

現代商業經濟論

〔改訂版〕

森下二次也 著



科学的經濟学の立場から現代の複雑な商業經濟現象を分析し、商業にかんする基礎理論を体系化した名著として定評のある本書を、著者自身が長年教科書として使用した経験にもとづき、講義と学習により一層完璧かつ便利なものにするためコンパクトに改訂した。



現代商業經濟論

——序説＝商業資本の基礎理論——

〔改訂版〕

森下二次也 著



有斐閣ブックス

著者略歴

1913年12月9日 大阪府に生まれる

1937年 大阪商科大学卒業

1949年 大阪市立大学商学部助教授

現在 同学部教授

専攻 商業論 販売管理論

主要著書

商業経済論（三笠書房）

商業経済論体系（編）（文人書房）

体系マーケティング・マネジメント（共編）（千倉書房）

商業概論（編）（有斐閣双書）

現代の流通機構（世界思想社）

現住所 大阪府羽曳野市恵我之荘1-11-3

現代商業経済論〔改訂版〕

＜有斐閣ブックス＞

昭和35年11月20日 初版第1刷発行

昭和52年1月20日 改訂版第1刷印刷

昭和52年1月30日 改訂版第1刷発行

¥ 1,500.

著 者 者 もり した ふ じ や
森 下 二 次 也

発 行 者 え ぐさ ただ あつ
江 草 忠 允

発 行 所 株式 有 斐 閣
会社

東京都千代田区神田神保町2～17
電 話 東 京 (264) 1 3 1 1(大代表)
郵便番号〔101〕振替口座 東京 6-370番
本郷支店〔113〕文京区 東京大学正門前
京都支店〔606〕左京区 田 中 門 前 町44

印 刷 株式会社天理時報社
製 本 新日本製本株式会社

© 1977, 森下二次也. Printed in Japan

落丁・乱丁本はお取替えいたします。

3363-083180-8611

改訂版序

本書を有斐閣ブックスの一冊に加えるという話を編集部からもちこまれたとき、正直いつてわたくしはすくなくならずためらった。本書の旧版をはじめて世におくったのは昭和三十五年のことで、たしかにそれは著者が思ってもみなかったような好評をもってむかえられた。だがそれは、当時いわゆる科学的経済学の立場からする商業研究の水準がそれほど高くはなく、類書もしたがって稀であったという事実に一因をもつものであったことは否定できない。だが今日では事情が大きく変っている。研究水準は急速に高まり、すぐれた研究書、入門書もすくなくない。それで一旦は躊躇を覚えたのである。

しかし一方からみると本書はもととわたくし自身の商業についての基本的な考え方を提示しようとしたものであった。そしてそこで提示されたわたくしの考え方は、不遜のそしりを覚悟のうえであえていわせてもらえば、いまなお大きくは変わっていない。もちろんこの一五年間に多くの方々から貴重な御意見を頂いており、それには心から感謝しているが、にもかかわらずわたくしは本書の内容を根本的に変更する必要を認めてはいないのである。そうである以上むしろなおしばらくの存在を許して頂いて、類書との比較検討を多数の読者に委ねるのが至当であろう。そう思って編集部の申出したがうことにしたのである。

このようなわけで、この機会にいくつかの改訂を施したけれども、それは内容的なものではなく、これまでわたくし自身が教科書としてつかってきた経験にもとづく技術的なものに終始している。すなわちその主な点はずきのおりである。

- (1) 旧版第一部の一般的な考察を思いきって圧縮し、改訂版では序章と二つの補説にまとめた。
- (2) 旧版の第四章補説および第六章第七節で分説されていた商業資本の分化、発展の問題を改訂版では一括して第四章として独立させた。

(3) 旧版の第十一章補説を削り、改訂版では第九章に「配給概念について」という題のあたらしい補説を加えた。みられるとおり、本書の中心的な部分はほとんど原形をとどめている。つまり初版出版から今日までのわが国の研究の発展を無視した形になっている。しかしそれでは、いくら本書がわたくし自身の考え方を知って頂くことを趣旨とするものであるといっても、本書に好意ある批評をよせられた研究者にたいしてはもちろん、読者にたいしてもいちじるしく礼を失することになろう。巻末に文献解題を付したのはいくぶんでもその欠を補いたかったからである。なお読者の便のため旧版には欠けていた索引を新たに作成した。

