

1950年代論の検討と流通史研究

—— 商業復興以後・セルフサービス以前 ——

山 口 由 等

目 次

はじめに

1. 1950年代論の問題—「過渡期」か「固有の時代」か—
2. 1950年代の小売業—繁盛店論を中心に—
3. 1950年代の卸売業

おわりに—— 大衆消費社会の形成と流通業の役割

要 旨

1990年代以降に1950年代研究が持続的に積み重ねられてきており、その過渡期的性格と固有性という問題が提起されている。本稿は経済史からこの問題にアプローチすることを試みた。独立回復や経済自立の達成のうえであらためてアメリカ化を主体的に志向した日本で、流通業においても繁盛店や総合現金卸などの経営的発展がみられ、消費拡大が下支えする高度成長の時代に入っていたことを論じた。

は じ め に

流通史は、近年の経済史において徐々に盛んになりつつある分野であるといえる。石井2002、中西・中村編2003、石原・矢作編2004、石井編2005など

の通史も相次いで公刊されている。このうち、近代に対象を絞っているのが後ろの2つの業績であるが、前者が流通専門の現状分析者による歴史的研究、後者が経済史家による流通史研究とそれぞれに個性がある。例えば、石原・矢作編2004の最大の論点は、大量生産体制を成立させたメーカーの市場開拓による流通構造の変化にあり、メーカーが商業者を利用・再編してきた歴史が強調されている。一方、石井編2005の一貫したテーマは、問屋からメーカー、さらに小売へと展開してきた「流通の主導性」であり、同じ近代流通の通史でもそれぞれの特色が色濃く表れる結果となっている。

こうした通史の相次ぐ刊行によって流通史研究の現状の把握や論点の検討は以前よりも容易になってきたが、そこから浮かび上がってきた一つの課題が、近代、とくに両大戦間期から戦後期にかけての卸売商業の歴史的研究の空白という現状である。例えば、石原・矢作編2004はあえて卸売業を独自の分析分野として取り上げていないし、石井編2005においても、問屋・卸売商が近代移行期に重要な役割を果たしたことは明らかにされているが、その後の地位の低下を反映して時代を下るほど卸売業の扱いは縮小していき、これに替わってメーカーや小売の台頭が各時期でやや重複気味に強調されている。特に、筆者が執筆した戦後（復興期～高度成長期）になると「卸売商（問屋）の地位低下」はいわば暗黙の前提とされるに止まっており、この時期の卸売業に対する歴史的な役割の解明は不明確だったといわざるを得ない。

このように、近代流通史における卸売業の研究は、製造業はもちろん小売業に比べても遅れ気味といえる。その要因の一つは、卸売業内部の複雑性に見合った分析方法が確立していないことにある。石原・矢作編2004によれば、一口に卸売業といっても産業ごとの差異が小売業以上に大きいのであり、「各産業における分析を積み上げながらの作業」で「卸売業の内部における取引慣行や制度」が「具体的にどのように展開してきたのかを跡づける」（同書：352）ことが今後の課題であると指摘している。これは、両大戦間期や高度成長期に盛んに行われた商業調査や同書の小売業分析と同じ手法といえよう。確かにこうした手法は一定の有効性を持つと考えられ、各産業ごとの実証を今後も進め

ていく必要性は認められるが、その一方では、結果的に細分化に終始するのではないかという懸念が残ることも事実である。資料面でいえば同時代のそうした産業ごとの調査の蓄積はむしろ膨大にあり、その体系化や総合化に手が着けられないままにいるというのが実状であろう。

さらに、今ひとつの課題として、生活史との関係に留意した流通史の理解が不十分であるという指摘がされている。こうした問題意識は石井編 2005 で表明されているものだが、結果的にそれは十分に生かされていないとの評価が同書に対して寄せられているのである¹⁾。実際、同書においては近代化や産業構造の変化による生活の変化はたびたび紹介されているが、流通と生活を含めた総合的な分析の方法は不明確であり、両者の有機的な連関の追究は不十分だったといわざるをえない。

本稿は、以上のような流通史における近年の通史的業績の成果と課題をふまえ、石井編 2005 において筆者が担当した戦後復興期から高度成長期にかけての分析が不十分だった点を補おうとする試みの一つである²⁾。ただし、実際の検討に当たっては、流通史に限らず戦後史研究における近年の論点にも配慮した結果、本稿は 1950 年代論の検討という目的も持つことになり、1950 年代の生産－消費の拡大との関係において、卸売部門がこれらをどのように支えたのか、それともネックになったのかという点を一つの焦点にした。流通部門では 1960 年代にセルフサービスが普及し、スーパーマーケットやチェーンオペレーションによる大企業が成立するという大きな変化が生じた。しかし、これらの海外技術を導入する背景は、戦時期に荒廃した商業や生活が復興する 1950 年代に生まれていたものであった。このように、流通史は 1950 年代の性格を論じるうえでも重要な部門であると考えられる。そこで、本稿は、まず「1. 1950 年代論の問題－「過渡期」か「固有の時代」か－」で近年の 1950 年

1) 平野隆「書評 石井寛治編『近代日本流通史』」(『三田学会雑誌』99-1, 2006 年 4 月)p.152
2) 同様の問題意識による別稿として、山口由等「1950 年代の都市経済——大衆消費社会の成立に向けて——」(原朗編『高度成長期の日本経済(仮題)』(近刊))も参照して頂ければ幸いである。

