日交研シリーズ A－839

ロジスティクスにおける交通研究の役割と範囲

交通分野におけるロジスティクス研究の役割と
範囲研究プロジェクト

２０２２年９月

公益社団法人日本交通政策研究会

1. “日交研シリーズ”は、公益社団法人 日本交通政策研究会の実施するプロジェクトの研究成果、本研究会の行う講演、座談会の記録、交通問題に関する内外文献の紹介、等々を印刷に付して順次刊行するものである。
2. シリーズはAよりEに至る5つの系列に分かれる。

   シリーズAは、本研究会のプロジェクトの成果である書き下ろし論文を収める。

   シリーズBは、シリーズAに対比して、より時論的、啓蒙的な視点に立つものであり、折にふれ、重要な問題を積極的にとりあげ、講演、座談会、討論会、その他の方法によってとりまとめたものを収める。

   シリーズCは、交通問題に関する内外の資料、文献の翻訳、紹介を内容とする。

   シリーズDは、本研究会会員が他の雑誌等に公けにした論文にして、本研究会の研究調査活動との関連において復刻の価値ありと認められるもののリプリントシリーズである。

   シリーズEは、本研究会が発表する政策上の諸提言を内容とする。
3. 論文等の内容についての責任はそれぞれの著者に存し、本研究会は責任を負わない。
4. 令和2年度以前のシリーズは印刷及び送料実費をもって希望の向きに頒布するものとする。

公益社団法人日本交通政策研究会

代表理事　山　内　弘　隆

同　原　田　昇

令和2年度以前のシリーズの入手をご希望の向きは系列番号を明記の上、下記へお申し込み下さい。

〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-12-6
守住ビル　4階
公益社団法人日本交通政策研究会
電話（03）3263-1945（代表）
Fax （03）3234-4593
E-Mail:office@nikkoken.or.jp

日交研シリーズ A-839
令和 3 年度自主研究プロジェクト
「ロジスティクスにおける交通研究の役割と範囲」
刊行：2022 年 9 月

ロジスティクスにおける交通研究の役割と範囲
The Role and Scope of Transportation Studies in Logistics

主査：苦瀬　博仁（東京海洋大学）
Hirohito KUSE

要　　旨

本研究プロジェクトの目的は、学際分野であるロジスティクス研究の特徴を、周辺研究分野との比較の中で明らかにすることである。

ロジスティクスは、企業内と企業間、施設内と施設間、地域内と地域間などにおいて、商流と物流を対象とする学問と考えることができる。そのため、ロジスティクスという研究分野は、交通論や経済学をはじめとして、都市・交通計画、経営学やマーケティング、医療や災害など、さまざまな研究分野と密接な関係ある。しかし、ロジティクスと深い関連のある研究分野や、ロジスティクスに影響を与える研究分野との接点が不明確だったことが否めない。上記の課題を解決するためには、ロジスティクスと他の学問分野との間での、相互関係や役割分担を明確にすることを通じて、様々な研究分野との連携とともに、ロジスティクス研究そのものの発展を志向することが求められる。

以上の問題意識にもとづき、本報告書では、次の内容についてとりまとめた。

第１章では、サプライチェーンとロジスティクスの関係を論じるとともに、商流ネットワーク、物流ネットワーク、輸送ネットワークの内容を整理した。

第２章では、ロジスティクスの定義と特徴、物流活動の内容、物流機能の内容、物流の特徴を論じたうえで、ロジスティクスと関連・周辺分野の相互関係を整理した。

第３章では、受発注活動の関連分野として流通・マーケティングを取り上げ、その概要とロジスティクスとの接点について論じるとともに、具体的事例としてオンライン事業とロジスティクスの関係をみた。

第４章では、輸配送活動の関連分野として交通政策・交通論を取り上げ、交通論から物流論への接近、政策レベルでの物流論について論じるとともに、総合物流施策大綱について総合交通体系論議との関連から考察した。

そのほか、講演録として、研究会に招聘した外部講師による講演と質疑の概要をまとめている。

キーワード：ロジスティクス、マーケティング、交通論
Keywords: Logistics, Marketing, Transportation Theory

目　　次

１章　ロジスティクスの内容と特徴 …… 1
1.1　サプライチェーンとロジスティクス …… 1
1.2　サプライチェーンと商流・物流のネットワーク …… 4
1.3　商流ネットワークの内容 …… 6
1.4　物流ネットワークの内容 …… 8
1.5　輸送ネットワークの内容 …… 9

２章　ロジスティクスの特徴と関連・周辺分野 …… 13
2.1　ロジスティクスの定義と特徴 …… 13
2.2　物流活動の内容 …… 14
2.3　物流機能の内容 …… 17
2.4　物流の特徴 …… 20
2.5　ロジスティクスと関連・周辺分野の相互関係 …… 23

３章　商取引（受発注）活動と関連分野 …… 26
3.1　流通と商取引活動 …… 26
3.2　マーケティングとは …… 31
3.3　流通・マーケティングとロジスティクスの接点 …… 35
3.4　オンライン事業とロジスティクス …… 39

４章　輸配送と関連分野 …… 43
4.1　交通論からの物流論への接近 …… 43
4.2　初期の物流論の展開 …… 46
4.3　政策レベルでの物流論 …… 48
4.4　総合物流施策大綱―総合交通体系論議との関連性― …… 52

講演録（１）第４回研究会　外部講師講演・質疑概要 …… 57
1　はじめに …… 57
2　講演概要 …… 57
2.1　徳川家康以前の江戸周辺 …… 57
2.2　家康の入府と町割 …… 60
2.3　江戸市中の掘割 …… 67
2.4　江東方面の役割 …… 81
2.5　江東方面の掘割 …… 85
2.6　江戸の水運を支えた 3 つの川 …… 91
3　質疑概要 …… 97

講演録（２）第５回研究会　外部講師講演・質疑概要 …… 101
1　はじめに …… 101
2　講演概要 …… 101
3　質疑概要 …… 126

研究メンバーおよび執筆者（敬称略・順不同）

苦瀬　博仁　東京海洋大学（１章、２章）

杉山　雅洋　早稲田大学（４章）

森本　章倫　早稲田大学

井出　博生　東京大学

内田　大輔　株式会社　建設技術研究所

剣持　　健　一般財団法人　計量計画研究所

笹川　　修　日本福祉大学

鈴木　理沙　流通経済大学

大門　　創　國學院大學（２章）

味水　佑毅　流通経済大学（２章）

横井のり枝　日本大学（３章）

渡部　　幹　株式会社　建設技術研究所

（令和 4 年 3 月現在）

1章　ロジスティクスの内容と特徴

1.1　サプライチェーンとロジスティクス

1.1.1　サプライチェーンとサプライチェーン・マネジメント（SCM）

サプライチェーン（Supply Chain）とは、一般的には、原材料調達から消費までを結ぶ供給網である。

たとえば、ハンバーガーの購入を考える。パンについては、農場で収穫された小麦が小麦粉になり、工場でパンとなる。同じように牧場で育成された牛からハンバーグとなり、最終的に店舗でハンバーガーとなる。このとき、パンは店舗でパンメーカーに発注され、受注したパン工場はパンを出荷して店舗に入荷する。このように、「発注・受注・出荷・入荷のサイクル」が繰り返されている。

そこで本書では、サプライチェーンを「原材料の調達と商品の生産から、顧客への販売に至るまでのプロセスにおいて、『企業間と企業内』で繰り返し生じる商品や物資の『発注・受注・出荷・入荷』のロジスティクスのサイクルを『複数の鎖（チェーン)』に見立てたもの」とする（図 1.1.1)。

ロジスティクスのサイクルのうち、商取引流通（商流）は、「受発注活動（発注→受注)」に相当する。そして、物的流通（物流）は、「倉庫などの施設で活動（在庫、生産、作業）(受注→出荷)」と、「輸送活動（出荷→入荷)」がある。

サプライチェーン・マネジメント（Supply Chain Management：SCM）とは、「商品や物資の最適な供給を実現できるように、サプライチェーン全体を管理すること」である [1)]。

1.1.2　サプライチェーンと企業間のロジスティクス・サイクル

サプライチェーンにおいて、ロジスティクスのサイクル（発注・受注・出荷・入荷）には、「企業間サイクル」と「企業内サイクル」の 2 つがある（図 1.1.2）[2)]。

企業間取引におけるロジスティクスのサイクル(A)とは、原材料・部品業、メーカー、卸・小売業などで、「調達する企業と販売する企業の間におけるサイクル」である。このとき、需要者（調達者）が「発注」と「入荷」をおこない、供給者（販売側）が「受注」と「出荷』」をおこなう。この結果、企業間のサプライチェーンは、商流（発注→受注）と物流（受注→出荷→入荷）のロジスティクスのサイクルで繋がっていることになる（図 1.1.2 の（A))。

1.1.3　サプライチェーンと企業内のロジスティクス・サイクル

企業内におけるロジスティクスのサイクル（B）とは、「企業内での調達・生産・販売などの部門（施設）間におけるサイクル」である。

このとき、生産部門と調達部門や、販売部門と生産部門の間で、「発注と入荷」、および「受注と出荷」によって、ロジスティクスのサイクルが構成される（図 1.1.2 の（B））。

このように、企業内取引においても、「発注・受注・出荷・入荷のロジスティクスのサイクル(B)」が繰り返されて、企業内のサプライチェーンが形成されている。

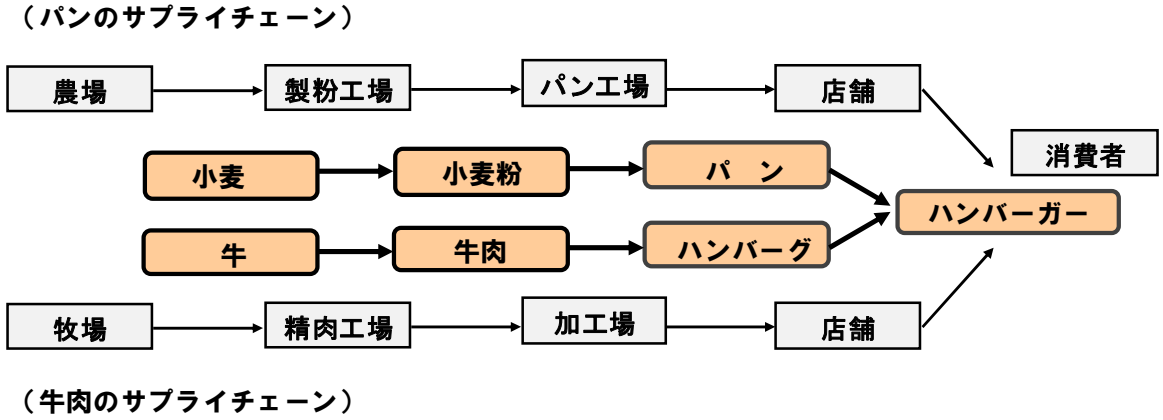


図 1.1.1　パンと牛肉のサプライチェーン

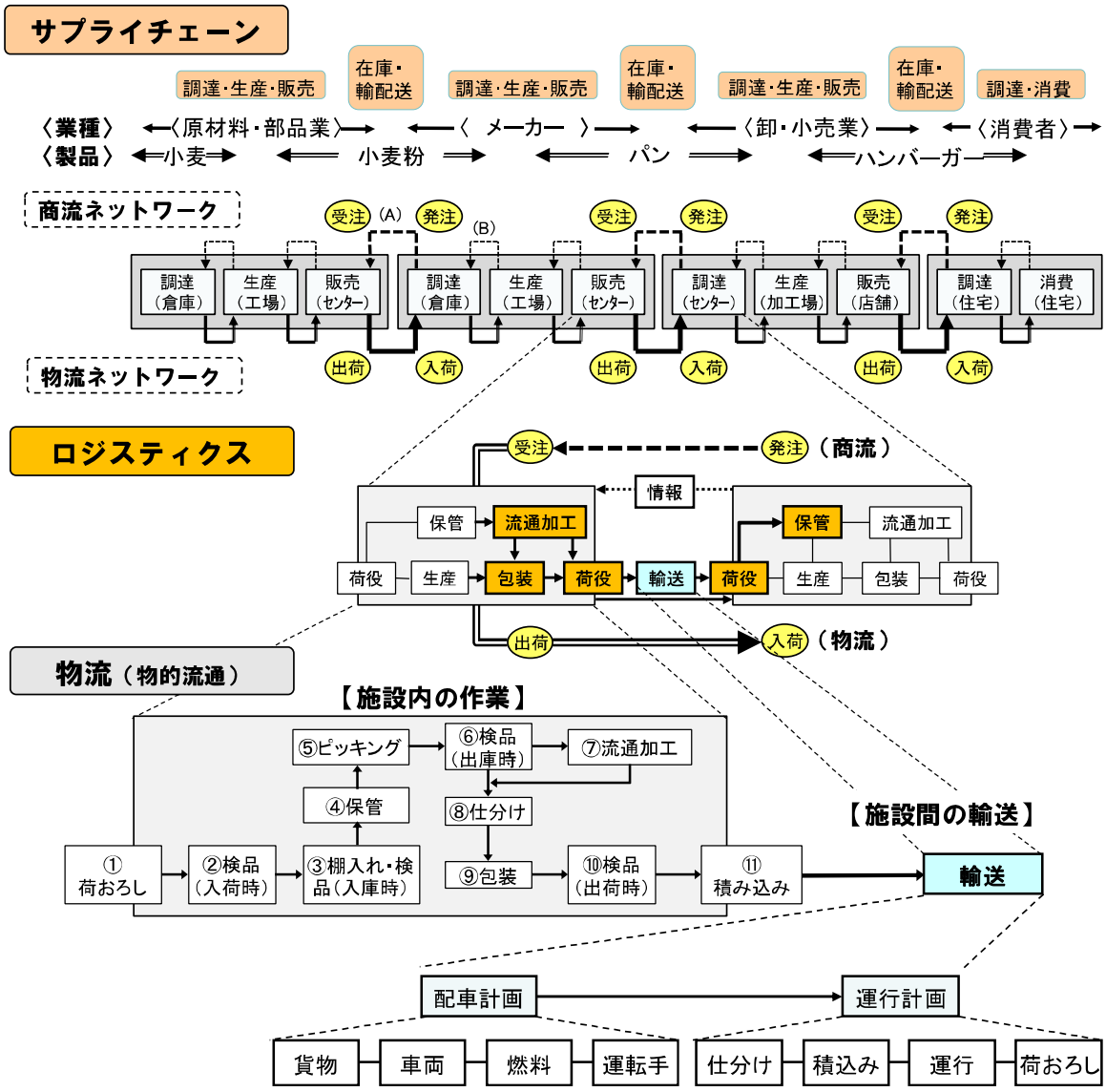


図 1.1.2　サプライチェーンとロジスティクスと物流

1.2　サプライチェーンと商流・物流のネットワーク

1.2.1　商流ネットワークの特徴

サプライチェーンは、商流と物流のネットワークで示すことができる。

商流（商取引流通）のネットワークとは、「メーカー、卸小売業、消費者などの間のロジスティクスにおいて、発注と受注が繰り返されることで構成されるネットワーク」である。

具体的には、「消費者が発注して小売業が受注」し、次に「小売業が発注して卸売業が受注」し、「卸売業が発注してメーカーが受注」する。このとき、「消費者→小売業→卸売業→メーカー」として、受発注の商流ネットワークがある。

1.2.2　物流ネットワークの特徴

物流（物的流通）ネットワークとは、「受注・出荷・入荷が繰り返されることで構成されるネットワーク」である。

具体的には、商流と逆方向に、「メーカー→卸売業→小売業→消費者」の順で、受注・出荷・入荷が繰り返される。狭義には、輸送に着目して地域や輸送手段の組み合わせを指すこともある。（図 1.2.1）[2)]。

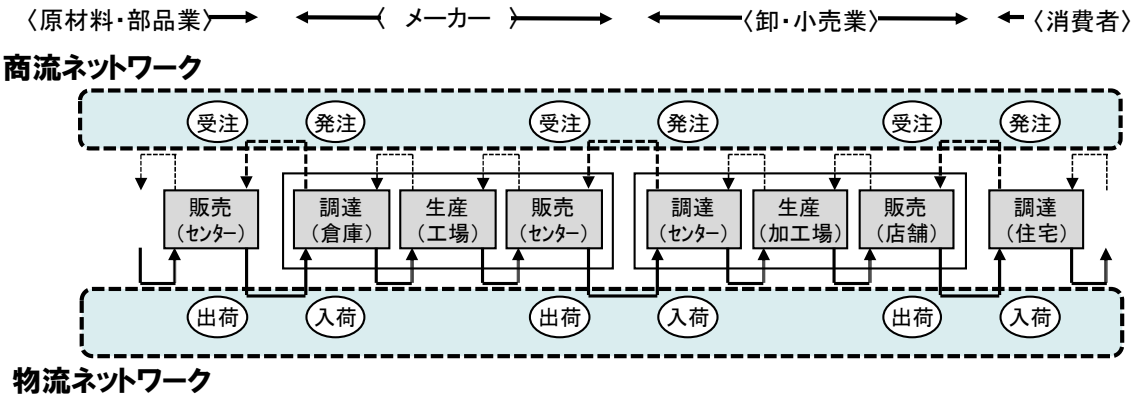


図 1.2.1　サプライチェーンにおける商流と物流のネットワーク

1.2.3　ネットワークにおける商物一致と商物分離

ロジスティクスにおいて、商流と物流のネットワークが一致する場合と分離する場合がある。

商物一致とは、「受発注と商品の受け渡しが、同じネットワークで行われること」である。たとえば、コンビニやスーパーなどでの一般の消費者の買い物では、商品の注文と受け取りが、同じ場所である。

商物分離とは、「商取引（商流）と物流が別のネットワークで行われること」である。たとえば、商流（受発注）として、小売業の営業所から卸売業の本社に商品を発注しても、物流としての実際の商品はメーカーの工場から小売業の店舗に配送されることになる。

商物分離を物流業務の担当から分けると、3 つのタイプになる（図 1.2.2）。

第 1 の「施設分離型」は、通常の企業間商取引で見られるものである。たとえば、商取引において、小売業が卸売業の営業所に発注し、営業所がメーカーの本社に発注するとしても、商品の物流（輸送、保管など）は、メーカーの工場から卸売業の倉庫を経て小売業のセンターに輸送される。

第 2 の問屋分離型は、物流を問屋（卸売業）に委託するものである。卸売業者が、小売業者とメーカーの間にたって、メーカーが生産した商品を小売業者に届けるまでの物流を担うものである。食品卸売業者などは、大きな流通センターを持ち、メーカーの生産した商品を保管するとともに、小売業者に配送している。

第 3 の業者委託型は、物流を物流事業者（輸送業者、保管業者など）が、メーカーや卸売業者に代わって担う場合である。物流事業者が、輸送や保管や流通加工などの物流業務全般をおこなうことで、荷主企業（メーカー、卸小売業など）が本来の業務に専念することができる。そして、近年では、3PL（Third Party Logistics：サードパーティ・ロジスティクス）と称して、荷主企業（First Party）でも物流事業者（Second Party）でもない第三者（Third Party）に、荷主が物流業務（管理と作業）を包括的に委託することが増えている。

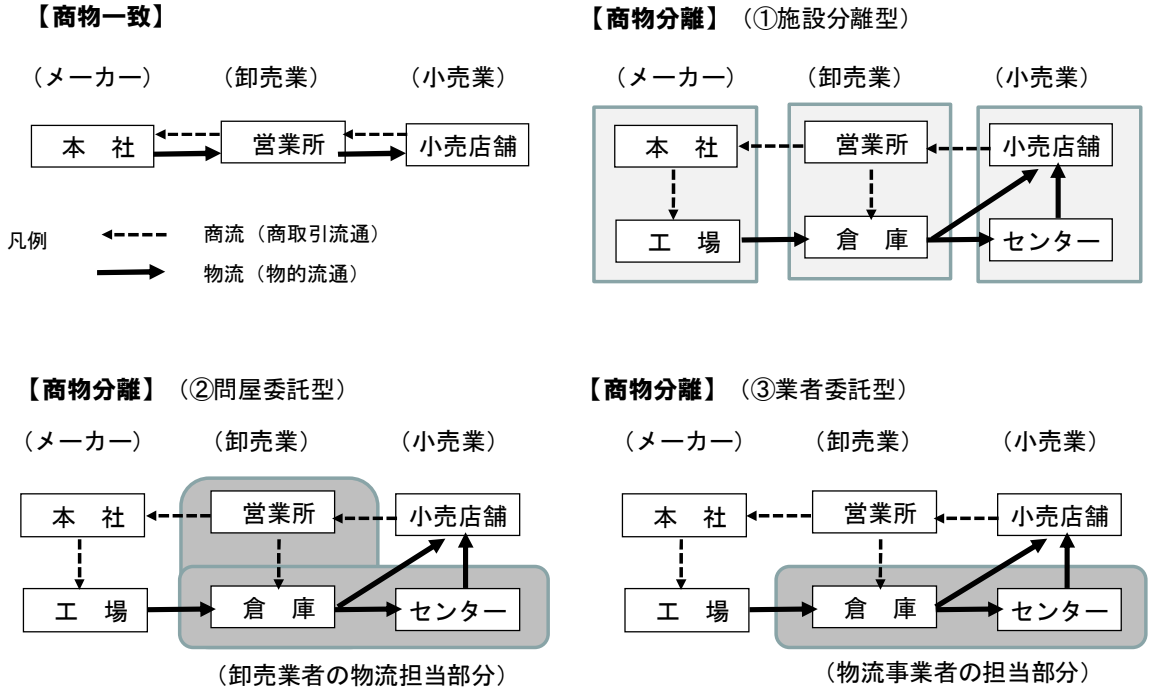


図 1.2.2　商物一致と商物分離

1.3　商流ネットワークの内容

1.3.1　商流ネットワークにおける中間業者数

商流ネットワークでは、メーカーから消費者までにおいて、商取引に介在する卸売業者や小売業者が存在する。そして中間業者の数により、「中間無段階型」「中間一段階型」「中間多段階型」の 3 つに分類できる（表 1.3.1）[3)]。

中間無段階型とは、「中間業者の介在せずに、メーカーが消費者から直接受注し、これをもとに商品を販売するネットワーク」である。たとえば、農家がインターネットで消費者に農産物を直接販売する場合は、中間業者が介在しないために、商品の価格は比較的安くなる。一方で、一回当たりの出荷量が少ないために、荷造りなどの作業は煩雑になり、輸配送費用は高くなる。

中間一段階型とは、「生産者から中間業者（卸売業者、もしくは小売業者）を 1 つ経て消費者へ販売する商流ネットワーク」である。たとえば、小売業者が介在する商流ネットワークには、卸売市場を通さずに農家から小売業者に農産物を送る例がある。

中間多段階型とは、「メーカーから複数の中間業者（卸売業者や小売業者）を経て消費者に至る商流ネットワーク」である。たとえば、卸売業者を経て小売業者の店舗で農産物を販売する場合は、メーカーは、複数の小売業者の注文をまとめた卸売業者の注文に応じて、製品を輸送すれば良い。

1.3.2　商流ネットワークのタイプ

商流ネットワークのタイプには、シングルチャネル、マルチチャネル、クロスチャネルの 3 種類がある（表 1.3.2）。

シングルチャネルとは、「一つの商流ネットワークで商品を流通させるチャネル」である。すなわち、「メーカー→卸売業→小売業→消費者（通常販売）」や「メーカー→消費者（直販）」など、採用可能な複数の商流ネットワークから、一つの商流ネットワークを選ぶものである。たとえば、シングルチャネルでは、商流ネットワークが限定されるため、在庫量は少なく、輸送費用が安くなることが多い。

マルチチャネルとは、「複数の商流ネットワークで商品を流通させるチャネル」である。すわなち、「メーカー→卸売業→小売業→消費者（通常販売）」や「メーカー→消費者（インターネット販売）」などの商流ネットワークが、同時に複数存在することである。たとえば、消費者が本を購入するとき、実際の店舗に出かけて購入する方法と、インターネット通販で購入し宅配してもらう方法がある。マルチチャネルでは、メーカーが多様な経路で商品を販売できるため、販売機会が増え売上の増加が期待できる。一方、複数のチャネルごとに在庫や

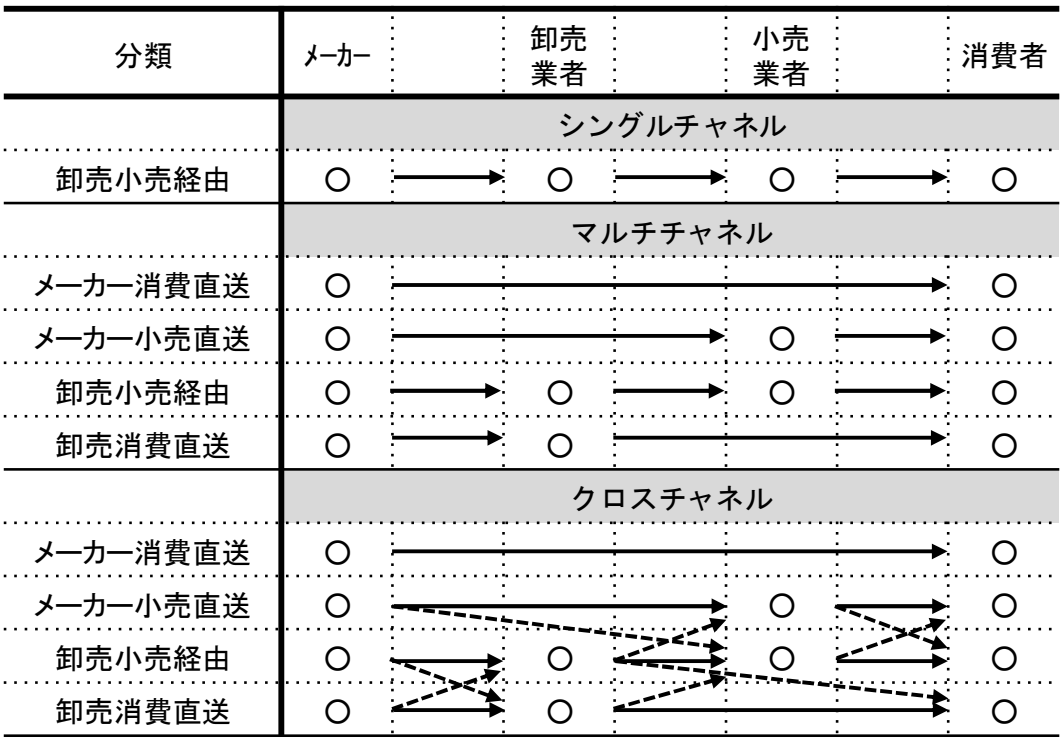
輸送をするため、物流コストが高くなることがある。

クロスチャネルとは、「複数の商流ネットワークが存在し、流通の過程で別のチャネルに変更できるチャネル」である。シングルチャネルとマルチチャネルでは、あらかじめ決められたメーカーから消費者までの商流ネットワークで輸配送される。しかし、クロスチャネルでは、商品を発注し発送したあとで、到着先を変更することができる。たとえば、自宅への配送（メーカー→消費者）を、小売店の店舗で受け取るように（メーカー→小売業→消費者）変更することである。クロスチャネルでは、顧客は多様な受け取り場所を指定できるため、販売機会が増えて売上増加が期待できる。一方、輸配送の途中で配送先が変更されるため、物流コストが高くなることがある。

表 1.3.1　中間業者の数による商流ネットワークの種類

分類	ﾒｰｶｰ	卸売業者	小売業者	消費者
	中間無段階型			
メーカー消費直送	○	→	→	○
	中間一段階型			
卸売消費直送	○	→	→	○
メーカー小売直送	○	→	→	○
	中間多段階型			
卸売小売経由	○	→	→	○
一次二次卸売	○	→	→	○

表 1.3.2　商流ネットワークのタイプ（シングル、マルチ、クロス）



1.4　物流ネットワークの内容

1.4.1　企業間の物流ネットワーク

日本のある紳士既製服メーカーは、生地を中国に発注し、その生地をミャンマーに輸送して縫製し、創生された紳士服を日本に輸入している。このサプライチェーンでは、製品が「繊維→生地→紳士既製服」と変化している。

この原材料から完成品に至るサプライチェーンにおいて、物流ネットワークには、「企業間」、「施設間」、「地域間」の 3 つがある（図 1.4.1）。

第 1 の企業間の物流ネットワークでは、「生地メーカー→縫製メーカー→小売業」となる。このとき、生地は「生地メーカー→縫製メーカー」と輸送され、縫製された紳士服は「縫製メーカー→小売業」と輸送される。最終的に、小売業の店舗に運ばれて、販売される。

1.4.2　施設間の物流ネットワーク

第 2 の施設間の物流ネットワークは、「生地工場→倉庫→縫製工場→倉庫→店舗」である。

たとえば、企業間ネットワークで取引が、メーカーと小売業の本社間で行われたとしても、実際の商品の輸送は「生地メーカーの工場→生地メーカーの倉庫→縫製業の倉庫→小売業の

店舗」などとなる。このため、施設間のネットワークは、具体的に商品や物資の出し入れや輸送保管場所がわかるため実態を把握しやすい。また、「上海の倉庫」や「生地メーカーの倉庫」のように、企業間や地域間のネットワークにも結び付けやすい。

1.4.3　地域間の物流ネットワーク

第 3 の地域間の物流ネットワークは、「揚州→上海→ヤンゴン→名古屋→大阪」となる。外国における工場・倉庫間の国内輸送、各国の倉庫・工場・倉庫をつなぐ国際輸送、国内の港から倉庫への国内輸送と、倉庫から店舗への配送などがある。

このうち、「揚州→上海」は中国国内の輸送であり、「上海→ヤンゴン、ヤンゴン→名古屋」は国際輸送であり、「名古屋→大阪」は日本国内の輸送である。

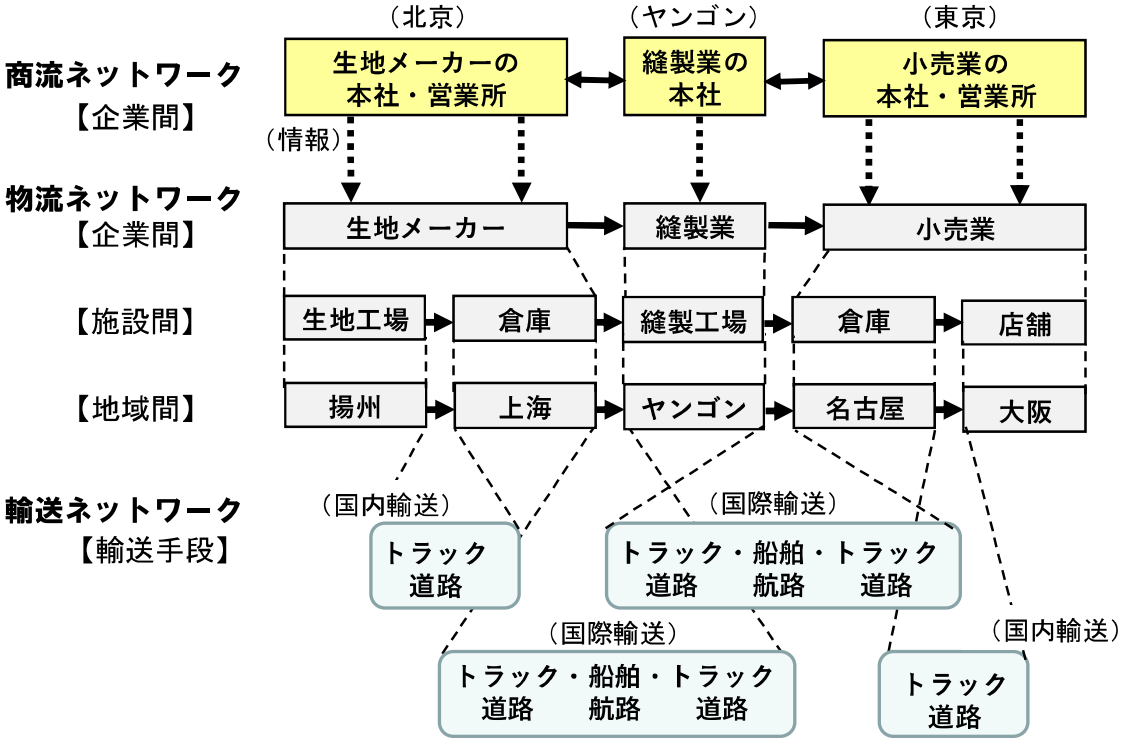


図 1.4.1　商流・物流ネットワークと輸送ネットワーク

1.5　輸送ネットワークの内容

1.5.1　交通結節点施設（ノード）

物流ネットワークとは、先述したように、「受注・出荷・入荷が繰り返されることで構成されるネットワーク」である。この物流ネットワークのうち、「出荷→入荷」に着目すれば、輸

送ネットワークとなる。

つまり、輸送ネットワークとは、「輸送に着目して、施設・輸送手段・交通路で構成されるネットワーク」である。このとき、このとき、倉庫や工場や店舗などの施設をノード（Node、結節点施設）といい、道路や航路をリンク（Link、交通路）といい、トラックや船舶をモード（Mode、輸送手段）という（図 1.5.1、表 1.5.1）[4]。

ノード（結節点施設）とは、「工場や流通センターや店舗など、ロジスティクスにおいて、店舗や住宅などの発注・入荷する施設や、工場や流通センターなど受注・出荷する施設」である。このとき、ノードには、広域物流施設（港湾、トラックターミナルなど）、物流施設（流通センター、倉庫など）、届け先の施設（荷さばき施設、駐車場など）の 3 つの種類がある（表 1.5.1）。

第 1 の広域物流施設とは、「鉄道・海運・航空など線的な輸送をおこなう地域間物流と、貨物車による面的な輸送をおこなう都市内物流との間の積み替え機能を持つ施設」である。たとえば、港湾･埠頭･空港、鉄道貨物操車場、トラックターミナル、流通業務団地、倉庫などがある。

第 2 の物流施設とは、「都市内の一定地区内の集配送の拠点となる物流の結節点施設」である。物流施設をその役割から分類すると、配送と保管をおこなう流通センター（DC：Distribution Center）、トラックターミナルなどの積み替えセンター（TC：Transfer Center）、商品の加工をおこなう加工センター（PC : Process Center）、主に保管をおこなう倉庫（SC : Stock Center）などがある。

第 3 の届け先の施設とは、「物資の最終到着地となる物流の結節点施設」である。たとえば、住宅、商店、事務所などと、それらの駐車場や荷さばき施設である。

1.5.2 輸送手段（モード）

モード（輸送手段）とは、工場から流通センターなどで、「ノード間での輸送やノード内での搬送に用いる交通手段のこと」である。このとき、モードには、幹線輸送手段、配送手段、搬送手段の 3 つの種類がある。

第 1 の幹線輸送手段とは、「国際間や地域間における輸送手段」である。たとえば、道路輸送における貨物車、鉄道輸送における鉄道貨車、海運における船舶、空運における航空機である。

第 2 の配送手段とは、「都市において、流通センターなどから店舗やオフィスに配送する際の輸送手段」である。たとえば、都市のなかを移動するため、中小型の貨物車が多い。

第 3 の搬送手段とは、「主に貨物車が停車してから、店舗やオフィスなどの最終届け先に搬送する際の輸送手段」である。たとえば、物資を手持ちや、台車で搬送することが多い。

1.5.3　交通路（リンク）

リンク（交通路）とは、「工場から流通センターや、流通センターから店舗のように、ノード（結節点施設）の間で、物資や商品を輸送するときに利用する交通施設」である。このとき、リンクには、幹線輸送路、配送路、搬送路の 3 つの種類がある。

第 1 の幹線輸送路とは、「高速道路や幹線道路などの、広域物流拠点間、ないし広域物流拠点と都市内集配拠点を結ぶ交通施設」である。たとえば、貨物車であれば幹線道路や高速道路、鉄道であれば線路、海運であれば航路、空運であれば航空路である。

第 2 の配送路とは、「流通センターから店舗のように、都市内で配送するときに利用する交通施設」である。たとえば、都市のなかで配送するときには小型貨物車や商用車を利用して、都市内の道路を使うことが多い、

第 3 の搬送路とは、「細街路や建物内搬送路などの、最終到着先までの交通施設」である。たとえば、貨物車が配送先に到着し駐車して荷おろしをした後に、台車などを利用して最終届け先まで搬送しなければならない。このとき、搬送路として敷地内の通路や建物内のエレベータや階段も含まれる。

