

平成 30 年 6 月 12 日現在

機関番号：34522

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K03755

研究課題名(和文) 流通システム変動メカニズムに関する包括的研究 - 眼鏡流通動態の複雑性をめぐって -

研究課題名(英文) Comprehensive study on the change of distribution system - focusing on its complex dynamism of glasses industry -

研究代表者

向山 雅夫 (MUKOYAMA, Masao)

流通科学大学・商学部・教授

研究者番号：00182072

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)：眼鏡小売販売額が4000億円に落ち込み(ピーク時の6割)、中小眼鏡小売業や卸売業者数が減少し、眼鏡フレーム生産拠点である鯖江市の生産者数が激減するなど、日本の眼鏡流通システムは大きく変動している。本論は、この大変動の主原因となっている「新業態店」に注目し、その革新性の源泉を検討することを通じて、眼鏡流通システムの構造変化を流通主体間関係の相互依存性の視点から分析した。その結果、眼鏡の商品特性およびそれに起因する独特の取引様式・眼鏡販売者の技術力とそれを支援する眼鏡機器メーカーの技術革新・レンズおよびフレーム生産システムの変化・卸売業者の機能変化が複合的に作用していることが明らかになった。

研究成果の概要(英文)：Eyeglass retail sales dropped to 400 billion yen (60% at peak), the number of small and medium-sized eyeglass retailers and wholesalers decreased and the number of producers in Sabae City drastically decreased. Such changes make us notice to big changes of distribution system undergoing. This paper focuses on the "new retail format" which is the main cause of this big fluctuation and examines the structural change of the eyeglass distribution system from the viewpoint of mutual dependency of the relationship between main players in the system through examining the source of its innovation. As a result, it was revealed that the product characteristics of the eyeglasses and its unique transaction system the technical capabilities of the eyeglass retailers, the technological innovation of the eyeglass device manufacturers, the change in the lens and frame production system, and the functional change of the wholesalers made influence the big change.

研究分野：流通システム論

キーワード：眼鏡 流通システム 新業態 イノベーション 独立眼鏡店

1. 研究開始当初の背景

眼鏡小売販売額はピーク時の 6200 億から 4000 億円にまで落ち込み、中小眼鏡小売業や卸売業者数は減少を続け、またそれらの機能も大きく変化している。さらに眼鏡フレーム生産の 90%を占める福井県鯖江市では生産者数が激減中である。

こうした変化の原因としては、「海外メーカーの成長によって低価格で商品調達が可能になり、それを背景に眼鏡ディスカウンターがイノベーターとして登場した。その結果、伝統的体質の従来の生産・流通システムが構造変化を迫られている」と説明されることが多いが、この現実はいずれかで説明できるとは思えないほどにグローバルかつ流通主体間関係の変化やその行動パターンの変化によってもたらされていると考えることができる。

2. 研究の目的

眼鏡流通システムは、小売イノベーターの登場が流通システムの構造変動を生み出すという従来の定説では説明できないほどの、より大規模なシステム変動に見舞われており、その変動メカニズムは極めて複雑である。いわゆる流通システム変動に関する一般的・マクロ的理論のもつ理論と現実の乖離という課題を解消し、眼鏡流通システムに発生している複雑性を、取引主体間関係の変化・主体の行動および機能の変化・眼鏡生産分業体制の変動・外国の眼鏡生産・流通システムの変化と国内流通システムとの関連性の視点から、明らかにすることを目的としている。

3. 研究の方法

第1段階 現在の眼鏡流通システム各主体は、激しいブランド間競争に直面している。しかも一般のブランド間競争と異なるのは、生産者・卸売業者・小売業者・外国メーカーがそれぞれにブランド開発に取り組んでいる点である。そこでまず、ブランド開発・ブランド戦略に関する理論研究が不可欠である。また同時に、眼鏡生産システムの構造とその変化についての検討も求められる。これについては地場産業集積論・産業クラスター理論など中小企業論の分野での先行研究が豊富であり、そこで分析枠組や研究成果の取り込みを行った。

第2段階 眼鏡流通システムに関わる各主体へのインタビュー調査を実施した。本研究は流通システム変動への多面的アプローチをとるため、生産者・卸売業者・小売業者さらに眼鏡生産関連業者・各種組合団体へもインタビュー調査を行った。

第3段階 さらにわが国の現状やその変化が、海外の眼鏡流通システムとの比較においてどのような状況にあるのかを把握するために、韓国・台湾・中国で眼鏡業界関係者にもインタビュー調査を実施した。

第4段階 上記3つのステップからの成果

を取りまとめ眼鏡流通システムの複雑性をもたらす諸要因間の関係を鮮明にして理論仮説として提示し、一般的・マクロ流通システム変動論への理論的インプリケーションを明確化する。

