

商業の意義に關する若干の考察

岡 本 理 一

- 一 開 題——商業の學問と商業の意義
- 二 商業概念の變遷
- 三 商業學說の吟味
- 四 結 語——要約と今後の課題

一 開題——商業の學問と商業の意義

およそ商業に關する學問がこの世に生誕したのは、相當、以前のことゝ屬し、もしもその科學的體系の有無を嚴密に問うことなく、商業經營に必要な知識の集合體とするならば、これが濫觴はかなりの昔にさかのぼつてみなければならぬ。今日、ヨーロッパにおける商業學の最初の系統的業作と認められているジャック・サヴァリー (Jacques Savary, 1622—1690) の著『完全なる商人』 (Le Parfait Négociant) がフランスで刊行されたのは、一六七五年のことであるから、これを一應の起點とすれば、すでに二世紀半の年月がたつてゐることゝなる。^(註)

(註) 何故にサヴァリーの『完全なる商人』をもつて、商業學の最初の系統的業作とみられ得るかについては、次のときザイフェ

商業の意義に關する若干の考察

ント (Rudolf Seyffert) の所言から明かである。すなわち、ザイフェルトは、その編集にかゝる „Quellen und Studien zur Geschichte der Betriebswirtschaftslehre” の第五巻として、ロイクス (Johann Michael Leuchs, 1763—1836) の『商業の体系』(System des Handels) の第一版 (一八〇四年發行) を復刻して、一九三三年に刊行しているが、この書の巻頭において、彼は「商業學者としてのヨハン・ミカエル・ロイクス」なる序言を記して曰く「十八世紀から十九世紀の初めにかけて、多くの商業學 (Handlungswissenschaft) が現われてきたが、その中であつて、ルドヴィッチ (Carl Günther Ludovici, 1707—1778) とロイクスのものは、特別の地位を占めている。しかしこれら兩者の著書は、それに先んずるフランスのサヴァリーの著『完全なる商人』(Le Parfait Négociant) とその息子 (Philippe Louis Savary) の著『商業辭書』(Dictionnaire universel de Commerce) がなかつたならば、恐らく成就せなかつたであらう」と。そして、ザイフェルトは、ついで、右の兩書は、ドイツの商業學界に強い影響を与え、特に辭書ではくりかえし引用せられてなり、これらの時代を指して「商業學の系統的組織化の時代 (Periode der systematischen Handlungswissenschaft) といつてゐるのである。」(Rudolf Seyffert, a. a. O. S. 3ff.)

尤もサヴァリーの書は、商法の解説が約三分の一を占め、また半分以上は商業經營の技術的説明が、彼自身の實際的體驗にもとづいて記述されてゐるのであるから、學問的體系の整つたものとみることとはできないであらう。

次いで、これより約一世紀ほどおくれて、前記、ザイフェルトのいうごとく、ドイツのカメラ學派の學者、ルドヴィチがその編集にかゝる商業辭書『商人公開大學』(Akademie der Kaufleute : oder vollständiges Kaufmanns-Lexicon, 1752—1756.) の附録に商業學の體系を示し、更にこれよりやゝおかれて、前記、ロイクスの『商業の體系』が刊行されて (一八三九年) ロイクスの死後一の第四版では、書名を „Vollständige Handelswissenschaft, oder System des Handels” として、二巻になつて刊行されている)、商業の學問は、その内容、體系ともに整備してきただのである。いま、ロイクスの前掲書によつて、その商業の學問の體系をうかゞうに左の通りである。まず、廣義の商取引の學問 (Handlungswissenschaft) を「狹義の商取引の學問」(Handlungswissenschaft in engerm Sinne) と「商業知識」(Handelskunde) との二つに分ち、次に、前者に屬するものとして、(一) 交換用具論 (Tauschmitt-

ellehre) — 商品論 貨幣論、(二) 價值決定論 (Wertbestimmungslehre) — 計算論、(三) 商業論 (Handelslehre) — 總論、購買論、販賣論、支拂論、發送論、(四) 事務管理論 (Contorwissenschaft) — 簿記、通信、その他、(五) 投機論 (Spekulationswissenschaft)、(六) 運搬用具論 (Beforderungsmittel lehre) または國家取引論 (Statshandels-wissenschaft) をあげ、後者に屬するものとして、(一) 商品學 (Warenkunde)、(二) 商業地理 (Handelsgeographie)、(三) 商業史 (Handelsgeschichte) をあげてゐるのである。

かくて、今よりすでに約一世紀半も以前において、商業に關する學問はかなりの系統的な構成が行われ、その記述の中には、今日の商業學或は經營學の基盤的事項になつてゐるものが少くない。たゞその全體にわたる構成が、十分な科學的體系をそなえず、専ら商業經營に必要な諸知識を各方面よりかり集めて、できあがつたかのごとき觀を呈し、換言すれば、經濟學や法律學等からの借りものが多くして獨自の研究對象を具有せず、たとえ商品賣買ということが、その中心的な事項になつたとしても、なお技術的な記述に終始し、たとえば賣買契約の商慣習的技術を説くところの賣買論のごときに終り、附加するに、簿記、通信、商業算術等を以てするところの商業の學問であつたことは、未だ科學としての性格を十分にそなえたものでなかつたのである。これを要するに、初期における商業の學問は、それ以前のいわゆる「三つのR」(The Three R's, viz. Reading, Writing, Reckoning)を中心としたものゝ域を脱して、一應の體裁をととのえなければならぬ、なお技術的色彩が甚だ濃厚にして、いわゆる「商事要項」(Commercial Knowledge)の程度に止つてゐた。然るに、その後、資本主義の發展にともない、企業の經營規模が、漸次、大きくなり、また商品賣買や市場(販路)に關する問題が、經營上、甚だ重要な地位を占めるや、從來通りの經濟的、法律的、實務的知識の雜然たる集合體では、實際上、役立ち得ず、それみずから獨自の研究對象をもつと同時に、またそれらの諸知識を科學的に體系化することが要請されてきた。すなわち、企業の經營が、未だ小規模に止つてゐる間は、商業

の經營知識も甚だ單純にして、商品賣買についてはさほど大きな苦心を要せず、また市場開拓のためにも特別の方策を必要とせず、利潤の獲得は専ら賣買契約、商慣習、經營技術の習得によつて十分になされ得たのであるが、やがて生産規模が擴大し、交通機關も發達するに至れば、商品賣買に種々の方策を講じて販路の開拓をはかることは、著しく重要性を増すと同時に、その組織も次第に複雑化し、更に經營間の交通も頻繁化してきた爲、もはや經營技術の習得のみでは十分に目的を達し得ず、こゝに商業の組織並に職能につき、科学的究明を行うことが必要となり、このため、商業經營並に商業經濟に關する正確にして、且、精密なる知識の有機的體系化がなされるに至つたにほかならぬ。かの二十世紀の初頭以來のアメリカにおけるマーケティング研究の勃興やその後の發達と言ひ、またドイツにおける新興の經營学の擡頭と言ひ、いずれもかかる傾向を示す一證左とみることができよう。

同様のことは、我が國における商業の學問の發達についてもみられ得る。明治の初年、西洋文化の輸入と共に、商業の學問も入りきたり、それ以前の「讀み、書き、そろばん」を主眼とした「商賣往來」的知識にとつて代つたこと、前述の西洋におけると大差ないのであるが、それが、その後における名稱の變化と共に、漸次、學問としての體系化のなされてきたことは留意を要しよう。すなわち、かの「商業學校通則」（明治十七年發布）によつて設立された「商業學校」（名古屋、下關、長崎、京都、八幡、函館の商業學校）では、それを「商事要項」或は「商業要項」とよんでをり、後、これが東京高等商業學校（明治十七年設立）において規則の改正をみた際（明治二十八年）、「商業學」と改稱され、そのとき以來、この名稱のまゝで繼續して、今日まで、約七十年間を経過してきたのであるが、實にかゝる名稱の變化こそ、學問それ自體の質的向上を示すものにほかならぬのである。而して、これを最もよく證するものとして、故内池廉吉博士の著『商業學概論』の發刊と、その後における改修訂の經過事情をあげることができよう。何故に然るか。いうまでもなく、商業の學問が輸入された當初においては、他の學問と同様、ほとんど外國書の直譯に等しきも

のとして現われたのであるが、後にはこれをよく消化し、我が國の商業事情や商慣習等を附加して、系統的な體裁のととのつた述作も世に出で、内池博士の前記著書は、それらのうち、最も代表的なものとみられ得るのである。ところで、この發刊せられたのは明治三十九年のことに屬し、以來、たびたび改訂、修訂をかさねて、昭和十三年には改修第四十版をみるに至つたのであるが、この間の過程こそ、實に我が國における商業學發達の一面を十分に物語つてゐるように思われるのである。いま、これが一班の事情を窺知するため、昭和三年の改版（第二十四版）の際、同書に記された内池博士の「序」についてみよう。曰く「本書は普通教育有る人に、商業に關する組織的知識の一斑を授くるを目的とするものにして、各般の商事行爲を洩れなく解説するに昃めたれども、同時に斯かる知識に學理的系統を施して商業學の完成に資與せんとするの念は創刊以來寸時も著者の腦裏を離れざるところなりとす。然るに近時内外に於ける斯學の研究甚だ盛なるものあり、特に獨逸に在りては、前には私經濟學（商業學）、後には經營經濟學なる名稱の下に從來の國民經濟學の外に専ら産業經理の研究を特種目的とする一新部門の勃興するあり。英米諸國に在りても其の名に於て然らざるも、其の實に於て商業學に屬すべき物品の賣買及び其の配給組織に關する論議討究の至つて盛なるものあるを見る。此等の運動は予の爲め無上の教訓となり、刺戟となり、予をして本書の改作を企てしむるに至りたるなり。本來予は商業の機能を社會に於ける物資配給の合理化に求むるものにして配給の技術、機關、組織等に就き絶えざる興味を有す……（中略）……本書は先づ現代の商業は社會に於ける物資配給上如何なる役目を盡しつゝありやの問に答へ、尋で其の組織並に經營に關する理論を解説せんとするものなり」（内池廉吉博士、改修商業學概論、昭和十三年、序、一一二頁）と。

