

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一斷面

札幌市の纖維品雜貨業者について

岡 本 理 一

- 一 ま え が き
- 二 卸賣商の經營について
- 三 小賣商の經營について

一 ま え が き

最近、甚だしく經營不振におちいつている中小企業の困窮状態を打開して、これが振興對策を樹立する必要上、種の實態調査が全国的に、また地方的に行われていること周知の通りであるが、我が北海道においても、數年來、道廳商工部商工振興課の手により、道内諸都市の中小商工業者につき、詳細な調査が行われ、その經營規模、經營業績、經營資金、税金等各般の實情が明かにされている。その昭和二十六年年度の實態調査にもとづく現狀については、本誌前々號（第二卷第三號、昭和二十七年一月發行）に筆者が記述した通りである。ところで、この調査は、そこに配列さ

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一斷面

れている項目をみても知られるごとく、道廳當局が中小企業の振興をはかる一般的な対策——例えば中小企業金融對策のごときを樹立するために役立つこと甚だ大きいであろうが、しかし各業種、業態における個々の經營に關し、その改善をはかつて合理化を行う資料としては、必ずしも十分なものとは言ひ難い。一般に經濟調査は種々の目的をもつて行われ、したがつて、その方法も、目的の如何により、種々のものが存在することいふまでもなく、その調査項目のごとき、必ずしも一律に定め得るものでない。ゆえに、例えば、いま或る一業種における各經營の改善をはかるため、實態調査を行うという場合には、それに最も有用な資料となり得る事項をとりあげて調査することを要し、それ以外の事柄は、たとえ中小企業に關連するものであつても、除外して差支えないものと考えられるのである。

この小稿は、上記、道廳商工部商工振興課の調査とはやゝ視角を變え、いわば「經營方法」の實情とでも稱すべきものを明かにせんため、昭和二十六年十月、札幌市の代表的な纖維品雜貨の卸賣業者二十店、同じく小賣業者四十店につき、筆者の研究室で調査せるところをまとめた結果の記述である。而して、この調査の目的が、もともと、大阪府の「北海道市場調査團」（大阪府商工部商工第二課所管）において、大阪商品の取引先たる本道都市の卸賣商並に小賣商の經營實態を知り、以て今後の販路擴張の一助に供せんとするところに存するゆえ、對象となる商業者の中には、いわゆる中小商業に屬しない株式会社組織のものもかなり存し、また調査項目についても、上記の目的達成に必要なものがとりあげられているのは當然のことといふべく、同じく實態調査ではありながら、前記、道廳當局のそれとはかなり趣きを異にしているのである。しかし、かゝる項目に關する調査は、本道において初めての試みであり、從來、必要視されながら等閑に附されてきたものであるから、かく、纖維品雜貨を取扱う業者の經營實態をかなり詳しく解明している本調査は、上記のごとき目的にもかゝらず、本道商業の健全な發達を期する上に、役立つこと少なくないと思ふのである。

なお、この調査の實施に際しては、小樽商科大学の学生三名が調査員となり、次頁のごとき調査表（甲表、乙表）を個々に業者を訪問して配付し、必要事項の記載を求めてその蒐集にあたつたが、調査店舗（卸賣業者二〇、小賣業者四〇）の選擇については、市内の業界のことに詳しい札幌商工会議所の教示によつたものであつて、それらの商社名はこゝに明記せず、整理番號をもつて示すに止めたのである。

二 卸賣商の經營について

一 開業の年

一般に「卸賣商」といへば、小賣商にくらべて、資本金は多く、規模も大であること、周知の通りであるが、また開業の年も古くて、いわば長い歴史と古い老舗をもつを通常とする。このことは、本道における卸賣商の代表的存在とせられる小樽市の織維問屋をみることによつて、よく知られよう。然るに、札幌市におけるこの調査によれば（第一表参照）、開業年の古いものは、案外、少い。すなわち、総數二十店のうち、その開業が明治年代のもの四、大正年代のもの二で、開業年のさほど古いと思われるものは多からず、大半以上は昭和年代の開業に屬し、しかも終戦前のもの四、終戦後のもの十（五〇％）となつてゐる。一昨年夏、筆者の研究室で實施した小樽市におけるこの種調査では、終戦後の開業者が全體の二四％であつたのに對し、かく札幌市の場合、五〇％であるといふのは、いわゆる新興の卸賣商の多いことを示すものと言ひ得よう。ところで、このように、終戦後、札幌市において卸賣商が、多數、勃興してきたということは、戦時、戦後の統制時代、商權が小樽市より札幌市へ移行したのが、統制撤廢後も、引續きその販賣經營が新しい商社によつてなされたこと、並に札幌市の異狀な膨脹による需要の増加等に基因するものといふべく、かゝる傾向は、今後も、とゞまることなく、進展するようにならる。

(甲表) 北海道卸賣商調査票

(昭和26年度) —1951.10—

小樽商科大學商業學研究室

1 整理 號	2 所在地	3 開業年	昭和 大正 明治	年				
4 貴店は次の何れに屬しますか 該當を○で圍んで下さい								
5 従業員(家族従業員を含めて) 何人ですか								
6 倉庫(必ずしも別棟たるを要 しませんが)該當に○をつけて 下さい								
7 主な取扱品目(繊維, 二次製 品, 日用雜貨について)五つ をおかき下さい								
8 取の1間の 最近年の先及高をえい 最ケの仕仕割をお下 で概略構 す								
		1	2	3	4	5		
件数		割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
道	内	製	造	元				
大	阪	製	造	元				
東	京	製	造	元				
京	都	製	造	元				
名	古	製	造	元				
道	其	製	造	元				
大	内	製	造	元				
東	阪	製	造	元				
京	京	製	造	元				
都	都	製	造	元				
名	古	製	造	元				
道	其	製	造	元				
大	内	製	造	元				
東	阪	製	造	元				
京	京	製	造	元				
都	都	製	造	元				
名	古	製	造	元				
道	其	製	造	元				
大	内	製	造	元				
東	阪	製	造	元				
京	京	製	造	元				
都	都	製	造	元				
名	古	製	造	元				
道	其	製	造	元				

その他 計	100%		100%		100%		100%		100%	
	現金形 手計	註文方法 最も主なものに○	出向 回販の 買員 付員 他	註文後現 品到着ま	現物 (最長 見本 (最長 日位)	100%	100%	100%	100%	100%
9 代金支拂方法 (最近1ヶ年総仕入に對する%)	現金形 手計	註文方法 最も主なものに○	出向 回販の 買員 付員 他	註文後現 品到着ま	現物 (最長 見本 (最長 日位)					
13 最近1ヶ 年の販 先及び 高割 合わせ を 下 さい (北 海 道 内 に つ い て)	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他	店 商 口 山 合 他
13 販賣方法 (織 品 用 品 に 對 し て)	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他	百貨 小 會 社 工 場 大 口 山 合 他
13 販賣方法 (織 品 用 品 に 對 し て)	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計	外 交 通 信 店 賣 計
14 代金回収方法	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計	現金形 手計
15 仕入の多いのは 仕入の少ないのは										
16 棚卸を何時もやりますか ()	1 圓位	2 圓位	3 圓位	4 圓位	5 圓位					
17 手持品は平均何日分位お持ちですか 全体で 圓位 營業上の御感想を御記入下さい(例えば最近における小賣商等の仕入方式が小口になったかどうか、交或る地方の 商品例えは大阪商品は品質價格等とどうであるか等)										

北海道に於ける御賣商、小賣商等の1場面

(乙表) 北海道小賣商調査票

(昭和26年度) —1951.10—

小樽商科大学商業學研究室

整理 番 號	所在地	業 種					1 開 業 年	明治 昭和	年
2	貴方のお店は次の何れに屬しまいか ○印をおつけ下さい	個人經營 有限會社	組合店舗 株式會社	合名會社 合資會社	その他 ()				
3	あなたのお店は次のどんなところにありますか ○印をおつけ下さい	商店街 住宅街	町店鋪 農村地帯	公設市場 その他	私設市場	工場地帯	官廳會社街		
4	あなたのお店の賣場面積は凡そいくらありますか	坪位		5	従業員は貴方を含めて何人		男	女	人
6	主な取扱品目五つをお書き下さい。例えば「婦人子供服」 2 下着等, 荷一番主なものに○, その次には○をおつけ下さい	1	2	3	4	5			
7	貴店の一年の販賣高は次の何れの項に屬しますか (○で圍んで下さい)	10万円以下 200万円以上	10万円~50万円	50万円~100万円	100万円~200万円				
8	賣上は昨年上期とくらべて増えましたか減りましたか 8 目別におかき下さい (○で圍んで下さい)	1 増え 減保	2 増え 減保	3 増え 減保	4 増え 減保	5 増え 減保			
9	次の何れの方法で全体の何割販賣されますか	店頭の 店外その他	割割割	10	代金回収はどうか	現金賣 掛賣 ()	日拂)	割	割

