

會學濟經學大國帝都京

# 叢論濟經

號六第 卷二十四第

行發日一月六年一十和昭

## 論叢

資産者と課税……………法學博士 神戸正雄

フィシヤア利子論の分析……………文學博士 高田保馬

現代の「生の哲學」としての經濟哲學……………經濟學博士 石川興二

## 時論

大都市における商店街の構成……………經濟學博士 谷口吉彦

## 研究

私設工場委員會と企業……………經濟學士 大塚一朗

節約投資の均衡と中立貨幣……………經濟學士 中谷實

再保険料率に關する一研究……………經濟學士 佐波宣平

バレトの生産均衡論……………經濟學士 青山秀夫

## 說苑

シニタイムンの政治經濟學批判について……………經濟學士 島恭彦

## 附錄

新着外國經濟雜誌主要論題

本誌第四十二卷總目錄

(禁轉載)

時 論

大都市における商店街の構成

谷 口 吉 彦

目 次

- 一、問題の意味  
二、商店街の小賣店舗數  
三、商品種別の商店街構成  
四、小賣店別の商店街構成  
五、商店街他業者の構成  
六、商店街構成の一般性と特殊性

一、問題の意味

商店街は都市の一定地域を占有して、獨立専門店を中心に、主として買出し品の小賣市場を形成せる地域である。吾國では最近二三年來、特に商店街に關する學界ならびに業界の注意を喚起するに至り、有益なる調査研究の發表せられつゝあることは喜ばしい所である。併しながら等しく商店街を問題とする場合にも、必ずしもその問題の意味を同じうするものではない。例へば吾國において最も早く商店街研究に先鞭をつけられた平井教授は、之を主として經營經濟學の立場から研究せられ、問題の視角を専ら百貨店の合理的經營との比較といふ點におかれてゐる。また

1) 拙著、配給組織論 P. 300.

2) 平井泰太郎氏、商店街の構成(國民經濟雜誌8の3、P. 19-20.)

松井教授の有益なる調査も、同じく經營經濟學の立場から、主として商店街の交通量に關する研究である。かくの如く小賣店の經營の立場より商店街を問題とすることも、固より可能であり且つ有益である。のみならずこの種の具體的事實に就て、綿密なる實證的研究を進めることは、餘りにも抽象的・觀念的論議の多い吾國の經營學界において、また特殊の意義を有しうるものと思はる。

併しながら言ふまでもなく商店街は、自然發生的に社會的に生成するに至つた組織であつて、個別經濟の意思活動として作爲せられた組織ではない。こゝに百貨店との根本的な相違がある。従つて商店街は私の學問體系においては、經營理論學の研究對象ではなくして、經濟理論學の研究對象である。固より政策學の研究對象としての商店街は、經營政策および經濟政策の何れもの對象となりうるものであるが、茲では何よりも先づ經濟政策即ち小商店對策の立場に出發して、商店街を問題とするものである。

商店街は或る意味では一つの地域團體であつて、都市の一定地域を占有する。この地域團體を一つの政策對象として把握する所から、吾々の問題は出發する。蓋し從來の小商店對策または小賣振興策の多くは、その對象を地域的に規定しない所から、その論議は稍々もすれば抽象的となり、漠然たるを免れない。それ故に現實に即した理論や政策を明確に把握し考察するためには、何よりもその理論または政策の對象を、地域的に具體的に規定することが必要である。固より小

3) 松井之助氏、商店街における交通と販賣との關係、第一冊、第二冊  
4) 長太郎氏、商店街の動向(國民經濟雜誌 58の2、p. 6.)  
5) 拙著、前掲書、p. 313  
6) 拙著、前掲書、組織の特殊研究、p. 31 以下  
拙著、前掲書、p. 44 以下

賣店の地域的規定は必ずしも商店街に限らるゝものではない。けれどもその中心的存在が商店街にあることもまた疑ひ得ない所である。

商店街をもつて小賣店對策の地域的對象となすことに對しては、次の如き理論的根據を認めることが出来る。

第一に、今日の小賣店窮迫の原因には種々あるが、百貨店の進出をもつてその重要な一因となすことは疑ない。而して百貨店進出の影響を最も直接に著しく蒙るものは、都市の商店街である。それは両者が商品の種類・商店の地域・顧客の階層等において、甚だしく近似するより來る必然の結果である。小賣店窮迫の事實は吾國の到る所に認めらるゝ殆んど一般的な現象ではあるが、而かもその窮迫の中心をなすものは、商店街を構成する商店にあることは疑ひ得ない。それ故にこの商店街を小商店對策の重要な對象として抽出することは、そこに十分の根據あるものと考へられる。

第二に、商店街は自然發生的に社會的に生成するに至つた生成組織であるから、之を百貨店の如き合理的・計畫的な意志活動として作りあげられた作爲組織に對比するときは、兩者の間には秩序と亂雜・合理性と非合理性・能率的と非能率的・經濟性と不經濟性等の相違が認められる。こゝに商店街對策の意味がある。一般的對策の根本的見地<sup>7)</sup>と同じく、商店街に對してもまた、その社會的存在を合理的ならしめて、その社會的機能を發揮せしむることにより、そのものゝ存續發

7) 拙著、配給組織論、p. 322.