さて、以上、論述したところによつて知られるごとく、商業に關する學問は、西洋においては約一世紀前、また我が國においては約半世紀前に、その系統的な述作があらわれ、爾來、それぞれの諸國における商業經營の發達や、廣

商業の意義に關する若干の考察

く世界經濟の進展に多くの貢獻をしてきたのであるが、この間、漸次、科学的な體系化のなされてきたことは、一面、經濟社會の要望によるものと言いながら、他面、斯學關係者がよく經濟社會の變遷に注目して、その理論的構成につとめてきたことによるものといわねばならぬ。而して、こゝに本小稿の意圖するところとの關連において、特に留意を要する事柄は、かく商業の學問が、漸次、系統的に構成され、またその科学的體系化も試みられて、一つの「學」として形成すべく研究の深まるにともない、いつたい「商業」とは何であるか——ということ、換言すれば、商業の本質的要素や、そのもつ意義を經濟社會の進展に即應して明確ならしめてきたということである。たとえば、すでに前記の内池博士により、商業は商品の賣買企業なりという定義がなされて、これが長らくの間、我が國における支配的學說として普及したものであるが、その後、資本主義の發展にともない、新しき商業組織のあらわれるや、商品賣買ということとは、たしかに商業の活動乃至事象の主要な部分であることには相違ないけれども、なお、それを全般的に説明していない憾が存するのである。そして、それに代り、或は財貨の配給組織體をもつて商業とみるがごとき、或は取引企業をもつて商業と解するがごとき、その他多くの論者によつて種々の論議がなされてきたのである。商業の本質が何であり、また、その意義をいかに規定すべきやは、後述するところにゆずるが、とにかく今日、資本主義發展の新段階に直面して、商業の組織、形態、業務等に相當の變化あることは否み難いことであり、しかも他方において、商業の學問それ自身が、從來の古き衣を脱ぎすて、新しき一個の獨立科學として生成さるべき時期にきているのであるから、かゝる要請によくこたえ得る「商業の意義」を見出し、またそれを最もよく表明し得る商業の概念を構成することが必要となつているのである。

二 商業概念の變遷

次に、然らば商業の意義は、今日、いかに規定さるべきであるか。これには、後述のごとく、多くの學説がみられるのであるが、それに先だち、いつたい、商業の概念には、商業の發生以來、今日に至るまで、いかなる變化が存するか、それを一通り眺めることゝしよう。

思うに商業の本質は、財貨並に勞務の流通過程、特にその交換の中に存するものであるが、すでに交換の成立や交換經濟の發達が、人類の經濟生活の或程度の發展段階に達したる後にみられるものであるため、たとえ交換をもつて商業の原初的形態とみなすについては議論の餘地はあるとしても、とにかく、商業が長き歴史的段階における一事象であることは明かであろう。そして、それが今日にみるごとく、財貨の生産を行う農業、工業等の諸産業と並び存してよく發達し、人々の消費經濟に適合し得る組織をそなえて、その果す社会的任務のゆえに、人々の經濟生活の維持發展のためにはもとより、廣く産業の發達や社會經濟の進展のためにも不可欠の要素となるに至つたのは、まさに、十九世紀以降における「近代資本主義」の成立とその後の發達にまつものゝ甚だ多いことに鑑みると、一層その歴史性が痛感せられ、したがつて、今後においても、いかなる組織、形態をもつて變化するや、容易に豫斷を許さざるほどのものである。いま、上述せしところを明かならしめ、また後述の所論を歴史的に明かにするに役立たしめるため、商業が分業交換經濟の成立と共に生成し、次いで近代資本主義の成立、發展にともなつて發達してきた過程を素描してみたいと思う。

一般に、人類が、往昔、原始的な生活を営んでいた頃には、それが個人經濟體であれ、或は村落共產體であれ、日常の衣、食、住に必要な物資は、必ず自からの生産によつて供給し、充足していた爲、生産と消費は常に同一の個別經濟により、人格的に統一せられていた。換言すれば、生産者は即ち消費者であり、両者が別個の經濟體として存在することは甚だ稀であつたのである。同様にして、生産と消費とが場所的、時間的に統一されるのも原則的なことゝ

せられ、換言すれば、生産の場所と消費の場所とは常に制限された地域内に存し、それが遠く相離れることは少く、また時間的にも生産されたものは、間もなく消費されるを通常とし、兩者は著しく近接していたのである。このことは、往時、一般に交通の發達をみず、また貯藏の習慣があまり存しなかつたことによつても容易に知られるところである。かゝる自給自足の經濟生活においては、生産と消費とは、上述のごとく、人格的、場所的、時間的に統一されているゆゑ、物財の流通は一部の場所的移轉を除き、ほとんど生じないのである。その後、人口増加し、生活領域の擴大するにともない、物財の私有が認められ、分業が起るや、生産と消費は、漸次、人格的、場所的、時間的に分離するにいたり、そこに物財の流通をみるようになった。けだし、領域の擴大は、物の種類、數量等を豊富ならしめ、また人の天性や技能にもとづく技術的分業と自然的環境の相違にもとづく社会的分業の發達とは、人々の間における生産物の種類を著しく異ならしめ、しかも欲望の進化は、自己の生産物のみにて満足せず、他人の異なる生産物を欲求するにいたつた爲、最初は物と物との交換の形式により、後には貨幣を仲介とする賣買の形式をとつて、物財の移轉が行われるようになったからである。而して、かゝる物々交換の形式による物財の流通現象を商業とみるならば、ここに、一應、その起源をみだすことができるのである。

最も原始的な交換は、地域や文化發展の程度を異にする一種族と他種族との間において、余剰生産物につき、物々交換 (Barter system) の形式によるところの「團體的交換」をもつてはじまつているが、未だ個人的交換の行われなかつたのは、一種族内の人々は、ほゞ同様の生活様式をもち、職業上の分化もおこつていなかつたことに基因するものといわねばならぬ。而してかゝる團體的交換が兩種族の居住地の中間地帯において、双方、無言のうちに行われ、ほとんど相互の接觸や通話をみなかつたので「無言商業」 (stummer Handel) 或は「沈黙取引」 (Silent trade) といわれているが、ゾンバルトもいうように、この取引は、相當、長期間、つゞいた交換形態であつた。曰く「嘗て

經濟と交換とは同義語に解され、人類は交換によつて發展をつゞけ……それは根本的な經濟範疇であると信ぜられた時代もあつた。……我々は、人が他人と何ものかを交換することを身につけるまでには……かなりの長期にわたる訓練の過程 (langwierigen Erziehungsprozesses) を要したということを知つてゐる。「交換を好むものは詐欺をも好む」(Wer Lust zum Tauschen, hat auch Lust zum Betrügn.) ということは、今日でも子供の間に行われてゐる。すでにヘロドトスがカルタゴ人から伝えられた見聞として記してゐるように、本來の形態は沈黙取引であつたであらう——と。(W. Sombart, Der moderne Kapitalismus, 4 Aufl., 1921, Bd. I, 1. S. 93.)

その後、財貨の私有が認められ、分業組織も確立するようになって、團體間の直接交換は次第にすたれて、個人間の交換が行われるにいたり、その目的物も、最初の農業生産者間における余剰生産物から、漸次、手工業のおこるに及んで、農民の農産物と手工業者の工産物との交換へとすゝみ、廣く生活用物資にわたつて、全き交換經濟への轉換が行われたのである。ところで、もしも、以上のごとき團體的或は個人的交換をもつて「商業」とみるならば、その主體となるものは何人であるかというに、それは、後世のごとき、職業人としての商人にあらずして、その大部分は生産者の部類に屬する人々であつて、これらの者の行う掠奪的交換や一時的交換が多かつたのである。この交換を商業とみて、或は「掠奪商業」(Raubhandel) と言ふ、或は「當座商業」(Gelegenheitshandel) と言ふ所以は、かゝる理由によるものであらう。ところで、もと「交換經濟」とは、數個の經濟單位の間において、生産物の交換が行われ、人々の欲求が充足されるところの經濟組織をいうのであるが、これは村落が數世紀の變革過程を経て、漸次、都市に成長してゆくや、一轉期がおとすれ、「職業としての商業」を發生せしめる萌芽を生じたのである。それは、都市の發達にともない、職業上の分化を生じ、都市では主に手工業が行われ、田舎では農業が行われ、相互の生産物が都市の市場で直接交換がなされたので、商人の介在は、原則上、許されなかつたけれども、すでに少數ながら存在