11 次入先からどれ程仕入れをなさいませうか 目別におおき下さい A 同一市町村の間屋 B その他の北海道内の間屋 C 大阪の間屋又は道内支店出張所から D その他本州の間屋又はその道内支店から E 製造元から F その他から	1	割	割	割	割	割	割
	2	割	割	割	割	割	割
	3	割	割	割	割	割	割
	4	割	割	割	割	割	割
	5	割	割	割	割	割	割
	割	割	割	割	割	割	割

12 代金支拂方法は	現金掛 (日拂)	割	割	割	割	割	割
------------	-------------	---	---	---	---	---	---

14 店頭に来るお客は一日平均何人位ですか 季節的には何月が一番多いですか 又男と女とではどれ位の割合になつていますか	男	人位	割	割	割	割	割
---	---	----	---	---	---	---	---

15 商賣上の御感想を御記入下さい (特に大阪商品についてその品質なり値段なりに關する御意見をうけたまわると有難いのです)							
---	--	--	--	--	--	--	--

第1表 北海道卸賣商調査（札幌市繊維品雜貨業者）

整理 番號	開業年		經營形態	従業員					倉庫
				主人代理	會計	仕入販賣	荷配	造達計	
1	昭和	10年	個人	1				1	
2	大正	10年	〃	1	1	2	1	5	15坪
3	〃	5年	〃	1			2	3	12坪
4	昭和	25年	〃	1	1	4	1	7	
5	〃	25年	有限會社	1	1	4		6	
6	明治	40年	株式會社	2	1	10	2	15	200坪
7	昭和	10年	〃	3	3	4	3	13	
8	〃	23年	〃	1		3	2	6	
9	明治	38年	〃	3	4	13	3	23	50坪
10	昭和	18年	〃	2	4	6	1	13	
11	〃	24年	〃	2	7	8	13	30	5坪
12	〃	25年	〃			1	1	2	
13	〃	22年	〃		3	3	1	7	
14	〃	25年	〃	1	3	2	3	9	15坪
15	〃	26年	〃	1	2	5		8	
16	明治	44年	〃	2	4	4	63	73	150坪
17	昭和	18年	〃	1	2	5		8	40坪
18	〃	24年	〃	1	2	2	1	6	
19	明治	22年	〃	3	12	25	10	50	283坪
20	昭和	20年	〃	1	2	3	8	14	

商學討究 第三卷 第一號

二 經營の形態

一般に卸賣商は、その經營形態として、小賣商にくらべて、法人組織をとるものが多く、特に最近は、税金等の關係から会社形態に移行するものが少くない。この調査によれば（第1表参照）、「個人形態」のものは四（二〇％）で少く、「有限会社」のもの一、そして他の十五は、全部「株式會社」のもので甚だ多い（七五％）。この點、小樽市の調

査において、個人形態のものが多かつたのに比し、やゝ異なる。これは、要するに、札幌市の卸賣商が前に述べたるとく開業年の新しいものが多く、これらは同業者の出資を合せて設立されているため、かくも株式会社の形態をとつているものとみられる。換言すれば、これは卸賣商の資力如何に基因しているのであつて、それが證據に、右の個人形態をとる四店のうち、大正年代の開業にかゝるもの（大正五年と大正十年）が二店、昭和十年開業のものが一店、共に古い歴史と大なる資力、信用を有するものであり、また小樽市の卸賣業者に個人形態のものが割合に多いということも、よく個人の資力、信用で經營の可能であることを示す例證とみられるのである。

三 従業員 數

一般に卸賣商は、小賣商よりも經營規模大きく、取引範圍も廣きにわたるため、従業員の數も多いのを通常とする。この調査によれば（第1表参照）、少きは一人より、多きは七十三人にまで及んでいるが、個人形態のものよりも会社形態のものの方が——自明のことながら——従業員を多く有する。二十業者全部の平均をだすと——一店で七十三人という多數の従業員をもつものは、こゝでは異例として除く——一店當り、十二人強となる。但し、最も多い層は十人位とみてよいであろう。また開業年の古いものが、新しいものよりも、多くの従業員を有する。すなわち、第一位、七十三人の従業員をもつ会社は、明治四十四年の開業にかゝり、第二位の五十人をもつ会社は明治二十二年、第四位の二十三人をもつ会社は明治三十八年、第五位の十五人をもつ会社は明治四十年——というごとく、いずれも明治時代の開業にかゝる古いものである。要するに、開業年の古いものは經營規模大きく、取引範圍も廣く、それぞれの業務に多數の人員を必要とすることによるのであろう。

次に、かゝる従業員をその従事する職種によつて分けると左の通りである。「主人代理」は——これなきもの二店を除くと——各店とも一、二人を有してをり（三人をもつものが三店もある）、また「會計係」は各店とも一、二人から三、

四人位有してをり(但し、無きもの四店、七人のもの一店、十二人のもの一店)、更に「仕入販賣係」を各社とも四、五人以上有してをり(但し、無きもの二店、十人のもの一店、十三人のもの一店、二十五人のもの一店)、更にまた「荷造配達係」は——一店で六十三人という多數をもつものを除くと——各店とも、二、三人を有している(但し、無きもの三店、八人のもの一店、十三人のもの一店)。以上を通觀すると、「主人代理」の従業員は當然のことながら最も少く、反對に「仕入販賣係」の従業員が最も多いということとなる。

四 倉 庫

一般に卸賣商は相當量の商品をストックして、小賣商の需要に應ずる必要上、商品の保管施設をもつことが望まれる。特に本道のごとく、産地市場から遠くはなれているところにあつては、その必要性が大きい。この調査によれば(第1表参照)、二十業者のうち、倉庫の無きものは十一で過半に達し、倉庫を有するものは九である。その坪數は、小は五坪より、大は二百八十三坪に及び、全部の算術平均をだすことは無意味なほど、差異が大きい。而してこゝに留意を要することは、古い歴史のある商店に「倉庫」をもつものが多いことである。すなわち、明治二十二年開業の会社——二八三坪、明治三十八年開業の会社——五〇坪、明治四十年開業の会社——二〇〇坪、明治四十四年開業の会社——一五〇坪、大正五年開業の個人商店——一二坪、大正十年開業の個人商店——一五坪というごとく、明治、大正年代に開業せるものは、全部倉庫を所有している。そして同じく倉庫を有するとも、終戦後に開業せるものは、その坪數、五坪、十五坪というがごとく、甚だ小さいのである。既述のごとく、終戦後の開業者が半分もあるのに、これらのうち倉庫をもつもの、少ないのは、資金等の關係で施設に困難をとまなうことによるのであろうが、こゝにも、古き老舗を有し、資産、信用の大きな商社のもつ力のほどが、よく察知されるのである。

五 主要取扱商品

一般に卸賣商は、商品を大量に取扱うけれども、その種目はかなり専門化されているのを通常とする。しかし本道においては、繊維品関係につき、廣大な地域に分散せる小賣商が多種多様のものを取扱つてゐるため、これが需要に應ずる必要上、卸賣商の側にあつても多種多様の商品をととのえることを要し、いわゆる「専門卸賣商」として、たとえば毛織物のみを取扱うとか、絹織物のみを取扱うというがごときことは存續困難とせられる。かくて各種の織物類はもとより、メリヤス製品、足袋、靴下、夜具類から幼児用の帽子、よだれ掛け、オシメカバーにいたるまで、多種類のものを取扱つてゐるのが、本道都市の繊維品卸賣商の實情であつて、この點、本州大都市の専門卸賣商と著るしく異るところである。もちろん、さわいえ、各商店とも、自己の主力とする商品のあることというまでもなく、この調査においても（第2表参照）、順次、第一位のものより第五位まで記入を求めたのである。いま、これが集計せるところを若干の部類に分け、記入數を示すと左の通りであつて、メリヤス、布帛製品、洋品雜貨、毛織物等が多いよう
にみうけられる。

