

販売会社流通における変化*

瀬戸 廣明

協力 安藤 博子
金澤 理恵子

1. 序

瀬戸〔4〕第15章における重要な結論の一つは寡占資本の総販社は1980年度現在において商品買取機能を失いつつあるということであった。販売会社チャネルから、メーカーと地区販売会社の間に介在する総販売会社が消えることは、販売会社流通構造が変化することを意味する。筆者が瀬戸〔4〕第15章執筆後1987年に行った1985年度についての調査はこのことを裏付ける。本稿ではこの調査に基づいて(1)みずからの売掛債権回転期間をいちじるしく短縮したことにより、親メーカーの総販社に対する売掛債権回転期間との差を無視し得る程に短縮した総販売会社の退潮。(2)販売会社流通そのものに停滞はないか。さらに(3)同時化生産が配給過程に影響を及ぼして、寡占資本の流動資本の回転様式を変化させて、小売店・消費者に至る流動資本の回転をはやめることによ

*本稿がその基礎を置いている調査は大蔵省 法人企業統計調査調査票(法人名簿)を用いて行ったものであり、総務庁長官より指定統計の目的外使用の許可を得たものである。また本研究は昭和62年度文部省科学研究費補助金(一般研究C, 統計学部門)による研究の一部である。

昭和62年度は筆者にとって学内的に極めて多忙な年度であり、調査票の発送における金澤理恵子技官の、そして調査の集計における安藤博子助手の全面的協力なしには成し得なかった研究である。

本稿はもともと拙著『販売会社流通の基礎』(千倉書房)の最終第15章補節のために書かれたのであるが、やむを得ぬ事情のため出版が遅れているので、いったんこの形で世の中にお返しすることにした次第である。文中の表現に独立の論文と思えないようなところがあるのはそのためである。予め読者のお許しを乞う次第である。

て親メーカーはその流動資本の回転をはやめる様になったかが研究される。

2. 調査

調査は以下のように行われた。

1) 1986年9月より同年12月にかけて、「生産・流通粗マージン体系の統計的研究」を総務庁統計局『昭和57年全国物価統計調査』の調査銘柄のうちメーカー希望小売価格のある銘柄について企業への面接調査により行った際に、全国の市場を地区販売会社でカバーする瀬戸〔4〕6章I節9)のメーカーに対して面接調査を実施した。

2) 1987年9月より同年12月にかけて、第6章I節1), 10), 及び11)と同種の郵送調査を大蔵省法人企業統計調査 調査票(法人名簿)の使用許可を受けて行う。回収率73.2%。

3) 瀬戸〔4〕6章2), 8), 11)と同種の郵送調査を1987年9月より同年12月にかけて実施した。

4) 1987年9月より1988年3月にかけて瀬戸〔4〕11章「販売会社を有するメーカーの生産期間と工数の研究」の標本のうち規模C及びBのそれぞれ大部分に対して、前回調査以後の変化を研究するため面接調査を実施した。

以上の1)~4)の調査は昭和61年、62年度文部省科学研究費補助金の交付を受けて実施された。

なお、販社の層別、規模別そして産業別分類は第5章II節に掲げられているのと全く同一である。

3. 諸成果

1987年現在の資本金1億円以上のメーカーの数は6,645社であり、この73.2%にあたる4,864社から回答を得た。正確にはこの4,864社のうち、前回1980年調査で瀬戸〔4〕6章I節11)で回答のあったメーカー447社には「販社を有するや否や」の調査は行わず、「有り」として扱った。表1はこの4,864社のうち分類の可能であった4,749社を産業別・規模別に分類して示している。資本