改訂の趣旨と改訂の要領はほぼ以上のとおりである。この改訂版が旧版にもましてひろく読んでいただければ幸いである。

最後にこのたびの改訂版にあたって御苦勞を頂いた有斐閣京都支店の岡村孝雄氏のいつに変わぬ御厚意にたいして心からお礼申しあげたい。

昭和五十一年秋

著者

は し が き

現代資本主義は、その再生産のすべての部面にわたって、それにふさわしいあらたな形態をつくりだしつつある。商業もまたその例外をなすものではありえない。それはいま急激な変化のさなかにある。戦後のわが国で商業の衰退が喧伝される一方、マーケティングの華々しい登場をみるにいたったのも、その一端のあらわれであるといえよう。商業はそこでどのような変容をうけ、どのような形態をあたえられることになるのか。またそれはそこでどのような構造をもち、どのような役割を演ずることになるのか。商業経済論はいまこれらの問題に答えることをせまられている。本書の結局の目標もそこに措定されているのは断るまでもない。題して『現代商業経済論』というのもその故にはかならない。

だが、商業経済論がみぎの現代的課題を解くことはそれほど容易なわざではない。いうまでもなくそれは商業の現状があるがままに記述してみせることではないであろう。複雑きわまる商業経済現象の奥深くわけいて、それがそのようなものとしてあらわれる必然性をつかみだすことが肝要である。要求されているのはたんなる現象の記述ではなくて、その必然性における再構成である。そしてそのためには、ひとまず与えられた現象を分解して、その多数の断片のなから、内的に連関する基本的な諸規定を抽出してこななければならない。もちろんこれはいわば学問研究の常道であって、ひとり商業経済論のみの問題ではない。しかし他の部門経済学の分野には多くすでに頼るべきすぐれた先学の業績があつて、必ずしも第一歩から出発する必要はない。ところが商業経済論には、その歴史の古さにもかかわらず、そのような遺産の継承はないのである。尨大な実務知識の集積は与えられている。だ

がそれはもちろん必然性において再構成された体系ではないし、そのまま体系の再構成に適用できるように加工された材料ですらない。商業経済論の体系化が何故このようにおこなわれているのかの理由については、本書のなか（第三章補説）でも指摘しているように、論理的には流通にたいする生産の優位性、商業資本の産業資本への基本的従属性によって、また実際的には独占以前の資本主義のもとで販売の問題が資本家の切実な実践的課題となりえなかった事実から、一応理解することができであろう。しかしここでその理由を問う必要はない。とにかく商業経済論がいま課せられている問題を解くためには、第一歩から出発して、自らの体系をくみたてながら、その展開としてこれを果すという困難な途を歩むはかないということを、事実として承認せざるをえないのである。これを承認することを肯じないものは、すでに最初から問題の真の解決を放棄するものであるといつてよい。本書が、その終局の目標を現代的課題に措定しながら、その大部分の紙幅を、一見それとは無縁と思われる抽象的な論議に費しているのはまさにそのためである。

こうして本書はつぎのような構成をもつこととなった。すなわち、第一部ではまず商業一般を成立せしめる基本的契機と、それを歴史の特定の段階における具体的な商業として規定する基礎条件が検討される。ついで第二部では資本主義の自由競争の段階における商業がとりあげられ、その成立、形態、機能、発展が考察されている。ここに最も多くの枚数が当てられているのは、それがその段階における具体的な商業の考察であるとともに、また独占の段階にも通ずる資本主義商業一般の基本的性格の把握に欠くことのできない分析であると考えられたからである。第三部は独占段階における資本主義商業の考察にあてられている。それは第二部での分析のうえにたつて、そこで前提されていた自由競争の条件が独占に転化したとき、資本主義商業がどう変わるのかを検討するという方法によっている。これら三部で析出されている内容については、直接本文について審らかにしていただくほかないが、その

