

問屋無用論から五〇年 卸売業の社会的存在意義の数学的証明

フナネット代表取締役社長
社団法人流通問題研究協会会長
玉生 弘昌

■卸売業は結節点として流通コスト削減に貢献している

東大の林周二氏が著した「流通革命」(一九六二年)は、五一版も増刷が行われ大ベストセラーとなり、その後の流通業界に多大な影響を与えた。いわゆる問屋無用論の発信源である。それから五〇年になろうとしている。

「流通革命」から五〇年を経た今日、様々な声が上がっている。その理由としては「卸は結局なくならない」「いまでも卸は成長し利益を上げている」「メーカーも小売業もメリットを受けている」「情報を提供しているのは卸

だ」などなど、結果論的、状況証拠的論議が大半であり、確固たる科学的な論証ではないものが多いように思える。

単に、林氏の指摘が五〇年の時を経て問屋は減亡しなかったから、林氏批判が盛んになったように見える。林氏の時代と今日ではあまりにも違う。したがって、林氏の問題意識が今日とは合わないという指摘は当たり前すぎて意味をなさない。

そこで、本稿では「流通革命」で論じられている問屋無用論に焦

点を当てて、林氏の好きな科学的手法を使って反論を試みてみたい。

さて、卸という存在は、中間で搾取するだけの無用な存在であるという世間の「常識」は、図1のように一対一の図式でしかとらえていない一面的見方にすぎない。一般の理解はこの程度のものである。流通の専門家ではない経済学者、社会学者などにも同様な認識しか持たない人が多い。困ったことには、マスコミのなかにも「卸はいずれなくなる」といまだに思っている人がかなりいる。

テレビの通販番組では「中間の

流通業者を通さないから、お安くご提供できるのです」と毎日アウンズしている。家庭の主婦も「流通業者を通さない方が安く買える」と思ってしまう。

実際の世の中には一〇万以上の消費財メーカーがあり、一〇〇万もの小売店がある。従って、複数対複数の図式で考えなければならぬ。図2の左の図はメーカーと小売業が直接取引をした場合(以下、直取)、右の図は中間結節点として卸売業が介入する場合(以下、卸流通)の流通を表している。見比べると、まず線の数がかなり違う。左の図では、メーカー

が六社、小売業が六店あり、三六本ある。右の図は6+6=12本とかなり少ない。さらに数を多くして、メーカーが一〇〇〇社、小売

業が一〇〇〇店として計算すると、一〇〇万対二〇〇〇という大差になる。一本一本の線は取引のつながりを示すわけだから、それ

ぞれ受発注業務があり、物流があり、代金回収業務がある。本数が多ければ多いほど、コストはかかるはずである。

現実論的に述べると、小売業が一〇〇〇社のメーカーと直接取引をすれば一〇〇〇台のトラックがやってくる。メーカーの方も一〇〇〇店と連絡を取るだけでも大きな労力だし、代金回収はさらに面倒だ。

この掛け算と足し算の違いだけ

■取引先の小売業が多いほど卸の存在価値は高まる

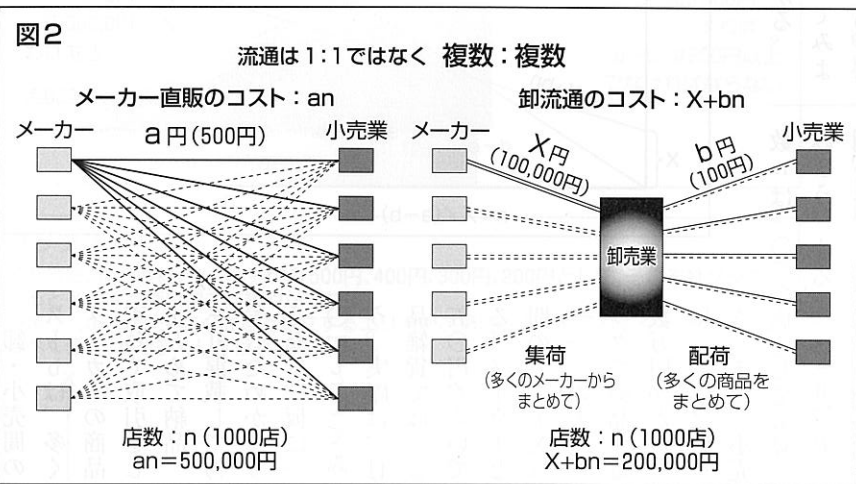
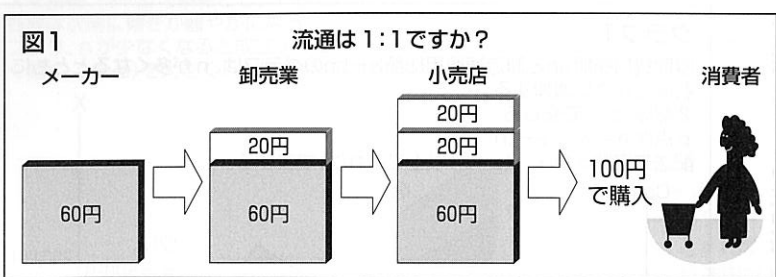
さらに、本稿ではモデルを用いて詳しく論証したい。まず、図2左図の直取をした場合、一対一の取引コストは、通信料・物流費・伝票代・代金回収費などがかかる。その額をa円とする。小売業の数をn店とすれば、直取の総コストはan円となる。

