

じっきょう 家庭科資料

(通巻 47号)

みんなで家庭科を

No. **32**

巻頭

不況時代の大量生産・
大量消費：
100円ショップ

不況時代の大量生産・大量消費： 100円ショップ

アジア太平洋資料センター (PARC) 代表理事 井上 礼子

はじめに

100円ショップ——庶民が、多少なりともストレス解消の買い物が出来る場である。衝動買いしても100円なら生活に影響はない。店側も意識して楽しい店づくりを心がけ、イベント性のある売り出しを行っているところも多い。学生や留学生にとって、文房具や生活用品が100円で買えるということは大きな救いである。地方から都会にできて生活用品を一式そろえなければならない新入生や新入社員のなかには、ほとんどを100円ショップでそろえたという人もいる。中国や韓国からの留学生が100円ショップで必需品を調達しているのは、皮肉な話である。留学生にかぎらず、繁華街にある大きな100円ショップにいくと、中国語の話声がたえず聞こえる。アジアの国々からやってきた旅行者にとっても、物

価の高い日本で唯一安心して土産物を買える店であり、私たちもアジアからきた友人たちを100円ショップに案内することはよくある。いわばアジアの市場が日本の一角に登場したような観がある。グローバルな価格の平準化を実現している。

1. 私たちの暮らしに浸透した100円ショップ

100円ショップのルーツはいわゆる「バツタ屋」と言われており、もともとはスーパーの前やイベント会場などを転々とする移動安売り店で、倒産した企業の商品や「わけあり」の品を安く仕入れて売っていた業者が定着したのが始まりと言われる。業界最大手の株式会社大創産業（100円SHOPダイソーなどの名称で展開）の矢野社長が、スーパーの前の催し物売り場で販売していたとき、値札をつける時間がなかったので手持ちの商品を100円均一で販売

したら、売り切れたことがヒントになって、100円ショップを始めた、と言われていた。このダイソーの他にキャン・ドゥ、セリア、オースリー、ワッツなどの企業が100円ショップを経営している。他にショップ99という生鮮食品を扱っている100円ショップもあるが、生鮮食品は流通ルートもその功罪も異なるので本稿では扱わない。

2002年を例に取ると、上記5社の売上合計は3,789億円にのぼり、お年寄りから赤ん坊まで含めたすべての日本人が1人1年間で平均約30個の商品を100円ショップで購入したことになる。小規模の100円ショップを含めればこの数はさらに増える。100円ショップがチェーン店として本格的に登場したのが、1992年頃であることを考えると、非常に短期間のうちに、驚くほど私たち庶民の日常生活のなかに浸透していることがこのことから分かる。5社の店舗総数は4,055店にのぼり、主だった都市の駅周辺には必ず軒あるほどになっている。

アメリカなどにもワンダラー・ショップというのがあるが、1ドルという価格が当然の商品が並んでいるのに、日本の100円ショップには、生活に必要な品がほとんどそろっている上に、たえず珍しい商品がならぶ。ダイソーの場合、商品点数は8万種類におよぶ。こんなものがどうして100円でできるのだろうか、という疑問がわいてくる。

2. どうして100円でできるのだろうか

企業によって違うが、商品の50～60%以上は海外製である。海外製の商品のうち、圧倒的に多いのは中国製、次いで韓国製、台湾製となっている。他にフランス製やスペイン製のガラスなどもあるが、こ

れらはバラエティーを示すという程度で、実質的に意味のある量ではない。例えばダイソーの場合、自社ブランド商品の多くは海外生産、それも中国製である。調べる前は東南アジア諸国の製品がもっとあるかと思っていたが、意外に少なかった。例えばインドネシアのバティック製品や香、タイ製の紙のランチョンマット、袋など、ある種のエスニック商品に限られている。現地で買えば50～60円くらいの商品である。東南アジア製品が少ないのは、機械化が難しいからだと言った。100円という価格を恒常的に維持するためには、大量仕入れが不可欠で、大量生産を可能にする機械化生産が必要である。機械化、それも100円ショップで売られているような雑貨の場合、特に高度技術ではない機械化生産は、今日の中国の中小規模の工場にぴったりなのである。

