

む  
す  
び



アマドコロ(萎蕤)

近代生活は、健康や衛生面では、医学の進歩と薬学の発展の目覚ましきによって支えられてきた。家庭薬と称せられ、各家庭に配置する富山売薬にとっては、常にこの時代の進運に遅れないことが至上命令であった。それと共に配置販売業として、消費者ニーズに適應する流通過程の変革に対応することが不可欠な条件であった。

富山県薬業史の受けもつ課題の中心的な核は、この時代性を踏まえた問題意識をもって、それぞれの時代に取り組みながら、分析、解明を行うことであった。経営規模が零細であり、伝統産業として継続、発展してきたそのメカニズムとその運営の進め方は、生々流転の時の流れの息吹きを秘めながらの展開であり、それは日本の産業の歴史の縮図でもある。この視点から、富山の薬業史を繙けば、その活動は、一貫して経営の継続性に向けられ、商業の理念の達成へのたゆまざる努力に集結したといえる。

## 一、経営の継続性

富山売薬業は、以上に述べてきたように、数々の問題に遭遇しながら、今日まで三〇〇年の歴史を歩んできた。この間、地域の近代化の大きな変動の波に揺られ、その存立の危機に際しても、美事に克服して、今日に及んだ。封建社会から近代社会の時代的变化の中で、遅しく不死鳥のように生き長らえてきた。その産業の経営継続を可能にした

ものは何であつたであらうか。それは、富山売薬業それ自体の中に、その本質的要因が内在しているように思われる。

#### (ア) 消費者本位の販売戦略

富山売薬業は、得意先に一定の数量の薬を預けておいて、次の行商に訪ねる際に、使用消費された数量について代価を受けとるという配置制を、この経営の特長としている。それは消費者に対する利便第一主義の精神として、販売戦略的な意味づけが為される。

配置制は、消費者には便利であり、必要な際にいつなりとも手軽に利用することができる。得意先に毎年一軒ごとにその需要を予測して適切に薬を預けるための行商は、消費者に直接に接する行商制の利点であり、この行商制と配置制が結合して消費者本位の富山売薬業が形成されたといえる。この消費者にとつての便利性と親近性は、富山売薬業の存続要因の二大支柱であるといえる。そして江戸時代中期から今日まで継続してきた経営上の特色である。

しかしながら、この行商配置の事実関係の歴史的、社会的背景を考えると、古い時代の資本の性格として、特別に理解すべきことをハーバード大学のグラスが述べていることが注意される。グラスは、その名著といわれる『ビジネスと資本主義—経営史序説』（植村元覚訳）において、行商や旅商人の活躍する「小資本主義」の段階では、資本は使用資本制（usucapital system）において、即ち単なる利潤追求のための商品としての資本ではなく、使用資本として使用価値を基準として、いわば使用するためのものであるとした。薬は交換によって価値を生み出すよりも、使用に役立つ財であつた。

さらに封建社会では、財貨は現金で販売されるよりも掛売が一般的であつた。そして支払いはお盆と年暮れの二回が節期であつた。（今日でも農村では、この年二回の支払い制度が残っているところがある。）このような売買様式を売薬行商に

当てはめると、行商配置は年二回であり、行商において一定の薬を掛け売りしておき、次の行商に際して使用分の支払いを受けとる一般の商慣習の骨子と相通するが、非使用分は代金請求をしない所に特色がある。

この点については、民俗学的解釈も成りたつ。即ち瀬川清子の「販女」にはわが国の各地にみられる海産物の行商女の例をあげていて、「漁村と農村の間の、魚と穀物のかへ・こ・は、得意を持って居て、掛売り——一応貸して置いて、あとで農村の麦の秋、米の秋に、穀物を受取るという風が多かつた」と述べ、山形や能登、京都や石見、山口や鹿児島などの諸国の例をあげる。先に使用せしめて後になってから支払いをうける行商女の例からも、売薬行商においても、掛売り方式が採用され、定着したものと解することも出来る。民衆の生活慣習に即した販売の様式であつた。

