札幌大学総合論叢　第 32 号（2011 年 10 月）

〈論文〉

オークション介在の優位性
―生体（犬）を事例として―

岩　倉　由　貴

1　はじめに

流通において，「問屋無用論」をはじめ，90 年代以降の製造業者と小売業者が直接協働関係を構築する製販同盟や戦略的連携，製販統合の動き等，その中間に位置する卸売業者の存在意義が議論されてきた。このような中，成長産業と言われているペット産業の根幹をなす商品である生体の流通をみると，生産者であるブリーダーからペットオークション（以下，オークション）を経由し，ペット小売店に至る経路が中心である。生体流通においてオークションは，ブリーダー，ペット小売店同様，主要な位置づけにあるが，動物の愛護や法律の見直しに関するシンポジウムやセミナー，各種資料では，オークションでの動物の取り扱い方に対する批判や生き物をオークションにかけること自体に対する批判等を中心に，オークションに対しては否定的な意見が目立つのが現状である。非人道的な扱いをされているのであれば問題となるが，そもそもなぜオークションが成立したのか，なぜオークションが必要なのか，その仕組みや役割そのものに関しては議論されてこなかった[1)]。

本稿では，流通の観点から分析し，オークションシステムの有用性を検討する。そして，卸売業者介在の根拠に関する既存研究を手掛かりに，生体流通におけるオークション介在の根拠および優位性を明らかにすることを目的とする。本稿で対象とする生体はペットの

[1)] オークションの台頭に関しては，岩倉（近刊）を参照されたい。

代表格である犬とし，記述においては筆者によるインタビュー調査の記録も用いる[2]。また，オークションは「競り市」と呼ばれることもあるが，本稿では「オークション」と称する[3]。なお，本稿は流通の視点からの分析であるため，オークションでの生体の取り扱い方に関しては議論しない。

本稿の構成は以下のとおりである。第2章にて生体流通におけるオークションの位置づけを示したうえで，犬のオークションシステムの概要を述べる。第3章では卸売業者介在の根拠と役割，オークション介在の優位性に関する既存研究を概観し，これをふまえ，第4章で生体流通におけるオークション介在の原理と優位性を考察する。

議論を進める前に，本稿で依拠するアプローチを検討する。流通研究の伝統的なアプローチには，商品別アプローチ，機関的アプローチ，機能的アプローチの3つがある[4]（兼村，1999，p.28）。商品別アプローチとは，「商品によって流通の形態にいかなる相違が存在しているかを主に研究するもの」（p.28）であり，代表的研究として，Copeland（1923），Aspinwall（1958）がある。機関的アプローチとは，「流通がいかなる機関によって実現されているかを主に研究するもの」（pp.28-29）であり，代表的研究としてBreyer（1934，邦訳1986），Bucklin（1965）がある。機能的アプローチとは，「いかなる（流通）機能が遂行されることによって，流通が実現されるかを主に研究するもの」（p.29）である。流通研究においては，「流通のあるべき姿，あるいは実態を明らかにするばかりでなく，これに関連ある機関の存在意義を示す」ことから，機能的アプローチが重要視されてきた（久保村，1974，p.103）。Shaw（1951，邦訳1975，p.49）は，商業者の機能として，危険負担（sharing the risk），商品の輸送（transporting the goods），金融（financing the operation），販売（商品についてのアイディアの伝達）（selling（communication of ideas about the goods）），収集・取揃え・再出荷（assembling，assorting and re-shipping）の5つを挙げている。Shawの影響を受けたWeldは，商業者の機能ではなく流通過程の現実の機関に関連付け

---

[2] 本稿で使用したインタビュー調査をさせていただいた方々とその日付は以下のとおりである。P&Lジャパン株式会社代表取締役・大友弘志氏（2005年11月2日・2009年9月2日），T社・B氏（2008年4月1日），一般社団法人全国ペット協会会長・米山由男氏（2009年5月14日），環境省自然環境局動物愛護管理室室長補佐・西純一郎氏（2009年5月21日）。なお，T社・B氏は，40年余り主にペット用品の卸売業を経営されており，ペット産業に幅広い人脈をもつと共に産業内の実情に精通している方である。

[3]「オークション」という響きが命ある動物を取り扱う場にふさわしくないこと，単なる競り市ではなく，教育・情報発信等の機能を担うようになったことから，業界関係者は，「ペットオークション」を「ペットパーク」と呼ぶようになっている。しかしながら，一般的にはオークションという名称が使用されていることから，本稿ではオークションという用語を用いる。

[4] 兼村（1999）の他，Sheth, Gardner and Garrett（1988，邦訳1991，pp.44-58・86-98）を参照。

た機能分析を行なった（久保村, 1974, p.108）。そして, 収集（assembling）, 保管（storing）, 危険負担（assumption of risks）, 金融（financing）, 再調整（分類, 格付, 分割, 包装等）（rearrangement（sorting, grading, breaking up into small units, packing etc））, 販売（selling）, 運送（transportation）の７つを機能として挙げている（Weld, 1917）。Clark（1922, 邦訳 1930）は, Weld の分類を, 交換機能, 物的供給機能, 補助的または促進的機能の３つに大別し, さらに, 各機能を小分類している。

