

Title	小売商業：その総括的一素描
Sub Title	
Author	片岡, 一郎
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1954
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.47, No.6 (1954. 6) ,p.693(107)- 699(113)
JaLC DOI	10.14991/001.19540600-0107
Abstract	
Notes	論文紹介
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19540600-0107

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

た彼等の行動が赤裸々にわれわれの前にもち出されるとき人間の悲劇について深く考えさせられるとともに、あらゆる大事業——いうまでもなく革命をもふくめて——の背後にいかにか多くの愛欲、怨恨そして苦惱がひそんでいるかを知ることができよう。革命という巨大な幻影にかくれて存在するこれらの葛藤は、人間にとつてさげがたいものであらうか。カーはこうした悲劇をむしろ人間に宿命的であるかのように描いている。果してゲルツェンをはじめこのロシアの革命家たちの悲劇はそれほど悲愴なものであり、時代をこえて、いつまでも悲劇としてうけいられるものであらうか。著者はこの書のなかではこの間には答えてくれないが、要するにこれは温い同情をもつて書きつづられている傳記であつて、社會思想史の文獻であるよりは文學的な香気ゆたかな作品である。その小説にもまさるすぐれた敘述は、政治學者としての著者よりも歴史家としての若いカーを想い出させるに充分であるが、しかしここにはまだ後にあられた革命に對する鋭い洞察力はわずかに萌芽的にしかあらわれていないようである。

さてゲルツェンは思想史上にどのような地位をしめるものであらうか。たしかにゲルツェンはフリーエの流れを汲む空想的社會主義者であつた。しかしながらこれは必ずしもゲルツェンの果した役割が反動的なものであつたという意味ではない。いやむしろマルクス主義がロシアに入つてくる前のすぐれた自由主義者、チエルヌイシェフスキーとともにロシア革命運動にとつて

は忘れがたい思想家の一人であつた。レーニンも云つてゐるように、「デカブリストは若い世代を新しい生活へ呼びおこし、弾壓と奴隷根性の環境のなかに生れた子供たちを清めるためにあきらかな死を覺悟してそれに向つて進んで行つた騎士たちであり、偉大な事業のための戦士たちであつたのだ。」まことにデカブリストの反亂はゲルツェンを呼びおこし、「清めた」のである。ゲルツェンは專制政治のもとにあえぐ自由主義者に宿命的な懷疑主義から、終生のがれることができなかった。すなわちゲルツェンは辯證法的唯物論のすぐそばまで近づき、そして史的唯物論の前で停止したのである。ゲルツェンの空想的要素よりも、革命的な精神こそ高く評價されるべきであらう。

- (1) ゲルツェン著「過去と思索」七頁、金子幸彦譯、
- (2) 十九世紀初期一八二五年十二月十四日ロシアの自由主義的な貴族たちが、秘密結社を組織してツァーリズムに反抗した。これは失敗に終つたが、若い世代に深刻な影響をあたえた。(筑摩書房) (定價五〇〇圓)

一九五四、四、二一

論文紹介

小賣 商業

—その總括的一素描—

“Retailing: An Aggregate Picture” By

J. D. Butterworth (Marketing: Current

Problems and Theories, pp. 139-156)

此處にとり上げた論文はオットեսン教授の編纂になる論文集「マーケティング——その現代的課題と理論」の中に收められたものの一つであるが、同書にはナイストローム博士の「小賣商業の趨勢と費用に關する考察」(Observations on Retailing and Costs)と題する論文が收められている。そしてバターウォース教授の此の論文は、ナイストローム博士の右の論文と相互補完の關係に立つものであり、教授自身がその冒頭に述べている如く、「一九二九年以降の若干の小賣經營グループについてみられたその相對的地位の變化を問題としつつナイストローム博士の所説を補わんとする」ものである。即ち此の論文は「絶えず變化して行く小賣商業の全パノラマを問題としようとすものではなく、一九二九年より一九五一年に至る間における特定の經營グループについてその變化してゆく販賣高の記述と分析」に焦點を合わせて問題の展開をはかろうとするのである。