国産品の仕入れルートは三種類ある。ひとつは、いわゆる「バツタ屋」のルートどおり、倒産企業の在庫や売れ残り品を安く仕入れることである。しかし、これは次第に規模が大きくなるにつれてむずかしくなっている。もうひとつは、例えばカレールーやインスタント味噌汁などの食品に多いが、大手メーカーの製品で、これらのなかにはスーパーでも100円前後で売っている商品と、同じブランドでも中身の数量が違う100円ショップ用の商品とがある。いずれにせよ、大量の注文をすることで仕入れ単価を安くしている。そして第三に、不況でフル稼働していない工場に注文してつくってもらう、という方法である。工場の側からみれば、機械設備を遊ばしておくよりは、単価が安くても大量の注文であれば受けるほうがよいということになる。

こうして安価な仕入れを行うと同時に、販売に関わるコストも極限まで抑える。その第一は人件費で、100円ショップの多くの店では、店長以外はアルバイト、パート職員であり、売上規模に比して従業員数は非常に少ない。スーパーマーケットなどでもパート職員を多く雇用しているが、100円ショップはそもそもすべての商品が100円なので値段票をつける必要がなく、商品知識がほとんど求められないので一層徹底している。次に宣伝コストをかけ



写真1 100円ショップの店内の様子

ていない。100円ショップというコンセプト自体が宣伝になっており、週刊誌やWebページで「100円ショップの商品を使った収納術」とか「100円ショップ商品でパーティー」などの特集を組んでおり、それが十分に宣伝になる。第三に流通コストの削減である。大量の搬送をすることで特定の運送業者と有利な契約を結ぶ。

要は「初めに価格有りき」が何と言っても100円ショップの特徴であり、大量に仕入れることでその価格を実現し、総体としての商品の種類の豊富さと店舗数で、大量に仕入れた商品を売りさばく。どこの100円ショップでも店のレイアウトには注意を払っている。例えば、文具を買いに入った客が、かわいい和紙のランチョンマットに目を留めてついでに買って行くように仕組まれている。

消費者の側からすると、たいていは1度店に入るとほぼ5-6点、ときには10点くらいの品を買う。その中には必ずしも必要でなかったものも含まれるが、「まっ、100円だから良いか」ということになる。そして、しばらくたつとゴミ箱行きである。その中に、例えば袋物でチャックが壊れていたなどの不良品が含まれていても、消費者センターなどに苦情を持ち込むケースは少ないし、交換にいくことすら少なく、これもまたそのまま捨てられてしまうことが多い。

バブル崩壊後の不況時代に、100円という低価格で大量生産・大量仕入れ・大量消費を実現したのが100円ショップである。そして、一般のスーパーなども、例えば下着、陶器など100円ショップで売られている商品であれば、思い切った値下げが強いられ、その低価格はいずれにしても生産者の側に転化されることになる。

3. 100円ショップの仕入先を訪ねて

私は、100円ショップの調査を行っていた友人たちと一緒に、100円ショップの仕入れ地のひとつ、中国の浙江省義烏というところに行ってみた。浙江省の中央部にあり、州都の杭州市から南へ約100キロ、高速道路を約2時間ほど車で行ったところにある。上海から300 kmで、特急列車で5時間ほどかかる場所である。内陸の盆地で周囲は農村地帯である。

その農村地帯のど真ん中に突如、グローバルマーケット向けの市場がならぶ。市場といっても東京ドームのような巨大なビルが4つあり、さらにやや小

規模なものも含めると約10くらいの市場が並んでいる。

その周辺には工場と派手なマンション群が立ち並び、市場で儲けた金持ち（かつては貧しい農民だった人たちである）がマンションに入っている。市が力を入れており、郷鎮企業（中国の非国有企業の総称）のための工場特区もつくられ、古い住宅地を市が買い取ってマンション群を建設している。しかし、車を20分も走らせると古くからの貧しい農村もそのまま残っている。

市南部の一番古くからある小商品市場に入ると、そこは、さながら100円ショップの店を数百倍にしたような風景が展開する。工具、はさみやガムテープ、クレヨン、ボールペンなどの文具、おたまやフライ返し、包丁、ナイフ、栓抜きセット、サンダル・靴、自転車などがある。ドア・ノブやドアの取っ手だけを何種類も陳列している店もある。100円ショップで中国製として売られていたものに類似している商品の一部の価格を示すと、次のとおりである。

5 mの巻尺（幅広）	2.6元	（37.7円）
同（幅の細いもの）	1.2元	（17.4円）
ドアの取っ手	2.5元	（36.25円）
包丁のセット（5本入り）	18元～45元	（261円～652.5円）
なべ返し、お玉などのセット	6.8元	（98.6円）
鍵（スーツケースなど）1個	0.67元	（9.71円）
おたま（スティール製）	3.4元	（49.3円）
定規（3枚入り）	0.32元	（4.64円）
筆箱	0.75元	（10.87円）

