

會學濟經學大國帝都京

叢論濟經

號 六 第

卷 十 四 第

行發日一月六年十和昭

論 叢

藝術家と課税

法學博士 神戸正雄

民族と社會の發達

文學博士 高田保馬

農産物の生産調整に就いて

經濟學博士 八木芳之助

時 論

日米貿易の調整

經濟學博士 谷口吉彦

研 究

經營分析と經營統計

經濟學士 蜷川虎三

フランスに於ける平價切下論に就いて

經濟學士 松岡孝兒

百貨店出張販賣存續の條件

經濟學士 堀 新一

說 苑

統計圖表について

經濟學士 高岡周夫

附 録

新着外國經濟雜誌主要論題

本誌第四十卷總目錄

百貨店出張販賣存續の條件 (下)

——百貨店統制の基礎問題——

堀 新

目次	
三、百貨店出張販賣に對する統制形態(承前)	(一)、百貨店出張販賣の放任論と全廢論(以上前號)
(二)、百貨店出張販賣制限論	(三)、商品種類制限論の長所
四、結 論	

三、百貨店出張販賣に對する統制形態(承前)

(二)、百貨店出張販賣制限論

A、目的又は動機に依る出張販賣の制限 百貨店の出張販賣を行ふ目的が單なる利潤獲得の目的でなく、社會奉仕とか顧客の便益とかの目的動機が認めらるゝ時は之を許容すべしと説く論者がある。¹⁾ 村本福松教授は、既述の如く、²⁾ 百貨店の郊外進出の場合に於ける商品制限の必要を主張してゐられるのであるが、その制限の基調を、専ら顧客への便益のための動機が認めらるゝや否やの點に置いて居らるゝ様である。教授に依れば米國百貨店の郊外進出の場合に於ては、その動

1) 村本福松氏 百貨店の郊外進出(大阪朝日新聞昭和四年八月十六日——十八日)
2) 拙稿 出張販賣より見たる百貨店對小賣店の抗爭(經濟論叢昭和八年十一月號)

機は専ら顧客本位でありその取扱商品もかゝる基調に於て決定せらるゝ（例へばマーシャルフィールドは兒童用品）のであるが、わが國の百貨店のそれは小賣店との競争のための競争である。よろしくその郊外進出には百貨店自ら顧客本位の立場に立つて、日用品の如きに限るべしとするのが、その所説であるが、私はかゝる目的による制限論には賛成出来ない。蓋し百貨店を以て社會奉仕の機關なりとは屢々説へられる所であるが、かくの如きはゾンバルトの所謂高度資本主義時代の純粹典型としての百貨店の地位に對する認識不足より來るものである³⁾。我等は今日の百貨店に利潤獲得以外の目的ありとは到底考へる事は出来ないし、尤もたゞ或は多くの場合利潤獲得をもつてなしたる行爲が社會の便益に合する事もあらう、或は社會奉仕を名義としてその行爲がなさるゝ事もあなう、然しこれは利潤獲得が基本目的でない事を意味するものでも、社會奉仕がその目的である事を意味するものでもない⁴⁾。村本教授が舉げて居る米國百貨店の場合の如きも、例令それが社會の便益に合したからとて、その動機が恰もその點にあつたかの如く見るは、結果と動機を混同するの誤を犯したものと云はねばならぬ。教授は云ふ、米國百貨店ではかゝる目的で進出したのであるが、それは結局企業にとつても利益増進となつて表はれて居ると。誰がその目的が利益増進にあり、これこそ米國百貨店をして郊外に進出せしめた動機で顧客本位の如きはその結果であるとの言を否定し得よう。我等は或行爲の結果たる一事實を見て直ちに目的がそこにありし如く推定する事は嚴に慎しまねばならぬ。

- 3) W. Sombart, Das Warenhauses ein gebild. des hoch kapitlistischen Zeitalters 1928.
- 4) 水野祐吉著 百貨店經營學 p 151-153 參照

私の云ふ社會機能の見地も成程顧客の便益となつて表はれる事は云ふ迄もない。然し社會機能の見地は決して奉仕的見地の如く主觀的意識的のものに非ずして社會的客觀的のものである。されば百貨店が社會奉仕なりと信じて活動してゐる行爲であり、かゝる動機が例令客觀的に認められたとしても、我等の見地に於ては之を許容し難い場合もある。社會機能の全面的發揮が顧客に便益を齎すとしても顧客の便益自體が目的である必要はない。勿論營利が目的であつても支障はない。さればこれは或意味では、必ずしも、それ自體としては、資本主義時代の企業活動そのものにも矛盾するものではない。村本教授の否定し排拆して居らるゝ小賣店との競争のための競争を惹起する場合でも、これが社會的に有利なりと考へらるゝ部面——小賣店の社會機能が既に失はれて居る部門の如きでは止むを得ない場合もある。勿論この場合に於ける小賣店救済は別問題であるが。