論文紹介

從來或る種の小賣經營グループの相對的地位が問われる時はその經營グループの販賣高を總小賣販賣高並びに國民所得と對比せしめることによつて判断せられる場合が多かつたのであるが、しかし此の判断を一層合理的ならしめるためには、此の小賣販賣高は消費者の消費可能及び消費者の消費量について吾々の持ちうる最上のインジケイターたる「可處分個人所得」及び「個人消費支出」と更に對比せしめられることが必要となる。バターウォース教授が此處に意圖せるところも、實は小賣販賣高をひとり總小賣販賣高に對してのみならず、更に右の二つの尺度と關聯せしめることによつて、經營グループの相對的地位の變化を正しく見究めようとするものに外ならない。かくて教授は先ず「可處分個人所得」、「個人消費支出」並びに「總小賣販賣高」に關する資料から次の如き表を作成する。

可處分個人所得に對する個人消費支出並びに總小賣販賣高の割合及び個人消費支出に對する總小賣販賣高の割合 一九二九年——一九五一年

年 度	可處分個人所得に對する		個人消費支出に對する
	個人消費支出	總小賣販賣高	
一九二九	九五・五	五八・七	六一・五
一九三五	九七・〇	五六・六	五八・四
一九三九	九六・二	五九・九	六二・四
一九四三	七七・二	四八・一	六一・九

一九四八	九四・四	六九・〇	七三・一
一九五一	九二・三	六七・六	七三・三

ナイストローム博士も右の論文において述べている如く、小賣商は小賣販賣高が總所得の正常比であるとみられる水準以下に低下するときはじめて彼等は販賣高に強い關心を示すようになるが、しかし乍ら小賣商店における若干の消費支出は「他の支出がなされた後における利用しうる残餘の所得」と考えらるべきものである。即ち消費者はその所得に對して種々異つた段階の需要を有しており、しかも「小賣商業のなしうる何等かの方法に依つてそれらの非小賣商業需要に與えうる影響は極めて小である」。例えば、可処分個人所得も個人消費支出も共に一九三八年以降その絶対額において増加して來たが、しかしそれは同一の割合においてはなかつた。右の表が示しているように消費支出は夫々九〇%以上の水準を維持したのであるが、一九四三年における消費支出は所得の僅か七七・二%に達したにすぎない。所得と支出との差は、個人的貯蓄の高さを示しているが、戦時中を通じて貯蓄はかなりの高水準を維持したのである。ために個人的消費支出は此の間はずつと低い水準におさえられざるをえなかつたのである。此の場合小賣商業は「所得と支出との關聯について相對的には殆んど影響を與えることが出來えなかつた」ことは十分注目されるべきである。

一方所得に對する支出の割合が變化するとき、小賣販賣高が總消費支出の一構成部分である以上、所得に對する小賣販賣高

第二表 耐久品店及び非耐久品店の販賣高の可処分個人所得
個人消費支出、總小賣販賣高に對する百分比

年 度	耐 久 品 店 の 販 賣 高			非 耐 久 品 店 の 販 賣 高		
	可処分個人 所得に對する 百分比	個人的消費 支出に對する 百分比	總小賣販賣 に對する百 分比	可処分個人 に對する百 分比	個人的消費 支出に對する 百分比	總小賣販賣 に對する百 分比
1929	17.2	18.0	29.3	41.5	43.5	70.7
1935	13.2	13.6	23.3	43.4	44.8	76.7
1939	14.8	15.4	24.7	45.1	47.0	75.3
1943	7.4	9.6	15.6	40.4	52.3	84.4
1948	20.1	21.4	29.2	48.9	51.7	70.8
1951	23.2	25.2	34.4	44.4	48.1	65.6