して、多くの制限を受けながらも取引を行つていたからである。當時、都市の經濟政策は、都市と農村の相互の生産物を交換せしめても、それは全く都市住民の生活を安定せしめ、以て都市經濟の維持發展をはかるにあつた爲、これら住民を買占め、賣惜み、高い値段、粗惡な品質、品不足等のごときことから保護するにあつたことは、原則として商人の介在を許さず、すべては常習的に都市の市場において、交換することを強制されていたのである。たゞ、かかる商人の中には定期市をわたり歩くのもあつたが、やがて一定の場所に定着して、都市を形成するものが少なくなつたのである。要するに、都市經濟時代の市場は、純然たる「消費者のための市場」であつて、今日にみるような「商人の市場」ではなかつた。アダム・スミスが名著『國富論』において、「文明社会における商業の大部分は、都市と田舎の住民の間において行われている。それは、粗製産物と製造品とを、直接か、或は貨幣またはそれを代表する或種の紙幣の仲介による交換において成立する。田舎は都市に食料品と製造原料を供給し、都市は田舎の農民に一部の工業生産物を返付して、その供給に報つてゐる」(“Wealth of Nations” Bk. III, Ch. I, p. 431.)と云つたのは、全く當時の交換形態を観察した結果にもとづくものといひ得、かゝる“Commerce”を二十世紀の今日における“Commerce”に比するとき、たとえ、交換という形式において相違はないとしても、その組織において、また形態、業務において、その間、大いなる差異の存することが知られるのである。

その後、交通が發達して都市間の相互依存がおこり、民族的に統一せる近代國家が成立するに及んで、都市經濟は崩壊したのであるが、そこに發生せる商業は一定の場所に店舗をかまえて、常住的に商品の販賣を行うところの商人による「定住商業」である。而して、これにいたるまでの過程において、商品販賣の組織として、「行商」(「渡り商業」—Wanderhandel)のあつたことは、獨立的な商業の一形態として注目されねばならぬ。行商として、最初、現われたのは、手工業者が自己の製品を賣り歩いたものであるが、後には、他人の生産物を賣り歩き、ゾンバルトもい

うように、初期資本主義の時代においては重要性を失わず、たとえば煙草、コーヒ、砂糖、胡椒の類は、彼等の肩にのせて全ヨーロッパに賣りさばかれていたのである。行商人は新製品の需要を喚起し、同時に、彼等のうちに近代的な商業精神を養つた點で、重要な意義をもつものとせられる。行商は多く他國人によつて行われたが、ユダヤ人はあらゆる國にわたつて活動していたのである。

定住商業は一定場所に店舗を設け商品の賣買を専業とするものであるが、これが本格的な發達をとげ、「職業としての商業」(berufsmässiger Handel)の成立をみて、いわゆる商人身分が確立するにいたつたのは、十九世紀以後のことに屬する。すなわち、政治的には民族的統一國家が成立し、また經濟的には一國全體を領域とする交換經濟社會が成立し、商業は從來の都市經濟からうけた各般の拘束を脱して、自からの道を歩み得ることゝなつたのであるが、これは、主として、かの十八世紀末葉の産業革命に端を發する生産組織上の大變革と、これにもとづく資本主義の制度的確立によるところ甚だ大なるものが存するのである。換言すれば、これによつて、從來の手工業は機械工業に變り、家内工業は工場工業に移つて、市場を對象とするところの「商品生産」が擴大的に行われ、生産者は自己の生産物が何人によつて消費せられるやを知らず、消費者また何人の生産せるものなるやを知らずして、日常、商品を消費するところの市場生産の時代となり、こゝに兩者間に存する人格的、場所的、時間的懸隔を連結するため、商業の存在が必要不可欠のものとなつたのである。いわゆる「再販賣のための購入」ということが、本格的に行われたのは、この時代のことである。そして、大量生産が、ときに過剰生産の様相を呈するや、これが解決をはかるため、いわゆる「配給經濟問題」を發生せしめて、こゝに商業は一層の重要性を帯びて著しき發達をとげ、當初、生産者と消費者との中間にたゞ一個の段階として介在していた商業は、次第に縦に分化して、買集、卸賣、仲買、小賣等の商業が配給組織内に生起し、分業的にそれぞれの業務を擔當したのである。卸賣商業と小賣商業との分化は、イギリス

商業の意義に關する若干の考察

では十六世紀、フランスでは十七世紀の頃といわれているが、それが萬屋式の商品賣買業より、特定の商品を取扱う専門的な賣買業に移行したのは、資本主義成立後、特に十九世紀に入つてから顯著なものがみられるのである。

近代商業は上記のごとく、商品賣買業の縦の分化によつて發達をとげたのみならず、更に横に分化することによつて、一層それが顯著となつてきた。すなわち、商品賣買業が買集、卸賣、仲買、小賣等の各業態に分化しても、それぞれの配給圏内においては、運送、保管、金融、保險等、配給業務の遂行に必要な一切の職務を擔當してきたのであるが、やがて時代の進展にともない、分業の理法にもとづくところの專業化をみて、職種別に商品賣買業のほか、運送業、倉庫業、金融業、保險業等、別個の新しい商業を生起せしめ、更にこれら新しき各職種別商業の中においても、また細分化をみたのである。かくて、商業は縦にまた横に分化するにいたつて、一應、その發展の頂點に達したかのごとく思われるのであるが、やがて二十世紀の後半に入れる今日においては、資本主義の高度の發展にともない、商業、特に商品賣買業につき、その廢除傾向を反面にともなうところの、新しき商業組織が構成せられるようになってきた。すなわち、商品賣買業は、單に從來の固有の商業者が經營するものにかぎらず、その販賣面において、本來の生産者に屬する製造工業者や農民の組織する農業協同組合（販賣組合）等の經營するものが現われ、また購買面において、本來の消費者たる一般民衆の組織する生活協同組合やその他の購買組合の經營によるものも生じ、更に大資本による卸賣会社や百貨店等の經營も發達して、これにより、漸次、小資本の商業者は廢除されているのである。しかも、近時、公企業や公共企業體のごとき、全く公共の利益を増進するため、商品の賣買を行い、サービスの提供を行うものも生じて、これらがいわゆる「資本主義の社会化」という新動向に即應して、重要な原料、資材や主要生活必需品等の配給を公正、且、圓滑に行うための經營形態としてとられるにいたつては、商業概念につき、著しき變化のあることが知られ、もはや一世紀前はもとより、十年前の商業概念をもつてしても、今日のそれを正確に把握するに、

困難をおぼえるほどの變貌ぶりがみられるのである。

これを要するに、商業の概念は時代をこえて固定しているものでなく、時勢の進展につれて變化するものである。既述せしところによつて明かなることく、太古の昔、異種族間において行われた團體的交換（無言商業）を、都市經濟の時代、都市の住民と田舎の農民との間に行われた強制的直接交換に比するとき、明かに概念上の差異が認められるし、また、新しき生産組織の續出した産業革命の時代、再販賣のための購入という營業が、一國經濟組織の成立に不可欠の要素となり、漸く商人の地位が確立した頃の商業と、資本主義の高度に發展して、一部にいわゆる「社会化商業」とでも名付くべきものゝ發生せる今日のそれとの間にも、著しき相違のあることが知られるのである。それゆゑ、古今を通じて變らざる商業概念を求めることは、もとより不可能であつて、同様にその意義についても、種々の異なるものをみるのである。然らば、今日、商業の意義はいかに解さるべきであるか、次章において論述することとしよう。

三 商業學說の吟味

一 過去の商業學說

今日、商業の何たるかについては、後述のごとく、多くの論者によつて種々の定義が行われ、いずれも現代における商業の目的、組織、職能等につき、何等かの説明を與えているのであるが、しかし、これは、多少にかゝわらず、過去において斯学の論者が行つた諸學說にもとづきつゝ、爾後の時勢の進展にともなうこれが概念の變遷に適應して、改革を施したものであると思われるゆゑ、こゝに、一應、過去において、商業はいかなる意義を與えられていたか、簡単に論述しておこう。

商業の意義に關する若干の考察

(一) 先ず、財貨の「交換」をもつて商業とみる學説があげられる。

これは、從來、「交換則商業説」と稱されてきたものである。主として、中世の都市經濟の時代に行われたところの直接交換を指して、商業と定義したものであつて、既述のごとく、スミスが「文明社會における商業の大部分は、都市と田舎の住民間における交換である」と言い、またメロンが「商業とは余剰品と必需品との交換である」(H. Commerce est l'échange du superflu le nécessaire.)⁽¹⁾といったのはこれにあたる。

思うに事物の具有する名稱は、その時代、その社會における一つの便宜的手段として附けられるものであるから、嘗ての都市經濟の時代に「直接交換」が商業といわれ、それ以外に商業とみるべきものがなかつたというのであれば、それは、その時の商業の定義として認められてよいであろう。しかしながら、今日においては、物の「交換」が行われさえすれば、それが直ちに「商業」とみられ得るものでなく、商業として成立するためには、そこに何等かの限定がなされることを要する。すなわち、その交換が、或目的のもと、一定の組織により、社会的に有用な任務をはたしているというのがごときことが必要となるのである。

かくて、今日、單なる「交換」をもつて、商業とみることは許されざるのみならず、更に上記の直接的交換を今日の發達せる交換に比するとき、その間、經濟的にみて、本質的な差異の存することは留意を要しよう。嘗て歴史學派の學者、ヒルデブランド(Bruno Hildebrand)は、人類の經濟的發達を交換の方面から三期に分け、第一期の自然經濟(Die Naturalwirtschaft)の時代には物と物との直接交換が行われ、第二期の貨幣經濟(Die Geldwirtschaft)の時代には物を貨幣に代え、貨幣を物に代える間接の交換が行われ、第三期の信用經濟(Die Kreditwirtschaft)の時代には信用制度を併用して、物と貨幣及び信用とが交換せられると説いているが、このように、今日の交換は信用制度の發達により、遂來、同一の物または同價の物を授受する約束、すなわち信用で(das Versprechen um, in

