

韓国小売商人の事業継承意識に関する一考

—韓国釜山市の亀浦市場および国際市場の事例を中心に—

Case Study on the Business Succession of Merchant's Family in Korea

柳 到亨*、崔 相鐵**

Do Hyeong RYU , Sang Chul CHOI

韓国で世代を超えて家族の商売を続けていきたいという小売商人の意志がどうであるかを明らかにするのが、本稿の問題意識である。とりわけ、韓国釜山市の亀浦市場と国際市場で行ったインタビュー調査で明らかになった事業継承意識について考察を行う。定性調査により、日本の商人たちと異なる韓国商人たちの事業継承意識を考えることで、日本と韓国の家族従業制（特に商店をめぐる親子関係）の異質性を明らかにする。

キーワード：商店街・市場の衰退、商人家族継承、日韓意識比較、亀浦市場、国際市場

I. はじめに

儒教国に属している東アジア諸国（日本、韓国、台湾、中国）において、家族従業ないし商店経営と家族との関係は、共通した特徴を持っているのではないか。このことが、前稿の崔・柳(2006)に続き、本稿での暗黙の前提である。言い換えると、われわれは、東アジア地域の自営業者およびその家族という労働力を中心とする商店が経営される家族従業制は共通的で、日本で観察される商店事業の親子継承関係や夫婦分業関係などの商店経営と家族との関係も東アジアにも観察されるのではないかという前提¹⁾に基づき、未開拓の研究フロンティアに取り組んできた。

この前提に基づき、東アジア諸国の中でも、市場や商店街の衰退が著しいといわれる韓国に焦点を当て、韓国でも、日本の商店街において重要な問題として認識される「後継者難」と同様な問題を抱えているのか、先祖がはじめた商売を引き継ぐ経営様式は存在するのか、そして世代を超えて家族の商売を続けていきたいという意志があるのかを明らかにするのが、われわれの本稿の問題意識である。とりわけ本稿は2005年8月に行われた韓国釜山広域市の亀浦市場、国際市場という2つの市場の商店経営者とのインタビュー調査をベースに、韓国の商人たちがもつ事業継承意識を具体的にあぶりだし、そのなかで家族の事業継承は行われているのか、子供に商売とい

* 神戸大学経営学研究科 〒657-8501 神戸市灘区六甲台町 2-1

**流通科学大学商学部 〒651-88 神戸市西区学園西町 3-1

う職業や店の経営を継がせたい意識をもっているのかなどに対する答えを探りたい。

上記の問題意識をうけ、本稿の構成はつぎのようになる。まず第2章では韓国零細小売商の経営や事業継承の実態を紹介する。続いて、第3章では、韓国釜山市の亀浦市場と国際市場で行ったインタビュー調査で明らかになった事業継承意識について考察を行う。定性調査により、日本の商人たちと異なる韓国商人たちの事業継承意識を考えることで、日本と韓国の家族従業員制（特に商店をめぐる親子関係）の異質性を明らかにする。

II. 韓国の小売構造の変換および事業継承の実態：日本との比較

1. 韓国の小売流通構造の変換

1980年代半ば以降、日本中小小売業の母体である個人商店の店舗数、自己雇用者数、常時従業員数、総販売額の減少は著しく表面化している²⁾。すなわち、この期間は伝統的な零細小売業を中心とする小売業構造から大型小売店やコンビニエンス・ストアを中心とする小売業構造への遷移期でもある。個人商店の衰退とは対照的に、大型小売店、専門販売店などの法人商店や新たな小売技術（情報技術）を取り入れた新小売業態は、個人商店に比べて相対的に拡張しているのは周知のことである。

このような日本の中小小売業と同様な変化が、1996年から2004年までの期間に韓国でもみえは始めている。表1では小売業態における店舗数、店舗面積の推移が示されているが³⁾、それに基づき、業態別店舗数および店舗面積について少々触れておこう。

表1 小売業態別店舗数および店舗面積の推移(1996年と2004年の比較)