論文紹介

の割合も亦當然變化しなければならぬ。右の表から明らかなるように所得に對する販賣高は一九二九年の五八・七%から五一年の六七・六%へとかなりの振幅を以つて變動したのであるが然し一方「個人的消費支出」に對する小賣販賣高の割合は「相對的にはかなりの安定性を示している」しかもその變動は對所得との割合に比してただに微少であつたと云うばかりでなく場合に依つては逆の方向へさえ動いている。即ち小賣販賣高は一九四三年においては可処分個人所得の四八%と云う極めて低い水準にまで低下したのであるが、個人的消費支出に對する割合においては四三年におけるそれも三九年におけると殆んど異なるところがなかつたし、二九年や三五年に比してはむしろ一層高い割合をすら示しているのである。かくて小賣販賣高の個人的消費支出への對比は、經濟全體の中における小賣商の相對的地位に可処分個人所得との對比が示すものとは幾分異つた光線を投ずることとなるが故に、以下の分析においては比較的重要なと思われる小賣經營グループについてそれぞれの販賣高の「總小賣販賣高」、「可処分個人所得」及び「個人的消費支出」、これら三つの尺度との關聯を教授は問題にしようとする。

小賣店舖を耐久品店と非耐久品店とに分つて右の關係を取り上げたのが第二表である。小賣販賣高についてみられた諸關係は依然此の場合においても眞實である。非耐久品店の販賣高は四三年においては三九年の場合よりも可処分所得に對する割合においてむしろ低いのであるが、總消費支出に對する百分比についても殆んど同一の割合で動いたのである。

右の諸關係の意味するところは、戦時中にあつては人々は「彼等の所得中のより少ない部分しか小賣店においては消費しなかつたが、しかし非耐久品店は總支出額中のより大なる割合をつかんでいつた」こと、そして戦後においては「彼等はその所得中のより大きな部分を非耐久品店において消費していた」と云え、これらの店舖は總消費支出中の比較的小さな部分しか吸収しえなかつた」と云うことである。而してこの消費支出に對する割合としての非耐久品店の販賣高における最近の減少はその理由の一部はこれを各種耐久品店に對する戦後の需要の増加傾向に求められるであろう。當然豫想せられる如く、戦時中は耐久品店の所得及び支出の双方に對する販賣高は減少を餘儀なくせられたのであるが、戦後耐久品が再び入手可能となり且つ貯蓄に對する壓力が取り除かれた時、耐久品店の販賣高は所得に對する割合においても又支出に對する割合においても著しい増加を示したのである。

さて以上の分析からは、一九二九年より五一年に及ぶ全期間に亘つて耐久品店及び非耐久品店の販賣高には全般的に右の兩尺度に對する増加傾向が認められることが指摘されねばならぬ

い。しかも消費支出に對する販賣高の割合は所得に對するそれよりもはるかに大きく増加したのであり、従つて「小賣商が彼等の販賣高は可處分所得中の適當な割合を占めるに至つてはいない」と不平を云う場合においても、なおその販賣高は個人的消費支出との關聯においてはかなりの増加を示していた」と云う事を知るべきであらう。