Zukunft denselben oder einen gleichen Wert zurückzuerstatten, d. h. gegen Kredit.^(a) 交換が行われているゆえ、上記、スミス等の意味した交換と非常に異なるものがみられるのである。「交換則商業説」を指して、過去の学説という所以は、實にかゝる理由によるものである。

(二) 次に、財貨を「再販賣のために購入する經營(營業)」を商業とみる学説があげられる。

これは、從來、「再販賣購入説」と稱されてきたものである。主として、近代資本主義の成立以後、特に十九世紀以來、財貨の流通は商人が購入してこれを販賣するという形式になることが常態となり、商業は職業としての獨立的な營利行爲(eine berufliche, selbständige Erwerbstätigkeit)となるにいたつて唱えられたものである。たとえば、レキデスが「商業は利潤を目的として財貨を交換し、または購入し(Eintausches oder Ankufs von Gütern)それを再販賣するところの(Wiederveräusserung derselben)營業的經營(gewerbsmässige Betrieb)である」と^(s)言ひ、また「商業は本來の意味において、營業的に行われる商品或は有價證券の購入と再販賣(Anschaffung und Weiterveräusserung von Waren oder Wertpapieren)であつて、その際、商品の實體は何等變化されるものでもない⁽⁴⁾のである」といつているが⁽⁴⁾とき、ロッキンヤーが「我々は商業を再販賣(Wiederverkauf)のため、營業的に行われる購入(gewerbsmässig betriebene Kaufen)と解する。それゆえ、單なる生産者の賣却業務や單なる消費者の營業務と嚴格に區別せられる」といつているが⁽⁵⁾とき、マタヤが「商業は財貨を購入、交換及び再販賣を營業的に行ふところである(Handel ist gewerbsmässig betrieben der Einkauf und Eintausch von Gütern und die Wiederveräusserung derselben)。その主たる目的は財貨に加工して供給することなく、或は自己の消費に供することでもなく、利潤を得て再販賣する(wieder abzusetzen)ことである」といつているのは、すべてこれに當る。思うに再販賣のため、財貨を購入するところの經營は、今日の商品賣買業についてみられるところであり、しか

もその賣買經營が營業的に行われることも、多くの商業經營と異なるところがないかのごとくみえるゆえ、これを過去の學說としてとりあげることが、或は不當とせられるかもしれない。否、これが前述の「交換則商業說」と異り、交換に代るに賣買をもつてし、しかも商業の目的は營利にあると明言せることは、むしろ現代性をそなえたものとさえ、いわれるかもしれない。たしかに中世の社會においては、商業が、何等、財貨の價值を増加することなく、たゞその所在を變えるにすぎざるものなるのゆえをもつて、營利主義をとることを排斥され、ヨーロッパでは、キリスト敎の敎理にもとるといふ理由により、禁止されていたこと周知の通りであり、また我が國でも、かゝる職業のゆえに、いわゆる士、農、工、商と稱して、商人は四臣の最下位におかれてきたのであるが、これが資本主義の成立と共に商品生産が行われるや、營利は公然と認められ、やがて當然のこととして、商業もこれを目的に經營し得るようになったのであるから、これを古き學說として捨て去ることはできないように思われるのである。

しかしながら、今日において、營利の目的をもつて再販賣のため購入する經營のみを、商業とみることは正當と言ひ難い。何となれば、成程、前述の通り、近代資本主義の成立以來、商業者は營利の衝動にかられて商品の賣買を行つてきたこと甚だ多く、ためにこれが商業の本質的要素であるかのごとくみられてきたこともあるが、しかし營利の衝動は、ひとり商業の經營にのみ特有のものにあらず、他の工業、農業等のごとき生産業にも存するものであり、しかも今日においては、協同組合や公企業の經營にみのごとく營利を目的とせず、公益の維持増進を目指して商品の賣買その他の業務を行うものも存し、次第に常態化せんとする傾向にあるからである。また後述のごとく、今日の大工業における配給經營や協同組合の配給經營等は、必ずしも再販賣のために購入する經營にあらざるものゝ甚だ多い點において、斯説は妥當性を欠くのみならず、更に既述のごとき、商業の横の分化がすゝんで金融業、運送業、保險業、倉庫業等の商業をみて、これらが、全然、財貨の「再販賣のための購入」という經營(營業)にあらざることは、

斯説が十分の現代性をもつものとみるを許すものでない。

(三) 更に、商業をもつて財貨の「生産部門」とみる学説があげられる。

これは、従来、「商業生産説」と稱されてきたものである。主として、フィデオクラートにより、十八世紀の頃、農業のみが眞の生産を行うものであるという見解のとられたのに對し、セイ (Jean Baptiste Say) がこれを排して、生産は單に有形生産のみならず、無形的、非物質的なものもあることも認め、商業や工業は效用を創造するのゆえに、生産的なものとしたのと符合するものである。たとえば、エーレンベルヒが「商業は經濟財につき、自然の場所的窮乏を克服すること (die örtliche Knappheit der Natur an wirtschaftlichen Gütern zu überwinden) を任務とする生産部門 (Produktionsart) である」といつているのはこれにあたる。

思うに今日の經濟組織のもとにあつては、財貨の價值は農業、鑛業等のごとき物財の性質を變ずる技術的純生産行為によつて増加するのみならず、更に財貨の所在を變更する社会的流通によつても増加しているようにみられる。これはセイが、パリでスペインの葡萄酒を買うとすれば、支拂う貨幣と受取る葡萄酒とは等しい價值をもつてをり、葡萄酒がそれだけの價值をもち得るのは「それを運送して、商人の手によつて實際に價值が増大しているからである」(sa valeur s'est véritablement accrue entre les mains du commerçant, par le transport.)⁽⁸⁾といつたことによつて、よく知られよう。

しかしながら、商業が財貨の價值を増加して、生産的なるのゆえをもつて、それを農業その他の生産業と同一視することは許されない。もともと最初の生産より最後の消費にいたる經濟過程を考えると、生産過程と流通過程とは判然と區別せられ得、かの古典学派の学者が生産過程の中に流通過程を包含し、流通をもつて一種の生産と考え、それ自體の存在を認めざるがとき見解は正當と言ひ難い。かくて流通過程における經濟活動の組織として商業が存

商業の意義に關する若干の考察

在し得ることとなる。もちろん今日の生産企業は、その内部において、原料、資材の購入や製品の販賣等を行う部門を有し、この部門のみについては、たしかに商業經營が存するものと言ひ得るのであるが、しかし、このゆえをもつて、その産業の活動や組織の全體を商業とみることが許されるところでない。なお、斯説は、商業の社会的任務を生産と消費の間に存する場所的懸隔の連結にのみ求めているようであるが、しかしその任務はこれでつきるものでなく、更に重要なものとして人格的懸隔と時間的懸隔の連結をはかるといふことも存するゆえ、これらの點においても、甚だしく正當性を欠くものといわねばならぬ。

(註) 1 Melon, Essai Politique sur le Commerce, 1734, p. 15.

2 Bruno Hildebrand, Nationalökonomie der Gegenwart und Zukunft und andere gesammelte Schriften, Bd. I, 1922, S. 329f.

3 Wilhelm Lexis, Handel, in Schönbergs Handbuch der Politischen Ökonomie, Bd. II, 1891, S. 811.

4 W. Lexis, Handelswesen (Sammlung Götschen), 1906, S. 5.

5 Wilhelm Roscher, Nationalökonomie des Handels und Gewerbefleisses, 1881, S. 57.

6 Victor Mataja, Handel, in Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Bd. 4, 1910, S. 242.

7 Richard Ehrenberg, Handel, in Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Bd. V, 1923, S. 22.

8 Jean Baptiste Say, Traité d'économie politique, 1861, p. 61.

二 現在の商業學說

周知の通り、今日、通行の商業概念としては、すでに福田敬太郎博士により、「賣買營業說」「配給組織體說」及び「取引企業說」の三つがあげられ、それぞれ所說の要點と、その批判、主張等が行われている(福田敬太郎博士『新訂商業概論』昭和十四年、參照)。したがつて「現在の商業學說」については、これら三者の論述のみにて足り、これ以

上、何ものをもつけ加えるの要をみないかのごとく思われるのであるが、しかし、その後、我が國で唱えられている諸學說の中には、なお嚴密なる分類において、若干、これら三者と範疇を異にするものもあるように考えられるので、以下これらをも含めて、現在の商業學說を論述し、それらの吟味をも試みることにしよう。

(一) 賣買企業說(賣買營業說)

