

丸 山 雅 祥

『流通の経済分析』

創文社 1988.3 viii+250ページ

I

流通システムは日本経済の「暗黒大陸」といわれることがあるが、流通の経済分析も、伝統的な経済学の世界の中で「暗黒大陸」としての取り扱いを受けてきたようである。経済学のスタンダード・テキストでは、生産と消費が分析の2本柱を構成し、流通や商業の議論はほとんど出てこない。だが、一寸考えてみれば、これは世にもおかしな話である。

現実の日本経済においては、商社、スーパー、百貨店、専門店、コンビニエンス・ストアなどの存在がますます重要なものとなってきている。いまや工学部出身の学生の「メーカー離れ」が顕在化し、第3次産業への就職が最も華やかなものとみられる御時勢なのである。なるほど生産と消費は非常にファンダメンタルな経済活動である。だが、生産と消費との間を結ぶパイプ役としての流通取引の役割も重要なものであり、しかもかかるパイプはますます太くなるばかりなのだ。経済学教科書がこの現実を無視し、相変わらず生産一辺倒の経済分析や、生産と消費の二本建ての経済分析に現を抜かしつづけることは、もはや許されないであろう。

日本の多くの大学では、経済学部とともに、商学部(ないし)経営学部が併置されている。いまある1人の学生が第1時限に経済学部で理論経済学、第2時限に商学部で商業論の講義を受講している状況を考えてみよう。前者の講義では、この学生は恐らく生産者の利潤極大化行動や消費者の効用極大化行動の話の徴に入り細に入って聞かされるため、流通業者の経済活動の方は、ほとんど霞のような存在に映ることだろう。しかるにそれにづく後者の講義においては、流通チャンネルの合理化や販路拡大活動などがむしろ力説される。極言すれば、このような教育体制は学生に対して「二重人格」であることを強要するものではなからうか。

以上の点をバックグラウンドとして丸山雅祥氏の著作を眺めると、この新著の意図は歴然としており、理論と現実との乖離を埋めるべく執筆された意欲作といえる。同氏がしがきで書いておられるとおり、「本書が流通という研究領域における経済学、経営学、商学の研究交流

を一層促進するための一助」となるであろうことはまず疑いのないところである。

また、もう1つ指摘したいバックグラウンドとして、いわゆる日米経済摩擦がますます激化の一途をたどっている中で、日本の流通システムの従来のあり方がアメリカ側から批判と攻撃的的となっている、という事実がある。アメリカ側から見ると、日本の流通市場は閉鎖的・非効率的で競争力が欠如し、消費者にとってのコストも高い。そして、外国企業の日本市場への参入がきわめて困難であって、アメリカもその対抗上、一種の保護貿易政策を採らざるをえない。

一般論として言えば、どのようなシステムにもメリットとデメリット、光と影の部分がある。流通系列化、リベート制、人的関係などを重視する日本独自の商慣行がその問題点を持つと同時に、歴史的にそれなりの役割を果たしてきたことは否めないだろう。丸山氏の新著は、日本の流通システムの明暗を考える上での「基礎理論の整備」という点で、まことにタイムリーな書物といえる。「本書が、日本の流通システムに非合理的な側面が存在しないと主張しているわけではない。流通構造・制度を評価する限りでは、その依って立つ経済合理性の確認作業が、不可欠の前提とされねばならない」(227ページ)と丸山氏が述べられるとき、評者は手を挙げて賛意を示すものである。

II

丸山氏の書物の内容をもっと具体的に検討していこう。本書は、導入部としての序章、第1章から第5章までのモデル分析、および第6章から第7章までの制度分析という3つのパートから構成されている。とくに第7章における日本の流通構造の実証分析は力作で興味深いけれども、丸山氏の力量がいかに発揮されるのは、もちろん中間の理論分析のパートである。

まず第1章においては、価格=数量選択モデルの枠組みの中で、製品差別化を伴う市場構造と流通系列化との間の関係が分析される。そして、製造業者と小売業者との間で、価格にかんする意思決定共同化の誘因がある場合とは一体どういう状況であるのか、という点が検討される。

第1章の分析方法は1つの行き方ではあるが、評者として気になることがある。それは、「各小売業者は、製造業に対して Stackelberg 流の追随者(follower)として行動し、他の小売業者に対しては Nash-Bertrand 流の行動様式をとるもの」とし、「各製造業者は、小売業者に

他の製造業者に対しては Nash-Bertrand 流の行動様式をとるものとする」(32ページ)と仮定している点である。言うまでもなく、モデル分析をするさい、一定の仮定を置くことはどうしても必要である。評者も根っからの理論家として、その重要性を認めるにやぶさかではない。だがそうはいっても、上述の仮定は余りにもステレオ・タイプ的で制限的すぎると言えないだろうか。実際のところ、小売業者相互間や製造業者相互間で一定の階層分化があるのが常態である。また、もう少し希望を言わせてもらえば、Nash-Bertrand 流や Stackelberg 流にとらわれず、もっと柔軟な、いわば「丸山流」の分析アプローチがあってもいいのではないだろうか。とくに、日本の流通経済の現実を凝視してみれば、流通プレイヤー相互間に、暗黙の継続的協力関係があるのが普通である。そのときには、「非協力ゲーム」という接近方法以外に、「協力ゲーム」ないし「半協力ゲーム」という接近方法も有力であろう。