B、地域による出張販賣の制限 地域に依る出張販賣の制限も一應考へらるゝ所である。例へ

ば百貨店商業組合に於ける出張販賣の制限規程によれば、中國九州地方に主たる營業所を有するものゝその縣内への出張下關に主たる營業所を有するものゝ門司市への出張は之を認めて居るが如きはこの例である。蓋し出張販賣には全國的・地方的・局地的の三形態がある事は曾てのべた如くであるが、元來出張地域の無統制は效果の上からも、經費の上からも、餘り好ましき所に非ず、各店の自由に放任しても遠距離の地方や一定の小都市以上に到底及ぶべくもない¹⁾。大百貨店

1) 拙稿 わが國に於ける百貨店出張販賣の發展(經濟論叢昭和八年六月號)

では本支店間に協定を設けてゐるものもある。されば地域による出張販賣の社會的統制とは、たゞ出張地域が廣いとか狭いとか云ふのではなく、寧ろ出張地の狀況を考察して社會的に望ましき地域への出張は之を許容し、然らざるものは禁止制限するのでなければ意義を持ち得ない。例へば、たとへ距離は遠くとも植民地等では、現在に於ては兎に角、以前に於ては、百貨店の出張は未發達な該地小賣店の補完的意味に於て、植民地内地化の意味に於て、植民地在住者の慰安の意味に於て、一定の存在理由を持つたが、かくの如き場合には之を許容する事も考へらる。かくて百貨店をして一應合理的機能を發揮せしめる結果となるのであるが、これは現實的に合理的なるのみにして、私の對策の根本的見地は『現實的機能の本質的機能への接近』にあること前述の如くにして、かゝる地域が小賣店の發展し得ざる何等かの必然的理由が存在すれば兎に角、今日の所地域的にかゝる事情は認め難く、多くは小賣店の機能を百貨店が營んで居る地方でも、或部面では小賣店をして合理的機能を營ましめる餘地あるものが多いのである。従つて地域を限定して或地域へは百貨店の出張を許容し、或地域へは之を制限する事は問題となり得ない。或は云ふ、百貨店による小賣店の打撃甚大なる地方への出張は之を禁じ小なる地方へは之を許容しては如何と然し我等の見地が打撃の大小を以て制限策の採否を決定せんとする彼等多くの社會政策論者の所説に與する能はざる事は曾て述べた如くである。我等の見地に於ては疲弊が大なりや小なりやは問題とする所ではない。合理的機能を發揮せりや否やが問題である。

1) 拙稿 わが國に於ける百貨店出張販賣の發展(經濟論叢昭和八年六月號)
2) 拙稿 百貨店の植民地進出(經濟論叢昭和九年三月號四月號)

C、時期による出張販賣の制限

出張販賣が季節變更期に多い事は曾て述べた如くである¹⁾。然しこれは近時種々の原因から常時的存在となりつゝある傾向にある。この場合當然問題となるのは、一は出張販賣の時期に依る制限と、一は回数・期間による制限である。出張販賣を一定の季節を限つて許容せしむべしとは一應考へ得らるゝ所である。後にも述べる如く、種々の理由を綜合して考へて見ても、或は出張販賣の社會機能發揚の上から見ても、これは季節變更期のみに限定するが最合理的の様に思はれる。然しこれも私の云ふ如く、商品が季節品のみに限定すれば、必然的に、かゝる時期にのみ行はるゝ事となり、例令季節外に季節品が取扱はるゝ事があつても尙出張販賣の機能に悖らざると共に、例令その季節を一定しても、從來の多くの場合に然るが如く、季節品以外のものが取扱はるゝなれば、これ出張販賣の合理的機能を發揮せしめる所以ではない。この意味に於て私は本説も亦採るを得ない。

D、回数による出張販賣の制限

回数による制限には、(イ)一都市一定期間に何回と限定する方法(總數主義)と(ロ)一都市一定期間一店輔何回と限定する方法(個別主義)とが考へ得。この場合回数の制限は必然的に期間の制限を伴はなければ意義をなさない。この方法は、各都市當局に於ては會場貸與回数を制限する事により(例へば和歌山市では昭和三年以降市當局により公會堂の貸與を一店年三回到制限せり)、屢々行はれた所であり、これは小賣店救済策としては相當の効果を擧げ得ようが、我等の見地では小賣店救済が第一目的ではない。小賣店の中には救済を必要とせねばならぬものもある。