区分		1996年(a)	2004年(b)	b/a (%)
店舗数 (個所)	百貨店	109	96	88.10%
	割引店	28	275	982.10%
	スーパー・マーケット	3,657	6,708 **	186.20%
	コンビニエンス・ストア	1,885	8,247	437.50%
	無店舗販売	11,579	15,270	131.90%
	零細小売業	705,916 *	625,982 **	88.70%
床面積 (千㎡)	百貨店	2,161	4,241	196.30%
	割引店	229	4,166	1819.20%
	スーパー・マーケット	1,529	3,925	256.70%

出所：韓国統計庁『卸・小売業およびサービス総調査報告書』、大韓商工会議所『小売業経営動態分析』より。

注1) *は1997年、**は2003の数値である。

注2) 零細小売業の数値は、4人以下の規模の小売業で、自動車は除外したものである。

この期間中の特徴として、まずは、割引店⁴⁾をはじめ、コンビニエンス・ストア、スーパー・マーケットの店舗数が急激に増えたことに対して、他方、零細小売商や百貨店が減少していること、つぎに、割引店をはじめとするいわゆる大型店の店舗面積の伸びが顕著になっていることが挙げられる。

要するに、小売流通構造において、中小小売商が減少しつつあることに対して、大型店は店舗数、店舗面積の伸びが顕著になり、急速に発展する傾向がうかがえる。

2. 韓国中小小売業の就業構造

引き続き、韓国の中小小売商店における従業構造についてみることにする。韓国の政府傘下機関が実施した規模が50人以下の小売商店を対象にした統計調査結果の一部を表2に示している。

表2 中小小売商店の従業員階層別構成比

	無	1人	2～3人	4人以上
総従業員	46.10%	36.50%	12.60%	4.90%
無給家族従業員	66.40%	29.90%	3.40%	0.30%
正規従業員	81.50%	8.60%	6.80%	3.10%
アルバイト	93.40%	3.70%	2.00%	0.90%

出所：韓国産業資源部・大韓商工会議所『全国中小流通業総覧』（2002）

注1) 2002年9月現在、常時従業者が50人以下あるいは売上高が300億ウォン以下の中小小売店、680,410店を対象に実施した調査である。

注2) 無給家族従業者は自営業者の家族で営業時間の1/3以上を勤務し、賃金をもらわない者、正規従業員は1ヶ月以上の雇用期間が定められ、固定給与をもらっている者、アルバイトは1年未満で雇用され、1日ごとに雇用されている者である。

商店に従事する商店経営者およびその無給家族従業者を除く正規従業員、アルバイトの従業員の内訳は表2にみる通りである。正規従業員を雇っていない商店は全体の8割強、1人が8.6%、2人以上は9.9%であった。同様に、アルバイトの従業員がいない商店は93.4%で、1人以上のアルバイトの従業員がいる商店はわずか6.6%にすぎない。反面、無給家族従業者が商売活動に参加している商店の構成率は33.6%である。この結果から、商店経営において市場の労働資源を利用するより、家族従業者に頼る傾向があるのが読み取れる。

3. 日韓の中小小売商における商店経営の実態

これまで韓国の小売構造の推移や家族従業構造の特徴を簡略にみてきた。続いて、本稿の目的に迫るべく事業継承の実態を明らかにする前に、日本と韓国の中小小売商における商店経営の実態を把握することにしよう。

端的に、神戸大学の石井淳蔵教授を代表とする研究グループが2004年7月から8月の間にわたって行われた調査からその実態をうかがいたい。「商店経営に関する調査」というテーマに基づき、質問票を両国の商人たちに配布し、収集したのだが、日本では神戸市の商業集積に立地する500個所の商店に調査を行い、有効回答票は383票であった。続いて、韓国では釜山市の商業集積に立地する300個所の商店を対象に、質問票を配布し、有効回答票は187票であった⁵⁾。

表3 後継者の有無および後継者候補の内訳

後継者・調査地域	日本神戸市n=383	韓国釜山市 n=187
後継者の有無	有：29.8% 無：34.4% どちらかわからない：35.8%	有：10.4% 無：51.9% どちらかわからない：37.7%
後継者の内訳	息子：80.7% 娘：10.1% 子供の夫あるいは妻：2.8% 未定：1.8% その他：4.6%	息子：36.8% 娘：15.8% 子供の夫あるいは妻：10.5% 未定：21.1% その他：15.8%