- (一) 絹織物二、絹人絹織物二
- (二) 綿織物二、麻織物二、綿・スフ織物三、織物一、布地一、洋反物二、呉服一、小巾反物二、綿布一
- (三) 毛織物四、服地二、廣巾生地一
- (四) メリヤス九、靴下三
- (五) 布帛製品七
- (六) 背廣服一、オーバー、ズボン一、学生服二、婦人オーバー、既製服一
- (七) 製綿一、夜具地一、かや一、毛布一、ふとん袋一
- (八) 毛布一、綿糸一、綿絹糸一、縫糸一、糸一

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一斷面

第 2 表 北海道卸賣商調査 (札幌市纖維品雜貨業者)

整理 番號	主 要 取 扱 商 品				
	1	2	3	4	5
1	糸	ゴムテープ	ポ タ ン	ネ ク タ イ	レ ー ス
2	足 袋	メリヤス	布 帛 製 品	織 物	仕 立 物
3	軍 手	軍 足	靴 下		
4	メリヤス	布 帛 製 品	靴 下	小 巾 綿 反	
5	綿 布	メリヤス	靴 下	布 帛 製 品	オシメカバー
6	製 綿	夜 具 地	か や	毛 布	ふ と ん 袋
7	メリヤス	洋 品			
8	帽 子	洋 品 雜 貨	和 裝 雜 貨	袋 物	小 間 物
9	背 廣 服	オ ー バ	平 ズ ホ ン	學 生 服	婦 人 オ ー バ
10	吳 服	メリヤス	洋 品	服 地	そ の 他
11	毛 織 物	絹人絹織物	綿スフ織物	布 帛 製 品	メリヤス
12	毛 織 物	麻 織 物	綿 織 物	絹 織 物	スフ・人絹織物
13	毛 織 物	毛 布	綿 織 物	毛 糸	綿 糸
14	毛 織 物	絹 織 物	綿 絹 糸	麻 織 物	毛 糸
15	縫 糸	織 維 雜 品	和洋裁附屬品		
16	綿	布 地			
17	洋 反 物	メリヤス	布 帛 製 品	和 裝 雜 品	雜 貨
18	スフ・人絹織物	服 地	小 巾 織 物	第 二 次 製 品	
19	メリヤス	布 帛 製 品	既 製 服	洋 反 物	毛 糸
20	廣 巾 生 地	メリヤス	軍 手 軍 足	布 帛 製 品	洋 品 各 種

商學討究 第三卷 第一號

(九) 洋品雜貨五、

和裝雜貨二

(十) その他——織

維雜品一、和洋裁附

屬品一、小間物一、

袋物一、帽子一、足

袋一、レース一、ネ

クタイー、ポタン一、

ゴムテープ一、オシ

メカバー一、軍手二、

軍足二、仕立物一、

第二次製品一

(註) 以上の諸品目の

中には重複している

ものがかなりあるた

め、それを整理すれ

ばもつと簡明となる

のであるが、こゝに

は調査表に記入され

第3表 北海道卸賣商調査 (札幌市織雜品雜貨業者)

整理 番號	代金支拂方法(%)			商 品 註 文 方 法		註文後現品到 着までの日數	
	現金拂	手形拂	その他	最も主なもの	次のもの	現 物	見 本
1	100			通 信	巡回販賣員	7	7
2		90	10	出 向 買 付		15	10
3	100			通 信		14	7
4	20	80		出 向 買 付		10	—
5	20	80		出 向 買 付		15	10
6	20	80		巡回販賣員		25	7
7	10	90		巡回販賣員	出 向 買 付	10	5
8	15	85		巡回販賣員	出 向 買 付	15	10
9	15	75	10	出 向 買 付	巡回販賣員	10	4
10	5	95		出 向 買 付	巡回販賣員	7	—
11		100		—	—	18	25
12	5	95		巡回販賣員	出 向 買 付	10	—
13	5	95		出 向 買 付	そ の 他	15	90
14	10	90		通 信		20	60
15	100			出 向 買 付	巡回販賣員	10	—
16	80	20		出 向 買 付	巡回販賣員	6	7
17	15	85		出 向 買 付		10	6
18		100		出 向 買 付		8	4
19	5	95		出 向 買 付		15	—
20	90	7	3	出 向 買 付		10	7

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一断面

たまゝの品名を表示
することゝした。

六 仕入代金の支拂 方法

一般に卸賣商はその
の資力や信用におい
て、小賣商よりも大
きく、商品を仕入れ
ても直ちに現金で支
拂うことなく、一、
二箇月後の手形決済
によることが多い。
たゞ最近はいわゆる
「金詰り」を反映
して、仕入先、メー
カー等が現金の前拂
を要求することもあ
るため、「現金拂」

によつてゐることが少くない。この調査によれば(第3表参照)、商品の仕入代金を、全部、現金拂で決済してゐるもの三、これに次いで現金拂九〇%、手形拂一〇%のもの一、現金拂八〇%、手形拂二〇%のもの一で、これらを除いた他は、すべて手形拂を主とし、現金拂を従としてゐる。すなわち、全部手形拂によるもの二を除けば、大體において、手形拂が八〇%—九〇%で、現金拂が二〇%—一〇%位のものが多いのである。

七 商品の注文方法

一般に卸賣商は、商品を注文して仕入れるにあたり、種々の方法をとつてゐる。東京、大阪、京都、名古屋等の生産地へ、直接、出向いて買付けることもあれば、またメーカーや大問屋の販賣員が巡回してくるのを待つて注文することもあり、更に——たとえば追加注文の場合のごとく——通信によつてゐることも少くない。そして、これら種々の方法があるとしても、卸賣商は決して一つの方法のみをとることなく、一つを主とし、他を従とするということく、二、三のものを併用することもみられる。この調査によれば(第表3参照)、なんの記入もなかつたもの一を除き、十九業者のうち、「出向買付」を主とするものが最も多く十二店を占めてをり、「巡回販賣員」を主とするものは四にすぎず、「通信」を主とするものは三となつてゐる。また、「主」とせず「次のもの」とする注文方法に「巡回販賣員」四、「出向買付」三、「その他」一となつてゐる。更に、他の方法を併用せず、「出向買付」のみによるもの七、「巡回販賣員」のみによるもの一、「通信」のみによるもの二——となつてゐる。以上をもつてみると、二つ以上の方法を併用せるもの、少くないことが知られる。

八 注文後、商品到着までの日數

一般に卸賣商は、かなり大量の商品を仕入れるが、それは注文と同時に現品を受取ること少く、注文品の到着までには距離の遠近、輸送事情の良否等によつて、その日數に長短の差異を生ずる。本道は、この點、生産地に遠くはな

れているため、本州都市の卸賣商に比し、不利をうけていること甚だ多い。戦前、運賃の割安であつた頃は、海上輸送が多かつたが（主に小樽港まで）、終戦後は海上運賃が鐵道運賃となら變りなく、反つて輸送日數を多く要するため、纖維品雜貨等につき、あまり利用せられず、主に鐵道輸送——多く客車便や混載貨車——によつて現狀である。

ところで、この調査によれば（第3表参照）、「現物」の到着日數は、最も短いもので六日、最も長いもので二十五日を要しているが、総じて多數のものを求めると、十日のもの七、十五日のもの五となつてをり、大體、十日から十五日位を要するものとみてよいであろう。また「見本」については、一般に現物の到着日數よりも短いことが知られ、短きは四日、長きは九十日のもの一（毛織物等）、六十日のもの一（毛織物等）というがごとき異例のものもあるが、総じて多數のものを求めると、七日のもの四、十日のもの三となつてをり、大體、一週間から十日間位を要するものとみて差支えないであろう。

九 商品の販賣方法

一般に卸賣商は、小賣商に商品を販賣するにあたり、自己の店舗を訪れるものに販賣すること——「店賣」——もあれば、また「外交」「通信」等の方法によつて積極的に賣込んでゆく場合もある。この調査によれば（第4表参照）、大體において「外交販賣」が多いようにみられる。「店賣」で多いのは、糸、ゴムテープ、ボタン等を取扱う業者（一）の店賣一〇〇%と、縫糸、纖維雜品、和洋裁附屬品を取扱う業者（一）の店賣九〇%、外交販賣一〇%——の二つにかぎり、他は全部「外交販賣」と「通信販賣」が主要なものとなつてゐる。そして、「通信販賣」の多いのは軍手、軍足、靴下の卸賣商で、通信販賣八〇%、店賣一五%、外交販賣五%というのが一つあるのみ。かくて、大部分は「外交販賣」ということになるが、これも、下は五〇%位のものより、上は一〇〇%のものもみられ、これらを一々あげると、五〇%代のもの一、六〇%代のもの四、七〇%代のもの四、八〇%代のもの二、九〇%代のもの四、