2) 拙稿 わが國に於ける百貨店出張販賣の發展

(2) 商品賣上高に對する制限 商品賣上高の決定も相當困難ではあるが、賣出商品價格の認定よ

りも既販賣價格だけに比較的容易なりと云ひ得よう。この場合最高賣上高を定めて、それ以上の販賣を禁止する方法もあるが、多くはその制限は課税を以て行はる。即ち賣上高に對する累進課税でも行へば、間接的ではあるが、割合效果的に、賣上高を制限する事が出来る。然し出張販賣の課税に對しては法規解釋上の問題がある。勿論立法問題としては、わが國の税制が主として大規模企業保護主義の傾向あるを難ぜられて居る時¹⁾、曾て關東十二都市市長會議よりの要望ありし如く、出張販賣に課税し得る法律を設定する事は極めて意義ある事と思ふ²⁾。市町村の特別税として課税する事も研究すれば又可能であらう³⁾。然しこれは、單に法制の缺陷補正、負擔の平等を望む意味に於てその主張が是認されるのであつて、百貨店抑壓小賣店保護の意味なれば問題は別の視角から見られねばならぬ。即ちこの場合に於てはその事自體が合理的なりや否やの吟味が必要である。私は百貨店の賣上高を制限する事は必ずしも社會的に策を得た方法とは考へない。我等の問題とする所は賣上高の大小ではなく、如何なる方面にその機能を合理的に發揮せしむべきか、如何なる方面で小賣店が不當に壓迫されつゝあるかにある事を忘れてはならない。勿論この場合百貨店の非合理的な販賣方面だけを賣上課税その他で抑壓するのであれば、一應是認も出來ようがその實行上には尙種々な問題が残る。

(3) 商品種類に對する制限 商品種類による百貨店の地方進出制限論は今日まで一二の學者によ

- 1) 高橋龜吉氏 中小商業の活路(大阪朝日新聞昭和五年七月六日——十日)
拙稿 百貨店出張販賣に對する地方の反響(經營經濟研究昭和九年六月號)
- 2) 茨木縣に於ては縣會の満場の可決ありしにも係はらず法規解釋上の問題から實現するに至らなかつた。
- 3) 旅順市等では之を行ふ。

り一のオピニオンとして説へられた事もあるが、未だ殆んど顧みられざる所であつた。例へば先にも述べた如く、大阪商大の村本福松教授は百貨店の郊外進出の場合の商品を百貨店の自制的に日用品に制限すべしと述べてゐる。私は教授がこの主張を爲さるゝ立場そのものには賛同し兼ねるが、尙出張販賣の制限方法として商品種類に依る制限案を採りたい。私はこの場合出張販賣の取扱品は季節品のみに限らるべきなりと思ふ。何故に私がこの主張を採るか。こゝで私の今まで述べて來た所を一度顧る必要がある。私は小賣店問題の對策を決定する根本的見地として、かの非合理的な部面に於ても徒に小賣店の保護を叫ぶ社會政策論者の見地・百貨店の大資本力による不當の壓迫をも尙容認せんとする經濟政策論者の見地共に與する能はずとして、社會機能の見地なる一の獨自の立場を主張して來た。これによれば百貨店小賣店共に合理的機能を發揮せる部に於てはその存在を容認せらるべきであり、各配給形態の合理的機能を研究し、その機能發揮を遺憾なからしむる點にその基調を求めねばならぬとある。そして私は百貨店出張販賣の本質的な社會機能を地方に於ける定期的需要の充實にありとし、この限りに於て、出張販賣は許容せられねばならぬと考へた。こゝに問題は如何にしてこの合理的機能を發揚せしめ且他の不合理的な作用を抑壓するか點に及ぶ事となる。私は種々の對案を批判した。然し商品種類による制限特に季節品に出張販賣の商品種類を限定するを最妥當なりとする事は、上述の百貨店出張販賣の社會機能に著目する者、そして私の根本的見地を了解する者には容易に肯ける所であらう。

