

「わが国の商業」について (二)

一 昭和三九年商業統計速報分析

竹林庄太郎

一
 経済省は昭和四〇年一月二月に昭和三十九年商業統計速報を主題として表記の報告書を上梓した。「速報」に於て中小商業を本誌調査年書、商業動態統計調査報告書、王通知書資料などの諸資料からも扱すいして、わがくにの商業の実態をきざりよくまとめて発表した。当面する流通問題と関連して多くの問題点の所存の一つを明らかにした点において、とくに私の立場からかかねてから追求している商業労働力問題の展開に寄与するところが多く存在している点において、必要な部分の分析をこころみることは必要なことである。それと、本誌前号において問題として取り上げたポランタリ・チチューン・システム研究に關しても重要な関連性のあることは前号において述べたごとくであり、これが展開を約したということもある。

みぎのような諸前提のもとに若干の俚説をこころみたわけである。なおみぎ速報を補足するために昭和三十七年商業統計書その他若干の關係統計書を併用した。

二

1 国際的比較

まず、わがくに商業の国際的地位、實際的比較のべられている。私も戦前において商業人口の性格を国際的視点から分析したのであったが、この資料では経済学的差をからそれるこころみたのと、國民所得との差差におけるそれとの二面的展開である。

単位当り年間販売額と規模格差という分析をみる。
 一店当りの年間販売額は小売業においては「一二人」規模の場合を、それぞれ一とすれば「一〇

第1表 単位あたり年間販売額の規模格差

	1店あたり				従業者1人あたり			
	日本		英米		日本		英米	
	卸売	小売	卸売	小売	卸売	小売	小売	
1~2人	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	
3~4	3.0	3.6	2.2	2.1	1.6	1.0	1.2	
5~9	7.4	8.9	4.3	3.4	2.2	1.1	1.3	
10~19	19.0	18.9	8.7	5.9	2.2	1.1	1.4	
20~29	40.8	30.5	19.9	12.0	24.0	2.0	1.1	1.6
30~49	73.5	46.3						
50~99	154.8	97.3	47.5	29.0	50.9	1.9	1.1	1.5
100人以上	1,106.3	855.3	159.2	75.7	169.5	4.0	1.0	1.1

(註) 91頁

○人」以上規模の場合、日本は八五五・三、英国は一五九・二。米国は一六九・五であり、日本の倍率 \parallel 格差が甚だしく高い。格差のこのように高いことは、つまり日本の「一人」規模経営が著しく生産性が低い、装備率が低い、低度的構造をもっていることがわかる。量的に倭少であるよりも質的に倭少であるという中小企業一般のあり方が、ここでもその姿を示している。

従業者一人当りの販売額をみても同様である。

小売業の場合にそうであったが、卸売業の場合はなお一層その傾向が強い。それはいかに日本の卸売業の資本主義化 \parallel 近代化が遅滞しているかを示すものといえよう。そして日本の商業問題と英米各国の商業問題との相異点をこの面からもうかがい知ることができると。

つぎに販売額と国民所得との関連についてみる。

第二表でみると国民所得と小売販売額との伸展率がほぼ正比例していることがわかる。つまり国民所得の伸展率をはかることが小売販売額を伸ばすことになるという常識論が証明されているが、国民所得の伸展率よりも小売販売額の伸展率の方が高率な国（日本、ソ連、アメリカ）とその逆の傾向の国（オーストラリア、カナダ、西ドイツ、イギリス）の対照は興味のある対比数字である。

さらに日本の卸売販売額の異状に高率なことが目立つ。この数字は通流径路の課題として中間商業資本の問題視される一根拠を指摘している。

第2表 販売額と国民所得の国際比較 (1958年=100)

	オーストラリア	カナダ	西ドイツ	日本	ソ連	イギリス	アメリカ
卸売業販売額							
1957	95	97	—	100	—	—	102
59	103	111	—	121	—	—	111
60	114	111	—	150	—	—	112
61	118	113	—	185	—	—	113
62	117	124	—	205	—	—	119
63	128	129	—	229	—	—	124
64	144	139	—	265	—	—	134
小売業販売額							
1957	95	96	96	92	92	99	100
59	104	105	105	114	106	104	108
60	117	107	114	129	116	108	110
61	121	109	125	153	120	112	109
62	122	116	135	180	127	115	117
63	131	121	140	209	135	121	123
64	139	129	150	231	141	126	131
国民所得							
1957	93	96	93	99	89	96	100
59	111	106	108	116	108	105	109
60	117	110	128	138	117	112	113
61	120	112	140	164	125	120	116
62	129	121	151	184	132	124	124
63	142	130	160	211	137	131	130