出所：石井・高室・柳・横山（2007）より整理

注1) 「既に継いでいる」及び「いずれ継ぐ」の両方を、「後継者：有」としている。

注2) 後継者の内訳は「後継者：有」の内訳である。

本稿の主な目的である韓国小売商業における事業継承の実態は、日韓両国の比較を通じて明確に浮き彫りになった。事業継承の実態に関する結果は表3に示されているが、まず、韓国では「後継者有無」についての回答に、後継者があると答えた商店経営者はわずか10%で、後継者がないおよびどちらか分からないと答えた商店経営者が9割である。これに対して、日本では29%の商店経営者が「後継者がある」と答えている。「後継者の有無」に関する商店構成ははっきり異なっているのがわかる。

後継者候補については、韓国では息子が36%そして娘が15%で、計52%で、子供以外が48%もいる。つまり、半数近い経営者が、子供以外を後継者に考えている。日本では息子が80%そして娘が10%で、子供が80%で計90%である。そして子供以外はわずか1割弱になっている。後継者の候補が誰なのかという質問からも、日韓両国での事業継承の実態が大きく異なっていることがわかる。

4. 日韓の商店経営者の事業継承の違い

続いて、日韓の商店経営者の事業継承に関する石井・高室・柳・横山（2007）の質問票調査を参考にしながら、両国の事業継承意識の相違を紹介しよう。

表4 商人の事業継承意識に関する日韓比較

継承についての意識	日本		韓国		t 値
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
家族継承意識	2.89	1.39	3.13	1.3	-1.91 *
長男継承意識	3.37	1.37	3.81	1.31	-3.57 ***

出所：石井・高室・柳・横山（2007）より整理。

注1) ここでの平均値は、各質問に対するそれぞれ商人の回答（1=全くその通り、2=ややその通り、3=どちらともいえない、4=あまりそうではない、5=全くそうではない）を合計した値の平均である。

注2) 平均値の比較（t 検定）による統計分析である。有意水準：1%=***, 5%=**, 10%=*。

表4でも分かるように、両国において商店を事業として継承しようとする意識は、「家族継承意識」と「長男継承意識」⁶⁾という2つの指標で測定している。「家族継承意識」と「長男継承意識」のいずれについても日本の商店経営者が、「商店を家族や長男に継がせたい」という意識が強いことがわかる。

なぜ、このように、韓国の商店経営者が、日本のそれに比べて、相対的に家族継承意識が薄いのだろうか。これについては、韓国中小企画庁（2005）がまとめた報告書⁷⁾が一つの答えを出している。この報告書の結果で、注目に値する内容を抜粋すると、①自店の自己分析の結果、業種転換あるいは廃業を考慮していると答えた小売商店の比重が39.1%、②商人としてのプライドを感じられない商店が46.0%、③今後3年間に渡り、他店舗との競争で自信を持ってない商店が56.8%、④現在、自店が危機に直面していると感じた商店が65.7%、という項目が目に入る。

このような応答結果は、割引店で代表される厳しい環境変化に対して、不可避な自信喪失の現れにほかならざらう。しかし、このような環境変化は、スピードと程度の差はあるものの、日本の中小小売商店も経験したことであろう。すなわち、環境変化要因だけで、韓国における家族継承意識の希薄さを説明しきれない側面があるはずである。本稿で、韓国の商店経営者が抱えている社会心理学的な深層構造に注目したのは、そのためである。