表1 産業別・規模別回答メーカー数, 1985年

| 産業 | 規模 | | | |
|--------------|-------|-------|-----|-----|
| | 計 | A | B | C |
| 計 | 4,749 | 3,502 | 853 | 394 |
| 18 食料品 | 487 | 374 | 80 | 33 |
| 20 繊維工業 | 215 | 173 | 33 | 9 |
| 21 衣服・その他の繊維 | 70 | 61 | 5 | 4 |
| 22 木材・木製品 | 74 | 67 | 6 | 1 |
| 24 パルプ・紙 | 156 | 119 | 21 | 16 |
| 26 化学工業 | 681 | 431 | 168 | 82 |
| 27 石油・石炭 | 47 | 18 | 12 | 17 |
| 30 窯業・土石製品 | 278 | 218 | 42 | 18 |
| 31 鉄鋼業 | 209 | 152 | 37 | 20 |
| 32 非鉄金属製品 | 162 | 110 | 30 | 22 |
| 33 金属製品 | 301 | 252 | 41 | 8 |
| 34 一般機械器具 | 534 | 395 | 110 | 29 |
| 35 電気機械器具 | 670 | 466 | 128 | 76 |
| 36 輸送用機械器具 | 280 | 193 | 61 | 26 |
| 37 精密機械器具 | 145 | 108 | 24 | 13 |
| 38 船舶製造・修理 | 48 | 34 | 8 | 6 |
| 39 その他の製造業 | 392 | 331 | 47 | 14 |

金1億円以上10億円未満の規模Aに属するのが3,502社, 10億円以上50億円未満の規模Bに属するのが853社, そして50億円以上の規模Cに属するのが394社である。

表2はこれらの産業別・規模別に占める販社を有するメーカーの割合を示す。全体では0.19である。この0.19が1975年, 1980年の0.17より大きい数値であるかという問には, 確たる答えはできない。次のような諸点を考慮に入れなければならないからである。一方において, 大きいとする側に与する根拠としては, 1970年調査では最初の発送に対する応答が来てのち, 督促を4回行ったが, いずれの回に対する応答も販社有りとし無しの比が同一であったことが挙げられよう。他方において, 大きいと直ちにはいえないとする側に与する根拠と

表2 産業・規模別に占める販売会社を有するメーカーの割合, 1985年

| 産業 | 規模 | 計 | A | B | C |
|----|-----------|------|------|------|------|
| | 計 | 0.19 | 0.13 | 0.27 | 0.53 |
| 18 | 食料品 | 0.22 | 0.18 | 0.21 | 0.58 |
| 20 | 繊維工業 | 0.17 | 0.08 | 0.48 | 0.67 |
| 21 | 衣服・その他の繊維 | 0.19 | 0.15 | 0.00 | 1.00 |
| 22 | 木材・木製品 | 0.07 | 0.07 | 0.00 | 0.00 |
| 24 | パルプ・紙 | 0.13 | 0.07 | 0.24 | 0.44 |
| 26 | 化学工業 | 0.19 | 0.14 | 0.18 | 0.44 |
| 27 | 石油・石炭 | 0.23 | 0.22 | 0.08 | 0.35 |
| 30 | 窯業・土石製品 | 0.21 | 0.14 | 0.40 | 0.56 |
| 31 | 鉄鋼業 | 0.13 | 0.03 | 0.27 | 0.60 |
| 32 | 非鉄金属製品 | 0.22 | 0.12 | 0.33 | 0.55 |
| 33 | 金属製品 | 0.23 | 0.21 | 0.27 | 0.75 |
| 34 | 一般機械器具 | 0.19 | 0.13 | 0.29 | 0.66 |
| 35 | 電気機械器具 | 0.16 | 0.09 | 0.26 | 0.41 |
| 36 | 輸送用機械器具 | 0.18 | 0.10 | 0.21 | 0.69 |
| 37 | 精密機械器具 | 0.28 | 0.19 | 0.38 | 0.92 |
| 38 | 船舶製造・修理 | 0.08 | 0.03 | 0.00 | 0.50 |
| 39 | その他の製造業 | 0.26 | 0.21 | 0.47 | 0.64 |

しては、次の2点が挙げられよう。その一つは、1970年調査の回収率は99%と高率であったが、1985年調査の回収率は73.2%と低い。

これは販社システムに対する関心が薄れていることを示しているとみられるのである。関心が薄れているときには、販社有りの回答比が高くでることが考えられるのである。さらに第2点として、1980年調査で瀬戸〔4〕6章I節11)で回答のあった447社を「販社有り」に加えていることが挙げられる。これらのメーカーのうちには、この5年間にその販社を吸収合併したのものもあるであろうが、このことが統計に反映されていないのである。勿論1970年、1975年調査でも著者は同じことをしているのであるが、1985年までの5年間に販社を吸収合併したメーカーが多いかもしれないと疑うのである。

