

戦前・戦中期における百貨店の海外進出とその要因

川 端 基 夫

キーワード

小売国際化
百貨店
海外出店
戦前・戦中期
中国大陸
東南アジア
朝鮮半島

目 次

- I. はじめに
- II. 海外進出の幕開けと意思決定要因
- III. 海外進出の全体像
- IV. 戦時体制と中国大陸への進出
- V. 出張販売が海外出店に与えた影響
- VI. おわりに——戦後の海外出店への影響

I. はじめに

わが国の小売業の海外進出を分析した論考には多くのものがあるが、その行動を歴史的に整理・分析したものとしては、上村（1992, 1993）や拙著（2005）¹⁾など限られたものしか見られない。しかも、それら既存研究は第2次大戦後の海外出店に焦点があてられており、戦前・戦中期の海外進出行動（出店以外の行動も含む）や進出要因については分析が遅れてきた。そこ

で、本稿では長らく放置されてきた戦前・戦中期におけるわが国小売業の海外進出行動の実態と、海外進出が行われた要因・背景を分析することとしたい。

しかし、本研究の意義は、単に歴史の空白を埋めるだけには止まらない。というのも、この戦前・戦中期の海外進出の「経験」と「記憶」が、戦後、とくに1970年代頃までのわが国小売業の海外進出行動、つまり進出の経緯や意思決定あるいは進出先の選択などに小さからぬ影響を与えていると思われるからである。すなわち、戦前・戦中期に海外（旧植民地含む）での百貨店事業を経験した社員達は、戦後も1970年代までは社内に少なからず残っていたはずである。それゆえ、海外進出の「経験」が企業内で語り継がれ、かつての進出先都市や海外事業に対する「記憶」がある程度は社内（の中高年世代間）で共有化されていたことも想像に難くない。たとえば、海外勤務を経験し敗戦時に30歳だった社員なら、1970年時点ではまだ55歳であったことから、そのような人材が経営幹部となっていた場合は、その「経験」と「記憶」が海外進出の動機や意思決定に影響を及ぼしていた可能性もあったと推察できる。このような意味では、戦前・戦中期の海外進出行動の解明は、戦後の海外進出行動を理解するための重要な「鍵」を提供するものと位置づけられよう。

なお、戦前・戦中期のわが国において、海外進出を行った小売業は百貨店だけであったことから、本稿では百貨店の海外進出行動に焦点を絞りたい。具体的には、三越、高島屋、大丸、松坂屋、そごう、白木屋（現、東急）の6社を中心

1) 上村（1992, 1993）の分析では、敗戦から1991年秋までの百貨店・スーパーの海外出店が整理されている。拙著（2005）では、百貨店・スーパーの戦後（2005年まで）の出店がより網羅的に整理され、時期別の要因や特徴が検討されている。

とするが、他に進出の記録が確認できた市宮大丸、岡政、山城屋、福岡玉屋、東横、丸物、阪急、大鐵の8社²⁾も加えて分析した(後掲表4参照)。

【分析資料について】

本稿で分析の基礎資料としたものは、各社の社史(百貨店協会が出版したものを含む)および内部資料である。しかし、当然のことながら百貨店により海外進出関係の資料の量(詳細さ)には大きな差が存在する。そもそも、社史自体が存在しないまま実質的に廃業した百貨店も見られ、社史が存在しても戦前・戦中の海外進出に関する記述が限定される百貨店も少なくなかった。また、社内資料についても戦前・戦中期のものも多くは戦災に遭っており、終戦と共に消滅した海外事業に関する資料の残存度はとくに小さい。さらに、戦後の閉店、統合、再編も資料の消失に拍車をかけていた。海外で誕生した邦人経営の現地百貨店も戦前・戦中期には多数見られたが、それらに関する資料も極めて限られるのが実情である(後掲表3参照)。

今回の分析で、社史に比較的详细な記録が整理されていた企業は松坂屋、高島屋、大丸の3社であり、三越、そごう、白木屋、宮市大丸の社史がそれに続く。三越については、明治期の進出の経緯が小松(1941)などでも確認できる。しかし、他の百貨店については記録が乏しかったことを断っておきたい。

2) 市宮大丸は金沢を拠点としたが、1943(昭和18)年に丸越と合併し大和になり現在に至る。白木屋は東京日本橋を拠点としたが、1956(昭和31)年に東急傘下に入り1967(昭和42)年から東急百貨店に商標変更した(日本橋店は1999(平成11)年に閉店済み)。岡政は長崎を本拠としたが、現在は博多大丸長崎店になっている。山城屋は北九州市門司が拠点であったが2001(平成13)年に閉店・廃業した。福岡玉屋は福岡市中洲を拠点としたが、1999(平成11)年に閉店して現在は佐賀玉屋が玉屋グループの存続会社となっている。大鐵は大阪市阿倍野を拠点としたが、合併により1944(昭和19)年に関急鉄道(後に近鉄)の百貨店部門になった(現、近鉄阿倍野店)。丸物は京都市を拠点としたが、1977年に京都近鉄百貨店となり、2001(平成13)年に近鉄百貨店と合併して現在に至る(京都店は閉店)。

そこで、本稿では日本百貨店協会が1933(昭和8)年から刊行した『調査彙報』(1934(昭和9)年からは『日本百貨店商業組合調査彙報』、1938(昭和13)年からは『日本百貨店組合調査彙報』)の記事を援用した。とはいえ、それらの誌上における海外進出に関する記事も、太平洋戦争が激化する1942(昭和17)年頃からは極端に減少してくるのが実態であり、比較的正確に把握できたのは1941年頃までの実態であった。この他、海外店舗については『日本百貨店総覧』(百貨店新聞社刊)を、植民地時代の台湾における邦人百貨店については林(1999)を、日本の百貨店による海外での出張販売については堀(1933, 1934a, 1943b)や林(1999)を、満州や朝鮮半島の百貨店については雑誌『満州経済』(1940~1945年に満州経済社が刊行)や林(2004)などを参照した。

いずれにしても、企業ごとの資料の差が、本稿の分析、とくに海外拠点の機能分析(表4や表5)などに影響を与えていることを断っておきたい。

II. 海外進出の幕開けと意思決定要因

わが国の百貨店による海外進出は、1899(明治32)年2月に高島屋がフランスのリヨンに日本から羽二重(高級絹織物)を輸出販売するための事務所を開設するところから始まる。高島屋は、その後、天津やシドニー(共に1905(明治38)年)、ロンドン(1906(明治39)年)、ブエノスアイレス(1917(大正6)年)、ニューヨーク(1919(大正8)年)と世界に拠点を広げていくが、それらはいずれも貿易拠点であった。

また日露戦争(1904(明治37)から1905(明治38)年)後に、日本と朝鮮半島の大韓帝国との関係が強化されると、高島屋には朝鮮半島から官舎・船舶・汽車の内装、職員や巡査の制服といった注文が入るようになり、その後は朝鮮半島や中国大陆で官需の受注を中心に活動するようになる³⁾。1908(明治41)年に京城に設け

3) その端緒は、1906(明治39)年に韓国政府のノ

た拠点や、1909（明治42）年の台湾での常駐出張員の配置も官・法人需要の受注拡大を目指したものであった。このように、高島屋の海外進出は時期的には確かに早かったが、いずれも一般民衆向けの小売販売を念頭においた海外進出という枠には当てはまらないといえる。

では、通常の小売販売目的での進出に限定して時期と進出先を捉えたと、どのようなものになるのだろうか。小売販売目的での海外進出は、高島屋が1901（明治34）年に台湾へ出張行商（見本持参の得意先回り）を行ったところから始まる。しかし、海外に拠点を設ける（出店）という形態での海外進出は、1906（明治39）年10月の三越による京城（現ソウル）進出が最初である。これは、「出張員詰所」という小さな拠点であり、所長を含めた20名足らずの社員が呉服や背広の外商（得意先回り）を中心に活動していたが、小さなスペースでの陳列販売も同時に行っていたとされる（小松1941, 339頁）。三越は、翌1907（明治40）年には中国の大連にも同様の出張員詰所を開設している。

三越の京城および大連への進出は、まさにこの地域を舞台として勃発した日露戦争での勝利が影響している。戦争に勝利したことで、ロシアが実質的に支配しつつあった朝鮮半島と中国東北部の支配権を取得し、多くの権益を得ることとなった。その結果、この地域には官吏、軍人、そして商人たちが日本から多数押し寄せ、大都市部では日本人市場が急拡大していったのである。

当時の在外邦人は外地で各種消費財の入手に苦勞していたが、中でも最も入手が難しかった商品が日本固有の呉服と和装関連品であった。そのような商品は、もっぱら少数の邦人経営の呉服店や日本からの行商人が取り扱う商品に依存するしかなく、種類も少ない上に価格も非常に高かった。そのため、日本からは比較的安価な古着も大量に流入していたとされる。日本で

仕入れた古着や時期遅れの在庫品を海外に持参し、高値で販売する行商人も多数活躍していた。しかし、朝鮮半島や中国東北部には、高級官吏や実業家も少なくなかったため、高級品に対する需要も存在した。三越は、このような在外邦人の富裕層のニーズに応えるべく出張員の拠点（外商拠点）を設けたのである。

とはいえ、1906（明治39）年当時の三越は、「デパートメントストア宣言」を行って二年足らずの新しい業態の小売業であり、国内での店舗網も構築できていない段階であった。国内市場も開拓が十分でない段階で、海外市場への進出を考える余裕は常識的にはなかった筈である。後述の三中井百貨店のように、そもそも国内に基盤を持たない呉服商にとっては海外市場進出は大きなチャンスと映ったであろうが、すでに国内で基盤を有した老舗呉服店の間では、海外市場進出はリスクへの危惧の方が大きかったとも考えられよう。このような状況にもかかわらず、三越がいち早く海外市場への進出を決断した要因にはどのようなものがあつたのであろうか。

