

流通合理性の経済規範

森 宏

はじめに

一、流通のとらえ方

二、「市場」の合理性——斎藤氏の批判

三、流通の合理性——新たな視点

四、流通組織の合理性の指標

五、「有効競争」からの乖離

六、合理性規定の具体的手順

はじめに

小稿は、流通における合理性を概念的に整理し、可能な限り政策目的に資しうる具体的提言を行なおうとするものである。

論述の進め方としては、始めに合理化問題を正面から取り扱った数少ない研究の一つ、斎藤論文を批判的にレビューし、後半で近年アメリカで発達した「市場構造研究」⁽²⁾の接近に沿って、流通合理性の規範を打ち出すことにする。

注(1) 斎藤一夫「農産物市場における合理性」(『本誌』第九巻第二号)、およびその理論的基礎として、同「市場についての覚書」(『本誌』第八巻第二号)。

(2) たとえば、高橋伊一郎書評「ポール・シ・ファリス編『市場構造研究』」(『本誌』第一九巻第三号)、R. L. Clodius and W. F. Mueller, Market Structure Analysis as an Orientation for Research in Agricultural Economics,

Journal of Farm Economics, Vol. XLIII, No. 3, August 1961 など参照。

一、流通のとらえ方

斎藤一夫氏は、「市場」を「需給の相会する場」としてとらえ、それは、(1)価格形成と、(2)商品流通の二つの機能を果たすといわれる。そして(1)の側面からの市場現象の把握が「経済学的接近」であり、(2)の側面からのそれが「商業学的接近」である。

われわれが「流通」とか「マーケティング」とかの用語を使うとき、それに価値的側面と物的側面の両面があることが、暗に想定されていることが多い。一部に流通とは文字どおり商品流通を意味し、その限りで流通とはそもそも物的過程に他ならないとの主張もありえよう。

しかしそういう場合には、「物的流通」という言葉が特に用意されるのが普通になっている。⁽³⁾ R・コールズ教授も流通能率の概念を整理して、pricing or economic efficiency と operational efficiency という二分法を紹介している。⁽⁴⁾

もっとも、それらの用語の間に厳密な一致があるとは言えない。たとえば「物的流通」に相対する「非物的流通」が、上述の流通の「価値的」側面と同一であるかどうかは疑問である。あるいは「価値的」側面が、“pricing”に厳密に対応するかどうか明らかでない。コールズ自身、その定義が「ばく然」としていることを認めている。

だが用語法の厳格な議論を抜きにすれば、差し当たり、斎藤氏の「市場」と、ここで使う「流通」とは、ほぼ同じような事象を問題にしていると考えてよい。すなわち、斎藤氏が「市場の合理性」と言われる場合と、筆者が

「流通の合理性」という場合、対象はほぼ同じであると考へて差し支えない。

注(3) 林周二「中西陸編『現代の物的流通』(仮題) 日本経済新聞社出版局、昭和四三年一〇月刊行予定。

(4) R. L. Kohls, 'Toward a More Meaningful Concept of Marketing Efficiency', *Journal of Farm Economics*, Vol. XXXVIII, No. 1, February 1956

二、「市場」の合理性——斎藤氏の把握

斎藤氏は「市場の合理性」に、上記の二つの機能、(1)価格形成と(2)商品流通の観点からそれぞれ接近し、前者を「経済学の立場」、後者を「商業学の立場」とみなされる。そして、「技術的・制度的な細部事情の追究、各論的研究」に集中し過ぎたかんのある従来の商学的接近に対する反発もあってか、主要な関心は前者、すなわち「経済学における市場」の分析に向けられる。

第一の観点からみた市場の合理性は、「完全市場」の理想型にできるだけ近く、かつそのような形の市場の範囲ができるだけ広いことである。第二の観点からみた市場の合理性は、商品の流通範囲が広く、流通量が多く、流通能率が高いことである。煎じつめれば、経済学的にとらえた市場の合理性は「完全市場」形成の問題であり、商業学的にとらえたそれは能率の問題である。

