

農業地帯に於ける中小商業の実態

— 北海道紋別郡上湧別町の「商業者調査」から —

岡 本 理 一

I 農村建設計画と商業

一般に商業は、生産者（供給者）と消費者（需要者）との中間に介在して、商品の流通を円滑にしていくものであるが、これによつて生産者も消費者も、また、その地方の産業も経済も、さらに大きくは国民経済の全体にわたつてうける利益はまことに大きい。すなわち、生産者は商人やその他の商業機関の機能によつて、生産に必要な原料、資材などの供給を受け、種々の商品を生産すると同時に、それらの販売を容易にして所期の目的を達成せしめることとなる。また、消費者は商人やその他の商業機関から日常の生活に必要な諸商品の供給を受けて、生理的生存のほか文化的な生活をおくることができる。そして、このように、一方、生産力の向上がおこなわれ、他方、消費生活の安定がはかられるということは、とりもなおさず、その地方や国全体の経済を発達させていくこととなる。それゆえ、一国全体を領域とする国民経済社会であろうと、また、一地方、一町村のような地域社会であろうと、商業が質的、量的に十分な発達をとげていない場合には、生産力の向上や消費生活の安定は望み難いし、もとより産業や経済の飛躍的な発展をはかることもむずかしい。いま、これを農業地帯（農村）の場合について考えてみよう。

いうまでもなく、農業は、それが水田稲作であろうと、また畑作であろうと、地味が肥沃で気候もよく、そして水利の便に富み、作物の生育に適した地域において経営されることが望ましい。また酪農や牧畜などにあつても、飼料に富み、牛、馬、羊などの飼育に適した土地でなければならぬ。さらにこれを農業経営に従事する人々や家族の立場からみれば、気候、風土が日々の生活に適當

し、交通も便利で、教育その他文化施設の整備していることが望まれるのである。

このように、農業の経営が可能となり、且、それが発展していくためには、なによりも、その地域の自然的、地理的条件の好適であることを必要とするのであるが、さらに、それが生産面で十分な発達をとげ、農家の人々の家庭生活を向上させていくためには、種々の経済的条件、とくに「商業」の合理的な存在や発達が必要であることを忘れてはならぬ。たとえば、農業経営に必要な農機具や肥料などが、その地域における商業組織の未発達や不備のため、十分な供給がおこなわれず、また、たとえ農家が購入できても、価格の高い場合には、その支出を多くして、結局、農産物のコストを高からしめて販売に不利をきたすこととなる。同様のことは、農家の日常生活に用いる衣料品、食料品、住宅用品などについてもいうことができ、いわゆる物価高のため、家計の安定を阻むことが少くない。さらに、その農産物の販売にあつても、合理的な商業（配給）機関が存在しない場合には、折角の農産物を意外な低価格で買取られ不利をみること甚だ多いのである。

要するに、農業が合理的な発達をとげていくためには、それに併行して、農機具、肥料などの購入を合理的におこない、また農産物の販売を適切な価格と販路の保持によつて有利化し、もつて農家所得の増加をはかるところの「商業」の存在が必要であつて、同時に、日常の家庭用品を廉価に供給する商業（配給）機関も設けられねばならぬ。したがつて、「農村建設計画」——というような、既存の農村組織を一定の計画にもとづき再編成していくにあつては、そこに存在する商業についても、業種業態別の適限数や適正規模などを改めて検討することが必要となつてくる。とくに農業経営の近代化が企図されるに際しては、合理的な商業の存在とその経営が不可欠の要件となるのであつて、ここに農業生産との関連における「商業計画」が樹立されねばならぬのである。

本稿に論述するところは、以上のような趣旨にもとづき、北海道紋別郡上湧別町における「農村建設計画」の樹立にあたり、その基礎的調査の一環として、そこで占める商業の比重や適限数などを探究するため、昭和29年11月、同町に存在する商品売買業を中心に、一部のサービス業を加えて151の商業者につい

て調査した結果をまとめたものである。調査にあたっては、所定の「商業調査表」（後掲）にある諸事項について、業者の記入を求めた。「商業調査表」の配付と蒐集は、町役場職員の手でおこなわれたので町内の商業者は全部もれなく入っているはずである。しかし、これは、あくまで「商業者調査」であるにとどまり、もとより、同町の商業の全貌を示すものとは言い難いのであるが、一応その経営の実情を物語っているので、今後の調査とあわせて、施策上の参考に供したいと思うものである。

因に記すと、上湧別町は明治43年4月1日開村され、昭和28年9月29日に現町名をもつて町制を実施、今日にいたっている。その人口は、昭和28年10月1日現在（住民登録による）で11,064人、世帯数1,864をかぞえる。町の総面積は160,543平方軒（16,188.2町）で、このうち、田地357町、畑2,875町、山林8,610町、牧場604町などがある。その主要生産物は米、麦類、馬鈴薯、ビートである。また産業別世帯数をみると（昭和26年10月1日現在）、総数1,770のうち、農業857、林業及び狩猟業8、漁業2、製造工業167、建設工業66、鉱業4、小売・卸売商業134、金融業及び保険業31、通信運輸及びその他公益業216、公務46、無業36——となつている。

次に、商業に関連する市場要素の若干を示せば——昭和28年度の歳入、歳出はともに70,728千円、租税負担額は1世帯当り26,924円（内訳—国税10,288円、道税3,527円、町税13,109円）、また人口1人当りでは4,435円（内訳—国税1,694円、道税580円、町税2,159円）となつている。文化教育施設としては小学校6、中学校5、高等学校1が設けられ、公民館は1、映畫館は2をかぞえる。ラジオ聴取者の数は総世帯1,864のうち1,382で聴取率は74.1%を示し、全道の平均（昭和28年3月31日現在、全道69.6%、支庁64.9%、市77.0%）にくらべて低い方ではない。なお、病院は5、診療所は1をかぞえる。自動車総数は36で内訳は乗用車1、貨物自動車19、小型軽自動車13、消防車3となつている。