一方、図2右図の卸流通では、卸が小売りに販売するコストをbとし、メーカーと卸の取引コストをXとすれば、卸流通の総コストはX+bn円となる。

でも、卸の役割が理解できる。メーカーと卸売業間のコスト、卸売業と小売業間のコストを誰が直接負担するかにかかわらず、全体としては日本の流通コストを形成する。

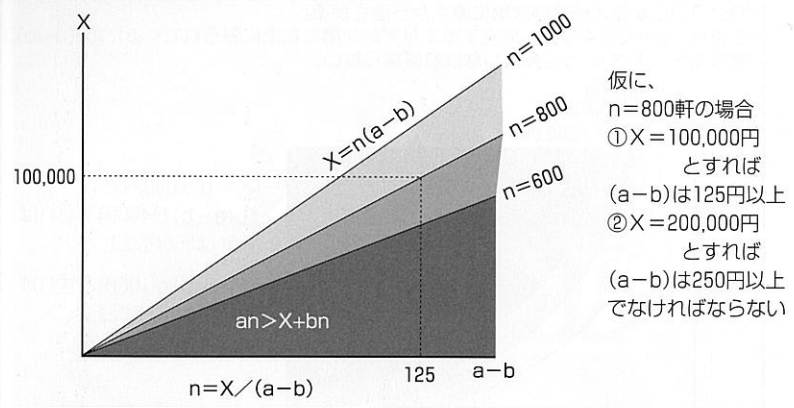
この点を、近頃業績を伸ばしている大衆薬卸の大木の松井秀夫社長は「卸売業はノード(結節点)として流通コストの『ナショナルミニマム』に貢献している」と述べている。

これらの総コストを比べて、 $n \times X + bn$ であれば、卸流通の方が安く卸の社会的存在意義があるということになる。直取の場合、aはメーカーが負担するコストである。卸流通の場合、Xはメーカーが負担し、bnは卸が負担するコストである。これらは最終的に小売店頭商品が行き渡るためのコストであり、誰が負担するかにかかわらず、社会の中の誰かが負担するわけであるから、より安く実現できた方に社会的効



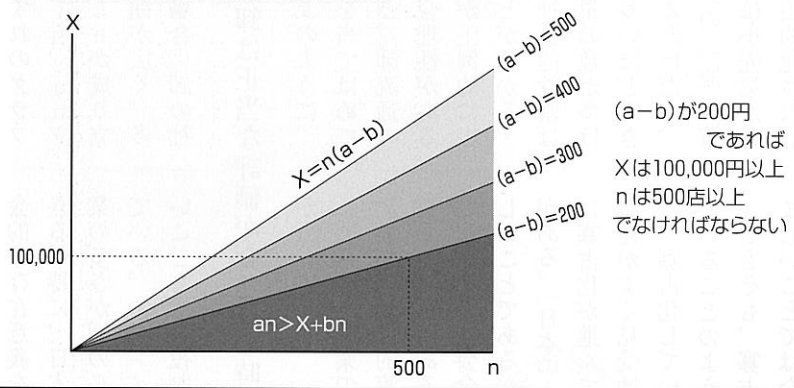
グラフ2

Xを縦軸、(a-b)を横軸とし、nを1000店、800店、600店として、それぞれグラフにすると各線は次第に傾きが緩やかになる。つまり、nが少なくなると成立するエリアが次第に右下に限られてくるため、Xをなるべく低く、(a-b)を大きくしなければならぬ。



グラフ3

Xを縦軸、nを横軸とし、(a-b)を500円、400円、300円、200円として、それぞれグラフにすると各線は次第に傾きが緩やかになる。つまり、(a-b)が少なくなると成立するエリアが次第に右下に限られてくるため、Xをなるべく低く、nを多くしなければならぬ。



