

## メーカーと販売会社の流動 資本回収時間の分散

瀬戸 廣 明

販売会社と地区販売会社が、その親メーカーに対する役割を異にすることは販売会社と地区販売会社を共に有するメーカーの存在することからもいえる。メーカーの流通過程支配、あるいは流通過程への進出、したがって、マーケットシェアの維持拡大<sup>(1)</sup>を目指して設立されるのは、地区販である。

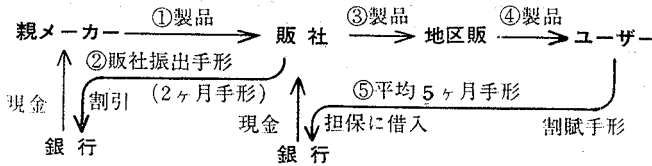
地区販をも含めた意味での販売会社の設立は、流通過程からの商業資本の排除を同時にともなう。商業資本のもつ金融機能—最も単純には、メーカーの製品を自己の責任において買い取り、代金を現金あるいは手形で支払う、したがってメーカーは、この回収資本を生産過程に再投下できるという機能—は、これらメーカーには利用できないことになる。もしメーカーが、この商業資本のもつ機能を失うことなくこれを排除できれば、それはメーカーにとっては好ましいことである。この役割を与えられるのが販売会社である。販売会社が地区販に対して果す管理機能については論ずるまでもない。

販売会社が親メーカーに対して果す財務上の役割は以下のようなものである。

(イ) 例えば、販売会社が存在しないときのメーカーの流動資本回収期間が5ヶ月であるとする。これを販売会社が介在することにより、例えば2ヶ月に短縮することができる。

---

(1) 地区販の設立は、当該生産部門におけるメーカー間の市場争奪戦（具体的には、大低の場合、従来代理店・特約店関係にあった地区ディーラーの争奪）の産物であり、相対的に優位に立つメーカーは販路拡大のため、劣位のメーカーは先ずもって、販路の維持のために地区販を設立する。



親メーカーは販売会社に製品を引き渡すと、これと引き換えに販売会社振出の2ヶ月手形を受け取る。親メーカーは必要に応じてこれを銀行割引に付し、生産過程への再投下資本を手に入れることができる。販売会社はこの製品を地区販（地区販でなく、一般にディーラーとしてよいことは勿論である）に引き渡すと、決済代金としてユーザー振出しの平均5ヶ月の割賦手形を受け取る。販売会社は、これを担保に銀行より資金を借り入れ、2ヶ月手形の決済にあてる。

(ロ) (イ)において、親メーカーの回収する販売会社振出手形は2ヶ月で統一されているが、販売会社の受け取る割賦手形は平均5ヶ月であり、サイトが長いということのほか大きな分散をとまう。これを約言すれば、親メーカーの資本回収の分散はゼロであるに対し、販売会社のそれは大である。大なる分散は、大なる量の所要資本を必要たらしめる。これを販売会社が調達する。販売会社が存在しないときは銀行に付せられた1社に対する貸出制限がメーカーの資本調達に影響することになる。

(ハ) メーカー—販売会社、販売会社—地区販のそれぞれの資本回収速度が等しい場合を考えよう。拡大再生産の場合、販売会社は、まず親メーカーに仕入決済のため手形を振出す。親メーカーは、これを必要に応じて銀行割引に付する。すなわち、資本はより早く還流する。販売会社は、回収した資金をこの手形の決済に、ちょうど充当することができる。

以上で考察した財務上の役割は、地区販を代理店・特約店でおきかえても同様にあてはまる。

親メーカーに対する販売会社の財務上の役割のうち(イ)については〔1〕

ですでに統計的に裏付けられている。しかし(ロ)及び(ハ)についてはデータの制約から事例研究的にしかこれを明らかにすることができない。小稿はこの事例研究である。1節で(ハ)を取り上げ、2節で(ロ)を取り上げる。

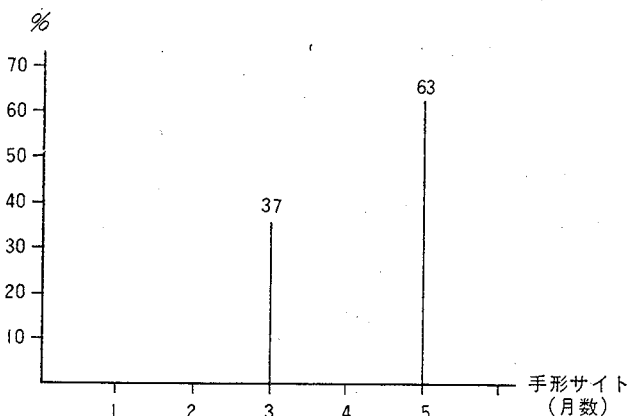
資本回収の分散の研究に使えるデータとして有価証券報告書がある。親メーカー・販売会社ともこれを大蔵省に提出しているのは2つの例があるのみである。

