



《会計・税務の知識》そうは問屋が卸さない

「卸不要論」や「卸中抜き論」が叫ばれてからかなりの時間が経っていますが、卸売業者の淘汰や再編が進んだものの、現在でも卸売業者は流通業界において重要な役割を担っています。

今回は、卸売業者の存在意義を考えていきたいと思えます。

1. 卸売業者の存在意義

物流としては、一般的に、メーカー→卸売業者→小売業者→消費者という流れですが、「卸不要論」や「卸中抜き論」は、ここから卸売業者を除いたメーカー→小売業者→消費者という流れを意味します。

単純に考えると、これによりコスト削減等が可能になるように思えますが、どうでしょうか。

卸売業者の存在意義としては、以下のような機能が考えられます。

- a) メーカーとの交渉機能
- b) 物流コストを含めた在庫コスト削減機能
- c) 情報提供機能
- d) ファイナンス機能

2. メーカーとの交渉機能

メーカーから直接仕入れるとなると、メーカーごと、商品ごとに価格などの交渉を行う必要が生じます。これは、数多くのアイテムを取り扱う小売業者にとってもメーカーにとっても、かなりの時間と労力を必要とします。

卸売業者から仕入れれば、小売業者は卸売業者と、メーカーは卸売業者と価格などの交渉をすれば良いわけですから、価格などの交渉に必要な時間と労力がかなり削減されます。また、メーカーにとっては、直接取引よりは卸売業者を通す方が与信リスクが低くなることが多いと思われれます。

3. 物流コストを含めた在庫コスト削減機能

メーカーと直接取引を行う場合、ある程度のロットを必要としますので、在庫の置き場が必要となってきます。また、ここから店舗へ運ぶ際の仕分け作業や運送費なども必要となってきます。

さらに、メーカーとの直接取引によって仕入価格は卸売業者から仕入れるよりは安くなると考えられますが、売れ残りなどの在庫リスクを負うこととなります。

卸売業者から仕入れる場合、小売業者は必要な量を必要な時に仕入れることが可能になります。

4. 情報提供機能

多数のアイテムを取り扱う大規模な小売業者の場

合、独自で売れ筋商品などのデータを持っていることもあります。一般的には自店のデータは持っているとしても、自店で取り扱っていない商品を含めた売れ筋商品などのデータは持っていないことが多いと考えられます。

卸売業者は多数のアイテムを取り扱っていますので、新商品情報を含めた売れ筋商品などのデータを蓄積しており、小売業者にもメーカーにも提供することが可能です。

その小売業者にとって弱いジャンルについては棚ごと卸売業者に任せているケースもあるようです。卸売業者は商品の陳列の仕方やNBとPBの組み合わせ方などについてもノウハウを持っています。

また、新商品が発売されCMを流したものの店頭でその商品がなく、メーカーにとっても小売業者にとっても販売機会ロスが生じることがあるため、広告会社と提携し、CMが流れた時に、店頭でその商品があるように提案している卸売業者もあります。

5. ファイナンス機能

小売業者は一般的に現金商売であることが多いですが、メーカーへの支払いも10日ごとなどサイトが短いことが多いと考えられます。

卸売業者から仕入れる場合、半月ごとや1ヶ月ごとの支払いが可能であり、実質的に卸売業者がファイナンスの機能を担っていると言えます。

また、中小の小売業者がメーカーから直接仕入れる場合、財政状態等によっては、取引保証金を差し入れる必要があります。多数の中小の小売業者と取引している卸売業者の場合、メーカーほど取引保証金を要求されることは少ないと考えられます。

6. 結び

「そうは問屋が卸さない」ということわざがありますが、そんなに上手くいくものではないという例えです。

200年ほど前に、流通業界で最も力を握っていた(価格決定力を持っていた。)のは卸売業者であり、小売業者が安い価格で販売しようとしても、卸売業者が許さないということから来ているようです。

現在、流通業界で最も力を握っているのは大手小売業者と言われていますが、卸売業者にとっては、「卸不要論」や「卸中抜き論」と言われても、「そうは問屋が卸さない」という感じでしょうか。

(担当：國村 年)