第4表 北海道卸賣商調査 (札幌市繊維品雜貨業者)

整理 番號	商品販賣方法 (%)			販賣代金 回收方法 (%)			仕入の月		棚卸 時期	平均 手持高
	外交	通信	店賣	現金	手形	その他	多い月	少い月		
1			100	70		30	12	2	12月	1箇月分
2	70		30	40	50	10	8	2	1	1½ "
3	5	80	15	90	5	5	9-4	5-8	12	1½ "
4	60	10	30	50	50		9-11	6-7	12	1週間分
5	80		20	15	30	55	9	2	1	1箇月分
6	60	10	30	30	60	10	10	8	3	2 "
7	90		10	10	90		10	5	9	3 "
8	90		10	85	15		10	2	2	4 "
9	90		10	30	70		9-11	2,7	9,3	2 "
10	70		30	60	40		9	3	7	2/3 "
11	40	10	50	30	70		4,9	1,2	3	1½ "
12	75	5	20	10	30	60	9	7	2箇月に1回	3 "
13	65	15	20	20	80		1,8,9	12,4	9,3	1/2 "
14	90	5	5	40	60		10	6	毎月	1 2/3 "
15	10		90	100			11-3	4-10	2箇月に1回	2 "
16	85	10	5	70	20	10	9-4	5-8	4	2 "
17	100			50	50		9	7	6,12	1 "
18	70		30	95	5		9,10	2,7	3	1/2 "
19	65		35	60	40		8	2	12	1 "
20	50	30	20	80	2	18	9,10	6-8	毎月	2 "

商學討究 第三卷 第一號

一〇〇%のもの一
となり、特殊の
割合のものが多くと
いうわけではなく、大
體において、均等化
されているようにみ
られるのである。

十 販賣代金の回收 方法

一般に卸賣商は、自
己の取引先——主に
小賣商——に對し、
いわゆる「問屋金融」
の意味をもつて、販
賣商品の代金を手形
その他により回收す
ること多いが、最近
はいわゆる「金詰り」

を反映して、現金賣りをなすことが増加してきている。この調査によれば（第4表参照）、異例と思われる「現金賣」一〇〇%の会社——この会社は、既述、商品の仕入に際し、全部「現金拂」である——を除くと、他は全部、手形その他の方法を併用しているのが知られる。それではかく併用せるものにつき、「現金」と「手形その他」と、どちらによる回収が多くを占めているかというに、「現金」の割合が「手形その他」の割合よりも多いもの八、兩者の割合が同等（どちらも五〇%）のもの二、「手形その他」の割合が「現金」のそれよりも多いもの九——となつてゐる。全體を通観すると、少々、「現金」の方に比重が多くかゝつてゐるように見うけられる。

十一 仕入の時期

一般に卸賣商は、小賣商や消費者のやゝ長きにわたる需要を一時期に集中して商品の仕入を行うため、一年の間には、仕入の多い月もあれば、少い月もある。これを知るとは、卸賣商と取引する生産者、大問屋、小賣商にとり大切であるのみならず、金融政策上からみても必要なこととせられる。この調査によれば（第4表参照）、「仕入の多い月」は八月（二）、九月（二）、十月（三）、十二月（一）であり、他に、九月から十月、または十一月、更に翌年四月までと記入したものが多し。要するに、仕入は、八月にはじまり、九月に入つて本格的となり、十月、十一月頃までさかんにつゞいてゐることとなる。次に「仕入の少い月」は、大體において、二月となつてをり、更に三月から七月、八月頃までつゞいてゐるようである。

十二 棚卸の時期

一般に卸賣商は、決算期その他一定の時期に手持品の現在高を調査して、適當に評價するものである。この調査によれば（第4表参照）、年末に棚卸を行うものが最も多いようにみられ、すなわち、十二月末と記入せるもの（四）、これに六月と十二月のもの（一）、毎月末のもの（二）、二箇月に一回というもの——十二月末に行うものとするれば——

(その一) 昭和26年10月 小樽商科大学商業學研究室調査

先 (%)				販 賣 先 (%)							
京 都	名 古 屋	其 他	其 他	百 貨 店	小 賣 店	會 社 工 場 大 口	鑛 山	生 活 協 同 組 合	其 他 の 組 合	其 他	
卸 問 屋	卸 問 屋	卸 問 屋									
		100			100						
10				10	80	1				9	
		50			100					50	
		100			100						
				20	50	10				20	
					95			5			
		5	10	5	80		10			5	
5	37.5	7.5	2.5	15	70	10	5				
47		21		1	99						
				10	85			5			
				3	90		4		3		
	3.3	28.3		16.7	66.7	2	2.6			12	
				0.5	99.5						
					70	3	16	1		10	
10	1.7			9.9	82	2.5	2.1	2	0.3	1.2	
				10	40	15		15		20	
2	3		20	7.4	71.7	11.4	5	2.1	0.1	2.3	
					30			56	14		
					50	10		40			
					40	10	5	35	10		
					50	10		30	10		
					80			10	10		
				10	60	20	10				
				10	55	5				30	
					55	5				40	
10					60					40	

商學討究 第三卷 第一號

第 5 表 北海道卸賣商の仕入先と販賣先 一 札幌市 一

商品別	仕入先 販賣先	仕 入												
		道 製造元	内大 製造元	阪 製造元	東 製造元	京 製造元	都 製造元	名古屋 製造元	その他 製造元	道 卸問屋	内大 卸問屋	阪 卸問屋	東 卸問屋	京 卸問屋
絹織物	1													
絹人絹織物	1											50	40	
スフ人絹織物	1								100					
綿織物	2		15				35							
麻織物	1													
綿スフ織物	1									10	60	30		
織物	1		20	40	4	20	16							
布地	1									10	15	60		
洋反物	2		10						7.5		30			
呉服	1										17	15		
小巾反物	2	(仕入先不詳)												
綿布	1		80			20								
毛織物	3		5	20			5	1.7			23.3	13.3		
服地	2	(仕入先不詳)												
廣巾生地	1	(仕入先不詳)												
メリヤス	6	1.6	26.7	7.5	6.7	3.3					29.1	13.3		
靴下	2	15	20	7.5		7.5				25	25			
布帛製品	5	1	22	2				9			31	10		
背廣服	1			20	10	70								
平ズボン	1			40		60								
オーバー	1			40		60								
學生服	1			20		30	50							
婦人オーバ	1			60		40								
既製品	1		70	20		10					70	30		
製綿	1											100		
夜具	1													
かや	1							(福井) 90						

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一断面

(その二) 昭和26年10月 小樽商科大学商業學研究室調査

先 (%)				販 賣 先						
京 都	名 古 屋	そ の 他	そ の 他	百貨店	小 賣 店	會 社 工 場 大 口	鑛 山	生 活 協 同 組 合	そ の 他 組 合	そ の 他
10					50					50
					70					30
				27.5	60	7.5	2.5			2.5
										100
10					100					
					100					
32.5	4.5	3.2	9.2	0.2	91	3.5	1		0.5	3.8
35			15	20	73.7				6.3	
					100					
	10				100					
15.5	24				90				10	
					87				13	
					97				3	
					95			5		
					100					
					100					
					100					
					100					
				18	80		2			
					10	30		20		40
					10	30		20		40
					95			5		

商學討究 第三卷 第一號

第 6 表 北海道卸賣商の仕入先と販賣先 — 札幌市 —

商品別	仕入先 販賣先	仕 入									
		道 内 製造元	大 阪 製造元	東 京 製造元	京 都 製造元	名 古 屋 製造元	そ の 他 製造元	道 内 卸問屋	大 阪 卸問屋	東 京 卸問屋	
毛 布 1								90			
ふ と ん 袋 1			100								
毛 糸 3			100								
綿 糸 1						100					
縫 糸 1								10	80		
糸 1				100							
洋 品 雑 貨 4			9.4	7.6		1.7	2	2.2	15.3	12.1	
和 装 雑 貨 2					50						
織 維 雑 品 1								100			
和洋裁附屬品 1								70	20		
小 間 物 1								40	20.5		
袋 物 1								100			
帽 子 1			29	43		28					
足 袋 1	(仕入先不詳)										
レ ー ス 1								100			
ネ ク タ イ 1				100							
ボ タ ン 1			80			20					
ゴ ム テ ー プ 1				70			30				
オ シ メ カ バ ー 1			30				70				
軍 手 1								50	50		
軍 足 1								50	50		
仕 立 物 1			*	*	*	*					
			{仕入高の%不詳}								