(註) 91頁

第3表 商店の発展

	卸 売	小 売	計
昭和27年	145,184	1,076,001	1,221,185
29年	173,772	1,181,998	1,355,770
31年	179,856	1,201,273	1,381,129
33年	192,653	1,244,629	1,437,282
35年	225,978	1,288,292	1,514,285
37年	223,409	1,271,975	1,495,384
39年	227,953	1,305,570	1,533,523

(註) 136—9頁

てかなりの差異があることなどがわかる。そしてまた、規模別にみるとその伸展率に差異のあることも発見できる。そして総じていいうることは規模の大なる階層ほどその伸展率も大であ

この統計数字にみるように卸売業における伸展率は小売業に比較して大であること、及び伸展率が年度によつ

る。この増加傾向を商店の規模関連についてみる。この増加傾向を商店の規模関連についてみる。この増加傾向を商店の規模関連についてみる。この増加傾向を商店の規模関連についてみる。

2 わが国商業の企業体とその規模の推移
わが国商業においてその企業体と商店数の伸展率は顕著である。第3表でもわかるように卸売業の店数の伸展率はとくに高

それとともに日本の国民所得の伸展率が他の諸国よりもはるかに高率であることが目立つとともにドイツが若干同じような傾向を示していることは後進資本主義国に共通な基礎があるやに感じさせる。

第4表 商業別中分類別常時従業者規模別年次別商店増加率
(卸売業, 小売業)

	27~29年	29~31年	31~33年	33~35年	35~37年	37~39年		
計	19.7%	3.5%	7.1—	17.3%	△1.2%	2.0%		
卸	1~2	} 13.7	△1.9	27.0	△3.5	△6.8		
	3~4		4.7	9.3	△5.4	△0.9		
	5~9		8.9	11.7	△3.4	4.1		
	10~19	26.1	13.8	3.9	8.1			
	20~29	31.6	20.5	16.0	17.7	13.1	11.2	
	30~49	41.6	22.5	23.9	25.7	18.6	17.0	
売	50~99	45.6	21.2	37.5	37.4	27.0	28.7	
	100人以上	} 33.2	23.1	41.9	46.3	42.2	51.0	
	計		9.9	1.6	3.6	3.5	△1.3	2.6
	1~2		} 8.0	△0.2	1.1	4.9	△0.8	1.2
3~4	8.9	△7.0		△3.1	4.6			
5~9	10.4	14.5		△5.6	6.4			
小	10~19	45.0	32.1	28.2	28.8	12.1	14.1	
	20~29	59.4	19.8	41.8	37.4	19.1	23.0	
	30~49	69.8	10.6	52.8	51.9	26.4	26.9	
	50~99	69.9	8.8	47.7	50.9	31.4	27.4	
	100人以上	} 47.7	16.0	47.7	40.1	30.0	20.2	
	計		9.9	1.6	3.6	3.5	△1.3	2.6

(註) 136—9頁

第5表 常時雇傭従業者のない商業経営

各業種の全商店数のうち常用労働者を使用しない家族経営商店の占める比率	全 商 店 (74.5%)	
	卸 売 業 (31.5%)	小 売 業 (81%)
90%以上		履物、菓子、荒物、苗・種子、中古自動車、その他の中古品、タバコ・喫煙具
80~90%未満		飲食料品、各種飲料品、酒・調味料、卵・鳥肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、パン、雑穀・豆類、料理品、茶、他に分類されない飲食料品、壘、化粧品、燃料、紙・文房具、中古衣服、古書籠、古雑誌、骨とう品、がん具、花、植木
70~80%未満		織物・衣服・身の回り品、洋品雑貨・小間物、他に分類されない織物・衣服・身の回り品、自転車・荷車、家具、建具、什器、金物、陶磁器・ガラス器、家庭用電気機械器具、その他の小売業、医薬品、運動具・娯楽品、時計・眼鏡・光学機械、他に分類されないその他の小売業
60~70%未満	清涼飲料、代理商・仲立業、代理商・仲立業	呉服・服地、寝具、婦人子供服、くつ、食肉、家具、家庭用機械器具、農器具、石油、写真機・写真材料
50~60%未満	生糸・繭、生鮮魚介そう、その他の農畜産物、水産物、菓子・パン類、瓶ガラス、くず物	男子注文服、かばん・袋物、米麦その他の什器、楽器
40~50%未満	茶類、その他の食料・飲料、火薬類	男子既製服、牛乳、書籍・雑誌
30~40%未満	履物、雑穀・豆類、野菜、果実、食肉、乾物、木材・竹材、その他の建築材料、荒物、壘・敷物、陶磁器・ガラス器、その他の什器、薪炭、他に分類されない卸売業	
20~30%未満	一般卸売業、繊維原料、糸、婦人子供服、寝具類、その他の衣服・身の回り品、味ぞ、しょう油、化粧品、塗料、染料・顔料、石油、金属鉱物、セメント、家具、建具、紙・紙制品、金物	
10~20%未満	織物、洋服、下着類、くつ、かばん・袋物、砂糖、かん詰・びん詰、医薬品、油脂・ろう、非金属鉱物、鉄鋼、非鉄金属、一般機械器具、自動車部品、附属品、精密機械器具、電気機械器具、肥料	
10%未満	米麦、酒類、その他の化学製品、石炭、自動車、通信機械器具	

