のSPAの場合、家電のような複雑な組立加工製品でないゆえ、自ら製造過程に進出している。店舗で把握した消費者ニーズや売れ行きを素早く正確に生産工程に反映させ、新興国での専用工場契約にもとづいて商品を調達している。つまり新興国から直接に価値を収奪して低価格商品を入手している。営業コストについては、大店法の廃止による自由な出店が進められ、認可されたショッピングセンターへの優先的入居、非正規販売員の雇用といった政策的に講じられた優遇的な措置を活用している。

高品質と低価格を両立するこれらの専門量販店チェーンの経営には共通して憂慮されるべき問題点がある。1つは内外の低賃金労働者が生産した商品を入手することによる収奪が前提となっていることであり、2つは販売コストを外部に負担させることができる措置がとられていることである。内外の労働者や外部の利益をないがしろにしてまで、雇用破壊が生み出した低所得者層に対して買回り品を低価格で提供していることに、デフレ支援型流通としての役割とデフレ不況期における業績の好調さを確認することができる。

#### (4) デフレ支援型流通の規定に照らした事例のまとめ

輸入食品、PB商品、独自商品を取り上げて、食料品、日用品、買回り品について、デフレ支援型流通の現状と問題点を概観してきた。3つの事例をまとめるならば、次のようなことが認められる。

輸入食品については、生鮮品および低価格原料を用いた加工食品ともに、安全性と引き換えにされながらも、何よりも隔絶した低価格であることが優先されている。毎日毎回の食事という高い頻度で購買される食品は、価格訴求が

ねに重視される商品分野である。

PB商品については、高付加価値化したエコノミーブランドが従来の価格訴求一辺倒から値頃感訴求に進化したことが最も重要な点である。しかしながら、高級ラインとして高付加価値化することで値頃感を訴求するクオリティブランドや、新たな価格訴求型のコンペティティブブランドも投入されている。値頃感訴求および価格訴求を含むPB商品の多層的な配置を行うことで、拡大する所得格差と所得低下から生じる節約的志向に対応できる展開が意図されている。

独自商品については、専門量販店各社が内外から強力に収奪した利益を低価格販売と高付加価値の原資にしており、従来とは比べられないほどの値頃感で訴求している。

総じてデフレ支援型流通の訴求方法は、隔絶した低価格かあるいは同じ品質水準以上の商品を低価格で提供する値頃感訴求にある。デフレ支援型流通とは低価格商品の投入によって労働力価値を低下させることで、雇用破壊による所得低下が社会問題化することを緩和するという役割をもつにいたった流通である。3つの事例のいずれもが労働力価値を引き下げ、同時にこれを意識の面でも受け入れやすくすることに貢献していることを確認することができる。

### Ⅲ デフレ支援型流通の役割継続

バブル経済崩壊後、長期の停滞状況を日本経済にもたらし、格差の拡大を引き起こした原因が、デフレ基調下での経済活動の縮小であることは明らかである。このデフレ状況を解決して成長に向かわせようとする安倍政権の経済政策いわゆるアベノミクスが2012年から展開されている。

アベノミクスで日本経済は成長するのか、その成果は分配されて格差の拡大に歯止めが掛かるのであろうか。思惑通りに低所得者層が減少し、所得格差が縮まり、労働力価値が適正な水準に回復されるのであれば、流通も本来の役割



を取り戻すことができる。

## 1. デフレ支援型流通の推進要因とアベノミクスの理念

### (1) 推進要因

デフレ支援型流通が必要とされる根本的な要因は、新自由主義的国際経済秩序の下でのグローバル競争圧力による雇用破壊である。主要先進諸国の低迷と新興国の台頭という現在の国際経済秩序の下で展開されるグローバル競争においては、雇用破壊による労働コストの節減と低価格商品の投入が主要先進国間に共通する傾向となっている。新自由主義的経済政策とはこのような内容をもつ政策体系であり、これがデフレ支援型流通を必要とする直接的で主要な要因である。この国際経済秩序とグローバル競争圧力は現在も変わらず維持されている。

また日本の企業が労働コストの節減に継続的に取り組まざるを得ない日本に固有の要因として、投資と消費を低迷させている内部留保と貯蓄の高さを指摘することができる。日本経済は、主要先進諸国の中でも唯一1997年以降名目GDPがマイナス成長にあり、実質GDPでも2008年にはマイナス成長に陥るほどの低迷が続いている。日本にこのような経済状況をもたらした原因として、1,600兆円とも試算される個人金融資産残高に典型的な国民の高い貯蓄と280兆円にもものぼる企業の高い内部留保があり<sup>11)</sup>、これが現実の消費と投資を低迷させ、経済の縮小を引き起こしてきた。インフレと金融バブルで消費浮揚と投資誘導が試みられようとしているが、今のところ大きな変化はみられない。