本稿は流通の実態や流通機関の活動や存在意義を明らかにすることから, 機能的アプローチの意味合いが強い。

2　生体流通におけるオークション

2-1　流通経路

犬の飼育頭数や生産・販売頭数は, 流通システムを考察する上で基本的なデータとなるが, これらの頭数に関しては正確に把握されておらず, 既存のデータやインタビュー調査に基づき, それぞれが独自に計算し推計として出しているのが現状である。また,「生産（繁殖）から最終飼育者への販売に至るまでの“流通構造”については, 以前から不明な点が多かった」（環境省, 2003, p.49）とされており, 所管の環境省でも流通経路の 3, 4 割程度しか把握できていないという（太田, 2010, p.38）。

環境省が発表した流通経路に関するものとして,『ペット動物流通販売実態調査報告書』（環境省, 2003）と中央環境審議会動物愛護部会（第 24 回）の配布資料の中にある「犬・ねこの流通・販売に関する推計」（中央環境審議会動物愛護部会, 2009）がある。前者は, 2003 年 3 月に発表されたものであり,「施行 5 年後の見直しに向けた対応方策等の検討のために必要な情報等の収集蓄積を図っていくこと」を目的として行われた調査である。後者は, 2009 年 2 月～ 3 月に実施した, 動物取扱業者を対象とした全国組織である一般社団法人全国ペット協会（ZPK）会員を対象とした「犬･ねこ販売及び流通に関するアンケート調査」, オークションの団体である全国ペットパーク流通協議会（PARK）会員および非会員を対象にした「犬・ねこオークション調査」, 一般飼養者を対象にした「犬・ねこ通信販売調査」および野生社の『ペットデータ年鑑 2009』掲載の各種データを基に, 環境省が 2008 年 1 月～ 12 月に流通した生体の流通･販売パターンと流通量, 幼齢動物流通･販売について推計したものとなっている。しかしながら, 環境省はこの調査結果に対し下記のように注を付けている。

> オークション市場については十分な回答数を得られているが，それ以外は業界の一部であること，犬・ねこの流通形態は多様化しており必ずしも以下の図［流通・販売経路のパターンと流通量推計の図をさす（図表 1）］のように区分しきれない部分があること，アンケートの回答には主観が入っている可能性は否定できないこと等が限定条件として前提となっている。このため，今回の調査結果は，あくまでもアンケートの結果であり，必ずしも流通実態全体を客観的に示しているものではない。
>
> （中央環境審議会動物愛護部会，2009，p.12）

以上から，詳細な実態把握には至っていないこと，猫も対象となっているという問題はあるが，最新の流通経路に関する調査結果であること，そしてオークション市場については十分な回答数が得られているとしていることから，当該データを用い流通経路として示す（図表 1）。

図表 1 ではオークション経由は 41% となっているが，年間生産頭数 100 万頭のうち半分の約 50 万頭[5]（中央環境審議会動物愛護部会, 2008, p.12），70 ～ 80%（太田, 2008, p.13），57%（太田, 2010, p.37）という声もある。正確な流通量は不明であるが，オークションは「現在日本の生体流通の主流となっている」（太田，2007，p.8）ことから，ブリーダーからオークションを経由し，ペット小売店に至る経路が中心である。なお，オークションへの参加形態は，買主としてが 19.8%，荷主としてが 13.9%，買主･荷主の両方としてが 66.3% となっている[6]。

本稿の議論の中心であるオークションは，ブリーダーとペット小売店の間に介在する組織である。両者の間に介在する組織，すなわち中間業者としてはオークションのほかに卸売業がある。卸売業はブリーダーの在庫状況を把握して小売店に情報提供し，仲介手数料をとることにより両者の媒介役を果たしている[7]のに対し，オークションは生体を販売したいブリーダーと生体を仕入れたいペット小売店等の間を取り持つ場で，競りにより売

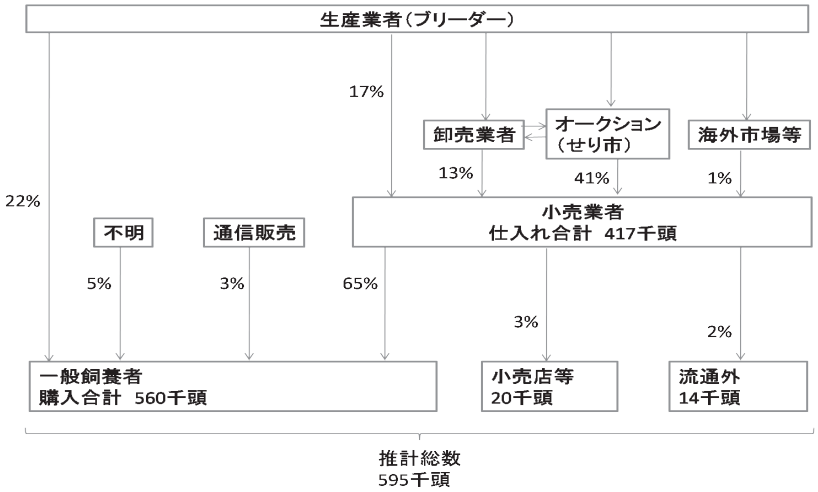
---

[5] ZPK・副会長である太田勝典氏の発言より。

[6] 野生社（2006）『ペットデータ年鑑 2006』に所収されている「犬猫生体オークションの可能性を探る」pp.266-268 より。本データは，野生社がペット小売店およびブリーダーを対象に行ったアンケート調査結果である（回答数 121 社）。

