慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	卸商業論
Sub Title	
Author	鈴木, 保良
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1947
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.40, No.10/12 (1947. 12) ,p.653(105)- 674(126)
JaLC DOI	10.14991/001.19471201-0105
Abstract	
Notes	慶應義塾九十周年記念論文集 : 第二輯
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19471201-0105

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

が人間性の改善に速かに效果を現はす事は難かしいことであるし、また法律の改正に就いてもアメリカの行政上の特殊な事情は全國統一的な改正を行ふことが困難である。その上にそれは大會社側の制肘を受けることも少なくないと云はれる。(Burtchett—op. cit., p. 119.) 併し例へば、假りに無額面株の發行による對價は總て確定資本に繰入れると の規定に統一されるならば、その一事でも前述した種々の利不利に關する問題は解決され、又會計上の處理も統一されて明確となつて、その間に不正の行はれる餘地も少なくなるのである。

卸賣業論

鈴木保良

一、卸商業と卸配給

配給組織に關する問題は、前世界大戰後から非常に大きい社會經濟上の問題としてとりあげられてきた。それは前大戰後の過剩生產力をいかにして處分すべきかという問題から出發したと思われるが、この問題はやがて代表的な配給機關として、今日まで殆んど獨占的地位を維持してきた商人商業をめぐる諸問題となつた。すなわち配給組織の研究の發達、配給組織の社會的重要性を一般に認識せしめるに役立つたとともに、配給機構における商人商業の地位が急速に問題となつてきた。第一に注目されたものは、配給費用の急激な增大であつて、商品の最終消費者價格中に占める配給費の割合のいかに大であるかを發見して、生產者も消費者も學者も今更の如くに驚いたのである。生產者も消費者もこれをもつて彼等の取得分を商人に奪われたものと考え、これを奪回せんとして生產者および消費者側の攻勢的運動が展開せられた。商業組織自體の中においても、百貨店や連鎖店の如き資本主義的經營形態が發生して、舊來の商業形態を併呑し、商業配給過程を短縮せんとした。他方中小の商工業者は自然かような運動に對抗して協同組合を結成することになつた。

配給組織のかような變革的趨勢によつて、從來の商人商業の地位が著しく脅かされるに至つたことは當然である。しかるにかかる商業の沒落的傾向に際して、學者による配給機關としての商業の本質的究明は餘り行われなかつた。むしろ配給組織の重要性を認識するに及んで、從來の商業組織の研究をそのまま配給組織に擴大し、社會經濟的な配給概念と經濟概念たる商業とを混同した。これは商業問題の本質的究明を益々混迷に陷れる結果となつたのである。

われわれは商業概念を經營經濟的概念として把握しなければならないものと考える。これに對して配給は社會經濟的な概念である。われわれは本稿では配給概念と商業概念との比較を論ずることは避ける。ここではただ配給という概念は生産者と消費者とを連絡する財貨の人格的移動なる社會的事象を意味するに對し、商業とは配給活動を專門に營む獨立の企業體であるということを明確にしておきたい。（配給概念と商業概念の區別に關しては三田學界雜誌第三十七卷第十二號拙稿「配給概念と商業の本質」を參照）

商業を以て配給活動を專門に營む獨立の企業體であると規定することによつて本論における卸商業の問題が極めて重要な意義を有することになる。何となれば配給組織における商業者問題は實は主としてこの卸商業を中心とするものであるからである。從來商業卸問題といえば主として小賣商業を中心とするものであつた。しかるに小賣商業問題は配給經濟上の問題としてばかりでなく、むしろ社會上、政治上の問題として大きい意義を有してゐる。經濟上の問題としては商業者問題の焦點が卸商にあることを知らなければならない。それでは何が故に今日まで商業者問題の中心に立つべき卸商業問題は閑却せられてゐたか、その理由を考えてみよう。

第一に卸商業に關する文獻が他の商業部門に比較してはなはだしく少ないことである。從つて研究資料に乏しいばかりでなく、資料の入手が困難である。卸商業は他の商業部門殊に小賣商業に比して秘密を守ること多く、諸資料の提供、公開を好まない風があつた。また卸商業はその行うところの配給機能を中心として發達、分化したものであつて、これを經營形態の上から觀察することよりも、配給機能を中心に考察することが重要である。このことは卸商業の研究を比較的に困難ならしめるものであつて、これが文獻の少ない一つの理由であると思われる。

第二に卸商業は小賣商業その他に比較して資本經營規模が概して大きく、經營數が少ないために、小賣商業問題に見る如く單なる經濟問題としてのみならず、重大な社會問題、政治問題にまで發展することがなかつた。このことは卸商業問題に一般的關心を惹く機會を少なからしめた。卸商自身もまたその窮狀を敢えて一般民衆に訴えるというようなことをしなかつた。從來商業者問題といえばほとんど中小小賣商業を中心とするものである如くに考えられて來たのであるが、眞に經濟問題として重要な意義を有する商業者問題は卸商業を中心として展開せられる。

第三には近時卸商業の分野が生産者側から、および消費者または小賣商側から侵蝕せられつつある傾向にあるが、この場合問題を主として生産者側の立場からのみ視察し處理せんとして、配給組織における卸商業の地位を究明しようとする努力がほとんど拂はれてゐない。これは第一および第二の理由にも關聯して卸商の本質が見失われようとしてゐる。