### (2) アベノミクスの理念

企業は投資に向かうのではなく、利益を得るために労働コストを節減する行動を重視し、消費者は所得減少と将来不安のために消費に向かわず貯蓄を選好するようになる。投資も消費も低迷し、経済が縮小するという状況にあって、雇用破壊だけを優先的に推進することになる新自由主義的経済政策がデフレ支援型流通を必要

としているのである。これに対する政策転換が、アベノミクスと称して図られようとしている。

その理念は、まずデフレ心理を払拭して景気浮揚を試みることである。景気の浮揚から企業活動を活性化させ、経済成長の実現につなげることが次の課題であり、その成果をトリクルダウンさせて国民に分与し、これにより雇用と賃金の状況を好転させることが最終の目標であるとされる。景気浮揚と経済成長については、金融規制緩和、財政出動、成長戦略といういわゆる3本の矢が企図されている。これではたして景気は回復するのか、成長は実現できるのか、分配方法は確かなものなのか、といったことが懸念される。これら諸点について次に検討する。

## 2. アベノミクスの現実とデフレ支援型流通の役割継続

### (1) 不況脱出とされる第1・第2の矢

「デフレ退治」のため、第1の矢である「異次元の金融緩和」が行われた。この政策は経営者と消費者のデフレ心理を払拭して、投資と消費に向かわせるための短期の矢であるとされる。インフレ率を勘案した実質マイナス金利の実現と、市中銀行から大量の国債を日銀が購入することで、大量の円資金があふれた。まもなく円安と株高が現出し、その波及効果として、輸入品の価格上昇にともなう物価上昇と輸出企業の好調および資産家と大株主の投機活性化がもたらされた。大企業と富裕層が恩恵を受ける一方で、デフレの原因であった労働コストの節減がいつそう進められることになる。輸入原材料費やエネルギーコストが上昇した影響を抑える必要性が高まったからである。輸入品を中心とする物価上昇はインフレ期待効果よりも、むしろ実質賃金の持続的な減少による節約的購買行動という逆の結果を引き起している。総じてデフレ心理を払拭するような消費拡大やそれともなう景気回復は感じられない状況にある。

第2の矢である財政出動では、公共投資による受注企業への需要創出が試みられた。しかしながらその効果は限定的でかつ即効性にとぼし

い。第2の矢は、公共事業に関連する土木や建設分野での価格上昇と土地のミニバブルをまねき、その煽りによる民間企業の設備投資の延期や、計画そのものの見直しなど、民間投資需要の足かせとなっている<sup>12)</sup>。

短期の2本の矢によって、資金供給はなされたものの、「デフレ退治」や需要創出が成功的に行われたとは言えない。むしろ2本の矢だけでは、物価上昇と実質賃金低下、土地や設備投資費用の上昇が招かれ、不況を長引かせる可能性が高められている。供給された資金を経済成長に結実させることが次の課題となる。

(2) 成長戦略とされる第3の矢

アベノミクスでは、日本経済を不況から脱出

させるためには供給された資金を投資や消費に向けさせる成長戦略が不可欠であり、そのためには世界中の企業が自由に活躍できる場を創出する必要があるとされる。主要な手立てとして、法人税率を引き下げることと労働市場の自由度を高めることが目指される。

2014年、約35%の実効税率を数年後には20%台にすることが閣議決定された。その目的は企業の負担を軽減し競争上の優位を発揮させることと、海外から日本への投資を呼び込むことにある。しかしながら税率引下げは税収の減少と引き換えであるが、減税分が内部留保されずに投資に向けられ増益と税収の増加をもたらすという保障はない。税収の減少が消費税増税で埋め合わされただけということになれば、大

