

## 学位論文要旨

学位論文題目：中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場  
ー北京市での消費者実態調査を中心にー

申請者氏名：于 佳男

本研究の目的は、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場を消費者の立場から比較調査することにより、双方の間の関係性について、これまでにない新しい理論的視角の提示を試みることにある。

かつて欧米や日本などでは、スーパーマーケットの誕生から成長まで、およそ 30 年以上も要した。しかし、中国のスーパーマーケットは、改革開放政策の重要な一環である流通開放政策のもとで、わずか約十数年という短期間のうちに急速に発展し、社会に定着した。

こうした現実を受けて、中国のスーパーマーケットの発展に関する学術的研究も盛んに行われるようになった。これらの学術的研究は後に紹介するように主に中国国内におけるスーパーマーケットの発展を促した政府要因、小売業の発展プロセスなどの視点を中心に展開されてきた。しかしながら、中国のスーパーマーケットの発展と現状および今後の展開を考えると、重要な競争相手である伝統的小売業態と、スーパーマーケットの発展に最も密着な関係のある最終消費者の視点から中国のスーパーマーケットの発展に関する要因を調査研究していく必要があると思われる。なぜなら、中国の消費者はスーパーマーケットのような近代的な小売業での買い物を通じて、消費観念、生活スタイル、購買行動を大きく変化させる一方で、依然として従来からの伝統的小売業をも利用し続けているのが現実からである。2008 年に筆者が独自に行った調査でも、北京市のような大都市の消費者でさえスーパーマーケットと伝統的自由市場の両方を利用し、その割合は年齢、収入、職業を問わず、全体の 8 割近くをも占めていた。

ではなぜ中国の消費者は伝統的自由市場とスーパーマーケットをともに利用し続けているのであろうか。どのような点で伝統的自由市場とスーパーマーケットでの買い物行動は異なるのであろうか。消費者要因および伝統的市場要因は中国のスーパーマーケットの今後の発展にとって、どんな存在であらうか。

本研究は、先進諸国との比較にもとづく研究、発展途上国や新興国という側面を明確に意識した研究、伝統的小売業と消費者要因に焦点を絞って発展途上国や新興国におけるスーパーマーケット業態の発展について考察している研究の 3 つに分けて関連する先行研究を分析したうえで、先行研究による残された課題を提示すると同時に、消費者を対象とする実態調査を通おして、消費者の視点から中国におけるスーパーマーケットの発展と伝統的自由市場に関する研究といった本研究の重要性とその意義についても検討する。

論文の構成は以下ようになる。

序章では、本研究の目的と背景を提示し、消費者行動及び伝統的小売業という 2 つの視点から中国のスーパーマーケットの発展と現状の研究の重要性について述べる。

第 1 章では、中国におけるスーパーマーケットの発展と定着の過程を歴史的に概観した上で、その発展の特徴について論じる。まず、第 1 節は、中国におけるスーパーマーケットの定義について簡単に紹介する。続く第 2 節は、これまで中国においてスーパーマーケットがどのようにして発展してきたのか、その歴史的過程の概観である。第 3 節は、中国のスーパーマーケットの発展にみられる特徴について指摘する。

第 2 章では、中国のスーパーマーケットにとって最も重要なライバルである伝統的自由市場の発展と現状を紹介する。具体的には、まず第 1 節では、中国の伝統的小売業の形態と特徴を紹介することにより、中国国内の伝統的小売業の全体像を紹介する。続く第 2 節では、中国の伝統的小売業のなかでも最も代表的な形態である伝統的自由市場を取り上げ、その発展と現状について分析する。最後の第 3 節では、北京市の代表的な 3 つの伝統的自由市場である「崇文門菜市场」「三源里菜市场」「北京映画学院菜市场」の事例を紹介する。

