

流通とマーケティング

石川 正一
関根 孝 著
吉田 武

新 評 論

著者紹介

石川 正一

大正2年生まれ。
昭和13年東京商科大学卒業、
東亜同文書院大学助教授、東京
都立商科短期大学教授を経て、
現在市立大月短期大学学長。

関根 孝

昭和21年生まれ。
昭和45年横浜国立大学経済学部卒業、
昭和49年横浜国立大学大学院
経営学研究科卒業、現在東京都立
商科短期大学助教授。

吉田 武

昭和19年生まれ。
昭和42年東洋大学経済学部卒業、
昭和47年駒沢大学大学院博士課程
終了、現在東京都立商科短期大学
助教授。

流通とマーケティング

(検印廃止)

1976年4月20日 初版第1刷発行

1979年5月15日 初版第2刷発行

定価 1800円

著者 石川 正一
関根 孝
吉田 武
発行者 二瓶 一郎

発行所 株式会社 新 評論

〒160 東京都新宿区西早稲田3-16-28 電話 東京 (202) 7391番
振替 東京 6-113487番

落丁・乱丁はお取替えます 印刷 五光印刷
製本 河上製本所

石川正一
©関根 孝 1976年
吉田 武

3033-330092-3177
printed in Japan

は し が き

流通は、社会経済的に見ると、生産と消費とを結びつける機能であって、それは現実には、それぞれの個別的な経営主体の流通活動によって達成される。

社会的分業が発展して生産と消費とが分離するようになると、流通は経済生活上欠くことができぬ重要な機能となった。しかし流通に対する主要な関心は、流通过程にはとかく不当な利得を獲得する機会が伴いがちなことから、近世に至るまでは、とくに流通の正義や流通秩序の確立という点に払われてきたといっている。

18世紀後半イギリスに起こった産業革命によって合理主義と自由主義思想に支えられた機械化による生産力の発展と大量生産の時代が開始した。産業革命の時期をいつまでとするかは学者によってまちまちであるが、最広義の見解をとれば、第2次世界大戦後の技術革新も産業革命の一連の諸段階のうちの最も新しいものと見ることができる。そしてこのおよそ200年の間一般の関心は主として技術の改良、増産や新製品の開発など生産面の改善に集中して、流通面の問題に対してはそれほどの関心が払われなかったといっている。

そもそも流通は生産と消費とを結ぶパイプの役割をはたすものであって、生産や消費に急激な変化が起これば、それらの間を結ぶパイプもそれによって大きな影響を受けることは当然である。第2次世界大戦後ほぼ10年を経過して、わが国も戦後の経済復興期を終えて技術革新と高度経済成長期を迎えたが、それは国民所得の急速な上昇に伴う大量消費、耐久消費財を中心とする大量生産や、都市人口の大幅な増加に伴う消費の地域的集中など生産と消費をめぐって従来まったく経験しなかったような数々の大きな変化に見舞われ、流通の合理化と近代化の促進が看過できぬ重要問題として表面化した時期であった。従来からの百貨店に加えて、スーパーマーケットやチェーン・ストアなどの近代的

な大規模小売店が華々しく登場して大衆消費者の眼を見張らせたのもこの時期であり、マーケティング志向と活動が新しい企業経営の拠りどころとして時代の脚光を浴びるようになったのもこの時期であった。他面、インフレーションの進行による恒常的な物価上昇の趨勢から、あらためて流通能率や流通経費の問題がきわめて大きな社会的関心を呼ぶようになり、またそれまであまり注意が払われなかった物的流通が重要問題として見直されるようになり、さらに大規模小売商業に対する自衛策として、また国民経済的な視点からする重要政策として中小小売商業の協業化や組織化が積極的に取り上げられるようになったのもこの時期であった。それは要するに、一部の寡占の大企業と大規模流通経営がマーケティングという市場戦略の新兵器の掩護のもとに展開した流通革命の衝撃によって、いまさらながら中小商業経営の立遅れと後進性が浮彫りにされ、それとともに流通近代化の課題の緊急性が再認識されるようになった時代である。

