

(新 版)
実 践 商 業 学

法 学 博 士

城 西 大 学 授
教

武 市 春 男
横 田 弘 之
共 著

株 式 会 社 産 学 社 版

(新 版)

実践商業学

男 之 春 弘 市 田 武 横 学 博 士 法 学 博 士
城 西 大 学 教 授 共 著

株式会社 産 学 社 版

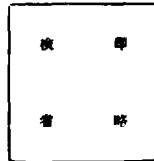
著者略歴

武市 春男

法学博士

横田 弘之

城西大学教授



(不許複製)

(新版) 実践商業学

© 1963 © 1972 © 1976 © 1984

昭和51年4月30日 改訂新版

昭和61年3月31日 第9刷

著者 武市 春男
 横田 弘之

発行者 末吉 博

発行所 株式会社 産学社

東京都千代田区富士見 1-11-23 フジミビル

電話東京 (261) 3393番

振替口座東京 -8-79840番

Printed in Japan

3034-3001-2733

まえがき

わたくしは、物を書いたり、話したりすることが好きである。そのゆえにこそ教師の職を選んだ、といっても、まず差し支えないであろう。物を書くのが好きであるから、人様の書物にも自然と目を注ぎ、これはと思う本は財布の底を叩いてまでも入手する。

そして、ジッと蔵して書架を眺めていると、本にも生命があって、長短いろいろで、人生に諸行無常を感じる如く、さてさて本に対しても同様な感じが持てる。このことはもちろん、蔵書が消えてなくなるのではなく、書架から取り出して見る価値があるかないか、紙屑同様となったか、それとも愈々本の真価が高く評価され、重版また重版、洛陽の紙価を高めていくかどうか、という、本そのものの価値をいっているのもあって、本そのもののこの世からの生滅をいっている訳ではない。

もっとも、長い目で見てみると、本の生命にも、人間が養生次第で長寿を保てる如く、出版社が本を養生するか、しないか、にも大いに依存することが分る。その時勝負で、出版後売行きが悪いと直ぐ諦めて廃棄処分をするか、それとは反対に、ジッと売行きを眺め、市場調査はもとより、内容の改訂やその他いろいろの研究配慮をして長く生命を保たせようとする。

以上述べたことも本の種類によって多少の相違があって、いちがいいはいえないが、わたくしが、こんなことを長々と述べるのは、わが前著「実践商業学」について、日頃、つくづく感じていたことがあったからである。

あの本の初版は今から18年前、時代と共に内容の変化に伴う改訂を丹念に施す出版社の熱意にほだされ、改訂を怠らなかった。そして、とにかく、内容が特に優れているとも自負していなかった本が、これほど長く生命を保ったのは、著者の熱意などより、むしろ出版社の執念に近いまでの努力であると感激している。

今回、旧版の紙型の摩滅と新企画とに基づき、新版の出版を欣然として引き受けたわたくしは、新しい内容に即して全面的に統一をはかり、まとめ上げようとしていたところへ商業学を多年研究し続けている有力な横田弘之教授が城西大学就任を機会に協力者として加入して下さいました。

これに力を得て、一挙に稿が成り、新版として上梓されたことは、わたくしの責任を果たしたよろこび以上に、学界のために裨益するところが大きいことを期待して嬉しい。

序に一言すれば、学問としての商業学は、ここ二、三十年の間に大きく発展するとともに研究対象としての商業をどのような角度から見て行くかによって変貌を遂げている。率直に言って、売買業から始まり、銀行・保険・運送・倉庫業などその他の新商業に加えて、これを円滑に運営補助するための諸機関や施設の研究をネグレクトして、商業機構や商業機能の理解をし、商業学を身に付けようとしても無理であろう。この意味で、本書の編別は、商業機能論の立場から新しい商業学の体系に加えて、他書に見られない項目を仔細に採り入れて、一般の要望に副うよう心掛けている。

