

3

経済活動と流通



- 1 流通はどのような役割を果たしているのだろう？
- 2 流通を担当するビジネスにはどんなものがあるのだろう？
- 3 マーケティングってなんだろう？

1

流通の意味

5 ここにちでは、さまざまなお店にさまざまな商品が豊富に並んでいます。欲しい商品を1か所でまとめて買えますし、早朝や深夜であっても買い物ができます。このような豊かで便利な生活ができるようになった理由として、生産者から消費者に商品を届ける流通という橋渡し役の働きを、見逃すことはできません。

10 ここにちのように分業化された社会では、商品の生産と消費の間にさまざまな隔たりがあり、この隔たりは経済の発展とともにあってひろがる傾向にあります。そのため、この隔たりを橋渡しする役目を担う流通が、重要なっています。

商品の売買を円滑に進めるために、流通が重要な役割を担っているんだね。



■生産と消費のいまむかし

むかし



生産者 = 消費者
自給自足

いま



生産者 ≠ 消費者
流通の働きが重要

流通の歴史と発展

流通は時代によって、その形と働きを変化させてきました。ここでは、流通の歴史と発展をふり返り、こんにちの流通へどのようにつながっているのかをみてみましょう。



◀ 1 ……自給自足

原始社会の人々は、家族や氏族などの身近な集団の中で自ら生産し、自ら消費するという自給自足の生活を営んでいたので、流通という活動は必要としませんでした。

▶ 2 ……余剰生産物～物々交換

その後、生産用具や生産方法の発達・改良によって生産力が向上し、余った生産物（余剰生産物）をたがいに交換する物々交換が始まりました。これが流通のはじまりです。



▶ 4 ……物品貨幣

しかし、物々交換では、常に交渉が成立するとは限りません。そこで、交換の道具として、貨幣が用いられるようになりました。はじめは米・布・毛皮などそれ自体に価値がある物品貨幣が用いました。



物々交換は、やがて、祭礼など人々が集まるときを利用して、一定の場所で行われるようになっていきました。この交換の場所を市といいます。



▶ 5 ……金属貨幣

やがて、保存や持ち運びに便利な金・銀・銅などの金属貨幣が用いられるようになりました。



◀6 社会的分業

貨幣を仲立ちとする交換(売買)はますますさかんになり、人々は、自分の得意とするものをそれぞれ手分けしてつくるようになりました。これを社会的分業といい、この分業によって、生産物は商品の性格をもつようになりました。

▶7 商人の出現

分業が進み、生産量が増えてくると、生産者と消費者の間にたって仲介する商人があらわれるようになりました。はじめは、行商による商いや市で店を出していましたが、市も定期市にかわっていきました。



▶8 常設店舗

さらに鎌倉時代のころには、商人は、常設の店舗をかまえるようになりました。



◀9 全国的な流通

江戸時代になると、各地の特産物の量や種類が増え、その流通は、全国的な規模にひろがっていきました。陸では交通網が整い、海上で航路が開かれました。



▶10 流通の分化

商人の役割はますます重要になり、いろいろな仕事に分化していきました。



◀11・12 生産・流通の発展

明治時代に入ると、輸送・通信機器の発達により、商品の取引される地理的範囲である市場も国全体にひろがりました。さらに、貿易もさかんになりました。

2

流通の役割

流通は、生産と消費の間を橋渡しする経済活動です。では、生産と消費の間にはどのような隔たりがあり、どのような活動によってこの隔たりを橋渡ししているのでしょうか。

1 生産と消費の隔たり

5

生産と消費の隔たりには、人的なもの、場所的なもの、時間的なものの三つがあります。

❶ 社会的隔たりという場合もあります。

1 人的隔たり

^❶ 人的隔たりは、生産者と消費者が別々の人であることから生じる隔たりです。

自給自足の時代には、この隔たりは生じませんでしたが、こんにちのように社会的分業が進み、生産方法が複雑になると、この隔たりはますます拡大してくるので、その橋渡しがとても重要です。
10

2 場所的隔たり

^❷ 場所的隔たりは、生産地と消費地が違うことから生じる隔たりです。海外で

とれた魚介類が日本でも消費されるように、生産地が限られる農水産物に多くみられます。また、生産の能率をあげるために、1か所に集められた工場で大量に生産する工業製品にも多くみられます。
15