第 3 章では、中国におけるスーパーマーケットの発展に関する先行研究のレビューを通して、本研究の学術的意義や先行研究との関連性を明確にしていく。具体的には、第 1 節では、中国におけるスーパーマーケットの発展について先進諸国との比較という観点から考察を行っている先行研究を紹介する。続く第 2 節は、先進諸国との比較や違いという意味合いも当然含まれているとは思われるが、発展途上国や新興国という側面をより明確に意識あるいは重視してスーパーマーケットの発展について考察を行なっている先行研究を紹介する。第 3 節は、発展途上国や新興国におけるスーパーマーケットの発展を本研究と同じように消費者視点による伝統的市場との比較という観点から考察を行っている。より最近の研究成果について紹介していく。第 4 節では、これら先行研究にみられる問題点や残された課題を検討し、それを踏まえた上で、最終節において本研究の学術的意義や先行研究との関連性を明確にしていく。

第 4 章は、北京市におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場に関する消費者の実態調査分析である。具体的には、まず第 1 節で、調査対象となった北京市の概観を紹介する。第 2 節は、実態調査（アンケート調査）の内容や手順などを紹介する。第 3 節は調査結果の分析である。最後の第 4 節では、調査結果の分析を踏まえた上で、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場に関する消費者の選択、購買、評価などのメカニズムを解明する。

最後の終章では、第 4 章の分析結果にもとづき、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場との間の関係性について解明すると同時に今後、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場の発展には、どのような実態面での問題点と残された研究課題があるかを指摘して本研究の結びとする。

氏名（本籍）	YU JIANAN [于 佳男]（中国）
授与学位	博士（学術）
学位記番号	東アジア博甲第73号
学位授与年月日	平成25年9月27日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項
研究科，専攻の名称	東アジア研究科 東アジア専攻
学位論文題目	中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場 ー北京市の消費者実態調査を中心にー
論文審査委員	主査 山口大学 教授 有村貞則 副査 山口大学 教授 植村高久 副査 山口大学 教授 中田範夫

## 【論文審査結果の要旨】

### 1. 学位論文の内容

本論文の目的は、消費者の立場から比較調査することにより、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場の関係性について、これまでにない新しい理論的視角の提示を試みることにある。

研究の目的や背景、全体の構成などを序章で簡単に紹介した後、第1章では、中国におけるスーパーマーケットの発展の歴史とその特徴を指摘している。第2章では、スーパーマーケットにとって最大のライバルでも伝統的自由市場の歴史と現状および事例を主に紹介している。第3章は、中国や他の新興国におけるスーパーマーケットの発展について考察した先行研究をサーベイするとともに、先行研究との関連でみた本研究の位置付け（関連性）や学術的意義を明確にしている。

第4章は、北京市で独自に行われた消費者実態調査（質問表にもとづく街頭面接）の分析である。これにより、北京市の消費者は、現在でも伝統的市場とスーパーマーケットをともによく利用していること、消費者属性によっては伝統的自由市場からスーパーマーケットへと食料品や生鮮食品の購入場所が切り替わったり、あるいは依然として伝統的自由市場を主に利用し続けている傾向が見られたりしたが、それは決して先行研究で指摘されていたような消費者の社会的・経済的地位や所得の高まりではなく、婚姻状況や職業、年齢、家族構成のようなライフステージやライフスタイルの違いによって影響を受けていることが判明した。

以上の考察を踏まえて、終章では、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場の関係性について、これまでにない新しい理論的視角の提示を試みている。第3章で紹介されている通り、先行研究では、スーパーマーケットと伝統的市場の関係性を「競合的代替」と捉える見方が一般的であるが、本論文では、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場の関係性を「競合的補完」と捉える理論的視角を提示している。より具体的

には、スーパーマーケットと伝統的自由市場の関係自体は競合的であるが、この当事者間の関係を「代替」ではなく「補完」へと変容させている2つの要因がある。ひとつは、スーパーマーケットと伝統的自由市場をともに近代化させるという政府の役割や政策。もうひとつは、社会的・経済的地位や所得の高低ではなく、ライフスタイルやライフステージの違いによって、スーパーマーケットと伝統的自由市場を上手く使い分けるといった消費者の購買特性である。