代研究の動向と論点、これをふまえた流通史における 1950 年代の位置づけについて検討する作業から始めることにしたい。続いて、「2. 1950 年代の小売業－繁盛店論を中心に－」、「3. 1950 年代の卸売業」において実証的な分析を示し、これらをふまえて戦後の復興期から高度成長期にかけての生活－流通の変化の歴史的な位置づけに関する考察を行う。

1. 1950 年代論の問題－「過渡期」か「固有の時代」か－

1990 年代は、戦後 50 年という節目を迎えたこともあって 1950 年代研究に対する関心が高まるとともにその展開がみられた時期であった。この時代に対する古典的キーワードである「逆コース」は、戦後改革の揺り戻しとして 1950 年代前半を捉えるものであり、同時代的な感覚を今に伝えるものといえる。1990 年代以降の 1950 年代論は、この「逆コース」論の克服・再検討が焦点のひとつであったといつてよい。例えば、中村・宮崎 1997 は、自民党と社会党それぞれの左右合同によるいわゆる 1955 年体制の成立こそが状況を大きく変えたことと捉えて、転機としての「逆コース」を相対化している。タイトルに示されるように、同書は 1950 年代を「過渡期」というキーワードで捉えようとしており、「社会体制はまだ不安定で、どのようにでも変化する余地が残されていると、多くの人びとは考えていたのである。だが社会の底流では、戦前よりもはるかに均質化した大衆消費社会が生まれようとしていた」（同書：24）が、こうした状況を変えて以後の方向を定めたものとして 1955 年体制の成立を重視し、さらに所得倍増計画を掲げて方向性を決定づけた池田内閣が終止符を打ったと位置づけている。

これに対して、雨宮昭一は一連の 1950 年論に関する論考の中で³⁾「前近代と近代、ムラ状況とマス状況、古いものから新しいものへの移行過程ないし混在、という側面に解消しえない固有の社会としての 50 年代の社会の一側面」

3) 雨宮昭一「1955 年体制の形成」・同「1950 年代の日本社会」（歴史学研究会 1990、のち雨宮 1997 に再録）

(雨宮 1997: 161-162) を強調した。この 1950 年代の固有性の意味は、啓蒙権力としての占領軍が存在しないという点を重視したものであることが、後に歴史学研究会大会・現代史部会における雨宮のコメントのよって明確にされている(後述)。そうした状況の下で、占領期の改革によって基本的人権を保障した民主主義の制度が存在する一方で、国家や資本から自立した多様な空間＝コミュニティが存在したことを雨宮は積極的に捉えようするのであり、「ポスト 55 年体制など現在の問題を考える場合にも、50 年代のこの社会は、その固有性において、多くのメッセージを伝えてくれる」と述べている。

すでに触れたように雨宮も部分的に関わっているが、日本だけでなく国際的な視野で 1950 年代論を検討しようとしたのが、1999 年から 2001 年にかけての歴史学研究会大会・現代史部会の活動である。これらは、1999 年「戦後保守主義の史的形成——1950 年代序説」、2000 年「戦後労働市場の形成——1950 年代社会論」、2001 年「共同化・社会化への模索——1950 年代社会論 3」と続き、日本に関しては伊藤悟『「55 年体制」の形成と自由主義』、刈谷剛彦・石田浩・菅山真次「中卒就職の制度化—職安行政と学校」、永江雅和「戦後協同経営と協同主義—茨城県における農業経営協同化の事例を中心として」などの報告が行われた他、イタリア政治史、ドイツ労働史、中国政治史、イタリア運動史などが取り上げられた。2001 年大会のコメントには雨宮が登場し(「1950 年代社会論の検討の意味」として『歴史学研究』第 755 号に掲載)、「占領期から高度成長期」、「近代—前近代」、「国家—市場」といった二項対立による理解の克服をあらためて提言した。

こうした「1950 年代社会」の歴史像を巡る研究動向は、戦後歴史学・社会科学のあり方とその変化を示すものでもあり、東西対立の終結・東側体制の崩壊を受けて、ポスト冷戦社会の方向性を 1950 年代に立ち返って検討したり、東側陣営を支えた社会主義を歴史的に総括するなどの問題意識があった。以上のような歴史学研究会における 1950 年代に関する議論の組織化はいったん収束したが、今年(2007 年)になって現代史部会が『「戦後」形成期における社会的結合—1950 年代社会論の再開—』と題した企画を行い、三輪泰史「紡績

労働者の人間関係と社会意識—1950年代日本の職場サークルの歴史的 position—」の他、東ドイツ（石井聡）、中国（金野純）の労働者・民衆の社会に関する報告が行われた。以上のような歴史学研究会・現代史部会による一連の大会活動は、同会らしく社会主義や労働者、民衆などへの注目が強いことが容易にみてとれるが、持続的な活動によってこの時期の実証研究の成果が集積され、今後の1950年代論研究へ繋げていく可能性を広げている。

この間の大会の研究の成果を省みると、政治史では「逆コース」や「1955年体制」に関する研究の精緻化と同時に論点の拡散がみられ、雨宮が提起したような大きな問題意識からはむしろ離れていっている。一方、社会史・農村史は自律的な地域コミュニティなどの多様性の存在と、その均質化への転換が論じられることが多く、固有論の検証の中心的分野とみてよい。

これに対して、歴史学研究会ではあまり取り上げられない経済史では、一般的に言えば1950年代は高度成長期の胎動期・始動期という捉え方が強く、連続性への視点が強いと考えられる。つまり、まさに経済が主役である高度成長期という次の時期への関心がどうしても強くなり、1950年代への注目度は低くなりがちなのである。言い換えれば消極的な意味での「過渡期」的な捉え方から抜け出すことは難しく、そのためには方法論的な再検討から入らなければならないだろう。

