

我が国の商業の変遷

—— 明治時代以後，昭和40年まで ——

大 坪 徳 次

一 序

我が国の古代の商いを「市」にあるとすれば，大和橿原の軽市，河内飛鳥の餌香市，藤原京の東市，西市等が考えられ，中世の座制社会，近世に商業が進展⁽¹⁾するが，ここでは，我が国への外圧，内圧により江戸時代から明治維新になった1868年以後から1950年頃までの商業を概観する。

安政5年(1858)，修交通商条約により，神奈川，長崎，新潟，兵庫の4港が開かれ，開港後は，生糸，茶，水産物，蚕卵紙が輸出超過商品であった。

横浜の外商は居留地内において，日本人の売込屋は生糸や茶等売り込み，万延元年(1860)には，93軒の間屋が並んだ。

明治になり，「商法司」がおかれ，ついで「通商司」になり，その下に通商会社，為替会社ができ，明治2年，三井家はその下にあった。神戸も大阪にも両会社ができ，通商会社の下に，貿易会社が結成された⁽²⁾。蚕卵紙，生糸，茶は輸出品の90%近くを占め，農業製品であり，輸入品の中心は，綿織物，毛織物，砂糖で，綿織物・毛織物の合計は，30%近くを占め，重工業の中心となる鉄の輸入は1～3%ほどであった⁽³⁾。その後，昭和2年までの主な輸出先は，欧米へは，生糸，絹織物(羽二重，富士絹壁織)，東洋，南洋へは綿糸，綿織物が多く，輸入は，工業品，工業原料，食料であつ

た。

主要輸出品は、生糸、綿織物、絹織物、綿糸、陶磁器、莫大小（メリヤス）、精糖、石炭、油脂及び蠟、水産物、^{ビン}壺缶詰、金属製品、紙類、硝子類、木材、小麦粉、屑糸及び眞綿、機械、茶、樟脳及び薄荷油、玩具、豆類で、あった。

輸入品は綿花、鉄及び、鋼、木材、羊毛、トップ、油粕、米、機械、砂糖、薬品、鉄以外の金物、小麦、豆類、毛糸、石炭、毛織物、ゴム、硫酸紙、パルプ等であった⁽⁴⁾。

他方、国内商業は、政府の殖産興業政策によって銀行、紡績、鉄道、鉱業や工業は会社制度の普及で産業化したが、ここでは、消費財の卸・小売業に注目すれば、江戸時代からの取引習慣や、店舗、商品が残存しているものも見られた。

(1) 広瀬久也「信仰と商い」朱鷺書房 1999 pp.18～58。

(2) 宮本又次、梶井義雄、三島康雄編「総合商社の経営史」東洋経済新報社 S51, 第1章3～14頁。

大坪徳次「商学基礎論」東京精文館 平成11年 98頁。

(3) 有富重尋「商業の発展」—政策をめぐる諸問題— 法律文化社, 1977印刷 6～7頁。

(4) 大坪徳次, 前掲書, 98～99頁。

二 明治以後の貿易と洋風化

通貨流通（明治以降）一覧表によれば、10両の万延大判1両の天保、安政、万延小判は明治7年まで、10両、5両の大政官金札は、7年、1両の大政官金札は、11年まで、2分金、1分金（銀）、2朱金（銀）、1朱銀は

大略、7年まで流通している。百文の天保通宝は8厘に適用され、29年まで流通し、地方でのみ流通した「仙台通宝」や「秋田波銭」も存在した⁽¹⁾。

明治4年5月10日には、「新貨条例」が出て、1両は1円、百文は1銭とする10進法で、円、銭、厘の単位となり、金貨の20円、10円、5円、2円、銀貨は1円、50銭、20銭、10銭、5銭の硬貨が発行された⁽²⁾。

政府は「新貨条例」で金本位制にして、洋銀を駆逐しようとしたが、貿易用1円銀貨を作ったので、金銀複本位制になり、不換紙幣の乱発は金貨や貿易銀の国外流出をもたらした⁽³⁾。

輸出商品は明治27、8年の戦争を契機として織物を含めた軽工業部門の第一次産業革命、明治37、8年の戦争を契機として、重工業部門の第二次産業革命を達成して、海外市場に進出し始めた⁽⁴⁾。

製糸業は織物業より大規模なものが多く、織物業では、麻、絹織物業より綿織物業の方が大規模で、明治33年（1900）の農商務統計表では、機業家の戸数は、37万1,780戸、織機台数は、77万3,412台、男工数は4万137人、女工数は、82万8,407人で、1戸平均織機台数は2.4台、男工6人に対して、女工4人と零細であった⁽⁵⁾。

明治期になると、「手引き」や「座繰り」の人力による方法は、機械が用いられるようになり、絹織物、綿織物の生産に毛織物の生産が浸透するようになった。

第一次大戦を契機に、綿織物（広幅）が輸出されるようになり、日本の衣料には、白、縞、紺、晒という小幅が主であったが、それらはこれまで家内工業による生産だったが、昭和2年（1927）を契機に広幅は自動織機の導入で大規模化して行った。

毛織物の原料は輸入に依存していて、明治21年（1888）から、中国の羊毛に代って、オーストラリア産が輸入されると羅紗・ヘル（モヘア）も自

給されるようになった。それらは、軍需であったが、民需になったのは、第一次大戦後である。

モスリンは、明治35年（1902）ごろまでは、輸入されていたが（30%以上）、第一次大戦後は、各地に工場ができ、着尺地や友禅染の衣料になった⁽⁶⁾。

織物の流通について、「織物の日本史」はつぎのように述べている。統計によれば、全国の小売商戸数は約36%増加という傾向を示し、その中、菓子商と穀物商が最も多く、全体（13万戸強）の10%前後、小売商全体の12%弱を占めている。

ところが、呉服屋・呉服問屋を含むと思われる和洋織物商は5%から3%弱と減少している⁽⁷⁾。

（生活文化の洋風化）

座礼式が立礼式化し、男性の洋服は軍服や公務員の着用から始まったが、1880年代には、日本でも生産され、洋服屋が誕生し、注文服の生産と既製服の販売に分れてきた。女性の洋装は、ごく一部の人に限られた。

経済の統制化と共に、昭和16年4月（1941）には、米穀配給通帳による配給制度が始まり、翌年、1月20日に、衣料切符制が公布され、2月1日から実施された。切符制は都市で1人100点、地方では80点が配られ、背広、オーバー50点（学生用40点）、着物48点、婦人ツーピース27点、スカート12点、靴下2点、ネクタイ・ハンカチ1点で、企業整備で残った販売店や「隣組」で配給された⁽⁸⁾。