商 業 調 査 表

昭 和 2 9 年 1 1 月

記入者の皆さんへ…… この調査は上湧別町の産業を振興し、同時に町の経済を隆昌 を得る目的で実施するものです。面倒なことをお尋ねして恐																			
1. 商店名	(電話 番)																		
2. 商店所在地	上湧別町 番地																		
3. 商店の本支店別	該当のものに○印 をつけて下さい (1)本店 (2)支店 (3)出張所																		
4. 開業の時期	該当のものに記 入して下さい (1)昭和 年 (2)大正 年 (3)明治 年																		
5. 経営組織	当該のものに○印 をつけて下さい (1)個人 (2)株式会社 (3)合名会社 (4)合資会社 (5)有限会社 (6)組合 (7)その他																		
6. 業 態	該当のものに○印 をつけて下さい (1)小売業 (2)卸売業 (3)卸売兼小売業 (4)製造小売業																		
7. 業 名	食料品雑貨・繊維品・住宅用品 その他 (取扱品目を示して下さい)																		
8. 従業員数	<table border="1"> <tr> <td>家</td><td>男</td><td>人</td><td>雇</td><td>男</td><td>人</td><td>合</td><td>男</td><td>人</td> </tr> <tr> <td>族</td><td>女</td><td>人</td><td>用</td><td>女</td><td>人</td><td>計</td><td>女</td><td>人</td> </tr> </table>	家	男	人	雇	男	人	合	男	人	族	女	人	用	女	人	計	女	人
家	男	人	雇	男	人	合	男	人											
族	女	人	用	女	人	計	女	人											
9. 売場面積	坪 10. 商品保管施設の面積 坪																		
11. 資金借入先	主とするものに◎を 従とするものに○印 をつけて下さい 1. 拓 銀 2. 道 銀 3. 相互銀行 4. 信用金庫 5. 商工中金 6. 国民金融公庫 7. 問 屋 8. 個人金融 9. そ の 他																		

小樽商科大学商業学研究室

させ町民の生活向上をはかる計画の樹立上、その基礎となる資料縮ですが趣旨を了承の上、御協力下さるようお願い致します。

12. 商品の仕入先	該当のものに ○印をつけて下さい		1. 小樽の間屋 2. 札幌の間屋 3. その他道内の間屋 4. 道内の生産者 5. 道外の間屋 6. 道外の実産者			
13. 商品の販売方法	現金売		割・掛売 割			
14. 商品の販売先	小売の 場 合	町内の消費者へ 町外の消費者へ	割 割	卸売の 場 合	町内の小売商へ 町外の小売商へ	割 割
15. 商品の販売高	昭和 28年度	1月から12月迄 合計 月平均	円 円	昭和 29年	1月から10月迄 合計 月平均	円 円
16. サービス料 手数料 収入高	昭和 28年度	1月から12月迄 合計 月平均	円 円	昭和 29年	1月から10月迄 合計 月平均	円 円
18. 営業支出額 (商品の仕入額と 税金を含めない)	給 与 額		その他の営業支出額		合 計	
	月平均 円		月平均 円		月平均 円	
19. 帳簿組織	該当のものに ○印をつけて下さい		有・複式、単式		無	
19. 協同組合 加入の有無	該当のものに ○印をつけて下さい		加入している・加入していない			
20. 申合組合 加入の有無	該当のものに ○印をつけて下さい		加入している・加入していない			
21. 経営困難の 理由	該当のものに ○印をつけて下さい		購買力の減退、資金難、同業者多数、税金の過重、貸倒の増加、農協の影響、生協(購買会)の影響、旭川・札幌等商店の影響			
22. この町の商業振興に必要な施策施設						

Ⅱ 商 業 経 営 の 実 情

1 業種別商業者の数（第1表参照）

商品売買業とこれに関連をもつ各種サービス業、理容業などをいれた総数は151であつて、総世帯数1,864（昭和28年10月1日現在）との比をみると、大体、1つの商店で市内の世帯数12戸にあたることとなる。これに町外の農家などからの購入者がかなりあるから（後述、13業種別業態別の販売先の項参照）、実際はどの業種とも、もつと多くの得意先をもつこととなる。

これを業種別にみると、「食料品雑貨商」が最も多くて21.2%を占め、全体の $\frac{1}{5}$ を越えている。32業者のうちから卸売商の専業者5を除くと小売商は27業者（小売商、卸売商兼小売商、製造小売商）となるから、市内の世帯数69戸を得意先とすることとなる。

次に多いのは「住宅用品商」であつて全体の12.7%を占めている。農業地帯の人々は家具、建具などを他地方へ出掛けて買求めることは困難で、おのずから需要が本町の商店に集中するため、このように多くのものが存在するのである。

第3位は「飲食料理業」で全体の9.2%を占め、「理容業」の7.3%と共にやや多すぎるようにみられる。続いて「繊維品商」の7.9%、「鮮魚・精肉商」の同じく7.9%、「洋服商」の5.3%、「菓子商」の同じく5.3%、「時計商」2.7%——となつている。通観して繊維品商は他の業種にくらべて少いように思われ、菓子商はやや多すぎる観がある。

なお、「その他の業」というのに含まれるものが31業者（全体の20.5%）あるが、これらの業種名と数とをあげると履物商5、自転車商5、薬局3、豆腐商3、文房具商2、造花商2、小間物商1、馬具商1、古物商1、石油販売商1、煙草販売商1、その他の物品販売商6——となつている。