一般的に言えば経済部門においても、戦後の復興と高度成長の過程は日本をうち負かしたアメリカに学ぶ、模倣するという側面が強く、そこには日本的な物を遅れているとみなす「オリエンタリズム」的側面がむしろ強かった⁴⁾。つまり、宿命的に大衆消費社会へ移行していく過程であるというよりは、当然のことではあるが、当時の人々の主体性と深く関わりながら復興や高度成長が展開していたことを見過ごしてはならないであろう。例えば、戦後の象徴であるヤミ市・露店が急速に普及した要因の一つに近世末期の床店（とこみせ）・よしず張りなどと呼ばれる露店との連続性が考えられる。そのヤミ市の政策的撤

4) 以下は山口2006：130-132を参照。

廃の最大の理由が物価対策であることは確かだが、それは明治期の近代化においてみられた道路・空間支配の脱伝統化＝欧風化を彷彿とさせるものでもあった。明治期の脱亜入欧を真似て比喩的にいえば、戦後の大量生産化、生活の洋風化、小売業の近代化などは、人々の意識がアメリカ化へ繋がる「脱日入米」を志向する中で、普及していったものと考えられるのである。

ここでは、1950年代の経済史へアプローチする方法論的検討の一つの試みとして、兩宮の問題提起の意義を経済史の問題意識から捉え直し、一般化した理解からさらに経済的問題へブレークダウンするという手順をとってみよう⁵⁾。「日本を変えた6000日」(吉川1997)という表現がされることもあるように、高度成長期には人々の日常と関わる社会のあり方や日本人の生活様式が大きく変化したが、それは先進国に共通する大衆消費社会の形成でもあった。しかし、これまで多用されてきた「大衆消費社会 (mass consumption society)」という用語が指し示す内容は拡散し、曖昧になっているのが実状であろう。議論の出発点に立ち返れば、カトーナ (Katona, George) やロストウ (Rostow, W. W.) らによる古典的な議論では、消費部門や人々の消費マインドが現代の国民経済レベルの経済現象や経済発展に与える影響の大きさが重要な指摘だったのであり、大衆消費社会の分析の範囲は単に消費生活や消費財産業の動向に止まるものではなかった。近代日本流通史の近年の隆盛は、「大量生産－大量流通－大量消費」が拡大していく現状を受けた問題関心によりつつ、大衆消費社会論の出発点に立ち返る方向性を持つが、産業史・生活史の両側で従来の研究蓄積の消化が不十分ではないかという反省は残されている。

日本の場合、大衆消費社会の形成過程に復興から高度成長の時代が重なったという歴史が大きな特色であり、それは日本の大衆消費社会の個性の大きな要因になったと考えられる。すなわち、政策的な誘導も含めて経済発展の重点は生産、消費、流通の順番で優先されており、実際の発展も常に生産部門の生産

5) 以下の議論は、2007年度の経営史学会全国大会におけるパネルディスカッション「高度成長の展開と経営構造の変化－経営史からみた大衆消費社会の形成－」を準備する過程で、石井晋氏(学習院大学教授)と議論しながらまとめたものである。

性上昇が主導する形で進んだため、大衆化への対応という経営的課題に迫られる部門も時期によって変化していった。なかには生活協同組合のように消費者の側から流通・生産に主体的に関わっていかこうとする経営体も存在していたが、大衆消費社会の形成というテーマの中に個別のケースを位置づけるうえでは、大量化のための技術・テクノロジーの導入過程に注目するのが一つの方法であろう。後発国型の圧縮された発展パターンという戦前の経験を踏襲した日本では、ソフト・ハードにわたる技術移転や、消費も含めた模倣型の大衆消費社会化が進められた。産業部門における大量生産技術の導入、小売部門におけるセルフサービスやチェーン店の導入などに関する豊富な蓄積が既に明らかにしているように、全体としてみれば日本はこれにうまく対応することで短期間に一挙に大衆消費社会を形成したといえる。しかし、およそ数十年をかけて漸次的に大衆消費社会を形成していったアメリカにおいては、生産、流通、消費が相互に関連しつつ発展していったのに対し、20年程度というより短い期間の急激な変動を経験した日本の場合、急激な生産部門の発展を流通や消費が制約するといった事態もみられた。そうした際に政策的調整が果たした役割についてはこれまでに多くの研究が明らかにしてきたが、急激な変化に対する企業（産業）の適応能力や適応の仕方も動向を大きく左右した。経済や社会の変化が時代のムードとして感じられる中、これに対応していく方法をそれぞれの産業や企業が模索しており、その積み重ねによって日本経済の具体的な姿が定まっていたといえよう。

以上のような理解を前提に、ここであらためて経済史と1950年代論との接合を検討してみよう。雨宮の議論である固有性の客観的な根拠は、占領軍という実体的な「アメリカ」の消滅であった。しかし、直接的に日本の政治・行政・経済・社会などあらゆる側面を規定する占領軍は消えても、その後の日本における社会全体に及ぶアメリカ化は、映像やモノに象徴されつつ、より日常に浸透していくという経過をたどった。これは日本に限らず1950年代の世界史的状况の中における、日本その他の各国という枠組みで一般化と相対化が可能であろう。この戦後の各国のアメリカ化は大衆消費社会化でもあり、その意味で