(註) 中小企業調査協会 中小企業の統計的分析 293頁。

ること、それも卸売業とにおいて特に著しいということが指摘できる。

私はかつて商業人口の増加と経済界の好不況とに逆相関関係のあることを指摘した。そしてそのことは商業人口が産業予備軍的・相対的過剰人口の性格の所有者であることを示した。この私の所論は戦後において如何なる性格変化をとげたかをみることも肝要である。すなわち、私が本誌前号において商業人口は産業予備軍であると論断したことから必要な義務である。

さてこの義務を果すためにもう少し商業の發展を示す諸数字を挙げてみよう。とくに、私の意味するわがくに商業の實質を示す一表を言葉にかかばせて読者の注意するところを概念的に把握するための手段としてみたい。

第4表に示したごとく増加商店の内容も色々の注目を反映していることをみた。そこで商店の構成比をみることにした。つまり、小規模経営が漸減、大規模経営が漸増という構成問題である。第6表はこの間の経緯をすなおに示している。

昭和二七年の統計数字をみると、「一—二人」「三—四人」階層では、卸売業においては、六一・三%から五〇・五%へと、一一%近い減少を示しているが、「二〇—二十九」階層は二・一%から三・八%に發展した。小売業では「五—十九」階層から大型化している。

この傾向を取扱商品別に細分化してみることが、つぎに要求される。すなわち業種毎にそれぞれの格差分裂に差異をみとめ

第6表 業態別常時従業者規模別年次別商店構成比 (卸売・小売)

	27年	29年	31年	33年	35年	37年	39年	
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
卸 売 業	1~2人	} 61.3	} 58.3	} 27.8	25.4	27.5	26.9	24.6
	3~4				24.7	23.0	22.0	21.4
	5~9	24.5	25.8	28.4	28.9	27.5	26.8	27.4
	10~19	10.2	11.2	13.0	14.1	14.1	14.9	15.7
	20~29	2.1	2.5	2.9	3.6	3.8	4.3	4.7
	30~49	1.1	1.4	1.6	2.0	2.4	2.9	3.3
	50~99	} 0.8	} 0.8	} 1.0	0.9	1.2	1.5	1.9
100人以上	0.4				0.5	0.7	1.0	
小 売 業	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
	1~2人	} 95.4	} 93.8	} 71.7	70.0	71.0	71.4	70.4
	3~4				21.4	19.2	18.9	19.2
	5~9	3.7	4.9	6.4	6.8	7.6	7.2	7.5
	10~19	0.7	0.9	1.1	1.3	1.6	1.3	2.0
	20~29	0.1	0.2	0.2	0.3	0.3	3.4	0.5
	30~49	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3
	50~99	} 0	} 0.1	} 0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
100人以上	0				0	0	0	

第7表 各種商品小売業の増加率

	27~29年	29~31年	31~33年	33~35年	35~37年	37~39年
計	△35.9	—	—	△0.9	44.5	67.8
1~2人	△25.1	—	—	{△10.1	68.1	△21.1
3~4						
5~9						
10~19	△65.1	—	—	27.3	12.8	4.1
20~29	△51.0	—	—	79.1	14.3	52.3
30~49	△44.3	—	—	95.7	△4.5	93.0
50~99	△13.4	—	—	100.0	23.8	103.8
100人以上	} 10.9	} △8.8	} 26.0	{ 137.5	32.6	38.9

第8表 各種商品小売業の構成比

	27年	29年	31年	33年	35年	37年	39年
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1~2人	} 63.1	} 73.7	{ —	54.0	49.1	57.2	49.0
3~4							
5~9							
10~19	24.6	13.4	—	6.9	8.8	6.9	7.3
20~29	6.8	5.2	—	1.9	3.5	2.7	4.5
30~49	1.6	1.4	—	1.0	2.0	1.3	2.8
50~99	0.9	1.2	—	1.0	1.9	1.6	3.6
100人以上	} 3.0	} 5.1	} 100.0	{ 1.8	4.3	3.9	5.9