第四にこれは最も重要な根本的のものであるが、卸商業と卸配給の問題が混同せられていることであつて、これが卸商業問題の焦點を不明瞭なものとしている。卸商業は前述した如く經營概念であつて、配給組織の卸配給段階における獨立企業體としての配給經營である。これに對して卸配給とは財貨の社會的人格的移動という社會經濟事象であつて、配給過程における卸取引なる一過程を指すのである。すなわち卸商業は卸配給經營の一種に外ならない。大規模生産者や大規模小賣商の直營による卸配給經營、あるいは中小生産者、小賣商、および消費者の協同組合による卸

配給經營もあるが、これらはいづれも配給活動を專門の目的とする獨立の資本組織としての企業體ではない。卸商業は卸配給を專門の目的とする獨立の企業體である。卸商業は今日まで卸配給機關の代表的形態であるが、他の卸配給經營の諸形態はいづれも近時配給組織の發達に伴つて出現してきたものである。卸商業と他の卸配給諸經營とを明確に區別することなくしては卸商業商題、否、眞に商業者問題の核心を衝くことは困難である。

何となれば商業を以て獨立の配給企業體であるとする筆者の見解においては、完全な意味において商業概念を構成するものは卸商業であるからである。小賣商業分野においては百貨店等の如き大規模商業を除き、いわゆる中小小賣商業と呼ばれるものの大部分は、獨立の資本組織たる企業的經營ではない。彼等は消費經濟との分野の不完全ないわゆる生產的經營と呼ばれるものに屬する。この點が小賣商問題を經濟問題としてよりも、より以上に社會問題、政治問題として重要ならしめる所以である。生產者市場における小規模な買集商もまた決して企業的商業たる資格を有してゐない。卸商業こそ企業的商業の正統であり、代表的のものであるにかかわらず今日まで商業問題といえばほとんど末端の生業的商業に注意が向けられ、しかもこれを中心に商業の本質的な問題が論ぜられるに至つては議論の焦點を失しているといわなくてはならない。

二、卸商業の定義

一般には卸商なる言葉は種々樣々な意味に用いられ、その內容も極めて漠然たる場合が多い。例えば中間商人のすべてを小賣商と卸商とに二大別して、小賣商以外の商人は悉く卸商という場合がある。この場合には、分散組織における仲買商や出商のみならず、蒐集組織における買集問屋や地方移卸商等も包含される。また、嚴密な意味における問屋と卸商とが混同されてゐる場合が多い。更にまた、苟くも卸配給機能を營む者は、專門獨立計算によると否とを問わず、すべてこれを卸商として一括するものもある。この場合には、協同卸組合や、製造家の直營する卸賣經營もまた、一般獨立卸商と同樣に卸商とされるのである。

右の如く卸商業に關する定義の區々であることが卸商業研究の焦點を不明確にしている。配給組織を蒐集組織と分散組織の二つに分けるとき、通念的には卸商とは分散組織に屬し、小賣商に對して販賣をなす獨立の配給企業體を卸商と呼んでいる。しかしながら卸商を明確に定義して、これを他の商業形態と區別せんとする場合になると、その標準決定に種々の困難がある。われわれは卸商業なる概念を分散配給組織のものに限定せず、蒐集組織の商業にも適用したいと考へてゐる。蒐集組織の末端において直接に小規模の生產者から、彼等の生產物を小量宛買集めるいわゆる小規模な買集商（產地仲買人）を除外し、これらの小規模買集商から更に買集めて大量となし、大量輸送の便宜を得て中央市場または分散組織の卸商に送附して賣却する、地方問屋とか地方移出商と呼ばれる商業を包括する。更にこの外に商品の蒐集も分散も行はず、生產者または他の商人から買入れ、これを再び他の生產者または商人に賣渡すところの商人がある。學者はこのような商人を仲商（Zwischenhandel）と呼んでいる。（向井鹿松氏配給市場組織 469 頁 Securius; Handelsbetriebslehre, S. 11.）このような商人もまたわれわれは卸商業の一形態とみなす。そこでわれわれは研究の便宜上卸商業を次の三つの形態に大別する。第一の分散組織の卸商を卸賣商と名づけ、第二に前述の仲商と呼ばれるものを仲繼卸商とし、第三に蒐集組織に屬するものを卸買商と名づけることにする。

前にも少しく觸れた如く、元來卸商業に關する名稱および定義はなはだ多種多樣である。歐米でも必ずしも一樣ではない。英語の wholesaler は一般に卸商と邦譯せられ、分散組織の卸賣商を主として指稱するが、更に蒐集組織の卸買商をも包含することがある。（註1）この外に Jobber なる名稱も wholesaler と殆んど同意義に使用せられる

ことがある。（註2）すなわち Jobber は仲買商と邦譯せられ、アメリカでは最切小規模の卸商に對する呼稱であつたが、最近では工業製品の配給に關しては wholesaler との區別が失われつつある。しかし農産物の配給組織において悲はこの兩名稱は依然として區別せられ、小賣商と取引するものを Jobber と呼び、Jobber その他の商人と取引するものを wholesaler と呼んでいる。（註3）また、卸賣商の wholesaler に對して、卸買商を wholesaler buyer とか Local Shipper（地方移出商）とも呼んでいる。

註1　Killough; The Economics of Marketing, 167.　Pyle; Marketing Principles, p. 87.