さて以上のような難点を知った上で、表2の数値を検討しよう。1980年比より割合の大きくなった産業として、日本経済に与える影響の大きい規模Cにおいて、繊維0.38→0.67、石油・石炭0.26→0.35、窯業・土石0.40→0.56、非鉄金属0.42→0.55、そして精密機械器具0.57→0.92が挙げられる。衣服・その他の繊維と金属製品も上昇しているが、1975年に復帰したかそれに及んではない。

合計では、A 0.13、B 0.27そしてC 0.53で、AとBは1980年と同じか殆ど変わらず、Cのみが5ポイント上昇している。ところで著者はこの1985年調査に当たり、一つの新しい試みを行った。それは規模Aについて、これを消費財を製造しているか、生産財を製造しているか、両者をともに製造しているか、さらに消費財を製造はしているが、これを親メーカーを通じて市場に出しているか、直接市場に出しているか等に分類する調査を、「販社を有するや否や」と同じ調査票でたずねたことである。これに基づいて、規模Aの販社を有するメーカー472社を消費財を製造して自社で市場に直接出している、親メーカーを通じてもいるが自社でも直接市場に出している等親メーカーを通じないで自社製品を直接市場に出しているとみられるメーカー数1,355社で割ると0.35を得る。これは規模Bの0.27より大きい。勿論規模Bにも自社製品を親メーカーを通じて市場に出すか、生産財のみを製造しているメーカーも多数含まれていると思われるので、もしわれわれが規模Aと同じ調査を施したならば、その数値は恐らくは0.35を超えるであろう。

以下は販社を有すると回答のあった909社(この中には447社の1980年調査で親メーカーの売上げのうち販社への売上げ等について回答のあったメーカーを1985年現在で「有り」として扱っていることについては前述した通りである)に対して、以下の諸表作成のための調査を行った。1985年調査の回収率はそれまでの1970、1975、1980年調査に比してかなり回収率が悪くなっているので、念のため表3として掲げることにした。表3は規模AとBの販社を有するメーカーからの回答は50%を切っていることを示している。表4は層別・規模別販社を有するメーカーの数を示す。1980年に対する1985年の増加状況を見ると、

表3 販売会社を有するメーカーからの回答状況, 1985年

| 規模 層 | 計 | | A | | B | | C | |
|---------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| | 計 | うち回答有り | 計 | うち回答有り | 計 | うち回答有り | 計 | うち回答有り |
| 計 | 909 | 436 | 472 | 217 | 227 | 102 | 210 | 117 |
| 1 | 209 | 78 | 142 | 57 | 35 | 8 | 32 | 13 |
| 2 | 122 | 62 | 50 | 19 | 27 | 15 | 45 | 28 |
| 3 | 98 | 60 | 31 | 16 | 27 | 16 | 40 | 28 |
| 4 | 266 | 123 | 153 | 72 | 62 | 26 | 51 | 25 |
| 5 | 211 | 113 | 94 | 53 | 75 | 37 | 42 | 23 |
| 不明 | 3 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |

表4 層別・規模別販売会社を有するメーカーの数, 1985年

| 規模 層 | 計 | A | B | C |
|---------|-----|-----|-----|-----|
| 計 | 909 | 472 | 227 | 210 |
| 1 | 209 | 142 | 35 | 32 |
| 2 | 122 | 50 | 27 | 45 |
| 3 | 98 | 31 | 27 | 40 |
| 4 | 266 | 153 | 62 | 51 |
| 5 | 211 | 94 | 75 | 42 |
| 不明 | 3 | 2 | 1 | 0 |

回答拒否も含めて、1層1.11、2層1.14、3層1.31、4層1.06、そして5層1.33倍となっている。3層と5層の増加が著しいことは次の理由によると考えられる。まず3層についてであるが、この5年間に自動車(乗用車、トラック)の総販社が、トラックの1社を除いて消え、全て地区販社で全国の市場をカバーする3層に属することとなったこと、従来特定の地区に販社を設ける4層に属していたメーカーが地区販売会社組織を拡充して3層に移ったことの二つの点を中心に規模Cが1980年の21から1985年の40社に増えたことが挙げられよう。5層に属する販社は銑鋼一貫メーカーの販社を除いて、その企業にとってまだ核となり得ていない販社がこれに属するのであり、未だ販社システムは試行錯誤の段階にある販社ではなかろうか。1.33倍ということはそのようなメーカーが多いということではなかろうか。