4. 研究成果

(1)日本の眼鏡流通システムに関わる主体間関係を解明するためには、まず眼鏡流通システム全体の商品フローを明らかにしなければならない。文献研究や各種業界団体への調査を実施した結果、日本の眼鏡流通システムはおおよそ図1のような構造から成り立っていることが判明した。すなわち、主たる流通主体は、レンズ生産者、フレーム部品生産者、フレーム完成品生産者、部品生産者から部品を調達して組み立てるオーガナイザー、企画機能も遂行する産地卸売業者、収集機能のみを遂行する産地卸売業者、消費地卸売業者、大手眼鏡小売チェーン企業、眼鏡量販チェーン企業、中小眼鏡小売業者、フレームメーカー直営店、さらに外国レンズメーカー、外国フレームメーカーである。きわめて多様な流通主体から構成されていることがわかる。これと同時に、注目すべきは眼鏡フレーム生産者としては、フレーム完成品生産者・オーガナイザー・産地卸売業者(企画機能遂行)・外国フレームメーカーがあり、これらはレンズ生産者とは全く無関係であるという点である。すなわち、眼鏡なる商品は、その構成部品であるレンズとフレームから構成されるが、両者は全く無関係にそれぞれ独立して生産されているのである。

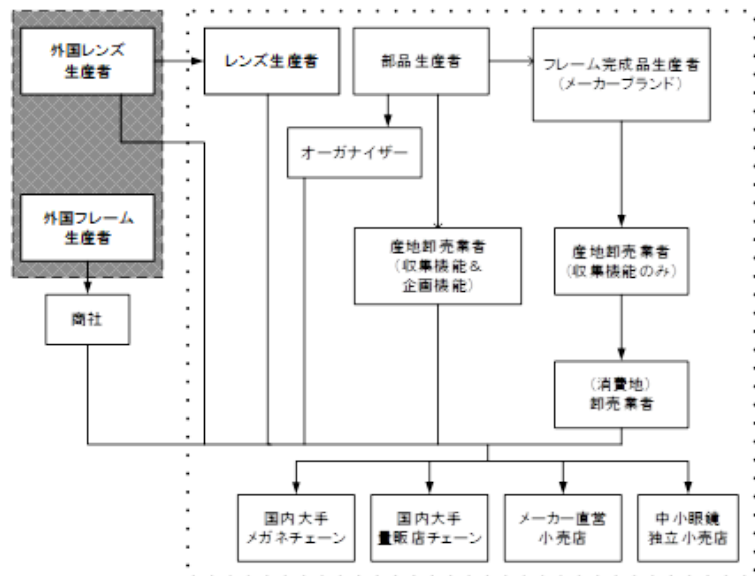


図1 眼鏡流通システムの構造

(2)眼鏡流通システム構成要素である生産サイドの動向を見てみると、下の図2・図3のように眼鏡製造にかかわるすべての製造業者の従業者数・事業所数・出荷額が1990年代に入って以降激減していることが分かつ

た。眼鏡製造業には大きな構造変化が発生しているのである。

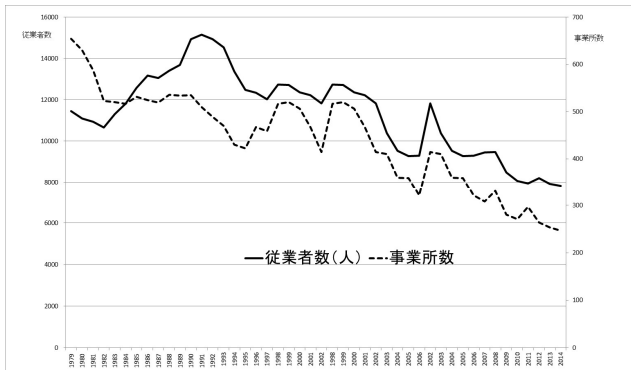


図2 眼鏡製造業の事業所数・従業者数の推移

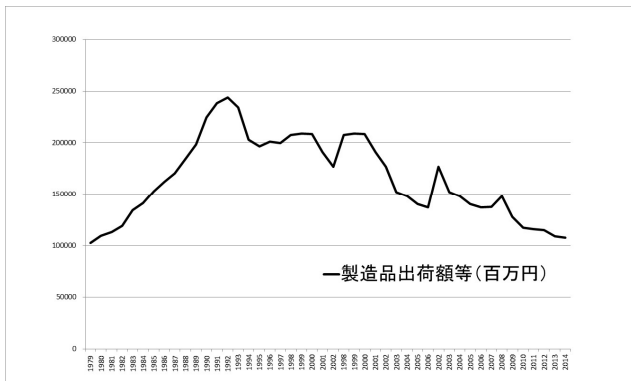


図3 眼鏡製造業の出荷額の推移

(3)他の構成要素である眼鏡小売業、とりわけ従業者数1-4人クラスの零細規模小売業においては、事業者数・従業者数・販売額のどれで見ても、1980年代以降大幅な減少がみられる(図4)