親メーカーについては、有価証券報告書の「経理の状況」のうち第2部にあたる「主たる資産、負債及び収支の内容」中の関係会社に対する受取手形勘定と関係会社振出手形の銀行割引残勘定のそれぞれより販売会社に対するものが明白であることを確かめた。販売会社については特記すべきことはない。

1. 親メーカーと販売会社の売掛債権の回収速度が平均においてほぼ等しいが、販売会社の分散が大きなケースである。

親メーカーの販売会社に対する受取手形勘定と販売会社振出手形の銀行割引残勘定の和について、手形サイト(満期月数)の相対頻度をみるとグラフ1のようである。作成方法はつぎのようである。この有価証券報告書は1970年3月

グラフ1 A社の販売会社に対する受取手形(販売会社振出手形の銀行割引残を含む)の満期月数, 1970年3月



期のものである。受取手形勘定(販売会社振出手形の銀行割引残を含む)のも

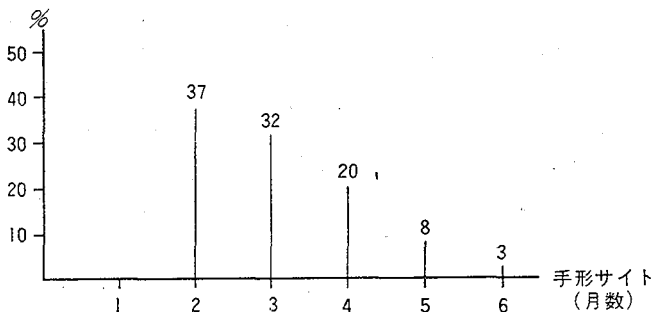
っとも遅い満期月は8月である。そこでこの8月の満期額を4月から7月までのそれぞれの額から差し引く。この8月満期の額を5ヶ月満期の手形の金額とするのである。つぎに7月満期の額より8月満期を差し引いた残りを4月から6月の各月の満期額より差し引く。この8月満期を差し引いた残りの7月の額を4ヶ月満期の手形の金額とする。つぎに6月満期の額より8月満期と7月満期の和を差し引いた残りを4月と5月のそれぞれの満期額より差し引く。この8月満期と7月満期を差し引いた残りの6月の額を3ヶ月手形の金額とする。以下同様な手順のくり返しである。

このようにして、4月から8月（暦月）を横軸に、縦軸に金額を配したヒストグラムが得られる。しかし8月の満期といっても5ヶ月手形としてみれば面積ではなく棒グラフが適当である。このような筋道から得られたのがグラフ1である。

グラフ1は平均4.26ヶ月、標準偏差0.97ヶ月である。なお平均のほかにか売掛金の滞留期間1.16ヶ月があるので回収速度としては5.42ヶ月（ $=4.26+1.16$ ）となる。そしてこの親メーカーは販売会社振出の手形のほとんど全てを満期3ヶ月前に銀行割引に付している。したがって3ヶ月手形は受取後直ちに、5ヶ月手形は受取後2ヶ月で銀行割引に付されていることになる。