まず、当時の朝鮮半島や中国東北部では、あらゆる商品の不足が生じており、日本から持ち込まれた商品が品質と関わりなく非常に高い価格で取引されていたとされる。つまり、朝鮮半島での商業の利益率は非常に大きかったと推察できる。また、進出前年の12月に三越が出張員を京城に派遣して需要動向を探った際には、「品質価格に於いて同地の商品に比し格段の相違があつた為、相当の顧客の確保に成功した」ことが、昭和初期に三越の専務であつた北田内蔵司によって記述されており（北田1938, 1180頁）、事業性については事前に確証を得ていたと思われる。

しかし、海外進出には大きなリスクが伴う。このリスクへの懸念を乗り越えさせたのが、三越の日比翁助専務と交流があつた初代朝鮮統監の伊藤博文であつた。京城進出は、実は伊藤博文からの働きかけ（斡旋）によるものとされている（百貨店商報社編1933, 小松1941, 338-339

↖財政顧問であつた目賀田種太郎から官舎の装飾を受注したことに遡るとされる（高島屋1941, 156頁）。

頁)。伊藤は、今後の朝鮮半島の経済発展を睨み、高品質の商品を供給する小売業者を誘致したのであるが、他方、三越側は統監である伊藤博文の後ろ盾を得たことで進出のリスクが大きく軽減できた。また、伊藤の後ろ盾は、何より朝鮮半島での民需のみならず官需の獲得と、進出後の事業遂行に伴うさまざまな困難への統監府の影の支援を期待させるものであったとも推測できる。このようなことが、意思決定の決め手となったと見てよからう。

では、三越の大連進出には、どのような要因があったのであろうか。三越の大連進出も、日露戦争での勝利により中国東北部が巨大市場となることを見越した日比専務の意思によるものとされている(小松1941, 344頁)。しかし、意思決定に至るにはやはり事業リスクの軽減要因(保障)が必要となる。この点については、先掲の北田内蔵司は「南満州鉄道株式会社の理事から、社員諸氏の日用品を廉価に供給する為め店を出せと三越に勧誘があった」と記している(北田1938, 1181頁)。つまり、大連進出に際しては、南満州鉄道という国策企業の後ろ盾が存在したのである。また、大連の地が選択されたのは、物資の集散港を擁していたのみならず、経済規模に比して小売業が未発達であり百貨店業態の成長性が見込めたことがあった(北田1938, 1182頁)とされる。

なお京城の出張員詰所は、その後、何度か移転拡張を繰り返した後、1916(大正5)年10月に三階建て370坪のルネッサンス様式の百貨店らしい店舗になり、1925(大正14)年の600坪に増築された後に、1930(昭和5)年10月に本町に移転され、鉄筋コンクリート地下1階、地上4階の2300坪の大店舗が新築された。この店舗は1937(昭和12)年に500坪を増築し、終戦まで使用され、戦後は新世界百貨店の本店として利用された(現在も使用中)。

また、大連の出張員詰所も、数度の増改築を経て1927(昭和2)年に煉瓦造3階建て900坪の店舗になり、百貨店の様相を整えている。そして、1937(昭和12)年9月には駅前繁华街

に移転され、鉄筋コンクリート地下1階、地上8階建て2300坪の大店舗が新築された。

ところで、先述のごとく京城には三越進出から2年後の1908(明治41)年に高島屋も官需の受注拠点を開設している。しかし、一般消費者向けの拠点(洋服・呉服の外商拠点)を京城に設けるのは1914(大正3)年になってからのことであり、結局は店舗建設には至らなかった。高島屋は、既述のように台湾への出張販売にも早くから取り組んでいたが、台湾でも出店には至っていない(表1参照)。この三越と高島屋の出店行動の差は、海外事業(投資)リスクを乗り越えるだけの「後ろ盾」を得ることが出来たかどうかの違いでもあったと見てよからう。

Ⅲ. 海外進出の全体像

では次に、戦前・戦中期における百貨店の海外進出行動の全体像を明らかにしたい。ここでは、(1)進出時期と規模、(2)進出先(都市)、(3)機能(業務内容)、という3つの視点から捉えていきたい。

1. 進出時期と規模

表1は、戦前・戦中期の海外出店を整理したものである。先述の如く、海外出店の最初は明治期の三越による京城と大連への進出であったが、その後は昭和に入るまで一端途切れてしまう。その次は、高島屋による満州国の奉天(瀋陽, 1934年)と新京(長春, 1935年)への小規模な洋服店出店まで待たねばならなかった(高島屋の最初の海外店舗)。

ところが、表1にみるように、1938(昭和13)年以降は状況が一変する。この年を境に百貨店の海外進出は急増していき、これまで海外に一切目を向けてこなかった百貨店による出店も多数見られるようになった。この急増の直接的な要因は、この年の3月に商工省が国内の百貨店に対して出した「大陸進出要請」であった。つまり、前年の1937(昭和12)年7月から日本は中国と戦争状態に入っており、すでに南京をはじめとする占領地が生まれ始めていた。そこ

表1 戦前・戦中期における百貨店の海外出店（小売販売拠点）

年	三 越	高 島 屋	大 丸	松 坂 屋	そ の 他
1901(明治34)		〔台湾で行商(得意先開拓)〕			
1902(明治35)					
1903(明治36)					
1904(明治37)	〔デパートメントストア宣言〕				
1905(明治38)					
1906(明治39)	京城店(出張員詰所→百貨店)				
1907(明治40)	大連店(出張員詰所→百貨店)				
1908(明治41)	〔京城店からの行商開始〕	〔京城に官需の受注拠点開設〕			
1909(明治42)	〔台湾で行商開始〕	〔京城に出張員を常駐〕			
1910(明治43)		〔台湾で出張販売開始(台南)〕			
1911(明治44)					
1912(明治45)					
1913(大正2)					
1914(大正3)					
1915(大正4)					
1916(大正5)	〔京城店百貨店化〕				
1917(大正6)					
1918(大正7)					
1919(大正8)					
1920(大正9)					
1921(大正10)					
1922(大正11)					
1923(大正12)					
1924(大正13)					
1925(大正14)		〔京城に外商拠点開設〕			
1926(昭和元)	〔大連、奉天、撫順へ出張販売〕				
1927(昭和2)	〔大連店百貨店化〕				
1928(昭和3)					
1929(昭和4)					
1930(昭和5)	〔京城新店舗開業〕京城店・仁川出張所(小売店)				
1931(昭和6)					
1932(昭和7)					
1933(昭和8)	大連店・新京出張所(小売店)				
1934(昭和9)					
1935(昭和10)		新京店(洋服店)			
1936(昭和11)		奉天店(洋服店)	〔華北調査〕		
1937(昭和12)	〔大連店新築、京城店増築〕			〔大陸で軍酒保(売店)運営〕	
1938(昭和13)	大連店・北京出張所(小売店)	南京店(雑貨・繊維皮革店)	南京店(雑貨・食料品店)		白木屋・上海店(百貨店) 岡政・上海店(百貨店)
1939(昭和14)	大連店・上海出張所(小売店)	南京分店(小百貨店) 上海分店(軍票交換所)	上海文路店(呉服・雑貨店)、 蘇州店(百貨店)	天津店(呉服・雑貨・食品店) 北京店(百貨店) 蕪湖店(軍票交換所) 上海店(百貨店)	山城屋・上海店(食料品店)
1940(昭和15)	ホノルル(百貨店)	濟南店・北京店を百貨店化	天津店(百貨店)	青島店(百貨店)	
1941(昭和16)	〔ホノルル店閉店(12月)〕		清津店(百貨店)	青島分店(家具店)	宮市大丸・清津店(百貨店)
1942(昭和17)	海南島店(小売店)ほか2売店		ペナン店(百貨店)	香港店(百貨店)	福岡玉屋・香港店(百貨店)
1943(昭和18)	昭南島店(和書・文具店)		天津店分店(百貨店) 昭南島店(百貨店)	昭南島店(百貨店) 天津分店(小売店) 上海分店(小売店) クアラルンプール店(売店) バレンバン店(小売店)	
1944(昭和19)	クアラルンプール店(売店) タイピン店(売店)				
1945(昭和20)			上海リトルトーキョー店 (米軍将校向)		

注) 白木屋の漢口店(百貨店)は開業年不明のため掲載していない。

出所) 各社社史・資料に基づき筆者整理。

で、商工省は占領地域での物資の流通を、百貨店に担当させようとしたのである。百貨店側からいえば、国策に従うかたちで海外進出が急増し、進出先も戦線拡大と共に東南アジアにまで達したのであるが、その詳細や背景は後章に譲りたい。

さて、表2はこの時期におけるわが国百貨店の海外店舗の一覧である。この中で、曲がりなりにも百貨店と呼ぶに値する品揃えを有していたのは、表中に「百貨店」もしくは「小百貨店」と記した22店舗と推定できる。そして、その中でもとくに大規模な店舗が三越ハワイ店(1000坪)、三越京城店(2800坪)、三越大連店(2300坪)、大丸蘇州店(2300坪)、大丸昭南島店(3000坪)、松坂屋香港店(2000坪)、松坂屋昭南島店(面積不詳だが2000坪超と推定)の7店舗であった。中国大陆から東南アジアにかけの広い地域に進出した割には、大規模店舗の開設は限られていたことが分かるであろう。

さて、これらの出店時期は、よく見ると戦争拡大のタイミングと同調していることも分かる。まず、中国国内への出店は、蘇州や南京といった都市を日本軍が支配していくのに歩調を合わせて進んでいった。また、1941(昭和16)年12月の太平洋戦争開戦と同時に、日本軍は香港を軍事支配下に置いたが、香港にあったレインクロフォード百貨店は軍が「敵国資産」として接收し、その翌年に松坂屋が商品ごと軍政府から譲り受けて松坂屋香港店とした。福岡玉屋の香港店の出店も軍政下の1942(昭和17)年のことであった(店詳細は不明)。さらに、1942年2月に日本が占領した昭南島(シンガポール)では、英国系のジョンリトル百貨店が商品と共に接收されて大丸による経営になり、地元資本のロビンソン百貨店も接收後に松坂屋が経営するようになった。

同時期に軍政下に置かれた上海でも、同様のことが生じている。上海での接收は、英米資本の百貨店のみならず、英領香港を拠点とする華僑資本の百貨店も対象となった。その結果、1941(昭和16)年末に日本軍が軍事支配した上

