

## オープン カレッジ

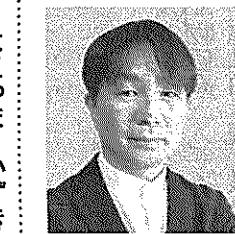
NHK大河ドラマ『光る

君へ(吉高由里子主演)』によつ『源氏物語』がブームである。同作第十一帖『玉鬘(たまかづら)』には、平安京で日々を過ぐす

「市女(いちめ)」および「商人(あきうど)」が登場する。どちらも職業を示す言葉で、前者は物売りの女性、後者は文字通り商人を意味する。

同じく平安文学の名作、『いつほ物語』には「たなに女をりてもの売る」とする記述がある。「たな」は店のことである。鎌倉・室町時代、商人らは棚(たな)を出でて販売する。この方式が見世棚(みせだな)である。徳川時代、呉服商の三井有利(たかとし)は、店員が

## みせだな進化論



名古屋市立大学大学院  
経済学研究科教授

横山 和輝

に品物を陳列する販売方式が普及した。この方式が見世棚(みせだな)である。徳川時代、呉服商の三井有利(たかとし)は、店員が

## 見比べの機会こそ

### 小売りの要

手は小売店に品物を託し、

買い手は小売店に陳列され

た品物を見比べる。小売店

は買い物手に見比べの機会を提供することで、買い物手と売り手のキューピッド役を果たす。

近年進展しているD2C(ダイレクト・トゥ・カスタマー)は、買い物手と作り手が小売店を介さず直接取引できる仕組みである。買

い手はキューピッド役たる

小売店に出かかる必要さえなくなった。メーカーは小

客の着物の好みを確認した上で蔵から候補の品物を取り出して確認させる方式を生み出した。この方式が店前(たなさき)売りである。

2019年、アメリカのスポーツ用品メーカー最大手、ナイキ(NIKE)は、ジョン・ドナホーをCEOに迎えた。彼は電子商取引企業イー(EBAY)のCEOを職歴に持つ。D2C重視の戦略に切り替えた。

インターが設置された。形態は変われど「たな」の根本は変わらない。作り手はそのまま品物を売り、買い物手はそのまま好きな好みを持つ。双方が相思相愛にならないと取引は成立しない。だからこそ店舗時代、商人らは棚(たな)

小売店の出番である。作り

手はD2C重視に好意的であったが、潜在的な新規の買い物手はそうもないかない。多くの買い物手はスポーツ用品店などもそのままのメーカーの品物を見比べる。ナイキの新戦略は、買い物手から見比べの機会を奪い取った

も当然であった。同社はラ

イバルにシェアを奪われる格好となつた。

24年秋、ナイキの新CEOに就任したのが同社の生え抜きのエリオット・ヒルである。彼はD2Cの利点を残しつつ、キューピッド役としての小売店の役割を見直すことで買い物手との相思相愛を実現させる戦略を

模索するだろう。

相思相愛もキューピッド役も、『源氏物語』で描かれたように、一筋縄では行かないものである。

みじやま・かすき 経済史・  
金融論。2006年博士(経済  
学、一橋大学)。1971年生  
まれ。