販売会社の受取手形（割引残及び裏書譲渡手形を含む）の手形サイト及び

グラフ2 A販売会社の受取手形（割引残及び裏書譲渡手形を含む）の満期月数，1970年3月



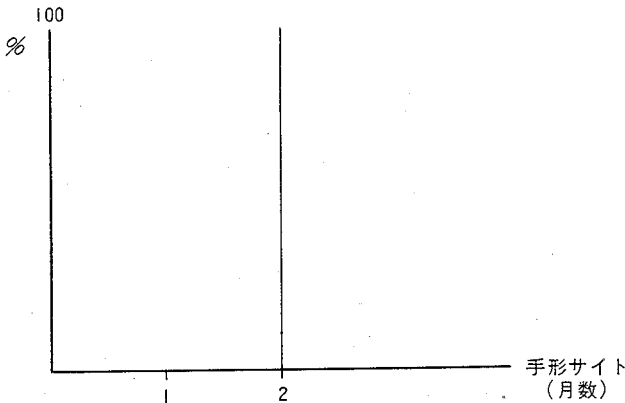
相対頻度はグラフ2に掲げられる。

グラフ2は平均3.08ヶ月、標準偏差1.07ヶ月である。売掛金滞留期間2.50ヶ月を加えると5.58ヶ月となり、親メーカーの数値5.42に近くなる。

親メーカーと販売会社の標準偏差に大きな差がみられない理由に親メーカーの資本回収政策がある。しかし販売会社の標準偏差は本質的に回収のちらばりに由来する。親メーカーと販売会社の標準偏差に大きな差のあるのが次節のケースである。

2. 親メーカーと販売会社の売掛債権の回収速度が平均において差があり、販売会社の分散が大きなケースである。

グラフ3 B社の販売会社に対する受取手形（販売会社振出手形の銀行割引残を含む）、1970年5月期

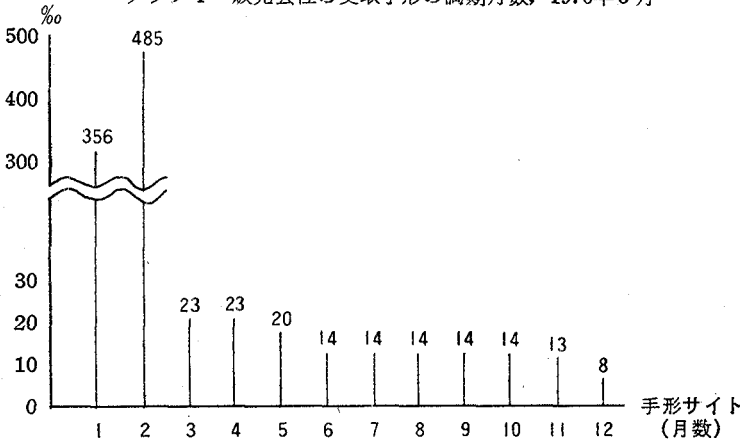


親メーカーの販売会社に対する受取手形（販売会社振出手形の銀行割引残を含む）は全て2ヶ月満期である。標準偏差はゼロである。またこのメーカーは販売会社に対して庭先渡して、親メーカー振出して受取り、販売会社引受の為替手形で決済するので売掛金勘定はない。

販売会社の受取手形のサイトはグラフ4に掲げられている。平均2.39ヶ月で標準偏差2.24である。

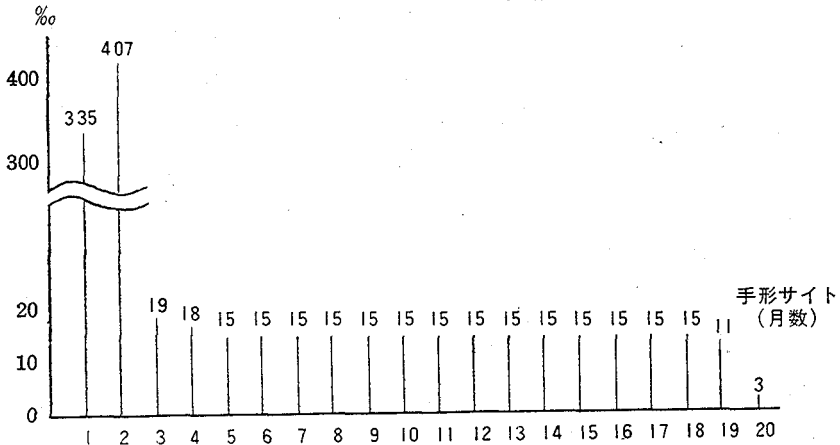
親メーカーと販売会社の資本回収速度の差は1965年に溯れば、親メーカーの

グラフ4 販売会社の受取手形の満期月数，1970年3月



平均2ヶ月，標準偏差ゼロに対し，販売会社は平均3.96ヶ月，標準偏差4.80ヶ月と大きくなる（グラフ5）。なおこの年には売掛金が0.17ヶ月あり，これを加えると資本回収速度の平均は4.13ヶ月となる。

グラフ5 販売会社の受取手形の満期月数，1965年3月



参考文献

- [1] H. SETO (1974), "A Study of the Turnover of Circulating Capital and Manufacturer's Sales Company in Japan Based on a Sample Survey", *Research Paper Series No.3, Department of Information Science, College of Economics, Kagawa University.*