

甲賀・日野の薬業——その生成と現状

進 藤 勝 美

I はじめに

産業ないし企業の大都市集中化が進みつつあるなかで、長い歴史をもつ地場産業が、各地で懸命に生き続けている。本県においては、信楽の陶磁器・彦根の佛壇とバルブ・長浜の縮緬・高島のクレープと厚織・甲賀、日野の薬業などがその主なものである。しかし、一口に地場産業といっても、明確な定義づけは難しい。広辞苑では、「特定の自然的・歴史的条件をもつ土地において、地元資本が地元の労働力により、広い市場を対象として特産品を製造する産業⁽¹⁾」と規定している。

地場産業の研究者として知られている、静岡県立大学経営情報学部教授 山崎充氏は「日本の地場産業」（昭和52年、ダイヤモンド社）のなかで、地場産業の特性として以下の5点をあげている⁽²⁾。

- (1) 産地形成時期が古く、伝統のある産地であること。
- (2) 同一業種の中小零細企業が地域的企業集団を形成し集中立地していること。
- (3) 産業の生産、販売構造が社会的分業体制をなしていること。
- (4) その地域独自の「特産品」を生産していること。
- (5) 市場を広く全国や海外に求めて製品を販売していること。

伝統ある産地、地域的企業集団、社会的分業体制、特産品、広い市場が程度の差はあっても、地場産業の存続発展に必要な特性であることは否定できない。ただこれにもう1つ、その産業のもつ土着性を付け加えたい。その土地に生まれ、育ち、そして生き長らえてきた産業であり、

その土地の人びとが、父祖から受け継いできたものとして、愛着と誇りを持ち、その産業を存続させ発展させることを共同の使命ととして強く意識していること、これである。

ところで、本稿の主題は「甲賀・日野の薬業」である。本県は富山県、奈良県と並んで、「配置家庭薬⁽³⁾」の主要な生産・販売県として知られているが、その大半が甲賀・日野の薬業によって占められている。まず、滋賀県売薬の起源からみてゆこう。

- (1) 新村出編「広辞苑」第3版、1089頁。
- (2) 山崎充著「日本の地場産業」 6～9頁。
- (3) 配置とは売薬（後に家庭薬と改称）の販売方法を称し、詳しくは後段で取りあげる。

II 滋賀県売薬小史⁽¹⁾

甲賀・日野地方における医薬品の製造、販売は長い歴史を有している。滋賀県売薬の生成の経路を辿ると、(1) 日野売薬、(2) 赤玉神教丸、(3) 甲賀売薬の三者に溯ることができる。

(1) **日野売薬** 「一般に日野売薬と称されるものは、元禄年間に正野玄三が製造した五色袖珍方^{しゅうちんぽう}という5種類の薬をもって起源としている⁽²⁾。」正野玄三氏は日野町出身で、当初大商人たることを志して日野椀などの行商に従事していたが、35歳のとき、京都の名医 名古屋丹水が母の難病を完治させてくれたのに感動し、医業修行に転向して丹水に入門した。5年経って医家となり、京都の富小路に開業するに至った。そして彼は医業の傍ら新薬の製剤にも取り組み、やがて郷里の日野に戻って製薬業に専念するようになった。正徳4年(1714年) 正野家において「萬病感応丸」「萬応丸」を創製し発売するに至った。それまで日野商人は、塗椀や呉服などを中心に行商し、成績をあげていたが、天明の

頃から日野碗の売れゆきが落ち、替わって売薬の行商に力を入れるようになり、好成績をあげるようになった。「日野売薬の製造は逐年盛んになり、ついに正野家では100人を超える製薬工を抱える程になり、高田徳左衛門、井田玄泉、中井良祐などの主だった日野商人も製薬を始めた⁽³⁾」という。「感応丸に類する薬は幾種類もあり、大正10年頃には日野地方で感応丸の製造業者が20戸前後に及んだ⁽⁴⁾」という。現在でも日野町の配置薬メーカーは感応丸を配置薬の代表品目の1つにしている。製薬の原料は内地産のものだけでなく、支那、南洋からもオランダ商人の手を経て仕入れていたという。製薬工程は秘密で、その家の主人のみが処方を知っておったといわれたが、処方が外に漏れていたことは、類似品が製剤されて売買されるようになったことから、十分推測できたという。

(2) 赤玉神教丸⁽⁵⁾ 赤玉神教丸は日野売薬よりさらに古く、万治元年前後に、中仙道鳥居本宿の有川家が、多賀大社の神教によって調製したと言われる。当時多賀大社の鳥居がこの宿場にあつたので鳥居本と名づけられたという。有川家は磯山城主の後裔で、代々郷士として鳥居本に居を構え、元は鶴川氏を名乗っていたが、代々京都から嫁を迎えるようになって、有栖川宮家へも館入りを許され、宮家から「有」の一字を賜わって「有川」と改姓したといわれる。

この薬は腹痛・食あたり・下痢止めの妙薬で、宿場の名物となり、最盛時には、製薬、販売に従事する職人と店員で70～80名に達したといわれる。神教丸は専ら店頭販売で、配置売薬の形式は取らなかった。なお、甲賀売薬の1つとして知られている「神教はらぐすり」と「赤玉神教丸」との関係は明らかでない。ただし、甲賀の神教はらぐすりは、明治以前には、多賀大社の配札の土産品にとどまり、売薬ではなかった。しかし現在は、甲賀・日野の配置薬には欠かせない品目となっている。

(3) 甲賀の売薬 甲賀の売薬がイ) 朝熊坊、ロ) 多賀坊と称する薬僧らの創始になることはよく知られている。前者は伊勢国朝熊嶽明宝

院に所属し、朝熊信仰を全国に広めた山伏である。廻国行脚には祈禱札の他に土産として「朝熊の万金丹」を携行、その本拠は甲南町の竜法師に置かれた。後者は多賀大社の不動院に所属の「坊人」と呼ばれ、御札を巡回配布し、「神教はらぐすり」を土産物とし、甲南町磯尾を本拠としていた。竜法師にも磯尾にも「坊」を名乗る家が多く、なかでも前者では望月家が、後者では木村家が指導的な役割を果たしていたことが記録されている⁽⁶⁾。

(4) **薬事法制化の促進と印紙税** 明治維新以来政府は逐次薬事法制の整備を進めたが、売薬に関係したものとしては、①取締りの法制化、②税制、③製薬と販売の分離の3点が重視された。売薬取締規則は明治3年太政官布告を以て発令され、大学東校（昌平校医学所を改称）の統轄としたが、明治5年に県取締りに移すことになった。明治10年に「売薬規則」が太政官令第7号で布告され、売薬営業人となるには売薬鑑札を受けることを義務づけられている。甲賀売薬がその下付願を滋賀県庁に提出したのは明治16年が最初で、17年に配札禁止令が公布された。当時は未だ薬剤士の制度もなく、売薬業者は自ら製剤して自ら配置行商するというやり方が認められていた。

明治10年には、業界にとって悪税とみなされた**売薬税**が実施された。売薬営業税として薬剤一方につき1カ月2円、売薬鑑札料として薬剤一方につき1枚20銭などを納付することになった。さらに明治16年には**売薬印紙税規則**が布告され、定価の1割の印紙貼布を課せられた⁽⁷⁾。配置売薬の場合、利用しない薬袋に貼布された印紙代はすべて業者の負担になるため強く反対した。結局明治19年に、売れ残って持ち帰った薬袋に貼られた印紙は、新しい印紙と交換できるように改められたが、印紙税そのものは大正15年まで廃止されなかった。配置業者の扱う売薬は、薬九層倍のたとえ通り、販売マージンがきわめて大きかったため、濫売競争が避け得ない状態であったといわれ、これが売薬営業税と印紙税の二重課税をもたらしたのではないかと推測される。

残された問題は製薬と販売の分離である。「明治17年に配札禁止令が出され、その翌々年から薬の行商が始まった。その行商も一軒ずつ薬を預けており、次の行商のとき、使用された分の薬の代金を受け取り、残った薬はすべて新しい薬と交換するというやり方であり⁽⁸⁾」、これがいわゆる配置販売方式である。製薬は自由製剤と称される方式で、各自が「調剤帳」をもっており、それに従って調合すればよかった。そしてその薬を背負って配置廻商を行なったのである。ところが明治政府は逐次薬事法制の整備を進め、明治19年に**日本薬局法**を公布、明治22年には「**薬品営業並薬品取扱規則**」を制定、薬局・薬剤師制度の導入すべきことを明示した。つまり、売薬配置業者が製剤を行なうという慣行は早晚改められる運命にあった。こうして、甲賀売薬における製薬業者と販売業者の分化は徐々に始まったのである。