これは、從來、主として經濟學者の間においてとられてきた通說であつて、商品の賣買を行う企業(營業)を商業とみるものである。斯說の我が國における代表者は故内池廉吉博士であつて、その著『改修商業學概論』(昭和十三年改修第四十版)によれば、「商業とは貨物の交換若くは賣買により生産者と消費者との間に存する人的・場所的・時間的懸隔を連結するを目的とする企業なり」(上掲書、一六頁)とし、商業は次の要素よりなるものとする。すなわち「第一、商業は貨物の交換若くは賣買を手段とする。第二、商業の目的は貨物の生産者と貨物の消費者との間に存する人的・場所的・時間的懸隔を連結するに在る。第三、現代に於ける商業は企業である」と。これについてみるに、先ず、第一の要素は、商業の必要手段を指したものであつて、たとえ貨物が轉々と流通するとも、博士によれば贈與、無主物占有、盜取等の手段によるときは、斷じて商業ではないことになる。次に、第二の要素は、商業の職能——博士によれば目的とせられる——を指したものであつて、すなわち、商業は需要と供給の媒介を行い、生産と消費とを適合せしめるものである。更に、第三の要素は、商業の形態を指したものであつて、今日の經濟組織のもとにおいては、それは一つの企業として營まれるというのである。而して、企業の意義につき、博士は經濟學上の通說にしたがい、「自己の計算と危險とを以て規則的に且つ繼續的に行ふところの營利行爲なり」といつてをり、それが「行爲」であつて、商品賣買を行う組織體、經營體でないようにみられるのは、留意を要する事柄であらう。

さて、斯說に對する批判としては、すでに福田博士により、商業を取引企業と解する立場から、相當、詳細に行わ

商業の意義に關する若干の考察

れている。いま、行論の順序として、その要點をあげると左の通りである。

先ず、商業の目的物を商品のみに限ることは、現在の經濟事情に適しない。何となれば、銀行業その他の金融業のごとき資本取引を業とするもの、或は運送業、保險業、倉庫業等のごとき勞務取引を業とするものは、決して商品その目的物（客體）としているものでなく、前者は資本を、後者は勞務を目的物としているからである。次に、斯説が商業の取引形態を賣買のみに限ることも妥當でない。何となれば、商品の取引は賣買の形態をもつて行われるけれども、資本及び勞務の取引は賣買の形態をもつて行われなければならないからである。商業の取引形態としては、商品の賣買取引のほか、資本の貸借取引及び勞務の授受取引の兩者を併存せしめることを要する。更に、商業は營利を目的として營まれるものとみることにも現狀に適しない。何となれば、今日、商品取引の範圍において營利を目的とせざる公共機關があらわれ、また商品取引以外の取引において、甚大なる非營利的組織が活動しているからである（福田敬太郎博士、新訂商業概論、昭和十四年、六〇—六四頁、同、商學入門、昭和二十五年、一三一—一四頁）。

なお、内池博士は、商業の實際的形態として、第一、商業が固有の形態を以て存在する場合（商人商業）、第二、工業と結合して存在する場合（工場商業）、第三、商務の一部を以て營利の目的とする場合（商業補助業、商業機關業）の三つをあげ、第一と第二のものは商業であるのに對し、第三のものについては「運送・倉庫・保險・銀行・各種代理業等種々の補助業務……は固より商業其の物ではないが、商業と親密なる關係を有し、其の存在は商業の遂行に一日も缺くべからざるものである」（内池博士、上掲書、一八一—九頁）という理由により「商業補助業」もしくは「商業機關業」とよんでいる。しかしながら、かくては、既述のごとき商業が横に分化してきた發展を無視してをり、社會通念としての商業と一致せざるのみならず、假りに商業をきわめて狹義に解して商品賣買業に限るとしても、運送業、倉庫業、保險業、銀行業、各種代理業等が、斯説のごとく、商業の補助的地位になつてゐるものとみるのは、今

日ではあたらない。何となれば、歴史上よりみるとき、たしかに商品賣買業が最も早く發達し、その他のものは分業的に補助業務を行うため、相當おくれて生成したものであるから、當初において、固有、補助の稱呼はあたつていたであろうが、現在にあつては、かゝる輕重の差は認められず、從來、商業補助業と考えられた運送業、倉庫業、保險業、銀行業等は、商品賣買業に對して補助的地位にたつものでなく、反つて、廣く産業の發達に、また國民生活の安定にきわめて重要な地位を占めているからである。

(二) 商業賣買説

これは、谷口吉彦博士の所説を假りに、かく名付けたものであつて、前述の「賣買企業説」と同様、商品賣買に論點を置いたものであるが、たゞ前説がかなり個別經濟の營利的見地にたつてゐるのに對し、これは國民經濟的見地から、商業の意義を規定せんとするものである。すなわち、谷口博士の著『商業組織の特殊研究』（昭和六年）によれば、——商業の事象は、これを「經濟活動としての商業」と「經濟現象としての商業」とに分け、今日の社会における商業活動の本質を商品の賣買に求め、かゝる商品賣買活動が、多數、社会的に結合された無意識的結果として、自然に發生せる社会經濟現象を、經濟現象としての商業としている（上掲書、九—二八頁）。この點、同じく商品賣買といふことに主眼を置きながら、前述の賣買企業説と非常に異なるところであるが、更に斯論のいふところを敷衍すれば左の通りである。

先ず、商業の本質または商業の本質的活動が商品の賣買であるとは、轉賣の目的をもつて商品を買入れ、これを他の商品に轉換することなくして他に販賣するところの意識的、計畫的、統一的活動である。したがつて、營利を目的としてゐることはいうまでもないが、しかし、營利はひとり商業活動に限られるものでなく、今日、すべての産業は營利活動として營まれるゆゑ、營利を商業の本質的要素とはみていない。博士によれば、商業活動の本質とは、それ

商業の意義に關する若干の考察

なき場合に商業と認められず、それある場合に商業と認められる要素であつて、商品の賣買活動がそれにあたる。しかし賣買以外の活動、たとえば、商品の賣買にともなう運送、貯藏、金融等の活動を許さぬというのではない。たゞ、これは、商業の本質的活動をなすための附隨的活動にほかならぬものとせられ、したがつて、賣買活動をともなわざる運送、貯藏、金融は單なる運送業、倉庫業、金融業を成立せしむるにすぎず、そこに商業は成立せないのである。なお、商業の本質が商品の賣買活動にあるというのは、それを工業、農業等の生産活動と區別し、また銀行、保險、倉庫等の一般補助業からも區別するものである。

次に、社会經濟現象としての商業（商業現象）とは、商品の生産者から消費者への社会流通現象であつて、上記のごとき個々の意識的な賣買活動の總合の結果として生ずるものである。個別經濟の賣買活動を原因として成立するが、同時に個々の賣買活動も社会的に成立せる商業現象の影響を受け、その規制から自由であり得ない。かくて商業活動と商業現象とは、互に因果の關係をもち、しかもそれぞれ獨立の存在を保ち得る。而して社会經濟現象としての商業の本質的機能は、商品の生産者から消費者への社会的人格的流通をなすにあるが、——これは個々の商業主體の意識や機能や目的からは全く獨立に、それらの商業活動の總合されたる全體としての社会經濟現象として、無意識的に自然發生的に果される——この本質的機能と共に、商品の場所的移動及び時間的貯藏という機能も果される。但し、これら二者は、商業の本質的機能ではない。換言すれば、商品の人格的流通さえあれば、場所的移動や時間的貯藏を全くともなわずとも、商業現象はよく存在し得るが、人格的流通を、全然、ともなわざる場所的移動や時間的貯藏は、單なる移動現象であり、單なる貯藏に止まり、商業現象はそこに認められないのである。——以上が、大體、斯說の骨子とするところである。

さて、從來、商業はあまりにも個別經濟的立場から規定をうけること多かつた爲、これが國民經濟上に占める意義

を明かにする必要上、その有する社会的任務や作用の解明が試みられ、また強調もされてきたこと屢述せし通りであるが、それにもかゝらず、そこにみられたものは、依然、個別經濟としての商業であつて、たゞその社会的な職能を、從來に比し、重要視して説いたというにすぎないものであつたのである。それゆゑ、斯説のごとく、商業の社会經濟的概念として、「現象としての商業」を指定し、それは商品の生産者から消費者への社会流通現象とみ、その本質を人格的流通現象に求めていることは、一應、正しいものとせられよう。しかしながら、斯説が、經濟事象を意思性の有無によつて經濟活動と經濟現象との二つに分ち、前者は經營學の研究對象であり、後者は經濟學の研究對象であるとなすについては、すでに我が學界において異論があるのみならず、いうところの人格的流通現象の實體についても、營利を本質的要素とせないというほか、明かにされていないのである。

なお、斯説が商品の賣買に論點を置きながら、前述の賣買企業説のごとく、營利を本質的要素とせず、また商業補助業の名稱も用いていないことなどの諸點において、たしかにすぐれた諸點をもつように思われるけれども、その客體が「商品」に限定されている結果は、今日の社会通念としての廣義の商業に一致せず、また、次述の「配給組織體説」等を生起せしめるの短所を有するものといわねばならぬ。

(三) 配給組織體説

これは、近時、一部の商業學者によつて唱えられてきた學説であつて、商業の本質を社会經濟的見地から把握せんため、財貨(商品)の配給組織體を商業とみるものである。したがつて獨立の商品賣買業者はもとより、生産者の組織する出荷組合、農業協同組合(販賣組合)や製造工業会社の販賣部は商業であり、また消費者の組織する生活協同組合(消費組合)、農業協同組合(購買組合)も配給の組織體なるのゆゑをもつて、商業となる。斯説の我が國における代表者は向井鹿松博士であつて、これが所論は、その著『配給市場組織』(昭和四年)、『現代商業概論』(昭和

商業の意義に關する若干の考察

十二年）、『配給論』（昭和二十六年）に展開せられている。すなわち、博士によれば「商業は財貨移轉の組織體」であり（『配給市場組織』四八頁）、また「商業とは財貨配給の労働組織……配給を専門に行う労働の組織體すなわち經營」（『配給論』、二七頁）である。更にこれが説明を、その著についてみると左の通りである。