#### (イ) 行商の対人信用

富山売薬業では、行商は江戸時代から今日まで一貫した販売形態である。商業一般について言えることであるが、商業には信用の有無が絶対条件である。定住商人であれば、店舗によつてその信用が維持されるが、行商については店舗はなく、その信頼性は薬を服用して効果があらわれるまでは全く測定することはできない。また価格も問題である。行商の対象となる得意先は、必ずしも薬の市場価格に精通している訳ではない。行商人に対する不安は、適正価格で販売されているか否かにかかる。この点で、商人たちの仲間組の示談書において、その適正価格の厳守を掲げ、また原料薬種の品質管理を強く要請し、安い粗悪薬を取扱わないように規制した。

これに劣らず重要視されたのは、精神的側面であつた。得意先の訪問日時の順守である。富山からの出発は、現在のように個人が定めるのではなく、仲間の慣習によつて、団体行動を基にして出かけた。旅先の到着が、これによつて一定日時に定まり、ここからの得意先も予定が定着していた。その訪問も年中行事の風物誌のように規制されてい

た。この定時的な訪問は、得意先に、安心感と信頼性を醸成するのに役立つ。

また得意先での態度と言語は、嚴重に教育された。寺子屋において、また年長者や親方、先輩たちから指導された。相手方から好感をもたれるよう接遇訓練をうけた。まず訪問先の家族のこと、年長者や幼い子供の安否を伺い、言葉使いや礼儀作法の勉強、それに薬や医療の知識、また一般教養を身につけて、十分な接遇の実地を身につけていた。

これに加えるに、お土産物や献上品を忘れなかった。これは自らは他国商人であるという意識から、特に注意を怠らないものであった。江戸時代では旅先に行くことは他国に出ることであり、旅先藩内では外国の商人としての取扱いを受けた。こうして他国に出かけることによって成立する富山売薬業は、現在の表現で言えば、多国籍企業であるといえる。多国籍企業である限り、他藩において経営するためには、その藩に献金、献納の戦略によって経営活動の確保安全を計らねばならなかった。それにはまず領域内の免許を受けることが重要であった。免許を受けるにはその藩から株人数や品目数を指定せられ、そして免札をもって領内を安全に行商することができたのであった。例えば薩摩組示談定法書には、「御上様へは御冥加のため鉛百五拾斤、熊の皮十枚」を毎年場所到着の折に献納すること、また他の史料では「極上の熊膽二腑、白越後三反、上通奈良晒十疋、米沢織二疋」など他国の名産を献上することとされていた。同じく小倉藩には「異国船渡来につき御物入に付五拾両献金」という臨時の献金もあった。その他の役筋へも種々の献上物が納められ、また旅先の神社に石の鳥居を寄進したりして、当局者に対して注意深い配慮をした。

次に、旅先藩内では、毎年訪ねる得意先には、土産物が配布され、近親感と友情性を増すのに役立つ。得意先の家族に印象深く喜ばれる物が、土産物として持参された。それは扇子、箸、針、紙風船等である。紙風船は得意先の子供たちには特に喜ばれる物で、遊びの少ない時代には家庭に楽しい雰囲気を与えるものとして尊ばれた。

さらに土産物として注意されるものに、版画がある。得意先が楽しみにしてその来訪を待っているものには、この

絵紙のサービスがあつた。役者絵、武者絵が版画に刷られ、薬を配置するとき、一緒に配布するのである。今日のようには情報のない江戸時代や明治時代には、遠来のしかも毎年定期的に訪ねてくる顔馴染みの薬屋との、ほんのしばらくの世間話や絵紙を話題とする話も魅力あることであつたが、また歌舞伎の俳優や物語にでてくる源平の合戦のような絵図は興味をもつて見られた。それは今日でいえば映画スターの写真のような魅力をもつという役割を果たした。その色彩は江戸時代の版画が鮮明であり、明治中期になると色彩が悪くなるといわれている。