表1 雇用分野に関する規制改革実施計画

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管省庁
1	ジョブ型正社員の雇用ルールの整備	職務等に着目した「多様な正社員」モデルの普及・促進を図るため、労働条件の明示等、雇用管理上の留意点について取りまとめ、周知を図る。	平成25年度検討開始、平成26年度措置	厚生労働省
2	企画業務型裁量労働制やフレックスタイム制等労働時間法制の見直し	企画業務型裁量労働制やフレックスタイム制をはじめ、労働時間法制について、ワークライフバランスや労働生産性の向上の観点から、労働政策審議会で総合的に検討する。労働政策審議会での検討の基礎資料を得るべく、平成25年上期に企業における実態調査・分析を実施し、平成25年秋に労働政策審議会で検討を開始し、結論を得次第措置を講じる。	平成25年上期調査開始、平成25年秋検討開始、1年を目途に結論、結論を得次第措置	厚生労働省
3	有料職業紹介事業の規制改革	民間人材ビジネスの活用によるマッチング機能強化の観点から、利用者の立場に立った有料職業紹介制度の在り方について引き続き問題意識を持ちつつ、当面、求職者からの職業紹介手数料徴収が可能な職業の拡大について検討する。	平成25年度検討開始、平成26年度早期に結論	厚生労働省
4	労働者派遣制度の見直し	労働者派遣制度については、下記の事項を含め、平成25年秋以降、労働政策審議会において議論を開始する。 ①派遣期間の在り方(専門26業務に該当するかどうかによって派遣期間が異なる現行制度) ②派遣労働者のキャリアアップ措置 ③派遣労働者の均衡待遇の在り方	平成25年検討・結論、結論を得次第措置	厚生労働省

出所) 内閣府「規制改革実施計画」(平成25年6月14日閣議決定)28ページ。

企業の内部留保と勤労者世帯の可処分所得の格差はいっそう拡大する。

企業が安く雇い、自由に解雇できる労働市場を創出することを内容とする報告書が、2013年に「規制改革会議 雇用ワーキング・グループ」から提出された(表1参照)。その後展開される雇用政策の基本となるこの4つの事項のうち、直接的に労働形態にかかわる3つの事項が注目される。

1つは雇用形態に関わることである。「多様な正社員」モデルとして提起される項目では、限定正社員のように勤務地と引き換えに、昇進や賃金水準および解雇ルールなどの点でこれまでの労働基準から後退させられる内容が含まれる。また解雇の要件や解決方法を採用に際して確定しておくという改訂も企図されている。2つは労働時間法制を見直すことで、現在の1日8時間、週40時間という労働時間規制を外せるようにしようとするものである。裁量労働制を適用できる職種をホワイトカラー全体に広げ、一定の年収があれば残業代を支払わずに働かせることが可能となる。3つは派遣労働の見直しである。派遣法を改正して、生涯派遣を可能にすることが企図されている。

成長戦略としてアベノミクスが進める政策では、勤労者世帯の家計負担が増えるだけでなく、働き方の変更ともなう賃金水準の切り下げや解雇による低賃金労働者と失業者の増加によって貧困がいっそう進むとともにそれが定着することになる。

### (3) 雇用破壊と低価格商品投入の必要性

アベノミクスの下では、勤労者世帯の側における物価上昇、低賃金、増税が進み、大企業や富裕層との格差がいっそう拡大することになる。背景にある国際経済秩序とグローバル競争圧力は変わらず、長期不況からの脱出も経済成長も達成されないままに、格差を拡大する最も根本的な原因である雇用破壊による所得低下だけが先行させられているからである。所得が低下してもいずれトリクルダウン効果があるとされ

るが、今のところは大企業の内部留保と<sup>13)</sup>、資産家と大株主の保有株式の時価総額の増加にとどまっている。

不況が企業の労働コストの節減行動をもたらす、低所得者層に低価格商品を広く継続的に提供される必要が生じ、物価下落が常態化したことが、日本経済を長期停滞させ続けたデフレ基調経済の構図であった。輸出企業の業績回復と株取引を活発にしただけのアベノミクスでは、不況から脱出できず、労働コストはいっそう節減されることになる。つまりデフレの根本原因は何ら解決されていないことになり、低価格商品を投入し労働力価値を低下させることで雇用破壊にともなう社会的な諸問題を取り繕う流通の役割は、これまでと同様に、あるいはそれ以上に必要とされる。アベノミクスの下でもデフレ支援型流通としてはたされた流通の役割は継続されざるを得ないということになる。

しかしながら、物価は上昇しているばかりか、消費増税も断行された。これまでと同じやり方では低価格商品の投入が難しくなっていることは事実である。

## 3. デフレ支援型流通の役割を継続させる新たな方法

アベノミクスが進められ、生活必需品を含む諸物価が名目賃金の伸びを上回って上昇する局面では、格差の拡大は実質賃金の減少という形で進行する。デフレの局面では、流通は低価格商品あるいは高付加価値商品を投入して所得の低下を取り繕うことで、雇用破壊を社会問題化させないという役割をはたしてきた。今回の物価上昇の局面にあって、流通はどのようにしてこの役割をはたすのか。