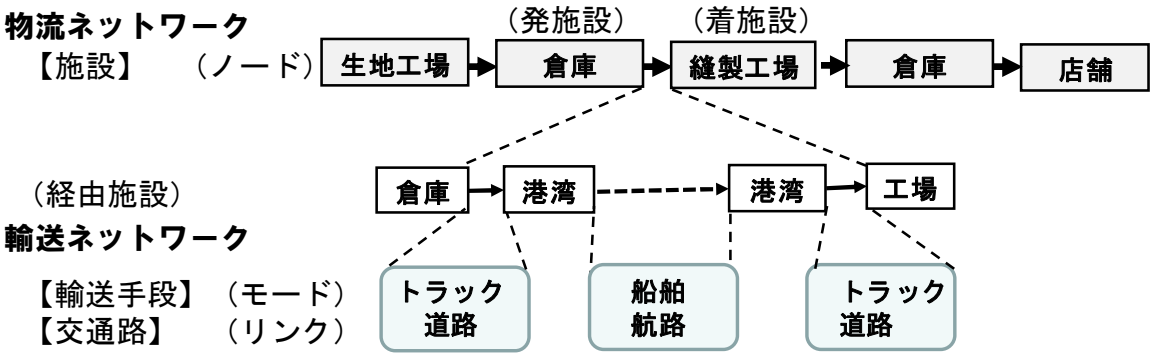


図 1.5.1　輸送ネットワークにおける施設（ノード）・輸送手段（モード）・交通路（リンク）

表 1.5.1　輸送ネットワークのノード・リンク・モード

輸送ネットワークの構成		
ノード （物流施設）	広域物流施設	港湾･埠頭･空港、貨物操車場、トラックターミナル、流通業務団地
	物流施設	流通センター、積み替えセンター、加工センター、倉庫など
	届け先の施設	住宅、商店、事務所などと、それらの駐車場や荷さばき施設
モード （輸送手段）	幹線輸送手段	国際間や地域間の輸送手段（大型貨物車、貨車、船舶、航空機）
	配送手段	都市内の配送手段（流通センターから店舗などの配送）
	搬送手段	貨物車が停車後の、店舗やオフィスへの搬送手段（台車など）
）リンク （交通路）	幹線輸送路	道路（高速道路や幹線道路など）と、鉄道や航路や航空路
	配送路	都市内の一般道路（流通センターから店舗やオフィスへの配送）
	搬送論	細街路や建物内搬送路など（最終到着地までの交通路）

参考文献

1) 苦瀬博仁編著 :『サプライチェーン・マネジメント概論』、pp.20-35、白桃書房、2017
2) 苦瀬博仁編著 :『増補改訂版、ロジスティクス概論』、pp.35-51、白桃書房、2021
3) 前掲 1)、pp.37-48
4) 前掲 1)、pp.67-80

２章　ロジスティクスの特徴と関連・周辺分野

2.1　ロジスティクスの定義と特徴

2.1.1　ロジスティクスの定義

ビジネス・ロジスティクス（Business Logistics）とは、「商品や物資を顧客の要求に合わせて届けるとき、商取引流通（商流：発注から受注まで）と物的流通（物流：受注から出荷を経て入荷まで）を、効率的かつ効果的に、計画、実施、管理すること」である[1)]。

このためにロジスティクスは、「必要な商品や物資を、適切な時間・場所・価格・品質・量（Right Time, Right Place, Right Price, Right Quality, Right Quantity）」のもとで供給すること」を目標としている。

ロジスティクスを実践するのは、商取引流通を担う荷主（メーカー、卸小売業者、消費者など）と、物流を担う物流事業者（輸送業者、保管業者など）である。

2.1.2　商流（商取引流通）の特徴

ロジスティクスを構成している商取引流通（商流）と物的流通（物流）は、行動原理に大きな違いがある（表 2.1.1）[2)]。

商流（商取引流通）とは、「受発注をおこなうこと」であり、所有権と金銭が移動することになる。

商流の特徴は、ロジスティクスにおける本源的需要ということである。なぜなら、物資や商品の受発注（商流）があってこそ、物流（輸送、保管など）が生じるからである。

また、商流は「より遠く・より高く・より多く」という拡大原理とされている。なぜなら、商流を担当する生産者・卸売業者・小売業者は、それぞれ、より多くより高く商品を販売することで、自らの事業と経営の拡大を目指す。このため、「広い市場を求め、多くの利益を求め、多くの販売量を期待する」ことになる。

2.1.3　物流（物的流通）の特徴

物流（物的流通）とは、「輸送（商品の空間的移動）と保管（時間的移動）を基礎に、流通加工・包装・荷役・情報機能とともに、商品や物資を受注者から発注者に届けること」である。

物流の特徴は、ロジスティクスにおいて派生需要とされている。なぜならば、物流は注文の結果ないし期待してのみ生じるように、本源的需要の商流によって物流が起きるからであ

る。

また、物流は「より近く・より安く・より少なく」という縮小原理とされている。なぜなら、物流を担当する輸送事業者や倉庫事業者などは、より長距離の輸送や長時間の保管で運賃や料金を多く受け取りたい。しかし、いったん物流業務を請け負うと輸送や保管の効率化を目指し、自らの事業と経営の拡大を目指す。このため、「より短い時間で輸送し、より保管面積を少なくし、より流通加工・包装・荷役などの作業時間を短くしたい」ことになる。

表 2.1.1　商流（商取引流通）と物流（物的流通）の違い

	商流（商取引流通）	物流（物的流通）
内容	所有権と貨幣の移動	空間・時間の移動、高付加価値化
機能	受発注、金融、情報	輸送、保管、流通加工、包装、荷役、情報
原理	拡大原理（より遠く、より高く、より多く）	縮小原理（より近く、より安く、より少なく）
需要	本源的需要	派生需要

2.2　物流活動の内容

2.2.1　ロジスティクスのサイクルからみた物流活動

物流活動とは、「施設内や施設間において行う物流に関わる作業のこと」である。施設内の物流活動は、12 の作業（①荷おろし、②検品（入荷時）、③棚入れ・検品（入庫時）、④保管、⑤ピッキング、⑥検品（出庫時）、⑦流通加工、⑧仕分け、⑨包装、⑩検品（出荷時）、⑪積み込み、⑫搬送）にわけることができる。⑫搬送は、施設内の作業に常に行われている（表 2.2.1、図 2.2.1）。

物流活動を、ロジスティクスのサイクル（発注→受注→出荷→入荷）で考えると、「発注→受注」は商流活動となる。このため、物流活動は受注してから発送するまでの、「施設内での物流活動（受注→出荷、⑤～⑪）」と、「輸送」と、「施設間での物流活動（出荷→入荷、①～④」ということになる。

輸送については、配車計画と運行計画が立てられる。配車計画とは、「貨物を特定し、貨物の重量や数量や温度帯に合わせた車両を用い、燃料を準備して、車両や貨物に適した運転手を指定すること」である。運行計画とは、「積み込む貨物を仕分け、貨物車に積み込み、その後に到着地まで運行して、到着地で荷おろしをすること」である。

2.2.2　調達・生産・販売のロジスティクスからみた物流活動

メーカーや卸小売業などの荷主の立場で考えてみると、ロジスティクスは、調達系・生産系・販売系の 3 つに分けることができる（図 2.2.2)。

第 1 は、調達系のロジスティクスである。例えば、宅配ピザを例に考えてみると、ピザ屋は食材調達のために肉屋にソーセージを、八百屋にトマトを「発注」する。肉屋や八百屋は、ピザ屋からの注文を「受注」したのちに、在庫してある商品を取り出し包装し、「出荷」する。そして、輸送されたソーセージやトマトを、ピザ屋が「入荷」する。ピザ屋は、調達先の企業に「発注」したら、あとは商品の「入荷」を待つことになる。

第 2 は、生産系のロジスティクスである。宅配ピザの例では、キッチンでピザを生産（調理）するロジスティクスに相当する。つまり、冷蔵庫に保管（在庫）してあるソーセージやトマトなどの食材を準備し、ピザを生産（調理）してから、販売のためにソースをセットにしたり（流通加工)、ピザを包装箱に入れる（包装)。

第 3 は、販売系のロジスティクスである。宅配ピザの例では、消費者からピザの注文を「受注」すると、調理を始める。そして出来上がったピザを「出荷」して、注文した消費者に届けることになる。

以上の結果、入荷してから発送するまでにおいて、調達系での「入荷時の物流活動（①～④）」と、生産系での「生産」をおこない、販売系での「出荷時の物流活動（⑤～⑪）」を経て、「輸送」することになる。

表 2.2.1　物流活動の内容

物流活動	物流機能	内容
①荷おろし	荷役機能	貨物自動車から商品や物資をおろす作業
②検品（入荷時）		入荷された商品や物資の数量や品質を確認する作業
③棚入れ・検品（入庫時）		検品（入荷時）した商品や物資を所定の位置に収める作業、 および入庫された商品や物資の数量や品質を確認する作業
④保管	保管機能	入庫された商品や物資を保管する
⑤ピッキング	荷役機能	保管位置から必要な商品や物資を注文にあわせて取り出す作業
⑥検品（出庫時）		ピッキングされた商品や物資の数量や品質を確認する作業
⑦流通加工	流通加工機能	商品や物資をセット化したり値札を付ける作業
⑧仕分け		商品や物資を温度帯や顧客別に分ける作業
⑨包装	包装機能	商品や物資の品質を維持するために材料で包んだり容器に入れる作業
⑩検品（出荷時）	荷役機能	出荷する商品や物資の数量や品質を確認する作業
⑪積み込み		貨物自動車へ商品や物資を積み込む作業
⑫搬送		商品や物資を比較的短い距離移動させる作業 横持ち搬送：水平方向に移動する作業 縦持ち搬送：垂直方向に移動する作業

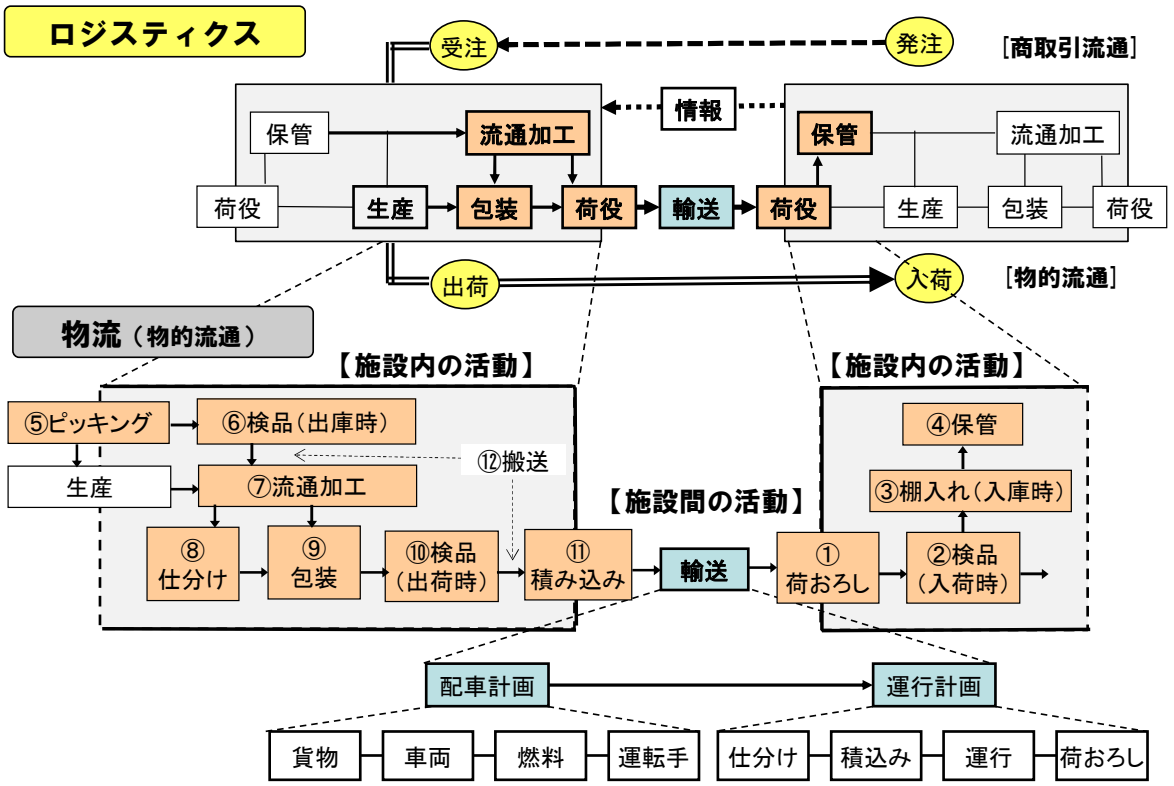


図 2.2.1　ロジスティクスのサイクルからみた物流活動

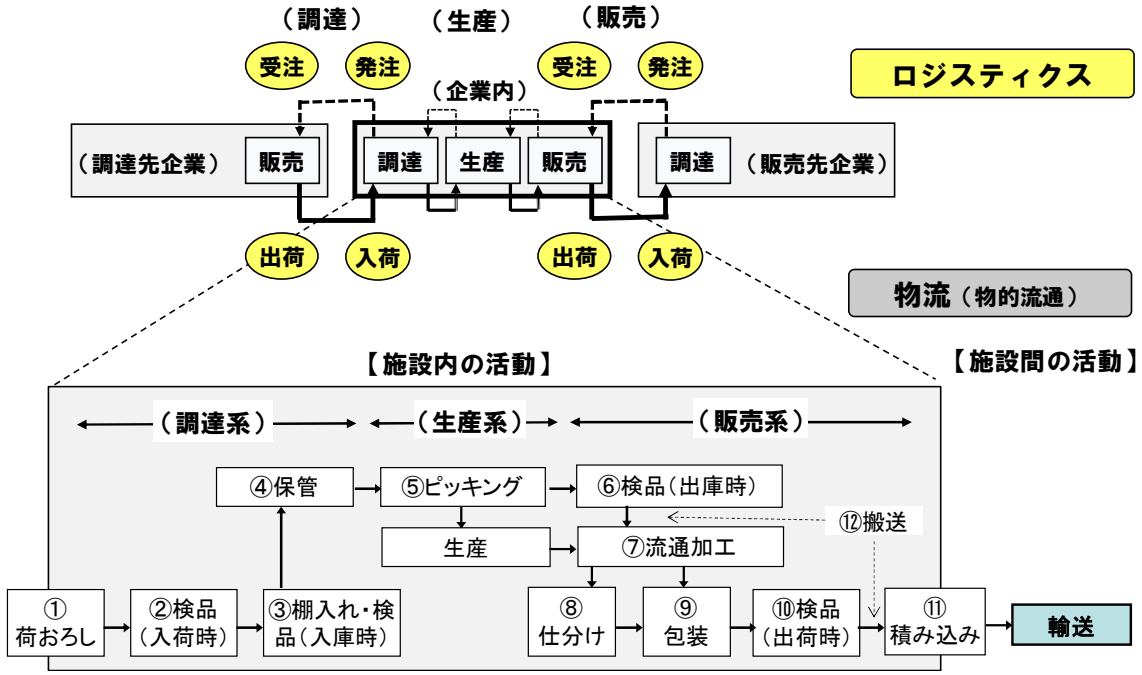


図 2.2.2　調達・生産・販売のロジスティクスからみた物流活動

2.3　物流機能の内容

2.3.1　輸送機能

物流機能には、リンク機能として①輸送機能と②荷役機能があり、ノード機能として③保管機能と④流通加工機能と⑤包装機能があり、物流全体をコントロールする機能として⑥情報機能がある（表 2.3.1）。

輸送機能とは、「商品や物資の空間的な移動」である。輸送機能には、「輸送」「集荷」「配送」がある。

「輸送」とは、「2 地点間の空間的な移動の総称」である。一般的には、著距離の 2 地点間を指すことが多い。

「集荷」とは、複数地点から 1 地点に荷物や貨物を集めることである。

「配送」とは、1 地点から複数地点に荷物や貨物を配ることである。

長距離の輸送では、船舶、鉄道、航空機、自動車など様々な交通機関を利用できるが、短距離の集荷と配送は、貨物車を使用することが一般的である。ただし、台車や自転車を使うこともある（図 2.3.1）[3)]。

2.3.2　荷役機能

荷役機能とは、「商品や物資の空間的な移動にともなう、積み込みや荷おろしの作業」である。荷役機能には、「積み込み」「荷おろし」「施設内作業」がある。

「積み込み」とは、倉庫などの物流施設から、貨物車などの交通機関に、商品や物資を運び入れるものである。

「荷おろし」とは、交通機関から倉庫や店舗などに運び込むものである。このとき海上コンの船への積み込みや荷おろしも、荷役と呼ばれている。

「施設内作業」とは、ターミナルや倉庫などの施設内では、横持ち・縦持ち・庫内作業、置き換え・積み換えなどの作業のことである。

2.3.3　保管機能

保管機能とは、「商品や物資の時間的な移動」である。保管機能には、「貯蔵・備蓄」と「一時保管」がある。

「貯蔵・備蓄」とは、石油や米の長期保管など、月単位や年単位で物資を長時間保管することである。

「一時保管」とは、荷主や物流専業者が、商品を一時的にストックすることである。小売店の配送センターで店舗への配送商品を一時的に保管することや、宅配便で再配達のために

営業所で一時的に保管することである。

保管機能を受け持つ業者は、倉庫免許を持つ倉庫業が代表的であるが、生産者・卸売業者・小売業者などの荷主や輸送業者も、それぞれ配送センターやデポなどにおいて、流通の過程において一時的な保管をしている。

2.3.4　流通加工機能

流通加工機能とは、「商品や物資を輸送したり保管する場合に必然的に生じる仕分けや加工などの作業と、商品の付加価値を高めるためのセット化などの作業」である。流通加工機能には、「加工作業」「生産加工」「販売促進加工」がある。

「加工作業」とは、商品や物資が倉庫に出入りするときの作業である。倉庫における商品の流れは、入庫の際に輸送されてきた商品の数量や品質を検査し（検品）、商品特性に合わせて商品を分類し（仕分け）、保管場所に納める作業（棚入れ）が必要となる。次に出荷先が決まると、商品を保管場所から取り出し（ピッキング）、 出荷先に合わせて商品を分割したり（仕分け）、配送先ごとに商品を分類すること（配分）になる。

「生産加工」とは、商品を販売するときに、商品そのものに手を加えて加工し、商品そのものを変化させる作業であり、生産機能の一部とすることもできる。家具のような商品を物流施設で組み立てたり（組み立て）、倉庫の加工場でパンやハムをスライスしたり（スライス）、鋼材製品や反物を注文に合わせて切断したりすること（切断）である。

「販促加工（販売促進加工）」とは、商品そのものに手を加えるわけではないが、商品を販売するために必要な作業や付加価値を高める作業である。商品に値札を付けたり（値付け）、商品をダース単位に整えたり（ユニット化）、贈答品用に海苔とお茶を詰め合わせたりする作業（詰合せ）などがある。

2.3.5　包装機能

包装機能とは、「商品や物資の品質維持や保護と、リボンをつけて商品の価値を高めるためにおこなうもの」である。包装機能には、「工業包装」と「商業包装」がある。

「工業包装」とは、商品の品質維持のための包装であり、輸送・保管包装とも言われている。

「商業包装」とは、商品の付加価値を高める包装であり、販売包装ないしマーケティング包装とも言われている。

デパートで販売されている化粧品が、ダース単位で段ボールに包装されている状態は、輸送や保管時に商品を保護するための工業包装（輸送・保管包装）であるが、店頭に陳列されたのちに包装紙で包み贈答用にリボンをかけることは、付加価値を高める商業包装（販売包

装）である。

なお包装機能には、外装・内装・個装という分類もある。パソコンを例にとれば、段ボール箱が外装であり、箱の中の発砲スチロールが内装である。個装は、製品全体を包装紙で包んだりすることをいう。このうち外装と内装が工業包装であり、個装が商業包装となる。

2.3.6　情報機能

情報機能とは、「輸送や荷役だけでなく、保管などの他の物流機能も含めて、物流を効率的におこなうための情報伝達のこと」である。この物流情報は、「数量管理情報」「品質管理情報」「作業管理情報」に大別できる。

「数量管理情報」とは、トラックの運行管理や貨物追跡管理、入庫・在庫・出庫管理情報などである。これらはいずれも、物資の数量を適切に把握しようとするものである。

「品質管理情報」とは、品質の劣化や安全を保つための情報であり、輸送中の振動にかかわる情報や、温湿度管理や製造日などの情報などである。

「位置管理情報」とは、自動仕分けシステムやデジタルピッキングなど流通加工に必要な情報とともに、倉庫などで商品の位置を知るための情報がある。

表 2.3.1　物流（物的流通）の機能

分類		項目	内容
リンクの物流機能	①輸送機能	輸送	長距離、1対1
		集荷	短距離、多対1
		配送	短距離、1対多
	②荷役機能（リンクとノードの接続機能）	積み込み	物流施設から交通機関へ
		荷おろし	交通機関から物流施設へ
		施設内作業	検品･仕分け･棚入れ、など
ノードの物流機能	③保管機能	貯蔵	長時間、貯蔵型保管
		保管	短時間、流通型保管
	④流通加工機能	生産加工	組立て･スライス･切断など
		販売促進加工	値付け･ユニット化･詰合せなど
	⑤包装機能	工業包装	輸送・保管用、品質保証主体
		商業包装	販売用、マーケティング主体
	⑥物流をコントールする情報機能	数量管理情報	貨物追跡、入在出庫
		品質管理情報	温湿度管理、振動管理など
		位置管理情報	自動仕分け、ピッキングなど

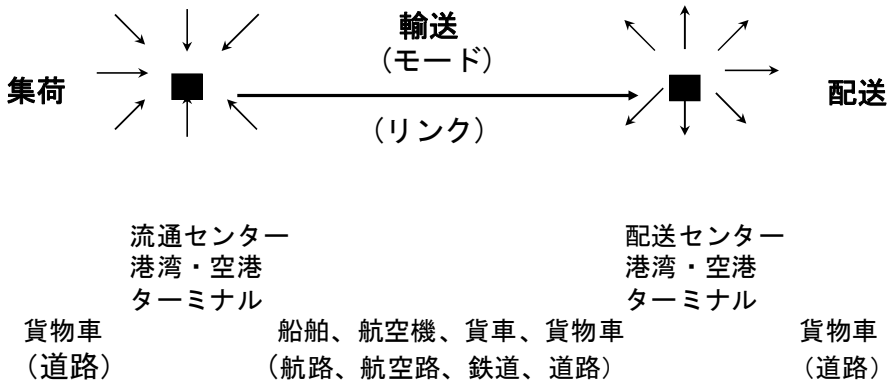


図 2.3.1　輸送機能における集荷・輸送・配送 [4)]

2.4　物流の特徴

2.4.1　物（商品、物資）の特殊性と柔軟性

（1）物（商品、物資）の特殊性

人の交通と物の輸送を比較すると、物（商品、物資）には、特殊性と柔軟性がある。

第 1 の特殊性は、7 つ（①単位の不定性、②品目の多様性、③移動仲野変化、④移動の方法、⑤移動目的の多様性、⑥移動サイクルの多様性、⑦移動量の変化）がある（表 2.4.1）。

単位の不定性（①）とは、「商品や物資の測定単位が複雑で多様なこと」である。この測定単位には、重量、体積、個数、ダース、箱などがある。人は、人で数えるが、重量や容積は考えない。

品目の多様性（②）とは、「物流で扱う品目の多さと複雑さ」である。コンビニでは約 3,000 品目あるとされているため、品目ごとに個別に扱えば非常に複雑となる。人は、身長体重や年齢別で数え方が変わるわけではない。強いて言えば、大人料金と子供料金、普通車とグリーン車などの違いだろうか。

移動中の変化（③）とは、「物流の過程で商品の内容が変化すること」である。海外から製材工場まで原木で輸送されるが、製材工場から購入者の倉庫までは板や柱に加工されて運ばれる。人は発地と着地で姿形が変わることはない。

移動の方法（④）とは、「人の移動とは異なり、商品や物資は自らの意志で移動できないために、積みおろしなどで人手が必要なこと」である。また、行き先や温度の管理も含めて、丁寧に扱う必要がある。人であれば、赤ちゃんと同じということになる。

移動目的の多様性（⑤）とは、「商取引経路と物流経路が対応しないこと」である。たとえば、通販会社に注文しても商品は倉庫から配送される。人は、自らの意思で行き先を決め、

遠回りや長期間の休憩はせずに、最短経路を移動することが多い。

移動サイクルの多様性（⑥）とは、「商品や物資は一方通行であり、しかも輸送や保管の時間や期間が、時、日、週、月など様々なこと」である。人は、朝自宅を出発して夜帰宅する規則性がある。

移動量の変化（⑦）とは、「商品や物資によって特定の季節や取引上重要な日（五・十日、月末など）にピークが集中すること」である。一方で、人の交通は、平日と休日に大別できる。

（2）物（商品、物資）の柔軟性

第 2 の柔軟性には、4 つ（①時間、②空間、③数量、④手段）ある（表 2.4.2)。

時間の柔軟性（①）とは、「品目によっては事前に輸送して保管しておくことで、時間の変更が可能なこと」である。人の通勤時間を、大幅に変更することが難しい。

空間の柔軟性（②）とは、「配送経路を変更して遠回りすることも可能であり、保管場所を変更することできること」である。人は、行き先を変更できず、しかも最短経路（距離）で移動する傾向がある。

数量の柔軟性（③）とは、「注文のあった商品の数量を削減できなくても、貨物車への積載方法を工夫することで貨物車台数の削減が可能なこと」である。人は、人数を変えたり大きさを変えることはできない。

手段の柔軟性（④）とは、「配送車の代わりに台車や自転車を用いたり、長距離貨物車の代わりに鉄道を利用するように、時と場合によって交通手段を変更できること」である。人も、状況に応じて様々な交通手段を利用している。

表 2.4.1　人と比較した「物の特殊性」

	人（通勤通学、帰宅、観光等）	**物（日用品、食材、衣類等）**
①単位の不定性	人、台のみ	トン、個、m3、台など多様
②品目の多様性	大人、子供、高齢者など	コンビニでも3000品目
③移動中の変化	移動中に変化しない	移動中に小分けや組合せ
④移動の方法	自ら乗り降りし、移動する	荷役が必要（赤ちゃんと同じ）
⑤目的の多様性	目的と行動が一致	商取引で発生、目的と不一致
⑥移動サイクル	朝に家を出て、夜に家に帰る	物は一方通行、時間も多様
⑦移動量の変化	曜日や時間で変化	季節や週の変動が大きい

表 2.4.2　人に比較した「物の柔軟性」

	人（通勤通学、帰宅、観光等）	**物（日用品、食材、衣類等）**
①時間の柔軟性	通勤時間の大幅変更は困難	事前の輸送保管で時間変更可能
②空間の柔軟性	行先に最短経路で移動	輸送経路や保管場所の変更可能
③数量の柔軟性	人数の変更は困難	台数や距離の削減は可能
④手段の柔軟性	交通手段の選択可能	鉄道、自転車、台車との組合せ可

2.4.2　「人と物」の相関性と転換性

（1）「人と物」の相関性

人の交通と物の輸送の間には、相関性と転換性がある（図 2.4.2）。

第 1 の相関性とは、「人の交通が増える（減る）ことにより、物の輸送需要も増える（減る）こと」である。

たとえば、買い物客が多く集まる店舗ほど、配送する商品の量も増える。また、人々が多く集まるオフィスビルほど、書類やオフィス用品の搬入も多い。一方で、人口が減少している集落では、宅配の需要も減る。

このように、「人の集中量」と「物の輸送量」には、相関性がある。

（2）「人と物」の転換性

第 2 の転換性とは、「人の交通と物の輸送が、入れかわること」である。つまり、代表的には「物の輸送が増える（減る）ことにより、人の交通が減る（増える）こと」である。

たとえば、近年では、買い物に出かけるかわりに、ネット通販で注文し商品を自宅まで届けてもらう宅配が増えている。これは、「自ら出かけ、買物をし、自ら持ち帰る人の交通」が減って、「ネットで発注し、宅配で自宅への配送」が増えていることになる。

このように、「人の交通」と「物の輸送」の間には、転換性が存在している（図 2.4.2）。

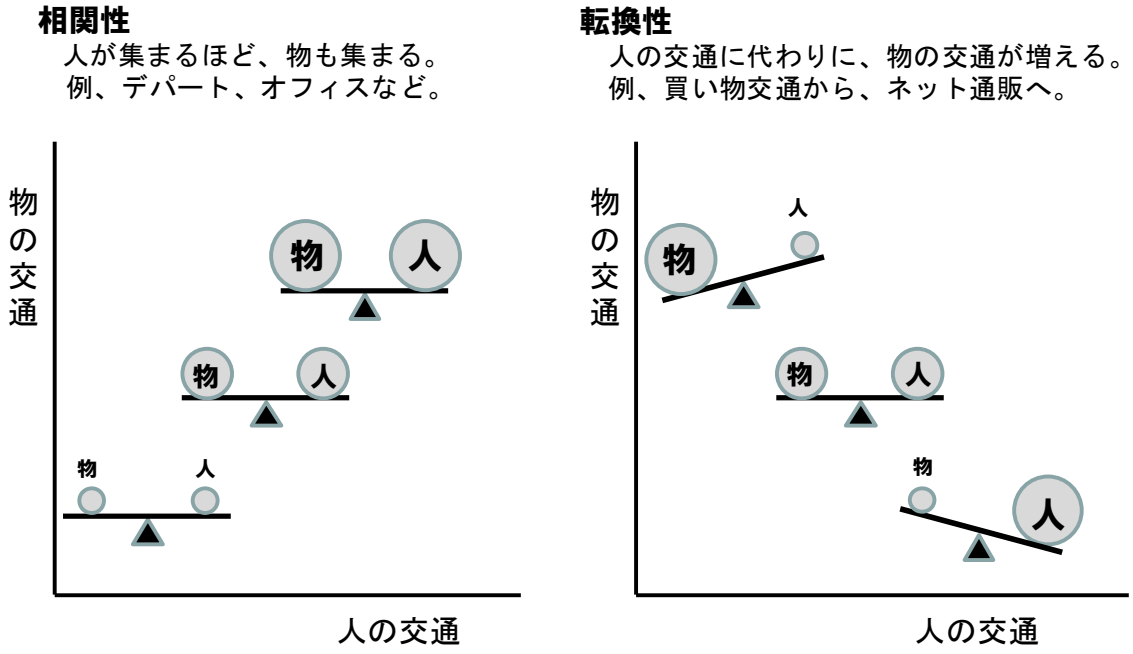


図 2.4.2　人の交通と物の輸送の間の、相乗性（左）と転換性（右）

2.5　ロジスティクスと関連・周辺分野の相互関係

2.5.1　ロジスティクスの対象分野

ロジスティクスを学際的に研究するにあたっては、ロジスティクスの対象分野、関連分野、周辺分野にわけて捉えることが考えられる（図 2.5.1）。

ロジスティクスの対象分野とは、ロジスティクスを構成する商取引流通（商流）と物的流通（物流）である。これをロジスティクスのサイクルからみると、受発注、生産・在庫、輸配送の 3 つの活動にわけることができる。

2.5.2　ロジスティクスの関連分野

ロジスティクスの関連分野とは、上述したロジスティクスの対象分野と密接に関わる学際分野のことである。

受発注活動に関わる関連分野には、流通論、マーケティング、消費者行動論などがある。

生産・在庫活動に関わる関連分野には、サプライチェーン、都市計画（物流拠点立地）、財務・管理会計などがある。

輸配送活動に関わる関連分野には、交通政策、交通学、交通計画などがある。

受発注、生産・在庫、輸配送は、ロジスティクスからみれば、ロジスティクスのサイクル

を構成する活動の一部だが、これらロジスティクスの関連分野からみても、その研究対象の一部である。ロジスティクスの関連分野から受発注、生産・在庫、輸配送をみることで、ロジスティクスの学際的な理解を深めることができる。

2.5.3　ロジスティクスの周辺分野

ロジスティクスの周辺分野とは、ロジスティクスの重要性が発揮される、多様な場面に関わる学際分野のことである。

ロジスティクスの周辺分野には、観光学（レジャー、イベント、文化）、環境学（持続可能な開発目標（SDGs）、局地汚染と地球温暖化、廃棄物処理）、医学（医療・看護、介護）、労働学（労働災害、健康管理）、防災学（自然災害、リスク管理）などがある。

これらロジスティクスの周辺分野では、ロジスティクスは主たる研究対象となる活動ではないものの、それら諸活動を支える重要な役割を担っている。ロジスティクスの周辺分野からロジスティクスをみることで、ロジスティクスの諸相を明らかにすることができる。

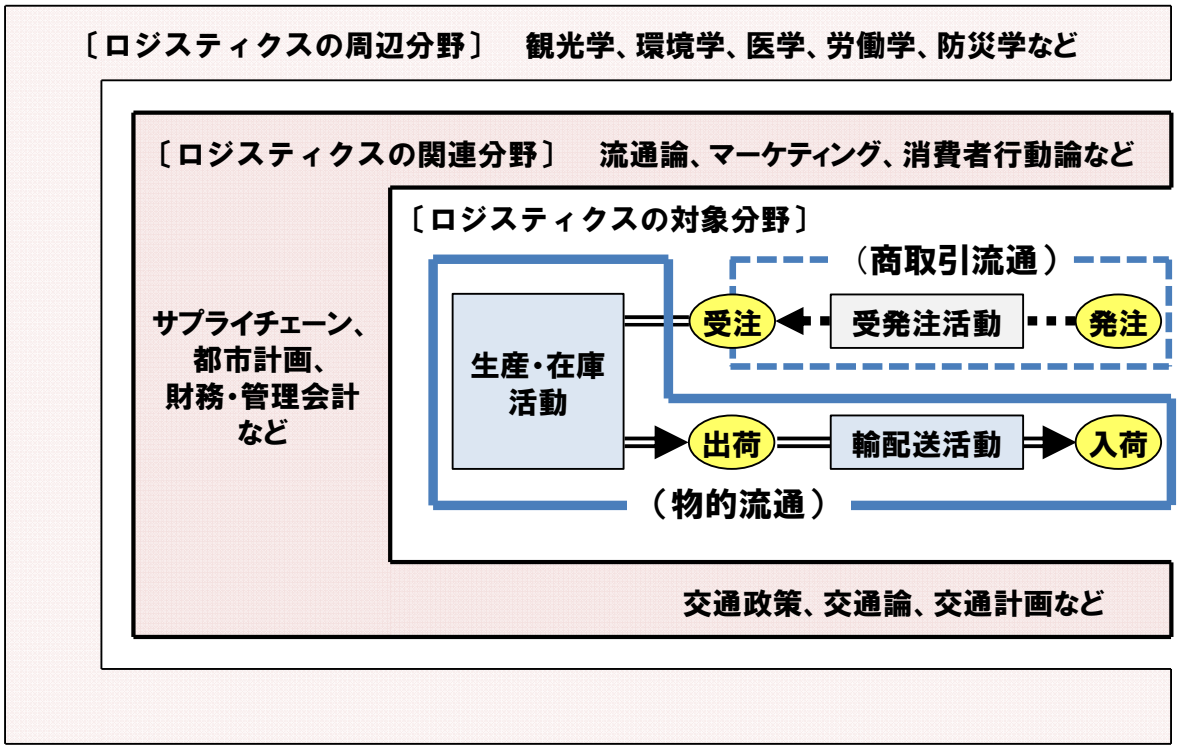


図 2.5.1　ロジスティクスの対象分野・関連分野・周辺分野

参考文献

1) 苦瀬博仁編著：『増補改訂版、ロジスティクス概論』、pp.22、白桃書房、2021

2) 前掲 1)、pp.29-35

3) 前掲 1)、pp.51-54

4) 苦瀬博仁監修、㈱建設技術研究所物流研究会編著：「物流からみた道路交通計画-物流を、分ける・減らす・換える-」、pp.25、2013

3章　商取引（受発注）活動と関連分野

3.1　流通と商取引活動

3.1.1　商取引活動の研究分野

本章では、商取引活動の視点からロジスティクスを捉えるが、最初に商取引活動の研究分野について概説する。

流通論とマーケティング論は、いずれも商取引活動における研究分野に属する。そのため、本章ではこの 2 つを起点とするが、そもそも流通とマーケティングにはどのような関係があるのだろうか。

後述するマーケティングにおいて、企業がマーケティング活動を行う上で、重要な戦略的要素のマーケティングミックス「4 つの P」のひとつに、Place（流通）が含まれる。このことから、流通はマーケティングの一部ともいわれる。しかし、米国マーケティング協会（American Marketing Association; 以下、AMA ）が 1960 年に刊行した『マーケティング定義集』の中の「ディストリビューション」（流通）の項には、「ディストリビューションとマーケティングは同義語として使用されることを勧告する」と記されている[1]。そうなると、流通＝マーケティングであり、流通はマーケティングの一部ではないことになる。

それに対して E.J. McCarthy は、同 1960 年にマーケティングをミクロマーケティングとマクロマーケティングの 2 つに分けて説明した[2]。ミクロマーケティングもマクロマーケティングも、「生産から消費までのモノとサービスについて、消費者のニーズを満たすために行うこと」であるが、ミクロマーケティングは、それが一企業の目的達成のためのものである。企業は消費者が欲するモノをつくり、購入してもらうための活動をし、利益を得ることで目的を達成する。一方、マクロマーケティングは、その範囲が一企業にとどまらず社会全体となり、社会システムにおいて効率的かつ効果的に機能することを目的としている。消費者がニーズを満たすためには、欲しいモノやサービスを企業につくってもらうだけではなく、そのモノやサービスを欲しい時に欲しい場所で得られ、そして自分自身が所有できることが必要である。それを実現することが社会にとって必要であり、目的である。

一般的にマーケティングは、一企業が消費者に販売するための活動を指すことが多いことから、このミクロマーケティングが該当する。そしてマクロマーケティングは、日本の研究