売薬商人の柳行李にゆられて広く全国に配布した売薬版画は、初めは江戸から輸入されたものもあつたが、やがて富山で製作された。富山に生まれた広告の原型であり、信仰と観光、また娯楽の案内図でもあつた。薬の配置行商を推進するために得意先に進呈するこれらの品は、いずれも安価で軽いものではあつたが、それが得意先の家族、とくに家庭の女や子供に対して親しまれ、懐かしがられ、薬屋が歓迎されるように仕向けるに十分な効果をもつものであつた。行商そのものは零細経営であり、連日、十数戸の得意先を訪問するという些細な経営は、このような精緻な宣伝工作のシステムの上に成立していた。彼らの巧みなアイデアと、バイタリテイがにじみ出ている販売戦略であつた。以上のように、売薬商人たちは、許可権をもつ権力構造に対しては、献金や遠方の珍貴な献納品をもつて接近してその領内進入に成功すると共に、領内に散在する得意先には信用と好感をもたれるように細心の注意を払つた。それは近代的经营においては宣伝費の節約にも役立つ。

#### (ウ) 懸場帳の重要性

これらにおとらず、信頼を受けると同時に経営の実情を自らにも消費者にも明示したのは、懸場帳であつた。顧客となつてゐる得意先を廻る行商人が、たとえ變つても顧客の方では安心して薬を引続いて買入れてくれ、或いは代金

を支払ってくれるのは懸場帳という極めて巧妙な販売の事実関係を顕示するこの帳簿であった。行商は一回限りで二度と販売にくるかどうか不明な場合もあるが、元来は、行商には継続して一定地域を廻ることが一般的様式であり、瀬川清子の『販女』にも海産物の行商女は顧客との対人信用が最大の商行為の注意事項と規程されている。

売薬行商人が、毎年的一定時に訪ねてくること、それがさらに帳簿によって前回配置した薬の品目と数量が明記されておおり、しかも使用した服用分も明確に把握できる懸場帳は、これを裏づけて証拠だてるのである。売薬の効用とともにその販売量、販売金額そのものも、これによって双方に疑いなく、偽りなく完全に明示されている。こうして帳簿を通じて、行商の制度が確立されしかも継続していくのである。

この懸場帳を売薬業者の側からみよう。売薬行商は原則として年に二回得意先を訪問する。そうして故郷に妻子を残して遠隔地に旅に出て、旅先にいくつかの根拠地の定宿をもち、そこを中心にして毎日のように得意先を訪ね、使用された薬の代金を受け、その消費量、家族構成、季節性を見こんで需要を予測して、新たに売薬を預けて帳簿に記入する。しかも根拠地の宿に帰れば、帳簿を整理し、集金額を検討し、さらに翌日の行商の準備をして、行李に新しい薬を行商の一日分の需要を見込んで詰める夜業がある。この旅先の行商は、耐久力と堅忍不拔の精神と緻密な計算能力が必要である。したがって健康を害した時、或いは老衰化した時、またその他の理由で、本人が続いて行商に出かけることが出来なくなる場合が発生することも少なくない。

このような行商制度に伴う不可避的な継続の困難性に対して、懸場帳は甚だ重要な意味をもち、業者個人としても全体の富山売薬業としても、継続機能を果す役割をもつ。即ち懸場帳は富山では売買の対象としての商品性をもち、自分の売却したい旅先の懸場と、また他人から買入りたい懸場もこの帳簿の売買によって可能である。またこれを取扱う特殊な職業として懸場帳の仲介人が存在する。これは現在の不動産業者と全く類似していて、需要と供給のバラ