内容がいかなうものであるにせよ、考察が以上の範囲にとどまっているかぎり、それは現代商業経済論としてなお不十分の譏りを免れないであろう。実ははじめの予定では、さらに第四部として、第二次世界戦争後の時期における商業についての考察をつけくわえるつもりであった。しかし第三部を書きあげたところですでに書店に約した枚数をはるかに超過することになったので、やむなくこの部分は割愛せざるをえなかったのである。だが、第三部であきらかにせられた独占段階の資本主義商業の諸規定は、すくなくとも基本的には戦後の商業にも妥当するものといつてよい。本書に現代商業経済論の名を冠しても、必ずしも僭称にはならないであろう。ただそれはあくまで現代商業の基本的な動向を指示するにすぎない。副題に『序説Ⅱ商業資本の基礎理論』という所以である。それにしてもなおそこでのマーケティングないし配給問題のとりあつかいに不満をいだかれる向きがあるかも知れない。しかしながら、私見によればマーケティングはたんなる商人の売買ではないし、配給過程は商業過程ではない。むしろこれを無条件に融合させようとしたところに最近におけるわが国商業学界の理論的混迷の一因があるように思われる。この点については本書の最終章で簡単にふれておいたが、それはもちろん配給過程をそれ自体として考察しようとしたものではない。それは商業経済論とは別個の体系においてとりあつかうべきものであり、そしてそうすることは私のひきつづいての課題である。

ところで、私がさきに小著『商業経済論』を公けにして以来、丁度十年を経過している。その「はしがき」のなかに私はつぎのように記した。「本書はもともと商業経済現象の本質を理解するためにつくられた私自身の覚書きに外ならない。ここには何等世に誇示すべき創見はないし、さらに問題の提起すらまだなされてない。それらは今後における私の課題である。」その後十年、この課題をはたすべき私の努力の不十分にくらべて、何と多くのひとびとから測り知れない学恩をうけたことであろう。私が席をおく大阪市立大学商学部、歴代学部長、藤田敬三、

木村和三郎、近藤文二の三先生はじめ、同学部の先輩同僚諸氏、学外では私が学界に身をおくことになって以後終始変らぬ指導と鞭達を恵んで下さる豊崎稔先生、さらには全国各地の真摯な商業学徒、就中私の編著『商業経済論体系』の共同執筆者諸氏、数えあげればまことに限りがない。各位にたいして衷心から感謝の意を表するとともに、大方の期待に副いえなかった私の菲才と怠慢を寛恕されんことを乞うてやまない。

なお本書の出版については豊崎先生、川合一郎教授の思わぬ配慮を頂いた。また有斐閣の池淵昌、岡村孝雄の両氏には一方ならぬお世話になった。御尽力にたいして厚くお礼申しあげたい。

昭和三十五年秋

著 者

目次

改訂版序
はしがき

序章 商業経済論の対象と方法

一 商業の領域

二 商業研究の重層性

三 狭義の商業経済論と広義の商業経済論

四 現代商業と商業経済論

補説(一)

商業学説について

補説(二)

商人の売買の二側面について

第一部 自由競争段階の資本主義的商業資本

第二章 商業資本の自立化

一 商業資本の本質

二 商業資本の自立性

三 商品買取資本

四 売買操作資本および危険準備資本

五	自立化の基礎……………	五
六	自立化の必然性……………	五
七	自立化の条件……………	六
第二章	商業利潤と商業労働……………	七
一	商業資本の運動形態……………	七
二	商業利潤の源泉……………	七
三	商品買取資本の利潤……………	八
四	売買操作資本の利潤……………	八
五	商業労働……………	九
六	商業資本の物神性……………	九
補説	商業資本と商業利潤にかんする宇野教授の所説について……………	九
第三章	商業資本の回転と競争……………	三
一	商業資本の回転の二重性……………	三
二	商業資本の回転と一般的利潤率……………	三
三	産業資本と商業資本……………	二
四	部門別商業資本の回転……………	三
五	個別商業資本の回転……………	三
六	商業資本の回転と売買費用……………	三

