現代商学全集 3

総編集 久保村隆祐／荒川祐吉

流通論

江尻　弘著

中央経済社

著者紹介

江尻　弘（えじり　ひろし）

昭和7年　釜山生れ
昭和32年　東京大学法学部卒業
昭和32年—41年　東邦レーヨン勤務
昭和41年　流通経済研究所入所。常務理事を経て，現在参与となる。
昭和45年　立教大学社会学部講師となる。
昭和54年　マーケティング・サイエンス研究所を設立

主要著書

『流通チャネルの支配』（日本実業出版社）
『問屋の知識』（日本実業出版社）
『現代のマーケティング・リサーチ』（実教出版）

著者との
了解により
検印省略

流通論　　現代商学全集—3

昭和54年6月1日　第1版発行
昭和58年4月30日　第10版発行

著者　江尻　弘
発行者　渡辺正一
印刷所　㈱文唱堂

発行所　㈱中央経済社
東京都千代田区神田神保町 1-31-2
電話・(293) 3371（編集部）
(293) 3381（営業部）
〒101　振替・東京0—8432

落丁・乱丁本はお取替えいたします　　美行製本

4621
ISBN4-481-60042-XC3363

現代商学全集の刊行にあたって

今やわれわれは，大きな転換期にたっている。この転換期の意味は，人口，資源制約の問題が尖鋭に登場し，これを基盤として，環境保持，南北問題等の政治，経済，社会の重要な問題が展開し，人類の未来の展望自体が問い直されようとするにいたっているということである。

このことは，従来のわれわれの認識に対し，根本的な視座の変革を迫るものである。このような視座の変革の根底にあるものは，人間相互の，また人間と自然との相互依存関係，相互交流関係の重要性の増大であり，そのことの再確認である。

この変革は，学問の世界にも大きな衝撃を与えつつある。国際性と学際性の進行，新しい思想と科学方法論の展開は，この衝撃に対応しようとする知的努力の表われである。社会科学もこの例外ではない。経済学においても経営学においてもその革新は進行しつつある。

しかし，経済社会におけるこのような相互交流関係を，その直接の研究対象としてきたのは，他ならぬ商学である。「商」とは，衡平を基礎とし，また，それを志向する人間およびその集団間の相互交流ないし相互交換関係を意味し，「商学」とは，このことの原理を究明し，商現象の法則を究め，また，商の原理の実現を求める方策を究明しようとする科学である。

人間社会および人間社会とその環境との存在と成長とは，すべて人間個人や集団間の一定の交流関係を基礎として，はじめて達成されうるものであることに思いを致すならば，「商学」とは，誠に基底的な，かつ重要な科学であるといわねばならない。

しかるに，従来「商学」の名をもってよばれてきた諸学科は，その内容において必ずしも，このような重要，かつ緊急の要請に応えうるだけの理論水準に到達していたとはいいえない状態にあった。

けれども，今や時代の要請は商学をしてそのような水準に甘んずることを許さなくなっている。事実，商学の諸分野においては，新しい視角，視野，研究方法に基づく探究が漸く展開されつつある。大学における講義内容も，当然それに応じて高度化され，より体系化されねばならない。

かくて，新しい高度の水準を持つ商学の体系と内容の構築提示が緊急の課題となる。

現代商学全集は，このような要請に応えるべく，企画されたものである。それはつぎのような構想の下に順次刊行される。

1　商学の諸分野のうち最も基礎的な分野について，大学専門課程における標準的テキストをまず刊行する。

2　それは，大学基準協会「商学部教育基準」との照応を考慮して，次の各巻により構成される。

(1)商学原理，(2)商業学，(3)流通論，(4)マーケティング論，(5)交通論，(6)金融論，(7)証券論，(8)保険論，(9)貿易論，(10)商業史，(11)流通政策

3　対象は，専門課程第一・二年次学生とし，経済学の基礎理論について一応の理解をもっているが，商学については白紙であることを想定する。対象学部は商学部，経済学部商学科，経営学部商学科を主とし，その他の関連学部学科においても関連科目として利用できるよう配慮する。