---

[1] 『流通がわかる辞典』（流通経済研究所編）pp.52、1994 年

[2] 1970 年代から 2000 年代までの間に、表現の一部は変わっているが主旨は当初時から一貫している。

分野における「流通」と酷似していることから、マクロマーケティングと流通は同義であるとみなされている。

このようにマーケティングをミクロとマクロの視点で分けると、流通のほうが対象範囲は広いことから、流通はマーケティングの一部ではなく、むしろ流通の中の一部が企業のマーケティングであるともいえる。ただし、ミクロマーケティングとマクロマーケティング、つまり流通は、一社会の経済という観点から考えれば、両方があってはじめて企業の経済活動が成り立ち、消費者の生活が成り立ち、ゆえに社会経済活動が成立するということになる。

以上から、本章では社会経済活動において必須の流通とマーケティング双方の視点から、ロジスティクスとの関係を捉えていく。なお、本章では表現を統一するために、マクロマーケティングは日本国内で一般的な流通と称していく。

3.1.2 流通とは

（1）流通の定義

流通とは何か。広辞苑第7版によると「貨幣や商品が移動すること」であり、とくに「生産者から消費者までの販売過程」を指し、流通産業とは「生産者と消費者との中間にあって仲介的な役割を担う産業」であり、具体的には「卸売業、小売業、運輸業、倉庫業など」である。

つまり流通は、生産者が生産した製品（商品）を直接、あるいは仲介業者を介して消費者に販売するまでの商品および商品取引に関わる金銭と情報の流れということである。その流れを活動という言葉に置き換えれば、そのうち物理的な商品の移動に関わる活動（包装、荷役、輸送、保管、流通加工など）が物流であり、商品の取引に関わる活動（売買取引、セールスなど）が商流である。これら商流と物流を合わせて流通という[3]。なお、この流通には補完機能としての金融機能や情報機能も含まれる。

また消費においては、一般消費者のほかに、業務用需要者も該当する。いわゆるBtoBビジネスにおいては、たとえば生産者が原料メーカーであり、その原料を使用して製品をつくるメーカーが業務用需要者となり、原料を消費する。よって、業務用需要者も消費者となる。本稿では、一般消費者と業務用需要者は区別し、一般消費者を消費者、または最終消費者と称する。

[3] 流通は商流と物流の「流れ」を合わせて流通と称することから、本章では商流との対比でロジスティクスを述べる際には、物流と称する。

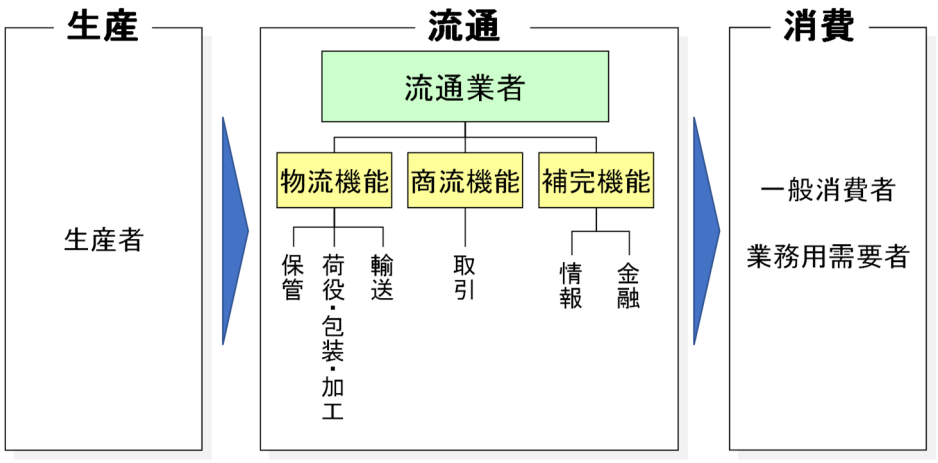


図 3.1.1　生産と消費を結ぶ流通

（2）流通において移転するもの

この流通活動により、二つのものが移転する。商流機能における所有権の移転と物流機能におけるモノの移転である。所有権の移転とは、売買が行われた結果、財（商品）の所有権が売り手から買い手に移ることである。たとえば、A 社が B 社の商品を購入する取引が成立すると、B 社の商品は A 社の所有物になる。このように一般的には、売買において所有権が移転していく。ただし、この所有権の移転がどの時点なのかは取引内容による。さらに例をあげると、小売業が商品を卸売業者から仕入れる際にその商品を購入する（買い取る）場合、購入の時点で所有権が卸売業者から小売業者に移転する。一方、卸売業者が小売業に商品を委託し小売業が販売する取引を行った場合、卸売業者は小売業者に販売手数料を支払うものの、小売業者に所有権はなく、卸売業者から小売業者への所有権移転は発生しない。小売業が販売する卸売業者の商品を消費者が購入した時点で、所有権が卸売業者から購入した消費者に直接移転する。

一方、モノの移転は、商取引成立後、財（商品）が売り手から買い手に輸送される流れであり、物理的な場所の移転および時間的移転である。

（3）流通経路

商品がつくられてから消費者の手に渡るまでの商品の移転の道筋のことを、流通経路という。この流通経路は、一般的には商流の経路を意味する[4]。一方、物流の経路は流通経路とは言われずに物流経路と言われる。なお、生産者から消費者までの経路の中でも、とくに生産

[4] 『流通がわかる辞典』（流通経済研究所編）pp.37、1994 年

者から小売業者に至る経路を商業経路と表現することもある。

（4）流通機構と流通システム

流通機構とは、財、貨幣、サービスの流れに関する社会の仕組みのことである。日本全体の財、貨幣、サービスの流れであれば日本の流通機構となり、日本の中でも食品に特化していれば食品流通機構となる。先に述べた流通経路はこの流通機構の一部で、たとえば食料品のある商品がつくられてから消費者に渡るまでの道筋は、食品流通機構の中の経路ということになる。

流通機構は、生産者、卸売業者、小売業者、消費者、輸送業者、倉庫業者、情報サービス業者などにより成立する。そして相互に関連性が高く一つのシステム（仕組み）であると理解されてきたことから、その仕組みは流通システムと呼ばれる[5]。

（5）流通業者とは

このように、流通は大きくわけて商流と物流に分かれるが、これら流通に関わる業者は流通業者である。ただし、流通経路が商流の経路を意味し、物流の経路は物流経路と言われるのと同様に、卸売業や小売業は流通業あるいは商業、その企業は流通企業あるいは流通業者等と呼ばれるのに対し、運輸業や倉庫業については流通の狭義である物流を使い物流業として区分けされることが多く、その企業についても物流企業あるいは物流業者と呼ばれることが多い。

よって以下では、一般的に流通業と呼ばれる卸売業や小売業を「流通業」とし、その流通業者が行う活動を「流通」とし、物流（ロジスティクス）との関係について論じる。

3.1.3　小売業態の発展

（1）日本の商取引のはじまり

日本の商取引のはじまりは、正確には不明とされる。縄文時代にはすでに「交換」はされていたともされ、また三世紀半ばの邪馬台国では「市」が存在したという記述があることから、そのあたりがはじまりと言える[6]。

その後、時代を経て、現在の消費者が商品やサービスを購入する場である様々な店舗形態が誕生したのは、第二次世界大戦後である。

---

[5] 『流通がわかる辞典』（流通経済研究所編）pp.35、1994 年

[6] 『歴史に学ぶ流通の進化』（田島義博著）pp.230、2004 年

（2）業種と業態

野菜、たとえばキャベツは、青果店やスーパーマーケット、近年ではコンビニエンスストアやドラッグストア、インターネット通販でも取り扱っており、消費者が購入する場の選択肢は多い。青果店とスーパーマーケットは、ともにキャベツを販売する店であるが、「業種」と「業態」に分類される。

業種は、取り扱う特定の商品分野別の分類を指し、業態は商品の販売方法による分類を指す。業種による分類では、食品専門店、衣料品専門店、住関連専門店などと呼称され、青果店や精肉店は特定の食品を取り扱う専門店であるから、業種店に分類される。

一方、業態は取り扱う商品で分類せず、販売方法や経営手法で分類する。スーパーマーケットは、青果をはじめ鮮魚、精肉、加工食品、日用雑貨品など多品種の商品を取り揃え、消費者の買い回りを容易にするとともに、セルフサービス販売の方式をとっている。一方、コンビニエンスストアは、スーパーマーケットと同じくセルフサービス方式であるが、スーパーマーケットより売場面積を狭くして品揃えを絞り、かつ 14 時間以上の営業を行う経営手法であることから、スーパーマーケットとコンビニエンスストアは異なる業態として分類される[7]。

（3）小売業態の発展

小売業態の店として最初に登場するのは、百貨店である。日本の百貨店のはじまりは現在の三越で、1904 年に越後屋から株式会社三越呉服店に改組してデパートメント宣言を行った[8]。これまでの業種店から、輸入品など品揃えの幅を広げて、百貨店業態で先行する欧米に近づけていった。この業態誕生により、消費者は、商品領域に限定されることなく一か所で買物ができるというメリットを享受できるようになる。

第 2 次世界大戦後、日本でスーパーマーケット業態が誕生する。スーパーマーケット業態は 1930 年にアメリカで誕生したが、その形態を日本でも導入したもので、最初のスーパーマーケットは 1953 年に東京で展開した紀ノ国屋とも、1956 年に福岡で展開した丸和商店ともいわれる[9]。その後、食料品、衣料品、住関連商品を取りそろえた総合スーパーおよびスー

---

7 平成 26 年度まで刊行されていた経済産業省の「商業統計」では、各業態の定義が明記されているので参照されたい。

8 三井広報委員会 HP「三井の歴史〔明治期〕呉服業の終焉と三越の始まり」より。
なお、世界で最初のデパートは、1852 年のフランスのボン＝マルシェである。

9 あるいは、1957 年に創業した主婦の店ダイエーとすることもある。何をもってスーパーマーケットとするかが当時は明確ではなく、どの程度チェーンオペレーションがなされていたか、セルフサービス方式が浸透していたかなどが不明なことから、明確にどの店が最初と言えないようである。

パーマーケットが続々と誕生し、日本の戦後経済発展にともなって急成長していった。

その後、1974 年に日本で最初のコンビニエンスストア「セブン-イレブン」が出店し、続いてファミリーマートやローソンが誕生するなど、コンビニエンスストア業態が発展し、2021 年末現在で店舗数は 55,950 店になっている[10]。

そのほか、ドラッグストア、家電量販店（家電大型専門店）、倉庫型店舗のウェアハウスストアやディスカウントストア、均一価格店など、多様な業態の店舗が林立し、消費者の需要にこたえている。

また、店舗を有さない無店舗販売の形態があり、カタログやテレビ、ラジオなどを介した通信販売や、販売員を介した訪問販売も行われてきた。2000 年以降には、インターネットを介したオンライン通販が盛んになっており、わずか 20 年ほどで日本における物品販売額の 8.08%を占めるまでに成長している[11]。

3.2 マーケティングとは

3.2.1 マーケティングの定義

マーケティングの定義は、時代により変化している。そもそもマーケティングの概念は、19 世紀後半から 20 世紀初頭にアメリカで誕生した。最初に組織体としてマーケティングを定義したのは、1935 年の米国マーケティング教職者協会（National Association of marketing Teachers;後述の米国マーケティング協会の前身）が最初とされる。その際の定義は「生産から消費に至る財およびサービスの移転にかかわるビジネス諸活動」であった。1948 年には米国マーケティング協会（AMA）が「生産者から消費者ないしユーザーにいたる財およびサービスの移転を管理するビジネス諸活動の遂行」とし、その後 1985 年に修正されるまではこの定義が続いた。

AMA は、1985 年に定義を「個人および組織の目標を満たす交換を創出するためにアイディア・商品・サービスの概念形成、価格設定、プロモーション、流通を計画し、実行するプロセス」と改訂し、生産者だけではなく、個人や非営利組織を含めた組織が主体と定義するとともに、「商品」「価格」「プロモーション」「流通」というマーケティングミックスの 4 つの P と言われる概念も定義に明記した。

その後、2004 年に一度改定され、その 3 年後の 2007 年に再び「顧客、得意先、パートナー、

[10] 日本フランチャイズチェーン協会・コンビニエンスストア統計調査年間集計（2021 年 1 月から 12 月）より。

[11] 「令和 2 年度産業経済研究委託事業 (電子商取引に関する市場調査)」経済産業省（2021）より。

そして社会一般にとって価値ある提供物を創造し、伝達し、配送し、交換するための活動であり一連の精度であり、プロセス」と改訂され、現在に至っている[12] 。

日本では、1990 年に日本マーケティング協会が「企業および他の組織がグローバルな視野にたち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動」と定義し、現在に至っている[13]。

3.2.2 マーケティングマネジメント

企業が商品販売の対象とする消費者がモノやサービスを購入する市場環境は、絶えず変化している。たとえば、ある商品の消費者需要は一定ではなく、絶えず変化する。あるいは、ある企業のある商品と類似する商品を製造し販売する競合企業は、資本主義経済においては多数存在するが、その競合企業数や各企業の競争力も変化しうる。また、景気の良いときもあれば、景気の悪いときもある。それにより商品需要は変化するため、経済環境の変化も、モノやサービスを購入する市場環境に影響する。さらに、文化や習慣も時代により変化するものであるから、それにより消費者の嗜好性は変化する。法律、あるいは政治の変化も企業にとっては、ときに大きく影響する。

こうした企業をとりまく環境の要因は、絶えず変化する。その変化する市場環境を、企業は自社で統制することはできない。企業は、変化に対応しながら商品やサービスを販売していかなければならないのである。この統制不可能な環境要因で占められた市場で、統制可能な要因を駆使してマーケティングを管理していくことをマーケティングマネジメントという。

3.2.3 マーケティングミックス

（1）統制不可能な環境における統制可能要因

企業が統制可能な要因で管理することがマーケティングマネジメントであるが、この統制可能な要因とはどのようなものであるのだろうか。

そのうちのひとつが 4P 概念である。1960 年に E.J. McCarthy が提唱した。4 つの P、一企業が統制できる 4 つの要因である Product（製品）、Price（価格）、Place（流通）、Promotion（販促）の頭文字をとって 4P 概念と言う。

これは、どのような製品を開発し、いくらで、どのような流通経路を通じて、そしてどのような販促を通じて販売するかを決定する概念で、企業によるマーケティングをいかに効果的に活用していくために考慮される要素である[14]。4 つの P をどのように組み合わせるのかに

---

[12] Ringold, D. J. (2007)

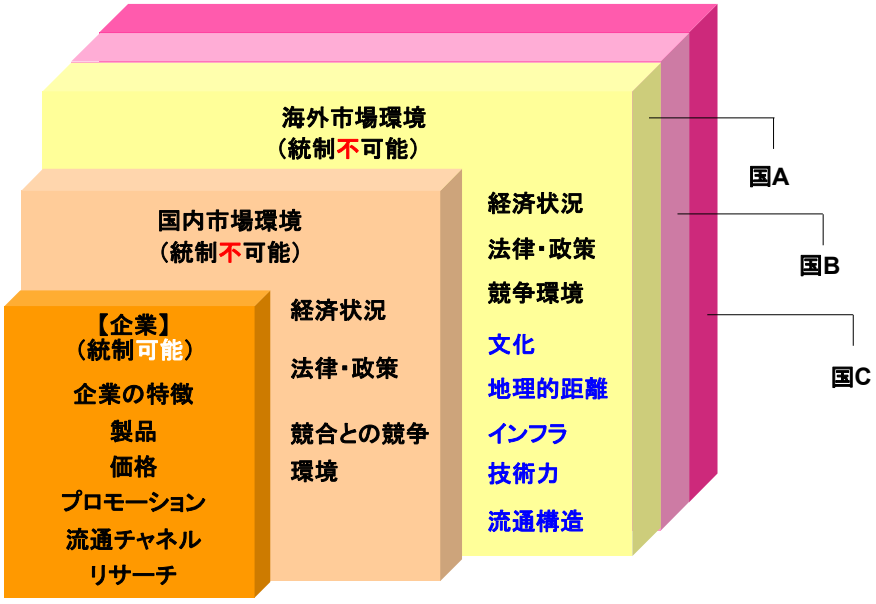
[13]『マーケティング論の基礎』（現代マーケティング研究会編）pp.22、2019 年

[14] 本章では「製品」は市場に流通する前のモノ（企業内で企画あるいは改良するモノ等を含む）、「商

より、効果や結果が異なることから、企業が効果的に活用する重要な戦略的要素であると同時に、これらを駆使して統制不可能な市場環境に対応していく要素でもある。この 4 つの P を組みあわせ、統制していくことをマーケティングミックスという[15]。

このマーケティングミックスを駆使して、企業は統制不可能な市場環境に適応していく。図 3.2.1 に示す、国内市場環境および海外市場環境における統制不可能な要因とそれに適応する企業との関係をみると、企業は国内市場における経済環境や競争環境に適応するために、自社の製品をどのように開発すれば競合企業と対峙可能なのか、その製品の価格はいくらであれば市場の経済状況に適合し、消費者に購入してもらえるのかなど、企業の 4P を統制することにより、統制不可能な市場環境に対応する。

また、海外市場の場合は、国内市場と異なり統制不可能な要因は経済環境や法律等に加えて、文化や地理的距離、インフラ環境や流通構造なども含まれる。これは、統制不可能であり、かつ国内市場と異なる環境である、それゆえ、国際マーケティング活動では、これらの違いにも適応していかなければならない。それが複数の海外市場に進出するとなると、それぞれの国の市場における統制不可能かつ国内市場とは異なる要因に対して、4P を駆使して適応していくことが求められる。



出典: Careora, Gilly and Graham(2009), pp.11 をもとに筆者作成

図 3.2.1　統制不可能な市場における企業の統制可能要因

品」は市場に流通する販売対象のモノ（市場に流通前の出荷される状態のモノを含む）として区別している。

[15] E. J. McCarthy が提唱した 4P を駆使することをマーケティングミックスと提唱したのは、N. H. Borden で、1964 年の論文による。

（2）4P 概念と 4C 概念

4P 概念が誕生した後、1990 年には R. F. Lauterborn が 4C 概念を提唱した。4C は Customer Value（顧客が求める価値）、Customer Cost（顧客が負担する費用）、Convenience（利便性）そして Communication（双方的なコミュニケーション）の頭文字をとっている。4P 概念が企業視点の要因であるのに対し、4C 概念は顧客視点でみた要因である。4P 概念の Product は企業側が提供する商品という視点であるが、4C 概念の Customer Value は顧客視点でみる商品で、顧客の課題を解決する商品といった見方である。企業視点の商品をいかに売るかではなく、顧客が求める、顧客が満足する商品をいかにつくり、提供するかという視点も、戦略として求められる。4P 概念の他も同様に、Price は企業側がいくらでその商品を提供するかという視点であるが、市場環境が変化する中では、それだけでは顧客の満足は得られない。Customer Cost は商品の単価にとどまらず、その商品単価に加えて商品を手に入れるための時間的コスト等を考慮することを指しており、これも戦略的に大切な視点である。

Place はどの流通経路を介して商品を売るかという視点であるが、Convenience は顧客にとって便利に購入できうるかという視点であり、Promotion は企業がどのような販売促進活動を行うかという視点であるが、Communication は企業側からの発信だけではなく、顧客側の発信を企業が受ける双方向のコミュニケーションを重視する視点であり、いずれも戦略立案上、重要となる。

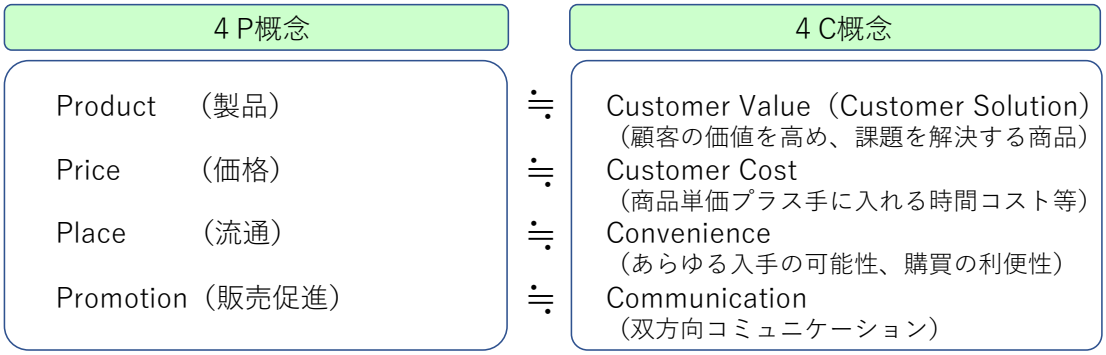


図 3.2.2　4P 概念と 4C 概念

（3）デジタル時代のマーケティングミックス

マーケティング活動もデジタル時代への対応が求められるようになって久しい。P. Cotler は 2016 年に新たな概念としての 5A を提唱した[16]。

5A とは、Aware（認知）、Appeal（訴求）、Ask（調査）、Act（行動）、Advocate（奨励）の 5

[16]『コトラーのマーケティング 4.0 スマートフォン時代の究極法則』(P. コトラー著、恩蔵直人監訳)、pp.97、2017 年

つの A からはじまる言葉の総称である。このうち最初の 3 点は既存のいわゆる伝統的なマーケティングに依拠するものであるが、最後の 2 点（行動および奨励）がデジタル時代に行うべき要素としている。たとえば SNS 等で顧客とコンタクトを容易にとれる時代になっているが、どのように顧客にアプローチすべきなのか、また双方向のコミュニケーションで得た情報をどのように活かせるのかが「行動」になる。また、既存のマーケティングでは、商品をいかに売るかであり、企業側から顧客に向かって一方通行であったが、デジタル時代においては、顧客による情報発信が容易であることから、マーケティングは顧客が商品を購入するまでにとどまらず、購入者がその商品を他者に勧めることを促す活動をすべきであるというのが、「奨励」である。

3.3　流通・マーケティングとロジスティクスの接点

3.3.1　流通とロジスティクスの関係

（1）流通経路におけるロジスティクスの役割

流通は、主として商流と物流により成り立つことから、流通においてロジスティクスは欠くことのできない存在である。

流通経路における商流と物流の流れは、例えるなら以下のような流れである。消費者の需要により、小売業は商品を店舗等で販売する。消費者の需要が大きい、あるいは潜在的な需要を予測して必要だと認識する場合には、小売業は商品を卸売業に発注し、卸売業は受注する。卸売業が在庫を有していれば、卸売業の倉庫から出荷し、小売業の物流センターを経由して店舗に運ばれる。その後、店舗で商品が販売され、消費者が購入する。もし、小売業から受注した卸売業者の在庫が希少である場合、卸売業からメーカー（製造業）に対して商品が発注され、メーカーが受注する。メーカーの倉庫から商品を出荷し、卸売業の倉庫に入庫することになる。もし、メーカーの在庫も希少であれば、メーカーから原料メーカーに原料を発注するという流れになる。最終的に商品が小売業の店舗に届き、店舗で販売され、消費者が購入する。

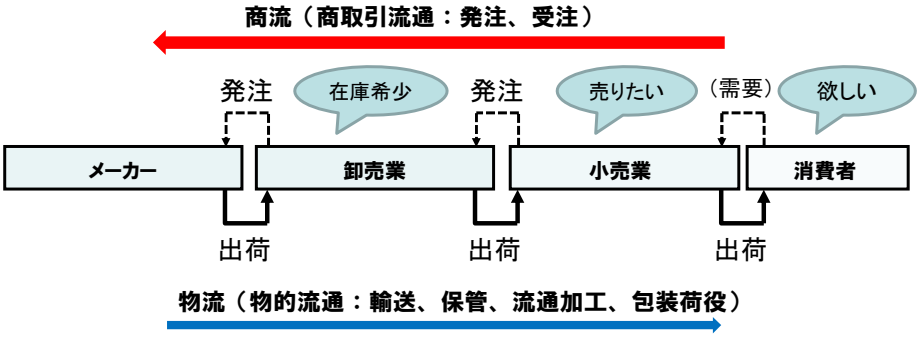


図 3.3.1　商流とロジスティクスの経路

商流の取引があって物流経路における保管商品を出荷したり、輸送が行われたりする。また、物流経路において保管する在庫が希少であれば、発注をかけるという商取引が行われる。このように、商流と物流は相互に深い関係性を保ちながら、モノを販売し、届けることで、最終消費者の需要を満たしている。

（2）効率的消費者対応（ECR）

1992 年に米国で Efficient Consumer Response（効率的消費者対応; 以下、ECR）が提唱された。ECR はビジネスプロセスの再構築を目的とし、サプライチェーン上の無駄を排除することによって商取引や流通を効率化し、それによって得られた利益を消費者に還元しようという試みである。

この ECR は米国食品産業において広がったが、その背景には、現在世界一の小売売上高を誇り、当時すでに米国一の小売売上高を計上していた Walmart Stores（現 Walmart、以下 Walmart）の存在があった。同社は非食品と一部の加工食品のみを取り扱うディスカウントストアを展開していたが、ディスカウントストアで取り扱う商品カテゴリーに加えて、生鮮食品を取り扱うスーパーセンター業態を開発し、食品分野に参入したことにより、競合となる食品小売業および食品メーカー、食品サプライヤーに危機感が生まれ、Walmart に対抗できる効率的な取り組みが業界全体に呼びかけられたのである。

ECR は米国で誕生してから 2 年後の 1994 年には欧州へ波及し、1996 年にはアジアにもたらされている。1999 年にはアジアの連合組織である ECR アジアが誕生し、日本を含めたアジア全体での運動が展開されるようになった。

ECR は、サプライチェーンに関わる企業が協力して課題に取り組む活動で、その点でメーカー、卸売業、小売業、物流業が一体となって取り組まれており、流通と物流との関係が深い活動のひとつである。

サプライチェーン上において、消費者価値を高める全ての活動が ECR の対象となるが、誕

生当初は食品産業全体の効率化を推進するために、非効率とされる商慣行を止めることからスタートし、他にサプライサイドの領域としてのロジスティクスの効率化や受発注の効率化を推進する活動や、消費者需要（ディマンドサイド）を起点とした活動（カテゴリーマネジメントなど）をしてきた。

このサプライサイドのロジスティクスの効率化、受発注の効率化の推進により、具体的に取り組まれたのが、食品・日用雑貨産業における納品業者在庫管理方式（Vendor Managed Inventory; VMI）の活動や、需要予測と在庫補充のための共同事業（collaborative planning, forecasting and replenishment; CPFR）活動である。

3.3.2　マーケティングとロジスティクスの関係

（1）マーケティングとロジスティクスの関係性

商品を製造する各企業にはロジスティクス部門があり、生産部門が商品を製造した後、その商品をロジスティクス部門が倉庫に保管し、販売部門から商品受注の通知が来れば、ロジスティクス部門が商品を出荷することから、販売部門とロジスティクス部門には相互関係がある。よって、販売に関わるマーケティング部門も、企業内におけるロジスティクス部門との関係性は深い。

（2）マーケティングにおいてロジスティクスが求められたこと

マーケティング戦略におけるロジスティクスは、コスト削減が重視されてきた。この削減により、商品価格を下げることができ、それが消費者満足を高め、その結果としてマーケットシェアが高まり、収益増につながる、それが競合他社との差別化につながるという考え方である 。そして、マーケターは、マーケティングがメーカー起点から小売起点、そして消費者起点に移行するにともない、マーケティングの基本要素である 4P のうち、製品、価格などの面で消費者と Co-Creation（共同創造）を行い、販売促進につとめてきた。加えて、ブランディングやサービスといった面でも共同創造を行い、成果を上げているとの研究もある。しかし、4P のうち流通に含まれるロジスティクスについては、この共同創造と言う点で長らく無視されてきたと指摘されている[17]。

つまり、マーケティング戦略において、ロジスティクスはコスト削減が求められる一方、価値創造においては求められてこなかったと言い換えることができる。

[17] Bahnt, Granzin and Tokman（2015）

（3）商品を構成する価値とロジスティクス

マーケティングは長らく、商品ありきのマーケティングであった。商品、つまり有形財を取り扱う企業は、その有形財を主要価値とするマーケティングを行ってきたのである。その後、サービスを提供する企業が増加したこともあり、サービスマーケティングが発展した。サービスマーケティングは、無形財を取り扱う企業がサービスを主要価値とするマーケティングを行うものである。

このように有形財のマーケティングと無形財のマーケティングは個々に行われ、一緒に行われることはなかった。そのため、有形財を取り扱う企業にとって、有形財に関わるサービスはあくまで製品に付随するものとして扱われてきた。

しかし、Vargo and Lusch (2004)が有形財と無形財を問わないロジックであるサービスドミナントロジック（S-D ロジック）を提唱した。それを説明するために例としてあげられたのは宅配ピザである。ピザは有形財であるが、宅配ピザは無形財の「運ぶ」というサービスがあってはじめて宅配ピザとなる。この宅配ピザをさらに細分化すると、ピザをつくるというサービス、ピザを冷やして保存しておくというサービス、保存しておいたピザを必要時に焼くというサービス、そのピザを販売するというサービスがあってはじめて、顧客のもとに配送され、消費される。つまりこれだけのサービスがあってはじめて宅配ピザは宅配ピザとなるわけであるから、ピザはサービスが付随する有形財ではなく、サービスという無形財が有形財の付加価値となる、有形財の価値と無形財の価値が合体した付加価値財である。

ピザに限らず、現代には有形財と無形財の付加価値が合体した財が数多くあることから、有形財と無形財を区別せず、かつ企業が顧客とともに付加価値を創造していくという視点からマーケティングを捉える考え方が S-D ロジックである。

この企業と顧客がともに付加価値を創造していくためには、製造企業や販売企業（小売業等)、そして消費者だけではなく、3PL 企業や情報分析企業などが有機的につながり、新たな価値を生み出していく仕組みがマーケティングに求められると、Vargo and Lusch は指摘した。

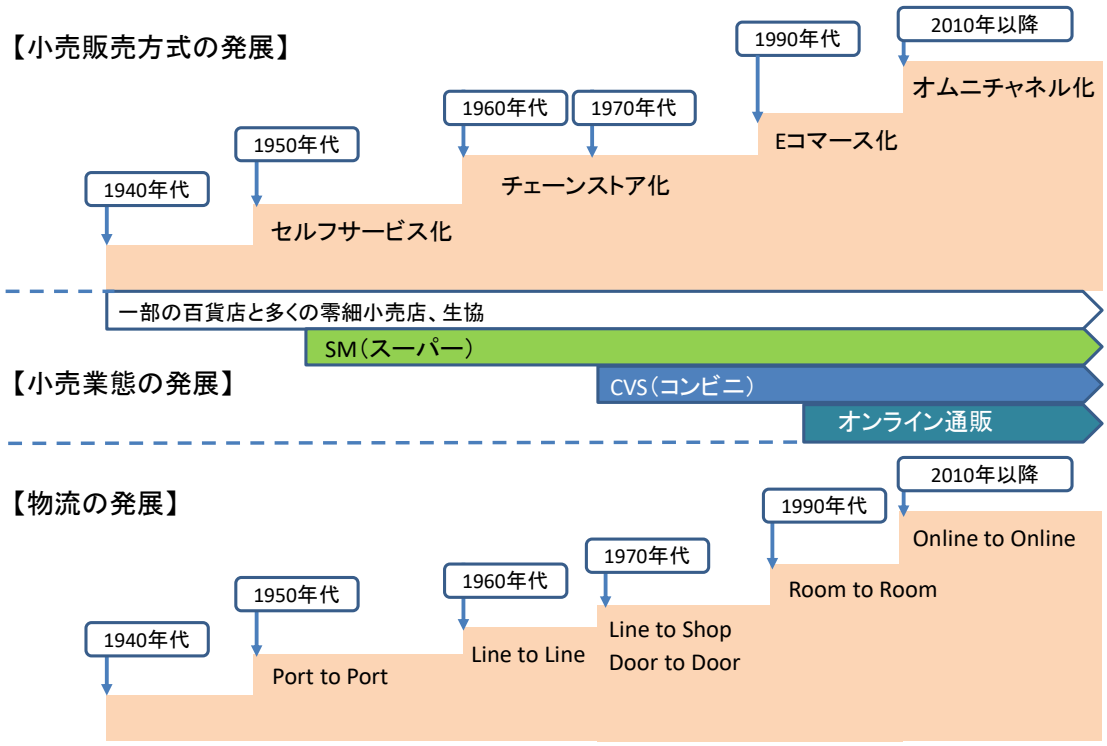
先に述べたように「4P のうち流通に含まれるロジスティクスについては、この共同創造と言う点で長らく無視されてきた」と指摘もされているが、この S-D ロジックの提唱により、マーケティングにおける価値創造にロジスティクス企業の参画が求められている一面もある。

3.4　オンライン事業とロジスティクス

3.4.1　小売の発展と物流の発展

小売業態の発展とともに、小売販売方式も発展した。1950 年代～60 年にかけてスーパーマーケット業態が開発され、セルフサービス方式の販売が広まった。それとともに、1960 年代から同じ業態の店舗を多数展開し、商品仕入れを店舗ごとに行わずに本部に集中させて取引先との商取引を行うチェーンオペレーションが発展した。1990 年代中頃から E コマースによる販売方式が登場し、オンライン通販の事業者が増加していった。2010 年代からは、一事業者による既存の店舗（有店舗）の販売とオンライン通販に代表される無店舗の販売の両方を行い、消費者が有店舗・無店舗に関わらずどの店舗、どの販売サイトを利用しても望む商品を手に入れることが可能なオムニチャネル化が進んだ。このように、小売業態の発展と小売販売方式の発展は、一定程度リンクしている。

そして、この小売業態および小売販売方式の発展は、物流の発展とも同様にリンクしている。苦瀬（2016）によれば、物流は 1970 年代になると、商品の生産地点から国内の流通センターや工場と店舗へ運ぶ Line to Shop を実践するようになる。これは小売業のチェーンストア化が進み、店舗への個別配送が進んだこととリンクする。同時期には Door to Door、配送センターと家やオフィスに運ぶことにも対応する。これも、通信販売や訪問販売事業が盛んだった時期に合わせた対応である。さらに、1990 年代半ばからの E コマース発展により、物流はラストワンマイルを意識するようになり、2000 年代半ば頃からは出発地と到着地の部屋を結び、部屋に届けて商品使用を可能にする Room to Room に対応した。さらにオムニチャネル化への対応として、2010 年代半ばには、どこでも発注しどこでも受け取れる Online to Online を実現している。



出典：物流の発展部分は「江戸から平成まで　ロジスティクスの歴史物語」pp.180.を参照。
それをもとに小売販売方式の発展および小売業態の発展を筆者加筆。

図 3. 4. 1　小売と物流の発展とつながり

3.4.2　売り方の変化と物流の重要性

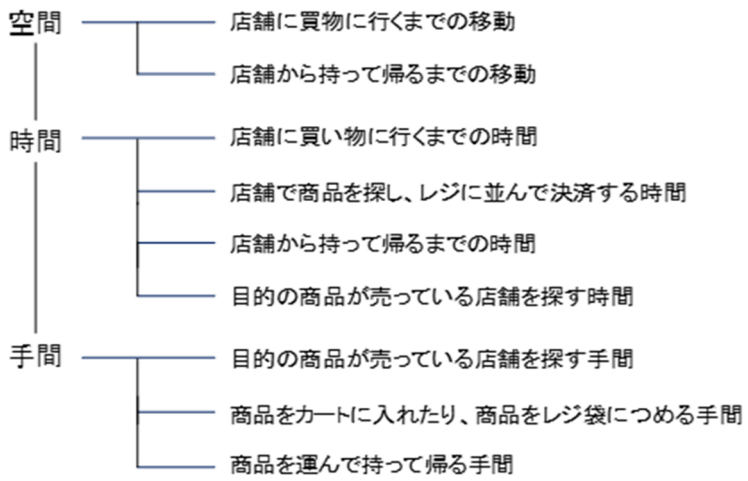
従来の小売業、つまり店舗を有する小売業の目標は「店頭でいかに売るか」である。そのために「どこで売るか（立地）」「いつからいつまで店を開けて売るか（時間）」「何を売るか（業種）」「どのような店舗形態で売るか（業態）」「どのくらいの種類を売るか（品揃え）」などが主たる販売戦略である。

一方、無店舗小売業、ここではオンライン通販事業を対象としてみると、この従来の小売業の販売戦略とは異なる。オンライン通販事業は、立地は関係なく、24 時間営業が可能（顧客からの受注が可能）であるから戦略的に営業時間を考慮する必要がない。そして、業種や業態も特定する必要がない。つまり、有店舗で販売する場合には、あらかじめ決めておく必要があった、ある意味での制約は、オンライン通販事業では決めておく必要がないものが多いのである。

3.4.3　消費者の買物行動と物流

次に、消費者が商品を購入する買物行動にかかるコストから、物流を捉えたい。横井（2020）

は、「空間」「時間」「手間」の 3 つの視点で消費者の買物行動にかかるコストを整理した。(図 3.4.2)。



出典：横井（2020）

図 3.4.2　3 つの「間」で見る買物行動

店舗への買物においては、この「空間」「時間」「手間」に含まれるすべての行動が、消費者にとってコストとなる。一方、オンライン通販で買物をする場合、「空間」や「時間」に含まれる買物をするために店まで往復する移動や時間、「時間」や「手間」に含まれるレジ決済までの時間や手間、あるいは商品を袋につめて持って帰る手間など、消費者が買物をする際のコストの大部分が削減される。