は先に引用した中村の指摘にもみられるような過渡期的な性格は否定できないが、それでは済ますことのできない性格や意義を、1950年代に見いだす必要性を呈示したのが、雨宮の議論だったといえる。とくに経済史で、あえて1950年代を単なる過渡期でないと捉えるなら、占領消滅とつながる「経済自立」をどう考え直すかという形で、1950年代の議論を考えることができるであろう。その結果は、必ずしも社会史との結論とは重ならないかもしれないが、結果的な過渡性は同時代の当事者の方向性の自覚との一致を必ずしも意味しない、という示唆は受け継ぐべきである。

以上のような枠組みと理解を前提に、大衆消費社会の成立にとっても重要な流通部門に即して、より実証的な検討と実態解明を第2章・第3章で行っていきこう。

2. 1950年代の小売業—繁盛店論を中心に—

まず、1950年代の経済の特色を、前後の時期（戦前～復興期と、高度成長後期）との関係からみた重要な論点とともに整理すると、以下のようになるであろう。第一に、直前の時期との関係でいえば、この時期には経済統制はほとんど無くなっており、政治・経済にわたる平時化の時代であった。第二に、ここでは戦前水準への復帰が目指されており、流通や消費では多くの点で昭和初期の構造や問題点の再生がみられた。直後の時期との比較という点でも、高度成長以降に進んだ生活の市場化は本格化以前であり、こうした点は、戦前（とくに昭和初期）との共通性の高い条件といえる。しかし、第三に、その一方でアメリカからの技術移転による大量生産体制が展開し、メーカーの成長や消費の拡大がみられるという、大衆消費社会に向けた動きが戦前に比べて強まり、流通や消費におけるメーカーによる影響力が増大しつつあった。

具体的な実証分析の前に、先行研究なども参照しつつ、都市社会を軸に1950年代の歴史的な位置づけを概論しておこう。この時期の大衆的な都市社会の最大の特徴（＝大衆消費社会との違い）は、大量化に適応した流通の体制が

未整備であったことである。本章が1950年代の特異性に焦点をあてるのも、以下にみるように、この時期が1950年前後の「商業復興」と1960年前後の「小売革新」に挟まれた特異な時期であるからである。したがって、流通の通史からみれば、復興期から高度成長期にかけての動向は明瞭である。すなわち、戦時期から復興期にかけて卸売業・小売業ともに強い統制下にあった流通業は、1950年前後の統制解除によってようやく商業復興と呼ばれるような回復を開始した⁶⁾。生産回復に伴う1950年代初頭の経済統制の解除が商業復興をもたらし、消費水準の回復によって小売業、とりわけ百貨店がめざましい復興を遂げた。経済成長が続く中で消費も戦前水準への回復を超えて拡大した。昭和初期に問題となった百貨店問題、零細性や過当競争構造も再現し、これに対する政策的対応として第二次百貨店法や、小売市場を規制する小売商業調整法の制定がみられた。しかし、とくに「ザル法」と呼ばれるほど極めて消極的な運用に止まった後者にみられるように⁷⁾、消費の拡大によってこうした問題が深刻化しないまま推移していったのである。

1950年代の小売業の成長では、統制解除後の百貨店の急激な売り上げ回復、店舗の拡大・拡張、その結果として百貨店法の復活（1955年）などが指摘されることが多い。一方の一般小売商（中小小売商）については、そうした百貨店の圧迫を受けて政治運動の展開や、経営改革運動などが盛んに行われたことが主に注目されてきた。これに対して、最近の研究でこの時期の一般小売商に関して新たに提起されているのが「繁盛店」論である⁸⁾。この当時の繁盛店とみられる小売店は主に衣料店であり、全国的にみて赤札堂、十字屋、ほてい屋、扇屋、和泉屋、岡田屋などがそれに当たるといえる。業態的にいえば

6) 石井編2005第5章参照。

7) 石原1994。ただし、戦前は各都市の条例によっていた小売市場規制が全国的な立法となったという展開はみられたことも同書では指摘されている。

8) 矢作敏行「チェーンストア経営革新の連続的展開」pp.227-233（石原・矢作編2004）。ただし、以下の繁盛店に関する記述は、田中政治氏に対する筆者の聞き取りでご教示いただいたものであり、田中氏には厚く御礼申し上げます。（2006年3月7日実施。田中氏は公開経営協会『日本小売業運動史』などの執筆者。）ただし、本文の内容に関する責はいうまでもなく全面的に筆者にある。

「ディスカウンター」と呼ばれたものであるが、ヤミ出身はおらず復興期に堅実にやっていたところがほとんどであり、統制が無くなってヤミ商人がいなくなってから活躍の機会を得たといえることができる。ヤミ取引の時代に節度を守ったことは、占領期後半に行われた消費者による「登録制」（通称で「投票」とも呼ばれる）で高い支持を得ることに繋がり、消費回復期の販売権を維持・確保できたことが大きな意味を持った。いふなれば繁盛店は「ヤミ以後・スーパー以前」の時代の産物ということになる。

ただし、その後の発展の鍵は取引の手腕によるところが大きかった。当時は仕入れの巧拙が業績の最大のポイントであり、「安価・大量」の仕入れを上手に行う腕がものをいった。例えば、仕入れ業界には「(扇屋の)安田のひと声」などの言葉があったといい、熟練した仕入れ人の付けた価格には大きな信頼が寄せられ、強い交渉力を持っていた。そして、そうして商品の仕入れに対応した売り方が「ディスカウント」だったのである。

