

当に大きな影響をおよぼすものである。暴風雨、水害、疫病などの災害がしばしばおこる地帯は、工場自身にも、労働者およびその家族にも大きな害を与える。

それに地勢も、工場設備との適否、将来経営を拡張する場合に余地があるかどうかが問題になる。また、おなじ地方であっても、地勢によって災害をうける度数、程度に、偶然とはいえない差異がありうること、くわえて交通の便宜ということはもちろん地勢に密接な関係がある。

普通、水はどこにでもあるが、その水質によって、それが極めて重大な意義—ポイント—となって、一定の土地に局限される特殊物質となる性質をもっている。たとえば、ドイツのウッペルタル—Wuppertal—での漂白業は、この地域での水の成分によって大きなお蔭をこうむっており、また、フォグトランデ—Vogtlande—の石灰分の少ない水は、この地域での絨製造業の発達に対する基礎となっている。つまり、この地方の水は、石灰分が少ないために石灰質の沈澱物が発生しないので、音色を攪乱する原因となる結節が製造過程で絨にできないのである。清酒醸造業、麦酒醸造業でもこの水の性質が非常に重要である。わが国の清酒の名声とか、世界的に名のあるビールの声価とかは、その地方の水のお蔭であることが多い。日本の灘地方の清酒醸造業、ドイツのミュンヘンおよびボヘミアのビール醸造業は、そのよい適例といえよう。なお、ビールの生産で、麦芽およびホップも必要であるが、これらのものは容易に運送できるうえにその重量は水にくらべて非常に少ないので、実際

には場所の決定ではほとんど役割を演じない。⁽⁴⁾ 生糸製造業でも、煮繭および索緒で使用される水の性質によっては、生糸の品質ならびに産出数量に相当の影響をあたえているのである。

(1) 万有科学大系、続編一〇石原憲治「都市計画」一四七頁。なお、この書の一四八頁に元ニューヨーク市地域制定委員会長、エドワード・パセットその他の人々の言を引用している。パセットによれば「地域制」とは法律をもって区域により異なる規則を適用することにより有害または不適當な建物を禁止し、もしくは土地および建物の有害または不適當な使用を禁止するところの制度である」。一四八頁。

(2) 用途地域、高度地域、面積地域の三者をさす。

(3) 往昔、海、大湖、大河川（航行に適した）のように自然的運送道程を利用できるところに存在する工業ならびに商業は、この有利な自然的条件によって非常に有利であった。鉄道の出現とこの発達は、この自然的条件の影響をいちぢるしく緩和した。さらに近い過去以来、自動車が発達利用されて大きな変化が惹起した。にもかかわらず、地勢が及ぼす作用には有力なものがある。

(4) Rieger, a. a. O. S. 150~151

業部門に事業を拡張し、その経営位置を選定するばあいに単に管理上の便宜という経営経済的な考慮からか、あるいは全く純粹に個人的な事情から、その人の既設の経営の存在する土地に設置することに決定し、その結果その定められた位置が適当でなく、むしろ不利であるという事もしばありうることである。

不適当な位置に存在する企業は、経済上の自然淘汰の原則によって移転もしくは衰退を余儀なくせられる筈であるのに、その巨大な資本力などのお蔭でいきながらえることができるならば、次第に発現してくる伝統の力は、この位置の不利を克服するほど強力なばあいもありうるし、また、設立の当初ではその当時の諸事情に照らして適当な位置であったが、諸事情の変化のために、現在では不適当な位置に置換えられたばあいにも、さきのように伝統の力を頼りにできることがある。伝統の力がどれほど強いものであるのか、その永続性がどれほどの永さにわたることができるのか、ということ、それぞれは、それぞれのおける諸事情によって異なるものである。

四、自然地理的關係と経営位置

自然地理的關係、ことに、気候、地勢、風土などは、経営位置の適否と密接不離の關係にある。まづ、気候風土の適否は人口の分布を規定するもっとも重要な要素であるが、人口の分布状態はそれぞれの経営位置に対して有力な制約者である。地勢もまた、まづ、交通關係について、⁽¹⁾いろいろなことが経営位置に対する有力な制約者となる。自然地理的關係は、一つの地域の将来の発展可能性にとつて、決定的なものといえる。要するに、各種な産業の経営位置とし

てある場所がもっている積極的ならびに消極的な処与―与件―は、自然地理的關係を直接的にまたは間接的に基礎とする派生現象に基いていることがもつとも多いのである。

このような事情は、商業では冗言を要しなくても明白なことであるが、工業については、気候、風土は、三つの点で、すなわち、

(a) 工場での工員の労働状態に

(b) 製品のできばえに

(c) 工員ならびにその家族の定住生活状態に重大な關係がある。

フリドリッヒ・リストは気候が、工業の分布を支配する第一の因子として重視したのである。かれは、温帯は機械工業の自然的位置であり、熱帯は製造にとつて不適当であると主張した。現在では、気候の相違の影響を少なくするためのいろいろな手段が考えられている。たとえば熱帯的暑熱は人造氷とか電気冷却法によって緩和されるだろう。また、機械化は人間の肉体的努力を減少させたし、熱帯諸国の主人は、いままでにくらべてはるかに訓練しやすくなった。

だから、鉱山はもちろんのこと、あらゆる種類の工業ことに鉄工場および熱帯産の繊維を原料とする織物製造工場は、熱帯地方に設立されている。たとえば湿気のようなものも、製造過程における重要な気候的影響も、人工的な方法によって補はれるとはいうものの、しかもなお、気候の相違が常に工業に影響をおよぼすという事実を消え去らない。気候の差異の影響を少なくするために人工的手段を講じなければならないということは、それだけ企業の費用―経費―を高めるのである。気温、雨量、乾湿などの適否は、労働能率に相

た道路に接する建築物の高度はその前面道路の幅員の一倍二分の一を超過することを得ない。

(c) 工業地域

工業、倉庫その他これに準ずる建物で規模の大きなもの、また衛生上有害であるか保安上危険のおそれあるものなどはこの地域内でなければ建てることのできないことになっている。くわうるに衛生上いちじるしく有害であるとか、保安と殊更に危険を感じるものなどは工業地域内で特に指定されたいわゆる特別地区内でなければ建てることのできないことになっている。この地区は甲乙の二種に別れていて、衛生上いちじるしく有害なものは甲種特別地区内に、また保安上殊更に危険なものは乙種特別地区内に限って許可される。一般的には工員を百人以上使用する工場または常時使用する原動力の馬力数合計が三〇を超えるものは工業地域内でなければ許可されない。くわうるに工業地域内の建物の高度は百尺（三〇米余）以下に制限すると共に建築面積はその敷地の七割を超過することができない。また道路に接する建築物の高度はその前面道路の幅員の一倍二分の一を超過することができないことは商業地域とおなじである。

以上の三地域を通じて、建築物の周囲に広場、道路その他の空地がある場合に限り、交通上、衛生上、保安上支障がないときにはさきの高さの制限が緩和され撤廃されることがある。

(d) 未指定地域

さきの三地域の間未指定地域と呼ばれるものがある。これは、

すべての点で、商業地域と工業地域の中間の性質をもっているもので、つまり商業地域の制限を超え、工業地域の制限に満たないもの、工員数でいうならば百人未満のもの、商業地域の制限を超えていてもこの地域内に建てることのできる。それがゆえに未指定地域は、これを工場の側からみると、純然たる軽工業地域といっても差支ない。だから実際の適用にあたっては、住宅、商店または軽工業の混合状態にある地域に対して、または住宅地域あるいは商業地域と工業地域とが相接する場合にその緩衝地帯の意味で指定されるものが多いのである。