(註) 139頁

るからである。

とくに細分類化による分析を小売業に限定してみる。

まず「各種商品小売業」から分析をはじめめる。第7・8表のごとくである。各種商品小売業の二七年の数字は百貨店のみであったが、それ以降の数字には各種商品を取扱う大量販売店も含まれているわけである。そうした構成内容を考えてこの数字をみると、「三三—三三年」「二九—三一年」では殆んど異動がなく、「三三—三四年」度に急激に大量販売店が増加してきたことと、しかも構成的にみても小規模大量販売店の増加傾向が次表にみられる。

第7表に示されたように、大量販売店方式の進展が急速に伸びた年度と、次年度は逆に急速に激減したという相反した数字を示すことはこの販売方式を一応誰もが無文別的に採用はしたもののその経営運営にあたって問題性があり、そうした階層が次年度に転廢業に落ち込んだということを示すものである。とくに大量販売店として不適当とみられる小型大量販売店がまず淘汰されたと考えられる数字である。

第9表 各種商品小売店の販売高推移(増加率)

	一店当り販売高推移
百貨店	三—三五年 三—三七年 三—三九年
その他各種商品小売業	二五—三 二六—二 二七—二 二七—一
従業者一人当り販売高推移	二五—三 二七—二 二七—一
百貨店	三—三五年 三—三七年 三—三九年
その他各種商品小売業	三—三五年 三—三七年 三—三九年
その他各種商品小売業	三—三五年 三—三七年 三—三九年

一店当り及び従業者一人当りの売上高の推移は第9表のごとくである。

一店当り販売高の伸長率は百貨店の停滞気味に反して、大量販売店は近年急速に伸びつつある。また従業者一人当りの販売高についてみるも、百貨店の増勢鈍化と比較して(三七—三九年)、大量販売店の鈍化傾向は低い。総体的にみて大量販売店の伸展期にあると判断される。

なお、商業統計書にしたがって大量販売店、いわゆる統計書の表示によるセルフサービス店について若干の記述をつけ加えておく。

第10表の示すごとくセルフサービス方式採用専店総数は三九年度商業統計では三、六二〇店を数えている。しかし数字の示すごとく、一一〇〇—一九九五年末、販売高において年間五千万円未満という階層が半数に近く、一、〇〇〇平方メートル、販売高にして約三億円を最低線維持する階層は二〇〇店前後にすぎない。しかし、一般にいわれるごとく販売高一億円以上を大量販売店というならば一、〇六九店がこれに属することとなる。

もちろん以上の数字のうちには「各種商品販売」(二九二店)、「織物・衣服・身のまわり品」(六五四店)、「飲食料品」(二五六七店)、「その他の小売業」(一〇七店)、と若干専門化された区別があることは指摘され、「各種商品」業種としてみることは不適當であるが、販売方式からみて大量販売店方式範疇にしたがい階層づけることには意味がある。したがって以上の諸表に含まれている小売商業にはむしろ、「飲食料品」に含まれるも

のの方が多からその業種において取扱うことの方がより妥當であるといふこともできるが、以上説明したごとく、セルフサービス方式(その多くは大量販売方式)という意味で統一してみただより妥當だと考え

第10表 商業統計調査によるセルフ・サービス方式採用商店 (小売業)

一売場面積の50%以上がセルフサービス方式で100m²以上一

	商 店 数					常 時 従 業 者 数		
	計	年間販売額階級別				計	男	女
		5千万円未満	1億円未満	3億円未満	3億円以上			
計	3,620	1,620	931	836	233	89,429	27,856	91,573
100m ² ~199m ²	1,637	1,090	402	139	6	19,613	6,460	13,153
200m ² ~299m ²	658	273	233	139	13	12,319	3,919	8,400
300m ² ~399m ²	451	113	145	176	17	11,528	3,834	7,694
400m ² ~599m ²	371	61	88	191	31	12,112	3,678	8,434
600m ² ~999m ²	304	50	48	136	70	13,663	4,098	9,565
1000m ² ~1499m ²	124	20	10	40	54	8,723	2,532	6,191
1500m ² 以上	75	13	5	15	42	11,471	3,335	8,136

(註) 340頁

第13表 織物・衣服・身のまわり品小売業売上高推移 (増加率)

項目	一店当り売上高の推移		増加率
	三〇一年	三〇七年	
呉服・服地・道具	一四・六	六・六	55.5%
洋服	三三・二	五九・五	77.8%
婦人・子供服	一七・七	七九・九	351.5%
くつ・履物	一八・八	四二・二	123.4%
その他	一四・五	四一・五	186.2%
従業者一人当り売上高の推移	三三・三	三三・七	1.2%
呉服・服地・道具	三・七	三・四	-8.1%
洋服	三三・三	六・一	81.7%
婦人・子供服	一七・〇	五九・九	249.4%
くつ・履物	一九・一	四四・四	131.1%
その他	二・三	四一・〇	1677.8%