海では、先施百貨店、永安百貨店、新々百貨店、大新百貨店といった華僑系百貨店(四大公司と呼ばれた)が白木屋・大丸・高島屋・松坂屋の4百貨店の監督下(主に会計を監督)に置かれ、英国系のホワイタウェイ百貨店・ホールアンドホルツ百貨店・シュリローブラザーズ百貨店・レインクロフォード百貨店についても、同じく日本の4百貨店によって共同経営されることとなった。

2. 進出先

次に、表1でその進出先に注目してみると、まずは朝鮮半島から始まり、満州そして中国大陆へと版図を拡大、戦争の進展にしたがって香港や海南島、さらにはインドシナ半島やインドネシアといった南方方面にも拡大していったことが分かる。ただし、進出件数の多さからいえば、中国大陆が圧倒的に多かった。満州では、後述のように地元の百貨店が栄えたが、日本からの進出は三越の大連店と高島屋の小規模店に限られた。また、最も古くからの植民地であった台湾は、意外にも日本からの出店が皆無のまま終戦を迎えていることも注目に値しよう(詳細は後述)。

このような進出先の選択には、競合相手となる現地百貨店の動向も影響している。とくに、戦前・戦中期には外地の邦人によって百貨店が多数開業された。表3は、外地での邦人経営の百貨店一覧である。外地の邦人経営百貨店は、朝鮮半島と満州・関東州に多数存在したが、台湾やインドネシアにも見られた。この中では、朝鮮半島や満州で勢力を誇った三中井百貨店が群を抜いた店舗数を誇っているが、この百貨店の詳細については林(2004)に詳しいので、ここでは触れない。なお、他の邦人経営の百貨店については、ほとんど資料が残っていない。

以下、表1, 2, 3を参照しつつ、地域別の特徴をみていきたい。

【朝鮮半島】

まず、最も早くから出店がみられた朝鮮半島であるが、結果的には京城に三越が、清津に宮

表2 戦前・戦中期の海外店舗一覧

百貨店	出店都市	開業年	業 態	売場面積	備 考
三 越	京城	1906	百貨店	2800	大連店の出張所。 同 上 同 上 1941年12月太平洋戦争開始により閉店。 1944年に広東料理店開店。 書籍、日用品販売。
	大連	1907	百貨店	2300	
	新京	1933	小売店	—	
	北京	1938	小売店	—	
	上海	1939	小売店	—	
	ホノルル	1940	百貨店	1000	
	海南島・榆林	1942	雑貨店	63	
	海南島・北黎	1942	売店	50	
	海南島・嘉積	1942	売店	—	
	昭南島	1943	和書・文具店	50	
高 島 屋	クアラルンプール	1944	売店	—	書籍、日用品販売。
	タイピン	1944	売店	—	
	奉天	1934	洋服店	—	
	新京	1935	洋服店	—	
	南京	1938	雑貨繊維品店	—	
	南京（分店）	1939	小百貨店	150	
	上海（分店）	1939	軍票交換所	—	
大 丸	済南	1940	百貨店	650	グリル併設。
	北京	1940	小百貨店	300	
	南京	1938	雑貨・食品店	—	
	上海（文路）	1939	呉服・雑貨店	—	
	蘇州	1939	百貨店	1000	
	天津	1940	百貨店	400	
	清津	1941	百貨店	—	
	ペナン	1942	小百貨店	300	
	天津（分店）	1943	百貨店	—	
松 坂 屋	昭南島	1943	百貨店	3000	ホワイタウェイ百貨店の運営。 ジョンリトル百貨店の運営。 米軍将校向け店舗（戦後営業）。
	*上海	1945	呉服店	—	
	天津	1939	呉服・雑貨店	300	
	北京	1940	百貨店	—	
	北京（分店）	1941	家具店	—	
	蕪湖	1939	小売店	45	
	上海	1939	小百貨店	200	
	青島	1940	百貨店	—	
	青島（分店）	1941	家具店	—	
	香港	1942	百貨店	2000	
	昭南島	1943	百貨店	—	
	天津（分店）	1940	小売店	—	
	上海（分店）	1943	小売店	—	
	広東	1943	売店	—	
白 木 屋	クアラルンプール	1943	売店	—	中原公司店が火災で閉鎖された後継店。 兵站ホテル内に開設。
	パレンバン	1943	小売店	—	
そ ご う	上海	1938	百貨店	400	実業百貨を買収。
	漢口	—	百貨店	—	
岡 政	遼陽	1941	売店	—	軍関係者向け売店。
山 城 屋	上海	1938	百貨店	—	
宮市大丸	上海	1939	食品店	—	
宮市大丸	清津	1941	百貨店	500	満州の第九師団への物資供給拠点を兼ねる。
福岡玉屋	香港	1942	小百貨店	243	

注）面積の単位は坪。一部分は不明。なお、上記の他に上海で日本軍が接収した百貨店数店舗を大丸・高島屋・白木屋・松坂屋が共同経営していた。

出所）各社社史、『日本百貨店一覧』1937年、『日本百貨店組合調査彙報』などを基に筆者整理。

表3 戦前・戦中期における海外の邦人経営百貨店

地域	百貨店名	都市(旧呼称)	開業年月	売場面積	店舗形態	従業員	備 考
朝鮮 半島	丁子屋	釜山	1904年春	—	—	—	三重・四日市から進出洋服店から出発。
		京城(本店)	1904年秋	—	地上3階	405	1929年に店舗新築して百貨店化し本店機能を日本から移転。
	平田	京城	1906年	700	木造2階	210	荒物商から1925年に百貨店へ。
	三中井	大邱	1905年1月	343	地上5階	140	滋賀県から渡鮮し創業。1933年改築。
		晋州	1906年	98	木造平屋	5	
		京城(本店)	1911年3月	2504	地上6階	354	1929年5階建完成, 1933年6階建てに。
		元山	1914年4月	300	木造2階	61	
		釜山	1917年6月	420	地上3階	110	
		平壤	1919年10月	1082	地上5階	118	1933年改築。
		木浦	1924年12月	157	地上3階	57	
		興南	1928年3月	60	木造平屋	19	
		咸興	1928年9月	343	地上3階	55	
		群山	1929年9月	367	地上3階	44	1933年改築。
		光州	1932年6月	100	木造平屋	36	
		大田	1932年9月	437	地上3階	71	
	朝日	新義州	1927年	—	—	—	*1935年百貨店年鑑に記載あり
	イビシヤ	大邱	1931年12月	350	地上5階	80	
満州・ 関東州	満蒙毛織	奉天(本店)	1931年12月	1300	地上4階	250	国策会社・満蒙毛織の子会社。1936年に面積2倍に拡張。
		大連	1932年	—	—	—	
		撫順	1932年	—	地上3階	—	
	幾久屋	大連(本店)	1933年10月	2265	地上3階	400	代議士・岸田正記が設立。
		奉天	—	1000	—	—	1939年改装。
	満州丁子屋	新京(本店)	1933年11月	—	—	—	1933年に丁子屋の支店として開業し、後に満州の子会社本店となる。
		奉天	—	—	—	—	
	三中井	新京(本店)	1933年12月	1300	地上5階	400	三中井の満州国での子会社。本社は新京。1936年新館完成。
		奉天	—	—	—	—	
		哈爾浜出張所	—	—	—	—	
		牡丹江出張所	—	—	—	—	
	登喜和	哈爾浜(本店)	1936年12月	1000	地上4階	103	
		佳木斯(チャムス)	1939年12月	600	—	—	黒龍江省の主要都市。開業予定の記事があるが、その後の詳細不明。
	丸商	哈爾浜	1936年10月	—	—	—	内地有力問屋12社が共同設立。
	宝山	新京	1937年9月	2500	地上8階	—	満州のマツチ王・前田伊織が設立。
	東洋紡	北京	1939年4月	—	—	—	開店予定の記事があるが店舗詳細不明。
	鐘紡	太原	1939年3月	—	地上3階	—	
中国 大陸	三中井	北京(本店)	—	—	—	—	
		南京出張所	1942年	—	—	—	
		張家口	—	—	—	—	
	実業百貨	上海	—	400	地上2階	100	1938年に白木屋が買収して上海店に転換。
台湾	菊元	台北	1932年11月	500	地上7階	—	山口県出身の重田栄治が創業したスフ卸店を1932年に百貨店へ転換。
	ハヤシ(林)	台南	1932年12月	—	地上6階	—	林方一が設立。
	吉井	高雄	1938年11月	—	地上5階	—	滋賀県出身の吉井長平が1924年に洋雑貨卸店創業, 1938年に百貨店へ転換。
インド ネシア	チヨダ	ジャワ島内各地	—	—	全店地上2階	—	スラバヤ、パタビア、バンルーン他に店舗があった。

注) 面積の単位は坪。従業員の単位は人。一部分は不明。

出所) 『百貨店年鑑 昭和10年版』百貨店新報社, 1935年, 『日本百貨店組合調査彙報』各号など。

市大丸と大丸が進出したにとどまっている。この要因としては、表3に示すような朝鮮半島での邦人経営による百貨店の興隆であろう。京城では、1916（大正5）年に三越が百貨店化を行ったが、昭和に入る頃から、他の呉服店が次々と百貨店化を行った。具体的には、1925（大正14）年には平田百貨店が、1929（昭和4）年には丁字屋百貨店と三中井百貨店が店舗を新築して呉服店を脱し、百貨店業態に転換したのである。つまり、この大正末期から昭和初期にかけてが、京城の消費市場の拡大期であったといえよう。とくに1929年に完成した三中井百貨店の新店舗は、地上5階建て（1933年に6階建てに増床）の堂々たる店舗であり、総面積は2504坪に達していた。これは、1930（昭和5）年に新築された三越京城店の2258坪（1937年に2800坪へ増床）を超える規模の店舗であった。