都市計画、なかんずく地域制は、工業にとって特に重視されなければならぬ。悪臭、悪ガス、煤、妨害的な唱噪、火災、爆発の危険などによって近隣の人々をいちじるしく悩ますということがとき経営は一定の地域もしくは市区域の外で設立するか移転するように命ぜられる。これにくらべて商業は、このような点では、一般的にさきの工業よりもはるかに自由である。

三、伝統的個人的な関係と経営位置

実際に各界を展望するならば、各企業家たちは合理的な考慮にもとずいて経営位置として最善な場所を選ぶというのではなくして、単に個人的事情から、位置を決定する場合が少くない。たとえばここに当事者の家族が居住しているとか、その人がそれまでにその地域で働いていたのでそのあたりの地理、商業事情などの事情に明るく知己も多いとか、個人的愛着というようなことから、一定の場所を経営位置として選ぶということである。さらに企業家が新しい営

入禁止という処置によって売却を妨げられないように、または、当該の国に居住する企業家として一層容易に注文もしくは認可をうけるために外国の売却市場の周辺に位置することもある。

さきの鉄道の賃率政策は、工業にとっても影響をうける。それは工業誘致を助成しもしくは妨害するための一方策でもありうる。このごろでは、自動車利用が著しく発達したので、その効果は減じつつある。

二、都市計画と経営位置

一市町村の内部における一企業の経営位置は、しばしば一都市の都市計画は、地域制に大なり小なり左右されることによって、決定的に影響をおよぼされるものである。ここに言う地域制とは、「都市の合理的発展を企図するために、法—警察権—をもって土地および建物の利用を地域別に異る統制—規則—をなす規則である。」⁽¹⁾ 地域制はほとんどすべての文明諸国で実施されているが、その内容は国によって多少の相異がある。詳細については石原憲治「都市計画」飯沼一省「都市計画の理論と法制」矢野兼三「工場と地域制」このほかの専門の著書の参照を願ひ、ここでは石原憲治のわが国地域制にかんする論文を引用したい。

わが国の地域制は市街地建築物法によって定められているが、アメリカなどと異なるところは地域を用途に従って—住居、商業、工業—の三地域にわけているが、建物の高さおよび敷地における建築面積の制限も用途地域のなかに含まれるようになっていて、アメリカの例のように三種の地域制⁽²⁾が別々にそれぞれ異なった範囲で働か

ない。したがって地域の名称としては用途地域のみによって代表さ
れている、と。

ここで各地域の特質の要旨を説明するならば次の通りである。

(a) 住居地域

住居地域は、住宅を一区域内に集団させ、もっぱら安寧、保安をまっとりすることに重きをおき、住宅本来の趣意を満足させるために特に設けられる地域であるから、勢いその区劃内に住居の安寧を妨げるもの、もしくは保安上いかがわしいものはこれを許可せぬように規定している。たとへば常時一五人以上の職工を使用する工場、汽鐘もしくは二馬力以上の原動力を使用する工場、大規模な自動車庫、劇場その他の一般娯楽観物場、倉庫業を営む倉庫、その他火葬場、屠場、塵埃焼却場などに類するものの築造はこれを禁止する。また建物の高さに対しては六五尺—約一九米七〇糎—以下に制限し、建築面積はその敷地面積の六割を超過することを禁じ、また道路に接する建築物の高さは、その前面道路の幅員の一倍四分の一を超過することを得ないことになっている。

(b) 商業地域

商業地域はもっぱら商業街として存在させるものだから、商業の利便を考慮し、この目的にはなほだしい障害となる建築物に制限を加えることとなっている。つまり常時五〇人以上の職工を使用する工場、常時一〇馬力以上の原動機を使用する工場または火葬場、塵埃焼却場などの築造は禁止されている。建物の高さは百尺—約三〇米三〇糎—以下とし、建築面積は八割を超えることを許さない。ま

貨政策—たとえば海港例外貨率—および海運補助金—たとえば一定の港に寄港するという条件を付している海運補助金—は、交通を一定の地に向はせ、従つてまた商業をその地に引寄せ、ほかの地の交通および商業の衰微を惹起するといえる。また、関税政策も痛切に影響をおよぼすものである。交通への関税の通常的な作用については説明を要しないが、差別関税が一定の交通に対して特別に影響をおよぼすものであることについて例を挙げるならば、戦前、オーストリア・ハンガリーが、自国の海港を経由して輸入させるために取つた差別関税はトリエストにドイツの商店を定住せしめ、財貨がポルトガルの船でポルトガルの港に向つて運送される場合でも、ポルトガルの植民地からの輸出保護のためにとつたポルトガルの差別輸出関税は、ドイツおよびイギリスの商店をリスボン—貯蔵所として—に定着せしめた。

自由港の制度はその関係する諸場所間の商業を促進せしめる。異地売却—*Distanzverkäufen*—によるよりも若干低い価格申告をすることによって商品を条件附に輸入する可能性をのがれしめる高い従価税は、輸入国に支店を設立させるようになる。関税行政の事情もまた、結果として同じようなものであるといえる。たとえば国家が輸入を独占しておこなう制度が採用せられるならば、これまで存在していた輸入商ならびにその支店の存在が無用になる。このほかの租税制度の検討も、経営位置の選択に大いに影響をおよぼすことがある。

植民地があることも、この場合問題になる政治的事情の一つであ

る。植民地は、一般に、母国の商業を強化し、従つてまた、その商業に従事している商店を母国の商業地に定着するにいたらしめるものであった。

官庁が認可を与へ、もしくは供給契約を与える場合に国内人の商店を最賃にすることは、外国の商社が国内人をロボットとして当該国に営業所を設立させる原因であることがある。また当該国に出張店員を派遣して販売させようとした外国の商社を、政治的理由からボイコットすることがある。自国の船舶保護のために、商業の経営位置として海岸地を選択させるような政策がとられた例もあつたのである。植民地諸国で、その最高官庁の保護をうけようとし、かつまた最高官庁によって奨励をうけようと、その国内の政府所在地に位置を定めることもあつた。

最後に、戦争その他の原因に基く国境の変化、植民地の得喪、政治組織の変革などもまた経営位置に影響をおよぼすことは勿論である。

次に工業についてみよう。特に国際的に考察するならば、設立法、会社法、カルテル法、租税法などの法律関係が、経営位置選択にとつて一役も二役も演ずる。特に工業的特殊会社にとつて、このような法律関係は非常に重要なことだといえる、特許権法は特にしばしば工業を外国で設立せしめる。だが多くの国は特許を一定の期限内に当該の特許に基いて国内で生産されるという条件のもとでのみ保証しているから、当該国で特許を實行することによって特許を維持しようとするが故である。このほか関税を節約するために、輸

い。

経営位置の適否の歴史性は、経済的革新の段階の理論に関連させる時には、相当地に興味深いもので決定的了解が得られるといつても過言ではないだろう。たとえば、ブエッピャーの自足的自然経済においては価格の現象が存在しないし、経営位置の問題も、今日のよるな複雑な生産方法と錯綜した市場機構、従って錯綜した価格機構をもった現代における問題とはほとんど比較にならない単純なものであり、かつ本質を著しく異にするものであるだろう。都市経済と国民経済との間においても、著しい差異が認められるであろう。さらに、経済的合理主義が他国との対立関係において国内で思念される場合と、理想的世界経済を夢みる場合とは、やはり異るところがあるだろう。国際貿易の発展傾向およびそれと関連するある国の貿易政策が経営位置の適否を変えさせることができることは、明白である。なぜならば、この点に関して、資本主義の発展と経営位置との関係を論旨としたゾンバルトの二著書「晩近の資本主義」——*Der moderne Kapitalismus*——および「高度資本主義」——*Der Hochkapitalismus*——が、経営経済学の立場からも、注目に値する文献である。⁵⁾