本書は、このような問題意識に立って、流通とマーケティングに関する基礎的な考察を試みた小著である。第1章および第2章は石川正一が担当し、第3章は吉田武、第4章および第5章は関根孝が執筆にあたった。3人の執筆者はいずれもこの分野において研究を続けている学徒であるが、なお浅学菲才であって、この小著を公にすることに対しては深く自責の念を禁じ得ない。大方のご叱正を賜わることを念願する次第である。

この小著の完成にご懇篤なご指導とご支持を賜わった横浜国立大学学長久保村隆祐先生に対して衷心から感謝を捧げるとともに、出版について並々ならぬご配慮とご援助をいただいた新評論二瓶一郎社長に対して厚くお礼申しあげる。

昭和51年4月

著 者

目 次

はしがき	1
第1章 流通と商業	7
第1節 経済生活と流通	7
1. 分業と特殊化	8
2. 交換と流通	9
第2節 商業の意義と本質	15
1. 商業と産業	15
2. 商業の機能	16
3. 商業の本質	19
第3節 商業と営利	24
1. 中世における営利思想	24
2. カルヴィニズムとピューリタニズム	26
3. マンドヴィルとディフォー	29
4. アダム・スミス	32
5. ジェレミ・ベンサム	36
第2章 流通と流通機構	39
第1節 現代の流通機構	39
1. 商 品	39
2. 流通機構の類型	42
3. 流通経路と流通機関	44
第2節 小売流通機関	47
1. 小売商の機能	47
2. 小売商の販売形態	49

3. 小売商の種類	53
第3節 卸売流通機関	72
1. 卸売商とその機能	72
2. 卸売商の種類	75
3. 仲介卸売商	79
4. 特殊の卸売流通機関	81
第4節 物的流通機関と流通関連機関	85
1. 物的流通機関	86
2. 流通関連機関	90
第5節 現代の流通と流通政策	98
1. 現代の流通問題	99
2. 現代の流通政策	102
第3章 商品の売買	116
第1節 売買の意義と種類	116
1. 売買の意義	116
2. 売買の種類	118
第2節 売買条件と売買形態	120
1. 品質条件と売買形態	120
2. 価格条件と売買形態	122
3. その他の売買条件	129
第3節 売買の手続	133
第4章 企業経営とマーケティング	139
第1節 マーケティングの概念	139
1. 流通とマーケティング	139
2. マーケティングの定義	141
3. マーケティングの実体	144
4. マーケティング理念	148
第2節 企業経営とマーケティング	152
1. 企業経営とマーケティング	152
2. 生産技術の高度化と生活水準の向上	156
3. マーケティング機能	161
4. マーケティング管理とマーケティング戦略	163

第5章 製品計画と販売促進	172
第1節 製品計画	172
1. 製品開発	173
2. 製品開発政策	175
3. 製品ミックスの決定	177
4. 製品サービスの開発	178
5. 商 標	178
第2節 価格政策	179
第3節 販売促進	184
第4節 広 告	188
1. 広告の特質	188
2. 広告の種類	189
3. 広告管理	191
4. 広告効果の測定	193
第5節 流通経路の設定と物的流通政策	197
1. 流通経路の設定	197
2. 物的流通政策	200

第1章 流通と商業

現代社会におけるわれわれの経済生活を概観すると、そこではさまざまな経済活動が行なわれている。農産物や製造品など各種の財貨の生産に従事する人びとがあり、それらの財貨の販売に従事する人びとがあり、また財貨の生産や販売には直接関係のない仕事に従事する人びとも多い。そしてこれらの人びとはかれらが行なう生産・販売やその他の機能の対価として所得を得、それによって各種の必需品や便宜品など生活に必要な多くの財貨やサービスを調達して消費に充てているのである。