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一断面

(二)を加えると、全部で九となる。他の時期のものを列挙すると、一月のもの二、二月のもの一、三月のもの三、三月と九月のもの二、四月のもの一、七月のもの一、九月のもの一、毎月末のもの一、二箇月に一回のもの二——となつてゐる。

十三 商品の平均手持高

一般に卸賣商は、若干の手持商品をもつを通常とするが、これが多きにすぎるときは、廻轉率を悪くするゆゑ望ましくない。この調査によれば(第4表参照)、最も多いのは二箇月分手持のもの五で、これに次いで一箇月分の四、一・五箇月分の三、三箇月分の二となつてゐる。要するに、二箇月分から三箇月分位の商品を手持しているようにみられるのである。

十四 商品の仕入先と販賣先

一般に卸賣商は、いわゆる「中間商人」にして、取扱商品をその地または他地方の生産者、大卸賣商等より仕入れ、これを主に地元方面の小賣機關に供給するものである。これを本道都市の卸賣商についていえば、その取扱商品を道内(小樽市、札幌市等)、道外(大阪市、東京都、京都市、名古屋市、その他)のいずれかのメーカーや卸賣業者より大量に仕入れて、これを道内の小賣機關——單獨小賣商、百貨店、会社、工場の大口、鑛山、生活協同組合、その他——へ賣渡してゐるものであるが、これが仕入先と販賣先を知ることが、種々の點で利するところ甚だ多い。すなわち、本州諸都市の製造業者や卸賣業者にとつては、自己の製品や取扱商品の販路の維持、擴張を行うに役立つこと大きく、また本道の業者や關係者にとつても、かゝる商品の供給源やその流通経路を知り得て、經營合理化その他に資するところ多いのである。この調査によると、それは前頁「北海道卸賣商の仕入先と販賣先」(第5表、第6表)の通りであつて、各品目の件数が少いため、きわめて確實なものとはいひ難いけれども、一應、それぞれ商品の供給

源と分散過程の一斑を知ることができる。記載の全品目につき、仕入先として最も多いのは大阪の製造元並に卸問屋であつて、これに東京、名古屋の製造元、卸問屋が次いでをり、また道内販賣先としては、單獨小賣商が壓倒的に多く、百貨店へはあまり多く行つていない。けだし各百貨店とも、自から産地のメーカーや大卸賣業者等と直接取引を行い、道内の卸賣商から仕入れることは少いからであろう。また販賣先として、会社、工場の大口消費や鑛山、生活協同組合等も、多少ながらあげられていることは注目を要する。なお、この表は仕入先、販賣先とも取引件数による百分率であらわしたが、兩者の判明し難い商品は除外して記載せず、販賣先のみ判明して仕入先の判明せざるものは、仕入先の欄に「仕入先不詳」と記しておいた。

十五 營業上の感想

この調査において、これを記したものは少なかつたが、その中から留意を要すると思われるものをあげると左の通りである。

- (一) 營業資金不足のため、些少の相場變動にも業者はかなりのショックをうけ、最近は纖維品の相場が安定せないので、仕入を控え目に行つてゐる。
- (二) 東京商品は品質良好であるが、大阪商品は値段が低廉であるけれども、品質は前者に及ばないこと多い。しかし道内の都市以外の地方では、格安品の大阪ものが歓迎されている。
- (三) 道内小賣商の仕入をみると、漸次、思惑的なものは減少して小口となり、再び戦前の状態に復歸したかの觀がある。
- (四) 道内の小賣商は資力が小であるため、現金取引を希望しても困難である。そして、掛買が當然のこととされ、これは仕入値を高くし、ひいて小賣値段をも高めている實情である。

(五) 道内の小賣商は、他府縣の小賣商に比し、商取引上、改善を要する點少くない。例えば、支拂條件を嚴守せず、相場の下つたときに返品を行い、しかもそれを二箇月も経過してから行うがごとき、商業道徳上からみても許容し難いものが多い。

(六) 道内の製造業者は、經營の合理化を行い、コストを低下して、卸賣商の仕入價格を輕減せねばならぬ。

三 小賣商の經營について

一 開業の年

一般に小賣商は卸賣商に比し、壽命が短く、したがつて開業年も比較的新らしいものとされている。この調査によれば(第7表参照)、開業年の記入のあつた三十八店のうち、明治時代に開業のもの七(個人五、合資會社一、有限會社一)、大正時代に開業のもの一〇(個人八、株式會社二)、昭和時代に開業のもの、終戦前一二(個人六、有限會社一、株式會社六)、終戦後八(個人四、合名會社一、株式會社三)となつてをり、戦前の開業者は三十店(七五%)という多きに及んで、開業年の新らしいものは割合に少ない。これは、調査の對象となつた小賣商が、大部分、札幌市では一流の業者に屬し、その位置も商店街や都心の近くにあるものが多いためであつて、もしこれを二、三流店や場末の商店にかぎるなら、明治時代や大正時代の開業者は、これほど多くはないものと察せられる。とまれ札幌市の纖維品雜貨の小賣業者に、かゝる開業年の古いものが存在するということは、甚だ好ましき事態といわねばならぬ。

二 經營形態

一般に小賣商は、開業の當初において個人商業の組織をとるもの多く、爾後にあつてもそのままの形態で繼續すること多いゆゑ、法人組織によるものは比較的少ない。この調査によれば(第7表参照)、個人形態二五、合名會社一、

第7表 北海道小賣商調査（札幌市繊維品雜貨業者）

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一断面

整理 番號	開業年	經營形態	所在地	賣場 面積	従業員		1箇年 販賣高 (万円)
					男	女	
1	明治 28 年	個人	商店街	11坪	2	1	200以上
2	" 30 年	"	その他	8	1	2	200
3	" 36 年	"	商店街	14	5	4	200以上
4	" 41 年	"	工場地帯	20	1	3	"
5	" 42 年	"	商店街	25	4	1	"
6	大正 3 年	"	"	20	3	—	"
7	" 5 年	"	官廳會社街	14	1	2	50—100
8	" 6 年	"	町店舗	12	1	1	200以上
9	" 7 年	"	商店街	20	3	—	"
10	" 8 年	"	"	45	7	3	"
11	" 8 年	"	"	9	2	2	"
12	" 8 年	"	"	15	3	1	"
13	" 9 年	"	"	8	2	2	"
14	昭和 元年	"	町店舗	10	—	2	50—100
15	" 2 年	"	工場地帯	40	4	—	200以上
16	" 3 年	"	商店街	23	3	—	"
17	" 5 年	"	町店舗	17.5	1	2	"
18	" 9 年	"	私設市場	9	1	1	"
19	" 11年	"	住宅街	7	1	1	100—200
20	" 21年	"	"	10	2	2	200以上
21	" 21年	"	商店街	13	1	2	"
22	" 21年	"	"	10	2	1	"
23	" 26年8月	"	"	3.5	1	2	100—200
24	—	"	"	50	4	6	200以上
25	—	"	住宅街	13.5	3	—	"
26	昭和 25 年	合名會社	商店街	24.5	2	7	"

27	明治 8 年	合資會社	〃	150	36	41	〃
28	〃 37 年	有限會社	〃	40	3	7	〃
29	昭和 13 年	〃	〃	19	9	1	〃
30	大正 2 年	株式會社	〃	50	35	10	〃
31	〃 3 年	〃	〃	40	8	3	〃
32	昭和 元 年	〃	〃	25	4	6	〃
33	〃 2 年	〃	〃	58.5	18	41	〃
34	〃 3 年	〃	その他 (料理店街)	10	3	2	〃
35	〃 6 年	〃	商店街	125	17	81	〃
36	〃 9 年	〃	〃	81	17	28	〃
37	〃 20 年	〃	〃	16	4	2	〃
38	〃 23 年	〃	〃	40	8	17	〃
39	〃 25 年	〃	〃	27.5	6	6	〃
40	〃 25 年	〃	〃	30	16	30	〃

合資会社一、有限会社二、株式会社一となつてゐる。これらのうち、個人形態の十九店が戦前の開業に屬し、しかも明治時代のもの五、大正時代のもの八——というごとく、歴史の古いものゝあることは注目を要しよう。また法人組織をとるものが十五商社に及び、しかもこのうち、十一社が「株式会社」であることは——これらが市内の一流の小賣商であることにもよろうが——經營形態が、漸次、近代化されつゝあるのを物語るものと言ひ得よう。