ただし、そうした仕入れによる繁盛店が衣料品の分野で登場したのは、衣料品において大量生産化や技術革新が先行したため、早くから品あまりが発生したという物的な事情、根拠があった。後に家電や医薬品でも同様の事態が起きるが、生産・消費回復で先頭を切っていた衣料品、とくに生地では過剰生産が先行して起こっていたのである。さらに、年毎に品質が回復して素材もスフ・ガラ紡・ナイロン（塩ビ）・テロンと短期間に展開していったことも、品余りを発生させた事情として挙げられる。必然的に商品サイクルが短期化し、売れ残りは価値が無くなってデッド・ストック化してしまうので、問屋はシーズン中に売り切ることを志向するようになる。その結果「オールでいくら」といったまとめ売りを優先するようになり、商品がディスカウンターへ向かうようになっていったのである。

したがって、繁盛店の登場の裏側には問屋の受難の時代という事情があったことは否定できない。こうした商品サイクルの短期化が在庫の危険性を高めたうえ、店員との関係も疑似家族的なものから労働者化・給料化が進むなど、問屋をとりまく環境が大きく変化していたことは、しばしば指摘されるところで

ある。

繁盛店の中には、現在のジャスコの源流の一つである岡田屋のように、1960年代以降のスーパーの時代にセルフサービス店、さらにチェーンストアへと脱皮していったものもあり、矢作2004の繁盛店論はそうした連続性を前提にしている。ただし、当時はそれらと同列の繁盛店であったと考えられる店の中には、その後破綻したものも少なくなかった。当時は、小売店の成長の到達点として考えられるものは百貨店しか存在せず、多くの店が百貨店化（巨大化）を目指したものの、百貨店に転換したところはほとんど失敗に終わった。1960年代に将来のモデルとしてチェーンストアが提示されて新しい時代がやってくるまでは、成長を志向する経営者にとって採る道は一店巨大主義しか示されていなかった。一方で、それまでの成長の源泉となっていた販売方法＝ディスカウントを止めることはできず、百貨店という業態とは矛盾を抱えることになっていった。そのため、1960年代に地方百貨店の破綻や全国チェーンへの吸収が多くみられる中、繁盛店出身の巨大店舗もその波に飲み込まれていくことになるのである。

国内消費部門の貢献度の高さや景気の下支え効果は戦後の高成長の特徴の一つであり、移入技術を用いて大量生産化した消費財大メーカーの発展の影響は、価格低下や供給量の増大だけでなく購買力の拡大の面でも貢献していた。生産・消費の変化に較べて流通の変化は遅れたといわれており、百貨店・生協・購買所など戦前からの組織的経営の発展がみられた程度であった。この時期に特有の発展をみせた繁盛店は、供給過剰傾向や商品サイクルの短期化といった大衆消費社会的要素をすでに反映していたが、基本的には問屋の弱体化を背景にした仕入れコストの低下を経営基盤としたもので、1960年代に入って移入技術を用いた流通革新が一気に展開するまで、大量生産と大量消費に適應する流通のあり方は確立しなかったといえよう。

3. 1950年代の卸売業

卸売機能の変化

本章では、受難の時代ともいわれるような大きな変化の影響を受けるようになっていた戦後の卸売業について、流通における役割がどのように変化し、復興や高度成長への胎動の中でどのような役割を果たしていたのかを探ることにしたい。

卸売商の地位の低下には、経済における卸売機能の変化という背景があったことはしばしば指摘されている⁹⁾。そこで、卸売流通の機能の変化がどのようなものだったのかを検討してみよう。(表1・2)

表1 卸売機能の変化(回答数)

	戦前～復興期 (Ⅰ期)				復興～高度成長 (Ⅱ期)			
	強化	不変	弱化	他	強化	不変	弱化	他
(1) 大量仕入	20	34	15	21	24	33	14	14
(2) 商品選択	26	28	6	29	35	28	4	22
(3) 需給調節	8	31	23	27	12	30	22	25
(4) 小売金融	18	29	18	24	23	30	14	22
(5) 製造金融	15	24	24	26	16	24	22	27
(6) 市場情報	28	26	6	29	39	22	4	24
(7) メーカー商品の誘導	30	21	5	33	41	19	3	26
(8) メーカー利益	17	32	8	32	20	35	4	30
(9) 小売利益	14	35	5	34	21	33	4	31

出典：大阪府立商工経済研究所『わが国の卸売業の概観－戦後におけるわが国卸売業の機能変化と近代化の推移－』（1963年、『経研資料304』）第29表より作成。

備考：戦前：1937頃，復興期：1953－55頃，高度成長期：1962（調査時点）
各項目の具体的内容

- (1) 大量に仕入れ小売業者或いは大口需要者の必要とする量に小分けして販売する機能
- (2) 小売業者或いは大口需要者にかわって仕入商品を選択し品質を保証する機能
- (3) 商品を貯蔵し季節変動その他需給の調節をする機能
- (4) 小売業者への前貸しその他金融的便宜を図る機能
- (5) メーカーへの金融的便宜を図る機能
- (6) 販売域内の市場の需要動向を察知し、メーカーに情報を提供する機能
- (7) 特定メーカーの商品の販売を誘導する機能
- (8) 仕入れ先のメーカーの利益を代表する機能
- (9) 得意先の小売業者の利益を代表する機能

9) 深見編 1965, 宮下 1974 など。

東京・大阪・名古屋の3都市における卸売業界団体へのアンケートから、戦前から復興期（Ⅰ期）と高度成長開始前後（Ⅱ期）の変化を比較すると、いずれの時期も「強化された機能」としては特定メーカー商品の販売誘導、メーカーへの市場情報の伝達を挙げるものが多かった。（表1）いずれもメーカーとの関係強化であり、メーカーが立場を強化しつつも卸売業者を利用するという通説的理解に沿っているといえよう¹⁰⁾ これらに次ぐ変化（「強化ないし不変」）に属する機能は、小売業者にかわる商品選択、大量仕入れであり、小売業者との関係では物流上の機能はいぜんとして重要であった。反対に弱化したとされているのが金融機能、需給調節機能であるが、総じて、スーパーの成長以前の卸売機能の変化は緩やかだったようである。