このようにわれわれがそれぞれ分化した特殊な仕事に従事しながら、生活に必要な各種の財貨やサービスを得ることができるのは、流通に依存するところがある。流通とは、一般に、生産と消費とを結びつける経済的機能であり、商業は、この機能の遂行を目的とする経済活動の組織であるということができる。

第1節 経済生活と流通

最も単純で原始的な経済生活のパターンは自給自足経済である。しばしば引用されるロビンソン・クルーソーの孤島での生活はまさしくその典型といえる。かれは難破船から苦勞して運び揚げた若干の食糧と武器その他の道具をもととして文字どおり自給自足の生活を開始した。初めは狩猟で生活し、のちに牧畜と農業がそれに加わったが、かれが猟銃を手にして獲物を求めて逍遙する姿は、孤島におけるクルーソーの生活の実態をよく表わしている。かれが難破船の中で若干の金貨を発見したとき「これは一体何の役に立つのだろう、ナイフのほ

うがよほどました」と言ったことは最も率直に自然経済の核心に触れた感がある。

1. 分業と特殊化

自給自足の生活では人間は生活に必要なものをみずから生産して消費に充てざるを得ないから、生産と消費との間には隔たりがなく、それらはいわば1つの経済主体の盾の両面をなす活動である。しかし人口が増加し、文明が発達してしだいに生産力が向上してくると、分業と交換が行なわれるようになる。

最初に分業は社会的分業であった。これは社会の機能的または職業的分化であって、従来各経済主体において包括的に担当されていた経済的諸機能がそれぞれ特定の機能を専業とする経済主体の間に分化していく過程である。例えば中世イギリスの多くの農村では粉碾・鍛冶工・大工などの手工業者がしだいに一般農民から分化・独立するようになったが、これは農業生産力の発展によって起こった分業化の過程である。¹⁾すでにプラトンやアリストテレスもポリスの生活にとって農民・大工・織工・靴工などのほか、消極的にはあったが、商人の存在も必要だとして社会的分業の意義を認めたし、ドメニコの聖と讃えられた聖トマスも、理性・手および言語の3つの要素を通じて人間は相互に分業を行なう。社会は分業の組織であって、社会的分業への参加は各人に課せられた自然法的義務であると説いている。²⁾

分業はまた、地域的にも発展する。これは、原材料の供給や、その他自然的、社会的、経済的条件の相違などによって生産がそれぞれそれを有利とする地域に特殊化していく過程であって、それが国境を越えてグローバルに拡大したものがいわゆる国際分業である。国際分業というと、それは主としてリカードウ(D. Ricardo)に始まる比較生産費説の対象となる題材であるが、国際分業の原型ともいふべきかたちの地域間商業はすでに中世初期の北欧貿易に見出される。すなわち、当時北欧諸部族の諸集団はライン河沿岸の濕地帯や、ノルウェーのフィヨルドと台地、またイギリス東部の沼沢地域に移住しようとしており、またすでに牧羊・漁撈・炭焼・製塩・鉛石採掘などに特殊化した地域があ

った。ライン河口の水域やイングランド北部地方などは中世初頭以来それぞれ漁業や羊毛生産にほとんど完全に特殊化³⁾して、このような産業の地域的特殊化によって地域間貿易が成立したのである。

次の引用文は、国内において高度に発展した地域的分業の状態を示す一例である。「イギリスの羊毛製品はほとんどすべてのわが国民とわが領土の全地域の人びとによって使用されているが、それはそれぞれ国内の別個の州で生産されるのであって、種類の異なる2つの製品が同じところでつくられることはほとんどない。これは羊毛製品だけではなく、ほかの多くの製品についても同様である。すべての州や地方にはそれぞれの特産物⁴⁾があって、そこの人びとはすべてその生産に雇用される。そしてそこにはないものはすべて他のところから持ってくるのである」。社会的にせよ、地域的にせよ、一たび分業が発生すると、生産と消費との間には各種の隔たりが生じ、これを埋めなければ、経済生活は成り立たなくなる。中世都市に見られた職人店舗のように、手工業者が自分の店先で近隣の消費者に対して直接製品を提供できた場合には、その隔たりを接合することも比較的容易であったろうが、分業がさらに拡大、発展して、きわめて複雑な経済組織が構成された現代においては、それはきわめて重要な経済問題となった。