斎藤氏の重要な特徴は、市場の合理性をとらえる上述の二つの接近が一貫して別建に進められ、相互の連関がほとんど無視されている点にある。もっとも市場のもつ上記両機能の有機的一体性には幾度か言及され、また二つの立場の接合が意図されるが、⁽⁵⁾実際の議論の展開においてはほとんどいかにされていない。それは氏の「完全市場」の

とらえ方からする論理的な必然でもある。

氏は、空間、時間、形式の三つの方向に向って広がりをもつ市場範囲において、一物一価の法則の妥当することをもって、市場の完全性を定義する。その意味するところは、「一定の商品の一定市場範囲内の地域的な価格差が輸送費用の差に、時間的な価格差が持越費用の差に、規格等級間の価格差が消費者の選択強度の差（生産費の差）に等しい場合に、はじめてその範囲内の市場は完全である」⁽⁶⁾。

市場の現実の広がりの中なかでは、たとえば産地と消費地という空間的な差は、収穫と消費の間の時間差や、多少の形質の差を伴うのが普通である。したがって実践的に再定義すれば、完全市場、すなわち合理的な市場の条件とは、対象とする広がりにおける価格差が、その間を流通させる費用に一致することである。簡単にいえば、価格差と流通費用の乖離の程度が、市場合理性の指標である。

氏は他方、合理的な市場のいま一つの指標として、能率を全く別個に用意される。すなわち、氏の「完全市場」の定義において、価格差に照応させられる「流通」費用の大きさは、いわば固定的なものとして扱われ、「能率」いかによっていかようにも変動するものとしての理解が、最後まであらわれることがない。

かくて斎藤氏の市場合理性の把握は、「経済学的」接近と「商業学的」のそれへの極端な二分法に終始し、「マージンとコストの形成のメカニズムそのものにふれず、したがって競争とそれとの関係も捨象されるという」⁽⁷⁾経済学的にもっとも興味ある課題が、残されることになる。

注(5) 「商品流通上の合理性は価格形成上の合理性と表裏一体の關係に立っており、価格が合理的に形成されることが商品流通の能率的たるための条件であり……」。(前出「合理性」一四六頁)。「われわれは市場のもつ価格形成、商品流通の二つ

の機能に偏せず、市場現象を総合的にとらえようと考える」(前出「覚書」一五二頁)など。

(6) 前出「合理性」一三六―一三七頁。なお、地域的な価格差が輸送費用の差に等しいというのは、たとえばAとBの消費地点を考え、両者の価格差が共通の出荷地Cからのそれぞれへの輸送費の差に等しいかどうかという状況を指しているものであろう。もしAとCの間の価格差であれば、輸送費の差ではなく、輸送費そのものである。時間・形式についても同じことがいえよう。

(7) 美土路達雄「農業をめぐる市場問題」『農林経済研究年報』第四号、一九四頁。美土路氏の指摘は、筆者がここでおうとしていることと大体同じ性質のものと考えてよいだろう。ただし氏は、「阿氏の商業学的市場論の経済学的再編、接合の成熟は今後にまつとして」(『前掲書』一九八頁)、斎藤氏に課題を残されたが、その後斎藤氏を含めその宿題を果たした人を知らない。

三、流通の合理性——新たな視点

生産と流通を分けることは一般的に便利である。だがたとえば、農家の行なう活動を生産、それ以降の活動を流通と、活動主体別に分けた場合、選別・荷造りを農家がやる場合と、商人や農協にゆだねる場合とでは、流通の範囲がことなってくる。そういう問題を避けるために、かりに圃場においてなされる活動を生産、それ以降の活動を流通というように、活動立地的に分けた場合も、たとえばコンバインが入って、脱穀まで圃場でやるようになるとか、これまで農家の庭先や屋内でやられていた脱穀・調整をライス・センターで集团的にやるようになるとかすれば、流通に含まれる活動範囲がこれまたことなってくるをえない。