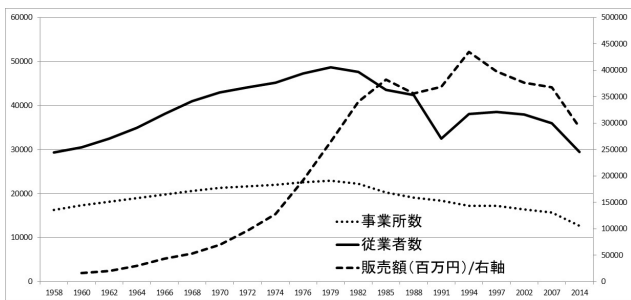


図4 時計・眼鏡・光学機械小売業(従業者数1-4人)の推移

(4)眼鏡小売業においては、衰退する零細規模眼鏡独立小売店とは対照的に、大規模小売業態である新興の新業態店の急成長と、メガネ専門店チェーンの弱体化が同時に進行している。すなわち2000年代に入って後、新しく登場した大規模新業態店(図5の点線で示す企業群)が急速に成長し、それまでの中心的大規模小売業態たる専門店チェーンが衰退していることが明らかとなった。

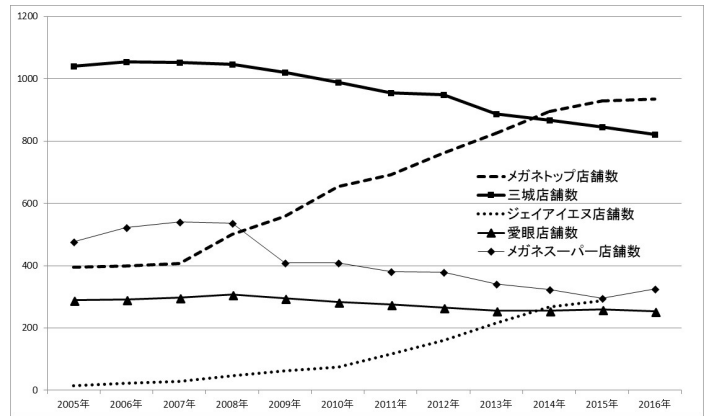


図5 眼鏡小売業の新旧業態の動向

(5)以上のことから、眼鏡流通システムの構造的変動をもたらす主因が、成長する眼鏡新業態であることが予想される。ゆえに、この新業態成長をもたらした諸要因とそれら要因間関係を分析した。分析の結果、眼鏡流通システム変動は、図6のごとき構造間関係によって生み出されたいことが明らかになった(詳しくは、学会発表 参照)。

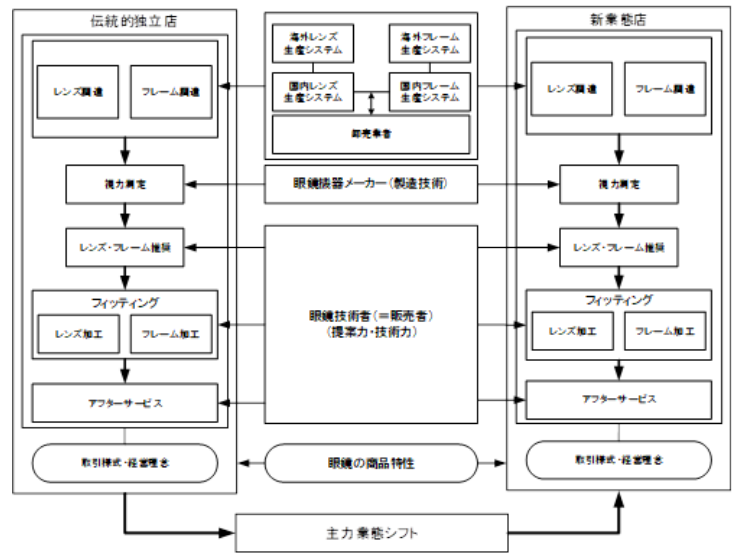


図6 眼鏡流通システム変動諸要因メカニズム

(6)分析から以下の諸点が明らかになった。眼鏡という商品の特殊性、すなわち「眼鏡レンズとフレームは小売段階で初めて意味ある出会いをして完成品となるが、それ以前の川上段階に眼鏡は存在せず、単なる部品として存在する」および「すべてのフレームはブランドを付与されているが、販売実現には小売店の推奨能力が大きな意味を持つ」が、眼鏡流通システム独特の取引様式を作りあげた。