第二次世界大戦後の昭和30年以後、高度成長政策がとられ、織物も新しい合成繊維工業が成立した。再生繊維のポリノジックは昭和38年に、普通の「ス・フ」よりも水やアルカリに強い改良「ス・フ」として工業化され、

アセテートは昭和10年頃から研究され、25年から工業生産に入った。石油化学から、ナイロン、ポリエステル、アクリル、ビニリデン、ポリエチレン、ポリプロピレン、エラストマー繊維が出現し、ビニロンは日本の技術が生んだものだった⁽⁹⁾。

(百貨店)

東京の呉服店「越後屋」は明治26年（1893）に三井呉服店と改称し、明治37年（1904）に「三越呉服店」と改称し、定価販売と現金払いで化粧品、帽子、小児用服飾品、履物、洋傘、櫛、鞆類、貴金属、煙草、文房具と品目を拡大し、食堂も営み、大阪、京都にも支店が設けられた。

明治42年（1909）には、近世からの呉服屋であった松屋、大丸、松坂屋、高島屋の5つの百貨店になったが、地方都市にも成立して行った。

大正4年には、大阪梅田に、ターミナル・デパートの進出がみられるようになり、阪急百貨店、阪神百貨店がそれで、他の電鉄系統の百貨店も出現した⁽¹⁰⁾。

(1) 岩崎爾郎「物価の世相100年」読売新聞社 昭和57 17頁、折込み表。

(2) 同上書、20頁。

(3) 同上書、24頁。

(4) 遠藤元男 NHK ブックス「織物の日本史」日本放送出版協会、昭和49、5刷、168頁。

(5) 同上書、169頁。

(6) 同上書、180-181頁。

(7) 同上書、189頁。

(8) 岩崎爾郎「物価の世相100年」読売新聞社 昭和57、118-122頁。

大坪徳次「商学基礎論」東京精文館、105頁。

(9) 遠藤元男「織物の日本史」日本放送出版協会、204-205頁。

(10) 同上書、190～192頁。

昭和10年頃、九州の中都市では、人口10万人以上ないと、百貨店の一店舗は成り

立って行けないと言われた。

現代商業と広告

商業で商店や商品を広告するのは江戸時代でも行われ、明治初期には、種々の「新聞」が発行された。しかし、マス・コミュニケーションの成立時期について、林進氏は「その成立の一つの説は、1450年頃、ドイツに端を発した金属活字による活版印刷に始るとするものである。だがマス・コミの重要な特質である大量性はグーテンベルグの印刷機では実現されなかった。人手を動力とする限り、量産の規模も革命的ではなかったからである。機械で動力化された最初の印刷機は、1814年に、ドイツ人、ケーニツヒ (F. König) が発明したシリンダー印刷機である。それは蒸気機関を動力とすることにより、印刷の量産能力を一挙に増大させることになった。当時の能力は片面印刷で、一時間、1,100枚であったが、ケーニツヒの印刷機を改良した4シリンダー印刷機によると両面同時印刷で、1時間5,000枚に増大している。これがマス・コミ成立の契機で、1830年代に、大衆新聞の躍進となった⁽¹⁾。

日本で手動式から蒸気力に変わった最初は、明治9年(1876)で「読賣」が採用している。同時に、ステレオタイプが発明された。

「読売」は、明治9年11月に隅田川の両国から利根川通いの川蒸気の機関を購入して印刷機を運転した。初めは松をたいたが、翌10年に、ガス・エンジンに取換えた。さらに新聞の紙型鉛版発明工夫も最も早く、初刷は、11月11日であった⁽²⁾。

大正期の新聞は総合編集となり、地方版が出る一方、海外通信網も強化された。大正11年には、「電通」の同報電話が開通した。伝書バトによる通信も普及した。

印刷技術も急速に進歩し、大正9年、「大阪毎日」の高木利太がアメリカのアール・ホー会社から輸入した高速度輪転機は1時間4ページ72,000枚の印刷能力があった⁽³⁾。

(ラジオ)

その起源は、1895年のマルコニーの発明にさかのぼるが、実際にラジオ放送が始められたのは、大正9年(1920)11月、アメリカのピッツバーグに、世界最初の放送局 KDKA が設立されたときで、わが国では、これより4年半後の大正14年3月1日、最初の放送電波が東京芝浦の東京工芸学校から送られた。

それ以前、30に近い設立計画があり、政府は出願を統制し東京、大阪、名古屋にしほり、三局は大正14年3月から6月にかけて放送を開始した⁽⁴⁾。

(民間ラジオの登場)

日本のラジオは公共放送のNHKのみであったが、昭和26年4月21日、民間放送に対する初の予備免許が電波管理委員会によって、16社に交付された。

地域	名称(現社名)
東京	ラジオ東京(東京放送)
東京	日本文化放送協会(文化放送)
大阪	朝日放送
大阪	新日本放送(毎日放送)
名古屋	中部日本放送
福岡	ラジオ九州(RKB毎日)
札幌	北海道放送

仙台 仙台放送（東北放送）
神戸 神戸（ラジオ関西）
広島 広島放送（中国ラジオ）
富山 北日本放送
金沢 北陸文化放送（北陸放送）
京都 京都放送（近畿放送）
徳島 四国放送
久留米 西日本放送
福井 福井放送

昭和26年9月1日、「中部日本放送」と「新日本放送」がトップで電波を
発射した。同日、5時間半遅れて大阪の「新日本放送」が電波を発射した。
「スモカ歯磨」の60秒スポットが入ったが、これがコマーシャル・スポット
第一号であった。11月11日に「朝日放送」12月1日に「ラジオ九州」24日
に「京都放送」25日に、「ラジオ東京」が開局された⁽⁵⁾。

（テレビ）

テレビは世紀初めから研究され、アメリカでは大正14年（1925）実験に
成功した。昭和11年イギリスの「BBC」が、世界最初の本格的放送を行っ
た。日本では、浜松高等工業の高柳健次郎教授が大正14年に実験に成功し
た。「NHK」は昭和28年2月1日、「NHK 東京」が本放送を開始した。

「NHK」は28年8月実験用として東京、名古屋、大阪のマイクロ上下1
回線を建設し、29年3月1日、名古屋、大阪にテレビ局を開設した。マイ
クロ回線は電々公社に移管された。