三 所 在 地

一般に小賣商の位置は、消費者の購買上の慣習や便宜その他の條件と密接な關連をもつて定められ、例えば織維品雜貨につき、専門品や買廻品の性質のものを取扱う商店は商店街に、また最寄品に類するものを取扱う商店は、商店街にかぎらず住宅街等にも所在するを常とする。この調査によれば(第7表参照)、商店街二八(個人形態一四、合名會社一、合資會社一、有限會社二、株式會社一〇)、工場地帯二(個人形態)、官廳會社街一(個人形態)、

私設市場一（個人形態）、住宅街三（個人形態）、町店舗三（個人形態）、その他二（個人形態一、株式會社一）となつてゐる。概して個人形態の商店は、商店街にも所在するが、またそれ以外の所に位置することも知られ、法人組織の商店は、料理店街の一家を除き、全部、商店街に所在しているのである。これは要するに、市内の商店街でかなりの營業を行うためには、資本の多い会社形態によらざるを得ないことを物語るものと言ひ得よう。

四 賣場面積

一般に小賣商の賣場面積は、來客の數や商品の種類等によつて異なるが、それぞれ適當な坪數のあるこというまでもない。この調査によれば（第7表参照）、二〇坪未満のもの六、一〇—二〇坪未満のもの一四、二〇—三〇坪未満のもの八、三〇坪のもの一、四〇—五〇坪未満のもの六、五〇—六〇坪未満のもの三、一二五坪のもの一、一五〇坪のもの一となつてをり、概して十坪から三十坪位までの賣場面積のものが多し。そして、これを一日の來客數との對比においてみると（第10表参照）、賣場の坪數小さくとも來客數の多いものもあれば、その反對のものもあつて、必ずしも適限の坪數をもつてゐるとはみられない。たゞ一般的には、法人組織の商社で商店街に所在してゐるものは總じて坪數が大きいと稱して差支えないであらう。

五 従業員

一般に小賣商は従業員をもつこと少く、家族労働に依存してゐるもの甚だ多い。この調査によれば（第7表参照）、男女従業員を合せて四人以下の店舗は二十となつてゐるが、このうちの大部分は家族労働とみられるものである。また四十店の全従業員數は、男子二四四人（平均四一人）、女子三二三人（平均八人）となつて、女子従業員が甚だ多い。しかし店舗によつては、男子従業員の多いものも存し、これが十六店みられ、反對に女子従業員が男子従業員よりも多い店は十七店、そして兩者従業員の同數の店は七となつてゐる。いま男子従業員と女子従業員の各人數と店

舗とを表示すると左の通りである。

商學討究 第三卷 第一號

男子従業員		女子従業員	
従業員の數	店の數	従業員の數	店の數
1人の店	9	1人の店	8
2 "	6	2 "	11
3 "	7	3 "	3
4 "	5	4 "	1
5 "	1	6-9 "	5
6-9 "	5	10 "	1
16-18 "	4	17 "	1
35	1	28 "	1
36	1	30 "	1
なし	1	41 "	2
		81 "	1
		なし	5

的なものへと近代化されるにともない、いわゆる利潤を生じ得るほどの販賣高を示すにいたる。この調査によれば（第7表参照）、五〇——一〇〇万圓のもの二、一〇〇——二〇〇万圓のもの二、二〇〇万圓のもの一、二〇〇万圓以上のもの三五となり、大部分は二百万圓以上の賣上を示している。而して、これは、調査に際し、二百万圓に止めず、三百万圓、四百万圓、五百万圓……というごとく、もつと高いいくらかの段階を設くべきものであつて、たゞ「二〇〇万圓以上」としたことは商店側には記入しやすかつたかもしれないが、調査上は適當であつたとは言ひ難いのである。

七 主要取扱商品

一般に小賣商の取扱商品は、それが専門品に屬する場合には種類が少いけれども、買廻品、最寄品となるに及んで

これによると、男子従業員四人以下の店は二十七、女子従業員四人以下の店は二十三となつてゐる。なお、株式会社組織の商店は、概して従業員多く、十一社の平均は男子二一・三人、女子二〇・五人である。

六 一箇年販賣高

一般に小賣商の販賣高は、それが生業的な經營にとゞまるかぎり、家族の生計をようやく保持し得る勞賃的所得を生ずる程度のもの多いが、それが企業

種類も多くなつてくる。この調査によれば(第8表参照)、四十店で取扱う商品の種類は甚だ多く、その主要なもの五品を各店に記入してもらつただけでも、非常に廣範圍にわたつてゐる。それらを若干の部類に分けて掲げると左の通りであつて、呉服類、メリヤス、下着、洋品雜貨、既製服、服地等が多いようにみうけられる。

(一) 呉服七、京呉服三、關東呉服一、呉服太物一、太物二、大巾織物二、小巾織物二、衣料品二、銘仙二、友仙二、反物一、洋反物一、小巾反物二、化学纖維一

(二) メリヤス七、下着九、靴下七、足袋七、布帛製品一、ワイシャツ四、アンダーシャツ一、足袋靴下一、手袋一、洋物一、セーター一、ネクタイ一、洋品雜貨一七

(三) 既製服六、紳士服四、婦人服五、婦人子供服二、子供服五、学生服二、誂洋服二、ズボン一、洋服及び生地一、服地一二、廣巾服地二、小巾服地一、裏地二、服飾雜貨二、ボタン一、洋裁用品一

(四) 夜具二、夜具地二、綿六、毛布一、かや一

(五) 洋傘一、小間物化粧品七、針一、袋物二、旅行用靴三、トランク旅行具一、紙文具一、運動具一、アメリカ商品一、記念品贈答品一

(註) 以上の諸品目の中には重複してゐるものがかかりあるため、それを整理すればもつと簡明となるのであるが、こゝには調査表に記入されたまゝの品名を表示することとした。

八 昨年同期に比し賣上高の増減

一般に小賣商の賣上高は、財界景氣の好悪、購買力の高低、流行の變遷等によつて増減するものであるが、纖維品雜貨にあつては、高價な奢侈品的なものの方が、日用の必需的なものよりも變動甚だしく、一昨年(昭和二十五年)上期行不振がいわれている。この調査によれば(第8表参照)、四十店の取扱う一七一品のうち、前年(昭和二十五年)上期

第 8 表 北海道小賣商調査 (札幌市繊維品雑貨業者)

整理 番號	主 要 取 扱 商 品					昨 年 上 期 に 比 し 賣 上 高 の 増 減				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	メリヤス	既製服	廣巾服地	小巾服地	靴 下	増	増	増	増	増
2	反 物	メリヤス	服 地	タ ビ	既製服	増	増	増	増	増
3	ポタン	針	裏 地	服 地	毛 糸	増	減	減	減	増
4	吳 服	洋 品	服 地	既製服	小間物	減	減	減	減	減
5	小巾反物	メリヤス	服 地	既製服	タ ビ	増	増	減	増	増
6	メリヤス	既製服	タ ビ	小巾反物	雜 貨	増	増	増	増	増
7	吳 服	洋 品	糸	タ ビ	靴 下	保合	保合	増	保合	増
8	綿	衣料品	夜 具	—	—	保合	保合	保合	—	—
9	大巾織物	小巾織物	メリヤス	布帛製品	靴 下	保合	増	減	保合	保合
10	毛 布	か や	綿	夜具地	ふ とん	減	減	増	増	増
11	下 着	靴 下	足 袋	洋 傘	洋品雜貨	減	減	減	減	減
12	小間物 化粧品	衣料品	紙 文 具	雜 誌	化學纖維	保合	減	保合	減	増
13	吳 服	太 物	メリヤス	製 綿	毛 糸	増	増	増	増	増
14	銘 仙	服 地	下 着	洋 品	綿	減	減	保合	保合	保合
15	綿	—	—	—	—	増	—	—	—	—
16	手 袋	靴 下	ワイ シヤシ	アンダ ーシヤ	旅 行 靴	増	増	増	増	増
17	吳服太物	廣巾織物	洋 品	足 袋	製 綿	保合	保合	保合	保合	保合
18	既製服	太 物	婦 子 供	人 服	下 着	増	増	増	増	増
19	服 地	下 着	靴 下	友 仙	夜 具 地	減	減	減	減	減
20	吳 服	洋 品	洋 物	—	—	増	増	増	—	—
21	化粧品	靴 下	シヤッ	足 袋	小間物	増	増	増	増	増
22	化粧品	小間物	洋 品	—	—	保合	保合	増	—	—
23	子 供 服	下 着	ズ ボ ン	セーター	ワイ シヤッ	本年開業のため比較不能				
24	京 吳 服	銘 仙	服 地	友 仙	洋 品	保合	増	保合	保合	減
25	洋 品	服 地	化粧品	洋裁用品	—	保合	減	保合	保合	—
26	吳 服	洋服 及生地	下 着	—	—	減	減	減	—	—