3 時間的隔たり

時間的隔たりは、生産の時期と消費の時期が異なることから生じる隔たりで

す。秋に収穫され、一年中消費される穀物などでは、この隔たりが大きくなります。工業製品でも消費量の多い季節品では、需要期よりもはやくから生産がはじめられるため、この隔たりが生まれます。
20

❷ 扇風機やエアコン、暖房器具などが、その例です。

流通の活動



2 流通の活動

生産と消費の間の隔たりを橋渡しする流通の活動は、**商的流通**と**物的流通（物流）**にわかれます。

商的流通は、生産と消費の間の人的隔たりを橋渡しする活動です。

- 5 その中心となる働きは、生産者から消費者に商品の所有権を移転させる**売買**です。^②

物的流通は、場所的・時間的な隔たりを橋渡しする活動です。その中心になる働きは、場所的隔たりを橋渡しする輸送と、時間的隔たりを橋渡しする保管です。

- 10 また、近年では商的流通と物的流通に加えて、それらの働きを円滑にする情報の橋渡し（情報流通）の重要性が増しています。^{えんかつ}

❶ 取引流通ともいいます。

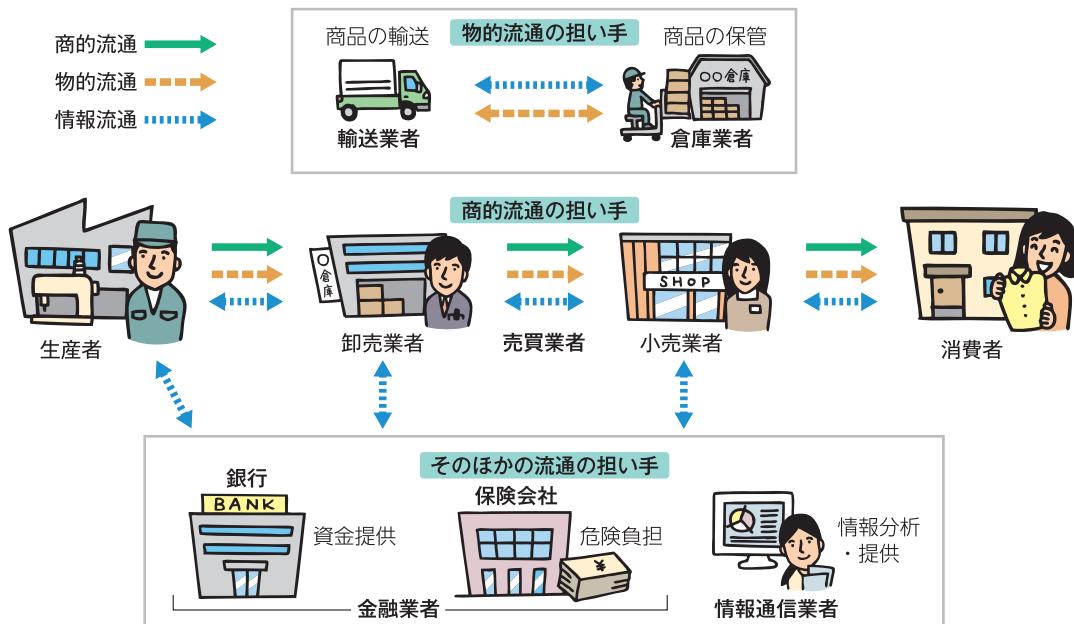
❷ 売買によって、商品の所有権が移動してかわります。

3 流通の担い手

流通の機能には、売買・輸送・保管の三つがあります。売買は小売業者と卸売業者、輸送は輸送業者、保管は倉庫業者が**担い手**となっています。これらをまとめて**流通業者**とよびます。さらに、流通を円滑に行うためには、金融、情報通信を担う業者が重要です。

❸ 小売業者と卸売業者を**売買業者**、輸送業者と倉庫業者を**物流業者**（▶ p.84）といいます。

■流通の担い手



3

流通機構

❶ 流通組織ともいいます。

売買業者は、小売業者と卸売業者のことだよ
ね。



❷ 消費者が生活を営む上に必要な商品です。一般的に生活用品に食料品と衣料品は含まれませんが、ここでは便宜的に食料・衣料を含めて説明しています。

❸ 企業などが、業務上の目的で用いる商品です。

商品を流通させるための社会的なしくみを**流通機構**とよび、生産者、流通業者（売買業者・輸送業者・保管業者）、および消費者によって構成されています。流通機構のなかでも商品が生産者から消費者まで渡る道すじである**流通経路**が重要です。ここではおもに売買業者についてみてきましょう。5

