

流通経路についての一研究(2)

白 柳 夏 男

は し が き

1. 生産者直売と商人の介入(以上、第7巻第3号)
2. 段階分化の進展(本号)
3. 流通経路の短縮と系列化
4. 流通経路の実態

ま と め

2. 段階分化の進展

(1) M. ホールの二つの「原理」

経済学は、生産者と消費者の間に、なぜ商人が介入するかということをおよそ前項(本誌第7巻第2号)のように説明するが、そこでは商人一般が問題であり、したがって、流通経路が生産者—商人—消費者に段階分化することまでしかとり上げていない。これ以上の段階分化を説明するには、いっそう具体的なレベルでの考察が必要で、それは専門の商業学者によってなされてきた。ここでは、M. ホールのこの点に関する二つの「原理」⁽¹⁾をとり上げて検討することにした。

なお、すぐ後に述べるように、ホールの「原理」は多数の生産者と小売商の存在を前提し、この両者の間に卸売商が介入する根拠—すなわち消費財流通経路の段階分化—を説明しようとしたものであるが、同じ方法で生産財流通経路の分化を説明することももちろん可能で、このばあいには、たとえば生産

者——元卸——最終卸などとなるであろう。

さらにさかのぼって、小売商を消費者に、卸売商を商人一般におきかえれば、前項で述べた生産者直売経路に商人が介入することの説明ともなりうることをつけ加えておく。

(A) 取引総数最小化の原理

ホールの二つの原理の第一は、取引総数最小化の原理 Principle of minimum total transactions である。

これはどういうことかという、いま、10人の生産者と100人の小売商が、それぞれ相互に取引するとすれば、取引総数は全部で1,000 (10×100) となるが、その間に2人の卸売商が介入すると、10人の生産者はそれぞれ2人の卸売商と取引すればよく、したがってその間の取引数は20、また、この2人の卸売商は50人ずつの小売商と取引すればよいので100、合計120ですむというのである。このモデルのばあい、なぜ介入する卸売商を2人としたか不明で、1人なら110ですむはずだから、取引総数最小化の説明としては、その方が分りやすいように思われる。

それはいずれにしても、このホールの「原理」または類似のモデルが、段階分化の根拠としてほとんど無条件で引用されるのが普通である。たしかに、取引総数が大巾に減少するのは数学的な真理で、全く疑問の余地がないようにみえるのだが、これにはどうしても設定しておかなければならない前提が必要であり、さらに、取引総数最小化を経済的に意義あるものとするための条件が指摘されねばならないと思う。そうでなければ、最初にふれたとおり、生産者直売にかわって商人が出現することまで、このモデルによって簡単明瞭に説明できることになり、マルクスの説明は時代おくれのもってまわった観念的な遊戯にすぎなくなってしまふ。

では、その必要な前提とは何かというと、生産者についても小売商についても、規模の差は全く度外視されているのだから、もし10人の生産者の生産物が

同一種類ならば、それぞれ1人で10人の小売商へ供給する能力を有するはずである。とすれば、取引総数はもともと 100 (10×10) でよかった筈で、2人の卸売商が介入したため逆に20だけ増加したことになる。また、介入した2人の卸売商が、なぜそれぞれ10人の生産者と取引しなければならないのかも同様に明らかでない。2人の卸売商が、各5人の生産者と取引すればこの間の取引数は20でなく10でよいはずであろう。だから、ホールは暗黙のうちにつきの事を前提としたに違いない。

a 10人の生産者が、それぞれことなる種類の商品を生産していること。

b 100人の小売商すべてが、これら10種類の商品を全部必要としていること。

つまり、このばあい、介入した卸売商は生産者と小売商の間の取引をたんに量的に集中するだけでなく、それと同時に「品揃え」の機能をはたしているのであって、後者を除くとモデルは成立しないのである。この「品揃え」機能については、あとで中間商人排除について述べるさい、再び想起されることになるであろう。

卸売商が介入する以前の状態に立ち戻り、ホールのモデルにはないが、100人の小売商の背後に1万人の消費者を画いてみよう。この1万人が10人の生産者とそれぞれ取引すれば総数は10万となる。100人の小売商がそこへ介入したため、生産者と小売商間の取引数は1,000、小売商と消費者との取引数は1万(1人の小売商が100人の消費者と取引すればよい)、合計1万1,000で、以前の10万と比べて約10分の1に減少したことになる。いまや新たに介入した卸売商が、この取引集中と「品揃え」をさらにいっそう集約した形で行なう。そうして、「品揃え」の機能は、いまここにあげた例についていえば小売商の手から卸売商の手に移されることになるのである。

さて、このような前提のもとに卸売商が介入し、取引総数が減少したとしても、それだけで直ちに有効であるわけではなく、いくつかの条件がみたされねばならない。

第一に、ホールのいう取引数は、実は取引経路数であることが注目されねばならぬ。取引経路が集約化されるということは、売買当事者の取引先数がそれだけ減少するというのと同じであり、「発注、商品の選別、注文書と商品の照合、送状作成、荷造、必要な一切の帳簿記入を含む代金回収などの細かなすべての仕事」⁽³⁾に要する費用と期間（ホール自身は期間については言及していない）とは、その限りでは大巾に削減されることになる。

しかし、売買費用や期間に影響するのはたんに取引先数だけではない。1取引先当りの取引回数や1回当りの商品種類数もまた極めて重要である。たしかに、取引経路数の集約化につれて取引回数の減少、1回当りの大量化を一応は推定できるけれども、取引総数最小化の数字から錯覚を起こしがちであるほどに、それは確定的なものではないのである。

なぜなら、卸売商介入前の取引経路数1,000は、1経路1商品種類（生産者がそれぞれ1種類の商品を生産するものとして）であったのに、介入後の経路120は、生産者と卸売商間の20だけが1経路1商品種類で、卸売商と小売商間の100経路は、1経路10商品種類となっている。したがって、生産者と卸売商間については取引回数の減少、1回当りの大量化がほぼそのまま認めうるけれども、卸売商と小売商間については、ことはそう単純でない。種類のことなる商品は、周知のようにそれぞれ回転率もちがっており、それらが毎回必ずまとめて取引されるという保障は何もないからである。実際上でも、同じ卸売商と小売商間で、商品種類ごとに細分化された取引がくり返えられるのは決して珍しくなく、そのため、オーダーブックを使用して各種商品の一括定期発・受注にもっていったり、また種類ごとの最低取引量をきめたりする努力がなされているのである。