商 學 討 究 第 三 卷 第 一 號

27	京 吳 服	關 東 吳 服	洋 反 物	メ リ ャ ス	服 飾 雜 貨	增	增	增	增	增	增
28	紳 士 服	學 生 服	婦 人 服	子 供 服	一	增	增	增	增	增	一
29	服 地	手 編 糸	一	一	一	減	減	一	一	一	一
30	紳 士 服	婦 人 服	子 供 服	一	一	增	增	增	一	一	一
31	京 吳 服	小 巾 織 物	廣 巾 服 地	毛 織 服 地	洋 品	增	增	增	減	增	增
32	運 動 具	靴	袋	物	ト ラ ン ク 行 洋	增	增	增	增	增	減
33	服 地	服 裏 地	子 供 服	一	一	增	增	增	減	增	減
34	洋 品 雜 貨	吳 服 反 物	一	一	一	增	保 合	一	一	一	一
35	服 地	服 飾 品	下 着	毛 糸	洋 服 仕 立	增	增	一	一	一	一
36	吳 服	洋 反	洋 品	一	一	增	增	增	減	一	一
37	紳 士 服	婦 人 服	子 供 服	學 生 服	洋 品	增	減	減	增	一	保 合
38	洋 品 雜 貨	ワ イ シ ャ ッ	靴	袋	學 生 服 物	增	增	增	增	增	增
39	婦 人 服	ワ イ シ ャ ッ	ネ ク マ イ	靴	下 着	增	增	減	增	增	減
40	紳 士 服	婦 人 服	生 地	毛 糸	子 供 服	增	增	增	增	增	增

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一斷面

に比し、賣上高の減少したものの四二品、賣上高の増加したものの一〇〇品、賣上高の保合つたもの二九品となつてゐる。賣上高の増減、保合の商品については、特に顯著と思われるものはなく、或店で減少していても、他の店では増加しているといふごとく、それは商品によるよりもむしろ商店の經營状態によつて來客數が増減し、賣上高も左右されていること多いように思われるのである。

九 商品販賣方法

一般に小賣商は商品を店頭で販賣するを主としてゐるが、また販賣高を増加するため、外商の方法によることも少なくない。この調査によれば（第9表参照）、店頭賣一〇〇%のもの二七店、外商一〇〇%のもの一店（綿商）、兩者併用のもの一二店となつてゐる。大體において「店頭賣」七〇%から九〇%までと「外商その他」三〇%から一〇%までを併用しているようであるが、これらと反對に、「店頭賣」二〇%、三〇%、四〇%と「外商その他」八〇%、七〇%、六〇%を併用しているものが三店ある。

第9表 北海道小賣商調査 (札幌市繊維品雜貨業者)

整理 番號	商品販賣方法(%)			販賣代金回収方法(%)		仕入代金支拂方法(%)		
	店頭賣	外商	その他	現金賣	掛 賣	現金拂	掛	拂
1	100			75	25 (40日拂)	10	90 (60日拂)	
2	80	20		70	30 (60日拂)	20	80(30—60日拂)	
3	100			100		70	30	
4	100			80	20 (90日拂)	30	70 (45日拂)	
5	100			50	50		100	
6	100			30	70	10	90 (50日拂)	
7	100			80	20 (50日拂)	10	90 (40日拂)	
8	100			10	90 (60日拂)		40 (40日拂)	
9	100			40	60	20	80	
10	75	25		80	20 (50日拂)	5	95 (60日拂)	
11	100			100			100	
12	90	10		70	30 (60日拂)	50	50	
13	70	30		70	30 (75日拂)	20	80 (45日拂)	
14	100			50	50	100		
15		100		—	100		100	
16	100			100		100		
17	100			100		50	50	
18	100			60	40 (60日拂)	40	60 (60日拂)	
19	100			50	50		100	
20	100			30	70 (90日拂)	5	95 (60日拂)	
21	100			90	10		100	
22	100			100			100 (30日拂)	
23	90		10	90	10 (30日拂)	20	80 (60日拂)	
24	100			100		70	30(次回出張拂)	
25	90	10		100		60	40 (50日拂)	
26	100			100		40	60	

商學討究 第三卷 第一號

北海道に於ける卸賣商、小賣商經營の一断面

27	100		70	30 (45日拂)	20	80 (60日拂)
28	100		100		—	—
29	20		100		30	70 (45日拂)
30	100		100		20	80 (60日拂)
31	100		80	20	10	90 (60日拂)
32	40	60	30	70	20	80 (60日拂)
33	80	20	80	20 (30日拂)	20	80 (80日拂)
34	30	70	20	80(120日拂)		100
35	100		80	20	70	30
36	100		100		40	60 (30日拂)
37	100		99	1	30	70
38	* %不詳	* %不詳	100			100
39	100		100		80	20(30—60日拂)
40	80	20	70	30 (60日拂)	20	80 (60日拂)

十 販賣代金回収方法

一般に小賣商は商品の販賣にあたり、現金賣によること多いが、しかし纖維品雜貨のうち、高價品については、消費者の便宜をはかつて掛賣を行うこと少なからず、また商店街の専門店等にあつては、いわゆる購買通帳を發行して二、三箇月の月賦販賣を實施しているものもみられる。この調査によれば(第9表参照)、現金賣一〇〇%のもの一四店、掛賣一〇〇%のもの一店(工場地帯の綿商)にして、他の二五店は、全部、兩者を併用している。而して併用しているものうち、現金賣の割合が掛賣のそれに比し多いこというまでもなく、すなわち、それをあげると、現金賣八〇%、掛賣二〇%のもの六、現金賣七〇%、掛賣三〇%のもの五、現金賣七五%、掛賣二五%のもの一、現金賣九〇%、掛賣一〇%のもの一、現金賣九九%、掛賣一%のもの一——となる。また現金賣五〇%、掛賣五〇%のものが三店ある。更に、以上を除くと、他の六店は掛賣の割合が多いものであつて、現金賣三〇%、掛賣七〇%のもの三、現金賣一〇%、

第10表 北海道小賣商調査 (札幌市繊維品雜貨業者)

整理 番號	棚卸時期	手持高 (万圓)	一日平均 來客數 人	來客の最 も多い月 月	來客の男女の割合	
					男 %	女 %
1	8月	280	100	12	40	60
2	12	80	30	4,7	30	70
3	1	500	350	12	45	55
4	3	300	50	12	30	70
5	1	500	—	12	20	80
6	1,7	800—1,000	30	12	65	35
7	—	70	150	6,7	20	80
8	1	200	8	7,10	20	80
9	1	800	50	12	60	40
10	1,12	800—1,000	60	12	35	65
11	—	200	100	6,12	50	50
12	年1回	80	150	12	30	70
13	1	200	40	6,12	20	80
14	—	—	30	5,6,11,12	20	80
15	12	100	—	9	—	—
16	—	250	300	1,6,12	70	30
17	1	200	40	12	30	70
18	12	450	200	7	20	80
19	12	28	15	12	40	60
20	2	—	70	11,12	30	70
21	—	150	—	9,10	20	80
22	—	57	70	12	50	50
23	2	30	15	12	70	30
24	12	1,000	300	12	30	70
25	—	80	70	11,12	20	80
26	—	2,000	300	12	20	80

商學討究 第三卷 第一號

27	1,8	4,500	300	12	40	60
28	12	800	150	12	50	50
29	7	800	300	12	20	80
30	5,11	250	80	12	60	40
31	年2回	1,000	200	6,7,12	30	70
32	6,12	500	120	5	60	40
33	2,8	2,000	1,000	3,6,9, 10,11,12	40	60
34	1	250	10	5,6,12	20	80
35	1,7	1,500	800	12	30	70
36	6,12	1,600	600	12	30	70
37	年2回	250	200	4,5,11,12	50	50
38	3,9	1,000	1,000	6,12	40	60
39	8	480	200	12	40	60
40	9	500	30	12	40	60