朝熊坊の系統に属する望月氏一統が明治24年に共同製剤所を設立し、また甲賀売薬育成の功績者であった油日村の渡辺詮吾氏は、配置売薬の市場開拓を積極的に進めるとともに、増大する売薬の需要に応じて「近江売薬株式会社」を明治32年に油日村滝に設立し、さらに明治35年には油日村上野に「湖東売薬株式会社」を設立した。渡辺氏は岡山県に行商した折に、**因幡のテリアカ**の処法の伝授を受け、これを製剤発売して非常な好評を得、その売上げは「**因幡のテリアカ**」をはるかに凌ぐようになったという。また、渡辺氏のもとにはきわめて有能な数人の門下生がおり、氏はこの人達の献策を取り上げて、それまで固守してきた、専ら配札で馴染となっていた得意先にのみ配置するというやり方を改め、新たな配置先の開拓を提唱し、積極的に実践させた。こうして油日村売薬は、渡辺氏を中心に急速な拡張をみ、甲賀配置売薬の中心勢力となった。それと同時に、製薬と販売の機能分化も大いに進み、ついに大正3年の「**売薬法**」の公布により、両者ははっきりと分離されることとなった。このように甲賀売薬においては、配札の伝統に基づいた配置行商が先行し、製剤がこれに追隨して発達したのである。まことに、配置行商

こそ甲賀売薬を隆盛に導いた牽引車であったといつてよい。

(5) **製薬業者の進出** 大正3年の「売薬法」制定によって、甲賀の売薬も新しい段階に入ることになった。すなわち、大正中期から昭和初期にかけて製薬会社8社が以下の如く設立されたのである。

「近江共同製剤株式会社」（大正8年）、「淡海製剤合資会社」（大正9年）、「近江薬業株式会社」（大正9年）、「株式会社薬事商行」（大正10年）、「株式会社キット商会」（大正11年）、「江州製剤株式会社」（大正11年）、「日新製薬株式会社」（大正15年）、「株式会社ポプラ薬化学研究所」（昭和6年）、以上である。

これまでは、個人業者が自らの配置行商のための製剤を家内工業式に小規模で行なっており、「売薬法」の施行後も既得権を認められて営業を続けていた。しかし、このようなやり方では、最早売薬法の求めている製薬体制に到底応じ得ないことが漸次認識されるようになり、会社形態による企業化が導入されるようになった。その特色は、①個人業者が集って会社を創設したこと、②個人業者が資本を持ち寄り外部資本に頼らなかったこと、③配置売薬の製剤を目的としていたこと、ただし「ポプラ薬化学」のみは例外で、店舗卸に重点を置く製薬会社として創設された。望月氏一統の後裔望月長司氏が社長となった。現在の「大昭製薬株式会社」はその後身である。

(6) **企業整備から戦後の甲賀薬業へ** 支那事変・太平洋戦争と続く戦時下では、医薬品に対する統制も漸次強化され、昭和17年には「売薬営業整備要項」が公布され、企業整備が行なわれた。すなわち、配置売薬を専業としていた14社と、個人の既得権業者120名が1社に統合されて「滋賀県製薬株式会社」が生まれ、方数も2,653方剤から50方剤に整備された。また配置業者も、売薬と配置先の統制、配置業者数の減少によって大きな打撃を受けた。

医薬品の配給統制は終戦後も継続して行なわれ、それが完全に解除されたのは昭和27年であったが、それは残されたごく一部の品目にすぎず、

昭和23年の薬事法の制定公布を境に、医薬品業界はすでに自由化の方向にむかっていた。甲賀薬業もこの頃から整備統合された各企業の分離独立が急速に進んだ。昭和30年代から40年代にかけての高度成長経済のもとでは、甲賀薬業も大きく発展したが、発展の内容について、なお検討を要する幾つかの問題が生じた。1つは製薬業者の生産する薬品の数量が、配置業者の手では捌ききれず、店舗卸が半ばを占めるまでに増加したことである。これは設備投資によってメーカーの生産能力が増大したことと、逆に配置従事者数が減少したこと、さらにかねらの稼働日数や1日当りの廻商戸数が減ったことなどが原因と考えられる。

(7) **GMPと甲賀の薬業** 配置薬業界が戦後に直面した最大の難関は、厚生省が昭和51年4月を目途に全国の製薬メーカーに要請したGMP (Good Manufacturing Practice) すなわち「医薬品の製造及び品質管理に関する基準」の実施であった。これはWHO (世界保健機構) が各国に勧告したものを基本とし、「薬事法」に沿って作成されたもので、①製造管理及び品質管理、②製造の構造設備、③品質などに関する苦情処理の3点が骨子になっている。①については製造所ごとに製造部門から独立した品質管理部門を設置し、それぞれに責任者(原則として薬剤師)をおくこととなっている。②については既に規定されている「医薬品の構造設備」を若干修正して取り入れている。③の苦情処理については、医薬品の品質の不良に原因があると思われるものについては、直ちに原因を究明するとともに、県の薬務課に報告させることとなっている。以下の解説図⁽¹⁰⁾にみるように、この要請は、医薬品の品質の管理を目的に、物的要素、人的要素、製造工程の基準を実施させようとしたものであり、多額の設備投資と、薬剤師や検査員、技術者などの雇い入れと人件費の支出を必須とする難問題であった。実施も2年のばして53年3月までに延期された。

富山では50年4月1日現在で102カ所もあった配置家庭薬製造所が53年で68カ所に激減した。残りの34メーカーは卸業に転換したり、発売元

に变身したり、健康食品などGMP適用外の製造業に転換したりしたが、一部はどうにもならず廃業へと追い込まれるなど大変な変貌であった。

「奈良の場合は小規模メーカーが多く、54年10月現在、全製薬メーカー96社のうち、ソフト面（基準書の作成など）、ハード面（構造設備など）がともに完了しているのが65社、単独で準備しているのが23社、残り10社は未着手状態である。他方滋賀県は、配置家庭薬製造所17社のうち、ほぼ完了が10社、進行中3社、残り4社は大手に吸収合併された。製薬メーカーから卸業に転業した業者は奈良県で14社あったが、滋賀県には1社もなかった⁽¹⁾。」

いずれにせよ、地場メーカーはGMPによって生産体制をより近代化、合理化し、生産能力をレベルアップさせる契機を与えられたともいえよう。問題はこれに見合う市場の開拓、販売力の増進いかんであった。ところが伝統ある甲賀・日野地区における配置薬販売業は逆に先細りの状態にあり、悩みの種となっている。とくに1人帳主の販売業者が数においても、売上高においても落ち込んでおる。いうまでもなく、薬業も生産と販売は車の両輪であり、メーカー自体の営業活動の促進も不可欠であるが、それにもまして配置販売業者の奮起こそが当面の最重要課題であることを強調せざるを得ない。

(1) IIにおいては社団法人滋賀県薬業協会発行の、『滋賀の薬業史』（昭和50年3月）を参照ないし引用させていただいた。以下「薬業史」と略称させてもらう。

(2) (3) 薬業史 60～62頁。なお当時の日野商人では中井源左衛門（幼名良祐）が有名である。中井家の家訓「金持商人一枚起請文」を参照されたい。小倉栄一郎著「近江商人の金言名句」（中央経済社 平成2年）の第一章11頁以下に詳しい。他に、江頭恒治先生の名著「近江商人中井家の研究」（雄山閣 昭和40年）小倉栄一郎先生の「江州中井家帳合之法」（ミネルヴァ書房 昭和37年）などがある。

- (4) 薬業史 61～62頁
- (5) 薬業史 58～60頁
- (6) 薬業史 36～39頁
- (7) 政府は印紙税制定の理由書で以下のように述べている。

「元来売薬は、その元資の割合に比すれば利益多く、ことわざにいわれる薬九層倍の巨利を得るものにして、わずかに2円の直税あるのみ、これを酒・煙草の薄利にして元資の多額を要するものに比すれば、その課税の厚薄権衡を得ざること明らかである」と。(薬業史101頁)