そのため、活動タイプ別に生産・流通の細目を列記し、たとえば、選別・包装・輸送……は流通の範疇に入ると規定しても、かりに輸送に例をとると、ふつうには生産活動に含まれている企業内プラント間輸送や、プラン

ト内輸送が流通の範疇に押しやられるなどの不自然さが生ずる。それを避けるためには、活動リストが延々と長くなり、またそれなりの恣意さが生じてくる。⁽⁸⁾

きわめて素朴に、物を作る、ないし物ができるまでの過程が生産で、それ以降消費までが流通であるということもできよう。しかし一体「物」とは何かという問は、単純なようでむずかしい。実際、畜舎の牛と、肉屋で精肉になって並べられている牛では、どうみても同じ物とはいえない。事実、いわゆる流通過程のなかで、外観上の何らかの変化をこうむらない商品は少ない。しかもわれわれは単に外観や物化学的な形式を需要・消費するのではない。たとえば畑の上の一つ一つのいちごでなく、消費地の、しかも食卓の皿のなかの、ある集合体としてのいちごを問題にしているのである。樹上の十一月のりんごではなく、客間の五月のりんごである。

このように考えてみると、生産と流通は理論的に厳密に区別されうるものでないことがわかってくる。むしろ、消費に至る全過程が生産、すなわち「効用の創出」過程であるとみるのが、理論的に正しいように思われる。⁽⁹⁾ すなわち、理論的な範疇としての流通はありえず、ただ常識的・便宜的に、生産と流通の二分法が意味をもつというのである。

ところで、生産過程によって創出される効用には、(1)形式の効用、(2)時間の効用、および(3)空間の効用の三つが含まれる。F・L・トムゼンは第四として(4)所有の効用を数え、形式・時間および空間の三要素不変の条件で、所有権の移転によって効用が増加するような場合、所有の効用が付加されると呼んでいるようである。⁽¹⁰⁾

いうまでもなく、効用とは主観的なものであり、その絶対値を押えることはできない。したがって、また個人間の比較も、理論的には不可能である。ここで、所有権の移転(通常、形式・時間・空間の変化を伴う)によって効用が

増す、あるいは付加されるという場合、各経済主体の主観的なそれではなく、客観的に貨幣量の形をとって表われるものを指していることを断っておこう。

便宜上、「効用の創出」過程を、常識的に狭義の生産と流通に分けると、以上の議論からすれば、前者は(1)の形式的効用の創出に、他方後者は(2)の時間、(3)の空間、および(4)の所有の各効用の創出に、それぞれ比重がかかっているということができよう。

さて以上のように流通をとらえるとき、流通の合理性を眺める観点としてはただ一つ、「そのような効用の創出過程が、最小のコストで行なわれているかどうか」以外にはないと言わざるをえない。この場合、斎藤氏やその他多くの論者において、商品流通と並置されている二本柱の一つ、価格形成は、そのような効用の創出に必要なものもろの機能、たとえば、包装・規格化・情報伝達・輸送・貯蔵・販売促進……の一つとしての地位を占めるにすぎなくなるのである。⁽¹¹⁾

注(8) 以上の議論は、総理府統計審議会流通統計部会で、久保村隆祐(横浜大)、白井弘(日通総研)、林岡二(東大)の諸氏との度重なる討論からの筆者なりの結論である。むろん、討論の受けとめ方は各人各様であり、たとえば林氏のそれについては、同氏『流通革命新論』、中央公論社、とくま三三〜四二頁をみよ。

(9) F. L. Thomsen, *Agricultural Marketing*, McGraw-Hill, 1951, pp. 70~73.