いまもし10種類の商品が、全部種類別に発・受注されたとすれば、1取引経路は取引回数の上では従来の経路の10倍の比重を、したがって100の経路は1,000のそれを持つことになる。それは極端なばあいには違いないが、だからといって、取引経路数の数字にまどわされて、こういう問題が伏在しているこ

とが看過されてはならないであろう。

そのうえ、たとえ取引回数が減少してもそれに比例して売買費用や期間が縮小されるとは限らない。多種類の商品が1回の取引にまとめられたばあい、もし商品種類ごとに価格や品質についていちいち交渉したり、確認したりしなければならぬとしたら、1商品種類の1回に比べて何倍もの費用と期間を要することになるであろう。そこで、あらかじめ価格を確定し、その他の取引条件も定型化すると同時に、商品の品質・規格の標準化を進めることが必要となり、現にそういう努力がなされつつある。こういうことが遅れていけばいるほど、いかに回数が減少しても売買費用や期間はその割には減少しない。売買労働の他の側面、たとえば記帳一つをとってみても事情は全く同じであって、1種類の商品について行なうのと、多種類について行なうのとでは、時間も労働力も、伝票、帳簿その他の事務用品の所要量もまるで違ったものとならざるをえない。

つまり、取引総数最小化の効果は、1取引経路当たり取引回数や商品種類数の増加によって相殺されてしまう可能性を含んでいるのであって、ホールの「原理」が有効であるためには、これがそうならないことを、必要条件としてどうしてもあげておかなければならない。

■第二に、売買期間については別の角度の問題がひそんでいる。というのは、売買費用は多数の取引が同一時間帯内に一せいに行なわれようと、あるいは、ことなる時間帯に別々に行なわれようと総額は変わらないと見なすことができるが、売買期間についてはそうはいえないからである。いまもし、1経路の取引に1日を要するとしたばあい、1,000経路の取引が、ことなる時間帯に順次行なわれるとすれば1,000日を要することになるが、同時併行的に進められうるならば、わずか1日をもって全経路の取引を終了することができる。10人の生産者と100人の小売商間の1,000経路の取引がすべてことなる時間帯に行なわれるということは、そもそも無理な仮定で、全部ではないにしてもそのかなりの部分は同一時間帯に併行して行なわれるとみるべきであろう。そうすると、

さきに指摘したようなマイナス効果は別にしても、社会的にみた売買時間には、1,000分の120というような取引総数最小化の数字は、はじめからそのままは当てはまらないというべきであろう。だから、ホールがこの「原理」の説明文で、売買期間について一言も触れていないのもゆえなしとしない。

ついでにいえば、多数の取引を同時併行的に行なうためには、(1)交通・通信がそれなりに発達していること、(2)売手と買手の規模が拡大し、ホールの例でいえば1生産者が100人の小売商と、また1小売商が10人の生産者と同時に買売を行ないうるだけの能力を、企業内部の分業によってそなえることが必要である。これらの条件が整うのに応じて売買期間に関する取引数最小化の効果は失なわれざるをえない。

第三に、ホールのみならず、彼女からの多くの引用者が不思議にも全く見落している最重要な問題点は、卸売商の介入によって商人資本のうち商品の買取りにあてられる部分が、大巾に膨脹する可能性があるということである。いまでは、商品が生産者から消費者へ達するまでに、二度、別の商人によって売買されるのであって、信用を除外し、商品買取りにあてられる卸売商の資本回転速度を従来の小売商のそれと同じと仮定すれば、この部分の商人資本は全体で2倍にふくれ上ることになる。しかし、多数の生産者と小売商の資本が、それぞれ時期をこととして回転しているばあい、卸売商はつぎつぎに買っては売ればよいのだから、それまでには至らないとしても、やはり、なにがしかの膨脹は不可避と考えられる。そうなれば、商人の資本が生産者の貨幣予備を縮小された規模で表わすという、商人介入の重要な効果の一つが失なわれることになりかねない。そこで、このような商人資本の膨脹を、できるだけ低く抑えることがホールの「原理」を生かすためにぜひ必要な条件となるのである。

この問題に深く立ち入るまえに、もう一度出発点に立ち戻って、流通経路の全体を見わたしておく必要がある。なぜなら、卸売商介入についてのこれまでの考察は、生産者——卸売商——小売商間の、いわゆる業者間取引に限定されていて、小売商と消費者間の取引については少しも触れるところがなかった。

——あるいは、それを不変と前提していた——からである。たしかに、小売商と消費者間の取引経路数や取引回数、1回当たり取引量などは、卸売商の介入によって直接には何の影響も受けない。しかし、たとえこの点が不変であっても売買費用や売買期間は必ずしもそう簡単にはいい切れない。そもそも生産者と小売商間の取引に卸売商が介入するということは、一方では生産者の売りを、他方では小売商の買いを集中することであった。それによって生産者の売りの費用と期間だけでなく、小売商の買いのそれも節約しうることになったのであるが、同様に、卸売商は小売商の売りの活動についても、ある程度までこれを集中して代行することができる。たとえば、消費者向けの広告・宣伝を卸売商が集中して行なえば、一人一人の小売商が行なうより格段に安くつくだけでなく、これがそのまま小売商に対する彼の売りの活動にもなりうる（消費者向けの広告・宣伝のゆきとどいた商品を小売商は好んで仕入れる）のだから、効果は二重である。店舗設計、レイアウト、陳列などの専門家を擁して、これに取引先小売商を巡回指導させるようなばあいにも、同様の効果がえられる。さらに、小売商に代って値入れ、値付けを行なうことなど、そういう例は商店経営の専門書からいくらでも引いてくることができる。こうして、小売商の売りの費用は単に小売商の手もとにおいて減少するだけでなく、いまやそれを一部代行することになった卸売商の負担分を含めても、社会的に減少しうることになるのである。つまり、商人資本のうち売買費用に充当される分は、全体として卸売商介入後の方がかえって少なくなりうるということである。では、売買期間の方はどうであろうか。

