

戦前京城の百貨店

―和信百貨店・連鎖店を中心として―

谷内正往

はじめに

戦前の朝鮮半島京城（現、大韓民国ソウル）には日系百貨店の三越、三中井、丁子屋、平田の四店があつた。唯一民族系の百貨店は和信だけで、その経営的特徴は詳しく紹介されていない。⁽¹⁾ 戦前昭和初期の『百貨店新聞』によると、和信百貨店は百貨店のみならず、連鎖店（チェーンストア、ボランタリーチェーン）を朝鮮半島に約三七〇店展開していたという。⁽²⁾ 一つ一つが小規模店であるとしても、全体で見るとその商品供給量は莫大なものになると思われる。また、その仕入れ先の多くが大阪の業者であつたことも興味深い。

小稿では、当時の京城五大百貨店を一瞥した後、和信百貨店・連鎖

店の創立経緯、経営者の朴興植について検討してみたい。連鎖店の研究では高島屋の事例（戦前レギュラーチェーン一〇六店）⁽³⁾ が有名であるが、京城においても多店舗展開を目論む業者が存在したことを明らかにしたいと思うからである。そのことを通じて、戦前の植民地商業（小売業）に大阪の商業者が与えた影響を明らかにできればと考える。

※連鎖店（チェーンストア）は同じタイプの店舗を多数出店することと規模の利益を得ようとする小売組織をいう。⁽⁴⁾ その類型として、第一に同一資本で運営するレギュラーチェーン（高島屋均一

店など）、第二に個別業者が共同して仕入れを行うボランティアチェーン⁽⁶⁾、第三に本部が加盟店を集めて契約し、加盟店に商品供給や経営ノウハウの伝授をすることで、見返りに経営指導料（ロイヤルティ）を受け取るフランチャイズチェーンがある。和信連鎖店は、独立した個別の小売業者と契約して商品を供給し、あわせて経営指導も行う組織だったので、フランチャイズチェーンと見られるかもしれないが、経営指導料を徴収した形跡がないので、ここではボランティアチェーンとして扱うことにする。

一・戦前京城の百貨店―三越、三中井、丁子屋、平田、和信

表1は戦前京城の人口推移である。一九一〇年約二十八万人から一九二〇年には約二五万人とやや減少するものの、一九三〇年には約三十五万人、一九四〇年には市域拡張により約九〇万人まで急増する。そのうち日本人の割合を見ると、一九一五年から三〇年に二五～二十八%と約四分の一を占めるまでになっている。日本人の多くは官吏であり、事業者だったので、富裕層を相手にする日本人向けの百貨店が族生する余地があったと思われる。

図1は京城の五大百貨店立地図である。図の南にある市電の「鮮銀」駅前に三越（本町一丁目）があり、その右側に三中井（本町一丁目）がある（地図にはないが同じ本町一丁目に平田もある）。市電に沿って北に上がると丁子屋（南大門通二丁目）があり、さらに進むと

表1．京城の人口推移

年	総人口 (人)	日本人 (人)	日本人比率 (%)
1910	278,958	38,397	13.8
1915	241,085	62,914	26.1
1920	250,208	65,617	26.2
1925	302,711	77,811	25.7
1930	355,426	97,758	27.5
1935	404,202	113,321	28.0
1940	930,547	150,627	16.2
1942	1,114,004	167,101	15.0

備考：1940、1942年は大京城（市域拡張後）の数値。

出所：平野隆「戦前期における日本百貨店の植民地進出
京城〈現、ソウル〉の事例を中心に」『法学
研究』慶應義塾大学法学部、2004年1月より作成。

和信（鍾路二丁目）がある。つまり、京城の五大百貨店は集中して立地したのである。以下、各店の進出のいきさつを一瞥しておこう。

まず、三越は一九〇五年一月頃、三越日比翁助が初代韓国統監・伊藤博文の懇請をうけて、一九〇六年一〇月木造二階建て三越呉服店出張所を京城に出店した。その二年後大連にも出店した。

次に、三中井は滋賀県で呉服小間物商を営んでいた中江勝治郎が、一九〇五年一月韓国大邱に呉服店を開業した。一九一一年には京城に出店し本店とし、以後朝鮮各地（大邱、晋州、元山、釜山、平壤）に支店を設置して、一九二三年には株式会社へ改組した。

丁子屋は、三重県津市で洋服製造・販売業を営んでいた小林源六

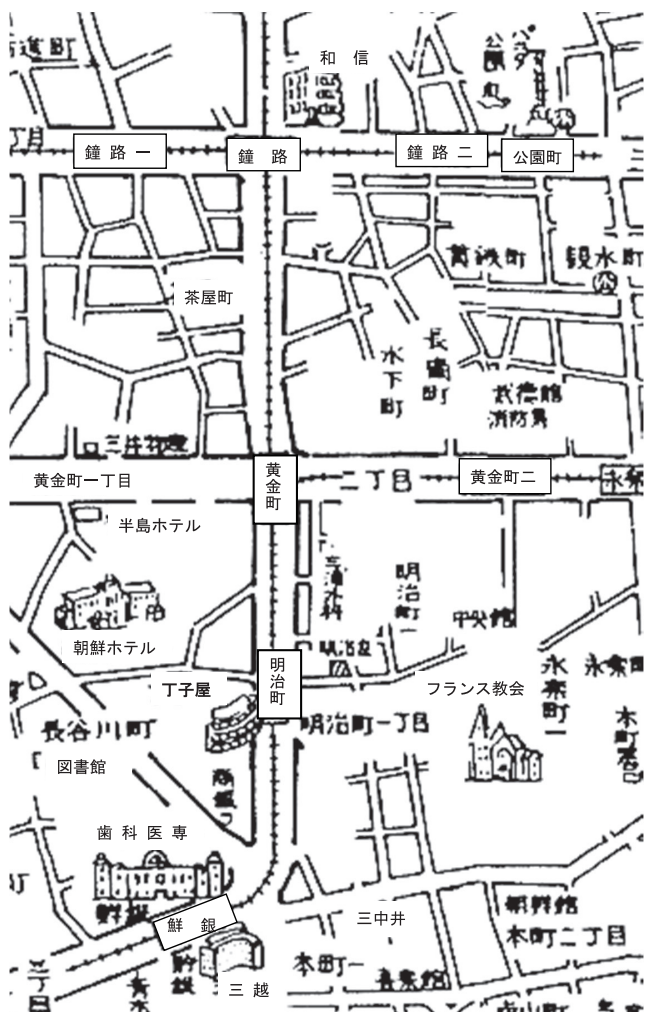


図1・京城の五大百貨店立地地図

出所：尾崎新二『もう僕は京城っ子には戻れない』世界日報社、1995年、とじ込み地図から抜粋して作成。

が、一九〇四年二月日露開戦時に釜山へ支店設置し、同年九月に京城へ進出した。そこでは、洋服・用達および羅紗販売業の店を開業した。一九二一年に株式会社へ改組し、京城を本店とした。⁽⁸⁾

三中井と丁子屋の特徴は、百貨店経営をやりながら「被服・裁縫、洋服」等の縫製工場も多数持っていたことである。両社とも朝鮮に、職工五人以上五〇未満の工場を七つ所有していた。その上に、丁子屋は五〇人以上一〇〇人未満の工場を二つ、一〇〇人以上二〇〇人未満

の工場を一つ運営し、三中井は二〇〇人以上の工場を一つ運営していた。⁽⁹⁾ 両社は自社の製造衣服の販路拡大のために、京城に百貨店を開きイメージの向上を図ったのである。

平田は、創業者平田千恵人⁽¹⁰⁾が一九〇八年京城本町一丁目に和洋雑貨および家具商を開業し、一九一五年と一九二二年に店舗を拡張した。拡張時に旅館を買収したので旅館の兼業も行っている。