「商業は Systematise せられたる配給行為である。多くの生産者又は消費者より配給行為に屬する活動を取り去り、之を組織したるものである。配給行為の合理的組織に外ならないのである」（『配給市場組織』七〇頁）。「商業は組織である。配給行為を専務とする組織である。従つて只一つの配給行為は商業でない。多數の配給行為が合理的統一的に組織せられて一體をなす時、茲に商業があるのである。然れども只一つの組織をなせば足りる。これが獨立の企業なりや否やは、又消費者の組織なりやは敢へて問ふ所でない」（上掲書、七〇頁）。然らば、商業と配給とはいかなる關係にあるか。博士は言ふ「今日の經濟社会は財貨の人的移轉 (Interpersonale Güterübertragung) によつて其の統一性を享くるものである。財貨を人の間に移轉する各行爲が一經營の下に組織せられる時はかかる労働の組織は之を商業と言ふ……既に經濟社会構成の基本たる財貨の人的移轉を司る労働の經過は茲に吾人が配給と名づけんとする所のものである。換言すれば財貨の人的移轉を目的とする労働が統一的意志の下に組織せられたる時に此の組織は商業である」（上掲書、一五五頁）と。かくて「配給とは一つの財貨を一つの所有者より他の所有者に移轉せしむる労働其物を言ふ言葉である。……一個の労働にても其の労働は配給である。則ち商業は一つの總括概念たるに反し配給は個々の労働を示す個別的な概念である」（上掲書、一五五頁）。

然らば、從來の商品賣買業を商業とみる學說を排して、何故、配給組織體を商業とみる斯說が唱えだされてきたのであるか。それは博士の所説の通り、「第一次世界大戰後から」「配給の行われる形態に非常なる變化が起」り、その主なる新形態として、(一)大工業の配給經營、(二)協同組合による配給經營、(三)配給の國家經營の三者がみられ、「今

日の財貨の配給は生産者または消費者が直接その配給を行い、從來のように第三者に依存しないものが多く、したがってこれは再販賣のために購入するものでない。また國營による場合はもちろん、消費者の行う配給も營利の目的で行うものでない。しかもこの種の新しい形式の配給が國民經濟における重要な部分を占めている以上は、もはや從來のような商業の定義の定説はこれを維持することができず、配給組織體説が出てくるのである」(『配給論』二三—二七頁)。

さて、斯説による商業の定義は、現代の商業が社會經濟上に有する重要性をよく指摘してをり、商業をもつて商品の賣買業とみる定義よりは、たしかに財貨流通の新傾向をよく把握している。けれど商品賣買業をもつて商業とみる場合、いわゆる「商業廢除傾向」の進展によつて賣買業は、漸次、衰退して或は滅亡するにあらずやとも思われるのであるが、配給組織體をもつて商業とみる場合、かゝる傾向の進展によつて賣買業は衰退するとも、その遂行せる配給職能は何人かによつて果されることを要し、たとえその擔當者が、生産者であれ、消費者であれ、配給職能を遂行するかぎり配給組織體であつて、すなわち商業とみられ得、それは決して滅亡するものではないからである。しかしながら、斯説が財貨の配給組織體をもつて商業とみる點において、賣買企業説等におけると同様、商品賣買を中心としてをり、依然、商業は狹義に解されているものといわねばならぬ。何となれば、「配給」とは財貨が最初の生産者より最後の消費者にいたるまでに生ずる社會的な流通事象とみるのが通説であり、たゞこれを、最近、世間の用法にかんがみ、流通事象を生起せしめる經濟行爲(活動)の意味にも解されているのであるが、とにかく、その目的物(客體)は常に物資(生産物)にかぎられ、それ以外の資金、勞務については、原則上、用いることのできない言葉である。したがつて、「資金の配給」或は「勞務の配給」という言葉が造語的に可能であつても、それは「配給」の語義に照して正當にあらず、こゝに金融業や運送業、保険業、倉庫業等は商業の範圍に入りきたらざることになり、

商業の意義に關する若干の考察

社会通念としての商業ども一致せないこととなる。なお、配給業務が公企業や公共企業體等によつてなされる場合、それは獨立の配給組織體であるゆえ、「商業」とみられ得るも、官廳が行政事務の一部として、たとえば物資の無償給與を行うがとき、たとえ社会的流通事象を生起せしめて行政官廳が配給組織體になるとしても、これを商業とみることが、その範圍を擴大しすぎて漠然たらしめるものである。この點、配給組織體のすべてを商業とみることが、反つて廣義におちいるの弊をもつものと言ひ得よう。

(四) 配給職能説

これは、大泉行雄博士の所説を假りに、かく名付けたものであつて、前記の「配給組織體説」が商業を財貨配給の組織體（經營體、企業）とみたのに對し、これら組織體の遂行する「配給職能」に本質を求むるものである。いま、博士の著『商業本質論』（昭和十七年）についてみるに、次の通りである。曰く「われわれが商業の本質を把握する態度は、言はば職能論的考察とでも稱せられるものである」（上掲書、八七頁）。「事物の本質を職能論的に把握するといふことは、事物のもつ意味を、全體との關係から解明するといふ態度をいふのである。これをわれわれの研究對象たる商業に移せば、商業の經營體の營む活動が、國民經濟全體の上で、如何なる位置を占め、如何なる役割を擔當するものであるかを明かにするに在る。そこから商業の職能が把握せられ従つて商業の本質が理解せられることになる。商業を以て配給の組織體と論じ、或は商業本質を取引又は賣買等に求めようとすることは、皆一面の眞實を示すものであるけれども、職能論的本質把握と言はれないのである」（上掲書、八八―八九頁）。「職能として把えられた商業の本質は、企業とか經營體とかいふ組織體ではなくて、このやうな組織體が實踐する作用そのものである。その作用は、國民經濟といふ全體の上で、一定の役割をもつたはたらきであり、時には、更に國民經濟まで擴大してゆく。そのはたらきの性質は、市場といふ組織により、價格の力によつて、需要と供給とを調節し適合せしめるものである。

一言にして商業の職能は、需要供給の適合作用に在りと言ひ得るであらう」(上掲書、九六頁)。「行爲のための組織體が商業であるのではなくて、組織體の行爲そのものが商業なのである」(上掲書、八六頁)。

さて、商業の本質を把握するにあたり、職能論的方法をとることは、商業が國民經濟の全構成において、いかなる役割を果しているか、その重要性を知る上に役立つこと、甚だ大なるものが存しよう。しかし、これによつて商業そのものの意義がくまなく明かになるとは言い得ないであらう。何となれば、配給職能なるものは、生産組織と消費組織が分離して、兩者間に財貨の流通をみるかぎり、いつ、いかなる社会においてもみられるところであつて、それが、特に今日、商業の本質とみられるためには何等かの限定が加えられ、一般的なものから特殊化されることが必要であらう。思うにかゝる場合の職能とは、常に何等かの社会的組織體が、その組織目的を達成するために行うところの活動の結果であるから、組織體をはなれて職能は考えられず、また職能なき組織體も社会的に存在し得ず、したがつて、配給職能に何等かの限定がなされて、現代商業の本質となり得る特殊化をみるためには、職能遂行の主體たる組織體の目的、性格、形態等が多分に影響してくるものというべく、この意味において、職能を重視するのあまり、その組織體を輕視することは許されないのである。斯説のごとく配給組織體の行爲を商業と名付けることは論者の自由であるとしても、同様に、商業を組織または組織體と認めることに反對し得る根據も存せず、これの活動による職能は、當然含まれているものである。要するに、斯説は、既述のごとき賣買や配給の經營體、組織體、企業等を「商業」とみる場合の「商」を「商業」と名付けたものであるが、—それゆゑこれが組織體は商企業または商業企業等とよぶことを要しよう—これが有する社会的任務を特に強調したものにほかならぬ。なお、斯説は、前述の「配給組織體説」におけると同様、配給の對象を物資とみる點において、資金や用役については、商業は存在し得ないものとなるであらう。

商業の意義に關する若干の考察

(五) 取引企業説

これは、近時、福田敬太郎博士により提唱された學說であつて、商業を既述せし諸說のごとく「商品」（または物資、生産物等）の賣買や配給の組織體または行爲というが、ごときことを中心として眺めず、更にその目的物（客體）として資本及び勞務（用役）をもとり入れ、これらの取引を行う企業を商業とみるものである。ほど社會通念としての商業と一致してをり、また我が商法上の商業の規定とも、多くの學說中、最もよく適合するものである。いま斯說の要點を博士の著『新訂商業概論』（昭和十四年）及び近著『商學入門』（昭和二十五年）についてみると、左の通りである。

曰く「商業の商は「取引行爲」を意味し、業は「經營體」を意味し、合せて「取引行爲經營體」、換言すれば取引企業を意味する。すなはち商業とは取引企業である——（『新訂商業概論』、七六頁）。また「取引とは對價の給付と反對給付の關係、之を略言すれば「等價關係」である。斯くの如き取引の客體は、賣買營業說または配給組織說の考へるやうに商品のみではなく、資本および勞務をも含むものである。また取引形態は賣買取引のみならず、貸借取引も雇傭取引（用役授受取引）も存在する。此等の個々の取引行爲を體系的・統一的に經營して行く組織が商業に他ならぬ——（上掲書、七六頁）と。