4　基礎的分野のテキスト刊行の完了後は，情勢により，さらに高度の専門的論述による，商学各分野の専門研究書の刊行をも考慮する。

本全集が大学における商学の講義，研究に新しい展望を与えることになるならば幸いである。

昭和54年4月1日

総編集者　久保村　隆　祐
荒　川　祐　吉

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

序

流通論とは，「流通」のしくみを研究する学問である。

残念なことに，この流通論がいくつかの事情のゆえに今日なお幼稚な水準にとどまっている。

第1に，流通の実態そのものがまだよく知られていないため，研究の進めようがないという理由を挙げてよいだろう。P. F. ドラッカーは20年ちかく前『経済の暗黒大陸』という論文のなかで，

「ナポレオン時代の人びとはアフリカ大陸の内陸部についてほとんど知識をもっていなかったけれども，われわれは今日，流通について，それ以下の知識しか持ちあわせていない。流通と言われるものが存在し，それが大きな存在であるとわれわれは知っているものの，それがわれわれの知識の全てである」

と述べているが，今の時点においても状況は変わらず，流通の分野は暗黒大陸でしかない[1]。

流通の実態が正確に把握されるにいたっていない以上，当然の結果として，研究者は解析のしようがないのである。

第2に，流通論という学問と隣接諸学問との境界が不鮮明であるため，隣接諸学問の研究が進んでいるなかで，結果的に，流通論だけはとり残されてきた。

後に述べるように，流通のしくみを国民経済的観点に立って考察するのが流通論であるけれども，現在，アメリカの学界では一般に，マーケティング論の中に国民経済的観点からとらえた流通のしくみも，企業経営的観点からとらえた流通問題も共に包含し，両者を峻別しないまま分析を進めるという研究姿勢がとられている。しかも現時点では，マーケティング論においてはマネジリアル・マーケティングに対する関心が深いために，その結果として国民経済的観

点に立つ流通に関する研究は少ない。

また商業学と流通論との関係についていえば，これまで商業学にかんする研究が深められてきたばかりに，商業学の観点からなされる流通研究は多いけれども，反面で流通論固有の研究は遅滞しがちである。

さらに経済学との関係を整理すると，経済学の研究がはるかに進んでいるため，流通現象の解明も経済学の立場からなされがちであったのは止むを得ないとしても，そのさい経済学が生産中心の論理の上に組み立てられているため，経済学的アプローチでは流通現象を充分に分析しきれない，という問題点に多くの論者は気づかなかったように思われる。

このような事情から，流通論固有の研究領域が承認されないまま，今日にいたっていたと思えて仕方ない。

第3に，このことが最も重要な問題点だと指摘したいのだけれども，流通論固有の接近方法が確立するにいたっていなかった。

ドラッカーがいったように，流通といわれるものが存在していることは知られていても，それをいかなる方法で分析したとき，マーケティング論や商業学，あるいは経済学とも異なった，新しい解析が可能になるのか，という点についてのパースペクティブも欠けていたし，流通論プロパーな接近方法に関する方法論の吟味も不充分な状態でしかなかったように思われる。

いい方を変えれば，R.バーテルズがメタセオリーの中で述べた基礎概念について，流通論にふさわしい，固有の基礎概念の導出努力が不満足な状態でしかなかった，といいなおしてもよい[2)]。

以上のような問題状況が伏在するかぎり，流通論と呼ばれるにふさわしい論理体系が姿を見せるのはかなり先のことになりはしまいか。そこで本書は，いつの日か現われる流通論のために，これまでの研究努力の系譜を整理すると共に，新しい問題を提起することをねらって一つの試論を示すことにした。

本書を著わすにあたって終始とりつかれていた問題意識は，そして少しでも解明したいと願って追求してきたテーマは，

「いったい，どのような状態になったとき，流通は望ましい姿を示している

といえるのか」

という問題であった。なぜこのテーマを意識してきたのかというに，第1に流通にかんする一般理論に到達するにはぜひとも流通の規範像を確認しておく必要があると思われたし，第2に将来築き上げられる流通政策論の備えのためにも流通の規範的な姿が明らかにされるべきだと考えられたからである。

このテーマは，私が（財）流通経済研究所に入って12年有余，山中篤太郎会長，田島義博所長，多くの研究員諸氏と討議を重ね，研究してきた課題であったし，また昭和45年以降，立教大学社会学部における流通論の講座で考え，苦闘してきた問題でもある。したがって，この二つの場が与えられなければ，本書が生れなかったことは間違いないので，ここで改めて流通経済研究所と立教大学とに感謝を申し上げるとしよう。