経営位置の適否が歴史性をもっていることによって、必然的にこれにかかわる理論もまた歴史的制約を免れない。なお、経営位置の適否に歴史性があるというのは現象形態においてであって、目的に、**とつて最適のもの**が最善であるという根本法則に動きのないことはもちろんである。

- (1) Rieger, 2.2. O. S. 142.
- (2) Rieger, 2.2. O.
- (3) Schmalenbach, *Dynamische Bilanz*, S. 292.
- (4) Schmalenbach, a. a. O. S. 293.
- (5) 上の外に Maunier (*La localisation des inclus tries Urbaines*, 1909), Ritschel (*„Pleine und historische Dynamik Les Standortes der Erzeugungszweige“ in Schmollers Jahrbuch, Vol. II (1927) 813-70*) 及び Schmücker の前掲論文五二九頁に^{とくに}注目すべきである。

法律的政治的伝統的自然地理的関連における

経営位置

一、法律的政治的関連における経営位置

ある国の政治的な処理、政治的な事情、経済政策およびこれらのものある程度までの文字的表現による法規条令が、企業の経営位置に対して影響を与えていることは、隠れもない事実であるがわれわれは次に商業および工業に関して若干の実例を指摘したい。ただし、国家もしくは地方自治団体の都市政策としての都市計画と経営位置との間の問題については、ここでは省略する。

まず、経済政策的な処理および政治的処理が商業の経営位置の選択に対し大きな意義を持っていることに関する歴史的事例としてはクロンヴェルの航海条例およびナポレオンの大陸封鎖がある。わが国の徳川時代にとられた鎖国もまた、この著明な歴史的事例である。いづれも特に外国貿易に従事する商業的企業が経営位置を定める場合に決定的な影響をおよぼしたものであった。さらに、鉄道運

うちとくに進歩主義的な連中がこれを始める。その場合そこに経営機構の変化がおこる。それはまたここから次には価格に影響をおよぼし、価格を通じて残りの生産者に影響をおよぼすことによって国民経済的な機構変化がおこる。その場合に残りの生産者がおなじようにそのおなじ生産長所を利用しうるならば、それはすべてにわたって常態に復している。確かに価格基礎は推移し、原価の成分もはや従前と同一ではないが。しかし、すべての生産者のかくの如き適応はすべての場合において可能であるのではない。資本制約はないとしても、^註しばしば生産位置がその適応を許さないために可能でない場合がある⁽³⁾と。すなわち経営位置は生産戦線においてある企業を著しく不利な立場においやることができない。

註 企業が経営改善をおこなうにあたって、ほかの、すでに改善された経営と資本上の条件は同一であるとしてもよいという意味に解すべきである。

シュマールレンバッハは、経営位置の条件の漸次的変化に対する警戒信号であるとして経営職能—經理上—の重大性を力説している。經理は、位置の不適当化および設備が技術的に落伍するにいたったことが企業の収益性に対しておよぼす作用をすみやかに表示すべきである。とくに、収益性がこのために低下する発端でこれを景気のせい—所為—だとしてしまわないように心掛けなければならない。景気の変化は上昇・上昇の繰りかえしの過程の問題だから心配することもないが、機構の変化は、再び良くなるという期待をもちえない—すなわち帰ることを知らぬ永続現象である—からである。⁽⁴⁾これがシュマールレンバッハの成果分割と経営比較の重要性を力説するい

われ—所以—の一つである。

このように考えてくると、ある場所の経営位置としての適否性が変化する原因を大体つぎの二つに大別できることが明らかになる。

(a) ある場所がある一つの積極的もしくは消極的所与—与件—を失うか、新しく得たことによって経営位置としての適否性に変化が生じたとしても、その所与の本性にはなにも変化したものもなく、もとのままの意義をもっている場合。たとえば学校の附近に位置することを積極的所与とする文房具商が、学校の移伝によってこの所与を失ってしまったような場合であり、

(b) 技術の進歩、生産方法、商業組織などの変化、財貨交通関係の変化、交通手段の進歩、一般的に欲望の推移、政治状態と国境などの変化、人口分布状態の変化など、社会機構もしくは国民経済的な機構の変化に基いて所与たるべきものの本質を異にし、所与たる程度性質を異にするにいたった場合、たとえばかつては重要な積極的所与であったものが、積極的所与という本質を喪失し、新しい現象形態の積極的所与がこれにかわって出現するような場合にわけられる。

a の場合と b の場合といづれがより著しく、問題の企業に打撃を与えるかはそのケースバイケースによって異なるだろう。しかし a の場合はいうならば個人的、一回生起的問題であるのに対して、b の場合は、その波紋の範囲がきわめて大きく、時代の流れとともに、態様を異にして反復生起することも可能な問題である。従って、経営位置の適否の歴史性として後者の場合に注目しなければならぬ

にある。くわうるに、都市経済の時代から始まる墳墓の地元の愛着は、国に対する愛というならば弱い感情によっておきかえられるという傾向にある。つまり労働の可動性は身体的にも精神的にも増加しつつあるといえる。対立的国家主義は、移民の制限・長期滞在制限・反感などによって、この可動性を阻止してはいるが、ある国の内部では、労働の可動性は特に顕著である。産業の移転とともに安価な労働もしくは熟練労働は移動しつつある。したがって産業の位置選定上の考慮に变化を起していることが認められるのである。

(2) 原料関係の变化

原料の産地に位置することが有利とされた産業が、新規に有用な別種の原料の発見とか、新鉱山の発見とか、そのほかにも新規に有望な原料産地の発見とか、旧来の産地—たとえば鉱山—の産出数量の激減、品質—たとえば含有成分—の悪化とかは、著しい作用をおよぼすものである。たとえば補助原料としての燃料におきた変化、すなわち石炭が木材にとってかわったことは、結果として石炭の産地に産業を移動させたことは、周知の事実である。しかし、核燃料とか石油系の液化・気化に関する産業立地は公害対策上別問題である。

(3) 動力関係の变化

現代おこなわれているような電力の利用を知らなかった時代では、たとえば製粉業・製材業・精米業のように動力を必須とする工業は、水流を利用できる位置を選ぶことが重要な問題であった。—

現代においても、この現象は、田舎の小規模経営で見受けられる。—電力が遠隔地に伝送されて利用できるようになったことが、これまでの事情を激変させたことは自明の理である。—田舎の小規模経営にみられた現象は現代では河川水利の変化もさることながら、木材の乱伐採・乱開発の影響を受けて廃業による減少、もしくは石油燃料による発電やジーゼル機関動力を利用する変化がおきている。

(4) 製品、副産物、屑物の利用方法の变化

製品について新規用途が発見される。殊に従前では厄介な排泄物としてその処分に困っていた物に対して新しく重要な利用方法が発見されて、副産物、屑物—scrap—として相当の収入をもたらすようになった場合は、この副産物、屑物の売却上の便宜とか、費用の節約ということも、位置選択上、考慮しなければならない。

産業にとってとくに注目には値するのは、技術の発展、なかんずく、生産方法の变化が経営位置に関連しておよぼす影響である。それはある種類に属するすべての企業の位置についても、経営内的位置についても重大な問題である。新しい機械の開発、新しい生産方法の開発、新しい経営組織の工夫—考慮—などがおこって、それぞれの企業が旧生産方法をすてて新生産方法をとり、旧経営組織を新しく改組しようとするときに、その障害となる重要なものの一つは経営位置である。企業が敷地を拡張しなければならぬのに四囲の関係から不可能というようなのがその一例である。シュマーレンバッハはこの点について「経営改善は、一般的にまず第一に諸企業の