テレビがスタートした2年後の30年4月には、「ラジオ東京テレビ」が「日

本テレビ」に次ぐ民間テレビ局第2号として発足した。これは民間放送ラジオ会社がテレビ局を兼営した第1号である。3月には、マイクロ回線が大阪、広島、福岡間に開通し、3月20日に仙台、広島、福岡局が開局した⁽⁶⁾。

- (1) 山本文雄編著「日本マス・コミュニケーション史」東海大学出版会，1970，76～77頁。
- (2) 同上書，77頁。
- (3) 同上書，127-130頁。
- (4) 同上書，140-141頁。
- (5) 同上書，268-271頁。
- (6) 同上書，273-277頁。

三 第二次大戦前の企業の事例

明治時代の後半，明治31年（1898）には，葉タバコが民営から専売になり，翌32年，葉タバコ売買業は免許制になった。

明治32年（1899）2月1日から東京—大阪間に長距離電話が開始され，料金は1円60銭，年額6円の支払い，開通時の加入者は，150名であった。4月には，郵便はがきは1銭5厘，封書3銭になり，明治12年まで続いた。

同年，8月15日，米国から帰朝した森永太一郎は東京，赤坂溜池の裏通りに家賃，2円50銭の小屋を借りて西洋菓子の製造を始めた。最初に売り出したマシマローが1ポンド，50銭，バナナが50銭，チョコレートが70～80銭，その他，乾燥物が40～50銭で輸入品に比べると，殆んど半値にもつかなかった。〈中外商業新報 大正12年3月11日〉⁽²⁾

明治10年（1907）に新聞広告をはじめ，明治37年（1904）には，時事新報に1頁広告をし，明治39年（1906）の半頁広告は，森永販売所（特約販

売店)を一覧掲示した⁽³⁾。

商標として、森永太一郎のイニシャル TM の上に逆立ちする天使を配列したマークが作成され、明治38年(1905)に登録され、販売網として、東京に大正4年(1915)特約店として森永信厚会を整備したが、大正6年(1917)には、明治製菓の前身、東京菓子が発立されると、森永からの離反者も出た。大阪では、友進会を改組して大正12年(1923)森永製品関西販売株式会社を設立した⁽⁴⁾。

森永の商品は、始め、マシマローに力が注がれたが、その後、キャラメル、チョコレート、ビスケットと種類が増えた。従来、ブリキ缶入りだったものが、大正3年(1914)簡易包装の紙箱入りのポケット用「ミルクキャラメル」の発売で、6年間で売上高は約10倍になった⁽⁵⁾。

また、「花王石鹼」は森永より早く、明治23年(1890)、「ライオン」は明治29年(1896年)、「カゴメ」は明治36年(1903)、「森下仁丹」は、明治38年(1905)、「味の素」は、明治41年(1908)、に創設されている。

化粧品分野では、東の「レート」は、明治11年(1878)に、売薬業が創造され、西の「クラブ」中山太陽堂は、明治36年(1906)神戸で創業された。「資生堂」は、明治5年(1872)に、調剤薬局として開業されたが、関東大震災後、全国の間屋、小売店を連鎖店化し、「ボランティア・チェーン」と称した⁽⁶⁾。当時、有名なものは「資生堂チェーン」「森永ベルト・ライン」や大阪を本部とする「有田ドラッグ」等があった。

日本での商業の研究は、「商業学」「市場論」「配給論」等の著書が出版されていたが「マーケティング」の研究は、第二次大戦後、昭和30年(1955)頃からとされるが、それ以前、昭和28年12月に、浜野毅、上岡一嘉著の「マーケティング」の書が丸善から出版されていて、当時著者の浜野氏は東芝販売企画部市場調査課長で、上岡氏は東京都商工指導所商業部所属である。

それによれば、

「わが国のマーケティングの研究は、萌芽時代に内池博士が1923年に「市場組織論」を著して問題の提起を凶っているが、これはドイツの経営学、アメリカの滔々たるマーケティングの研究からの影響であることは想像に難くない。わが国の商品市場の研究は増池庸次郎教授、向井鹿松教授、谷口吉彦教授、上坂西三教授、福田敬太郎教授、深見義一教授、平井泰太郎教授の学界から起り、申し上げるまでもなくこれら一連の学者が、この道のパイオニアである。実際家として、マーケティング関係の研究を発表した人は芝浦製作所代表取締役の西野嘉一郎氏（市場分析方法の研究—昭和15年、森山書店）一人を数えるのみであろう。…実際界の経営活動として、初期的なものとしては、昭和7年、東芝の事業部販売部に市場調査課が設けられたのを始めとし、塩野義製薬、パイロット万年筆などが類似の機関を設け、やや遅れて活動している⁽⁷⁾。」とあり、マーケティングの標準定義として、「物質及び用役が生産より消費へ流動する上に必要となって来る実務活動の総合である⁽⁸⁾。」とされ、第6章はマーケティングの凡ゆる基礎としての市場調査となっている⁽⁹⁾。

小原博教授によれば、日本へのマーケティングの導入は、第二次大戦後であるとするのが通説であるが、教授の「日本マーケティング史—現代流通の史的構図—」は、日本で大戦以前にすでに存在していたという見方をとられ、「戦前に生成したそのマーケティングが、戦後になって、アメリカからの強い影響のもとで、あるいは、それと融合しながら、いっそう、拍車がかかったもので、戦前萌芽生成説というべきものである⁽¹⁰⁾。」と述べている。

また、第一章、戦前期の先駆的マーケティング(1)の注(1)で「戦後導入説は、マーケティング研究者、戦前萌芽・生成説は、一部の経営史家によっ

て支持されてきたように思われる。」

と分けられている⁽¹¹⁾。

- (1) 岩崎爾郎「物価の世相100年」読売新聞社，33-34頁。
- (2) 同上書，34頁。
- (3) 小原博「日本マーケティング史」中央経済社，平成6年 20頁。
- (4) 同上書，21-22頁。
- (5) 同上書，23頁。
- (6) 同上書，49-51頁。平成11年9月22日(水)森永は芝の本社処分を報じている。(日経産業新聞)
伊藤肇，「ボランティアチェーンの先覚者 松本昇」214-218頁，時事通信社，昭和47年，生産量はクラブの方が資生堂より上だった。
- (7) 浜野毅 上岡一嘉著「マーケティング」丸善株式会社 昭和28年 62頁。
- (8) 同上書，67頁。当時，Marketing は「マーケティング」と訳された。
- (9) 同上書，169-183頁。
- (10) 小原博「日本マーケティング史」中央経済社 3頁。
- (11) 同上書，25-26頁。

