

東京帝國大學經濟學會 經濟叢論

第三號

第三十八卷

昭和九年三月一日發行

論叢

砂糖消費税に就きて……………

法學博士 神戸正雄

昭和五年の我國の國富を論ず……………

經濟學博士 沙見三郎

古典派恐慌論と動態論との關係……………

經濟學博士 谷口吉彦

時論

團體生命保險の官營問題……………

經濟學博士 小島昌太郎

研究

統計解析に於ける基礎的問題……………

經濟學士 蜷川虎三

ブウニヤティヤンと新信用論……………

經濟學士 松岡孝兒

百貨店の植民地進出……………

經濟學士 堀新一

說苑

陶業における瀬戸・東濃・名古屋の關係……………

經濟學士 菊田太郎

ロシアに於ける所得税の發達……………

經濟學士 伊藤武夫

附錄

新着外國經濟雜誌主要論題

百貨店の植民地進出 (二)

百貨店の新販路開拓策とその社會的影響

堀 新

目次	一、植民地進出の原因	二、植民地進出の發展 (以上本號、以下次號掲載)
三、植民地に於ける出張販賣の状況	四、百貨店の進出と植民地小賣店	
五、植民地進出批判		

百貨店の植民地進出を主として出張販賣を中心として考察してみた。本研究に必要な調査は去る昭和七年八月植民地主
要都市官廳に就て、本誌第三十六卷第三號掲載の形式の雛形によりてなしたものであつて、その回答を得たものは、「朝鮮」
釜山、仁川、元山、鎮南浦、木浦(以上百貨店又は進百貨店の出張ありと答へしもの)、「京城、大邱、平壤(以上出張なし)」、「臺
灣」臺南、基隆、嘉義、臺中、新竹、屏東、淡水(以上出張あり)、「花蓮港、馬公、宜蘭(以上出張なし)」、「樺太」泊居、敷
香、知取、「南洋」(以上出張なし)、「滿洲」*、奉天、新京(以上出張あり)の諸都市であつた。以下の考察は、主として、これ等
の諸都市に就て、右の回答を基礎としてなしたものである。

一、植民地進出の原因

百貨店の地方進出は中央都市に於ける百貨店の過剰と震災後各店の力を注いだ多量販賣主義の
要望に沿はんがために發展した。然しこの場合支分店の如き永續的形態に於ては兎に角、出張販
賣の如き移動的形態をとる場合には、(イ)都會的空氣の濃厚な中央都市に近接した地方並に(ロ)遠距

* 滿洲は嚴密な意味では滿鐵附屬地と雖も植民地の中に入れないのが通説であるが(山本博士、植民政策研究 p. 73) 便誼上本論では滿洲をも含めて取扱ふ事とした。

1) 拙稿、わが國に於ける百貨店出張販賣の發展(本誌第三十六卷六號 p. 114)

2) 拙稿、上掲 p. 104. 3) 拙稿、上掲 p. 109 第一表、第二表參照。

4) 尤も百貨店の植民地進出は後にも述べる如く主として朝鮮に於ては大正九年

離の地方に於ては、効果上經費上比較的普及し難いものである。¹⁾然し何日迄もこの状態は續かない。資本主義の發展に伴ふ百貨店競争の激化は地方にも深刻化を齎し、地方に於ける有望都市が中央都市の競争の縮圖的姿をもつて表はれるや更に從來は限界點以下にあるものとして見捨てられし地方への進出が企てられるは必然であつて、かくて一方では曾て指示した如く立體的に順次小都市への進出が行はるゝと³⁾共に他面遠距離乃至は近接都市も見逃すを得ざるに至るのである。然し内地に關する限り遠距離と云つても各地に幾個かの中心的百貨店があり、これを中心として出張販賣が行はれて居る關係上、事實上是營業範圍の分割が行はれて居る形であり、その有効に及び得るは一定の限界がある事は否定出來ない。⁴⁾こゝに企業者達の目に留まつたのは近來各方面に異常の發展を見つゝある植民地への進出である。特に百貨店収益率低下への轉換期とも云ふべき昭和三年以降この傾向は拍車づけられ、回數の増加範圍の擴大は著しく、植民地も亦中央都市の百貨店競争の餘波を嘗めねばならぬに至つた。

以上は百貨店植民地進出の素困的事實普遍的前提である。然しこれは各店が出張販賣により具體的に目標とする所は違ふのである。私は先に出張販賣の目的による三つの型を明にした時、^(イ)マーク宣傳的意義を有するもの、^(ロ)直接マーク利用的意義を有するもの特に最近に於てはストック處分的意義を有するもの、^(ハ)出張販賣よりの直接収益を目的とするものゝ三つがある事を述べたが、⁵⁾植民地に於ける出張販賣と雖もこの三つの目的が相錯綜して働いて居る事は云ふ迄もない。

臺灣滿洲に於ては大正十二年以降より初まつて居るがその集約度の増加は此處四五年來のことである。

5) 拙稿、前掲 p. 106.

