

Title	マックネア、ハンセン共著 配給論上の若干問題
Sub Title	Melcolm P. Mcnair and Hary L. Hansen, "Priblems in marketing." New York : McGraw-Hill Book Company, Inc., 1949. pp.718
Author	片岡, 一郎
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1951
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.44, No.8/9 (1951. 9) ,p.544(80)- 547(83)
JaLC DOI	10.14991/001.19510901-0080
Abstract	
Notes	書評
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19510901-0080

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.

採用してゐることである。これ等の點は本稿の如き短文において論ぜられる性質のものではないから他日を期することとして問題を指摘するに止めたい。只、最近のわが國の經濟計算論が主として靜態的なソーシヤル・アカウンティングの問題にのみ走り過ぎてゐる傾向があるのに對して、問題を動態的にとり扱つたバランス論としても確かに、一讀の價值があると言へる。

マックネア、ハンセン共著

「配給論上の若干問題」

(Melcolm P. Mensir and Hary L. Hansen, "Problems in Marketing," New York: Mc Graw-Hill Book Company, Inc., 1949. pp. 718.)

片岡 一郎

アメリカで過去二三十年間に急激な發展を見た配給論の研究には驚歎に値いするものがある。それは主として第一次大戦後の不況に伴う全般的な一殊に農産物の販賣停頓に刺戟されて發展したのであつた。かかる事情は自からその後の配給論展開の過程においてその學問的性格を規制することとなる。即ち私經濟的な販賣論又は賣買論としての展開これであつて、Shaw,

Copeland, White, Reilly, Reelの諸氏は此の一派に屬する。此の他方、前大戦後における過剰生産恐慌は、販賣促進という極めて現實的な問題を反映して、世人の關心を、最終價格の大半を占めるといわれる流通費用に向けしめ、如何にしてこれを削減しようかという問題を眞剣に採りあげさせた。それは配給機構全體の問題でもあつた。ここに流通過程の研究が提起されることとなる。その限りに對してそれは主として社會經濟的な全流通過程を問題とするわけである。然しここで注意せねばならぬことは、それが社會經濟的立場に立つ研究であるとは言へその意味するところは必ずしも嚴密な意味におけるそれであると言ひ難い點である。此の派に屬する人々としては Weld, Cherington, Clark, Brown, Breyer, Beckmanの諸氏が擧げられ、特に Weld, Cherington, Clark 諸氏の如き場合においては、國民經濟的觀點から見た商業も、個別經濟的に見た商業と何等本質的には異なつておらず、個々の賣買活動が考察の對象となり、ただ此の賣買活動が國民經濟的に如何なる作用又は機能を果すが問われているに過ぎないようである。然し乍ら學問の形式よりもむしろ内容の充實に主力を注ぐアメリカの學界に、配給論の體系や性格に關し多くを望むことは或いは酷であるかもしれない。

引くマックネア教授は、ハーヴァード大學配給論叢書 (The series of marketing case book) の第七巻として、ハンセン教授と共著で "Problems in Marketing" を世に送り、最も斬新な資料を以つてアメリカ經濟の實體を配給面から描き出そうとされた。抑々本書が斯る形態で誕生するに至る迄にはその間迂餘曲折を経たのであつて、ハーヴァード教授以來のハーヴァード大學經營學部三十年餘の努力の結晶が本書の形をとつて現われたというも過言ではない。即ち今から三十一年前に Melvin T. Copeland 教授は "Marketing Problems" を出版し、後一九三三、二七、三二年と改版されているが、一九三六年從來コロンバンド教授の擔當されたハーヴァード大學配給論の講座が Learned 教授に引繼がれるや、同年出版の改版の版權も亦ハーネット教授に譲り渡されている。その後一九四〇年にハーネット版 "Problems in Marketing" が出版されているが、これの改訂計畫は第二次大戦に妨げられて直ちにその意を果し得ず、一九四二年に至り相當大幅な改訂を加え、Mensir, Learned, Reel 三氏の共著とし表題を "Problems in Merchandise Distribution" と改めて、出版されたのである。

