

統一論題「今日の消費経済と流通における『協同』」

現在の消費市場は、いまだ閉塞感を拭えていない。わが国 GDP（名目）は 2000 年代中頃に 500 兆円を超えていたが、リーマンショック後の今日においては 500 兆円を下回る規模で推移している。労働市場では、非正規雇用の増大が止まず、非正規雇用労働者の比率は 2014 年に 37.4%（1,962 万人）にまで上昇した。その間、正規雇用労働者は減少しつづけ、1994 年の 3,805 万人から 2014 年には 3,278 万人へと 500 万人以上減少した。

このような経済状況の下で、家計調査に現れる実収入や可処分所得、消費支出は減少傾向を示し、家計最終消費支出も横ばい状態である。それに伴い、1999 年に約 144 兆円であった小売業の年間販売額は 2000 年代に減少の一途をたどり、2014 年には約 122 兆円まで減退した。縮小する消費市場において、既存小売業態の販売額およびシェアは減じ、新興小売業が一定の成長を示すとともに、業態間の垣根も崩れつつある。流通業者は店舗のスクラップ・アンド・ビルドを強化するほか、マーチャンダイジングの再構築を進めながら環境変化への対応を図っている。

今日の縮小市場において流通に関与する事業者にとって重要となっている取り組みの 1 つが、共同化や組織化を基礎とする「協同」の推進である。市場競争において個別的対応努力では限界があり、大企業に比して競争上劣位にある経済主体が組織化を進め、共同事業等を通じて規模の利益を追求するのみならず、連帯の理念を希求することの重要性は、今日ますます高まっているといえる。

流通における「協同」の構築は、戦前からいくつかの領域で取り込まれてきた。小売業では、百貨店の成長に対して商店街による対応に加えて、ボランティア・チェーンが志向された。また、大都市を中心に協同組合の設立も進められた。これらは戦後の経済的・社会的変化の下で、いっそうその存在意義を高め今日に至っている。

日本消費経済学会第 42 回全国大会では、このような歴史と意義を有する流通における「協同」に注目し、その今日的意義や現状、課題等について、ボランティア・チェーン、商店街組織、協同組合、消費者による新たな取り組み等の理論や実践を通して多面的に考察していくことを提起し、統一論題を「今日の消費経済と流通における『協同』」とした。パネラーには、それぞれの領域を専門とする研究者や実務家を迎え、研究や豊富な実践に裏打ちされた報告と議論を予定している。

流通における「協同」というテーマを掲げ、その可能性や発展性を検討していくことは、閉塞感の続く日本経済研究へのアプローチとなるが、人々が助け合う連帯の重要性について考究していくことにもなる。