表5 親メーカーの売上げに占める販売会社への売上の割合, 1985年

| 算出方法 | 層 | 計 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|-----------|---|---------|-------|-------|-------|---------|
| | 有効回答数/回答数 | | 415/436 | 77/78 | 56/62 | 59/60 | 113/123 |
| 比→和 | | | 0.700 | 0.158 | 0.523 | 0.115 | 0.119 |
| 和→比 | | | 0.462 | 0.099 | 0.493 | 0.099 | 0.131 |

さて,表5は1985年現在での親メーカーの売上のうちの販社への売上割合を示す。1社を残して乗用車,トラックメーカーの総販社(これは大きな売上ウエイトをもっていた)が消えた1層での割合は和→比で1980年の0.672から1985年には0.462と下がっているのに対して,これらが移った先の3層での割合は和→比で0.493である。しかしここで注意すべきことがある。それは1980年までは分母にメーカーの輸出を含む総売上高をもってきていたのに対して,1985年の3層のみは分母に国内売上をもってきていることである。理由は総売上に占める輸出の割合がだんだん大きくなりついにはこれを分母に加えたならば3層にふさわしい数値がでなくなってきたことである。3層における売上高1位の乗用車メーカーに特徴的にこのことはあてはまる。このような理由で,3層に関するかぎり,1980年との比較は意味をなさないのである。

瀬戸〔4〕6章表II-1は3層の和→比割合は1970年の0.623から1975年0.540,1980年0.403と減少をつづけてきていたことを示している。しかしながら,国内売上のみを分母においたにもかかわらず販社への売上割合が和→比で0.493,比→和で0.523と地区販社で全国の市場をカヴァする層にしては大きいといえないのには今一つの理由があると思われる。それは家電における大型店(スーパーマーケット,専門量販店)チャネル売上の1985年までの5年間における増大である。これについては販社流通構造の変化の一つとして次小節であらためて議論される。

表6は販社従業員1人当たりの売上を示す。1層の和→比で1980年の317.8(百万円,以下同じ)が1985年には82.4と著減しているのは乗用車,トラックの総販社がこの間に1層から3層へ移ったことが対応している。3層では

表6 販売会社の従業員1人当り売上, 1985年

単位:100万円

| 算出方法 | 層 | 計 | 層 | | | | |
|-----------|---|---------|-------|-------|-------|---------|--------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 有効回答数/回答数 | | 366/436 | 65/78 | 49/62 | 48/60 | 106/123 | 98/113 |
| 比→和 | | | 223.1 | 110.1 | 61.6 | 62.9 | 174.2 |
| 和→比 | | | 82.4 | 81.9 | 37.6 | 46.7 | 261.4 |

表7 卸売業企業数のうち資本金1億円以上のメーカーのもつ販売会社数, 1985年

| 資本金規模 | 計 | 資本金規模 | | | | | | | |
|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|--|
| | | 2未満 | 2~5 | 5~10 | 10~50 | 50~100 | 100~1,000 | 1,000以上 | |
| 法人企業統計 | 305,890 | 75,774 | 91,085 | 62,514 | 67,198 | 6,198 | 2,876 | 245 | |
| 販売会社 | 2,859 | 35 | 90 | 197 | 1,332 | 470 | 612 | 14 | |
| 1層 | 94 | 0 | 2 | 7 | 40 | 15 | 27 | 3 | |
| 2層 | 167 | 0 | 1 | 21 | 26 | 20 | 66 | 4 | |
| 3層 | 1,832 | 22 | 31 | 21 | 818 | 388 | 480 | 0 | |
| 4層 | 521 | 11 | 47 | 101 | 327 | 22 | 7 | 3 | |
| 5層 | 245 | 2 | 9 | 47 | 121 | 25 | 32 | 4 | |

1980年に比して1985年には、和→比で33.8→37.6、比→和で67.4→61.6と安定している。しかしながら、販社1社当たり売上と販社1社当たり従業員数はともに減少している。

これについては次小節で販社流通の構造変化の問題の一つとして親メーカー1社当たり販売会社数の3層における減少とともに議論される。

さて以上の諸表ではいずれも1985年の販売会社統計は1970年、1975年、1980年との比較のために用いられた。しかしながらわれわれは、限られた範囲ではあるが、販社をその属する卸売業全体と比較することが可能である。