註2　Converse; Elements of Marketing, p. 510.

註3　Vaile & Slagsoold; Market organization, p. 93.

以上は卸商業を獨立の配給企業體とした場合の種々の名稱であるが、この外に卸配給機能を擔當する卸配給經營の種類がはなはだ多い。わが國で問屋、代理商、仲立商（ブローカー）等と呼んでいるものは、實際上では卸商であることもあり、卸商でないこともあつて、明確な區別なく混同して使用せられているが、嚴密な意味においてはいづれも卸商と區別しなくてはならないものである。すなわちこれらは卸配給横能の一部を獨立の企業として營む點において、配給企業の一種たることを失わないが、配給の本質的機能たる賣買を自らの危險において行はないために、これを本來の商業と區別して補助商業と呼ぶ。わが商法の規定は問屋、代理商、仲立商の三者を次の如く定義している。

「問屋とは自己の名を以て他人の爲めに物品の財賣又は買入れを爲すを業とする者」である。（商法第五百五十一條）すなわち問屋は商品の賣買に關し相手方に對して自己の名を以てする結果、取引上の責任を負ふ點において本來の商人と異なるところはないが、賣買そのものは他の商人または生産者の委託により委託者の計算において行い、賣買損益が他人に歸屬する點において本來の商人と異なるものである。

「代理商とは使用人に非すして一定の商人のために平常その營業の部類に屬する取引の代理又は媒介を爲す者」である。（商法第五百四十六條）代理商が使用人でないという意味は、使用人の如く一定の商人のためにのみ働くものではあるが、本人との關係は雇傭でなく委任によるからである。代理商が問屋と異なる點は、取引に關し自己の名を以てせず、本人の名を以てするものであつて、その行爲について自ら履行の責任を有しないことである。

最後に「仲立人とは他人間の商行爲の媒介を爲すを業とする者」である。（商法第五百四十三條）すなわち仲立商は一定の人に從屬することなく、全く獨立の地位に立つて或人と或人とを媒介連結して、兩者の間に商業取引を締結させるものである。問屋や代理商は自己の名または他人の名において、他人の計算においてするとしても自ら賣買取引行爲に參加するも、仲立商は賣買兩者を發見して、兩當事者間を媒介連結することにより直接に取引を成立せしめる點において前者と異なる。

外國にも右の問屋（英語 Commission merchant, 獨語 Kommissionär）、代理商（英語 Agent, 獨語 Agent）、仲立人（英語 Broker, 獨語 Makler）に相當する名稱があるが、その意味はわが國と大體同樣に使用されている。（Converse, op. cit; p. 435, 364, 436.; H. Grossmann; Grundriss der Handels-Wissenschaft, S. 51, 54, 56.）

この外に大規模工業生産者の直接卸販賣經營や、生産者または消費者の協同組合による卸配給經營もまた卸商業を論ずる場合に、屢々言及せられ、混同せられ勝ちである。

以上の如く卸商業に關聯する配給諸經營の名稱は、はなはだしく多種であり樣々である。それぞれ配給組織における機能や地位を異にするものであつて、これを一概に論ずることによつて重大な誤りを冒すことになる。われわれは本論において右の補助商業に屬する諸形態はこれを除外する。分散組織の卸商は極めて重要ではあるが、この形態の

みを詳論しようとするものでもない。前掲の蒐集組織の卸買商と、仲繼卸商を含めたこの三者を卸商業なる名稱の下に一括して、これが配給組織における地位を考察しようとするのである。

このためには先づ以上の如き卸商業の定義を明確にしておく必要がある。既に述べたように卸商業は配給企業體としての商業の代表的な形態である。一般に商業そのものの本質に關する詳細な論議はここでは行わないが、（三田學界雜誌第三七卷一二號、拙稿配給概念と商業の本質參照）商業を獨立の配給企業體とする場合、企業は資本の組織であり、資本計算の單位であるという意味なので、配給活動を目的とする獨立の資本組織體ということになる。すなわち獨立の配給資本の組織である。そこで配給企業體たる商業の本質は、配給の本質的機能に關するものである。前述の本來の商業と補助商業、または他の諸種の配給經營との區別の基準もこれに求むべきである。われわれは財貨の社會的人格的移動たる配給の本質的機能は所有權の移轉形引たる賣買であると考える。すなわち賣買企業、卽商業ということになる。かくて配給經營が獨立の企業體であるが、資本的に他の企業に從屬するかによつて、商業と他の配給經營との區別がなされ、配給企業においても企業目的として自ら賣買を行うか、または他企業のために賣買を行うかによつて本來の商業と補助商業との區別を生ずるのである。これによつて商業とは賣買を中心に他の配給機能を併せ行うところの獨立の企業であると定義する。

かくて卸商業とは卸配給を行うところの商業であるということになるので、卸配給とは何かということが問題である。商業による配給過程を卸配給過程と小賣配給過程の二つに大別すると、小賣配給過程は商人と終局の消費者との取引であり、卸配給過程は商人と生產者または他の商人との取引である。蒐集組織においては卸商は生產者から直接に、または他の買集商から購入して大量となし、これを中央市場または分散組織の卸商に送附して賣却する。仲繼卸商は蒐集も分散も行わないが、生產者と生產者、生產者と商人、商人と商人の間に在して主として財貨の距離的・觀念的連絡を行い、また分業に基く生產の集化作用を營む。分散組織の卸商は大規模の工業生產者、蒐集組織または中央市場の卸商から大量に購入して、小賣商に分割して賣却する。