小売商は卸売商の介入によって買いの活動を大巾に軽減され、売りの活動についても特定の範囲に努力を集中することができるようになるうえ、卸売商の指導援助によって売買技術の向上も実現するであろうから、消費者との間の売買期間を短縮しうる技術的な基礎は整うことになる。しかし、ここではたして、生産と消費がそれなりに増大するかどうかという困難な問題に行き当らざるをえない。生産者直売の経路上に商人がはじめて介入するさいには、流通過

程に拘束される資本が相対的に減少し、それだけ生産・消費が増大することによって流通期間の短縮が実現されえた。二重に商人が介入することになったいまのばあい、売買費用は社会的にもさらに圧縮されうること上述のごとくであるとしても、商人資本の根幹となる商品買取資本の膨脹が不可避であるとすれば、生産と消費はそれだけ制限され、売買期間の短縮がいかに技術的に可能であろうとも、これを実現することはできないであろう。しかも売買期間が短縮されえず、商人資本の回転が高まらないならば、卸売商介入による商人資本の膨脹は、ますます顕著とならざるをえない。

この矛盾を一つの基礎として商業信用が発展する。生産者が多くの信用を供与すればするほど、介入する卸売商の商品買取資本は少なくてすむ。介入した卸売商が長期多額の信用を供与すればするほど、小売商の資本は削減できるであろう。ただし、卸売商介入による商人資本の膨脹を問題としているいまのばあい、生産者による卸売商への信用供与は度外視するのが適当である。というのは、それを供与できる限りでは、小売商へ直接販売していただきたいにも生産者はそうしていたはずで、すでにそれだけ小売資本が削減されていたにちがいないからである。また、商人資本が生産者の貨幣予備を縮小された規模において表わすという理論的前提（つまり、商人が生産者の商品を買取るという前提）からいっても、これを捨象するのが当然であろう。

従来は、小売商が生産者から商品を買取ることによって貨幣予備のかわりをした。卸売商がそれを行なうようになれば、小売商にはもはやその必要がない。要するに、生産者貨幣予備との関係からいえば、商品は別の商人によって二度買われる必要はない。そこで卸売商が長期多額の信用を供与すればするほど、商品買取のための小売商の資本は削減され、もし消費者への販売が終了後に卸売商へ支払えばよいことになれば、小売資本は売買費用相当分に限定されることになるであろう。

しかし、卸売商介入によって、流通過程に拘束される資本の大きさがどうなるかということについては、商業信用の前に在庫の増減が検討されねばならな

いはずであった。ホールはそういう関係には全く気づいていないけれども、彼女の第二の原理は、まさにこの問題を取扱っているのである。

(B) 集中貯蔵の原理

段階分化に関する第二の根拠として、ホールは、「他の論者によって名付けられたものではあるが」とことわりながら、集中貯蔵の原理ないしは不確実性プールの原理 Principle of massed reserves or of pooling uncertainty をあげている。

これは簡単にいうと、生産者と小売商の間に卸売商が介入して在庫を持つようになれば、小売商の在庫は大巾に減らすことができ、しかも卸売商は小売商が減らした在庫の全部を必要としないだろうから、社会全体としても在庫を減少させることができるというのである。ホールの数字そのままでは、10人の小売商が各 300、合計 3,000 の在庫を持っていたばあい、新たに介入した卸売商が在庫を持つと小売商はおそらく各 100、合計 1,000 でたまる。しかも、卸売商はこれとはじめの 3,000 との差額、2,000 全部は必要でなく、1,000 程度ですむだろうから、卸・小売合計の在庫は 2,000 で、小売商だけのばあいより 1,000 は縮小できるにがちな。そしてこの効果は、卸売商が在庫を引き受ける小売商の数が多ければ多いほど大きい、というのである。しかし、これには取引総数最小化のような「証明」はなく、ただ常識でそうなるであろうというにすぎない。これも「それ自体としては正しい⁽⁴⁾」として一般に受けいられているのであるが、はたしてそうかどうか検討を加えるまえに、在庫という言葉の意味をまず明確にしておかなければならない。

日常用語としての在庫は、さまざまな意味に用いられている。政府の諸統計においてさえ、統計の目的上または統計技術上やむをえぬことではあろうが、ばあいによって意味するところは広狭、千差万別である。しかし、経済学上の在庫——ここでは、在庫一般ではなく商品在庫——は、生産過程と消費過程の中間にある商品、つまり、市場にある商品の全体を意味するものと考えべき

であろう。したがって、商品所有者の自家倉庫にあるもの、営業倉庫に寄託しているものはもちろん、輸送途中のものや、売するために店頭で陳列してあるものも含められる。これに最も近い用語は、商業統計調査の「商品手持額」である。それは市場にあって貨幣への転形を待っている商品資本にはかならない。

在庫が形成されるのは、商品の売買や輸送に、長短さまざまであるとはいえ、なにがしかの期間が必要であるという事情にもとづいている。その限り、やむをえぬ市場での滞留ということができよう。しかし、他面からすると、売るためにもまた買うためにも、一定の在庫の存在が前提となるのが普通である。身近かな例でいえば、商品のない百貨店やスーパーマーケットは考えられないのであって、多種豊富な商品を擁することが、それだけで大いに売買を促進する効果のあることは、経験上よく知られているとおりである。したがって個々の企業にあっては、たえず在庫を削減しようとする努力と、逆に一定量を確保しなければならないという要請の矛盾の上に立って、在庫管理が行なわれている。