四 第二次大戦前の商店の状況

井上貞蔵著の「商店法論」によれば，昭和6年の商店法は営業時間の制限について述べられている⁽¹⁾。当時，どのような商店が存在したかを見れば，

東京市

印刷同業組合 午前7時—午後5時。

前7時半—後5時半 前8時—後6時の3種。

酒類商組合 前8時—後6時（卸売）前7時—後10時（小売）

薬種貿易商組合 官公署の執務時間に準ず

染料工業業組合	前 8 時—後 6 時 (4 月—10 月) 前 9 時—後 5 時 (11 月—3 月)
羊毛糸商組合	前 9 時—前 6 時
白米商組合	前 6 時—後 9 時
香料商組合	前 8 時半—後 6 時半
玩具卸商組合	前 9 時—後 6 時
糸問屋組合	同上
洋装雑貨卸商組合	前 8 時—後 7 時 (春夏), 前 9 時—後 7 時 (秋冬)
砂糖貿易商組合	前 9 時—後 9 時
薪炭問屋組合	前 6 時—後 5・6 時頃
布団蚊帳商組合	後 10 時迄
機械金物商組合	前 9 時—後 4・5 時頃
箆筒商組合	前 8 時—後 10 時
売肉組合	前 6 時—後 9 時
廻米問屋組合	前 8 時—正午
味噌造業組合	前 8 時—後 6 時
豊多摩印刷業組合	前 8 時—後 6 時
酒問屋組合	後 5・6 時頃迄
下駄積問屋組合	後 7 時頃迄

大阪市

團扇商組合	前 8 時—後 8 時 (厳守せられる)
綿毛布縁節裁縫組合	前 7 時—後 6 時 (同)
堺薪炭卸商組合	前 8 時—後 5 時 (同)
穀物組合	前 8 時—後 6 時 (同)

染商組合 前7時—後6時 (同)

南横山材木商組合 前8時—後6時 (同)

船場署管内料理屋飲食店組合 前7時—後12時 (同)

横浜市

化粧品卸商同業組合 前8時—後9時 (実行せらる)

小麦粉商組合 前8時—日没

米穀問屋同業組合 前8時—後6時

メリヤス同業組合 { 前8時—後5時 (4月1日—10月末日)
前9時—後5時 (11月1日—3月末日)

煉瓦壁材セメント販売組合 前7時—後7時

神戸市

石鹼化粧品業組合 後10時迄 (実行せらる)

海産物卸組合 { 前4時—制限なし (夏秋)
前5時—制限なし (冬春)

印刷業組合 前7・8時—後9・10時頃

麻袋同業組合 前7時—後5時半

兵庫竹材商組合 前6時—後5時 (実行せらる)

名古屋市

金物卸商組合 前8時—後3時

洋服商工同業組合 前8時—後10時

豊橋市

時計商組合 前8時—後10時

呉服太物商組合 前8時—後10時

履物同業組合 前8時—後7時

西洋料理業組合 前10時—後12時 (実行困難)⁽²⁾

以上で大略の卸売業の種類が判るが、百貨店を除く小売店を衣食住別に見ると、衣では呉服店、注文洋服店、洋品店、雑貨店、小間物店等があり、食では、米屋、乾麺、素麺、塩屋、油屋、八百屋、魚屋、精肉店、乾物店(缶詰や昆布などの乾物)和、洋食堂、うどん屋、そば屋、すし屋、和・洋菓子店、餅・まんじゅう店、氷菓子店、豆腐店、こんにゃく屋、麩店、葉茶屋、味噌、醤油、酒店があり、醸造して小売する店も存在した。

住としては、木材店、建材店、石屋、家具店、建具店(障子、窓等)、畳表店、襖屋、和傘店、ミシン店、自転車、荷車店、紙屋、薬局、化粧品店、荒物屋(ロープや掃除道具等)、金物屋、鍛冶屋、農機具、化学肥料、漁具、玩具、文房具店等があり、佛壇、ロウソク、線香、提灯店、節句物店、石油販売店、薪炭店、煉炭店、石炭屋があった。

その他、時計店、靴店、紙店、文房具店、ガラス・鏡店はあったが、電気器具店というよりも、ラジオやレコード店があり、陶磁器、花屋、種苗店、骨董品店も存在し、それぞれ、修理も行われた。その他、劇場、映画館、料亭、飲食店、カフェ、ビリヤード等もあった。第二次大戦前、久留米市には、「公設小売市場」や「日本ゴム」(朝日コーポレーション) 職員のための「購買店」の共栄会があった。

(1) 井上貞藏「商店法論」有斐閣 昭和12年。

(2) 同上書, 181-184頁。

同著者の「商店法論」は昭和8・3・10初版で巖松堂書房から発行されているが、第5章東京の同業者では、月、1ないし2日(95~100頁)毎月の休日は、「定休日」の他に、1日の休みがあり、浴場、理髪、質屋、飲食店、料理店、芸妓置屋、呉服屋、貸座敷、洋服商が例示されている。(222頁)

商店問題は、1. 社会政策的(237頁) 2. 企業経営的(239頁) 3. 国民経済的(247頁)に考えるべきとなっている。

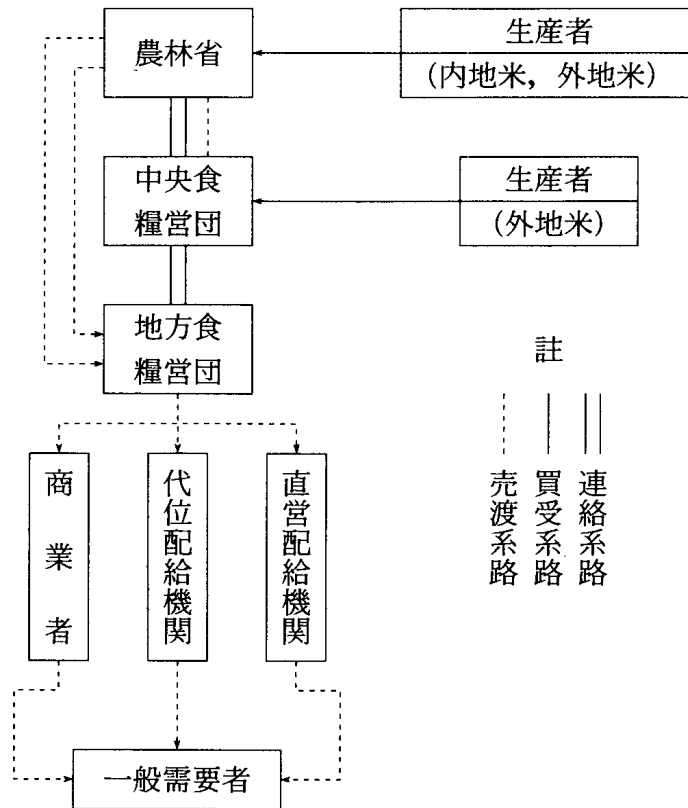
五 食糧と繊維品の配給

第二次大戦前の米の流通を見ると、「内地米」の場合、農家<産業組合 仲買人—問屋>「消費地」米穀問屋—東京都精米小売業者—消費者の流れが主で、「産地」には、「韓国米」「北朝鮮米」「台湾米」「外米」の流れもあって、価格は、「米穀取引所」や「正米市場」が指標となった。