[7] 大友氏，2009 年 9 月 2 日インタビューより。

図表１　流通経路



出所）中央環境審議会動物愛護部会（2009）第 24 回配布資料（平成 21 年 6 月 15 日），資料
2-3「動物愛護管理基本指針の点検（第 2 回）について　参考資料」p.12 の図「流通・販売経路のパターンと流通量推計」を一部改変して作成

買が行われる（『インターズー・ペットショップジャーナル（以下，『PJ』）』，2008 年 7 月号，p.4）。

2-2　オークションシステムとは[8)]

オークションは，ブリーダーとペット小売店を媒介することで生体取引を効率的に行う場である。本節では，オークションシステムについて仙台ペットオークションを事例にみていく。

仙台ペットオークションは，P&L ジャパン株式会社が運営しているオークションである。同社はペット問屋であるため，問屋としての顧客へのサービスの一環として，東北では誰もオークションを開催していないことから，生体の流通を良くしようとオークションを始めた。月に 3 回オークションを開催しており，最近の取引は 1 回あたり平均 40 ～ 50 頭，利用者は東北地方のブリーダーおよびペット小売店である。主にチェーン店等大量に生体を仕入れる必要がある業者が仕入れ先としてオークションを利用している。

オークションでは，生年月日や噛み合わせの状態，ヘルニアの有無，皮膚の状態，配色

8) 本節の記述は，大友氏への 2005 年 11 月 2 日および 2009 年 9 月 2 日に行ったインタビュー調査の記録に基づく。

等といった外見で分かる生体の欠点を言った上で競りにかける。生体の初価は市場の相場を基準にしてオークション側が提示する。それ以後は買い方により価格が上下する。また，ブリーダーが希望価格を出すこともある。売買が成立しなかった場合はブリーダーが持ち返る仕組みになっているため，オークションに生体が残ることはない。仙台ペットオークションでは，売り手（ブリーダー）から売買成立価格の 5%，買い手（ペット小売店）から 2% を仲介手数料として受け取っている。また，オークションにはブリーダーもペット小売店も自家用車を利用し，自らが物流機能を担う[9]。

2-3　中間業者としての卸売業者・オークション

流通機関の分類では，「生産者と消費者の間に介在して，商品の所有権を直接的ないし間接的に移転させる企業」である中間業者は商業者（商人）と仲介商業者（仲介商人）に分類され，さらに商業者は卸売業者と小売業者とに，仲介商業者は商法上の問屋，代理商，仲立人に分類される（兼村，1999，p.40）。田村（2001，p.79）によると，商業者とは，「生産者と消費者の間の取引に介在して，商品の再販売購入を行っている」業者であり，この定義から言うとオークションも卸売業者も中間業者ではあるが商業者ではない。一方，卸売業者の分類として所有権の有無による分類がある。この分類では，通常の卸売業は所有権を取得・保有しているが，所有権を取得・保有せずに卸売活動を行う卸売業として，商法上の問屋，代理商，仲立人を扱っており（林，1999，p.129），商業者に分類されていることになる。鈴木（2004）は，卸売業者は流通機能を分担するとし，卸売業の機能として，所有権移転機能，危険負担機能，情報伝達機能，物流機能，生産・加工機能を挙げている（pp.194-197）。そして，卸売業の機能をすべて担う卸売業者を「完全卸売業者」，その一部を担う卸売業者を「不完全機能卸売業者」とし，代理商・仲立人を，後者の「不完全機能卸売業者」に分類している（p.207）。

生体取引におけるオークションや卸売業者の役割をふまえると，不完全機能卸売業者の代理商・仲立人に近いものと考えられる。そのため，卸売業者もオークション事業者も取引を円滑にさせる中間業者ではあるが，所有権を取得し，またその所有権をさらに別の商業者や消費者・使用者に移転させるという意味での狭義の商業者ではない。本稿では商業者を，取引を円滑に進める役割を果たす業者と広義に捉え，オークションおよび卸売業者を商業者に含めることとする。

---

[9] 遠隔地への輸送手段として空輸があるが，夏期は短吻系の犬の輸送が航空会社の規定により禁止されている。

オークション台頭以降，卸売業はほとんど成り立っていない[10]ことから，中間業者の機能の中心的な担い手が卸売業者からオークションへと移転したと考えられる。以上をふまえ，本稿ではオークションに焦点をあてることとし，ブリーダーとペット小売店の間にオークションがなぜ介在するのか，その背景を考察する。その際，卸売業者[11]の介在条件に関する先行研究に依拠し，オークションの存在根拠を明らかにする。

3　既存研究の概観

3-1　卸売業者介在の根拠

卸売業者の介在の根拠を論じた理論として，Hall（1948, 邦訳 1957）や Alderson（1957, 邦訳 1984）がある。特に，Hall が提示した取引数最小化の原理（**principle of minimum total transactions**）および不確実性プールの原理（**principle of massed reserves**）ないし集中貯蔵の原理（**principle of pooling uncertainty**）は卸売業者介在根拠として多く取り上げられている原理である（**pp.**108-111）。取引数最小化の原理とは，製造業者と小売業者の間に卸売業者が介在することにより，卸売業者が介在しない場合に比べて取引総数が減少され，これにより流通費用が節約されるという原理である。集中貯蔵の原理とは，不確実な需要に対し，個々の小売業者が在庫を保有するよりも，卸売業者が集中的に在庫を保有した方が全体としての在庫量が少なくなるという原理である。前者は卸売業者の介在することによる流通取引の効率性，後者は流通在庫の効率性を説明しており（鍋田, 2005，**p.**206），「いずれも卸売業者介在の根拠を取引の社会的集中による流通費用の節約に措定したものである」（風呂，1979，**p.**88）。

