慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	イギリスにおける百貨店の起源と初期発展パターン - 日本との比較 -
Sub Title	
Author	平野, 隆(Hirano, Takashi)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2005
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.48, No.2 (2005. 6) ,p.61- 81
JaLC DOI	
Abstract	本稿は，百貨店の起源と初期の発展パターンについてイギリスと日本の比較を行う。そのために，イギリスにおける百貨店の設立地・設立時期に関するデータ･ベースを作成し，先行研究を参照してイギリス百貨店の起源と発展パターンの特徴を明らかにした。そして，日本の百貨店史研究の成果との対照により，両国の百貨店の発展に関する類似点，相違点を指摘した。それらのうちの主要な点は，以下のとおりである。①百貨店の起源において服地・衣類商およびバザーという共通点が両国の間に見られた。②イギリスではリゾート都市，鉱工業都市に百貨店が設立されたが，日本ではこれらの都市・地域では百貨店はほとんど発達しなかった。③イギリスでは1910・20年代に百貨店の合併・買収によるチェーン化・グループ化が進んだが，日本では第２次世界大戦前にはこのような動きは限定的にしか現れなかった。④百貨店の顧客政策に関して，日本の主要百貨店は1920年代に大衆化（顧客ターゲットを当初の上層から中層へ下方拡大）したが，この傾向はイギリスのリゾート地の百貨店のケースと類似する。
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20050600-0061

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.

三田商学研究
第48巻第2号
2005年 6 月

2005年 4 月15日掲載承認

イギリスにおける百貨店の起源と初期発展パターン

――日本との比較――

平　野　　隆

＜要　　約＞

本稿は，百貨店の起源と初期の発展パターンについてイギリスと日本の比較を行う。そのために，イギリスにおける百貨店の設立地･設立時期に関するデータ･ベースを作成し，先行研究を参照してイギリス百貨店の起源と発展パターンの特徴を明らかにした。そして，日本の百貨店史研究の成果との対照により，両国の百貨店の発展に関する類似点，相違点を指摘した。それらのうちの主要な点は，以下のとおりである。①百貨店の起源において服地・衣類商およびバザーという共通点が両国の間に見られた。②イギリスではリゾート都市，鉱工業都市に百貨店が設立されたが，日本ではこれらの都市・地域では百貨店はほとんど発達しなかった。③イギリスでは1910・20年代に百貨店の合併・買収によるチェーン化・グループ化が進んだが，日本では第2次世界大戦前にはこのような動きは限定的にしか現れなかった。④百貨店の顧客政策に関して，日本の主要百貨店は1920年代に大衆化（顧客ターゲットを当初の上層から中層へ下方拡大）したが，この傾向はイギリスのリゾート地の百貨店のケースと類似する。

＜キーワード＞

百貨店（デパート），バザー，リゾート都市，鉱工業都市，顧客層，中流階級，労働者階級，百貨店のチェーン化・グループ化，「デパートメントストア宣言」，百貨店の大衆化

1．はじめに

本稿の課題は，イギリス（イングランド）における百貨店（デパート）の起源と第2次世界大戦前までの発展パターンを明らかにして，それとの比較によって日本の百貨店発展史の特徴を指摘することである。

小売業とりわけ百貨店の発展に関する歴史的分析は，近年ようやく注目され始めた研究テーマであるが，異なる地域・文化圏の小売業発展史を対象とした比較研究は，今のところそれほど多くはない[1)]。小売業は商品の流通過程の最終段階に位置し，消費者と直に接するため，人々の日常生活す

なわち社会そのものを直接反映している。それゆえ，小売業の比較史研究は比較社会史研究の意味をもつといえる。

比較という方法をとるメリットは，それを行うことによって，一つの事象だけを観察していたのでは見えてこないものを浮かび上がらせ，ある事象に関する通念・固定観念を相対化してくれるところにある。ここでは，イギリスと日本を比較の対象として選んだが，その際，先進国イギリスを基準＝モデルとして，日本をそれからの遅れあるいは歪みとして指弾することは全く意図していない。本稿の目的は，あくまでも「比較による事実と問題の発見」[2)]である。

以下，次節ではイギリス百貨店の設立に関する基礎的データの収集方法について説明し，第3節では，イギリスにおける百貨店の起源について先行研究の成果の整理・検討を行う。続いて，第4節，第5節において，収集したデータに基づきイギリス百貨店の地理的分布，設立・発展のパターンおよび顧客層・顧客政策について分析する。そして最後に第6節において，百貨店の起源と発展パターンに関する日本とイギリスの2国間比較を行い，両国の間に見られる類似点と相違点，およびそれらを生じさせた歴史的・社会的要因について考察する。

2．イギリス百貨店の設立地および時期に関するデータ

イギリスにおいて個々の百貨店が「どの都市に」「いつ」設立されたかを特定する網羅的な資料は，管見の限り存在しない。いくつかの代表的な百貨店に関する設立地と設立年の簡略なリストは，ショウ（G. Shaw）によるものなどがあるが[3)]，十分なものとはいえない。また，イギリスでは1950年から流通センサス（全国の流通機関の悉皆調査）が通商省（Board of Trade：現Department of Trade and Industry）によって実施されているが[4)]，これらの調査の報告書（*Census of Distribution and Other Services*）は調査時点における各州・都市ごとの業態別の小売業店舗数の合計を示したもので，小売業の個々の店舗に関する個別情報は明らかにしていない。

そのため，本研究ではいくつかの別々の資料を利用して，イギリスにおける百貨店の設立地・設立時期に関するデータ・ベースを作成した。

作業の出発点としたのは1939年にストア･マネジメント社（Store Management Ltd.）によって刊行された『デパート，チェーン・ストア，消費組合ダイレクトリー』（*Department, Chain, Co-operative Store Annual Directory, Who's Who, Buyer's Guide, Retail Survey, 1939*，以下，『ダイレクトリー』）である。これは，管見ではイギリスの百貨店に関する最も古い網羅的リストである。『ダイ

1） たとえば，田島・宮下（1985），Dawson（1982），Benson and Shaw eds.（1992），Crossick and Jaumain eds.（1999）などがある。
2） 斉藤（1997）16頁。
3） Shaw（1997）p.238, Table I.
4） 調査実施年は1950，57，61，66，71年。

図1　『ダイレクトリー』ページ・サンプル

HAR　*Store Annual*　HID

742
HARRIS, W. G., & CO. LTD., 31/39 Grosvenor Rd., Tunbridge Wells; T.W. 40; Removals, Depositories.

743
HARRISON'S STORE LTD., Stoke-on-Trent. See **A. J. Lucking & Co. Ltd.**

744
HARRODS LTD., Brompton Rd., London, S.W.1; Sloane 1234; Deptl.; **Staff** 6000; 91,960 sq. ft. **Ch.** Sir Woodman Burbidge, Bart., C.B.E.; **Man. Dir.** Richard Burbidge; **Dirs.** Sir Harry K. Newton, Bart.; Frank R. Chitham, Allan Hepworth, Charles E. Wiles; **Arch.** J. L. Harvey, A.R.I.B.A.; **Sec.** H. Acton; **Acc.** G. L. Myers; **Sales M. & Merch. M.** W. R. Leathes; **Research & Planning M.** N. Baliol Scott; **Staff Man.** Miss J. Read (Women's Section), D. A. Alcock (Men's Section); **Personnel M.** F. W. Lawe; **Ad. M.** W. N. Davis; **Disp. M.** E. Grieve; **Trans. M.** J. Brown; **Eng.** W. Howes. **Assoc. Kendal Milne & Co., Manchester; Dickins & Jones Ltd., London; D. H. Evans & Co. Ltd. London.**