1 流通経路

流通経路ではおもに売買業者が取引をしており、三つの機能を果たしています。生産地で生産者から商品を買い集める**収集機能**、消費地で消費者に向けて商品を小分けして販売する**分散機能**、そして収集と分散の間をつなぐ**仲継機能**です。これら三つの機能がうまく結びついて運営されることで、商品が円滑に流通します。10

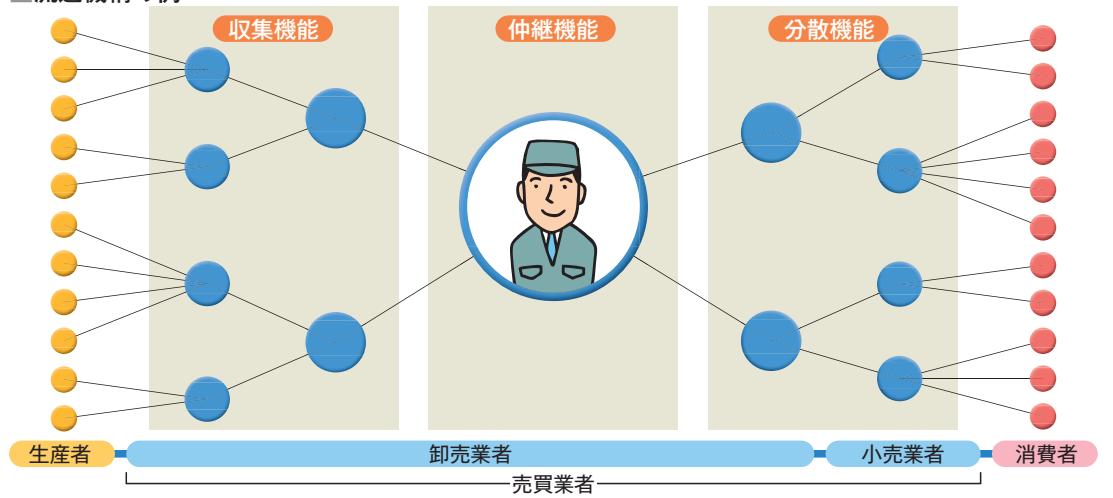
2 具体的な流通経路

商品の種類によって、流通経路も異なりますが、ここでは、**生活用品**と**産業用品**に分けてみてみましょう。15

1 生活用品の流通経路

次ページの図をみながら、学習していきましょう。

■ 流通機構の例



a 生産者→消費者 生産者が、売買業者を通さず直接消費者に販売する流通経路です。農家が収穫物を直接消費者に販売する場合があてはまります。また、スーパー・マーケットが惣菜を店舗で調理して販売する、街の洋菓子店がケーキをつくって販売する場合も、^❶商品が小売店舗で生産されているため、この流通経路の例です。最近では、生産者がインターネットを使って通信販売する例が増えていきます。

b 生産者→小売業者→消費者 大規模な生産者または小売業者が、卸売業者を通さず、直接取引する流通経路です。スーパー・マーケットなどの大規模小売業者が、パン・牛乳・野菜などを生産者から直接仕入れたり、あるいは楽器などの大規模生産者が小売業者に直接販売する場合などがあります。