多くは義烏周辺で製造されたものだが、例えば包丁セットは広東省で、腕時計は深圳で製造されたものであった。いずれの店も工場から直接持ってきており、注文すれば数百、数千単位で購入することができる。店のひとつはダイソーの名前の入ったクレヨンを売っていた。ダイソーは品質管理が厳しいので検品ではねられた商品を工場がそのまま市場に持ち込んだと思われる。

眼鏡市場に入るとサングラス、近眼用眼鏡フレーム、老眼鏡などを販売している店が並ぶ。例えば100円ショップで売られているものと同種の老眼鏡は2.4元（34.8円）、折りたたみ式は2.6元（37.7円）である。家具市場に入ると竹製品、木材の応接セット、などがならぶ。

2002年11月に市が主に輸出向けにつくった新し

い市場、福田市場は巨大なビルで、1階は造花、玩具やぬいぐるみ、風船など、2階がアクセサリ、陶器、室内装飾品（額縁、花を入れる籠とステールの台）など、3階には真珠の店が入っている。

1階で売っていたくまのぬいぐるみは、かなり大きいものが1個15元（217.5円）、小さいものは2～3元（30～45円くらい）であった。

2階のアクセサリ市場ではビーズなどでできた腕輪や陶器、ガラス器（コーヒーセット、灰皿など）が、所狭しとならんでいる。手作業でビーズを編んだ腕輪が1個0.35元（約5円）。美しいコーヒー茶碗とソーサーのセットが13元（19.5円）という具合だ。

1階は衣服、2階はタオル（フェイスタオル、バスタオル）とバスローブばかりの市場もある。タオルが10枚で3.4元していた（1枚5円くらい）。以上のほかに化粧品市場、靴下市場などがある。ここで書いたのは市場で買う値段であり、日本の100円ショップが10万個単位で仕入れる場合は、当然さらに安くなる。この値段をみて、100円ショップがあれば多様な品を100円で売れることに納得がいった。

4. 中国の工場で働く人々

義烏市内の市場を囲む周辺にはかなり大規模な工場（靴下、ワイシャツなどの衣類）と、中小企業のための郷鎮企業特別区が造成されており、さらにその周辺の農村のなかにもっと小さな、家内制に近いような工場がある。工場の多くは、農家が家族2～3人で始めたものが大きくなって1980年代に工場としてできたものである。

そうした工場の一軒で100円ショップ向けのかわいらしいポーチを生産していた。働いているのは若い女性たちばかり350人。近隣の農村から働きに来ていて皆住み込みである。勤務時間は朝8時から夜9時まで、昼休み2時間、夕方1時間の休憩時間があると工場の経営者は言っていた。工場の隣に3階



写真2

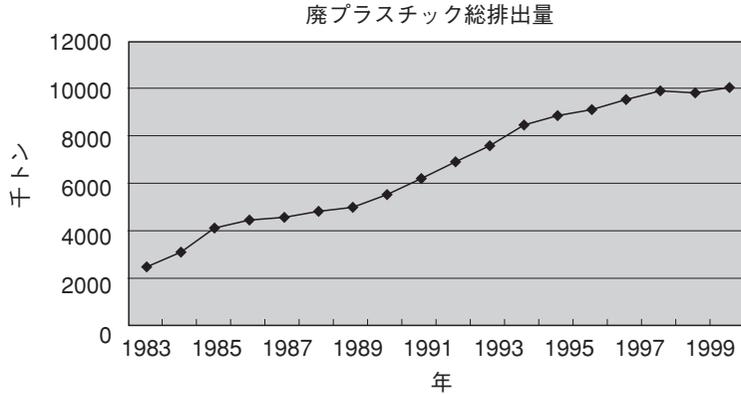


写真3 中国・義烏の市場

建ての宿舍があって1階は食堂になっている。休暇は月に2日。給与は出来高制でおよそ600元くらい。出来高制なので、工場主が言っていたような休憩時間はとらないのではないかと想像される。ここでポーチの縫い代からはみでた糸を切るという細かい検品作業をしていた女性（写真2）は18歳、中学卒で江西省からやってきたという。家は農家、おばさんがこの工場で働いていたので、この工場働くことになり、実家に仕送りをしているという。