次に、消費財部門の中小工業製品に限定して、質的な変化も含めて数値化してみたのが表2である。時期別にみてもⅠ・Ⅱ期の変化の傾向差は小さく、戦後に一貫した方向性がみられるものが多い。メーカーとの関係強化にしても、Ⅱ期にその傾向が強まったとはいえⅠ期から続くものであった。Ⅰ・Ⅱ期を通じて大きく変化したものとしてあげられるのが、資金面の悪化、仕入れ先への支払い長期化などである。これらによって、小売等との販売先との関係上、問屋の負担が大きくなっているといえる。さらに、Ⅱ期に目立つ変化としてあげられるのが、販売先との関係のうえで、代金受取期間長期化、返品増加、サービス増加などがみられることである。卸売商の地位低下の反面で小売へのサービス提供が強まり、高度成長以降に加速していった。それは、商品確保・選択・情報伝達など商品力を中心とした流通へ変化していく中で、卸売業も金融や需給調節などの市場補完的な問屋機能から、物流・取引の仲介へシフトし始めていったものといえよう。

このように、1960年代に小売革新が始まる以前から、生産や消費に主導された形の卸売機能の変化はゆっくりと進んでいたとみられる。分野によってはメーカーや総合商社の地位の上昇がみられ、一般的には競争の激化がみられた

10) 石原・矢作編 2004: 342

表2 中小工業製品・消費財部門の営業条件の変化に関するアンケート

営業条件		ポイント*			回答(業種数)**								備考 (回答の中身)
					戦前～復興期(1期)				復興～高度成長(2期)				
		1期	2期	変化	+	不変	-	他	+	不変	-	他	
経営	取扱品目の変化	1.9	2.1	0.1	6	6	7	2	7	4	6	4	大変化-変化-不変
	他業種との兼業	1.8	1.7	0.0	2	8	6	5	3	5	7	6	大変化-変化-不変
	必要資金量	2.8	2.7	0.0	13	2	1	5	15	1	2	3	増-不変-減
	資金繰り	2.8	2.8	0.0	13	3	0	5	15	3	0	3	苦-不変-楽
仕入れ	商品仕入の難易	1.9	2.1	0.2	4	8	6	3	8	3	7	3	易-不変-難
	仕入単位量	1.9	2.1	0.2	5	6	7	3	8	4	7	3	大-不変-小
	商品の注文から入荷までの期日	2.1	2.2	0.1	6	9	4	2	7	8	3	4	短-不変-長
	商品着荷後代金支払いまでの期日	2.5	2.6	0.1	12	6	2	1	12	6	1	2	長-不変-短
	仕入れ先からのサービス(割引)	2.2	2.3	0.1	8	3	5	5	7	6	2	6	増-不変-減
	仕入れ先からのサービス(その他)	2.1	2.5	0.5	7	4	6	4	11	4	2	4	増-不変-減
	仕入れ先への返品	2.1	2.2	0.1	7	6	5	3	6	9	3	3	増-不変-減
販売	商品販売の難易	2.1	2.7	0.6	7	5	6	3	14	2	2	3	易-不変-難
	販売単位量	2.2	2.4	0.2	5	11	2	3	10	5	3	3	大-不変-小
	商品注文から出荷までの期日	2.4	2.4	0.0	10	6	2	3	11	4	3	3	短-不変-長
	商品出荷後代金受け取りまでの期日	2.2	2.7	0.5	8	6	4	3	14	4	1	2	長-不変-短
	販売先からの返品	2.2	2.5	0.4	7	6	4	4	11	4	2	4	増-不変-減
	販売先へのサービス(割引)	2.1	2.6	0.6	5	5	4	7	11	4	1	5	増-不変-減
	販売先へのサービス(その他)	2.2	2.6	0.5	7	5	4	5	13	2	2	4	増-不変-減

出典：大阪府立商工経済研究所『わが国の卸売業の概観』第30～40表より作成。

注 *ポイントは「+」3点、「不変」2点、「-」1点として平均を算出(その他は加算せず)

**戦前：1937頃，復興期：1953-55頃，高度成長期：1962(調査時点)

が、統制解除後の流通においては、基本的に卸売商を中心とした各分野それぞれの取引が復活した場合が多かったといわれているのである¹¹⁾

総合卸問屋(海渡商店)の発展

こうした問屋の受難時代、卸売流通の変化の時代にあって、逆に発展の契機をつかんでいく経営も存在した。ここでは、そうした事例として今日の総合卸問屋への発展に繋がる成長を開始した海渡商店(東京・日本橋馬喰町、現エトワール海渡)の推移をフォローしてみたい¹²⁾(以下、表3も参照)

11) 大阪商工経研 1963

12) 以下の記述はダイヤモンド社編 1971による。ただし、現状に近い部分に関しては筆者のフィールドワークの観察結果によって記述している。

表3 海渡商店年表

1945	9月に営業再開（小間物雑貨）
1946	第2売場開設
1948	株式会社に改組
1950	繊維製品の取り扱い開始
1951	繊維製品の自社製作開始，商標「エトワール」制定
1952	第3売場開設 セルフサービス方式採用
1956	海渡ビル（第3売場のビル，地上6階・地下1階）買収
1957	第2売場を改築（地上6階・地下1階） 繊維製品・衣料品の取扱量が増加
1959	衣料品の自社開発の取り組み開始，ファッション・ビジネスの推進 新入社員を高卒以上に限定
1960頃	取引先小売店の登録制（素人客の排除）
1961	本館ビル（地上9階・地下2階）建設