最後に、和信は他の（日系）百貨店とは異なり唯一民族系の百貨店

である。元は貴金屬美術品を扱う店舗だったが、経営者が変わり大規模化して百貨店となった。同店の立地する鍾路通りには朝鮮人客が多く、この点も他の百貨店とは異なっていた。

表2は京城の五大百貨店概要である。⁽¹¹⁾

三越が一九〇六年に進出してから、一九二五年頃に百貨店化が進み、店舗の大型化も進んだようである。売場面積をみると丁子屋の一萬二千㎡に対して、平田は二六〇〇㎡と小規模であるが、他は七八千㎡と規模が似ている（日本内地では一萬坪＝約三萬三千㎡以上が大手百貨店の標準的な大きさだったので、京城の店舗はどれも総じて小規模である⁽¹²⁾）。

表2．京城の五大百貨店概要

	京城三越	三中井	丁子屋	平田	和信
京城進出	1906年	1911年	1904年	1908年	
百貨店化	1906年	1925年	1925年頃	1926年	1931年
店舗増改築	1930年	1934～9年	1934～9年	1926年？	1937年
建築様式	地上5階 地下1階	地上7階 地下1階	地上5階 地下1階	地上2階 (一部3階)	地上7階 地下1階
床面積	7,454㎡	7,811㎡	12,540㎡	2,640㎡	6,714㎡
従業員数	466名	550名	414名	200名	623名
ホール	400席	200席	4階の3分の1	なし	500席
食堂	350席	100席	400席	なし	100席

出所：前掲「戦前期における日本百貨店の植民地進出」より作成。ただし原資料は『日本百貨店総覧（昭和14年版）』日本百貨店新聞社、1939年。

表3．京城の百貨店、年度別営業税一覧（単位：円）

年度	三越	三中井	丁子屋	平田	和信	和信連鎖店
1935年	4,313	2,757	4,379	2,012	2,388	
1936年						
1937年	5,359	3,957	4,656	2,319	2,456	305
1938年	6,261	4,239	4,935	2,654	2,990	1,262
1939年	7,842	4,501	5,614	2,830	4,069	1,781

出所：『京城商工年鑑』各年度版より作成。

表3は各社の年度別営業税額なのだが、三越が上位を占めつつ、それを丁子屋、三中井が追う形になっている。一方で一九三八～九年の和信を見ると、百貨店と連鎖店の合計では、三越には劣るものの、他の二社には肉薄する伸びを示している。和信の急成長は百貨店事業だけでなく、連鎖店事業も関係していることがわかる。そのあたり節を変えて見ていこう。

二．和信百貨店・連鎖店の創立と経営者朴興植

和信百貨店・連鎖店の創立

和信百貨店は一九〇〇年申泰和が鍾路通りに貴金属美術品専門の和信商会を開いたことに始まる。一九二二年業務拡大に合わせて朝鮮呉服類も扱うようになる。一九二四年には雑貨部を設けて百貨店化した。図2の(2-1)は和信商会時代で、(2-2)は和信が百貨店化した頃のものである。

同社は、一九三一年株式会社へ改組した。一九三二年一月和信東隣に東亜百貨店（崔橋）が開店してから「激烈なる商戦」の後、同年七月に東亜を買収することになる。両百貨店は図3の通り陸橋で結ばれた。

一九三四年六月連鎖店事業（日用雑貨の廉価販売）を計画し、一九三六年三月和信連鎖店株式会社が創立され、ボランティアチェーン式

連鎖店が約三七〇店展開される。(先に述べた通り、ボラントリーチェーンは独立した小売店が共同仕入れを行ったり、店舗デザインを共通化したりして規模の利益を發揮しようとする連鎖店〈チェーンストア〉の一つである)。

途中、和信百貨店の方は、一九三五年一月二七日百貨店西館および東館二部が火災に遭う。同年九月東館を増築し、十二月(経営不振の平安百貨店を改組して)和信平壤店を開店している。一九三七年京城本館が完成した。図4は京城本館である。図5はその店内配置図である。図が不鮮明で読み取れないが、屋上の下にはホールがあつて、各階には品揃え商品が掲載されている。同店は品揃えを含めて日本型の百貨店であつたと言われている⁽¹⁴⁾。

図6は和信の職制一覧表(一九三五年頃)である。社長朴興植以下経営幹部の下に、平壤支店長、(本店)百貨店課長、総務課長、連鎖店課長、大阪仕入部長が配置されている。ここから、まず百貨店と連鎖店が同じ組織内にあることがわかる。また大阪仕入部が設置されていることからして、大阪が主要な仕入れ先であつたことがわかる。当時の人員はどれくらいであつたのだろうか。

和信連鎖店⁽¹⁵⁾については、本部課長以下七〇名、京城配給所・同四四名、釜山配給所・同二八名、平壤配給所・同三四名、元山配給所・同二二名、郡山配給所・同一五名の合計二二二名である。

やや時期は下るが一九四〇年頃の百貨店組織と人員は次のようであつた⁽¹⁶⁾。

一九四〇年頃の和信

株式会社和信(和信百貨店) 資本金三〇〇万円

京城本店(営業部長前田孝吉) 従業員 男四五〇名 女二〇〇名

(別に職工 男三〇名、女五〇名)

平壤支店(支店長大山鐘萬) 同 男一六〇名 女 六〇名

鎮南浦支店(支店長中川基鼎) 同 男 五五名 女 六〇名

東京出張所(所長熊谷孝兵) 同 男 三名 女 一名

大阪仕入部⁽¹⁷⁾(部長片桐幹吉) 同 男 二五名 女 二五名

(小計) 男六九三名 女三四六名 合計一〇三九名

すなわち京城本店が男女合わせて六五〇名、平壤が同二二〇名、鎮南浦支店が一一五名、東京出張所が四名、大阪仕入部が五〇名、計一〇三九名である。こうしてみると、百貨店事業に約千人と多くの人員が割かれているが、連鎖店事業にも約二〇〇人と一定の人員が当てられていることがわかる。

ところで、改めて図6を見ると、経営陣は現地人で占められているが、嘱託、百貨店、大阪仕入部は日本人が担当している。これにどのような意味があるのだろうか。林廣茂『幻の三中井百貨店』は次のように記している⁽¹⁸⁾。

(朴興植は引用者)それまで百貨店経営の経験がなかったため、経営ノウハウから従業員の教育、商品の仕入れに至るまで日

(2-1)



(2-2)