745
HARROP, John, LTD., See **'Chain Store' Section**

746
HARVEY, James N., & SONS, High St., Ely, Cambs.; E. 29; Drapers.

747
HARVEY NICHOLS & CO. LTD., Knightsbridge, London, S.W.1; Sloane 3440; Deptl.; **Staff** 1200; 105,000 sq. ft.; **Ch.** Sir Frederick Richmond, Bt., **Man. Dir.** E. F. Cutts; **Dirs.** E. J. Marshall, D. Neal, R. W. Oakley, C. J. L. Snowden, J. Speme, G. M. Wright; **Gen. Man.** E. F. Cutts; **Arch.** Williams & Cox; **Sec.** W. H. Alexander; **Ad. M.** Mrs. W. J. MacAlpine. And at 120 Commercial Rd., Bournemouth, Hants.; B. 1055; Furnishing; E. W. Oakley. **Assoc. Debenhams Ltd.**

748
HATCHER & SONS LTD., 11 High St., Taunton, Som.; T. 2277

749
HATTON, J., & CO., 17/27 Market Pl., Henley-on-Thames; H. 147; General Drapers; H. Wallace Hughes.

750
HAWES BROS. (SOUTH LONDON WOOL WAREHOUSE LTD.), 66 St. John's Rd., London, S.W.11; Battersea 7865; Knittings; Wools; Drapery; And Abbotsbury Rd., Morden. **Assoc. United Drapery Stores Ltd.**

751
HAWKES FREEMAN LTD., 39 St. Thomas St., Weymouth; W. 276 & 1621; Furnishers & Undertakers.

752
HEAL & SON LTD., 196 Tottenham Court Rd., London, W.1; Museum 3610; Furniture & Furnishings; **Ch. & Man. Dir.** Sir Ambrose Heal; Dir. Hamilton T. Smith (Sales), G. P. Stacy (Staff), Anthony S. Heal; **Sec.** G. S. Beale.

753
HEARNSHAW & CO. LTD., 119 Oldham St., Manchester 4; Deansgate 2811; House Furnishers.

754
HEARNSHAW & CO. (MORECAMBE) LTD., 6 Market St., Lancaster; L. 492; House Furnishers; And 56 Alhambra Bldgs., N.E., Morecambe, Lancs.; M. 528; And 110 Highgate, Kendal, West'd.; K. 706.

755
HEDLEY, SWAN & CO. See **Joplings.**

756
HEDLEY, YOUNG & CO. LTD., The New Albion House, Bridge St., Blyth; B. 16; Drapers & Furnishers

757
HEELAS LTD., Broad St., Reading; R. 4411; Deptl.—Drapers, Furnishers & Undertakers; **Man. Dir.** C. E. Hayes.

758
HEELAS, SONS & CO., Market Pl., Wokingham; W. 2; Drapers, Outfitters & Undertakers.

759
HENDERSON, Alexander LTD., 83/97 Sauchiehall St., Glasgow, C.2; Douglas 1041; Deptl.; **Staff** 150; 15,500 sq. ft. **Man. Dirs.** H. P. Henderson, A. I. Henderson; **Archs.** Keppie & Henderson; **Sec.** J. Barnes, LL.B.; **Acc.** David Taylor, C.A.

760
HENDERSON, Wm., & SONS LTD., 9/15 Church St., Liverpool; Royal 4848; **Ch.** W. G. Henderson; **Man. Dir. & Sec.** M. Finlayson, A.C.A.; **Dirs.** Eliza Henderson, W. Gibbons, E. S. Ouseley-Smith; **Acc.** F. W. McGuiness, A.C.A.

761
HENRY'S STORES, 95/101 Market St., Manchester, 1; Deansgate 3694; Outfitters; **Merch. M.** C. Gordon.

762
HENRY'S STORES, 61 High St., Birmingham 4; Midland 3669; Drapers; **Disp M.** W. Lunt.

763
HERINGTONS LTD., 18/26 Market St., Leicester; L. 22018; Drapers, &c.

764
HIDE & CO. LTD., 6/9 Market Pl., Kingston-on-Thames, Surrey; K. 3181; Drapery & Furnishings; **Ch.** W. H. Harrisson; **Dirs.** J. H. Keeling, E. J. Chandler; **Sec.** Miss G. Summers. **Assoc.** Wright Bros.

32

レクトリー』には，773社（店舗数は本・支店含めて1045店）が「百貨店およびその他の流通業者」(department stores and other distributors）としてリストアップされており，それぞれについて店（会社）の名称，所有者名，住所，電話番号，店舗または取扱商品のタイプ（部門別店，服地商，家具商，履物商など），他社との資本・経営関係（それらが存在する場合）といった情報が掲載されている。さらにその中の主要店舗に関しては，店員数，売場面積，経営陣の氏名，購買機関（buying office）の所在地（店舗住所と異なる場合）も記載している（サンプル：図1)。これらの各情報は同書が刊行された1939年時点におけるものとされている。このリストによって，第2次世界大戦直前のイギリスにおける百貨店の地理的分布を知ることができる。

しかし，この『ダイレクトリー』は百貨店の明確な業態定義を欠いており，上記の773社の中には本来は百貨店以外の業態に分類されるべき小規模な店舗や専門店なども混入している可能性が高い。ちなみに，前述の第1回流通センサス（1950年）にあげられたイギリス全国の百貨店の総数は249社（550店）であり，『ダイレクトリー』掲載の企業数はこれと比べてかなり過大である。なお

表1 『ダイレクトリー』(1939) 掲載の会社・店舗数

		会社数	店舗数
百貨店	①部門別店（deptl. store）	141	225
	②関係会社・店	76	118
	③従業員30名以上店	16	28
	④先行研究で認知	9	15
	小計	242	386
	イングランド内	208	328
その他の店		531	659
合計		773	1045

センサスでは，百貨店は「年間売り上げ10万ポンド以上で，且つ各々の商品グループ（そのうちのひとつに衣料品を含む）の売り上げが5千ポンド以上の大規模店」と定義されている。[5] さらに，『ダイレクトリー』には各社・店舗の設立時期に関する情報は全く記載されていない。

そこでここでは，『ダイレクトリー』掲載の773社のうち，次のいずれかの条件に適合するもののみを，便宜的に百貨店とみなすことにした。①店舗のタイプが部門別店（departmental store）と記載されているもの，②上の①と資本的・経営的な関係を持つもの，③店員数30人以上の相対的に大規模な店舗，④従来の主要な研究において，「百貨店」として認知されているもの。[6] こうして計242社（386店）を抽出したが（表1参照），これは結果として流通センサス掲載の企業数とほぼ同じになった（ただし，支店数を含めた店舗数ではセンサスの方がかなり多い）。

作業の次のステップは，各店舗の開業時期の特定である。前述のとおり『ダイレクトリー』には，開業時期に関する情報は一切含まれていないため，社史などの二次文献および当時刊行された証券取引所年報（*Stock Exchange Official Year Book*）や各都市の商工人名録（commercial directories）の各年版などの史料（いずれも Guildhall Library, London 所蔵）から可能な限り各店の情報を収集した。なお，第2次大戦前の商工人名録の残存状況の制約により，[7] 作業対象をイングランドに設立された店舗（208社，328店）に限定し，スコットランド，ウェールズ，アイルランドの店舗は除外した。

ここでの問題点は，各店舗そのものの創業と百貨店ビジネスの開始時期が必ずしも一致しないケースが多く存在することである。すなわち，ほとんどの店舗は小規模な服地商や家具商として創

5) *Census of Distribution and Other Services 1950*, p.148.

6) Adburgham (1981), Moss and Turton (1989), Shaw (1992) による。以下の9社15店。Bainbridge & Co. (Newcastle-upon-Tyne), Muff Brown & Co. (Bradford), E. Dingle & Co. (Plymouth), James Howell & Co. (Cardiff), Jolly & Son (Bath, Bristol), Liberty & Co. (London), McDonalds (Glasgow, Harrogate), Maple & Co. (London, Bournemouth), Morley's Stores (Brixton), Peter Robinson (London 2店), Wylie & Lochhead (Glasgow).