大正7年(1918)の米価高騰後、9年には、米価が暴落し、大正10年に、「米穀法」が制定されたが、それは行政の米の買入れ、売渡し、関税の減免と米穀需給調節特別会計で、2億円の借入枠が制定される間接統制であった。その後、数度の改正があり、昭和8年には、「米穀統制法」が制定された。

昭和15年には、麦類配給統制規制が出たが、「食管法」は、米麦のほか、雑穀、澱粉、いも類、めん類、パンについても管理し、米麦は生産者と地主に割当量を政府に売渡す義務があった。配給機関としては、新に「食糧営団」を作り、「日本米穀会社」の義務を承継させ、同時に米麦の集荷を「産業組合」に一元化し、商人の介在を認めなかった⁽¹⁾。

昭和12年(1937)は、経済統制の年の契機となったが、13年に、「国家総動員法」が立案され、その対象は、人的、物的資源の全てであった。

米穀配給系統図⁽²⁾

昭和16年（1941）11月26日には、「企業許可令」、その後、「物資統制令」が、「輸出入品等臨時措置法」に代った。17年には、「重要物資管理令」、「企業整備令」が出て、中小企業の整理統合が始った。経済統制の一つは、「統制令」の誕生で、それは、「重要産業団体令」によって、設立された団体で、民間人によって運営される形式だが、政府による業界ごとの統制機構であった⁽³⁾。

昭和14年（1939）9月18日、「9・18ストップ令」で、その第2条、「価格等ハ昭和14年9月18日ニ於ケル額ヲ超エテ之ヲ契約シ支払ヒ又ハ受領スルコトヲ得ズ」という物価釘付け令が出て、地代、家賃、賃金、給与や諸物資の価格だけでなく、運送費、保管料、損害保険料、賃貸料、加工賃も統制されることになった。

この時点で、物品販売価格取締規則で決められていたマル公(公定価格)

は、約90品目で、業者は「マル停」「マル協」「マル許」等を登場させた⁽⁴⁾。

繊維（衣料切符制は17年1月20日公布，2月1日実施）

切符制繊維

(1) ここに、いわゆる切符制繊維とは、昭和17年2月より実施された綿、ステープル・ファイバー、毛、人絹、絹、更正糸、麻の各織物及びその製品、メリヤス生地及びその製品、手編毛糸、縫糸等を指す。

これ等繊維の配給統制実施期間として、つぎの諸会社が指定される。

(甲号) 日本綿スフ織物製造会社，日本内地莫大小（メリヤス）統制会社，全日本足袋協同販売会社，日本タオル製造統制会社，日本人造織絹物工業組合联合会，大日本毛織物工業組合联合会 日本一般帽子工業組合联合会
日本麻織物元売商業組合

(乙号) 作業衣団体服中央製造配給統制会社，既製服中央製造配給統制会社，和装製品中央製造配給統制会社，布帛製品中央製造配給統制会社，全国中等学校制服商業組合联合会，日本縫糸製造配給統制会社，日本絹縫糸製造配給統制会社，手編毛糸中央配給統制会社，日本蒲団工業組合，日本絹人絹織物配給統制会社，日本麻織物元売商業組合，

(丙号) 日本綿スフ織物配給会社，莫大小製品中央配給統制会社，足袋中央配給統制会社，タオル中央配給統制会社，日本絹人絹織物配給統制会社，毛織物中央配給統制会社，毛布肩掛中央配給統制会社，日本敷物家具用裂地卸商業組合联合会，帽子中央配給統制会社，日本蚊帳卸商業組合

(丁号) 北海道繊維製品配給会社をはじめ，各県の配給会社

(2) 配給方法は、原則として、甲号→丙号→丁号，あるいは乙号→丁号の順に流れる。丁号が地方の配給機関であるのに対し，丙号は中央の配給統制機関であり，甲号は，生産を統制する製造統制機関とされる。

別に，乙号→丁号の経路を経て，流れるものもあるが，この乙号とは，

一言でいえば甲号と丙号の持つ機能を具えた製造及び配給の統制機関とされる。

一部の製品（例えば、布帛製品、手編毛糸等）はこの乙号→丁号の経路を経て流れる⁽⁵⁾。

(3) 現品は百貨店、小売商、購買会等末端配給機関を経て、切符と引換えに、需要者に売り渡されるが、切符制については、点数制（甲種80点、乙種100点—市制施行地及び6大都市の隣接町村）による総合衣料切符とされる。この適用を受ける製品は被服額及び身の廻り品類（但し、製綿、レース、テープ、帛紗枕、蚊帳、クッション、蒲団袋、相撲用褌、傘、鼻緒、ガーター、ズボン吊、乳バンド、コルセット、リボン、ヘヤーネット、網物類、袋物類及びカーテン、防空暗幕、敷物等家具用品は除外）並びに、その中古物品であつて、これらは切符と引換えに非ざれば、売買を許されぬ⁽⁶⁾とされた。

衣料品の品目及び点数（括弧内は昭和18年1月改正前のもの）

品目	単位数量	点数
一 織物及莫大小生地類		
一 小巾（幅18吋未満）		
(1) 幅9吋未満 鯨尺 9吋以上のもの	1平方尺	1.2
(イ) 反売のもの（3丈3尺を超えるものを除く）	1反	30
(ロ) 切売のもの	1尺	1.2
二 広巾織物または広巾莫大小生地		
(1) 二幅物（幅18吋以上36吋未満）	1碼(4)	5
(2) 三幅物（幅36吋以上47吋未満）	同(6)	8
(3) 四幅物（幅47吋以上のもの）	1米(10)	13
三 注文者より表地の提供をうけ、これと自己所有に属する裏地及び付属地を使用して、洋服類の仕立をなす場合の裏地、付属地		

