

令和元年6月2日現在

機関番号：34416

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2018

課題番号：15K03751

研究課題名(和文)百貨店の競争構造とアパレル産業のグローバル化

研究課題名(英文)Competitiveness of the Japanese department stores along with globalizing apparel companies

研究代表者

藤岡 里圭 (Fujioka, Rika)

関西大学・商学部・教授

研究者番号：00326480

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、日本の百貨店の競争構造が、アパレル企業のグローバル化に伴い、どのように変化しているのかを解明することであった。歴史実証分析を通して、(1)1991年以降の百貨店の売上高減少が、日本のアパレル産業の競争力低下と密接に関係していることが明らかになり、(2)環境変化に応じて取扱商品を変化させながら長期的に高い国際競争力を維持しているデニム企業や、販路を百貨店に限定しないことで競争力を構築してきたジーンズ企業の事例が見られることを確認した。(1)の研究成果は、藤岡里圭・ピエール＝イヴ・ドンゼ『日本のファッションビジネス』(有斐閣、2020年刊行予定)に収録される予定である。

研究成果の学術的意義や社会的意義

日本において、百貨店が高度成長期、アパレル企業とともに既製服市場を拡大してきたことはよく知られている。そして、両者の関係が現在の百貨店の売上高減少に影響していることは、多くの既存研究が指摘してきたことである。しかし、なぜ百貨店はアパレル企業に代わるパートナーを見つけることができなかったのか、また、アパレル企業はなぜ百貨店以外の販路開拓に失敗したのかは不明であった。本研究が、その問題をグローバルなアパレル産業の競争構造から解明したことは、百貨店研究やアパレル研究の発展に貢献するとともに、売上低迷に苦しむ百貨店やアパレル企業に戦略的なインプリケーションを提示できると考える。

研究成果の概要(英文)：This research project aimed to shed light on changing competitiveness of the Japanese department stores along with globalizing apparel companies. There are two main findings: 1) a reason for the decline in sales of Japanese department stores is associated with decreased competitiveness of Japanese apparel companies, and 2) there are some exceptions including denim company and jeans company which maintain their global competitiveness.

研究分野：商学

キーワード：百貨店 アパレル ファッション グローバル化 垂直統合

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

日本の百貨店は、他の小売業態に比べて、また海外の百貨店に比べて、長期にわたり競争優位を維持してきた小売業態である。明治時代から欧米の新しい販売方法を取り入れながら発展してきた百貨店は、第二次世界大戦前は唯一の大規模小売業であり、高い競争力を有してきた。戦後は、小売業態が多様化する中、格上げすることで成長してきた。ポジショニングに基づく優位性を獲得したのである。そして、成長の推進力となったのは、多くの先行研究が指摘しているように、高度成長期に著しく発展した衣料品部門であった。

百貨店は、既製服市場を拡大するために、アパレル企業による委託販売と派遣店員を受け入れ、売上高の拡大および売場の改革を行ってきた。しかしそれは、アパレル企業への強い依存体質を生み、百貨店の売場管理能力や商品力を低下させることにつながった。そのため、百貨店とアパレル企業をめぐる既存研究は、返品制や委託販売といった取引関係に注目するものが多く、いかに百貨店の成長がアパレル企業に依存しているかを研究してきた。

ところが、現在、現実の百貨店が直面している問題は、既存研究が焦点を当ててきたアパレル企業との取引関係だけで分析できる問題ではない。日本の百貨店の売上高が1991年のピーク時から4割減少する中、百貨店アパレルもまた大きく競争力を減退させている。競争優位の源泉と考えられてきたアパレル企業の成長力が、その基盤を失っているのである。そのため、取引関係に注目した既存研究とは異なるアプローチで、百貨店の競争力を分析することが求められている。

2. 研究の目的

そこで、本研究は、百貨店の売上構成で最大の商品部門であり、売上高のおよそ4割を占める衣料品に注目しながら、百貨店の競争構造を分析する。具体的には、(1)百貨店はアパレル企業とともにいかに競争優位を構築してきたのかについて、百貨店とアパレル企業の取引関係だけでなく、テキスタイルから衣服へと連なる流通システムから考察する。第二次世界大戦前は既製服が普及していなかったため、テキスタイルを中心としたサプライチェーンが構築されていた。それが既製服の普及とともに、どのように変化していったのか、また細かな分業に支えられた日本のアパレル産業の競争力はどのように変容しているのかを明らかにする。(2)2000年以降、急速に進化したアパレル産業のグローバル化が、百貨店の競争構造にどのような影響をもたらしているのかを考察し、百貨店の競争力の変遷を解明する。長い間、競争優位の源泉であった百貨店アパレルの競争力が、新たに競争優位を構築したファストファッションの競争力とどのように異なるのか、両者を比較しながら百貨店の競争構造を検討する。