卸配給 wholesaling の解釋は、これを通念的に小賣商に對してのみ販賣する卸商の活動に限ることは、多く實務家の間に見るところであるが、卸商業研究において問題の核心を衝くためには、右の如く廣義に解釋することが必要である。（Beckman & Engle; wholesaling, p.p. 26-27.）

卸商を定義するに當つていかなる基準に據るかは、學者の說が區々であり、未だ明確なものは少ない。一般に卸商の定義を小賣商と比較することによつて定めようとしている。この場合五つの基本的特徵が考えられる。（Beckman & Engle; op. cit., p.p. 18-25.）

第一は取引數量の多寡によつて卸商と小賣商とを區別しようとするものである。しかしながら現實には取引數量のみによつて必ずしも正確な限界を劃することは困難である。大規模小賣商の發達した今日では、小賣商の方が相當大量の賣買を行う場合もあり、卸商においても、例えば特殊の藥品や書籍の如く小賣商の要求によつて、僅かに一品を取引の對象としなければならないような場合も決して少なくない。なかんずく、今日の商業組織においては卸商も小賣商も共に少量仕入によつて經營を行うことが一面容易になりつつある事實からも、取引數量を以て兩者を區別することは、觀念的な漠然たる限界としては擧げることが出來ても、嚴密な境界をこれによつて定めることは不可能である。

第二には卸商の經營組織の點で小賣商と異なる特色が擧げられる。すなわち卸商は小賣商に對する地位よりして、

常に小賣商の要求に應ずるため商品を蒐集し、貯藏して置く必要があるが、このため特殊の店舗や倉庫を備え、時に生産者に對しては生産資金の前貸を行い、また、小賣商に對しては掛賣によつてその金融機能を援助することも必要である。これらの特徴は店頭に顧客の參集を求めて商品を販賣する小賣品とははなはだしく相異するところがある。

第三は取扱商品の性質によつて兩者の區別をなさうとするものである。例えば鐵や銅の如き生産財であつて、生産者以外に購買されることのない商品を賣買する者を卸商とするのである。しかしながら商品の性質のみによつて卸商と小賣商とを區別せんとすることは、生産者にも一般消費者にも販賣することの出來る石炭や燃料類の如きものについて考えても明らかに不可能である。そこで學者はこれに市場の範疇を加えて生産者市場（再販賣を含む）のために賣買するものを卸商とし、終局の消費者市場のために賣買するものを小賣商とする說を立てた。この說は一應はいかにも科學的基礎を有する如く思われるが、詳さに檢すればなお不充分である。何となれば終局の消費を目的とする商品を取扱う商人が、更に生産者市場の賣買をも併せ行う場合が少くないからである。例えば電氣器具商の如きはその好例である。

第四の基準は卸商と小賣商の區別を商品の用途に求めようとするものである。これは前記市場の種類と相俟つてはなはだ有益である。更に次項の購買者の動機を考慮に入れることによつて、兩者の特質を明らかにするに役立つであらう。商品の用途については、購買者を使用を目的として購入するものと、單なる再販賣を目的として購入するものとの二群に分類することが出來る。小賣商が前者に屬し卸商が後者に屬することは明白である。しかしながら問題は生産上に使用される貨物の賣買を卸商の領域に包含し得るか否かであつて、これに關しては學者の間に種々の異說を生じている。

最後に第五の基準として購買の動機を擧げることが出來る。第四の用途の點のみからいえば、生産上の使用を目的とする貨物の販賣に從事する商人も小賣商でなければならないことになるが、購買上の動機から考えれば、小賣商の販賣する商品は、購買者が自己の終局的消費のために購入するものである。しかるに前記の生産上に使用される財貨は、企業的再生産の動機によつて購買されるという點でこれらと異なる。

以上は卸商を小賣商と區別する基準について一般に行われる見解を述べたのであるが、卸商の特質を明確にするためには、特に最後の第五の基準が重要である。

われわれは卸商を定義する要件として最も重要なものは購買者の動機と經營形態の二つに求むべきであると考える。

購買者の動機は卸商の特質を最も明確に表わすものであると共に、小賣商との間に截然たる境界を劃するものである。すなわち商業はすべて再販賣のために商品を購入する企業であつて、商業に對する販賣者は生産者たることもあり他の商人たることもあるが、販賣者の何れたるかによつて商業の經營組織ならびにその配給機能の上に重大な相異を發見することは出來ない。しかるに商業に對する購買者は他の商人たることもあり、また消費者たることもあるが、かかる購買者の相異は購買上の動機を異にすることになり、自己の終局的消費のためか、再生産のためか、あるいは再販賣のためかの三種に分かれる。この如く購買上の動機を異にすることは、商業の經營組織ならびに配給機能の上に重大な特色を與えるものである。すなわち購買者が自己の終局的消費のために購入する商品を販賣するものは小賣商であるが、小賣商の經營組織ならびに配給機能は、すべて顧客たる消費者の消費生活を便宜ならしめる原則の下に律せられる。それは主として店頭顧客であり、多種類の商品を取揃えて購買に便せしめる必要がある。終局消費