ンスの巧みな調節機能を果している。経営の拡大即ち行商地域の拡大を求める者、新たな地域を獲得しようとする希望者は、これを利用することが出来る。

したがって行商を営む者は、行商地域である懸場について安心して営業を続けることができ、財産としてその保全に励むことになる。いかなる突発的事故により行商することが不可能になるとしても、その営業は懸場帳において貨幣価値をもって安全に売買される商品性をもつのであり、この交換価値は、富山売薬業において、江戸時代から現在にいたるまで存在している。勿論、その価値は行商地域の経済状況により、また得意先の内容のよさ即ち、服用薬の多少、支払い事情である集金率の良悪等により、様々である。一般には、年間の売上高に二割五分ないし五割増しの価格で売買される。この評価は仲介人が行うのであり、そのためにも評価価格を高めるように業者は常に努めるのである。

この評価は最近次第に高く認められてきた。安定した長年にわたって築きあげられた得意先を、この帳簿によって、容易に獲得しうるのである。それで他県の業者からも、また異業種の業界からも、着実な需要を期待しうる何よりの有効な成果を見込めるといので、この懸場帳が見直されつつある。

## 二、「完全な商人」としての富山売薬商人

富山売薬商人は、その形成以来、三〇〇年にわたって、全国市場において活躍してきたが、これを成立させたのは、「完全な商人」ともいわれるような巧みな経営政策と商人として理想的な性格をもったということが考えられる。完全な商人という言葉は、十七世紀のフランスのジャック・サバリー(Jack Savary)の「完全な商人」(Le Parfait Négociant)



の題名の書物に由来する概念である。

サバリーは、一六二二年にドイツの名門の貴族の家に生まれ、パリに出て商業を見習い大商人として活躍し、一六七〇年には、その知識と経験によって、商法典の編さんに掌わり、それが『サバリー法典』(Code Savary)あるいは『商人法典』(Code Marchand)にまとめられた。続いて一六七五年に、彼の着実な考え方と優れた識見が商取引に示された本書が出版された。その後は増補をつけて、重版を重ね、一一版に及び、またドイツ語版、オランダ語版、イタリヤ語版も公けになった。商業について權威ある書として、ヨーロッパを風靡した。彼の性格は、「率直で卑劣なことが出来ない人柄であり、清廉さ、几帳面な誠実さ」の持ち主であった。このために善の循環を理念とする商人道をも身につけた経済人であり、学者であったともいわれている(植村元覚『富山の商業』五九頁)。

本書は、当時のヨーロッパの諸地方に残存する商人の記録を基にして、典型的な商人像を描こうとした。それは「旅や市に出かけ、また外国に行く労苦に耐えるほどに強くあり、頑健である。商品を苦もなく運び、また旧来の市場を視察し、新市場を開拓する。そして計理に通じながらも、危険を予測して経営政策を作成し、管理を統制する」(グラス著 植村元覚訳『経営史』一〇五頁)のである。

そして商業従事者に商業経営の指針を示す教育的配慮から、商業知識、たとえばフランスや外国の度量衡を説明し、組合経営の内容、現金管理、帳簿の記帳の重要性とその方法、會計的知識、商品学的知識、送金・為替の手續きなど、それに加えて商人としての修練と教養、使用人の徒弟の義務、さらに信用、信頼や協調等について、詳細に述べる。これらを第一章から第六七章にわたって叙述していて、膨大な分量は、商人をして身につけておくべき知識や姿勢、態度あるいは商業の理念の集大成がなされている。

ここで、サバリーの本書を取りあげた理由は、その歴史的背景の共通性・類似性にあることを付言しなければなら

ない。完全な商人という概念は、商人の理想像を描くものであるけれども、従って時間を超越して普遍妥当的に商人のあるべき理念を表現するのであるが、この概念の成立するための条件を考察する必要があるからである。富山売薬商人の活躍する江戸後期は、幕藩体制における藩経済の独立性と藩際経済の進展期であり、全国経済の中において、全国的行商が行われたのであり、その経営組織ないし経営政策は、保護貿易主義に対する多国籍企業の経営のあり方が採用される、貿易摩擦を克服しての藩際経済の獲得であった。それは恰も十七世紀後半のヨーロッパにおいて、商取引についての国家間の複雑微妙な関係、とくに重商主義が次第に台頭しようとしていて、保護貿易的政策が留意されなければならない時であり、また諸国の度量衡について換算の方法を説いて、外国や遠隔地との取引の発展を計らねばならないときであった。こうして遠隔地との取引に関連して商業知識と商業継続の条件が叙述された。

