

戦後日本における小売業の構造変化

長崎県立大学 建野 堅 誠

1. はじめに

第2次世界大戦後のわが国は、1945年から54年の経済復興期を経て、55年から70年代前半まで、かつて経験したことのない高度経済成長を達成し、70年代後半以降、バブル経済期を除いてその成長率は低下したものの、いまや物質的には世界最高水準の豊かさを享受できる国となった。

このような日本経済の発展過程を背景に、わが国の商業も戦後、変貌を遂げることになった。いま、この変遷の過程を大別すると、概ね第1期(1945年～52年頃)、第2期(1953年頃～61年頃)、第3期(1962年頃～73年頃)、第4期(1974年頃～82年頃)、第5期(1983年頃～)に区別しうる。

本報告では、第2次世界大戦後のわが国における商業の構造変化について、上記の時代区分にしたがって、主として『商業統計表』に依拠して概観し、そこにみられる諸特徴を明らかにしてみた。なお、分析は、小売業に焦点をあてて行うことにする。

2. 小売業の構造変化

わが国の小売業は、百貨店が登場した今世紀初頭(明治末葉)から1960年代後半に至るまで、ごく小数の百貨店と無数の中小・零細小売商との極端な二重構造が継続してきた結果、他の経済発展

国にはみられない生業性、零細性、過多性、低生産性といった構造的特質を有していた。しかし、1950年代前半にいわゆるスーパーが登場し、それが短期間のうちに急成長してわが国の小売商業界の一角を占めるに至り、わが国の小売業にも構造的な変化がみられるようになった。以下、この状況を先に示した時代区分にしたがって概観することにする。

(1) 第1期(戦後の混乱のなかの小売業)

戦後、わが国の小売商業界に明るさが戻り、それが回復の兆しをみせはじめたのは、1950～51年頃のことであったが、1952年には、第一回目の商業統計調査が実施されることになった。

その調査結果によると、わが国の小売商店数(飲食店を除く、以下同じ)は、総数で107万9726店であり、従業者数は230万9699人、年間販売額(ただし、8月の月間売上額を12倍にしたもの)は1兆7485億円であった。そして、その内訳は、経営組織別には個人商店が大半(92.7%)を占め、法人商店はわずか7.3%を占めるにすぎなかった。従業者規模別には1～4人の零細層が95.3%を占め、50人以上の大規模層はわずか524店(0.04%)にとどまっていた。人口に対する商店数の割合、つまり店舗密度は、人口千人あたり12.6店であった。また、販売効率は、生業店・零細店が多いことを反映して、店舗効率(1店あたり販売額)・人的効

率（従業者1人あたり販売額）ともかなり低水準となっている。

以上のことから、1952年段階におけるわが国の小売業は、生業性、零細性、過多性、低生産性などの特徴を有していることが明らかとなる。

(2) 第2期（百貨店時代の小売業）

1955年から61年にかけては、わが国経済の高度成長に伴い、生産・消費が目ざましい上昇率を示し、これらの両部門の刺激を受けて、小売商業界もますます活発な動きを示すとともに複雑な様相を呈するようになった時期である。『商業統計表』によってその実態（1954～60年）をみると、わが国の小売商店数は、1954年の段階で118万9045店であった。それが、漸次増加して、60年には128万8292店を数えるに至った。1954年から60年までの6年間に実数で約10万店、率で8.1%増加したことになる。

これをもう少し立ち入ってみると、経営組織別には、法人商店が個人商店の伸びを上回り、従業者規模別には、すべての規模層で商店数が増加しているが、その傾向としては概ね規模に比例して増加率が高くなっている。また、店舗密度（1960年）は人口千人あたり13.8店と52年当時に比べて上昇している。

しかし、1960年の段階においても、経営組織別には個人商店の割合（全商店数の89.8%）が圧倒的に高く、従業者規模別には1～4人の零細層が90.2%を占めており、また、店舗密度も高く、販売効率の水準も低いことから、その生業性、零細性、過多性、低生産性といった構造的特徴は、依然として継続しており、構造的にはそれほど大きな変化はみられなかったが、この期に、その後わ

が国の商業界を震撼させることになる、いわゆるスーパーが登場し、小売商業界の一角に着実に定着しつつあったことは注目すべきことであった。

(3) 第3期（スーパー時代の小売業）

この期は、わが国経済の高度成長後期にあたるが、そこでの大量生産・大量消費体制の展開は、流通の末端に位置する小売業に対しても強力なインパクトを与えることになった。すなわち、大量生産・大量消費体制の展開は、その落とし子といっても過言ではないスーパーの急成長を促し、その急成長が、わが国の既存の小売商業構造を内部から攪乱し、それを契機として、わが国の小売商業界に長期にわたって存立し続けてきたごく少数の百貨店と、無数の中小・零細小売商の極端な二重構造も変貌せざるをえなくなったのである。付言すると、それまでに初期体制を確立したスーパー企業のなかの一群が、この期に入る頃から店舗の大型化をさらに押し進め、製品ラインを積極的に拡大する一方、ディスカウント・ストア方式やチェーンストア方式などを導入し、さらに、提携・合併を通じて驚異的な成長を遂げ、この時期の後半には、これらの一群のスーパー企業にリードされて、スーパーは販売額で百貨店を凌駕し、わが国小売商業界における最大勢力としての地位を確保するまでに成長し、ここに至って、「百貨店対中小・零細小売商」という極端な二重構造は、消滅することになったのである。