表7は瀬戸〔4〕6章表II-7に対応するもので、卸売業企業の数に占める販社の数を販社資本金毎に示す。資本金10億円以上の販社の数は1975年の32社を最高に、1980年24社が1985年には14社へ総販社の減少を原因として、激減している。しかし資本金1億円以上10億円未満、同5千万円以上1億円未満は増加し、1千万円以上5千万円未満で1980年よりやや多い程度となり、1千万円未満の各規模では減少している。表8は規模別の販社当たり従業員数が、

表8 1社当たり従業員数, 和→比, 1985年

単位:人

| 資本金規模 | 2未満 | 2～5 | 5～10 | 10～50 | 50～100 | 100～1,000 | 1,000以上 |
|-------|-----|------|------|-------|--------|-----------|---------|
| 卸売業* | 4.3 | 5.0 | 6.9 | 22.8 | 88.1 | 168.7 | 1,059.6 |
| 販売会社 | 5.4 | 17.3 | 20.7 | 53.7 | 93.5 | 225.2 | 2,196.8 |

*資料出所 大蔵省 法人企業統計

表9 1社当たり売上, 和→比, 1985年

単位:100万円

| 資本金規模 | 2未満 | 2～5 | 5～10 | 10～50 | 50～100 | 100～1,000 | 1,000以上 |
|-------|-------|---------|-------|---------|---------|-----------|-----------|
| 卸売業* | 154.5 | 332.7 | 377.6 | 1,557.2 | 5,099.6 | 20,359.7 | 576,404.9 |
| 販売会社 | 184.1 | 1,122.8 | 647.6 | 2,831.7 | 4,054.5 | 11,435.5 | 260,837.3 |

*資料出所 大蔵省 法人企業統計

表10 従業員1人当たり売上, 和→比, 1985年

単位:100万円

| 資本金規模 | 2未満 | 2～5 | 5～10 | 10～50 | 50～100 | 100～1,000 | 1,000以上 |
|-------|------|------|------|-------|--------|-----------|---------|
| 卸売業* | 35.8 | 66.0 | 54.7 | 68.4 | 57.9 | 120.7 | 544.0 |
| 販売会社 | 33.3 | 64.2 | 59.4 | 56.5 | 43.0 | 51.3 | 126.0 |

*資料出所 大蔵省 法人企業統計

一様に減少している卸売業全体とは異なり, 増加している規模もあれば, 減少している規模もあることを示している。資本金10億円以上規模における1社当たり従業員数の異常な増大は回答された値の再検討を必要ならしめる。表9と表10は販社1社当たり売上の減少を従業員の削減で切り抜ける卸売業企業全体の姿とこうした対応に十分成功していない販社の現状を示している。すなわち, 表9は卸売業企業とそれに含まれている筈の販社の1社当たり売上げの全規模を通じる減少傾向(例外があるので傾向という)を示し, 表10は卸売業企業の従業員1人当たり売上が, 資本金2百万円未満と5千万円以上1億円未満を例外として増大しているのに対して, 販社の従業員1人当たり売上げは増加と減少の規模数がほぼ2等分であることを示している。なお, 表10の資本金10億円以上規模において販社の従業員1人当たり売上が1980年の1,236.2から126に激減しているのは大規模総販社が減少したためである。表8より10まで

の統計が和→比計算によって作成されたものであることを考えれば、1985年に至る5年間の大型店チャネルの売上割合の増大、販社チャネルの売上高の停滞も原因として考えられよう。

4. 変化しつつある販売会社流通

4.1 変化しつつある販売会社流通構造

4.1.1 総販売会社の退潮の統計的研究

前小節の表4が示すように総販社がその数において1985年までの5年間に減少したわけでは決してない。乗用車、トラックという規模の大きいメーカーが総販社チャネルから地区販売会社チャネルに移ったことが販社流通構造の変化の一つなのである。表11は1層の総販社への親メーカーの売上総額の激減と3層の著増を示す。しかしながらこの表は1985年現在の販社への売上総額を正確に示すものとなっていないことに注意しなければならない。総額14,843,525(百万円)は1980年の17,223,091(瀬戸〔4〕第5章表III-8)に2,379,566も及ばない。しかしながら読者は1985年調査の回収率が悪かったことを思い起こすであろう。1980年調査で回答があったにもかかわらず、1985年調査には回答のなかった3層に属する主要メーカー(乗用車2,家電3,自動車用タイヤ1,運動靴1)の1980年の回答数値を加えると、1,758,143だけ大きくなって、1985年の販社への売上総額は16,601,668となり、1980年の数値にあと621,423と迫ることとなる。しかしながらわれわれは1985年の販社への売上総