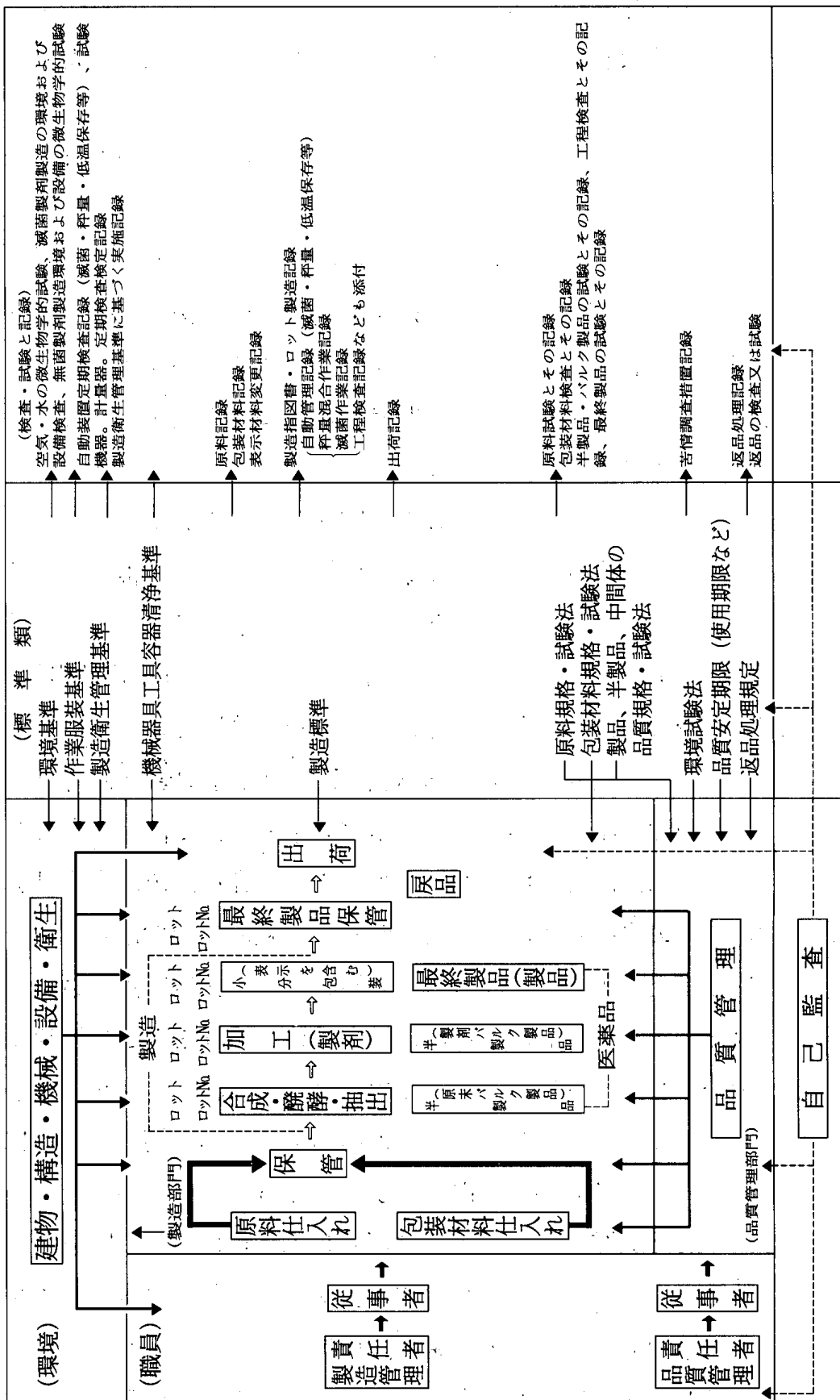
- (8) 最近「配置期限」の表示が一般化しているので、いわゆる“置きたし”が認められている。消費者が使った分だけを置き足して、配置期限内のくすりは取り換えないのが普通である。これは長い伝統を破るものであるが、配置廻商の合理化という点で業者にも歓迎された。
- (10) 武藤金治氏「製薬協GMPとその現実的適応」(医薬ジャーナル、1973年8月号 40～41頁から引用)。

III 製薬業と生産品目

滋賀県下には、地場製薬企業24社と、誘致企業及その他製薬企業が24社ある。昭和63年における県内医薬品の生産額は1,722億6千万円あり、全国に占める割合は3.4%、順位第8位である。用途区分別の生産額では、医療用医薬品は全体の91.5%、一般用医薬品が6.7%、配置用医薬品が1.9%である。誘致企業と地場企業では、前者が92.3%、後者が7.7%である。

(1) **品目の推移** 一般に地場産業においては、製品の独自性、土着性が重要な特性をなしている。甲賀・日野の薬業も然りであり、古くから伝えられてきたものが主要品目となっている。「萬病感応丸」「赤玉はらぐすり」「六神丸」「実母散」「テリアカ」など種々である。これらの薬は草根木皮を原料とする生薬ないし和漢薬に属しており、化学

図 説 解 P M J G



製品を主とする洋薬に比べて、製造販売に制約のあることは否定できない。とくに明治政府は一貫して洋薬の導入普及に力を注いだため、和漢薬は次第に片すみに追いやられることになった。そしてこの時期に登場した薬に「セメンエン」がある。これは明治中期に売り出された洋薬で駆虫剤として知られ、配置売薬に欠かせないものになった。しかし、明治以前からの薬は、戦後の昭和30年代以降売上が減じたといわれる。とはいっても、薬のライフサイクルが短縮化されつつある最近の傾向からみて、明治ないしそれ以前からの薬が、なおいくつか命脈を保っていることは注目すべきであろう。配置販売という廻商方法がそれに大きく寄与してきていることは否定できない。

甲賀の薬といっても、甲賀で独自に開発され、創製されたものは見当らない。「萬病感応丸」は日野売薬が元祖であり、「六神丸」は「明治から大正にかけて、京都で製造され、近畿を中心に広く普及した「赤井筒六神丸」がわが国で最初のものといわれる⁽¹⁾。これは甲賀郡岩根村(現甲西町)出身の亀田家一呉服商を営み屋号を井筒屋と称した一の6代目利兵衛が、中国に渡り、「大清国蘇洲誦芬堂調剤の度修六神丸」に着目し、その製法を学んで帰国、大日本発売本舗として商売を始めたところこれが意外に好評で、明治32年にはさらに研究を進め、自家製品「赤井筒六神丸」の発売に踏み切ったのが、六神丸の起源である。

テリアカは上記の通り、油日村の渡辺詮吾氏が配置行商の途次、岡山県で「因幡のテリアカ」の処方伝授を受け、それをもとに甲賀で広く製剤、販売されるようになったものである。また、よく知られているメンソレータムになぞらえて、メンタムの名称で昭和の初期に売り出され、一時配置薬売り上げの半ばを占めるようになった品目もあったという。

(2) 製品開発 以上は甲賀の薬として長年にわたり販売されたものの少数例にすぎない。しかし甲賀の製薬業者が独自に開発したものではない。新薬の開発が多額の資金と長い年月、そしてすぐれた研究者、技能者を必要とする難事業であることはよく知られている。昭和62年度

に行なわれた「甲賀・日野地区医薬品製造業の産地診断」に特別診断員として参加したが、産地メーカーが新製品の開発に強い関心を有していることは明らかであった。「製品開発にとってなにが重要か」の問に対する回答をみると、回答企業20社のうち、「開発意欲」が10社、「担当する人材」が4社、「技術情報」「販売情報」がそれぞれ2社ずつあった。開発意欲は経営者の開発を志向する強力なリーダーシップの必要を意味しているものと考えられるし、担当する人材とは、薬学に関する専門の知識と技能を有する技術者を意味していることは自明である。「産地の問題点」や「産地発展の必要事項」に対する回答でも、「製品開発力」と「新製品の開発」「技術者養成」「営業員養成」をあげている。

医薬品メーカーが新製品の開発を行なうのは大変な難事業であることはすでに述べた。そこで新製品で最低6年間の禁止期間を経過したものの中から、有望な薬効を有し、自社に向いていると思われる品目の薬を他社に先んじて見付け出し、いわゆるコピー製品の生産を認可申請するのが、後発医薬品メーカーの製品開発の実態といってよい。したがって、人材開発、技術者育成は、有望なコピー商品を早く見付け出せる人材の確保と、それを確認できる研究施設の整備が当面の課題となっている。

(3) **ドリンク剤の登場** 「現在一番売れている薬はなにか」の問に対し、大手の地元メーカーから返ってくる答えは、一様に**ドリンク剤**であった。ドリンク剤の前にはアンブル剤がよく売れたという。甲賀の大手メーカーは、昭和35年頃からこぞってアンブル剤を手がけ、大きな利益をあげることができた。ところが、昭和39年に風邪薬としてのアンブル剤が事故を惹き起こし、そのため生産中止のやむなきに至った。しかし、アンブル剤は甲賀薬業にとって、全く新しい大量生産方式の薬であったため、大変な刺激となった。すなわち、これまで甲賀の製薬、製剤は、和漢薬はもとよりのこと、洋薬にしても多品種少量生産の範疇をでるものではなかった。たとえ高価な製剤機械が種々導入されたとして