8) 拙著、前掲書、p. 365 以下

展を確保するでなければならぬ。そのためには之を自然のまゝに放任することなく、また個々の商店の經營を合理的ならしむるに止まらず、全體としての商店街を一つの政策對象と認め、之に對して適當なる對策を構ることが必要と考へられる。

たゞこの場合に問題となるは、商店街は小賣店の一部を包含するに過ぎず、寧ろより多數の小賣店は商店街の外にあるではないかといふ點にある。併しながら第一に、商店街對策は何ら一般小賣店對策の放棄を意味するものにあらず、また何ら之と矛盾するものではない。第二に、今日の小賣店窮迫の中心は、前述の如く商店街の小賣店にある。従つて小賣店對策の一つの重要な對象をこゝに求むることは、不當でないのみならず當然の要求であると考へられる。

かくして吾々は小賣店對策の一つの對象として商店街を問題とするものであるが、併しこの場合に前提的に必要なことは、何よりも先づ商店街に關する事實の認識である。蓋し一般に政策に關する論議が、その人の個人的意見に止まらずして、一般的・客觀的な妥當性を主張しうるためには、換言せば一つの政策論が學問的意味を有ち得るためには、その前提において政策的研究に對する理論的研究に出發せねばならぬ。現實の事實の間に存在する法則の發見または現實の事實の法則的説明を前提とし根據とする政策的規範の設定でなければ、學問的に意味ある政策論は成立し得ない。それ故にいま商店街對策の規範法則を設定せんとする場合にも、それが單なる個人的の opinion 以上であり得るためには、何よりも先づ商店街に關する存在法則または少くとも現

實の事實に對する認識を確めることが前提的に必要である。こゝに大都市における商店街の構成を問題とするのは、即ちこの意味に外ならぬ。商店街についてはこの外に尙ほ多くの問題を含んでゐるが、こゝでは他の諸問題はすべて割愛して、その構成にのみ問題を限定する。また調査方法についても紙面の都合上他の機會にゆづることとするが、各都市の商工會議所・日本商工會議所・商工省商務局の有力なる協力によらざれば、到底なし得なかつた調査であることを明記して感謝の意を表したい。また六大都市のうち名古屋市と横濱市に關する調査は尙ほ完成されてゐないから、今は遺憾ながら之を除いた四大都市に就いて考察することとする。

## 二、商店街の小賣店舗數

商店街は獨立専門の小賣店を中心とするものではあるが、併しそこには小賣店以外の各種の他業者をも包含し、普通の住宅・社寺の如きをも含み、また獨立専門的にあらざる他の小賣店も存在する。そこで商店街の成構に就いて先づ第一に問題となるは、その中に含まるゝ小賣店の絶對的ならびに相對的の數である。即ち一は一つの商店街を形成する小賣店の絶對數如何の問題であり、二はその小賣店と他業者(假りに住宅・社寺の如きものをも含めて)との相對數如何の問題である。

第一に、一つの商店街を形成する小賣店の數は、理論的には二つの事情によつて決定される。

即ち一方では商店街の側より見て、各種の獨立専門店が、消費者の生活一般より要求せらるゝ需要を充たし、且つ或程度の競争關係を持續せしむるためには、幾何の店舗を必要とするかによつて定まり、この點から商店街の最小限度が規定される。數個の店舗では商店街は形成されない。他方では消費者または顧客の側より見て、その買出しを便利になし得るためには、一定程度の延長以上は許され得ない。この點から商店街の最大限度が規定される。數十町に亘る商店街または數千店舗を包含する商店街は成立し得ない。

いま四大都市において商店街として認めらるゝ四十九街について、その小賣店舗數を見るに、後に掲ぐる第三表に示さるゝ如く、最多五四四（大阪天神橋）から最少五七（東京上野廣小路）まで種々の相違を示してゐる。併しながら前者は寧ろ三つ又は四つの街區に分割さるべきであり、後者は後にも指摘する如く商店街と認めうるか疑問である。かゝる場合には中位數によるを合理的とするが、假りに算術平均の方法をも併記して、四大都市別の店舗數を表示せば第一表の如くなる。

何れの方法によるも著しき相違はないが、かりに中位數を採るとすれば一三二乃至一六二を示して略々接近してゐる。之によつて大都市商店街を形成する小賣店舗數をほゞ捕捉することが出来る。尚ほ參考のために各都市一つづゝの中心商店街——これは種々の點において他の商店街と區別しうるものである——を採つてその店舗數を見るに、一般により多數の店舗を包含すること

第一表 商店街の小賣店舗數

全 體	東 京 市	大 阪 市	京 都 市	神 戶 市	最 多	最 少	算 術 平 均	中 位 數	中 心 商 店 街
	二九二	五四	二五	二六五	五	三	一五	一四	銀座通 一六一
					五	六	一七	一三	心齋橋 一九九
					七	七	二二	二二	四條 一六六
					七	七	二二	二二	元町通 二六五
					五	五	一五	一四	中位數 一八三

が判る。

店舗數に關する第二の問題は、小賣店と他業者との相對的比例にある。一般に商店街は小賣店のみをもつて成立しうるものかどうか、少くとも大都市の商店街は、小賣店の外に、または小賣店を存立せしむるために、他の補助的の店舗を必要とする様である。この點において謂はゆる他業者は二種に區別しうる。住宅・空屋の如きは不必要なる夾雜物であり、或種の接客業の如きは或程度までは必要な介在物であると言ふことが出来る。そこで是等の夾雜物または介在物が、現實の商店街において如何なる割合を占むるかは、商店街そのものより見て重要な問題であるのみならず、吾々の如く之を小賣店對策の對象として見る場合において、殊に重要な問題となる。蓋し普通には商店街と混同され易く、而かも嚴密に之と區別さるべき『盛り場』の如き、その大部分の構成要素が劇場・映畫館・料理屋・飲食店・喫茶店・酒場の如きより成り、普通商品の小賣店が