6) 朝鮮、臺灣、樺太、關東州(州内、鐵道附屬地、領事館)は同廳統計書により北海道、内地府縣は帝國統計年鑑による。内地府縣及北海道の大正九年以降は十月一日現在にして他は年末。

然しこゝに注意すべきは内地等では最近ストック所分的意義が漸次濃厚化して來たのに反し植民地に於ては尙マ―ク宣傳的意義が相當重要性を持つてゐる事である。これは(イ)植民地に於ける出張販賣が尙その發展の初期にある事、(ロ)植民地では通信販賣により大きな期待が持たるゝ事の必然の結果とはいへ植民地に於ける出張販賣の本質を知るためには見逃してはならない點である。かゝる百貨店側の事情とともに他面我等は百貨店を誘引すべき植民地側の事情に一瞥を與へる事も忘れてはならぬ。先づ(1)近時の植民地人口の急激なる増加は百貨店の設立出張販賣の發展の大きな原因をなして居る。今これを最近十八年間の増加率に就て見るに、

第一表 人口指數比較

	朝鮮	臺灣	樺太	關東州	北海道	内地府縣
大正元年	一〇〇	一〇〇	一〇〇	一〇〇	一〇〇	一〇〇
大正四年	一一〇	一〇四	一四四	一一一	一一〇	一〇四
大正七年	一一五	一〇七	一八九	一二九	一二五	一〇六
大正十年	一二八	一一二	二四六	一五六	一四二	一〇七
大正十三年	一二二	一一八	三六二	一七四	一六三	一一一
昭和二年	一二九	一二七	五二五	一九七	一四七	一一六
昭和五年	一三七	一三七	六七六	二二六	一六五	一二五

尤も樺太は人口の絶對數少く(昭和五年の國勢論査によれば總人口二四〇・五〇二)、且物産稀薄にして、未だ百貨店の出張も見ざる状況にあるが、關東洲・臺灣・朝鮮に今日百貨店の進出を見るに至つた原因の一は近來の人口増加に求める事が出来る。

更に(2)かゝる増加人口が都市に集中せる事は植民地都市の近時の著しい發展が物語る所であるが、

- 7) 東京市政論査會、最新日本都市年鑑 p. 121—123.
- 8) Doubman and Whitaker, Department Stores, p. 12—13.
- 9) W. Sombart, Das Warenhaus ein Gebild des hochkapitalistischen Zeitalters (Probleme des Warenhaus S. 87.) 10) W. Sombart, a. a. O. S. 87.
- 11) 朝鮮、臺灣、樺太は昭和五年度末現在にして拓務省統計概要による。内地府縣は昭和四年度末現在の開業線哩にして帝國統計年鑑による。

都市と百貨店の密接な關係は Doubman and Whitaker の貴重な研究等も明かにする所であり、事實『都市こそはまさに百貨店の肥沃地』⁹⁾ Die Grossstadt ist der Nährboden des Warenhauses である。¹⁰⁾ (3) 交通機關の普及も百貨店發展の外在的原因として重要であるが、植民地に於ける交通は最近、(イ普及の現状) 發達の速度ともに著しいものがある。今之を鐵道普及の狀況に就て見れば、

第二表 營業線路延長(哩)

朝鮮	臺灣	樺太	内地道府縣
總數	二、三九四	九五七	一二、八一六
官設	一、七三四	六二〇	八、七七一
私設	六六〇	三三七	四、〇四五
西方里に付	一六・七	四一・〇	五一・七
人口萬に付	一一・一	二・一	二・〇

植民地中百方に對する蜜度の最大なるは臺灣であつて殆んど内地に近きものあり、その發達の速度の如きも大正元年より昭和五年に至る近々二十年足らずの間に官線に於ては二、〇五倍私線に於ては一、七二倍の増加を示して居る。樺太は人口の少い關係上人口萬に對する普及度は高いが、百方に付いての密度は最下位にあり、特に冬期の運轉回數は極めて少く（一ヶ月七・八百回）、これ樺太への百貨店未進出の一原因と考へらる。

その他近時植民地に於ける郵便電信電話の普及發達も注目すべきものがある。

(4) 植民地に於ける小賣商業の未發達も亦百貨店の進出を促すに至つた一原因と考へらる。

臺灣の如きさへも總人口に對する商業人口の割合は八・四%に過ぎず、内地の一三%と稱せらるゝに比し相去るもの甚だ遠きものあり、且(1)これ等の多くは貿易業卸賣業その他商業補助業を營み小賣人口は少く、(2)これ等の小賣商人が中世的遺風を受容して居る事は掛賣がその風をなして居るを見ても知るべく、(3)内地人と土着民との感情的反感も少なからず、正札現金平等取扱をモットーとする百貨店の營業方針が喜ばるゝは尤である。¹²⁾

12) これを朝鮮に就て見るに本島人間には近時幾分内地化して來たといへ客主居間、都賣商、散賣商、祿負商、典當舗、福德房等の諸形態、諸名稱の殘留して居る事に依つて見ても極めて原始的なものであり常設店舗としては殆んどなく月五、六回の定期市には市場周圍八、九里の地より來集するといふ(拓務省要覽、昭和七年版 p. 308.)