Alderson（1957，邦訳 1984）は中間業者[12]の存在根拠として，「中間媒介者による交換の利得率」と「品揃え物のそご（**discrepancy of assortment**）」を提示している。前者は中間媒介者の数やタイプを決定する要因として品揃えの形成の必要性と費用効率を指摘し[13]，流通費用節約を説明するものとして出されている原理である。後者は品揃え物の

---

[10] 大友氏，2009 年 9 月 2 日インタビューより。

[11] 既存研究では，卸売商，小売商となっているが，用語を統一するため，卸売業者，小売業者と置き換えることとする。

[12] Alderson は中間媒介者としているが，本稿では中間業者と置き換えることとする。

[13]「介在する媒介者についてその数やタイプを根底的に決定する要因が，ほかならぬ品揃え形成の必要性であり，かつその費用効率的な遂行への配慮である」としている（Alderson，1957，邦訳 1984，**p.**243）。

そごのなかで「最も根幹的なそごは生産者ストックと消費者の品揃え物のあいだに存在するそご」（Alderson，1957，邦訳 1984，p.249）であり，生産者ストックは大量生産の原理に合わせられているのに対し，消費者の品揃えは個別的で多様な組み合わせにあり，ここに中間業者の存在根拠があるとする。

3-2　卸売業者の役割

田村（2001）は，「卸売商の活動は流通機能に対応している」（p.121）とし，流通機能として，所有権機能，危険負担機能，情報伝達機能，物流機能の 4 つを挙げている（p.19）。鈴木（2004）は，卸売部門が介在することによる社会的役割は，需給結合，品揃えの形成，流通費用の節約にあり（pp.192-193），流通機能を分担する卸売業の機能として，所有権移転機能，危険負担機能，情報伝達機能，物流機能，生産･加工機能を挙げている（pp.194-197）。林（1999，pp.119-122）は，卸売業が実際の活動面で果たす役割として，仕入機能，販売機能，金融機能，受注機能，発注機能，保管機能，配送機能，情報伝達機能，指導援助機能，組織化機能，の 10 を挙げている[14]。

3-3　オークション介在の原理と優位性

卸売業者[15]介在の原理は，「生産部門と小売部門（あるいはほかの非消費部門）との取引について，有効に作動するかどうか」であり，この作動は，生産部門の状態，小売部門の状態，生産部門と小売部門の対応の状態，商品特性等から成り立つ卸売業者にとっての流通課業条件に依存している（田村，2001，p.123）。田村によると，卸売業者介在にとって好都合な条件は，「生産部門が中小規模の多数の生産者から構成され，またかれらが地理的に分散し，特定商品の生産に専門化していること」（生産部門の状態），「多数の零細な小売商が地理的に広域に立地し，かれらの品揃えが多くの生産者の商品ミックスから成り立っていること」（小売部門の状態）である。また，生産部門と小売部門の対応の状態においては，生産地と小売地の距離，生産時と小売時のタイム・ラグ，生産者と小売業者の品揃えの相違，商品特性では，破損性と単純性が特に重要としている（pp.122-127）。

---

[14] 林はこれらの機能を，さらに「強化すべき機能」と「開発すべき機能」に分けている（林，1999，pp.121-122）。

[15] 田村は卸売商を完全機能卸商の意味で用いている（p.122）が，本稿ではオークションの介在根拠を明らかにするために用いるため，不完全機能卸売業者と捉えている。

4　オークション介在の優位性

4-1　オークション介在の原理

本節では，上述の４つの条件に即し，生体流通におけるオークションの介在原理を考察していく（図表２参照）。

図表２　オークションの介在原理

条　　件	内　　容
①生産部門の状態	・中小規模の多数の生産者から構成 ・地理的に分散 ・特定商品の生産に専門化
②小売部門の状態	・多数の零細な小売商から構成 ・地理的に広域に立地 ・多くの生産者の商品のミックスによる品揃え
③生産部門と小売部門の対応の状態[16]	・生産者と小売商の品揃えの相違
④商品特性[17]	・単純性

出所）田村正紀（2001）『流通原理』pp.122-127 より作成

①生産部門の状態

ブリーダーの経営形態は，家族経営等の個人事業者が主体である。そして，基幹的な労働が自家労働力によってまかなわれる小規模商品生産が支配的であり，多くが特定の犬種に特化している[18]。

立地に関して言えば，全国に点在しているが，犬の繁殖という特性上，広大な敷地を必要とするため，地方に多く存在する。東海，近畿地区に比較的多く存在し，「半分地場産

[16] 小売部門の状態として，田村は生産地と小売地の距離を挙げているが，大量輸送の経済により「生産地と小売地の距離が長くなると，卸売商の介在によって取引費用節約の機会が大きくなる」（田村，2001，p.125）としていることから除外する。また，生産時と小売時のタイム・ラグに関しては，在庫機能と関連しており，オークションは在庫機能を有さないことから除外する。