その一小部分を占むるに過ぎない場合には、之を商店街と認むることは出来ず、單純なる都市繁榮策としては兎も角、少くとも之を小賣店對策の對象となすことは出来ないからである。

いま後に掲ぐる第三表の最後に示さるゝ小賣店の割合について見るに、最高九六・三%（神戸西宮内町）より最低五三・六%（大阪平野町）まで種々の相違がある。左に各都市別の割合を第二表として示す。

第二表 商店街小賣店の割合

	最 高	最 低	算術平均	中 位 數	中 心 商 店 街
東 京 市	九〇・〇%	五七・〇%	七四・一%	七二・二%	銀座通 六六・〇%
大 阪 市	八九・一%	五三・六%	七六・一%	八二・九%	心齋橋 八二・九%
京 都 市	八七・四%	五五・九%	七五・七%	六二・一%	四 條 六二・一%
神 戸 市	九六・三%	六五・八%	七七・五%	六三・三%	元町通 八三・九%
全 體	九・三	五三・六	六六・二	六二・七	(中位數) 七九・〇

この數字は前述の如く必ずしも商店街としての理想型または完全性の程度を示すものではない。たゞ小賣店の密集度または密度を示す數字としては、意義を有し、従つて小賣店對策の立場からは注意に値するものである。こゝでは最低程度五三・六%の小賣店を含むものまで商店街として認められてゐるが、この密集度を示す數字は商店街として認定すべきか否かの唯一ではないにしても一つの基準となる。小賣店一〇〇%の商店街が、たゞそれだけで必ずしも理想的の商店

街でないと共に、小賣店が五〇%にも足らぬ所は、之を商店街と言ひうるか疑問であらう。前掲第二表について見るに、中位數による平均率は、算術平均と大差なく而かも四大都市において著しき相違はなく、八一・九%乃至七六・三%を示してゐる。之によつて大都市商店街の小賣店はほゞその七六%程度の密集度を有することが判る。中心商店街の密度は之に比較すれば稍々高く、八三・九%乃至六六・〇%を來し、中位數において七九・〇%を示してゐる。

### 三、商品種別の商店街構成

商店街の構成に關する第二の問題は、之を形成する各種の小賣店が、その販賣商品の種別より見て、如何なる構成を有するかにある。この場合に先づ問題となるは、謂ふ所の商品種別を如何に區分すべきかにある。商品は種々の立場より種々の分類をなすことが出来る<sup>1)</sup>。然しながら茲では問題の中心は小賣店にあり、且つ買出し品を中心とする獨立専門店を主とするものであるから寧ろ吾々の消費生活を中心として考へ、衣食住その他の關係を考慮して、衣料品・食料品・住料品・燃料品・文化品・生産用品・および其他の七品種とし、之を三十九類に分類し、更に八十七商に細分した。後の類別および商別は、國勢調査および商業調査の分類を參照する點が少くない。かくして四大都市における四十九商店街の商品種別の小賣店舗數を示せば、第三表の如くなる。

第三表によりて各商店街につき仔細に觀察するならば、そこにはそれぐの個別性の相違が發

1) 拙著、配給組織論、P. 98 以下

第三表 商品種別の商店街構成

商店街	衣料品	食料品	住料品	燃料品	文化用品	生産用品	其他	計	他業者	小賣店の比率	
東 京 市	1 門通路	138	55	22	2	70	0	4	291	127	69.1
	2 下	63	14	11	0	18	1	9	116	13	90.0
	3 草竹	21	18	3	0	11	0	4	57	43	57.0
	4 野音	34	58	16	4	23	0	6	141	33	81.0
	5 浅佐上	55	59	16	1	19	0	2	152	33	82.2
	6 初十	82	68	20	1	33	0	0	202	78	78.6
	7 巢神	59	46	15	1	53	0	3	177	85	67.6
	8 新高	70	38	14	1	41	2	1	167	76	68.7
	9 高澁	48	37	13	0	35	0	2	135	29	82.3
	10 武藏	58	32	11	0	31	1	1	134	55	70.9
	11 瀧浦	102	54	18	0	42	0	9	225	67	77.1
	12 銀人	46	14	7	0	12	1	0	80	38	61.4
	13 小龜	61	24	12	0	55	3	6	161	83	66.0
	14 座形	44	13	7	0	12	0	1	77	18	81.6
	15 川	78	13	4	0	36	0	2	133	40	78.9
	16 小松	75	44	25	1	33	2	5	185	51	78.4
	17 春	32	36	11	0	12	3	1	95	15	86.4
大 阪 市	1 齋	103	18	13	0	65	0	0	199	44	81.9
	2 心	24	22	8	0	18	1	3	76	54	58.5
	3 生中	21	20	7	0	17	0	0	65	19	77.4
	4 淨聖	41	24	12	2	40	1	0	120	47	71.9
	5 浦天	68	12	4	0	16	0	1	101	16	86.3
	6 九日	72	46	23	1	33	1	3	179	39	82.1
	7 神條	296	72	47	7	106	0	16	544	88	86.1
	8 之	179	35	15	0	55	0	3	287	52	84.7
	9 十道	106	21	4	1	27	0	4	163	20	89.1
	10 戎平	62	74	13	4	39	1	0	193	41	82.5
	11 頓橋	39	32	8	2	62	1	2	146	91	61.6
	12 野	32	24	4	0	32	0	2	94	36	72.3
	13 京	27	23	8	0	41	2	2	103	89	53.6
京 都 市	1 寺新	85	40	17	0	72	3	4	221	55	80.1
	2 四	66	20	5	0	36	0	5	132	74	64.1
	3 寺	67	22	22	0	52	0	3	166	52	76.1
	4 五	31	19	27	0	49	4	27	157	124	55.9
	5 松	35	24	7	0	10	0	0	76	11	87.4
	6 三	48	52	15	1	27	4	1	148	27	74.6
	7 堀	80	69	23	0	31	1	3	207	43	82.8
	8 川	80	77	21	0	43	1	3	225	42	84.3
神 戸 市	1 灘水	23	30	3	1	11	0	4	72	9	88.9
	2 春	48	27	22	2	35	1	9	144	51	73.3
	3 小	69	27	15	3	22	0	9	145	48	75.1
	4 元	81	23	18	3	31	2	10	168	83	66.5
	5 多	118	37	22	0	77	0	11	265	51	83.9
	6 御	61	22	13	0	35	1	6	138	49	73.8
	7 西	65	40	10	1	16	0	0	132	30	81.5
	8 大	63	6	2	0	7	0	0	78	3	96.3
	9 大	70	22	8	0	23	1	8	132	41	76.3
	10 六	21	15	7	0	24	0	6	73	38	65.8
	11 道	52	20	6	1	12	0	0	91	13	87.5