第四章 商業資本の分化……………一三〇

一 大規模商業資本の有利性……………一三〇

二 商業資本の階層分化……………一三三

三 商業資本の段階分化……………一三五

四 卸売商業資本と小売商業資本……………一三八

五 卸売商業資本の細分化……………一四〇

六 商業資本の部門分化……………一四二

第五章 商業資本の無機能化……………一五〇

一 貸付資本の性格の喪失……………一五〇

二 委託売買資本……………一五二

三 純粹売買操作資本……………一五〇

四 投資資本……………一五二

補説 商業利潤と信用との關係について……………一五九

第二部 独占段階の資本主義的商業資本

第六章 商業資本の量的変化……………一七九

一 商業資本と流通資本……………一七九

二 商業資本の潜勢的膨脹傾向……………一八三

三 商業資本の潜勢的収縮傾向……………一八九

四 商業資本の潜勢的増減と現実的増減……………三〇二

補説 商人機能の排除と商業機能の排除との區別について……………三〇五

第七章 商業資本の排除……………二七七

一 商業資本の収縮と排除……………二七七

二 商業資本の存立根拠の制限……………二三八

三 商業資本排除の根拠と必然性……………二三八

四 商業資本排除の諸形態……………二三八

五 商業資本の排除と社会的流通費用……………二三八

六 商業資本排除の条件……………二四〇

第八章 商業資本の質的变化……………二五二

一 商業独占の形成……………二五二

二 独占商業資本の役割……………二五九

三 商業資本の従属化……………二六六

四 商業資本の系列化……………二七三

五 小 商 人……………二七九

第九章 配給過程の成立……………二八二

補説 配給概念について……………二八六

文献 解題……………二八六

索引……………二八六

卷末

序 章 商業經濟論の対象と方法

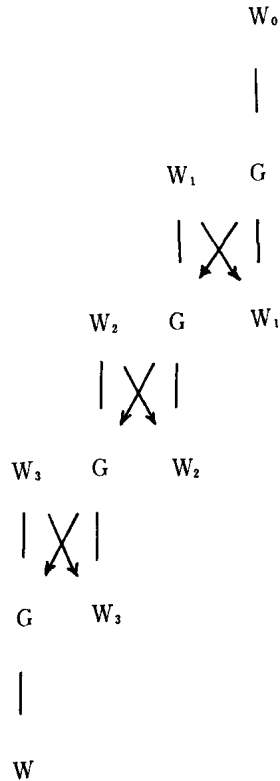
一 商業の領域

商業の經濟理論の研究対象は、いうまでもなく、商業とよばれる特殊の經濟領域に支配する法則である。しかしこれだけでは、まだ商業の經濟理論の研究対象についてなにもいっていないにひとしい。すすんで商業とよばれる特殊の經濟領域が經濟のどのような領域であるかということを明らかにしなければならない。

商品生産社会では、生産物は交換にだされなければならない。交換はもともと相異なる使用価値の持手の交替にすぎないが、貨幣の出現とともに、それは諸商品の姿態交換によって媒介されるようになる。ある生産者の商品は販売されることによって貨幣に姿態を変え、ついでその貨幣をもってする購買によって他の商品に姿態を変える。すなわち彼の交換は販売と購買との統一として、過程として成就されるようになる。この過程の二つの逆な運動段階は、一つの循環 W (商品) — G (貨幣) — W (商品) を形成するが、一つの商品の循環を形成する二つの段階は、同時に他の二つの異った商品の逆な姿態交換に対応している。すなわちこの循環の前段階 $W—G$ は他の商品の循環の後段階 $G—W$ に、またその後段階 $G—W$ はさらにもう一つの別の商品の循環の前段階 $W—G$ に、それぞれ対応している。⁽¹⁾

こうしておのおのの商品の姿態変換系列がえがく循環は、他の諸商品のえがく循環と解けないように絡みあっている。その総体を商品流通とよぶならば、⁽²⁾ 売買が直接に生産者と消費者との間でとり結ばれる場合の商品流通のす

がたは、つぎの図のように示すことができるであらう。



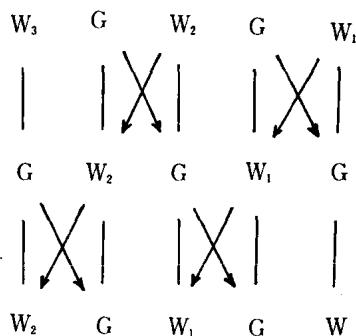
しかしながら、交換のための売買は、必ずしも直接に生産者と消費者との間でとり結ばれるとはかぎらない。発達した商品流通では、生産者と消費者との間に第三者が介入して彼らの売買を仲立ちするようになる。

なぜそうなるかの理由をここで深く追及する必要はない。さしあたり、そのような第三者の介入によって、商品流通が一層効率的におこなわれるようになると考えておけば充分である。