(三)、商品種類制限の長所

A、百貨店の立場より 出張販賣の取扱品は從來とも呉服類その他季節品が主であり、且その

主要目的が季節品の販賣にある以上、その取扱品を季節品のみに限定された所で、百貨店に對する影響は左程大きいとは云ひ得ない。勿論出張販賣に於ては既述の如く、日用品・雜貨・食糧品も取扱はれて居る。然しかゝる商品は經費の嵩る上に、出張地の小賣店に對する有利性は比較的に少い。蓋しかゝる商品はキツチンゲル氏も指摘して居る如く、消費者の最近接店輔に求めらるゝのが常であつて、敢て百貨店に於て購入するの必要を見ず、その需要期も一定せず、或は常時的であり、短期一時的の出張販賣で充さるゝには適せない。さればかゝる商品はその單價も低廉なる所から、これを特價品として顧客吸引策に用ふるのが普通であるが、その社會的影響は暫くをき、これを百貨店の立場から見ても大きな犠牲と云はねばならぬ。又百貨店の取扱品が季節品特に呉服類等に限らるゝことは『百貨店は選擇品』と云ふ百貨店の特徴を明瞭に地方民の頭に植え付ける事となり、或は専ら百貨店の特徴的商品に力を注ぐ事ができ、出張販賣の一目的たるマーケティング的意義より⁴⁾見ても却つてよく、後々の通信販賣等にもこの點は非常に有利に役立つ所と思ふ季節品のみの出張販賣は成程専門店でこれを行へば業務の繁閑のため到底有利には繼續出來ないが、凡百の商品を取扱ひ、従つて業務の繁閑調節の十分出來てゐる百貨店が之を行ふ時にはその困難からも比較的に脱れる事が出来る⁵⁾。

- 1) 拙稿 百貨店出張販賣の諸問題(經營研究昭和十年五月號)
前波仲子氏 百貨店の出張販賣(商店界昭和七年臨時増刊號)
- 2) Otto Kytzinger, Warenhaus und Spezialgeschäft (Probleme des Warenhaus)
- 3) 拙稿 小賣商業に於ける顧客吸引策(經營研究昭和九年九月號)
- 4) 拙稿 わが國に於ける百貨店出張販賣の發展 拙稿 百貨店の經營より見たる出張販賣の意義(經營研究昭和八年十一月號)

B、地方小賣店の立場より 地方小賣店の百貨店により受ける打撃は、私も曾てその調査の結果を發表した如く、深該且廣範圍のものである。今出張販賣に於ける取扱品を季節品のみに限るとせば、かゝる商品を取扱ふ店輔に於ては尙その打撃を脱れ得ないといへ、多くの他の小賣店にとつては之を脱する事ができ、打撃範圍は縮小される。かく地方小賣店の全面的没落を防ぐと共に、百貨店の進出を全然禁止すれば望めなかつたであらう所の地方小賣店の刺戟劑或は新販賣法新經營戰の教授者としての百貨店の地方小賣店に對する長所は之を保持する事が出来る。この意味に於て、百貨店出張販賣を一定の制限のもとに地方に存續せしむる事は小賣店の立場より見ても必ずしも好ましからざるものではない。こゝに問題となるのは季節品に就てであるが、これは例令出張販賣無くとも現在の狀態では合理的經營の持續は困難であつて、百貨店の進出の結果或程度の打撃を蒙る事は止むを得ないといへ、この點私も他日稿を更めて述べるであらう如く或は商店街の設立により、或は副商品の導入の如き自動的對策により、一定限度その打撃を脱れ

ると共に、これによりその合理的機能を發揚する事も必ずしも不可能ではない。

C、社會的立場より

今商品を前にも述べた如く定期的需要品・不定期的需要品・日用品に分つて見る時、定期的需要品特に季節品の如きにありては、必要期に百貨店が來りて充實する事により消費者は何等の不便を感じない。さればたとへかゝる小賣店が没落するも、社會的救済の要否の問題は別として、積極的に何等出張販賣を廢止するの根據とはなり得ないが、例へば日

5) Otto Kvtzinger, ibid
6) 拙稿 出張販賣より見たる百貨店對小賣店の問題 (經營研究昭和九年二月號)
7) 拙稿 百貨店の出張販賣と中小小賣店における意義 (經濟論叢昭和八年二月號) 拙稿
8) 拙稿 百貨店と專門店 (經濟論叢昭和八年八月號)

用品の如きになると、之が百貨店の如き大資本の壓力のため没落するとせば、現在では之に代るべき配給形態未だ發達せず、且出張販賣は短期一時的のものである關係上甚だ不便を感じる結果となる。百貨店出張販賣を季節品のみに制限するはこれを經濟上最能率なものゝみに制限するのであつて、經濟政策的見地よりも非難の起る餘地は殆んどないのみならず、小賣店の全面的没落は之を阻止する事となり、中産階級の没落地方經濟の疲弊も或程度防げるわけで社會政策的見地よりも難點は少い事と思ふ。のみならず地方小賣店の刺戟劑經營法の改善地方民の商品知識の涵養御用聞掛賣制度の如き封建的商業慣習の打破等百貨店出張販賣の長所はこれを保持する事ができ⁹⁾地方文化の向上都市地方間の文化的懸絶防止等に資する事も少くないと云はねばならぬ。