販売地に近づくことを有利とする生産業、ならびに、一般的には商業にとって、人口の分布状態の変化が、経営位置の適否に影響をおよぼすことについては、ここに贅言を要しない。

(三) 一般的な需要嗜好、慣習の変化

一般的な需要とか嗜好、あるいは慣習の変化は、企業にとって、いのちにもかかわる重要な問題であるが、この変化は、また経営位置の問題にも影響をおよぼすのである。たとえば、リーガーは「ほかの種類の変化は映画館で観察することができる。それはこれまでまったく位置の有利に依存的であったのに、歳月の経過とともに様子が推移した。それは生活のプログラムのなかに編入されていた。広い範囲に、その観覧は永久的欲望につながる。ドイツでは日々およそ二百万の映画観賞者が数えられよう。また人々は優秀な人気—映画俳優を知っている。だからキネマは最早一時の顧客を頼りとしていない。このような変化事情のために、それは活動する広告によってその可能性をうむ—みいだす—」⁽²⁾という。つまり、広告は経営位置の不利克服の手段であり、そればかりか取引増進の有力な手段といえるのである。

(四) 商業技術、商業組織、生産技術、生産組織の変化

機械による生産の発展は、ある種類の工業では、安価な、もしくは熟練という労働力が存在している地域に引寄せられることとか、反対に、労働力を引寄せるといふ事態を発生させることになった。生産技術、生産組織の変化が根本的な原因となって、労働関係、動力関係その他の諸事情に大変化をもたらしたことによって、

位置の適否性に大変化が起る可能性が多分にある。現地—現場—取引から通信による販売への発展という商業技術上の変化、あるいは生産者による直営のチェーンストア方式販売というような、商業組織上の変化も、影響をおよぼすであろうことは何人も首肯するところといえよう。

政治的、法律的、経済政策的関係の変化のほか、とくに生産業について問題となるものに、

(1) 労働関係の変化

ある生産業が、必要な労働の有利性を主眼として経営位置を決定すること、すなわち労働指向的—*arbeitsorientiert*—であることは、一般的な原則として、製品の総原価中に占める労働費用のパーセンテージ、もしくは製品の収益中に占める労働の寄与部分が、位置如何によって制約されるほかの費用部分もしくは収益部分のそれよりも大きいという条件と、労働がある任意の土地に定着しているという条件とが、みだされるばあいにおこなわれるものである。ところが、分業と工業の機械化の目覚ましい発展、くわうるに長期間の訓練を必要とするような労働が次第に減少してゆく傾向にあること、変形インフレ—政策インフレ—、設備投資負担—公害排除設備投資負担—の加重による産業界の不況、失業者・産業予備軍の数の絶えない一般的増大、熟練労働者の豊富化などの事情は、一般的にいうならば、産業に対する労働費用の相対的重要性を減退させたといえよう。産業界が好況であった時代と比較してみると実に著しい差異が認められる。また、交通の発達、労働の可働性を増大する傾向

るほかに、販売市場の状態、需要供給の趨勢が察知できて、有利な売却機会を捉らへ、かつ販売先と密接な関係を保持することに便宜があるという、収益の側の理由にも基くもので、殊に、流行品の製造販売業では、その流行の中心地が、最も有利な位置といえよう。

費用の側と収益の側と、この両者を遺漏なく―手ぬかりなく―考察することは、卸小売両営業、そのほかいわゆる補助商業でもおなじように必要なことで、殊に小売営業では収益の側が特に重視されなければならない。このように一般的には企業の立場からするならば、収益の側と費用の側とは、ともに十分に考究し尽されなければならないのである。

(1) Pfauter, Michael, Die Erfolgsspaltung, Ihre Problematik, dargestellt am Beispiel einer Werkzeugmaschinenfabrik, S. 11 ff.

経営位置適否の歴史性

一つのある経営位置の有利性は、必ずしもこれが常に永続的性質のものだということではない。その経営位置をもっとも有力に有利にしている一つかあるいは複数の所与―与件―が変動的であるか、あるいは喪失の危険に瀕するならば、その所与の変化、または喪失によって、たちまちその経営位置の有利性に变化がしよる。すなわち、このようにして有利性は低下するか喪失するか、あるいは増大する。たとえば小売商についていうならば、国鉄・郊外鉄道の駅、あるいは市街電鉄・バス停などの存在によって決定的な

利益をこうむっていた商店の経営位置は、これらのものの移転によっていちじるしい打撃をこうむることがある。工業でも、たとえば製鉄業は、これまで―戦前・戦中を通じて―その使用燃料として極めて重要であった石炭の運送費を節約するために、炭坑の附近に設立することが有利とされていて、このような点で恵まれていたある製鉄会社が、附近の炭坑が廃坑となったがために、従前よりもはるかに多額な石炭の運送費を負担しなければならなくなったばあい、大変な打撃であるとされていた。

一般的に、経営位置の適否を変化させる重要な原因をあげるならば、

(一) 交通関係、交通方法の変化

海、大湖、大河川などの自然的な運送の道程がもっとも重要であった時代にくらべて、鉄道の出現、この発達は、自然的運送道程にそって存在していた商工業の位置の有利性をいちじるしく減少させたし、自動車、ことに貨物自動車利用の発達は、道路事情の改善とあいまってさらに新しい、いちじるしい作用をおよぼしたのである。このほか、新しい運河の開鑿とか新しい築港などの作用もまた著明なものがある。なお、たとえば、自動車の出現が、小売商業に對して与えた一つの影響を、リーガーは「まさに現代における自動車交通の非常な増加は、しばしば痛切な変化をひきおこした。それは狭い道路でのひんぱんな交通は、その街でもはや人々にウインド―陳列窓―を観察する余裕さえ与えない。」⁽¹⁾といている。

(二) 人口の分布状態の変化

少傾向を辿るものであって、そのうえ、その減少率に逓減傾向が認められるものである一、

(f) 逆逓増的な関係—たとえば収益上の有利性の程度が増大するとともに、逆に減少傾向を辿るものであって、それにもかかわらずその減少率に逓増傾向が認められるもので、さきの逓増的な関係との区別は(e)でのべたのとおなじようなことになる一。

などである。たとえば家賃地料などの場所費は、収益—売上—上の有利性に対しては逓増的な関係であり、広告費は売上上の有利性に対しては逓減的に、さらに、逆逓減的な関係でもあるといえよう。

この費用の分析に相応的に、企業の収益でも、

(1) 経営位置に無依的な収益部分と、

(2) 経営位置をどこに定めるかという選択如何によって制約される—経営位置がもつ所与によって制約される—収益部分とを区別することが必要であることは明白である。つまり、経営位置如何によって制約される成果、すなわち経営位置成果—Standortertoly—は、経営位置如何によって制約される収益、すなわち経営位置収益—Standortaufwand—との間の差であるから、最善と考えられた経営位置、すなわち企業に最大の収益率を挙げうる位置を確定させるためには、経営位置収益と経営位置費用とを対比してみる必要があるということである。

このような費用分析、収益分析、したがって成果分割は、企業家—実業家—にとってはとても煩はしいことで、その労多くして効果の少ないものと感ぜられることがあるかもしれない。なぜならば、