サバリーにおける完全な商人とは、以上のような概念として理解される。それは現実を踏まえての商人の理想像の追求目標であった。かつて十九世紀に、完全な紳士 (Perfect Gentleman) という語がよく使用されたが、そこに求められたのも、紳士のあるべき理想像にほかならなかった。サバリーのこの概念を項目別に示すと次の四つの項目から形成される。

#### (ア) 信用・信頼性

商業を営む者あるいは商業に従事する者にとって、消費者から、その性格、行動に詐欺や不当な点、が抱かれないで、適正に秩序正しく取引が行われること、自らは誠実・質素・勤儉を守ること、そして信頼せられ、信用のあることが要請される。これは富山売薬商人にとって、第一の徳目である。仲間示談書や家訓に強調され、学習と修練と礼儀が要請せられ、言葉使いや姿勢、服装などの接遇に気を使い、訪問時期を定着させるなど細心の注意を払った。かくて

しばしば得意先から結婚の仲人を頼まれ、女中の世話を依頼されたりして、また友人関係、親類扱いを受けた。訪問には、お土産を忘れない慣習も、このための心づかいであった。

#### (イ) よい商品

商取引には、商品学の知識が必要である。品質と共に価格、流通、マーケティング等の吟味が重要である。商品の規格、色彩、形態、また良悪や真偽の見分け方が要請される。富山売薬業では、原料薬の吟味、調査、薬効が重視され、反魂丹役所、仲間示談書においてこれの厳守が申し渡された。薬については地方特有の靈験あらたかな神や仏のふしぎな力の出現を基にしていた時代の中にあつて、中国から輸入された漢方薬を中心とした富山売薬では、薬効それ自身の普遍的な卓越性こそが業界の第一の眼目であつた。現代の薬学においても重視される麝香や牛黄などの漢方薬を採用し、また度々この原料薬の調査を改めたことは、全国市場を対象とするのに適したよい商品の取扱いのためであつた。

#### (ウ) 市場調査

サバリーは、本書において、企業の倒産は、商人の怠惰、無分別、とくに市場調査の意欲の欠如ないし不足に由来するとみている。フランスの諸都市や外国の商事要項、貿易事情に精通して、取引の慎重且つ精密、適正を計らなければ、企業は生き延びることが出来ない。

富山売薬商人が、旅先藩に出かけて行商することは、旅先藩経済の立場からは、貿易上の赤字になり、また藩内の産業保護からも、対策を講じなければならなかつた。そこで藩内行商の差留策がしばしば取られた。そこで入国の防

圧事情やその解除対策から、旅先藩内の社寺や御家人を仲介に依頼して、藩内の情報を富山の商人に逐次連絡させると共に、貿易政策家として、売薬の輸入と国産品の輸出を義務づける商品リンク制とか、その輸出入の金額の均衡策とか、薬の輸入増加分について国産の輸出増加策を旅先藩に提案し、且つこれを実現させて、貿易摩擦を克服した。そして何よりも旅先藩の利益第一主義の立場に立って、例えば、薩摩藩には北海道から昆布を船を雇って運び、藩の専売制に寄与するなど、旅先藩の事情を巧みに調査して、精緻な貿易政策をたてて、旅先領内の薬の行商を継続させた。