大都市における商店街の構成

第四十二卷 一〇二九

第六號

六七

見されると同時に、また構成上の一般性と特殊性とを看取することも出来る。一般的に最も多いのは衣料品であつて、一二の例外を除けば何れにおいてもこれが最大多数を占める。之に次いで、は食料品および文化品であつて、住料品はその次にあり、燃料品と生産用品とは一般に極めて少数である。この點より見ればこの分類の妥當性も疑はれないが、併し之は大都市の商店街に限られてゐるからで、地方中小都市の商店街にあつては、恐らく多少の相違を來すであらうと想はれる。いま各都市別の絶對數および相對數を示せば第四表の如くなる。

第四表 各都市の商品種別構成

	衣料品		食料品		住料品		燃料品		文化品		生産用品		其他	
	店舗數	百分比	店舗數	百分比	店舗數	百分比	店舗數	百分比	店舗數	百分比	店舗數	百分比	店舗數	百分比
東京市	1,066	41.3	623	23.6	335	8.9	11	0.3	556	21.2	13	0.5	5	2.3
大阪市	1,070	47.1	433	18.6	266	11.3	17	0.7	521	22.3	7	0.3	6	1.6
京都市	493	35.9	333	24.2	337	23.7	1	0.0	330	24.0	13	1.0	8	3.6
神戸市	671	47.7	269	18.7	136	8.8	21	0.8	294	20.6	5	0.3	7	5.2
計	3,299	43.6	1,666	23.6	654	8.6	40	0.5	1,470	23.8	38	0.5	22	2.8

第四表について見るに、衣料品は大阪市の四七・一%を最大、京都市の三六・九%を最少とし、全體においては四三・六%を占めるが、何れにおいても之が最大率を占める點に相違はない。食料品はほゞその半ばを占め、全體として二一・六%を占める。住料品は更にその半ばにも達せず、

全體において八・六％に過ぎない。之に反して文化品は全體として二一・八％を占め、全體としては食料品を凌駕して第二位を占める。たゞ東京市においては食料品は著しく高率である。燃料品および生産品は何れも全體として五％に過ぎない。即ち是等の商品の大部分は、商店街以外の小賣店によつて配給するものと思はれる。

かくの如く全體を通じて觀察する時は、そこに或程度の一般性を認めうると同時に、各都市によりてまたそれ／＼の特殊性を認めることが出来る。更に一都市内の各商店街について觀察するときは、その都市の一般性に對してそれ／＼の特殊性を認めることが出来る。之については更に後に論述することとする。

#### 四、小賣店別の商店街構成

商店街の構成を小賣店の側より見て問題とする場合には、前述の如き商品種別の構成を見たるだけでは不十分である。更に之を細別して、現實の小賣店舗の分業状態に對應する程度にまで分類せねばならぬ。即ちこゝでは前述の七商品種別を三十九類別とし、更に之を八十七商別とし、それ／＼に屬する小賣店舗数を調査することとした。第五表は即ちその結果である。

第五表について見るに、衣料品のうち最大率は、何れの都市においても呉服太物麻織物商であつて、全體としては衣料品の一九・二％を占める。即ち商店街のうち四〇％以上は衣料品店であ

第五表 商店街小賣店の構成 (1)