2 本店、支店の別（第2表参照）

ほとんど全部の商店が「本店」そのものであつて、他都市などに本店があつてその支店となつているものはほとんどなく、また他町村などに支店を設けて

いるものは少い。全体のうち、「支店」は僅か3（食料品雑貨商1、飲食料理業1、理容業1）あるにすぎない。

これらのことは、上湧別町の商業がまったく地元業者の手で経営せられ、それからあがる収益も地元業者の手に入っていることを示すものであつて、いわば独立的な商業地域を構成しているものとみてよいのである。

3 業態別商業者の数（第3表参照）

「小売業」が最も多くて94業者をかぞえ、全体の62.2%を占めている。「卸売業」は少くて僅か6業者で全体の4.0%にすぎず、内訳は食料品雑貨商の3、魚菜市場の1、菓子商1、住宅用品商の1——である。ただし「卸売小売」の兼営をするものが10業者（6.6%）もあつて前者とあわせて16業者（10.6%）となつている。また「製造小売」を営むものはかなり多くて30業者（19.8%）にのぼり、菓子商では8業者のうち6業者を占めている。洋服商も仕立てをなすものは同じく8業者中、6業者となつている。住宅用品商にも製造小売を営むものが甚だ多くて19業者のうち8業者（42.1%）を占めている。

なお、繊維品商には卸売を営むものは1つもなく、同様、時計商にもそれがない。これは要するに、卸売商の経営を可能ならしめるほどの取引先として小売業者が同町並びにその周辺に存在しないことによるのであろう。なおまた、飲食料理業が全部小売業であることや、理容業も同様にそのような性格のサービス業であることはいうまでもない。

4 開業の時期（第4表参照）

一般に中小商業の寿命は短く、したがつて開業時期の古いものは少いとされているが、本町の場合においてもこの例に洩れない。すなわち、太平洋戦争終了後（「昭和21年以降」）に開業したものは全体の50.3%にのぼり、そのことを如実に示している。また「昭和20年以前」の昭和年間に開業したものは30.4%を占めていて、これもかなり多い。そして、「大正年間」の開業者は僅か15.2%にとどまり、況して「明治年間」の開業者にいたつてはその他の業の2業者があるにすぎない。

要するに、商業者の過半が終戦後の開業にかかり、営業年限の短いものの多いことは、資産、信用、商才、経験などの諸点において、不十分なものの少く

ないことを示すものといわねばならぬ。

5 経 営 組 織 (第5表参照)

「個人組織」のものが圧倒的に多くて全体の **91.3%** を占め、中でも菓子商、洋服商、時計商、飲食料理業、その他の業はすべて個人組織であつて、法人組織のものは1つもない。「法人組織」をとるものは **12** 業者にとどまり、全体の **8.7%** にすぎないが、うち多いのは「株式会社」で **9** 業者をかぞえ、業者別にみると食料品雑貨商の **5**、繊維品商の **2** などが目立っている。「合名会社」は食料品雑貨商に **1**、「有限会社」は住宅用品商に **1**、「組合」は理容業に **1** の各業者となつていて、いずれも少い。

6 従 業 員 の 数 (第6表参照)

一般に中小商業は家族労働に依存することの大きいものであるが、この調査によつてもそのことが一部の業種を除いて知られる。すなわち、食料品雑貨商、鮮魚・精肉商、菓子商、その他の業では「家族労働者」の方が「雇用労働者」の数よりも多くなつている。しかし、食料品雑貨商では「雇用労働者」として男子 **41** 人、女子 **14** 人をかぞえ、規模の大きい商店で雇用する店員の多いことを示している。繊維品商、洋服商、住宅用品商、その他の業では、男子の雇用従業者が女子のそれにくらべてはるかに多く、反対に、飲食料理業、理容業では女子の雇用従業者が男子のそれよりもずつと多くなつている。これらはそれぞれの業界における仕事の特殊性によるものであろう。

なお、本町における「雇用従業者」の総数は男子 **154** 人、女子 **68** 人、合計 **222** 人となつている。

7 協 同 組 合 及 び 申 合 組 合 へ の 加 入 状 況 (第7表参照)

(1) 商業協同組合への加入状況

全体を通じ「加入している」もの **32.5%**、「加入していない」もの **67.5%** で、未加入者の方がずつと多い。業種別にみると、鮮魚商と理容業では「加入している」ものの方が多いが、これら両者のほかの業界では「加入していない」ものの方が多くなつている。

また、食料品雑貨商では両者の割合が、大体、前記の全業者のそれに近く **34.3** 対 **65.7** で、住宅用品商もそれに似て **36.8** 対 **63.2** となつている。しかし、繊維

品商では「加入していない」ものが圧倒的に多くて91.6%を占め、加入しているものは僅か8.4%にすぎない。同様に菓子商、時計商、飲食料理業、その他の業も「加入していない」ものが多い。

(2) 申合組合への加入状況

上記の商業協同組合への加入状況では、「加入していない」ものが多かつたのに反し、申合組合については「加入している」ものの方が多く、両者の割合は72.8対27.2となつている。中でも繊維品商（加入者83.3%）、洋服商（同87.5%）、時計商（同100%）、飲食料理業（同85.7%）など、商業協同組合への加入の少ない業界に、その多いのがみられる。

要するに、どの業界もなんらか相互の協同組織が必要であることは認めているらしく、その高度のものとして「商業協同組合」が、また低度のものとして「申合組合」がつくられているのである。