幸いにも、本書が大方の賛成を得て、広く、かつ、前著同様、長く愛用されることを希求してやまない。

武 市 春 男

〈追記〉

武市春男先生には、昭和51年4月17日ご逝去になり、以来先生に代って私が微力ながら年々本書の編纂につとめ、発展を期しております。今後とも大方のいっそうのご叱正ご支援をお願い申上げる次第です

昭和54年4月

横 田 弘 之

目 次

第1章 商業と商業組織	1
第1節 現代の商業	1
I 商業の意義	1
II 商業と市場	3
III 商品の分類	5
第2節 配給組織	6
I 商業と配給	6
マーケティング論	7
II 配給の機能	8
1. 本質的機能	8
2. 付随的機能	9
III 配給経路	10
1. 農産品の配給経路	10
2. 製造品の配給経路	11
IV 配給機関	13
1. 小売商	13
2. 卸売商	17
第3節 企業と企業形態	19
I 企業の概念	19
II 企業形態	20
1. 企業形態の分類と公企業	20
2. 私企業	21
III 企業形態の選択と経営組織	26
1. 企業形態の選択	26
2. 企業の経営組織	27
第2章 市場調査	29
第1節 市場調査の概念	29
I 市場調査の意義	29
II 市場調査の内容	29
1. 需要の静態的調査	30
2. 需要の動態的調査	30
第2節 市場分析	31
I 市場分析の意義と目的	31
II 市場分析の内容	32
1. 需要分析	32
2. 供給分析	33
3. 商品分析	33
4. 販売経路分析	33
第3節 市場調査の方法	34
I 調査計画の樹立	34
1. 調査目的の決定	34
2. 調査範囲の決定	34
3. 調査方法の決定	34
II 資料の収集	35
1. 間接資料	35
2. 直接資料	35
III 資料の分析	36
IV 資料の解釈と報告書の作成	37