3. 研究の方法

本研究は、従来の商業論が採用してきた小売業態論の分析視角に加えて、経営史や経済史が採用する歴史実証分析の視角からアプローチする。小売業態論の主な関心が、小売業態の発生過程にあるのに対し、本研究は小売業態として確立した後の競争構造の変化を明らかにしようとするものである。それゆえ、日本で百貨店が誕生してからの約120年間の競争構造の変化を検討するためには、歴史分析の手法が適している。商業統計や工業統計など長期の統計資料を分析ことによって両産業の全体像を把握したうえで、各百貨店やアパレル企業の一次資料を分析するとともに、百貨店やアパレル企業の経営者にインタビュー調査を行うことによって、企業の戦略や競争力を析出する。

もっとも、本研究に歴史分析は有効であるが、経営史や経済史の分野では、繊維産業に丰厚的研究蓄積があるものの、アパレル産業についてはほとんど研究が進んでいない。さらに、産業史では日本企業の競争力が高い分野、たとえば自動車や電機などの研究に集中し、小売業やアパレル産業はあまり注目されてこなかった。そのため、本研究は、商業論だけでなく、これら隣接の研究分野の発展に大きく貢献するとともに、百貨店研究に伏在するバイアスを是正することに寄与したい。

このようなアプローチによって、本研究は、理論的インプリケーションのみならず、売上低迷に苦しむ百貨店やアパレル企業に戦略的なインプリケーションを提示できると考える。日本の百貨店市場や日本のアパレル市場だけを対象にした研究では解明されない問題の本質が、グローバルなアパレル産業の競争構造を明らかにすることによって導出できる。アパレル企業におけるグローバルな競争力の究明は、なぜ百貨店はアパレル企業に代わるパートナーを見つけることができなかったのか、また、アパレル企業がなぜ百貨店以外の販路開拓に失敗したのかを理解する手掛かりになるだろう。

4. 研究成果

本研究の成果は、どのように百貨店の競争構造が変化してきたのかを明らかにしながら、次のような結論を導出することができた。

(1)1991年以降の百貨店の売上高合減少は、日本のアパレル産業の競争力低下と密接に関係していることが明らかになった。景気後退によって消費者の衣料品購入額が縮小したこと、特に百貨店が得意とするアッパーミドル層の商品購入額が減少したことは、1990年代の百貨店の売上高減少の一つの要因であるが、本研究は、日本のアパレル産業がこの時期から徐々に国際的な競争力を低下させたこと、さらにそれが百貨店の競争力に構造的な影響を与えたことを明

らかにしている。グローバル化の進展に伴う国際競争力の減退は、日本のアパレル企業の価格競争力を低下させるとともに、日本の百貨店が求める高品質な商品を製造する工場の確保が次第に困難になってくるという状況をもたらしている。まず、日本のアパレル産業が細かな分業によって成立していたのに対し、中国を中心に垂直統合型の衣服製造システムが構築されたことによって、価格競争力を低下させたことから始まった。次に、中国を含めてアジアでの生産拠点において工場の大規模化が進展し、ヨーロッパの大規模小売業がヨーロッパの既存の取引工場からこれらアジアの大規模工場に移転したことによって、日本の百貨店は仕入れ条件でグローバル小売業と競争せざるを得ない状況となった。さらに、その競争は低価格商品だけにとどまらず、これまで日本の百貨店の細かな要求に応じていた高品質の商品を製造することができる工場にまで及んでいる。環境配慮型工場の建設や、新しい素材や技術を使った商品の開発は、これら大規模小売業とアジアの大規模一貫工場との連携によって行われるようになっていくからである。つまり、日本の百貨店およびその百貨店に商品を卸している日本のアパレル企業は、世界的なアパレル産業の垂直統合および大規模化の流れを見極めることができなかつたために、アパレル産業における最先端分野に参入することができていない。このような国際競争力の低下要因を、歴史実証的に明らかにしたことが最大の成果である。