かくて、博士によれば、商業は一個の經營體であつて、個々の取引行爲を計畫し、指揮し、實踐するものである。したがつて個々の取引は商の現象であつて商業でなく、同種の個々の取引を系統的に秩序づけ、實行するところの組織を商業とみるのである。しかし、かく現代の商業は企業であるとしても、それは營利を目的としているものとは限らない。けだし商は取引行爲であるが、これは「營利的に行われようとも、非營利的に行われようとも、財の價值移轉と價值保存とを目的とする」（『商學入門』一一頁）ものであり、また「商業は産業と相俟つて國民生活における欲

求充足の持續的調和を計ることを任務とするところの企業である」(上掲書、一七頁)からである。かくて、斯説においては、商業は單に商品賣買業のみならず、更に銀行業、信託業等のごとき資本取引業、また運送業、倉庫業、保険業等のごとき勞務取引業をも含むこととなり、いわゆる商業補助業を認めるの要なく、大體において世上にいうところの商業の意義と一致しているのである。

さて、取引企業説に對する我が學界の批判は、それがあまりにも廣義の商業概念を示すこととなり、商品取引業と他の資本取引業、勞務取引業との間に共通する本質的要素を見だすことが、甚だ困難であるというにある。たしかに事物の定義を行うにあたり、その範圍を狭める方が本質の解明に容易であり、たとえば既述の「商業賣買説」のそれにおいて商業活動の本質を商品の賣買にあると規定するとき、甚だ整然たる定義をなし得るのであるが、たゞ問題は、かゝる狹義の定義が、果して世上にいうところの廣義の商業とよく一致し得るや否やということであつて、いかほど論理的に、一應、整然としていても、それが現實の社會において「商業」といわれるものと一致せざる場合には、直ちにそれを正しい商業の意義とみることはできないのである。然らば一般論者のいうごとく、商品、資本及び勞務の流通、交換の過程において、これらに共通する要素を見だすことはできないであらうか。斯説によれば、それは「取引」であるとする。而して、こゝにいう取引とは、簿記上や法律上の取引のごとき廣義のものでなく、それは對價の給付と反對給付との關係、略言すれば等價關係のことである。もちろん、この場合の交換關係が價值論の立場からみて等値と等値との交換なりや、或は不等値交換なりや、別個ながら問題とせられるところであるが、とにかく取引——具體的には賣買、配給、貸借等——が財貨並に勞務と貨幣との交換によつて、一定の収益性或は經濟性の獲得、増加を目指していることは、すべてに共通することゝ言い得よう。商品賣買業が商品の給付に對し、その代價として貨幣の反對給付をうけるがごとき、金融業が資金の貸與による収益力の利用という給付に對し、借主より利子という

商業の意義に關する若干の考察

反對給付を貨幣でうけるがとき、運送業や倉庫業等では商品の移動や保管という用役を給付して、その反對給付に運賃や保管料を貨幣でうけるがとき、いずれも、當初の動機または目標としては収益の獲得や經濟性の増進を目指し、究極には生産力の向上や國民生活の安定ということを目的としていることに、何等異なるところはないのである。然らば、取引は等價關係という場合、その内容はいかなるものをもつて構成されているか。これには、なお究明を要するものが残されているように思われるのであるが、とにかく、「取引」をもつて、一應、流通過程の中にあつて、収益性或は經濟性の獲得、増進を目指して行われる財貨（商品、資本）並に勞務と貨幣との交換とみるかぎり、それは單に形式上のみならず、本質的にも、上記の廣義商業に共通する要素とみて差支えないのである。

以上、五項目にわたり、現在、我が國において通行している商業學說中、最も普遍的または代表的と思われるものを紹介し、且、それぞれに若干の吟味を試みた。但し、今日の商業學說としては、決して以上でつきるものでなく、更に説論の細部にわたる検討を行うならば、なお多くの項を設けて論述するの要をみるであろうが、こゝでは紙幅その他の關係で、一應、上述せしところをもつて止めることゝしたい。たゞ、本章の最後にあたり、以上の諸學說のいずれかに屬するかと思われながら、表現その他の相違により、いずれにも屬せしめ難きものと考えられるものに、故増池庸治郎博士と深見義一教授の所説があるので、これら兩者について論述しておくことゝする。

(一) 増池庸治郎博士の商業の意義

既述のごとく、商業を財貨の「配給」に關連せしめた學說としては、配給組織體說と配給職能說との兩者があるが、同様の傾向を有しながら、故増池博士の所説は、これらのうち、いずれに屬するや、判然たらざるものがあるように思われる。博士はその著『商業通論』（改訂、昭和十七年、全訂、昭和二十二年）において、「物資配給の任務を専ら遂

行するものは商業である」(上掲書、序文、二頁)と述べているが、この場合の「もの」とは、いつたい「組織體」を指すのか、または職能的な「行爲」とみているのか、何等の明示がない。たゞ「商業を廣義に解するとき、物資の運送、保管、保險や資金の融通なども包含せられる」(上掲書、序文、三頁)というところよりみれば、活動、行爲等を指しているかのごとく察せられ、また「商業は配給の機能を盡すものである」(上掲書、五頁)というところよりみれば、組織體を意味しているようにも思われるのである。なお博士が「配給 Marketing」とは物資を生産者(狹義の生産者)から消費者にまで移動せしめる經濟活動である」(上掲書、三頁)と言ひ、配給特有の機能として「蒐集及び分割、運送(または移轉)、貯藏(または保管)」(上掲書、一二頁)をあげ、かゝる「配給機能は必ずしも常に商業經營が擔當するものとは限らない。商業經營以外の者がこれを擔當する場合もある」(上掲書、一二—一三頁)としてゐるが、こゝにいう商業經營とは前後の關係からみて、恐らく何らかの組織體を意味しているかのように察せられるのであるが、然らば、この場合の商業とは何か、判然たらざるものが存するのである。

(二) 深見義一教授の商業の意義

深見教授はその近著『商業学』(現代商學全集第一卷、昭和二十四年)において、商業の意義を述べているが、これが所説には甚だ周到な用意の行われたことがみられる。曰く「我が國在來の語「商」を以て、この「配給」の同意語たらしめようとする立場をとるものである。……配給はその現代的表現であり、商はその古典的表現である、という、そうした考え方を採るものである(上掲書、六三頁)——として、「商」と「配給」とを同意義に解釋し、「配給機能に基くもろもろの活動は、すべて之を、隨時、商活動と言ひ換え得べき筈である」(上掲書、六五頁)とする。かくて教授は配給活動と商活動とは等しきものと考えるのであるが、然らば「商業」にはいかなる意義が與えられているか。曰く「商を配給の古典的名稱なりとする私は、商業を以て配給活動乃至商活動の中の、特に再販賣購入 Buying for

商業の意義に關する若干の考察

Resale, das Kaufen zum Wiederverkauf, に關する諸活動、そうしたものの綜合概念なりとするものである。而して、この場合、再販賣購入とは、……自家の最終消費に充てる意無く、専ら再販賣の意圖を以て、物資を購入する活動である」(上掲書、七〇頁)。「再販賣購入に關する諸活動におけるこうした諸機能は、とりもなおさず、商業機能であるのである」(上掲書、七一頁)と。これをもつてみると、商業機能の意義は、配給機能のそれよりも狭いことが知られる。なお、商業と營利との關係については、ドイツの諸學者中、ハンデルを教授の商業の定義と同様に解釋し、利潤志向 (Gewintendenz) を強調するものもあるが、これに對し、教授は「再販賣購入の場合、即ち、商業の場合とても、このものを不可缺のものとして要請する考えは之を有たない。と同時に、このものを不可なものとして忌避する考えも之を有たない」(上掲書、七三頁)と。すなわち、再販賣の意圖をもつて物資を購入するにあたり、營利ということは本質的要素でないといっているのである。

さて上述せしところよりみると、教授の所説は、すでに過去の商業學說としてみてきた「再販賣購入說」の新改訂版とでも稱すべきであろうか。けだし再販賣購入活動の綜合概念をもつて商業とみる點は、從來の再販賣購入說に似ているが、しかし「商」と「商業」とを區別し、「商」を「配給」と同意義に解して、新しき説明の加えられていること、また再販賣購入に際し、營利を本質的要素としていないこと等は、古き「再販賣購入說」と異なるからである。而して右の所説中、商業を配給活動の中の再販賣購入に關する諸活動中の綜合概念とせるは、商業をもつて活動を行う組織體や企業と同一視してはいないようであり、この點、既述「配給職能說」に近いものがみられるが、同様ではない。また營利を本質的要素とせざる點において、既述「商業賣買說」に近い見解のごとくみえるけれども、その間、異なるものが存する。これを要するに、教授は從來の商業學說をよく參按して、諸說中のとるべきものを取り入れつゝ、上記のごとき商業概念の構成を試みたのであろうが、なお、そこには判然たらざるものが存在するようである。