7) イギリスの図書館・史料館における商工人名録の所蔵状況については，Shaw and Tipper (1997) を参照。

業し，徐々に事業規模と販売品目を拡大して，ある時点から百貨店ビジネスへ移行したと推定される。しかし，社史などに百貨店ビジネス開始時期が明記してある少数のケースを除くと，ほとんどの店舗の場合，服地商などから百貨店へ「いつ」移行したのかを正確に特定することは困難である。

この問題に対処するために，本稿では，各店舗（各社）が個人企業またはパートナーシップから有限（責任）会社（limited company）へ転換した時期を，百貨店ビジネスへの移行時期と仮定することにした。もちろん有限会社化がすべて百貨店化と一致するとは限らないが，有限会社化は多くの場合大規模な資金調達の必要性や社名（店名）の社会的認知などをおもな動機としており，ビジネスの規模と内容の変更と密接に関連すると考えられる。また，後述するように日本の百貨店において，呉服店から百貨店への転換を機に企業を株式会社化したケースが多く見られることも，この仮定をある程度支持するものといえる。そこで，証券取引所年報に有限会社化の年次が記載されている場合はそれを百貨店ビジネスの開始年として採用し，同年報に掲載されていない（すなわち証券市場に上場していない）店舗については，商工人名録の各年版を1930年代から1880年代まで遡り，店舗名の末尾に初めて‘Ltd.’（limited company の略号）がついた時期（すなわち有限会社化したと推定できるおおよその時期）を特定した。なお，社史などに百貨店ビジネスの開始時期に関する記述がある場合は，それをそのまま採用した。

このようにして，元になる資・史料の制約に起因する不十分さはあるものの，1939年時点にイギリス（イングランド）に存在した百貨店の設立地および設立時期に関するかなり網羅的なリストが出来上がった（表２）。

３．イギリスにおける百貨店の起源

イギリスにおける百貨店の起源については，２つの異なる見解が並立している。一方は，同国の百貨店の出発点を19世紀後半以降とするものであり，他方はそれよりも早い19世紀前半とする見解である。

第１の19世紀後半説は，元々はジェフェリーズ（J. B. Jefferys）によって主張されたものである。ジェフェリーズは，主著 *Retailing in Britain, 1850-1950* の中で「19世紀半ばのイギリスには，近代的な意味で定義される百貨店がひとつも存在しなかったことはきわめて確実なことである[8)]」と断言している。ここでの彼の百貨店の定義は，「１つ屋根の下に女性および子供向け衣料を含む４つ以上の独立した部門（departments）を有する大規模小売店[9)]」というものである。そして，同国における百貨店の成立期について，以下のように記述している。イギリスでは，1850年以降の25年間に百貨店が本格的に登場した。これらの店の多く――シュールブレッド（Shoolbred），ポンティ

8）　Jefferys（1953）p.19.
9）　Jefferys（1953）pp.325-6.

表 2　イングランド百貨店設立時期および設立地リスト

(設立時期)～1889

都市名	店数
Bath	1
Birmingham	2
Bradford	1
Cheltenham	1
Jersey	1
Liverpool	2
London	11
Manchester	2
Newcastle-upon-Tyne	1
Scarborough, Yorks.	1
Southampton	1
Total	24

1890～1899

都市名	店数
Aldershot	1
Bournemouth	4
Bristol	1
Brixton	1
Croydon	1
Eastbourne	1
Farnborough	1
Folkestone	1
Halifax	1
Hastings	1
Hereford	1
Leamington Spa	1
Leicester	1
Liverpool	4
London	15
Manchester	1
Newcastle-upon-Tyne	1
Norwich	1
Portsmouth (Southsea)	1
Reading	2
Sheffield	2
Southampton	1
Southport	1
Sunderland	2
Total	47

1900～1909

都市名	店数
Bath	1
Blackburn	1
Bournemouth	3
Bradford	1
Brighton	1
Bristol	1
Brixton	2
Bromley	1
Cambridge	1
Camden Town	1
Canterbury	1
Cheltenham	1
Cromer	1
Eastbourne	1
Enfield	1
Folkestone	1
Harrogate	1
Hull	1
Kingston-upon-Thames	1
Leamington Spa	1
London	10
Lowestoft	1
Margate	1
Middlesbrough	1
Newton Abbot	1
Norwich	1
Nottingham	1
Peckham	1
Plymouth	1
Portsmouth (Southsea)	2
Sheringham	1
Southampton	1
Stoke-on-Trent (Hanley)	1
Warrington	1
Weston-super-Mare	1
Total	48

1910～1919

都市名	店数
Birmingham	1
Blackpool	1
Bournemouth	2
Brighton	1
Bromley	2
Cliftonville	1
Croydon	2
Eastbourne	1
Gloucester	1
Gt. Yarmouth	1
Huddersfield	1
Hull	1
Lancaster	1
Leeds	3
London	4
Manchester	2
Peterborough	1
Portsmouth	2
Ramsgate	1
Sheffield	1
Stamford Hill	1
Swindon	1
Torquay	1
Tottenham	1
Weymouth	1
Windsor	1
York	1
Total	37

1920～1929

都市名	店数
Beckenham	1
Birmingham	1
Bishop Auckland	1
Bournemouth	1
Bradford	1
Brighton	3
Bristol	3
Cambridge	2
Chesterfield	1
Chester-le-street	1
Colchester	1
Consett	1
Crook	1
Croydon	3
Darlington	2
Derby	3
Durham	1
Ealing	1
Exeter	2
Folkestone	1
Grimsby	1
Harrogate	1
Harrow	1
Houghton-le-Spring	1
Ilford	1
Ipswich	2
Kettering	1
Leytonstone	1
Liverpool	1
London	10
Manchester	2
Middlesbrough	1
Newcastle-upon-Tyne	1
Nottingham	1
Reading	1
Seaham Harbour	1
Sheffield	1
South Shields	1
Southampton	1
Spennymoor	1
Stretham	1
Sunderland	1
Sutton	2
Tunbridge Wells	1
Watford	2
West Hartlepool	1
West Stanley	1
Weymouth	1
Whitehaven	1
Wingate	1
Wolverhampton	1
York	1
Total	76

1930～1939

都市名	店数
Ashington	1
Barnard Castle	1
Birmingham	2
Bishop Auckland	1
Blyth	1
Bournemouth	2
Bradford	2
Brighton	1
Bristol	1
Brixton	1
Carlisle	1
Cheltenham	1
Coventry	1
Derby	1
Doncaster	1
Ealing	1
Eastbourne	1
Eastleigh	1
Exeter	1
Exmouth	1
Gateshead	2
Gloucester	1
Gt. Yarmouth	1
Harrogate	2
Houghton le Spring	1
Hounslow	1
Ilkley	1
Leeds	2
Leicester	3
Leytonstone	1
Liverpool	2
London	5
Maidstone	1
Morpeth	1
Newcastle-upon-Tyne	2
North Shields	1
Nottingham	1
Nuneaton	1
Plymouth	2
Poole	1
Portsmouth	3
Preston	1
Rochester	1
Salisbury	1
Scarborough	1
Shrewsbury	1
Sidcup	1
Southampton	5
Southbourne	1
Southend-on-Sea	2
Southport	2
Stockton	2
Stoke-on-Trent	2
Stratford-upon-Avon	1
Sunderland	1
West Hartlepool	2
Weymouth	1
Wimbledon	1
Wood Green	1
Woodford	1
Woolwich	2
Workington	1
Worthing	1
Yarmouth	1
York	1
Total	92