このように、京城での日系百貨店競争は、昭和初期にはすでにエスカレートしていたのであり、他社の新規参入は難しかったと推察できる。また、京城の和信百貨店や平壤の平安百貨店をはじめとする地元の民族系百貨店も成長しており、さらには先述の三中井百貨店の支店が各主要都市に次々に出店されていったことも、内地からの進出を難しくしていた。ただし、先述のごとく清津には大丸と宮市大丸（大和）がほぼ同時期に出店している（宮市大丸の進出要因については後述Ⅳ-1）。清津は1937（昭和12）年頃から鯛の豊漁で急激に人口が増大し消費が拡大した都市であり⁴⁾、それまでは大型商業の空白区でもあったことや、後に三菱重工、日本製鉄、日本紡績などの工場も進出して日本人が急増したことが、百貨店の進出を促した。

〔満州国・関東州〕

日本によって満州国および関東州（大連・旅順の租借地の呼称）と呼ばれた中国東北地方に

おいては、1907（明治40）年の三越による大連への出店が嚆矢である。三越大連店は1912（明治45）年には地下1階地上3階建て、総面積827坪の本格的百貨店に発展し、さらに1937（昭和12）年に移転新築されて2200坪の大規模店となった。しかし、その他は1930（昭和5）年に三越が新京に出した大連店の小規模な出張所や、高島屋が1934（昭和9）年と1935（昭和10）年に奉天（瀋陽）と新京（長春）に出した小規模な洋服店が見られる程度で、日本の影響力の強さや邦人人口の多さの割には、日本の百貨店による目立った進出は限られていた。

このように進出が低調だった要因としては、まず満州国の建国宣言が出された1932（昭和7）年以降、表3に見るように矢継ぎ早に現地の邦人経営の百貨店が開業していったことがある。しかも、満蒙百貨店の奉天店（1300坪）、幾久屋大連店（2265坪）、同奉天店（1000坪）、三中井新京店（1300坪）、宝山新京店（2500坪）など、満州には大規模な店舗が多く見られた。これらの百貨店は、日本人のみならず現地の中国人の富裕層も顧客としていた。

2つ目の要因は、1920（大正9）年頃から急成長した満州鉄道の消費組合の存在が指摘できる。現地邦人による日本製品（呉服も含む）の消費の多くがそこに吸収されていたため、日本からの百貨店の進出余地が小さかったのである⁵⁾。さらに、3つ目の要因としては、次に述

4) 清津の邦人人口は、1907（明治40）年には1,763人だったが、宮市大丸や大丸が開店した年の1941（昭和16）年時点では、清津府の総人口は221,675人に達し、邦人人口も3万人を超えていた（朝鮮総督府統計年報）。

5) 満州鉄道の消費組合は、社員の複利厚生を旨とした小売店舗であったが、大量仕入れや満鉄の商品輸送運賃・関税支援などにより市中価格より10-15%も安かったため、在満邦人の過半数を占める満鉄の社員家族8万人の消費を一手に担ったとされる。このため、地元の小売業者を大きく圧迫し、激しい撤廃運動を受けた。そこで、消費組合は1925（大正14）年に満鉄から独立して満鉄社員消費組合になったが、不況期に入ったためかえって人気が高まり、その後もますます発展を遂げて、昭和の初期には売り上げが三越の5分の1、松屋の2分の1にまで達していた。内地からは呉服や小間物雑貨、海産物、家具などが仕入れられていた。（満州日日新聞、1929（昭和4）年7月24日～28日付）

べるように、1938（昭和13）年に商工省が百貨店に対して中国大陸への進出要請を行ったため、満州には経営資源を振り向けられなかったことがある。

〔中国大陸〕

中国大陸への進出は上海から始まった。具体的には、白木屋が1937（昭和12）年3月に上海で百貨店を開業したのが最初であった。白木屋は独自判断で上海に出店すべく調査を行い、地元の邦人が経営していた「実業百貨店」の株買い集めて買収し、それを白木屋上海店とした。この百貨店は2階建てで、売場面積が約400坪、従業員が約100名であったとされる（白木屋1957, 518頁）。

ところが、同年9月になると、商工省は国内の百貨店に対して中国大陸への進出要請を行った。この前年からは日中戦争が始まっており、要請は商工省から出されたが、実質的には軍の要請と等しかった。目的は、中国大陸での流通（兵站）を百貨店に担当させると共に、軍の酒保（売店）⁶⁾などの運営をさせようとしたのである。

この要請にすぐに呼応したのが、白木屋、大丸、松坂屋、高島屋の4百貨店であった。商工省は、広大な中国大陸で効率よく流通インフラを構築させるべく、白木屋は杭州方面、大丸は蘇州方面、高島屋は南京方面、松坂屋は蕪湖方面と、営業エリア（市場）を分割して担当させた。したがって、各百貨店は、1938（昭和13）年からそれぞれの担当地域に拠点を建設し、多様な物資を軍に供給していくこととなる。とはいえ、店舗の立地をみると、上海には白木屋・大丸・松坂屋、北京には松坂屋と高島屋、南京には大丸と高島屋、天津には大丸と松坂屋と

いったように、主要大都市には分担エリアとは関係なく複数の百貨店が出店されていた。

なお、表1にも見えるように、戦時中の店舗の中には軍票と日本製の商品とを交換するための店舗（交換所）も含まれていた。これは、軍政下においた都市で発行した軍票の有効性を地元の人々に知らしめると共に、消費財流通を確保して治安（軍政）を安定させようとする狙いがあった。とくに、占領都市での民心を掌握するためには、生活物資の不足を解消することや現地住民の資産（現地通貨）との交換を強要した軍票の有効性を担保することが急務とされたのである。このような交換所には、高島屋や松坂屋が協力をしたが、いずれも規模が小さな店舗であった。

他方、そごうと三越は先の4百貨店よりやや遅れて軍部に協力をする決断をしている。そごうは1939（昭和14）年から中国に進出し、日本から商品を仕入れて軍の酒保への各商品の卸売を行う業務を請け負った。三越は、1942（昭和17）年になって軍の南方拡大における戦略拠点である海南島に小規模な軍人・日本人向けの店舗を出店している。さらに、中国大陸では1941（昭和16）年12月の太平洋戦争開始と同日に香港に日本軍が進行して軍政下においたが、これにより先述のごとく1942（昭和17）年には松坂屋と福岡玉屋が香港に店舗を開設している。

〔台湾〕

台湾は日清戦争の勝利によって清から獲得した植民地であり、敗戦まで50年間にわたって日本が支配した土地である。また、多くの日本人官吏や軍人、商人達が生活していたことから、百貨店の市場は十分に存在したと思われる。これらの点からすれば、早くから日本の百貨店が出店していても不思議ではなかったが、既述の如く敗戦に至るまで内地からの百貨店の進出は1件も見られなかった。

その代わり、「出張行商」や「出張販売」は早くから行われた。その最初は、1901（明治34）年の高島屋による出張行商であった（表1参照）。その後、高島屋や三越によって頻繁に

6) 酒保とは、軍人のために酒、たばこ、缶詰、菓子、石けん、衣類（下着）、日用雑貨などを販売する売店のことで、駐留地に開設された。表1にもあるように、1937（昭和12）年に開始された日中戦争では、松坂屋が名古屋師団からの依頼を受けて丸2年に渡り中国大陸の部隊と共に移動しながら酒保を運営した。（松坂屋1964, 403-409頁）

「出張販売」（公会堂などに特設店舗を開いて数日間だけ販売を行う）が催された。台湾での出張販売については林（1999）が分析しているが、この外地での出張販売が海外出店に与えた影響についてはV章で改めて述べたい。

さて、台湾に内地から出店しなかった理由については、時期ごとにいくつかのものが考えられる。まず、明治から大正にかけての時期であるが、当時の百貨店は呉服販売が中心であったものの、台湾は気温が高いため邦人社会での着物の需要が朝鮮半島ほどには大きくなかったと推察できる。つまり、投資とリスクを伴う大規模な店舗を構えなくても、定期的な出張販売で需要をまかなえたと推察できる。また、三越による京城や大連への出店のケースのように、海外出店のリスクを軽減させる決定要因（総監府や南満鉄などの後ろ盾）が台湾進出については存在しなかったことも、意思決定を遅らせた要因であろう。もちろん、大正から昭和に入る頃には、台湾での消費市場はかなり成長していたと思われるが、内地の百貨店の意思決定が遅れるうちに、菊元百貨店（台北、1927年）、ハヤシ百貨店（台南、1932年）、吉井百貨店（高雄、1938年）といった現地邦人による大型百貨店が次々と誕生し（表3参照）、進出の機を逸したと推察される。さらに、満州・関東州の場合と同様に、1938（昭和13）年に商工省から中国大陸への進出要請が国内の百貨店に出されたために、それ以降は経営資源を台湾に振り向けられなくなったこともある。その上1940年頃には、後述のように日本国内での統制経済の進展によって百貨店は中国大陸での資源・商品開発とそれらの貿易・卸売に注力をせざるを得なくなっていたことが、最後（敗戦）まで台湾に出店できなかった理由と考えられる。

〔南方方面〕

南方方面で百貨店の進出が確認できたのは、インドシナ半島とインドネシアである。1941（昭和16）年12月の真珠湾攻撃により太平洋戦争が勃発すると同時に、石油などの資源確保の目的で日本軍はマレー半島やジャワ方面にも

戦線を拡大していった。そして、翌1942（昭和17）年1月にはクアラルンプールが、2月には昭南島（シンガポール）が、そして3月にはバタビア（ジャカルタ）が日本軍の支配下に入った。この時期になると、国内の百貨店は経済統制による商品不足が深刻となり、加えて営業床の供出も政府から強制されるようになり、さらに従業員の出征の増大も加わって店舗の営業自体が困窮を極めていた。そのため海外での事業に活路を見いださざるを得なくなっており、軍部への協力が必然化していた。したがって、南方戦線の拡大に伴い、百貨店各社も南方地域へ拠点網を拡大していった。

すなわち、1942（昭和17）年に大丸はベナンに百貨店を設け（日本軍が「敵国資産」として接收した英国系ホワイタウェイ百貨店の運営）、松坂屋はクアラルンプールやパレンバン（スマトラ島の石油基地）に小規模な店舗や食堂を開設した。また、1943（昭和18）年になると昭南島（シンガポール）で百貨店営業の許可が下り、やはり日本軍によって接收されたロビンソン百貨店の経営が松坂屋に、ジョンリトル百貨店の経営が大丸に任せられ、さらに三越も書籍や文具を販売する小規模な店舗を独自に開設した。