義烏の工場では、浙江省内のほかの農村、あるいは四川省、湖南省など内陸の他県から働きに来ていた人もいた。労働市場と呼ばれる職業安定所＝ハローワークや街頭で求職が行われ、雇用される。同じ村や親戚が働いていた工場をたどって求職にくる場合もある。ほとんどが不安定雇用で出来高払いが多いようである。食事つき、住み込みのケースが多い。工場労働者のなかでミシン工、機械工が比較的良い給与で、500～600元くらいだが、食事つきでは300元くらいのところもある。農村部では200～300元、コンテナ積み込みなどの単純作業の労働者は4～5時間で5元である。

義烏労働市場には数百人の若い男女が職安の建物の中と周辺の道路沿いで職を探している。大半が周辺の農村からやってきた人たちで、前の仕事を辞めたり、辞めさせられてきている人もおり、多くが大きな荷物の上に腰をかけて仕事を探している。職安の正規の窓口でも斡旋しているが、ホールでは、例



出典：環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部廃棄物対策課「日本の廃棄物処理」(各年度版)

例えば「ミシン工5名募集、月500～800元、食事つき」などと、求人内容を書いたボール紙をもった人たちが立っており、その周囲に職を求める人たちが群がって、その場で話がまとまれば働きに行く、という具合である。

中国の農村は貧しい。農民一人当たりの農地面積は0.14ヘクタールと、狭いと言われている日本の1.07ヘクタールの7分の1くらいしかない。農産物価格は低下している。農民1人あたりの所得は年間2,475元(35,887円)。これは全国平均であり、内陸の山間部などでは、1,000元(14,500円)くらいにまで下がる。もちろん、中国政府がドルに対して実勢価格より低い比率で元を固定相場制にしているので一概に円換算した数値で考えられない側面はあるが、この農村の貧しさが中国製品の低価格を支えているのである。

5. 消費者としてどう考えるべきか

私たちは100円ショップを利用しているうち、今まで普通の値段と思って買っていたものが、高く感じるようになり、100円が当たり前のように感じてしまう。このような消費者の意識の変化に、他の小売店も合わせざるをえなくなってくる。例えば2003年末のスーパーの歳末売出しには、1点100円未満の商品が多くでた。あるスーパーでは中国製の下着を98円で安売りをした。スーパーなども100円ショップを意識した価格設定をせざるをえなくなってきた。ものが安く買えるということは、消費者にとっては正直に言ってひとまず嬉しい。しかし、消費者は労働者でもあり、中国の労働者との競争を強いられる日本の中小企業の工場働く人たちは、低賃金と過重な労働を強いられることになる。

そのうえ100円ショップは店のづくりも衝動買いを誘発するように魅力的にできており、しかも100円なので unnecessary モノをつい買ってしまふことが多い。不況時代にもかかわらず、使い捨て消費文化を助長することにつながってしまう。ダイソーの矢野社長自身が、「1,500円のCDが1枚100円だったら、いっぺんに5枚買うし、地図も100円なら見ない地図まで5冊10冊持って帰りよる。まあ100円ならええわーと。そのことがダイソーを大きくしたんですけど。——安いから我慢をしなくても買えるこわさですよね」(『週刊ポスト』2002年6月7日号)と言っている。100円ショップは消費者の側が賢くならない限り、ごみを増やす結果になるだろう。

しかも100円ショップの商品はプラスチック製品が多い。台所用品、たとえば三角コーナーや冷蔵庫の整理用ボックスなどである。あるいはちょっと便利そうな諸々のケースや収納ケースもある。使っていて汚れたら捨てればよいと思っははいないだろうか。

グラフはプラスチックごみの量である。この10年くらい不況が続いていることと、ごみの軽量化への努力が実ってごみの総量は微増(2003年には微減)であるのに、プラスチックごみの量は増え続けている。もちろん、このことと100円ショップの間に直接的な因果関係が認められるわけではないが、こうした傾向に寄与するものとならないためには、リサイクルや商品の素材への配慮などが100円ショップ側にも求められるし、消費者の側も買う際に考えなければならない。

おわりに

私は大学で講義をするときに、学生に100円ショップの商品について、どんな商品があるのか、素材

⑥ みんなで家庭科を

はなにか、どこの国から来ているのか、などを調べさせて、皆で議論をすることがある。そして中国、インド、タイなど100円ショップの商品が製造されている国々の経済状態などを教える。グローバル化

の時代、消費者としても、商品の背後にいる、それをつくった人々に関する理解をもっていく必要があるだろう。