このような消費者にとってのコスト削減のうちの多くは、物流業者が担っている。買物に行く、および帰るという移動、そして商品を運ぶという作業を物流業者が代行してくれる。物理的な商品を手に入れるには、現在いる場所まで配送してもらわなければ買物は完結しないため、消費者のオンライン通販利用における物流業者が担う役割は大きい。

これら「空間」「時間」「手間」の 3 つの「間」という視点から、消費者が買物によって得られるメリットは、一般的には利便性と呼ばれうる要素である。その利便性は、消費者がインターネットを経由して買物をするという動機になる。さらに買物動機を創出する利便性に物流業者の果たす役割が大きいということが、以上から確認できる。

3.4.3　オンライン通販時代における物流とマーケティング

店舗から店舗と並行してオンライン通販が消費者に支持される時代となり、モノを製造する製造業者、モノを流通させる卸売業者や小売業者にとって、販売と物流はますます切り離

せない関係になっている。Vargo and Lusch が指摘したように、既存の製造企業や販売企業から消費者の間で行われるマーケティングにとどまらず、消費者に利便性を供与する付加価値を提供する物流企業も一体となり、販売における付加価値を創造していくことが強く求められる。

参考文献

1) Bahnt, K. D., Granzin, K. L. and Tokman, M.(2015) "End-User Contribution to Logistics Value Co-Creation: A Series of Exploratory Studies", Journal of Marketing Channels, 22:1, pp.3-26.
2) Careora, P. R., Gilly, M. C. and Graham J. L. (2009), "*International Marketing Forth Ed*"
3) Ringold, D. J. (2007), "The American Marketing Association Definition of Marketing: Moving from Lagging to Leading Indicator", Journal of Public Policy & Marketing, Vol.26, No.2, pp.251-260.
4) Vargo D. L. and Lusch R. F. (2004), "Evolving to a new dominant logic for marketing," Journal of Marketing, vol. 68, pp. 1-17.
5) コトラー, P.（恩蔵直人監訳）（2017）『マーケティング 4.0 スマートフォン時代の究極法則』、朝日新聞出版
6) 苦瀬博仁（2016）『江戸から平成まで　ロジスティクスの歴史物語』、白桃書房
7) 現代マーケティング研究会編（2019）『マーケティング論の基礎』、同文舘出版
8) 田島義博（2004）『歴史に学ぶ流通の進化』、日経事業出版センター
9) 横井のり枝（2020）「物流起点の小売マーケティング研究」、『経済産業研究』第 20 号、pp.119 -131
10) 流通経済研究所編（1994）『流通がわかる辞典』、日本実業出版社
11) 経済産業省（2021）「令和 2 年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」
12) 日本フランチャイズチェーン協会 HP「コンビニエンスストア統計調査年間集計（2021 年 1 月から 12 月）（2022 年 4 月 21 日閲覧）

４章　輸配送と関連分野

本研究会での研究対象が、「１．ロジスティクスの学際的な整理、２．各分野におけるロジスティクスの役割と範囲の導出」であるということに鑑み、本章では昨今のロジスティクスの検討に至るまさに初期、すなわち「ロジスティクス」の原形ともいうべき「物流」という用語、概念が登場する時代に遡り、その当時に行われた議論を関連分野である交通研究の立場から眺めることとする。半世紀以上も前に行われた諸々の検討ないしその試みを追跡するという点で、この分野の研究での温故知新の一助ともなる役割を果たしうることを目標としたい。

本章の構成は1960年代後半に従来の貨物輸送から物流への関心が高まり、その研究の方向が模索されたころから、1980年代においてこれまでの交通関連諸分野の研究の整理が試みられた「交通学説史研究会」での「物的流通」（物流）」の扱いを振り返ることから始め（４－１）、この時代でのいわば初期の物流論に交通論ではどのように接近したのかを研究者の論文を中心に眺め（４－２）、政策レベルでの物流の扱いを辿ったうえで（４－３）、政策論との関連の流れとして、終節では昭和期での激しい議論を呼んだ総合交通体系論が平成期に入ってから登場した総合物流施策大綱にどのように繋がっているのか否かを整理する（４－４）という内容を意図している。（４－４）においてこそ扱う対象は近年のものとなるが、本章は今日のロジスティクス論のいわば前段階での検討、議論を紹介することに主眼を置くものである。ロジスティクス論と極めて学問的に近親性の強い交通論からの考察を行うということで学際的整理の一端を試み、このプロセスの中でロジスティクスの役割と範囲との関連を模索しようとの試みである。

4.1　交通論からの物流論への接近

モノ（貨物）の輸配送はヒト（旅客）の輸送、関連インフラの整備の検討と並んで、交通論の主要な研究対象であったし、このことは今日でも変わるものではない。従来の貨物輸送（輸配送）はモノの場所の移動を伴う輸送機能が中心であったが、単にこれだけにとどめず包装、荷役、保管、情報の諸機能を含めた物流（物的流通）という視点が重要視され、注目されるようになったのは1960年代後半になってからのことであった。そこから物流論の構築が試みられ、さらにロジスティクス論へと発展していった。この経緯からも明らかなように、少なくともわが国では今日のロジスティクス論が貨物輸送論の当初から一気呵成に展開され

ていたわけではない[1]。

物流論、ロジスティクス論より相対的に早い段階から行われていた交通論の研究は経済学、商学の一環として上記の研究対象を総論、各論（海運、陸運、空運）に分けて行うというのが一般的であったが、1980 年代になって交通関連分野（工学、法学、地理学、史学、社会学）の研究成果の進歩、成熟、各分野での学際的協力の必要性が叫ばれるようになり、これらを整理・検討するために運輸経済研究センター（現　運輸総合研究所）に交通学説史研究会が組織・設置されることになった。交通論からの学際研究提唱の手始めともいえるものである。同研究会は各分野での、当時の研究者をいわば総動員する形でほぼ 10 年間にわたって活動を進め、その成果は 4 分冊として公刊されている。シンクタンクでの調査研究としては異例ともいえる大掛かりな試みであったが、その成果は後進の研究にとっては極めて貴重な存在となっている。物流はその第 1 分冊の第 2 部「交通学説の諸相」第 9 章「物的流通（物流）」として角本良平によって執筆された[2]。角本はわが国を代表する交通研究者であり、物流を専門にしていたわけではなかったが、当時はほとんどが交通研究の中で物流を模索していたという事情から、同研究会でも交通研究者の角本がこの任に当たったものと思われる。角本は日通総合研究所（現　NX 総合研究所）の当時資料室長を勤めていた松下緑と親交が深く、物流関連文献に精通していた松下との議論、彼からの資料上の助言を受けていたことも、同論文執筆の背景にあろう。

角本論文の構成は

第 1 節　概説

（1）学説史の対象の確定―今日の「物流」の概念

（2）「物流」の登場・進展の過程

（3）「物流」分野の確立の努力―定義をめぐる議論の展開

（4）具体策の確立と現実―know-how 研究の経緯

（5）「学説史」成立の可能性

結語

第 2 節　物流文献についての若干の説明

---

[1] いうでもなく、兵站術（military　logistics）の検討は古くから展開されていたが、ビジネス・ロジスティクスという点での研究は貨物輸送、物流、マーケティング等での研究成果を活用・発展させたものである。さらに社会的側面をも含めたソーシャル・ロジスティクスが提唱されていることには今日的意義があり、大いに注目に値する（本章 4-4 参照）。

[2] 角本良平「第 9 章　物的流通（物流）」、『交通学説史の研究　その I 』（1982 年 3 月、運輸経済研究センター）p349～390

となっている。角本論文はわが国の研究者が物流論構築を試行している段階での状況を的確に伝えることの役割を果たしている代表的なものである。同論文で綴られた主要内容は次節（４－２）に譲ることとして、結論的に角本は第 1 節の結語で「物流でのある論点について見解が鋭く対立するというよりは、ある種の技法がどの程度に有効かといった種類の議論が多かった」、「1960 年代後半に強調された協同一貫輸送とそのための複合ターミナルについては今日答えが得られた」と振り返っている。物流研究の出発点が流通技術への着目であったこと、協同一貫輸送と複合ターミナルは提唱時には一種ブーム的に捉えられたが民間企業の経営戦略との関係に踏み込めていなかったという角本の認識でのまとめであろう。これを踏まえて物流研究の将来の方向については「物流を個別の大企業の経営の立場に立つのか」、「物流と輸送との関係を明確にするとともに、輸送の大部分が物流論では覆えないことを認識して貨物輸送を今一度取り上げること」の 2 点を指摘している。後者では「輸送を物流に包含される一部門として捉えるのは輸送全体の対策を忘れさせることになる」、「輸送には輸送自体としての改善が望まれるのであり、仮にその結果が物流の改善をもたらしたとしても、それはあくまで輸送の改善と理解すべきである」と記しているのは、交通研究者としての視点が色濃く反映しているものと思われる。今日の物流論、ロジスティクス論の研究者の目には角本見解はどのように映るのであろうか。

第 2 節の「物流文献についての若干の説明」では、単行本による物流論の系譜は 1969 年以降に始まり、著書の数は「物的流通」なる言葉が用語として定着するようになった 1970 年から 1973 年に集中していること、雑誌論文は日本交通学会の『交通学研究年報』、運輸調査局（現　交通経済研究所）の『運輸と経済』、高速道路調査会の『高速道路と自動車』、日通総合研究所（日本通運のホールディング体制への移行に伴い NX 総合研究所と改称）の『輸送展望』等の諸誌に掲載された主要論文が挙げられている。そこでの著者は数人の人に限定されているが、物流論が経済理論としてよりはむしろ技術論として取り上げられているためであろうとしている。

角本論文の末尾には 1960～1981 年に発表された雑誌論文を中心とする文献がほぼ悉皆的に列挙されている。続いて 1958 年以降 1981 年までの著書（単行本、調査報告書、辞書）が網羅されている。これらの論文、著書に名を連ねている執筆者の中で今日でもこの分野の第一線で活躍しているのは中田信哉、湯浅和夫等数名を数えるにすぎず、多くの人はすでに鬼籍に入っている。交通、物流関係のシンクタンクの名称変更といい、執筆者の変遷といい、物流とその研究を取り巻く環境の大きな変化、半世紀という時代の流れを考えれば特段不思議なことではない。

望むらくは 1982 年以降についても、交通学説史研究会に続く整理が試みられることである。同研究会の執筆者としても、事務方のリーダーとしても強力な推進者であった角本が同研究

の「あとがき―解説にかえて」[3]で切望していたことでもある。さらに、貨物輸送論から物流論、ロジスティクス論への展開を見渡したサーヴェイ論文の試みも要請されよう。研究の継続性、発展性という点からも、今日の研究者のその任を期待したい。

4.2　初期の物流論の展開

今日でいう物流の概念を明確につかみ取ったのは 1956 年訪米の流通技術専門視察団（日本生産性本部（現　社会経済生産性本部））であり、その報告書『流通技術―流通専門視察団白書』では「『流通技術』という言葉が Physical Distribution あるいはマーケティングにおける財貨の物理的移動活動に伴うすべての技術を指す」と述べられている。角本は同報告書の内容を「物流の本質を（当時これに関心を持っていた人に）明確に教えていた」と高く評価している。

訪米流通技術専門視察団の報告書は貴重なものであったが、これを契機にわが国での物流への理解が一気に進んだかといえば 10 年程度の試行錯誤の時が必要とされた。この分野での経験値に乏しかったためであろう。physical　distribution は「物的流通」と直訳[4]され、この訳語がわが国で定着するようになったのは 1960 年代半ばになってからのことであったのである。

「物的流通」の用語が初めて政府レベルで用いられるようになったのは「中期経済計画」（1965 年 2 月）においてであった。民間レベルではほぼ同時期の 1964 年に日通総合研究所の金谷璋所長が日通東京荷主設立総会（4 月 16 日）で「物的流通の新しい傾向」と題する講演を行っており、その内容は当時月刊誌であった『輸送展望』[5]の同年 6 月号（第 25 号）に同じタイトルで収録されていることが確認される。「中期経済計画」に若干なりとも先立って「物的流通」なる言葉が活字化されたわけであるが、これがわが国で最初に使われたもの

---

[3] 『交通学説史の研究　そのⅣ』（1991 年 3 月　運輸経済研究センター）p617~620

[4] この訳語は単に英語を日本語にそのまま置き換えたものに過ぎなかったのではないのか―あまりに直訳に過ぎるのではないのか―との事後的感想の類も散見される。しかし、このことは特段非難されるべきものとはいえない。わが国にはなかった言葉を翻訳することの難しさの一端と解釈すべきであろう。なお、ここで「流通」と訳された distribution は経済学では「分配」の訳が充当されるのが一般的である。

[5] 『輸送展望』は月刊誌から季刊誌となり、その後廃刊された。同研究所の軸足を調査研究に置いたためであろう。なおその後、同研究所からは単行本『日通総研選書』（赤判、青判）が刊行されており、青判の第 1 号が　角本良平『交通研究の知識学―類型化への発展過程―』（1984 年 4 月、白桃書房）であった。

と解釈される。「物的流通」は1970年代に「物流」の短縮形で用いられるようになり、今日に至っている。日常的には「人流」（ヒト）に対する「物流」（モノ）という対比の形でジャーナリズムの世界で定着しているのは周知のとおりである。

角本によれば、1960年代後半に物流への関心が極度に高まり、数多くの論文、調査研究が発表され、物流の知識が普及したが、1970年代には物流論議が鎮静化していった。その背景として①外国、特に米国の刺激、②技術の進歩、③経済の急速な発展に伴う社会資本の不足、④国土の高密度利用、⑤所得上昇に伴う消費の向上　といった諸要因が挙げられている。これらの5つの要因は1970年代にかけてはそれらへの（対応策）の困難さが明確となり、物流一般論の啓発の役割は終わったとされているのである。

この時代を概観すれば、経済の中での「物流」の分野の確立と物流内部の業務改善に重点が置かれたとされる。前者ではこの分野での取り組み、研究が早い段階から行われていた米国の影響が強く、とりわけアメリカ・マーケティング協会（American Marketing Association, AMA）、全国物流管理協議会（National Council of Physical Distribution Management, NCPDM）の定義[6]が参照され、わが国での研究に影響を与えるようになった。後者の物流内部の業務改善では、物流の効率化を企業単位という枠にとどまらず、政府の経済計画、審議会等国レベルでの検討、運輸省、通産省の行政レベルでの取り組みのなされたことが特徴であると指摘されうる。とはいえ、同時に物流の内容や範囲を曖昧にし、個別企業の物流の理解が困難となり、企業自体の立場にかえって物流の知識体系を集約した日通総合研究所編集の『物流ハンドブック』[7]の必要性にもつながっていったと考えられるのである。

わが国で企業レベルでの代表的な定義は、この『物流ハンドブック』で総括的に示されている。「物流とは、有形財の供給者から需要者に至る空間的・時間的隔たりを克服する物理的な経済活動である。具体的には、輸送・保管・荷役・包装・流通加工および情報という諸活動の有機的構成から成り立っている」というものである。ちなみに行政レベルでもすでにほ

---

[6] AMAの定義は「生産地点から消費地点に至る財貨およびサービスの流れに携わる諸々の企業活動であり、マーケティングに含まれる」（1935 年）、「生産の段階から消費または利用に至るまでの財貨の移動および取り扱いを管理すること」（1960 年）であり、1935 年の定義ではマーケティング活動の一部であること、1960年での定義はそれぞれ「企業活動」、「それを管理すること」が意味された。また、NCPDM は「物流とは、完成品を生産ラインの終点から消費者まで有効に移動することに関する幅広い活動のことであって、原材料の供給源から生産ラインの終点まで移動させることを含む場合がある」（1960 年）と定義し、貨物輸送・倉庫保管・荷役・工業包装・在庫管理・工場および倉庫立地の選定、注文処理・市場予測・顧客サービスがその活動要素であるとしている。

[7] 日通総合研究所の創立20周年を記念して公刊された『物流ハンドブック』（1981 年、ダイヤモンド社）は10後に同研究所の30周年記念として『最新　物流ハンドブック』（1991年3月、白桃書房）として内容の補完、更新がなされている。

ぼ同様な定義が行われていた（４－３参照)。角本は、この定義には多くの支持が寄せられようが、①ここで示されている個別企業主体に加え、国民経済、国際経済の視点からの主張も論ずべき、②個別企業、国民経済、国際経済と並べた時、国際経済にも国民経済での主体（国）がありうるのか、③規模の大小にかかわらずすべての企業に物流の観念があてはまるわけではなく、大企業に限られるのではないのか、④物流は製造業に限定されるのではなく、農業・鉱業・大量販売の小売業でも成り立つはずであるので、この点への考察が必要ではないのか、⑤「財貨」の範囲に関し、「有形財」と合わせて無形の「情報」を並列すべきなのか、といった諸点についても留意すべきであるとしている。角本のこれらの指摘は、物流を専門とする研究者の意欲的な議論によって、少なからざる積極的な対応が試みられているといってよいであろう。初期の物流はその後の研究者の尽力で着実に進化の方向を辿っているのである。

4.3　政策レベルでの物流論

1960 年代に入り、流通及びこれを構成する物流の後進性は政府レベルにおいても少なからざる関心事となった。その最初の取り組みは 1965 年 2 月の「中期経済計画」においてであった。同計画で流通は「生産者より消費者に財貨およびサービスを移転させ、場所・時間および所有の効用を創造する活動」とされ、さらに流通部門は「その活動機能の特徴に従って、商取引の面と物的流通の面とに大別して考えることが適切である。この二つの機能は、業態としてみればそれぞれ、主として商業、および運輸通信業が担当している。しかし、製造業でも財貨の購入販売、自家輸送など流通活動を行っている。また広告、包装などもその活動からみて流通部門に属すると考えられる。さらに、金融・保険などもその一部が流通部門の活動と密接な関係を持っている。」と説明され、文中で「物的流通」なる言葉が公式に用いられている。

なお、市場経済を宗とする社会では、政府の経済計画は文字通りの「計画」というよりむしろ「指針」として捉えられるべき性格のものであるが、わが国では「中期経済計画」の後も様々な計画が発表されている。かつての経済計画は歴代内閣が、ある意味では各政権の象徴として、競って樹立していた感が否定できないのである。

「中期経済計画」では明示されることのなかった物的流通の定義、範囲は同年 5 月の行政管理庁の統計審議会の答申「物資流通消費に関する統計の整備について」で、「“ものの流れ”という場合の“もの”とは有形・無形を問わず一切の経済財を指す」と定義され、その範囲は「有形の諸物資と情報とを考える」と示されている。同定義からは輸送、保管、荷役、包装の 4 つの機能の含意が、その範囲から情報機能までが意味されていると推測される。統計

審議会という性格上定義を示すのは当然のことであるが、問題は4プラス1の機能をどのように扱うのかへの示唆が期待されたが、それは今後の検討に委ねられているものと解釈すべきであろう。

行政レベルでは1965年の『運輸白書』が「近代化の過程にある物的流通」なるサブタイトルを付し、「流通とは生産者から消費者に財貨およびその付帯サービスを物理的、社会的に移転させる活動である」と定義し、その後の運輸行政では、流通部門は物的流通活動と非物的流通活動の二分法が採られた。同年通産省は基礎的な物流の実態調査を行い（(財）機械振興会に委託)、その報告書『物的流通の現状と問題点』(1966年5月）で「物的流通とは、製品を物理的に生産者から最終需要者へ移転するのに必要な諸活動、具体的には、包装、荷役、輸送、保管、通信等の諸活動をいう。」との定義を示した。「通信」は今日でいう「情報」よりは狭い意味であるが、通産省の定義は現在の物流とほぼ同義と解釈される。その後の高度経済成長の中で設備投資・労働力不足、交通事故や産業公害の弊害を踏まえ、1972年の経済企画庁の経済審議会流通研究委員会では新しい視点として個別企業の立場を超えたマクロの立場が強調されることとなった。「1970 年代の物的流通問題を検討するに当たっては、国民福祉の向上というマクロの視点に立って、物的流通の効率の向上を図ることが前提となる。したがって、[生産―消費］という、局部的な過程において物的流通を捉え、その過程で発生する公害や、消費（使用）後に発生する廃棄物等の問題を考慮の外において、物的流通システムの最適化を図るという従来の視点は今や許されず、[生産―流通―消費―還元］という広い視野で物的流通問題が考察されるべきであり、こうした完結する循環過程の中で物的流通の効率化を考えるべきであろう。」とするものである。経済問題を横断的に扱う経済企画庁の姿勢が顕著に示されているもので、物流の効率化にも社会的費用（社会的限界費用）を反映して検討すべきとの主張であると解釈される。

なお、法律上では都市整備との関連において、1965年に「日本自動車ターミナル株式会社法（日タ法)」、1966 年に「流通市街地整備に関する法律（流市法)」が制定されているのも1960年代半ばでの特徴である。

このような動向の中で物流を本格的に論じようと試みられたものとして、運輸経済懇談会（以下、運懇と略称）での検討経緯を振り返っておくことの意義は少なくない。「物流」が公式に登場した段階で、行政レベルでこの種の検討を始めた実質的に最初のものでもあり、その後の運輸行政、運輸政策に少なからざる影響を及ぼすことになったからである。運懇は1967年2月に公的な諮問機関としての性格を持たない懇談会として運輸省に設置された。許認可行政を軸としていた運輸行政を誘導行政に転換させていくことを狙いとするものであった。中山伊知郎を座長とする運懇には物的流通専門委員会（都留重人部会長）と都市交通専門委員会（大来佐武郎部会長）の2つの委員会が置かれた。別の表現をすれば、設置されたのは

この 2 つだけであった。運輸省が政策官庁に脱皮する上では特定の部局を超えた議論が必要であり、そのためには物的流通と都市交通がテーマとして適しているとのことから選ばれたのであろう。公的諮問機関ではなかったものの、運輸省に設置されたことの意味はその後の政策展開との関連で大きかったのである。

運懇は総会と 2 つの専門委員会別のワーキング・グループ（WG）の会議という形式が採られ[8]、運懇自体は 1964 年 3 月末の総会をもって閉幕となり、運輸政策審議会に発展的に継承された。交通学者では岡野行秀、中西睦、廣岡治哉が参加した物的流通専門委員会は 3 つの中間報告を出している。本報告なるものはまとめられていないので、これら中間報告が同委員会の中核的議論であったといってよい。それらは

第 1 次　「経済発展と物的流通革新」（1967 年 12 月 5 日）
第 2 次　「協同一貫輸送（Intermodal Transportation）に係わるターミナル問題の検討（1968 年 7 月 5 日）
第 3 次　「通運問題の検討」（1969 年 3 月 27 日）

である。そこでの内容は今日的視点では決して目新しいものではないが、およそ半世紀前の当時としては革新的提案であったとされている。物的流通専門委員会の事務局であった大臣官房企画室の言によれば、「……第 1 次中間報告において示された新流通方式＝インターモーダル・トランスポーテーション（協同一貫輸送）の考え方は文字通り燎原の火のごとく瞬く間に関係者に浸透し、今日ではこの新語を見かけぬ日がない程の普及ぶりである。」と記されている（本章脚注 8 の『物流革新の方向』での「まえがき」）ほどであった。第 1 次中間報告は協同一貫輸送と専用輸送が二本柱であり、第 2 次中間報告では複合ターミナル構想が示された。各モードを集約した複合ターミナルの提案では、各企業のシステムと相容れない可能性への検討までは立ち入っていなかった。

物流革新を扱った第 1 次、第 2 次中間報告とはいささか異質と思われるのが第 3 次中間報告であった。そこでの検討対象は端末の輸配送の問題という点ではまさしく物流と深く関連するものではあるが、当時経営赤字が深刻化していた国鉄の財政再建問題との関連性が強く、これは物流を超えた次元のものであったからである。国鉄対策は大きな―戦後最大ともいえる―政策課題であるが、これが物的流通専門委員会で取り上げられたのは、通運問題が国鉄

[8] 運輸省監修『物流革新の方向―運輸経済懇談会の記録―』（1969 年 8 月、運輸経済研究センター）によれば、専門委員会=WG であったものと解釈される。なお、同報告書は　運輸省監修『これからの都市交通の方向―運輸経済懇談会の記録―』（1969 年 9 月、運輸経済研究センター）とともに、運懇での報告、関連資料をも収録した、当時の検討、議論の経緯を知る上では貴重なものである。

経営悪化の大きな元凶のひとつになっているとの認識が強くあったためであろうと推測される。ちなみに、中間報告とはされたが、実質的にはほぼ最終結論とされた通運事業は、今後の国鉄貨物輸送が

（イ）大量定型貨物については、物資別専用輸送

（ロ）一般貨物については、フレートライナーまたはコンテナ輸送

（ハ）近代化輸送への転移によって減少傾向を辿るとしてもなお長期にわたって相当部分残ると思われる在来型の輸送

と大別される中で、（イ）の輸送は取扱業としての通運事業の役割はなくなる、（ロ）の輸送についてはその集荷力を十分活用することが期待される、（ハ）の輸送では従来通りの担当分野となるが、今後の労働力需給のひっ迫に伴い、荷役の近代化、事務の合理化等が必要とされる、と位置付けられている。

物的流通専門委員（WG）は第 2 次中間報告を出した 1968 年 7 月以降、国鉄財政再建推進会議の第 1 部会の作業に従事、わが国の交通体系に占める国鉄の役割についてまとめることとなった。国鉄財政再建推進会議の第 1 部会でも都留重人が部会長を務めたことから、同会議の第 1 部会の WG には運懇の物的流通専門委員会の専門委員全員が参加することになり、その審議結果は運懇の第 10 回総会（1968 年 10 月 8 日）で報告、了承された。国鉄財政再建推進会議から引き継がれたものとして協同一貫輸送に関する制度上の問題､関連機器の問題、通運問題の検討であるが、先に記したように通運問題の検討は物的流通専門委員会の第 3 次中間報告としてまとめられ、運懇の総会に提出、了承を得た（1969 年 3 月 27 日）。

このように振り返ってみると、国鉄問題の検討における運懇の位置付け、さらにはその継承機関である運輸政策審議会での国鉄対策はどのように位置づけられたと解釈すべきであろうかが問われよう。なお、運懇にはもとより、運輸政策審議会にも経済学者とともに、数こそ決して多くはないものの交通学者も参加していたのである。

運懇自体は 1969 年 3 月 27 日の総会で閉幕と記されているが[9]、その後同年 6 月 9 日に運懇物的流通部会中間報告として「物流システム化へのみち―昭和 60 年のわが国物的流通の姿を目指して―」が出されている。①昭和 60（1985）年のわが国経済社会像に対応する物流の姿、②政策課題は現状延長型ではなく将来対応型とする　という二本柱から成る同報告書は、当時の物流関係者の間では相当話題にされていたようである。物流システム化の考え方、進め方、システム化の政策課題を論究した内容に物流関係者が関心を寄せたためであろう。運懇閉幕後での中間報告とされていることで、発表された日付の問題に限れば疑問も残るが、運懇物的流通部会は運懇閉幕後にも活動を続けていたものと推測されるのである。

[9] 前記注８で示した 2 つの報告書での記録による。

4.4　総合物流施策大綱―総合交通体系論議との関連性―

運懇の継承機関である運輸政策審議会（以下、運政審と略称）が運輸大臣の「……、全国土の均衡ある発展を図るためには、現在の交通体系を抜本的に再編成し、陸海空の各種交通手段を合理的な輸送分担によって組み合わせて高度にシステム化された交通体系を確立するとともに、これを実現するための方策を推進する必要がある」との諮問理由を受けて「総合交通体系に関する答申」を出したのは1971年7月31日であった。同答申は1971年の元号（昭和46年）から46答申と呼ばれている。

運輸大臣の諮問時（1970年6月25日）でのわが国交通市場では各交通手段の輸送分担率が変化してきており、中枢交通手段としての役割を担うべきものとして期待された国鉄は1963年度の最後の黒字決算以降は赤字を増大させ、1966年度は利益取り崩し後繰越欠損に陥っていた。46答申の出された1971年度は償却前赤字ともはや企業経営の態をなしていなかったのである。このような状況の中で交通体系を“個別”の交通手段別についてではなく、“総合”の視点で議論しようという意図から、さらには交通をシステムとして抜本的に検討しようとしたことからも、46答申は交通関係者の間で大きな議論を呼ぶことになった。今日でも「総合的に検討して」、「総合的に判断して」という表現は日常（政策レベルを含めて）使われる常套句であり、その結果としてあたかも最適解が示されると期待されがちである。とはいえ、そこに最適解の保証が示されているわけではない。総合交通体系論にしても、“総合”の名のもとに最適交通体系の樹立が期待された[10]が、学会では批判論も少なくなかった。合理的な輸送分担は市場競争の結果もたらされるのか、政策誘導により決められるのかをめぐっての論争が交通学者を中心に活発に行われたのである。

総合交通体系論をめぐっては、これを評価する者、批判する者の間での議論が決着したのかについて解釈は一様ではない。政策論という性格上、双方の主張が収斂しにくいことはありうることといえよう。運政審答申はその後10年毎に出さることになったが、46答申をめぐる論議が影響したのかにはさらなる考察が必要とはされるものの、事実関係だけに注目すれば、1981年答申では「長期展望に基づく総合的な交通政策の基本方向―試練の中に明日への布石を―」とされ、“総合”という用語が“総合的な”と表現が和らげられている。さらに1991年答申「21世紀に向けての90年代の交通政策の基本的対応について」に至っては答申そのものが部会別に出され、タイトルから“総合”という用語自体も消えている。なお、1991

[10] 運政審では中間報告で総合交通体系を“青い鳥”であると喩え、「青い鳥は現実の世界に存在しうる」としていたが、一方で「詳細の具体的な解剖図、実測図を描くには及んでいない」と記述されていたようにそれ以上の議論が進んでいなかったためなのか、46答申そのもの（本答申）では青い鳥論は展開されていない。

年の物流部会関係答申は「物流業における労働力問題への対応方策について」であった。1981年答申、1891年答申での扱いは、最適解が期待されうる総合交通体系論を樹立することの限界に直面してのことなのであろうか。なお、運政審は平成期に入ってからは交通政策審議会、社会資本整備審議会に引き継がれることになったため、運政審としてのこの種の交通体系、交通政策に関する答申の類も一段落している。

国土交通省、経済産業省の物流関係担当者が運政審答申でのこのような経緯をどこまで認識していたのかは定かではないが、平成期に入ってから「総合物流施策大綱」と“総合”の文字が付された指針が示されることとなった。そこには運政審の総合交通体系論議がどのように活かされているのか、あるいはこれとは全く独立に“総合”を意図しているのかが大きな関心事となろう。最適物流システムの実現を目標としてのことなのかも問われることにもなろう。

「総合物流施策大綱」は1997年4月に閣議決定された第1次を皮切りに、目下2021年6月の第7次大綱まで継続している。そもそも論として、「大綱」とは「ある事柄のうちの根本的な所。大本。大要」ということなので、論理に裏付けられた基本的な姿を示すべきものである。国が総合物流施策大綱を示すということから、そこには国が物流の全体像をどのように俯瞰し、そのために何が必要なのかが大本から明らかにされることが期待される。このように推論した場合、この大綱になぜ“総合”という文字が付されなければならかったのかに世間の関心が寄せられることとなろう。“総合”と銘打たなければこの大綱は示されえないのか、単に「物流施策大綱」というだけでは何がどのように不十分なのであろうか。

4年ごとに更新されている総合物流施策大綱の変遷については苦瀬博仁の論考[11]が有用である。大綱作成自体に少なからず係わった苦瀬は第1次から第7次までの特徴を簡潔かつ明瞭にまとめている。

[11] 苦瀬博仁「総合物流施策大綱の変遷と目標実現のための課題、『物流問題研究71号』(2021年9月) p42~47

表 4.1　総合物流大綱の変遷

第一次 (1997-2001)	①アジア太平洋地域で最も利便性が高く魅力的な物流サービスを提供 ②物流サービスが産業立地競争力の阻害要因とならない水準のコストで提供 ③物流に係るエネルギー問題、環境問題及び交通の安全等に対応
第二次 (2001-2005)	①コストを含めて国際的に競争力のある水準の市場構築 ②環境負荷を低減させる物流体系の構築と循環型社会へ貢献
第三次 (2005-2009)	①スピーディでシームレスかつ低廉な国際・国内の一体となった物流の実現 ②「グリーン物流」など効率的で環境にやさしい物流の実現 ③ディマンドサイドを重視した効率的物流システムの実現④国民生活の安全・安心を支える物流システムの実現
第四次 (2009-2013)	①グローバル・サプライチェーンを支える効率的物流の実現 ②環境負荷の少ない物流の実現等③安全・確実な物流の確保等
第五次 (2013-2017)	①産業活動と国民生活を支える効率的な物流の実現 ②さらなる環境負荷の低減に向けた取組 ③安全・安心の確保に向けた取組
第六次 (2017-2020)	①繋がる：サプライチェーン全体の効率化・価値創造に資するとともに、それ自体が高い付加価値を生み出す物流への変革 ②見える：物流の透明化・効率化とそれを通じた働き方改革の実現 ③支える：ストック効果発現等のインフラの機能強化による効率的な物流の実現 ④備える：災害等のリスクの・地球環境問題に対応するサステイナブルな物流の構築 ⑤革命的に変化する：新技術（IoT、BD、AI 等）の活用による“物流革命” ⑥育てる：人材の確保・育成、物流への理解を深めるための国民への啓発活動等
第七次 (2021-2025)	①物流 DX や物流標準化の推進によるサプライチェーン全体の徹底した最適化（簡素で滑らかな物流） ②労働力不足と物流構造改革の推進（担い手にやさしい物流） ③強靭で持続可能な物流ネットワークの構築（強くてしなやかな物流）

（出典）苦瀬（2021）「総合物流施策大綱の変遷と目標設定のための課題」p43 表 1

苦瀬の整理によれば、最初の第 1 次（1997 年）では国際分業が進んでいる中で、物流が国や地域における産業競争力の重要な要素として認識され、物流への国民ニーズが高度かつ多様になってきたことから、①物流サービス、②物流コスト、③環境問題など 3 つの目標が掲げられた。続く第 2 次（2001 年）から第 5 次（2013 年）ではおおむね①物流の効率化と競争力の強化、②環境問題、③安全・安心の確保の 3 つの目標が共通していた。その後は目標とともに具体的な方法論が示されるようになり、第 6 次（2017 年）では「強い物流」の構築に①繋がる、②見える、③支える、④備える、⑤革命的に変化する、⑥育てる　の物流の生産性向上の 6 つの方法論が挙げられている。現下の第 7 次（2021 年）では技術革新の進展、SDGs 対応への社会的気運、生産年齢人口減、ドライバー不足、災害の激甚化・頻発化などを背景に、①簡素で滑らかな物流、②担い手にやさしい物流、③強くてしなやかな物流の 3 つの目標が掲げられている。第 7 次での具体的方法論として最も特筆すべきなのは「物流 DX」と「物流標準化」であり、そこでは過去の事例を振り返って、物流 DX の推進ではリードタイムの短縮、相乗・代替効果、荷主のビジネスモデル変革で 3 つの課題のあること、標準化の推進では取引先ごとの標準化対応、業界内と業界間の標準化、標準化と差別化の葛藤で 3 つの課題のあることが指摘されている。第 7 次大綱までを展望して、将来展開への期待として苦瀬が示唆しているのはソーシャル・ロジスティクスの誕生と実践こそが国として示すべき物流政策の基本的方向であると考えられる[12]。

第 1 次から第 7 次までの大綱を再度通読してみても、新基軸を打ち出そうという意欲は見られるものの、なぜ“総合”という文字を入れたのかは文中では読み取れない。おそらく物流業に係わる stake holder　すべてを包含し、各種交通手段を用いる物流事業者、荷主、彼らを管轄する国土交通省、経済産業省等が主体的にかかわっているという意味での“総合”であると判断される。さらに、国土、都市圏、都市、地区といった空間、国家、自治体、企業、市民と言った主体、縦横のシームレスといった SCM も包含されていることであろう。運政審の総合交通体系論（46 答申）では、文中の一節が「総合交通体系の意義と基本的な考え方」に割かれている。そこでの内容が広く納得されたのか否かは別として、運政審なりになぜ“総合か”を検討していたことが確認される。これに対して、総合物流大綱では 46 答申での試みに相当する節は見いだせない。最初である第 1 次大綱で「横断的な課題」、「関係省庁の連携、地域ごとの連携」の項目は見いだせるものの、それ以降は改定の理由、物流を取り巻く環境変化への対応、連携と協働の重要性の指摘などが中心である。これらの文脈から、大綱に“総合”を付した理由を類推すべきであるとしているのかもしれない。ただしこのこととは別に、

[12] 本章執筆担当者がこのように考える折、その方向を示す好個の書として　苦瀬博仁『ソーシャル・ロジスティクス―社会を、創り・育み・支える物流―』（2022 年 3 月、白桃書房）が公刊されたのは、今後の研究の幅広い展開の上で喜ばしいことである。