いま、毎月の投資 1,000（全部流動資本とし、剰余価値を考慮外とする）、生産期間 3 カ月、流通期間 1 カ月（これまで売買期間としてきたのは、本来の商業活動に限定して問題を純粹に考察するためであったが、いっそう具体的レベルに近づくため、以下輸送期間を含めて流通期間ということにする）、貨幣予備 1,000 の生産者 3 人によって一国の経済を代表させよう。この生産者 1 人当り年間生産高は 1 万 2,000 であるから、合計 3 万 6,000 の価値ある商品が生産され消費されることになるが、そのさい、もしこの 3 人の資本が 1 カ月ずつずれて回転するとすれば、たえず市場にある在庫は 3,000 である。この 3,000 は、与えられた諸条件のもとでやむをえず発生すると同時に、再生産過程の進行のため必要不可欠な在庫を意味している。

上記の単純化された例をはなれて現実に立ち戻ってみても、個々の生産者や商人は、それぞれの具体的条件に応じて、このようにして形成される在庫の割当分を持っているはずである。いうまでもなく市場経済のもとでは、その持ち

分が企業によってあるいは過大に、あるいは過小に担われるであろうが、それも在庫管理の活動を通じて長期的、平均的にはほぼ妥当な線に近づくであろう。この種の在庫は、通常の条件下にある企業が恣意的に削減できるものでなく、むしろ競争戦を勝ち抜くため、客観的に必要とされる性質のものであると同時に、1人が少なく持てば他の者がそれだけ多く持たねばならない——生産の規模によって市場に投げこまれる商品の量はきまっている——のであるから、これを非自発的在庫ということにしよう。

しかし、需要と供給は一定の水準で静止しているわけではなく、たえず変動をくり返している。しかもこの両者の変動が逆の方向に向かって生ずることもありうるので、そういうさいには影響は倍加され、著しい品不足・物価騰貴や、逆に在庫増大・物価下落が生ずる。この前者、すなわち品不足と物価騰貴とは、個々の企業がその売上げを伸ばし、競争相手を押しつけて市場シェアを拡大するための絶好の機会であるが、その時になって生産や仕入れを急いでみても手おくれであるばあいが多く、事前にそれ相当の見込分を在庫として持っていなければならない。

しかしもし、当面の営業に必要である以上の在庫をもてば、それだけ多くの資本が必要となり、保管費用のような失費も増加するから、利潤は減少してしまう。したがって、この種の在庫を持つか持たないかは、企業が短期の利益を重視するか、それとも長期の利益をとるかの選択にかかっているといえよう。とはいえ、この選択もまた全く自由であるわけではない。激しい競争場裡においては、競争相手を排除しうるものだけが生き残りうるものであり、量の多少はともかく、多くの企業はそれを持つとするであろうし、また持たざるをえない。そこで社会全体の現実の在庫水準も、前記3,000で表わされる非自発的なその水準を超過することになるであろう。この超過分は、個々の企業の主観的判断にもとづいて形成されるという意味で、自発的在庫ということができよう。

非自発的在庫は、生産過程から出てきた商品資本そのものであるから、資本

の回転ごとに更新され、生産が拡大されればそれに応じて増加していく。しかし、それ以上の積み増しに当る自発的在庫の方はどこから出てくるのであろうか。端的に言って、その出所は剰余価値をおいてはかかない。剰余価値の一部は資本家の個人的消費に、他は拡大再生産のための生産手段や労働力の購入にあてられる。しかし、商品在庫全部がこの両者のいずれかに割り当てられ、個人的または生産的に消費されたのでは、自発的在庫は発生する余地がない。剰余価値のうちの第三の部分が、流通過程にそのまま商品の形で保留されて、自発的在庫を形成する。

単純再生産のもとでは、必要な自発的在庫が一たん形成されると、つぎの循環からはもはや剰余価値をさいてこれに当てる必要はなくなる。そのことは、もちろん同一の商品が、つぎの品不足が起こるまでそのまま流通過程にとどまらねばならないということの意味するわけではない。長期間流通過程に滞留することによって生ずる品質の低下をさけるために、それはたえず新しく市場に投げこまれる商品によっておきかえられるであろう。しかし、一定の額が蓄積された後では、毎回の剰余価値の中からそれ相当分をさかねばならないわけではない。ところが、拡大再生産が行なわれるばあいは、それに応じて必要な自発的在庫の規模も次第に増加するので、この増加分が毎回流通過程に蓄積されねばならないであろう。

非自発的であると自発的であるとを問わず、在庫の形態にあるあいだ、商品の価値は増加しない。むしろ平均的な限度をこえた目減りや品質低下を通じて減少する。では、非自発的在庫のほかに自発的在庫が上積みされることは、社会的には単なる無駄の累積を意味するであろうか。一定の範囲内にある限りそうはいえない。需要と供給の変動が不可避であることを前提とすれば、需要が中位の水準をこえるか、または不測の事故等によって供給が平均的水準を下廻ったばあい、非自発的在庫だけでは再生産の円滑な進行はたちまち妨げられねばならず、自発的在庫を保持する以上の損失をまねくこともありうるであろう。したがって、長期的、平均的な需給の振幅に応じうる範囲内での自発的在

庫は、資本の循環運動に対する「潤滑油」の役割りをはたしているというべきである。

さて、この辺でホールの「原理」に立ち戻ろう。彼女のいう在庫が、以上の非自発的在庫をいうのか、それとも自発的在庫のことか、あるいは両者を合わせた全体としての在庫水準のことか、必ずしも明らかでない。まず、つぎの記述を検討しよう。

「ちょうどわれわれが先にあげたロビンソン・クルーソーの経済の例における用心深い主婦が、かの女の一家の予期せられる平均的必要量以上の財貨の用意しておくことが必要であることを知るように、現代の交換経済においてもすべての段階における財貨の流れをスムーズに維持するためには、だれかが消費財貨の貯蔵を行わなければならない。集中貯蔵の原理により、卸売商の活動の結果社会の必要とする総ストック量は大いに少なくて済むことができるであろう。……

ストックを用意しておくことの目的は規則的な割合では生じて来ない顧客の需要に応ずるためであり、また製造業者からの供給の遅れた場合、そのつなぎの用にたてるにある。これらの事態はいずれもあらかじめ正確に予見しうるものではないが、しかしそのような場合が多ければ多いほど、そのような流れは一層規則的なものとなって行くと考えられる⁽⁵⁾」