Ⅲ. 韓国の個人商店の継承意識に関するインタビュー調査

以上を踏まえ、本節では釜山広域市の亀浦市場や国際市場の商人たちとのインタビュー⁸⁾の紹介を通じて、本稿の問題意識に対する仮説的な回答を試みたい。

1. 亀浦市場の場合

a. 亀浦市場の概要

亀浦市場は五日市を起源とする韓国では比較的に歴史古い市場といわれている。この市場は自

然発生的に成り立ち、総長さは2,520mで、791店舗⁹⁾により構成されている。この市場の成り立ちの当時は、魚類や穀物類を中心にそれぞれ2つの通りがあったそうである。そしてその周辺に多数の露天商が集まった形であった。魚類および穀物類の屋根つきの2つの通りの商人たちにより、1972年社団法人「繁栄会」が組織され、現存の市場の主要建物が建てられた。要するに、魚類や穀物類を中心とする2つの通りに、自然発生的に露天商が増えてきて、現在の市場の形になったようである。社団法人が設立された当時の総店舗は55店舗であった。

2005年の時点で、無許可店舗を除く639店舗の運営形態に関していうと、店舗を所有し、商売を営んでいる商人はわずか96店舗(15%)に過ぎず、残りの543店舗(85%)は賃貸の形態をしながら、商店を運営している¹⁰⁾。無許可店舗や露天商、各個別店舗を管理する機能をもつ組織が不在であることにより、施設・サービスが遅れていることから市場の活性化や組織化を行っている最中であった。

b. インタビューのキー・ポイント：「子供と商売の距離をおく」

韓国の商店経営者らは次の世代に商売という職業を引き継ごうという意識がないという意向を示している。以下では、彼らの語りから事業継承に関する意識を考えていきたいと思う。インタビューに応じてくれた商人たちは40代から50代を中心に構成された商人組織の役員12名であった。彼らは商売をはじめ平均10年から20年の間の商店経営の経歴の持ち主でもあった。釜山広域市亀浦市場が1972年に設立された当時、その当時の商人らの年齢は40から50歳代が中心で、現在は70から80歳代になっており、彼らのほとんどは建物の老朽化や再開発で市場から出ている。そのなかでは親戚や兄弟に店を譲った人もいたが、直系の後継ぎはいなかった。商店経営者らの組織のリーダーである衣類を営むP氏は、次のように指摘する。

その当時の第2世の経営者はほとんどいないですが、その後から入ってきて…。今、2代目はほぼいません。

同じ「繁栄会」のL氏も、同様に指摘をする。

いま、2つのケースなのですが、その当時の方で親戚のおじさんから引き継いだ場合もあるし、弟に譲った場合もあります。いま、2代目といいましたが、直系はゼロなのです。そのような形では2つのケースになります。親戚と近い親戚が2件。

子供には商店を継がせようという意識に関して商店経営者の表現や内容はやや異なるものの、亀浦市場のインタビュー対象者に共通に聞かれた言葉であったのは「子供に継がせたくない」と

いうことであった。私たちが「子供さんはお父さん、お母さんが商売をしておられるのをみながら成長し、その中でいつの間にか商売っていうのをみながら覚えるもので、子供たちが『あっ、親の商売を継ごうかなあ』という感じにはあまりなかったのか」という発言に続いて、A氏は次のように淡々と述べた。

見方によるのですが、子供としても親が苦労している姿をみているからやはり苦労したくないと思うはずだろう。それから、市場の文化というか市場の状況、それを世間がみるにはちょっと見下されるところもあるし、そういうところを子供には見せたくないから、大きくなれば「あまり店に来るな」というふうに言っています。

子供には商売を継がせたくないという理由を、A氏と同様に、「商売」に対する認識をPさんは次のように教えてくれた。

親のそういう姿を見せたくないという気持ちもあるのです。商売人の姿というのは世間から見れば美しくみえるところではなくて、きたないところであります。そこは子供が大きくなると見せたくないというのが本音です。韓国の諺で「商売人の喧嘩は犬も喰わない」というのがあります。

子供に店の中で両親が商売をしている姿をみても、子供が引き継ぐところまで結びつかないし、韓国社会は、商人の地位や市場の文化を低くみるところがあり、多くの商人が子供に市場で商売している自分の姿を見せたくないという気持ちを持っていた。