実際にこのような分析的考察を必要としない営業種類がありうるからである。しかし多くの企業にとっては、このような分析的考察は、それが新規設立とか事業の拡張に際して、また企業の経営執行上重要なものだといわざるをえない。何事もスタートが大切である。スタートで、慎重な熟慮、入念な計画をたてることを厭うということは百年の悔を残すということになる。あとでのべるように、国民経済機構、経営機構の変化もしくは改善によって、企業の総費用、総収益の構成内容に変化を与え、経営位置の条件、したがってその所与—与件—の性質に変化をおよぼすことを考えたならば、益々分析的考察の意義が明らかとなる。

工業の外経営的位置問題に関するかぎりでは、国民経済学者の業績—工業立地論—工業経済論—が著明であって、経営学者の所論の多くはそれらを模説したものにすぎないといえよう。しかし、工業の経営位置問題を論じた国民経済学者の多くは、費用問題に重点をおき、企業の利潤を決定するほかの要素である収益の側を無視するかも知しくはこれを軽視する傾向にあったことには論を要しない。経営学は企業の収益性と経営位置との関係を論究するものであるかぎり、収益の側にも視線をむけなければならぬ。たとえばある産業が原料の産地に近く位置するということは、原料の運送費という点で有利であるばかりか、原料が相対的に少く、しかも優良品質の原料を入手することが殊に大切である場合に特に購入市場と密接な関係を保持しなければならぬことにも基くし、また、ある産業が販売地の近くに位置を定めるのは、製品の運送費という点で有利であ

経営執行の指針として、経営判断の資料として成果分割—Erfolgs-spaltung—は極めて重要な意義をもっているが、成果分割の最善は、つまり、もっとも完全な形態における成果分割は、総額として示された年度成果もしくは客体成果を、その創造に参加した総ての諸力に正確に還元することにある。なぜならば、プアウターがいりように、真正な成果分割—Eine wirkliche oder echte Erfolgsspaltung—は、それぞれの力による収益と費用とをそれぞれに相對照し、各力が創造した成果部分を明確にしなければならない。費用側と相對應しない状態での諸収益の類別も、収益側と相並行しない状態での費用側の分割も、「一方的な、もしくは不真正な成果分割」—Eine einseitige oder unechte Erfolgsspaltung—である。もっとも完全な成果分割は、収益側と費用側との両方で、適当な類別と完全な捕捉とがなされることを要求する。したがって成果分割の問題は必然的に原価分析の問題と関連がある⁽¹⁾。

この一般的な主張は、経営位置と企業の収益性との関連における考察でも、そのまま妥当する。

正確な原価分析と成果分割のほかに、さらに、また、シュマールンバツハが力説しているように、経営比較の可能性が存在することは、ここでの問題考察上極めて有用であるが、正確な経営比較の可能性がなくとも、分析的考察はある程度までは可能であって、この可能性があれば、より良い結果がえられるだろう。

経営位置の原価分析的考察で、企業の総費用を、

(1) 経営位置に無依存的な—経営位置のもつ所与によって制約され

ない—費用と、

(2) 経営位置がどこかによって制約される—経営位置のもつ所与によって制約をうける—費用とに、
区別すべきである。

そして後者、すなわち経営位置がどこかによって制約される費用で、「経営位置がどこかによって制約される収益部分」に対してあるいはほかの費用種類に対してどのような関係にあるかということ
を究明すべきである。

このような関係は、

(a) 正比例的な関係—たとえば位置の収益上における有利性の程度が正比例して増減するもの—、

(b) 覆減的な関係—たとえば収益上の有利性の程度が増減よりもゆるやかに増減するもの—、

(c) 遁増的な関係—たとえば収益上の有利性の程度よりも急速に増減するもの—、

(d) 逆比例的な関係—たとえば収益上の有利性の程度が増大すると、これに対して逆比例的に減少するもの—、

(e) 逆遁減的な関係—たとえば収益上の有利性の程度が増大するとともに、逆に減少傾向を辿るもので、しかもその減少率に遁減傾向が認められるもの。さきの遁減的な関係は、たとえば、収益上の有利性が増大するとともに、しだいに増加率が減少する。それにもかかわらず費用総額ではなお増加するものであるのに反して、逆遁減的な関係は、たとえば収益性の程度が増大とともに逆に減

potential—とは、経営位置が潜有する所与によって制約される予想上の売上可能高である。

普通には一つの所与が収益的に積極的所与であると同時に費用的に消極的所与であるばあい、および収益的に消極的所与であると同時に費用的に積極的所与であるばあいが多いのである。これは、たとえば位置の有利によって売上が多い場所、したがって収益、つまり、売上収入の多い場所は、普通には費用側、特に家賃とか地料などが、この有利を全面的に、もしくは部分的に打消してしまふような不利をとめない、反対に収益側で不利な場所は費用側でこれを緩和するということが通常といえる。だからこのほかに、収益にのみ有利に、あるいは不利に影響する所与とか、費用にのみ有利に、あるいは不利に影響する所与も可能である。収益および費用の総額にともに有利に影響する所与は、きわめて少ないといえよう。

所与とは具体的にはさまざまな性質のものであろうし、その数も多いことだろう。ここで問題にするのは一般的に作用の大きい所与だけを摘出して、これらのものと企業との関係を解明したい。そのうえ工業、商業、農業などの産業部門別によって、さらには同じ産業部門の内部でもそれに包括される種類別によって、前面にでてくる所与は必ずしも同一ではない。いいかえるならば、一つの企業種類にとってもっとも重要な意義をもつ所与が、ほかの企業種類ではさほど重要でなく、さらには全く重要でないということ、つまり、一方でほとんど考慮に値しないものが、他方ではもっとも重大な意義をもつというばあいがあろう。さらにまた、このような事情

に、それぞれの企業のよりこまかな特性、あるいは規模の大小などがくわわることによって、その適當する位置がそれぞれに異なりうる。一定の種類一定の規模の営業にとつては最良の位置であつても、他の種類、異なった規模の営業にとつてはそうでないばあいがある。これらの事実を、小売商について解明してゆきたいのだが、たとえば計画経済を志向する経済政策的理論では、すべての営業をその種類、性質、規模などに応じてそれぞれの最良の場所に位置をさだめることが、かれらのえがく一つの理想といえよう。

経営位置収益と経営位置費用

ひとつの企業の総費用に対する経営位置の影響を徹底的に解明するには、企業の総費用を適當な費用種類にわけて、各費用種類と経営位置との関係を分析的に考察し、この分析的考察から総括的考察に、つまり、企業の総費用と経営位置との総結果的關係の考察におよばなければならぬ。分析的考察によって各費用種類がどれほど経営位置に制約されるかを知るばかりか、いろいろな所与のそれぞれの性質を一層明確に知ることができる。すなわち総結果的には企業の収益性に有利な影響をおよぼす所与のうち、ある費用種類には有利にほかの費用種類には不利に作用するというように、さまざまな性質をもったものがあろう。分析的考察は、収益種類にかんするよりも費用種類にかんして一層問題を多くかかえているので、一層精密に考察することができ、収益種類にかんしても、分析的考察をおこたつてはならない。

済的な大損失なくこれをおこなうことはむづかしいことだからである。

企業に有利に、あるいは不利に影響をおよぼす経営位置における場所—土地—が具有するそれぞれの特性を、所与—Gegebenheit—と名付ける。ところで企業の利潤、つまり、成果は収益—Ertrag—と費用—Aufwand—との間の差であるから、まづ、所与について、企業の収益に影響をおよぼすものと、企業の費用に影響を及ぼすものとに区別することができる。この前者を収益的所与、後者を費用的所与と名付けたい。つぎに、それがおよぼす影響が有利なものなのか、不利なものなのか、いづれかだから、積極的所与と消極的所与とに区別することができる。前者は企業の収益性に有利に影響するもので、消極的所与とは、反対に不利に影響をおよぼすものである。このようにみると、類別を組合せることによつて、収益的所与のうちに収益的積極的所与と収益的消極的所与を、費用的所与のうちに費用的積極的所与と費用的消極的所与を区別できる。