第3章 商品計画

38

第1節 商品計画.....38

Ⅰ 商品計画の本質.....38

Ⅱ 売買活動における商品の意義

と内容.....38

Ⅲ 商品意匠.....40

1. 一般的性質.....41

2. 型態.....41

3. 構造・装置.....42

4. 色彩.....43

5. 香気.....43

Ⅳ 商品単位と数量.....44

1. 消費単位.....44

2. 取引単位.....44

3. 輸送単位.....45

Ⅴ 商品包装.....45

1. 大包装.....45

2. 小包装.....46

Ⅵ 商品鑑定.....46

1. 商品鑑定の必要.....46

2. 商品鑑定の方法.....47

Ⅶ 商品の仕入れ.....48

1. 仕入れの重要性.....48

2. 仕入れの組織.....48

3. 仕入政策.....49

4. 仕入手続.....50

第2節 商品管理.....51

Ⅰ 販売と販売管理.....51

1. 仕入れと販売との関連性.....51

2. 需要の創造.....51

3. 販売の担当者.....51

4. 販売割当.....52

Ⅱ 商品の保管.....52

1. 経済的機能.....52

2. 保管の意義と必要.....54

Ⅲ 商品管理と組織.....54

1. 商品管理の本質.....54

2. 商品管理の目標と方法.....54

3. 商品計画と商品管理との関連

性.....58

第4章 販売価格

60

第1節 販売価格の決定.....60

Ⅰ 販売価格の概念.....60

1. 販売価格の構成.....60

2. 販売価格の種類.....61

Ⅱ 販売価格の決定.....63

1. 販売価格決定の諸条件.....63

2. 販売価格決定の方法.....64

3. 販売価格の合理化.....65

第2節 販売価格政策.....66

Ⅰ 小売価格政策.....66

1. 高売価政策.....66

2. 低売価政策.....66

3. 差別売価政策.....67

4. その他の小売価格政策.....67

Ⅱ 卸売価格政策.....67

1. 価格協定.....67

2. 再販売価格維持協定.....68

第5章 販売促進

70

第1節 販売組織	70
Ⅰ 販売促進の意義	70
Ⅱ 製造業者・卸売業者の販売促進	71
1. 中間配給業者関係の販売促進	71
Ⅲ 小売業者の販売促進	74
2. 消費者関係の販売促進の方法	72
進の方法	71
第2節 店舗設計	74
Ⅰ 店頭の設計	75
Ⅱ 敷地の選定	76
Ⅲ 店舗の家具設備	77
第3節 広告	79
Ⅰ 広告と販売	79
Ⅱ 広告の機能	79
Ⅲ 広告の科学性	79
Ⅳ 媒体	81
1. 新聞・雑誌	81
2. ラジオ・テレビジョン	83
3. 屋外広告	84
4. その他の広告	85
5. ポスターなどの広告技術	85
6. パンフレットとチラシ	86
第6章 売買契約	88
第1節 売買の種類	88
Ⅰ 直接売買と間接売買	88
1. 問屋	88
2. 仲立人	89
3. 代理店	90
Ⅱ 競争売買	90
1. 入札売買	90
2. せり売買	90
3. 競売	91
第2節 売買契約	91
Ⅰ 売買条件	91
1. 商品の品質	91
2. 商品の数量	92
3. 商品の取引価格	93
4. 商品受渡しの時期と場所	95
5. 代金の支払方法	96
Ⅱ 売買手続	97
1. 売買取引の成立	92
2. 売買取引の実行・完了	99
Ⅲ 支払用具	101
1. 通貨	101
2. 小切手	102
3. 手形	105
第7章 運送・通信	113
第1節 陸上運送	113
Ⅰ 鉄道運送	113
1. 特長	113
2. 種類	113
3. 業務	114
Ⅱ 貨物運送	114
1. 小荷物	114

2. 貨物	114	1. 日本国有鉄道貨物引換証	121
3. 貨車の種類	117	2. 通運業者発行貨物引換証	122
Ⅲ 貨物運送手続	118	Ⅴ 鉄道運賃	122
1. 小荷物	118	Ⅵ 自動車運送	122
2. 貨物	118	1. 特長	122
Ⅳ 運送事業	120	2. 種類	123
Ⅴ 貨物引換証	121		
第2節 海上運送	123		
Ⅰ 海上運送	123	Ⅲ 船荷証券・荷物受取証・荷物運送証	131
1. 特長	123	1. 船荷証券	131
2. 商船	124	2. 荷物受取証	132
3. 商港と航路	126	3. 荷物運送証	133
4. 業務	127	Ⅳ 港湾運送	133
Ⅱ 貨物運送	127	1. 港湾運送	133
1. 個品運送契約による運送	127	2. 回そう店	133
2. 用船契約による運送	129		
3. 運賃・用船料	130		
第3節 航空運送	134		
Ⅰ 航空運送	134	Ⅱ 運送業務	135
第4節 通 信	135		
Ⅰ 郵便	135	Ⅲ 放送	137
Ⅱ 電信（電報）・電話	136		
第8章 保 管	138		
第1節 保管の意義	138		
第2節 倉庫業と営業倉庫の種類	138		
Ⅰ 倉庫業の意義	138	1. 業態による種類	139
Ⅱ 倉庫業の種類	139	2. 立地による種類	140
第3節 倉庫業務	142		
Ⅰ 入庫	142	2. 倉庫会社の免責条項	145
1. 倉庫設備	142	Ⅲ 倉荷証券	145
2. 普通倉庫に保管する貨物	142	Ⅳ 保管料・荷役料・手数料	146
3. 入庫手続	143	Ⅴ 貸倉および出保管	146
Ⅱ 出庫	144	1. 貸倉	146
1. 出庫手続	144	2. 出保管	146