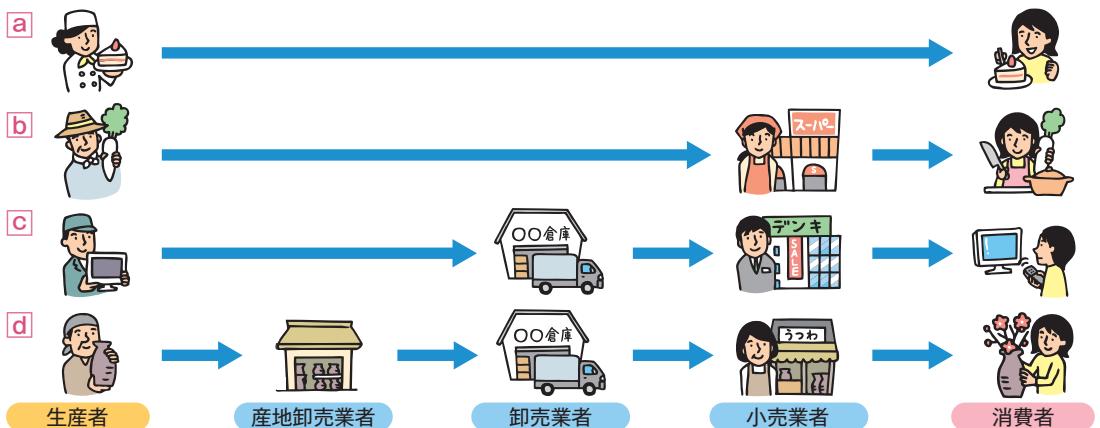
c 生産者→卸売業者→小売業者→消費者 生産者から消費者に商品が渡るまでに、卸売業者と小売業者を通る経路で、わが国でみられる一般的な流通経路です。家電製品などの工業製品や加工食品・雑貨など、不特定多数の人々の需要を見込んで生産される商品に多くみられます。

d 生産者→産地卸売業者→卸売業者→小売業者→消費者 生産者の次の卸売業者が、1段階ではなく、2段階以上を通る経路です。卸売業者が産地卸売業者と消費地卸売業者にわかれている場合などがあります。小規模生産される農産物などにみられます。^❷

❶ このような生産者を製造小売業と呼びます(▶p.70)。

❷ 農業協同組合(農協)などが産地卸売業者をかねて商品を買い集める働きをしている場合もあります。

■生活用品の流通経路



2 産業用品の流通経路

こうにゅう
産業用品を購入するのはほとんどが事業者であるため、幅広い種類の商品を取り扱う生活用品と比べて、分散機能をあまり必要としないのが一般的です。産業用品のおもな経路は次の二つです。

❶ 産業用品などを購入する生産者などを需要者といい、業務用消費者または中間消費者ともいいます。また、需要者が生産したもの購入する消費者を、最終消費者といいます。

a 生産者→需要者 じゅぎょう 大企業どうしの取引にみられる経路です。

大型機械や工場設備のように、だいき ほ 大規模な取引に多くみられます。

b 生産者→卸売業者→需要者 おこな 産業用品の一般的な経路で、卸売業者は2~3段階にわかれ場合もあります。原材料や部品など、業務上行われる通常の取引に多くみられます。

5



生活用品と産業用品の種類

10

生活用品は購買慣習によって、かんしゅう 最寄品・買回品・専門品に分類できます。また、産業用品は用途によって、原材料・部品・設備・消耗品に分類

できます。一般的に、生活用品は企業と消費者が売買をするため **B to C 取引**、Business to Consumer 産業用品は企業どうしが売買をするため **B to B 取引**とよばれます。Business to Business

■商品の分類

	分類	特徴など
生活用品	最寄品	低価格で、購買頻度が多く、最寄の小売店で購入する商品。 例) 日用雑貨、食料品など
	買回品	比較的高価格で、購買頻度が少なく、いくつかの小売店を回って比較して購入する商品。 例) 衣料品、家具、家電製品など
	専門品	高価格で、購買頻度がきわめて少なく、時間や労力を惜しまず特定の専門店を訪ねて購入する商品。 例) 高級時計、乗用車、貴金属、楽器など
産業用品	原材料	製品のおもな素材。 例) バターに対しての牛乳(原料)、木製家具に対しての木材(材料)
	部品	完成された製品の一部を構成する品。 例) 歯車、モーター、半導体など
	設備	大型機械、工場設備クーラーなど。
	消耗品	製品を構成しないが、製造するために必要なもの。 例) 燃料、作業服など



のどがかわいたときに購入する清涼飲料水(最寄品)



旅行用に購入するバッグ(買回品)



プレゼント用に購入する高級腕時計(専門品)