2. 国際市場の場合

a. 国際市場の概要

国際市場は韓国では比較的歴史の長い60年の歴史を誇る市場のひとつである。国際市場は韓国が日本の植民地化から独立した1945年に、空き地で商売が始まり、1949年に木造の建物を設立したが、翌年1950年5月に国際市場として正式な開設をした。現在、国際市場は全12棟で構成され、約1500店舗が商売をやっている。国際市場の周辺には数々の飲食店・露店、近隣の公設市場がある。これらの周辺の商業施設を含む巨大集積である国際市場は、首都圏を除く韓国のなかでは大規模の市場の一つとして知られている。

創設された当時から1970年までは、主に日本製を中心とする外国産の商品を取り扱いながら成長・発展した経緯から、一般人のなかで国際市場という名称が定着したのである。市場の立地条件は釜山市の中部に位置し、市民の台所の役割以外に、外国の観光客にも人気が高い商業集積で

もある。

商人たちの3割は店舗を所有し、商売を行っているが、残りの7割の店舗は商人ではない。建物所有者が自ら商売を営まず、賃金収入を得ている状況であった。このような店舗の所有関係は、商人たちが小売市場に関する自律的に意思決定権をもつことを阻害する理由のひとつであった。

零細小売商業を取り巻く環境が変わることで、商業施設や環境設備の整備に取り組んでいる最中であった。しかし、近隣に大型店が次々登場したことや交通便の発達によって、顧客層が相当減ったということもあって、2005年現在約1500店舗のうち、5%が空き店舗の状況に陥っている。空き店舗は主に建物の2階部分に多くみられた。経済の好況期では空き店舗ができて新たな商人により入れ替わっていくというような状況だったが、現在は商売や市場全体の今後展望が明るくないことで、新たな参加者はおらず、空き店舗は増えていくような状況である。現在の空き店舗の5%においては所有者が賃金を大幅にさげても借り手が見つからないという。それに対して、立地条件が良いところに出店しようとする場合には、権利金を以前の商人に支払わなければならないということもあって、権利金の設定については商売の将来性に左右される傾向が強い。

b. インタビューのキー・ポイント：「子供には継がせたくない」

インタビュー調査に応じてくれた商人たちのなかでは、直系で商売を継承したひとは少なく、親戚や親しい知人を通じて商売を始めた商人が多くみられた。商売は基本的に夫婦で行い、家族以外の人を雇う時には、主に親戚や故郷の知人を雇っていたそうである。複数の店舗を持つことになったときでも、他人を従業員として雇用し、仕事を任せるのではなく、血縁関係がある親戚にその店舗の運営を任せるのが一般的にみられた。

1970年代までは高校を卒業して、商店で従業員として就職するひとは多かったそうである。特に好況期には空き店舗が出ると、独立を目指す人によりすぐ埋められた。従業員として商店に働く利点は、商売の経験を積むと同時に空き店舗の情報を迅速に得ることであった。大学に進学するひが増加することとともに、商店への就職しようとする若者が減少し、人手が少ない状況であった。

国際市場では外部からの労働力不足のうえ、家族による商売を継承する例は少なかった。商人たちの商売に関する考え方は、商売が生計の維持や儲けの手段であるという意識が多く、商売を長期的に継続していく意識または継続させたい意識が低かった。我々は日本の商店街において後継者の問題が深刻になっていることを紹介し、韓国でも後継者問題というのがあるのかを反問した。この問いに国際市場の繁栄会の会長であるKさんから、つぎの答えが返ってきた。

(日本の皆さんがいうほど)韓国は日本ほどそんなに店の後継ぎがないことを深刻に認識していません。お金のために商売をやっているし、やっぱり昔からそうなの

ですが、子供が同じ店の後を継ぐということより、よその仕事をして成功してほしいという思いが強くて、ほとんど子供という直系より店員さんとかそういう方たちが店を継ぐ

むしろ子供が商売という事業を継承するというより、他の仕事で成功して欲しいと考えていた。事業継承する場合には、直系家族ではなく、従業員である親戚によって事業継承されて行く場合が多い。「日本の昔は（家族はもちろん）知らない人でも第三者の信頼できる人の紹介で従業員を受け入れて一緒に住み込んでいた、ということが結構あった」という私たちの話を聞いて、Sさんはつぎのような発言をした。