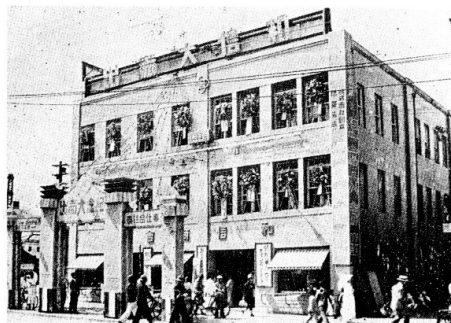


図2．和信商会（2-1）から和信百貨店へ（2-2）

出所：『和信五十年史』和信産業株式会社、1977年、ページなし、京都大学経済学部図書室所蔵。



図4．和信百貨店、京城本館

出所：清水組編『工業年鑑（昭和14年版）』同組、1940年、p76、国会デジタルライブラリー、2016年12月27日アクセス。

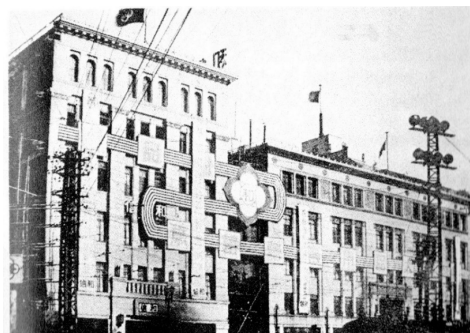


図3．和信百貨店と買収された東亜百貨店の陸橋

出所：前掲『和信五十年史』ページなし。

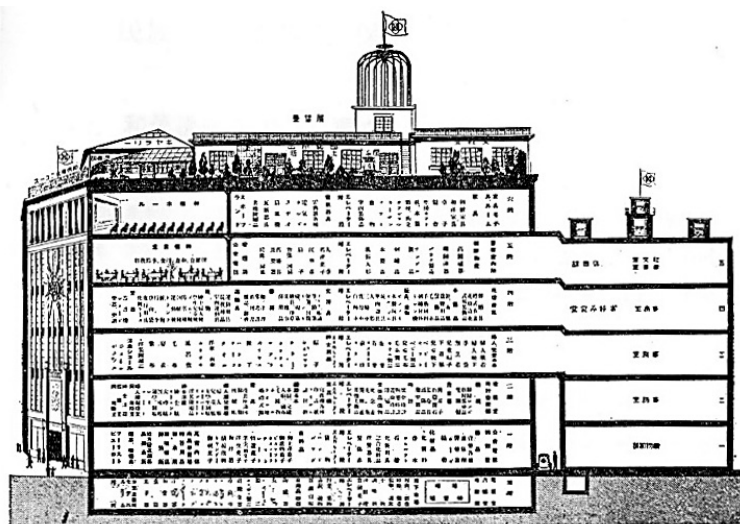


図5．和信百貨店京城本館新築時、店内配置図

出所：前掲『和信五十年史』 p174。

朴の出自を探ってみると、一九〇三年平安道龍岡郡に生まれ、一七歳で実業界入りする。一九一八年鎮南浦に出て米穀貿易商となり、一九二〇年には印刷事業に着眼し、故郷で鮮光堂（印刷所）を経営する。同社は一九二四年株式会社へ改組し、一九二五年西鮮産業株式會社社長（倉庫、金融、貿易、運送業、一九二八年辞任）、一九二六年鮮一紙物株式會社を創立する。同社は内外各製紙會社と特約を結び、

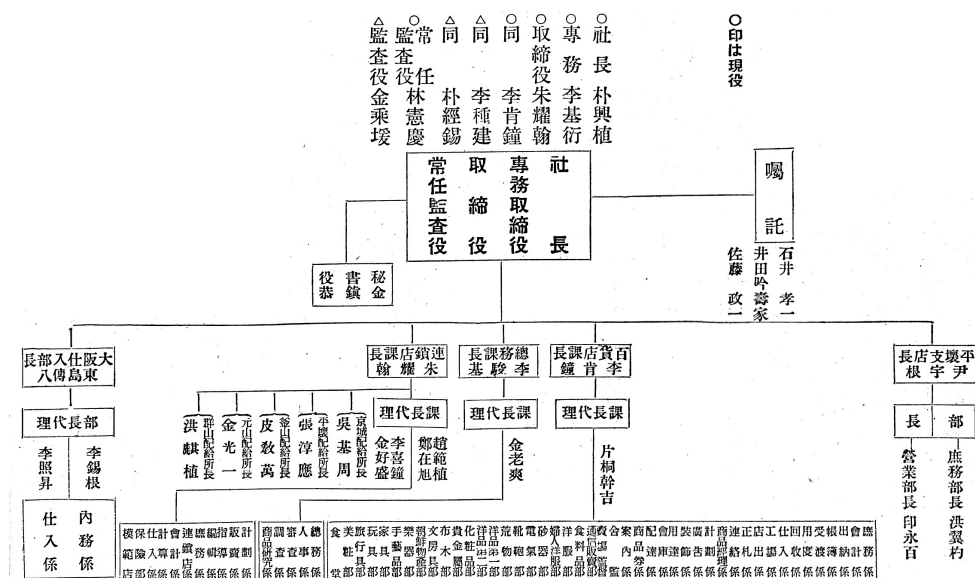


圖 6. 和信職制一覽表

出所：『百貨店新聞』第277号、1935年10月4日付、第16面。

和洋紙の卸売業及び新聞巻取紙を輸入する会社であった。一九三一年九月京城の和信商會社長となり、以後、和信百貨店、和信連鎖店の創立に関わることになる。

一方で、朴は戦時下朝鮮における財界の名士でもあった。一九三五年特殊会社北鮮製紙化学工業、朝鮮石油の創立に際し、朝鮮總督府から推薦されて重役へ就任している。さらに大同興業、大東織物、和信貿易、朝鮮百貨卸(株)の各社長、京城紡織、朝鮮生命保険、南滿紡績ほか十指に余る各社の取締役を兼ねていた。公職としては、朝鮮百貨店店組合理事長、朝鮮總督府時局対策調査委員、朝鮮總督府物価委員、朝鮮中央賃金委員、朝鮮聯合青年団理事、朝鮮貿易協會理事、朝鮮工業協會理事、京城府陸軍志願兵後援會理事などに就任した。⁽²⁰⁾朝鮮財界の名士である朴は、朝鮮と関わりの深い日本企業の知遇を受けており、そこから和信百貨店、連鎖店の事業を軌道に乗せていったのであろう。

三、和信連鎖店の経営的特徴―大阪仕入部

和信連鎖店⁽²¹⁾が、今で言うボランティアチェーンであることは冒頭に述べた通りである。図7は朝鮮半島全土に立地する和信連鎖店である。和信連鎖店の特徴として、第一に連鎖店に対して商品供給・資金融通を行う(不動産を担保)、第二に製造業者からの直接大量仕入を行い、⁽²²⁾中間利益の排除、生産原価の低減、信用向上を狙う。図8和信

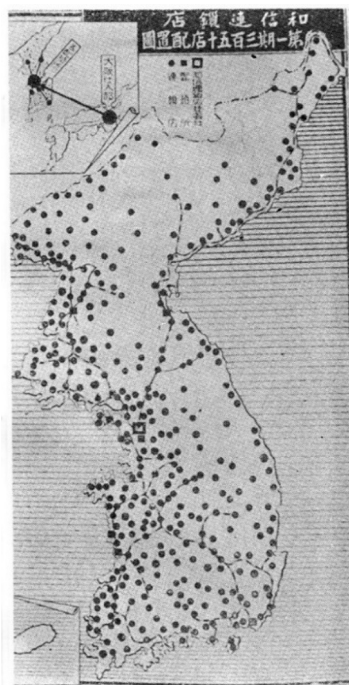


図7・朝鮮半島の和信連鎖店

出所：前掲『和信五十年史』 p128。

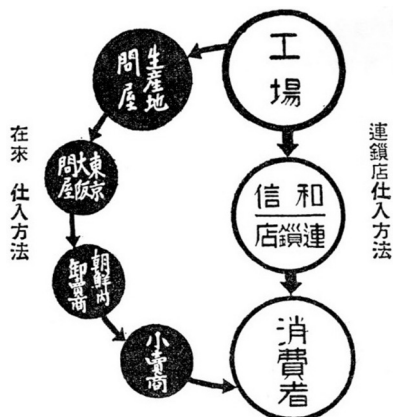


図8・和信連鎖店の商品仕入系統図
出所：同前、p129。

連鎖店の商品仕入系統図は在来の仕入方法に対して、和信独自の仕入方法を示している。すなわち、工場から直送することで各種問屋の手数を排除することができるというのである。

第三に大規模な配給網（配給所）を設置する。第四に「販売方法」「サービス」についての指導を行う。最後に季節ごとの見本市を開催する。そこでは中間業者を排除して、大量仕入・大量販売を行う体制を整えている。なぜこうした特徴を持つようになったのだろうか。その経過を見ておこう。

経過⁽²³⁾

和信は一九三一年から連鎖店の調査研究を始め、一九三四年六月加盟店の募集を開始した。その際約一万二千件の照会があり、うち参加申込書の提出が約四六〇〇件あった。そのうち一九三五年一〇月までに契約にこぎつけたのが約三七〇店であった。