流通をとりまく環境の変化

経済が成長すると、生活水準の向上や生産の高度化によって、流通をとりまく環境が変化していきます。

1 消費者ニーズの変化

物質的にまことに豊かな生活水準の向上につながったので、標準化された製品を生産すれば、努力しなくても売れていました。しかし、こんにちの多くの人々は、所得水準の向上により、物質的にめぐまれた生活をしています。最低限の必要性が満たされた人々は、より良い品質の商品、ほかとは違った商品を欲しいと思うようになります。こうして**消費者ニーズ**は多様化していきます。ニーズが多様化すると、他人の意見や流行に左右されないで、自分の生活感覚にあった商品を選択しようとする考えが出てきます。また、近年では食品を中心に安心・安全に対するニーズが出てきました。さらに、ニーズの多様化はライフスタイル自体を変化させ、流通も変化が求められてきました。たとえば、各家庭への自動車の普及で、消費者の行動範囲がひろがった結果、郊外型のショッピングセンターが増えました。さらに、こんにちでは、時間の節約といった効率的で便利な買い物へのニーズも高まり、**ネットショッピング**への対応が行われています。

▶p.74

消費者一人ひとりがいろいろなニーズをもつているんだね。



20

CASE トレーサビリティ

近年、健康志向の高まりによって、消費者は食品に対して無農薬や有機栽培など安心・安全を求めるようになっています。また、賞味期限の改ざん、メニュー表記と異なる食材の使用といった食品の偽装問題もあり、流通には消費者の不安を取り除く努力が求められています。また、食品アレルギーの問題も多くみられるようになりました。

25

こうしたニーズを満たすため、商品をだれがどのように生産し、どのような経路を通って、だれが店まで運んできたのかを明確にする取り組みが行われています。それを実現するシステムをトレ

ーサビリティといいます。これは生産者から消費者の手元に届くまでの情報を追跡できるしくみです。QRコードなどによって、インターネットにアクセスすれば、商品に関する情報がみられます。



生産者がわかる
ように表示され、
販売されている
しいたけ。

30

2 多様化する消費者ニーズへの対応

多様化するニーズに対応するため、小売業は品ぞろえを充実させる必要があります。

① たとえば、書店や精肉店というように、取り扱う商品の種類で小売業を分類するものです。

Word

*1 セルフサービス方式

顧客が自ら商品を選び、会計まで持つて行く販売の方法です。

② 販売方法や店舗の運営方法など（商品の販売の仕方）によって、小売業を分類するものです。

Word

*2 プライベートブランド商品（PB商品）

小売業者が、製造業者と共に商品の企画・開発を行い、自店のみで販売する商品です（▶ p.77）。

かつて小売業は、「何を売るか」という業種によって分類できるような専門店をおもに店舗していました。しかし、消費者の商品への知識が豊富になるにつれ、セルフサービス方式^{*1}へのニーズが高まりました。品ぞろえが豊富な総合スーパーで日用品が効率的に買えるようになり、さらに価格が安いスーパー・マーケットが登場し、消費者が足を運ぶようになりました。その後も、コンビニエンスストアやホームセンター、ディスカウントストアなど新しい小売業が次々と登場しました。¹⁰

このように、小売業は「何を売るか」という業種ではなく、ニーズを満たす品ぞろえ・価格・販売方法などの組み合わせ、つまり「何をどのように売るか」という業態^{*2}を重視するようになっています。

また、小売業は生産者と協力をして、顧客の要望に対応するため「売れるものをつくる」ようにもなっています。プライベートブランド商品^{*2}がその代表例であり、消費者と接する機会の多い小売業がニーズを把握して、消費者が満足する価格や品質を追求しています。¹⁵

CASE

CASE

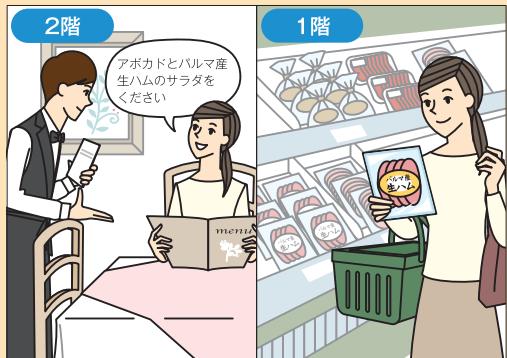
小売業のレストラン経営

小売業は、店舗の商品が売れるように、さまざまな取り組みをしています。

高級スーパー・マーケットであるS社は、コンビニエンスストアと同規模の面積の店舗をかまえることが多くなっています。品ぞろえとしては、一般的なスーパー・マーケットよりも高品質で高価格なものを取りそろえています。高価格な食品であるため、この店の顧客は、味見をしておいしさを確かめてから商品を購入したいという気持ちを強くもっています。