V 付随業務	147	2. 通関手続の代理	147
1. 荷役	147	3. 代金・運賃の取立	147

第9章 金融 149

第1節 普通銀行の業務 149

I 預金業務	149	C 当座貸越	157
1. 預金の種類	149	D コール・ローン	157
A 当座預金	149	3. 投資	158
B 普通預金	150	III 為替業務	159
C 定期預金	150	1. 内国為替	159
D 通知預金	151	A 送金為替	159
E 納税準備預金	151	B 振込	159
F 別段預金	151	C 代金取立	159
2. 手形交換	152	D 為替交換決済制度	160
II 貸出業務	153	2. 外国為替	160
1. 割引	153	IV 付随業務	160
A 商業手形の割引	153	1. 株式事務	160
B 荷為替手形の割引	154	2. 社債募集事務	160
2. 貸付	156	3. 保護預り	161
A 証書貸付	156	4. 支払保証と手形引受	161
B 手形貸付	156		

第2節 金融機関の種類 162

I 日本銀行	162	1. 商工組合中央金庫	165
1. 銀行券の発行業務	162	2. 信用協同組合	165
2. 政府に対する業務	162	3. 信用金庫	165
A 政府よりの受託業務	162	4. 相互銀行	165
B 政府よりの受信業務	162	5. 国民金融公庫	166
C 政府への与信業務	162	6. 中小企業金融公庫	166
3. 民間に対する業務	163	IV 農林漁業金融機関	166
A 預金の受入	163	1. 農林中央金庫	166
B 貸出	163	2. 農業協同組合	167
C 金融の調節	163	3. 信用農業協同組合連合会	168
II 長期金融機関	164	4. 農林漁業金融公庫	168
1. 長期信用銀行	164	V 信託銀行	168
2. 日本開発銀行	164	1. 金銭信託	168
3. 日本輸出入銀行	164	2. 金銭信託以外の金銭の信託	168
III 中小商工業金融機関	165	3. 貸付信託	169

4. 証券投資信託……………	169	6. 不動産信託……………	169
5. 有価証券信託……………	169	7. 金銭債権信託……………	169

第10章 保 險 170

第1節 保険の仕組……………	170
----------------	-----

第2節 損害保険……………	171
---------------	-----

I 火災保険……………	171	1. 海上保険……………	176
1. 火災保険……………	171	2. 海上損害の種類……………	177
2. 火災保険の目的……………	172	3. 損害てん補の条件……………	179
3. 火災保険契約の手続……………	172	4. 保険契約の手続……………	180
4. 火災保険料……………	174	5. 共同保険と再保険……………	181
5. 保険金受取手続……………	174	6. 特殊の海上保険および特約…	181
6. 特殊の火災保険……………	175	III 運送保険・新種保険……………	182
7. 各種総合保険……………	175	1. 運送保険……………	182
II 海上保険……………	176	2. 新種保険……………	183

第3節 生命保険……………	184
---------------	-----

I 生命保険の種類……………	184	II 保険加入手続と保険金受取手続……………	187
1. 普通生命保険……………	184	III 生命保険料……………	188
2. 団体生命保険……………	186		
3. 簡易生命保険……………	187		

第4節 社会保険……………	189
---------------	-----

I 社会保険……………	189	2. 失業保険……………	191
II 社会保険の種類……………	190	3. 年金保険……………	192
1. 医療保険……………	190		

第11章 取 引 所 194

第1節 証券取引所……………	194
----------------	-----

I 証券市場……………	194	1. 証券業の発展……………	199
1. 証券市場の役割……………	194	2. 証券業務……………	199
2. 発行市場と流通市場……………	194	III 証券取引所……………	200
3. 有価証券の種類……………	194	1. 取引所の組織と管理・運営…	200
II 証券業……………	199	2. 取引所の売買取引……………	201

第2節 商品取引所……………	206
----------------	-----

I 商品取引所の意義……………	207	1. 需給の投合機能……………	207
II 商品取引所の機能……………	206	2. 公定相場の作成機能……………	207