表11 層別・規模別親メーカーの販社に対する売上、1985年

単位：100万円

| 層 \ 規模 | 計 | A | B | C |
|--------|------------|---------|---------|------------|
| 計 | 14,843,525 | 689,342 | 778,919 | 13,375,373 |
| 1 | 1,672,970 | 409,217 | 127,845 | 1,135,908 |
| 2 | 1,624,155 | 31,195 | 136,565 | 1,456,424 |
| 3 | 9,574,543 | 98,850 | 273,325 | 9,202,440 |
| 4 | 500,447 | 88,319 | 81,451 | 330,680 |
| 5 | 1,471,410 | 61,761 | 159,733 | 1,249,921 |

額が1980年に及ばないことに最大の注意を払わなければならないであろう。何故ならば、このことは販社チャネルの扱い高の停滞を示すものであると同時に販社以外の“チャネル”の扱い高の増大を暗示するからである。実際、1980年度を100とした民間最終消費支出(名目)は1985年度には129.7に伸びているのである。(経済企画庁〔2〕)

注 意

流通粗マージンの増大は販社への売上停滞と販社の売上増大を両立させる。著者がこの流通マージンを1985年について調査したことは2調査で述べた。しかしながら流通粗マージンの1980年調査はメーカー希望小売価格について行ったので、1985年の小売実売価格についてのデータとつながらない。さらに、著者の調査した「販社の売上」は親メーカーからの仕入についてのみならず、いわゆる他社品扱い額も含まれている。以上のような理由で販社チャネルにおけるメーカーの扱い額を「親メーカーの販社への売上げ」に限定せざるを得なかったのである。

販社チャネルの“チャネル”とは具体的には量販店“チャネル”を指すものでなければならない。

4.1.2 大型店扱いの増大

1980年に販社への売上額の大きかった自動車、家電、化粧品の上位3部門(瀬戸〔4〕第6章表II-11では鉄鋼が3位、化粧品は4位である)のうち自動車を除いた家電と化粧品の大型店(スーパーマーケット、家電専門量販店、百貨店)の扱い割合は、家電を製造するメーカー上位3社平均で0.4前後、化粧品で0.15~0.20である。家電の大型店扱いの割合は増大傾向にある。ところがわれわれの販社統計にはこの大型店への売上は計上されていないのである。たとえば大型店を専門的に取引先とする販社をもつメーカーでも、その販社への売上は著者の調査に対する回答の中に含まれていないのである。しかしながらここに家電の大型店扱いの増大を示す統計がわが国政府によって与えられているのである。1987年全国物価統計調査(速報)第9表(〔3〕)は電気冷蔵庫の特定商標AとCの百貨店を除く大型店扱い数量割合(表12中の $c+d/a+c+d$)が0.43と0.63であること、ところが1982年調査ではそれぞれ0.28と0.55であったこと、したがって伸び率(1987/1982)はそれぞれ1.5倍と1.1倍であることを示す。同様の変化はカラーテレビにもいえる。カラーテレビ21型特定商

表12 主要品目・銘柄，業態(第Ⅲ分類)，販売先別販売数量比(49市計)，1987年

| | | | | 販 売 数 量 比 | | | | |
|----------------------|---------|---|------|----------------|------------|--------------|--------------|--|
| | | | | 下位卸売向け一般小売店(a) | 百貨店 (b) | スーパー店 (c) | 量販専門店 (d) | |
| 電気冷蔵庫(4ドア) 特定商標A | 元 卸 | A | 1.2 | 0.0 | — | — | — | |
| | 元 卸 | B | 0.1 | 47.6 | 1.6 | 11.5 | 24.0 | |
| | 仲 卸 | | 0.1 | — | — | — | — | |
| | 最 終 卸 | | — | 0.1 | — | 0.2 | — | |
| | 生産者の支店等 | | 3.5 | — | — | — | — | |
| | その他の卸売業 | | — | 0.1 | — | — | — | |
| 電気冷蔵庫(4ドア) 特定商標C | 元 卸 | A | 2.7 | 0.1 | 0.1 | — | — | |
| | 元 卸 | B | 0.3 | 34.9 | 2.7 | 6.8 | 51.9 | |
| | 仲 卸 | | 0.2 | — | — | — | — | |
| | 最 終 卸 | | 0 | 0.2 | — | — | — | |
| | 生産者の支店等 | | 0 | — | — | — | — | |
| | その他の卸売業 | | 0 | 0.1 | — | — | — | |
| テレビ(カラー21型) 特定商標A | 元 卸 | A | 0.7 | 0.0 | — | — | 44.3 | |
| | 元 卸 | B | 0.0 | 27.9 | 0.6 | 15.2 | — | |
| | 仲 卸 | | 0.0 | — | — | — | — | |
| | 最 終 卸 | | — | 0.1 | — | 0.4 | — | |
| | 生産者の支店等 | | 10.7 | — | — | — | — | |
| | その他の卸売業 | | — | 0.0 | — | — | — | |