(1) 背広, モーニングコート, タキシード等		
(イ) 三揃の仕立に使用したもの	1 組分(31)	39
(ロ) 上衣の仕立に使用したもの	1 着分(15)	19
(ハ) ズボンの仕立に使用したもの	同(8)	10
(ニ) チョッキの仕立に使用したもの	同(8)	10
(2) 詰襟服 折襟服 登山服 スキー服, 乗馬服等	(1 揃分)	29
(3) 国民服, 制服, 団服, 学生服, 訓練服	(14)	18
(4) 国民服中衣の仕立に使用したもの	(4)	5
(5) 外套の仕立に使用したもの	(25)	32点
(6) 二重回し, インバネスまたはトンビ	(30)	43
(7) 角袖モザリまたはマント	(30)	32
(8) 婦人服の仕立に使用したるもの		
(イ) ワンピース	(4)	5
(ロ) 上下揃	1 揃分(14)	18
(ハ) イブニングドレスまたは婚礼服		20
(ニ) スワガーコート (ピーチコート, ハーフコート, ウェストコート, ケープを含む)		15
(9) 学童服または子供服の仕立に使用したもの		
(イ) ワンピース		3
(ロ) 上下揃	1 着分	6
上衣の仕立に使用したもの		4
ズボンまたはスカート		2
(ハ) 学童 (子供) 用外套またはマント		9
(10) 幼児服の仕立に使用したもの		
(イ) ワンピース		2
(ロ) 上下揃		4
上衣の仕立に使用したもの		3
ズボン (ブルマー型を含む) またはスカート		1
(ハ) 幼児用の外套またはマント		
四 帯地		
(1) 丸帯地, 長帯地, 晝夜帯地又は袋帯地	1 本(20)	25
(2) 名古屋帯, 児帯地, 軽装帯地 (吉弥, 後室, 五尺及び六尺を含むまたは片側帯地)	(10)	13
二 和服類		
(一) 袷 (綿入, 丹前を含む)	1 枚(48)	60
(二) 単衣 以下略	同(24)	30
三 洋服類		
(一) 背広, モーニングコート等	1 組(50)	63
(二) 詰襟服等 以下略	1 揃(40)	50

六 肌着身回り用品類		
(1) 長袖シャツ	1枚(12)	15
(2) 半袖	同(6)	8
(16) 手袋	1双	5
(19) ネクタイ	1本(1)	2
(22) 足袋	1足(2)	3
(26) ハンカチ	1枚(1)	2
以下略		
八 家庭用品類		
(一) 敷蒲団, 及びカバー等		
(1) 長鯨尺3尺5寸を越えるもの	1枚(24)	30
(二) 掛布団等		
(1) 長鯨尺3尺5寸を越えるもの	1枚(36)	45
以下略 ⁽⁷⁾		

- (1) 編集代表 近藤康男・大内力「食管制度」日本農業年報, XVII お茶の水書房 1-4頁, 大坪徳次「商学基礎論」東京精文館 103-104頁。
- (2) 商工農政研究会編纂「図解 物資配給総覧」工業組合中央会 昭和18年 175頁, 第8章食糧及び生活必需品, 第1節米穀。
- (3) 大坪徳次「前掲書」104頁。ビール大瓶の配給は月に1~2本であった。
- (4) 岩崎爾郎「物価の世相100年」読売新聞社 108-111頁。
- (5) 商工農政研究会編纂「図解 物資配給総覧」第6章繊維 136-138頁。
- (6) 同上書, 140頁。
- (7) 同上書, 140-155頁。

六 配給機構の事例

「商業」と「配給」という言葉について、松本信次博士によれば、「都市経済から国民経済になると、財貨は生産者の手中から直接消費者の手中へは移転せず、原則として、第三者の手を仲介として移転される。生産が大規模に営まれるため生産と消費が時間的にも空間的にも分離するので、これを結合する仕事も利潤追求の対象として職業化される。即ち、商業で財

貨の社会的移転を営利主義的に営む事である。

商業という言葉は、横井時冬博士の『日本商業史』によると（太古、火^ホ照^{テリノミコト}命、火^ホ遠^{オリノミコト}理^{ミコト}命の兄弟、海山の奉易へをなし給ひしは、我大八洲^{ワガオオヤシマ}に於て交易をなす、これを始めとす、祭神の恵美須神はこの火遠理命なりとも言へり。其交易にして要る所、専ら利にあるときは、これを商^{アキ}と言う、あきな飽満充足の義にして、其商^{アキ}をなすをあきなふと言う、即ち、これ売買なり、又物をあきなふをうると言う、利益を得るの義にして、物を購ふをかふと言ふはかふるの義なりとぞ）⁽¹⁾とあり、異説も多いようで例えば、新井白石の『東雅』によりますと、アキは春夏秋冬の秋を意味するもので、秋には農民が収穫し、或いは布等を織り市場に持って行って御互に交換する。太古の日本人は、農業をしていて、秋に商業を一つの交換をする事である⁽¹⁾。」と述べられている。

また、配給という言葉の意味について、「通説では、財貨の社会的移転を称しているが、配給という言葉は配分給付、分配給付、等の略語で、既に大正年間に使用されていたと言われる。尚、学問的に配給と言ふ言葉を使用したのは、大正7年、戸田海市博士が当時における物価騰貴の対策として、日用品の配給方法を論ぜられた論文を以て嚆矢とするとされている。

さて、配給という言葉は、元来の使用方法から考えると無償で財貨を給与するという意味を多分に持っている。現に我々が配給と言ふ言葉に習熟したのは、関東大震災の際における罹災民に対する配給以来の事である⁽²⁾。」と述べてあり、当時の商業と配給の意味が理解される。

以下、消費財の中のいくつかの商品の配給について見る。

木炭

(1) 道府県によって多少異なるが、概ね農林省及び地方長官監督下に各道

府県単位の木炭荷受配給統制組合により運営される。但し、その配給機関としての産業組合、商業組合、及び同業組合の各道府県における、それぞれの占める地位により、また集荷統制の強弱の度により配給の形態を異にする。

(2) 配給の実際は農林省による各道府県別割当量に基き、地方長官、または市町村長の発行する購入票と引換へに、需要者に於て現品を取得する⁽³⁾。

青果物

(1) 農林大臣指定消費地域における荷受機関により確保され、その下部機構としての小売組合、さらに、一般の八百屋を通じて登録制或ひは割当制により需要者に配給される。この場合の荷受機関としては、従来の青果会社が指定される。また、指定消費地域としては、東京、大阪、名古屋、京都、横浜、神戸、下関等その他全国主要都市が指定される。