明確になるであろう(二五〇—二五二頁)。

飲食料品小売業の実態。

飲食料品小売業はとくに市民生活に密着しており、巷間において問題視される「流通上の暗黒大陸」でもあり、物価高問題の源泉でもある。

まづ増加率からみると、総計において「二七—二九年」度の伸張率が最大であつて「三五—三七年」度は逆に一・一%の減少である。売上高でみると「三五—三七年」度は上昇して好況の様相を呈しているが、商店数は逆に減少という傾向をみせて

第14表 飲食料品小売業の推移

	27~29年	29~31年	31~33年	33~35年	35~37年	37~39年													
計	10.1	5.9	1.9	3.3	△1.1	1.3													
1~2人	} 8.8	} 4.3	{ △1.2	6.0	0	0.4													
3~4							{ 9.2	△8.3	△2.5	3.1									
5~9											△10.2	4.5	12.4						
10~19														75.2	33.3	20.7	25.2	14.1	35.2
20~29	79.5	36.4	43.5	40.5	57.1	23.4													
30~49							83.1	35.5	54.9	57.1									
50~99											} 64.3	} 44.9	} 75.0						
100人以上														{ △4.1	18.8	14.1	35.2		
	} 44.9	} 75.0	{ 43.8	{ 18.8	35.5														
						} 44.9	} 75.0	{ 43.8	{ 18.8	35.5									
											} 44.9	} 75.0	{ 43.8					{ 18.8	35.5
														} 44.9	} 75.0	{ 43.8	{ 18.8		

(註) 飲食料品小売業とは各種食料品、酒、調味料、食肉、卵・鳥肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、米麦、雑穀・豆類、牛乳、料理品、茶、他に分類されない食料品小売業を含む。

第15表 飲食料品小売業の構成比

	27年	29年	31年	33年	35年	37年	39年														
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0														
1~2人	} 96.6	} 95.5	{ 73.2	71.0	72.9	73.7	73.1														
3~4								{ 20.8	22.3	19.8	10.5	19.9									
5~9													3.1	3.5	5.3	5.8	6.2	5.6	5.7		
10~19																				0.3	0.5
20~29	0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2														
30~49								0	0	0	0.1	0.1									
50~99													} 0	{	} 0	{ 0	0	0	0		
100人以上																				} 0	{
	} 0	{	} 0	{ 0	0	0	0														
								} 0	{	} 0	{ 0	0									
													} 0	{	} 0	{ 0	0	0	0		

(註) 139—40頁

いる。この逆相関関係はかつて筆者も指摘したように中小、零細商業の性格をそのまま物語るものとして注目される。そして次に注目すべき点は、「三三—三五年」度までは大規模経営の増加率は甚が高率であつたが、「三五—三七年」度は極端にその傾向が逆行し、「三七—三九年」度は若干もり返しているという数字がみえる。そして傾向としては「一一—二一人」「三一—四一人」経営は漸減ということを示しており、「二〇—二九人」経営が伸びる傾向をみせている。

また構成比をみると、「一一—二一人」「二—四一人」経営が圧倒的である。この兩階層で九四%(三九年度)という数字はこの業種の零細性をいままら再認識させられた。そしてこの構成比が傾向的にはほとんど変化を示していないところに問題がある。それではつぎに売上高についてみよう(一五〇—一頁)。

第16表 飲食料品小売業販売高の推移
一店当り販売高の推移

	三—五年	三—七年	三—九年
各種食料品	一六・六%	四・六%	四・九%
酒・調味料	一三・三%	三・九%	三・三%
食肉	一三・六%	三・九%	三・九%
鮮魚	一一・九%	三・六%	三・八%
乾物	九・三%	三・六%	三・九%
野菜・果物	一六・八%	四・二%	三・九%
菓子・パン	二〇・七%	三・〇%	三・〇%
米穀類	六・三%	二〇・八%	三〇・四%
その他の飲食料品	二一・〇%	三三・四%	三〇・三%

従業者一人当り販売高の推移

	三—五年	三—七年	三—九年
各種食料品	一三・七%	四・四%	三・七%
酒・調味料	一四・二%	三・三%	二・九%
食肉	一三・九%	三・二%	三・七%
鮮魚	一三・〇%	三・一%	三・八%
乾物	一一・二%	四・四%	三・四%
野菜・果物	一六・一%	四・九%	三・二%
菓子・パン	三三・五%	三・九%	三・八%
米穀類	六・一%	三・八%	三・九%
その他の飲食料品	一九・五%	四・二%	三〇・一%