2. 交換と流通

交換の最初の形態は物々交換 (barter) であった。交換の機会が不規則で、偶発的であった実物経済の時代においてはこういうかたちの交換でも足りたであろう。しかし経済生活が進歩して、頻繁で規則的な交換を必要とするようになると、物々交換はきわめて煩雑で不便と感じられるようになったであろう。まして社会的分業が人びとの生活の中に定着するようになると、交換を一層円滑に行なうために広く一般に通用するものを交換の媒体として使用することが必要となった。これが貨幣である。最初の貨幣はいわゆる物品貨幣であったといわれ、貝殻・家畜・穀物・塩・布・石など地域によってさまざまな素材のものが使用された。物品貨幣は商品貨幣とも呼ばれるように、携帯性・保存性や交

換性などに難点があり、のちにこれに代って金・銀などの貴金属が貨幣として用いられるようになった。これらの金属は最初のうちは刻印や鑄造も行なわれずに粗製の棒金のまま貨幣として使用されたといわれるが、それは使用される都度、秤量と試金を要するという不便があり、やがて一定の内容とかたちに鑄造された鑄貨が登場するようになった。鑄貨の歴史もきわめて古く、西暦紀元前数世紀に遡るといわれている。

交換の媒体として貨幣が登場したことは非常に大きな進歩である。これによって交換は貨幣を媒介とする交換、すなわち売買に転化する。売買は物と貨幣との交換であり、物の交換価値は一般的価値尺度である貨幣価格によって表わされる。貨幣はまた、同時に一般的支払手段と価値保蔵手段としての性質を持つものであり、これらの点から貨幣の登場は交換上の各種の障害を除去して、交換をいちじるしく促進することに役立ったと考えられる。しかし貨幣の出現によって直ちに交換をめぐる本質的な問題が解決されるようになったとはいえない。既述のように分業の発生と、産業の地域的特殊化によって、生産と消費との間に人的、地域的な隔たりが発生した。このように分離した生産と消費とを接合するのが交換の機能であるが、貨幣は現実の交換行為を円滑にするという機能を果たすことによって間接に交換の促進に寄与するにすぎない。問題は、人的にも、地域的にも分離した生産と消費とをどのようにして結びつけることができるかということにある。ただ貨幣が存在するようになったということだけでは生産と消費とを円滑に結びつけるには不十分であり、この両者を結合するための別の機能が必要となる。この機能が流通であって、それは商人の登場によっていちじるしく強化された。

商人の発生はきわめて古く、自然経済の時代においてもその活躍は決して珍しいことではないが、商人が経済的に一段と重要な役割を演ずるようになったのは貨幣経済の成立以後のことであろう。ピレンヌ (H. Pirenne) は、商業は11世紀にはいる前に復活の時代を迎える。この復活は、1つはヨーロッパの南、他の1つは北に位置する2つの中心地の影響のもとに始まった。すなわちその1つはヴェネツィアとイタリア南部、他の1つはフランドースであったと

5) っている。この商業の復活 (*la renaissance du commerce*) とはほぼ時期を同じくしていわゆる中世都市の興隆・発展期を迎えることとなった。商業の復活と都市の興隆は、農業生産力の発展により、農業以外の分野で生計を維持することができる人びとの数を増加したことと、それら両者を結びつける経済的機能が発展したことを意味するものである。