ここに紹介するマックネア、ハンセン兩氏の "Problems in Marketing" は、一〇七の事例を収めており、その中で四九は右の "Problems in Merchandise Distribution" からの再録であるが、残る半數は新たに蒐集されたものである。本書はその

他多くの點において舊版とは異なるが、その中でも最も重要と思われる點は、著者が二六頁に互る總論を巻頭に掲げ、配給問題に關する、總括的説明を與えると共に、アメリカにおいて盛に行われている教授上の所謂ケイス・メソッドの意義を M. E. Jayson 氏の雞卵の直接配給に例をとりつつ明らかにしたことである。特に此の總論において著者はマーケティングなる語の意味に言及し、それは「サーヴィスを含むあらゆる種類の商品を生産者並びに製造業者の手から最終消費者の手へと移動させて行くことの中に含まれる凡ゆる經營活動を包含する」ものと述べている。然しかかるフィジカルな配給の側面と同時に、従來多くの學者が屢々見逃しているが、「一層重要な「配給の實際的側面」として「經營の所得生産の面」(the income-producing side of business)が存在すること」も指摘してゐる。斯くて配給は以上の二つの側面を有することとなるが、然しこれは配給の靜態的觀察であり、「アメリカ經濟における最も動態的要素としての配給」の本質はかかる見地からは把握し難いと做し、それを Paul Mazur 氏が配給を規定せる有名な言葉を "the delivery of a standard of living" (Paul M. Mazur, "Does Distribution Cost Enough?" *Fortunes*, November, 1947, p. 138) を引用して「配給の行ふ需要創造とから革新的性格を強調している。著者は一英國人がアメリカの配給を評して "dynamic" としたこの言葉こそ最も端的にその性

格を表現したものであるとし、此のダイナミックという配給の
特徴的性格が絶えず生活水準を高めて行くのであると言ふ。生
活水準の向上を可能ならしめたものには「經營機構の改善、更
には技術における異常な革新」が指摘される。然し「技術的進
歩だけで生活水準の變化を十分説明し盡くすことは不可能であ
る。……吾々は配給における動態的性格に注目しなければなら
ない。配給はただ單に現存する需要を充足するのみではない。
眞の意味において、配給は潜在的欲望乃至願望に表現を與え、
以つて新らしき需要を創造するのである。即ち配給は新たな生
産物に對する販路開拓を行うものである。……アメリカ經濟が
自からの力で感々高められて行く生活水準へと實質的向上を續
け得たのは、技術的發展と動態的配給とのかかる結合に依ると
ころが多い。更に著者は、配給問題において極めて基本的な配
給費の問題も「高度の生活水準」という觀點から説明されねば
ならぬという。即ち消費者價格の五〇パーセント餘を占めると
いわれる配給費は、その大部分が仲介者の法外な利得に依るの
であると一般には考えられ易い。然し合衆國における公私の商
業調査機關の提供する結論は、いずれも斯る見解の不當なこと
を立證している。廣告費の無駄も屢々指摘せられるが、これも
Neil H. Borden 教授の詳細な研究によつて否定されている。
又不必要な浪費や不當に大きな配給活動の重複が、配給費を高
めているとの觀方がある。確かにこれらが配給の分野に現實に