3. 進出先での業務・機能

以上は、小売機能＝海外出店に焦点をあてた分析であった。しかし、とくに日中戦争開戦後の海外進出は、すでに述べたように軍部への協力体制の中で進展していったため、百貨店の海外拠点は、実に多様な機能を有していた。

表4・表5は、戦前・戦中期の百貨店の海外拠点の機能的内容を、企業と地域の2通りの視点から整理したものである。これを見ると、百貨店の海外拠点とはいうものの、小売店舗のほかに、貿易、卸売、収買（買い付け）、商品開発（製造）、食堂、軍の酒保（売店）、ホテル、映画館、農場など多様な機能の拠点が存在したことが分かるであろう。また、全体では小売拠点よりも貿易や卸売あるいは商品・資源の収買といった商社的な機能を有した拠点が圧倒的に

表4 戦前・戦中期における海外拠点の主要機能（業務）分類（百貨店別）

	拠点計	百貨店	小売店	卸売業	貿易卸	取引	運輸業	食堂	酒保	ホテル	映画館	内装業	製造業	牧・農場	多機能
三越	22	3	9					3					6	1	
高島屋	40	3	4	4	9			3				9	8		2
大丸	187	6	2	44	8	64		3	15	3			38	2	
松坂屋	77	5	9	7	3			4	4	17			15	2	1
白木屋	49	2			45	10					2				
そごう	14		1		8			1					3	1	
宮市大丸	8	1						1			1		2	1	
岡政	2	1		2								1			
福岡玉屋	1	1													
山城屋	1		1												
丸物	1			1											
東横	3						1	1						1	
阪急	2			2											
大鐵	1												1		
合計	408	22	26	60	73	74	1	16	19	20	3	10	73	8	3

注）拠点は敗戦までに閉鎖されたものも含む。拠点・施設ごとに主要機能を1つ選択して分類。その他小売業には軍票の交換所を含む。食堂については百貨店内に設けたものは含まず。

出所）各社社史類、および「本邦百貨店の満支発展状況」「日本百貨店組合調査彙報」昭和16年6月号などを基に筆者整理。

表5 戦前・戦中期における海外拠点の主要機能（業務）分類（地域別）

	拠点計	百貨店	小売店	卸売業	貿易卸	取引	運輸業	食堂	酒保	ホテル	映画館	内装業	製造業	牧・農場	多機能
朝鮮半島	11	3		5									3		
満州・関東州	42	1	4	13	2			1	3		1	4	12	1	
中国大陸	230	14	16	36	51	55	1	7	11		2	6	27	3	1
台湾	3			1	1								1		
インドシナ	83	3	5	3	9	19		7	4	7			21	3	2
インドネシア	32		1	2	4			1	1	13			9	1	
ハワイ	1	1													
北米					1										
南米	1														
欧州	2				2										
豪州	2				2										
アフリカ	1				1										
合計	408	22	26	60	73	74	1	16	19	20	3	10	73	8	3

注）拠点は敗戦までに閉鎖されたものも含む。拠点・施設ごとに主要機能を1つ選択して分類。その他小売業には軍票の交換所を含む。食堂については百貨店内に設けたものは含まず。なお、中国大陸には海南島を、インドシナにはベナン島を含む。

出所）各社社史類、および「本邦百貨店の満支発展状況」「日本百貨店組合調査彙報」昭和16年6月号などを基に筆者整理。

多くなっているのも大きな特徴である。比率でいうなら、確認できた全408拠点のうち、小売店は12%に過ぎなかったのに対して、商社（卸売）機能を有した拠点が過半数の51%を占めている。また、百貨店と呼ぶにふさわしい品揃え

を擁した小売拠点は、小規模なものを入れても22カ所（5%強）しかなかったことも注目されよう。それどころか、半数近くの百貨店は小売拠点をほとんど（まったく）持っていなかった。

商社的な機能の拠点到次に多かった拠点は、

製造業関連のもので、その内容は木工製品製造、食品製造、繊維製品製造、日用品消費財製造、煙草製造など多様であった。外地で製造業を営んだ理由は、国内の資源・物資不足によって国内店舗で販売できる商品が枯渇したことと、軍への供給物資が不足したことによる。要するに、流通させる商品を収買のみならず自前で生産しようとしたのである。

表4で企業別の特徴を見ると、もっとも多くの海外拠点を選んだのは大丸であり、その数は187と他社を圧倒して全体の半数近く（約46%）を占めている。これに、松坂屋の77カ所と白木屋の49カ所が続いていた。大丸は、1939（昭和14）年7月に三井、三菱と共に軍用米収買指定商社となったことから、中国の華中・華南での米の収買活動に力を入れ、その他の地域でも多様な商品の収買を行った。確認できた収買拠点は74カ所にも及ぶ。また、軍の酒保（売店）経営も、中国大陆を中心に15カ所で行った。さらに、軍への物資供給をめざした製造事業にも積極的に、中国大陆や南方方面で38カ所にも上る工場を経営した。松坂屋も、大丸ほどの規模ではなかったがやはり軍への物資供給事業に注力した。大丸に次いで多様な事業を展開したのは松坂屋であるが、松坂屋は兵站旅館や接収したホテルの経営を17カ所で行ったのが特徴である。

一方、表5で進出地域別の傾向をみると、中国大陆が全体の56%以上を占めており、また機能的に見ても、中国大陆が最も多彩な事業が展開された地域であった。次に多かったのは、いわゆる南方方面（インドシナ半島とインドネシア）で全体の28%を占める。この地域は、真珠湾攻撃と同時に日本軍が侵攻した地域であり、1942（昭和17）年以降に日本の支配下に入ってしまった。その点からすると、せいぜい3年余りしか支配しなかった土地であるが、それでも収買拠点や製造業の拠点が急ピッチで建設されていたことが分かる。一方で、長年にわたり支配した台湾や朝鮮半島には僅かしか拠点が築かれていないことも明らかとなる。この理由とし

ては、百貨店の海外進出の大部分が軍への協力の中で行われたため、軍が新たに侵攻した地域が進出の中心となり、他方で古くからの植民地である台湾や朝鮮半島は舞台とはならなかったことが考えられよう。

IV. 戦時体制と中国大陆への進出

1. 戦時下における海外進出と軍との関係

当時の百貨店の海外進出に与える軍の影響の大きさを示す例としては、宮市大丸（1943年末以降は大和百貨店）のケースが興味深い。宮市大丸は金沢に本店を置く百貨店であったが、金沢に本拠を置いていた陸軍の第九師団が、1940（昭和15）年10月に日中戦争の拡大に伴って満州に進駐することとなった。当時はすでに経済統制下に入っており、民需市場は急激に細っていたため、宮市大丸の経営も第九師団からの軍需に大きく依存していた。したがって、第九師団の満州への移動は死活問題となった。

結局、宮市大丸は軍の御用商社として満州に同行することを決断し、師団側の許可を取る。そこで、満州に活動拠点を置く必要が出てくるのであるが、たまたま朝鮮と満州との国境線に近い朝鮮半島北部の港街・清津で商売をしていた日本人が、清津の発展の契機とするために宮市大丸側に進出をもちかけたのがきっかけとなり（駅前用地を提供した）、宮市大丸は清津に百貨店を開くこととなった。

朝鮮半島とはいえ、清津なら第九師団の進駐地にも比較的近いので、新しい市場開拓と軍需対応（連絡拠点）との両方が狙えると判断したのである（大和1972, 88-92頁）。つまり、満州への前線基地として、満州よりは開発が進んだ朝鮮半島の有力港に拠点を構えたのである。これは、事業リスクの回避の観点からも妥当な判断であったと思われる。また、清津は日本海に面した重要港であり、金沢からは船で行くことも可能であったし、満州にも船で物資輸送が出来た。立地の面からも合理的なものであった。

その後、同社は軍の要請で満州の牡丹江に営業所を設け、北満に駐留していた他の師団にも

物資を供給するようになる。また、軍の希望により牡丹江で慰問所、映画館、食堂を経営したほか、牡丹江では大規模な農場も開設し、さらに朝鮮半島で缶詰工場や陶器・煉瓦工場を運営するなどして軍との関係を強めていった。

2. 戦時体制と百貨店規制

戦時中の百貨店が軍と同調（協力）して海外に進出するようになった理由は、宮市大丸のように単に軍需を狙ったからだけではない。そこには、当時の百貨店業界が置かれていた特別な環境要因が存在した。これは、戦時中の海外進出の進出要因を考える上で極めて重要なものであると考えられることから、その環境要因について整理しておきたい。

表6は、戦時中の百貨店が置かれた政治的・経済的な環境要因を整理したものである。わが国の百貨店は第1次大戦後の好景気で急成長し、その数も増大して大衆化の時代に入った。しかし、昭和初期になると社会的に厳しく批判される立場に立たされるようになる。

すなわち、1929（昭和4）年に起きた大恐慌以降の不況の中で中小小売商も苦境に陥っていたが、その原因が百貨店の営業手法にあるとされたからである。特に、都市部での支店増設、地方への出張販売の拡大、特売と催しによる競争などは、都市部のみならず全国の中小小売商に影響を与えた。その結果、中小小売商による反百貨店運動が各地で起こるようになり、それが社会問題化して百貨店の規制論が強まった。そこで、1932（昭和7）年には、日本百貨店協会が政府と折衝を重ねて、自主規制の声明書（自主統制声明書）を出す。その内容は表7に示すような8項目であった。

この自主規制と景気の回復により、中小小売商の反発は緩和されていったが、一方で百貨店の規制は政治問題化していった。つまり、百貨店を規制する（許可制にする）ことで、政府の管理下に置き、戦時体制の枠に組み入れようという動きが顕著となってきたのである。結局、1937（昭和12）年7月には日中戦争が開始され