なかなかの盛況であるが、それは朝鮮の特殊事情も関係している。すなわち、「第一に、多数の富豪が田舎にゐる事。第二に、配給上の実力が、長く内地人及び支那人の手にあつて、其の為朝鮮人の商取引上幾多不自由な立場にあつた事。第三に、法律上債権債務の責任が生じ来る保證連帯借入等に對して朝鮮人の考へ方が比較的ルーズである事、第四に、市場の取引が甚だしく幼稚であつて、値段は高く、品質は粗悪で而も金利は法外に高い事等をあげる事が出来る。此等の事情が、二倍三倍にも運用したい商人の不動産的資本に、精々半分だけの信用しか與へられない」ことが原因であつた。これが「和信の分店を目指して、地方の商店が殺到し来る理由である」という⁽²⁴⁾。

同社は、京城見本市を年二回開催した。そして、模範店（直営店）⁽²⁵⁾を用意し具体的な陳列・販売方法を提案した。一九三四年十一月の売

上高は八十万円で、翌年三月は百二十万円（二四〇店参加）、同年七月売上高一六〇万円（三七〇店参加）と急速に売上高を伸ばしていた。

配給所⁽²⁶⁾（京城、釜山、平壤、元山）における見本陳列販売は一九三五年末で売上高七〇万円、その商品提供業者は大阪一五〇〇店、名古屋二〇〇店、東京一〇〇店、朝鮮二〇〇店で、圧倒的に大阪が多かつた。

商品分野としては、洋服雑貨、既製服、瀬戸物、荒物、文具、食料品、小間物、化粧品、玩具、用達品⁽²⁷⁾であつた。商品はA、B、Cに区分され、Aは連鎖店のみ販売、Bは京城配給所のみ在庫（連鎖店・百貨店・平壤支店共通）、Cは見本市のみの販売とされた。それぞれどのような数量、品揃えがなされたかは不明であるが、商品区分をハッキリさせることで、商品ごとの仕入量を確保して、それぞれの利益率を明らかにして、経営効率高めようとしたのではないだろうか。朝鮮半島は広く、その商品ニーズは多様だつたと思われるからである。

具体的に同社の紹介記事（『百貨店新聞』）に掲載された協賛広告業者をまとめると次のようであつた。

●『百貨店新聞』に掲載された「祝 和信新築開店」業者広告⁽²⁸⁾
「食品」（全業者5、うち大阪業者1）

※全84業者中、大阪業者54（大阪業者率64・3%）

明治チヨコレイト、（カルケット・ビスケット製造）中央製菓^(株)（東

京本社、大阪支社)、日清製粉(株)神戸支店(神戸市神戸区)、森永ミルクチョコレート、(酢の素)近藤酢の素製造所(大阪市北区)、

「繊維品(服類)」(全業者26、うち大阪業者17)

(カタン系製造)シンガー製糸合資会社(岡山県)、(学生服作業服子供服)河盛利兵衛商店大阪支店洋服部(大阪市東区)、(ワイシャツ・カラー製造)玉屋シャツ営業所(大阪市東区)、(ワイシャツ・ハンカチーフ・パジャマ製造)合資会社アイデアル商会(大阪市東区)、(ワイシャツ・カラー製造卸)児玉久衛門商店(大阪市西区)、(ワイシャツ・カラー製造卸)今井松商店(大阪市天王寺区)、(手編毛糸・毛布・メリヤス・ショール)(株)松本鉄次郎商店(大阪市東区)、(ハンカチーフ・マフラー)(株)中西儀兵衛商店(大阪市東区)、(靴下)池尾商会(大阪市西淀川区)、(メリヤス雑貨・手袋・靴下製造)丸松合資会社、(高級珙瑯)(株)相愛商会(大阪市西淀川区)、(毛綿メリヤス製造卸)大山定商店(大阪市此花区)、(子供帽子製造)藍坂製帽所(大阪市内北区)、(帽子卸商)木村盛商店(大阪市東区)、(メリヤス)(株)大東商店雑貨部(大阪市西区)、(絹織物・人絹織物)森田秋義商店(大阪市内東区)、(ワイシャツ・ネクタイ・カラー)鈴現シャツ部(名古屋市中西区)、(婦人子供服・ドレス製造卸)栄久ドレス商会(大阪市東区)、(メリヤス製造)名古屋起毛合名会社(名古屋市中区)、(綿布・毛織物・防水布・加工品)合名会社荒木商店綿服部(名古屋市中区)、(毛手袋・毛メリヤス製造卸)山内兼吉商店(名古屋市中区)、(ニッケメリヤス・靴下・海水着ニッケ特約店)合資会社玉手弘商店(大阪市東

区)、(婦人子供服・毛糸製品卸問屋)滝本合名会社(大阪市東区)、市田商店大阪店、(子供服・装飾品)マस्या商店(神戸市元町)、(製絲所)大洞真治(名古屋市中区)

「繊維(小間物類)」(全業者23、うち大阪業者16)

(ネクタイ製造)(株)寺田商店(東京市日本橋)、(ネクタイ製造)矢野甚三郎商店(大阪市西区)、(ネクタイ)ニシムラ・トレーディングコムパニー(大阪市内北区)、(靴下)中西栄一商店(大阪市内南区)、(洋傘・ショール・メリヤス)北川慶次郎商店(大阪市内東区)、(靴下専門製造卸)久保田正直商店(大阪市此花区)、(風呂敷製造卸)山繁商店(大阪市内東区)、(カーテン・テーブル掛・敷物・室内装飾品)合資会社河合増治郎商店(名古屋市中区)、(絹綿毛皮手袋・製造販売)(株)棚次商店(大阪市内西区)、(靴下手袋)壽原商事(株)大阪支社、(マフラー・ステッキ・洋傘・服装雑貨卸商)西村高蔵商店(大阪市内西区)、(ハンカチーフ)濱口俊介商店(大阪市内東区)、(鞆・靴・袋物満鮮貿易商)石原嘉十郎商店(大阪市内西区)、(洋傘製造卸)石川洋傘店(大阪市内浪速区)、(高級袋物)玉置伊助商店(大阪市内東区)、(袋物鞆類・皮革製品卸商)(株)駒井本店(大阪市内東区)、(化粧品・白粉・雑貨卸商)岡本信太郎商店(東京市京橋区)、(靴鞆製造卸商)(株)佐藤謙商店(名古屋市中西区)、(傘、製造卸問屋)浅野仁三郎商店(名古屋市中区)、(風呂敷問屋)三枝商店(大阪市内東区)、(手袋・靴下・雑貨製造)(株)吉金商店(大阪市内東区)、(タオル敷布製織問屋)合名会社野村浴巾商店(名古屋市中区)、(帽子卸商)加藤健商店(大阪市内東区)

「雑貨（金属、木製、他）」（全業者28、うち大阪業者19）
 （珫瑯鉄器）伊藤珫瑯^(株)（大阪市西成区）、（額縁）日本額縁絵画^(株)
 （神戸市葺合区）、（紙）日本紙業^(株)（大阪市西区）、（食堂用子供紙工
 プロン）高橋印刷所（大阪市東淀川区）、（学習帳・ノートブック）岡
 本ノート社（大阪市南区）、（石鹸）合同油脂^(株)（東京都麹町区）、（石
 鹸）吉田實石鹸^(株)（大阪市東淀川区）、（金属雑貨・アンチモニー輸出
 商）梅村商店大阪営業所（大阪市西区）、（婦人子供帽子）林帽子合名
 会社（大阪市西区）、（万年筆・インキ）川本製作所（大阪市南区）、
 （理髪具理容具）日理^(株)（大阪市南区）、（化粧品・カミソリ卸商）後
 藤商店（大阪市港区）、（ズボン吊・ガーターほか）椎尾清商店（大阪
 市東区）、（ステッキ製造卸商）井村友三郎商店（大阪市東区）、（縫い
 針、裁縫用品）山口忠兵衛（京都市松原通）、（アンチモニー・金属雑
 貨）亞洲洋行（大阪市西区）、（家庭金物卸問屋）合名会社田島商店
 （大阪市西区）、眞生製陶所（三重県四日市）、（アルミ・バケツ・鍋
 釜卸商）田中新商店（大阪市西区）、（歯ブラシ・櫛・ハンカチーフ・
 香水化粧瓶・カッター）^(株)西岡貞商店（大阪市東区）、（家具漆器・鏡
 台針箱製造輸出）合名会社大芝組（静岡県入宿町）、（木製文房具・事
 務用品漆器雑貨製造）田中浩二商店（静岡市本通）、（手芸材料・フア
 スナー）藤崎商会（大阪市東淀川区）、（食器具一般）池田アルミニウ
 ム^(株)（大阪市浪速区）、（手芸材料・美術カレンダー製造直輸入）松
 山彌五郎商店（大阪市南区）、（歯ブラシ）森本商店（東京・名古屋・
 大阪）、（防水マント・ゴム製品）大藤防水布製造所（広島市西引御堂

