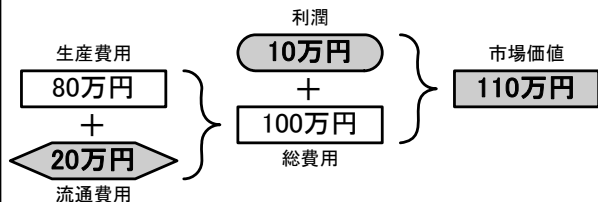


仮定

- 流通時間は無視して、流通費用だけを考える
- 固定設備は存在しない
 - 総費用=総資本
- 自動車1台の総費用は100万円
 - 生産費用は80万円
 - 流通費用は20万円
- 期待利潤率は10%
- 自動車1台の市場価値は110万円

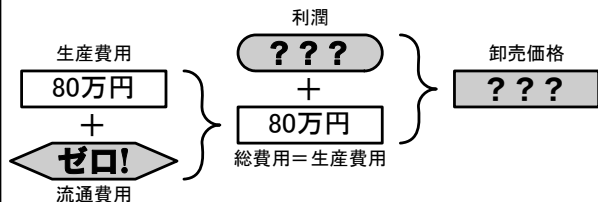
自動車メーカーが直販する場合



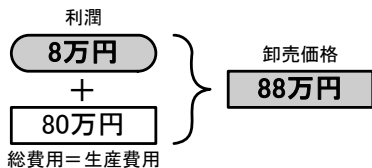
1. メーカーが直販を止める条件

- メーカーが最終消費者に直販するのではなく、ディーラーに販売するには、
- ディーラーに流通費用をすべて負担させると、
- 1台88万円で卸せば十分。

- もしメーカーが流通費用を負担しなくてもすむならば、――

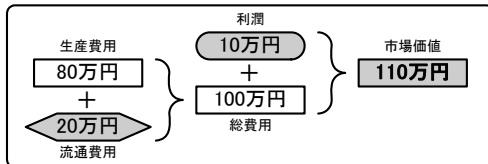


- メーカーはディーラーに88万円で卸すことができる。



- どちらの場合も、利潤率は同じく10%

最終消費者に直販する場合



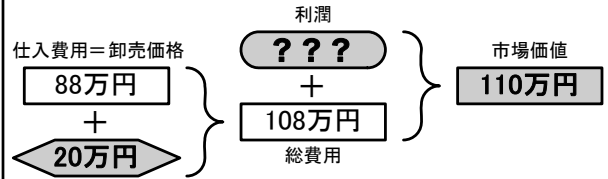
ディーラーに卸売販売する場合



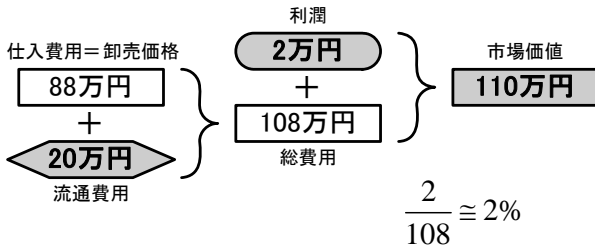
2. ディーラーが成立する条件

- ディーラーがビジネスモデルとして成立するためには、
- 1台88万円で仕入れるだけでは不十分。
- 流通費用を1台12万円に引き下げなければならない。

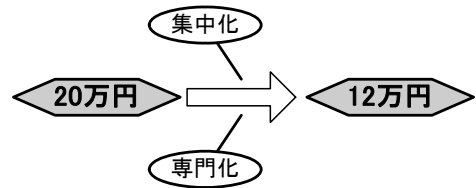
- 市場価値は動かせないのだから、もしメーカーと同様に、ディーラーも20万円の流通費用を負担するとしたら、――



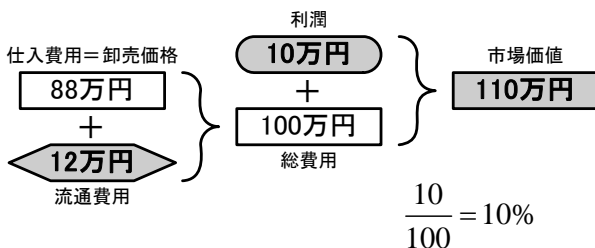
- 10%の期待利潤率をディーラーは手に入れることはできない。



- ところが、集中化・専門化によって、流通費用を12万円にまで引き下げることができたならば、

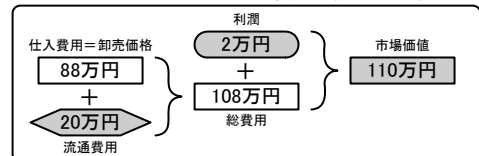


- 10%の期待利潤をディーラーは手に入れることができる。

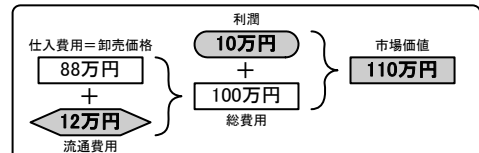


- 比較すると、...

ディーラーが20万円の流通費用を負担する場合

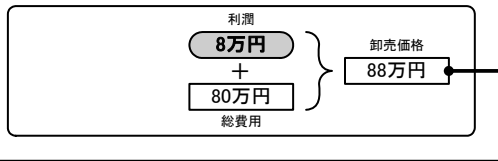


ディーラーが流通費用を12万円に引き下げた場合



サプライ・チェーンの全体

メーカー



ディーラー