（蘆溝橋事件）、戦争の進展に伴ってあらゆる物資が軍に優先的に振り向けられた。そのために同年9月からは統制経済が開始されたが、そのような状況の中で、10月に「百貨店法」が施行されたのであった⁷⁾。これにより、百貨店は店舗の新増設のみならず出張販売も法的な許可が必要となり、さらに休業日や営業時間も管理されていく。

しかし、百貨店法の施行後も百貨店と中小小売商との摩擦は解消しなかったため、1939（昭和14）年1月からは百貨店営業統制が実施された。これは、先の百貨店法をさらに強めたもので、出張販売を許可制から禁止にしたり、福引き付きなどの売り出しを規制するなど、営業手法に踏み込んだものであった。

とはいえ、これらの規制はすぐに意味を持たなくなる。表6にもあるように、すでに1938（昭和13）年5月に出されていた国家総動員法により、政府は実質的にすべての経済活動をコントロールできるようになっていたからである。この頃から軍需優先が強化され民需向けの物資が不足するようになり、6月になると鉄鋼が配給制になり、さらに綿製品の統制も行われるようになって、新たな店舗建設のための資材の入手や衣料品の自由な販売が出来なくなっていたからである。

3. 百貨店の新たな使命と大陸進出要請

このように規制が強まる中で、戦争によって消費の緊縮ムードも強まっていったことで、百貨店は国内での活路を見いだせないばかりか、企業としての存在意義すらも見いだせない状況にあった。そのような中、百貨店には新しい使命が政府から与えられるようになる。それが、1938（昭和13）年3月に出された商工省の「大

7) 百貨店協会による自主統制規定は、規定外の活動を活発化させて効果を発揮しなかったため、法的な規制が中小小売業者・団体によって要求され、それに応えるかたちで制定された。なお、これは、戦後の1956年に制定された百貨店法と区別して、第一次百貨店法と呼ばれる。

表6 戦時中の百貨店に影響を与えた制約要因

	政治的要因	経済政策的要因	百貨店への影響	主な海外進出
1931(昭和6)年	9月満州事変			
1932(昭和7)年	3月満州国建国宣言		10月自主統制開始(百貨店協会)	
1933(昭和8)年 1934(昭和9)年 1935(昭和10)年 1936(昭和11)年				
1937(昭和12)年	7月日華事変(日中戦争) 12月までに上海、北京、 南京占領	9月経済統制開始・臨時 資金調整法	8月物品税(戦費調達目 的で新設) 10月百貨店法施行	三越大連店新築、京城店 増築
1938(昭和13)年	5月国家総動員法 11月広東(広州)占領	6月鉄鋼配給統制・綿製 品統制	3月商工省から大陸進出 要請	白木屋・岡政(上海)、高 島屋・大丸(南京)
1939(昭和14)年	7月国民徴用令 10月海南島完全占領	10月価格等統制(物価凍 結)令	1月百貨店営業統制	大丸(蘇州)、松坂屋(天津、 北京、上海、蕪湖)
1940(昭和15)年		2月青少年雇用制限令 7月奢侈品等製造販売制 限規則 11月国民服令	8月食堂での米飯販売禁 止令	三越(ホノルル)、大丸(天 津)、松坂屋(青島)
1941(昭和16)年	12月太平洋戦争勃発・上 海占領・香港占領	8月配達用自動車禁止令		宮市大丸・大丸(清津)
1942(昭和17)年	1月クアラルンプール占領 2月シンガポール占領 3月パタヴィア占領	2月衣料品切符制 4月繊維品の配給制開始	5月百貨店整理統合要項 9月百貨店売場縮小(供 出)令	三越(海南島)、大丸(ベ ナン)、松坂屋・福岡玉 屋(香港)
1943(昭和18)年		9月男子就業禁止令		三越・大丸・松坂屋(シ ンガポール)
1944(昭和19)年				
1945(昭和20)年	8月敗戦、植民地放棄		3月東京・大阪空襲で主 要店舗焼失	

出所) 各種資料により筆者整理。

表7 日本百貨店協会による自主統制声明書(1932年8月)

- 出張売出しは之を行わざることとす。
- 商品券に就いては当局の指図により供託等適当なる措置を講ずることとす。
- 支店、分店の新設は当分のうち之を行わざることとす。但し目下建設準備中のものについてはこれを商工省へ具申し諒承を受くるものとす。
- いわゆる配政策のごとき廉価販売方法を採らざることとす。
- 過当なるサービスに依る顧客誘致の方法を採らざることとす。
- 無料配達区域は東京においては最近これを整備縮小せり、関西においても9月1日より之を除く。
- 毎月一斉に3日の休業を行うこととす、但し中元歳暮並に誓文払売出し期間中は之を除く。
- 商業組合法制定にあたる時は百貨店商業組合を設立し、法規による統制を行うこととす。

出所) 『高島屋135年史』1968年、32-33頁。

陸進出要請」である。すでに述べたが、結果的にはこれに応える形で百貨店が大陸に進出し、軍と密接な関係を保ちながら、実に多様な機能をもった拠点を多数開設していくのである。それらは、いわば追い詰められた末の必然的な進出であったと見る事が出来る。

では、この大陸進出要請の背景には、どのようなものがあり、当時の百貨店業界にはどのような空気が流れていたのでしょうか。

大陸進出要請の前年末には上海や南京が占領されており、中国国内には多くの軍事占領都市が出来はじめていた。そういった占領都市では、生活物資が不足し、治安も悪化していた。また、軍も戦争が長期化するにつれて、軍用品や兵士の日用品の調達に苦労するようになる。そこで、百貨店に対しては、軍の兵站を担うと共に生活物資の流通を通して占領地の治安の安定化を促すという任務が期待されたのであった。

当時の百貨店業界における空気を伺わせる文章が、百貨店協会が刊行していた雑誌『日本百貨店組合調査委彙報』に見ることが出来る。そのひとつが、当時の大丸専務・里見純吉による、「大陸進出と理想と現実」と題する一文（昭和13年11月号掲載）である。里見は、占領地の「衣食を足らしめることは治安の維持、宣撫の工作の最捷徑である」⁸⁾（1186頁）とし、百貨店がそれを担うのは当然であるとする。そして、相手にするのは現地邦人ではなく中国人大衆であるとして、その人口の多さから「卸売とか小売とか、百貨店式とか連鎖式とか、さういう『式』から脱却して、何が支那民衆（原文ママ）に最も切実に欠乏し、需要さるるものであるかを見出し、如何にせば之を最も便利に安価に配給することを得るやを見出し（後略）」と記している。

また、当時の白木屋社長・山田忍三は、「百貨店の新使命」と題する一文（昭和14年8月号掲載）で、百貨店の新使命とは「高級品や贅沢

品の販売を中止し、（略）国策の真意義を（略）商品を以て实际的に市民に理解せしめる事」（861頁）であるとした上で、「外国の物資に依存せず日満支（原文ママ）にある物資のみを以て生活しなければならぬ。（中略）国民としては綿製品および羊毛製品を使はないように、また百貨店としてはそれらを売らないようにすると同時に他の代用品を工夫整備しなければならぬ。」（862頁）としている。

つまり、百貨店は国内においては販売商品を通して国策（軍需優先や質素儉約）を国民に実感させる役割を担い、中国大陸においては占領地の物資供給を通して現地民衆の生活の安定化をはかり、軍の統治に貢献することが使命となっていたのである。また、輸入に頼ることが出来ない物資不足を補うために、日本・満州・中国大陸で相互に物資を調達したり、代用品を開発することも使命としている。しかも、中国大陸での実行に際しては、百貨店業態に拘らず必要なことをやるべきというのである。

これらの文章は、日本の百貨店がいわば国策の具となることでしか存続を図れない状況に置かれていたことを窺わせるものといえよう。

4. 戦時下における国内百貨店の窮状

百貨店にとって、大陸進出という政府および軍への協力姿勢は、残念ながら国内での状況を改善するものではなかった。表6のごとく、1939（昭和14）年7月以降は国民徴用令が出される。戦争の拡大によって、若手男子社員の応召や、女性店員・中高年男性社員の応徴が増大していくが、1940（昭和15）年に青少年雇用制限令が出されると、軍需関連産業の雇用が優先されて「不急産業」である百貨店は新規の雇用が難しくなっていく。この窮状は、1943（昭和18）年の男子就業禁止令によって決定的となる。これにより、14～39歳までの男子は、販売業の店員、現金出納係、給仕、料理人などには就業できなくなったからである。

また、1940（昭和15）年に出された奢侈品等製造販売制限規則（七・七禁令）の影響も大き

8) 「宣撫」とは、占領地などで占領軍の方針などを知らせて人心を安定させること。また、「最捷徑」とは、近道、早道のこと。（大辞林による）

く、高級呉服やハンドバッグなど多くの在庫が販売できなくなった。さらに同年秋には国民服令が、1942（昭和17）年には衣料品切符制が導入されたことで、百貨店の主力商品であった高級な衣料品が自由に販売できなくなった。

ところで、この奢侈品等製造販売制限規則は、各百貨店に多くのデッドストックを生じさせた。軍の中国大陸進出要請にすぐに呼応しなかった三越が、ホノルルに出店を決めたのはこの頃である。これは、国内の高級品の在庫をハワイの日系人に売ろうとしたものであった。当初は独自投資での出店を模索したが、国外投資が規制されていたので現地の日系人が投資して建てた百貨店に商品とノウハウを供与するかたちで出店している。開店後の経営は極めて好調であったようだが、一年余り後の1941年12月に日本軍によるパールハーバー襲撃が起こり閉店に追い込まれた。他の百貨店が中国大陸に目を向けていた時期に、アメリカをめざした貴重な試みであり特筆に値しよう⁹⁾。

さて、国内の百貨店への打撃はその後も続いていく。中でも深刻な影響を与えたのは、1942（昭和17）年に出された百貨店整理統合令および百貨店売場縮小（供出）令であった。これにより、多数の百貨店が合併を余儀なくされた上に、店舗の売り場まで大幅に縮小させられた¹⁰⁾。