(10) *Ibid.*, p. 71. 原語は possession utility である。筆者は正直うかつ、この第四の範疇については、理解が十分であるとはいえない。

(11) トムゼンの立場もこれである。前掲 *Agricultural Marketing* のなかで、価格形成(および発見)は最重要の取り扱いを受けているが、しかし理論的な機能範疇としては、格付品質管理・輸送・貯蔵など諸機能の一つである。*Ibid.*, p. 77, pp. 81~82, and chap. 8~11

四、流通組織の合理性の指標

生産物（*常軌的にとらえる以外にない）に、形式・時間・空間および所有の効用が創出・付加される場が、流通組織である。合理的な流通組織とは、そのような活動が最小のコストで行なわれている場に他ならない。

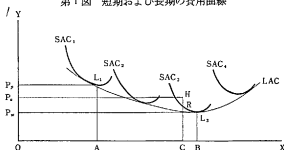
別の表現をすれば、形式・時間・空間および所有に関する広がりの中で、一物一価の法則が完徹している。すなわち価格差が最小の流通コストに一致していることが、われわれの「完全市場」の定義であり、完全市場であるか否かが、流通組織の合理性をみる指標である。

先に引用した斎藤氏との違いは、ここにおいて明らかである。すなわち、市場の広がり、ダイメンジョンのなかに、「所有」が入った点と、価格差に対応させられるものが、固定的、あるいは少なくとも漠然とした費用（差）ではなく、最小の費用である点である。もっとも第一の「所有」の点については、筆者として積極的に主張するものをここでもっていない。いずれにせよ、このようにみることによって、斎藤氏の果たしえなかった「商業学的市場論の経済学的再編」⁽¹²⁾の糸口がつかめることになる。

かくて問題は、流通組織の特定範囲の両端に見出だされる価格差と、その間に生産物を流通させる費用、もっと厳密にはその間を埋めるべく、形式・時間・空間および所有の効用を創出する費用との関係という、経済学の通常の次元の問題に還元することが可能になる。

ある特定の流通機能複合体（たとえば集配機能）の生産に、かりに第一図のような一連のコスト函数が想定されるとしよう。平均費用曲線 SAC₁は現在の技術条件のもとで、もっとも能率的な能力を表わす。『』はその最低点で

第1図 短期および長期の費用曲線



ある。この場合、流通活動が、各企業ともに、○Bの規模で行なわれることが、現在の条件のもとにおいてコストの最小化をもたらす。

しかしきわめて常識的に、企業の生産規模の大きいことは、当該産業ないし市場を構成する競争者数の減少を意味し、その限りにおいて、競争を弱めることになる。コストの上に付加される利潤の幅が増加するであろうし、あるいは短期的にも長期的にも能力の不完全利用がもたらされる恐れがある。あるいは、企業間の競争が価格以外の面で行なわれ、その結果、最終の効用には貢献することの少ない冗費の支出が増加するかもしれない。また超長期的にみれば、競争企業数の低下は技術進歩に対する刺激を弱めるかもしれないし、逆に企業規模の増大が研究投資の増加、効率化を可能にし、技術進歩を促進するかもしれない。

第一図に戻って以上の議論を例示しよう。企業数が多く、完全競争に近いSACの場合と、企業数が少なく、独占度の高いSACの場合の比較である。後者の場合は確かに、能力は不完全にしか利用されておらず(○B対○C)、またコストに付加される利潤の幅(RC対HR)も大きい。にも拘らず、能力の完全利用、利潤ゼロの前者にくらべ、価格面では、 $OP_2 > OP_1$ のとおり、より低く表われる場合もあるのである。これはわが国の経済界で最近とくに切実な問題になっている企業合併の主要な論点になっている。⁽¹⁵⁾

以上は、「有効競争」論そのものである。すなわち、一般に規模の節約が存在する経済において、能力の拡大に

よって費用が最小に近づく技術的な可能性が与えられ、他方価格形成はなるべく純粋競争の場合のように、費用曲線の最低点に近く行なわれる状況を、「有効競争的」と呼ぶのである。⁽¹⁾第一図ではさしずめ、能力の面では SAC、曲線の上で L₁ 点に近く、しかも価格は費用 BL₁ に一致する OP₁ に近くきまるといふ状況である。