ここでは、消費者在庫と商品在庫が全く同列におかれているが、そのことの当否を問わないことにすれば、自発的在庫についていっていることは全く疑いなくように見える。しかし、上の引用文にすぐ続いてこう書かれている。

「かくてもし小売商があつてある種の系統の商品における年間の売上が1,000ポンドであるとすれば、おそらくかれは常に需要に応じうるためには300ポンドのストックを保有しなければならないであろう。だがもし売上が10倍になったとしても、かれが3,000ポンドものストックを必要とするようになる⁽⁶⁾とは思われない」

この「常に需要に応じうるため」の小売商の在庫300ポンドは、さきの引用

文で述べられている自発的在庫ではなく、年間1,000ポンドの営業を行なうのに必要な在庫、すなわち非自発的在庫か、あるいはそれと自発的在庫の合計でなければならない。つまり、前の引用文とは無意識のうちに対象が入れかえられているのである。そうしてこれにすぐ引き続いて、一番はじめに紹介したような、卸売商介入による「集中貯蔵の原理」の数字例（原文はポンドでしめされているが、これを単なる数字にかえた）がでてくる。

ホールの在庫が、非自発的在庫を意味するものとしてみよう。この種の在庫のうちでも、生産が季節的であるのに、消費が年中平均しているとか、あるいは、消費が一定の季節に集中しているため、それに先立つ時期に生産も集中して行なわれるような商品のばあい、小売商が当面必要とする以上は卸売商が肩代りできるが、しかしそれはいずれ全部消費されるべきものであるから、卸売商に集中したからといってその額を減ずることはできない。生産も消費も1年を通じてほぼ平均している商品についていえば、小売商の在庫のこの部分を卸売商に移すことは不可能である。それは小売商の売りに、彼の営業のために必要な在庫であって、これを3分の1に削減するなどということは、通常考えられない。

しかし、もしホールが自発的在庫についていっているのだとすれば、事情がことなる。この種の在庫は、さし当りの営業にとって必要不可欠なものではない。個々の業者がそれを持つかどうかは一応自由で、小売商から卸売商がそっくり肩代りすることも可能である。とはいえ、自発的在庫は需要増大の機会を敏速に捉えて、売上増加、市場シェア拡大をはかるのが目的であるから、本来はやはり小売商自身が保持すべきははずのものであろう。というのは、需要拡大期に、もし小売商が一せいに卸売商の在庫めがけて殺到するならば、入手が遅れて時機を失すとか、所要量の確保ができなくなるおそれがあるからである。したがって、在庫のこの部分が卸売商へ肩代りされうるためには、なによりもまずこういうおそれが解消されねばならず、それには卸売商、小売商間の距離が近接しているか、運輸・通信機関が発達していることなどが必要である

と同時に、ありうべき小売商の在庫引出しに十分応ぜられるだけの供給態勢が卸売商の側に整っていないからである。

しかし、たとえこれらの技術的条件が満たされても、それだけでは在庫肩代りの積極的理由にはならないのであって、小売商自身が自発的在庫を持つよりは、その一部分を卸売商に委ねる方が、競争上有利でありうるという経済的根拠が必要である。そのさい、卸売商による在庫肩代りで小売商自身の負担が軽減するのは明らかだが、それをそっくり卸売商がかぶるのでは全く意味がないのであって、どうしても社会的にみてこれが軽減するのではなければならない。そこで、ホールのいう「集中貯蔵の原理」がはたして作用するかどうか、作用するとしたらそのメカニズムはどういうものかが問題となるのである。

個々の小売商がそれぞれ自発的在庫を持つばあい、自分の営業については強気の見透しを立てる者が多いにちがいないから、その合計が社会的に必要な「潤滑油」の限度を相当程度超過するということは大いにありうる。これを卸売商が集中することで重複の無駄を省くことは可能であろう。小売商の在庫引出しが一せいにはじまることを前提としたさい、卸売商への集中によって削減できるのはこの部分だけである。なぜなら、卸売商の介入によって、需給変動の中が縮小することはありえないのだから。しかし広い地域に分散している多数の小売商を想定するばあい、彼らが全部一せいに卸売商からの在庫引出しをはじめるといよりは、一部の小売商が引出した分を卸売商が補充したあとで、他のグループの引出しがはじまるという方が、むしろ普通であろう。それに⁽⁷⁾応じて卸売商の持たねばならない自発的在庫も削減されうる。もちろん、卸売商が小規模多数であればあるほど、彼ら相互間における自発的在庫の重複が多くなり、如上の効果はそれだけ削減されざるをえなくなるであろう。中小卸売商の間に、一見利敵行為ともみなしうるような「仲間取引」が発達しているのは、決して相互扶助の美德によるのではなく、自発的在庫を少なく抑えることが、彼ら自身の存立を支えるのに必要な経済的条件になっているという事情に由来している。

こうして、卸売商は自発的在庫をある程度まで縮小しうるだけでなく、ホールも指摘するとおり、それを集中して保管することにより保管費用の節約をも実現することができる。在庫集中による保管費用の節約は、小売商が営業倉庫を利用することによっても達成できるから、卸売商介入の効果とは認められないという見解もあるが、その節約の程度にかなり差があるのが見落されてはならない。⁽⁸⁾というのは、広範囲に分散している小売商から寄託を受けようとするれば、倉庫業者はより小規模な倉庫を全国到るところに設置しなければならないであろう。また、寄託者ごとに商品を区別して保管するばあいは、床面積を有効に利用することも妨げられる。そのほか、寄託契約、入・出庫の手続き、拼（はい）つけ、拼がえなども全部別々に行なわれねばならないのであって、保管費用は当然それだけ割高とならざるをえない。

要するに、ホールがもし小売商の非自発的在庫についていっているのならば、「集中貯蔵の原理」は当たらない。たとえ卸売商が肩代りしても、その分はそっくり卸売商が、卸売商でなければ生産者が保持せねばならぬ。しかし自発的在庫についてならば、ある程度までの削減は可能であろう。両者を合わせていうばあい、在庫の主たる部分は前者であるから、3分の1に削減するなどということは到底不可能と考えられる。