このことを例えばイギリスの歴史について一瞥すると、当時マナー (*manor*) における典型的農民層であった隸農 (*villein*) は、耕地保有の代償として領主に対し主として耕作上の労役を提供していたが、14世紀後半から15世紀にかけて、労役に代えて貨幣を支払ういわゆる賦役の金納化 (*commutation*) が普及するようになった。賦役の金納化の起源は意外に古く、すでに12世紀初頭にそれが行なわれたことを示す史料もあるが、それはまだ一般的な傾向ではなく、部分的な事例にすぎなかった。13世紀には農業に好況が訪れたが、それは農業生産力の向上に伴う非農業人口の増加によって食糧需要が増大し、このことが間接的に賦役の金納化を促進する結果をもたらしたと考えられる。しかしそれに決定的な方向を与えたのは14世紀後半以後であって、同世紀中葉ヨーロッパを襲った黒死病の大流行によって人口が激減してそのために国内の貨幣量が相対的に増加したこと、百年戦争によってフランスから略奪貨幣が流入したこと、エドワード三世の羊毛工業の育成政策や1349年に行なわれた通貨発行などの結果ロンドンその他の大都市に富裕な階級が発生したことなどの諸事情が一様に貨幣経済を発展させる方向に作用したのである。⁶⁾

他方11世紀末には都市の経済組織である商人ギルド (*gild merchant*) に対する最初の特許状が与えられ、12世紀末までには、商人ギルドはイングランドのおもな都市に組織され、その数も170を超えるほどまでに発展した。⁷⁾ このことは当時すでに商人の数が増加し、また商人が相当の勢力を持つようになったことを示すものである。しかし商人ギルドは決して売買活動を専業とする商人だけを構成員とする組織ではなく、それ以外の多くの人びとの加入も認められていた。都市の人口はまだ比較的少なく、市民の職業的分化の程度も比較的低く、しかも大部分の市民はある程度商取引に関係していた。そこで大量の土

地を持つ市民は、商人ではないが、生産物の販売上ギルドに加入することを有利と考え、また手工業者は原料の購入や製品の販売上ギルドへの加入を希望したと思われる。⁸⁾ また手工業者は単に商人ギルドに加入することを認められただけでなく、その構成員の大多数を占めていたが、この時代においてはまだ商人 (merchant) と手工業者との間の区別はそれほど厳密ではなく、日常必要な限度を超えて品物を売買する人びとすべてが商人であった。手工業者も自分の生活に必要な以上に物品の購入と販売を行なう点で商人と考えられたのである。⁹⁾

手工業ギルド (craft gild) は、商人ギルドに遅れて、12世紀前半に出現したが、これは商人ギルドとは異なり、それぞれ同職別に組織された手工業者の団体である。これは初めのうちは商人ギルドの補助機関としてその全般的統制に服したが、新しく組織される手工業ギルドの数が増加するにつれて、商人ギルドの勢力は弱まり、その活動範囲はしだいに縮小した。とくに13世紀末から14世紀末にかけては、産業の急速な発展と特殊化の進展によって、手工業ギルドはその数をいちじるしく増加し、その勢力を拡大した。多数の親方手工業者は裕福な労働雇用者となり、その生産物を手広く販売した。それと呼応して商人階級もいちじるしくその数を増加するようになり、手工業者とは別に商人だけの別個のギルドを組織するようになった。このようにして、14—15世紀になると、商人ギルドは、手工業者のギルドと商人のギルドとの大きく2つに分解したのである。それとともに商人 (merchant) という言葉の内容も変化して、それはみずから製造・加工を行なわず、他人から購入したものを販売する人びとを指すこととなり、手工業者は商人の範疇から排除されたのである。¹⁰⁾

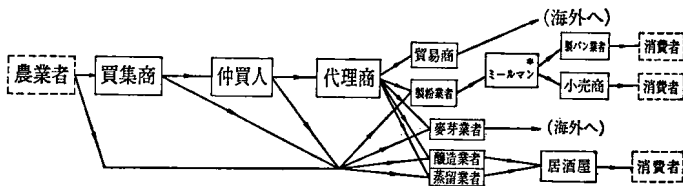
またそれまで生産的機能と不可分に結びついていた流通的機能が手工業者の手を離れて専門の商人階級に移行し、手工業者は単に生産を行なう労働者にすぎない地位に転化する過程が生じた。これにはある産業の一部門がその産業に属する他の諸部門を支配してその流通機能を自己の手中に収める類型と、同じギルドの内部において流通機能が一層企業家的精神に燃える人びとの手に移行する類型や、外部から別個の商業資本がある産業全体の流通機能を支配する類型などがある。第1の類型はギルドの合併と呼ばれるものであって、個々のギ