町）、（扇子商）青木扇舗（大阪市東区）
 「その他」（全業者2、うち大阪業者1）
 国際通運^(株)大阪支店（大阪市北区）、（日用品百貨店卸問屋）富田簞店
 （名古屋市区）

全八四業者中五四業者が大阪業者でその率六十四・三%であった。
 協賛広告から見ても大阪の仕入業者の割合が大きいことがわかる。

次に仕入の原則について見ておくと、製造品の直接仕入を原則とし
 て、ある規格を決めて該当する商品を仕入れる場合が一般的であつ
 た。もちろん例外的に販売値段を先に決めて商品を仕入れる場合も
 あつたという。具体的には、一商品につき三店ぐらい納入させ採用商
 品を決定する。商品は約三万点あり、不合格品の返品経費だけで二千
 円もかかった。そこで、仕入れ元の大阪仕入部において審査会を行い
 経費を削減した。

連鎖店の指導⁽²⁹⁾については、商品管理、売出計画、帳簿整理、さらに
 店舗改造、増築、模様替えをする専門建築技師を三名常設した（各店
 舗には和信のマークが掲げられた）。

店舗指導のかなめ（指導線）としては、売上増進、正札販売励行、
 掛売厳禁等の実際的な監督であり、帳簿伝票等の事務様式の指導で
 あつた。「殊に正札販賣の如きは地方によつては非常に困難とされて
 る。これは一年一回拂ひの掛売を習慣とする実情と共に半島商人の
 使命を要する問題⁽³⁰⁾」とされた。地方では、農産物収入が中心で収穫期

の年一回商品代金を支払う形が多かったのである。現金収入がないため、掛売りが中心となり「正札販売（定価販売）」が励行されなかったものと見られる。しかし、それでは和信連鎖店の事業としては成立しない。この点については後述する。

連鎖店契約の内容

和信連鎖店の「総則」⁽²⁾は次の通りであつた。同店の実態を知る貴重な資料なので長文をいとわず引用する。

- 一、株式会社和信ハ朝鮮内各枢要ノ地ニ和信連鎖店ヲ設置シ日用百貨ヲ設置販賣セシム
- 二、連鎖店ハ全鮮市場所在地一千四百八十一個所中、人口希薄、交通極不便ナル處ヲ除キ約一千個ヲ設ク
- 三、各連鎖店ハ自己ノ計算ニテ独立ニ營業スルモノニシテ和信トハ法律上本支店ノ關係ヲ有スルモノニアラズ、但連鎖店ハ商品ヲ廉價ニテ仕入レンガ為メニ和信ヲ通ジテ仕入レ、營業ノ發展統一ヲ期スル為メニ和信ノ指導監督ヲ受ク
- 四、和信連鎖店ヲ經營セントスルモノハ左記資格ヲ有スルコトヲ要ス

- 一、身元確實ナルモノ
- 二、商人トシテノ経験又ハ素質ヲ有スルモノ
- 三、相當ノ資産ヲ有スルモノ

五、和信連鎖店ハ地方ノ人口及經濟狀況ニヨリ左ノ如ク之ヲ四級二分ツ

- 一級 在庫高五千圓以上
- 二級 在庫高三千圓以上
- 三級 在庫高二千圓以上
- 四級 在庫高一千圓以上

但壹萬圓以上ノ者及大都市ノ希望者ハ別ニ契約ス

六、連鎖店ニテ販賣スル商品ハ左ノ各種トス

食料品、洋品雜貨、瀬戸物、荒物、文房具、紙類、手藝品、化粧品、賣藥、玩具、履物類

但在庫一萬圓以上及大都市ノ連鎖店ハ此限ニアラズ

（取引方法）

十八、連鎖店ハ左記ノ事項ヲ遵守スルコトヲ要ス

- 一、正札販賣ヲ勵行スルコト
- 二、商品ノ賣値ハ低廉ヲ旨トシ仕入原價ニ對シ本社ガ隨時指定通知スル最高利益率ヲ加算シタルモノヲ超過セザルコト
- 三、帳簿、傳票其他諸用紙ハ様式ヲ統一スル為メ本社所定ノモノヲ使用スルコト

四、本社及配給所派遣ノ指導員ノ指導ヲ受ケ且検査員ノ検査ヲ拒マザルコト

十九、本社及各配級所²ニ指導員ヲ置キ二箇月毎ニ各連鎖店ニ²順回派遣シテ實際ニ業務ヲ指導ス

二十、本社八検査員ヲ隨時連鎖店ニ派遣シテ在庫品、帳簿、商品ノ定價、及他店ヨリ仕入品ノ有無其他ノ事項ヲ検査ス

二一、本社八連鎖店指導ノ為メニ以上ノ外尚次ノ如キコトヲナスモノトス

一、月報カタログノ発行

二、隨時京城ニ見本市ヲ開催スルコト

三、隨時連鎖店主ヲ招待シテ東京大阪等各地ノ商工業ヲ視察セシム

四、模範商品ヲ設置シテ店主ノ供覧及實習ニ供ス

二二、和信八連鎖店ニ商品ヲ配給スルニ當リテ八連鎖店ノ便益ノ為メニ現金取引ヲ要求セズ。連鎖店ノ等級別ニ從ヒテ取引限度ヲ設ケ其限度内ニ於テ商品ヲ配給スルモノトス

二三、連鎖店ヲ經營スル者ハ取引限度ヲ確保スル為メニ本社ガ相當ト認ムル不動産ニ對シテ本社指定ノ方法ニ依リテ根抵當權ヲ設定スルコトヲ要ス。根抵當權設定限度金額ハ不動産鑑定金額一杯トシ取引限度ハ其ノ三分之二以内トス

但連鎖店ガ多年取引ノ結果信用アリト認ムルトキハ取引限度ヲ根抵當權設定金額迄拡張スルコトアルベシ

二四、不動産ノ鑑定ハ本社ガ銀行又ハ金融組合ニ委託シテ之ヲ行フ

二五、本社ガ配給シタル商品ニ對シテハ商品出荷日ヨリ四個月乃至五個月拂ノ手形ヲ取組モノトス

二六、連鎖店ガ取引限度以上ニ仕入ヲナサントスルトキハ増担保ヲ提供スル力又ハ既ニ引受ケタル手形ヲ期限前ニ支拂フコトヲ要ス

二七、連鎖店八開店上必要ナル設備費ヲ取引限度内ニ於テ現金ニテ融資ヲ受クルコトヲ得

二八、其他ノ詳細事項ハ連鎖店内規ニ定ム

まず、一六条について、和信は朝鮮の枢要地に日用百貨を販売する連鎖店を一千店規模で設置する計画を立てている。各連鎖店は独立經營で和信とは本支店關係を持たない。したがって各店との契約は商品仕入れや經營指導に関するものとなる。連鎖店を在庫高から四つに区分し、扱い商品は「食料品、洋品雜貨、瀬戸物、荒物、文房具、紙類、手藝品、化粧品、賣藥、玩具、履物類」で日用雜貨を中心にしてゐる。(七、一七条は不明)。