不明

都市名	店数
Blyth	1
London	1
Manchester	1
Sheffield	1
Total	4

ング・ブラザーズ（Ponting Brothers），マーシャル&スネルグローブ（Marshall & Snelgrove）（以上ロンドン）やアンダーソン・ロイヤル・ポリテクニック（Anderson's Royal Polytechnic）（グラスゴー）など――は老舗の服地商や衣料品店から他の商品部門を追加して百貨店化した店であったが，これらの他に新しく開業し品揃えを拡張して急速に百貨店化した店――ホワイトレィ（Whiteley's），シビル・サービス・サプライ・アソシエーション（the Civil Service Supply Association），アーミー&ネイビー・コーポラティブ・ソサエティ（Army & Navy Co-operative Society）（いずれもロンドン）など――もあった。19世紀末から20世紀初頭にかけて，主要な店の精力的な広告キャンペーンや消費者の関心を引く販売方法によって，百貨店の評判は急速に高まった。そして，この発展期を締めくくったのが，1909年におけるセルフリッジ（Selfridge's）の巨大な店舗（オックスフォード・ストリート〔Oxford St., London〕）の出現であった[10]。このようにジェフェリーズは，19世紀後半から20世紀初頭にかけておもにロンドンに出現した広範な品揃えを有した大規模小売店をイギリスにおける百貨店の嚆矢とみなしたのである。

この見解は，以後，多くの研究者によって継承された[11]。ジェフェリーズは，どの店がイギリス最初の百貨店であるかは特定しなかったが，一般にはホワイトレィの名があげられることが多い[12]。同店は，1863年にウィリアム・ホワイトレィ（W. Whiteley）がロンドン西郊外のウェストボーン・グローヴ（Westbourne Grove）に服地店として開業したもので，開業当初から急速に販売品目増やして，72年には店名を Whiteley's the Draper から Whiteley's the Universal Provider へ変えて百貨店化したとされる[13]。ホワイトレィは，多様な商品を１つ屋根の下に集めて陳列する店舗というアイデアを，彼が見学した1851年のロンドン万国博覧会の展示方式から得たとされる[14]。このホワイトレィと食料品店から出発して1870～90年代に百貨店へ発展したハロッズ（Harrod's），それに前出のセルフリッジの３店が，第２次世界大戦前のイギリスを代表する百貨店とされた。

一方，第２の19世紀前半説は，アドバーガム（A. Adburgham），ランカスター（B. Lancaster）などが，ジェフェリーズらの説に対する反論として提唱したものである。彼らはイギリスの百貨店の登場は19世紀前半であり，具体的にはマンチェスター（Manchester）のケンダル・ミルン（Kendal Milne）やニューカッスル（Newcastle-upon-Tyne）のベインブリッジ（Bainbridge）などが，いずれも1830・40年代に正札（価格表示）販売，広範な販売品目，入店自由などの販売手法を取り入れて百貨店化したとしている[15]。ケンダル・ミルンは1820年ころ成立したマンチェスター・バザー（Manchester Bazaar）を引き継いだ店で，30年代から「全商品価格表示，値引き無し」のルールを

10）Jefferys（1953）p.20.
11）たとえば，Pasdermadjian（1954）p.6，鈴木（1980）69頁，前田（1995）11頁。
12）石坂他（1980）233頁，Porter（1994）p.201.
13）前田（1995）10頁。
14）Harrison（1975）pp.110-1.
15）Adburgham（1981）pp.137-40, Lancaster（1995）pp.7-11.

掲げていた。「バザー」とは，個人が建物を管理し，売場を多くの小売商人に賃貸する店舗形式である。[16] 一方，ベインブリッジは，1838年に毛織・リネン服地商として創業し，その後，販売品目を徐々に増やし41年には正札販売を開始している。

アドバーガムらの主張は，イギリスのみならず世界の百貨店成立史に関する通説にも見直しを迫るものであった。従来，世界史上最初の百貨店は，1852年にアリスティッド・ブシコー（A. Boucicaut）によって開業されたパリのボン・マルシェ（Au Bon Marche）であり，その後このボン・マルシェの革新的な商法がパリのルーブル（Louvre）やプランタン（Le Printemps）といったライバル店やヨーロッパ各国，アメリカへ伝播したとされてきた。[17] そしてこの通説は，ジェフェリーズらのイギリス百貨店19世紀後半起源説の根拠のひとつにもなっている。しかし，アドバーガムは，ブシコーが1850年代に導入したとされる経営・販売のイノベーション（広範な品揃え，正札販売，入店自由など）は，既にそれ以前にイギリスにおいて前述のケンダル・ミルンやベインブリッジによって実施されていたものばかりであると述べ，イギリスにおける百貨店ビジネスの先駆性を強調した。[18]

ジェフェリーズとアドバーガム，ランカスターは，イギリスにおける百貨店の成立期についてだけではなく，地理的な起源についても異なる見解を提示している。すなわち，ジェフェリーズはロンドンの大規模店を百貨店の嚆矢としているのに対して，アドバーガムらは北イングランドをイギリス百貨店の発祥の地とみなしている。

百貨店の流行創出・欲望喚起装置としての機能，すなわち「消費の殿堂」[19]としての百貨店という側面を重視するならば，イギリスの消費の中心地である首都・ロンドンを百貨店発祥地とするジェフェリーズらの見解は説得的である。また，通説で百貨店の出現においてパリがロンドンに先んじたとされたのも，パリが19世紀ヨーロッパの社交界の中心であり流行の発信源であったことが背景にあったといえそうである。第2次世界大戦前のイギリスには，Bon Marche という店名を名乗る店が少なくとも７店存在した。[20] このことは，当時のイギリス人の間でもパリおよびボン・マルシェがファッショナブルな百貨店の象徴として認識されていたことを表している。

しかし，百貨店の小売技術上のイノベーションとしての側面を重視するならば，アドバーガムらの見解も妥当性をもつといえる。イングランド中・北部（およびスコットランド）の工業地帯では，19世紀中・後期に消費協同組合（consumer co-operatives）やチェーン・ストア（multiple stores）な

16） Shaw（1992）p.138.
17） Pasdermadjian（1954）pp.3-4.
18） Adburgham（1981）p.137.
19） Crossick（1999）
20） 設立地は，ブリクストン（Brixton），グロスター（Gloucester），ハウンズロー（Hounslow），リバプール（Liverpool），プール（Poole），サウスポート（Southport），ウェイマス（Weymouth）の７都市（『ダイレクトリー』による）。これらの店は，いずれもパリのボン・マルシェとは資本・経営の上で何らの関係も持たない。

どの革新的小売業が相次いで出現した。[21] これらの新業態は，いずれも商品の流通と販売を合理化し，相対的に安い販売価格を実現した。アドバーガムらは，イギリスの百貨店がこのような小売業のイノベーション競争の中から生み出された自生的・内発的な新業態であるととらえたのである。

両者の見解の相違は，百貨店のどの側面を強調するかの違い（流行創出か小売技術の革新か）を反映しており，どちらか一方が正しいと判定を下すことは難しい。ただし，アドバーガムらの見解は，百貨店の業態イメージを都市の大型流行品店という従来の通念よりも広く捉えたものであるといえよう。

4．百貨店の分布と発展パターン

図2および表3，表4は，『ダイレクトリー』および前掲の表2（イングランド百貨店設立時期および設立地リスト）から作成したものである（図2のみイングランドに加えてスコットランドとウェールズのデータも含めてある）。これらの図表からイングランドにおける百貨店の地理的普及パターンに関して，以下のようなファインディングスを指摘することができる。

第1に，都市別の百貨店設立数（図2，表3）において，ロンドンが突出している。1939年時点の店舗数において，ロンドンは56店で，第2位のボーンマス（Bournemouth）（12店）以下を大きく引き離して首位に立っている。この点は，百貨店発達史をロンドンを中心として見るジェフェリーズらの視点の妥当性をある程度裏付けるものといえよう。