掛賣九〇%のもの一、現金賣四〇%、掛賣六〇%のもの一、現金賣二〇%、掛賣八〇%のもの一——となつてゐる。

なお、掛賣の「期間」は、短きは三十日より、長きは料理店街に所在する商社の百二十日に及んでゐるが、これをあげると、三十日のもの二、四十日のもの一、四十五日のもの一、五十日のもの二、六十日のもの五、七十五日のもの一、九十日のもの二、百二十日のもの一——となつて、六十日拂のものが最も多い。

十一 仕入代金支拂方法

一般に小賣商は卸賣商等より商品を仕入れるにあたり、その代金を現金で支拂うこと少く、大部分は掛拂を併用している。この調査によれば(第9表参照)、現金拂一〇〇%のものは僅か二店にすぎず、また掛拂一〇〇%のものは九店、そして他の二十九店は兩者を併用してをり、これをあげると、掛拂九五%のもの二、九〇%のもの四、八〇%のもの九、七〇%のもの三、六〇%のもの三、五〇%のもの二、四〇%のもの一、三〇%のもの

三、二〇%のもの——となつていて、掛拂八〇%以上のものが二十四店という多きに達しているのである。

なお、掛拂の「期間」をみると、短きは三十日より、長きは六十日にわたつてをり、これをあげると、三十日拂のもの三、四十日拂のもの二、四十五日拂のもの四、五十日拂のもの二、三十日—六十日拂のもの二、六十日拂のもの二、次回出張拂のもの——となつてをり、六十日拂のものが最も多い。

十二 棚卸時期

一般に小賣商は他の商業と同様、決算期に手持商品の現在高を調査して、適當に評價するものであるが、その時期は各商店によつて區々である。この調査によれば（第10表参照）、記入のあつた三十二店のうち（記入なし八店）、一月に行うもの七、十二月に行うもの六、六月、十二月に行うもの三、一月、八月に行うもの一、一月、七月に行うもの二、二月に行うもの二、二月、八月に行うもの一、三月に行うもの一、三月、九月に行うもの一、九月に行うもの一、七月に行うもの一、五月、十一月に行うもの二、八月に行うもの二、他に月の明示なきもの三（年に一回行うもの一、二回行うもの二）——となり、大體において、一月と十二月に行うものが多いようである。なお、棚卸の回數をみると、年一回のものは二十一店で、大部分、個人商店に屬し、年二回のものは一十一店で割合に法人組織に多く、それぞれ決算期との關係によるものと察せられるのである。

十三 手持高

一般に小賣商は取扱商品の相當量を手持しているものであるが、その數量は賣上の狀況によつて異なる。最近のごとく、各種の商品が一通り出つくし、そして相場に下落傾向のある場合には、投機的な仕入は行われず、手持高も多くないようである。この調査によれば（第10表参照）、記入のあつた三十八店のうち、一〇〇万円までのもの八、一五〇万円のもの一、二〇〇—三〇〇万円のもの一〇、四〇〇—五〇〇万円のもの六、八〇〇—一〇〇〇万円のもの八、

一五〇〇—二〇〇〇万圓のもの四、四五〇〇万圓のもの一—となつてゐるが、三〇〇万圓までのものは合計十九店となり、また五〇〇万圓までについてみると合計二十五店となる。なお、商品の手持高が商店の規模に關係あるこというまでもなく、こゝでも手持高一〇〇万圓までのものはすべて個人形態のものであり、相當多量の手持高あるものは法人組織に多くみられるのである。

十四 一日平均來客數

一般に小賣商の來客數は日によつて（曜日、旬日）、また月（何月）によつて、増減をみるものであるが、大體において一日の平均來客數は定まつてゐる。この調査によれば（第10表參照）、記入のあつた三十七店のうち、五〇人までのもの一二、六〇—一〇〇人のもの七、一二〇—二〇〇人のもの八、三〇〇—三五〇人のもの六、六〇〇人のもの一、八〇〇人のもの一、一〇〇〇人のもの二—となつてゐる。これを一日平均一〇〇人までの店舗についてみれば十九店、二〇〇人までとすれば二十七店となる。なお、來客數八〇〇人の店舗と一〇〇〇人の店舗とは、市内で有名な洋装店と洋品雜貨店であつて、共に株式会社の形態をとつてゐる。

十五 來客の最も多い月

一般に小賣商の來客は、取扱商品に特別の需要期あるものはその時期に多いこというまでもなく、纖維品雜貨については、品毎に年間を通じてきまつた月がみられる。この調査によれば（第10表參照）、四十店のうち、來客の最も多い月として、十二月をあげたもの二十二店、これに他の月を併せたもの——例えば十一月と十二月——六店、合計二十八店となり、十二月が最も多忙であることが知られる。また、單獨でなく、他の月と併せたものであるが、六月が八店、七月が五店となつてをり、これらは夏物の購入のため來客が多いものと察せられる。本調査の結果をまとめたものを示せば左の通りである。

客多い月	来店数
12月	22
11, 12	2
6, 12	3
1, 6, 12	1
4, 5, 11, 12	1
5, 6, 12	1
6, 7, 12	1
5, 6, 11, 12	1
3, 6, 9, 10, 11, 12	1
5	1
6, 7	1
4, 7	1
7	1
7, 10	1
9	1
9, 10	1

10表参照)、記入のあつた三十九店のうち、男子客の婦人客よりも多い店は六で、これらは洋品雑貨、運動具、旅行用具を販賣しているものである。婦人客の男子客よりも多い店は二十九で、これらは一般の繊維品の販賣に及んでいゝるものである。男子客と婦人客との等しい店は四で、これらは洋品雑貨、洋服等を販賣しているものである。要するに來客としては婦人の方が多く、三十九店にわたる算術平均を出すと、男子三七%、女子六三%となる。

十七 商賣上の感想

この調査において、「商賣上の感想」を記したものは、既述、卸賣商の場合と同様、多くはなかつたが、そのうち、留意を要するように思われるものをあげると左の通りである。

先ず、仕入品たる大阪商品と東京商品とを對比して、前者に對し品質の向上、良心的な仕事を要望しているものが、かなり見られる。例えば既製服のごとき、大阪ものは、良心的な仕事のなされている東京製品に比し、サイズ、生地、形状等に一段の工夫をこらす必要があるように認められ、またシャツその他下着類にあつても、大阪商品は値段が安いけれども、若干手をぬいてあるため、商店側で自信をもつて顧客にすすめることはできないとされている。但しそれは値段が安いため、道内の都市以外の地方では歓迎されてをり、一概に排斥はできず、東京商品と相並んで

十六 來客の男女の割合

一般に小賣商の顧客は、取扱商品の種類や購買慣習等により、男子のこともあれば婦女子のこともあり、これが詳細を知ることがは經營改善に役立つものとせられる。この調査によれば(第

必要であるともいわれている。なお、最近、大阪商品は——一部の既製服にみられるごとく——舊來の仕法より脱して、漸次、品質の改善がはかられ、北海道向けの特別サイズのものが作られてきているという小賣商もある。

次に、仕入先たる大阪の卸賣商と東京の卸賣商とを對比して、前者は仕入代金の支拂決済がきびしく、打算的な點が多くみられるゆえ、もつと濫情味をもつて取引をしてほしいという要望が少くない。しかしこれとは反對に、大阪商人は關東商人よりも情味が厚いというものもあつて、要は相手方商人の人柄や信用状態等の如何によつて定まるように思われ、一概に斷定することはむずかしいのである。

なお、少數ながら、最近の資金難から經營不振を訴えるもの、また百貨店に顧客を吸収せられて、經營の、漸次、困難化してゆくことを記したのものもあつた。

附記——(一)この調査において、「小賣商調査表」(既掲、乙表)には商品の仕入先(A同一市町村の間屋、Bその他の北海道内の問屋、C大阪の間屋又は道内の支店、出張所、Dその他本州の間屋又はその道内支店、E製造元、Fその他)も記入されているので、これの集計も掲げて説明を加えねばならぬのであるが、こゝにそれを記述することは、都合により見合せた。

(二)この調査の實施にあたり、對象となる店舗の選擇その他にいろいろと指導をしていただいた札幌商工會議所並に調査表の記入に協力下さつた卸賣、小賣業者の方々に對し、厚く御禮を申しあげねばならぬ。また調査表の配付や蒐集等につき、多大の盡力をしてもらつた小樽商科大學學生、伊藤眞平、北本 巖、遠藤 毅の三君に對しても深謝の意を表する次第である。

——昭和二十七年三月末日稿——