種別	類別	小賣店	東京市	大阪市	京都市	神戸市	計	百分比
第一種 衣料品種	第一類 織物類	1 吳服太物麻織物商	168	213	90	169	640	19.2
		2 洋服反物、羅紗商	21	60	21	46	148	3.5
		3 洋服商	138	127	47	72	384	11.5
		4 婦人子供服商	71	64	22	46	203	6.1
		5 蒲團、衣具商	32	17	19	26	94	2.8
	第二類 絲物類	6 毛布類商	5	15	3	15	38	1.1
		7 綿絲毛絲編物商	35	51	25	28	139	4.1
		8 小間物、袋物商	95	124	49	37	305	9.1
		9 帽子商	52	79	32	38	201	6.0
		10 洋品類商	201	108	81	64	494	14.8
	第三類 履物類	11 靴及附屬品商	86	59	19	32	196	5.9
		12 下駄草履履物商	87	103	54	55	299	9.0
		13 傘、洋傘其他雨具商	39	22	18	25	104	3.1
		14 毛皮商	5	7	3	1	16	0.5
		15 皮革製品商	29	21	9	17	67	2.7
	計	1,066	1,070	492	671	3,337	100.0	
第二種 食料品種	第六類 穀粉類	16 白米商	20	11	4	9	44	2.7
		17 雜穀、穀粉商	3	7	4	2	16	1.0
	第七類 蔬菜類	18 蔬菜商	10	16	19	11	56	3.4
		19 果物商	46	37	22	27	132	8.1
	第八類 魚介類	20 鮮魚介冷凍魚介商	14	13	20	4	51	3.1
		21 其他魚介藻商	26	21	22	3	72	4.4
	第九類 鳥獸肉類	22 牛豚鳥獸商	28	19	18	17	82	5.0
		23 和洋酒、清涼飲料商	45	37	16	22	120	7.3
	第十類 調味料類	24 砂糖商	10	6	7	11	34	2.1
		25 味噌醬油調味料商	12	12	6	7	37	2.3
	第十一類 菓子類	26 和洋菓子商	221	131	105	80	537	33.0
		27 パン商	39	25	8	14	86	5.3
	第十二類 茶類	28 茶類商	33	19	8	17	77	4.7
29 豆腐商		5	3	2	1	11	0.7	
第十三類 其他食料品類	30 煙草商	37	34	25	20	115	7.0	
	31 其他ノ飲食料商	72	31	37	24	164	1.0	
	計	621	422	323	269	1,634	100.0	
第三種 住料品種	第十四類 木材類	32 木材商	1	2	1	0	4	0.6
		33 竹材商	0	2	1	0	3	0.5
	第十五類 石材、煉瓦、土砂類	34 石材商	2	0	0	0	2	0.3
		35 煉瓦商	1	0	0	0	1	0.2
	第十六類 建築器具類	36 石灰セメント土砂商	0	1	0	0	1	0.2
		37 建具、表具商	5	9	3	1	18	2.8
	第十七類 指物類	38 家具、指物商	59	36	23	27	145	22.2
		39 漆器商	8	9	9	6	32	4.9
	第十八類 磁器類	40 壺表、莖類商	7	2	5	8	22	3.4
		41 荒物商	19	23	13	25	80	12.2
第十九類 陶磁器類	42 陶磁器、土器商	44	20	14	17	95	14.5	
	43 板硝子硝子器商	13	10	12	6	41	6.3	
第二十類 金屬器具類	44 金屬材料商	1	12	1	3	17	2.6	
	45 金屬器具商	51	32	35	19	137	20.9	
	計	225	166	137	126	654	100.0	

大都市における商店街の構成

第四十二卷

一〇三二

第六號

七〇

第五表 商店街小賣店の構成 (2)

種別	類別	小賣店	東京市	大阪市	京都市	神戸市	計	百分比	
第四種 燃料種	第廿一類	薪炭商 { 47 薪炭商	5	7	1	5	18	45.0	
	第廿二類	石炭類 { 48 石炭 コークス 煉炭 商	0	0	0	1	1	2.5	
	第廿三類	油類其他 { 49 ガソリン 燈油 重油 商	4	4	0	3	11	27.5	
	計	50 其他ノ 燈料 燃料 商	2	6	0	2	10	25.0	
第五種 文化品種	第廿四類	紙、紙製 品文具類 { 51 紙及紙製 品商	35	31	31	13	110	6.5	
	第廿五類	玩具、遊 戲用品類 { 52 文具學藝 品事務用品 商	43	48	25	28	144	8.5	
	第廿六類	藥品、衛 生材料商	59	36	31	20	146	8.6	
		運動用具 遊藝品類 { 54 玩具遊藝 娛樂品商	8	11	5	4	28	1.6	
	第廿六類	藥品、衛 生材料商	78	72	34	43	227	13.3	
		染料、塗 料商	1	7	4	1	13	0.8	
	第廿六類	化粧品類 { 56 染料、塗 料商	0	5	4	5	14	0.8	
		化粧品類 { 58 香料、燻 香類商	14	14	23	16	67	3.9	
	第廿七類	時計商	59	61	68	33	40	202	11.9
		計	60 時貴金 屬、寶石 商	9	36	9	15	69	4.1
	第六種 生産用品種	第廿八類	眼鏡類 { 61 眼鏡商	22	26	9	10	67	3.9
		第廿八類	管樂器 絃樂器 商	13	18	5	11	47	2.8
			蓄音機 及レコ ード商	35	31	12	19	97	5.7
		第廿九類	ラヂオ 類及附 屬品商	15	25	3	6	49	2.9
寫真機 及寫真 用品商			24	22	10	11	67	3.9	
第廿九類		醫療機 械器具 商	0	5	1	0	6	0.4	
		科學機 械器具 商	66	67	1	0	1	4	0.2
第三十類		度量衡 計測器 商	67	2	1	0	3	21	1.2
		圖書、 雜誌商	68	7	7	4	3	21	1.2
第卅一類		新聞類 { 69 圖書、 雜誌商	61	52	36	21	170	10.0	
第卅二類	美術工 藝書畫 骨董商	70	0	9	0	2	11	0.6	
	美術工 藝書畫 骨董商	71	28	23	28	19	98	5.8	
第六種 生産用品種	第卅二類	花卉、 盆栽、 造花類 { 72 花卉、 盆栽、 造花類	22	4	13	5	44	2.6	
	計		536	551	320	294	1,701	100.0	
第七種 其他種	第卅三類	肥料商 { 73 肥料商	0	0	0	0	0	—	
	第卅三類	飼料商 { 74 飼料商	0	0	0	0	0	—	
		種苗商 { 75 種苗商	0	0	0	0	0	—	
	第卅四類	農産用 機械器具 商	76	0	0	0	0	—	
		船具商 { 77 船具商	0	0	0	1	1	2.6	
	第卅五類	漁具商 { 78 漁具商	0	0	0	1	1	2.6	
		漁網商 { 79 漁具商	1	0	2	0	3	7.6	
	第卅六類	自動車 部分品 商	80	4	6	6	3	19	50.0
		馬車荷 車其他 豆輛 商	81	0	0	0	0	0	—
	第卅七類	鐵砲、 火藥商	82	0	0	2	0	2	5.3
動力機 械商		83	2	0	0	0	2	5.3	
第七種 其他種	工作機 械商	84	0	1	1	0	2	5.3	
	機械工 具及土 工器具 商	85	6	0	1	0	7	18.4	
計		13	7	13	5	38	100.0		
第七種 其他種	第卅八類	日用雜 貨類 { 86 日用雜 貨商	9	18	8	34	69	34.3	
	第卅九類	以上ノ 分類ニ 入ラザ ルモノ { 87 以上ニ 入ラザ ルモノ	41	18	39	29	127	63.2	
其他種	計		56	36	46	63	201	100.0	
其他種	合計		2,528	2,270	1,332	1,438	7,568		