そこで、S社はレストラン経営に乗り出しました。そのレストランでは、S社の店舗で取り扱っている商品を使用した食事や飲み物が提供されます。つまり、レストランで食事をすると、同時に店舗で取り扱う商品の試食をすることになります。

す。レストランは2階にあり、スーパー・マーケットの店舗は1階にあります。レストランで食べたものがおいしければ、店舗で購入して帰ることができます。顧客は失敗を恐れずに確信をもって商品を購入することができ、S社にとって販売の促進につながる取り組みです。²⁰



3 電子商取引の活発化

こんにち、インターネットを使って、商品の受発注や契約、あるいは決済などの売買取引^{けいわくひきよ}が行えるようになりました。この売買取引を電子商取引（EC）といいます。

Electronic Commerce

電子商取引の利点は、ビジネスが世界的な規模で、迅速かつ低コストで行えることです。販売者と消費者が直接取引できるため、流通コストが大幅に削減され、効率的な在庫管理も可能です。また、人件費や出店費用が従来の店舗よりも低くおさえられるため、小規模の企業でも参入しやすくなっています。このように、取引や店舗運営の効率化ができる点、またインターネットを利用しているすべての消費者を潜在顧客^{*1}として需要の創出をめざせる点から、電子商取引は今後ますますひろがっていくと予想されます。

わが国において電子商取引が活発化した背景として、翌日配達といった宅配システムが充実していることもあげられます。現在、電子商取引で購入した商品の配送で、一般的に利用されているのは宅配便です。宅配便業者は、時間帯別の配送を導入したり、夜間の配達時間を延長したりするなど、消費者ニーズを満たすためのサービスの充実をはかっています。また、代金決済についても、商品の受け渡しと同時に宅配便業者が代行できるようになっています。

❶ 費用が少ないとのことです。

❷ 電子商取引においては、人気のあるオンラインモールへの出店費や、自社でWebサイトを管理する場合はサーバ管理費がかかることもあります。

Word

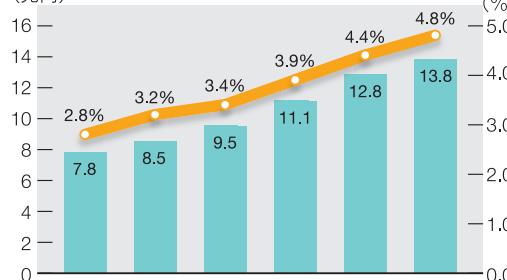
*1 潜在顧客

現時点では顧客ではないが、将来的に顧客になるかもしれない消費者です。見込顧客ともいいます。

■電子商取引の進展

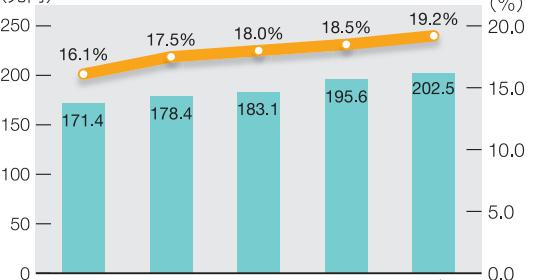
B to C

(兆円)



B to B

(兆円)



*電子商取引化率とは、すべての商取引額に対する電子商取引市場規模の割合です。

*経済産業省Webサイトから作成。

4 小売業におけるインターネットと実店舗の連携

① 実際に店舗をかまえて、対人販売している店です。

Word

*1 アプリ

アプリケーションソフトウェアの略です。スマートフォンでは、アプリをダウンロードすることで、インターネット検索やゲーム、企業が提供するクーポン配信といったサービスが受けられます。

Word

*2 ショールーミング

消費者が小売店に来て、実物を見たり、店員の説明を聞いたりするものの、商品を買うのはインターネットを利用するという購買行動です。実店舗ではショールームのように商品を見るだけであることから、このように名づけられました。