しかし、この間のスーパーの急成長にもかかわらず、わが国の小売商店数は、1962年以降82年まで一貫して増え続けることになった。以下、この期（1962～72年）の小売業の動向を『商業統計表』に依拠してみていくことにするが、この間に日本

戦後日本における小売業の構造変化

産業分類の大幅な改訂が行われたため、62年と72年の数値はそのままでは比較できない。そこで、この期間を比較可能な62～66年（前期）と68～72年（後期）に分けてみることにする。

まず、前期についてみると、商店数は全体として8.1%増加している。これを経営組織別にみると、法人商店が25.2%と大幅な伸びをみせているのに対して、個人商店は6.0%と平均以下の伸び率にとどまっている。しかし、個人商店を具体的にみると、常時雇用従業者を使用している個人商店（以下、「雇用」と略す）は22.5%増と高い伸び率を示しており、伸び率が低いのは常時雇用従業者を使用していない個人商店（以下、「無雇用」と略す）（4.2%増）であることがわかる。従業者規模別にみると、規模に比例して伸び率が高くなっているが、そのなかでは、零細層（1～4人層）の伸び率が極端に低くなっていることと、中・大規模層が高い伸び率を示しているが目立っている。

つぎに、後期についてみると、全体としては4.4%増加している。これを経営組織別にみると、法人商店が25.4%増加しているのに対して、個人商店はわずか0.8%の伸び率にとどまっている。しかし、個人商店を具体的にみると、「雇用」は法人商店をも上回る65.1%の伸び率となっているのに対して、「無雇用」（7.9%減）が減少に転じているのが注目される。これを従業者規模別にみると、すべての層で増加傾向がみられるが、そのなかでは、1～4人の零細層の伸び率が2.3%増と極端に低いが目立っている。

そのような結果、高度経済成長期の最終段階における小売商業構造は、その初期の段階に比べるとかなり変化したが、それでも、1972年の段階で個人商店のウェイトが82.2%、1～4人層のそれ

が85.5%と高く、店舗密度も人口千人あたり13.9店となっており、また、販売効率もいまだ低位のままであり、その生業性、零細性、過多性、低生産性といった特徴は依然として残存している。なお、生業店・零細店の存続を可能とした要因としては、田村正紀教授が端的に指摘されているように、高度経済成長という市場スラック効果、免許・許可制・税制などの制度的装置、日本型取引の特殊性、メーカーによる流通系列化、さらに消費者の購買行動特性（とくに、生鮮食料品における）などが考えられる。また最近、石井淳蔵教授による、商人家族の家族従業制度がその存在に大きく影響したという注目すべき成果もみられる。

（4）第4期（安定成長下の小売業）

わが国経済は、1973年秋の第1次石油危機を契機に減速経済時代を迎えることになったが、このような状況を背景に小売業を取り巻く環境も急変することになった。いま、小売業に多大な影響を与えた主要な環境要因を列挙すると、①不況下での実質賃金の伸び悩み、②個人消費支出の低迷、③消費構造の変化（モノからサービスへ）、④消費者の価値観および購買行動の変化（多様な価値観、慎重な購買行動、機能的・実用性の重視など）、⑤モータリゼーションの進展、⑥女性の社会進出の増大などをあげることができる。また、政策面では、1974年から大規模小売店舗法（以下、大店法と略す）が施行されるようになり、そして、その後、大店法を中心として、大型店の規制が強化されるようになったことである。

このように環境の急変下で、1974年から82年にかけて小売業がどのように変化してきたかを『商業統計表』によってみると、商店数は、この間に

11.2%増加し、しかも、その年平均増加率(1.3%増)は1968～72年のそれ(1.1%増)を上回っている。しかし、それを経営組織別・従業者規模別にみると、その傾向は様々であり、法人商店、「雇用」、5～9人層、10～19人層、20～29人層、50人以上層の年平均増加率が、1968～72年に比べると低下しているのが目立っている。また、この間の販売額の伸び率をみると、年平均11.0%増(名目)となっているが、これは、1968～72年の15.1%増(名目)を下回っており、しかも、これを業種別にみると、すべての業種で小売業計と同様の傾向を示している。したがって、この期に小売業内部でかなりの変動があったことは明かであるが、注目すべきは、圧倒的に数の多い「無雇用」が1968年から72年の高度経済成長後期に8万5225店減少したのに対して、この期にはわずか1,096店の減少にとどまっていることである。これには、大店法を中心に大型店の規制強化が促進されたことが関連しているといっても過言ではないが、それはともあれ、1982年の段階においても、個人商店(全体の74.7%)や1～4人の零細層(同84.2%)が圧倒的に多く、また、店舗密度も人口千人あたり14.5店と高くなっており、販売効率も依然として低く、全体としては構造的にはそれほどの変化はみられない。