大都市における商店街の構成

第四十二卷 一〇三三 第六號 七一

り、そのうち約二〇%は謂はゆる呉服店であると言へる。之に次ぐは洋品類の一四・八%であつて、これまた大都市商店街の一般性と見ることが出来る。

食料品は全體として二〇%以上を占めるものであるが、その中の最も主要なものは、何れの都市においても菓子商(和洋)であつて、全體として三三・〇%を占める。これが商店街全體を通じて、絶對的にも相對的にも最も多數を占める小賣店である。之に次ぐ食料品は果物商であるが、その地位は遙かに低く八・一%に過ぎない。住料品は全體としても八%に過ぎないものであるが、その中では家具商二二・二%、金屬器具商二〇・九%が最も著しい。

文化品は全體として、食料品に劣らず重要な地位を占めるが、その内容は極めて分散的であつて、樂品商の一三・三%、時計商の一・九%、圖書雜誌商の一〇・〇%等が比較的に重要である。燃料品および生産用品は何れも重要ならず、全體として五%程度のものであるが、前者にあつては薪炭商、後者にあつては自轉車商が重要な地位を占めてゐる。

以上の諸點については假令その比率には多少の相違はあつても、何れも各都市を通じて認め得らるゝ一般性である。勿論これを更に各商店街について觀察するならば、それらの中には右の點について特殊性を有するものも存するであらうが、その詳細なる研究は他の機會にゆづることとする。

## 五、商店街他業者の構成

商店街は獨立小賣店舗を中心とするものであるが、併し前にも述ぶるが如く、これ以外に多かれ少なかれ他の諸要素を包含するものである。各商店街により各都市により相違はあるが、四大都市の平均における小賣店の密度は七六・七%となつてゐるから、一三・三%は他の諸要素から成つてゐることが判る。而して他の諸要素の中には、積極的に商店街としての機能を助けてゐる補助的要素と、その介在が却つて商店街の機能を減殺する阻害的要素との別がある、この他に積極的に補助も阻害もせず、たゞ單に介在するに止まるものもあるが、これまた消極的には商店街の完成を妨げる要素と言ふことが出来る。

この點より見て、次に掲ぐる第六表につき他業者の四種別・十六類別および三十四業別を觀察するは興味がある。先づ第一に物品販賣業のうち最も補助的性質の強いものは小賣市場<sup>1)</sup>である。現に商店街對策の一つとして、小賣市場を態々その商店街の中に新設する實例さへある。實際に於ても殊に生鮮食料品の小賣市場は可なりの多數に上り、四大都市にて二六・(一三・一%)を占める。次に商店街の百貨店は最も問題となるものであるが、大規模のものゝみ一四に達する。即ち百貨店の大部分は商店街の中にある。之に就ては二つの場合が考へられる。一は未設の百貨店を商店街に新設せんとする場合、この場合は明らかに從來の獨立専門店に對する阻害的要素となる。