かくて現実の経済において「合理的な」流通組織とは、対象となる形式・時間・空間および所有の効用の創出活動が、「有効競争的」に行なわれている場と定義することができよう。そして、現状の有効競争状態からの乖離の程度が、流通「合理性」の指標として役立ちうる。

注(12) 前出注(7)参照。

(13) 競争者の数は、競争を規制する数多くの構造条件の一つにすぎない。市場や産業をいかに把握するかによるが、単に競争者の多いことが、理論的な「完全競争」状態をもたらすと考えることがいかに非現実的であるかは、たとえば青果物の小売市場を分析した拙稿「卸売価格形成における小売商の不完全競争」(『本誌』第一八巻第四号)を参照せよ。

(14) コッで使っている「短期」は、プラントの規模を変えずに、技術的に産出量を動かさうる期間、「長期」は各生産者がプラントの規模を逐々または技術的に動かさうる期間。ヤコブ・ヴァイナーの用法に従った。したがって「超長期」とは、「長期」より長い期間、すなわち技術の変化を許さうる期間である。マーシャルの定義も基本的に同じである。Jacob Viner, *Cost Curves and Supply Curves, Readings in Price Theory*, American Economic Association, pp. 201~205.

(15) たとえば『東洋経済』臨時増刊・寡占特集、四一年二月六日、および『同誌』臨時増刊・企業合併特集、四三年七月三日など。

(16) 『有効競争』の原語は *Workable Competition*, *Effective Competition* など、J. M. Clark, *Toward a Concept of Workable Competition*, *American Economic Review*, June 1940, Vol. 30, No. 2, pp. 241~256 で使われた。概念的な整理なども同誌第 17 号、Part One: *A Workable Competition*, *Business Organization and Public Policy*, ed. by H. J. Levin, pp. 4~36 を参照。とくに貨物流通との関係では、

Effective Competition and Changing Patterns in the Marketing of Agricultural Products をテーマとする
題名論文特集号 *Journal of Farm Economics*, Vol. 48, No. 3, Part II, August 1966 などを参照。

(17) ジョージ・J・スタイグラーは、「有効競争」概念の意味を「恣意性をばげくついで、「有効競争的産業とは、ウワールカブルな女房とかウワールカブルな大学と同じで、それが関係する主題の研究には、到底役立ちそうにもない概念である」ときめつけ (G. J. Stigler, Report on Anti-trust Policy—Discussion, *American Economic Review*, May, 1956, Vol. 46, No. 2, p. 505) ショー・S・ヤンが「ハーバート・パーカーと我々」(「はたはた満足な (reasonably satisfactory) 」と規定している程であるから (J. S. Bain, *Industrial Organization*, p. 15) 概念の意味を「恣意さについて誰しも異存あるまい。しかしこの概念が、たとえば流通の合理化といった公共政策の面で、無力であるとは思われないという意味で、筆者もベイン同様、スタイグラーに反対の立場をとる。もっとも、「有効競争」という言葉を必ず使用しなければならぬという訳のものでもないが。

五、「有効競争」からの乖離

ある流通組織における競争の「有効さ」(ウワールカビリティ)をとらえるには、三つの方向がある。⁽¹⁸⁾ 第一は組織を形成する市場構造によるものである。すなわち、競争企業数がどれだけ存在し、相互間の規模や力関係はどうか、市場情報は財・用役を売る側、買う側にどれほど自由に伝達されているか。あるいは参入・参出がどれほど自由であるか否かなどについて検討する立場である。「構造規範派」と呼ぶことができる。⁽¹⁹⁾

第二は、組織のなかでとられている行動によるものである。すなわち、組織内の各企業は、それぞれ独立に価格をきめているのか、あるいは協定や談合によっているのか。価格先導者がいて、残りの企業はそれに従っているのか、ないしは従わせられているのか。協力して新参者を排除しようとしているかどうか。顧客の間に売り値ある