しかし，第2に，時期別の百貨店設立数（表4）を見ると，ロンドンにおける百貨店の新設は20世紀に入るとペースが落ち，それに替わってロンドン近郊の都市，たとえばクロイドン（Croydon），ブリクストン（Brixton），ブロムリィ（Bromley），ウーリッジ（Woolwich）などで百貨店設立数が増加している。

これは，首都の人口の郊外化を反映した現象であった。表5Aから明らかなように，20世紀初頭を境にロンドン市（LCC）の人口は減少に転じ，その一方で郊外を含む大ロンドン（Greater London）の人口が増加している。

第3に，ロンドンおよびその近郊以外では，海浜・温泉リゾートとイングランド中・北部の鉱工業都市において，比較的早い時期（19世紀）から百貨店が設立されていた（表4）。リゾートの百貨店としては，[22] 海浜リゾートではボーンマスのビール（J. E. Beale，1881年創業），イーストボーン（Eastbourne）のプラマー・ロディス（Plummer Roddis，1887年創業，1896年有限会社化），温泉リゾートではバース（Bath）のジェイムズ・コルマー（James Colmer，1880年代創業・有限会社化），チェルトナム（Cheltenham）のカベンディッシュ・ハウス（Cavendish House，1823年創業，1888年有

21）Benson and Shaw eds.（1992）.
22）以下，百貨店の社（店）名および設立地は『ダイレクトリー』による。

図2　イギリス百貨店設立地（1939年）

（注）『ダイレクトリー』より作成

表 3　都市別百貨店設立数（1939年まで）

都市名		都市類型	百貨店数	うち本店
ロンドン	London	首都	56	50
ボーンマス	Bournemouth	海浜リゾート	12	5
リバプール	Liverpool	港湾都市	9	7
サウザンプトン	Southampton	港湾都市	9	4
ポーツマス	Portsmouth	海浜リゾート	8	6
マンチェスター	Manchester	工業都市	7	5
クロイドン	Croydon	首都近郊	6	5
バーミンガム	Birmingham	工業都市	6	4
ブライトン	Brighton	海浜リゾート	6	3
ブリストル	Bristol	港湾都市	6	1
リーズ	Leeds	工業都市	5	4
ニューカッスル	Newcastle	工業都市	5	3
ブリクストン	Brixton	首都近郊	4	4
レスター	Leicester	工業都市	4	4
シェフィールド	Sheffield	工業都市	4	3
サンダーランド	Sunderland	工業都市	4	3
ダービー	Derby	工業都市	4	2
イーストボーン	Eastbourne	海浜リゾート	4	2
ハロゲイト	Harrogate	温泉リゾート	4	1
小計			163	116
総計			328	208

（注）　表 2 より作成。
都市類型は，英国センサス（1911年）などを参考にした。

表 4　設立時期・都市類型別の百貨店設立数

設立時期	～1899		1900～19		1920～39		不明		合計
都市類型	都市数	店舗数	都市数	店舗数	都市数	店舗数	都市数	店舗数	店舗数
London	1	26	1	14	1	15	1	1	56
London 近郊	2	2	9	13	15	21			36
リゾート都市	10	13	20	29	18	30			72
鉱工業都市	9	15	11	14	42	65	3	3	97
港湾都市	3	9	4	5	6	17			31
その他	5	6	12	10	14	20			36
計	30	71	57	85	96	168	4	4	328

（注）表 2 より作成。

表5A　イギリス（イングランド）都市人口トップ10の推移（単位：1,000人）

	1891		1901		1911		1921		1931		1951	
1	大ロンドン	5,638	大ロンドン	6,586	大ロンドン	7,256	大ロンドン	7,488	大ロンドン	8,216	大ロンドン	8,348
	LCC	4,228	LCC	4,536	LCC	4,522	LCC	4,485	LCC	4,397	LCC	3,348
2	リヴァプール	518	リヴァプール	685	バーミンガム	840	バーミンガム	919	バーミンガム	1,003	バーミンガム	1,113
3	マンチェスター	505	マンチェスター	544	リヴァプール	746	リヴァプール	803	リヴァプール	856	リヴァプール	789
4	バーミンガム	478	バーミンガム	522	マンチェスター	714	マンチェスター	730	マンチェスター	766	マンチェスター	703
5	リーズ	368	リーズ	429	シェフィールド	465	シェフィールド	491	シェフィールド	512	シェフィールド	513
6	シェフィールド	324	シェフィールド	381	リーズ	446	リーズ	458	リーズ	483	リーズ	505
7	ブリストル	222	ブリストル	329	ブリストル	357	ブリストル	377	ブリストル	397	ブリストル	443
8	ブラッドフォード	216	ブラッドフォード	280	ブラッドフォード	288	ハル	287	ハル	314	ノッティンガム	306
9	ノッティンガム	214	ノッティンガム	240	ハル	278	ブラッドフォード	286	ブラッドフォード	298	ハル	299
10	ハル	200	ハル	240	ニューカッスル	267	ニューカッスル	275	ニューカッスル	283	ブラッドフォード	292
小計		7,273		8,186		8,923		9,111		9,309		8,311
全人口		29,086		32,612		36,136		37,932		39,988		43,815

（出所）　Miitchell（1988）pp.26-9, Table 7.

表5B　日本都市人口トップ10の推移（単位：1,000人）

	1889		1903		1913		1920		1930		1950	
1	東京	1,127	東京	1,608	東京	2,310	東京	2,942	東京	4,987	東京	5,385
2	大阪	526	大阪	800	大阪	951	大阪	1,253	大阪	2,454	大阪	1,956
3	京都	298	京都	393	京都	451	神戸	609	名古屋	907	京都	1,106
4	名古屋	148	横浜	250	神戸	397	京都	591	神戸	788	名古屋	1,031
5	神戸	141	神戸	266	横浜	334	名古屋	430	京都	765	横浜	951
6	横浜	133	名古屋	246	名古屋	298	横浜	423	横浜	620	神戸	765
7	金沢	93	長崎	136	長崎	161	長崎	177	広島	270	福岡	393
8	仙台	90	広島	106	広島	146	広島	161	八幡	261	仙台	342
9	広島	78	仙台	100	呉	135	函館	145	呉	238	川崎	319
10	福岡	58	金沢	99	金沢	129	呉	130	福岡	228	札幌	314
小計		2,692		4,004		5,312		6,861		11,518		12,562
全国比		6.3		8.8		10.4		12.3		17.9		15.1

（出所）　梅村他（1983）302-5頁，第28表。

限会社化）などがあった。一方，鉱工業都市の百貨店は，既出のケンダル・ミルン（マンチェスター），ベインブリッジ（ニューカッスル）の他に，ニューカッスルのフェニック（Fenwick，1882年創業，1897年有限会社化），サンダーランド（Sunderland）のビンズ（Binns，1811年創業，1897年有限会社化），マンチェスターのルイス（Lewis's，1880年創業，1909年有限会社化）などがあげられる。また，リバプール（Liverpool），ブリストル（Bristol）などの港湾都市にも，比較的多くの百貨店が設立されていたが，これらの都市も工業都市的な性格が強かった。

これらのリゾート都市および鉱工業・港湾都市は，いずれも産業革命以降に勃興したいわゆる「ニュータウン」であった。たとえば，代表的な海浜リゾートのブライトン（Brighton）は，1801年には人口わずか7,000人だったが，1851年には6万5,000人余りへと50年間に10倍近く急増し，この期間の個別都市の人口増加率で全国最高を記録した。[23] また，工業都市のマンチェスターとバーミンガムの人口も，1801年に7万5千人と7万1千人だったのが，1851年にはそれぞれ30万3千人と