総合物流施策大綱の出発点となる第 1 次で「貨物輸送の重要性が旅客輸送に比べて国民に意識されにくいことに留意しつつ、……」としてこの分野に鋭意切り込んでいる点は相応に評価されねばならない。

このように関連文献を振り返ってみると、運政審の総合交通体系論と総合物流施策大綱との直接的な関連性は乏しいと判断するのが妥当ではなかろうか。交通にせよ、物流にせよ、そこに大きくかかわってくるのは民間事業者である。民の知恵を最大限に活化す方向が基本であり、彼らの活動だけでは社会的なサービスの必要量を確保できない場合に官の知恵が不可欠となろう。総合交通体系論、総合物流大綱論をこのような観点から活用するのが適切ではないのだろうか。識者の見解を俟ちたい。

［関連文献（順不同）］

1) 運輸省監修『わが国の総合交通体系』（1972 年 1 月、運輸掲載研究センター）
2) 運輸省監修『長期展望に基づく総合的な交通政策の基本方向-試練の中に明日への布石を一』（1981 年 7 月、運輸経済研究センター）
3) 運輸省編『21 世紀に向けての 90 年代の基本的課題への対応について』（1991 年 7 月、運輸経済研究センター）
4) 日本交通学会『交通学研究/1971 年研究年報　総合交通政策の展望』（1971 年 11 月）
5) 交通学説史研究会編『交通学説史の研究　そのⅠ』（1982 年 3 月、運輸経済研究センター）
6) 交通学説史研究会編『交通学説史の研究　そのⅣ』（1991 年 3 月、運輸経済研究センター）
7) 運輸省監修『物流革新の方向―運輸経済懇談会の記録―』（1969 年 8 月、運輸経済研究センター）
8) 運輸省監修『これからの都市交通の方向―運輸経済懇談会の記録―』（1969 年 9 月、運輸経済研究センター）
9) 運輸経済懇談会物的流通部会中間報告「物流近代化へのみち―昭和 60 年のわが国物的流通の姿を目指して一」
10) 「総合物流施策大綱」（第 1 次　1997 年 4 月　～　第 7 次　2021 年 6 月）
11) 苦瀬博仁「総合物流施策大綱の変遷と目標実現のための課題」、『物流問題研究 21 号』（2021 年 9 月）
12) 苦瀬博仁「ソーシャル・ロジスティクスの確立に向けて一軍事とビジネスに続く、第三世代の物流論」、『流通経済大学流通情報学部紀要　Vol.26,No.2』（2022 年 3 月）
13) 苦瀬博仁『ソーシャル・ロジスティクス一社会を、創り・育み・支える物流』（2022 年 3 月、白桃書房）
14) 日通総合研究所編『最新　物流ハンドブック』（1991 年 3 月、白桃書房）

講演録（１）第４回研究会　外部講師講演・質疑概要

1　はじめに

第 4 回研究会（2022 年 1 月 20 日）では、久染健夫様（元江東区中川船番所資料館）より「江戸の水運～大都市江戸の拡大～」と題してご講演いただいた。以下はその際のご講演と質疑の概要をまとめたものである。

2　講演概要

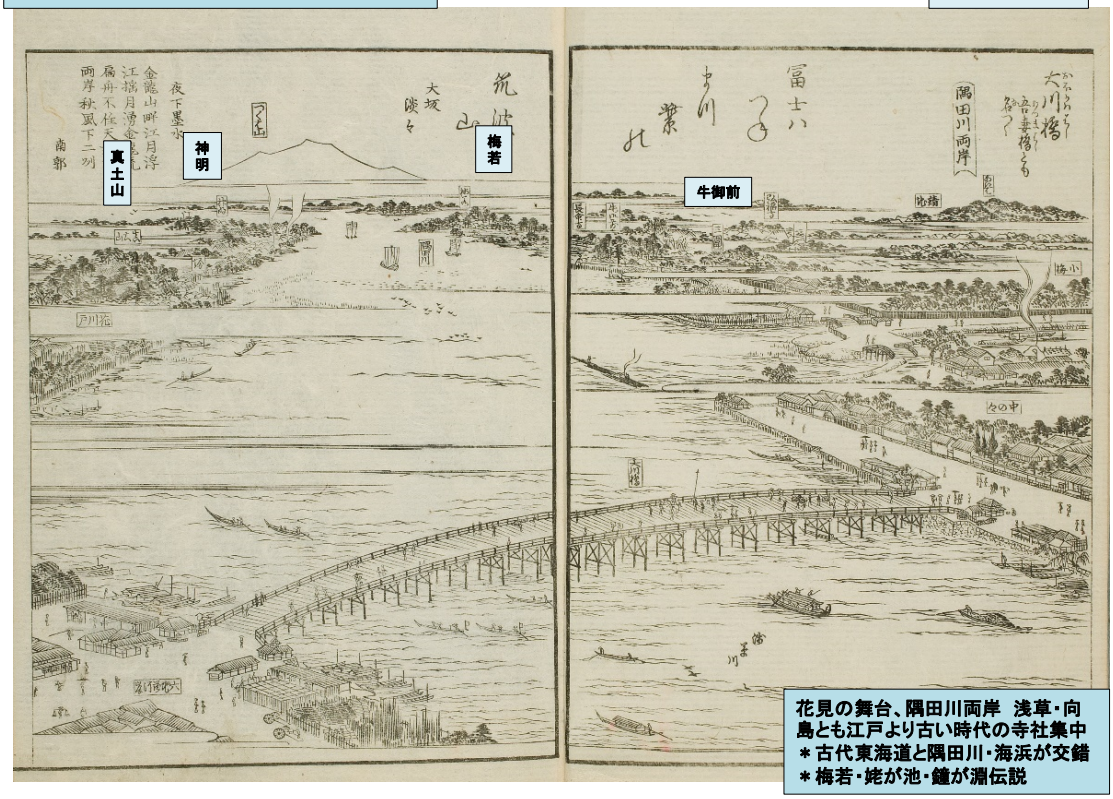
2.1　徳川家康以前の江戸周辺

江戸で水運が始まっていくと言うが、徳川家康が江戸という大都市をつくる前はどうだったのだろうか。在原業平の和歌にもあるように、都にまで知られた隅田川は、おそらく、江戸の城下町をつくる前提として欠くことのできない川だった。その頃の様子を示しているのが『江戸名所図会』で、江戸時代の後期にまとめられた名所絵である。何枚もあり、大変有効な資料だが、この絵は大川橋というタイトルが付いている。大川橋とは吾妻橋（浅草）のことである。この川の上流には、梅若伝説の木母寺がある。京都の吉田少将の子どもの梅若丸がさらわれて、隅田川のほとりまで連れてこられ、そこで命を落とした。そこへその母親が追いかけてきて、自分の息子が亡くなったと知って嘆き悲しむという、謡曲『隅田川』の舞台となっている。

その対岸には石浜神明宮がある。さらに隅田川の東岸には牛御前とあり、これは牛嶋神社である。当時、本所にかけての大きな神社であり、今でも、隅田公園に隣接して現存している。今、この大川橋から見える上流の風景こそが、古代から中世にかけて、後の江戸の周辺の市街地の中で最も栄えていたところである。その決め手は、当然、隅田川があったことではあるが、もう一つ、古代の東海道が交差していることが重要である。

「大川橋」『江戸名所図会』（天保7年　1836）

大川橋は吾妻橋



花見の舞台、隅田川両岸　浅草・向島とも江戸より古い時代の寺社集中
＊古代東海道と隅田川・海浜が交錯
＊梅若・姥が池・鐘が淵伝説

これは、歌川広重の『名所江戸百景』の中に描かれているもので、先ほどの絵（スライド3）の上流の様子である。絵の下のほうに街道があり、旅人が歩いている。おそらくこの道が古代の東海道と考えられる。梅若伝説で知られる木母寺の辺りから古代の東海道が続いていた。この古代の東海道は、今でも隅田川の東側、東武線の鐘ケ淵駅の南から直線で伸びており、中川、さらには柴又まで続いている。律令制の時代の8世紀につくられた幹線道路であり、それと隅田川とが交錯していることから、この辺りがおそらく、後の時代の江戸、あるいは東京の原点となっているところだと思われる。

「隅田川水神の森真崎」
春

八重桜が際立つ。桜の奥に見える社は水神社、今の隅田川神社で現在地より100mほど上流にあった。隅田川はこのあたりで西へと蛇行して千住に向かう。

川の対岸は真崎（先）と呼ばれ、真先稲荷・石浜神明宮がある。

左の船のあたりが橋場（隅田）の渡し

この道が古代東海道か。木母寺も近い

水神社（隅田川神社）

2.2　家康の入府と町割

家康がやってきた頃の、江戸城の周辺の想像図を鈴木理生氏がまとめている。この想像図の左下に、日比谷入江が入り込んでいる。その左側に太田道灌がつくった江戸城の跡もある。日比谷入江の右側には半島状の陸地・江戸前島があるが、その付け根の辺りに日本橋川がある。この日本橋川は今でも大変蛇行している。蛇行しているということは、人工の川ではなくて、いずれかの時代の海岸線と思ったほうがよい。その南側は、ところどころは陸地なのだが、満潮時には水没してしまうようなところもあったと考えられる。

そのため、家康は、比較的地盤がしっかりしている日本橋川以北のエリアに、まず城下町をつくろうと考えた。城下町といえば当然、駿河や三河から大勢の家臣を連れてくるわけだが、日比谷の入り江を埋め立てて家臣の居住地とした。今、和田倉門という門があるが、和田とは海のことで、海に面した倉があるという意味であり、中世の記憶が地名として残っている。この日比谷入江の一番奥まった辺りにあたる。

このように、入江を埋め立てて、家臣団の屋敷町にしていく。やがて江戸幕府ができると、参勤交代制により、諸大名の上屋敷が集中して置かれ、その隣の、江戸前島の北側、日本橋川の北側の辺りに日本橋本町という町をつくった。このようなかたちで、工業を担う神田、商業を担う日本橋と、武家の屋敷町、その後の江戸の、それぞれの地域が担う機能が圧縮されたかたちでつくられた。

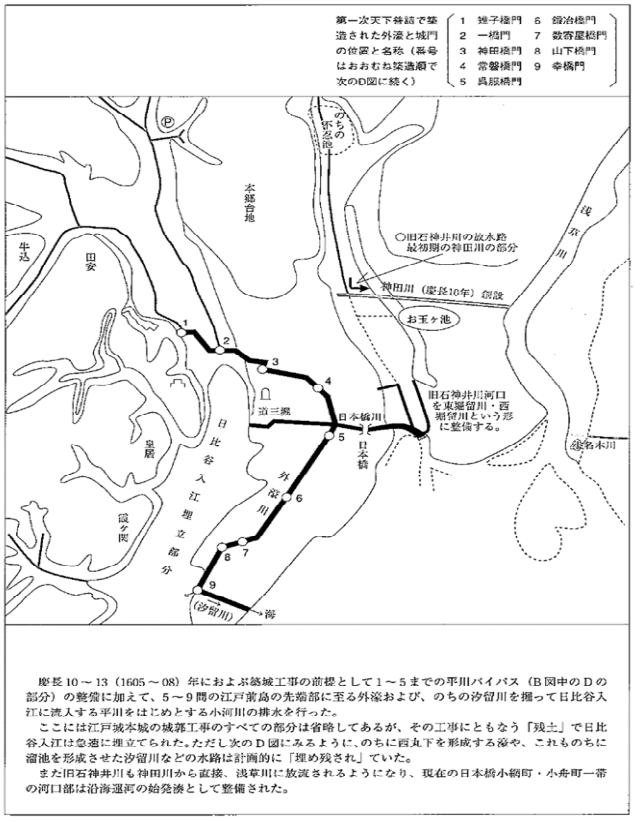
城下町江戸の建設と、運河の開削

□城下町江戸の建設

右図
江戸初頭の想像図
慶長10年(1605)頃

武蔵野台地先端に江戸城
東側に日比谷入り江・江戸前島

日本橋川以北に本町通り
江戸前島への拡大⇒東海道



慶長10～13（1605～08）年におよぶ築城工事の前提として1～5までの平川バイパス（B図中のDの部分）の整備に加えて、5～9間の江戸前島の先端部に至る外濠および、のちの汐留川を掘って日比谷入江に流入する平川をはじめとする小河川の排水を行った。
ここには江戸城本城の城郭工事のすべての部分は省略してあるが、その工事にともなう「残土」で日比谷入江は急速に埋立てられた。ただし次のD図にみるように、のちに百丸下を形成する濠や、これもものちに溜池を形成させた汐留川などの水路は計画的に「埋め残され」ていた。
また旧石神井川も神田川から直接、浅草川に放流されるようになり、現在の日本橋小網町・小舟町一帯の河口部は沿海運河の始発港として整備された。

63 ページの図の青線が本町通りであり、本町通りが外堀とぶつかるところ（青線の左端）が常磐橋御門である。常磐橋は日本銀行に近いところである。1877（明治 10）年につくられた石の橋が残っており、東北の震災後の修復が最近終わったばかりだが、これが、家康がつくった目抜き通り・本町通りだった。時代が下って、明暦の大火の後、隅田川の対岸に、本所の旗本・御家人の屋敷町をつくる際、江戸の中心と本所とを結ぶ橋として、本町通りの延長線上に両国橋が架かった。つまり、両国橋はあの場所でなければならなかった。このように、旗本も御家人も本町通りを歩いて、お城まで行くことができるというような、一つの都市のデザインがつくられていた。

このようにして、次第に都市が拡大していくわけだが、この図の中でも、本町通りがあり、その周辺にまずは商業地がつくられる。それと同時に、江戸幕府ができると、全国支配の中心地に切り替わることとなる。それまでは秀吉からもらった関東地方を支配していればよかったわけだが、そうはいかなくなり、五街道の制度などを設けていくこととなる。宿駅ごとに馬や人を用意して、江戸からどこか、例えば京都、に物資を運ぶ場合に、何日かけて、どこの宿場で継ぎ送りするかを算段しなければならない。それを担っていたのが日本橋大伝馬町であり、そのなかでも特権的な町人が担っていた。なお、江戸の市中の方を担っていたのが小伝馬町である。

また、大量の物資輸送は河川ということになる。そのため、まず日本橋川を整備し、その南側の江戸前島をさらに陸地化していった。この絵でも、たくさんの櫛の歯状の堀が縦に並んでいるのがわかる。左端の縦の通りが今の中央通りであり、日本橋から京橋にかけての辺りである。くしの歯状の堀は、今はもうないが、舟入掘といい、江戸の初期の材木置き場だった。

建築ラッシュに沸く江戸の町では材木が必要であり、櫛の歯状の舟入堀と、北の方の神田川沿いに神田佐久間町河岸がつくられて、その辺りに材木置き場が設けられた。このように、江戸の町づくりに有効な機能を果たすわけである。なお、櫛の歯状の堀は、江戸の中期にはなくなってしまうのだが、一番長い西のほうへ向かっている紅葉川が今の八重洲通りである。

舟入堀からさらに南の方に、三十間掘という堀がある。これを南の方へ下っていくと海に面しており、そこが汐留である。すなわち、海から直接江戸の市中へ引き込むための堀として機能していた。しかも、三十間堀は、雨どいのように、楓川から屈曲して掘られている。これはスライド 6 の江戸前島沿岸のフォルムである。つまり、自然にさからわず、比較的地盤が確かなところに沿いながら川をつくっていた。

三十間堀ができて、その東・海に近い方は、明暦の大火の後に開拓され築地ができる。新しくつき立てた土地だから築地であり、全国どこにでもある地名だった。面白いのは、築地の北に八丁堀（八町堀）という堀がつくられる。これだけ海が近いのであれば別に川は要ら

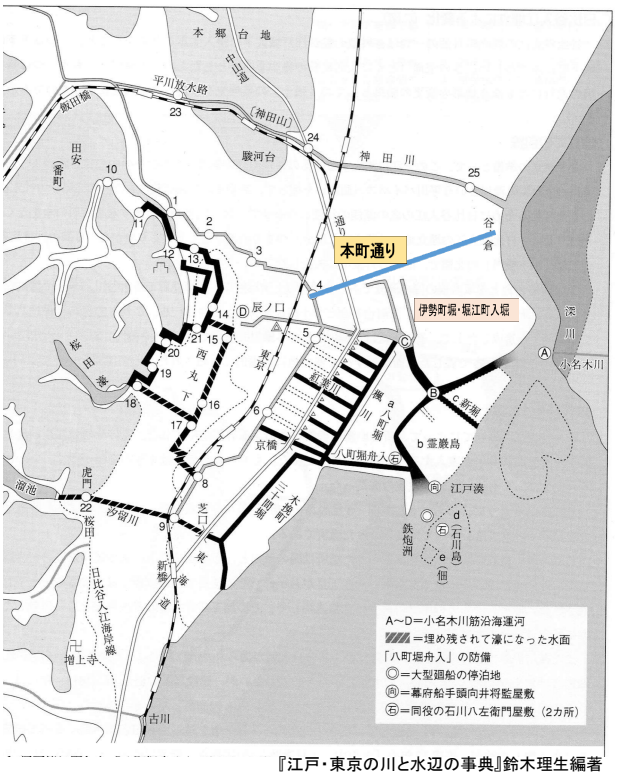
ないのではないかとも思えるが、当時の舟は木造で大型でもない。海は荒天で流されれば危険なため、確実に安全に、大量に物資を搬送するため、川を開いた。例えば仙台藩などが江戸へ年貢米を送る場合、従来は太平洋を下ってきて、房総半島を迂回して江戸湊にきていたが、江戸の中期になると、茨城県の那珂湊から川を継ぎ送りするようになった。上方とのつながりでは海運でなければどうにもならないが、それ以外では、このように河川交通に頼ることが増大した。

さらに舟入堀の東側に、八丁堀（八町堀）、霊巌島を整備していく。霊巌島の北の三角形が箱崎。都市を拡大する際に、地続きで埋め立てるのではなく、川を 1 本埋め残して新たな土地をつくっていくというやり方だった。これは現代まで変わらないことだと思うが、新たに土地が造成された地域では、掘ってつくるのではなく、埋め残してつくることが、一つの特徴と言ってもよい。

日本橋川から本町通りと書かれている真下のところに 2 本、角（つの）のような川が突き出ているが、左側が伊勢町堀で、右側が堀江町入掘である。この 2 本の川の辺りから、環状線のように北へ上がり、そこから西へと迂回する石神井川という川が流れていた。石神井といえば、練馬区の地名だが、あちらの三宝寺池のほうから江戸を取り囲むようにして流れてきて、この日本橋の辺りに注いでいた。

ただし、この石神井川が氾濫すると江戸の市中に水があふれてしまうため、その流れを途中から付け替え、今の JR 御茶ノ水駅の辺りの、神田山を切り崩して切り通しのようにして、神田川をつくった。ただし、全部埋め立ててしまうのではなく、2 本の堀を残して、江戸の初めの頃は、この近くまで海船が入ってくる港としても機能していたと考えられている。この地図の段階では、すでに八丁堀や霊巌島があるため、この堀まで大型船が行くことはなかった。しかし、その後も本町周辺は江戸の大問屋がひしめくところで、明治維新を経てもあの辺りは江戸経済の中枢だった。

江戸初頭想像図②　慶長16～19年頃（1611～14）



『江戸・東京の川と水辺の事典』鈴木理生編著

江戸幕府が成立し、江戸が実質的な首都になった時代。

本町通りを中心に江戸城下町の原型が作られる。

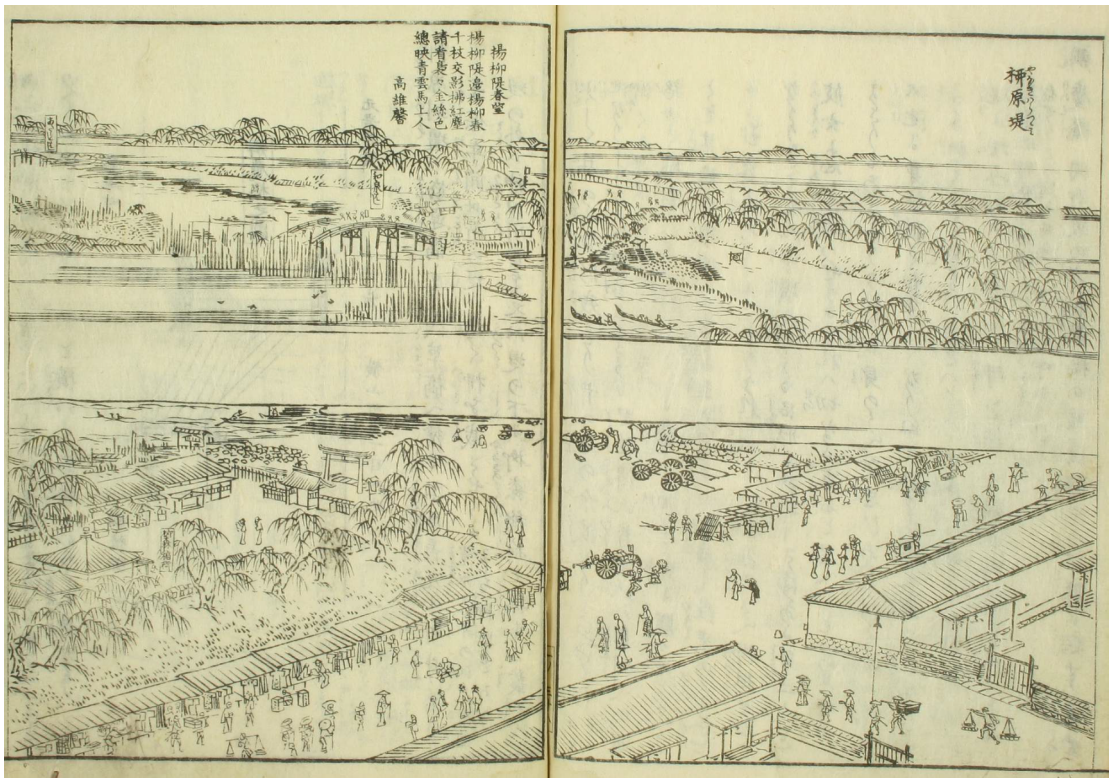
石神井川の流れを変え、伊勢町堀・堀江町入堀を開く
⇒最初期は江戸湊⇒周辺の問屋・廻船問屋が江戸
経済の中心に

日本橋川以南：江戸前島の開発⇒
櫛の歯状の堀＝材木置き場

箱崎・霊巌島が整備されていった。

この絵は神田川沿いで、江戸のごく初期には材木置き場だった。左側に縦の棒がたくさん描かれているが、製材した材木が立て掛けられている様子である。この神田川沿いの南側は柳原堤と呼ばれていて、柳の木がたくさんあるのだが、この絵の下の方に並んでいるお店が古着屋である。江戸の庶民が、例えば浴衣をあつらえたいというときは、こうした古着屋で買い求めるのが普通だった。今でもラシャなどを扱う商店が幾らか残っているが、柳原堤はそういうところであった。

この柳原堤の近くに筋違御門がある。ちょうど秋葉原から煉瓦が続いている線路の塀の辺りだが、そこは八ツ小路といわれるようにたくさんの道路が集中するところだった。神田川などで運ばれてきたものを、そこから陸上輸送でどんどん市中に分散させていく機能を持っていた点が面白い。



『江戸名所図会　柳原堤』天保7年（1836）長谷川雪旦画　神田川沿い

これは、まだまだ江戸のごく初期の頃の絵図だが、このような江戸の町が次第にできてきた。残念ながら、隅田川より東側はほとんど描かれていないが、1657 年の明暦の大火（振袖火事）で江戸中が焼けてしまう直前の様子である。図右上、碁盤の目状に区画があるのが本町界隈である。堀留川などがあり、この辺りから城下町が広がっていった。

下の方の赤くたくさん塗られている辺りが増上寺である。左端にある池が赤坂溜池であり、初めは上水源だったのだが、江戸の途中からはだんだん水質が悪化してしまった。そこで井の頭池から上水を引いてくる神田上水を開いた。江戸の井戸の頭という意味で井の頭である。

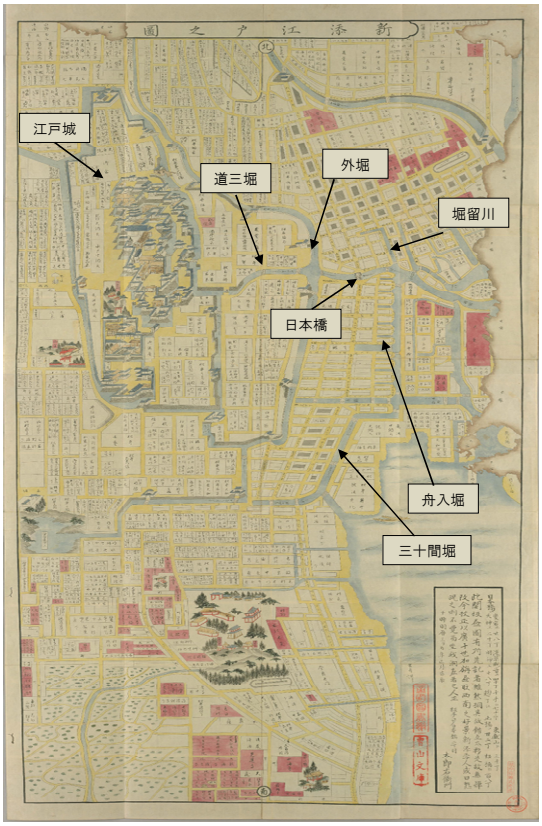
□江戸時代初期の運河の開削

右図
『新添江戸之図』
明暦年間（1655年頃）

江戸城東側に城下町　神田・日本橋

道三堀・日本橋川に外堀が交差
堀留川：江戸初頭は海船の湊
舟入堀：櫛の歯状、最初の材木置場
三十間堀：江戸前島東側沿岸部

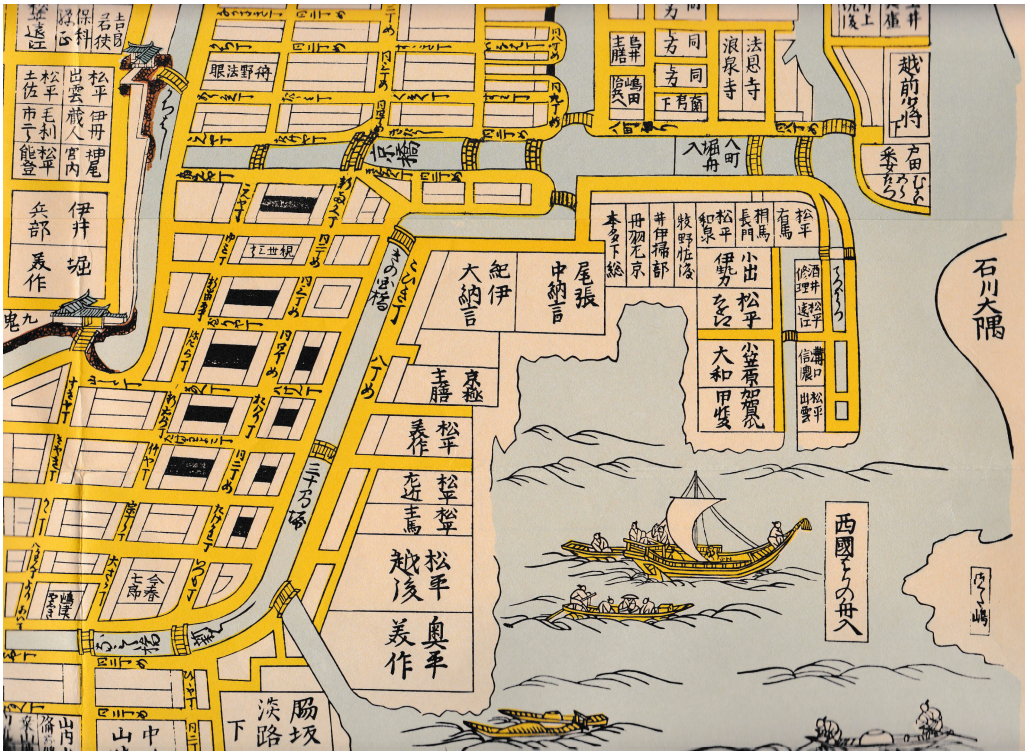
隅田川以東に小名木川（図外）



これはのちの築地の様子である。北の方に横に川があり、京橋まで続いている。京橋の右手に「八町堀舟入」とあるが、舟がここまで入ってくるということである。これが八町（丁）堀で、その南に大名屋敷が並んでいる。海が迫ってきていて堀が無くてもよいとも思えるがそうではない。船による輸送の安全性を高めるのが堀開削の目的。尾張中納言や紀伊大納言などの徳川御三家にも下屋敷が与えられており、防衛のための幕府の意図がうかがえる。

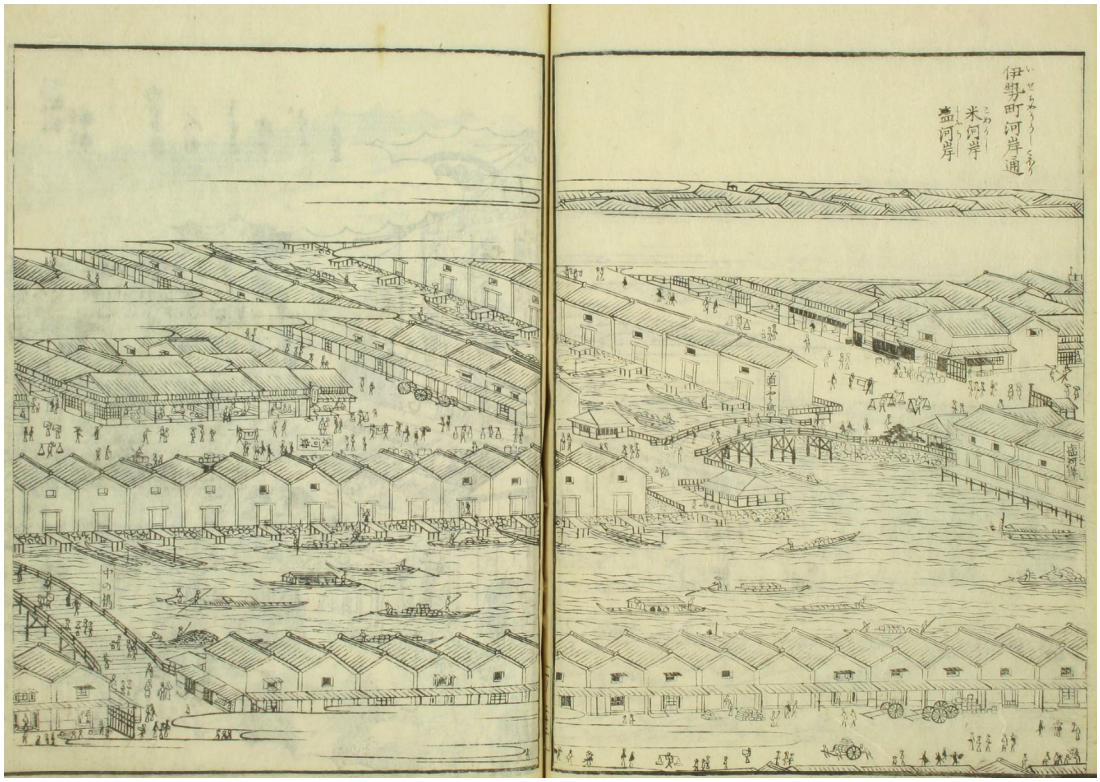
また、下の方に西国との舟入とあり、海船が描かれている。大きな船は上方からの下り荷物を積んできた船であり、その下で何人か乗っているのが川舟で、これが大きな船から荷物を引き受けて、江戸のあちこちに配送するというシステムがうかがわれる。

『新添江戸之図』明暦3年（1657）



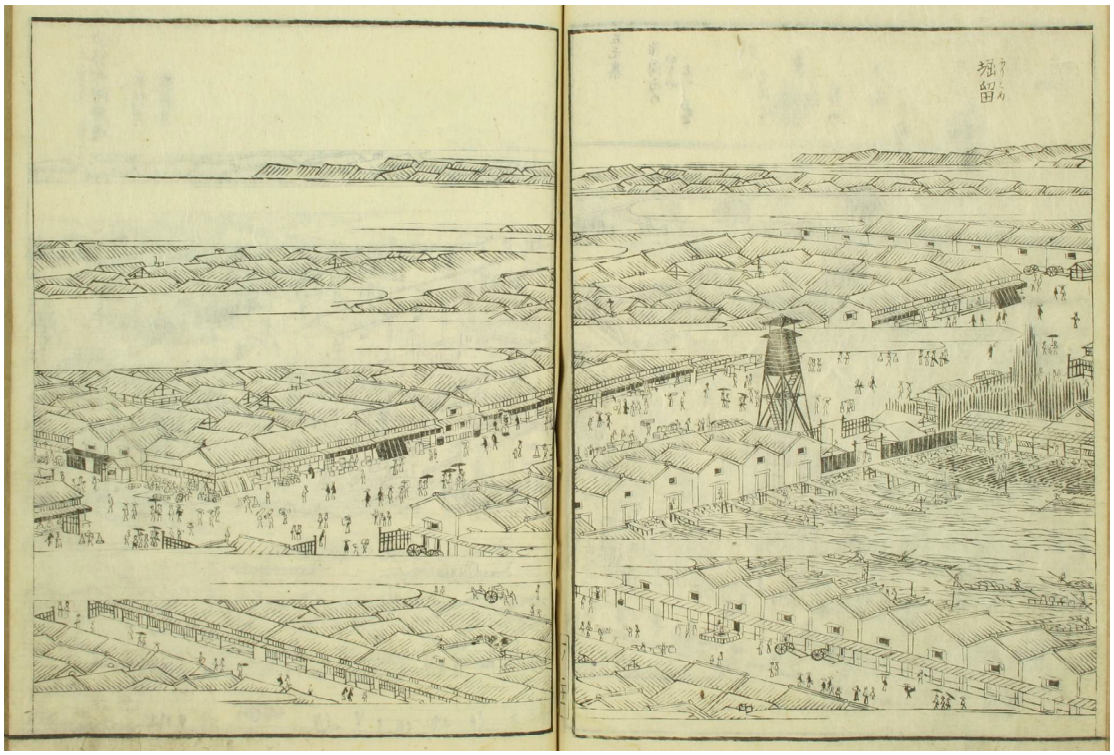
2.3　江戸市中の掘割

先ほど触れた日本橋川から北へ伸びる 2 本の角（つの）のような堀の左側で、直角に折れ曲がっている様子が描かれている。折れ曲がっていることで川の長さが伸びて、より多くの倉を建てることができる。よく見ると、川に面して倉が並んでおり、それぞれの倉の奥に道路があり、その奥に店舗がある。川・倉・道路・店舗がセットになっている。恐らく、この辺りは規模の大きな、比較的老舗クラスの問屋が集中しているかと思われる。このようにして、舟から直接荷物を倉の中に搬入する。その通りを挟んで反対側の店舗では商いをしていて、店の中の品物が品薄になれば倉から持ってくるというやり方である。深川佐賀町辺りの倉の町でも、同じような構造が見られる。



『江戸名所図会　伊勢町河岸通』天保7年（1836）　長谷川雪旦画

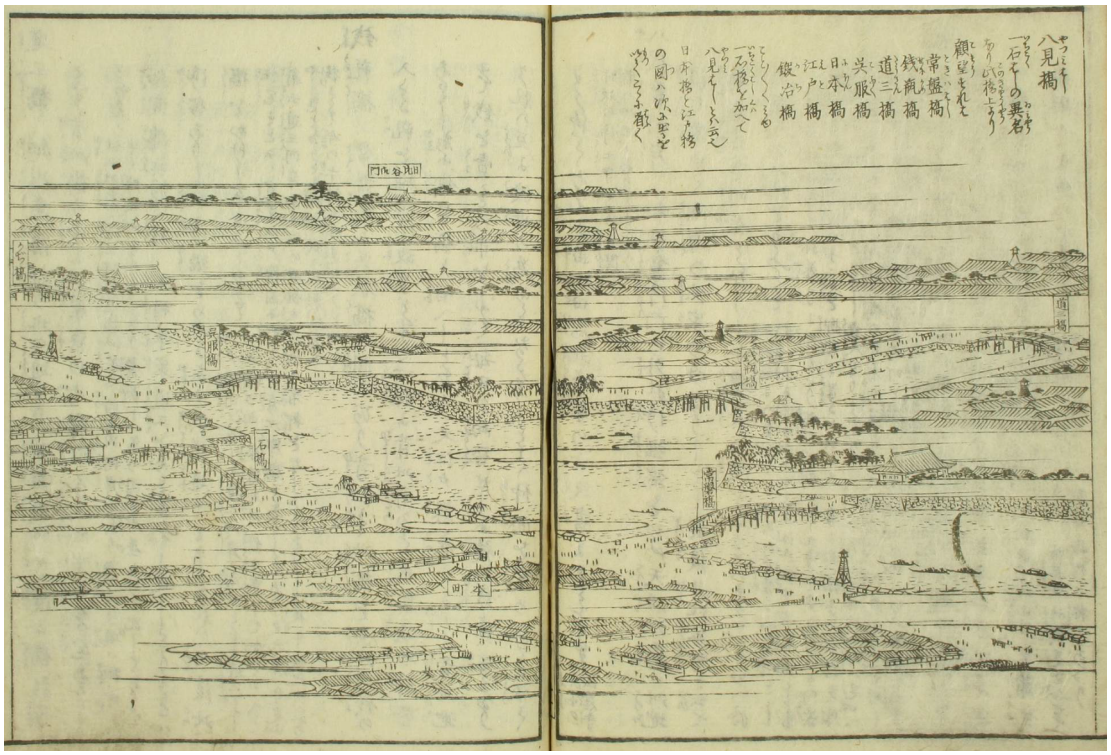
これは、右側の 1 本で直線でつくられている堀江町入堀である。これも、沿岸に倉が立ち並び、店舗がある。この絵のもう少し左手（北側）に本町通りがあり、この辺りが江戸の経済の中枢だった。ちなみに、右側に描かれている高い建物は火の見櫓で、今は堀留出張所という消防署がある。このように、江戸の一番の中枢を、この 2 本の堀留川とその北側にある本町通りが担っていた。