8 売 場 面 積（第8表参照）

一般に売場は、面積の小さいものが多く、「10坪まで」のものが過半を占め、その割合は64.2%（内訳、「1坪—5坪」のもの27.8%、「6坪—10坪」のもの36.4%）となつている。とくに洋服商と菓子商には小面積のものが多い。鮮魚商と理容業には「6坪—10坪」のものが多くみられる。

「11坪以上」の面積をもつものは少く、すなわち全業者のうち、「11坪—15坪」のもの19.2%、「16坪—20坪」のもの5.9%となり、「21坪以上」のものは僅か11業者、7.3%にすぎない。

9 保管施設の面積（第9表参照）

商品などを保管するため、商店が倉庫、納屋、物置などの設備をもつことが望まれても、業種によつてはそれをあまり必要としないものがあるし、また必要であつても、資金などの関係で、それを設け得ないものも少くない。151業者のうち、これを記入したものは53にとどまり、残り98は無記入であつたのは、それを所有していないためと察せられる。全然、これをもたない業種は菓子商、洋服商、理容業であり、飲食料理業もいたつて少く14業者のうち、僅か1業者にすぎない。また、割合に多くもつているのは住居用品商であるが、これは取扱商品の性質上、当然のことであろう。

なお、記入した業者についてみると、「5坪まで」のものが多く、続いて「10坪まで」のもの、「15坪まで」のものとなり、「16坪以上」のものは少く、僅か11業者にすぎない。

10 資金の借入先(第11表参照)

今日、商業者が資金を必要とする場合、それを金融機関から借入れるのは必ずしも容易なことでない。この調査により、主な借入先として記入されたものをみると、最も多いのは「信用金庫」(42)であり、次いで「北海道銀行」(35)「相互銀行」(30)となつている。これら三者からやや下つて「国民金融公庫」(19)の利用がみられ、「北海道拓殖銀行」(12)からの借入れはさほど多くない。本町にはどの銀行の支店も設けられず、近接の中湧別町に北海道銀行の支店があり、また遠軽町に北海道拓殖銀行、北洋相互銀行、北海道相互銀行のそれぞれの支店があるので、地理的關係からこれらの支店がその借入先となつている。

次に、「問屋」(6)から借入れているものはいたつて少く、「個人金融」(9)に及ばない。なお商工組合中央金庫からの資金借入は商業協同組合を通じてなされるが、この調査では1件もあらわれていない。

要するに、資金借入先としては、「信用金庫」、「北海道銀行」、「相互銀行」の三者がその主なものとしてあげられるのである。

11 商品の仕入先(第11表参照)

商品の仕入先は、どの業者も1カ所にかぎることなく、方々の問屋やメーカーと取引することが多い。この調査によれば「小樽の問屋」(29)と「札幌の問屋」(29)とからの仕入は似ているが、さほど多くない。そして、「その他道内の問屋」というのが圧倒的に多くて記入数が108もあるのは注目されねばならぬ。また「道内の生産者」(23)、「道外の問屋」(18)から仕入れるものも少々みられる。

次に、これを業種別にみると、繊維品商と食料品雑貨商とは「その他道内の問屋」から仕入れるものが最も多いが、また「小樽の問屋」から仕入れるものもかなりみられる。鮮魚・精肉商、菓子商、住宅用品商、飲食料理業、その他の業では「その他道内の問屋」に多く依存し、時計商では「札幌の問屋」から

の仕入が多く、洋服商では「道外の問屋」からの仕入が多い。なお、住宅用品商では「道内の生産者」からの仕入も少くない。

12 販売方法（第12表参照）

商品を現金で販売するか、掛で販売するか、これらのうち、どの方法によるかは、経営上、うける影響が大きい。この調査によれば、全体を通じ、「掛売」が非常に多くて「現金売」と同数位になつているのがみられる。ただ僅かに理容業において現金払をうけるものが多い位で、これすら「掛」が14.6%みられる実情である。

これを業種別にみて、洋服商（「掛売」65%）や住宅用品商（「掛売」66.4%）では、その取扱品がかなり高価なものであるから、月末払の販売や月賦販売などによることは、従来の慣行上から、一応認められるが、日用の必需品を扱う食料品雑貨商（「掛売」50.3%）や鮮魚・精肉商（「掛売」60%）で「現金売」の少いのは、経営上、有利なこととは言い難い。このような販売方法は長年の慣習によるものと察せられるが、「掛売」はどうしても売価を高くし、結局、物価高の現象を招くので、これが改善のため努力することが望まれる。

13 業種別業態別の販売先（第13表参照）

(1) 小売業の場合

小売業が地元の人々を相手にしておこなわれることというまでもないが、この調査によれば、全体を通じて、「町内」と「町外」との比率は76.8対23.2となつている。つまり「町外」の人々に対する販売は少いことが知られる。

これを業種別にみると、食料品雑貨商（町外11.8%）と理容業（同13%）では主に町内の人々を対象としているが、飲食料理業（「町外」18.3%）、その他の業（同21.2%）菓子商（同22.5%）、鮮魚・精肉商（同25.8%）、住宅用品商（同27.8%）となるにしたがつて町外の人々への販売が増加している。そして、繊維品商（同42.5%）、時計商（同42.5%）、洋服商（同43.7%）にいたつては、それがいちじるしく多く、「町内」の人々への販売は相対的に減少している。

(2) 卸売業の場合

前記の小売業の場合とは逆に、卸売業では「町外」への販売が非常に多く、全体を通じて「町内」への販売30%、「町外」への販売70%となつている。こ

れを業種別にみると、両者の割合が、食料品雑貨商では20対80、住宅用品商では35対65、その他の業では55対45となつて町内への販売の方が少なくなつて

14 販 売 高 (第14表参照)