一店当り年間販売高並びに従業員一人当り販売高は「三五—三七年」度の増加傾向に對して、「三七—三九年」度は軒並みに減少していること前項と同様である。一店当りの販売高及び従業者一人当りの販売高の三三年對三九年比は約二倍となつており、そのかぎりにおいて、各小売店及び各従業者の生産性の向上はみとめられる。もちろん物価の影響を除去すればその上昇額は半減する。例えば三五年對三九年度についてみれば、この間の飲食料品小売業の売上高上昇率は従業者一人当り一〇〇對一七三であつた。これから物価の影響を除去すれば上昇率は一〇〇對一三六となる。それにしても四ヶ年間に三六%の平均上昇率は高い。

みぎのごとく販売の生産性は上昇しつつありとはいへ、一店当りの年間販売高平均は四、八五八千円にすぎず業種別の最低は二、〇八五千円という低額であり、飲食料品小売業の零細性

第17表 家具・建具・什器小売業の増加率

	27~29年	29~31年	31~33年	33~35年	35~37年	37~39年				
計	9.3	△9.5	7.4	9.7	△1.7	4.8				
1~2人	} 7.4	} △11.8	{ 3.9	} 8.6	} △4.9	} 1.4				
3~4							{ 12.1	} △0.6	} 0.5	} 8.3
5~9										
10~19	72.8	21.7	47.6	70.9	28.8	25.5				
20~29	64.4	30.0	76.3	86.2	49.7	42.5				
30~49	103.6	21.1	69.6	135.0	61.1	35.7				
50~99	} 27.3	} 42.9	} 83.0	} 62.9	} 101.8	} 37.4				
100人以上							27.3	42.9	83.0	62.9
					66.7	48.0				

(註) 家具, 建具, 什器小売業とは家具, 建具, 畳, 金物, 荒物, 陶磁器, ガラス器, 家庭用電気機械器具小売業をいう。

第18表 家具, 建具, 什器小売業の構成比

	27年	29年	31年	33年	35年	37年	39年					
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0					
1~2人	} 95.5	} 92.8	{ 73.1	} 78.0	} 72.7	} 72.6	} 70.9					
3~4								{ 17.9	} 18.2	} 16.8	} 16.5	} 21.7
5~9												
10~19	0.9	1.5	1.6	1.7	2.1	2.4	2.5					
20~29	0.2	0.4	0.4	0.5	0.6	0.7	0.3					
30~49	0.1	0.2	0.2	0.3	0.4	0.4	0					
50~99	} 0	} 0.1	} 0.1	} 0.1	} 0.1	} 0.2	} 0					
100人以上								0	0.1	0.1	0.1	0.1

(註) 140—1頁

の一端がうかがわれる。

家具・建具・什器小売業にうつる。

買廻商品中耐久商品を含む上の業種は小売業においても最近大規模がとくに著しいといわれている家具と、零細経営をもつ荒物・金物を含むという経営である。

この業種の増加率はかなり起伏がある。全体としてみると「一九三二」年度の落ち込みが高い。とくに「一一二八」「三二四八」を管において特徴的にでている。ついで他業種と同様に「三五—三七年」度が低い。そして「二〇—二九八」経営がどの年度においても伸張率は平均して高いようである。「三〇—九九八」経営の変化のはげしいことも指定できよう。しかし全体としてみれば、やはり大規模化の方へと経営率が変わっている。これに構成比をみればさらに明らかとなるであろう。構成比をみると、三九年度それは三〇人以下経営にあつてはむしろ低下の傾向を示している。そして「一一二八」「三二四八」一経営が九二・六%をかぞえていることは三三三三年以来の低率である。つぎに販売高の傾向についてみる(一五〇—一五三)。

第19表 家具・建具・什器小売業の推移

	三二—三五年	三三—三七年	三七—三九年
一店当り売上高の推移			
家具・建具・什器	三・二%	六・三%	四・三%
金物・荒物	九・三	四・一	七・八
陶磁器・ガラス器	八・五	三・六	三・六
家庭用機械器具	三・二	六・一	三・三
その他の什器	八四・九	三・五	三・三

従業者一人当り売上高推移

家具・建具・畳	三〇・三	三〇・七	三〇・八	三〇・九
金物・荒物	一五・六	一五・五	一五・八	一五・七
陶磁器・ガラス器	八・四	八・六	八・七	八・七
家庭用機械器具	四・七	四・六	四・六	四・六
その他の什器小売業	三・八	三・二	三・六	三・六
	△六・九	三・三	三・六	三・六

販売高は他業種同様「三五―三七」年度の伸張率が高く「三七―三九年」度が低下傾向を示している。三三年対三九年の実販売高は一店当り、年間二、四八六千円から七、六一三千円へと、その倍率は三・〇六倍という高率である。従業者一人当り

第20表 卸売業の推移 (商店数)