者に販賣する小賣商の取引單位量は概して小量であつて消費者に近接する必要がある。從て分散的小規模經營となり勝ちである。しかるに卸商の販賣する商品は再販賣または再生產の動機によつて購買せられるものであつて、その取引單位量は例外はあるにしても概して大量である。卸商は配給組織における地位の相異によつて、それぞれ蒐集・仲繼・輸送・分配等の配給機能を行う外、特に貯藏、金融等の機能を果たす點に特色を有する。このためには卸商の經營組織は小賣商の經營組織と著しく異なるものである。

次に卸商は經營形態の上から完全なる企業的商業經營であるということである。企業經營は嚴密な意味においては、消費經濟から完全に分離した獨立の資本の組織であるが、未だ消費經濟との分離の完全でない生業的經營と稱するものがある。今日小規模小賣商の大部分がこの生業的經營に屬していることは、最も顯著な且つ重要な特色というべきである。勿論今日では小賣商形態の中にも百貨店や連鎖店等の如き完全な企業的經營の發達を見ているのであつて、企業的經營形態が卸商の專有物でないことは明らかである。しかしながら企業的經營形態が卸商業において最も固有的な特色であることを知るによつて、卸商の定義を決定する不可缺の要件として擧げてよいと考えるのである。歷史的に見ても卸商業は企業概念成立の最初の形態であるとされている。（Robert Liefmann, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 邦譯三八頁。）

以上によつて卸商の特色およびこれが小賣商と區別される點に關して略々明かになつたと思うが、しからば小賣商以外の商業はすべて卸商として一括することが出來るか否かについては、異說のあるところである。蒐集組織の卸商と分散組織の卸商とでは、その配給組織における地位を異にするのみならず、その行うところの配給機能をも異にする。更に蒐集組織の未端における小規模な買集商は果して卸商に包含することが出來るか問題である。しかしながら配給組織における地位や、配給機能の相異も、配給企業體たる商業の本質に關しない限り、根本的な差異を認め難い。しかるに前記の購買者の動機なるものが、いいかえれば購買者が終局の消費者であるか否かは、配給企業體たる商業の經營組織およびその行うところの配給機能の上に重大な特色を與えるものである。卸商の配給機能は、はなはだ複雜多種であるが、その獨立企業體としての經營組織の上には一つの共通的な特色を發見することが出來る。蒐集組織の未端における買集商の極めて小規模なるものにおいては、むしろ生業的商業に屬するものであつて、卸商として包括することの出來ないものがあるのは明らかである。しかしながら、かかる小規模なる買集商の存在は、今日の配給組織においては殆んど例外的のものとなつており、買集人の大部分は地方の卸買商の使用人であつたり、受託買集人であつて、卸買商の資本の支配下にある。その理由は小規模生產者といえども、彼等の販賣單位量は消費者購買單位量とは比較にならぬ大なるものであつて、小規模な個人的買集商には到底その資本的負擔に堪えることの出來ないものである。また、生產者市場においては生產者と地方卸買商との直接の取引が行われる餘地があり、他方生產者の共同出荷組織の發達もあつて、今日では卸商の範疇に屬しない生業的買集商の存在は殆んど問題にならない。以上によつて商業形態はこれを卸商業と小賣商業の二つに大別して論ずることが、最も本質的である。

以上述べて來たところによつて卸商を定義すれば、「卸商は他の配給經營または生產者に對して販賣をなす企業的商業である。」といえる。これに對して小賣商は終局の消費者に對して販賣をなす商業であるということになる。

卸商と同じ配給機能を行い、しかも右の意味の卸商の範疇に入らない配給經營がある。大規模生產者の直營する販賣經營や、協同組合による配給經營がそれであるが、これらは資本的に獨立した、專門の配給企業體ではないことになる。

三、配給組織における卸商業の地位

（A）卸配給機能と卸商業

前項において卸商業なるものの概念を規定したが、しからば今日の配給組織においてかかる卸商は配給機關としていかなる地位を占めているであらうか。これを本項において考察せんとするものである。卸商の配給組織における地位を考察する場合、重要な點が二つある。第一は卸商の行う配給機能の上からの考察であり、第二は配給企業體としての卸商の地位に關するものである。

第一に卸商は配給機關として、いかなる配給機能を行うものであらうか。卸商は端的にいえば生産者と小賣商または生産財使用者としての生産者との中間に位するものであるから、前者の立場においては販賣の役割を引受けるものであり、後者の立場からすれば仕入れの役割を擔當するものである。すなわち前者に對しては販賣代理者たり、後者に對しては買付代理者たることが、卸商の基本的職分である。卸商がこの基本的職分をいかに果たすかを考察して見よう。

先づ生産者側の販賣代行者としての地位を見るに、アメリカの商業統計によれば、製品の約三十一パーセントが製造業者から直接卸商に賣渡され、他の三・五パーセントが製造業者の經營する販賣組織によつて卸商の手にもたらされている事實を知る。これは製品一般についてであるが、特に消費者財のみについて見ると、その生産額の約五〇パーセント弱が卸商の手を經て賣却されている狀態である。これは卸商が今日の配給組織において極めて重要な地位を占めていることを意味する。生産者は終局消費者との距離が余りに大であるため、商品に對する需要の變遷の原因を充分に察知することが困難である。これに反して小賣商は余りに一般消費者に接近し過ぎているために、局地的變動や狀勢を重視して、一般的傾向を誤るおそれがある。この間に介在して廣汎な立場において、正鵠な市場分析を行い、生産者にその製品の品質、種類、數量、販賣の時機、方法等を告知することの出來るものは卸商を措いて他に存しない。