も、それは個別の作業の機械化にとどまり、投資効率が悪かった。ところが、アンプル剤は流れ作業による連続生産が可能な剤型に属している。大手メーカーの幹部は、当時わたくしにこう語った。“わたくし達はアンプル剤生産のための設備投資によって、初めて設備投資の味を覚えた”と。つまり、従来の群小設備並立型の設備投資と比べて、アンプル剤のための設備投資は、その成果が生産高、売上高の著しい増大という形で速やかに具体化され、したがって速やかに投資の回収が可能になった。つまり、規模の利益の享受である。

アンプル剤に続いて登場したのがドリンク剤である。これは一種の液剤であり、清涼飲料的性格を加味した新しいタイプの保健薬として広くサラリーマン層にアピールし、大変な売れゆきを示したし、現に示しつつある。製薬業界で売上高1位の「大正製薬」では、平成元年度の売上1位の商品名が「リポビタミンD」で466億円、「リポゴールド7・ミニドリンク」が7位で96億円となっているし、売上高2位の「武田薬品」では「アリナミンVミニドリンク」が12位で63億円の売上げである。以下、「エスエス製薬」、「佐藤製薬」、「中外製薬」と売上高5位の製薬メーカーまで、ドリンクがいずれも売上げで上位を占めている⁽²⁾。

アンプル剤やドリンク剤への参加は、甲賀の大手メーカーにとっては、近代化、合理化に通ずる着想のようにみえるが、配置家庭薬の品目としてはどうであろうか。ドリンク剤は大量生産、大量消費型品目であり、常識的に考えても、年2～3回の廻商で、品切れにならぬようにたえず補充するのは困難なのでないだろうか。ドリンク剤を専門に扱う配置従事者もあるという話もうかがった。またメーカー側も50ml、30mlのミニドリンクの開発によって、持ち運びに便利なよう工夫をこらしている。しかし、ドリンクのみを扱う配置販売人というのが、果たして伝統ある配置販売業の真の担い手たり得るだろうか。むしろこのような品目は、店舗卸方式の方が販売方法として適当なのでなかろうかと思われる。さらに、ドリンク剤は宣伝広告が販売促進にきわめて効果的な、いわば大

企業型製品に属しており、大手メーカーとの競争で太刀打ちしていけるかも問題であろう。

(4) **軽治療薬を重視せよ** もともと甲賀・日野の薬業は軽治療薬すなわち風邪薬や胃腸薬といった身近な治療薬を主品目として生産、販売を続けてきたが、最近①軽治療薬、②ドリンク剤、③健康食品などの保健的なものの三本柱で経営を支えているところが増えてきているという。いうまでもなく、ドリンク剤や保健薬は日常生活に不可欠というほどのものではないので、景気のよしあしに左右され勝ちという弱点をもっている。日本大衆薬工業協会による消費者意識調査の結果によると、家庭でよく使う大衆薬として、(イ)風邪薬、(ロ)胃腸薬、(ハ)救急ばんそうこう、(ニ)目薬、(ホ)各種ビタミン剤、以上がベスト・ファイブを占めている⁽³⁾。従来から配置販売業で成功するには、軽治療薬を中心に、たゆまず努力するのが最善の方途とされており、例えば奈良の藤田敏夫氏が薬日新聞に寄稿した『私の薬業史』などを読むと、三代にわたって続いたすぐれた配置薬販売人一家の面目躍如たるものがあり、大変興味深い⁽⁴⁾。

(1) 薬業史 97頁。

(2) 大手薬業のドリンク売上状況のデータは甲賀の「大原薬品工業」の研究開発本部長 刈米和夫氏の作製した「一般薬の市場動向」平成2年度版による。

(3) 「家庭薬新聞」平成3年10月17日号を参照のこと。

(4) 三重県医薬品配置協議会名誉会長 藤田敏夫さんの“語り継ぎ『私の薬業史』”(薬日新聞 昭和63年7月30日号)を参照されたい。なお、藤田さんは奈良県の出身で現在奈良県御所市在住、82歳。父の後を継いで三重県の志摩郡から和歌山県串本町にかけて廻商し、昭和61年秋、勲五等瑞宝章の叙勲を受けた。まことに配置一筋で来た人の薬業史である。

IV 配置廻商による販売

(1) 先用後利の配置販売 富山市に本社のある北日本新聞社が編集し、同社出版部から昭和54年に発行された《先用後利——富山家庭薬の再発見》という表題の本がある。同書は序文でこう説明している。

先用後利——用を先に利を後にせよ。まず消費者に薬を使ってもらい、代金は後でいただく。富山のくすりを全国に広めた配置家庭薬商法の神髄を表した言葉である。……一般にはなじみがないが、配置業者は金科玉条のように服膺^{ふくよう}してやまない。……柳行李^{やなぎこうり}を背負い、全国津々浦々に足を運び、一軒一軒を訪ねて親しく話し合いながらくすりを預けた業者たちは、日本の軽医療の普及に大きな役割を果たしただけでなく、庶民文化の交流に独自の足跡を残した⁽¹⁾。」

天秤棒に象徴される近江商人の商法は、行商から始まった。それも当初は小売行商からスタートしたが、やがて卸売行商へと発展している。「八幡の本店」、「日野の千両店」といわれるごとく、出先に立派な店舗をもって一年の殆どを関東の店で生活した。……大商人になると、関東の店は番頭や丁稚に委せ、店員は原則として江州から送る。関東だけでなく、全国どこへ店を出しても同じであった⁽²⁾。」配置販売は配置員が一軒一軒柳行李を背負って訪ね歩き、得意先になって薬袋ないし薬箱を預ってくれるように勧誘し、預ってもらったら次回廻商の際、飲んだ分だけの代金をもらい、残薬は新品と入れ替えるというやり方であった。ただし最近では、配置期限を表示してあるので、消費者が使った分だけ“置きたし”できるようになった。新たに得意先を開拓するのを“新懸け”といい、得意先帳を富山では懸場帳とよんでいる。懸場帳ないし得意先帳については後で触れる。

配置販売は単なる行商ではない。一軒一軒を廻って配置薬を預ってもらい、次回廻商——年2回が多かったので半年後ということになる——のときに使った薬の代金をもらうというやり方は、掛売りではない。常備

薬を預ってもらうのが配置販売の独特の商法であり、これを富山では「先用後利」と称しているのである。P. F. ドラッカー(Peter F. Drucker)が、事業の目的は「顧客の創造にある (to create a customer) ⁽³⁾」と定義づけていることはよく知られている。ドラッカーはその具体例として、シアーズ・ローバック社 (Sears, Roebuck and Company) が、「満足を保証いたします。御不満の場合はご返金申し上げます」という大方針のもとに、通信販売のカatalogを定期刊行し、アメリカの農民を顧客とすることに成功した話を《The Practice of Management》の第4章シアーズ・ローバック物語 (The Sears Story) で取りあげている⁽⁴⁾。「先用後利」を基本方針とした配置販売業も、シアーズ物語に類似した「顧客創造の成功物語」であったといつてよかろう。

わが国の売薬の起源で最も古い歴史を持っているのは、「大和の売薬」ではないかといわれている。「役^{えん}の行者^{ぎやうじや}が創出したといわれる“陀羅^{だら}尼助^{にすけ}”は、大峰山登拝者の増加とともに全国各地にひろめられ、大和売薬の基礎となった⁽⁵⁾」という。富山売薬については、二代目藩主前田^{まさ}正^{とし}甫公が元禄3年(1690)江戸城内で三春(福島県)の藩主秋田河内守が腹痛で苦しんでいたところに居合わせ、印籠から「反魂丹」を出して与えたところたちまち腹痛がおさまリ、この光景をみていた諸国大名が、反魂丹の効き目に驚き、われもわれもと自国で販売してくれるよう懇願した。そこで正甫公は薬種商松井屋源右衛門に製薬を命じ、八重崎源六に諸国を廻商させることになったという伝説がある。しかし、いずれも配置販売の起源には結びつかない。むしろ、甲賀売薬の起源とされている「多賀坊」と「朝熊坊」の配札の土産品もしくは備薬として持参した「神教はらぐすり」や「万金丹」が、明治17年の配札禁止令を契機に配置売薬へと変貌していったとする経緯がより説得的であるように思われる。

朝熊坊の系統に属する望月氏一統は、明治24年「近江製剤株式会社」の前身である「共同製剤所」を設立した。さらに甲賀売薬の歴史で、そ

の発展に大きな貢献をした人に、油日村の渡辺詮吾氏があることは既に述べた。氏は配置販売の市場開拓にも協力し、ために油日村売薬が急速な伸長をみたことも忘れてならない。