本書が世の中に現われるにいたった直接の契機は，私の師事する久保村隆祐先生と荒川祐吉先生のお勧めによるものであった。それはチャレンジングなお話であったので，両先生にご迷惑をおかけすることを危惧しながらも，身の程もかえりみず，お受けすることにした。執筆前にも両先生のご指導を仰ぐことが許されたばかりか，書き終えた原稿について荒川先生からいくつもの有益なご注意を賜わることができたのは，両先生のお忙しい状況から考えてみても，身にあまるご好意による，と心から感謝を申し述べたい。

ところが書き上げてみると，両先生のご期待に副いうるような水準に達していないことを痛感させられ，お詫びしたい気持で一杯である。とりわけ，マルクス商業学の立場からなされてきた流通研究の成果について摂取不足であることは，全く明らかであるから，偏った内容になってしまったと私自身深く反省している。

また，最近のアメリカにおける研究の趨勢に従うのであれば，もっと計量的データを駆使した文章であるべきだった，と今になって後悔している。両先生のお許しを切に請いたい。

すぐれた評価眼を持った読者はきっと気付くに相違ないと思われるのだけれども，過去世の中に公けにしてきた小著にも，そして本書にも，一つの共通因

子が存在している。それは，流通を眺めるさいの垂直的構造をとくに重視しようとする姿勢である。それは，私自身の古くからの視座であるから，非難を浴びても甘受するほかないものである。この点については，読者の皆さんの寛容さに期待を寄せている。

原稿を書き上げてから，書物の体裁をとって陽の目をみるまで，かなり長い時間をかけて校正することが許されたのは幸いであったけれども，出版社にはご迷惑をおかけしてしまった。とりわけ中央経済社常務取締役山本時男氏ならびに編集部の守屋達治氏には，かなり無理なこともお願いして，こうして本書が現われるにいたったのであった。お許しを請う次第である。

最後に，現時点の心境をひとこと述べると，重荷から解放された安堵感と，読者のきびしい審判にたいする不安感との複雑な重合をおぼえている。

昭和54年4月

江　尻　　弘

1) Peter F. Drucker, "The Economy's Dark Continent" in *Fortune* (April, 1962)

2) Robert Bartels, *Marketing Theory and Metatheory*, (1970, Irwin) pp. 6—7

目　　次

第1章　流通概念と流通研究 …… 1

第1節　流　通　概　念 …… 1

1　流通の定義 …… 1

2　流通の機能 …… 5

3　流　通　活　動 …… 8

4　流　通　機　構 …… 12

第2節　流　通　研　究 …… 17

1　流通研究の系譜 …… 17

2　流通論の研究対象 …… 20

3　流通論の研究方法 …… 24

第Ⅰ編　わが国の流通

第2章　日本経済と流通 …… 33

第1節　日本経済の成長と流通 …… 33

1　わが国の奇跡的な経済成長 …… 33

2　経済学からみた成長要因 …… 36

3　経済の基本的なしくみ …… 37

4　経済成長にたいする流通の貢献 …… 39

第2節　国民生活と流通 …… 43

1　流通論は世の中の役に立つか …… 43

2　流通諸現象の生活関連性 …… 45

3 流通のゴール……47
4 流通論に与えられた課題……48
第3節 流通像のパターン変化……51
1 流通論の主たる考察対象……51
2 古典的な流通像……53
3 現代の流通像……55

第3章 わが国の流通機構……63

第1節 流通セクターの全体像……63
1 経済全体からみた流通セクター……63
2 わが国流通機構の変遷……66
3 流通機構変遷の誘因……70
4 現代の流通機構の働き……74
5 環境要素による流通機構の制約……78
第2節 流通機構の内部構造（Ⅰ）……84
——流通機構の構成員——
1 流通機構の構成員……84
2 生産者……85
3 卸売業者……87
4 小売業者……91
5 物的流通業者……95
6 各種サービス業者……99
7 金融業者・保険業者……100
8 組合企業・政府機関……101
9 消費者……102
第3節 流通機構の内部構造（Ⅱ）……104
——構成員間の相互関係——
1 構成員間の相互関係……104
2 構成員の集合にかんする規則性……107