### (五) 記帳と計理

商業には財務管理を疎かにしてはならない。そのためには商行為はすべて帳簿に記帳し、仕入、売上や債権、債務関係また為替などについて帳簿の備付け、そして利益計算は経営の遂行の秩序保持に必要であり、こうして初めて経営のすべてが熟知できる。記帳は経営管理のためのみでなく、紛議や代理人・使用人による盗難・詐欺の防止に役立つ、やがては公共の利益のためのものである。

富山売薬商人は、行商による配置制を一貫してその特色としている。この預け置きと集金を明細に記帳したのが懸場帳である。この帳簿を通して、旅先の行商制が消費者に信頼されていくと共に経営の継続機能を果たすのに役立つ、得意先を確保する。売上代金の明細が顯示され、しかも同時に新たに薬を配置する組織である。無店舗経営に抱かれ易い不安は、解消し、物品管理と財務管理が懸場帳を通して巧みに進められる。利益計算、マーケティングも可能になる。

こうして懸場帳は、やがてそれ自体において、経営継続の財産として交換価値をもち、のれん価値をもって売買さ

れる。

サバリーのいう完全な商人とは、四つの項目を充たす者として集約して示されると考えられるが、この四つの項目を富山売薬商人の商業に当て填めると、それは美事に、以上のように一致する。こうして富山売薬商人は、完全な商人であったと規定することができる。彼らが三〇〇年の長期間にわたって、全国行商を続けてくることができたのは、正にこの点にあったということなのである。サバリーの本書は、当時のフランスに実在した人物を顕彰するのではなく、現実の商業の複雑な諸取引関係を分析、明示することによって、この事実を理解して、運営指導する理想的人材を仮想したものであった。商人の理想像を描こうとした、その内容をもつ商人を世界に求めるならば、富山売薬商人が妥当するように思われるのである。この意味で、富山売薬業は正に商業の原点をなすものであったといいたいのである。

以上に述べた経営の継続性と商業の理念は、完全な商人への追求姿勢として、そのままこの産業の将来への方向付けとして理解される。

### 三、薬業史と現代の課題

薬業史を振り返ることは、過去の歴史を明らかにすることである。しかしそれは過去に栄光を見い出すためのものではなく、過去の事件の発生とその対策は如何になされたかを正確に分析し、明らかにすることである。業界のその時その時の取り組み方を明確にし、批判するのである。

富山売薬の歴史は、大きな事件の連続であった。その解明は、何よりも業者の強力な団結とその時代性において解

決されてきたのである。

すべての歴史は現代史であるとクローチエという。現代の視点から過去が見直されるべきであると共に、現代から未来のためにこそ過去を学ぶ必要がある。現在のこの業界に課せられた問題は、現代の時代性において解決されなければならぬ。現代的課題は、大きく分けて二つの分野がある。一つは配置行商の経営組織の問題であり、他はこれに関連する製薬メーカーの在り方の問題である。

行商の経営規模は、一般に近年は、小規模化し、一人帳主といって、一人で行商する経営者の割合が多くなっている。昭和五十八年の富士売薬の帳主の数は三八九六人で、その雇人の数は九九八人。つまり帳主一人当りの雇人は〇・二六人である。これは四十五年では、帳主五三六一人、雇人二四四八人、つまり帳主一人当り〇・四六人であったのにくらべると、雇人の数は半減したことを物語る。その理由は、近年の労賃及び交通費、宿泊費の増加による経営の悪化を避けて、むしろ帳主は一人だけで収益の好転を計るのであった。

このようにして一人帳主が増えている。しかもそれは多年にわたる消費者との親密な信頼関係を保持しつつ売上高を徐々に上げているところに特色がある。旧来の商習慣を尊重するので、伝統主義的といえる。