23）　角山・川北（2001）271頁。

23万３千人になっている。[24]

リゾート都市，鉱工業都市の双方とも，20世紀に入って以降も百貨店の設立数は増加し，特に鉱工業都市では戦間期（1920・30年代）に著増している。

第４に，第１次世界大戦中および戦間期において，いくつかの百貨店による支店の開設および他店に対する合併・買収戦略が活発化した。たとえば，ハロッズは1914年にディッキンズ＆ジョーンズ（Dickins & Jones, London），1919年にケンダル・ミルン，1920年にスワン＆エドガー（Swan & Edger, London），1928年に D. H. エバンス（D. H. Evans, London）をそれぞれ買収した（スワン＆エドガーは27年に売却）。また，セルフリッジも1920年代にロンドン近郊および地方都市の店舗を次々と買収し，それらを一元管理するために1926年にセルフリッジ・プロヴィンシャル・ストア社（Selfridge Provincial Store Ltd.）を創設した。

この結果いくつかの百貨店チェーンもしくは百貨店グループが形成された。このようなグループとして，上述のセルフリッジ（15店）の他，デベナムズ（Debenhams）（75店），ジョン・ブランデル（John Blundell）（９店），ルイス（８店），ドガーツ（Doggarts）（14店），ビンズ（10店）などがあった。[25] セルフリッジとデベナムズは，イングランドのほぼ全域に店舗を展開したが，ルイス，ドガーツ，ビンズの３社は，イングランド中・北部の工業地帯の比較的狭い地域に集中的に店舗を持ついわばローカル・グループであった。また，セルフリッジとデベナムズは，買収した店を同一の店名で統一せず，買収前の個々の店名をそのまま残した。これは，両社が各地方における老舗店の知名度を利用する戦略をとったためと思われる。

５．百貨店の顧客層

上述のとおり，イギリスの百貨店は，その立地によって①ロンドンおよび近郊，②海浜・温泉リゾート，③鉱工業および港湾都市という３つのカテゴリーに分類することができる。このような立地都市の性格の違いは，百貨店の顧客ターゲットの違いにあらわれた。

まず，ロンドンの百貨店の多くは，基本的に新興の中流階級（ホワイト・カラーや専門職）の主婦たちを主なターゲットとしていた。[26] 彼女たちは，自分よりもワン・ランク上の生活スタイルにあこがれ，自身を上品に見せ，あるいは体面を保つために衣服や装身具を競争的に消費した。そのためのアイテムを供給したのが百貨店であった。彼女たちの消費の欲望にとって夫の収入は必ずしも十分とはいえなかったため，彼女たちは価格には敏感であった。そのため，百貨店は顧客に向けて「低価格」を強力にアピールした。低価格を実現するために採られた政策は，低マージン・高回転

24）Mitchell（1988）pp.26-9, Table 7.
25）『ダイレクトリー』および Corina（1978）, Briggs（1956）による。
26）フレイザー（1993）159頁，新井（2001）67-71頁。

（いわゆる薄利多売）であった。

しかし，19世紀末から第１次世界大戦にかけての時期に，百貨店は価格政策を変えた。ライバル店および消費組合やチェーン・ストアとの価格競争は行き詰まり，百貨店は徐々に低価格よりも大店舗でのショッピングの魅力や快適さに力点を置くようになった。[27] 競争の焦点は価格からサービスへシフトしたのである。これは，まさにマクネア（M. P. McNair）の「小売の輪」モデルが示したプロセスである。[28]

次にリゾート地の百貨店は，当初は主に夏季にこれらの土地に滞在する上流階級を顧客とした。19世紀のイギリスでは，夏の２～４週間を「水辺」（water places）すなわち内陸の温泉・鉱泉場と海岸の海水浴場で過ごすライフ・スタイルが出現した。世紀の前半には，このような習慣は富裕な上流階級だけのものであり，夏のリゾートは彼らの社交の中心地になった。その結果，これらの都市にいくつかの百貨店が（シーズン中だけ？）開設され，彼らの需要に応じたのである。[29]

しかし，19世紀中ごろになって，リゾートとそこにおける百貨店の性格は変り始めた。このころからリゾートへの滞在の習慣は，中流階級へ，さらに世紀末から第１次大戦ごろ（1910年代）になると労働者階級の一部（上層）へと広がっていった。リゾートの大衆化が始まったのである。[30] 20世紀前半のリゾートにおける百貨店設立数の増加（表４）は，このような現象を反映したものであった。これらの新しく登場した百貨店の中には，ボビー（Bobby & Co.）やエドウィン・ジョーンズ（Edwin Jones & Co.）のようにリゾートを中心に多店舗展開する百貨店チェーンも登場した。[31] このようなリゾート百貨店の大衆化は，上述のロンドンの百貨店とは逆方向の発展パターンを示すものである。

他方，中・北部の鉱工業都市の百貨店は，鉱山・工場労働者家族を主要な対象としていたと考えられる。[32] そのような百貨店のひとつの例として，ドガーツがあげられる。[33] ドガーツは，1896年にA. R. ドガート（A. R. Doggart）によってダラム州の鉱業都市ビショップ・オークランド（Bishop Auckland）で創業した。その後，ビジネスは順調に成長し，1930年代には近隣の鉱工業都市に支店網（14店）を築き上げた。ドガーツの顧客は，地域の労働者階級の大部分および一部の中流階級であった。そして，注目すべきことは，同店が「クラブ・システム」（club trading system）と呼ばれるクレジット分割販売を導入して，それによって業績を急伸させていたことである。このシステムは，給料日までの間，家計のやり繰りに苦労しなければならない労働者階級の主婦たちに好評を

27） Jefferys（1954）p.20.
28） McNair（1958）.
29） フレイザー（1993）157頁，Shaw（1992）p.243.
30） 荒井（1989）121-3頁，角山・川北編（2001）292-7頁。
31） 『ダイレクトリー』による。
32） フレイザー（1993）160頁。
33） 以下，ドカーツについての記述は，*The Store*, Feb. 1938 の記事による。

博し，クラブ会員の数は数千人にまで達した。しかし本来，百貨店は現金販売をその近代性の証としていたことを考えると，ドガーツ（および鉱工業都市の同様の百貨店）は，従来の百貨店の通念からははみ出すものといえるかもしれない。

6．日本における百貨店の起源と発展パターン：イギリスとの比較

(1) 百貨店の起源

日本における百貨店の起源に関して，先行研究によって指摘されていることの要点は以下のとおりである。

①日本の百貨店は，1904（明治37）年の三越呉服店（現・三越）の「デパートメントストア宣言」を出発点とする。明治維新以後，経営不振に陥っていた合名会社三井呉服店（前身は1673年創業の越後屋）が，この年の末に株式会社三越呉服店へ改組した際に，「当店販売の商品は今後一層其種類を増加し凡そ衣服装飾に関する品目は一棟の下にて御用弁相成候様設備致し結局米国に行はるゝデパートメント，ストーアの一部を実現可致候事」という新営業方針を発表した。以後，他の有力な呉服店もこれに追随した。[34)]

②日本の百貨店は，欧米先進国の百貨店から経営知識・手法を移入することによって成立した。各店の首脳は，欧米の百貨店を視察し，それらのノウハウを積極的に導入・模倣しようとした。[35)]

各呉服店が百貨店への移行とほぼ同時期に企業形態を株式会社に転換していることも注目に値する。株式会社は，明治以降に欧米から入ってきた「輸入知識・制度」であり，株式会社の称号は近代企業を示す記号であった。

③一方，日本における百貨店の自生的・内発的な成立を強調する見解も存在する。[36)]その根拠として，越後屋（三越の前身）などの一部の呉服店が徳川期（17･18世紀）から正札･現金販売を導入していたこと，三越の「デパートメントストア宣言」よりも早い19世紀末に有力呉服店の間で百貨店化（高層店舗への改築，陳列販売の導入など）をめぐる先陣争いが既に始まっていたこと，などがあげられている。