日本のほうが継承する機会が多いと聞いていますが、それに比べて韓国は少ないです。韓国では基本的には血縁社会なので、全然親戚関係がない人に継がせることはないです。

同じく「繁栄会」の役員であるCさんに店を継がせるケースがあるのかを聞いた。

大体ここ国際市場で商売をされた方たちの子供たちをみると、大学や大学院まで行っていて、…。ご本人たちが苦勞して勉強できなかった分、子供には教育をさせたいという思いが強かったのですから、あまり商売を継ぐという方はないのです。

韓国商人たちが子供に商売を継ぐことを期待するのではなく、いい教育を受け、安定的な仕事に就くことを期待するようである。このような子供に商店を継がせたくないという考えは、亀浦市場と同様な共通した認識がみられた。

IV. 小括

本稿では、韓国で行った質問票調査やインタビュー調査を用いた分析により、商店経営者が家族に商店を引き継がせたいという意識および事業継承の実態を考察した。これまでの論議で、韓国の小売商店では、親子間の事業継承がさほど行われないことや商店経営者の事業継承意識が非常に希薄であることがわかった。

結論的にいうと、韓国の商人家族では、石井(1996)が指摘しているような家業として商店経営を息子あるいは娘に継がせたいという切実な商店経営者の意思がみられなかったといえる。商店をめぐる韓国の商店経営者たちの親子関係に焦点を当ててみると、できるだけ子供と商売の関係

を切り離したいということが多くみられたからである。むしろ、商売ではない他の産業の職業に就いて生活を営んでほしいということは2つの市場の商人の共通的な声であった。

さらに加えておきたいことは、日本の個々の商店や商店街が抱えている「後継者問題」が韓国ではさほど深刻なイシューとして受け入れられていない点についてである。風呂（1960）の先駆的な家族従業研究が指摘してきたような生業的家族経営内における自己増殖する労働力が世襲的に店を引き継がせることは韓国の家族従業制ではさほどみられなかった。極めて予断的であるが、家族内の構成員による商店の世襲的な継承よりは、他者との市場取引に依存して、中小小売商が再生産されてきたのではないかと推測される。

本稿はいわゆる文化的な知見で事業継承問題を議論したものではない。東アジアの諸国は土農工商という儒教的社会観を共有している。しかし、日本と韓国の事業継承に関する考察を通じてうかがえた相違点は、どうやら韓国では安定的な社会階層として商人の地位を形成するような動き（商人内の自主的な動き、政府の施策）が乏しかったことに起因すると考える。

前稿の崔・柳（2006）でも論じたように、韓国では近年中小小売業を育成、保護しようとする政策的動きがみえているが、あくまでも政治的で短見である。韓国の中小小売商は日本に比べ、施設の老朽化、経営技法の後進性を抱えていることは周知の通りである。さらに既述したように割引店などの大型小売店が店舗数、店舗面積を顕著に伸ばしている中で、自信喪失に陥っているために廃業や転業が後を絶たない状態が続いている。

韓国において今後も中小小売商の基盤が沈下することは避けられないだろう。その状況でも、経済効率性を越えて社会文化的な見地で地域中小小売商を守るべきだという社会的合意があれば、単なる育成・保護施策という「外面的な動機付け」だけではなく、商人が誇りを持って、自店を家族継承したいという「内面的な動機付け」が切実である。家族継承が相対的にスムーズに行われた日本の経験とノウハウが、改めて日本の小売産業の発展の前轍を踏んできた韓国に伝えることができるかどうか、これから探っていききたい。

<付記>

本研究は、平成18年度科学研究費補助金（基盤研究（A）、課題番号17203030、研究名：「東アジアにおける小売商業と家族従業経営に関する実証研究」）と、2006年度流通科学大学特別研究費（課題番号：18212）の助成を受けて行われた成果の一部である。