かゝる如き(イ)販賣者側に於て尙中世的遺風の脱却せられざるに一方(ロ)

その他よりの直接購入の相當の額に上る事を報じて居る。

植民地に於ける出張販賣は、(1)内地に店舗を有する商店の植民地への出張と、(2)植民地に店舗を有する商店の附近都市への出張の互に區別せらるべき二の型がある。一應朝鮮に於ける出張販賣は後の型をとり、臺灣に於けるそれは前の型をとると云ふ事が出来るが、元來植民地に出張するものは嚴密な意味に於ける百貨店のみでなく、朝鮮又は臺灣に店舗をもつ呉服店雜貨店履物店の如きの出張もあれば、又内地よりの呉服店(例へば福岡^(註)・呉服店)、物産館(例へば江東物産、泉州物産、福岡物産)、或は學校の製品賣出し(例へば大阪洋服學校)等もあり、寧ろこれ等の方が回數的に見れば多く、かゝる準百貨店をも考慮に入れる時は上述の考察は幾分斟酌して考へる必要がある。

(註)例へば馬公街の如き比較的交通不便のため、百貨店の組織的な出張は未だ見ないが、近年漸次交通狀態の改善とともに臺灣本島、特に臺北、臺南、高雄等よりの呉服類雜貨類の出張販賣漸繁を極むるに至り、該地の呉服店雜貨店は著しい打撃を蒙りつつありといふ。又例へば朝鮮鎮南浦府の回答によれば該地は未だ百貨店の出張を見ざるも、中元又は歲暮等に個人商店(主として履物、既製洋服、瀬戸物時にはシャツ、ズボン類)出張し、現に一昨年(昭和七年)七月の如き履物業者は可成露骨に對抗し特價販賣等の手段を用ひて競争せしと云ふ。

出張販賣の植民地に於ける起源は明かでないが大體左の如く朝鮮に於ては大正九年、臺灣滿洲に於ては大正十二年以降の事と考へる事が出来る。

先づ朝鮮に就て考察する。朝鮮に於ては京城は今日百貨店の中心地であり、三越支店・日ノ丸・三中井・平田等の諸店があり、これ等京城の百貨店呉服店を中心として朝鮮の出張販賣は發展し

とありといふ(日本地理風俗大系、臺灣編 p. 170.)

- 14) Nystrom, Economics of Retailing Vol. 1. p. 190, 191, Neal, Retailing and the public p. 62.
- 15) 拙稿、百貨店の出張販賣、通信販賣、連鎖店(經營研究第一卷第四號昭和八年十二月號)。
- 16) 前波仲子氏、百貨店の通信販賣(商店界、昭和七年増刊號)。

て居る。但し内地に於ては出張販賣の比較的によく發達して居るのは中央都市より多少迂遠な地方に於てであるが、朝鮮に於ては交通等の關係上、その比較的早く發達したのは仁川、元山等の如き京城附近の土地に於てである。

仁川府に於ては、大正九年以降三越が呉服類、小間物、和洋品、雜貨、食糧品を主たる取扱品として、春秋の季に昭和六年末迄出張して居る外、小間物を主たる取扱品とする京城日ノ丸商店、呉服を主たる取扱品とする京城○吳服店、京城秩屋商店が例年一、二回づゝ出張して府民の需要を充

かく京城が朝鮮に於ける百貨店の中心地となりその附近に比較的集約的な出張が行はれて居る以上、内地より朝鮮へのお出張は効果の上から云つても、又一面地理的經費的關係から云つても、内地に近接した地方に最もよく發達するは必然の結果であつて泉州物産即賣店・福岡物産陳列館・大阪洋服學校等の出張が木浦釜山を中心として行はるゝのは一面この事實を物語るものである。

木浦府に於ては昭和三年六月以降、毎年六月、十一月の候泉州物産の來るあり、釜山に於ても、これは主として縣内物産の
宣傳が目的ではあるが、兎に角、福岡物産が毎年一回づゝ來り、その他大阪洋服學校の製品出張販賣の來るあり、既製洋服店