『江戸名所図会　堀留』天保7年（1836） 長谷川雪旦画

これは八見橋（やつみばし）と呼ばれる風景で、左側の真ん中辺りにある八見橋（一石橋）を含め 8 つの橋を眺めることができる。一石橋は日本橋の西側にあり、一石橋の北側は今の日本銀行で、当時、金座があり、後藤三右衛門という人が差配していた。南側は今の呉服橋の交差点で、将軍家の呉服類御用をつとめる呉服師所があった。この呉服師所を後藤縫殿助（ぬいのすけ）という人が差配していた。後藤（5 斗）と後藤だから足せば一石だ、というところから一石橋という名前がついた。そこから眺めると、常磐橋や道三堀橋などの橋、川と川が交差する光景が眺められた。

外堀は城のお堀だから防衛のためにつくられたわけだが、よく見ると荷舟が数隻浮かんでいる。ただ防衛上のお堀ならばそのような舟は浮かばない。この辺りは東側が日本橋の問屋街、本店が立ち並んでいる地域であり、そういう意味でも、外堀が流通の運河としても機能していたことがわかる眺めになっている。



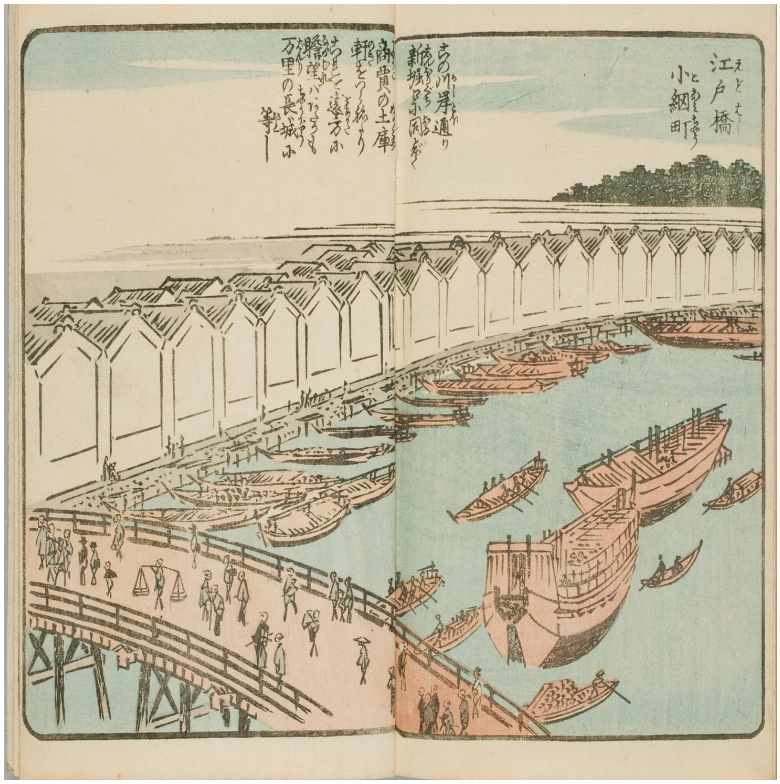
『江戸名所図会　八見橋』天保7年（1836）　長谷川雪旦画　一石橋からの眺め

これは日本橋であり、歌川広重の『名所江戸百景』の 1 番目の絵だが、橋の左（西側）の西河岸に土蔵が連なっている。高級木材のヒノキ材を扱う問屋がたくさんあった。奥の方に一石橋があり、その先にお城が見える。そして、左上には富士山が見える。雪をかぶっていることから正月の風景であり、まさに江戸の繁栄を表している描き方である。

右下が日本橋の北東エリアで、魚河岸である。城下町・江戸をつくる時、その日の食事のことから考えなければならなかった。魚介類を安定的に確保するシステムをどのようにして作り上げるか、ということが課題となる。連れてきた家来だけでなく、商人や職人もたくさん来てもらわなければならない。そのため、例えば佃島や芝、深川などに漁師さんたちを住まわせて優遇するなどして、江戸前の海からの魚介類の確保を考えた。それを集約するために、魚河岸をつくっていった。

これは日本橋の東隣にある江戸橋であり、これも歌川広重の『絵本江戸土産』というシリーズの冊子の中の 1 枚である。江戸橋は小網町にかけて土蔵が連なっていた。倉が並んでいる風景の何が名所なのかということだが、これだけの土蔵が並んでいる風景は日本国中探してもない、せいぜい大坂の堂島ぐらいだろう。これが大都市・江戸の繁栄をよく表しているということである。河岸には荷物を小分けして江戸市中の河岸に配送するおびただしい数の川舟が浮かんでいる。

『絵本江戸土産
江戸橋小網町』
歌川広重



日本橋の東側に架かる江戸橋周辺

2本の堀留川からも近く、立ち並ぶ土蔵、大小の荷船

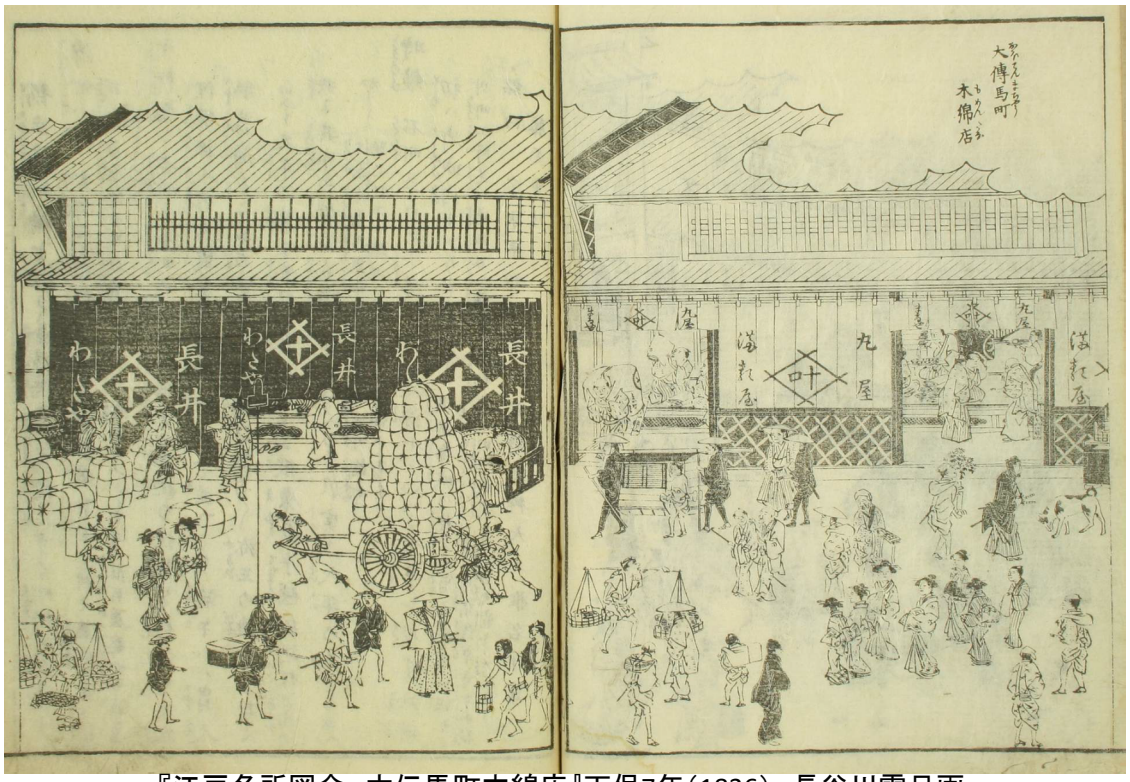
これは日本橋北側の現中央通りの繁栄を表している風景であり、奥に富士山が、その手前に江戸城が、手前には現三越が描かれている。右手が今の三井住友信託銀行（本館）のあるところで、富士山が見えるから駿河町であり、手前の横の通りが中央通りである。侍も歩いていれば、てんびん棒にカツオを乗せている魚売りも歩いている。侍が通っているからといって、脇にどいて通り過ぎるのを待つなどということはなく、これこそが江戸の繁栄だった。この経済的な発展を維持するための仕掛けが水運であった。

『江戸名所図会　駿河町　三井呉服店』天保7年（1836）　長谷川雪旦画

これは家康がつくった最初の目抜き通りである本町通りの様子。「長井」と「丸屋」というお店が描かれている。これらは実際にあったお店で、いずれものれんを下の方へおろしている。何かお客さんはあまり来なくていいような感じに見える。これはどちらも木綿問屋で、一般の人を相手にしているわけではない。仲買や小売商を相手に商売をしており、その小売店の人たちが買い付けに来る。左側に、高く積まれた綿を運ぶ荷車があるが、こういう風景が、本町通りの一つの風物詩であった。

この本町通りでも、こうした小売店を相手にする大問屋ばかりではなくて、小売りをするお店もあり、そういうお店で買い物した人たちが右下の女性である。偉い方がいて、お付きの女中さんなども一緒になって買い物をした帰りなのだろう。この絵の右手に今の東京駅にある大丸があるので、その大丸で買い求めた人たちと考えてもよいだろう。

なお、今の三越も初めは本町通りで開業したが、三井はいわゆる現金掛け値なしという商売である。通常は座敷での相対取引であり、同じ反物を売るにしても、前の客に 1 両で売ったものを、次のお客に 1 両 2 分で売ることもありえた、三越はそうではなくて、初めからこれは 1 両ですと言ったらそれで売るという、大衆向けの商いであった。そういう商いをすると、この本町界隈の大問屋からは非常に煙たがられて、日本橋室町の方に移転した。三井越後屋にとっては、それがよかったわけであり、むしろ幕府や大名相手でなく町人向けのお店としてあれだけ成長したということにもなるだろう。



『江戸名所図会　大伝馬町木綿店』天保7年（1836） 長谷川雪旦画

これが大伝馬町にあった呉服店で下むら大丸屋といい、今の大丸である。この『名所江戸百景　大伝馬町こふく（呉服）店』の絵は 1855（安政 2）年に描かれたものであり、安政の大地震後の江戸が描かれている。なお当時、広重はもう晩年だったが、この『名所江戸百景』で江戸内外の名所を描ききった。右側の行列は大工の棟梁であり、壊れたお店や屋敷が直り、大工をはじめ大勢の人たちの上棟式を終えた一行の姿を描いている。

「大伝馬町こふく店」
秋

通旅籠町にあった大丸呉服店。

看板には「けんきん（現金）かけねなし（掛け値無し）　呉服太物類　下むら大丸屋」

越後屋・白木屋とともに江戸の三大呉服商

上棟式を終えた大工の一行。先頭が御幣に五色の布を付けた幣串（へいぐし）を担ぐ棟梁で、あとから破魔矢を持つ大工が続く。

安政2年（1855）10月2日の大地震（安政の大地震）で大きな被害のあった江戸が復興する様子を暗示

これは日本橋川の鎧の渡しであり、倉が立ち並んでいて、これぞ江戸の名所という風景である。女性の立っているところが東京証券取引所の辺りで、今の兜町である。鎧の渡しの鎧も、兜町の兜も、どちらも平安時代の武将、八幡太郎義家（源義家）の伝説による。彼が東北征伐でこの辺りにやってきて、海が荒れていて渡れないというので、自分の着ている鎧を投げ込んで海神の怒りを鎮めたというのが由来である。また戦に勝ち帰ってきた時に一休みした際に兜を脱いで置いた場所なので兜町である。兜岩が今でも残っている。

橋を架けることは大変だが、無いほうが舟の航行にはよい。そのため、このような都心中の都心だが渡し場があった。中央奥で運ばれているのが酒樽で、霊巌島の新川は醸造品の集まるところだったから、そういった酒樽などが運ばれていた。新川では、酒だけではなく味噌、醤油、酢なども扱っていた。いずれも醸造品で、みな樽を使うという共通点がある。当時、樽は何度でも使うため、明き樽問屋という問屋があったぐらいであり、すぐに回収できるように一ヶ所に集まっているというようなこともあった。また、いずれも重たい商品なので、上方方面から海船で来て、江戸の奥の方に運ぶより、海に近いところで荷おろしした方がよいという要素もあった。

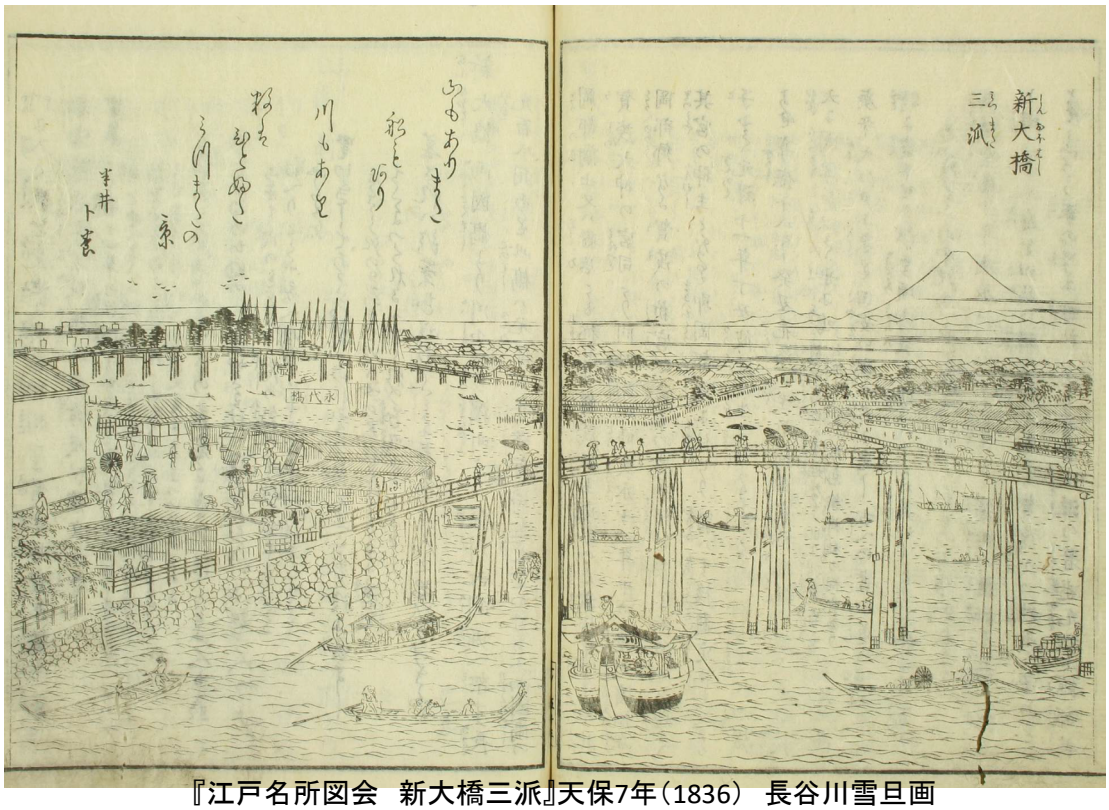
「鎧の渡し小網町」
夏

日本橋川＝江戸経済の中心

八幡太郎義家の伝説

立ち並ぶ土蔵＝比類のない景観

これは 1693（元禄 6）年に隅田川に架けられた新大橋であり、奥が元禄 11 年に架けられた永代橋である。左側が本所・深川である。本所に旗本、御家人の屋敷町ができ、それが完了した元禄 6 年に新大橋が架けられた。右手奥には細い川が描かれており、これが箱崎川で、今は埋め立てられてしまったが、その間の島が、今の箱崎のエアターミナルの辺りである。箱崎界隈は川跡をうつむいて探すよりも上の高速道路を眺めることで川跡が分かる。



『江戸名所図会　新大橋三派』天保7年（1836）　長谷川雪旦画

これは隅田川で、左側に箱崎がある。中央は浅瀬のイメージ（のちの中洲）で、隅田川も全部が深い川ではないことがわかる。これは隅田川に限ったことではなく、江戸湊そのものが遠浅の海で、ところどころに島が点在していたからこそ、埋め立てして開拓するのは大変だったと思うが、これが江戸の拡大、今の東京につながる要因だったと思う。

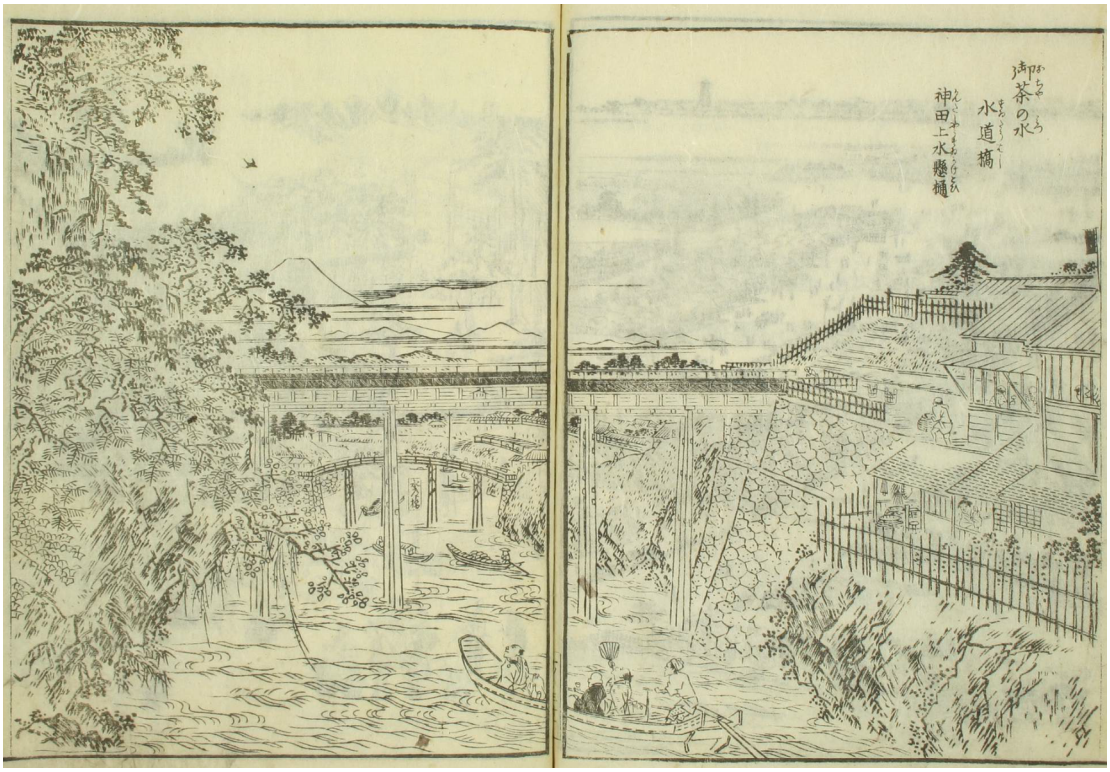
『名所江戸百景色
みつまたわかれの渕』
歌川広重

中央の葦が中洲で、その奥が箱崎
右手に箱崎川。
隅田川本流は手前から左手奥へ

これは築地で、右の大きな屋根の築地本願寺を中心に渦巻き状に土地ができ、川ができて、周辺には大名の屋敷がたくさんあった。そういうところの川は、大名の屋敷に国元からの物資などを運ぶための堀であり、全部総称して築地川と呼んでいた。今ではほとんどが埋め立てられてしまい、浜離宮庭園に行く時に渡る橋の下の川が唯一残っている。福沢諭吉がいた豊前中津藩も、この築地に屋敷があって、そこで慶應義塾が生まれたほか、江戸の初めの頃だが、赤穂藩の鉄砲洲の屋敷がこの辺りにあった。幕末には海浜に外国人居留地が置かれ、病院・教会などもあり、西洋文明にふれることができた。

『絵本江戸土産　築地西本願寺』

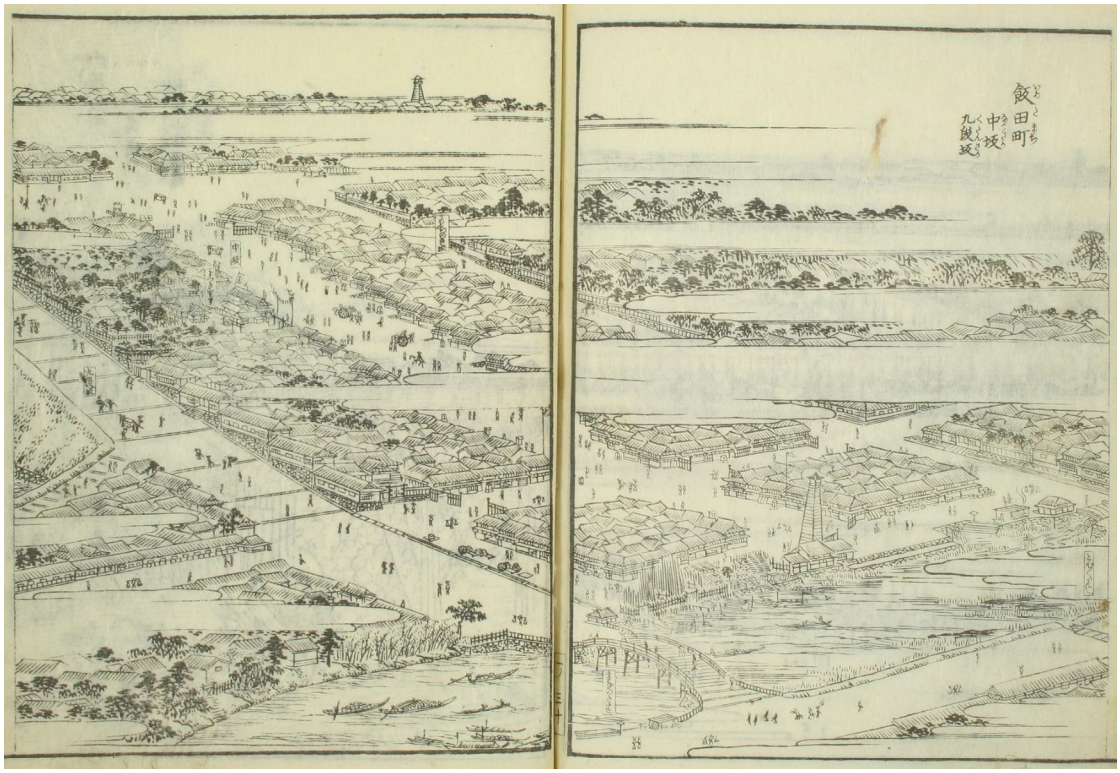
これは神田川の風景だが、中央に差し渡してあるのが神田上水の掛樋（水道管）である。右側が水質を管理する水番屋で、左側の樹木の先、神田の駿河台に向けて、高低差で給水していた。このように井の頭から日本橋の北まで神田上水が通っていた。水番屋の手前には料理屋があり、江戸城から非常に近いところだが、渓谷美を楽しみながら川魚を食べたりしていた。神田川は佐久間河岸辺りでは物流に非常に貢献している川だが、少し西の方にではこのようにレジャーでも楽しまれていた。



『江戸名所図会　御茶の水　水道橋』天保7年（1836）長谷川雪旦画

これは九段下の辺りである。坂が 3 つ描かれており、一番左側が、9 段、段々があるから九段坂。隣が中坂。さらに隣がもちのき坂。中坂の左側に柱が立っていて、縄が張ってあるが、これが築土神社である。ここは、いわゆる世継稲荷神社があったところで、将軍家ともゆかりがあり、田安明神と呼ばれていた。九段坂は右側に屋敷があり、左側はお城だから、そんなにぎやかなところではなかった。むしろ、中坂がにぎやかなところで、神田明神のお祭りでもみこしが通るのは中坂だった。そのため、店舗が立ち並んでいた。

下の方には川があるが、これは外堀。この辺りの外堀は、北に行くと神田川と合流していたが、水害対策のために切ってしまい、堀留になる。下の中央に架かっている橋が俎（まないた）橋であり、その右には堀留橋がある。これを下ると日本橋川と合流し、隅田川を経て海につながる。つまり、この辺りまで海からの物資を直送できた。この辺りは江戸城で賄いをする料理人が大勢住んでおり、食材の調達の点からも海から直送できることは利点だった。九段の辺りは武家地で屋敷が並んでいたが、屋敷だけでは武家人が生活できない。だから、この辺りだけ、日常の買い物をする店や町場が広がっていた。これも舟運があってこそと考えてよいだろう。



『江戸名所図会　飯田町　中坂九段坂』天保7年（1836）　長谷川雪旦画

2.4　江東方面の役割

今度は隅田川の東側、江東方面をみてみたい。この地図は江戸の初めの頃の、武蔵の国全体を描いた国絵図の一部。中央に浅草川とあるのが隅田川であり、右下に利根川とあるのが、今の東京都と千葉県の境の江戸川である。

元々江戸川が利根川の本流であり、西から流れてきた利根川が千葉県の関宿（今の野田市）から南へ折れて、江戸の湊に注いでいた。それを、既存の川をうまくつなぎ合わせながら銚子のほうへと付け替えた。付け替えて新利根川ができたわけだが、元々の利根川も生かして江戸川になった。これは関東地方と江戸を結ぶための川のネットワーク作りであり、30 年ぐらいかけて取り組んだ。

この川のネットワークができると、関東の農村の特産品、たとえば桐生の絹織物、行田の足袋、行徳の塩、銚子や野田の醤油（ヤマサ、ヒゲタ、キッコーマンは 17 世紀からの操業）が江戸へ運ばれ商いされることで、大量生産が可能になった。これは村にとっても江戸の人にとってもよいことで、このようなネットワークが新たな江戸をとり巻く経済圏をつくっていった。

小名木川の開削

□小名木川開削の目的
□小名木川開削時の地形と水路

右図
『日本分国図』（正保国絵図写）
正保年間（1645～48）

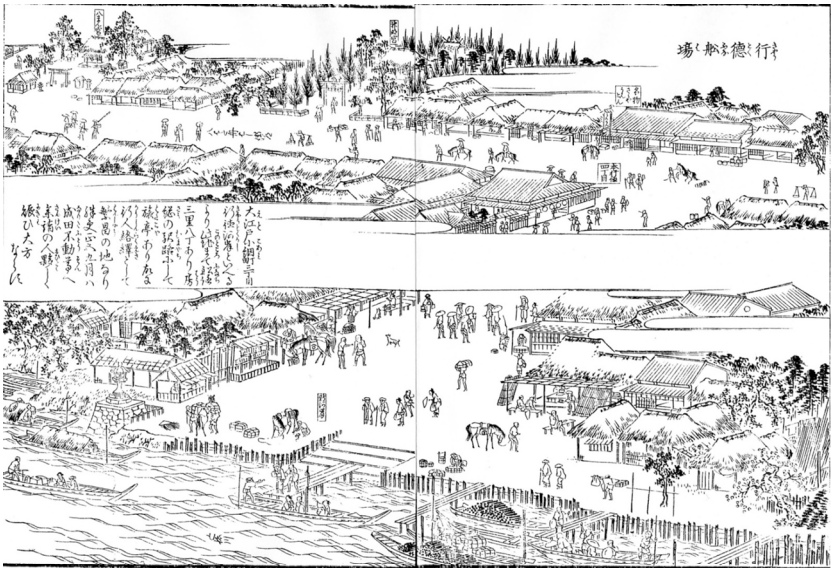
江戸を取り巻く流路と海浜
浅草川（隅田川）・中川・利根川（江戸川）が江戸湊に

小名木川・新川（船堀川）の開削　確実・安全・大量の物資輸送

これは行徳（今の市川市）の船着き場。千葉の行徳というと塩をつくっていたということが非常によく言われるが、江戸川と海に挟まれており、水害のたびに塩田がうまくいかないため、江戸時代を通じて、コンスタントに江戸に塩を供給していたのは瀬戸内だった。濃い海水を、土で作ったつぼの中に入れて、そのまま船に積んで、船の中でつぼごと焼いて、江戸に着いた頃、塩になっているというやり方をしていたそうである。行徳は湊として栄え、この辺りで舟を江戸の河岸（掘割）や納品先に見合う舟に仕立て直すことをしていた。関東一円にこうした川の駅、河岸がたくさんできた。

右図
『江戸名所図会 行徳船場』
天保7年(1836)

奥川筋の完成と川船流通の増大
江戸川河口からやや上流にある湊。行徳は塩の産地と湊としての機能
日本橋川には行徳河岸



*画面奥の行徳街道と、手前の河岸に出る道筋、日本橋講中が建立した常夜灯も現存

ただし、江戸へ物資を運ぶ時に、どこからでもよいのかというとそうはいかず、小名木川から江戸へ運ばれていた。小名木川は徳川家康が江戸へやってきて日本橋川などを整備するのと同時期につくった、最初の運河の一つである。現在でも江東区を東西に 4.64 キロ流れており、端から端まで埋め立てられないで残っている家康時代の運河としては、恐らくこれが唯一かもしれない（日本橋川は海岸線）。下の方に大勢の人が乗っている乗り合い舟が 2 艘あるが、ここが小名木川であり、中央を横に突っ切っている川が中川である。中川は、利根川（江戸川）と浅草川（隅田川）のちょうど真ん中を、くねくねと蛇行している川である。

奥の方の川が、新川（船堀川）である。よく見ると、河岸、沿岸のところに覆いをしている舟が泊まっており、また奥の方の空が赤くなっていることから明け方であることがわかる。また左下に、江戸へ入る前に荷物の検査を受ける中川番所がある。つまり江戸への入り口はここ 1 カ所であり、関東のいろいろなところからの物資が運ばれて、必ずここを通って江戸市中へ入る。営業時間は明け六つ、午前 6 時ごろ開始なので、それを待っているのかもしれない。このように、小名木川から隅田川を経て日本橋に向かうのが幕府が定めた川舟の公式ルートということになる。

中川番所には、いろいろな物資の伝票のようなものがあらかじめ送られてきていて、船頭さんが持っている証文と照らし合わせた。なかでも、大名などが絡む大砲や鉄砲、火薬などは厳しくチェックされた。

船番所と物資流通

□中川番所への移転

右図
『名所江戸百景　中川口』
歌川広重

手前：小名木川　2艘の乗り合い
中央横：中川　3組の筏、釣り人
奥：新川（船堀川）

沿岸に停泊する船、左下が中川番所

これは中川船番所資料館で、番所に酒樽を積んだ船が入船してきたのを番所の役人があらためるというシーンの再現である。例えば酒樽であれば、この頃関東の下総国や常陸国などから、いわゆる地廻り酒が運ばれてきたのを改めるだけでなく、年貢として納めなければならなかったはずの米がお酒に変わってしまっているのではないか、といったことも確認する。中川番所の役人がいちいち関東の村々へ行くわけではないが、在所の代官所などが酒造調査をする。そういったことに役立てられていた。

□番所の仕事

右図
中川番所のジオラマ

酒樽を積んだ船が4艘仕立てで入船

継送りによる輸送が基本

御規定品の検査
通船時間：明六つ～暮六つ
魚介類・野菜は夜間も可

2.5　江東方面の掘割

この絵は元禄の末の 1702（元禄 15）年のものだが、中央に小名木川がある。この当時から比べると、江東区の面積は 4 倍、5 倍となっていると思う。小名木川は、今では江東区の北の方にある。小名木川の左端が隅田川、右端が中川である。これは大昔から流れている川だから、上流から運ばれてきた土砂で、中央の半島状の陸地がある。

小名木川の北側の、隅田川の沿岸に、最初に深川村ができる。深川八郎右衛門などが開いたから深川村である。小名木川の南側の、半島状の陸地に碁盤の目状に掘割が張り巡らされているところに、神田佐久間町、日本橋の材木町（現中央通りの辺り）にあった材木置き場が引っ越してきた。

これは、1641（寛永 18）年に大きな火事があり、材木を高積みしているのが延焼の原因とされたことによる。そのため、隅田川を越えて、この半島状の陸地のところに貯木と搬送のための堀をつくり、材木を沈めておけば燃えないし、この辺りは海水だから腐らないということで材木置き場ができた。なお、それまでこの辺りには漁師がたくさん住む深川猟（漁）師町があったが、漁師たちはその周辺に分散するように移動した。また、材木置き場の右下に赤色で示されているのが深川の富岡八幡宮で、深川の南部の開発の拠点にしていった。

その東側では、入り江が北のほうへ入り込んでいる。小名木川をつくった時も、中央の辺りは海だったという意味では、築地と同じである。その後、1657 年に明暦の大火があり、小名木川の北側のエリアが大きく変わる。横十間川、大横川があるが、この辺りは碁盤の目状にきれいに街区がつくられている。これが、侍の屋敷町、本所である。小名木川の 1 本北側の竪川と大横川、横十間川に並行させて道路をつくり、街区ができて、そこに旗本や御家人の屋敷地をあてがうやり方である。

隅田川を越えた引っ越しは､戦が起きても､すぐに駆け付けられないということにもなり、将軍家も相当気を遣った。竪川という名前も、江戸城から眺めた時に縦（竪）だからという意味であり、江戸の市中と一体であるというように気を遣うわけだが、その侍の屋敷町に食料を供給するのが、その東隣の、今でいう亀戸や大島である。このように、武家地と食料供給地が一体となって本所という名前にしたということである。元々、本所村というのは広大にあったわけではなくて、今の吾妻橋のアサヒビールのある辺りが本所村と呼ばれていた。本所という名前は考えようによってはとても大きな名前であり、それをうまく使って本所の町をつくったということである。

明暦の大火の後、次の課題となったのが、この材木置き場である。絵で見ても分かるように､隅田川を挟んで西側には箱崎と霊巌島がある｡その先には八丁堀や日本橋､京橋がある。当時、今と違って通信機能がないから、商業を考えると倉の位置が重要だった。お店の目の前ではなくても、比較的近いところに倉がなければならない。八丁堀や霊巌島、浜町、堀留

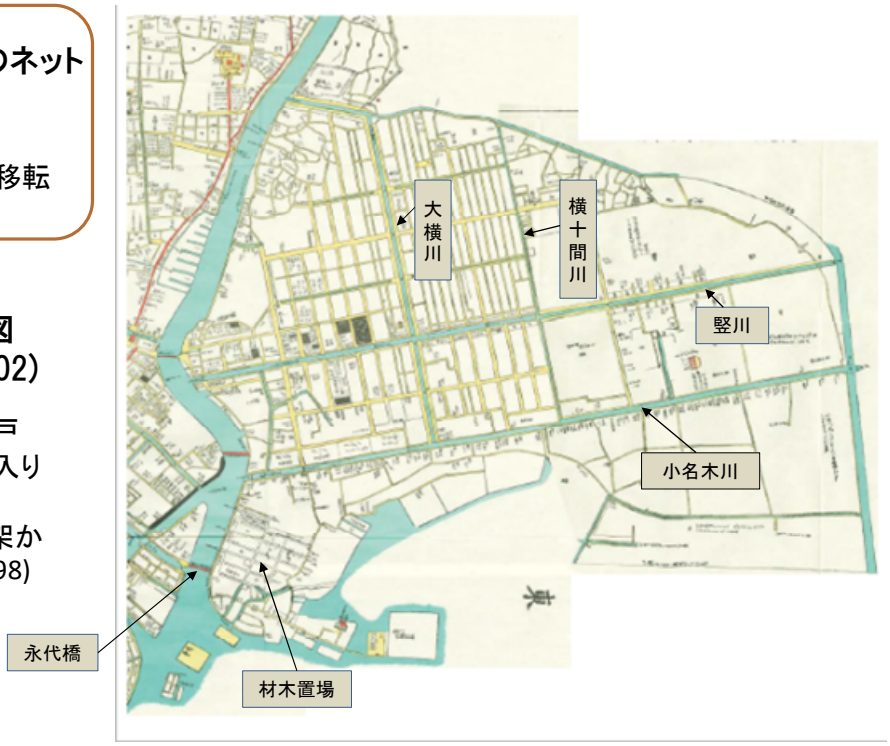
川だけでは、もう到底抱えきれない。となれば、隅田川を越えて東側のこの貯木場の辺りも倉の町にしていこうということになった。材木置き場も絶対必要であることから、この絵の東側の入り江を埋め立てて、土地をつくり、そこに貯木場を引っ越しさせようと考えた。

江戸の運河のネットワーク

口深川木場の移転

右図
改撰江戸大絵図
元禄15年(1702)

隅田川以東の江戸
小名木川以南は入り江
すでに永代橋が架かる(元禄11年　1698)