いは買値の差別をしているか否かなどについて検討する立場である。「行動規範派」⁽²⁰⁾と呼ぶことができる。

第三は組織が実際にあげている成果によるものである。組織内の企業全体として、まず、あげている利潤が適正なものか否か。規模の経済が、「短期的」にも「長期的」にも十分発揮されているかどうか。社会的には結局無駄と考えられる費用がどの程度支出されているか。技術の進歩（新技術の発見と採用）がどの程度急速に行なわれているかなどについて検討する立場である。「成果規範派」⁽²¹⁾と呼ぶことができる。

現実に対象とされる流通組織の合理性を測るには、以上の三つの立場別に、「有効競争」の一定の基準を設定し、現状のそれからの乖離の程度を測ることだろう。かりに「構造派」であれば、たとえば情報の伝達がなるべく完全であることを、基準の一つと考え、規格制度の整備、通信網の発達程度が、そうした基準からどれほどはなれているか、あるいは近づけられているかを合理性の指標とするのである。

われわれはここで第三の立場、すなわち「成果派」の立場をとろうと考える。理由はこれからの論述が明らかにしてくれるはずである。ところで、いずれの立場をとってもそうだが、まず問題になるのは、「規範」を構成するいくつかの局面のどれをもっとも重視するか、あるいはそれらにそれぞれどのようなウエイトをつけて、総合的な判断に資するかであろう。さもなければ、たとえば成果は、利潤に関しては「良く」⁽²²⁾（過大でない）、能力の利用度に関しては「悪く」（操業度が低い）、冗費的な販売費用に関しては「良く」（それが過大でない）などなどと、結局「対象」とされる流通組織は、ある面では合理的といえるし、他の面では不合理である云々」といった、どっちつかずの結論に導かれやすい。

もし成果基準の各局面が、いずれも相互補完的であるならば、それでも問題は少ない。よろしくない局面の改善

をはかりさえすればいいのである。だがしかし、現実にはそのような条件は必ずしも存在しない。たとえば、利潤のある程度の独占保証があつてこそ（たとえば特許）、技術の開発や採択が可能になる。あるいは一見無駄と思われる広告費の支出があつてはじめて、規模の経済がいかされるかもしれないのである。

したがって、A局面については「良く」、B局面については「悪い」といっても、あるいはいまい少しアクセントをつけて、Aについては、きわめて「良く」、Bについては軽度「悪い」といっても、それだから組織の成果は総合的にどうであるとか、どこにどう手を打つべきであるかなどの結論は容易に下しにくい。

われわれはこのような迷路に入りこむことを避けねばならない。そのためには流通の合理性を眺める観点について、第三節の後半で達した結論、すなわち「そのような効用の創出過程が、最小のコストで行なわれているかどうか」に立ち返るのが良いだろう。あるいは、第四節以降これまでの議論は単なる寄り道であったのかもしれない。

ともかく、特定の流通機能複合体が、効用を享受する側の立場にたつて常識的に最小に近いコスト（機能を提供する側からみれば要求価格）で営まれているか否かが、当該流通組織の合理性を眺める尺度である。とすれば、まえの議論に戻つて、提供される流通機能の価格が、与えられた市場条件（投入・産出両市場を含む）のなかで、常識的な最低の水準に近いかどうか、ここにおける唯一つの「成果基準」となる。

注(19) Clair Wilcox, *Public Policies toward Business*, Irwin, Inc., 1960, p. 321.

(15) Levin, *op. cit.*, pp. 4~5

(16) Bain, *op. cit.*, p. 3 拙稿「モノカル市場の競争構造と価格」(『本誌』第二一巻第二号)三節、一五頁など参照。

(17) Bain, *op. cit.*, p. 3, and Levin, *op. cit.*, pp. 4~5.