私は先に百貨店出張販賣の社會機能として(1)地方的需要の充足性と(2)季節的需要の充足性の二點を挙げ¹⁰⁾、今日の出張販賣には尙地方のみならず市内並に郊外に於て行ふものもあり、斯の如き出張販賣の本質的機能に屬せざる事を指摘しておいた。然し私は商品種類を季節品に制限する事により、かくの如き市内郊外出張も必然的に制限されるものと思ふ。蓋し從來とも市内郊外出張の場合に取扱はれしは食糧品日用品雜貨が主であり、これ Shopping Goods は原則として顧客がその營業所に赴く必然の結果であるが、かゝる事情は今季節品例へば呉服類の如きに出張販賣を制限するなればそれ自體出張販賣の制限を意味する事となる。かくて出張販賣はその本質的社

9) 拙稿 百貨店の出張販賣と中小小賣店の問題
10) 拙稿 百貨店出張販賣の本質 (經濟論叢昭和九年六月號)

會機能に屬する地方の季節的需要充足にのみ専ら力が注がれる事となるのである。

以上のべし所によつても知らるゝ如く、かゝる方法による出張販賣の制限こそ經營經濟的に見て社會經濟的に見て、その長所を保持し短所を抑制する所以にして、かくてこそ初めて出張販賣の社會的存在意義を見出し得ると思ふ。勿論我等はそれを抱擁する現在の社會制度の中に或意味では一經濟體の合理的機能發揚のための障害ともなる部面を見出さざるを得ずこの意味では我等の研究の結果も一の理想案に終り勝な事を發見するのである。然し我等の目標は常に理想への歩み行き理想の現實化にあらねばならない。

四、結 論

以上私は百貨店出張販賣存續の條件を研究して商品種類による制限を最も妥當とする結論に到達した。然らば如何にして商品種類を制限するか。その具體的方法としては種々な手段が考へ得らるゝがこれ等具體的方法は本論の目的とする所ではない。こゝではたゞその基礎的準據を指示するに止めたに過ぎない。最後に以上述べ來つた所要約すれば次の如くである。

(一)我等が小賣店問題等を論議する場合普通に採らるゝ根本的見地には經濟政策的見地社會政策的見地の二つがあるが私はその何れをも採らない。私はこの二つを止揚せる見地とも云ふべき社會機能の見地とも稱する立場を採る。この見地に於ては各種配給形態は夫々自己の特徴とする合理的社會機能を持つものであり、各種の配給形態をしてその合理的機能を發揚せしむる所に統制の根

11) 社會機能の本質とその主たる專門店と組合昭和十年一月號二月號) 於て來た百貨店(産業經營) 意味を置く論議の關係 (經營經濟) の主眼點國民經濟工業 研究出賣の國民工業 商業販賣制度卸賣 小賣店出張販賣と 迄の百貨店 日邊百貨店 今那百 私の稿 機能の稿 拙稿 拙稿

本的基調があるとする。

(二) 然らば私は百貨店出張販賣の合理的な社會機能をいづこに見出さんとするか。私は信ず百貨店の出張販賣の社會機能は地方の季節的需要の充實にありと。然るに今日の出張販賣は時としての自己の社會機能外に進出して地方小賣店を壓迫しつつある一方小賣店の社會機能は未だ全然消滅して居るものではない。こゝに出張販賣統制の必要が生れる。

(三) 然らば如何なる對策を以て臨むべきか。從來種々の意見が出張販賣對策として主張されて來た先づ全廢論と放任論がある。制限論にも種々の形態がある。(1) 目的又は動機による制限(2) 地域による制限(3) 時期による制限(4) 回類による制限(5) 商品による制限。私は最後の商品による制限特に商品種類による制限を最も妥當なりと信ず。こゝに百貨店統制の目標がある。

(四) 然らば私は何故商品種類による制限を採るか。一言にして云へばこれは百貨店出張販賣の社會機能を最もよく發揚せしむる方法であると共に之に伴ふ好ましからざる副作用を抑へ得るからである。私は百貨店出張販賣は季節品のみに限らるべきなりと思ふ。これは百貨店にとりても小賣店にとりても或は社會經濟的に見ても大きな利點をもつ。まさに經營的長所と社會的長所を融合した一案であると思ふ。尤もその具體的方法に就いては多くの問題もあらうが本論ではそれ等の點には觸れない。又私案の實現化に於ける社會的條件の問題にも觸れない。たゞ一つの目標を指示するに止める。

以上は私の本論の要旨である。敢て學界實際界の諸賢の御叱正を願ふ次第である。