計	二七・一元	元一三年	三一三年	三三三年	三五一年	三三一年	三三一年
繊維品	一九・七	三五	一七・七	一七・三	△二・二	二〇	二〇
衣服・身のまわり品	三六・四	△八・六	一・三	〇・七	△七・九	四・四	四・四
農畜産物・水産物	八・二	一三・〇	五・四	九・一	△一・三	四・〇	四・〇
食料・飲料	一〇・〇	一〇	一・一	九・六	△一・四	一・〇	一・〇
医薬品・化粧品	一九・八	一九・三	△〇・四	一九・五	△四・四	一・三	一・三
化学製品	一九・八	〇・五	〇・九	五・七	△九・五	〇・五	〇・五
鉱物・金属材料	二〇・七	二四・四	六・四	一三・七	△三・三	四・四	四・四
機械器具	三三・八	△八・九	三〇・九	二二・二	△〇・八	二・六	二・六
建築材料	三二・八	一四・〇	六・四	三六・九	△〇・九	二・六	二・六
家具・建具・什器	三三・三	一六	四・八	三三・四	△〇・九	四・五	四・五
再生資源	△一九・九	三〇・五	三〇・七	二二・四	△七・九	四・六	四・六
その他の卸売業	七・三	△一八・八	三・七	三三・三	△九・六	八・〇	八・〇
代理商・仲立人	二・六	△〇・六	△四・一	七・九	△七・一	〇・八	〇・八

年販売高においても三三年対三九年の倍率は二・三七倍となっている。これも、もちろん物価のウェイトを除けば若干倍率は低下するがそれにしてはかなり伸張力である。

以上によつて小売商業の若干の業種について三三年以降の推移を分析した。そして理解し得たことは、(一)小売商店は次第に大型化しつつある。(二)景気の後退期に入った「三七―三九年」期に小売商業は増加の傾向を示した。(三)小売商業においては物価のウェイトを除いても逐年単位当り販売高は増加しつつあるということなどである。

つぎに卸売業についても簡単にふれておく。卸売業についての統計数字をまず、その商店数の増加率と構成比からみよう。

増加率は一般的にみて「二七―二九年」度、「三三―三五年」度が高く、「三五―三七年」度が名業種とも殆んど等しく低率の傾向を示している。そして例外的に順調に伸展しているのは「機械器具卸売業」であった。「三七―三九年」度の数字が欠除しているがためにこの間の推移は不明であるが、おそらく順調に伸展しているものと推定される(一三六―七頁)。

業種別実数(商店数)の増加は二七の一四五、一八四店から二七、九五三店へと一五七%増という計算になつ

ている。そして業種によつてよく伸展している部門(衣服・身のまわり品、農畜産物・水産物、食料・飲料、化学製品、飲物、金属材料、建築材料)があり、逆に伸展率の低いものには、医薬品、化粧品、家具・建物・什器物類、再生资源などの卸売業がある。

常時従業者数からみれば次表のごとくである(一四四—一五頁)

第21表 卸売業従業者数の推移

	二一—二九年	二一—三三年	三—三五年	三—三七年	三—三九年
計	三〇・〇	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
繊維品	三〇・〇	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
衣服・身のまわり品	二六・〇	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
農畜産物・水産物	二六・三	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
食料・飲料	三六・一	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
医薬品・化粧品	一九・六	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
化学製品	二六・四	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
金属材料	一五・四	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
機械・器具	四三・四	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
建築材料	四・六	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
家具・建具・什器	四三・三	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
再生资源	△三・三	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
その他の卸売業	四・〇	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
代理商・仲立業	二九・四	三三・三	三三・三	三三・三	三三・三
増加率の推移	—	—	—	—	—
三—三五年	—	—	—	—	—
三—三七年	—	—	—	—	—

従業者増加率の二七年至三九年度比では卸売業の平均値ではその倍率二・九である。経営数は同年度比では一五七%であるのに対し、従業者数では二九〇%であるから、卸売従業者の数の十二年間における伸張度は店舗のそれをはるかに凌駕していること、つまり全体としても卸売業の大型化がうかがわれる。

このことは販売高からもさらに吟味する必要がある。販売高の傾向値測定の場合は物価の影響をデフレイトせねばならないが、単純な比較では二七年度を一〇〇とすれば三九年度は二三五となつてゐる。

	二七年	三九年
商店数	一〇〇・〇	一五七・〇
従業者数	一〇〇・〇	二九〇・〇
売上高	一〇〇・〇	二三五・〇

ということがになり、従業者数と売上高の増加が目立つ。したがつて小売業において分析した三つの要点は卸売業においても同様な傾向をほばたどつてゐることがわかる。つまり、(一)大型化、(二)景気の後退と店数や従業者の数は増加する傾向という逆相関傾向もある。(三)販売高の増加傾向などがみられる。