いずれにしても、この場合、生産者は直接消費者に売る代りにまずこの第三者に売り、消費者は直接生産者から買う代りにこの第三者から買うことになる。第三者についていえば、彼は生産者ではないから、消費者に売るためにはまず生産者から買わなければならないが、しかし彼が生産者から買うのは自ら消費するためではなく、これを消費者に売るためである。すなわち彼の売買はいわゆる再販売購入であり、彼は再販売購入者である。このような再販売購入者が介入する商品流通のすがたは次頁のように図示することができるであらう。

みられるように、この場合においても、商品流通はそれぞれの商品の姿態変換系列のえがく循環、すなわち交換過程、 $W-G-W$ を含み、しかもその前段階は他の商品の循環の後段階に、その後段階は他のもう一つの商品の循環の前段階に対応している。たとえば W_2 の循環の前段階は W_3 の循環の後段階に、その後段階は W_1 の前段階に対応する。その点売買が直接生産者と消費者との間でとり結ばれる場合と何ら異なるところはない。ただ異っているのは、

産者と消費者との間に介入する再販売購入者の段階数が増えれば増えるだけ、この分裂も数を増すことになる。断わるまでもなく、さきの図は生産者と消費者との間に介入する再販売購入者が一段階にとどまることを仮定してのものである。



さて、このように再販売購入者の介入する商品流通のうち、再販売購入者の売買系列 $G-W-G$ からなる部分こそ商業とよばれる経済の特殊領域にはかならない。あるいは、商業を、再販売購入者の売買としてあらわれる商品流通の側面であると規定してもよい。ところで、再販売購入者の売買は必ず生産者の販売、消費者の購買に対応する——介入する再販売購入者が二段階以上に及ぶときは対応関係のすべてが直接的であるとはいえなくなるが——から、商業の全面的発達を前提すれば、商業——商品流通と考えることは必ずしも間違いではない。だがその場合においても、生産者の販売や消費者の購買そのものは決して商業あるいはその一部ではないことを忘れてはならない。それらと対応関係をなす再販売購入者の購買および販売が商業を形づくるのである。それだけではない。もっと重

これらの対応が再販売購入者の売買系列によって媒介されているということだけである。この媒介があるため、それぞれの商品の循環の各段階の対応関係は間接的なものとなり、直接には再販売購入者の売買系列のなかにその対応関係をもつことになる。これを言葉をかえてつぎのようにいってもよいであろう。貨幣の出現によって交換は販売と購買とに分裂するが、再販売購入者の介入によって販売はさらに生産者から再販売購入者への販売と、再販売購入者から消費者への販売とに、したがって購買も再販売購入者の生産者からの購買と、消費者の再販売購入者からの購買とに再分裂する。もちろん生

要なことは、商業＝商品流通と考えてよいのは、商品流通のなかで商業が一定の条件をみたしたとき、すなわち再販売購入者の購買が生産者の販売に、その販売が消費者の購買に一般的に対応しているとき、にかぎられるということである。そのような条件のもとでは、商業をもって商品流通を代表させてもよいということ、さらにいえば、商業はそのような条件のもとでの商品流通の特殊の形態とみなしうるということを意味しているにすぎない。商業発展の一定の段階で商業をもって商品流通を代表せしめるような時期があるからといって、そのことから逆に商品流通が常に商業としてあらわれると考えたり、それ故商業は一般に商品流通の別の表現であると考えたりしてはならない。

商業が經濟のどのような領域であるかについてはなおたちいって考察しなければならない論点を残しているが、当面それは商品流通のうち再販売購入者の売買からなる部分、ないし再販売購入者の売買としてあらわれる商品流通の側面であるという、さきに述べた簡単な一般的な規定にとどめておこう。そうすると、商業の經濟理論の研究対象はこのような商業に支配する法則であり、商業の經濟理論の課題はこのような商業の本質、形態、機能を研究して、その法則をあきらかにすることである、ということができる。

(1) K. Marx, *Das Kapital*, Dietz Verlag Berlin 1953, I. Bd., SS. 114-5. 長谷部文雄訳、青木書店版『資本論』第一部、二三八頁以下。

(2) *Ebenda*, S. 117. 訳同、二二二頁。

二 商業研究の重層性

商業は經濟の一特殊領域であるから、その研究は当然經濟學の範圍に包摂される。したがって、その研究方法も基本的に經濟學の研究方法にしたがうものでなければならない。しかしここで經濟學の研究方法についての一般的