## 2. 評価

### 1) 創造性

先進諸国とは異なり、新興国において近代的小売業態のひとつであるスーパーマーケットが誕生・発展しても、伝統的市場が根強く消費者に利用され続けていること、この現象の解明に関連する学術研究領域の関心のひとつとなっている。第3章の先行研究のサーベイで紹介されているように、近年では、消費者実態調査による伝統的市場とスーパーマーケットの比較により、この現象の解明に挑む研究アプローチが主流となりつつあるが、依然として実態調査の積み重ねが不足しているのが現状である。特に中国は、新興国のなかでもスーパーマーケットの発展が極めて著しく、かつ伝統的自由市場も根強く存続し続けているにもかかわらず、この双方を消費者の視点から比較調査した先行研究は非常に少ない。その意味で、本研究は、より最近の研究成果を補完するという位置付けにある。

しかし、本研究は、たんなる最近の研究成果の補完だけでなく、それを超える学術的意義を内包している。それが既述の通り、スーパーマーケットと伝統的自由市場の関係性を従来のような「競合的代替」でなく「競合的補完」と見なす新しい理論的視角の提示である。したがって、本研究は、独創性の点において、極めて優れていると評価した。

### 2) 論理性

なぜ新興国ではスーパーマーケットが誕生し発展しても、伝統的市場が根強く存続し続けているのか。この現象の解明に必要な論理展開は、まずは中国においてスーパーマーケットが発展しても伝統的自由市場が決して衰退や淘汰されていないこと、この事実確認作業を行っておく必要がある。本論文では、第1章と第2章において、既存の文献やデータを用いながら、この点を考察している。

次に必要な論理展開は、スーパーマーケットが発展しても伝統的市場が根強く存続し続けているという現象の解明にどのような視点からアプローチしていくことが最適かを考察することであり、この点に関しては、第3章の先行研究のサーベイを通して、消費者の視点から比較実態調査を行っていくことが最適であることを明確にしている。と同時に先行研究においては、スーパーマーケットと伝統的自由市場の関係性を「競合的代替」と捉える見方がいまだに根強いが、こうした見方に対して、本論文では懐疑的な立場を取ること、あるいは取らざるを得ないことを第1章と第2章の考察結果を踏まえながら指摘している。

次に必要となる作業は実証あるいは検証であり、第4章で紹介された北京市における独自の消費者実態調査分析結果がこれに該当する。最後に結論であり、既述の通り、中国におけるスーパーマーケットと伝統的自由市場の間には「競合的代替」ではなく「競合的補

完」という関係性が成立している可能性があり、その原因として政府の役割・政策とライフスタイルやライフステージの違いに消費者購買特性の2つの要素が指摘されている。

以上の点から、本論文は、論理性という点において、極めて優れていると評価した。

### 3) 厳格性

参考文献の引用の仕方や資料の提示などには問題はない。ただし、先行研究のサーベイに関しては、中国におけるスーパーマーケットの発展について取り上げた研究成果のみを扱っており、本研究のもうひとつの研究対象である伝統的自由市場に関しては、第2章において、そのマクロ的な現状は紹介されているが、伝統的自由市場そのものについての先行研究はサーベイされていない。たとえスーパーマーケットとの比較という視点が含まれていなくとも、中国の伝統的自由市場について考察した先行研究は存在するはずであり、そこにおいては、スーパーマーケットの誕生により伝統的自由市場が淘汰あるいは衰退されていく兆候などが懸念されているかもしれない。

したがって、本論文は、厳密性という点においては、達成できていると評価した。

### 4) 全体評価

創造性と論理性は「極めて優れている」、厳格性は「達成できている」との評価であることから、全体評価としては「優れている」と判断した。