商店の販売高はその取扱商品の種類、性質、用途などによつて種々の傾向がみられる。この調査において、記入されたままの数字を集計した結果によると、「昭和28年度」(1月から12月まで)、「昭和29年」(1月から10月まで)を通じ、各商店の販売高の平均額は、繊維品商が最も多く(昭和28年度の1カ月平均1,302,000円)、次いで食料品雑貨商(同807,000円)、続いて住宅用品商(同542,000円)、鮮魚・精肉商(同347,000円)——などとなつている。この状況は昭和29年における販売高についても同様にみることができ、その順位に変わりはないただ繊維品商(昭和29年の1カ月平均販売高948,000円)、住宅用品商(同429,000円)において、販売高に下降の傾向がみられるのは、経済界の不況にもとづくものである。

なお、時計商(月平均販売高、昭和28年度215,000円、同29年188,000円)、洋服商(同、昭和28年度125,000円、同29年87,000円)などでは販売高は少いけれども、次述の手数料やサービス料の収入があるので、全体の所得はそれほど少いものではない。

15 サービス料、手数料(第15表参照)

これには洋服商の仕立料、改修料、時計商の修繕料、住宅用品商の加工賃、理容業の散髪料、結髪料——などが含まれる。「昭和28年度」と「同29年」のそれぞれの月平均をみると、繊維品商ではともに同額(35,000円)で変わらないが洋服商ではいちじるしい減少ぶりがみられ(154,000円から60,000円へ)、住宅用品商でも少し減少している。しかし、反対に時計商ではいちじるしい増加ぶりを示し(140,000円から360,000円へ)、理容業でも少々ながら増加の傾向にある。また、その他の業でも増加しているのがみられる(230,000円から360,000円へ)。

16 営業支出額(第16表参照)

営業支出額は商店の規模、取扱商品の種類、数量などによつて異り、とくに雇用従業員をもつか否かによつて増減をみることも大きい。一般的に販売高の20

%をこえることはよろしくないとされているが、この点、前記、販売高やサービス料、手数料と対比してみても、それほど大きいものでないようである。

次に、全体を通観して、特記すべきものをあげてみよう。給与額は雇用従業員に対して支払われるものであるが、既述のとおり、雇用従業員をもつ商店は少いので、この方面の支出額の大きい商店は多くない。ただし、洋服商、時計商、住宅用品商、飲食料理業、理容業——のように、多分にサービスを提供するものにあつては、雇用従業員をもつことが多いので、営業支出額の中で占める給与支出額の割合は大きい。給与額は一人当り1カ月、最低3,000円から上つて7,000円、8,000円位になつている。理容業では、理髪店の従業員が月給を支払われているのに対し、美粧院（パーマネット店）では徒弟制度のためか、とくに給与額の記入がなされていない。なお、その他の営業支出額は各商店によつて金額が区々であつて、一般的な論述はできない。

17 帖簿組織（第17表参照）

全体を通じてみると、「記入している」もの47.7%、「記入していない」もの52.3%となつて、後者の方がやや多い。しかし、これを業種別にみると、食料品雑貨商（「記入しているもの」68.7%）、繊維品商（同66.7%）、住宅用品商（同73.6%）にあつては「記入している」ものの方が多く、反対に、菓子商、時計商ではそれが1つもなく、また、洋服商（同37.5%）、飲食料理業（同14.3%）理容業（同27.5%）、その他の業（同38.7%）では「記入していない」ものの方が多くて、経営近代化の不足を物語っている。

次に、帖簿を記入しているもののうち、「複式」と「単式」とのいずれであるかについてみると、全体を通じて「複式」のものは27.4%で「単式」のもの72.8%よりもはるかに少い。これは、今後の記帖法の普及などによつて改められていかねばならぬ。

18 経営困難の理由（第18表参照）

今日、中小商業は業種、業態の如何をとわず、一様に経営の困難をつけているが、その原因となるものには種々のものがみられる。この調査の結果によれば、最も多く記入されているのは「資金難」（記入数63）と「購買力の減退」（同62）である。しかし、業種によつては順位の異なるものもみられ、たとえば、

時計商、飲食料理業、菓子商では「購買力減退」を第1位にあげており、また理容業には「資金難」を訴えるものは1つもない。反対に、繊維品商、食料品雑貨商、住宅用品商では一様に「資金難」を第1位にとりあげている。

これら両者につずいて多いのは「税金の過重」(29)であり、下つて「同業者多数」(23)、「貸倒の増加」(19)などとなつている。このうち、「同業者多数」を大きくとりあげる業種に住宅用品商、飲食料理業、食料品雑貨商がみられ、また「貸倒の増加」を強調するものに食料品雑貨商とその他の業とがある。

なお、少数ながら、一部の商店にとり、経営困難の原因とあげられるものに「生活協同組合の影響」(記入数8)、「その他」(同5)、「売掛増加」(同4)——がある。

Ⅲ 附 表

第 1 表 業種別業者数調

業 種 別	業 者 数 (%)
食 料 品 雑 貨 商	3 2 (2 1 . 2)
鮮 魚 ・ 精 肉 商	1 2 (7 . 9)
菓 子 商	8 (5 . 3)
織 維 品 商	1 2 (7 . 9)
洋 服 商	8 (5 . 3)
時 計 商	4 (2 . 7)
住 宅 用 品 (家具・建具) 商	1 9 (1 2 . 7)
飲 食 料 理 業	1 4 (9 . 2)
理 容 業	1 1 (7 . 3)
そ の 他 の 業	3 1 (2 0 . 5)
計	1 5 1 (1 0 0 . 0)