これがその入り江が入り込んでいる様子を表した地図で、左端の半島状の土地に材木置き場がある。これを移転させた。

深川の地形と番所の設置　□17世紀の深川の地形と水路
□深川番所の設置

下図『深川総画図』17世紀中期

江東地域の小名木川以南

東西の隅田川沿岸・中川沿岸が半島状

日本橋から材木置場が移転

川船番所：当初小名木川西端⇒東端（中川口）　明暦の大火後

この絵は、材木置き場移転後の深川を表しており、材木置き場は、中央の富岡八幡宮（赤色）を挟んで、左側の元木場から右側の木場へと移った。

貯木と搬送のための掘割を幕府がつくり、土地を商人が買って、貯木場がつくられていった。隅田川の沿岸の方はどうなったのかというと、元々つくられていた材木置き場自体も、貯木と搬送のための川も、入り江が埋め立てられたところへと延伸する。また、南北を流れている大横川や横十間川も、小名木川の南へと伸びてくる。

江戸割絵図　深川南部　江戸中期

木場の上の仙台堀とは、元々は隅田川の沿岸にあった、材木置き場の中の1つの短い堀だった。それが、この元禄の終わりの木場の大移転の時に、東へと延伸した。短い堀が延伸して開かれた東西方向に流れる仙台堀、中の堀、油堀と、南北方向に流れる亀堀、大島川西支川が組み合わさることで、線から面へと広がっていった。

このような状況が生まれてきて、かつ爆発的に深川の土地が拡大するとなれば、小名木川が持っている流通機能が格段に高まる。そのきっかけが木場の移転であり、単に材木置き場が引っ越しをしたというだけの話ではないことが分かる。

□江東地域における運河のネットワーク化

右図
『御江戸大絵図』
天保14年(1843)

元禄14年(1701)入り江が埋め立てられ、材木置場が東方へ移転
土地の拡大に伴い運河が延伸
仙台堀・油堀・大横川・横十間川
◎貯木場の移転にとどまらない変化

⇒川船　小名木川からの配送範囲が飛躍的に拡大
深川の物資集積機能の増大
◎海船からの荷受機能も増大

これは別の視点だが、明治になると小名木川を蒸気船が通るようになる。深川方面の下町の一種の文明開化の象徴だったかもしれない。小名木川は川舟のなかでも一番大きい高瀬舟も通ることができたため、このような大きな蒸気船も通ることができた。このように、江戸時代につくられた関東一円の川のネットワークに蒸気船が就航する時代が到来した。

『（小名木川）五本松雨月』小林清親　明治13年（1880）

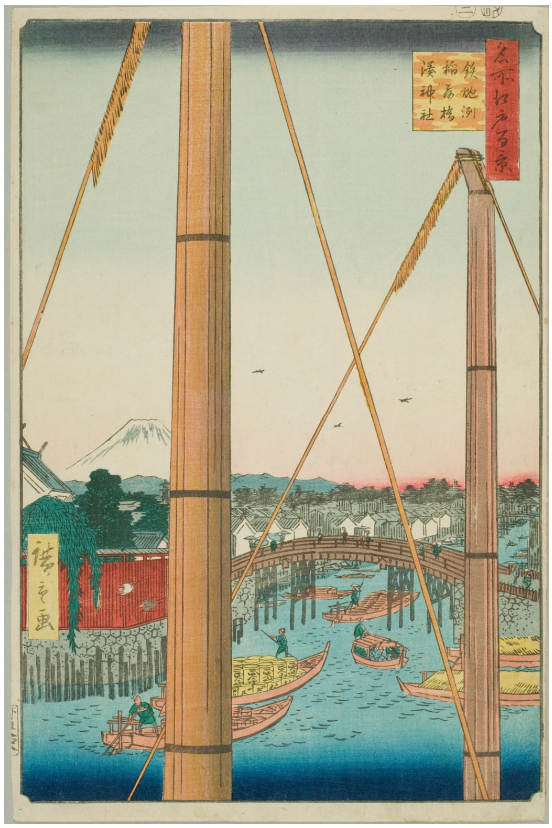
徳川家康が開いた小名木川は、明治以降も蒸気船が走る物資流通の動脈に。

2.6　江戸の水運を支えた 3 つの川

左側の赤い塀が鉄砲洲稲荷で、川が幾筋にも分岐するところにあり、江戸湊神社とも言われていた。手前に 2 本ある大きな柱は、上方からの下り荷物を積んできた五大力船、弁才船、こういう大きな船の帆柱であり、川舟が迎えに来て、たくさんのところへ配送するという、まさに海船から川船へと物資がバトンタッチされる場所を描いている。

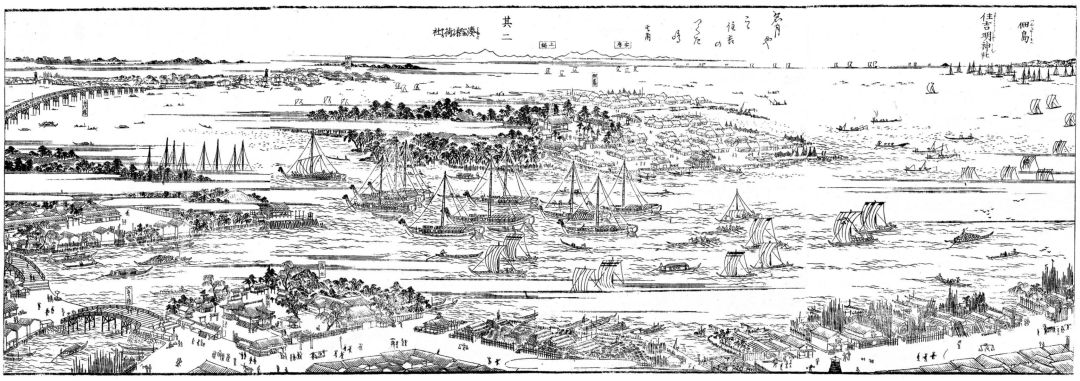
『名所江戸百景
鉄砲洲稲荷橋湊神社』
歌川広重

中央奥へ霊巌島を囲む亀嶋川が流れる。周辺には八町堀・日本橋川・新川・隅田川本流、さらに東には深川の掘割が集中。
画面手前の帆柱は、停泊する上方からの大型船（弁才船・五大力船）



これは『江戸名所図会』をつなぎ合わせてみたものである。右手から海船が入ってきて、帆をたたみかけている船も見うけられる。中央の島が佃島と石川島であり、下の方が築地の明石町である。佃島が淡路島だとすれば対岸は明石だという「見立て」として付けられたのだが、その間を海船がやってくる。大体、この辺りで停泊し、そこへ日本橋や深川方面から川舟がやってきて、あちこちに配送する。左下にあるのが鉄砲洲稲荷で、その脇を流れている川が八丁堀である。八丁堀や亀島川、隅田川、そして深川方面の仙台堀など、川が幾つにも分かれていく場所である。

『江戸名所図会　佃島　住吉明神社　湊稲荷社』



永代橋　　湊稲荷社　　佃島・住吉神社
八町堀　　（鉄砲洲稲荷）　停泊する下り船　　明石町

これが今の風景で、永代橋の上から撮ったものだが、右側のアーチ橋が中央大橋で、あの辺りまで海船が来ていたと考えられる。

かつての江戸湊
永代橋からの眺め　中央石川島･佃　右手中央大橋　奥が築地

これが先ほどの木場の移転時に伸びて大動脈になった仙台堀川である。1955（昭和 30）年頃は、半分が材木で占められていた。

仙台堀川
昭和30年（1955）

海辺橋（清澄通り）
⇒東側　木更木橋方向

水面に浮かぶ筏
両岸に製材所・倉庫

それが今ではこのような様子で、全く材木は浮かんでいない。護岸は遊歩道で、散歩や通勤通学にも使われている。元々、この周辺は製材所や材木置き場があったのだが、今では川と生活・生業の関係がなくなってしまったことがわかる。

仙台堀川

現在のようす

材木は消えて、沿岸に
樹木、親水公園

これは 1955 年当時の小名木川で、1 本も材木がないことがわかる。これは、小名木川が江戸以来、物資輸送の大動脈だからである。左側に 4 棟の倉庫があるが、よく見ると護岸のところに切れ込みがあり、ここに板を差し渡して、船から倉庫の出入り口へ荷物を運び込めるようになっていた。

小名木川
昭和30年(1955)

西深川橋　⇒東方向　東深川橋

左手に倉庫　川からの搬入・搬出

それが今ではこのような様子で、4 棟の倉庫は立派な倉庫に建て替わっているが、川との間には植え込みがあり、景観はよいし、倉庫自体はあるけれど、もう川との付き合いはなくなってしまったことがわかる。

小名木川

現在のようす

同じ場所に倉庫
川との間に樹木

これも 1955 年当時の小名木川の風景であり、右側の工場から川の方にクレーンが伸びていて、船から直接工場の中に原材料を運び込むことができるようになっていた。

小名木川
昭和30年(1955)

左：江東区大島東部
右：江東区東砂付近

それが今ではこのような様子で、工場自体がなくなってしまい、団地になっている。ここでも川との付き合いはなくなってしまったことがわかる。

小名木川

現在のようす

これは、先ほどの小名木川の東端で、この写真の右側に中川番所があった。この真ん中を奥の方へ流れているのが小名木川で、その奥に見える高い建物が、日本橋の高層ビルである。まさに、家康がつくった城下町において、どのように物資を運んだのかという問いに対する答案のような風景である。このような風景の中から歴史をうかがうこともできる。

中川口からの小名木川　正面日本橋　右手に中川番所

3　質疑概要

【質問】　家康以前、太田道灌も江戸の地形に対しての先見の明を持っていたのではないかと思うのだがいかがか。

〔回答〕　家康が考えたこととまったく同じではないと思うが、日比谷入江は物資を運び込む意味で便利であり、江戸幕府の考え方と軌を一にしているといえると思う。

【質問】　小名木川には貨物駅が設置されたが、鉄道時代でも集積の場として使えるバックグラウンドがあったのか。

〔回答〕　小名木川駅ができた 1929（昭和 4）年は、小名木川からさらに東側に荒川放水路が完成した時期である。放水路は水害対策のためだけでなく運河としても使われた。小名木川駅は、いわば水陸両用の貨物駅であり、舟で運んできたものを鉄道で、あるいはその逆が可能というところが、ひとつの特長であった。特に、周辺は工場が

集まっているから、鉄鋼などの重たい大きなものが多くなるため、なおのこと舟運が重要視されていたのではないかと思う。

【質問】　歩行者に優しいまちづくりの議論のなかで、今の日本の歩道が非常に貧弱という現状がある。西洋の馬車文化と対比すると、日本では歩行者のための空間という考え方がそもそもなかった(道全体が歩行者のための空間であった)と考えられるが、歩行者の空間と物を動かす空間はどうなっていたのか。

〔回答〕　荷物を上げ下ろしする場所としては河岸（物揚場）が決められており、そこでは荷車の使用も認められていた。そこから先は全部駄目となると運べなくなるため、納品先に近い河岸をうまく利用しながら運ばれていたのではないか。すなわち、河岸を設定することで、荷車などの利用を限定的に認めていたのではないかと思う。

【質問】　なぜ幕府はそもそも馬車や大八車などを制限していたのか。

〔回答〕　道路をふさいでしまうこと、謀反への対処だったかもしれない。荷車などで大きいものを運ぶのは、何かよからぬことを考えている、というように鑑別していたと考えてよいかもしれない。中川番所でも、大名が鉄砲運んでいいのは年間で 4 丁までに制限されていた。そのようにしていたから江戸幕府は 260 年続いたという考え方もあるのではないかと思う。

【質問】　徳川家康は、行徳の塩を運ぶために小名木川をつくったと聞くが、本当か。他に理由があったのではないか。

〔回答〕　「行徳の塩を運ぶために」とは、江戸時代の後期（1800 年代）に幕府が編さんした資料に出てくる。行徳の塩だけであれば、馬で十分であり、関東のいわゆる特産品の一つの代表例として挙げられているにすぎない。家康は租税としての年貢米などを江戸に集めることを考えて小名木川をつくったのではないか。したがって、小名木川の果たした役割を問われたら、関東一円の奥川筋と江戸の市中の掘割網を結んで、関東からのさまざまな商品を江戸へ運ぶためにつくられた、と言うべきだろう。

【質問】　利根川の東遷は治水だけでなく物流の観点からも大きいと思うが、小名木川とセットだったのか、それとも時期がたまたま合っただけか。

〔回答〕　小名木川そのものは家康が江戸に来た後、早い時期につくられているのに対し、利根川の東遷事業は完成に 20～30 年かかっている。家康の視野の中には、関東の領

国経営を考えるなかで物流もあっただろうが、年代的にはずれがあると考えたほうがよい。

【質問】　都市計画の教科書では、寺社は城の防衛として城下町の縁辺部に設けられたと書かれているが、江戸でもそうだったのか。材木置き場が時代とともに移っていったというお話だったが、寺社も同様か。

〔回答〕　確かに寺社を軍事拠点として用いることはある。ただし、江戸幕府は、神田明神や日枝山王などの社寺仏閣を、江戸で暮らす人たちにとっての安心感のために積極的に新たに置いたと言える。以前からの地域（浅草、向島など）とは違う町をつくったといっても言い過ぎではないくらいである。その一方で、隅田川の東側では、富岡八幡や永代寺などを置くことで周辺の町を開発させていった。

寺社は、江戸時代を通じても、どんどん引っ越しをさせられた。寺院は境内も広いため、市街地化により郊外へ移転させて、火よけ地として空き地を設けるとか、幕府の施設を設けるといったことが当たり前にあった。江戸でも教科書どおりかもしれない。

【質問】　江戸市中で、荷を揚げてからの卸売業みたいなものはあったのか。

〔回答〕　江戸には十組問屋があり、大阪の二十四組問屋との間で上方と江戸を結んでいた。この十組問屋に加盟している大問屋が、関東でも在方の仲買商（在郷商人）と取引をしていた。そのように、江戸自前の経済圏が、だんだん生まれてきた。

そして、それを取り仕切る在郷の問屋だけでなく、江戸の問屋商人にも新興勢力が生まれてきた。そのような勢力は、無理して日本橋に店はもたず、（倉があり、元手もそれほどかからない）深川などに店を設けた。それが明治維新につながってくると思う。

なお、日本橋と近い江戸橋でも、状況が違う。日本橋は特権的な商人が並んでいるが、江戸橋はそうでもない。新興商人にとってありがたい環境だった。

【質問】　中央区の仕事をしていると、日本橋と銀座の格式が違うという話が出てくるのだがどういうことか。

〔回答〕　銀座は老舗や高級品を扱うお店が多く、庶民も知っているお店かもしれないが、問屋ではなく小売であるという違いはあるだろう。

【質問】　越後屋三越が正札価格を世界で最初に始めたと言われているが、当時の環境や背

景はどのようなものだったか。

〔回答〕　越後屋の開業は江戸幕府が始まってから少し一段落した後（1680 年ごろ）であり、その時期は、商売の相手が大名から庶民へと変わっていく時期である。その背景には、江戸の人口が増えてきたこと、庶民でも特権的な町人であればそれなりの経済力をもっていたこと、幕府の御用といってもたくさん注文があるわけではないことなどがある。そして、庶民を相手にすると、ものの値段がわからないから相対のやり方ができない、といったことがあったのではないか。

もっと言えば、そのようなお店に一般の庶民が買い物に行くこと自体が、当時としては当たり前ではなく、まだまだまれなことだったのではないか。そういう時代と、越後屋の始まりが近い時期ではないかと思う。

講演録（２）第５回研究会　外部講師講演・質疑概要

1　はじめに

第 5 回研究会（2022 年 3 月 7 日）では、森本博行様（オフィス・キヨモリ）より「いちばと厄災」と題してご講演いただいた。以下はその際のご講演と質疑の概要をまとめたものである。

2　講演概要

そもそも「いちば」とは何かという問いから始めたい。広辞苑には、いち、いちば、しじょうの定義が載っている。いち（市）とは、「①品物の交換や売買を行う所、または②人の多く集まる所」であり、いちば（市場・市庭）とは「①毎日または定期に商人が集まって、商品売買を行う場所、または②常設の設備があって、主に日用品・食料品を販売する場所」である。また、しじょう（市場）とは「①狭義には、売手と買手とが特定の商品を規則的に取引する場所。魚市場、青果市場、商品取引所など、②広義には、一定の場所・時間に関係なく相互に競合する無数の需要・供給間に存在する交換関係」とされている。

「いちば」は、一般に「買い物をする場所」という意味で用いられるが、市場人には「プロの取引の場所」との思い込みがある。このことについて、東京市中央卸売市場の初代市場長であった荒木孟は､著書のなかで､「市場は別世界である｡とはよく言われることであるが、さて、市場のどこが特別であるのか、ということになると、案外はっきりしていない。はっきりしていない頭で、法律を作り、解釈し、行政を為し、問題を論ずるから、兎角、物事が過ぎたり及ばなかったり、片寄ったり間違ったりするものと思う｡」と指摘している。

そもそも「いちば」って何

キーワード　世間では「買い物をする場所」
市場人は「プロの取引の場所」との思い込み

広辞苑によれば、
いち【市】①品物の交換や売買を行う所②人の多く集まる所。まち
いちば【市場・市庭】①毎日または定期に商人が集まって、商品売買を行う場所。②常設の設備があって、主に日用品・食料品を販売する場所。
しじょう【市場】①狭義には、売手と買手とが特定の商品を規則的に取引する場所。魚市場、青果市場、商品取引所など。②広義には、一定の場所・時間に関係なく相互に競合する無数の需要・供給間に存在する交換関係をいう。

「市場は別世界である。とはよく言われることであるが、さて、市場のどこが特別であるのか、ということになると、案外はっきりしていない。はっきりしていない頭で、法律を作り、解釈し、行政を為し、問題を論ずるから、兎角、物事が過ぎたり及ばなかったり、片寄ったり間違ったりするものと思う。」荒木　孟「市場の問題」より

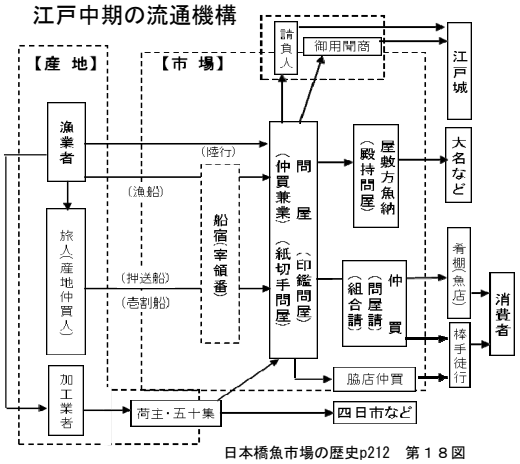
初代市場長　荒木　孟
在任自昭和 6年7月2日
至昭和11年6月7日

日本橋のたもとには「日本橋魚市場発祥の記念碑」があり、江戸任侠精神発祥の地と書かれている。当時から水運など物流機構に高い関心がもたれており、産地（漁師）との関係も、当時から今に引き継がれている。なお、「日本橋魚市場発祥の記念碑」の隣には日本橋乙姫の像がある。初代は排ガスで真っ黒になってしまい、作り直され、いまは２代目の像が設置されている。

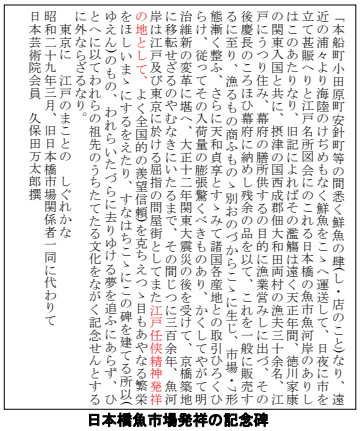
江戸時代のいちば

キーワード　水運など物流機構に高い関心がもたれていた
産地（漁師・農民）との関係も今にも引き継がれる

江戸中期の流通機構



日本橋魚市場の歴史p212　第１８図



「本船町小田原町安針町等の間悉く鮮魚の肆（し・店のこと）なり、遠近の浦々より海膳のけぢめもなく鮮魚をこゝへ運送して、日夜に市を立て甚賑へりと江戸名所図会にのこれる日本橋の魚市魚河岸のありしはこのあたりなり、旧記によればその濫觴は遠く天正年間、徳川家康の関東入国と共に、摂津の国西成郡佃大和田両村の漁夫三十余名、江戸にうつり住み、幕府の膳所供するの目的に漁業営みしに出づ、その後慶長のころほひ幕府に納めし残余の品を以て、これを一般に販売するに至り、漁るもの商ふもの、別おのづからこゝに生じ、市場くゝ形態漸く整ふ、さらに天和貞享とすゝみて諸国を産地との取引ひろくひらけ、従つてその入荷量の膨張驚くべきものあり、かくしてやがて明治維新の変革に遇へ、大正十二年関東大震災の後を受けて、京橋築地に移転せざるのやむなきにいたるまで、その間じつに三百余年、魚河岸は江戸及び東京に於ける屈指の問屋街としてまた江戸任侠精神発祥の地として、よく全国的の羨望信頼を克ちえつゝ目もあやなる繁栄をほしいまゝにするをえたり、すなはちこゝにこの碑を建てる所以ゝんのものは、われらいたづらに去りゆける夢を追ふにあらず、ひとへに以てわれらの祖先のうちたてたる文化をながく記念せんとするに外ならざるなり。東京に　江戸のまことの　しぐれかな
昭和二十九年三月　旧日本橋市場関係者一同に代わりて
日本芸術院会員　久保田万太郎撰

日本橋魚市場発祥の記念碑

「江戸任侠精神発祥の地」とある。歌舞伎の「助六」は日本橋魚河岸を舞台としている。
今でも、市川海老蔵が「助六」を演じる場合は、魚河岸会が後援している
「任侠」は、現代でも一部の「反社会的勢力」の精神的バックボーンなのだが・・・

明治時代の感染症といえば、「コレラ」がある。1877（明治 10）年に勃発した西南戦争の戦線でコレラが発生し、帰還兵によって全国に感染が広がったとされる。以後、1879（明治 12）年、1882（明治 15）年、1886（明治 19）年にも多くの犠牲者が出た。このうち、1882 年と 1886 年の流行は、日本橋魚河岸が元凶とされ、1889（明治 22）年には、市区改正計画により日本橋魚河岸の移転問題がおこり、警視総監、東京府知事連署の「10 年以内の移転」命令が出された。

この頃のエピソードとして、「日本橋のたもとにある便所は、魚市場の近くにあっても大変きれいであった。なぜならば、魚市場の人は便所を使う習慣がなかったから」というものがある。なお、現在でも魚河岸の碑の横に中央区設置の公衆トイレがあり、こちらも大変きれいに維持されている。

コレラの流行

キーワード　都市の衛生状態悪化の根源
日本橋のたもとの便所は、いつもきれいだった

明治時代の感染症といえば、「コレラ」。1877（明治10）年に勃発した西南戦争の戦線でコレラが発生し、帰還兵によって全国に感染が広がったとされる。以後、1879(明治12)年、1882(明治15)年、1886(明治19)年も多くの犠牲者が出た。

この中で、82年と86年の流行は、日本橋魚河岸が元凶とされ、1889(明治22)年には、市区改正計画(現在の都市計画の原型)により日本橋魚河岸の移転問題がおこり、警視総監、東京府知事連署の「10年以内の移転」命令が出される。

ついで1986(明治29)年には、食品市場取締規則が公布され、魚市場の監督権は「警視庁」に移る。ちなみにこの頃の衛生行政は、内務省が所管と、東京では、「警視庁衛生部」が担っていた。

この頃のエピソードとして、「日本橋のたもとにある便所は、魚市場の近くにあっても大変きれいであった。なぜならば、魚市場の人は便所を使う習慣がなかったから(川にしていたということ、ちなみに(現在でも魚河岸の碑の横に中央区設置の公衆トイレがある。こちらも大変きれいに維持されている。)

日本橋乙姫の像　この像は2代目
初代は排ガスで真っ黒になってしまい、作り直した。初代のほうがかわいい顔をしている(府中の石材店に現存)

2022/3/7　officekiyomori　5

中央卸売市場が開設された背景として、米騒動がある。1914（大正 3）年～1918（大正 7）年の第一次世界大戦は、我が国の経済に好景気をもたらした反面、物価の高騰と一般市民の生活難を招き、これが大きな社会問題となった。社会不安はますます増大するなか、遂に 1918（大正 7）年末、富山県魚津市から起こった「米騒動（越中女房一揆）」は、全国規模の民衆暴動へ発展した。

政府は、各地で公設小売市場を設けて社会不安の緩和を図ったが、この公設小売市場の機能を充分に発揮させるためには、卸売市場が必要であるという議論が起こり、特に都市部においては、公営の中央卸売市場を開設すべきであるという意見が強くなった。こういった流れから、1923（大正 12）年 3 月 29 日、中央卸売市場法が制定・公布された。

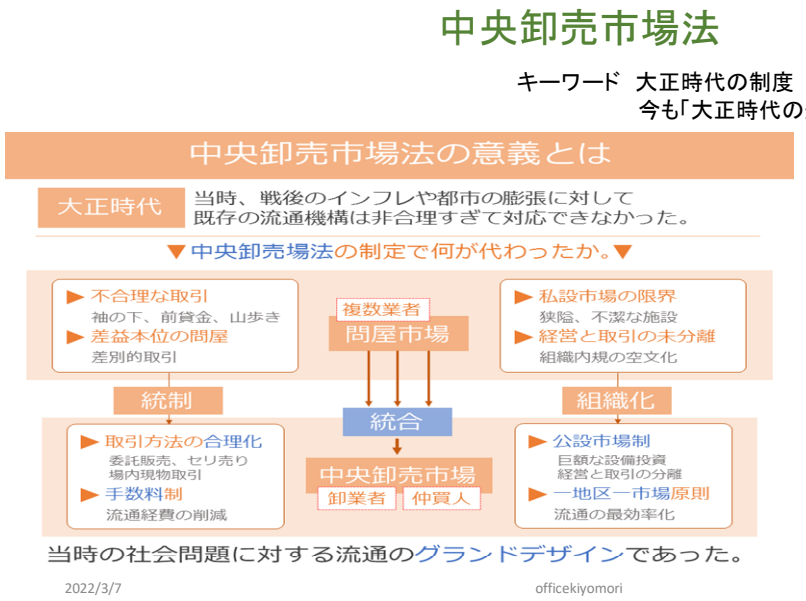
米騒動

キーワード　都市の発達と食料品の供給
「小売市場」の公設化も進められていた

1914から18(大正3～7)年の第一次世界大戦により、我が国の経済に好景気をもたらした反面、物価の高騰と一般市民の生活難を招き、これが大きな社会問題となった。
社会不安はますます増大するなか、遂に1918(大正7)年末、富山県魚津市から起こった「米騒動(越中女房一揆)」は、全国規模の民衆暴動へ発展した。
政府は、各地で公設小売市場を設けて社会不安の緩和を図ったが、この公設小売市場の機能を充分に発揮させるためには、卸売市場が必要であるという議論が起こり、特に都市部においては、公営の中央卸売市場を開設すべきであるという意見が強くなった。こういった流れ年から、1923(大正12年)3月29日、中央卸売市場法が制定・公布された。

ちなみに、かつて文京区真砂市場などは、公設市場の名残である。

この中央卸売市場法の背景として、当時、戦後のインフレや都市の膨張に対して既存の流通機構は非合理すぎて対応できなかったという背景がある。中央卸売市場法の制定により、取引方法が合理化されるとともに、手数料制が導入された。また公設市場制と一地区一市場の原則が導入された。これらは、当時の社会問題に対する流通のグランドデザインとも言うべきものだった。そしてそれ以降、基本的に変わっていない。今も「大正時代の遺物に」すがっているともいえる。



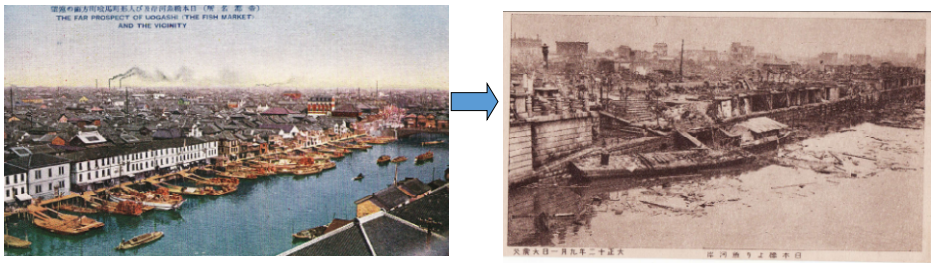
中央卸売市場の開設認可年月
1925(大正14)年6月　京都市
1927(昭和2)年3月　神戸市
1929(昭和4)年12月　高知市
1931(昭和6)年2月　横浜市
同　年6月　東京市
同　年11月　大阪市

大正 12 年 9 月 1 日に発生したのが関東大震災である。「東京都中央卸売市場　上巻」には次のような記述がある「大正 12 年 9 月 1 日、突如として関東一円の地を震わした関東大震災は、一夜にして帝都の大半を烏有に帰し、日本橋魚市場、神田青果市場をはじめとし、大小ことごとくその難を免れえなかった。まことに空前の大災害であったが、中央卸売市場の開設の企図に取りては、まさに逸すべからざるの好機を与えた。市場の移転と業者の収容には、絶好の機会である。」

関東大震災

大正12年9月1日午前11時58分発生

日本橋魚河岸



大正12年9月1日、突如として関東一円の地を震わした関東大震災は、一夜にして帝都の大半を烏有に帰し、日本橋魚市場、神田青果市場をはじめとし、大小ことごとくその難を免れえなかった。まことに空前の大災害であったが、中央卸売市場の開設の企図に取りては、まさに逸すべからざるの好機を与えた。市場の移転と業者の収容には、絶好の機会である。（「東京都中央卸売市場　上巻」より）

中央卸売市場が、関東大震災後すぐ築地に移転したと思っている人も多いが、実際は違う。芝浦の埋立地にある人が占有していた公有地があり、そこを経由して築地に移転した。なお、神田多町（現在の JR 神田駅近辺）に神田市場があったが、これも関東大震災で燃えてしまい、東京市は、当時の鉄道省が秋葉原に持っていた土地を占拠して移転してしまった。不法占拠で始まるのは市場の特徴かもしれない。

ただし、写真を見ても分かるように、とても汚く、バラック造りで雨もすごく、衛生状況に心配があった。そして当時、築地に海軍技術研究所があった。その土地は、明治時代から海軍の基地だったが、軍艦が大きくなり、隅田川を上がって来られなくなったため、横須賀に移転した。ちなみに、今の築地市場の土地には、当時、海軍兵学校もあったが、銀座とか飲み屋が近く、生徒がすぐ飲み行ってしまうため、陸続きでない江田島に移転した。日露戦争で有名な秋山真之は築地で入って江田島で卒業した。さて、この技術研究所には、地下にいろいろな構造物があったこともあり、海軍省は東京市が管理する魚市場に貸したのではないかと私は思っている。

築地市場の開場 I

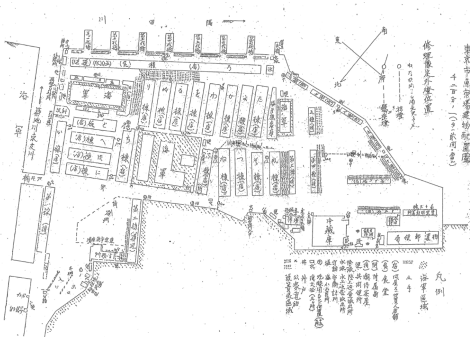
1923(大正12)年9月17日
芝浦埋立地の私有地二千坪にテント張りの市場と七百坪のバラック店舗設置

大正12年11月30日　京橋区築地河岸の海軍技術研究所用地の一部を借受け、臨時市設魚市場竣工(工費29万余円、面積約一万坪、桟橋・冷蔵庫設置)
同12月1日開場式
同12月2日より業務開始

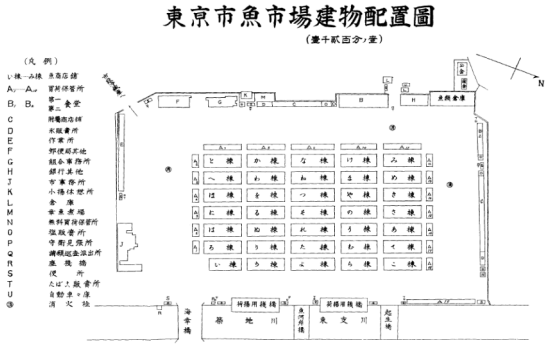
旧海軍用地を利用して開業したころの配置図（左図）でも、海軍の研究所が残っていることがわかる（白い部分）。その後、研究所が目黒に移転し、その跡地に市場がつくられた（右図）。

築地市場の開場Ⅱ

東京市魚市場建物配置図　大正12年次　旧海軍用地を利用し開業



昭和5年から　暫定市設魚市場昭和5年2月着工
同7月10日竣工、23日に移転開業、昭和10年11月まで継続



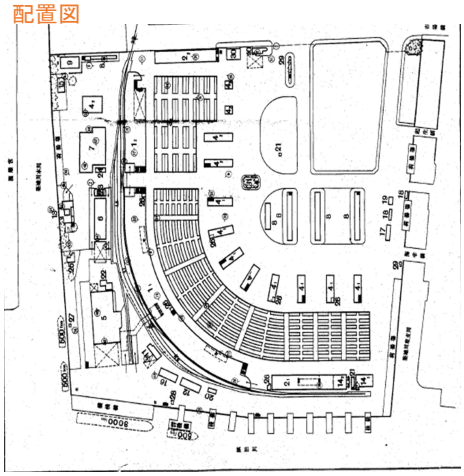
左の写真の右奥の方の田んぼみたいに見えるところが旧市場で、昭和 10 年ぐらいまで、新市場があるのに使わないでいた。この新市場の物流だが、鉄道の引き込み線が特徴。ただし、東京市は当時、トラックでの輸送を考えていて鉄道を引き込むことを嫌がった。しかし、陸軍が鉄道を敷きたいと考えていて、千葉の鉄道第二連隊が敷いた。実は私はこの鉄道を撤去するときに東京都の担当者で、当時の国鉄と線路（レール）の撤去費用について調整したところ、国鉄の財産管理台帳に載っておらず、調べた結果、東京市が資材を提供し、陸軍が敷いたことがわかった。

なお、陸軍は、築地市場を、軍需物資をやりとりする場所にしようと思っていた節がある。また、ぐるっと回る形状は接触面が多くて便利だったというそを皆言うのだが、そうではなくて、直線だと距離が足りないなどの理由でそのような形状になった。ちなみに、引き込み線の途中に踏切があり、昭和 60 年ごろは、1 日に 3 回しか通らないのに、この踏切に国鉄の職員が踏切警手でいた。

築地市場の開場Ⅲ

東京市中央卸売市場本場(ほんじょう)の全景

配置図



その後、太平洋戦争が始まり、統制経済のもとで配給組織になった。左の写真にあるように、市場には柱以外何にもなく、こういうところで仲卸をしていたのだが、配給をするときに物を置くのにも上手に転用できた。なお、新橋に闇市があったが、そこには、築地から横流しを受けた魚が流れていっていたという話もある。

太平洋戦争

キーワード　配給時代の市場
闇市には流すな

戦時中は、統制経済のため「配給組織」となる。
当時間仕切りのない仲卸売場を利用して分配

水産物は、
第一種(大物(まぐろ))
第二種(惣菜)
第三種(上物(高級魚)
第四種(つぶし物(加工品材料)
第五種(章魚(タコ)、柔魚(イカ))
第六種(エビ・カニ)
第七種(貝類)
の七種に分類され、種目ごとに用途別の配分比率が定められていた。
さらに、昭和19年には、統制会社令によって、水産物は、東京水産物統制会社(社長・真藤慎太郎、資本金2500万円)、青果物は東京青果物統制会社(石黒武重、資本金約70万円)がそれぞれ発足した。

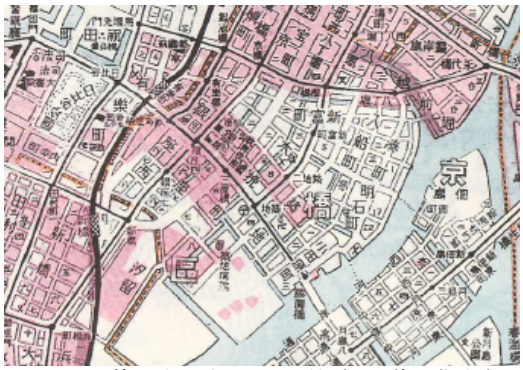
2022/3/7　officekiyomori　12

進駐軍は賢くて、後で使おうと考えているところには爆弾を落とさなかった。築地市場にも爆弾はほとんど落ちていない。その意味では、旧陸軍も進駐軍も同じ考えだった。そして、戦後、接収して使用した（右図）。なかでも有名なのがランドリーで、朝鮮戦争で出た軍服を何万着と洗ったそうである。なお、東京クリーニング組合史によると、戦後の日本中のランドリー（ドライクリーニング）をやる人は皆ここで修業をしたようである。