これに対して、少数ながら、対立的な経営即ち消費者との信頼関係の基礎の上にたつのではなく、単に配置制のもつ使用の着実性の長所のみを徹底的に追求する別の型の行商が出現し始めつつある。富山県から旅先に転住して、現地で多数の雇人を採用し、フランチャイズ方式で行う経営者である。雇人には売上目標・責任額を設定して専ら売上高の増大、販売効率の向上を追求する。消費者の薬の消費に、同一銘柄を忠実に反復して購入するブランド・ロイヤリティ（銘柄忠実度）の反復購入率を検討し、また別の薬の購買意欲を刺激する浸透率を調査し、さらには戦略商品を設定して独自のメイン商品を開発する能率第一主義である。また顧客管理として、留守得意や服用の少ない無効軒数

は、これを処分していく。支店を設けて数十人から数百人を雇用する大規模経営が旅先に広いネットワークをもって登場しつつある。簡単に経営内容が表われないので、マーケティング・コミュニケーションが必要で、その操作に様々な条件を入れて、コンピュータによるシステムモデルが操作される。

配置販売業は、現在の企業経営として如何なる方向に進むべきか、近代経営の進行の中で、一人帳主として個性的な製品で賁高をあげてきている人が多いこの業界においては、地道に得意先を育てる伝統は尊重されなければならぬ。しかも消費者ニーズに徹する配置制の原点を基礎にしながら、経営の革新的な近代化を、同時に進めることが、現代の流通システムの中で生きていくために要請せられる。

一層具体的にいえば、営業実績を精密に検討して、利益率の向上、所得の増大を計ることである。回商軒数や売上げの目標ないし責任額を設定して、このための目標管理体制を整え、営業努力の手法を明確にし、つまり売上高の増大、販売効率の向上を求めることが、大きな課題である。次いでこのためには新鮮な意欲をもって商品管理ないし戦略商品を設定し、独自のメイン商品の開発や商品デザインのファッション化を加える。また顧客管理として、留守得意や服用してくれない無効軒数の対策を樹立する。こうして何よりも、青年層からも、魅力あるビジネスとして歓迎されるように、経営の組織化を加えることが必要である。さらには新懸なくては、配置業の明日がないといわれているので、得意先の充実、拡大に努め、企業としての発展策を進めなければならない。

商業にとつて、今や消費者が買いくるのを待っている時代ではない。直接に消費者の中に入って、その声をきき、売りこみを計る人と人との触れあいが大切である。富山の売業は正にこの経営を行ってきた。配置制度は、消費者への直売制度である。富山の薬売りの行商は、正に現代に求められる商業システムの本源に当たるといえる。配置販売のノウハウを応用して、今こそ、ときととこに合う近代的な弾力的思考をもって、経営の近代化の行動を開始

しなければ、遅れをとることになりかねない。最近、旅先に転住した売薬業者や異業種、大型業者の配置が進んでいるのは、正にこの点をついたものと解せられる。しかし薬を選ぶのは、消費者であり、消費者との信用、信頼関係を深めることが切実な問題である。この点においては、富山売薬業の伝統は甚だ優れた長所をもってきたことを忘れてはならない。

近年のわが国の生活の豊かさは、需要における多様化、個性化、高級化を求める。しかも人生八十年の長寿時代には、国民の健康保持の欲求が愈々高まっている。配置業に対するこの消費者の多様なニーズに対して、配置業者は、薬の種類別の使用の仕方を示した顧客データを蓄積したシステムをつくる必要がある。これは簡易な治療についてのセルフメデイケーション、地域医療に役立つというこの業界の使命に貢献するためにも重要である。

なお、これに関連して注意すべきことは、製薬のメーカーのことである。仕入をする薬の価格と流通系統のことである。製薬メーカーは、大部分の企業は、経営規模はなお小さい。