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

3　水平的組織の構築 …… 112
4　垂直的組織の構築 …… 115

第Ⅱ編　流通機構の動態分析

第4章　流通機構のイノベーション …… 125

第1節　卸売業の適応行動 …… 125
1　いわゆる問屋無用論 …… 125
2　卸売業者排除の論理 …… 127
3　卸売業者の増加傾向 …… 128
4　卸売業者介在時のコスト効率 …… 130
5　卸売業のはたす社会的分業 …… 133
第2節　小売業の展開法則 …… 135
1　近代小売業の系譜 …… 135
2　日本の小売業の足跡 …… 140
3　小売業展開にかんする理論仮説 …… 142
4　小売業展開のメカニズム …… 147

第5章　流通の究極目標 …… 157

第1節　垂直的協調の実現 …… 157
1　自由競争とは …… 157
2　垂直的衝突 …… 160
3　垂直的協調 …… 163
4　衝突の閾値 …… 166
第2節　消費者負担コストの極小化 …… 169
1　流通機構と物価高 …… 169
2　社会的流通コスト …… 171
3　流通活動の非効率 …… 175

4　小売商店は多すぎるか …… 178
5　消費者負担コストの極小化 …… 180

第6章　流通の操作的機構 …… 187

第1節　計画された垂直的流通システム …… 188
1　企業の自律性喪失 …… 188
2　垂直的流通システム …… 191
3　チャネル・キャプテン …… 196
4　流通システムの操作性 …… 201
第2節　集団規範の管理 …… 203
1　不合理な取引条件 …… 203
2　取引条件の規範性 …… 206
3　垂直的流通システムと集団規範 …… 208
4　チャネル・キャプテンによる集団管理 …… 209

結　　語 …… 217
索　　引 …… 219

第1章　流通概念と流通研究

流通とは，いかなる概念であるか。そのことは本書全体のテーマでもあるから，本書を読み終った後に，この問題を改めて考察するのが好ましかろう。しかし流通概念について全く導入的説明も行わずに，いきなり流通の実体を考察すると，かえって読者の理解を妨げかねないので，本書全体に係わる必要最低限の概念規定を冒頭で行うことにしたい。

さて，流通とはいかなる概念であるかという問題を考える場合，二つの接近の方法を指摘できそうだ。第1の方法は伝統的な仕方であって，基本的な概念を定義し，その概念の体系を示し，派生した諸概念について説明し，類似概念との相違を明らかにすることを通じて流通を理解するアプローチである。第2の方法は，過去から今日にいたる研究の歩みを回顧し，現在いかなる研究を行うべきかという課題を考察することを通じて，研究対象としての流通そのものの実体を認識する，という仕方をとるものである。後者は，迂回的，間接的に，流通とは何かを知ろうとする方法と評して良い。この章では第1節で前者の接近方法をとり，第2節で後者の接近方法を採用し，両方の側面から，流通とは，いったい，いかなるものであるか，という問題を明らかにすることとした。

第1節　流　通　概　念

1　流通の定義

「流通論」とは，社会現象の一つである「流通」のしくみを研究する学問で

ある。この流通について，

① 流通の定義

② 流通の機能

③ 流通の活動

④ 流通の機構

という四つの観点から，概念の確認を行うとしよう。『広辞苑』は，流通という言葉について，

「流れ通うこと。とどこおらぬこと。広く世間に通用すること。広く行われること。貨幣・貨幣代用物などが経済界に移転されること。」

と説明しているけれども，われわれが考察しようとしているテクニカル・タームとしての流通はむろんこの表現ではとても理解できそうにない。しからば，流通とは，どのように説明されるべき概念なのだろうか。

第1に，流通という日本語に対応する英語の表現は何か，という英語の表記法の問題から考察を進めるとしよう。わが国の学界における慣行によれば，流通とマーケティングとを峻別し，

流通……国民経済的観点に立つ概念

マーケティング……個別企業経営的観点に立つ概念

という区別を付した上で，流通という言葉に“distribution”という英語を用いてきた。ただし，この用語法はどちらかといえば日本独自の考え方に立つものであって，アメリカでは多くの人びとが marketing と distribution とを同義語として用いるべきだ，と主張していることに注意すべきであろう[1]。もっともそのアメリカでも，国民経済的観点から眺めた流通については macro marketing などと表現する例もあり，国民経済的観点と企業経営的観点の相違を無視しているわけではない。加うるに，経済学との関連で distribution という英語表現の問題性を指摘すると，経済学で distribution と表現してある場合には，「流通」という意味のほか，「分配」という意味をもっていたし，逆に経済学で流通という日本語を英語に翻訳するときにはこの distribution のほか，circulation という英語も用いているという事実にも留意してほしい[2]。しかし