[17] 破損性とは，「商品の物理的寿命，あるいは心理的寿命の短さ（田村，2001，p.127）であり，商品の破損性が高いと，中間在庫の形成は不利に働く。生体は，破損性が高いため中間在庫はなく，そして中間在庫を形成しないことで取引を円滑に行っていることから破損性は除外する。

[18] 西氏，2009 年 5 月 21 日インタビューより。

業的な要素をもっている」(『PJ』2007 年 7 月号，p.5）という特徴がある。さらに，近年では，より品質の高い生体を提供するために，よりよい環境で育てたいというブリーダーの意図がある[19] ことから，さらに生産と消費・販売の地理的距離が拡大する傾向にある。

②小売部門の状態

「最近はチェーンストア方式で複数店舗を経営する業者も現れているが，その多くは単一の小規模な店舗を家族で経営しているにすぎない」(福岡，2007，p.57)。生体の品揃えをみると，特定犬種を専門的に扱う小売店もあるが，通常は，人気犬種を中心に多くの犬種を取り揃えている。ブリーダーは特定犬種に特化することが多いという特性から，多くのブリーダーの商品のミックスにより成り立っている。

また，「小売部門は消費者と直接に取引するから，その構造は消費部門の特性によって規定されるところが大きい。消費部門の特性は，消費者の購買力が生来，小規模で空間的に分散している点にある」(田村，2001，p.124)。ペットフード協会の調査によると，2009 年の犬の平均飼育頭数は 1.29 頭[20] であり，現在，多頭飼いをする飼育者が増加傾向にあるものの，通常は反復購買されにくい商品であり，1 人につき 1 頭の犬を飼育するのではなく家族単位での飼育であるため，需要は小規模であると考えられる。

③生産部門と小売部門の対応の状態：生産者と小売業者の間での品揃え不一致

「生産者と小売商の品揃えが相互に一致しないこと」を意味する品揃えの不一致は，通常，小売業者の品揃えが生産者の品揃えよりも広いときに生じる（田村，2001，p.126)。ブリーダーは特定犬種に特化している場合が多く，一方，ペット小売店は多くの犬種を揃えることを希望していることから，両者の間で品揃え不一致が生じている。小売店は種々な生産者から商品を揃える必要性が高まるが，オークションが介在することで品揃え過程効率が高まる（田村，2001，p.126)。

④商品特性：単純性

単純性とは，「商品のもつ属性の数が少なく技術的に複雑でないこと」(田村，2001，p.127）である。田村によると，「商品属性が多くなり，技術的に複雑になると，その商品の販売

[19] 米山氏，2009 年 5 月 14 日インタビューより。

[20] ペットフード協会（2009）『第 16 回　犬猫飼育率全国調査』http://www.petfood.or.jp/data/chart2009/07.html（アクセス日：2011 年 7 月 14 日）

や使用に際して種々な技術上の助言やアフター・サービスが不可欠になる」が，これらの「必要な知識や情報は生産者に偏在しているのでこの種のサービスは，その商品の生産者がもっとも効率的に遂行できる」ため，販売を卸売商に完全に委託することはできない。これに対し，商品の単純性の増加は，卸売商への販売委託を容易にするとしている（p.127）。

単純性の観点から整理すると，犬の飼育方法はマニュアル化されている。犬種特有のかかりやすい病気等はあるが，これに関しては犬種ごとに管理できる要素であり，商品の単純性は高いと言えるであろう。そのため，販売委託が容易になり卸売業者介在の優位性につながっていると考えられる。

以上，卸売業者介在の原理に即しオークションの介在根拠を述べてきた。これらの条件が存在するときに，「小売商と生産者の活動の一部が，卸売商の活動としてスピンオフされ，卸売取引に専門化する卸売商が生成される」ことから，小売業者と卸売業者の分化を説明している（田村，2001，p.127）。

ブリーダー・ペット小売店共に家族経営等の個人経営が主体であり，両者は地理的に乖離している。ブリーダーは特定の犬種に特化していることが多いが，ペット小売店では様々な犬種を揃えることを希望していることから，両者の間での品揃え不一致が生じている。そして，商品の単純性は高く，販売委託も有利に働く。つまり，生体の流通においては 4 つの条件に多く当てはまることからオークション介在が有利に働いていると考えられる。

以下で，オークションが介在することで具体的にどのようなメリットがあるのかを述べることで，オークションの役割を明確にする。

4-2　オークション介在のメリット

4-1 では，オークションの介在原理を述べることで，オークション介在が有利に働いていることを示した。これらの考察をふまえ，本節ではオークションが介在することでブリーダーとペット小売店にもたらすメリットを整理し，オークションの役割をまとめる。

オークションが介在することによるブリーダーとペット小売店のメリットは図表 3 のとおりである。

図表３　オークション介在のメリット

ブリーダーのメリット	小売店のメリット
① 一度に多くの生体を売りに出すことができる ② セリで売買されるため、高値で売れる可能性がある	① 一度にさまざまな犬種、猫種を買い付けることができる ② 一度に多くの生体を買い付けることができる ③ セリというある意味公平な方法で売買されるので、面倒な価格交渉をする必要がない