参考文献

- 石井淳蔵(1996)『商人家族と市場社会—もうひとつの消費社会論—』、有斐閣。
- 石井淳蔵・高室裕史・柳到亨・横山斉理(2007)「小売商業における家業概念の再検討—日韓比較研究を中心にして—」、『国民経済雑誌』、第195巻第3号、17-31頁。
- 高室裕史・石井淳蔵(2005)「小売業における家族従業の分析枠組み—東アジアでの国際比較研究に向けて—」、『国民経済雑誌』、第191巻第4号、1-20頁。
- 崔 相鐵(2002)「グローバル小売企業の韓国進出と韓国小売企業の変貌」流通科学大学流通科学研究所、モノグラフ No. 7、1-36頁。
- 崔 相鐵・柳 到亨(2006)「韓国の商業政策の展開と商人の事業継承」、『流通科学大学論集—流通・経営編—』第19巻第1号、93-106頁。
- 風呂 勉(1960)「商業における過剰就業と雇用需要の特性」『商大論集』通巻37～39号。
- 柳 到亨(2006)「事業継承意志の高揚に関する決定要因分析」『国民経済雑誌』第194巻第5号、91-113頁。
- 柳 到亨(2007)「小売商業の事業継承における家族理念意識の影響に関する実証研究」、『流通研究』、第10巻第1号。
- 柳 到亨・崔 相鐵(2006)「中小小売業の自己雇用についての歴史的考察—マクロ・データに基づく実証分析」、『流通科学大学流通科学研究所 Working Paper』、N. 56。

(以下、韓国語資料)

- 韓国産業資源部・大韓商工会議所(2002)『全国中小流通業総覧』。
- 韓国中小企画庁(2005)『零細小売業支援対策』。
- 韓国統計庁『卸・小売業およびサービス総調査報告書』各年号。
- 大韓商工会議所『小売業経営動態分析』、各年号。

注釈

- 1) このことについて、詳しくは石井・高室・柳・横山(2007)を参照されたい。
- 2) 石井(1996)、柳・崔(2006)を参照。
- 3) 韓国における同時期の小売業態別の売上高の推移については崔・柳(2006)で詳しい。なお本稿では韓国における流通構造変化の推移において1996年と2004年の短いスパンで留まっている。朝鮮戦争以降の長年間の分析は今後の課題として持って行きたい。
- 4) 韓国最大の小売業態の割引店を含め、主な小売業態については、崔(2002)で詳しく記述されている。
- 5) 韓国釜山市で行われた質問票調査の手法や商人の人口学的特性および商店特性については、石井・高室・柳・横山(2007)を参照されたい。
- 6) 事業継承意識については、商店経営者自らの商店事業の継承意識において2つの次元があると思われる(石井・高室・柳・横山2007)。1つは家族継承意識で、家族に継いで欲しいと思っている程度で、もう1つが長男継承意識で、特に長男に継いで欲しいと思っている程度である。
- 7) 同調査は、韓国中小企画庁が、2005年3月10日から同年4月30日までの期間中、大型流通企業と無店舗小売企業を除き、地域・業種・規模別に按分し選んだ約3,000店に面接調査を行った結果である。詳しくは、韓国中小企画庁(2005)を参照のこと。

- 8) 亀浦（グボ）市場と国際（クックジェ）市場でのインタビューは、それぞれ2005年8月22日（午後1時30分～3時20分）と同年8月23日（午後2時～16時）に行われた。われわれ研究グループの質問に、各市場の歴史を良く分かっている商人代表者らが答える集団インタビューの形をとった。
- 9) 亀浦市場の総店舗数は791店舗で、そのなかで一般店舗が639店舗、無許可店舗が48店舗、平日露天商の104店舗が営業中である。2割近い店舗が無許可ということになるが、このような無許可の店舗は多くの市場が抱えている悩みのひとつである。
- 10) 韓国の中小企業庁市場支援センター「在来市場実態調査」（2005）によると、2004年現在店を所有しながら商売を行っている商店が66,252(22.9%)、店舗を借りながら商売を行っている商店が137,971(58.1%)、空き店舗が33,184(14.1%)となっている。全国の在来市場における商店所有関係による零細商店の経営および商店街の再開発に関する問題点が多数報告されている。今回定性調査の対象になった亀浦市場や国際市場は、賃貸店舗数の比率が全国の統計データと比べて少ないものの、同じ問題を抱えていることがうかがえた。