(2) 他方、生産地域においては都市を単位とする指定出荷団体が一元的出荷を圖り、小売業者や料理屋等の産地買付を極力封じる。この場合における出荷は、当該地域の需給をも勘案して決定される。

(3) 現在、出荷統制、すなわち、同時にまた配給統制を行われつつある青果物は凡そ次ぎの諸品目とされる。…省略

鮮魚介

(1) 農林大臣は指定陸揚地毎に漁業会社、仲買人団体等をして出荷統制組合を結成せしめ、鮮魚介の出荷先、出荷の割合、または数量、出荷時期その他について命令を行う。

(2) 他方、農林大臣は大量消費地を指定し、その指定地には指定市場を

設けしめ、出荷された鮮魚介は当該市場を通じてのみ、需要者に配給を行う。この場合指定市場には概ね従来の市場が充てられる。大口消費或ひは業務用に対しては、特設売場より、一般家庭用に対しては、小売商業組合、小売商を通じて割当制、或ひは通帳制によりそれぞれ配給される。

(3) 現在、出荷統制、すなわち、同時にまた配給統制を行われつつある鮮魚介は海産性の魚類（皮付きの鮫類を除く）貝類、えび類及びかに類にして生鮮なるもの、並に、いか類及びたこ類にして生鮮なるもの（冷凍物を除き薄塩物、蒸茹物及び軽度の乾燥を施したるもの）等とされる⁽⁴⁾。

砂糖

(1) 日本砂糖配給株式会社が業務用、一般家庭用を問はず切符制により、その一元的配給を行う。

業務用については農林大臣において需要統制団体（菓子、清涼飲料、食料缶詰、燻詰、密柑缶詰、五工業組合联合会、水産缶詰、鮭鱒缶詰二水産組合及び製酪業組合）に対して数量割当を行ひ、これに基き団体員たる業務者は卸売或いは小売より配給を受ける。

(2) 一般家庭用については、農林大臣、地方長官、市町村長を経て交付される切符により小売店或いは産業組合よりその配給をうける⁽⁵⁾。

味噌、醤油

(1) 全国味噌統制会社及び全国醤油統制会社において一元的配給を行う。両統制会社は農林大臣の指示に従い、まづ味噌については全国味噌統制会社においてその下部機構たる地方味噌統制会社を通じて味噌製造業者によりその一元買上げを行ひ、また醤油については全国醤油統制会社において指定醤油製造業者よりは直接、指定外醤油製造業者よりは地方醤油統

制会社を通じて、それぞれ一元買上げを行う。

(2) 全国味噌及び醤油統制会社に買上げられた味噌，醤油は再び地方味噌及び醤油統制会社を経て軍需，大口消費者に対しては，直接，一般家庭用に対しては，小売商を通じて通帳制などにより配給される⁽⁶⁾。

植物油（大豆，菜種，その他）

(1) 植物油の配給は油脂統制会並にその実務機関としての帝国油糧統制会社（前日本油料統制会社ほか油脂関係会社合同創立）によって一元的に確保される。

(2) 配給方法は油脂統制会，及び農林省の決定による月別配給量を基準とし帝国油糧統制会社において各道府県卸商業組合へ現品を販売，現品はさらに卸商業組合より小売商業組合を経て小売商に流れる。

一方，需要者においては大口需要については帝国油糧統制会社或いは卸商業組合より，直接，一般需要については小売商よりそれぞれ通帳制等により現品を取得する⁽⁷⁾。

燐寸（マッチ）

(1) 日本燐寸共販会社において燐寸製造業者より燐寸の一元的買上げを行うとともに，切符制により一元的配給を確保する。

(2) 配給方法は日本燐寸共販会社より元売機関—(或いは全購聯)—卸売機関—(或いは県联合会)—小売業者—(或いは単位組合)—の各下部組織を経て市町村発行の切符を引換えに，一般消費者に対し現品を売渡す。

医薬品及び衛生材料

(1) 東部並に西部医薬品配給組合により配給統制を運営される。同組合

の下部機構として各府県別に地方長官指定の医薬品卸会社がありさらにその下部に小売業者がある⁽⁸⁾。

(2) 配給方法は一般需要については特殊のものに限り市町村長，地方長官または厚生大臣の指定購入票と引換えに小売業者より現品を取得するが，その他は自由購買であり，また軍需用は医薬品生産会社及び配給組合より，局方製剤用等大口需要は各府県会社より厚生大臣または地方長官の許可範囲において，それぞれ直接現品を取得する⁽⁹⁾。

(1) 松本信次「配給機構と配給道德」付キャンプ著「市場物語」中川書房，昭和19年5～7頁。

(注) 横井時冬「日本商業史」白楊社，大正15年1頁。

(2) 同上書，3～4頁。

(3) 商工農政研究会編纂「図解 物資配給総覧」工業組合中央会 昭和18年 66頁。

(4) 同上書，183-4頁。

(5) 同上書，185頁。

(6) 同上書，188-189頁。

(7) 同上書，189-190頁。

(8) 同上書，190-193頁。

七 第二次世界大戦後の状況

前述のような統制経済の下で，松本信次博士は配給道德の向上が必要なことを述べた後で，物資の配給を円滑にするには物資を増産することが最大の早道であり，(1)食糧之増産には，労働力が必要で，農業要員を指定し，徴用除外の制度を設け増産班を編成し，勤労報国隊，学徒の動員も望ましいとされ，(2)輸送の問題 (3)物資の偏在 (4)物資貯蔵の問題 (5)末端配給機構の問題があり，(5)では隣組長の仕事が煩雑で，時間と労力を空費して

いるように見受けられるが、この欠陥は、日常の生活必需品は、1ヶ所で配給し得る総合配給所を適当に設置することで解決されるので慎重な調査研究が必要であるとされている⁽¹⁾。

このような統制経済下では、「商業」という語は使用されず、東京高等商業（商科大学）は東京産業大学（現一橋大学）に改称され、商業学校は工業学校に改名された。

第二次大戦後、わが国の国富は昭和10年の水準になり、商品不足と財政支出の増大でインフレーションになった。21年3月、「旧円」の予金封鎖、「新円」への切換えという金融緊急措置がとられ、月、500円的生活費の予金引出しが認められた。