次に、一八、二二条について、正札販売、定価の指定、連鎖店指導、商品カタログの発行、見本市の開催などを規定している。

最後に、二二、二八条について、商品仕入れにつき連鎖店に現金取引を要求しない。あらかじめ取引限度額を決めて商品を供給する。すなわち、掛もしくは手形で商品を供給するというのである。さらに取引限度額を確保するため、不動産を担保に資金供給もするという(二四条)。この点を詳しく見ておくと次のような仕組みになっている。

指定銀行(殖産銀行⁽²⁾)が鑑定をして、和信は保証料(日歩三厘)を

支払⁽³³⁾う。「元来朝鮮地方の小賣業界は値引き掛賣りを以て年来の習性となり、これが為経営者は資金の運用上止むなく著しく高利の借入金を融通して年に一回乃至二回の集金期迄を糊塗して居る」。「現存でも雜貨に對する手形は朝鮮に於ける限り全く無價值同様であつて、殆ど割引のせられるゝ所もない」。そこで「和信は連鎖店の売掛け代金を手形で領収してこれを殖産銀行に譲渡し帳簿の決済をする、銀行は其期限に於て譲渡人―和信―の債権を取立てる、そうして此取立てが円滑に行かなかつた場合初めて担保物件の處分をする」といふ通常の方法なのだ」。「ここに」和信の任務が生じる訳だ。早い話が保証人としての責務を完済する手段である⁽³⁴⁾」。

つまり和信が加盟店の担保を殖産銀行で再割引して資金調達しているのではなく、逆に加盟店の売掛金（手形債権）を殖産銀行に持ち込み決済する。もし決裁不能になったら、その時初めて加盟店の担保物件を処分する。加盟店側のメリットとしては「手形拂ひで現金賣り、原価安の商品仕入、営業成績の向上と此三拍子揃つた」経営ができることである。

しかしそのためには、和信の商品が良品廉価で大量に売れるものでなければならぬ。さらに、正札販売で現金売りをしなければ各連鎖店のメリットは出ない。なぜなら、掛け取引（もしくは手形取引）で仕入れた商品を現金販売することで、各店に現金収入が生じる仕組みになっているからである。

では、実際に各連鎖店はどのような経営をしていたのか、事例で見

てみよう。

和信連鎖店の事例

昭和初期、商店経営の専門家清水正巳は朝鮮、中国を旅行して小売店を観察して回つた。その時の記録が以下の通り残っている⁽³⁵⁾。（カッコおよび傍線は引用者）

朝鮮を旅して見ると、茲では和信連鎖店の進出振りに驚きの目を瞪る。和信と云ふのは京城の鍾路に本店を持つ朝鮮人経営のデパートであるが、それが朝鮮の到るところにチェーンを作りつゝあるのである。デパートのチェーンではない。小さな店を、三間間口、五間間口と云つた小さな店を「和信連鎖店」の名の下に、拵へつゝあるチェーンである。

和信は三百六十店、皆正札販売である。朝鮮の地方では一般に正札販売が実行されてゐないのである。それは内地でもさうであるが、であるからして、お客様は内地の地方と同じやうに、とても値切るのである（傍線、引用者、以下同じ）。

和信の一連鎖店主に「どうです。それでも随分値切るでせう」と訊ねたところ

「此店はまだ一年と三ヶ月しか経ちませんが、始めの中は、お客様一人残らず、皆値切りました。が、だんだん理解されまして、此頃は値切らずに買つて下さるお客様が十分殖えました。さう

一遍には行きません」と云ふ答へだつた。

図(9)は仁川で見た和信の店の作り方である。店は奥行きが浅く其點不利であるが、その不利の店を上手に活かせてゐる。

私がいつも矢釜しく云ふU字形陳列臺は、茲ではチャーンと用ゐられてゐる。ガラスケースのU字形と、裸陳列のU字形とで、

U字形になつてゐるのである。入り口には誘導臺が置いてあり、店の中は、呉服部、化粧品部、文具部、雜貨部、玩具部、食料品部と分かれてゐる。云はゞ小じんまりしたデパート式の店である。今日はデパート式の店が流行る。町が小さければ、小さいやうに、小さなデパート式の店を作ればよい。此店なぞ實に這入りよく、朝鮮人がどしどし這入つてゐる。

商品は正札の事だから、全部値が付いてゐる。一つ残らず附いてゐる。これも關心する。

包装は京城本店のそれと、全く同じものを使つてゐる。三百六十店、皆同じ包紙を使つてゐるのである。

店員は朝鮮人の女の子で、一五六から一七八歳と云ふところ、白い服に黒いスカートをつけて、一寸洋服の感じで、とても可愛いのが居る。

チエーンの行き方はコンナ風にしてやるのが一番よいと思ふ、

清水は朝鮮半島から満州にかけて小売店舗の視察をしており、そこで和信連鎖店をとりあげ「デパート式」の売場構成を高く評価してい

る。和信連鎖店の看板、ストアレイアウト、正札(定価売り)、包装紙(京城にある和信百貨店と同じもの)、女子店員に特徴があるとしている。図10は和信連鎖店の外観例であるが、店舗によつてビルの百貨店式店舗もあれば、平屋の雜貨店タイプもある。共通しているのは「和信(連鎖店)」の看板が掲げられていることである。図11は『百貨店新聞』表紙の和信女子店員である。

以上のことから、改めて和信連鎖店の経営的特徴をまとめてみると、第一に和信は大阪からの仕入れ商品を多数扱っている。第二に、ボランティアチエーン組織により連鎖店を多店舗展開している(約三七〇店)。これは大阪の高島屋均一チエーン(単一資本)とは異なっており、和信が和信百貨店のストアイメージを利用して、加盟店を募つて商品供給をして和信連鎖店の看板使用、資金調達、経営指導を引き受けるものである。

特に資金調達においては、各店の商品仕入代金を和信の信用によつて朝鮮殖産銀行から借り入れている。もちろん、各店より土地建物の担保をとつてはいるものの、各店の売掛債権を割り引く形で資金調達している。これはすでに述べた通り、期末払い、年季払いが習慣的に行われている地方では、商品だけ先に出てしまつて、代金回収が遅れがちになり、小売店の資金ショート(不足)がまき起さる。それを防ぐ目的で和信が資金調達をしているのである。資金ショートを回避するためには、正札&現金販売が欠かせない。

そこで、第三に和信は加盟店に対して正札&現金販売を指導してい

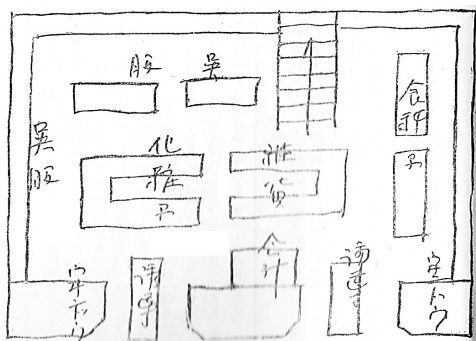


図9．仁川の和信連鎖店・店内配置図

出所：清水正巳「チェーンの上手な作り方実例」清水正巳編『商賈』第2巻第9号、商店経営研究所、1936年8月、p73、筆者所蔵。



図10．和信連鎖店の店舗例

備考：上は定州和信連鎖店、下は金泉和信連鎖店

出所：前掲『和信五十年史』ページなし。



図11．和信百貨店

出所：『百貨店新聞』第281号、1935年11月11日付、大阪市立大学学術情報総合センター所蔵。

るのである。⁽³⁶⁾ そうすることで、和信の信用と各店の経営改革が相乗効果を上げることができるのである。

おわりに

これまであまり知られることのなかった和信連鎖店の動向を、国内資料を中心に明らかにしてきた。戦前和信百貨店⁽³⁷⁾は朝鮮半島唯一の民族系百貨店として連鎖店も多店舗展開し、大規模小売企業へと成長した。また、朝鮮の小売習慣近代化にも一定の貢献をしたと思われる。