新業態は3つのイノベーションを駆動力として成長を実現させたのであり、それらのイノベーションは眼鏡流通システム各主体の変化と密接に関連している。

第1は、破壊的価格設定の実現である。新業態は従来高価格(4~50000円)であると認識されていた眼鏡の値頃感を一新させるほどに劇的な低価格販売(5000円~20000円程度)を実現した。その背後には、レンズおよびフレームの輸入の激増と生産システムの変化が発生していた。前者については、世界のレンズ市場の寡占化が進行し、日本・フランス・ドイツのレンズメーカーがグローバルな生産体制を構築したことにより、安定した標準品質の安価なレンズが輸入されるようになった。後者については、海外進出した日系フレームメーカーからの技術流出によって中国において大規模メーカーが大量生産体制を構築し、かつ時とともに品質向上及び低価格化を推進している。これらの結果、レンズ・フレームともに低価格仕入れが可能となり、これが新業態の劇的価格引き下げを可能にした。

第2は、眼鏡価格設定の明瞭化である。新業態店は、スリープライス制度と呼ばれるように、商品に3段階の一式価格レベルを設定し、レンズ・フレーム込みの価格設定を実現した。そもそも消費者はフレーム・レンズの品質評価を的確にすることができない。この特徴を利用し、消費者の商品選択決定要素をデザイン・カラーに限定することに成功し、小売店頭での営業力によって販売実現できるようにした。

第3は、商品完成までの迅速性である。眼鏡購入のためには、視力測定と度数矯正のためと、フィッティングのための合計2回店に出向く必要があったが、新業態店は視力測定から引き渡しまでを1度の来店で済ませることができるようにした。これを可能にしたのは、眼鏡機器の技術進歩であった。従来、視力測定やレンズカットは眼鏡小売事業者が技術力を発揮できる機会であった。医療機器としての性格を持つ眼鏡には、適正な眼鏡を作る技術力が求められる。これが独立眼鏡店の最大の訴求力であった。しかし、視力測定機器の発達やレンズ加工機の発達によって、高度な技術なしに的確な測定や加工が可能になった。さらにこれは必要な従業員教育を軽減させ、また店舗数の急速な増加をも可能にするものであった。

(7)これまでの分析結果をまとめると、次のごとくである。

眼鏡流通システムは全体として大きく変動している。

この変動を規定する要因の第1は生産システム、-レンズ生産システムの変化とフレーム生産システムの変化である。これらの変化は、生産体制の国際化・グローバルな生産システムの構築・海外企業の技術力の向上に特徴づけられる。

これら生産システムの変化は、眼鏡小売業の変化と密接に関連している。すなわち、新業態が実現した革新性は、この生産システム

の変化によってこそ可能となった。

さらに、新業態の革新性実現を可能にしたのは、眼鏡という商品固有の特性・小売段階での技術力を不要にした眼鏡生産機器の品質向上を指摘することができる。

フレーム生産については、従来は限定的な機能を遂行していた卸売業者が製造卸化することによって、より一層多様かつ多数のフレーム供給が実現したことも、フレーム生産システム変化に大きく関わっていたように考えられる。

(8)今後の課題は以下のごとくである。

卸売業者の変容が眼鏡流通システムに与えた影響について詳細に検討しなければならない。

世界の眼鏡流通は、イタリア企業による垂直統合型一貫生産化によって支配されつつある。日本の各眼鏡流通主体はこれにどのようにして対抗することができるのかを検討しなければならない。

眼鏡レンズ・フレームにはブランドが付与されているが、そこでのブランドは他商品に付与されているいわゆるブランドとはその意味が異なっている。眼鏡流通におけるブランドの意味・役割を検討する必要がある。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 3 件)

Cho, Myung Rae & Masao Mukoyama, The Process Model of Retail Format Creation in Japanese Eyeglasses Industry-The case of JINS Inc., Journal of Distribution Science, 査読有、Vol.16, No.2, 2018, pp.5-18.

向山 雅夫、「眼鏡流通システムの動態展開過程とその特徴」、『流通科学大学リサーチレター』、査読無、No.28, 2017、pp.1-25、

向山 雅夫、「業種店の盛衰とイノベーター」、『商店街 PLAZA』、査読無、No.427, pp20-24, 2016

〔学会発表〕(計 2 件)

Cho, Myung Rae & Masao Mukoyama, The Mechanism of New Retail Format Creation in Japanese Eyeglasses Industry-The case of JINS Inc., 2017 International conference on Business and Economics(Incheon National Univ.(KOREA), 2017.

向山 雅夫、「眼鏡流通システム変動メカニズムの複雑性」、『日本学術振興会産業構造・中小企業第118委員会、2017.

## 研究組織

(1)研究代表者

向山雅夫 ( MUKOYAMA, Masao )

流通科学大学・商学部・教授

研究者番号：00182072

(2)研究分担者

趙 命来 ( CHO, Myung Rae )

香川大学・経済学部・准教授

研究者番号： 6 0 5 8 2 2 2 8