百貨店の植民地進出

第三十八卷 七五五 第三號 一二五

17) 東京市政調査會、最新日本の都市年鑑 p. 908.
18) 尙百貨店が日本郵船會社の旅客船出張し賣店を設けた事がある。例へば昭
利五年より秩父丸は三越、龍田丸へは白木屋、淺間丸へは高島屋。夫々賣
店を設けて居る。取扱品は旅行用品、日用雜貨、類、土產物等である。三
込量は、二、三千圓、盆栽陳列等やつたた大抵低越でイスとして

※出張販賣と基隆市

昭和2年3月	基隆市	出張販賣	※
2、3	福州	呉服店	2日間
2、3	三	物産越	3
2、4	福州	呉服店	3
3、3	泉州	物産	3
4、3	江	東物産	2
5、2			4
5、3			3
6、2			3
6、3			3
7、1			3
7、3			2

南洋よりは『當群島には百貨店の出張の事實なし』との南洋廳書記官の回答があつた。購買力人口の關係上尤な事である。

出張販賣の發展には(1)所に關し、(2)時に關し、(3)商品に關し一定の限界ある事は曾て述べた所であるが、かゝる限界は植民地に於ては特に甚だしい。例へば(1)地域に就て見ても植民地への出張はそれ自體一の大きな犠牲である關係上内地と同條件の地方迄之が普及せざるは明

であるが、更にかゝる土地と雖も(A)その人口は質的にはイ内地人外に朝鮮人・臺灣人・支那人その他外人が構成人口の大部分を占めて居り、これ等をも對象とせんには出張販賣は複雑な形態を採るを避れず、然らずとするも彼等は感情的に内地店舗を好感をもつて迎へざる場合もあり、他面支那人竝に土着人の商業に對する巧なる事、彼等よりの競争も覺悟せねばならぬ。(ロ)女性が小賣商業に重要な關係があり出張販賣の成不成功の一因をなす事は先にも一言した所であるが、植民地都市に於ける女子數の僅少も(最新日本都市年鑑二三頁参照)出張販賣の人氣を引立たせざる事情を構成し、その發展の一障害をなして居る。(これはキッチンゲル等も云ふ如く女性心理の分析により容易に知らるゝ所であつて、されば植民地に於ける出張販賣は好奇心虛榮心によびかけるよりも男子向な實質本位をモットーとせねば容易に發展するものではない。)更に(B)植民地に於ける都市の構成を見るに内地都市が、(a)一大都市を中心

れ平壤(140.703)大邱(93.319)の如きも未だ之を見ず釜山(146.098)鎮南浦(38.296)の如きも嚴密な意味に於ける百貨店の出張は未だ之を見ない。

- 21) 拙稿、わが國に於ける百貨店出張販賣の發展 Nystrom, ibid. Vol. II, p. 140.
 22) Otto Kyllinger, Warenhaus und Spezialgeschäft (Probleme des Warenhaus S. 105 以下) 拙稿、百貨店と専門店(本誌三十七卷三號)
 23) 大阪毎日新聞、昭和八年四月十九日。

に中小都市が衛星的に存在するか、(b)或は各都市を巡回しつゝ再び同經路を經ずして出發都市に歸還し得る如く、出張販賣に比較的に都合よき形態をなすに反し、植民地都市が(a)廣範圍の地域に雜然と散在し、且(b')都市間の交通不便にして、(c')各市を貫通する經路は一線を構成する如き状態にある事は極めて不利な形態と云はねばならぬ。これを(2)時に就て見ても、距離と交通不便の關係上、内地の如く適宜に隨時に之を行ふ事は一部近接都市(例へば京城と仁川)に於てならば知らず、一般には不可能であり、最近内地に見る如きその頻繁化により殆んど常時化せる如き傾向は到底發生するを得ない。さればその行はるゝも殆んど春秋の期を出でない。(3)取扱商品に就て見ても矢張吳服類を中心として和洋雜貨或は食糧品の如きに迄も及んで居る所もあるが、(イ)腐敗損傷性に對する質的制限、(ロ)容積重量の如き量的制限は植民の場合には特に大なるは云ふ迄もない。以上私は百貨店の植民地進出が如何なる過程を經て發展し、そて發展の限界が何處にあるかに就て考察した。以下植民地に於ける出張販賣の現狀に就て一瞥する事としよう。(未完)

24) 今東京三越の昭和七年六月に於ける東北巡回の経路を見るに東京一千葉一水戸一若松一山形一秋田一盛岡一仙臺一東京の巡路を経て居る。

25) 勿論回数少し事は一面期間均に長期化する事は争へない事實であるが取扱商品種類や否や一定の出張販賣に於ける滞在期間の長引く事が果して経済的に有利なるものがあるか疑問である。