標Aの百貨店を除く大型店扱い数量割合は0.68である。1982年調査では4社平均で0.24であった。1982年調査における百貨店を除く大型店扱い割合は、4社中最も高いもので0.43，最も低いもので0.16であった。したがって伸び率は、1982年の最も高いものの1.59倍，最も低いものの4.18倍である。かくしてわれわれはこれらの限られた統計から家電における1985年までの5年間の百貨店を除く大型店扱いの伸びの大きかったことを認識するのである。これが販売会社流通構造の第2の変化である。しかもこの変化はとどまっていなかったにわれわれは注目しなければならないであろう。

4.2 地区販売会社流通における 流れ

表13 回転期間, 和→比, 3層, 規模C, 1985年度

単位: 月

| | |
|---------------------------------|---------------------------|
| (1) 地区販社の売掛債権 | 2.814 |
| (2) 地区販社の受取手形銀行割引残 | <u>0.107</u> <u>2.921</u> |
| (3) 親メーカーの販社に対する売掛債権 | 3.012 |
| (4) 地区販社振出手形の親メーカーによる銀行割引残 | <u>0.222</u> <u>3.234</u> |
| (5) $\{(1)+(2)\} - \{(3)+(4)\}$ | -3.313 |
| (6) 地区販社の在庫 | 1.081 |
| (7) (5)+(6) | 0.768 |

表14 回転期間, 3層, 規模C, 1985年度

単位: 月

| 項目 | 方法 | | | |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 和→比 | 比→和 | | |
| (1) 地区販社の売掛債権(販売金融会社を含む) | 4.909 | 3.773 | | |
| (2) 地区販社の受取手形銀行割引残 | <u>0.056</u> | <u>4.965</u> | <u>0.596</u> | <u>4.369</u> |
| (3) 親メーカーの地区販社に対する売掛債権 | 3.012 | 3.100 | | |
| (4) 地区販社振出手形の親メーカーによる銀行割引残 | <u>0.222</u> | <u>3.234</u> | <u>1.083</u> | <u>4.183</u> |
| (5) $\{(1)+(2)\} - \{(3)+(4)\}$ | 1.731 | 0.186 | | |
| (6) 地区販社の在庫 | 1.081 | 1.255 | | |
| (7) (5)+(6) | 2.812 | 1.441 | | |

本小節は「変化しつつある販売会社流通」に含まれているのであるから、何等かの意味での地区販売会社流通の変化の研究に充てられるのでなければならない。しかしそれは地区販売会社の瀬戸〔4〕第10章で議論された役割に変化が生じているという種類のものではない。変化は地区販売会社に至る製品の流れと小売における流れにあらわれているのである。

さて表13は地区販売会社で全国の市場をカヴァしている3層の規模C(資本金50億円以上)の和→比計算による1985年度現在の各種回転期間が5年前の1980年度(瀬戸〔4〕第10章表III-4)とほぼ同じであることを示す。このことは親メーカーから個人消費者に至る地区販売会社チャンネルにおける地区販売会社の資本回転上の役割に変化のなかったことを意味する。さらに表14は親メーカーの流動資本の回転における地区販売会社と販売金融会社の役割にも変化のないことを、瀬戸〔4〕第10章表III-7との比較において、示している。地区販売会社を観察するかぎり、瀬戸〔4〕第10章III節1で予測した「小売店・