ここで卸売商介入による商人資本膨脹の問題に立ち戻るならば、前記信用の発展と自発的在庫縮小の度合に応じて、その膨脹を低くおさえることができるであろう。しかし、小売商の商品買取りのための資本がゼロとなるほどの信用供与は一般的にいてありえないし、自発的在庫縮小の効果もまた、資本の膨脹を相殺できるほど大きいかどうか疑問とせざるをえないのであって、それだけ売買費用や売買時間圧縮などの、卸売商介入によって生ずる効果は差し引かれることになるであろう。

以上のように、卸売商介入についてみるにしても、あるいはさらにさかのぼって、生産者の直売経路上に商人がはじめて出現するばあいを論ずるにしても、ホールの「原理」だけでは到底不十分であって、正確を期するためには、

やはりマルクスの論点に立ち戻らざるをえないのである。

(2) 三段階以上の分化

ホールの「取引総数最小化原理」には、すでに述べたような重大な制約があるにも拘わらず、それを承知のうえでなら、売買集中のありうべき効果を図式的にしめすことができるという長所もそなえているのは否定できない。したがってこれから三段階以上の分化を考えるに当たっても、とりあえずこのモデルを利用するのが便宜であるが、彼女のモデルそのままでは、どうくふうしても段階をふやすのに応じて取引総数も増加してしまう。そこで、ホールが暗黙の前提とした、多数の小規模な生産者と消費者が地域的にも広く分散して存在するという条件を、明確に導入してモデルをつくり変える必要がある。

商品の売買は、必ずしも売手と買手が面と向って交渉しなければ成立しないわけではなく、電話や郵便でことたりるばあいもある。しかし、これら通信施設が未発達なばあいはもちろん、たとえそれが相当に発達しているばあいであっても、よほど規格化・標準化の進んだ商品か、ブランドによる差別化の進んだものでない限り、買手は商品の使用価値を目でたしかめ、手で触れ、売手の説明を聞こうとするであろう。価格の交渉や、そのほかの複雑な取引条件の取りきめのためにも、通信によったのでは不十分で、買手が売手のところへ出かけるか、あるいは逆に売手が買手を訪問することの必要なばあいが少なくない。そこで売手にも買手にも、相互に接近して位置することが大きな意味を持つてくるのであって、消費者と接触する必要がある小売商の店舗は、著しく多数が広範囲にわたって分布せざるをえない。

卸売商も売りの側面だけでいえば、なるべく小売商に近いことが望ましいのであるが、そうすると生産者との距離は逆に遠くなってしまふ。卸売商の位置にはこういう矛盾が含まれている。また、小売商なり生産者なり、どちらか一方だけを考えるにしても、全国的に散在するこれらの業者のすべてに「近い」

という位置はそもそもはじめからありえない。その結果、一定地域内の小売商に近い分散卸と、やはり一定地域内の生産者に近い収集卸が多数発生することにならざるをえないのである。こうして、流通経路は収集卸——分散卸——小売商の3段階に分化する。

もしこの多数の収集卸と分散卸が、それぞれ取引するとすれば取引総数は龐大な数にのぼらざるをえず、これを減少させるため仲継卸が介入する必要が生ずる。つまり、仲継卸を先に考えるのではなく、ホールが10人の生産者と100人の小売商を想定したように、多数の分散卸と収集卸の存在をまず想定するならば、「取引総数最小化の原理」を応用することによって、3段階以上の分化が一応説明できることになる。たとえば、100人の収集卸と同じく100人の分散卸がそれぞれ取引すれば、取引総数は1万となるが、1人の仲継卸が介入すれば合計200でたりる。そのさい、これを経済的に有効なものとするのに必要な前提ならびに条件については、すでに述べたことがそのまま当てはまるであろう。ただし、収集卸は自身で「品揃え」機能を行なう（つまり、ことなる種類の商品生産者と取引する）必要はなく、実際上もそうであるばあが多いように、同種商品の収集でよいはずである。「品揃え」は、仲継卸がことなる商品の収集卸と取引することで達成されうるのであるから。また、そうでなければ、1人の収集卸が1人の分散卸と取引すればよく、取引総数は当初から100でたりたであろう。

では、「集中貯蔵の原理」の方はどうであろうか。非自発的在庫についていえば、流通段階がいかに多く分化するとしても、その総量を減ずることはできない。ある段階が少なく持てば、他の段階がそれだけ多く持たねばならないからである。ところが、自発的在庫については、小売商と卸売商一般との間に起こりうるものが、分散卸と仲継卸との間にもそのまま再現する。仲継卸は分散卸の自発的在庫の一定部分を縮小された規模で肩代りしうるとともに、在庫の集中を高めることにより保管費用をさらに節約することが可能であろう。

3段階以上の分化には、このような効果があるにも拘わらず、商人資本が重

複によって膨脹するというマイナスが加重されるのは、信用のいっそうの発展ということだけでは防ぎえないように思われる。とすれば、これまでみてきたような効果のほかに、このマイナスを相殺しうるに足りる別の種類の効果がなければならない。

売手と買手の距離を考察の範囲にはっきり導入してくると、当然にも輸送の問題が前面に浮かびあがってくる。そういう角度から、もう一度「取引総数最小化の原理」を見なおしてみると、実はこれがそのまま生産者と小売商の間の輸送経路数が、大巾に減少することをしめしているのであって、ホール自身の説明も売買費用と並んで発送、荷造、運賃などに多く言及している。しかも、輸送機関は同一経路上を往復せねばならないのであるから、費用からみた効果は倍加されるというべきであろう。たしかに、このばあいにも輸送経路数の減少だけでなく、輸送回数や1回当りの輸送量がどうなるかということが重要な問題ではあるが、少なくとも幹線的な部分については、回数の減少と1回当りの大量化を推定してよいと思われる。それによって、輸送の計画化、輸送機関の大型化、専用化などが可能となり、安全性、確実性、スピードの増大、輸送費用の低下が達成されうるであろう。