出所）『PJ』2008 年 7 月号，p.4 より作成

ブリーダーは売れ残りを回避するために多くの販売先を確保しているが，オークションがなければ販売先が減少し在庫リスクは高まることになる。一方，ペット小売店は多くの犬種・頭数を仕入れることを希望しているため，多くのブリーダーと取引関係をもつ必要が出てくる。さらに，特定の犬種に特化していることが多いことから，競争をしていく中でペット小売店が仕入れることが出来ない可能性もある[21]。そして，生産リスクがあることから常に仕入れ先を確保できるわけではない。オークションがブリーダーと小売店の間に介在することで品揃えの不一致を解消し，そして，需給接合を果たすことで円滑な取引を促進している。また，仕入れ先としてのオークションの主な利用者はチェーン店等大量に仕入れる必要がある業者である[22] ことから，取引数が単純化し（Hall，1948，邦訳 1957，p.108），ペット小売店にとって取引コストが節約されるというメリットもある。

価格の面からみると，通常，ブリーダーとペット小売店が直接取引をする時は相対の交渉により価格が決まるが，オークションでは相場価格での取引のため公正な価格による取引が可能となる[23]。オークションが介在することで，公正な取引が可能となると共に，価格交渉をする必要がなくなるため，取引コストが節約される。

その他，オークションには品質チェック機能がある。オークションの団体である PARK に加盟しているオークションでは，生体の健康チェックが徹底して行われている。具体的には，競りに出される生体は，競りに出す前に売主が多項目にわたる健康状態のチェックを行う。その後，競りに出される直前にオークション側がチェックし，競り後は買主がチェックを行うことでトラブルを未然に防いでいる（『PJ』2008 年 7 月号，pp.4-5）。

[21] 西氏，2009 年 5 月 21 日インタビューより。
[22] 大友氏，2005 年 11 月 2 日インタビューより。
[23] B 氏，2008 年 4 月 1 日インタビューより。

すなわち，ブリーダー・オークション・ペット小売店の 3 者による健康チェックが徹底されており，オークションは公正な立場で品質をチェックする役割を担っている。

また，相対取引では返却しづらいというデメリットがある。生き物であるという特性上，環境が変わることで健康状態を損ねる場合や伝染病の場合は潜伏期間があることから，表面上では分からないこともあり，時間の経過と共に判明する先天性疾患や伝染病もある。そのため，病気の原因の所在を正確に把握することは困難である。相対取引だと返却しにくいという問題が生じるが，オークションでは返却のルールが決まっており，かつ，当事者の間にオークションが介在するため，当事者間の関係を壊すことなく返却が可能となる[24]。

以上の内容を整理すると，オークションの役割は，品揃え形成機能，品質チェック機能，取引コスト節約機能，情報伝達機能であり，特に品揃え形成機能が重要な役割であると考えられる。なお，保管機能を有さないのは生体という商品の特殊性によるものである。そして，売買が成立しなかった場合はブリーダーが持ち帰る仕組みになっていることからオークションには危険負担機能はないが，これも商品の特殊性によるものである。また，通常，卸売業は所有権を取得し，有しているが（林，1999，p.129），オークションは所有権を取得しておらず，また，オークションへは参加者（ブリーダーおよび小売店）自身が物流機能を担っているため物流機能はない。

オークションは，ブリーダーとペット小売店の流通の効率化を背景に誕生した卸売市場である。オークション会場ができたことで，生体の流通が良くなったことから大型専門店の拡大につながった[25]。現在の流通システム形成においてオークションは不可欠な存在であると言えるであろう。

4-3　地方のオークションの現状

現在の流通システム形成においてオークションは不可欠な存在ではあるが，すべてのオークションがうまくいっているわけではない。本節では仙台ペットオークションへのインタビュー調査の記録を中心に整理することで，地方のオークションの現状およびオークションの市場環境を述べる。

仙台ペットオークションは，東北で唯一のオークションであるが，「オークションで利

[24] 大友氏，2009 年 9 月 2 日インタビューより。
[25] 大友氏，2009 年 9 月 2 日インタビューより。

益になっていない」[26] のが現状であり，これが地方のオークションの現状であると大友氏は言う。この背景には，オークションの商圏における需要[27] と供給の問題がある。オークションは，売り手と買い手が集まることで成り立つ仕組みであるため，両者が集まることが成立条件である。そして，仲介手数料を受け取ることで成り立っており，利益は取扱頭数と単価に依存する。そのため，需要の大きさがオークションの規模を間接的にコントロールするのである。犬の販売頭数に影響を与える要因として県民所得がある。県民所得の高さと販売頭数は比例関係にあり，全体としての犬の需要はある程度一定しているものの，地域によって差があり，この需要の地域差が地方のオークションに影響を与えている。小売店の立場からみれば売れていないので仕入れない，ブリーダーの立場からみれば売れないのでオークションに来ないということになる。

「市に持ち込まれる需要と供給の範囲がひろがるほど，それぞれ最も好ましい買手ないし売手を発見しうる可能性は増大する。すなわち，商取引の観点からは，市の範囲はできるだけ大きいことが望ましい」[28]（森，1974，p.298）。野生社の調査によると，会員登録しているオークションの平均は 2.1 箇所，3 箇所以上登録している業者が 27.8% となっており，複数のオークションを利用している[29]。売り手から見ると，買い手が少ないことから売り手は買い手を求めより買い手の多いオークションを選ぶようになる。その結果，これまで利用していた地方のオークションから大規模のオークションへ販売するようになる。一方，ペット小売店の仕入れ頭数は販売頭数と比例するが，オークションに品揃え形成を依存していることから，売り手が少ないことは品揃え形成を困難にする。その結果，より売り手の多いオークションを選ぶようになる。売り手が増加すれば買い手も増加し，これによりさらに売り手が増加するという状況になり，一市場に集中することで，当該市場が巨大化するという現象が起きている。数年前は一番集客力のあるオークションの取引は 1 回で 300 頭前後であったのに対し，現在では 1 回で 1,000 頭の取引がある。