生産者は多數の小賣業者または製品需要者に直接に接觸してその製品の販賣を行うことは、到底煩雜に堪えられない。何となれば生産者が多數の小賣商と取引をなす場合は、これら多數小賣商人の信用狀態を一々調査し、多數少額な勘定を集め、且つその上に回收困難のために大なる損失の危險に曝される等、その不便は決して少くない。更に卸商は製造業者に對して、小賣商または需要者の將來の需要を見越して前註文を發することが多いから、これによつて生産者は、生産上の條件を有利に調整することが出來る。この卸商の前註文は、生産者の活動に繁閑宜しき計畫を可能ならしめ、製品の販路を維持確保せしめることになる。

次に卸商は生産者に代つて製品の貯藏の機能を行うことである。これは卸商が小賣商および需要者の註文に應じて、迅速にその商品を供給しなければならぬため、商品を出來るだけ多量に仕入れて貯藏しておかうとするによるものであるが、生産者はこれによつて製品を自ら貯藏して置く必要なく、製造完了と同時に卸商に引渡すことが出來るので、貯藏上の設備、手續等を一切免れることが出來る。商品の貯藏保管において、卸商は生産者よりも技術的並びに經濟的に優秀であることは明らかである。特に卸商が貯藏保管の任に當ることによつて、小資本の生産業者が貯藏費用を省略し、生産資金の節約を行い得る利益は大きい。また、最近の小賣商が手持商品を可及的に僅少ならしめ、商品の回轉を速かならしめるため、必要に應じて一々卸商より買付けんとする傾向が增大してきた場合に、卸商の商品貯藏機能は重大な意義を有する。

また、卸商が生産者より仕入れる商品は通常大量であるから、その運輸は、生産者が直接多數の小賣商を相手とする場合の如く、一々小口輸送の手續をとる必要がない。その結果販賣、包裝、運送等における煩瑣を著るしく省略すると共に、運賃、包裝費等の費用を節減し得る利益は少くない。卸商の存在は小賣價格を昂騰せしめるとの批難は、一面事實であるが、他面においてかかる經費の縮少によつて原價を低下せしめることを考慮に入れなければならない。

卸商の生産者に對する重大な機能の一つは卸商が金融上の有力な援助を提供するということである。殊に中小企業者は、自己の生産者を直ちに卸商の手にゆだねることによつて、よく極限された小資本を以て生産に從事することが可能となる。また卸商は財政的地位において極めて大なる、且つ有利な立場にあるために、更に商品代金の前拂の形式によつて生産者に生産資金を提供することもある。

右に關連して當然考え得ることは、卸商によつて生産者の賣上回收が、容易且つ安全に保證されることである。何となれば生産者が直接小賣商と取引を行えば、その賣買を一々記錄し、相手方の信用狀態を知悉して、賣掛代金を適當の時期に取立てる等、煩雜な手續を自ら行わねばならない。從つて掛倒れの危險も決して少しとしないであらう。

以上は卸商の機能を生産者の側より觀察したものであるが、次にこれを小賣商または需要生産者の側から考究してみる。

第一に卸商は顧客の要求を觀測豫想して、常にその要求を充たすことを必要とするが、このために卸商は常に多種類の商品を大量に蒐集して、小賣商がその必要に應じて商品を引出し得る商品貯藏所の役目を演じなければならない。かかる機能を果たすためには、卸商は商品を、品質的に、分量的に、場所的に、時間的に、適宜に調節しなければならない。この目的を達するために、卸商は常に市場分析に細心の注意を拂い、商品に對する需要の變動を最も確實に觀取しようと努める。しかして卸商はその仕入組織を通じて、全國に散在する數百數千の生産者から、需要に應すべき商品を適宜に買入れるのであつて、そのためには新しい商品の供給源泉の發見に注意するはもちろん、代價の變動、供給に影響を及ぼす自然的並に社會的條件等を充分に考察する。

卸品の蒐集機能に關聯する技術的機能に大量仕入がある。チエーンストア制度が大量仕入の利益に關して注目をひく遙か以前から、卸商は小賣業者のためにこれを行つてきた。大量仕入の利益はなお、商品の格付、撰別、包裝等を、需要に應じて生産者に命ずることが出來る點でも、小賣商が直接生産者から仕入れるよりも優れた立場に立つ。

卸商が前述の如く商品貯藏所としての機能を果たすことは、小賣商のために卸商が貯藏機能を行うものであつて、これによつて小賣商の手許商品を最少限度に止めしめ、商品回轉を速かならしめると共に、貯藏上の損失と危險、代價變動の影響等から小賣商に有利ならしめるものである。

更にまた、卸商は財貨の供給を迅速に行う點において、生産者よりの直接購入に優る。小賣商が工場に直接註文を發する場合は、製造過程の手順や、貯藏設備の不備等の結果、容易に註文品を入手出來ぬことが多い。殊に生産者が遠隔の地にある場合、運送上の不便がある。しかるに卸商の倉庫は小賣商に對して地理的に最も便宜な場所を選ぶことが出來ると共に、これを運搬するためにも、最も迅速な輸送機關を利用することが出來る。