3. 価格の平準機能……………	207	Ⅳ 商品取引所の売買取引……………	210
4. 価格の保険機能……………	207	1. 実物取引……………	210
Ⅲ 商品取引所の組織と運営……………	209	2. 先物取引……………	210
1. 商品取引所の組織……………	209	3. 売買取引の内容・方法……………	212
2. 商品取引所の運営……………	209	4. 先物取引の整理と受渡し……………	213
第12章 貿 易			216
第1節 総 説……………	216		
Ⅰ 貿易の機能……………	216	3. 輸入の管理……………	218
Ⅱ 貿易の種類……………	216	Ⅳ 関 税……………	218
1. 取引形態による分類……………	216	1. 種 類……………	218
2. 取引貨物の移動方向による 分類……………	216	2. 関税定率制度……………	220
3. 当事国間に直接行なわれ るか否かの分類……………	217	3. 最恵国約款……………	220
4. 国の方針による分類……………	217	4. 原産地証明書……………	220
Ⅲ 貿易政策……………	217	Ⅴ 保税地域……………	221
1. 自由貿易政策と保護貿易政 策……………	217	1. 指定保税地域……………	221
2. 輸出奨励策……………	218	2. 保税上屋……………	221
		3. 保税倉庫……………	221
		4. 保税工場……………	221
		Ⅵ 税関貨物取扱人……………	221
第2節 輸出手続……………	222		
Ⅰ 輸出手続……………	222	1. 輸入方法……………	226
1. 輸出方法……………	222	2. 輸入の管理……………	227
2. 輸出の管理……………	222	3. 輸入手続……………	227
3. 輸出手続……………	223	A 輸入契約の締結……………	227
A 輸出契約の締結……………	223	B 信用状の開設……………	227
B 貨物の検査・包装・荷印……………	224	C 船積書類の入手……………	228
C 輸出通関手続……………	225	D 輸入通関手続……………	228
D その他の輸出手続……………	226	E 貨物の引取……………	229
Ⅱ 輸入手続……………	226	4. クレーム……………	229
第3節 貿易の取引条件……………	230		
Ⅰ 取引条件の内容……………	230		
第4節 外国為替……………	230		
Ⅰ 外国為替……………	230	3. 取組手続……………	231
1. 仕 組……………	230	4. 信用状……………	232
2. 種 類……………	231	Ⅱ 為替相場……………	233

1. 意 義……………	233	Ⅲ 為替の裁定と予約……………	234
2. 種 類……………	233	1 裁 定……………	234
3. 相場の設定・変動……………	234	2. 予 約……………	235
4. 現在の為替相場……………	234		
第5節 貿易金融……………	235		
Ⅰ 輸出金融……………	235	金の融資……………	236
1. 荷為替による融資……………	235	B 為替銀行ユーザンス……………	236
2. 輸出資金の前貸……………	235	C 外国銀行ユーザンス……………	236
3. 輸出信用保険制度……………	236	2. 輸入諸掛資金の金融……………	237
Ⅱ 輸入金融……………	236	3. 輸入取引資金の金融……………	237
1. 為替決済資金の金融……………	236	Ⅲ 貿易金融機関……………	237
A 輸入貿易手形決済資			
第6節 貿易の国際協定……………	237		
Ⅰ プレトン・ウッズ協定……………	237	Ⅱ 関税貿易一般協定……………	238
1. 国際通貨基金……………	238	Ⅲ 国際貿易機構憲章……………	238
2. 国際復興開発銀行……………	238		

第1章 商業と商業組織

第1節 現代の商業

I. 商業の意義

人が生活を営むには衣・食・住を始め各種の財貨や用役¹⁾が必要である。遠い太古の原始時代やロビンソン＝クルーソーの物語にある孤島の生活では、それらはすべて自給自足しなければならなかったであろう。しかしある程度仕事の特殊化が進み、人間生活の基本的事実として、社会的分業を必要とする社会認識が成立して以来すでに久しい。社会的分業はすなわち職業的分業であり、それは、人がそれぞれ特殊の仕事に分化する過程である。そのことを、歴史的に見れば、一般に単純なかたちから複雑なかたちへと発展するが、いやしくも社会的分業が行なわれるかぎり、それは生産と消費との間に離隔が生ずることを意味し、したがってそれら両者を結びつけるなんらかの機能が必要となる。