小売業態として見た時に、和信のケースは日本の高島屋均一チェーン⁽³⁸⁾や阪急の物産館⁽³⁹⁾(卸売事業)とも何らかの関連があると思われる。というのも、和信の商品仕入れの多くが大阪からのもので、大阪の小売業から多くを学んでいたと考えられるからである。ただし、その内実については明らかにすることができなかった。この点については後日改めて論じてみたい。

注

(1) 林廣茂『幻の三中井百貨店』(曉聲社、二〇〇四年)、木村健二「日中戦争前後の朝鮮における『科学的経営法』の導入」(<http://www.jicforjistory-archiv3/05-01-j-kimurakeiji-j.pdf>、二〇一六年三月七日アクセス)等で紹介されているが、和信連鎖店についての立ち上った検討はしていない。

(2) 「和信百貨店特輯号」(『百貨店新聞』第二七七号、一九三五年一〇月

四日付)。

(3) 京城の百貨店、商店街については平野隆氏の一連の研究がある。同氏は、戦前の大手百貨店の地方進出の過程を描き、わけても京城の百貨店のみならず商店街の動向についても詳細に掘り下げて検討を加えている。そこでは、日本の百貨店の進出が植民地統治の手段になったと指摘し、それはハード面からではなく流行などソフト面から日本人の目を通して京城に欧米の商品を紹介したものであるという。さらに百貨店の陳列・正札販売は京城の小売業にも一定の影響を与えたと指摘している(平野隆「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』世界思想社、一九九九年、同「戦前期における日本百貨店の植民地進出―京城(現、ソウル)の事例を中心に―」『法学研究』慶應義塾大学法学部、二〇〇四年一月、同「植民地下の京城における『中小商業問題』の展開」柳沢遊・木村健二・浅田進史編著『日本帝国勢力圏の東アジア都市経済』慶應義塾大学出版会株式会社、二〇一三年)。他には注1のほか、末永國紀『近代近江商人経営史論』(有斐閣、一九九七年)、徐智瑛『京城のモダンガール』(みすず書房、二〇一六年)等がある。最近、申賢洙「京城の百貨店と商業、消費」(『社会科学研究』(釧路公立大学紀要)第二十九号、二〇一七年三月)が出た。韓国語資料を多数取り入れた興味深い研究である。

(4) 高島屋均一店については、須藤一「高島屋均一店チェーンについて」『RIRI流通産業』第五巻第二号、一九七三年五・六月)、矢作敏行「チェーンストアの発展と商人連(上・下)」(『経営志林』第四〇巻第三・四号、二〇〇三年)、平野隆「戦前期日本におけるチェーンストアの初期的発展と限界」(『三田商学研究』第五〇巻第六号、二〇〇八年二月)、武居奈緒子「大規模小売商による新業態開発の歴史的展開―高島屋十銭ストアの革新性―」(高嶋克義・西村順二編著『小売業革新』千倉書房、二〇一〇年)、南方建明「高島屋均一価格店―チェーンストアへの歩み―」(『消費経済研究』第四号、二〇一五年)、同「高島屋均一価格店―戦後、なぜ均一価格店業態は継承されなかったのか―」

- (『消費経済研究』第五号、二〇一六年)等がある。
- (5) 久保村・荒川監修、鈴木・白石編『最新商業辞典』同文館、一九九五年、二〇九頁。鈴木安昭『昭和初期の小売商問題』(日本経済新聞社、一九八〇年、一三三―一五四頁)、石井寛治編『近代日本流通史』(東京堂出版、二〇〇五年、七二―七六頁)。
- (6) ボランタリーチェーンには生産者主導型と小売・卸売主導型があり、前者は戦前の森永キャンディーストアや資生堂ベルトラインなどが該当する。後者は、全東京洋品商連盟、十合特約チェーンストアなどが該当する。
- (7) 前掲『戦前期における日本百貨店の植民地進出』。
- (8) 「株式会社丁子屋商店は、小林源右衛門が伊勢桑名に起こした武具装束店を、女婿小林源六が四日市→津→朝鮮・満州」と移りつつ、洋服販売から百貨店にまで成長させたものである(木村健二「解題」『丁子屋小史』昭和十一年、復刻版、ゆまに書房、二〇〇二年、三頁)。丁子屋の本部は津市大門町にあり新聞広告も出していたが、営業の中心は朝鮮半島や中国東北部にあった。
- (9) 岩本真一『ミシンと衣服の経済史』思文閣、二〇一四年、六六―六九頁。
- (10) 「此の平田の爺さん凡ての精力も儲かる金も凡て商賣の方に注ぎ込んで、寄付金は一切御免、新聞雑誌への廣告は一切御免、交際や公共事業は一切御免と云ふ、全く馬車馬的に商賣全力主義だ」「兎に角変つた爺さんだ」(福祿山人「京城の金持ち」『朝鮮及満州』第二五四号、一九二九年一月、二七頁、復刻版第三四巻、図書出版 語文学社(韓国、二〇〇五年)。
- (11) 京城の五大百貨店については、井上滋穂「京城デパート合戦」(『朝鮮及満州』第三二〇号、一九三三年九月、復刻版『朝鮮及満州』第四三巻、図書出版 語文学社(韓国、二〇〇五年)、「三越・丁子屋・三井 食堂合戦記」(『朝鮮及満州』第三二七号、一九三四年四月、復刻版『朝鮮及満州』第四四巻、図書出版 語文学社(韓国、二〇〇五

年)がある。

- (12) とはいえ、近隣小売商に与える影響は甚大であった。例えば、三越のある本町一―二丁目の小売商店約一八〇軒の売場面積は約二千坪になるのだが、三越、丁子屋の売場面積の合計もほぼ同じであったという(宮林泰司「中小商人をどう観る乎」『京城商業会議所月報 朝鮮経済雑誌』第一七六号、一九三五年八月、一頁)。
- (13) 「平壤にはデパートが二つあつて、其二つ少しも競争をしないのである。一つは朝鮮の到るところにチェーン式デパートを作つてある三井であり、一つはこれもチェーン式デパートをやつてゐる和信である。處が三井は内地人相手のデパートであつて、朝鮮の人への商品は一向にない。『朝鮮の人の着るチマ(袴)の柄の日本人向なのを一つ買いたいのだが』と云つたところ『私の方では朝鮮服は一切やつて居りません。やらうと思ひましても仕入れが出来ません』そんな話だつた。今度和信のお店へ行て見ると、内地人向のものは何一つない。土産物一つにしたところが朝鮮の人が平壤へ来て買つて帰る土産物で、内地の人が朝鮮へ来て買つて帰る土産物ではない。お客様は朝鮮の人ばかり。かう整然と二つに分れて了ふと、商賣は至つて平和である。只コレ等のデパート競争しなければならぬのは其の二つの店の近くの商賣街の小賣商店の人達である」(清水正巳編輯『商賣』第二巻第九号、商店経営研究所、一九三六年八月、一〇九―一一〇頁)。
- (14) 前掲『幻の三井百貨店』。
- (15) 一九三六年三月株式会社に改組、資本金二〇〇万円。「社長朴興植、専務取締役朱耀翰、常務取締役李駿基、取締役李基桁、同李奎載、監査役林憲慶、同李肯鍾」(『調査彙報』第四年第三号、日本百貨店商業組合、一九三六年三月、一〇〇頁)。
- (16) 一九四〇年には百貨店から連鎖店事業が切り離され、連鎖店は傍系会社になつていた(『日本百貨店総覧(昭和十七年)』復刻版、四八〇―四八五頁)。「和信」の概要は次の通り(経営者の経歴は「ポケット会社職員録(昭和一十六年版)』ダイヤモンド社、一九四〇年等によ