④日本の百貨店には，二つの系譜があった。一つは老舗呉服店から転換したもの（三越，白木屋，高島屋，松坂屋，松屋など），もう一つは第１次世界大戦後（1920・30年代）に電鉄会社によって創設された「ターミナル・デパート」（阪急，東横［現・東急］など）である。

34）　小山・外川（1992）25頁。

35）　たとえば，三越の専務・日比翁助は1906（明治39）年４月から11月にかけて欧米各都市の百貨店を視察し，特にロンドンのハロッズの組織および営業方針に感嘆し，これらを三越の経営に応用しようと決心したという。星野（1951）110-2頁。

36）　鈴木（1980）71-6頁，小山・外川（1992）27-9頁。

⑤日本の百貨店の起源として，勧工場の名をあげる研究者もある[37]。勧工場とは，1880・90年代に隆盛したテナント式の集合商業施設で，多様な販売品目，正札・陳列販売を特徴としたため，百貨店の前身とされた。また，勧工場の嚆矢（東京･辰ノ口の第１勧工場，1878年開設）が第１回内国勧業博覧会（1877年）と結びついていたため，博覧会―勧工場―百貨店という系譜を指摘する研究者も多い[38]。

このような日本の百貨店の起源に関する諸特徴と，第３節で見たイギリス百貨店史の特徴を比較すると，次のようなことがいえる。

第１に，共通点として，両国の百貨店とも，服地・衣類商とバザーまたは博覧会を起源・前身としてもつということがあげられる。イギリスの百貨店は，ハロッズなどの少数の例外を除いてほとんどが服地商（draper）や婦人衣料商として創業しているし，日本の初期の百貨店はすべて呉服店からの転換であった。また，イギリスの百貨店のうちケンダル・ミルンやシュールブレッドなどはバザーを前身としていたが，前述のとおり日本における百貨店の起源のひとつとされる勧工場はバザーと類似した商業施設であった。

服地・衣類商という起源は，衣服の記号としての機能と関係していると考えられる。すなわち，衣服には身体を保護するモノとしての機能の他に，着る人の社会的地位や経済力を表徴したり，他人との差異を示したりする記号としての機能がある[39]。百貨店を生んだ近代消費社会とは，人々が生命の維持や生理的欲求の満足のためだけにモノを消費するのではなく，他人に対して自分の存在を示しメッセージを送るために消費を行なう社会である。百貨店での買い物は，生活の必要のためではなく，他人に対して体面を保ち，見栄を張るためのものだった。そのような消費の目的にとって，最も適合するのが衣服であったのである。イギリスの百貨店の前身には，服地商の他に，家具商，履物商なども見られたが，これらの商品も衣服と同様に記号としての機能を発揮しやすいという性質があった。

バザーという起源に関しては，商品を「見せる」技術との関係が深いといえよう。百貨店は，従来の商店のように消費者に商品を押し付けて買わせようとするのではなく，商品を積極的に見せて消費の欲望を呼び起こして，それによって利益をあげる点に特徴があった。そのためには商品をできるだけ魅力的に「見せる」ことが必要だった。バザーは以前から商品を陳列して販売する商法をとっており，商品を「見せる」ことに関しては先駆的な小売業態だった。また日本の勧工場は勧業博覧会と直接的なつながりを持ち，モノを展示するノウハウを博覧会から引き継いでいた。

第２に，百貨店の成立期に関しては，英日の両国とも従来の通説に対して反論が提起されており，単純に比較することは難しい。しかし，いずれの説をとっても（日本の百貨店の成立を越後屋の「現

37） 徳島（1993），高山（2003）。
38） 吉見（1992年）。
39） 北山（1991）280頁。

銀掛け値なし」の導入時［17世紀］とする説をとれば話は別だが），百貨店の成立において日本がイギリスより後発（30～70年：両国の設立期のとりかたによって幅がある）であったということはできる。これは，イギリスが「最初の工業国家」[40]であったのに対して，日本が後発工業国であったという事実からいって，当然といえるかもしれない。しかし，両国の工業化のタイム・ラグ（約100年）から考えると，日本では工業化の比較的早い時期に百貨店が成立したといえそうである。

第３に，電鉄会社が創設した百貨店（ターミナル・デパート）という起源は，日本にのみ見られるものであった。なぜイギリスではこのような形態の百貨店が生まれなかったのかについては，現在までのところ説得的な理由は示されていない。両国の鉄道会社の所有形態の違い（日本では1920年代に私鉄企業が勃興したが，イギリスでは1921年に４大鉄道グループに統合された），鉄道駅と都市構造の関係などに関する比較研究が必要であろう。

(2) 分布と発展パターン

日本における初期の百貨店の地理的発展パターンについては，すでに平野（1999）で明らかにした（図３）。ここでは，第４節で述べたイギリス百貨店の発展パターンとの比較から明らかになる日本の特徴を指摘する。

第１に，イギリスでは都市別店舗数においてロンドンおよびその近郊への一極集中が見られたが，日本においては，東京と大阪（あるいは関東圏と関西圏）の二極的発展が観察できる。図３に示された1939年までの都市別百貨店数で，東京18に対して大阪13，また関東（東京，千葉，横浜，横須賀）23に対して関西（大阪，京都，神戸，和歌山）25となっており，一方が他方を圧倒するという状況は見られない。この背景要因として，都市人口の分布において日本はイギリスほど首都集中の度合いが大きくなかったこと（表5A・B），明治以前に経済先進地域だった関西が1930年代まである程度その勢力を保って関東と均衡していたことなどが考えられる。

第２に，日本ではイギリスで見られたような海浜・温泉リゾート地域での百貨店の発展は全く見られなかった。この理由は，英日の余暇行動の様式の違いにあると推測できる。日本では，今日に至るまで長期休暇をリゾートで過ごすといった慣習は一般化していない。ましてや第２次世界大戦以前には，そのような生活様式は上流階級のごく一部だけのものであった。また，上流階級の中でも，たとえ別荘地に長期滞在をしたとしても，そこでショッピングを楽しんだり，社交を繰り広げたりするという慣習が一般的であったとは考えにくい。

第３に，鉱工業都市における百貨店の設立についても，日本はイギリスほど活発ではなかった。大阪を一応工業都市と見なすことはできるとしても，たとえば北九州や大牟田などに百貨店ができるのはようやく1930年代になってからのことであり，太平洋岸の工業地帯などへの設立数も少な

40）Mathias（1983）.

図3　日本百貨店設立分布

（出所）　平野（1999）93頁。
（資料）　1934年以前：百貨店事業研究会編『百貨店の実相』（東洋経済新報社，1935年）9～17頁。1935～39年：日本百貨店商業組合『調査彙報』各号。
（注）　売り場面積500坪以上または株式会社組織のものに限る。
各店の設立時期は，最初から株式会社として設立された店の場合は創立年，呉服屋等から転換した店の場合は株式会社化した年とした。

かった。これは，後述する英日における労働者階級の成長の差が関係しているものと思われる。

第4に，日本ではイギリスに見られたような百貨店のチェーン化・グループ化は，第2次世界大戦までは限定的にしか進まなかった。1920・30年代において，大手百貨店のいくつかは，本店が所在する都市（東京，大阪，名古屋）の内部および主要な地方都市に支店を開設したが[41]，支店数は三越の11店（植民地の2店を含む）が最大で，他は小規模な支店展開にとどまった。この背景には，戦前の日本においては百貨店以外の近代的小売業，特にチェーン・ストアがほとんど発達しなかったためイギリスで起きたような業態間の激しい競争があまり見られなかったこと，および日本の一般的ビジネス・カルチャーとして企業買収をどちらかというと否定的に見る傾向があったこと，な

