

第1438回 (10月3日)

韓国、台湾における食料品小売革新  
田村 馨

韓国、台湾の流通機構はいま大きな変革期を迎えようとしている。本報告では、その動きを飲食料品小売業を対象に検討を加えた。飲食料品小売業に注目するのは、1) 消費革命の進行が食料消費行動において顕著であることから飲食料品小売業においてその影響は先鋭化することが予想され、また、2) 両国において飲食料品小売業は小売業のなかでもっとも大きな業種だからである。

報告の骨子は以下の通り。

(1) 両国の経済発展について概観し、リーディングセクターとして流通業に対する期待が高まってきた背景に、産業構造の変化やサービス化の進展と、対外経済関係の変容とがあることを確認した。

(2) 両国の飲食料品小売業の現状をセンサスデータにもとづいて概観し、その零細性、生業的な構造特性を指摘した。表はそのことを韓国、台湾、日本の3国間で比較したものである。

(3) 両国における食料品小売革新の現状を、まず小売革新を業態革新として捉える視点を提示したうえで、スーパーマーケット、コンビニエンスストアなど革新的小売業態の発展度に注目して検討を加えた。その結果、韓国、台湾における食料品小売革新はいま漸く緒についた段階にあると判断される。ただ、スーパーマーケット業態の確立度やコンビニエンスストアの展開規模をみる限り、台湾の方が一步先のステージにあることがうかがえる。

(4) 両国の食料品小売革新の誘発要因について、台湾の先行性に留意しつつ整理、点検を行なった。誘発要因として抽出したのは、消費市場の変容、イノベーターとしての小売業者の行動、メーカーのマーケティング戦略、政府の行動・海外流通資本の直接介入などである。

(5) 韓国、台湾における食料品小売革新の今後の展開にとってボトルネックになる要因として、物流・品揃え面で小売をサポートする卸売業の発達が不十分な点と技術移転をめぐる問題とを指摘した。これらの問題の解決にあたっては、わが国流通業の果たす役割が注目されている。

表 飲食料品小売業の韓国・台湾・日本間比較

	韓国 (1986)	台湾 (1986)	日本 (1985)
店舗当たり従業者数 : 人	1.6	1.6	3.5
〃 売場面積 : m <sup>2</sup>	18	44	48
〃 販売額 : 万円	382	587	4,741
売場面積30m <sup>2</sup> 未満の店舗比率 : %	98.0	59.1	49.1
生業度 : %	94.8	81.0	41.9
人口千人当たり店舗数 : 店	73	60	55
同指標の対前年平均増減率 : %	3.7	0.7	△3.4

資料：経済企画院「事業所センサス（卸小売業）」、  
行政院主計処「中華民國普查報告（商業）」、  
通産省「商業統計表」。