この離隔を結合する機能はいわゆる交換である。特殊の場合を除けば、交換は貨幣を媒介として有償的に行なわれる。これは、交換する当事者の立場から見れば売買であり、これによって財貨の所有権は生産者から消費者に流通する。かくて生産と消費との間のこのような人的な離隔は埋められるのである。

都市と周辺の小地域を生活圏としていた手工業時代には、生産者と消費者とが直接売買することによって生産と消費との離隔を埋めることもできたであろう。しかし、国民経済の時代にはいって社会的分業が全国的規模に進み、さらにそれが国境を越えて国際分業の段階へ発展した現代の経済社会では、多くの場合、生産者と消費者との直接の商取引の機会は少ない。そこでそれら両者の間に介在して、もっぱら財貨の流通を行なう新しい機能が必要となった。この機能を果たすものが商業であり、専業としてそれに従事するものが商人である。

現代における生産と消費との離隔は以上にとどまらず、場所・時間や数量などにつ

1) service の訳語であって、個人や団体によって提供される有用な無形の働きである。これは店員の応接や商品の配送などのように、販売に関連して行なわれることもあり、運送・金融・保険や観光事業などそれぞれ専門の業務として行なわれることもある。

いても見られる。

場所的離隔は財貨の生産地と消費地とが異なるために起る。この離隔を埋めるための流通機能が運送である。それはもともと商人の業務の一部であったが、専門の運送諸機関の発達に伴ない、現在ではこの機能の多くはこれら運送機関によって担当されるようになった。

時間的な離隔は財貨の生産と消費の時間的不一致によって起る。財貨の中には生産が季節的に集中し、年間を通じて継続的に消費されるものがある反面、消費が季節的に集中し、年間を通じて継続的に生産されるものもある。このような生産と消費との時間的離隔を埋める流通機能が保管である。これも元来商人が行なう重要な機能であったが、倉庫業が発達し、現在では保管機能の多くは倉庫業者によって担当されている。

数量的な離隔は生産者別の財貨の供給量と消費者別のその需要量とが一致しないことによって起る。例えば、原料農産物は比較的少量ずつ分散的に生産されるが、それに対する製造業の需要は比較的大量である。また製造品は比較的大量に生産されるが、それに対する個々の需要は少量である。生産と消費との間にはこのような数量的離隔が見られる。そこで生産された財貨を消費に適した数量に調節することが必要である。これは重要な流通機能であって、財貨の収集・仲継・分散の過程において一般に商人により行なわれる。

このように売買によって人的、数量的離隔が、運送・保管によって場所的、時間的離隔が埋められ、生産と消費の円滑な結合が期待されるのである。しかしこのほか、流通そのものではないが、それを助成する機能として金融と危険負担がある。

生産物、とくに農・水産物などは生産の過程で自然の影響に支配されやすく、品質・色彩や形状が様々であって、そのままでは消費者の要求と必ずしも一致しないことが多い。このような品質上の離隔は、流通過程において生産物をいくつかの品質に選別・格付して、品質の規格を統一するいわゆる標準化（standardization）によって調節される。

製造品は生産過程において標準化されることが多いが、いずれにしても、標準化は後述べる見本売買や銘柄売買²⁾と関連して、財貨の大量の流通を促進するものである。

商人は財貨の購入や、販売先への信用供与、時には購入先生産者への融資など流通

2) これらについて第6章を参照されたい。

上多額の資金を必要とする。このような流通金融はもともと商人の業務に付随する機能であったが、現在では金融機関が発達して、それによって多くの流通金融が賄われている。

流通過程における財貨は火災・盗難など不慮の事故や、管理上の過失やまた流行の変化、価格の下落など社会的な原因による破損・減量・減失・減価などの危険に曝され、また供与した流通信用が時として回収不能に陥る危険もある。このような流通上の諸危険を負担することは商人の業務に付随する機能であり、商人がみずからこれらの危険を回避する機能を果たすこともあるが、現在では各種の保険機関が発達し、それによってこれら危険負担機能が代行されている。