とはいえ、このような生産システムのグローバル化および大規模化・垂直統合化は、日本以外の市場にも影響を及ぼした。それにもかかわらず、世界のアパレル市場における日本市場の落ち込みは突出している。本研究では、その原因を日本のアパレル産業の特徴に求め、日本のアパレル産業が技術中心に構築されているのに対し、たとえばフランスのアパレル産業はファッション産業へと転換していったことを比較検討している。このような日本のアパレル産業の特徴およびそれが百貨店の競争構造に与えた影響についての論考は、藤岡里圭・ピエール=イヴ・ドンゼ『日本のファッションビジネス』（有斐閣、2020年刊行予定）に収録する予定である。

(2) 全体として百貨店を主たる販路としてきたアパレル企業は衰退しているが、世界の衣料品市場は拡大し、国際的な競争力を構築することができた企業は(1)で検討した企業とは異なる戦略で成功している。たとえば、デニムを製造しているカイハラは、もともと紺を製造していたが、国内需要の変化と商品輸出先の環境変化に伴って、1970年代初頭からデニムを製造するようになった。その後、主として百貨店で販売されるブランド力のあるアパレル企業にデニムを供給していたが、1998年、いち早くファストファッションとの取引を始めたことによって、生産規模を拡大し、大きく発展してきた。カイハラがこのような転換を成功させることができたのは、次々と新しい商品を開発している同社の製品開発力にあることが明らかとなった。

また、ジーンズを製造販売しているジャパンプルーは、従来の百貨店が扱うジーンズやジーンズアパレルが製造するジーンズとは異なる商品市場を新たに開拓することによって成功した企業である。旧式の豊田織機を使用して、裾の折り返しを独特の仕上げにするピンテージ・ジーンズを積極的に展開した。ダメージ加工が主流であった2000年代初頭、日本古来の藍の色をマーケティングに活用した同社は、日本のみならず欧州でも積極的に市場を開拓し、ジーンズ企業の国際競争力の高さを示している。これらの企業の競争力を分析した成果は、Rika Fujioka and Ben Wubs, "Competitiveness of the Japanese denim and jeans industry: the cases of Kaihara and Japan Blue, 1970-2015," Regina Lee Blaszczyk and Veronique Pouillard (eds.), *European Fashion: the Creation of a Global Industry*, Manchester University Press, 2018, pp.223-243.として、公表している。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 0件)

〔学会発表〕(計 9件)

Rika Fujioka, "Japanese Department Stores' Conflicting Strategy between Global and Local Markets," European Business History Association 22nd Annual Congress, 2018.

Rika Fujioka, "The Development of Department Stores and Westernisation of Consumer Culture," XVIII World Economic History Congress, 2018.

藤岡里圭・ピエール=イヴ・ドンゼ「技術はファッションになるのか アパレル産業の発展と衰退」企業家研究フォーラム2018年度年次大会、2018。

Rika Fujioka, "From cotton kimonos to the jeans industry: the development of denim industrial clusters in Japan", Global Fashion Management Conference, 2017.

Rika Fujioka and Ben Wubs, 'Competitiveness of Japanese denim and jeans industry: the case of Kaihara and Japan Blue, 1970-2015', 20th Annual Congress of the European Business History Association and 1st World Congress on Business History, 2016.

Rika Fujioka, "The development of Japanese department stores: 1868-1937", Research Seminar at Institute of Place Management, Manchester Metropolitan University, 2016.

Rika Fujioka, "The transition from communitarian management to modern management in Japanese department stores", The Centre for the History of Retailing and Distribution, 2016.

Rika Fujioka, "Competition between Department Stores and Fast Fashion Retailers for Suppliers", European Retail Trade and the Clothing Industry in Historical Perspective, 2015.

Rika Fujioka, "The Development of Japanese Department Stores alongside the Growing Ready-made Clothes Market from the 1950s to the 1970s", The Centre for the History of Retailing and Distribution, 2015.

〔図書〕(計 1件)

Rika Fujioka and Ben Wubs, "Competitiveness of the Japanese denim and jeans industry: the cases of Kaihara and Japan Blue, 1970-2015," Regina Lee Blaszczyk and Veronique Pouillard (eds.), *European Fashion: the Creation of a Global Industry*, Manchester University Press, 2018, pp. 223-243.

〔産業財産権〕

出願状況(計 0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年：
国内外の別：

取得状況(計 0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号(8桁)：

該当なし

(2) 研究協力者

研究協力者氏名：

ローマ字氏名：

該当なし

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。