(2) 配置販売業の実態 甲賀・日野の製薬業者の他に、地場製薬メーカーとしては、近江兄弟社(近江八幡)、有川製薬(鳥居本)、中央薬品工業(能登川)、伊吹正化学工業(愛知川)、滋賀天産物(大津)、伊丹製薬(今津)、日新製薬(水口)の7社がある。以下の表は、滋賀県製薬工業協同組合の組合賦課金決定資料として作製されたものであり、総数24社のうち配置薬メーカーは9社にすぎない。しかも、大手製薬業者、とくに滋賀県製薬や日新薬品工業、大原薬品工業などの配置薬メーカーは、GMPの実施によって生産体制をより近代化、合理化し、生産能力をレベルアップさせているので、それに見合う販路の開拓に迫られていた。ところが配置薬の販売を担当してきた業者、とくに主力である一人帳主が増えるどころか、減ってゆく傾向にあるという困った状況になりつつある。

社団法人「滋賀県薬業協会」の昭和61年4月現在の会員名簿によると、登録している配置販売業者は、法人会員9を加えて289業者であるが、実際に販売業者として活動しているのは200人前後であるという。これらの業者が半数以上兼業農家であること、しかも平均年齢が56.7歳、平均経験年数が33.2年で業界の高齢化がきわめて顕著であること、若年層の参入が少ないことなど、問題は多い。1982年に発表された「薬業長期ビジョン報告書」は配置販売業についてもかなりのスペースを割き、次のように述べている⁽⁶⁾。

「配置販売業者が今日の社会的条件の下で発展するためには、消費者の健康に対するニーズに応え、地域に密着した活動を展開しなければならない。このためには一人親方の遠隔地廻商方式を脱却して現地拠点方式に切り替えることである。すなわち、現地に定住もしくは営業所を設け、配置員を現地で雇用し、集約的に得意先ないし懸場を増加する方式をとり、法

表1 地場薬業の概観

企業名	従業員数	生産額	資本金	企業名	従業員数	生産額	資本金
㊦滋賀県製薬㈱	人 255	千円 4,760,000	千円 190,000	㊦昭和化学工業㈱	人 9	千円 190,000	千円 6,000
日野薬品工業㈱	162	2,202,000	88,000	㊦日本製薬㈱	18	99,000	10,000
大昭製薬㈱	146	1,856,000	80,000	小林薬工㈱	9	63,000	3,000
大正薬品工業㈱	143	2,272,000	70,000	㊦吉田堂製薬㈱	17	60,000	5,500
㊦日新薬品工業㈱	78	1,484,000	90,000	㊦野口寿貫堂㈱	5	46,000	5,000
㊦大原薬品工業㈱	89	1,356,000	30,000	㊦㈱岡平製薬所	11	39,000	1,000
日新製薬㈱	80	1,063,000	45,000	中央薬品工業㈱	4	20,000	3,000
福地製薬㈱	61	755,000	30,000	岩田盛進堂㈱	4	33,000	500
伊丹製薬㈱	66	801,000	35,000	伊吹正化学工業㈱	51	1,188,000	9,000
㈱近江兄弟社	152	2,164,000	96,000	東洋化学㈱	45	595,000	10,000
松本製薬工業㈱	52	508,000	40,000	㈱滋賀天産物	16	259,000	5,000
有川製薬㈱	25	576,000	10,000				
㊦近江製薬㈱	11	188,000	10,000	計 24 社	人 1,509	千円 22,577,000	千円 872,000

㊦は配置薬メーカー

人企業に組織化することである」と。

(3) 現地拠点方式の実例⁽⁷⁾ S製薬は配置用医薬品の大手メーカーであるが、最近是一般用医薬品にも力をいれ、現状では両者が五分五分となっているようである。同社社長は配置業者の販売力の伸びなやみを憂え、S製薬自らが配置販売業に取り組むことにしたのが昭和39年であり、配置員の養成から始めた。昭和62年には、212人の常用従業者と、

17人の臨時従業者が雇用されており、そのうちの76人が常用の販売員で、その半数が配置販売員だとうかがった。

第2に、現地に子会社を創設し、現地で販売員を雇用し、独立採算制で配置販売を行っている。62年当時東京と大阪の子会社に各60人、岡山と熊本に各10人、高松に5人、計145人で配置販売を行っており、好成績をあげていた。第3に、甲賀の配置業者に勧告し、援助して、各地区での企業化による現地拠点方式を指導実践させていた。これはメーカーとタイアップしての企業化であり、フランチャイズ方式に近いやり方である。これが約20社あるということだった。同社長の話では、従来の配置業者は「後継者育成に力を入れていない」、「商いの方法が前近代的である」、「企業化（法人化）をしようとししない」など問題が多く、メーカー自身が配置販売員や配置販売業者の育成に乗り出すよりほかに、配置販売業の振興をはかる方途は見出せなかった、その打開策がこれだと話してくれた。

（4） **新規参入の成功例^⑧** 近江八幡市出身のZ氏は、滋賀県警察課長の職におられたが家庭の事情により、昭和52年48歳で退職、全く畑違いの配置薬販売業に配置員として身を投じ、その後間もなく独立してO薬品を創設し、同業者をして瞠目させる程の成果をあげて今日に至っている。昭和62年当時従業員6人を雇用していた。その経営方式は以下の如くである。

①Z氏は得意先帳（懸場帳）を他の業者から譲り受けて配置業界に参入するという通例の方法をとらず、自力で得意先を開拓するという、いわゆる新懸け方式一本でスタートし、4カ月で1,500戸という驚異的な数の得意先を得ることができたという。一般に新懸けは配置員の最も苦勞するところであり、それを多い日には1日30戸も得意先にしたということは、話術や気配りに長けておられたということもあったと思うが、氏のなにがなんでもこの業界で生きぬいてみせるという強い意気込みこそが、相手に信頼感と好感を与えたものと思った。

②廻商はできるだけ〇薬品から30分で行ける範囲内とし、とくに住宅団地に重点を置いた。一般に新興住宅団地は、主婦はパートに出ているので日中は留守のケースが多く、かつローンに追われて経済的に余裕がないなどの理由で、農・漁村に比べて新懸けはとくに難しいといわれていた。それを押し切って廻商し、成果をあげた秘訣はなんだろうか。1つは廻商の回数を年に4～6回と、従来の通例2回という方式を改めたことである。3月ないし2月に1回という廻商は、得意先と親密になり、より家族構成に応じた医薬情報の伝達や、配置薬品目の構成が可能になり、より信頼を得るようになるだろう。2つには、1回の集金額をできるだけ5,000円以下に抑えるという方針を堅持していることである。配置員にとっては1回の集金額が多い程好ましいだろう。しかし〇薬品では、払う方の側に立って、1回の集金があまり負担にならないように配慮し、代わりに廻商の回数を多くすることでカバーできるとみているのである。そうすればサービスの密度も高くなるし、新懸けもより容易になるだろう。十分評価できる着想といえる。

③計数管理に力をいれているのも〇薬品の大きな特色である。配置販売員は販売明細書2枚と計算書1枚がセットとなっている3枚複写用紙を廻商先毎に持参し、記入する。販売明細書は1部を事務所に提出し、コンピューターにインプットして処理される。もう1枚の販売明細書は配置員が控えに持っており、次回廻商時の明細書と同時に提出させチェックする。計算書は配置先への領収書として置いてくる。これに記載されている項目をあげておこう。剤別・薬品名・内容・単価・改価・前納数・残数・御使用数・金額・納品数・十・一の12項目である。各使用数を単価に乗じて金額を算出し合計する。前回繰越額があれば加算し、次回への繰越を希望すればその額を差し引いて請求金額とし、領収する。これを厄介がらずにその場で記入する習慣をつけるのが、計数管理に欠かせない要件である。

④あまり利用してくれないお得意さんでも不廻りのまま放置せず、よ

く話しをきいて、できるだけ要望に応じてやれるよう努力する。それでもとても見込みがないようだったら、きちんと引き上げるようにしている。そうした引き揚げ戸数を一応年間10%と見積り、少なくともその分は新懸けによって補充するようにしている。もちろん新懸けないし拡張には資金がいるが、それはすべて銀行からの借入金で賄うようにしている。配置員にもこの借入金の返済が活動目標となり努力するようになるし、計数観念も強まる。

以上がZ氏のO薬品における配置販売業務の管理方針であり、業務の進め方はすべて担当者自身に委されており、自己管理を基調としている。ただ得意先への距離が30分と制約されておるのが発展のネックにならないかと案じられる。