さらに，景気の低迷はオークションにも影響を及ぼす。景気の低迷による取扱頭数およびペット小売店における販売頭数の低下，平均単価の下落は，さらに地方のオークション離れを加速させるのである。

---

[26] 大友氏，2009 年 9 月 2 日インタビューより。

[27] ここでいう需要とは，消費者の犬に対する需要を指す。

[28] 一方，市の拡大は，「重複輸送，市場施設や道路の混雑など物流面のマイナスを増大させる」（森，1974，p.298）としている。

[29] 野生社編（2006）『ペットデータ年鑑 2006』に所収されている「犬猫生体オークションの可能性を探る」pp.266-268 より。

現在，東北のブリーダーもペット小売店も東京のオークションを中心に利用しているが，東京のオークションを利用する場合，仙台のオークションを利用する場合よりも，輸送費や輸送時間といった輸送に関わるコストの増加に加え，手数料も仙台のオークションより高い。これらのコストがかかるにも関わらず東京のオークションを利用するということは，ペット小売店からみれば，品揃え形成機能がもっとも重要であることを表していると考えられる。

以上，地方のオークションの現状を整理し，水平的競争と一極集中の現象が起きていることをみてきた。オークションはペット小売店の店頭品揃えを間接的にコントロールする。そして，需要の大きさがオークションの規模を間接的にコントロールする。地方における需要の小ささが地方のオークションの取扱頭数の減少を招き，地方のオークションでは品揃え形成が困難になっていることが明らかとなった。

4-4　販売委託の合理性

これまでオークション介在の優位性を述べてきたが，本節ではオークションが介在するシステム，言い換えれば，なぜ非統合型のシステムが主流なのかという観点から整理する。

まず，生産と消費の乖離が挙げられる。現在，最終顧客への販売先はペット小売店が中心であるが，ペット小売店が主流となった背景には生産者と消費者の地理的な乖離がある[30]。純血種の優良ブリーダーは環境の良い地方にいることが多く，かつ純血種の子犬を求める人は首都圏域に多かった。そのため地方で生産，首都圏で販売という流通特性から，商品としてショーケースで陳列する販売システムが出来上がったと言われている。さらに，近年では，より品質の高い生体を提供するために，よりよい環境で育てたいというブリーダーの意図がある[31]ことから，さらに生産と消費の地理的距離が拡大する傾向にある。地域生産・都市部消費を前提にして構築されたため，この地理的乖離により中間業者の介在が必要となり，非統合型システムが採られていると考えられる。

地理的乖離以外の要因としては，生体は，通常，反復購入されにくい商品であることが挙げられる。そのため，ブリーダーは最終顧客と継続的な取引関係を構築するインセンティブは小さいと考えられる。また，ブリーダーは取扱う商品が生体という特殊な商品ゆえに時間的制約を強いられると共に，個人事業者が多いことから最終顧客を見つけるため

[30] 大友氏，2005 年 11 月 2 日インタビューより。
[31] 米山氏，2009 年 5 月 14 日インタビューより。

にはコストの制約がある。生産リスクの高さはブリーダーとペット小売店の間での安定した取引関係の構築を困難にし，商品の単純性の増加は販売委託の容易性につながる（田村，2001，p.127）。さらに相対取引だと返品がしにくいというデメリットもある。

以上のことから，販売を委託した方が合理的であり，その結果，非統合型システムが主流となっていると考えられる。生体は重要な資源であり，生体がなければペット産業自体成立しない。しかしながら，ペット小売店は必ずしも取引先を限定しておらず，また，販売した顧客に繁殖を依頼し生まれた子犬を引き取るケースもあることは，繁殖の容易性を表している。すなわち，資源の特殊性はなく，このことが販売委託をより容易にしていると考えられる。

5　おわりに

本稿では，卸売業者介在の根拠に関する既存研究を手掛かりに，生体流通におけるオークション介在の根拠および優位性を考察してきた。第 2 章では生体流通におけるオークションの位置づけを示し，第 3 章では卸売業者介在の根拠と役割，オークション介在の原理と優位性に関する既存研究をみてきた。第 4 章では生体流通におけるオークション介在の原理と優位性を考察し，個人事業者が多いという経営形態，地域生産・都市部消費という地理的乖離，ブリーダーとペット小売店の間の品揃えの不一致，生産の不安定性や販売リスク等が起因し，現在の生体流通においては，非統合型のシステムが主流となっていること，そして，現在の流通システム形成においてオークションが重要な役割を果たしていることを明らかにした。オークションの役割には，品揃え形成機能，品質チェック機能，取引コスト節約機能，情報伝達機能があり，特に品揃え形成機能が重要である。しかしながら，オークションの市場環境をみると，現在，水平的競争，一極集中の現象が起きており，地方のオークションは品揃え形成が困難になっている現状が明らかとなった。