9) 三越のホノルル出店は軍部の要請とは関係なく、国内での自由な営業活動ができなくなったことによる独自判断による進出であった。現地の日系人資本（50万ドル）で建てた百貨店への「技術供与」での進出であり、三越の商標を貸与し、商品供給とノウハウ指導など運営のすべてを三越が取り仕切ったのである。この百貨店はホノルルの商業中心地の一角に新築された地下1階、地上4階建てのビルであり、総床面積は約54,000平米にも及んだ。また、この店舗にはハワイ初のエスカレーターが付けられていた。従業員はすべて日系人であったが、来店客は白人も多かったとされる（小松1941、385-388頁、三越内部資料など）。

10) 商工省は、とくに大都市部に立地する百貨店の供出に重点を置いたため、東京と大阪に拠点を置いていた百貨店は、とりわけダメージが大きかった。たとえば、高島屋が1945（昭和20）年6月までに供出した売場面積は、東京店の66%、大阪ノ

供出された百貨店の売り場は、軍需関連産業の事務所や工場へと変わっていった。つまり、商品もなく、社員もなく、あげくに店舗も奪われる状態が生じたのである。このような厳しい状況の中で、各百貨店は大陸や東南アジア方面への傾斜を急ピッチで進めざるを得なかった。その結果が、先掲の表4と表5に表れているといえよう。

5. 外地百貨店の経営環境

では、海外の店舗は経営環境がよかったのかというと、そうではなかった。朝鮮半島では、1938（昭和13）年3月には京城の百貨店業界が地元小売商との摩擦を避けるために自主規制を開始していた¹¹⁾。また、戦争が開始された頃は国内よりは外地の方が潤沢に商品があったようだが¹²⁾、戦況が厳しくなると海上輸送や陸上輸送が出来なくなり、日本からの物資の入荷が滞った。大陸や東南アジアで百貨店各社が製造業に進出していった背景には、現地の店舗で販売する商品を確保する目的もあったとされる。なお、1944（昭和19）年5月になると、大連でも衣料品が切符制となり、百貨店は配給所的なものになっていったとされる（三越1990、161頁）。さらに、戦争末期には現地で応召される社員も出てくる。満州では1944（昭和19）年3月頃から、華北では1945（昭和20）年2月から、華中においては1945（昭和20）年5月頃から応

ゝ店の52%に達した（高島屋1968、46頁）。

11) これは「百貨店自制協定」と呼ばれ、内容は1932（昭和7）年に日本で百貨店協会が出した「自主統制声明書」（表7）に近いものであった。違いは、声明書の8番目の組合設立の項が削除され、その代わりに福引売出しの自粛（歳末1回のみ）や、包装の節約、夜間営業時間の短縮、協定事項の変更規定の4項目が加えられていた。（『百貨店組合調査彙報』昭和13年3月号、328-329頁）

12) 高島屋の中国・済南店に勤務した田中國麿は、「内地では物資の統制で窮屈になりかけた時分、外地も衣料切符はありましたけれども、物資は豊富であるし、たべ物も多かった。結果として割合に儲かったといえるのではないかと思います。」と記している（高島屋1968、235頁）

召が始まったとされる（高島屋1968, 49頁）。この結果、業務の遂行ができなくなった拠点もあった。このように、外地でも1～2年遅れて国内同様の窮状が生じていたのである。

V. 出張販売が海外出店に与えた影響

ところで、表1で戦前期の百貨店の海外進出を概観すると、明治末期から昭和初期までは、出店空白期となっていることが分かる。しかし、この時期は朝鮮半島や台湾、満州・関東州で、日本人人口が急増した時期¹³⁾であり、また現地の経済開発も急速に進んだ時期でもある。現地の消費市場は確実に拡大したにもかかわらず、なぜ出店が見られなかったのであろうか。

この疑問への鍵が、国内の百貨店が行っていた外地への通信販売と出張販売である。これが盛んに行われた時期は、明治末期から昭和初期（日中戦争開始前）であり、その時期は海外出店の空白期と完全に符合している。そこで、当時の通信販売と出張販売の実態について、これらに積極的に取り組んだ三越と高島屋を例に整理をしておきたい。

1. 通信販売・出張販売の開始

通信販売の始まりは、1899（明治32）年に遡る。高島屋は同年5月に京都店の中に通信販売担当として「地方係」を置いており、三越も同年10月に外壳通信係を新設して通信販売に乗り出しているからである（高島屋1982, 328頁、三越2005, 34頁）。これらが後に通信販売部となって、統制経済が始まるまで続いた。通信販売は、国内はもとより台湾や朝鮮半島の顧客に対しても行われた。植民地では、日本商品をもっとも簡単に入手できる手段として利用されたことから、むしろ国内よりも発展していたと

もされる（林1999, 117頁）。

一方、出張販売については、三越の大阪支店が1898（明治31）年に下関、九州方面で試みたのが最初であるが、以後、毎年のように催された（三越2005, 34頁）。海外では、朝鮮半島が最初で、1908（明治41）年5月に朝鮮半島で開催された汽車博覧会（巡回博覧会）に参加し車内販売を行った。また、同年同月には京城店から釜山に行商に出ており、さらに同年10月には京城店から釜山など4カ所に出張行商を行った。日本から直接出張したものとしては、1909（明治42）に大阪店から台湾の台南へ出張行商したのが最初である（以上、三越内部資料）。

高島屋は、1901（明治34）年に大阪店から名古屋の得意先に見本を持って行商をしたのが最初で、同年2月には台湾へも得意先開拓のために見本帖を持って2名が出張行商を行っている（高島屋1937, 6頁）。同年9月には九州と台湾への行商が再度行われたが、その後は一端途切れて、1905（明治38）年1月に国内の地方行商が復活している。そして1909（明治42）年になると、京城に常設の出張員を置いて朝鮮半島での行商に当たらせたのである（高島屋1941, 133-134頁）。さらに、1910（明治43）年には日本からの最初の海外出張販売を台湾（台南）で開催している（高島屋1941, 191頁）（表1参照）。

このように、通信販売も出張販売もほぼ同時期に始まり、明治時代の終わり頃には、朝鮮半島や台湾にも拡大していたことが伺えるのである。また、堀（1934a, 1934b）や林（1999）の分析などからすると、それが盛んとなったのは大正末期から昭和初期（日中戦争が始まるまで）だと推察できるのである。

2. 出張販売の目的

出張販売については、京都帝国大学商業経済研究室が1932（昭和7）年8月に朝鮮半島、台湾、満州の主要都市官庁に対して行った百貨店の出張販売に関するアンケート調査結果の分析がある（堀1934a, 1934b）。ただし、この調査は販売会場となった側の都市（官庁）を対象と

13) 1910（明治43）年から1930（昭和5）年までの20年間で、朝鮮半島では日本人が33万人増加し、台湾では約15万人（推定）増大した。関東州では同時期に日本人が約8万人増大し、満州では16万5千人増大した。樺太でも日本人が25万人増大している（大蔵省在外財産調査会、第一巻、1950）。

したアンケートであるため、各社の出張販売の近況は把握できても歴史的に遡った回答には間違いが多い（何年が初回かなど）。また、全都市から回答を得たわけでもない¹⁴⁾。よって限界も多いが、ここでは堀の分析を基に当時の概要を把握したい。

まず堀は、当時の百貨店が国内の地方都市で出張販売を行う要因（目的）として、① マーク宣伝的意義、② 在庫処分的意義、③ 利益目的意義の3つを挙げている（堀1932、1001頁）が、「植民地に於ける出張販売と雖もこの三つの目的が相錯綜して働いて居る事は云ふ迄もない。」（堀1934b、750頁）とした上で、「然しここに注意すべきは内地等では最近ストック処分的意義が漸次濃厚化して来たのに反し植民地に於いては尚マーク宣伝的意義が相富重要性を持っている事である。」（堀1934b、751頁）としている。とはいえ、出張販売は国内では売る時期を逃した在庫が販売できる貴重な機会であり、その利益率も看過できないものがあったと推測される¹⁵⁾。

3. 出張販売の実態

では、どこの百貨店が、どこの都市へ、どれくらいの頻度で出張販売していたのであろうか。まず、朝鮮半島では京城の百貨店（三越など）が半島内の地方都市で出張販売を繰り返していたようであり、日本の業者（福岡物産や泉州物産など）が向かい合っていた都市は、京城から遠く離れた南部の釜山や木浦などであった。台湾に出張していた主な百貨店は、三越と高島屋で、国内で出張販売を行っていた松坂屋、白木屋、そごうなどは海外では確認されていない（堀1934、117-118頁の調査結果）。

外地へのお出張販売は台湾が主であったようで、

基隆、台北、新竹、台中、台南、嘉義、高雄といった主要都市すべてで開催されていた。林（1999）によると、昭和初期には各都市ごとに三越と高島屋が年1回来るのが恒例となっていて、2-3日程度の期間、販売をしていた。また、会場には劇場、公会堂、旅館、鉄道ホテル等が利用されたとされる（120-121頁）。

それ以外の地域としては、満州の新京と奉天で三越の出張販売が確認されている（堀1934、117-118頁の調査結果）。しかし、三越の内部資料では明治時代末期から三越大連店がたびたび旅順へ出張販売に出ていた記録があるため、奉天や新京での出張販売も大連店から出ていた可能性が高い。調査が行われた当時は、樺太や南洋諸島にも相当数の日本人が居住していたが¹⁶⁾、堀（1934）では両地域での出張販売は確認されていない。これは、日本からの距離の遠さと、当時の出張販売品が呉服中心であったことが関係していよう。

以上のことから、当時の日本からの海外出張販売の中心は台湾であり、朝鮮半島や満州は現地の日系百貨店が行っていたことが分かつ。先に、台湾に日本からの出店が見られなかった要因の一つとして出張販売の存在を指摘したが、改めて台湾でのその影響の大きさが伺えるのである。

4. 地元小売業者との軋轢と出張販売の収束

ところで、このような百貨店の出張販売が地元小売業者に与えた影響（打撃）は、国内に限らず国外でも相当に大きかったことが伺える。というのも、国内においても国外においても、大正末期からかなりの反対運動が起きていたという事実が存在したからである。