出典：『海渡義一 商道に生きる』（1971年，ダイヤモンド社）より作成。

海渡商店は戦時期には企業整備で廃業を余儀なくされていたが、1945年9月に営業を再開（小間物雑貨）し、1946年には第2売場を開設、1948年には株式会社に改組するなど、馬喰町の問屋街が停滞する中で順調に発展していた。馬喰町の停滞は主力商品である繊維品の統制の影響が大きかったが、海渡商店は装粧品・雑貨を中心に関西方面など遠方からの仕入れ活動を積極的に行い、地方から買い付けに来る小売商に現金取引で販売するなどして、統制下に応じた積極的な営業を行っていたのである。その後、統制の解除が進むと問屋街の復興も進んでいくことになるが、海渡商店も1950年には繊維製品の取り扱いを開始し、翌年には繊維製品の自社製作を開始して「エトワール」という商標も制定する。（エトワールは現在の社名にもなっている）注目されるのは、1952年には第3売場を開設するとともにセルフサービス方式を採用していることであろう。紀伊国屋（東京・青山）が日本で初めて本格的なセルフサービスシステムを導入したとされているのが1953年であるから、小売と卸売の違いがあるとはいえ海渡商店の先進性がみとれる。また、当時の流通業における経営近代化の動きが多様であったことも窺えよう。

その後、高度成長期に入る1950年代半ば以降の海渡商店は、大規模化・総

合化を進めていくことになる。1956年には第3売場が入っていたビル（地上6階・地下1階）を買収して海渡ビルとし、ビル型店舗におけるフロアごとの商品販売による百貨店的な経営という、現在の業態への展開が始まった。翌年には第2売場を改築して地上6階・地下1階とし、集積的な多店舗経営を導入する。この頃から、繊維製品や衣料品の取扱量が増加して徐々に総合卸問屋化を進めていき、衣料品の自社開発の取り組みを開始したり、ファッション・ビジネスを推進したりするようになる。さらに、1961年に本館ビル（地上9階・地下2階）が完成したことで、ワンストップショッピングによる現金総合卸という経営形態の完成をみることになるのである。

海渡商店の場合、総合化は戦前期からの取扱品である小間物・装粧品から繊維品・衣料品への拡大という形で行われ、とくに繊維部門の飛躍的な伸びが同社の成長を支えた。したがって、1950年代の消費拡大の中心となった衣料を事業分野に取り入れたことが、海渡商店の総合化の最大のメリットであったといえよう。現在は食品も扱っているほか、貴金属・アクセサリ・室内装飾品・バッグ・カバン類・書籍などに及び、ビルごと、売場ごと、フロアごとの商品構成を総合的に展開している。

海渡商店の現金総合卸という形態は仕入れ面においては低価格を追求しており、この点は先にみた小売業における繁盛店と共通性がある。大量仕入れも行うことから、メーカーへの発言力が強まることも特色として挙げられる。反対に、デメリットとして放漫在庫の危険があり、在庫円滑化のために売れ筋商品を追求するということが必要になる。また、在庫管理が重要になるが、その中核となるのが仕入部である。仕入部は傘下の専属メーカーにエトワール商標を付けたオリジナル製品の発注を行ったり、新規メーカーとの契約や、新製品の品質・デザイン・価格の検討と決定などを行っており、伝統的な商品企画機能を発展させている。繁盛店の蹉跌を導いた百貨店の展開を遂げながら海渡商店が発展し続けたのは、単なる仕入れ手腕に依存することなく、問屋的な商品企画システムを発展させて自己ブランドさえ確立していったためであろう。こうした体制が洗練されていくのは1960年代以降のことであるが、装粧品から織

維までシステム化して打ち出すトータル・ファッションを志向し、デザイナー・販売部員・仕入れ部員でチームを構成するという企画事業が同社の中核となっていくのである。こうした企画は流行性の高い小ロット商品が中心で、スーパーや大メーカーの商品との差別化を図ることで、顧客である中小小売商店の品揃えをチェーンストア等とは異なったものにするのを助けているといえよう。

なお、百貨店的な売場の形成によって同社の社員は女子社員中心になったため、労務管理や福利厚生面では女子社員向けの教養や保育などにも力を入れている。採用も北関東・東北を始めとする地方の高校を通じて行っており、一面では戦前から高度成長期の軽工業工場でみられたような採用・労務管理を継承しているようである。

おわりに — 大衆消費社会の形成と流通業の役割

最後に、1950年代の流通業を事例に検討した結果を基にして、戦後社会における消費生活や卸売流通の役割、さらにその変化などについて論じておきたい。

大衆消費社会と卸売業の関係に関する議論の手がかりとなるのは、冒頭に紹介したような流通史研究における戦後卸売業の位置づけである。通説では、卸売業はメーカー主導の流通系列化と、小売業におけるチェーンストアの発展による圧迫を両方から受け、両者に利用されながら再編されていったとされている。同時代的に大きな反響を与えただけでなく、今日まで続くこうした議論の出発点となった代表的な論者が林周二であり、その『流通革命』（1962）はいわゆる「問屋不要論」として受け入れられた。ただし、『流通革命』の最大の論点は小売業のスーパーマーケット化であったが、そこで示されたスーパーマーケットのイメージは総合問屋的な卸売機能を合わせ持つ総合小売業であり¹³⁾