41）　平野（1999）90-1頁。

どが考えられる。

(3) 顧客層

一般に日本の百貨店は，その成立期（19世紀末～1920年ころ）において，上流階級，高額所得層を顧客の主な対象とし，せいぜい中流階級の上層部までを視野におさめていたとされる[42]。これは，百貨店がその前身の呉服店以来の得意客を継承した結果であった。たとえば，白木屋は旧大名家などの華族を，三越は商工業の資産階級や旧京都の公卿出身の華族を顧客とし，高島屋は宮内省関係の宮家の御用を，松坂屋は各宗派の僧衣，神官の装束をそれぞれ請け負っていたという[43]。各店の広告においても，低価格をアピールするものはほとんど見られなかった。

それが第１次世界大戦後になって，百貨店各社は顧客ターゲットを下方に拡大する「大衆化」戦略をとるようになった[44]。あらたに日用品，雑貨や食料品を販売品目に加え，安売りセール（バーゲン）が始められたのもこのころからである。ターゲットとなったのは，都市のホワイトカラーや労働者の上層のいわゆる「新中間層」であった。各店とも新聞や折り込みチラシなどによる広告・宣伝活動を強化し，低価格を積極的にアピールするようになった。

百貨店の顧客政策の変遷に関して，イギリスと日本を比べると，日本の動向は創業期の上流階級志向から後にトレーディング・ダウン（大衆化）したという点で，イギリスのリゾート百貨店と類似しているということができる。従来，百貨店の大衆化は，日本に特有な現象と見られてきたが[45]，イギリス百貨店の顧客層・顧客政策の多様性という事実の発見によって，この通説は修正を要するといえよう。

中流階級および労働者階級（の上層）が百貨店の顧客ターゲットにされるようになった時期は，日本では1920年代以降であり，この点では，イギリスと比較して半世紀あるいはそれ以上の時間的ズレがあった。また，戦前期の日本には，労働者を主要なターゲットにした百貨店は，おそらく存在しなかった。これらのことは，両国の社会階層の構造，各階層の所得水準・購買力およびそれらの変動における相違を反映したものだと推測できる。戦前の日本では，労働者の大部分が娯楽的消費を享受できる所得水準にまでは達していなかったのではないか。

以上に述べてきたイギリスと日本の百貨店の類似点，相違点を生じさせた歴史的・社会的要因の多くは，未だ推論の段階にあり，これらの諸要因についてさらに実証的に解明していくことが，今後の課題である。

---

42)　鈴木（1980）87頁。
43)　塚本（1950）39-40頁。
44)　小山・外川（1992）31頁。
45)　鈴木（1980）87頁。

引用・参考文献

Adburgham, A. (1981), *Shops and Shopping 1800-1914*, London: George Allen and Unwin, Second edition.

Benson, J. and Shaw, G. (eds.) (1992), *The Evolution of Retail Systems, c1800-1914*, Leicester University Press. 前田重朗他訳（1996）『小売システムの歴史的発展—1800年～1914年のイギリス，ドイツ，カナダにおける小売業のダイナミズム—』中央大学出版部。

Briggs, A. (1956), *Friends of the People: The Centenary History of Lewis's*, London: Batsford.

Corina, M. (1978), *Fine Silk and Oak Counters: Debenhams 1778-1978*, London: Hutchinson Benham.

Crossick, J. and Jaumain, S. (eds.) (1999), *Cathedrals of Consumption: The European Department Store, 1850-1939*, Aldershot: Ashgate.

Dawson, J. A. (1982), *Commercial Distribution in Europe*, London: Croom Helm. 前田重朗監訳（1984）『変貌するヨーロッパの流通—脱工業化社会とマーケティング革命—』中央大学出版部。

Harrison, M. (1975), *People and Shopping: A Social Background*, London: Ernest Benn; Totowa, N.J.: Rowman and Littlefield. 工藤政司訳（1990）『買い物の社会史』法政大学出版局。

Jefferys, J. B. (1954), *Retail Trading in Britain, 1850-1950*, Cambridge University Press.

Lancaster, B. (1995), *The Department Store: A Social History*, Leicester University Press.

McNair, M. P. (1958), "Significant Trends and Developments in the Post-War Period", in Smith, A. B. (ed.) *Competitive Distribution in Free High Level Economy and its Implications for the University*, University of Pittsburgh Press.

Mathias, P. (1983), *The First Industrial Nation: A Economic History of Britain 1700-1914*, London and New York: Routledge, Second edition. 小松芳喬監訳（1988）『最初の工業国家』日本評論社。

Mitchell, B. R. (1988), *British Historical Statistics*, Cambridge University Press. 犬井正監訳・中村壽男訳（1995）『イギリス歴史統計』原書房。

Moss, M. and Turton, A. (1989), *A Legend of Retailing: House of Fraser*, London: Weidenfeld and Nicolson.

Pasdermadjian, H. (1954), *The Department Store: Its Origins, Evolution and Economics*, London: Newman.

Porter, R. (1994), *London: A Social History*, London: Hamish Hamilton.

Shaw, G. (1992), "The Evolution and Impact of Large-scale Retailing in Britain" in Benson and Shaw eds. (1992) pp.233-63.

Shaw, G. and Tipper, A. (1997), *British Directories: A Bibliography and Guide to Directories published in England and Wales, 1850-1950, Scotland, 1773-1950*, London: Mansell, Second edition.

荒井政治（1989）『レジャーの社会経済史—イギリスの経験—』東洋経済新報社。

新井潤美（2001）『階級にとりつかれた人々—英国ミドル・クラスの生活と意見—』中央公論社（中公新書）。

フレイザー・W・H（徳島達朗他訳）（1993）『イギリス大衆消費市場の到来：1850－1914年』梓出版社。
Fraser, W.H. (1981), *The Coming of the Mass Market, 1850-1914*, London: Macmillan.

初田亨（1999）『百貨店の誕生』筑摩書房（ちくま学芸文庫）。

平野隆（1999）「百貨店の地方進出と中小商店」（山本武利・西沢保編『百貨店の文化史—日本の消費革命—』世界思想社，88-108頁）。

星野小次郎（1951）『三越創始者・日比翁助』創文社。

石坂昭雄（他）（1980）『商業史』有斐閣。

北山晴一（1991）『おしゃれの社会史』朝日新聞社。
小山周三・外川洋子（1992）『デパート・スーパー』（産業の昭和社会史７）日本経済評論社。
前田重朗（1995）「百貨店の成立をめぐる諸問題―比較史的考察・問題提議―」『市場史研究』第15号，3-12頁。
斎藤修（1997）『比較史の遠近法』NTT 出版。
鈴木安昭（1980）『昭和初期の小売商問題』日本経済新聞社。
高山英司（1993）「日本小売業史における勧工場の位置付けの再検討」『慶應商学論集』第16巻第１号，69-88頁。
田島義博・宮下正房編（1985）『流通の国際比較』有斐閣。
塚本鉢三郎（1950）『百貨店思出話』同刊行会。
角山榮・川北稔編（2001）『路地裏の大英帝国』平凡社（平凡社ライブラリー）。
徳島達朗（1993）「イギリス百貨店成立史研究の動向―バザーBazaar とモンスター・ショップ Monster Shop を中心に―」『長崎県立大学論集』第26巻第４号，143-55頁。
梅村又次他（1983）『地域経済統計』（長期経済統計13）東洋経済新報社。
吉見俊哉（1992）『博覧会の政治学―まなざしの近代―』中央公論社（中公新書）。

Census of Distribution and Other Services 1950, Her Majesty's Stationery Office, 1953.
Department, Chain, Co-operative Store Annual Directory, Who's Who, Buyer's Guide, Retail Survey, Store Management Ltd., 1939.
The Store.