表15 特定産業の流通在庫

| | 単位：暦日 | | | |
|----------------|--------|--------|--------|--------|
| | 1983年 | | 1988年 | |
| | 平均 | 標準偏差 | 平均 | 標準偏差 |
| 乗用車 4 社 | | | | |
| 物流センター | 8.125 | 11.693 | 6.375 | 9.357 |
| 地区販売社 | 22.000 | 9.416 | 19.000 | 5.228 |
| 家電 3 社 | | | | |
| 物流センター | 52.000 | 19.925 | 31.333 | 18.037 |
| 地区販売社 | 24.333 | 18.339 | 16.333 | 17.616 |
| 小売店 | | | | |
| スーパー、 専門量販店 | 20.000 | 13.229 | 13.000 | 9.165 |
| 一般小売店 | 31.667 | 25.658 | 23.667 | 20.133 |
| トラック 2 社 | | | | |
| 物流センター | 62.500 | 7.700 | 30.000 | 0.000 |
| 地区販売社 | 35.000 | 7.100 | 30.000 | 0.000 |

資料出所 香川大学管理科学科〔1〕

消費者に至る流動資本の回転をはやめることによって親メーカーはその流動資本の回転をはやめるといように流動資本の回転様式が変化しつつある」とはいえないわけである。1975年以後の小ロット・同時化生産は1980年度の地区販売会社在庫を顕著に減少せしめ、その減少した在庫水準は1985年度にも引継がれているのであるが、より一層の減少は実現していないのである。親メーカーは依然として地区販売会社に在庫機能を求めているのである。

さてところで、われわれは流通在庫をメーカー在庫、中間業者在庫(特約店、卸商)、小売在庫と区分し、さらにメーカー在庫を物流センター在庫(含、工場での製品在庫)と地区販売会社在庫に二分し、小売在庫をスーパーマーケット在庫(含、専門量販店在庫)、百貨店在庫、一般小売店在庫に区別することができるであろう。表15は一方において乗用車の流通在庫はすでに1983年現在において大きく圧縮されていることをうかがわせ、他方において家電とトラックの流通在庫がメーカーの物流センター段階で顕著に圧縮されつつあることを示

している。また、地区販売会社、小売段階でも程度に差こそあれ、在庫の圧縮は進んでいることにわれわれは注目すべきであろう。

小売末端における流動資本の回転のはやまりをメーカーの流動資本の回転の迅速化に結びつけるため、物流センターを生産に直結したものに換えようとしているのが1988年現在の地区販売会社流通の姿である。

5. 地区販売会社研究の視角—結びにかえて

みずからの流動資本の回転をはやめ、その速度を親メーカーの流動資本の回転速度に近付けることによって総販売会社はその使命を了えた。1985年統計は以後の販売会社の研究は地区販売会社の研究でなければならないことを示している。しかしながら、この地区販売会社の機能であるW-G機能すなわち価値実現機能は本書では十分にその研究がなされていないのである。

地区販売会社に関する限られた研究に充てられた瀬戸〔4〕第10章で、われわれは地区販売会社が次のように設立されたことを考察した。すなわち、当該産業において優位に立つ巨大メーカーは市場占有率をあげるために、またこれも巨大ではあるが劣位にあるメーカーは流通径路の確保・防衛のために、かくして巨大メーカーの集合としては市場の分割、参入障壁の構築、したがって市場の支配のために、既存の地方卸商（地元資本）への資本参加、あるいはこれとの合併によって設立されたことをみた。しかしながら、著者の1985年統計及び総務庁統計局の統計は販売会社扱い量の停滞と百貨店を除く大型店の扱い量の増加を示すものとなっている。地区販売会社の価値実現機能と大型店との関連が研究されなければならない。

瀬戸〔4〕では総販売会社は勿論地区販売会社をも親メーカーの流動資本の回転視点より研究して来て成果を挙げたのであるが、巨大メーカーの流動資本の回転が、販売会社との間の回転をはやめるという視点から小売店における流動資本の回転のはやまりをそのまま親メーカーの流動資本の回転の迅速化に結びつけるというように変化してきているとき、この流動資本の回転様式の変化が地区販売会社の存立に与える影響が研究されなければならないであろう。

参 考 文 献

- 〔1〕 香川大学管理科学科『生産と流通を結ぶ情報システムの研究』1989年。
- 〔2〕 経済企画庁『国民経済計算年報』1987年版, 1987年。
- 〔3〕 総務庁統計局『昭和62年全国物価統計調査』(速報), 1988年9月。
- 〔4〕 瀬戸廣明『販売会社流通の基礎』千倉書房, 1990年刊予定。