13) 林1960：106，150-152

流通費用を高くする卸売業者が減少すると考えられたのである。それは基本的にはアメリカの流通を紹介し、日本もそうなるという形で将来像を示したものであった。しかし、零細小売業が残存したということもあるが、日本のスーパーの発展が卸売業を駆逐させなかったために、その後の日本流通は流通革命の不発・挫折と表現されるに至った¹⁴⁾

これに対して、主としてメーカーの側からの事情によって近代日本の流通機構全体との関係で卸売業の動向を説明しようとするのが、冒頭でも紹介した石原・矢作編 2004 である。そこで示された重要な論点は、まず第一に、近代の大量生産体制の中での問屋・卸売商の役割に関するものである。大量生産化したメーカーはもっぱら生産側の論理に基づいて行動する結果、過剰生産が生じる。メーカーがこれを問屋への押しつけ販売という形で処理することで、小売業を巻き込んだ乱売となるのであり、「日本の商業構造の宿痾」である乱売との関係を強調するのが、石原による議論の特徴の一つであろう。

第二の論点は、その結果として形成されてきた建値制を代表とする日本的取引慣行が、規制や管理よりも卸売・小売に与えられてきたメーカーの保護だったという側面を強調していることである。破綻した卸売・小売に対する債権回収不能として乱売がメーカーに跳ね返り、松下電器などの流通系列化の動機となったことは広く知られている。しかし、石原の議論はそうした狭い範囲の利害に止まらず、近代技術や工場制を用いた生産体制に応じた、大量生産品や新商品（＝標準品）を市場開拓するインセンティブを流通側に与えるという取引制度論的説明であり、プッシュ型マーケティング、標準品・ブランド品などの大衆消費社会の諸要素を組み込んでいる。その結果、情報・企画などの旧来型問屋機能の必要性が低下する一方で、新商品や標準品の利用を消費者に働きかける必要から、問屋－小売間の関係やスーパーが利用されてきたとしている。

問屋不要論が受け入れられた背景には、高度成長期の特徴であった持続的インフレによる物価問題という直接的な要因があり、理念的議論としては標準品

14) 石井 2003 : 229, 石原・矢作 2004 : 244

の大量生産－消費に適した流通体制を形成するという意識もあった。確かに、高度成長期には中抜きによる効率的な大量流通－コスト削減－物価抑制という展開や、労働市場の逼迫によって上昇する労賃コストの抑制（これは流通に限らず製造業にも関係してくる）が、消費や商品の変化にも適していた。しかし、高度成長が終わると、大衆消費型商品は画一化から差別化・相対的高級化に展開し、日本はその最先端に立つことになった。これは、経済発展がいつそう進んで購買力が上昇したことで商品の相対価格が低下し、価格抑制が商品選択や販売のうへで決定的ではなくなっていくためである。（安売りにおける「売れ残り」の発生など）また、人々の求める価値がモノからサービス化・ソフト化していき、省力化が困難でかつサービス低下を伴うような省力化が歓迎されないサービスへの支出が増加していく。以上のように考えると、大衆消費社会（アメリカ型社会）は1960年頃の日本で考えられていたような産業社会の到達点などではなくて、一つの段階、しかもそのバリエーションの一つに過ぎなかったといえよう。

もっとも、だからといって流通革命論の持った意味の大きさが否定されるわけではなく、目指すべき方向性を明確に示すことで当時の社会に与えたインパクトはやはり大きかった。しかし、「高度大衆消費社会」の段階になるともはや卸売業の効率化による大きな社会的効果は期待できないし、人々の（消費の）流通やサービス業に対する要求は「より低価格」で「より高サービス」という二つの座標軸の組み合わせになったといえよう。つまり、流通業も半ばサービス化していったのであり、消費者から価格に対する満足度という指標で評価されるようになったのである。そして、そのことが消費者に直接接することのない卸売業の主体性の維持をいつそう困難としていき、高度成長期に成立したチェーンストアや大メーカーとの互恵的關係への依存を強める原因になってきたと考えられるのである。

参 考 文 献 (50音順)

- 雨宮昭一 1997：『戦時戦後体制論』（岩波書店）
- 石井寛治 2003：『日本流通史』（有斐閣）
- 石井寛治編 2005：『近代日本流通史』（東京堂出版）
- 石井晋 2004：「アパレル産業と消費社会－1950～1970年代の歴史」（『社会経済史学』70巻3号）
- 石原武政 1994：『小売業における調整政策』（千倉書房）
- 石原武政・矢作敏行編 2004：『日本の流通100年』（有斐閣）
- 大阪府立商工経済研究所 1963：『わが国の卸売業の概観－戦後におけるわが国卸売業の機能変化と近代化の推移－』
- 佐藤肇 1974：『日本の流通機構』（有斐閣）
- ダイヤモンド社編 1971：『企業のパイオニア海渡義一 商道に生きる』（ダイヤモンド社）
- 中村隆英・宮崎正康編 1997：『過渡期としての1950年代』（東京大学出版会）
- 中西聡・中村尚史編 2003：『日本流通史』（山川出版社）
- 林周二 1960：『流通革命』（中央公論社）
- 林周二 1962：『流通革命新論』（中央公論社）
- 深見義一編 1965：『スーパーマーケット』（千倉書房）
- 宮下正房 1974：『日本の問屋』（日本経済新聞社）
- 山口由等 2006：「戦後日本流通とアメリカ化－脱日本化」（愛媛大学国際比較研究会『国際比較研究』vol.2）
- 吉川洋 1997：『高度成長：日本を変えた6000日』（読売新聞社）
- 歴史学研究会編 1990：『日本同時代史 3』（青木書店）