昭和五十一年から実施されたGMP（医薬品の製造及び品質管理に関する規準）により、設備の改善や人件費増のため、多額の資金が必要となり、県内の製薬業者に大きな負担となった。しかし大手医薬品メーカーにとっては、資本力にものをいわせ、GMPの基準の設備は負担にならなかつただけではなく、その上に生産コストの競争は、大量生産により有利である。富山の製薬業者は、生産量が小さい上に各メーカーは相類似した種類の薬の多種少量生産を営んでいる。しかも消費者の求める商品は多様化し、さらにビタミン剤や滋養強壮剤が増している。この中でメーカーが生きぬくためには、一層の徹底した合理化、コスト引下げが、要請されている。これに应付するためには、メーカーは地域的あるいは資本的な協業化を計り、その内部の各メーカーは自らの得意な製品の生産を特化して、集中的に生産するように努める。質と共に量において一層の優位性を確保するプロジェクトが必要である。生産コストを徹底的に引



き下げることが望まれる。配置業者は、仕入価格が引き下げになれば、それだけ利益率が大きくなり、経営が有利となり、企業として魅力が増してくる。

これに関連して、製業者とこれに属する配置業者との縦の關係の一部の見直しが望まれる。配置業者は、より広い範囲で価格の安いメーカーから、特定の薬について自由に仕入れが出来ることが考えられるようになれば、メーカー間の競争と配置業者の自由選択の幅の拡大とによって、配置業者にとっては、商品流通過程における経営のコスト意識が向上し、また製業者側の経営の近代化に役立つ一面が開かれてくる。

次に業界をとりまく環境対策も重大である。近年の医療機関や施設の充実は目覚ましい。また昭和三十六年から始まる国民の皆保険制、さらに七〇歳以上の老人の医療対策の充実、またへき地医療対策の整備が進み、ことに休日や夜間の急病の救急医療体制も整えられてきて、いつでもどこでも、必要な医療が受けられる体制が整備されている。こうして富山売薬業にとってその活動領域は狭められてきたといえる環境であるが、中でも国民皆保険制の実施は、打撃が大きかった。軽い病気でも医者にかかるようになった。

しかし消費者の生活の中心は、家庭であり、そこでは長い歴史の示すように、富山の薬は生活必需品として重視されてきた。信頼に基づく人間關係によって親しく消費者と結ばれてきて、配置制に基づくその利便性、有効性が普ねく知られてきた。今や新しい時代性の中で存続するように心がけねばならない段階に入っている。(植村元覚「富山売薬業における流通システムの今日的課題」『学燈』昭和六十一年二月号、丸善)

ことに情報化社会を迎えて、高度な技術情報、産業情報へのアクセスを可能にする必要性が高まってきている。家庭薬を中心とする富山の医薬品企業は、「くすりの富山」として全国的に広く知られているが、この特性を生かして、「和漢薬情報システム」を設け、全国ネットで和漢薬に関して、より正確な情報を集めることが望まれる。これには

自治体、業界、大学の協力が必要である。そしてこれを利用者のために、ローカルと全国の双方のデータベースに入れるという形をとれば、配置員が得意先の各家庭を訪問する際に、薬についての一定の情報を伝えることが可能になるが、このシステムによって、消費者に更にそれを補い且つ明確にできることにより、消費者の保健衛生に大きく貢献する。和漢薬の知識やその正しい使い方が示されて、それは富山の薬の宣伝にも役立つと共に、配置員が地域あるいは家庭の健康相談員の役目を果たすことになる。

こうして新しい時代の家庭薬のありかたを認識して、それに対応する流通システムの中で、この産業の活躍が期待される。富山県薬業史の展開は、常に幾多の難問題に遭遇しながら、業界は一致してこれに対応し、英知をもって美事に解決して、不死鳥のように生きてきた。富山売薬業は、富山に主な原料が産しなくても、中国から原料薬を輸入して、全国販売によって栄えてきたのであり、情報サービスが大きな依りどころであった。商人たちの知恵と知識が基盤であった。消費者に直結している流通システムを利用して、新たに企業開発力、異業種交流を加えて、新時代に生きる道を見いだすべきときに来ている。今、新しい時代に向かって、新たに大きく羽ばたくときに来ている。