第三表 可處分所得、個人消費支出及び總小賣販賣高に對する非耐久品店の販賣高比 一九二九—五二年

全非耐久品店 服 裝 品 店 男子子供服店 婦人服裝店 家庭洋品店 靴 店 藥 店 飲 食 店 食 料 品 店 雜貨及詰合 その他食料品	一九二九年			一九三五年			一九三九年			一九四三年			一九四八年			一九五一年		
	DPI%	PCE%	TRS%	DPI%	PCE%	TRS%	DPI%	PCE%	TRS%	DPI%	PCE%	TRS%	DPI%	PCE%	TRS%	DPI%	PCE%	TRS%
	四・五	四・五	七〇・七	四・四	四・八	七六・七	四・一	四・四	七五・三	四・四	四・五	三八・四	四・九	五・七	七〇・八	四・四	四・四	六五・六
	五・一	五・三	八七・七	四・六	四・七	八一・一	四・六	四・八	七七・七	四・八	六・二	一〇・〇	五・二	五・五	七六・六	四・四	四・八	六五・五
	一・六	一・七	二七・七	一・二	一・二	二二・一	一・三	一・三	二〇・〇	一・一	一・四	二・三	一・三	一・四	一九・九	一・〇	一・一	一五・五
	一・八	一・九	三三・一	一・八	一・九	三三・三	一・八	一・九	三三・〇	二・二	二・八	四・六	二・四	二・五	三三・五	一・七	一・八	二二・五
	〇・七	〇・七	一一・二	〇・七	〇・七	一一・二	〇・七	〇・七	一一・二	〇・七	〇・九	一・五	〇・七	〇・八	一・〇	〇・七	〇・八	一・五
	一・〇	一・〇	一七・一	〇・九	〇・九	一六・六	〇・九	〇・九	一五・五	〇・八	一・〇	一・七	〇・八	〇・九	一・二	〇・七	〇・八	一・〇
	二・〇	二・一	三四・四	二・一	二・二	三七・七	二・二	二・三	三三・七	二・〇	二・五	四・二	二・〇	二・〇	二・八	二・〇	二・〇	二・九
	二・六	二・七	四四・四	四・一	四・二	七二・二	五・〇	五・二	八四・四	五・九	七・六	二二・五	六・四	六・八	九四・四	五・一	五・五	七五・五
	一・三	一・三	九三・七	一・四	一・五	二五・六	一・四	一・五	一八・四	一・二	一・六	三・四	一・三	一・七	一三・五	一・六	一・八	二四・六
	八・九	九・三	一五・二	二・〇	二・四	一九・四	一・〇	一・五	五・八	九・六	一三・四	一九・九	二・八	三・五	一八・五	一・三	一・四	一九・八
	四・四	四・六	七五・五	三・五	三・六	六二・二	三・五	三・六	五八・八	三・一	四・〇	六・五	三・四	三・六	五〇・〇	三・三	三・五	四八・八

一般商品店	百貨店	雜貨店	呉服店その他	小間物店
一〇・九	一・四	一・八	一・六	一・九
九・九	一・〇	一・七	一・五	一・五
九・二	九・六	一・五	一・四	一・四
七・五	九・七	一・五	一・〇	一・〇
九・〇	九・六	一・三	一・〇	一・一
八・一	八・八	一・九	一・二	一・九

註 DPI (disposable personal income), PEC (personal consumption expenditure), TRS (total retail sales).

に比較するならば左程大きなものではなかつた」ことが注目される。そして此の事が意味するものは「之等の店舗において人々はその所得の比較的僅かな部分しか消費しなくなつて來たのであるが、彼等の總支出中之等の店舗においてなされた支出の割合は左程大きく低下はしなかつた」と云うことである。

然し乍ら斯かる傾向の認められるのはひとり服裝品店グループについてだけでなく一般商品を取り扱う百貨店についても又雜貨店についても同様であり、特に雜貨店の低下はその程度において最も甚だしかつた。一方百貨店についても此の種の大規模小賣商業は將來においてもその地位を維持し續けるであろうと云う百貨店業界の觀測にも拘わらず、右の表の數字は明らかにアメリカ小賣商業における百貨店のかつての比重が徐々に失われつつあることを示している。又藥品店についてもその取扱商品の種類を多様化し非藥品の販賣を促進することに依つて販賣高を確保せんとする努力にも拘わらず「總小賣販賣高の増加に歩調を合わせて行くことは出来なかつた」。これに反して食料品店グループは大體において此の二三年間に亘つて着實にそ

の總販賣高を増加せしめて來た。しかし乍ら全體としての此のグループの上昇をもたらした原因の大部分は食料雜貨店の販賣高における増大であつたことは特に注目しなければならぬ。又飲食店グループについても販賣高は異常な増加を示しており二九年に比して四八年における販賣高は實にその五倍にも達したものであり、その結果此のグループは「此の研究に包含せられた小賣機關の他の如何なるものにもまして異常な増加を實現した」のである。しかるに四八年には一二〇億ドル以上の額に達した此のグループの販賣高も五一年には一一三億ドルへと低下し、その總小賣販賣高及び消費支出に對する割合においては四三年に早くも低下傾向を示しはじめたのであり、かかる傾向についてはナイストロム博士は右の論說において極めて興味深い説明を與えている。

次の第四表は耐久品店について右と同様の諸關係をとり扱つたものであるが、此處で明らかになつたように今次競争の初年においては寶石店並びに自動車部品販賣店の販賣高が異常な額に達し特に支出に對する割合において顯著である。しかるに一方その