卸売業で、○店の販売先小売業がある。つまり、五〇〇店の販売先小売業がある。読み取れる。いであるかが読み取れる。ボーダーラインがどのくらいであるかが読み取れる。この部分が広くなり、an > X+bnが成立する範囲が広まる。つまり、Xはメーカーと卸間のコストであるから、大型トラック代に加えて、通信費・伝票代、さらには

の部分を当てはめてみると、メーカーと卸との取引コスト一〇万円、aが五〇〇円、bが一〇〇円だから、 $n = 100,000 / (500 - 100)$ で、nは二五〇店である。つまり、販売先の小売業が二五〇店を下回る規模の卸店であれば、卸としての存在意義がないということになる。

次に、縦軸をX、横軸を(a-b)として、グラフ(グラフ2)を描いてみよう。nが六〇〇店の場合、八〇〇店の場合、一〇〇〇店の場合の三本のグラフを描いてみる。an > X+bnが成り立つエリアは直線の下になるが、nが少なくなるほど成り立つエリアが狭くなる。例えば、傘下に八〇〇店の小売店を擁している卸店は、Xが一〇万円とすれば、(a-b)は一三五円以上であれば良いということになる。Xが二〇万円とすれば、(a-b)は二五〇円以上の差をつけなければならならず、より配荷コストの削減

らどの程度まで負担できるかが分かる。さらに、縦軸をX、横軸をnとして、グラフ(グラフ3)を描いてみよう。(a-b)が五〇〇の場合、四〇〇の場合、三〇〇の場合、二〇〇の場合の四本のグラフを描いてみる。an > X+bnが成り立つエリアは直線の下になる。このグラフからは、直取と卸配送の差額(a-b)が一定の場合、

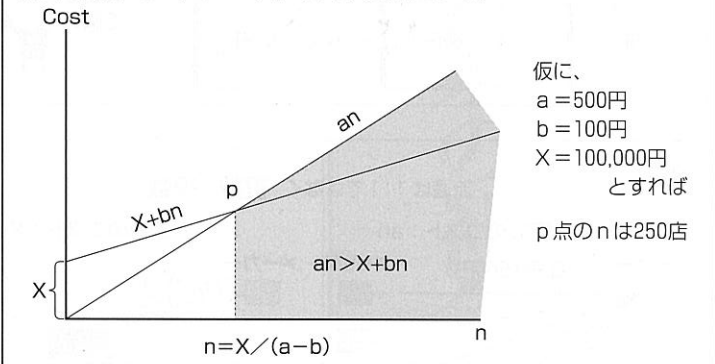
小売店の数とメーカーとの取引コストXとがいくらであればよいかを読み取れる。メーカーにとって都合が悪い見方かもしれないが、効率的な配送能力があり、多くの小売業との取引がある卸店は、メーカーにどの程度までの負担を求めることができると示している。もちろん、多くを求めすぎると卸の存在意義を失ってしまうことになるのだが、そのボーダーラインがどのくらいであるかが読み取れる。つまり、五〇〇店の販売先小売業がある卸売業で、

最後に、縦軸を(a-b)、横軸をnとして、グラフ(グラフ4)を描いてみよう。今度は曲線となる。Xが一〇万の場合、一五万の場合、二〇万の場合の3本のグラフを描いてみる。n > X+bnが成り立つエリアは曲線の右上になり、Xが大きくなるほど成り立つエリアが狭くなる。つまり、このグラフからは、メーカーとの取引コストXが決まっていれば、小売店の数nと(a-b)とがいくらであればよいかを読み取れる。曲線の右上の部分であれば、an > X+bnが成り立つ、Xが小さくなればなるほど、左下の部分が広くなり、an > X+bnが成立する範囲が広まる。つまり、Xはメーカーと卸間のコストであるから、大型トラック代に加えて、通信費・伝票代、さらには

の数値を当てはめてみると、メーカーと卸との取引コスト一〇万円、aが五〇〇円、bが一〇〇円だから、 $n = 100,000 / (500 - 100)$ で、nは二五〇店である。つまり、販売先の小売業が二五〇店を下回る規模の卸店であれば、卸としての存在意義がないということになる。

グラフ1

直取費用総額anと卸流通費用総額X+bnのグラフは、nが多くなるとともに右肩上がりに増加する。2線は、p点で交わる。p点はn=X/(a-b) 配送先店数nがX/(a-b)以上であれば、成立する。