る。

(役員) 代表取締役・朴興植、専務・和田新平(一八九六年生、京城専修学校卒、朝鮮総督府属、専売局副事務官、一九二七年退官、鮮一紙物^(株)専務、一九三二年和信専務、一九四〇年辞任、一九四一年再び就任)、専務・李奎載(一八九七年京城生、京畿中学卒、一九一八年第一銀行員、朝鮮殖産銀行員、東一銀行元山支店支配人、一九三三年鮮一紙物^(株)支配人、同専務、他関係会社取締役)、専務・三谷俊博(一八八八年島根県生、一九〇五年島根県立商業学校卒、渡鮮、仁川の第一銀行支店員、一九一四年朝鮮銀行東京支店、一九二二年営業部支配人代理、一九三五年麗水支店支配人、一九三七年辞職、^(株)東一銀行常務、後本店支配人兼務、一九四一年^(株)和信専務)、取締役 木山経錫・関奎植・金委洙、監査役 加賀直治(京城商工会議所会頭)・方義錫 相談役 有賀光豊(朝鮮殖産銀行頭取)

「傍系会社」 和信連鎖店^(株)資本金二〇〇万円、大同興業^(株)資本金二〇〇万円、鮮一紙物^(株)資本金二五万円、和信貿易^(株)資本金二七五万円、大東織物資本金十八万円、傍系会社は一九四一年九月和信商事^(株)に併合される。

(17)「最後に和信を巡禮した私に、書き漏らせない一事がある。和信の大阪仕入部の責任者井田氏は、朴社長の普通学校時代(朝鮮の小学校)の校長先生である。それで店員も出入の商人も、此の恩師に對する社長の敬稱に和して、先生先生と呼んでゐる。『先生どうだすあきまへんか。』先生、この勘定は如何致しませう。』と、昔の校長先生相手に、大阪の市中で商談が行はれるとは、何と朗かなニュースでないか」(古澤常次『人格的経営法』大同書院、一九三六年、一七一―一七二頁)。

(18) 林廣茂『幻の三中井百貨店』曉聲社、二〇〇四年、一七四頁。

(19)『日本百貨店総覧(昭和十七年)』復刻版、「人物篇」六四五―六四六頁。

(20) 植民地工業化の中心は日本企業であり、朝鮮人資本が相対的に弱体

で一九四二年中小企業整理令公布でより多くの朝鮮人資本が没落した。例外的に軍部と結びついて軍需により成長したのが、金季洙・朴興植の朝鮮石油、金季洙の朝鮮製鉄、金季洙・朴興植・韓相龍・関奎植の朝鮮工作、朴興植の朝鮮飛行機など、ごく少数の対日協力者に率いられた企業だったという(糟谷憲一・並木真人・林雄介『朝鮮現代史』山川出版社、二〇一六年、一五九頁)。

(21)「京城和信のヴォランティア・チェイン具休案」『調査彙報』第二年第七号、日本百貨店商業組合、一九三四年七月、八―一八三頁。

(22)「店としての仕入れ先は呉服類では主に鐘紡、京城紡、日本毛織等の多量生産する諸大会社と直接の仕入をしてゐますし食料品の内菓子砂糖類は森永、明治の両社と取引をしてゐます」(「朴社長語る」『百貨店新聞』第二七七号、一九三五年一〇月四日付 第八面)。

(23)「和信百貨店特輯号」(『百貨店新聞』第二七七号、一九三五年一〇月四日付)。

(24) 前掲『人格的経営法』一六九頁。

(25) 京城西大門店(直営店)は、売場面積二二〇坪、店員二名、洋品雑貨、文房具、織物、化粧品、食料品、荒物、玩具など一日に約三〇〇円以上売り上げる(同前)。

(26) 一九三五年の各配給所の在庫は京城二十二万円、釜山一六万円、平壤一八万円、元山一二万円、郡山八万円であった。在庫は直営店・百貨店で販売処分された。

(27) 用度品は包装紙などの消耗品を共同購入。常備品と季節品の区別があった。

(28)「和信百貨店特輯号」(『百貨店新聞』第二七七号、一九三五年一〇月四日付)より作成。

(29)「これは非常に歓迎され、既に設計新築したものの二十二件、内部改造増築したもの八十四件、別に専任書記による商品管理、賣出計画、帳簿整理等を希望に応じて指導したもの百二十四件、例へば開店のチラシ廣告の如きは何處の店にも応用し得るよう五百萬枚を印刷準備して

居り、一店三萬枚が僅々五圓見當で配給される便利があり大いに利用される」(『百貨店新聞』第二十七号、一九三五年一〇月四日付)。

(30) 同前。

(31) 相原壽「朝鮮商店縦走記」『商店界』第一四卷第九号、一九三四年八月、五十四—五十五頁。

(32) 朝鮮殖産銀行の年間貸出・回収高は一九二五—三五年(一〇年間)の多い年で約一千五百—三千万円、少ない年で七百万円以下であるが、一九三七年には約八千万円に急増している。年末現在高も直近の約一千万円に対して三千万円に増えている(『朝鮮殖産銀行二〇年志』同行、一九三八年、一七五頁)。和信が約三七〇店の連鎖店と契約したのが一九三五年一〇月なので、それ以後朝鮮殖産銀行から相当融資を受けたと推察される。

(33) 同前、五四頁。

(34) 「和信百貨店—追補」『百貨店新聞』第二八一号、一九三五年十一月一日付。

(35) 清水正巳「チェーンの上手な作り方實例」同編輯『商賣』第二卷第九号、商店経営研究所、一九三六年八月。

(36) 和信連鎖店とはやや事情が異なるが、資生堂連鎖店(一九二三年)の正札販売の理由は、小売店の値引き競争・乱売に対抗するためのものであった。そしてそのために「消費者の理解を得ること」が最大の目的でもあった。さらに当時の資生堂は業界の二巨頭、クラブ、レートの各社と比べて規模が小さかったため、チェーンストア方式で対抗する目的もあった(株式会社資生堂企業文化部編『資生堂ギャラリー七十五年史一九一九—一九九四』同社、一九九五年、一〇六頁)。正札販売については、西村栄治「正札販売の展開—百貨店の大衆化と小売商問題を中心として」(『大阪学院大学流通・経営学論集』第三五卷第二・三号、二〇一〇年三月)等を参照。

(37) 私は京城の和信商会で一圓九十銭やつて夏の麥稈帽子を買った。それが京城駅で雨にあつて、びつしよりぬれたので、かぶつてある中に

は段々形がゆがんで来て、大阪に来るとかぶれなくなつた。(大阪に来て)私は四五軒の帽子屋を歩いた後、やつと頭にあるやつをみつけたが、それは一圓二十銭である。京城で一圓八十銭のよりも、遥かに上品なものである(高權三『大阪と半島人』東光商会書籍部、一九三八年、三十一頁)。戦後の韓国百貨店については、「近代化の波よせるソウル地区」(『商店界』一九七一年五月)、研究論文は申賢洙「韓国の消費社会と百貨店」(『社会科学研究』第二六号、二〇一四年三月)を参照。

(38) 加藤諭氏は、高島屋の内部資料を利用して、戦前同社の百貨店事業・均一店事業の売上高推移やそれぞれの粗利率等を明らかにした(加藤諭「戦前高島屋における均一店事業とターミナルデパート経営」第43回交通史学会大会二〇一七年五月七日報告レジュメ表79)。同氏によると、均一店事業の売上高は百貨店事業の六七分の一であり、粗利率は一八—二〇%前後で同じぐらい、店員一人あたりの売場面積は一三㎡前後でこれも同じぐらいだったという。

(39) 阪急物産館は阪急電鉄が百貨店事業の関連から卸売業に参入したもののだが、(反百貨店運動を回避して)零細小売商を育成指導する側面もあった。しかし、商品供給に現金取引を採用した点が和信連鎖店とは逆の行き方であつて、資金調達のない零細小売商には利用しにくかった。結果としてそれほど大規模化していない(谷内正往『戦前大阪の鉄道とデパート』東方出版、二〇一四年、一〇九—一二三頁)。

(追記)

本稿は、平成二十九年一月十七日 関西大学・経済政治研究所第11回公開セミナーの報告「戦前、デパート(百貨店)から見た大阪と京城」(千里山キャンパス・児島惟謙館)を元に行っている。