第2章では、需要不確実性にともなう危険の削減と効率的分担という視角から、流通段階の取引様式が検討される。この章を読むと、1970年以降に市民権を得た「不確実性の経済学」が、流通の経済分析のためにどれほど有効に応用されうるかがよく理解できる。

第3章のテーマは、垂直的取引制限と販売促進活動との関係についてである。現実の取引をスムーズに成立させるために、売手の販売上の付随サービスの提供が重要な役割を担っていることはよく知られている。本章はこのような販売促進活動に対して、エコノミストとして分析のメスを入れようとするものである。丸山氏が提供せんとする興味ある視点は、「水平的外部効果」(horizontal externality)と「垂直的外部効果」(vertical externality)との区別である(90ページ)。だが、前者は〈買手 \longleftrightarrow 小売業者(又は製造業者)〉の二者間の関係、後者は〈買手 \longleftrightarrow 小売業者 \longleftrightarrow 製造業者〉の三者間の関係に結びついた概念であるので、「水平的」、「垂直的」という形容詞はいささか誤解を生む表現ではなかろうか。もっとベターな用語を工夫すべきであろう。

第4章では、情報の非対称性が存在する状況下における取引の均衡特性が論じられる。「流通業者が商品の優劣を選別(screening)する機能は、流通業者の『情報的役割』(informational role)であり、間接流通の社会的役割のひとつは、この点に存在するといえる」(123ページ)と言う著者の論点は、流通業者の存在理由を解明する重要な方向を示唆していると思う。

日本経済史をひもとくと、古くは、近江商人が広範な

支店のネットを設けて東西流通のチャンネルを開発し、売手と買手との間の情報偏在を緩和するのに大いに力を発揮したことが知られている。そしてこの近江商人の後裔が現代の巨大商社であることを想起すれば、流通業者の情動的役割の研究の重要性は、決して強調しすぎることがないであろう。

第5章は第4章の視点をさらに発展させて、流通系列化の情動的側面が深く掘り下げて解明される。評者の意見では、第5章が本書の白眉であり、流通の経済分析にかんして、研究成果の一応の到達点を示すものである。問題の核心は、情報の共有 (information sharing) の観点からみて、製造業者と小売業者との間に垂直的協調関係を作るべき誘因が果してあるかどうかである。この点について著者は——Stackelberg 流という限定された枠組みの中であれ——そのような誘因があることを見事に示している。今後に残された問題は、このような枠組みをもっと一般的・現実的に拡張した場合に、同じ結論が依然として妥当するかどうか、という点であろう。

III

最初に述べたごとく、流通の経済分析は、伝統的な経済学の「アレクシス」である。完全競争と完全情報という二重の完全性を前提とするワルラスの世界では、「仲介人」(autioneer) が全知全能の行司役として、無数の売手サイドと無数の買手サイドとの間に割って入るものと想定されている。したがってそこでは、卸売業者や小売業者というような流通業者は、舞台の脇役以下の存在でしかない。

もっとも従来の経済学が流通取引の役割を全面否定し

てきたわけではない。例えば、労働価値説に立つマルクスですら、次のように述べているのだ。「1人の商人(ここでは商品の形態転化の単なる代理者、単なる購買・販売係とみなされる)は、彼の操作によって、多数の生産者にとっての購買・販売時間を短縮させることができる。そのときには商人は、無用なエネルギー消費を減少させたり、生産時間の遊離を助けたりするような機械とみなされるべきである」(『資本論』第2巻、長谷部文雄訳、青木書店、169~170ページ)。

思うに、需要サイドや費用サイドに不確実性が存在する世界では、情報チャンネルを制する者が経済活動の死命を握る。一方において、天候や人災にともなうコストの変動があるとき、一般消費者は不利な立場に立たされがちである。他方において、消費サイドに起る趣向の変化や流行の変遷については、遠く離れた第1次生産者は、そのキャッチに手遅れることがままある。このような生産者と消費者との間の情報のギャップを埋めるべき役割の担い手こそが、卸小売業によって代表されるような流通業者なのである。

丸山氏の新著は、流通業者の情動的役割を中心視座として、流通経済のワーキングとパフォーマンスを精力的に研究せんとする力作である。著者が意図されたように、本書によって「流通」という研究領域への新規参入を誘発すること(226ページ)は、十二分に果たされているとみてよい。評者自身もすでに参入しているのであるが、かかる新規参入がこれから続発するだろうことは想像にかたくない。

〔酒井泰弘〕

農業経済研究 第61巻第3号

(発売中)

農産物市場開放と地域経済

——1989年度大会討論会報告——

会長挨拶	梶井 功
座長挨拶	天間 征
報 告	
国際化に対応する系統農協の長期戦略——第18回全国農協大会の決議について	有賀文昭
市場開放に対する肉牛生産地域の対応	栗原幸一
市場開放に対する柑橘生産地域の対応	麻野尚延
市場開放に対する北海道畑作・酪農地域の対応	七戸長生
コメント	
合同討論	
個別報告	

B5判・60頁・定価1200円 日本農業経済学会編集・発行／岩波書店発売