(5) 第5期(変革期の小売業)

1980年代に入ってからのがわが国小売業の注目すべき傾向は、82年をピークにその後商店数が減少に転じたことである。すなわち、82年に172万1465店を数えた商店数は、85年には82年に比べて9万2821店(5.4%)減少した。そして、その後も一貫して減少傾向を示し、その結果、88年には161万

9752店、91年には159万1223店、94年には遂に150万店を下回るまでに減少している。

このように、わが国の小売業は、いまや本格的な商店数減少時代に突入したわけであるが、1982年から94年までの小売業の全体傾向を商店数に焦点をあてて整理すると、この間に商店数は、実数で22万1517店、率で12.9%減少している。しかし、これを経営組織別・従業者規模別にみると、減少しているのは、個人商店(とくに「無雇用」と1～4人の零細層であり、法人商店と零細層を除くすべての層では、むしろ増加している。また、これを業種別にみると、減少しているのは、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、家具・建具・じゅう器小売業、その他の小売業の4業種(とくに、家具・建具・じゅう器小売業と飲食料品小売業の減少率が高くなっている)であり、各種商品小売業と自動車・自転車小売業の2業種では増加している。したがって、この間の小売商店数減少問題は、経営組織別・従業者規模別には優れて個人商店(とくに「無雇用」と零細店の減少問題であり、また、業種別には家具・建具・じゅう器小売業と飲食料品小売業の減少問題であったことが明かとなる。なお、この間の商店数のこのような変動には、最近の環境変化(とくに消費者のライフスタイルの変化や低価格競争)に適応して近年急成長したコンビニエンス・ストア、ディスカウント・ストア(大半はディスカウンター)、ロードサイド・ショップなどの新業態の台頭が大きく関連しているものと思われる。

以上のような結果、わが国の小売商業構造は、最近になって急速に変化しつつあるが、それでも小売商店全体の61.3%は個人商店(「無雇用」は43.3%)であり、また、1～4人の零細層が75.7

戦後日本における小売業の構造変化

%を占めている。また、この間に支店が急増していることからわかるように、多店舗化が進展しているが、それでもいまだ全商店の74.4%は単独店である。なお、商店数がこの間に激減したといっても、店舗密度は人口千人あたり12.1店と依然として高い。また、販売効率は、現段階においても欧米先進国に比べて概ね低くなっている。

3. まとめと若干の展望

わが国の商業は、高度経済成長期直前の段階においては、生業性、零細性、過多性、低生産性などの構造的特質を有していた。そして、この構造的特質は、高度経済成長期とその後の低経済成長期を通じてほとんど変化することがなかった。しかし、ごく最近になって、市場スラック効果の完全な消滅、大店法をはじめとした各種規制の緩和、未曾有の価格競争の進展、消費者の価値観および購買行動の変化、国際化や情報化の進展など、商業を取り巻く環境が激変し、それにつれて、商業もようやく大きな変化にさらされるようになってきている。

これを小売業に焦点をあててみると、すでに指摘したように、その商店数は、1982年をピークに

一貫して減少傾向を示しており、その主役が、従来型業種店のなかの生業店であり、零細店であるので、わが国の小売商業構造もそれ以降かなりの変化をみせてきたが、それでも、周知のとおり、最近まで、諸外国からわが国小売業の持つ生業性、零細性、過多性、低生産性といった特徴については批判がなされていた。しかし、バブル経済崩壊後の消費の長期的な低迷のなか、小売業を取り巻く環境が一段と厳しさを増し、とくに、価格競争の激化と規制緩和の進展が、新業態の登場と力のある既存業態の改革を促し、それが、従来型業種店（そのうち、とくに生業店・零細店）の廃業・転業に拍車をかけるようになってきている。また、先に指摘した商人家族（特に零細小売店の）における家族従業制度を軸として組み立てられてきた小売業の伝統的な仕組みも、1985年以降大きく切り替わってきていることが指摘されている。このようなことから、わが国の小売業においても、近い将来、大きな地殻変動が起きることは間違いないだろう。

<付記>

本稿は、拙稿「現代商業の発展」小谷正守・出家健治編著『商業理論と流通政策』ミネルヴァ書房、1997年の「小売業の発展」部分（同著93—100頁）を要約したものである。