占領軍、連合軍最高司令部は農地制度改革財閥解体、労働民主化の政策を指令した。

生産の復興のためには、「復興金融部」、後に、「公庫」が設けられた、石炭、電力、肥料、鉄鋼産業への金融を担当し、「傾斜生産」と呼ばれた。

貿易は昭和22年（1947）に再開され、米国の資金で綿花を輸入し、製品にして輸出するための基金（綿花回転基金）も設けられた。

貿易は、品目ごとに為替レートをきめる複数為替レートで、その処理は、「貿易資金特別会計」で行われ、その赤字は「一般会計」で補填された。

米国は欧州に対し、「マーシャル・プラン」で援助し、日本へは「エロア資金 ガリオア資金」で援助された。日本で見られた「洋画」の代金、食糧援助の代金は、「対日援助見返り資金」として、電源開発、電話交換所増設等に使用された。

昭和24年（1949）、G・H・Qの経済顧問の資格で来日したジョセフ・ドッジは、3月に経済安定政策を日本側へ提示した。それは(1)均衡予算、(2)価格差補給金の削減、(3)復金の新規貸出停止、(4)「見えざる補給金」をなく

し、1ドル=360円の固定為替レートを設定することで、米国の対日援助の終了と国内の財政赤字を減少することで、インフレを終息させることが目的であった。

昭和22年頃、「家庭電化」の語が現われ、昭和25年6月(1949)「朝鮮動乱」が始ると、日本では「特需」となり、この頃から、電気メーカーの積算電力計も大量に生産されるようになった⁽²⁾。

昭和23年(1948)、東京都経済局で配布していた「生活用品公定価格一覧表」の11月1日現在で300品目もあり、主なものを見ると、(主食10項目) 精米(10キロ) 357円、甘薯(1貫目) 27円、乾うどん(100匁) 27円、コッペパン(45匁) 4円64銭、砂糖(分蜜白糖, 1斤) 19円25銭。

(野菜類 21項目) だいこん(100匁 11月~12月) 1円70銭、にんじん(100匁) 5円90銭、たまねぎ(100匁) 9円。

(生鮮魚介類25項目) いわし(丸物100匁) 10円、まぐろ(切身20匁) 9円80銭、(加工水産物類32項目) すもめ(1等100匁) 67円20銭、かまぼこ(1等100匁) 69円、(畜産食品類13項目) 牛肉(並100匁) 140円、牛乳(配達付1合) 11円40銭、(調味料8項目, 嗜好品類8項目)

(衣料品類45項目) 背広(既製ラシャ9号) 7,758円10銭、ワイシャツ(共襟綿1号) 326円、(織物類70項目) 絹織物・羽二重(27吋巾, 1碼) 110円23銭、タオル(綿上品3号1枚) 23円70銭、(料金, 入浴料, 理髪料等64項目)⁽³⁾

昭和22年の官公庁の給与ベースは1,800円でベースで、全産業の平均現金給与は1,950円で、物価庁は10月27日、果物など132品目の公定価格を廃止した⁽⁴⁾。

昭和24年8月1日から入場料の価格統制が撤廃されたのを始め、1,000品目の価格統制が撤廃された⁽⁵⁾。

昭和25年6月以後の特需で、「糸へん」繊維業、(金へん)鉄、金属産業の景気上昇の流行語が出現し、住宅金融公庫は、6月6日に発足しその融資は耐火構造で、15年、20年、30年があり、(年利5分5厘)であった。25年に入ると、米以外の食料品は全部自由販売になり、6月1日から、もりかけ、15円、ざる、19円で、そば専門店が復活した⁽⁶⁾。

昭和26年(1951)になると、電気洗濯機が実用品化し、月賦販売、通信販売も復活したが通販をやっているのは、三越だけで辺地からの衣料の注文が多く、商品券も復活したが、地方税、印紙税を加えて、1万円は1万1,000円となった。

昭和27年(1952)6月には、麦は統制が撤廃され、配給は米だけになったが、山形県では11月23日、供出完了後の米は自由販売になった。12月1日、朝日、毎日、読売の各全国紙は11年間続いた共同販売制から専売制に切りかわり、月極め料金は、朝日270円、読売240円、毎日220円であった⁽⁷⁾。

昭和28年(1953)3月1日から酒類の小売価格は平均16~17%減税され、清酒、特級(1升)985円、2級785円、3級485円、ビール(大びん)107円となり、1合びん酒が流行したがこれには、公定価格がなかったので、国税庁では、12月10日、特級112円、1級92円、2級61円、合成酒は1級62円、2級50円、ときめた⁽⁸⁾。

小原博教授は「昭和20年(1945)~昭和29年(1954年)を戦後復興期(ブレ大衆消費社会)、昭和30年(1955)~昭和48年(1973)を高度成長期(大衆消費社会)、昭和49年(1974)~現在を安定成長期(ポスト大衆消費社会⁽⁹⁾)と区分され、マーケティングの導入の契機は、昭和30年2月に発足した「日本生産性本部」が第一次トップマネジメント視察団を9月に派遣し、翌年3月にマーケティング専門視察団を派遣した。

その他、日本科学技術連盟、日本能率協会のセミナー、輿論科学協会は

じめ市場調査機関や広告代理業の興隆もブームに貢献した。また、戦後、企業経営に関する CCS 講座（G・H・Q 民間通信局によるアメリカ式管理技術の紹介・導入もマーケティング普及へ影響したと思われる。」とし、ロストウの言う大衆消費時代に入ったからとされる⁽¹⁰⁾。

従来の商業制度へ新たな「スーパー・マーケット」「ディスカウント・ハウス」「コンビニエンス・ストア」（深見義一教授は『好便店』と訳されている。）等が出現したのも、それ以後の事である。

- (1) 松本信次「配給機構と配給道徳」付キャンプ著「市場物語」中川書房 87-93頁。
- (2) 大坪徳次「商学基礎論」東京精文館 平成11年 106-107頁。
- (3) 岩崎爾郎「物価の世相100年」昭和57年 150-151頁。100匁は375gである。
- (4) 同上書, 148-149頁。
- (5) 同上書, 155頁。
- (6) 同上書, 160-161頁。
- (7) 同上書, 163-169頁。
- (8) 同上書, 170-173頁。
- (9) 小原博「日本マーケティング史」中央経済社 平成6年 39頁。
- (10) 同上書, 69頁。

W. W. Rostow, 「The Stage of Economic Growth」2nd ed. 1971. 木村健康・久保健康・村上泰亮訳「経済成長の諸段階」ダイヤモンド社, 昭和49年。