第六表 商店街他業者の構成

種別	類別	業別	東京市	大阪市	京都市	神戸市	計	百分比	
第一種 物品販賣業者	第一類	百貨店	1 大規模百貨店	8	3	1	2	14	7.1
			2 中規模百貨店	2	6	1	1	10	5.1
	第二類	均一連鎖店	3 小規模百貨店	3	6	4	2	15	7.6
			4 十錢二十錢ストア	9	5	1	1	16	8.1
	第三類	小賣市場	5 其ノ他連鎖店	8	2	0	2	12	6.1
6 生鮮食料日用品市場			13	4	4	5	26	13.1	
第四類	卸賣業者	7 其ノ他日用品市場	3	0	1	0	4	2.0	
		8 卸賣業	15	9	22	51	97	49.2	
		9 貿易商	0	0	1	3	3	1.6	
		計	60	35	35	67	197	100.0	
第二種 補助業	第五類	金融機關	10 銀行	39	18	13	12	82	58.6
			11 其ノ他業者	5	0	12	14	31	22.1
	第六類	保險、倉庫及運送	12 保險業者	3	2	3	5	13	9.3
			13 倉庫業者	1	1	0	1	3	2.1
			14 運送店	7	0	4	0	11	7.9
		計	55	21	32	32	140	100.0	
第三種 接客業者	第七類	劇場、映畫館	15 寄席劇場	1	7	7	1	16	1.1
			16 映畫館	7	7	8	5	27	1.8
	第八類	玉突、麻雀類	17 玉突屋、麻雀屋類	32	17	16	6	71	4.8
	第九類	理髮、美容業	18 理髮店、美容店等	47	56	28	23	154	10.5
	第十類	風呂屋業	19 風呂屋	10	11	4	4	29	2.0
	第十一類	旅館業	20 旅館	11	4	0	3	18	1.2
			21 料理屋	63	25	13	9	110	7.5
第十二類	飲食店	22 うどん、そば屋	33	46	33	17	149	10.2	
		23 和食店	95	94	41	25	255	17.4	
第十三類	喫茶店	24 洋食店	56	33	13	15	117	8.0	
		25 喫茶店	73	94	23	58	248	16.9	
		26 カフェ、バー	37	34	12	23	126	8.6	
		27 其ノ他ノ接客業者	62	27	31	27	147	10.0	
		計	567	455	231	214	1,467	100.0	
第四種 其ノ他	第十四類	醫師、病院	28 醫院、病院	22	23	3	19	67	11.9
	第十五類	神社、佛閣、教會	29 神社、佛閣、教會	6	6	28	10	50	8.9
			30 事務所	20	16	11	23	70	12.5
	第十六類	住宅、空地	31 住宅	29	39	28	17	113	20.2
32 空地			17	9	25	6	57	10.2	
		33 他家	54	19	29	20	122	21.4	
		34 其他	54	13	8	6	81	14.7	
		計	209	126	127	101	560	100.0	
		合計	884	636	423	416	2,364		

大都市における商店街の構成

第四十二卷 一〇三六

第六號

七四

二は既設の百貨店が商店街の中にある場合、この場合には却つて補助的要素となり、その閉店または休業日は却つて商店街を寂れしめる實例が多い。均一連鎖店もほゞ同様の影響あるものと言へるが、その數は百貨店と大差ない。たゞその規模は比較にならない。最後に卸賣業者は最も多數に介在しほゞ五割を占めてゐる。これは積極的に阻害するものではないが、併し小賣商店街としては一種の夾雜物であるから、之に代ふるに小賣店をもつてする方が望ましい。

第二に、謂はゆる商業補助業者のうち、銀行・信託等の金融機關はその過半以上を占める。時には商店街の補助的機能をなすこともあるが、之が介在は商店街の形態を不備ならしめることが多いから、寧ろその附近に散在することが望ましい。運送・保險・倉庫は一層この傾向の強いものであるが、尙ほ全體としては可なりに介在してゐる。けれども個々の商店街について見る時は、銀行以下この種の補助業者の全く存在してないものも少くない。是の種の機關は一般に消費生活よりも生産活動に關聯する所がより多いからである。

第三に、接客業者は反對に消費生活と關聯するものであるから、一般的には商店街にとり補助的要素となり得るものである。例外的には例へば神戸市の西宮内町の如く、全く接客業者の介在しないものもあるが、一般には商店街他業者の六〇%以上は接客業者である。そのうち最も重要なものは飲食店・喫茶店であつて、これが接客業者の六〇%以上を占める。之に次いで玉突麻雀類・理髮美容術・旅館料理屋・劇場映畫館・風呂屋業であるが、是等は寧ろ商店街の附近にあるを可とす

る。大都市の商店街ことにその中心商店街が次第に慰安化するにつれて、この種の接客業者の或者は商店街の中に介在し、或者はその附近に散在することが、商店街のために必要な要素となつて来る。

最後に、其他のうち最も多いのは空地・空屋であるが、之は言ふまでもなく阻害的要素であるから、之に對しては何等かの方法によつて、その空隙を充たすことが必要である。空家に對してはその商店街に不足せる小賣店を招致し、空地に對しては之に慰安的設備を施して遊園地とするが如き是である。次に社寺・住宅・病院の如きも商店街の暗黒部分を成すものである。たゞ社寺の中にはその參詣客が重要な要素をなすものが少くない。商店街の中には謂はゆる門前町の發展したものが少くないのはこの故である。

要するに四大都市の商店街の中には全體として約二割五分程度の他業者を含み、そのうち約六割は接客業者であり、その中のまた約六割は飲食店・喫茶店である。而してこれら他業者の中には、却つて商店街の機能を助ける要素と之を阻害する要素とを含むから、商店街對策としてこの他業者を考慮することが、重要な一つの問題となつて来る。

## 六、商店街構成の一般性と特殊性

商店街に限らず一般にこの種の問題においては、個別性と一般性と特殊性とを考察せねばなら

ぬ。一般性を重視するの餘りに個別性と特殊性とを没却してはならないと同時に、個別性をのみ重視して一般性と特殊性を忘却すべきでない。また個別性と特殊性とを混同して、たゞ個々の事例を観察するのみをもつて、その特殊性を明らかにし得たりと考ふべきでない。一個の實在としての個々の事例は、一般性と特殊性との綜合であり、個別性の歸納によつてのみ一般性を把握し一般性の認識によつてのみ特殊性を認識しうるのは、研究方法一般を通ずる原理であつて、今更に問題とする程のことでもない。