以上は卸商の配給上における物理的連絡機能であるが、金融機能において小賣業者に重要な援助を與えることを忘れてはならない。すなわち卸商は、小賣商に對して掛賣によつて信用を授與することにより、銀行以上に重要な金融機關となつていることである。現に今日この卸商の掛賣制度を廢止するならば、財力の點で獨立出來ない小賣業者

は、極めて多數に上るであらうし、一方ある種の卸商においては、商品よりも小賣業者に對して投下した資本の方が多額に達する如き例もあつて、卸商の受取勘定が、全資産の三分の一にも及ぶ場合さえ見受けるのである。卸商の存在しない場合、小賣商は製造業者より直接に信用を與えられることもあり得るが、この場合は取引額が比較的小であるため、製造業者において信用調査の繁に堪えず、且つ兩者間の距離が大であるために、實際問題として幾多の困難を伴う。これに反して卸商はその取扱商品が多種多樣に上ると同時に、いかに小額の取引も嫌うものでなく、その顧客の各々に對して特殊の考慮を拂い得る地位にあるので、容易に小賣業者に信用を與えると同時に、常にこれに接觸することによつて、その回收も確實に行うとこが出來る。

以上を以て現代配給組織において卸商の行いつつある機能を一通り擧げたが、これによつても知る如く卸商の行う配給機能の種類は、實に配給機能の全種類に及ぶものであつて、しかも卸商活動の量的增大の結果は、卸商をして配給機能を中心に分化せしめるに至つた。これに對して卸商の經營組織は比較的に簡單であつて、共通的特色を多分に有するものである。そこで卸商の種類を考える場合、配給機能を中心として觀察することによつて、容易に理解せられるに反して、小賣商の場合は、その行うところの配給機能は殆んど共通的であつて、機能を中心としてはその分類が困難であるが、經營形態の上から觀察するとき多彩な分化を生じていることは、顯著な特徴というべきである。

（B）配給企業體としての卸商業

卸商が今日の經濟社會において、いかなる機能を果たしつつあるかについて、前節において述べたのであるが、しからば、獨立の配給企業體としての卸商が、配給機關として今日の配給組織においていかなる地位を占めているものであるかについて本節で考察する。何となれば卸配給の機能は、卸商以外の機關によつても行われ得るものであるからである。それは大規模生産者が卸機能を自ら直營する場合と、生産者または小賣商が卸機能を行うために、協同經營を組織する場合の二つである。

先づ生産者が卸經營を直接に營む場合を考えるに、小賣商の要求する多種類の商品を、適當な時期に、必要な分量に應じて可及的迅速に配給すると同時に、配給費用を節減し、多數小賣業者に信用を與え、あるいは販路の維持開拓に資する等の點において、生産者の卸經營は、獨立の卸商に比して決して多くの長所を得るものとは考えられず、僅かにそれを辯護する最大の理由たる、卸商排除にある配給費の節約、從つて商品原價の低下という點もその經營上の短所缺陷を相殺して、なお充分余りありや否やは疑問の存するところである。このことは生産財卸商の場合も同樣のことがいい得るのである。

しからば協同卸經營なるものは、配給機關としていかなる地位に立つものであらうか。

協同卸經營なるものは、生産者の場合には、經濟的に弱小な小規模生産者が、組合員の個別經濟の利益を擁護し助成する目的を以て、多數協同して組織せられるものであつて、單位組合とその聯合組織たる系統機關によつて行われる。この場合單位組合においては生産者は、明らかに協同組織によつて利益を享受するものであつて、獨立商業を排除する可能性のはなはだ大であることは否定することが出來ない。何となれば蒐集組織の末端における蒐集機能なるものは、技術的にも生産者自らの協同組織によることが、必ずしも困難でなく、組合の運營に當る者が主として直接の組合員であつて、經營組織の上から必ずしも商業經營との優劣を決し難いものがある。從つて配給組織において獨立商業の排除の可能性の最も大なる部面であるというべきである。

しかるに單位組合の聯合組織たる系統機關においては事情はやや異なる。すなわち販路市場との距離の增大は、前

述したあらゆる卸配給機能の遂行に當つて、協同組織の缺陷が顯著になつてくる。配給組織の末端より中央部すなわち上位に至るに從つて獨立商業の地位の强化せられてくる傾向のあることは、實證的にも明らかにされているところであつて、この點こそ獨立商業の地位とその動向を考察する上に、特に重視せねばならぬ點である。（向井鹿松氏、産業組合經濟論五〇五―五〇六頁）

次に小賣商による協同卸經營の場合は如何。小賣商商協同組織によつて卸經營を營む結果、相互の競爭から蒙る無益の失費を免れ、大量仕入を行う結果、商品原價を低下せしめる利益がある。けれども大量購入の利益はかかる協同經營が數個更に協同して生産者より買付を行わない限り效果は少ないものである。この場合大量購入に伴う貯藏、運搬の機能を小賣商自らの手で行わねばならぬ結果、倉庫その他の設備に莫大な費用を要し、これが管理にも小賣商自ら當らねばならない。このための費用は必ずしも獨立卸商に依賴する場合に比して低減出來るか否か疑問である。

また、協同經營の一般的弱點として、經營の衝に當る管理者に適任者を得難いことである。すなわち協同經營の精神をよく理解し、協同經營事業のために全責任を負うてその發展に寄與する能力と誠意を以て、長く協同各員の信賴を克ち得るほどの人才は極めて少ないとしなければならない。