存することは否み得ない。それは「人間の判斷の有限性」の然
らしむるところではあるが、さりとてこれは配給にのみ限ら
るべきものではない。それは經營組織にも工業組織にも等しく
存するものであり、配給だけに在るのではない。斯くて此の見
解も亦吾々を十分納得せしめるには足りない。
然らば此の配給費は如何に説明するべきであらうか。それを
著者は「Borden 教授の見解即ち「高價な配給費は大部分消費
者自由に對する價格である」に求めている。これは消費者の
「多數の財貨中より選擇を行う自由、單に氣が變つたというの
みで返品するの自由、凡ゆる種類の附帶的サービス例えは
信用・配達・郵便注文・電話注文・實演・講演・フアッシュ
ン・ショウの如きを享受することの自由」を意味する。換言す
れば「此の種の自由は高度の生活水準を示すものに外ならな
い。そして此の考え方は所謂高配給費と高生活水準との間に密
接な關聯の存することを暗示している」。吾々は斯る理解を前提
して始めてメイザー氏の「一見奇異に感ぜられる言葉——配給費
は十分であるか」の意味するところを矛盾なく理解し得るので
ある。要するに配給費の問題は、單にその絶對的高さのみから
は當否を判斷し得ない。問題は、その配給費が消費者生活を如何
に快適なものたらしめているかという點である。「消費者生活を
一層快適なものたらしめる一つの途は、生産費の削減を通じて
行われらるであらう。確かに大量生産の方法は生産費の削減と

いふ點において一つの奇蹟を現出した。然しそれは不可避免的に
市場の擴大と、従つて配給費の増大を伴つたのである。斯く考
える時、配給費は大量生産の利益を享受するための費用として
理解されねばなるまい。斯る配給費の問題が屢々探りあげられ
るのは、それが「經營能率の尺度」であると同時に、一般公衆
が此の問題に對して全く無理解であり且つ驚くべき誤解が彼等
の中に存するからに他ならない。著者は此の原因を仲介者のサ
ーヴィスが全く無形の存在である點に求めている。

著者が總論において斯る基本的問題を綜合的に探りあげ、こ
れに明快な説明を與えたことは、ケイス・ブックにあり勝ちな
不統一さを或る程度避け得ることになつた。この意味において
も本書は一應の成功を收め得たものと言ふことが出来る。こ
のことと並んで、本書がその舊版に比して特徴となる點は、本書
構成の上に著るしい改善が行われた事であらう。ケイス・ブッ
クの性質上、個々のケイスの排列如何が配給現象の理解にとつ
て極めて重要な意義を持つことは當然である。しかも本書にお
いては個々のケイスの取捨選擇に十分な吟味がなされてをり、
又その分類の仕方にも苦心の跡が窺われる。例えばロックスウェ
ル會社のケイスの如き——これは舊版においては「販賣政策」の
章で論ぜられたものであるが、本書においては「商標政策」の
章に加えられる如きである。更に本書には、舊版には全く
存しなかつた農産物並びに原料品の配給に關するケイスが新た

に加えられる。これに關するものとして本書に收めたケイ
スは、その中で五は全く新規のもの、残る六は Dean W.
Maloot, Problems in Agricultural Marketing (New York:
McGraw-Hill Book Co., 1938) から引用したものである。か
くの如く本書はその對象を農産物に迄擴大する事に依つて全商
品の配給を網羅することとなり、一般配給論の文獻としては一
應完成の域に達したわけである。然し唯一つ遺憾に思われるの
は配給機構において極めて重要な地位を占める卸商に關するケ
イスが殆んど探りあげられていない點である。卸商問題は、そ
の社會的に果す機能の點からも、又仲介者排除運動との關聯に
おいても極めて重要な問題を提起しているのであるが、本書に
おいて此の問題が比較的輕視せられた觀があるのは如何なる理
由に基づくものであらうか。

ともかく本書は、配給の領域において變化しつつあるその様
相を、巧みに個々のケイスを通じて描き出し、全體としてメリ
カ經濟におけるダイナミックな配給の性格を明瞭に敘述し得た
という意味において賞讃せられねばならない。いままでもコー
ブランド教授以來のハーヴァード大學經營學部は配給論に關す
る數々の力作を世に送り、以つて配給論の研究に携わる者に大
きな刺激と研究上の便宜とを與えて來たのであつたが、本書の
如き優れた文獻の出現も亦かかるハーヴァードの傳統の中から
生れ出たものとして考えらるべきであらう。