- (1) 上記「先用後利」——富山家庭薬の再発見——のはじめにから引用。
- (2) 小倉栄一郎著「近江商人の開発能力」(平成元年 中央経済社) 8～9頁。
- (3) Peter F. Drucker, The Practice of Management, Mercury Books, 1961, p. 29.
- (4) ibid., pp. 21～26.
- (5) 薬業史 35頁
- (6) 「滋賀県薬業長期ビジョン報告書」(1982・2・15) 13頁。この報告書は「滋賀県総合発展計画の推進に関する規程(昭和48年)第11条に基づき、「滋賀県長期構想」の一環として実施されたものである。
- (7) (8) S製薬とO薬品の事例は、(6)の「ビジョン報告書」のなかの、販売のビジョンがどのように実践されているかを現地調査したものの一部であり、「甲賀・日野地区医薬品製造業産地診断報告書」(昭和63年発表)のIIの5配置販売業と配置薬メーカーの項から引用したものであり、詳しくは同報告書40～43頁を参照されたい。

V 一人帳主の事業経営

(1) 一人帳主になにを望むか 配置薬業は、①配置薬メーカー、②配置販売業者、③得意先消費者の三者の共同によって業として成り立っている。第一次大戦前の売薬業は生産と販売と家計が未分離で、手仕事で原薬加工を行い、製薬されたものを持ち歩いて配置してゆくというやり方であったが、大正3年に売薬法が発布されて、製薬と販売ははっきりと切り離すことになった。そしてこれを契機に製薬業者の企業化、法人化が進んだことは上述した。しかし配置販売業者の多くは個々人が一人帳主として販売を担当し続けてきたといつてよい。富山では、大手メーカーの広貫堂の小幡善保元社長は、3,000人の帳主に配置薬を卸しているが、これらの帳主のなかには、経営観念に乏しく、生業感覚がしみついている人が少なくないと嘆いている。「こんな帳主にかぎって後継者がいないし、危機感もうすいということになる。将来のことを考えれば、メーカーが勇気を持って教育しなければいけない。広貫堂では3,000人の懸場先で販売会社を設立、それぞれの本拠地を基盤に販売網を広めれば、メーカーとしても経営指導、宣伝などのバックアップもしてあげられる⁽¹⁾」と。

一人帳主にもっとも欠けているのは、自己管理と計数管理ではないかと思う。はっきりした目標を設定し、それに向かって自分を追い込んでゆく、これが自己管理の基本ではないだろうか。いうまでもなく、配置業の責任者は帳主自身であり、帳主がやる気にならなければ、先細りでじり貧に陥るのは、目にみえている。それをやらずに易きにつくのは、まさに自己管理不在に他ならない。「力があるから重い荷物を背負えるのではない、重い荷物を背負うから力がでるのだ」という言葉がある。難しいこと、辛いこと、責任のあることなど、背負えば重いだろうと思われることに対しては、どうしても逃げ腰になり勝ちである。しかし逃げてばかりおってはいくはない。逃げないで取り組んでみると、自ずと

力がでてきてなんとかやれる。それが進歩であり、自信ともなろう。一人帳主は自由だからややもすると楽な道を選びがちである。それは自分の弱さに負けるのであり、自己管理ができていないことの証左である。計数管理というのは自分のやろうとすることを数字ではっきりさせ、それがうまく実行できたかどうかを数字で確かめることである。うまく達成ができなかったら、その理由を究明し、どう改めたらいいかを徹底的に追求する。先輩にも相談する。本も読む。そうすることによって、自分が鍛えられ、成長する。かくして計数管理が自己管理とうまく結びつく。つまり、こうした肝心要の点が一人帳主には欠けているのではなかろうか。まず廻商の準備からみてゆこう。一人帳主が廻商に備えてどんな準備をしたらいいのか、大まかに見て、次の4点をあげておこう。

(イ) 得意先の検討 (ロ) 財産目録の作製

(ハ) 売上計画 (ニ) 支出計画

(2) 得意先台帳の検討 得意先1,000戸と一口にいても、そこまで辿りつくには血のにじむような苦労があったことだろう。祖父の代、父の代から引き継いだという例も多いと思う。不廻り先もあったろうし、引き揚げた戸数も少なくなかったろう。それらを新懸けで補って今日までできた何代目かの帳主もおるだろう。「かつての配置販売業者は軒数を細かく廻り、“足で稼いできた”、一軒単価より得意先軒数に重きをおいてきた⁽²⁾」といわれるが、そうした傾向はだんだん失われてきていると、薬日新聞はきびしく指摘している(昭和63年7月30日号)。1,000戸の得意先と思っていたのが、よくよく帳面を検討してみると、廻れる得意先は900戸とか800戸しかないと分かってがっくりするケースが少なくないのでなかろうか。とくに最近は車で廻商する人が多くなったので、駐車場の関係で、つい不廻りになってしまうケースが多いときいている。

奈良の藤田敏夫氏が薬日新聞に寄稿された上記の《私の薬業史》によると、藤田氏の父は息子が初めて廻商に出るというとき、得意先でも売上げが少なく、不廻り得意になりそうなところを抜き出して廻らせられ、

大変苦労したという。父は“引き揚げ”が大嫌いで、「1軒でも引き揚げは許さぬ」「たとえ一銭も飲んでくれてなくても引きあげるな、そのうち上得意になってくれるのだ」と厳重に教えられたという⁽²⁾。

いま甲という一人帳主が、廻商に出る前に得意先の検討を重ね、期待できる集金額によってA・B・C・Dの4クラスに区分できたとせよ（表2）。これによってこの廻商による予想売上高がほぼ算定できるだろうし、配置薬の仕入をどれぐらいしたらいいか、帳主の廻商費用や給与をどれぐらい見積れるか予測できよう。なお、各配置箱には15種前後の品目が入っており、仕入原価（B価）で、5,000円前後、小売価格（A価）で15,000円前後入れているものとする。

大多数の一人帳主は事業と家計が混合しているため、配置販売業が独立の会計単位になっていない。これを法人化すれば、当然独立の会計単位として、営業報告書、

表2 クラス別予想得意先戸数と予想集金額

項目 クラス別	平均集金額	得意先戸数	予想集金額
A	10,000円	150戸	1,500,000円
B	8,000	500	4,000,000
C	6,000	250	1,500,000
D	4,000	90	360,000
不廻り	—	10	—
合 計	—	1,000戸	7,360,000戸

貸借対照表、損益計算書、利益処分案などの財務諸表を作成しなければならないので、当然家計とは明確に区分される。それは単なる形式としてでなく、帳

(3) 財産目録の作成

財産は資産（プラス財産）と負債（マイナス財産）から構成されている。資産は現金預金や現金化の容易な有価証券や売掛金、商品、受取手形などの流動資産と、土地建物や施設・機器などの固定資産に区分される。

財産目録の資産の部の5.商品に注目して欲しい。これは甲帳主の所有に属する配置箱の薬を意味し、その価格は仕入原価で表示してある。まだ売上げにも売掛金にもなっていない棚卸資産ということである。ところが4.の売掛金はすでにお得意さんが使用して売上げになっているが、代金はまだいただいていないから売掛けになっているというのであり、小売価格（A価）で計算した額で表示している。帳主がメーカーから仕入れた価格すなわちB価の3掛半、つまり3倍半がA価になっているのが普通とされて来たようだが、最近はA価が若干下がっているときいている。

財産目録の資産の部は積極財産であり、負債の部は消極財産である。前者から後者を差し引いた残額が正味財産であり、甲帳主の場合は26,200千円となる。これを簿記会計では資本勘定と称する。これを式で表わすと、**資産額－負債額＝資本額**となり資本等式という。普通の事業経営では、**資産額＞負債額**が当然であるが、不況時には逆に**負債超過**となって破産状態に陥る

ことも皆無ではない。

資本等式にはマイナスを含む項目があるので、これを移項し、**資産額＝負債額＋資本額**とし、貸借対照表等式にすることができる。これを上記の甲帳主の財政状態にあてはめると、表4の如くに

表3 甲帳主の財産目録

年 月 日

資 産 の 部		負 債 の 部	
	千円		千円
1. 現金手許在高	2,000	1. 買 掛 金	0製薬会社 配置薬仕入 代 1,000
2. 預 金		2. 支払手形	P製薬会社 配置薬仕入 代 2,000
S銀行普通預金	4,000	3. 借 入 金	S銀行より 借入れ金利 8%1年間 5,000
T金庫定期預金	5,000	計	8,000
M社株			
3. 有価証券	1万株 7,000		
@ ¥700			
4. 売掛金	配置薬使用代残金 1,500		
5. 商 品	置きぐすり 1,000戸分 6,000		
(原価)	@ ¥600		
6. 建物 (木造1戸建, 15坪築8年)	5,000		
7. 自動車・情報機器	3,700		
計	34,200		

なる。この表の左側は営業に属する資産の内訳を示し、右側には負債と資本が記入される。負債と資本は経営者にとっては、前者が少ない額が、後者は多い額が望ましいという点で対照的であるが、経営の資金調達の源泉となっている点では、同じ機能を担っているもの