また、協同卸經營の參加小賣業者は二重の性格を有するものであつて、一面において卸經營の所有者たると同時に、他面において卸經營の取引の相手方となるべき小賣店舗の所有者である。從つてもしこの兩者間に利害の對立する場合には、通常彼等は小賣業者の立場に立つてその利益を圖らんとする傾向がある。かくて團體行動は屢々個人的利害のために棄てて顧られず、かくして協同經營存在の意義は弱められざるを得ないことである。

ともあれ近時配給上における技術的發達が顯著なるにおよんで、配給機關が分化發展したことと、前述の如く生産者の直營組織や、協同卸經營の發達によつて、獨立卸商の地位が著しく弱められつつあることを學者は指摘している。（Killough The Economics of Marketing, PP. 168―169.）卸商業問題を論ずるに當つて、最も注意すべきことは、獨立卸商そのものの地位と、彼等の行うところの卸配給機能とを區別することである。すなわち獨立卸商の排除と卸配給機能の排除とは、全く別個の問題であるからである。卸商の地位が危殆に瀕しても卸配給機能の無用、または廢滅を意味するものではない。配給組織の複雜化と配給距離の延長とは、生産經濟發達の必然的結果であり、またその絶對條件である。卸配給機能は近代的生産組織の維持、およびこれと消費者市場、從つて小賣商組織とを連結適合せしめるための、重要なる社會的機能であつて、かかる機能の排除は經濟文化の逆行後退に外ならない。要はいかなる機關がこの機能を最もよく果すかにある。この點において舊來の獨立卸商は自然發生的に出現し、最初からこの卸機能を擔當する專門經營であつた。けれども、現資本主義社會においては、卸商はいうまでもなく資本主義商人であつて、卸機能をその專門經營として營むことによつて營利を行わんとするものである。この點においてあらゆる他の營利經營と利害關係において對立する。またその行うところの卸機能は營利のための手段に過ぎないから、常に必ずしもその社會的機能そのものに忠實であるとは限らない。ここにおいて競爭企業による排除運動と、社會的批難の起る根據が生ずる。大製造家は卸商に代るべき直接販賣機關を設けて直接配給を行わんとし、大經營小賣商は直接に製造家と取引する。更に小經營小賣商の協同仕入組合や、消費組合によつても、獨立卸商の地位は脅かされる。けれども彼等は獨立卸商を排擊せんとしても、その行うところの卸機能を排除し得るものではない。彼等は卸商の手からその機能を奪つて自らこれを行うか、もしくは他の機關をして代つてこれを擔當せしめんとするのである。しかして舊來の獨立卸商に代らんとする新卸經營が、果して舊來の卸商と同等またはそれ以上の經濟的能率を擧げ得るかという

に、極めて大なる疑問がある。社會的分業の原則は決して配給組織においても例外を認めないのである。獨立卸商が合理的經營によつて正常妥當にその專門的任務を果たすならば、他のいかなる競爭經營と雖もよくこれに對抗し得ないであらう。

更にまた、今日の配給組織の發達は極めて複雜であつて、且つ經營技術の進歩は決して卸商の地位を舊來のままにはして置かないであらう。すなわち製造家の直接配給や、大經營小賣商および協同組合の直接仕入は、ある程度まで卸商の領域に進出してゆくであらう。けれども、それには自ら一定の限界があり、これを可能ならしめるある種の部門に限られる。しかじて侵蝕された卸商の領域は他の分野における量的擴大によつて償われるであらう。すなわち必ず卸商の存立を希い、これに依賴する必要のある分野が、生產者側にも小賣商側にも殘されるであらう。恰も小賣商組織においていかに百貨店や連鎖店が發達しても、獨立小賣商に對しては、一定の限界的領域が殘されると同樣である。恐れるところは舊來の獨立卸商が、その傳統的經營法を墨守して配給組織の新らしき動向についての理解を怠ることである。彼等は配給組織の動向を察し、競爭經營の地位と內容を理解すると共に、新經營技術の採用によつて、最も合理的に卸商の任務を盡さない限り、彼等の受けつつある脅威を脫することは困難である。

累積過程の變則

――ハイエク「利潤、利子及び投資」の吟味の一――

千種義人

ハイエクの「諸價格と生產」に對して一般にいだかれた疑問の一つは、信用創造によつて生產構造が長期化されて行く過程において、ある段階を過ぎると、消費財價格が騰貴し始めるのであるが、その場合に、何故に資本財に對する需要が減少しなければならないかといふことであつた。加速度の原理によれば、消費材需要增加は、それの何倍かに資本財需要を增大させねばならぬ筈である。然る限り、消費材價格の騰貴が資本財價格を低落せしめ、資本財需要を減少せしめることはあり得ない。このやうな疑問に對して、ハイエックは、その後の論文「利潤、利子及び投資」において正面から答へようとする。即ち第一に、「一定の諸條件の下において、廣く受けられてゐる說とは反對に、何故に消費財に對する需要增加が投資材に對する需要を增加せしめるよりは、むしろ減少せしめる傾向を見るか」、第二に、「何故にかくの如き諸條件が不況から恢復の初めに存在する諸條件の結果として規則的に生ずるか」を、示さうとするのである。（註）