個別性と一般性と特殊性とは商店街のあらゆる點について考へられることではあるが、茲では問題を限定してその構成に關する問題に限り、且つ四大都市の商店街に限ることとした。最初に先づそれらの個別性を有する個々の商店街につき、出来るだけその個性を没却せざるやう詳細なる第三表を掲げておいた。次に多數の個々の事例に通ずる一般性を發見せんと努め、最後にこの一般性より見て個々の事例の特殊性を明らかにせんと努める。

第一に、商店街を構成する小賣店舗の絶對數について見るに、各都市の中位數をもつてその都市の一般性と看做し、更にその中位數を求むる時は一四四店舗となる。之に對する個々の商店街の特殊性は、店舗數の多きものと少きものとの二部類を指摘することが出来る。第七表は即ち之を示すものである。

小賣店舗の絶對數において、中心商店街と傍心商店街(周邊商店街)との間に一般的なる區別を

第七表 商店街店舗数の一般性と特殊性

店舗数の多き特殊性	五四(天神橋)	一九(淺草雷門)	二七(九條通)	二五(元町通)	三五(堀川京極)
店舗数の少き特殊性	五(上野廣小路)	六(中道)	七(灘八幡)	八(生玉)	五(五條)
四大都市の中位數	二四(東京市)	二五(大阪市)	二四(中位數)	二四(京都市)	二三(神戸市)

認めうるか、前に第一表に示せる如く、一般には前者において多數であると言へる。けれども此の點よりも寧ろ他の諸點に於て、即ち商店街の位置・長さ・幅員・設備等に於て、またその小賣店の規模・設備・經營等に於て、より明瞭なる中心商店街の特殊性を發見しうる様である。

第二に、小賣店舗の相對數即ち小賣店と他業者との比率における一般性と特殊性につき、前と同様の觀察をなす時は第八表を得る。

第八表 小賣店比率の一般性と特殊性

小賣店比率の大なるもの	九・三%(西宮内町)	七・〇%(佐竹本通)	八・九%(日之出)	八・九%(灘八幡)	八・七%(六間道)	七・二%(平均)
小賣店比率の小なるもの	三・六%(平野町)	三・九%(寺町下)	三・〇%(上野廣小路)	三・五%(生玉)	六・四%(蒲田)	三・三%(平均)
各都市全體の比率	七・二(東京市)	六・二(大阪市)	五・五(京都市)	七・五(神戸市)	—	七・三(平均)

この點に就ても亦さきに第二表に示せる如く、中心商店街の特殊性を認め得ない。例へば銀座通り六六・〇%に對し、元町通り八三・九%の如きがあるからである。

第三、商品種別の構成において、重要ならざる燃料品・生産用品・その他を除き、衣料品・食料品・住料品および文化品につき、それらの比率の大なるものゝみを各都市全體の比率と對比せしむれば第九表を得る。

第九表 商品種別の一般性と特殊性

衣料品店の比率	食料品店の比率	住料品店の比率	文化品店の比率
各都市の全體 比率大なるもの	各都市の全體 比率大なるもの	各都市の全體 比率大なるもの	各都市の全體 比率大なるもの
四二・二(東京市) 四七・一(大阪市) 三九・九(京都市) 四七・七(神戸市) 一 三〇・三(聖天通) 三三・〇(日之出) 三三・四(九條通) 三六・六(小川町) 三〇・三(平均)	二四・六(東京市) 一八・六(大阪市) 二四・三(京都市) 一八・七(神戸市) 一 四二・七(難八幡) 四二・二(初音坂下) 三六・八(十條) 三三・三(小松川春日町) 三三・六(全體)	八九・九(東京市) 七三・三(大阪市) 一〇・三(京都市) 八八(神戸市) 一 一七・三(寺町下) 一五・三(水道筋) 一三・五(龜戸) 三三・三(四條) 三三・九(蒲江) 一四・四(平均)	二二・二(東京市) 二四・三(大阪市) 二四・〇(京都市) 二〇・四(神戸市) 一 三三・三(銀座通) 三三・七(心齋橋) 三三・六(寺町上) 三三・三(四條) 二九・一(元町通) 三三・〇(平均)

之によりて各都市の特殊性と共に各商店街の特殊性を知ることが出来る。例へば大阪市は衣料品と文化品、東京市は食料品、京都市は食料品と住料品、神戸市は衣料品において比較的によくまた京都市の衣料品、大阪市の食料品・住料品、神戸市の文化品は比較的に少い。商店街の特殊性として最も著しき事實は、銀座通・心齋橋・四條通・元町通の如き中心商店街において、文化品店の



他業者に對する比率は一〇〇・〇%即ち他業者の全部が接客業者である所から、〇・〇%即ち一人の接客業者もない所まで、五ヶ所平均では八七・〇%から二四・九%まで著しい相違である。かくの如く他業者より見たる各商店街の特殊性を明らかにすることは、前にも述ぶるが如く對策上より見るも有意義のことである。

要するに四大都市の主要な商店街の構成については、以上の検討によつてほゞその個別性の上に一般性と特殊性とを明らかにし得たかと思ふ。一二の點では對策に觸れた所もないではないが茲では主としてその現實の事實を明らかにするを主眼とし、之が對策に就ては他の機會に譲ることとする。(一一・五・二五)