表4 貸借対照表

勘定科目	金額(千円)	勘定科目	金額(千円)
現金	2,000	買掛金	1,000
預金	9,000	支払手形	2,000
有価証券	9,000	借入金	5,000
売掛金	1,500	資本	26,200
商品	6,000		
建物	5,000		
情報機器, 及 什器, 自動車	3,700		
	<u>34,200</u>		<u>34,200</u>

とみてよい。つまり、事業主が事業の創設や遂行にあたって、自分自身の元入額や手持額では足りない場合、それらを補足するのが借入金や買掛金・支払手形などの負債であり、自己資本に対して他人資本と称し、両者を合算したものを総資本ともいう。

周知の如く、資本勘定は生業と企業を区別する重要な役割を担っている。生業は事業と家計が混合しており、事業活動がどのような財政状態でスタートし、どのような活動過程を経ていかなる財政状態に到達するに至ったかを明らかにすることができない。家計では資本という計算単位がでてこない。これに対して企業化、法人化した事業は、創設のときに資本勘定を設け、だれがどれだけの出資を、どのような形で行ったかを明記している。平成3年4月1日の商法改正も、株式会社と有限会社の最低資本金の引き上げを主要な改正点としている。

(4) 売上計画と支出計画 得意先数と年間の廻商回数、1日の廻商戸数と一戸当りの集金額が売上高を決定する主たる要因となる。表2は得意先戸数を平均集金額でクラス分けして算定した予想集金額である。1回の廻商の場合であり、最近は年2回ないし3回、4回の廻商が多く

なっているようである。薬日新聞は、昭和64年1月1日号で、「特集、配置販売フォーラム」を紹介している。このなかの個人零細業者を代表して参加した小木多聞氏の発言は大変参考になった。同氏は薬大卒業後、東京の高田馬場で弟と2人で父の後を継ぎ配置業に従事して10年になり、40歳である。彼は父親に、「売薬という仕事は百姓と同じなんだ」と繰り返し教えられたという。「荒地を鋤でおこし、そこに水を引いて種をまき、肥料をやる。草をむしり、また耕し、根気よく育て、そして収穫する。収穫し放しでは駄目なんだ、来年の収穫のために土を整える。全く百姓と同じなんだよ⁽⁴⁾」と。

「荒地を鋤でおこし」は「新懸け」のことだろう。そのお得意先と根気よく、相手の身になって付き合い、やがて集金できるようになる、これが収穫だ。しかしそれで安心してはいけない。不廻りにならぬよう、重ねおきにならぬよう、たえず気配りして応対してゆくようにせぬと長続きしないよということだろう。配置廻商は農漁村中心の頃は、年2回でよかっただろう。しかし最近では都市の家庭を対象にするケースが多くなってきており、年3～4回も増えて来ているようである。1,000戸の得意先を年2回廻商するのと、4回廻商するのでは売上高が大きく差がつく。農業の片手間に農閑期に年2回廻るといった古い慣行は見直す必要がある。一人帳主でも専業か副業かで気構えから違ってこよう。甲賀の配置業者に兼業が多いときいている。1人帳主の専業化をすすめること、さらに配置従業者を雇って法人化すること、これは甲賀薬業が直面している重要な課題である。そうすれば得意先をふやさねばならぬし、メーカーからの仕入もふやさねばならぬ。廻商の仕方にも工夫が必要になろう。

もう1つよくいわれているのは、「高額な配置薬がよく売れるときは注意しなさい」ということだ。高麗人参、ビタミンE、クロレラ、牡蛎エキスなどがそれである。1日に2～3個売れば十数軒廻っての集金額を超えるので、どうしても集金額の少ない細かい得意先を軽んずるよ

うになり、不廻り先がふえる。高額商品が売れなくなったとき、もとの得意先をお願いしても、そっぽを向いて相手にしてくれなくなるのが通例だよとよくいわれている。一軒単価より得意先軒数を大切にするのが配置販売の基本だということを忘れてはならない。

次に支払計画をみてみよう。まず配置薬の仕入価格である。小売価格をA価、仕入価格をB価と称することは、すでに述べた。A価からB価を差し引いた粗利益が問題である。一般にA価はB価の3掛半つまり3倍半が普通といわれてきた。しかし、商売の常として、大量仕入の場合と少量仕入の場合では一律35%とはいかない、どうしても差をつけることになり、それが一人帳主の不満になっているようである。第2は廻商に要する諸費用、とくに交通費・宿泊費があげられる。車で往復できる得意先はいいが、遠隔の地で何日も宿泊して得意先を廻る配置業者は、これにかなりの費用を準備しなければなるまい。また、得意先が分散している帳主はこの費用が余分にかかり、能率もよくないというところから、色々問題はあるが交換分合が必須になるのではないか。こうして最後に残るのが帳主や従業員の給与その他の諸雑費に向けられることになる。

表2の得意先予想集金総額をもとに、予想される支出計画を算定すると、以下のような配分が考えられる。

各支出金額は集金額合計を100%とし、仕入に35%、交通宿泊費に30%、帳主給与その他に35%を割り当てた。帳主の給与については、1,000戸たらずでは、1日12軒ずつ廻商すると83日で廻れる。月20日稼働で4カ月あればいい。新懸けをできるだけやることを前提に、年2回廻商で6カ月分プラス2カ月分の賞与を予定し、もし集金額が予定を下回った場合は、賞与をカットしてカバーするものと仮定した。新懸け分の経費は金融機関からの借入金で賄うことを原則とするのがいい。ただし、年2回の廻商では少なすぎる。3回にすべきだという人もでてきている。得意先をふやして配置人を雇い入れる、そして法人化するということも考

表5 支出計画

I 予想集金総額	7,360千円 (100%)
II 予想支出額	
(1) 配置薬仕入額	2,576千円 (35%)
(2) 交通・宿泊費	2,208千円 (30%)
(3) 帳主給与その他	2,576千円 (35%)

えるべきだ。次に配置販売業で欠くことの出来ない、得意先台帳ないし懸場帳について触れて

おこう。

(5) 得意先台帳（懸場帳）について 富山の配置薬業界では、得意先を懸場といい、得意先帳を懸場帳と称している。富山の配置販売については、上記の「先用後利」の他に、玉川しんめい氏による「反魂丹の文化史」が越中富山の薬売りについて、実に行きとどいた調査研究の成果をまとめておられ、大変有益である。同書では第2章の「売薬人の持ちもの」のなかで、「懸場帳」にふれておる。「この帳面は業者間で売買されるが、売掛総額でなく、その1.5倍か2倍とかで、付加価値を伴ったものとして売買されている⁽⁵⁾」と述べて、この帳面が売薬人にとって唯一無二の財産であることを強調している。

懸場帳が公的に売買されていることは、富山の「家庭薬新聞」をみるとはっきりする。同新聞に《掛場案内》という欄があつて、そこには以下の如く「富山県懸場組合」が扱っている「買受け希望地」と「売り帳面」が毎回（毎週木曜日発行）掲載されておる。同新聞の平成3年10月17日号には、「懸場帳動向の現状を探る」という表題で、富山市で懸場取引業を営んでおられる小竹忠信氏にインタビューした記事が掲載されており、大変参考になった。まずインタビューをした同新聞企画部主任大割光雄氏の前書きをみておこう。

「懸場帳とは、配置得意の住所、氏名、置高、服用高及び集金高等を記載した帳簿であつて、懸場に関する一切の経済的関係を記録したものであるが、配置業界においては売買、引受、質権担保の対象となり、経済的利用価値が大きいため、一般商業における単なる売掛帳とは異なる。このよ