第 2 表 業種別本支店別調

業 種 別	本 店 数 (%)	支 店 数 (%)	計 (%)
食 料 品 雑 貨 商	31 (96.8)	1 (3.2)	32 (100.0)
鮮 魚 ・ 精 肉 商	12 (100.0)		12 (100.0)
菓 子 商	8 (100.0)		8 (100.0)
織 維 品 商	12 (100.0)		12 (100.0)
洋 服 商	8 (100.0)		8 (100.0)
時 計 商	4 (100.0)		4 (100.0)
住 宅 用 品 (家具・建具) 商	19 (100.0)		19 (100.0)
飲 食 料 理 業	13 (92.8)	1 (7.2)	14 (100.0)
理 容 業	10 (90.9)	1 (9.1)	11 (100.0)
そ の 他 の 業	31 (100.0)		31 (100.0)
計	148 (98.0)	3 (2.0)	151 (100.0)

第 3 表 業 種 別 業 態 別 業 者 数 調

業種別 \ 業態別	小 売 業 (%)	卸 売 業 (%)	卸 小 売 業 (%)	製 造 小 売 業 (%)	サ ー ビ ス 業 (%)	計 (%)
食 料 品 雜 貨 商	22(68.7)	3(9.4)	5(15.6)	2(6.3)		32(100.0)
鮮 魚・精 肉 商	10(83.4)	1(8.3)	1(8.3)			12(100.0)
菓 子 商	1(12.5)	1(12.5)		6(75.0)		8(100.0)
織 維 品 商	11(91.6)			1(8.4)		12(100.0)
洋 服 商	2(25.0)			6(75.0)		8(100.0)
時 計 商	4(100.0)					4(100.0)
住 宅 用 品 商 (家具・建具)	7(36.8)	1(5.3)	3(15.8)	8(42.1)		19(100.0)
飲 食 料 理 業	14(100.0)					14(100.0)
理 容 業					11(100.0)	11(100.0)
そ の 他 の 業	23(74.2)		1(3.4)	7(22.5)		31(100.0)
計	94(62.2)	6(4.0)	10(6.6)	30(19.8)	11(7.3)	151(100.0)

第 4 表 業 種 別 開 業 時 期 調

業種別 \ 時期別	明 治 年 間 (%)	大 正 年 間 (%)	昭 和 20 年 以 前 (%)	昭 和 21 年 以 降 (%)	無 記 入	計 (%)
食 料 品 雜 貨 商		5(22.0)	7(21.8)	18(56.2)		32(100.0)
鮮 魚・精 肉 商		2(16.7)	4(33.3)	6(50.0)		12(100.0)
菓 子 商		1(12.5)	2(25.0)	5(62.5)		8(100.0)
織 維 品 商		4(33.3)	2(17.2)	5(41.6)	1(8.3)	12(100.0)
洋 服 商			5(62.5)	3(37.5)		8(100.0)
時 計 商		1(25.0)	1(25.0)	2(50.0)		4(100.0)
住 宅 用 品 商 (家具・建具)		3(14.1)	6(28.2)	11(57.6)		19(100.0)
飲 食 料 理 業		2(14.4)	3(21.4)	9(64.2)		14(100.0)
理 容 業			5(45.4)	5(45.4)	1(9.2)	11(100.0)
そ の 他 の 業	2(6.5)	5(16.1)	11(35.4)	12(38.7)	1(3.3)	31(100.0)
計	2(1.9)	23(15.2)	46(30.4)	76(50.3)	3(2.1)	151(100.0)

第5表 業種別経営組織調

業種別	組織別						計 (%)
	個人 (%)	株式会社 (%)	合名会社 (%)	合資会社 (%)	有限会社 (%)	組合 (%)	
食料品雑貨商	26(81.2)	5(15.6)	1(3.2)				32(100.0)
鮮魚・精肉商	11(91.6)	1(8.4)					12(100.0)
菓子商	8(100.0)						8(100.0)
繊維品商	10(83.3)	2(16.7)					12(100.0)
洋服商	8(100.0)						8(100.0)
時計商	4(100.0)						4(100.0)
住宅用品商 (家具・建具)	17(89.6)	1(5.2)			1(5.2)		19(100.0)
飲食料理業	14(100.0)						14(100.0)
理容業	10(90.9)						11(100.0)
その他の業	31(100.0)					1(8.1)	31(100.0)
計	138(91.3)	9(6.6)	1(0.7)		1(0.7)	1(0.7)	151(100.0)

第6表 業種別従業員数調

業種別	区別		雇用		合計	
	男女別		男	女	男	女
	男	女				
食料品雑貨商	29	27	41	14	70	41
鮮魚・精肉商	12	11	9	1	21	12
菓子商	10	4	2		12	4
繊維品商	13	10	17	10	30	20
洋服商	8	3	11	3	19	6
時計商	4	3	6		10	3
住宅用品商 (家具・建具)	27	5	45	5	72	10
飲食料理業	5	12	1	17	6	29
理容業	5	8	2	13	7	21
その他の業	32	22	20	5	52	27
計	145	105	154	68	299	173