それは、先ず、教授は「配給」をもつて「商」の現代的表現とみて、一應、その歴史的発展をみとめておきながら、「商業」については配給組織體説や配給職能説に賛することなく、依然、物資の再販賣購入とみる點は、既述のごとき、何故、「再販賣購入説」より配給組織體説や配給職能説に推移したか、資本主義の發展にともなうこれが推移の理由を認めていないように思われるのである。なお、この場合、「商」を「配給」とみながら「商業」を「配給組織體」または「配給活動」とみないについては、「商業」の「業」に何等かの意味がひそんでいるかのようにも察せられるのであるが、これについては少しも説明が加えられていない。次に、「物資の再販賣購入」活動の綜合概念を商業とするかぎり、それは商業を狹義に解したこととなり、したがつて金融、運送、保険、保管等が商業とならざることは當然の歸結であろうが、然らば廣く商活動（配給活動）の中から再販賣購入活動を除いた―すなわち商業を除いた―残りのもの、換言すれば、配給活動でありながら「非」再販賣購入活動や―またこれらの綜合概念があるとすれば、これらも含めて―いつたい、何ものであり、また何と名付けられるべきものであろうか。配給組織體説のごときにおいては、これら活動の組織體をすべて商業とみ、資本主義の發展に即應せる規定がなされているのであるが、上記の論述では、十分な説明がなされていないのである。

四 結 語―要約と今後の課題

以上、過去並に現在における主要な商業學説を通覧して、「商業」とはいつたい何であるか、これが規定の甚だ困難なことをおぼえた次第であるが、しかしもとと近代商業の概念は、資本主義の發展にともない、種々、變化してゆくは當然のことに屬するゆえ、古今を通じてあやまらざる定義をみだすことは不可能に等しいといわねばならぬ。或る一時點における或る一事象をもつて、「商業」と名付けることは論者の自由であり、そして、それが、その社会

商業の意義に關する若干の考察

において商業といわれるものゝ本質をよく示し、正しき概念構成のなされているかぎり、それは商業の意義として認め得られようが、しかし時勢の進展にともない、その目的、組織、形態、業務等に變化のある場合には、かゝる變化は忠實に看取されることを要し、これを見ずして徒らに舊來の學說を固守することは、學問の進歩に反するものといわねばならぬ。けだし、いわゆる學問の進歩とは、常に後代の研究者が先人の打建てた學說を検討し、たえず現實の社會における新事實と眞劍に取組み、その一般性や特殊性をきわめつゝ、以て前者の業績をのりこえて新しき學說を樹立してゆくところに存するからである。したがつて、經濟社會の動向や商業の進展傾向をよく熟視して、それに適應せる商業の意義を定めてゆくことは、まさに商業の學問の進歩に資するところ大きいものといわねばならぬ。然らば今日の資本主義發展の現段階において、商業の意義はいかに規定さるべきであるか。いまやこれが論述を行うべき次第となつたのであるが、この論究の展開は他日に期することとし、こゝには、これが展開の用意として、前章に論述せしところを整理し、一應の結末をつけておきたいと思う。

(一) 廣義の商業と狹義の商業

先ず、廣義の商業とは、産業、たとえば農業、工業、鑛業等と並び稱せられる場合のそれであつて、流通經濟の擔い手としての一切の構成者を指している。世上、商業教育、商業大學という場合の商業は、大體、この意味に解されている。既述、取引企業說の主張するごとく、單に商品賣買業のみならず、金融業、運送業、倉庫業、保險業等をも包含するものである。

次に、狹義の商業とは、流通過程における「商品」の賣買にかぎつた場合のそれであつて、前者よりはるかに狭いものを指している。世上、商業經營、商業者という場合、この意味に解していることが少くない。既述の賣買企業說、商業賣買說等の主張する商業がこれにあたる。

さて然らば、商業の意義は廣狹いずれに定めらるべきであらうか。思うに學問上の定義は、それが論理的に矛盾なく、一貫性のあることを要するはいうまでもないが、同時にできるかぎり、一般社会の通念とも合致していることが望ましく―但しおもねることでない―、それを無視して規定することは決して正當と言ひ難く、特に實踐的價值において乏しいものといわねばならぬ。この意味において、狹義說よりも廣義說の方が妥當性に富むように思われる。もとより狹義說といえども、全然、社会通念としてのそれと一致していないというわけではなく、上記のごとく、この意味に解されているものも少くないのであるが、しかし廣義說の方が商業の發展傾向をよく把握してをり、且、狹義說の論者といえども、全然、廣義說を否定しているというよりは、むしろ狹義に規定する方が本質の把握に容易であり、論理的に整然としているということに因由すること少くないようであるから、流通經濟の一切の擔當者を商業とみ、生産經濟を擔當するものを産業とみるのが、妥當なように思われるのである。もとより、かゝる廣義說をとるとき、すでに取引企業說の論述の場合にふれたごとく、その中にふくまれる諸事象に共通する本質的要素を見だすことの必要なるはいうまでもないであらう。

なお、財貨の配給事象に關して、商業の意義を規定せるものに、配給組織體說と配給職能說の二つがあること既述せし通りであるが、最近における「配給」“Marketing”なる語義の變化に照してみるとき、それは、漸次、廣き意味を與えられつゝあるように思われ、この限り、これら兩說は廣義說に近いものと考えられるのである。その理由は次の通りである。すなわち、アメリカにおいて「マーケティング」は論者により種々の意味に解釋されているが、大體において財貨の生産者と消費者との間における流通事象と解釋されている中に、すでにコンバース (Paul D. Converse) は「マーケティングとは生産者より消費者にいたる財貨並に用役の移轉する過程である」(Marketing is the process of transferring goods and services from producers to the consumers.)⁽¹⁾と定義し、またクラ

ーク (Fred E. Clark) もその著『配給原理』(一九四四年版)において「マーケティングとは財貨並に用役の所有權の移轉 (transfers in the ownership of goods and services) とこれらの實質的分配に對する配慮から成りたつ⁽²⁾」と解し、同上書の脚註において「全國配給論教授者協會の定義委員會」(The Committee on Distribution, of the National Association of Marketing Teachers) の定義に關説して、同會が「マーケティングとは財貨並に用役の生産から消費への流通に存する實務的活動 (those business activities involved in the flow of goods and services from production to consumption) を意味する」と定義したと言ひ、而して、この協會の定義は用役 (Service) のことを強調するのに役立つと述べ、用役のマーケティングに含まれてゐる多くの問題は、多數の有形財のマーケティングにみられる類似の問題とあまり違わないので、特に區別して考へなくともよいという意味のことを、語つてゐるのである。⁽³⁾ これをもつてみると、我が國語の配給—正確には市場配給—なる語は、ひとり財貨のみならず、これと密接な關連をもつ「用役」についても用い得る傾向にあるかのごとくにも察せられ、況んや思想的立場は異るとはいへ、すでにマルクスは勞働力を一つの商品と看做して理論を展開したことに鑑みると、財貨と用役とを同質物として取扱ふことは、決して珍らしいものではないのである。

(註) 1 Paul D. Converse, *The Elements of Marketing*, 1935, p. 23.

Fred E. Clark, *Principles of Marketing* (War Department Educational Manual) 1944, p. 1.

3 *The National Marketing Review*, Fall, 1935, p. 156, cit., Clark, *ibid.*, p. 1. footnote.

(二) 行爲としての商業と組織體としての商業

先づ、行爲としての商業とは、賣買、配給というがごとき、流通過程における經濟行爲 (經濟活動) を指すものである。商業賣買説、配給職能説等というところの商業は、大體これに屬し、また賣買企業説にあつても、企業の意味を解して營利行爲とみているゆゑ、これに屬するものと言ひ得よう。次に、組織體としての商業とは、上記の行爲

なすところの組織體を指すもので、企業その他の經營體がそれにあたり、配給組織體説や取引企業説にいうところの商業がこれに屬する。

然らば、今日、商業はこれら兩者のうち、いずれを意味すべきであらうか。既述せしところによつても明かなることく、前説においては、商業を一つの意味に解して「商」と「業」とを分けることなく、これを賣買、配給等の事象とみているのに對し、後説にあつては、例えば取引企業説のごとく、「商」と「業」とを截然と區別し、「商」をもつて賣買よりも廣義の取引の意味に解してをり、前説の「商業」に該當せしめていたのである。配給組織體説においては、「商」と「業」とは區別されていないようであるが、深見教授の所説にあつては、既述のごとく、「商」をもつて「配給」と解している。かくて問題は、「業」を商行爲やこれの集合體とみるべきや、または企業その他の經營組織體とみるべきやということである。我が國語の「業」についてみても、これを「わざ」「つとめ」とする場合と、「なりはひ」「くらし」と解する場合とは、その意味異り、これらのいずれにすべきやは決定の甚だ困難な事柄である。これを語義よりみて、我が「あき」と言い、また Commerce (英)、Handel (獨)、Commerce (佛)等、ともに古くより「商取引」の意味に解されてきたことによつてみると、「業」を「企業」(組織體)とみることは、もとより妥當ではないであらう。しかし、今日の資本主義下にあつては、賣買、配給、取引等の經營は—前資本主義的な生業、家業的なものを除けば—多くは企業形態によつてなされていることに鑑みると、これを「企業」とみることは、根據のないことでもないといわねばならぬ。但しかる場合の企業が専ら私企業のみを意味するにあらざることはいうまでもなく、公企業や公共企業體のごときを含ましめることが、今日の資本主義の發展動向に照して妥當なように思われ、また協同組合のごときも、賣買事業等を主たる業務とせるものは、これに含ましむべきこと當然であらう。とまれ、「商」と「業」とを、分けると否とを問わず、賣買、配給、取引—もし分けるならば「商」にあたり、

商業の意義に關する若干の考察

分けないならば「商業」にあたる一の意義と、これが組織または組織體の意義については、今日、更に検討を要するものがあるように思われ、これらの科學的に深くほりさげられたる究明によつて、商業の意義の新たなる展開をはかることが、今後の課題といわねばならぬのである。

(昭和二十六年五月末日稿)