たしかに、商人自身が商品の輸送に当る必要はなく、専門業者に委託すればよいのだし、実際にもそうされることが多い。そうして、小規模の生産者や小売商が共同で専門輸送業者を利用すれば、ある程度は同様の効果がえられるにちがいない。10人の生産者と100人の小売商の間の1,000の取引について、各取引に共通する幹線的部分の輸送を鉄道業者が請負うとすれば、この1,000の取引を1台の貨車ないし1本の列車に仕立てることも可能であろう。しかし、それは卸売商介入によって取引数が120に減少し、これにもとついて輸送が集約化されるのと全く同じというわけではない。

前者のばあい、1,000本の取引の糸は一定の区間についてたばねられるだけで、決して1本に融合したわけではない。だから10人の生産者は合計1,000の荷造りを行ない、1,000の宛先別に輸送契約を結ばねばならぬ。小口混載のば

あいはともかく、車扱いのばあいには貨車の積載効率も低下するし、着駅から荷受人までの輸送は再び1,000に分れるか、各種商品を荷受人ごとにまとめて一括輸送するための仕分け、荷捌きに非常な労力を費すこととなろう。卸売商がその間に介入し、取引数が120となれば、これらの手数が大いにはぶける。しかも、介入した2人の卸売商は、輸送専門の鉄道業者を利用するという社会的分業の利益を、小売商よりいっそう効果的に手に入れることができるのは、すでに倉庫業者との関係についてのべたところと全く同じである。

輸送の安全性が増大し、輸送過程での商品の目減りや品質低下が減少すれば、個々の企業にとってそれだけ有利であるばかりでなく、社会的な失費も軽減される。確実性とスピードが増すのに応じて、再生産過程の「潤滑油」としての自発的在庫は、さらに圧縮することが可能となるであろう。それに加えて、輸送・保管費用も減少し、かくて流通過程から解放された貨幣は、本来の生産部面に投下されてその規模を拡大しうることになる。と同時に、売買費用とちがってこれらの費用は商品に価値を追加するのであるから、減少しただけ物価は引下げられ、消費の増大を刺激するであろう。これらの効果が、段階分化の進展にともなう商人資本の膨脹によって生産・消費に課されるマイナスの効果を打ち消すのに応じて、多段階に分化した商人が売買期間を短縮するための経済的前提が成熟する。輸送期間と売買期間、すなわち流通期間が短縮されれば、生産者の資本回転率は向上し、それによっても再び生産と消費は拡大されることになろう。

このような効果は、むろん収集卸と分散卸間の取引経路が、仲継卸の介入によって集約されるばあいも同様であるし、さかのぼって、生産者と消費者間にはじめて商人が介入するとしたばあいにも起こりえたはずであろう。前項（本誌第7巻第2号）でみたように、マルクスが商人介入の根拠として生産者自身で消費者へ販売するさい必要となる資本よりも、商人資本の方が小さいことを指摘したさい、商人の本来の活動でない輸送や保管の費用にまで触れていることについて問題を提起しておいたが、それはいまここでみたとおり、売買費用や

売買期間の圧縮をもたらすのと同じ原因によって、同時併行的に、これらのいわゆる物流費用や物流期間の圧縮が可能であることを念頭においたからではないであろうか。輸送・保管は商人の本来的活動でなく、またそれらの費用が売買費用とは全くことなる性格のものであるとしても、ほかならぬ商人の介入によって、あるいはその段階分化によって——輸送業者や倉庫業者の側の合理化努力とは別に——これを減ずることができるのであれば、そうしてそれが商人資本の大きさや売買期間に上記のような影響をおよぼすのであれば、それは当然関連してとりあげらるべきであろう。

以上、「もの」の輸送・保管について見たことは、ほぼそのまま情報の流通についても当てはまる。一切の売買は何らかの情報にもとづいて行なわれ、またその結果として新たな情報を生み出すが、通常これが取引経路に沿って、生産者から消費者へ、あるいは逆に消費者から生産者へ向って流通するからである。かくて情報流通の費用と期間が縮小させらるるのであるが、さらに、その質が高められることにも注目しなければならない。

種々の情報の中から、いま一般的な需給状況に関する情報だけを取り出して考えてみよう。生産者と小売商が、それぞれ直接に取引するとすれば、両者間の長い距離、少ない接触の機会によって、情報の精度は低く、かつ、時期おくれのものとならざるをえない。その上、それは自分の取引相手に関する、狭い範囲に限定されている。というのは、10人の生産者はそれぞれ取引先である100人の小売商から情報をえていても、競争関係にある他の9人の生産者については、直接には何も知らない。100人の小売業者の側でも事情は全く同じであろう。

収集卸や分散卸は、生産者と小売商に地理的に接近して位置し、たえず接触を保つことによって、需給のいっそう詳細な情報を、はるかに早く収集したり提供したりすることができる。そういう収集卸や分散卸を多数取引相手とする仲継卸の手もとには、全国的な規模で各地の情報が集中される。その過程で、情報は個々の生産者や小売商の特殊具体的条件によって烙印されたものから、

より普遍的なものへ、全体から見れば単なるデータにすぎないものから真に情報の名に値するものへ高められる。さきに在庫について述べたさい、小売商が個々に自発的在庫を持てば、その総計が社会的必要量をこえることがありがちであるが、卸売商がそれを肩代りすることで重複の無駄をなくする可能性があるといったのは、まさにこのような事情にもとづいているのである。

しかし、その半面、生産者と小売商ないし消費者は接触の機会を失なう。経路上のどこかで情報流通が停止すれば、いわゆるつんぼさじきに置かれざるをえない。情報が故意に歪曲されて流布されたとしても、急にその真偽をたしかめることはできないであろう。こうして、取引、輸送・保管、情報の結節点である仲継卸に、絶大な経済的、社会的権力が集中する。それは、流通経路の両端に位する生産者と小売商または消費者が、小規模で孤立分散的であればあるほど、また、取引、輸送・保管、情報流通など各機能とそのそれぞれの内部での社会的分業が未発達で、商人がそのすべてを一身に兼ねそなえていけばいるほど、いよいよ顕著である。