第 7 表 業種別協同組合及び申合組合加入状況調

組合別 加否区分 業種別	協 同 組 合			申 合 組 合		
	加入して いる(%)	加入して いない(%)	計 (%)	加入して いる(%)	加入して いない(%)	計 (%)
食料品雑貨商	11(34.3)	21(65.7)	32(100.0)	20(62.5)	12(37.5)	32(100.0)
鮮魚・精肉商	7(58.4)	5(41.6)	12(100.0)	9(75.0)	3(25.0)	12(100.0)
菓子商	2(25.0)	6(75.0)	8(100.0)	6(75.0)	2(25.0)	8(100.0)
繊維品商	1(8.4)	11(91.6)	12(100.0)	10(83.3)	2(16.7)	12(100.0)
洋服商	3(37.5)	5(62.5)	8(100.0)	7(87.5)	1(12.5)	8(100.0)
時計商	1(25.0)	3(75.0)	4(100.0)	4(100.0)		4(100.0)
住宅用品商 (家具・建具)	7(36.8)	12(63.2)	19(100.0)	12(63.3)	7(36.7)	19(100.0)
飲食料理業	2(14.5)	12(85.5)	14(100.0)	12(85.7)	2(14.3)	14(100.0)
理容業	7(63.6)	4(36.4)	11(100.0)	8(72.7)	3(27.3)	11(100.0)
その他の業	8(25.8)	23(74.2)	31(100.0)	22(70.9)	9(29.1)	31(100.0)
計	49(32.5)	102(67.5)	151(100.0)	110(72.8)	41(27.2)	151(100.0)

第 8 表 業種別売場面積調

面積区分 業種別	1~5坪	6~10坪	11~15坪	16~20坪	21坪以上	無記入	計 (%)
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
食料品雑貨商	8(25.0)	11(34.3)	7(21.5)	3(9.8)	2(6.2)	1(3.1)	32(100.0)
鮮魚・精肉商	3(25.0)	5(41.6)	3(25.0)		1(8.4)		12(100.0)
菓子商	4(50.0)	4(50.0)					8(100.0)
繊維品商	2(16.5)	2(16.5)	3(25.0)	1(8.5)	3(25.0)	1(8.5)	12(100.0)
洋服商	6(75.0)	2(25.0)					8(100.0)
時計商		2(50.0)		1(25.0)	1(25.0)		4(100.0)
住宅用品商 (家具・建具)	5(26.3)	6(31.5)	5(26.3)	2(10.7)	1(5.2)		19(100.0)
飲食料理業	4(29.0)	4(29.0)	3(21.0)	1(7.0)	1(7.0)	1(7.0)	14(100.0)
理容業	4(36.4)	5(45.4)	1(9.1)		1(9.1)		11(100.0)
その他の業	6(19.3)	14(45.4)	7(22.4)	7(3.2)	1(3.2)	2(6.4)	31(100.0)
計	42(27.8)	55(36.4)	29(19.2)	9(5.9)	11(7.3)	5(4.4)	151(100.0)

第9表 業種別保管施設面積調

業種別	面積区分						計 (%)
	1~5坪 (%)	6~10坪 (%)	11~15坪 (%)	16~20坪 (%)	21坪以上 (%)	無記入 (%)	
食料品雑貨商	4(12.5)	5(15.6)	4(12.5)	1(3.2)	4(12.5)	14(43.7)	32(100.0)
鮮魚・精肉商	3(33.3)	1(8.4)	1(8.4)		1(8.4)	5(41.5)	12(100.0)
菓子商						8(100.0)	8(100.0)
繊維品商			3(25.0)			9(75.0)	12(100.0)
洋服商						8(100.0)	8(100.0)
時計商		2(50.0)				2(50.0)	4(100.0)
住宅用品商 (家具・建具)	3(15.8)	2(10.7)	2(10.7)	1(3.8)	3(15.8)	8(42.1)	19(100.0)
飲食料理業	1(7.2)					13(92.8)	14(100.0)
理容業						11(100.0)	11(100.0)
その他の業	7(22.7)	2(6.4)	1(3.2)		1(3.2)	20(64.5)	31(100.0)
計	19(12.5)	12(7.9)	11(7.2)	2(1.3)	9(5.9)	98(64.9)	151(100.0)

第10表 業種別資金借入先調

業種別	借入先別									計
	北海道殖産銀行	北海道拓殖銀行	相互銀行	信用金庫	国民融庫	金庫	問屋	個人融	その他	
食料品雑貨商	5(1)	8(4)	7(3)	10(4)	6(1)	1(1)	2(1)	1(1)		40(16)
鮮魚・精肉商	1	5(3)	3(1)	5(3)	1	1	2	3		21(7)
菓子商			1	1						2
繊維品商	3(1)	4	2	3(1)	2	1		2		17(2)
洋服商		1(1)	2	1(1)	1	1(1)				6(3)
時計商		3(1)		1	1		1			6(1)
住宅用品商 (家具・建具)	3	7(2)	6(1)	6(3)	5	1	2	1		31(6)
飲食料理業		3	3	6						12
理容業		1	3	2(2)		1	1	1		9(2)
その他の業		3	3(2)	7(3)	3(1)		1(1)			17(7)
計	12(2)	35(11)	30(7)	42(17)	19(2)	6(2)	9(2)	8(1)		161(44)

(註) 括弧内の数字は主な借入先とするものの数を示す。

第11表 業種別商品仕入先調

業種別	仕入先別 小樽の 問屋	札幌の 問屋	その他道 内の問屋	道内の 生産者	道外の 問屋	道外の 生産者	計
食料品雑貨商	10(2)	5	22(4)	8	5	1	51(6)
鮮魚・精肉商	1		8	5			14
菓子商	1(1)		6	1	1		9(1)
繊維品商	5(3)	3	7(1)		1		16(4)
洋服商	2	1	1		3(1)	1	8(1)
時計商	3	4(1)	2(1)		1		10(2)
住宅用品 (家具・建具)商	1	2	10	7	3(1)	1	24(1)
飲食料理業			12	1		1	14
理容業		6	6(1)				12(1)
その他の業	6(2)	8	24(7)	1	4		43(9)
計	29(8)	29(1)	108(14)	23	18(2)	4	201(25)