このように商業は財貨の流通を専業とする社会的機能であって、それは財貨の所有権の流通である売買取引とともに、それに関連して行なわれる場所的、時間的流通である運送・保管や、流通を助成する機能である金融や危険負担などの用役をも含めて理解される。しかし、上述のようにもともと商人の機能であった運送・保管・金融や危険負担などの用役が、特殊化の進展とともに、それぞれ独立した運送・保管・金融および保険機関によって担当されるようになったが、これらの諸機関も売買を業とする機関とともにそれぞれ商業の分野を形成している。かくて商業は一面において財貨・用役 (service) の社会的流通機能を意味するとともに、同時にそれらの流通および流通関連機能を専門の業務とする上記の諸機関をも含むものである。

II. 商業と市場

例えば K. ビュッヘル¹⁾の経済発展段階説にも見られるように、経済の発展とともに財貨の流通範囲は、封鎖的家内経済から都市経済へ、さらに国民経済へと広域化してきた。²⁾ この広域化が進むほど、生産と消費との間の離隔はそれだけ増大して、それを埋める商業の機能はますます重要となる。経済の広域化は商業が提供する財貨流通の巨大なネットワークを前提としてはじめて維持することができるからである。F. リストが最高の経済発展段階を農工商業状態と考えたことはまことに意味深いものがある。³⁾

1) K. Bücher (1847-1930) の経済発展段階説。

2) F. List (1789-1846) は、経済発展を原始的未開状態・牧畜状態・農業状態・農工業状態・農工商業状態の5つの段階に分けている。

3) catapult 石弓砲(やり、石などの射出機)の意

現代社会における商業のこの巨大なネットワークは、元を質せば、各個別経済が行なう商取引の総和であり、また各商取引は買手の需要と売手の供給とが相互に出会い、交渉する関係をつうじて成立するものである。商取引を成立に導くこのような仕組を市場 (market) という、商取引は常に市場をつうじて行なわれ、したがって市場は商業のキャタパルト³⁾ ということができる。

市場の機能には一般に次の3つの側面がある。第1は、財貨・用役の需要と供給とが結合される側面である。第2は、これらの財貨・用役に対して価格が形成される側面である。第3は、このようにして財貨・用役の流れとそれに対する代金支払いのための貨幣の流れとが交叉する側面である。財貨や用役はこのような3つの側面を持つ市場を通過することによって供給者から需要者へ流通するのである。

市場は、抽象的意味に用いられる場合と、具体的な意味に用いられる場合とがある。抽象的意味での市場は、ある取引対象について、需要と供給とが交渉し合う範囲や状態をいい、商品市場・金融市場または国内市場・国際市場などという場合はこの例である。具体的な意味での市場は、多数の人びとが集まって取引する特定の場所または施設をいい、各種の市⁴⁾ や見本市⁵⁾ また中央卸売市場・商品取引所・証券取引所などはこの例である。

生産者の生産物が直接消費者の手に渡る場合もあるが、現在ではそれら両者の間に一つまたは複数の中間的な売買機関が介在するのが普通である。前者の場合には財貨が通過する市場はただ一つであるが、後者の場合には財貨はいくつかの市場を経由することになる。農水産物などに見られるように、収集・仲継・分散・小売の各市場が存在するのはこの一例である。

市場のこのような段階的構成は、交通範囲の拡大、人口分布の変化や生産の地域的特化などの諸事情に対応して発生した歴史的現象であって、かつては産業の発展、雇用の増大や取引高の増加などによって国民的繁栄をもたらすものとしてそれを積極的

4) 週市・歳市・大市などがある。このうち大市 (Messe) と呼ばれるものは、商人を集めて相互に接触させることを目的として定期的に開設されたもので、シャンパーニュやフランクフルトなどの大市は歴史的に有名である。

5) 商品の見本を展示し、それによって商談を進め、あとで現品の受渡しを行なう市場をふつう見本市 (mustermesse) という、ライプチヒの見本市は世界的に有名であるが、最近では国際的な見本市を開く国が多くなった。