流通経路の継起的な諸段階を形成している商人たちが、すべて同一の機能を、同じ比重ではたしているのではないということは、すでにこれまでの叙述で示唆されている。彼らの中には、各種機能の遂行について、意識的または無意識的にある種の社会的分業が行なわれており、また、そうであればあるほど、段階分化が単なる無駄な重複でなくなっているのである。しかもそれは、一定の場所で併列的に行なわれているのではなく、生産者から消費者への商品の空間的な移動に沿って行なわれるのが普通であるから、あたかも、工場内部における労働者間の分業が、ベルトコンベアーに沿ってなされるのに、いくぶん似かよった効果を發揮している。

分業はまず、各種機能のどれをどの段階で主として受け持つかということ、あるいは、たとえそれらの機能の全部を各段階が行なうとしても、どの段階がどれに重点を置くかをめぐってあらわれる。

流通経路が収集、仲継、分散の諸段階から構成されているばあい、収集段階

で個別生産者の生産物が、業者間取引に適合した一定の経済的量にまとめられ、農林水産物など、品質・規格の統一を欠くものについては選別・格付けが実施される。さらに、生産者と直接に接触する地位にあるところから、生産品目、デザイン、生産数量を指示したり、技術上の指導を行ない、あるいは生産者に対する資金や原材料の貸付、「売りの買い」などの活動に進出することもありうる。これらのあるものは、すでに本来の商取引の枠をこえて生産活動の範囲にはいるが、とにかく、そういう独自の機能をこの段階は担うことができる。

中継段階は需要と供給の、したがってまた各種情報の結節点である。しかも単一の商品だけでなく、「品揃え」の行なわれる各種商品についてそうであるから、ますますもって市場価格変動の中心がここにおかれる。したがって情報機能に立脚した商品の企画・開発を、この段階の重要な存立基盤としている業種もみられる。

分散段階の卸売商・小売商では、その名のしめすとおり、少量分散的な消費に適した大きさに分荷がなされる。多数の小売商と取引する分散卸にとっては、商品の配送が重要であり、小売商の売買技術等についての指導も必要となろう。また、時としてはことなる品質または種類の商品の混合も行なわれる。商品の混合は、いわゆる水増しのような詐欺行為であることも少なくないが、たとえば需要家の要求に応ずるための混炭の例のように、技術的、経済的に必要なあいのあるのも否定できない。薬局における薬の調合をとってみれば、これはいっそう明白である。そうして、混合によって新しい使用価値が生産されると見るべきであろう。

以上は、ただ例示的に、ごく一般的な図式をしめしたのであって、もちろん、いつでもこのような形で機能の配分が行なわれるというのでもなければ、商人の機能がこれにつきるというわけでもない。要は、流通経路の各段階が単なる重複ではなくて、売買とこれに附随する各種機能、ならびに、そのそれぞれについての商人間の社会的分業——商人以外の輸送業者、倉庫業者等との間

の社会的分業がこれに加わって流通機構を形成する——が存在するという
こと、それが合理的であればあるほど、段階分化に積極的なメリットがありうる
ということなのである。

注(1) Margaret Hall, *Distributive Trading—an Economic Analysis*, 1948. 片岡
一郎訳『商業の経済理論』108-111ページ。

(2) ホールの「第一の原理にいう取引数の節約はまさに商業のもたらす効果である。し
かしそれはいわば商業全体の効果であって、特にこれを卸売商業の存立根拠とするた
めには、小売商の小規模分散性ということを指摘しなければならない」(森下不二也
編『商業概論』95ページ、なお同氏『現代商業経済論』141-144ページにおいてもほ
ぼ同じ)。つまり問題のあるのはその点だけで、あとは全面的に承認されるのであ
ろうか。

田島義博『流通機構の話』(日経文庫)171ページには、アメリカマーケティング学
者のこれとほとんど同じ説が、「すぐれたモデル分析の一つ」として、無条件で引用
されている。

(3) 前掲訳書, 108ページ。

(4)(8) 「ホールの説明のうち第二の原理は、もちろんそれ自体としては正しいのであ
るが、これをただちに卸売商業の存立根拠とすることはできない。なぜなら、在庫保
有は商業の本質的活動とはいえないからである。実際、同様の効果は独立の営業倉庫
によってもあげることができる」(森下不二也編『商業概論』95ページ)。

森下教授は、在庫保有とそれに対して加えられる保管活動とを同一視しておられる
ように見える。しかし、営業倉庫は、生産者や商人の在庫の保管を引き受けることは
できるが、寄託を受けた商品が彼自身の在庫となるわけではない。

保管はたしかに商人の本来的活動ではないにしても、在庫保有について、はたして
そういえるであろうか。なぜなら、商人が商品を買えば、その瞬間に商品は彼自身
のものとなり、まだ生産者の倉庫にあらうと、輸送途中であらうと彼の在庫である。商
品を買取る以上、在庫を持たない商人はありえないのであって、商人の資本が生産者
の貨幣予備を縮小された規模で表わすのは、流通期間のあいだ生産者が保有しなけれ
ばならない在庫を商人が買取って肩代りするからにはほかならない。このさい、商品取
引所で行なわれる、まだ生産されていない商品の売買を持ち出すのは当然ない。価値
物として実在しない観念上の商品の売買は、実在する価値の形態転化としての本来の
売買とは一応区別されるべきであると考えられる。しかし、どうしてもそれが問題とさ
れねばならないのならば、そのばあい、商人の手中に観念上の在庫が形成されるとい

うべきであろう。

橋本勲『現代商業学』にも、この集中貯蔵の原理は無条件で引用されている(同書, 12ページ)。

- (5) 前掲訳書, 110ページ。
- (6) 同, 110-111ページ。
- (7) 前項の注(7)で、商業資本の自立化によって商品資本が節約されるという橋本勲氏の説に触れたさい、もっと具体的なレベルではそういうこともありうるかと付記しておいた。商人介入によって自発的在庫が圧縮されうるならば、それはまさに商品資本の「節約」といえよう。