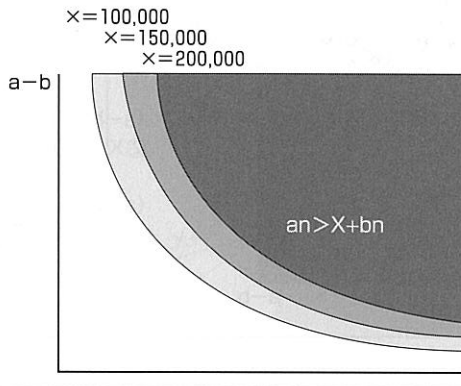
卸・小売間のコストbは、多くのメーカーの商品を束ねて取引をし、まとめて納品、つまり混載して物流するためかなり安くなる。仮に一〇〇円としてみよう。実際は、日用品雑貨では三〇〇五〇円ぐらいである。メーカーと卸間のコストXは、一トの大型トラックで納品すると数万円かかる。仮に一〇万円とする。また、小売店

数nは一〇〇〇店として計算してみよう。すると、anは五〇万円、X+bnは二〇万円となり、an > X+bn(五〇万円 > 二〇万円)が成立し、卸の存在には意義があることになる。これをグラフ(グラフ1)にしてみよう。nを横軸、総コストを

が必要とすることになる。このグラフからは、小売店の数が決まっている場合に、メーカーとの取引コストXと直取と卸配送の単価の差額(a-b)がいくらであればよいかを読み取れる。例えば、販売先小売店が一〇〇〇店で、メーカーとの取引コストが一〇万円であれば、(a-b)は一〇〇円であれば、実際は二〇〇円ほどであれば、あと一〇〇円の小売店との取引コストに余裕があるということになる。小売店から要求されるEOS通信料やセンターフィーをむやみに負担することは避けたいことだが、このグラフか

グラフ4

(a-b)を縦軸、nを横軸とし、Xを100,000円、150,000円、200,000円として、それぞれグラフにすると各線は次第に原点から遠ざかる。つまり、Xが大きくなると成立するエリアが次第に右上に限られてくるため、(a-b)をなるべく大きく、nを多くしなければならない。



- X=100,000円で
 ①(a-b)が400円とすれば
 nは250店以上
 ②(a-b)が100円とすれば
 nは1000店以上
 でなければならない

リベート、接待費も含まれる。Xが肥大化すると、 $a \leq n \sqrt{X} + b \cdot n$ が成り立たなくなり、直取りが選ばれることになる。卸は多額のリベートや特別割引を要求すると、メーカーは直取りを始めるかもしれない。

占化が進むという前提で論じられたものと思われる。たしかに、欧米では寡占化が進んだのだが、日本では進まなかった。寡占化が進んでいないということは日本の小売市場がむしろ健全な競争環境にあるということではないだろう

いずれのグラフを見ても、 $a \leq n \sqrt{X} + b \cdot n$ が成り立つ範囲が広く、多くの場合、卸の社

卸は正当な評価がなされる時期に来ている

以上のように、

数字を当てはめてみると、卸流通の方が合理性がある範囲が圧倒的に広いことが分かる。

卸の社会的役割は小売業の数が多いほど大きくなるわけだが、林氏の「流通革命」は小売業が大

幅に集約化され寡

会的な存在意義を見出すことができる。特に、日本の場合は、小売業の多さが卸の必要性をもたらしている。また、メーカーの数が多いいことも卸の役割を高めている。

必ずしも安くもないことにも気づく。欧米で乾電池を買ったら結構高かったという経験を持っている人は多いと思う。

寡占化が進むと、新規事業者を排除する参入障壁が築かれ、自由競争が阻害される。そうになると、サービスや商品の画一化がおこり、長期的には価格が高くなる。欧米でも、寡占化した小売業同士の競争があるため、むやみに価格が上がるわけではないが、調達面では、強力な囲い込みが行われている。それによって、メーカーが疲弊し、調達ネットワークから除外されたメーカーは立ち行かなくなり、多様性が失われる。

数字を当てはめてみると、卸流通の方が合理性がある範囲が圧倒的に広いことが分かる。卸の社会的役割は小売業の数が多いほど大きくなるわけだが、林氏の「流通革命」は小売業が大

幅に集約化され寡

占化が進むという前提で論じられたものと思われる。たしかに、欧米では寡占化が進んだのだが、日本では進まなかった。寡占化が進んでいないということは日本の小売市場がむしろ健全な競争環境にあるということではないだろう

日本では、多くの小売業が全国で独自の経営をしている。特に近頃は、地方の食品スーパーの存在感が目立つ。こうした多様な小売業が元気であるということは、健全なことで、消費者にとっても喜ぶべきことだ。そうした環境を作っているのが卸店である。そろそろ、卸売業は正当な評価がなされるべきときに来ているようだ。