インターネットによる通信販売が多くなると、小売業の実店舗の重要性が下がり、消費者が店舗に訪れる回数が減る傾向にあります。^①

このような状況のなかで、スーパーマーケットなどの実店舗を展開する小売業は、店舗に足を運んでもらうためにインターネットの活用を進めています。インターネットと実店舗を連携させようというこの取り組みをO2Oといいます。O2Oは、^{オーツーオー CASE} オンライン・ツー・オフラインとオンライン・ツー・オンラインの二つに分けられます。⁵

小売業では、消費者にスマートフォンでアプリをダウンロードしてもらい、クーポンや店舗情報を配信することで店舗へ来てもらおうという取り組みが最初に行われていました。これをオンライン・ツー・オフラインといいます。最近では、店舗に来てもらって、在庫がない商品をインターネットで注文してもらい、後日、自宅へ配送あるいは店舗への引き取りをしてもらうということも行われています。これをオフライン・ツー・オンラインといいます。¹⁰

小売業では、^{ショールーミング showrooming} という消費者の購買行動への対応として、O2Oが重視されるようになっています。¹⁵

CASE

O2O (Online to Offline, Offline to Online)

靴の販売をしているA社は、実店舗で靴を試着してもらい、サイズがない場合には、タブレット端末で店員が注文して自宅配送か店舗受け取りができるシステムをつくりました。これは、オフライン・ツー・オンラインの取り組みです。

消費者の不便を解消するために、実店舗からインターネットへの流れが重要です。インターネットの通信販売において不便な点は、品質や規格が確認できることです。洋服や靴は、試着しないと着心地や装着感はわかりません。家電製品は、機能が高度で店員の説明を聞かないと理解できないこともあります。こうしたインターネットの弱みは、裏を返せば実店舗の強みだといえます。しかし、実店舗にも弱みがあります。たとえば、実店舗の在庫量は限られています。そのため、衣料品店ではお客様が欲しいと思った洋服のサイズだけ

在庫がない場合があります。あるいは、水やお米など重い商品は、お客様が運ぶことができないので、店舗では買わず、ネットショッピングをして配送してもらうという場合もあります。こうした点はインターネットの強みでもあります。²⁰

つまり、実店舗とインターネットがたがいの強みを発揮すれば、弱みを補い合うことになります。今後、O2Oの取り組みは小売業にとって重要性が増すことが予想されます。²⁵



5 ビジネスとマーケティング活動

5 こんにち、ビジネスにおいては、顧客満足^{こきゃく *1}の実現をめざす視点をCustomer Satisfactionもち、消費者や企業のニーズに適切な対応をすることが求められています。顧客満足の実現をめざす視点とは、商品に対する顧客の判断や評価を重視していこうという考え方で、購入した商品について、顧客自身が品質や価値を評価した結果を、商品の生産や販売に結びつけていこうとするものです。

10 また、顧客は環境に配慮^{はいりょ}した商品を求める傾向^{けいこう}があります。顧客満足の実現をめざす考え方は、生産者に限らずこれからの企業経営にとって、利益の拡大だけでなく、ときには社会からの信頼を得ることによって、企業の存続^{そんぞく}をはかるためにも重要なっています。