たとえば、ある生産的、工企業が存在する土地の気候とか、水質とかがその製造品の品質を良好に向上させ、したがって収益を増大させているばあいは、収益的積極的所与であり、反対に製造品の品質を低下させ、したがって収益を減させているばあいは、収益的消極的所与である。また、ある生産的、工企業が原料の産地に存在することによつて、運送費が皆無に近いほど有利ということは—原料の産地に所在するということは—費用的積極的所与であり、この反

対のばあいは、費用的消極的所与である。なお費用的所与における、有利、不利ということは、概念では土地の平均的品質、つまり、理論上できるだけ多くの土地について算定した土地を基準にするか、あるいはほかの同業との比較によつて、当該企業種類の平均的位置費用を基準としなければならない。これらの基準よりも経営位置の所在によつて、製品単位もしくは商品単位に対して多くの費用がかかるという所与は消極的所与であり、それよりも少くすることができるとは積極的所与である。収益的所与では、これとおなじように土地の平均的評価—品質—もしくはその所属企業種類の平均収益額を基準とすれば有利、つまり、積極的所与、不利、つまり消極的所与とを区別することができるが、このほかに、これらのものを基準としないで、経営位置的に売上を惹起させるような所与を積極的所与とし、反対に経営位置的に売上を妨害し減少させるような所与を消極的所与とすることができる。しかもこのばあいには、ほかの観点から所与について、局部的所与と超局部的所与とに区別することができる。局部的所与は、一つの局部だけ、つまり、局部として、市町村、市町村内のある地域、たとえば区、街、地点ばかりでなく市町村よりもっと大きな地域、たとえば地方なども問題となるのであつて、この売上可能性に影響をおよぼすものであり、超局部的所与とは、いくつかの同種類の、たとえば複数の市町村の売上可能性に影響をおよぼすものである。そして、両者とも、そのうちに積極的所与も消極的所与もありうるし、費用的所与も収益的所与もありうるのである。なお、ここにいう売上可能性—Umsatz-

な意味での企業概念領域にとどめたばあいには、余り多くのことは
 いえないし、それぞれの産業部門の企業生活とのあいだには、なお
 遠い隔りがある。それでは、工業、卸商業、小売業などの経営位置
 問題の核心を解明することができなくなる。したがってそれぞれの
 産業部分の国民経済的職能、特性をもととして、それぞれの収益問
 題と経営位置との間の関係を考察することにおよばなければなら
 ない。

それぞれの産業部門のそれぞれの特性、国民経済的職能の相違
 が、その位置問題を特異的なものにしてしまっていることについ
 て、例でいうならば、たとえば農業では、一つの国民経済で農業地
 として適当か否かというさまざまな未開拓地が豊富に、いまなお放
 任されているという実状にないかぎり、そしてすべての農業地にす
 でにそれぞれの所有者ならびに経営者がきまってしまうているかぎ
 り、農業の経営位置はすでに先決的に与えられているのである。労
 働ならびに資本は、あるがままの土壌に適応させられなければならない
 ないし、経営位置が生産を支配する。これにくらべれば、工業、卸
 商業、いわゆる補助商業などでは、一般的にはその設立にさいし
 て、経営位置の選択に多少の余裕をもっている。そして、ことに、
 工業では経営位置は生産上の諸要求によって条件づけられる。もち
 ろん、このことは自由選択の可能性に、どの産業部門にも制限があ
 るし、また、採掘業のごときは、その埋蔵地に企業の位置は拘束さ
 れているから、このようなばあいには、その鉱山の採掘は採算が見
 合うかどうかという、まったく別の問題、つまり、採掘労働に堪え

うる気候風土かどうかという問題とか、販売地への搬出、運送にか
 かわる諸費用の問題、したがって、埋蔵地の位置がどこかというこ
 とが問題とされる。

工業でも種類によっては、安価—安くつく—とか、熟練労働力が
 たやすくえられる地域に引寄せられる現象が認められるが、この
 ような現象は商業には一般的には認められない。賃銀給料の水準
 が、地域によって—土地を異にするにしたがって—ことに大都市と
 小都市と比較すれば、生活費に差があったり、ほかの理由から多少
 の差があることは事実だが、この差異が商業の経営位置の選択に決
 定的な影響力があるとは普通には認められない事柄である。

さらには、それぞれの産業部門の大分類、つまり、工業—生産業
 —卸売業、小売業などの内部でも、それぞれに所属する典型的な種
 類について、その経営位置問題の特異性を明白にすべきであって、
 これを経営位置問題の立場から適当に類別して、これをそれぞれの
 経営位置問題として追究すべきである。

所与—与件—の概念とその類別

経営位置という問題が企業にとって最大の関心事だということ
 は、地域—土地—はそれぞれに、さまざまな特性があって、これら
 の特性が企業の収益性に重大な影響をおよぼすからである。ひとた
 び経営位置が誤って選ばれたならば、そのことによって企業は永続
 的に、多くのばあいはこれが決定的な災いとなるばかりか、そこに
 巨額な資金を固定的設備としているばあいにこの位置の変更は、経

(2) 少くとも、現代一般に経済原論に包括されている理論の内部で、位置の理論を、とくに第一には価格形成における地方的差異(local difference)の問題——シユマツヘルは位置の理論は一般的価格理論の有機的部分であると述べている——として、次に地代の理論にかかわる根本問題として、更に輸送の理論の基礎として、そのほか、種々の一般的経済理論にとって重要なものとして取扱わなければならないだろう。

(Schumacher, Location of Industry, Encyclopedia of the social scienc. Vol 9, p. 592 参照)

(3) 里正巖博士「工業分布編に関する文献」——経済論叢二五巻一号——参照。

(4) Rieger. 2. 2. 0.

(5) Walb, Kaufmännische Betriebswirtschaftslehre S. 9.

(6) このことは、経営位置にかかわる国民経済学と経営経済学のかみあいについての、かれの論述によっても明らかである。しかし、国民経済学がどのように位置問題に関連するか、心をひかれるかという点でのかれの所論には賛成できなうところがある。

(7) Silbe, Herbert, Thesis der Stanolste des Einzelhandels.

(2. f. hw. F. 24 Jahrg. 8 Heft. S. 378).

(8) Hellauer, Zur Standortwahl im Handel (Zeitschrift für Betriebswirtschaf. Jahrg. VIII. Heft. 12. S. 861).

(9) Walb, a. a. o. S. 9.

(10) 向井梅次博士訳「ホフマンの経営学」上巻。(ホフマンの原著では二九p以下)。

(11) 黒沢清教授「会计学」一六〇p。

(12) W. Gerald HoCmes, Plant Location (New York, 1930).