(18) ベインは「ウワカカンルな成果」とうた用語を用ひてゐる(Bain, *op. cit.*, p. 15)。

六、合理性測定の手順

まず、特定の流通組織において、ある機能の作出が、「その利用者の側からみて」現在いかなる費用（マージン）で行なわれているかを、明確に押える必要がある。その場合流通マージンの構成まで確定できれば、後述する合理化のための手口の発見が容易になる。

この作業に対応して、同じ流通機能が、理論的に最低いかほどのマージンで作出可能であるかを推定する必要がある。第一図を思い起こせば、この機能を生産するための短期および長期の費用関数を確定することである。

第一図にも示されているように、短期および長期の費用曲線は、一般にU型にえがかれる。すなわちある点までは、量の増加とともに、単位費用は低下するのである。この場合、量が増加すれば費用が下るのが予想されるとしても、現実には量の増加に種々の障害が存在することが珍しくない。

市場の絶対規模から量の増加が期しえないのであれば、われわれは理論的にも、そのような範囲はおとさねばならない。また現実にはそれだけの量をさばくには、たとえば宣伝費なり、その他の別項目の支出を伴うような場合には、問題はかなり微妙になる。なぜなら、それが単に競争の不完全さに基づく市場全体の「過剰な能力」の表現であれば、理論的にはそのような支出は好ましくない。だが、現在の市場が小さく、規模の経済を追求するために、より広範に顧客を求めねばならぬための支出であれば、その費用（の一部）は当然認められねばならないだろう。現実には、そこいらの区別がむずかしい事例が多い。

それらの難点を避けるために、きわめて現実妥協的な接近法も考えられる。たとえば量がふえれば、利潤が平均

水準に落ちれば、無駄な支出が節約されれば、新しい技術が採用されればなどなどの仮定の設問にこたえるべく、費用関数を導出するのではなく、条件の似かよった環境に置かれた現存の同種企業ないし群、あるいは対称商品の費用関数を、経験的に推計するのである。前者がいわば「エンジニアリング的方法」であるのに対し、後者は「スタティスティカルな方法」である。

むしろ前者の場合も、なんらかの現実データをもとにするのであり、他方後者の方も対象の細部を工学的に検討するといった処理を必要とする。そういう意味で、両者の間に画然たる区別を設けることはむずかしい。だが大雑把にいえば、たとえばR・G・ウォルシュ教授ほかのパンの製造・卸売り配送費用の研究や、E・M・バブ教授ほかの飲用乳の加工・配送費用の研究などは前者の範疇に入るものであり、J・K・ガルブレイス教授ほかのブルトリコの小売りおよび卸売り能率の研究や、筆者らのアメリカの食品小売価格の研究などは、後者の範疇に入ると考えてよいだろう。

日本の農産物流通研究においては、古くは丸山義皓氏らの、LPをつかった種じやがいの出荷費用の研究であり、最近では小林康平氏らの牛乳の出荷・集乳費用の研究であらう。⁽²⁹⁾強いて分ければ、前者は「エンジニアリング的」、後者は両者折衷といってもよいかもしれない。

ともかくかようにして、特定の流通組織において、対象範囲の現実のマージン（値開き）を確定し、他方それとエンジニアリング的、あるいは多少妥協して、スタティスティカルに推定された理論値の間の格差の発見につとめるのが第一歩である。

その場合マージンの総体としてばかりでなく、その内容構成にまで立ち入って分析できれば、なお好都合である

のはいうまでもない。だが現実の世界において、流通担当企業の協力がそこまでえられないことが少なくない。幸い企業側の協力がえられる場合にも、企業側の人為的な加工によって、価格および費用構造のありのままの姿がまげられる危険は十分存在する。しかし、価格あるいは両端の価格差としてのマージン総体は、その気になれば部外者にもつかみうる。