オークションは，ブリーダーとペット小売店の流通の効率化を背景に誕生した卸売市場であり，今日の流通システム形成においてオークションは不可欠な存在であると言えるであろう。これまで，オークションの仕組みや役割そのものに関しては議論されてこないまま，ペット流通におけるオークションの存在意義が問われてきたが，本稿は，流通という視点から考察することで，議論するための基盤を提供する一助になったと考える。

謝辞

本稿は，学位請求論文（博士（経営学），東北大学，2009 年）を基に加筆・修正したものである。本稿の作成にあたっては，東北大学大学院経済学研究科・大滝精一先生にご指導を賜りました。専修大学・石川和男先生には，研究を進めるうえで必要な知識と情報を与えていただきました。P&L ジャパン株式会社の大友弘志氏，ZPK 会長・米山由男氏，T 社 B 氏，環境省・西純一郎氏には，お忙しいところインタビュー調査にご協力いただきました。記して感謝申し上げます。

参考文献リスト

Alderson, W.（1957）*Marketing Behavior and Executive Action,* Richard D. Irwin（石原武政･風呂勉･光澤滋朗・田村正紀訳（1984）『マーケティング行動と経営者行為』千倉書房，7 章）.

Aspinwall, L.（1958）“The Characteristics of Goods and Parallel Systems Theories,” in Kelly, E. J. and Lazer, W.（ed.）*Managerial Marketing,* Homewood, Illinois, Richard D. Irwin, pp.434-450.

Breyer, R.F.（1934）*The Marketing Institution,* McGrow-Hill（光澤滋郎（1986）『マーケティング制度論』同文館）.

Bucklin, L. P.（1965）“Postponement, Speculation and the Structure of Distribution Channels,” *Journal of Marketing Research,* Vol.2, February, pp.26-31.

Clark, F. E.（1922）*Principles of Marketing,* The Macmillan Company（緒方清･緒方豊喜訳（1930）『売買組織論―貨物配給の論理）―』上・下，丸善）.

Copeland, M. T.（1923）“Relation of Consumers' Buying Habits to Marketing Methods,” *Harvard Business Review,* 1（April），pp.283-289.

福岡今日一（2007）『知っておきたいペットビジネスの法と政策』緑書房.

風呂勉（1979）「卸売商存在根拠論」『季刊消費と流通』（日本経済新聞社）1 巻 1 号，pp.86-91.

Hall, M.（1948）*Distributitive Trading― an Economic Analysis,* London, Hutchinsons university library（片岡一朗訳（1957）『商業の経済理論―商業の経済学的分析』東洋経済新報社）.

林一雄（1999）「卸売業」兼村栄哲・青木均・林一雄・鈴木孝・小宮路雅博『現代流通論』八千代出版，4 章.

岩倉由貴（近刊）「生体販売の歴史的変遷」『札幌大学総合論叢』第 32 号.

兼村栄哲（1999）「流通機構」兼村栄哲・青木均・林一雄・鈴木孝・小宮路雅博『現代流通論』八千代出版，2 章.

久保村隆祐（1974）「流通機構と商業」久保村隆祐・荒川祐吉編『商業学』，第 4 章.

森宏（1974）「現代卸売流通」久保村隆祐・荒川祐吉編『商業学』有斐閣，第 5 章.

鍋田英彦（2005）「流通における中間業者排除に関する考察」『東洋学園大学紀要』（東洋学園大学）13 巻，pp.179-200.

太田勝典（2007）「動物愛護管理法改正とペット小売業の対応～ 8 週齢規制に関して～」『ZPK 会報』第 3 号，p. 8.

太田勝典（2008）「業界は一層の自助努力を！」『ペット経営』2008 年 12 月号，p. 40.

太田匡彦（2010）『犬を殺すのは誰か　ペット流通の闇』朝日新聞出版.

Shaw, A.W.（1951）*Some Problems in Market Distribution,* Cambridge, Massachusetts Harvard University Press（伊藤康雄・水野裕正訳（1975）『市場配給の理論』文眞堂）.

Sheth, J.N., Gardner, D.M. and D. E. Garrett（1988）*Marketing Theory：Evolution and Evaluation,* New York, John Wiley & Sons（流通科学研究会訳（1991）『マーケティング理論への挑戦』東洋経済新報社，2・3章）.

鈴木安昭（2004）『新・流通と商業［第3版］』有斐閣.

田村正紀（2001）『流通原理』千倉書房.

中央環境審議会動物愛護部会（2008）第23回議事録（平成20年7月8日），http://www.env.go.jp/council/14animal/y140-23a.html

中央環境審議会動物愛護部会（2009）第24回配布資料（平成21年6月15日），資料2-3「動物愛護管理基本指針の点検（第2回）について　参考資料」. http://www.env.go.jp/council/14animal/y140-21/ref01_1.pdf

Weld, L. D. H.（1917）"Marketing Functions and Mercantile Organization,"*The American Economic Review,* Vol.7, No.2（June）, pp.306-318.

野生社編（2006）『ペットデータ年鑑2006』野生社 .

「座談会前編　改正動愛法施行1年，ショップの子犬販売は変わるか」『インターズー・ペットショップジャーナル』（インターズー）2007年7月号 , pp.4-6.

「変わるペットオークション」『インターズー・ペットショップジャーナル』（インターズー）2008年7月号 , pp.4-6.