### (1) 政策的倒錯の下での役割継続

アベノミクスの下では、主に円安による輸入品価格の高騰でコストプッシュ型の物価上昇が生じている。勤労者世帯の実質所得低下や消費増税による売上減退を承知で、小売商業は値上げを余儀なくされているのである。このように

いわば強要された値上げであるにもかかわらず、「デフレ退治」というスローガンの下では、不況からの脱出について何も解決されていないのに、物価上昇で何かが進んだような倒錯が生じている。

元々物価下落が継続した原因は、雇用破壊を取り繕うために労働力価値を引下げ続けたことにある。「デフレ退治」というならば、その方策は労働力価値を高める他ないはずであるが、本来改善されるべき低賃金は放置されたままである。それゆえ流通の現場では、インフレターゲットや円安を受け入れ、金融バブルや一部の輸出企業の好業績を好景気として歓迎するという政策的倒錯をも取り込むような新たな対応をせざるを得ない状況すら生じている。

#### (2) 役割継続のための新たな方法

物価上昇の局面でも生活必需品を低価格提供して労働力価値を引下げるために、小売商業をはじめとする流通各社は以下のような方法を駆使している。

第1は、商品の販売価格引下げのための新たな原資を獲得して値下げを断行することである。ウォルマート傘下の西友など、海外に強力な商品調達基盤を有するわずかな小売商業が、この方法を採用することができる。

第2は、国家政策としてTPP(環太平洋経済連携協定)に参加して安価な輸入品を大量に流入させる方法である。食品物価指数が大きく低下してインフレターゲットには逆行するが、問題はそのようなことよりも食の安全性や国内産業への打撃、医療や金融関連の市場に与える混乱との引き換えが条件となることである<sup>14)</sup>。

第3には、低価格高付加価値エコノミーブランドタイプのPB商品や、高級クオリティブランドタイプのような価格上昇を上回る高付加価値化をもつ商品を提供することで、値頃感訴求を追求することである。セブン&アイがこの方法を採用している典型的な小売商業であるが、大手メーカーと組んでしかもコンビニ用の大口発注によってこそ実現できるものであ

る。

第4には、ネット通販やネットスーパーおよびオムニチャネルのように、過度な利便性やサービス提供をして、事実上の値下げ競争を展開することである<sup>15)</sup>。

他の方法として、消費者のインフレ心理を利用して将来需要を取り込むことも試みられるが、借金体質を好まない日本人には馴染みにくく、また金融派生商品も日々の消費節約や貯蓄を取り崩してまで購入されるものではない。これらはむしろインバウンド消費や富裕層の高額消費ほどには進んでいないのが実情である。

#### 4. 役割をはたす方法の限界と転換方策

以上見てきたように、現在の国際経済秩序を前提として、金融バブルと労働規制緩和に重点を置く経済政策であるアベノミクスでは、日本経済の成長は期待できない。ゆえに格差拡大に歯止めを掛けるような成果の分配もない。低所得者層はむしろ増加し、彼らの抑制された生活費で再生産される労働力価値が適正な水準に回復されることもない。流通に与えられるデフレ支援という役割は、方法を進化させながらも継続されることになる。

そもそもデフレ支援という役割は、新自由主義的経済体制へと日本経済が移行する過程において、流通に与えられたものであった。新自由主義を進化させただけにすぎないアベノミクスの展開に対応して、流通もその役割をはたす方法を進化させるものと理解することが妥当であろう。デフレ支援型流通という規程の呼称については変更の余地はあるものの、内容に関する変更は必要とされない。

しかしながら、規定の内容に変更はなくても、これを実現する方法には制限が課せられている。このまま物価上昇が続くならば、同じように低価格商品を提供することがいづれは限界に直面するということである。いわば格差がもたらす社会的コストを流通が吸収してきたのであるが、このままではそれもできなくなる。格差が拡大することはすなわち貧困が広がること



Oct. 2015

## 格差拡大社会における流通の役割

であり、犯罪や救済の社会的コストが増大し、社会と経済の基盤が崩壊しかねない。そうなる前に、格差がもたらす社会的コストを社会と経済で吸収するように転換すべきである。経済体制の転換をはかり、グローバル競争の呪縛から脱出して、雇用破壊で進展させられた消費制限を払拭することが求められる。こうして流通も、品質や安全面で当たり前の商品が適正な価格で安定的に提供されるという本来の役割を取り戻すことができる。