この流通論で circulation という表現を用いないのは，流通という活動を起点から終点までの一方向的な流れとして理解しているので，循環的な流れを意味する circulation という言葉は妥当ではない，との判断による[3]。それのみならずアメリカの論者のなかにも，国民経済的観点からとらえた流通を distribution という言葉で表現している例があるので，以上の諸理由から流通に distribution という英語をあてはめるとしよう[4]。

第2に，この流通という概念を定義づけると，国民経済的観点からみた，

「生産者から消費者にいたる生産物の社会的経済的移転」

を流通という[5]。生産者から消費者にいたる生産物の社会的経済的移転には，前記の流通とマーケティングの相違で明らかなように，

① マクロに，すなわち国民経済全体の観点から，生産物一般の社会的移転を眺めたもの，

② ミクロに，すなわち個別企業による事業経営の観点から，自社の関係する生産物の社会的移転を眺めたもの，

という二つの移転（flow）があり，前者を流通と称する[6]。

ここで関連的に，配給という言葉にもふれておきたい。生産者から消費者にいたる生産物の社会的経済的移転を流通と呼びあるいは配給とも称して，流通と配給とを同義語として扱う例もある[7]。しかしながら，第2節でもふれるとおり配給という言葉が第2次大戦中の統制経済時代における商品の分配給付を指す場合もあり，また言葉のもつニュアンスからみても明らかに配給と流通とは相違している[8]。加うるに，従来，marketing という言葉に配給という日本語をあてはめる例もあったので，配給という表現を用いるならば，それがマーケティングを指すかのように誤解されるおそれもある。そこで言葉のイメージの混乱を避け，誤解を防ぐには，国民経済的観点からとらえた生産物の社会的経済的移転を配給と呼ばず，流通と表現した方が良かろう。

第3に，前記の流通の定義が暗示するごとく，流通には起点と終点がある[9]。すなわち，その定義でふれているとおり，流通は，

起点……生産者　　終点……消費者

という構造の上に成り立っている。それというのも後に述べるように，流通の機能は生産と消費との懸隔を橋わたしすることにあるから，起点はその生産を行う者であり，終点はその消費を行う者（それは，一般の家庭消費者のほか，生産財の需要家も含む，広義の消費者）である，という関係が成立するものである。ところで，この起点と終点についていくつかのコメントをしなければなるまい。

① いま，起点を生産者といい，メーカーと表現しなかったのは，農産物流通の起点としての農家は一般にメーカーと呼ばれないし，廃棄物流通の起点としての家庭もメーカーと呼ばれず，ゴミの生産者と表現されるので，流通一般に妥当しそうな起点の表現としては生産者という言葉が適切であると思われるからだ[10]。

② 消費者が終点であるというとき，そこでいう消費者はたんに家庭消費者だけでなく，産業需要家を含む広義の消費者を意味する。

③ 原料から中間加工品が作られ，さらに最終製品が作られるという長い過程の中で，終点をどこに求めるのかという問題がある。具体的な例題でいえば，鋼材を用いて自動車が作られるので，自動車の流通まで鉄鋼流通の一部とみなすのか，それとも鋼材を自動車生産者に供給した段階で鉄鋼流通は終点を迎え，それ以降は自動車流通の領域に入ると理解すべきなのか。この問題にかんしては，通説は生産物の形状が変化したところをもって終点とみなす，と主張する[11]。したがって上記の例では，鋼材を自動車生産者に供給したとき鉄鋼流通は終り，その時点より後には自動車の流通が始まると考えるのが正しい。

④ この一般的な終点理解に対して，原料の段階から最終製品までの段階を一つの纏まりとして把え，その全体の流れを考察対象とするのが好ましい場合もある[12]。たとえば繊維とその製品については，ひとまとめした流通を研究した方が良さそうである[13]。その全体をひとまとめした流通を，とくにトランスベクション（transvection）と名づけている。

⑤ また起点と終点がなく，環流している流れについては，それをリサイクリング（recycling）と称する[14]。クズ紙を例にとると，紙が家庭で消費さ

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com