14) 回答を得た都市数は、朝鮮半島で8都市、台湾で10都市、満州で2都市、樺太で3都市、南洋で1都市であった。

15) 林（1999）も、台湾での出張販売について、「滞貨処分的意義が濃厚であったと考えられる」（122頁）としている。

16) 当時の南洋諸島のサイパン島の人口は、66,508人であった（堀1934a、117頁）。一方、1930（昭和5）年時点の樺太の都市人口は、豊原が31,903人、大泊町が33,315人、知取19,257人、恵須取町17,774人、真岡町15,938人であり、1万人以上の町が10カ所以上存在した。邦人比率は、樺太では90%以上、南洋では65%程度であった（大蔵省在外財産調査会1950）。

堀（1932, 1934a, 1934b）が国内外での出張販売の実態分析を試みたのも、このような地元商業者への影響と摩擦がいわば社会問題化していたからに他ならない。当時の反対運動には市当局も関与しており、たとえば公会堂を会場として使用させない（拒否）都市や、課税をしたりする都市も少なくなかった¹⁷⁾。それは、国内でも外地でも同様であった。それゆえ、百貨店側も出張販売に対する中小商業者の反対については敏感になっていたようで、1932（昭和7）年に出された百貨店協会の自主統制声明書においては、その第一条で地方へのお出張販売の中止を挙げており、また京城で1938（昭和13）年に出された百貨店自制協定においても、やはり第一条で出張売り出しの中止を謳っていた。

こうして、大手百貨店による国内での出張販売は1932（昭和7）年以降は中止となり、外地においてもその頃から収束に向かったのである。外地へのお出張販売が収束に向かった背景には、台湾では1932（昭和7）年から菊元百貨店やハヤシ百貨店という現地邦人の大型店が開業し始め、満州でも各都市で地元邦人経営の百貨店が次々と開業したこともある（表3参照）。また、1937（昭和12）年に日中戦争が始まり、翌年には大陸進出要請が出されたことから、大陸に経営資源を集中させていったことも外地での出張販売が収束する要因となった。

結局、外地へのお出張販売が海外出店に発展したケースはなかった。むしろ、出張販売の興隆によって現地の商業者に百貨店ビジネスの可能性を示したことで、外地での百貨店開業を促したと見ることも出来るのである。

VI. おわりに——戦後の海外出店への影響

以上のような、戦前・戦中の海外進出は、終

戦と共にすべて無に帰したため、各社が負った損害額はかなりのものとなった。たとえば、松坂屋は外地での総資産額を831万224円と算定し、1946（昭和21）年下期の決算で損金処理をしている（松坂屋1971, 99頁）。また、そごうの損失は128万7769円28銭と評価され、やはり1946（昭和21）年に損金処理された（そごう1969, 310頁）。

とはいえ、この海外進出の経験は、敗戦と共にまったく消滅してしまった訳ではない。確かに外地の資産は消滅したが、その経験は残存し、戦後の海外進出に何らかの影響をもたらしたと考えることができるからである。その場合の影響には、2つのものが考えられる。ひとつは、海外に進出するという意思決定（決断）に及ぼした影響であり、いまひとつは進出先の選択に及ぼした影響である。

まず前者であるが、そもそも小売業が海外に出店するという行為は、通常の業務の延長（国内出店の延長）上では捉えられないものである。つまり、そこには「断絶」が存在する訳であり、その断絶を越えるだけの「何か」が必要となる（拙著2000, 89-104頁）。その「何か」に、戦前・戦中の海外進出の「経験」が影響した可能性のあるケースが見られるのである。

たとえば、三越が1971（昭和46）年に戦後初の海外進出となるパリに出店したのは、松田伊三雄社長の時代（1963-72年）であった。実は、松田社長は戦前に京城店の次長として1930（昭和5）年に赴任して8年余り勤務し、一旦日本に戻った後、1942（昭和17）年からは支店長となって京城店に再び赴任し、敗戦（閉店）まで勤めた人物である。この外地での計11年余りに及ぶ「経験」が、戦後、再び海外進出を行うという意思決定に何らかの影響をもたらしたことは想像に難くなくろう。

また、1959（昭和34）年にハワイ・ホノルルに開業したアラモアナ・ショッピングセンターに出店した白木屋も、その進出の意思決定に上海などでの百貨店経営の「経験」が影響していたことは十分に考えられる。

17) ただし、奉天や新京からの回答によると、満州で問題となっているのは百貨店のお出張販売よりも満鉄社員消費組合であるとされ、地元小売業者は出張販売にあまり関心をもっていないとされている（堀1934a, 111-112頁）。このことは、注5)の内容とも合致している。

さらに、進出先の選択に関しても、戦前・戦中の「経験」が影響を及ぼした可能性があるケースも見られる。たとえば、高島屋による1958（昭和33）年の戦後初の海外出店先がニューヨークであったこと、松坂屋による1962（昭和37）年の戦後初の海外出店がインドネシア（ホテル内ショップ）であったこと、そして三越による1977（昭和52）年のアジア初の進出先がシンガポール（スポーツクラブ運営）であったことなどが注目される。というのも、高島屋は1919（大正8）年にニューヨークに貿易拠点を開設した経験があった。また、松坂屋は戦中にインドネシアやマレーシア、シンガポールで多くの旅館やホテルを経営した経験があり、とくにジャカルタでは「瑞穂ホテル」という大規模な高級ホテルを運営していた。さらに、三越は1942（昭和17）年にシンガポールで店舗を開いた経験を有していたのである。

もちろん、本当にどの程度の影響を及ぼしたのかは不明である。しかし、海外経験が何もないければ、また進出先に関する知見・情報（イメージ）が何もないければ、果たして国内市場が十分に開拓できていない戦後の早い時期から、海外進出が決断されたであろうかという素朴な疑問は残る。やはり、両者の間には、何らかの関係・影響があったと見る方が自然であろう。その意味では、上に挙げたケース以外の海外進出においても、戦前・戦中に行われた海外「経験」が、戦後の幹部社員を介して、影響を与えた可能性が否定できない。当時の人々はすでに故人となっており、資料も多くが失われてはいるが、小売国際化研究においては、この問題にもっと関心が払われるべきだといえよう。

文 献

- 大蔵省在外財産調査会『日本人の海外活動に関する歴史的調査』大蔵省管理局、1950年。
上村淳三編『流通業の国際化』日本経済研究センター、研究報告、No 79、1992年。
上村淳三「大型小売業の海外出店」（日経流通新聞編『流通現代史』日本経済新聞社、1993年、

88-100頁所収）。

川端基夫『小売業の海外進出と戦略：国際立地の理論と実態』新評論、2000年。

——「日本小売業の多国籍化プロセス」『龍谷大学経営学論集』45巻3号、2005年、76-91頁。

菊池敏夫「戦時上海の百貨店と商業文化」（高網博文編『戦時上海：1937-45年』研文出版、2005年、167-196頁所収）。

小松徹三『高島屋発展史』百貨店日日新聞社出版部、1942年。

——『大三越の歴史』日本百貨店調査書、1941年。

北田内蔵司「満鮮に於ける百貨店の発達と其の将来」『日本百貨店組合調査彙報』昭和13年11月号、1938年、1179-1184頁。

里見純吉「大陸進出の理想と現実」『日本百貨店組合調査委彙報』昭和13年11月号、1938年、1185-1189頁。

朝鮮総督府編『朝鮮総督府統計年報』各年版。

飛田建彦『百貨店ものがたり』国書刊行会、1988年。

林 廣茂『幻の三中井百貨店』晩聲社、2004年。

百貨店商報社編『三越』（日本百貨店総覧 第1巻）百貨店商報社、1933年。

——『百貨店年鑑：昭和10年版』1935年

——『日本百貨店総覧：昭和12年版』1936年

——『世界百貨店要覧』1934年

編 集 部「大陸の物資配給を担う百貨店の活躍」『日本百貨店組合調査委彙報』昭和14年12月号、1939年、1418-1424頁。

——「本邦百貨店の満支発展状況」『日本百貨店組合調査委彙報』昭和16年6月号、1941年、658-667頁。

堀 新一「わが国における百貨店出張販売の発展」『経済論叢』（京都大学）三十六巻六号、1932年、997-1018頁。

——「植民都市に於ける百貨店の近情」『都市問題』18号、1934年 a、109-119頁。

——「百貨店の植民地進出（一）（二）」『経済論叢』（京都大学）、三八巻三号～四号、1934年 b、（一）749-758頁、（二）890-902頁。

満州経済編集部「殷盛を誇る満蒙百貨店」『満州経済』1940年6月1日号、51頁。

林 恵玉「台湾の百貨店と植民地文化」（山本武利・西沢保編『百貨店の文化史』世界思想社、1999年、109-128頁所収）。

山田忍三「百貨店の新使命」『日本百貨店組合調査
委彙報』昭和14年8月号, 1939年, 861-867頁。
〔社史〕

『株式会社三越85年の記録』三越, 1990年。
『株式会社三越100年の記録』三越, 2005年。
『大丸二百五拾年史』大丸, 1967年
『貳拾周年高島屋飯田株式會社』高島屋飯田,
1936年
『大阪高島屋四十年史』高島屋本部, 1937年
『高島屋百年史』高島屋, 1941年
『高島屋百三十五年史』高島屋, 1968年
『高島屋百五十年史』高島屋, 1982年
『株式会社そごう社史』そごう, 1969年
『店史概要』松坂屋, 1964年
『松坂屋60年史』松坂屋, 1971年
『松坂屋70年史』松坂屋, 1981年

『白木屋三百年史』白木屋, 1957年
『大和五十年のあゆみ』大和, 1972年

〔付記〕

本稿の作成に際しては、(株)三越本社総務室・
資料編集担当の奥田豊太郎氏と(株)松坂屋業務統
括室・秘書資料担当の菊池満雄氏に社内資料の
閲覧・提供でご協力を戴いた。心より御礼を申
し上げる次第である。なお、本研究には平成20
年度・文部科学省科学研究補助金・基盤研究
(c) (課題番号20530394, 研究代表者: 川端基
夫, 平成20年～22年度) および2008年度・龍谷
大学社会科学研究所・研究助成費 (個人研究)
を使用した。

(受理 2009年5月9日)