こうした考えに立ち、商品を生産者から消費者に円滑^{えんかつ}に流通させる一連の活動をマーケティング^{marketing}といいます。

Word

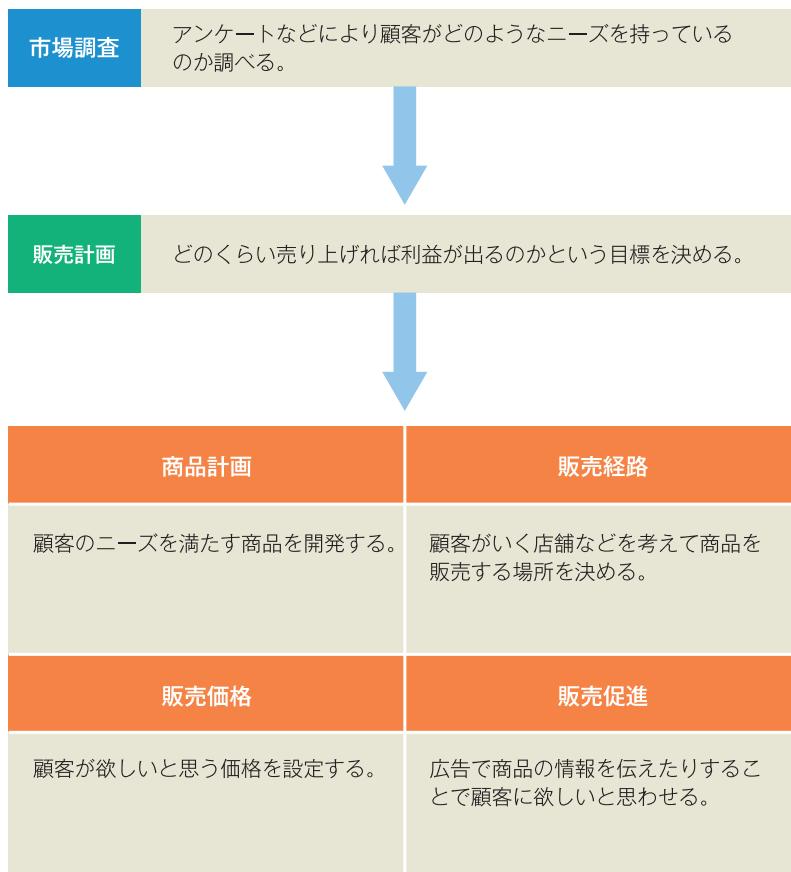
*1 顧客満足

顧客が感じる満足度のことです。顧客の満足度が高いほど、再び商品を購買すると考えられています。なお、顧客満足は、CS (Customer Satisfaction)ともいいます。

商品を買ってもらうためにマーケティングを実施するんだね。



■マーケティング活動の手順

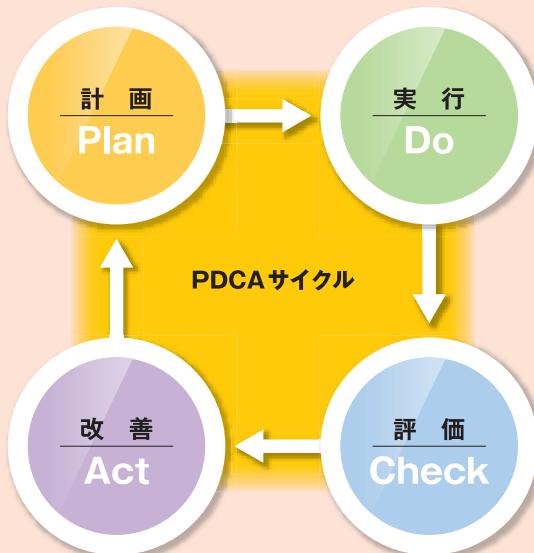




コラム マーケティングとPDCAサイクル

マーケティングでは、市場の情報に基づいて計画がたてられ、次にさまざまな活動が実行され、最後にはその結果の評価が行われます。したがって、商品計画・販売価格・販売経路・販売促進といった諸活動が、ばらばらに実行されたのでは効果的ではありません。企業の目標を実現するためには、これらの諸活動が、関連をもって計画され、実行されることが重要です。また、評価の結果は、次の計画につなげる改善に役立つられます。

この一連の活動は、Plan(計画)、Do(実行)、Check(評価)、Act(改善)の頭文字をとってPDCAサイクルといいます。



5

10

15



確認問題

経済活動と流通

1 次の文章を完成させましょう。

- (1) 生産と消費の隔たりには、(①)、(②)、および(③)の三つがあります。
- (2) 生産と消費の間の隔たりを橋渡しする流通の働きは、(④)と(⑤)に大きくわかれます。
- (3) 流通機構の中で、売買業者の役割は三つに分けられます。生産地で、生産者から商品を買い集める(⑥)機能、消費地で消費者に向けて商品を小分けして販売する(⑦)機能、そして収集と分散の間をつなぐ(⑧)機能です。
- (4) 最低限の必要性が満たされると消費者ニーズは(⑨)していきます。これに対応するため、流通のなかでも特に小売業者は(⑩)を充実させる必要があります。そのため、何を売るかの(⑪)から、何をどのように売るかの(⑫)を重視するようになっています。

調べ学習

- 家電製品や食料品など、商品の種類を一つ決め、商品がどこで生産され、どのような経路を通って、わたしたちの手元まで届いているのか調べてみよう。