平成4年1月16日

懸場 案内		富山県懸場組合	
<p>●東洋不動産懸場部三枝良知氏 氏扱（富山県富山市神通町三丁目、電話〇七六四〇七三四〇番） 買い受け希望地 ▽福島県、栃木県 一、〇〇〇戸 ▽岩手県、宮城県 一、〇〇〇戸 ▽愛知県、静岡県西部 一、〇〇〇戸 ●河上商店扱（富山県富山市中野新町二の二、広賀堂前通り、電話〇七六四〇四五四四番、夜間〇七六四〇四九二番） 売り帳面 ▲岐阜市内および近近</p>		<p>一〇〇戸 ▲京都府与謝郡野田町および周辺 三五〇戸 ▲京都府竹野郡丹後町および周辺 五〇〇戸 ▽岐阜県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽愛知県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ●物伊藤商會扱（富山県滑川市田中町、電話〇七六四〇三六六番、〇七六五〇一一五番） 買い受け希望地 ▽新潟県下 五〇〇戸 ▽栃木県下 五〇〇戸 ▽新潟県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽富山県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽愛知県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽岐阜県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽兵庫県下 五〇〇一、〇〇〇戸 五〇〇一、〇〇〇戸</p>	
<p>●小竹忠信商事扱（富山県富山市豊田本町二丁目二三番） 電話〇七六四〇六八七六番 売り帳面 ▲秋田県大館市内 六二〇戸 ▲山形県鶴岡市内および余目郡 五〇〇戸 ▲熊本県阿蘇郡 一、〇〇〇戸 買い受け希望地 ▽沖縄県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽愛知県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽北海道 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽北九州地区 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽長野県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽静岡県 三〇〇一、〇〇〇戸 ●東部不動産魚津店四十竹修太郎氏扱（富山県魚津市秋葉一丁目・JR魚津駅前） 電話〇七六五〇七六〇六番 買い受け希望地 ▽福島県山形市方面 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽千葉県 五〇〇一、〇〇〇戸 ▽埼玉県 五〇〇一、〇〇〇戸 ●東部商會魚津営業所四十竹健一氏扱（富山県魚津市吉島二丁目二〇、電話〇七六五〇五〇一三番） 買い受け希望地 ▽北海道札幌市周辺 一、〇〇〇戸 ▽福井県下 一、〇〇〇戸 ▽新潟県下 一、〇〇〇戸 ▽静岡県下 一、〇〇〇戸 ▽愛知県 一、〇〇〇戸 ▽岐阜県 一、〇〇〇戸 ●水橋商事雄商店扱（富山県滑川市・中滑川駅近く、電話〇七六四〇五一七八番） 買い受け希望地 ▽青森県下北半島周辺 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽千葉県 三〇〇一、〇〇〇戸</p>		<p>▽埼玉県下 五〇〇一、〇〇〇戸 ●五十嵐清則商事扱（富山県射水郡下村加茂中部二三番） 電話〇七六四〇二〇六八番 買い受け希望地 ▽石川県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽長野県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽北海道 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽岐阜県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽茨城県 三〇〇一、〇〇〇戸 ▽福島県 三〇〇一、〇〇〇戸</p>	
<p>他県分</p>		<p>●西海製薬株式会社扱（佐賀県三養基郡基山町宮前、電話〇九四二〇三〇三番） 買い受け希望地 ▽九州全県</p>	

うに懸場帳は配置薬業界の基本となるものではあるが、近年では転・廃業者らが帳面を手離すケースも多く、流通していること周知の通り⁽⁶⁾である。

懸場帳が帳主にとって貴重な無体資産であることは否定できない。したがって、それが取引の対象となって流通することも当然考えられる。しかし、滋賀県では得意先台帳と称し、公的な流通の媒介機関がない。売買を希望している帳主や配置業者の存在していることは明らかであり、私的な取引は一部で行なわれているときいている。しかし、500戸以上の得意先となると、甲賀では難しいのでなかろうか。年2回の廻商で、1回の平均集金額を5,000円とみても、年間の集金総額（通常買高と称

している)が500万円になる。その1.5倍となると750万円となる。何倍にするかが問題であり、それには懸場帳の分析のできる専門家に評価してもらうのが最善である。「帳面に記載された場所へ行ってみると、該当する家がなかったとか、置いていない商品が載っていたとか、実際に置かれている個数以上に記入されているとか、様々なケースがある⁽⁶⁾。」

「トラブル防止のため代金の1割は保証金として預り、買い取った業者が懸場を一通り回った後で保証金を渡すとか、懸場帳と精算書の控を一緒に提出してもらうとかの方法がとられているという⁽⁷⁾。」

さらに懸場帳の評価には、売り上げに占める医薬品の構成も対象となる。風邪薬や胃腸薬などの軽治療薬や六神丸・感應丸・熊胆といった伝統薬で安定した売り上げを占めている得意先は高く評価されるし、逆にビタミン剤やドリンク剤などの栄養剤で売り上げを高くしている得意先の評価は下がる。懸場帳評価計算機を使用しながら一軒一軒分析算定するので、1,500軒の得意先の評価に1週間はかかるという。1人帳主でもコンピュータを導入して計数管理をきちんとしておくことが懸場帳の自己評価にも役立って便利である。

(6) **新懸けと懸場整理** 「現在新懸けをして一人前に成長するまで5年はかかるという。仮に1,000戸を新懸けしたとして6カ月後に廻ると200戸から300戸が、その後また6カ月後に廻ると約1割が引き揚げをくう。その後も徐々に数が減り、5年ぐらいに約半分になった時点でやっと一人前になる。しかも第1回の廻商では1日平均で1万円から2万円ぐらいの集金しかないだろう。これでは仕入代金も払えないし、日当にもならぬ。それで高くとも懸場帳を求めることになる⁽⁸⁾。」「配置業界には、新懸け専門家がおり、全国各地の配置業者と一定期間契約を結び、それぞれの懸け場で得意先の拡張に当たっている⁽⁹⁾。」しかし、甲賀には新懸専門家はいない。配置業者が拠点主義で配置員の現地雇用をふやして販路の拡大を目指すようになると、優秀な新懸け専門家が必要になるのではなかろうか。上記のように、甲賀でも大手の配置薬メーカ

一が直販方式を導入し、現地に営業所を設け、配置員も現地雇用する方式が採用されつつある。業者間で得意先の交換分合を促進してはという方策も注目されている。さらに、甲賀・日野には配置薬の卸し商がなく、メーカーが卸し商的機能を兼ねているというのも、地場産業として問題ではないかと思われる。こうしたことが一人帳主の先細りを早めることにならないかと案じられる。

- (1) 「先用後利」338頁。
- (2) 甲賀の大手配置薬メーカーであるS製薬の社長は、配置販売業の活性化にきわめて熱心で、一人帳主の先細りを心配し、同社で配置販売人を教育訓練し、傘下各営業所に送り出している。社長の主張は、「一軒単価より得意先軒数を重視せよ」にある。
- (3) 藤田敏夫氏は薬日新聞に寄稿した上記の「私の薬業史」のなかで、父に不廻り得意を出さず、まして引き揚げなどもっての他だと、きびしく仕込まれたことをしみじみと述懐している。昭和63年7月30日号参照のこと。
- (4) 昭和64年1月1日の薬日新聞の特集「配置販売業研究フォーラム」は、小木多聞氏の「個人零細業者が抱える課題」、三枝郁夫氏の「配置従業員のプロ集団化をめざす」、そして㈱富士薬品社長の「企業をのばすための方程式」といった三者三様の配置販売業の実際経験から得た貴重な公開討論会の記録であり、非常に参考になった。なお小木氏は弟と2人で東京の高田馬場で配置販売をしている零細業者、三枝氏は富山、小樽、札幌、苫小牧に営業所をもち、営業マン24名、事務員も加えて30名という中堅業者の社長、そして富士薬品は年商120億円を越す日本一の配置会社であり、同社の高柳社長が参加している。
- (5) 玉川しんめい著「反魂丹の文化史」（1979年 晶文社）56～59頁。
- (6) (7) (8) (9) 家庭薬新聞の平成3年10月17日号に掲載された「掛帳動向の現状を探る」から引用。富山で懸帳取引業を営む小竹忠信氏に、企画部主任・大割光雄氏がインタビューした記録から引用。

VI む す び

配置薬業界は、配置薬メーカー、配置販売業者、得意先消費者の3者から構成されている。配置業者は長い歴史を有しているが、明治以来洋薬の台頭、印紙税の賦課、そして昭和50年代前半のGMPの実施と、種々の試練を経て今日に至ったが、いまや配置販売業者の先細り状態という、販売面での深刻な問題に直面している。甲賀・日野の配置薬は、「感應丸」「六神丸」「実母散」などの和漢薬ないし生薬を配合した緩和で有効な売薬として多くの人に服用され、置き薬としての便利さもあって、根強い人気を保ってきた。しかし、販売を担当してきた配置薬販売業者が、大半一人帳主であり、最近先細り状況が顕著になりつつあると案じられている。たしかに、われわれを取り巻いている生活環境は急速に変わりつつある。配置薬業もこのままでは世間に取り残されるのではなかろうか。広貫堂の元社長のいっておられるように、メーカーはGMPの洗礼を受けた、今度は配置販売を担当している主力の帳主、とくに一人帳主が問われる番だというのが、まさに現状であろう。かれらがいかに真剣に近代的経営手法を身につけ、実践にふみきるかが最大の課題であり、そしてそれには、第1に自己管理と計数管理をいかに有効に実行するかである。「一軒単価より得意先軒数を重視せよ」と繰り返し言われてもなかなかその気になれないのは、目前の利益に惑わされて、先行きの利益がはっきりと見通せないためであり、自己管理と計数管理がきわめて不十分である証左といってよかろう。富山の配置業者が金科玉条としている「先用後利」も、このようにみてくると、なかなか含蓄のある言葉といえる。