そういう意味で、筆者は細目の分析より、まず総体としての把握を最重視したい。利潤率が大きくとも、多少の冗費がみられようと、現実には安ければ良いではないかという思想である。「構造派」に対する「成果派」の立場をざりざりにつめれば、恐らくそういうことになるといえるかもしれない。独占でも寡占でも、財や用役が需要者側により安く供給されているのであれば良いではないかといった態度である。

かくて、ある流通組織における競争の「ウワカビリティ」の程度が、「成果」面でこのように確定されれば、次の手順としては、それを規定していると思われる「構造」要因の析出につとめることである。

公共政策の視点からして、公共機関は「企業活動の結果」、たとえば利潤の高さ、価格水準、などに直接関わるべきでない。⁽³⁰⁾ 公共機関に許される範囲は、望ましい結果がもたらされるような、少なくとも望ましからざる結果がもたらされにくいような環境、すなわち「構造」の整備に限らるべきである。

とすれば、具体的に流通の合理化を進める前提として、個々の流通の場において、「成果」に影響していると思われる「構造」諸要因が、望ましくはそれぞれの比重をもって、解明される必要がある。しかしベインのような、多数産業の平均的な観察の場合⁽³¹⁾はともかく、個々のケースについては、「構造」と「成果」の関係は、必ずしも明確にはでてこない。⁽³²⁾ 理論面でも、実証面でも、この分野の研究に残された宿題は大きい。

- (23) E. H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition*, Chap. V, or N. Kaldor, Market Imperfection and Excess Capacity, reprinted in *Readings in Price Theory*
- (24) R. G. Walsh and B. M. Evans, *Economics of Changes in Market Structure, Conduct, and Performance of the Baking Industry, 1947~1958*, University of Nebraska 本誌に引くが、拙稿「戦後の米穀と米の市場構造変化」(『本誌』第二二巻第三号)*、および中上田米「アメリカ米穀輸入業の戦後の市場構造変化」(『食糧』第三巻第二号、中小企業研究センター)を参照。
- (25) E. M. Babb, Changing Marketing Patterns and Competition in Fluid Milk, *Journal of Farm Economics*, Vol. 48, No. 3, Part II. D. W. Cobia and E. M. Babb, *Determining the Optimum Size of Fluid Milk Processing Plant and Sales Area*, Ag. Exp. Sta., Purdue University, May 1964. など、いずれも引くが、拙稿「アメリカ米穀輸入業の戦後の市場構造変化」(『食糧』第三巻第二号)*、および中上田米「アメリカ米穀輸入業の戦後の市場構造変化」(『食糧』第三巻第二号)*を参照。
- (26) J. K. Galbraith, R. H. Holton, *Marketing Efficiency in Puerto Rico*, Harvard University Press, 1955.
- (27) H. Mori and W. D. Gorman, An Empirical Investigation into the Relationship Between Market Structure and Performance as Measured by Prices, *Journal of Farm Economics*, Vol. 48, No. 3, Part II. W. D. Gorman and H. Mori, Economic Theory and Explanation of Differences in Price Levels Among Local Retail Markets, *Journal of Farm Economics*, Vol. 48, No. 5 拙稿「アメリカ米穀輸入業の戦後の市場構造変化」(『食糧』第三巻第二号)*、拙稿前掲「ローカル市場の競争構造」など参照。
- (28) 吉田省一、丸山義雄「種子馬鈴しよの空間均衡について」(矢島武編『農産物市場構造に関する研究』北海道大学農学部、昭和三十六年四月)など参照。
- (29) K. Kobayashi and S. Sawada, *A Study on Milk Handling and Its Cost*, Dept. of Ag. Econ., Kyushu University, March 1966. 小林廣路「牛乳の処理とそのコスト削減策」(『本誌』第二二巻第三号)*など参照。
- (30) Wilcox, *op. cit.*, p. 324.
- (31) Bain, *op. cit.*
- (32) H. Mori, *op. cit.* An Empirical Investigation せうじは拙稿前掲「ローカル市場の競争構造」一二四〜二三頁など

流通合理性の経済規範

を参照。