ランドリーは昭和 30 年代後半まであったが、有害物質が出ること、水をたくさん使うことで移転先に困った。有害物質という意味では、ビキニ環礁の水爆実験のとき、第五福竜丸の被ばくが問題にされたが、同じように 250 隻から 300 隻ぐらい被ばくし、その被ばくしたマグロが流通していた。ところが、あるとき、築地市場に来たマグロを測ったところ被ばくがわかったため築地場内に埋めたという話もある。豊洲の土壌汚染どころではないと私は思っている。

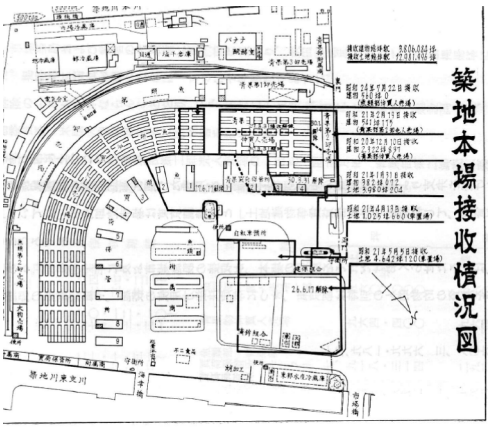
進駐軍

キーワード　GHQは、当初「日本国家の無力化」を目指した
1600以上の仲卸店舗が崩壊の地雷原



米軍は、築地市場をほとんど爆撃せず、進駐後は駐車場、ランドリー（洗濯工場）として利用

接収は、昭和30年代まで続く



今、北京でオリンピック、パラリンピックを開催しているが、1964 年の東京オリンピックで、オリンピックの関係者が一番驚いたのは選手の体格の良さだった。何を食べているかを調べて、冷蔵・冷凍食品に着目し、「コールドチェーン勧告」を出した。「食生活の体系的改善に資する食料流通体系の近代化に関する勧告」という長い名前の勧告で、科学技術庁が所管していた。いろいろと調べてレガシーとして残したといえる。ただし、マイナスファクターもあり、カロリー主義を重視するようになってしまったのは欠点だったと思う。

とにかく流通の改善するためには、体系的に改善しなければならない。体系的、理論的、科学的という視点は今でも食品産業の課題である。各項目についてだが、1 の「コールドチェーンの整備」は〇としている。これは、おおむね整備されているが、サプライチェーン全体に及んでいない。そのため、加工食品になると冷凍したりして、冷凍庫を使ったりする。

2 の「食品の等級・規格および検査制度の確立」も〇としている。これは、食品表示制度を消費者庁という中途半端な役所が所管しているためぐちゃぐちゃになってしまったが、取りあえずできたと考えられる。

3 の「食料流通に関する情報体系の整備」は×である。まったくできていないし、統一コードもない。全部手書きで、AI とは程遠い世界である。

4 の「生産地・中継地加工体制の確立」は△である。少しはできたが駄目である。物流やロジスティクスの先生方であればよく分かると思うが、どうも、食品の中継地とか生産地のネットワークのつくり方がとても下手で、無駄ばかり増えていっていると思う。

5 の「食料流通に関する研究開発」は×である。許容時間温度とは、どれぐらいの時間、どの温度で置いたら食べられるかというものである。たとえばマグロはとても難しく、水揚げしたときからどうやって温度管理すればよいかを、みんな勘でやっている。そのため、いわゆるちゃんとした基準を作れていない。加工や包装、等級もむちゃくちゃで、この点が一番遅れている。食品をどうやって安定的に供給するかという研究をしている人がいないのが残念である。

1964東京オリンピック

キーワード　高度成長が「卸売市場」のかげり
コールドチェーン勧告の重み

1964年の東京オリンピックで大会時に世界各国の選手の体格が良いことを目につけた政府は、その原因は「食べ物」にある。しかも保存のきく「冷蔵・冷凍食品」に目を付け、「コールドチェーン勧告」を実施し、食品流通の改革を求める。

食生活の体系的改善に資する食料流通体系の近代化に関する勧告(1965(昭和40)年

食料流通改善のための措置

食料流通の改善にあたっては,加工,品質保持,貯蔵,輸送,等級・規格及び検査,情報など流通を構成する主要機能のすべてにわたって調和と均衡のとれた体系的改善方策が必要である。このためには,政府,公共機関,民間企業,生産者および消費者おのおのの機能分担を明確にして,当面次のことを積極的に推進する必要がある。

1. コールドチェーン(低温流通機構)の整備　○　概ね整備されているが、サプライチェーン全体に及ばす
2. 食品の等級・規格および検査制度の確立　○　食品表示制度など
3. 食料流通に関する情報体系の整備　×　統一コードの未整備など
4. 生産地・中継地加工体制の確立　△　食品のサプライチェーンは、限定的で機能不全
5. 食料流通に関する研究開発(許容時間温度:T. T. T,加工,包装,等級,規格)　×　？？？

2022/3/　officekiyomori　14

ちなみに、映画で取り上げられた魚河岸は、やくざと任侠みたいなものが多い。

代表的なものをいくつか挙げているが、『魚河岸帝国』は、魚河岸のやくざの運送会社同士が抗争するという話で、当時を知っている人によれば、本当にあった話だそうである。このころはオート三輪が走っていた時代である。

『魚河岸の石松』は無法地帯の築地の魚河岸を取り上げた喜劇で、『魚河岸の旋風娘』も同様のものである。

注目してほしい映画が『上を向いて歩こう』である。これは、不良少年が築地市場で更生する話である。悪い奴は築地に突っ込めば更生する、というぐらいな場所だということである。昭和 37 年当時の話を聞くと、もう刃傷沙汰が毎日あり、警察も入ってこられない時代だったそうだ。そういったなかで、東京オリンピックを迎え、もうすこしちゃんとしようと取り組まれていたのが、この『上を向いて歩こう』の時代のようである。途中、魚河岸水神社が改築されるシーンが出てきたりして、良い映画である。

その後、魚河岸を取り上げる映画がなかったが、2008 年に『築地魚河岸三代目』という映画が作られた。大沢たかおや田中麗奈が出演で、仲卸業者を廃業した人が書いたコミックが原作の、サラリーマンが築地の仲卸で働くという結構まともな映画で、松竹では、『釣りバカ日誌』に続くシリーズものとして企画していたようだが全然売れなかった。

『魚河岸ものがたり』は 60 年安保の時代のもので、学生運動から築地で身を隠すという、築地が無法地帯の代名詞といった小説である。『ヤッさん』はテレビドラマにもなった小説で、築地市場のことをかなり詳しく知っている人が書いているのがわかるぐらい、微に入り細に

入りといった内容のものである。

このように、魚河岸、魚市場はあまりいいイメージで取り上げられていないが、これは別に市場の人のせいではなく、荒っぽくないとできない仕事のように捉えられていたからである。私も役人のときに言っていたのだが、市場の人は無駄に急ぐ傾向にある。計画的にやれば急がなくてよいところで急ぎながら、時間をつぶすなど、気分で動く人が多い。

映画や小説で取り上げられたいちば

キーワード　魚河岸には、石松と任侠がお似合いか
はたまた学生運動くずれの隠れ場

映画

- **「魚河岸帝国」(1952(昭和)27年)（新東宝）・・・魚河岸の運送会社を舞台にしたもの**
- **「魚河岸の石松シリーズ」(東映)**
  第1作「魚河岸の石松」(1953(昭和)28年）から第11作「任侠魚河岸の石松」(1967(昭和)42年）まで
  「石松」(主役は作品によって異なる)が「無法地帯築地魚河岸」で縦横無尽に働く喜劇
- **「魚河岸の旋風娘」(1963(昭和38)年)(松竹)　弘田三枝子主演　題名のとおり**
- **「上を向いて歩こう」(1962(昭和37)年)(日活)　坂本九、吉永小百合、高橋英樹　不良少年が築地市場で更生する話**
- **「築地魚河岸三代目」(2008(平成20)年)(松竹)　大沢たかお、田中麗奈　原作者は廃業した仲卸業者　コミック**
  サラリーマンが築地の仲卸で働くというまともな映画のせいか、松竹では、「釣りバカ日誌」に続くシリーズものとして企画するも、人気が出ず挫折
- **「築地ワンダーランド」(2016年)　ドキュメンタリー**

小説

- **「魚河岸ものがたり」(1985(昭和)60年)　森田誠吾　作　直木賞受賞　学生運動から築地で身を隠す青年の物語**
- **「ヤッさん」Ⅰ～Ⅳ(2009～2016年)　原宏一　作『ヤッさん～築地発！おいしい事件簿～』のタイトルでテレビ東京系でテレビドラマ化**

2022/3/7　officekiyomori　15

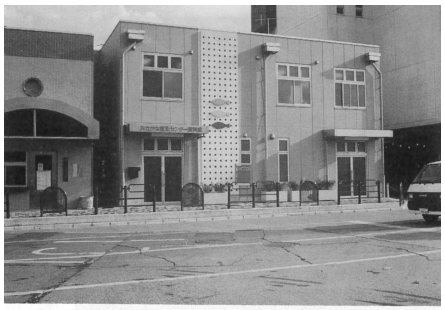
美濃部知事は、卸売市場を「都民の台所」と言ってしまっただけでなく、「都民の台所」だからと 1972 年には消費者コーナーを作って直売までした。ところが、さまざまな問題を抱えていて 1979 年に廃止された。

美濃部都政

キーワード 「都民の台所」が混迷の元
都営「消費者コーナー」の末路

「物価」の美濃部は、卸売市場をなんと「都民の台所」といった誤った印象で取り上げただけでなく、都直営の「消費者コーナー」まで設置し、1972(昭和47)年から週1回２回直売を始めた。このコーナーは、売上金の不正などにより、79(昭和54)年に廃止。

消費者コーナーのあっせん販売風景



おさかな普及センター資料館を建替（平成４年９月完成）

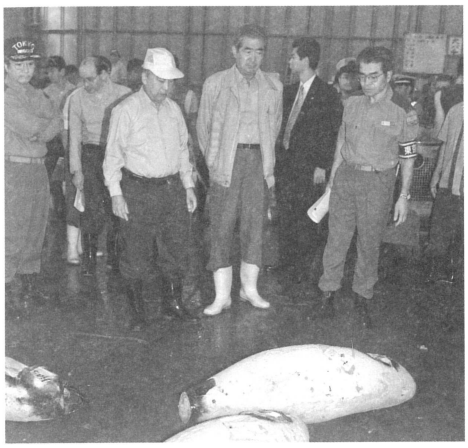
2022/3/7 officekiyomori 16

石原知事は、就任時の記者会見で、築地の移転についての質問に対して「市場のような流通施設は、環状道路沿いに設けることがベターである」と述べた。今から考えると、結構正しかったと思うし､外縁部の環状道路沿いに造っておけば､そこに産地からの荷物を止めて、中に入れないという意味で、都市計画上すごいこと言ったなと思う。ただし、その発言を聞き付けた市場長が慌てて豊洲への移転の予定を説明しに行ったため、石原知事は、豊洲移転は既成事実だったとその後も言っていた。公の記録には何も残っていないため、豊洲移転は石原知事が決めたことになっているが、本人は嫌だったのだろう。

なお、写真の視察時に、石原知事は、築地市場は、「古い、狭い、暗い、危ない、汚い」と発言した。「古い」はそうだし、「狭い」「暗い」「危ない」も仕方ないが、「汚い」は困るということで、記者クラブに「汚い」を外してもらうように頼んで回った。そのぐらい、当時の築地市場は汚かった。

石原都政

キーワード 「古い」「危ない」「汚い」
「環状道路沿いに設ければ」



平成11年9月1日築地市場視察

石原知事と「いちば」

1999(平成11)年4月　知事就任、就任時の記者会見で「築地移転」の質問が出た際に、「市場のような流通施設は、環状道路沿いに設けることがベターである」と述べ、当時の市場長以下が慌てて「実は、築地市場は、豊洲移転の予定でして」と説明しに行った。このため、石原氏は、「自分が知事に就任した時には、豊洲移転は既成の事実であった」と主張する。

同年9月　発の築地市場視察時に、築地市場は、「古い、狭い、暗い、危ない、汚いなど(見たままをその通り表現した)」と発言したため、また、当時の幹部は、「汚い」部分を否定するのに必死だった。

2001年に豊洲地区を候補地として「市場移転」に踏み切ると、土壌汚染問題等に「真摯」に取り組んだが、H副知事やA局長の東京ガスとの交渉には、強気であった(後日、小池知事にネチネチと嫌がらせをされる。)

そもそも築地市場の移転の経緯だが、鈴木知事の時代に、大井地区（現在の大田市場とその隣、JR の貨物駅）を使った大規模市場建設構想があった。しかし、もめている間に困難になり、築地での再整備が決定された。ただし、青果部門は賢くて、大田への移転を決めた。なお、再整備のときに、業者の意見を聞いてしまったことが失敗だった。これは豊洲への移転でも同じ失敗をしたのだが、業者の意見を聞いているうちに、再整備がどんどん難しくなっていった。

青島知事の時代には特に何も決まらず、移転の検討がなされた。そうこうしている間に、移転予定地にベンゼンが出てきてしまった。様々な議論があったが、当時の市場長が、土壌の掘り起こしをしてしまった。これが今になって地盤沈下の原因になっている。当時の豊洲の現場は、確かに汚染物質もあったが、埋め立て始めてから 50 年ぐらい経ち、土壌が安定していた。これを掘り起こしてしまったため、今、地盤沈下が起きている。マスコミは取り上げないが、そういう問題が起きている。

その後、猪瀬知事の時代は何もなく、舛添知事が豊洲市場の開業、移転を決定した。そして、小池知事が移転を延期したという経緯であった。

振り返ってみれば、もう 50 年も前の話だが、大田に全部の市場を統合して移転しておけば、鉄道の活用も含めて物流的にも非常によかったと思うし、築地という都心の一等地をもっと都市開発に使えたと思う。市場の歴史を見ていると、当時の知恵が、今の人にはなく、社会が劣化しているように感じられる。

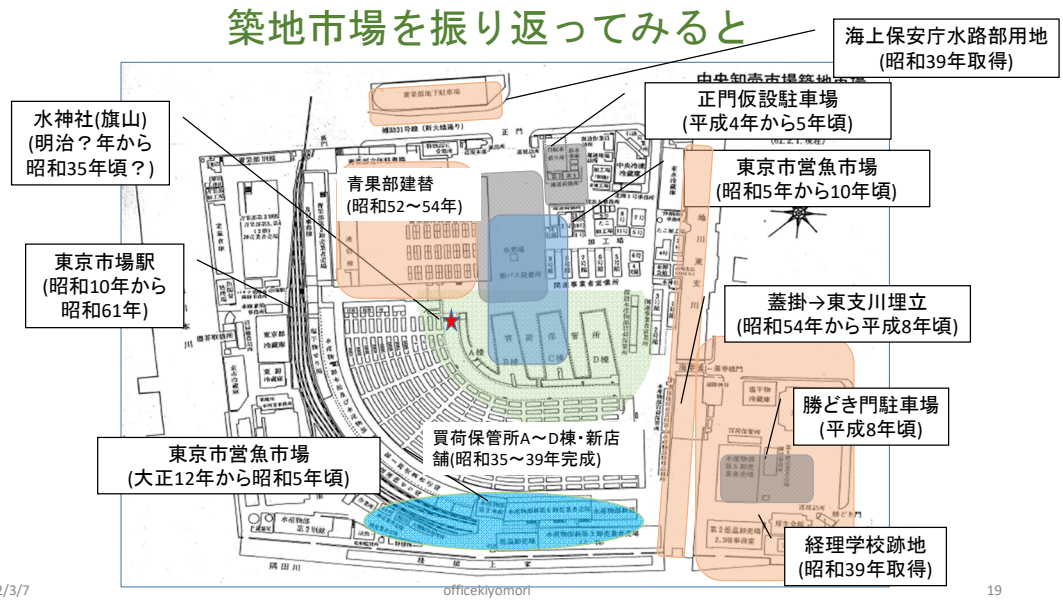
築地市場の豊洲市場移転を巡る経緯

知事	年	内容
鈴木俊一	1970年代	大井地区に、神田・築地等の市場を統合した大規模市場建設構想
	1988	築地市場の再整備を決定・築地市場再整備基本計画
青島幸男	1996	現在地再整備の見直しを決定
	1998	豊洲地区への移転案が浮上
石原慎太郎	2001	豊洲地区を候補とした移転を表明
	2007～09	移転予定地の地下水・土壌から環境基準を上回るベンゼンなどが検出
	2011	移転予定地の土壌改良工事開始
猪瀬直樹		
舛添要一	2014	豊洲市場着工・地下水モニタリング開始
	2015	2016年11月7日に開業することを決定
小池百合子	2016	移転延期を発表

2016/9/27 18

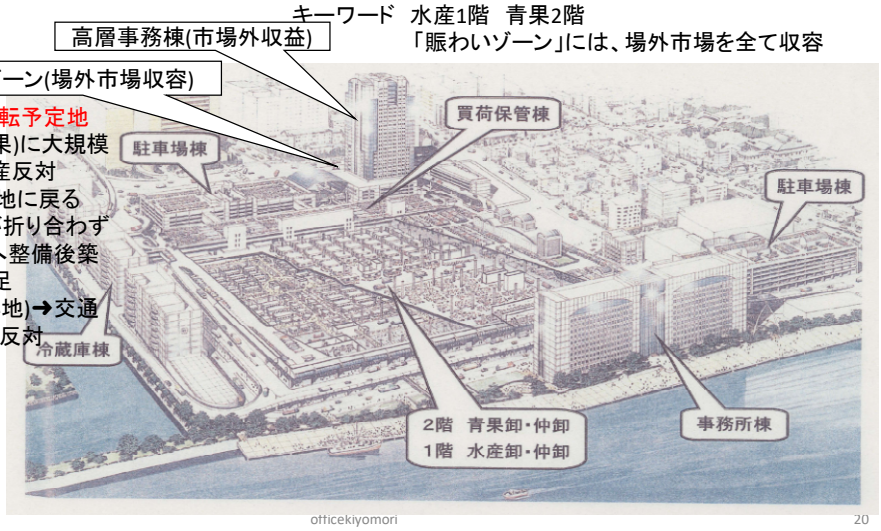
改めて築地市場を振り返ってみると、市営の魚市場があったり、市場駅があったり、蓋掛があったり、勝どき門の駐車場があったりと、いろいろなことがあった。この歴史から言えるのは、築地市場は、昭和 10 年ごろに開業してから約 50 年経過していたものの、まだ開発余力があったということである。すなわち、新たに建物を建てる余力があったからこそ、生き延びられたのである。

ところが豊洲は、開発余力がゼロで、非常に懸念している。当時の市場長は、100 年持つ市場にしようと言っていたが、なかなか難しいのではないだろうか。



平成 2 年当時、既に築地市場の再整備計画があった。このときは、高層事務棟を造って市場外の収益を得てそれを市場に戻すとか、賑わいゾーンとして場外市場を全部収容して再開発するとか、結構知恵があった。ただし、再整備の間の一時移転についても、汐留移転は国鉄と地代の交渉が折り合わずに実現せず、晴海移転も面積不足が理由で実現せず、臨海副都心移転も交通インフラが不便との理由で実現しなかった。

築地市場再整備完成予想図（平成2年当時）



2022/3/7　otticekiyomori　20

東日本大震災では、食べて応援しようという趣旨で産地支援のイベントを実施した。ただし、築地や大田以外の市場のなかには、商品が集まらない市場も多くて、市場の力の低下を実感した。

東日本大震災

キーワード　民主党政権でなかりせば
放射能汚染の影響

「食べて応援しよう」

2011年3月11日発災
震災の影響
産地の被災　三陸地方の水産生産拠点　漁港、加工場など
福島県風評被害
卸売市場　建物等にほとんど損害無➜後に小池都政に入って、「一部補強すれば、使える論」
産地支援イベント(市場まつりにおける直販)
➜市場間の格差が明確に

小池都政は、都民ファーストではなく自分ファーストでないか。記者会見では「築地は守る、豊洲を生かす」と言っていたが、実は、築地は殺して豊洲もダメにしたと思う。私は、全ての責任は小池知事にあると考えている。テーマパークを有する市場にしようと言ったがつぶれ、中央市場プラス物流センターと言ったがつぶれた。

小池都政は「自分ファースト」

「一度決めたことだから」
「もう作ってしまったのだから」
「既定路線だから」 何も考えなくてよいという都政は行いません。
これまでの決定等で、 都民ファーストに基づいていないものは、 都民目線で情報を公開し、経緯を明らかにする。
都民の利益を第一に考え、時に政策を変更する。
(2016/8/31小池知事記者会見より)

築地は残す　豊洲は活かす
築地は殺し、豊洲もダメにした

話が逸れるが、都職員の序列について紹介しておきたい。知事は公選である。副知事は、特別職で任期は4年である。また、都技監は技術系の最高ポストである。以下、局長級、部長級、課長級と続く。なお、中央卸売市場の市場長は局長級のポストであり、私が務めていた場長は部長級のポストである。

東京都には総合職制度がなく、管理職試験がある。昔はとても難しかったのだが、近年はとても易しくなってきており、都庁組織の劣化につながっている。

都職員の序列

キーワード　都には、国の「総合職制度」がないので、管理職になるためには管理職試験(管試)に合格する必要がある。近年この「管試」がやさしすぎて・・・

知事（公選）

副知事（特別職任期2年だが、石原都政以降満期を務めた人は少ない）　都技監（一般職だが、技術系の最高ポスト）

局長級（指定職　局長級は公営企業管理者、官房系局長、事業系局長、1級事業所長の4ランク　局長級（理事）小池都政でポストが2倍以上増えた）・・・「市場長」

部長級（総務部長、本庁部長、担当部長、出先部長の4ランク）・・・「場長」

課長級（統括課長、本庁課長、担当課長、出先課長の4ランク）

以上が管理職

課長代理級（統括課長代理（旧課長補佐）、課長代理（旧係長、担当係長））

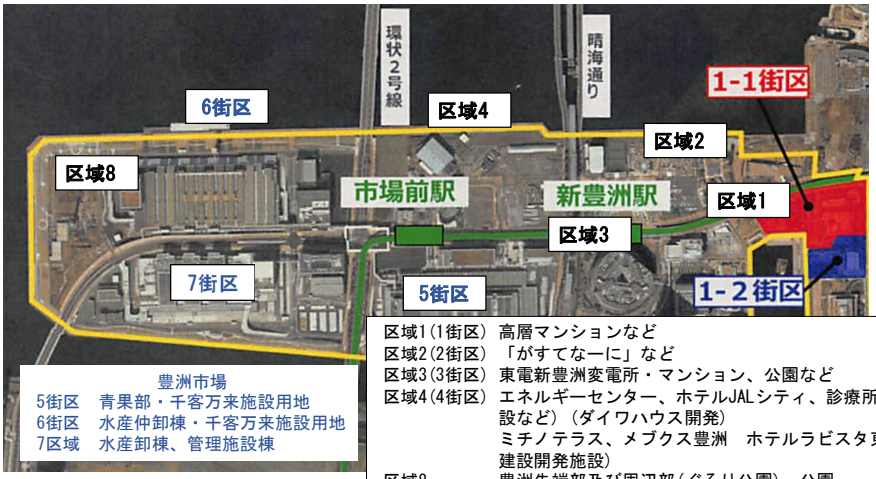
主任級

主事級（ヒラ　一部除きここから出発）

2022/3/7　officekiyomori　23

豊洲地区のことを豊洲半島と呼んでいるが、複数の街区に分かれている。1 街区には高層マンション、2 街区には「がすてなーに」など、3 街区には変電所やマンションなど、4 街区にはエネルギーセンターやホテルなどがある。5 街区から 7 街区が豊洲市場で、8 街区にはぐるり公園がある。このぐるり公園の整備費も市場会計で賄っている。

豊洲半島概略図

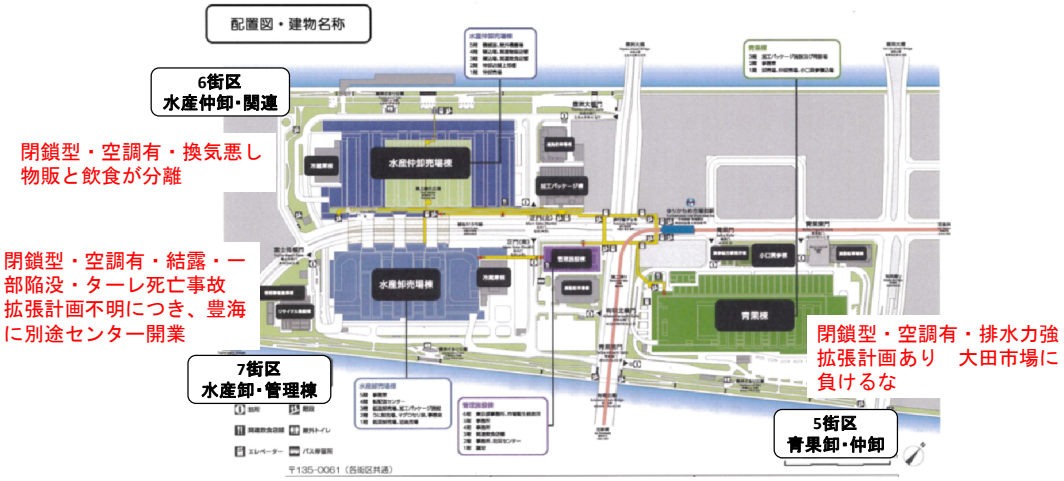


区域1(1街区)　高層マンションなど
区域2(2街区)　「がすてなーに」など
区域3(3街区)　東電新豊洲変電所・マンション、公園など
区域4(4街区)　エネルギーセンター、ホテルJALシティ、診療所、スポーツ施設など)（ダイワハウス開発）
ミチノテラス、メブクス豊洲　ホテルラビスタ東京ベイ(清水建設開発施設)
区域8　豊洲先端部及び周辺部(ぐるり公園)　公園

次に豊洲の配置図をみてみたい。6 街区は水産仲卸関連で、閉鎖型で空調はあるが換気が悪い。物販と飲食が分離しているため、買い回りが悪い。7 街区は水産卸などで、閉鎖型で空調はあるが、結露が多いほか、陥没、ターレの死亡事故などの問題が生じている。5 街区が青果卸・仲卸で、閉鎖型で空調もあるが、水産よりも排水能力が高いことが特徴である。地盤沈下も起きておらず、拡張余力もある。この差は、水産の仲卸が反対していたため、あまり意見を言わなかったことにある。なお、江東区では 3 割緑化という条例があるため、建て増しができない。また、都市計画上の制約もあり、抜本的な改革もできない。

また、水産卸売場の上にはヘリポートがあるが大きなヘリコプターが降りられず、防災基地の機能を果たせないという問題もある。

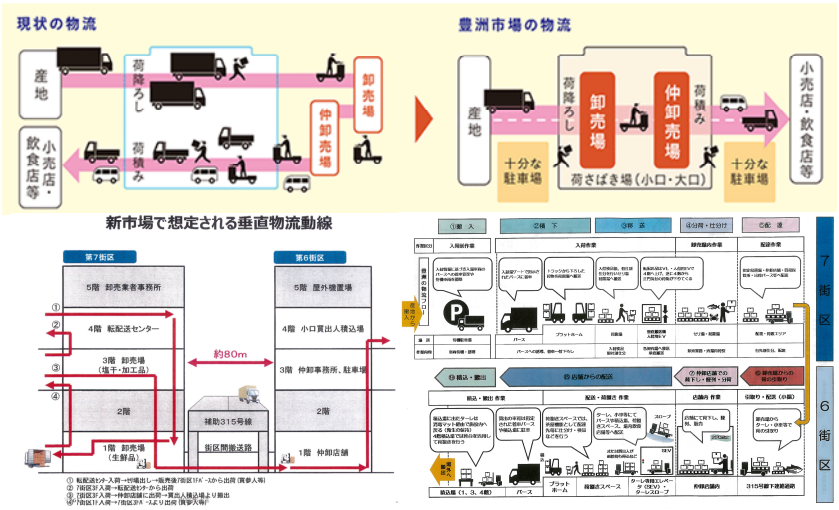
豊洲市場の配置図



市場内の搬送は、垂直移動が多く、また人も多く、全然効率的ではない。ターレとは、ターレット式トラックの略称で、小回りが利くため、荷物を運びやすい。しかし、それがゆえに、搬送効率が悪く、搬送以外の目的でも使用されている。また速度も出しがちで、事故も起きているほか、シートシャッターの破損事故も多数発生している。

効率的な物流？

ターレの功罪



最近では、COVID-19 で、延べ 1,800 人、今年に入って 800 人が感染している。特に、換気の悪い空間で業務をしている方たちや飲食店の従業員、荷物の運送業者の感染が多い。

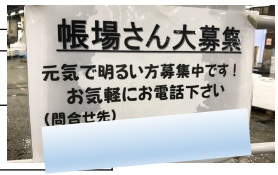
COVID-19といちば

キーワード　仲買の帳場のおばちゃんが何故感染したか
脆弱な市場の「安全・安心」

これまでの感染者　延べ約1,800人　今年に入って約800人　スーパー等の取引は伸びたものの、高級食材(料亭等)は壊滅

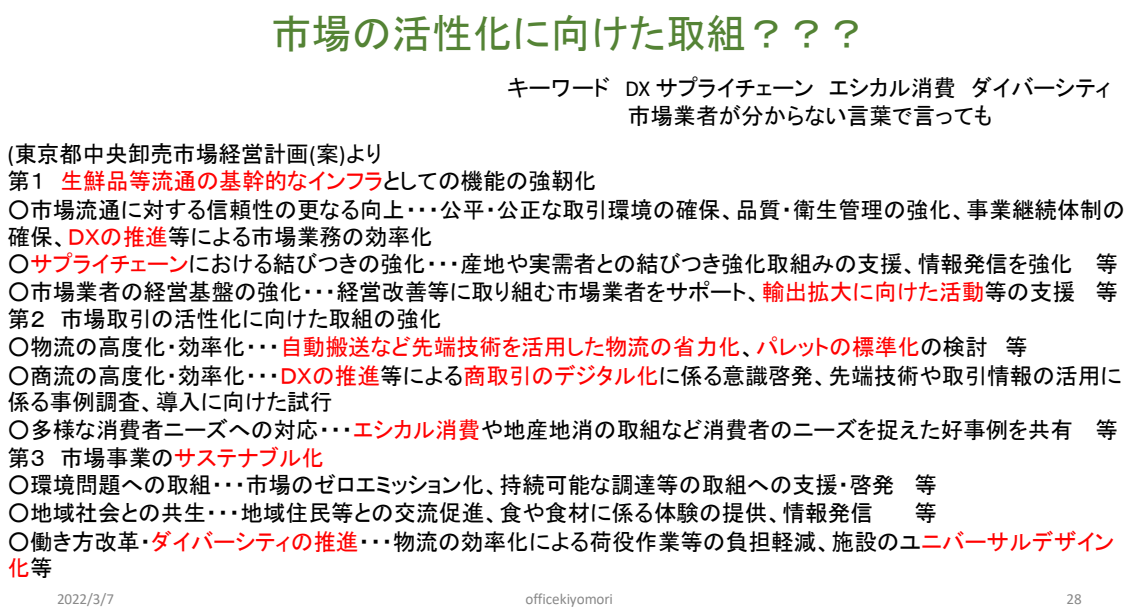
或る日の感染事例(東京都中央卸売市場発表)

事例No.	市場	年代	性別	業務内容	経過等
事例1	豊洲	40代	男性	水産卸売業における販売業務	1/29 勤務 1/31 医療機関受診、検査。陽性判明。自宅療養
事例2	豊洲	50代	男性	水産卸売業における販売業務	1/31 勤務 2/1 医療機関受診、検査 2/2 陽性判明。自宅療養



〇業務内容　卸売業　仲卸業　関連事業等に分類
さらに　販売業務　「関連事業における販売業務」には、場内飲食店の従業員が含まれる
商品管理業務　「関連事業における消費管理業務」には「買荷保管業(茶屋)」が含まれる
経営業務全般　いわゆる「役員」のこと
荷物の運搬　卸・仲卸・関連事業者によって業務内容は全く異なる(小揚、「軽子」)
経理業務　水産仲卸の経理業務・女性とは、「帳場(箱)のおばちゃん」・・・閉鎖型で換気が悪く、当初感染者が続出

市場の活性化に向けた取り組みについてだが、東京都中央卸売市場経営計画が示されている。そのなかで、生鮮食料品の流通の基幹的なインフラとしてDXの推進が謳われているが、デジタルトランスフォーメーションという言葉はほとんど理解されていない。その顕著な例が手書き伝票である。また、輸出拡大に向けた活動も行われている。自動搬送など先端技術を活用した物流の省力化やパレットの標準化、デジタル化も進んでいない。たとえば、水産の卸会社のコンピューターの基本は、いまだにフォートランで、システム化は難しい。実際に、魚が届いても、〇〇丸、〇〇水産、〇〇行きなどとしか紙に書いていない。これをデジタル化することは難しい。なお、エシカル消費、サステナブル化などの片仮名語は、意味を伝えることが難しい。ただし、がんばっている方もたくさんいるため、応援したい。



時代錯誤の市場にどう向き合うかが今後の課題である。課題は山積していてダメなことも多いが、私は市場が好きなので、何とかしてあげたいと考えている。いろいろ脱線したり、少し極端なことも言ったが、これで私の話を終わりにさせていただきたい。

ご清聴ありがとうございました。

ダメとはいえ、本当は、市場を・・・

オフィス・キヨモリ・森本博行

3　質疑概要

【質問】　中央区の公共交通の会議で、築地の跡地を交通拠点にするといった議論をしているのだが、インフラがないため、築地が箱崎のようになるのではないかという心配があるのだがいかがか。

〔回答〕　それはご指摘の通りかもしれない。豊洲でも桟橋の利用の議論があるが、大島などから少し来るだけで、ほとんど使われていない。

【質問】　築地の今後について、東京都は都有地の活用事業として公募、選定していく理解しているが、森本様からみたときの望ましい使い方、留意点についてご示唆をいただきたい。

〔回答〕　一番は公園にすることではないか。暫定公園として、何かあったときは転用可能なかたちでの整備が考えられる。もう一つは、広域的な避難場所が少ないため、そのような機能も必要だと思う。関東大震災の時は、公園に小学校を併設して造ったりしたが、そのような知恵のある施設を造ることが望ましいのではないか。もっと言えば、場外市場も含め、大規模に、長期的な視点に立った計画にしてほしい。晴海通りの下に地下鉄を通すことは、たとえ 50 年かかろうとも、将来的にいろいろな意味をもたらすのではないか。そのように考えると夢があると思う。食の拠点を作

る必要はない。

【質問】　関東大震災の時の後藤新平も、道路と運河と市場と学校と公園に取り組み、物流のことを考えていた。それにもかかわらず、汐留にしても、築地にしても、流通の拠点だったところを再開発でオフィスにしてしまうのは残念である。

〔回答〕　確かにオフィスは違うだろう。守秘義務があり具体的には申し上げられないが、私が東京都の担当だったときも、公園としての整備についての検討、議論もあった。

【質問】　使用者や所有者が非常に入り組んでいたと伺ったが、所有権については、市場特有の議論があったのか、教えていただきたい。

〔回答〕　江戸時代に板船権（慣習により発生した市場地区内の道路占有による売場所権）があり、約 2,000 枚が発行されていた。本来であれば、築地では圧縮したかったのだが、それができなかった。太平洋戦争で仲卸が解散したが、戦後、GHQ が公募した際に 1,600 公募してしまい、所有はしていないものの、営業権が発生するかたちになっている。

本当は、行政財産使用権は売買できないのだが、営業権という形で売買されており、1 店舗 5.5 平米が 1 億円で取り引きされた時代もあった。このような状況は東京と京都だけである。なお、豊洲では、1,200 だけ設置して、400 は廃業してもらう計画だったが、反対運動が起き、本来、店舗の予定ではなかったスペースにも店舗を造った。その結果、これら 400 店舗は、屋根が低かったり、換気が悪かったりして、これが先ほどの COVID-19 の問題にもつながっている。

【質問】　青果と水産で対応の仕方が違ったということだが、これは青果が上手で、水産が後手に回ったということか。

〔回答〕　そのとおりである。青果の方は、歴史的にも資金的な余裕が大きかったという面もある。

【質問】　スライド 22 で、「中央卸売市場プラス物流センター」というお話があったが、具体的に教えていただきたい。また、青果と水産の動向の違いについても教えていただきたい。

〔回答〕　物流センターについては、これまでいろいろな議論があったが、中央区豊海に豊海流通センターができた（3 月竣工）。今後の状況は分からないが、これからも様々な動きがあると思われる。また、青果と水産の比較では、取扱量、取扱金額の環境

が違う。青果では、大田市場というライバルがあり、それに向けた取り組みがあるが、水産では、ライバルとなる市場がない。私としては、豊洲には水産も青果もあるのだから、両方の強みを生かせるようにしたいと思うが、水産卸と青果卸の間の人的交流もすくなく、うまく絡み合っていないのが現状である。

日交研シリーズ目録は、日交研ホームページ
http://www.nikkoken.or.jp/publication_A.html を参照してください

A-839　ロジスティクスにおける交通研究の
役割と範囲

交通分野におけるロジスティクス研究の
役割と範囲研究プロジェクト

2022 年 9 月　発行

公益社団法人日本交通政策研究会