研究の方法

経営—商店—位置の理論をうちたてるためには、原則的には演繹

と帰納との二つの方法がある。帰納的方法是数多くの観察が必要で、観察によってえられた経験材料から法則性を発見しようとするものであって、その大切なことはいうまでもない。ここでは、経営経済学の本質に相応的に、演繹的方法をとりたい。そして純粹な思考によって演繹された結論が正確かどうかを検査するために、くわえてその不足するところを補足するために、経験と實際的観察とを使用したい。

第一に、企業の本質、企業の目的からはじめる。企業は利潤を、つまり、資本収益をうるための組織体であるから、企業の収益性と経営位置との関係を説明しようとする。そのうえ企業の利潤の決定要素である収益と費用とを分析し、経営位置によって制約される収益種類と費用種類とを確認したうえで、終局において企業の利潤を最大ならしめるところの位置、つまり、最善の位置を理論のうえで確定したい。

ところが、各産業部門は、それぞれに異なった特性と国民経済的職能とを背負っていることによって、最善の経営位置としての条件が産業部門を異にすればするほど多少の差異がある。おそらくそれぞれの産業部門が特性、国民経済的職能を異にすることは、経営位置によって制約される収益種類、費用種類を異にし、くわえて、経営位置によって制約される度合を、つまり、各収益種類についても、位置によって制約される純益の総額についても、異にすることが必然的に伴うからいえることである。このように考えてくると、企業の収益と経営位置との関係の考察を、もっとも抽象的に一般的

う、より狭義にいうならば、「最大なる収益性をえようと努める経済的企業家は、かれの経営の位置としてどのような場所を選ぶのか」という問題を提供しなければならない。「どのようなばあいにも、経営経済的活動の領域内の、経営位置の選択が眼目である」と。⁽⁸⁾

さらに、ジルベおよびヘラーは、経営位置問題の国民経済的取扱と経営経済的取扱もしくは国民経済的考察方法と経営経済的考察方法との区別を論じているが、とにかくも、経営位置問題で、国民経済学と経営学とは、きわめて密接な関係で連関していることは疑う余地がない。まさに経営位置の問題は、「二つの科学のからみあい—Ineinandergreifen—咬合—についての一つの有益な例である」⁽⁹⁾とすることができる。

なお、経営学の体系において経営位置の問題が、どのような地位を占めているかということだが、ヴァルプ、ライトナーらは、組織論のなかでの理論として取扱っており、ニックリッシュの経営経済—Betriebswirtschaft—では、経営の構成と生活とを取扱っている第二部の中のA章、つまり、全体としての経営の、第三節、経営の形態で、形態価値—Formenwert—として論じている。また、ホフマンは、かれの商事企業経済学—Wirtschaftslehre der Kaufmännische Unternehmung—の第一篇における企業の築営—資本投下—のなかでこれを論じている。⁽¹⁰⁾

このようにみえてくると、さきにふれたが、経営位置の概念は、一つの企業の全体の位置としても、また、一つの経営内のそれぞれの

地点もしくは各課の位置としてもこれを理解できるので、経営学の部分内容としての経営位置の理論は、外経営的位置理論—Ausserbetriebliche Standortlehre—と、内経営的位置理論—Innerbetriebliche Standortlehre—とよりなるといえよう。

最後に、経営位置の理論は、とくに小売商において、いわゆる市場分析の理論—Marketing, Marketanalysis—ときわめて密接な関連に立っている。つまり、市場分析とは、「市場可能性—Market potentiality—すなわち潜在的市場—Potential market—を発見しようとする統計的方法である。一定の商品に対する需要—市場—がどのような経済的要素—これを市場要素という—から構成されているかどうかの分析である」⁽¹¹⁾。黒沢清教授の市場分析がとくに小売商の経営位置問題と密接な関連があるというのは根本的な問題を相互に共有しているといえるからであって、経営位置の理論がいわゆる科学的マーケティング—Scientific marketing—の研究に反応した例として、ホルムスの著書を挙げる⁽¹²⁾ことができる。

一九世紀の終わり頃、人文地理学の側面で大きく貢献し、今日もなおそのいちじるしい影響を地理学以外の社会諸科学にあたえているフリードリッヒ・ラッツェル—Friedrich Ratzel—, 1844~1904がある。ラッツェルは空間と位置という基本概念に注目し、これをもとにして生活空間という生態学的概念をはじめて提示した。位置については、関連する位置という問題を取りあげて、中心、周辺、帯状その他の地理学上の諸概念を区別し、地域構造の分析に大きく貢献している。

(1) Rieger, Wilhelm, Einführung in die Privatwirtschaftslehre. S. 141.

の目的に照応的に、これを考察し解明し解決することを任務とする学問であると規定し、この立場にたつて経営位置の問題と取組んでゆきたい。

ならば、このような立場で経営位置にかかわる経営学的理論はいったいどのような内容のものだろう。それは、企業本来の目的は利潤、つまり資本収益の確保—獲得—だから、一方に企業の利潤、しかもその決定要素としての収益と、他方に経営位置との間の関係を、分析的に、また総合的に解明し考究するものであると定義することが出来る。企業家—企業経営者—はこの定義によって、企業の新設、事業拡張、あるいは移転などのために新しく経営位置を決定し、または経営内部の組織を改造するにあたって、企業の活動をできるだけ合目的にこれを遂行するにあたって、考慮しなければならぬ一般的な諸条件を知り、また、個々それぞれの典型的場所の典型的状态に対してその適否の程度について一般的推断をくだしうし、さらには、すでに存在する経営位置上の不利についてもこれを緩和し相殺するという諸方法を知ることができて、経営学がこれらの人々のために裨益することの多いことは疑い余地がないといえよう。しかし経営学は、経営学になにかを求めようとするすべての人々に、多少の差—程度—はあるが、何ものかを与えるのである。しかし、経営学が追求し解明するところの諸知識がある人、たとえば一企業家に實際上役立つかどうかということとは、その人がこれを利用しようとするか努めないかにかかわることであつて、経営学自身にはなんらの関係もない事柄である。

経営位置の問題は、国民経済学⁽²⁾、経済地理学の研究対象ともなっているが、⁽³⁾国民経済学もしくは経済地理学における取扱と、経営学における取扱にどのような差異が認められるのか、その要点は経営学は企業の収益性の観点から経営位置問題を取扱うものであるといえよう。この見解には賛成者があるのであつて、たとえばリーガーも、「どこに個々の企業がその居所を定めるのか、それはなぜ地理的に分布されているかを研究することは、われわれの任務ではない。むしろ純粋な理論的考究によつて、利益を追求する企業家の立場から考慮されなければならない観点の所論が示されなければならない⁽⁴⁾」とのべており、ヴァルブもまた、「今日の経済組織では企業家は、所与の資本だけで有利な資本収益—Rente—を確保することが眼目であるから、かれにとつて経営位置問題は必然的に一資本収益問題に、いいかえれば、一成果問題になる。かれはその決断を何物によつても制約せられないばあひには、一般に、かれによりよい成果を約束できる場所を経営位置として選ぶものである⁽⁵⁾」とのべている。このようにヴァルブ自身によつては明言せられていないものの、かれもまた、経営位置の経営学的考察の態度に関するかぎりでは、私見と同一の見解をもっているように推定できよう。⁽⁶⁾さらにはジルベも、「経営経済的研究は結局の観点として成果に向けられて⁽⁷⁾いる」⁽⁷⁾とのべている。

なおヘラーワは、「経営経済学的取扱は、経済的企業家は収益性への彼の努力によつて、もしくはその努力にもかかわらず、かれの経営の位置として一定の場所をどのような理由から選ぶのか」とい

街といつても、経営位置として街路そのものではなく、街路をはさむ地帯、街路周辺地帯を觀念するものと同様である。だから、諸種の広場のうち、特に小売市、露店などのために用いられる広場においては、さらにその広場の周廓地域ばかりでなく広場の内部において、人の通路をはさんで営業が列をなして並んでいる地域も、小売商の経営位置としての営業広場ということが出来る。