## おわりに

小売商業の活動を中心に検討しつつ、日本の流通の役割について概観した。デフレ支援型流通の規定と事例を通して、現在の日本の流通が新たな役割をはたしていること、それが安倍政権の経済政策いわゆるアベノミクスの下でも継続されることを確認することができた。

## 【付 記】

本稿は、平成26年度阪南大学産業経済研究所助成研究(B)「製から販へのパワー・シフトの進展に関する先進国間比較」の成果報告の一部である。

## 注

- 1) 佐久間英俊(2015)では、格差拡大の直接の原因が大企業の取奪や搾取の強化にあり、これの契機が1985年の「プラザ合意」によってもたらされた経済構造の転換にあると指摘されている(4-5ページ)。
- 2) 金澤誠一(2014), 38-42ページを参照。
- 3) OECDは2014年12月9日に発表した「所得格差の動向と経済成長への影響」と題するワーキングペーパーの中で、トリクルダウンを否定し所得格差が経済成長を損ねていることを指摘している(Cingano(2014))。
- 4) 流通活動は、デフレを引き起こすことを目的として低価格販売をするのではなく、物価下落の常態化の直接の要因である労働コストの節減に貢献することでデフレ状況を出現させる経済活動を支援するのである(仲上哲(2009), 4-9ページを参照)。
- 5) もちろん労働力の再生産に必要な商品価値の総体には、生活必需品以外に、サービス商品や住居費

および社会保障費等も含まれるが、これらを捨象しても基本的な傾向を示すことはできる。

- 6) 農林水産省ホームページ/統計情報/農林水産基本データ集/食糧自給率に関する統計を参照。
- 7) 小倉正行(2014)を参照。
- 8) 同上参照。
- 9) 仲上哲(2014)参照。
- 10) 詳しくは、仲上哲(2012), 85-93ページを参照。
- 11) 日本銀行調査統計局および財務省法人企業統計を参照。
- 12) 「追加財政は成長に寄与せずむしろ民間の投資を困難にする」との指摘もある(『週間東洋経済』(2014), 121ページを参照)。
- 13) アベノミクスの1年間で企業の内部留保は42.8兆円増加した(財務省法人企業統計)。
- 14) オーストラリアでは、TPP参加によって菓業上昇およびたばこ広告や飲酒警告の規制緩和などが進むことで国民の健康悪化が懸念されるという報告書が学者や非政府組織によって公表された(AFTINETホームページを参照)。
- 15) インターネット利用販売およびオムニチャネルの実態と問題点については、仲上哲(2015)を参照。

## 参考文献

- 小倉正行「危険な中国産食品、なぜ日本で流通? 検査率わずか1割、ずさんな食品検査体制」Business Journal 2014年1月11日配信, [http://biz-journal.jp/2014/01/post\\_3830.html](http://biz-journal.jp/2014/01/post_3830.html)
- オーストラリア公正貿易投資ネットワーク(AFTINET)ホームページ, <http://aftinet.org.au/cms/>
- 金澤誠一(2014)「アベノミクスの下での国民生活の危機と再構築」『経済』2014年9月号。
- 公益社団法人日本輸入食品安全推進協会ホームページ, <http://www.asif.or.jp/import2.html>
- 厚生労働省「毎月勤労統計」。
- 財務省「法人企業統計」。
- 佐久間英俊(2015)「日本の格差社会と流通」佐久間英俊・木立真直編著『流通・都市の理論と動向』中央大学出版部, 第1章。
- 総務省統計局「消費者物価指数年報」。
- 「労働力調査」。
- 『週間東洋経済』(2014)10月4日号。
- 内閣府「規制改革実施計画」。
- 仲上哲(2009)「現代日本における流通の特徴と役割」仲上哲編著『「失われた10年」と日本の流通』文理閣, 序章。
- (2012)『超世紀不況と日本の流通—小売商業の新たな戦略と役割—』文理閣。
- (2014)「デフレ不況期におけるプライベートブランド商品の特徴」『阪南論集 社会科学編』第49

巻 第 2 号。

—— (2015)「消費縮小状況において小売商業が主導する流通機能の変化」『阪南論集 社会科学編』第 50 巻 第 2 号。

日本銀行ホームページ。

農林水産省ホームページ。

野村総合研究所 (2005)『第三の消費スタイル—日本

人独自の“利便性消費”を解くマーケティング戦略—』野村総合研究所広報部。

Cingano, F. (2014) “Trends in Income Inequality and Its Impact on Economic Growth”, OECD SEM Working Paper, No. 163.

(2015年7月17日掲載決定)