(註) 括弧内の数字は主な仕入先とするものの数を示す。

第12表 業種別販売方法調

業種別	販売方法 現金売 (%)	掛売 (%)	計 (%)
食料品雑貨商	49.7	50.3	100.0
鮮魚・精肉商	40.0	60.0	100.0
菓子商	55.0	45.0	100.0
繊維品商	50.8	49.2	100.0
洋服商	35.0	65.0	100.0
時計商	52.5	47.5	100.0
住宅用品(家具・建具)商	33.6	66.4	100.0
飲食料理業	45.0	55.0	100.0
理容業	85.4	14.6	100.0
その他の業	58.3	41.7	100.0
計	50.4	49.6	100.0

第13表 業種別業態別販売先調

業種別	業態別 販売先別			卸売業		
	小	売	業	町内(%)	町外(%)	計(%)
	町内(%)	町外(%)	計(%)	町内(%)	町外(%)	計(%)
食料品雑貨商	88.2	11.8	100.0	20.0	80.0	100.0
鮮魚・精肉商	74.2	25.8	100.0			
菓子商	77.5	22.5	100.0			
繊維品商	57.5	42.5	100.0			
洋服商	56.3	43.7	100.0			
時計商	57.5	42.5	100.0			
住宅用品商 (家具・建具)	72.2	27.8	100.0	35.0	65.0	100.0
飲食料理業	81.7	18.3	100.0			
理容業	87.0	13.0	100.0			
その他の業	78.8	21.2	100.0	55.0	45.0	100.0
計	76.8	23.2	100.0	30.0	70.0	100.0

第14表 業種別販売高調

業種別	年度別		昭和29年(1月から10月まで)			
	年月平均別	昭和28年度(1月から12月まで)	年平均	月平均		
		年平均	月平均	年平均	月平均	
食料品雑貨商	千円	9,685	千円	807	千円	810
鮮魚・精肉商		4,165		347		401
菓子商		610		51		50
繊維品商		15,629		1,302		948
洋服商		1,500		125		87
時計商		2,585		215		188
住宅用品商 (家具・建具)		6,505		542		429
飲食料理業		1,004		83		90
理容業						
その他の業		2,183		182		150

第 15 表 業 種 別 サ ー ビ ス 料 ・ 手 数 料 調

業種別	昭和28年度(1月から12月まで)		昭和29年(1月から10月まで)	
	年 平 均	月 平 均	年 平 均	月 平 均
食 料 品 雑 貨 商	千円	千円	千円	千円
鮮 魚 ・ 精 肉 商				
菓 子 商				
織 維 品 商	420	35	350	35
洋 服 商	1,849	154	605	60
時 計 商	172	14	360	36
住 宅 用 品 商 (家具・建具)	240	20	195	19
飲 食 料 理 業				
理 容 業	327	27	280	28
そ の 他 の 業	279	23	359	36

第 16 表 業 種 別 営 業 支 出 額 調

業種別	支出別	給与額(月平均)	その他の支出額 (月平均)	計 (月平均)
食 料 品 雑 貨 商 (10)		円 46,500	円 33,831	円 80,331
鮮 魚 ・ 精 肉 商 (3)		35,666	32,272	67,938
菓 子 商 (1)		6,000	3,142	9,142
織 維 品 商 (5)		22,200	7,409	29,609
洋 服 商 (4)		10,500	7,786	18,286
時 計 商 (2)		11,000	6,950	17,950
住 宅 用 品 商 (13) (家具・建具)		25,253	29,437	54,690
飲 食 料 理 業 (10)		6,070	9,238	15,308
理 容 業 (7)		11,000	3,214	14,214
そ の 他 の 業 (8)		10,750	7,361	18,111

第 17 表 業種別帖簿記入状況調

業種別	記入している (%)			記入していない (%)	計 (%)	
	複式	単式	計			
食料品雑貨商	22(68.7)	5(22.8)	17(77.2)	22(100.0)	10(31.3)	32(100.0)
鮮魚・精肉商	6(50.0)	4(66.7)	2(33.3)	6(100.0)	6(50.0)	12(100.0)
菓子商					8(100.0)	8(100.0)
繊維品商	8(66.7)	3(37.5)	5(62.5)	8(100.0)	4(33.8)	12(100.0)
洋服商	3(37.5)		3(100.0)	3(100.0)	5(62.5)	8(100.0)
時計商					4(100.0)	4(100.0)
住宅用品商 (家具・建具)	14(73.6)	3(21.5)	11(78.5)	14(100.0)	5(26.4)	19(100.0)
飲食料理業	2(14.3)		2(100.0)	2(100.0)	12(85.7)	14(100.0)
理容業	3(27.3)	1(33.3)	2(66.7)	3(100.0)	8(72.7)	11(100.0)
その他の業	12(38.7)	3(25.0)	9(75.0)	12(100.0)	19(61.3)	31(100.0)
計	70(47.7)	19(27.2)	51(72.8)	70(100.0)	81(52.3)	151(100.0)

第 18 表 業種別経営困難の理由調

業種別	理由別	購買力減退	資金難	税過重	同業者数多	売増減少	掛加増	倒加	生活協同組合の影響	その他	計
食料品雑貨商		11	13	4	5	2	6	1	2	44	
鮮魚・精肉商		6	8	5	2		2	2		26	
菓子商		5	4	1			1		1	12	
繊維品商		4	8	1	1		1		1	16	
洋服商		3	4	3	1		1			12	
時計商		3	1	1	1		1			7	
住宅用品商 (家具・建具)		5	6	5	5		2			23	
飲食料理業		8	4	4	3		1			20	
理容業		6		3	1			3		13	
その他の業		11	15	2	2	2	4	2	1	39	
計		62	63	29	23	4	19	8	5	212	