このようにして、経営位置の概念は、地域的にさまざまな広さを有する場所におよぶということ、すなわち、大は国、府県、市町村より、小は街広場、広場もしくは広場の各地点、一経営内の各地点にまでおよぶことを明らかにしたのであるが、このことから、経営位置の理論も非常に広い範囲のものであるということを知るのである。

- (1) Standort という語は、わが国には、たとえば菊田太郎氏、向井梅次郎氏などによって「立地」と訳され、黒沢徹博士によって「定地」と訳されている。
- (2) この外に大阪市などでは、筋というのがある。つまり大阪では原則として東西の道筋を通りと言ひ、南北の道筋を筋と言っている。船場・島之内方面で特に厳守せられていた呼名である。
- (3) おなじ構えの店が整然と軒をつらねている。
- (4) 石原憲治氏、都市計画、二一四頁(万有科学大系統篇一〇)。
- (5) 一般にドイツは戦前公園ならびに遊戯場を広場の一種類として取扱っていたが、今日では公園は別に公園系統として考へられるようになっていゝる。わが国もおなじ。

商店位置の経営学的考察

リーガーもいっているように、「位置—Standort—の問題は経済だけに制約を受けるものではなく、それは獵師や漁夫にも、また顧客にもおなじようにあてはまる問題である。そして常にその核心は、その人の意図を發揮し成功できる場所を發見することである」⁽¹⁾

これを企業家についていふならば、その利潤追求上もっとも合目的である場所に企業の所在地を決定することとおなじである。しかも各企業がその性質と規模に応じて、それぞれに適當とする場所に定着することは企業にとって収益確保ということだけでなく社会的にかかわりあることといえよう。なぜならば、各企業がそれぞれに適當とする場所に存在しているばあいには、これを總体的にみれば世人の欲望充足ということ、たとえば、適當な場所を選択することによって営業費の節約ができて、これがために価格が低下するという形態がえられるならば、一層の満足、一層の便宜、つまり、経済的合理性が到達される。さらには、企業が永続的に利益をえようと願うならば、消費者の欲求に適合しなければならぬということも経営位置の問題の考慮の一つといわなければならない。

このように考えてくると、経営学は商店—経営—位置という問題をいかなる観点からいかなる立場で取扱うのか。それは、経営学—経営経済学—という学問の本質のとらえかたによって異なるといへよう。ここでは、企業の生活、企業の諸活動に関連して派生する一般的根本問題を、企業の本質に照応的に、つまり、企業の本来

一致しない。普通一般に各市区は数箇所の営業区を持っている。営業区とは、ここでは小売商店の分布の状態、そのさまざまな特色に従って相応的に区画づけられた一地区のことであって、普通にいわゆる小売商店街、つまり営業街のいくつかを自らのうちに包含しているのである。このほかに、営業区という言葉はさきの小売商業地区と同意義にせよ(社会)では一般に理解されている。われわれはこれをいうならば営業区というように別称することにする。

ところで、営業街・営業区という言葉は、街もしくは広場を小売営業の経営位置として考察しようとする場合に生ずるところの概念である。なお、世上では一般に銀行・工場・住宅などが集合した街をそれぞれ銀行街・工場街・居住街などというのに対して、小売営業の密集・楡比⁽³⁾している街もしくは広場を小売商店街・小売商店広場と称しているようである。

広場 (Platz, square, place) という言葉は、わが国においてはあまり耳馴れない言葉といえよう。なぜならば、わが国では広場と呼ばれる場所での有名なものが少ないからといえよう。ところがヨーロッパの諸国では事情が全く異なっている。有名なものに、たとえば、ドイツではベルリンにアレキサンデル広場、ベル・アリアン広場、ライプツヒ広場などがあるし、フランスではパリにエトール広場、ナシオン広場、パステイユ広場、グランブルバール広場、コンコルド広場、マドレーヌ広場、バレー・ロワイヤル広場、オペラ広場などがある。

広場という言葉は、わが国ではあまり耳馴れない言葉であるとい

う事情からこのことについて多少ふれなければならない。石原憲治氏によると、広場は交通広場、実用広場、建築広場、公園広場―運動場・遊劇場、植林芝地広場に区分している⁽⁴⁾。交通広場とは交通政策上設けられたものであり、実用広場は青空市場、祭礼、市民集会などのために用いられるものであり、建築広場は記念建築物とか記念碑などの十分な効果を与えるために設けられたものであり、植林芝地広場とは樹木植付によって都市の風景に活気を与へ住民に緑樹の中の心身の休養を得しめるためである⁽⁵⁾。

ヨーロッパでは、元来、都市および村落で、広場は市場として重要な意義を有していたもので、たとえばドレスデンのほかドイツの都市村落において市場として重要な意義を有しているといっても過言ではなからう。

このように、わが国の諸都市にあっても、公園広場を度外視しても、少なからず實際上広場が存在していることは周知されている。どこの都市にも交通広場、つまり、主要駅前の広場、諸市街鉄道・バスの主要交叉地点をはじめ、公園の入口の広場、神社仏閣の前の広場、銅像・記念碑などが立っているところ、川岸の広場、市街地広場などがある。しかも、これらの広場のあるものでは、露店の夜店、風店、朝市、夜市、風市、朝市などが開かれていることが少なくないのである。

ところで、われわれにとって営業広場という言葉は、広場(交通広場であろうとそのほかのなんたるを問わずに)を取り囲む地域を小売商の経営位置として考察する場合の概念である。ということとは、営業

経営立地理論研究 (Location Theory)

— 経営位置の展開過程形成研究 —

長谷川 知 一

序 説

経営位置の概念

ここで経営位置と言うのは、ドイツ語のシュタントオルト *Standort*、英語ではロケーション *Location* に相当する。シュタントオルトという言葉は、地域的に、空間的に見て、さまざまな広さの区域に就て使用されることができる。たとえば、非常に広い地域について使用するならば、全世界に対しての一国を指称しうるばかりか

さらに一市町村の内部の一部、すなわち一つの区 *Viertel*、一つの街 *Strasse*、一つの広場 *Platz* などをシュタントオルトと指称することができる。さらに狭く、一街または広場の一つの地点 *Stelle* を最後に最も狭く、一企業の内部における個々の地点、各設備の位置をシュタントオルトと呼ぶことができる。だから、シュタントオルトという言葉に相当するものとして経営位置という訳語 (邦語) をあてることは、わがくにの一般の観念にしくりしない。しかしながらほかに適当な言葉がみつからないので、われわれは経営位置という言葉で満足しなければならない。しかしこれからこの

言葉を使う場合にあまりに一般の観念から離れているような感じを強くさせられる場合にかぎって、この言葉の代りに営業地または経営地という言葉を用いることにしよう。⁽¹⁾しかし、ここで注意しておきたいことは、特に小売営業に関して、経営位置 *Standort* の概念を市町村よりも大きな地域におよぼすことはほとんど無意義であるということである。

市町村においては、区とか町とか通りという行政区画がある。大都市においては、まづいくつかの区 (市区 *Stadtviertel*) に分たれ、次に各区のうちに町もしくは通りという区別がなされている。⁽²⁾これに対して、どのような産業部門がその地域で優勢であるかに従って、一つの都市を工業地区、小売商業地区、卸商業地区、銀行などのいわゆる機関商業地区 (通俗的にいうならば銀行会社地区) に、またこのほかに居住地区などに、大略的に区別しうる場合がある。

小売営業の位置の経営経済的な研究のために、営業区 (*Geschäftsviertel*)・営業街 (*Geschäftsstrasse*)・営業広場 (*Geschäftsplatz*) などが、典型的経営位置 (*gruppentypischer Standort*) として最も問題になってくる。ところで、営業区、営業街の概念と市区の概念とは通例