第22表 開業後の営業継続年数別廃業率 (2年率)

開業後の 営業継続 年数	31年調査		33年調査		35年調査		37年調査	
	卸売	小売	卸売	小売	卸売	小売	卸売	小売
3年	26.2	15.5	18.2	13.5	8.1	21.6	28.3	1.82
4年	19.2	13.9	}	}	13.4	27.0	}23.9	}2.4
5年	}7.0	}1.1			}6.2	}6.7		
6年							}6.3	}0.9
7年								
8年								
9年						}16.0	}19.0	
10年								
11年						}8.4	}7.8	
12年								
13年						}5.71	}7.8	
14年								
15年						}3.3		
16年								
17年								
18年								
備考	甲調査分による				(甲+乙)調査分による			

みぎのように卸売業、小売業ともに商店数において増加し、規模において大型化するという傾向は商業にとつてまことに順調に推移しているかのごとくみられる。そして転廃業の多数存在することや、継続営業年数の短期的傾向が唱えられていること

とについて当然に疑問を持たねばならない。私の戦前の商業分析においてもその新陳代謝の激しいことを論じているのである。そこでこの点についての資料を求めると次の数字を得た(九七頁)。

- (註) (1) 商業統計調査年別商店数による。
 (2) 開設年別に前回調査のとき存在していた商店数に対して、その後2年間に減少した商店数の比率である。したがって2年間の廃業率を示すもので年率には修正していない。
 (3) 前回調査以降に開設したものは計測不能であるから開業後2年以下の商店については算出できない。
 (4) 31年と33年のものは甲調査分による。35年と37年のものは(甲+乙)調査分である。

一〇年以内はその七〇%が転廃業をくりかえし、その後には次々と新規開業がつづくといわれているが、戦前のこの分析は現在においても否定できないのではないか。右表を要約してみよう。

第23表 開業後十年以内の転廃業者数

卸売業	小売業
三一年調査 六八・七	三・四
三三年調査 二四・二	六・一
三五年調査 二・五	六・五
三七年調査 六・九	六・五

(註) * 一三年以内を含む
 ** は一二年以内を含む

三七年調査の数字は一二年以内とはいえ転廃業率は八〇% (小売業)、八九%(卸売業)といふことは驚異的である。また、調

第24表 開業率、廃業率指数

	大規模 卸売業	商業 開	小 計	小 規 模 開	業 廃
37年 1—3月	88.5	70.9	110.7	71.7	111.1
4—6	123.1	165.8	144.6	180.4	154.2
7—9	100.0	106.7	141.7	110.9	144.4
10—12	46.2	87.6	103.7	100.0	104.2
38年 1—3	23.1	120.9	106.3	123.9	112.5
4—6	46.2	51.5	89.7	56.5	83.3
7—9	88.5	60.5	78.0	76.1	62.5
10—12	126.9	111.1	88.6	93.5	83.3
39年 1—3	103.8	82.2	110.7	80.4	91.7
4—6	119.2	150.0	72.4	143.5	69.4
7—9	169.2	98.9	105.6	106.5	109.7
10—12	184.6	108.9	78.1	71.7	80.6
40年 1—3	88.5	71.5	118.1	76.1	113.9

- (註) (1) 商業動態統計調査商店補正通知送付表から
 (2) 大規模とは従業者50人以上の個別指定卸売商店による
 (3) 小規模とは毎月調査区及び4年集計調査商店による
 (4) 指数の基準として、37年1—3月、ないし39年10—12月期の
 両の期別の開業率、廃業率の平均を100としてある
 (5) 商業計は卸売業ないし小売業であるが飲食店は除く
 (6) 第一開業率指数 第一廃業率指数

查年度によつて相等率の差異があることも指摘できるとともに、その変動率にも向のあるところをみとめた。そこでこれを補う意味で、開業率と廃業率についての調査を補足しておく(九七頁)。

第二四表でみると開業率も廃業率もそれぞれ期別に相等の差異があり、平均率よりも最大上下各八〇%程度の偏差をもつて推移していることがわかる。つまり、開業も多いが廃業も多いということであり、とくに廃業率がきわめて高く、中小商業層は全体としては殆んど一定の数の伸展性を示しているものの興亡恒ならずということを示す数字ということが出来る。いわゆる雑草の如し、という感じが痛切に感じられる。

また、いわゆる大規模卸売業において廃業率の高いことも注目すべきであり、とくに三九年七月—二月期に集中したものであつて、これは、景気変動の影響がこの階層においてとくに集中したとみられる。逆の場合は、三八年十一月—三月期であつて、廃業率二三・一は最低であつた。三七年は商業の急激に増加した年度とされているが、それは小規模商業に多いということも表現されている。