ルドがその独立性を放棄して1つの集団に融合するかたちである。第2の類型は、流通機能が同一ギルド内部の上層部を占める少数の有力な人びとの手に移行し、手工業者の地位にとどまるその他の人びとは経済的独立性を失うようになるかたちである。最後の類型は、ギルドとは何の有機的な関係を持たない外部の商人団体が経済的にそれを支配し、その流通機能を自己の手に掌握するかたちのものである。¹¹⁾

その後イギリスでは、一層積極的に外国貿易に乗り出した羊毛商人 (staplers) や冒険商人 (merchant adventurers) などの出現に伴い、マーチャントという言葉はとくに外国貿易を営む大商人や卸売業者を指すこととなり、国内の流通に携わる商人は一般にトレーズマン (tradesman) と呼ばれるようになった。17—18世紀の頃になると、トレーズマンの果たす流通機能は生産物の収集と分散に大別され、前者の機能を担当する商人には買集商・仲買人・織元・運送業者などがあり、また後者の機能を担当する商人には卸売商・小売商などのほか販売代理商や運送業者などがあつた。1-1図は小麦および同製品と、羊毛および毛織物について当時の流通経路の概略を示したものであるが、それは、当時すでに生産と消費との距離が大幅に分離していて、その両者を接合するために必要とされる各種の流通機能から成る複雑な流通機構が成立していたことを物語るものである。¹²⁾

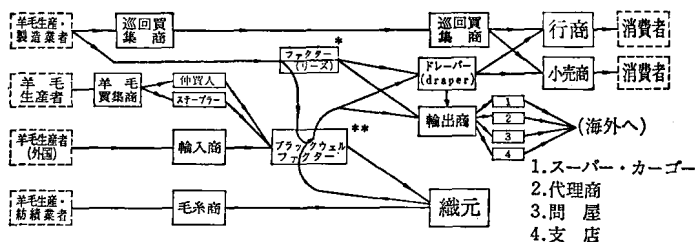
1-1図 商品の流通経路図(17—18世紀ごろ)

(A) 小麦および同製品



* Mealman (卸・小売兼営)

(B) 羊毛および毛織物



* Leedsは、当時重要な毛織物市場であった。

** Blackwell-hall : ロンドンの毛織物取引所。

B. Westerfield, *Middlemen in English Business*, Chap. VIIによる。

以上において、分業の発生と産業の特殊化によって生産と消費とを接合する流通の必要性が生じ、それは経済生活のその後の発展とともにしだいにその重要性を加え、多くの商人が介入することによってその構造をますます複雑にしていく過程をイギリスの歴史について述べた。

この節を終わるにあたり、上述したことに関連して、18世紀初頭のイギリスにおいて商人がいかに広範な商品流通の機能を果たしていたかを示す一文を引用しよう。「あらゆる種類のイギリスの品物に対する需要は大きく、またそれは国内の全地域におよんでいるが、それとともに商人もまた全国に広く分散している。すなわち、大小を問わずすべての都市や町には卸売り、小売りの商人があって、かれらは商品の流通に関与し、商品を最終消費者に向けて流通させている。商品はロンドンから主として大都市へ流通し、そこから再び比較的小さな市場へ、さらにそこから最も零細な村落へ流通する。したがってわが国のすべての製品と、多くの外国製品はわが国における最も小さな村落でも、また最も辺鄙なところでも見かけられ、いわばすべての人びとの家の戸口で買うことができるのである」。

¹³⁾