

## 日用・食料品商の建家と営業税

### ― 飯能における一八八〇年代の種目別考察 ―

田村正夫

#### 一、序

地理学における研究は、種々の文化科学における研究の先端を横断するような性格をもつ<sup>①</sup>といわれる。それぞれの学問領域において、分析が深まるに伴って、空間に関する検討を、詳細に行わざるを得ないからである。いしかえれば、地理学においては、あらゆる人間活動が空間において行われるという自明の事実を前提とした上で、かかる空間を研究対象とするためである。空間の形成は、時間的要因なくしては、説明できないものであり、Brian J. L. Berry も、一八六八―一九五六年にかけての商業中心地の移動を、History of an Example として、問題にしてゐる<sup>②</sup>。

筆者は、先に一九六〇年代以降の首都圏の都市成長前線帯における商業地域の形成を論じ<sup>③</sup>、さらに一九世紀末から二〇世紀初頭にかけての在来商業地域の特質を通じて、商業地域形成の基盤を分析した<sup>④</sup>。続いて、飯能における一八八〇―一八九〇年の店舗の変容を、営業施設及び資産としての家屋所有と、営業税負担力を考慮しながら、分析した<sup>⑤</sup>。その際、業種ごとに検討したが、本論文では、日用・食料品商の種目別動態を把握して、商業活動の地域的基盤を明らかにしたい。使用する資料は、高麗郡飯能町戸長役場による一八八三年「建家調書」と、一八八二―八三年「商業税金徴集簿」であるが、これらの資料については、すでに述べた<sup>⑥</sup>ので省略する。

#### 二、研究対象地域

研究対象地域の位置づけについては、既報における記述<sup>⑦</sup>を、ほぼ再述する。面積一三四・〇六 $\text{km}^2$ 、人口五九、八一―（一九七九年七月）の飯能市は、東京駅から約四五 $\text{km}$ に位置し（図1）、西部の秩父山地がほぼ八〇%を占め、市街地は、入間川の段丘上にみられる（図2）。

飯能市における一九六九―一九七三年の人口増加率は、六・八%であったが<sup>⑧</sup>、一九七三―一九七七年には、さらに五・〇%に低下した<sup>⑨</sup>。しかし、一九七六年の人口当たり小売業販売額の水準値（全国一一〇〇）は、九一・七を示し、三九市中第一〇位<sup>⑩</sup>である。すなわち、人口増加率に比べて、小売商勢が強く、首都圏の都市成長前線帯における拠点的性格を示唆する。

連担して市街地を形成する飯能・久下分・真能寺三村は、一七〇七―一七二五年に、町場を設定したものであるが、六斎市を立て、

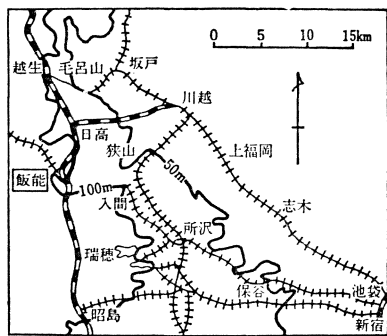


図1 飯能市の位置と高度

一筋の街村型を形成し、やがて一八八二年に、町制を敷いた。織物・茶の産出も知られ、江戸（東京）―川越―秩父、八王子―秩父の両分岐点に当たる交通上の要衝に位置する溪口集落として発展したのである。したがって、本論文では、一八八二年にこれら三村が

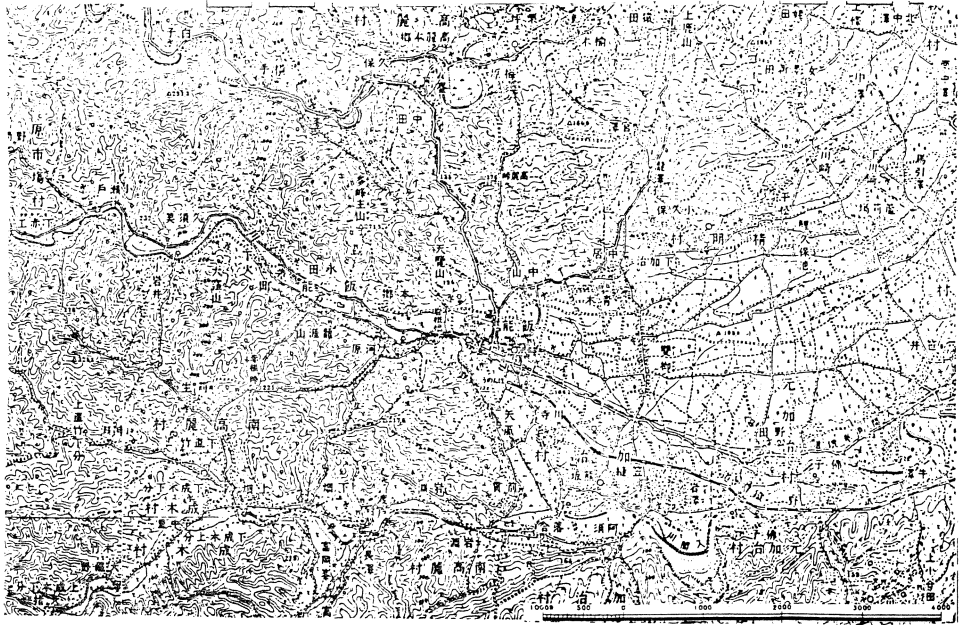


図2 1916年の飯能町及び附近 <埼玉県教育委員会  
(1974):埼玉県市町村誌第5巻P.2による>

合併して町制を施行した範囲を中心として、考察する。

### 三、商業地域の形成(表参照)

#### (一) 生鮮食品商

生鮮食品商は、すべて小売商である。魚商は、納税額の七二%、商家数の六四%を占め、青物商(各二一%・一八%)と合わせて、主体をなしている。商家数では、青物商と果物商がほぼ同じであるが、果物商・鶏卵商の一商家当たり納税額は、魚商・青物商と比べると、半分以上である。

一方、魚商では、一商家当たり納税額は、持家商においては多いが、非持家商ではきわめて少なく、この点が、青物商や果物商と異なっている。魚商の行動活動を裏づけるものであろう。なお鶏卵商は、非持家商である。

廃業率<sup>(1)</sup>は、商家数の四三%、納税額の一九%であるが、持家商では各二九%・一一%であるのに対して、非持家商では各五七%・三八%と著しく高く、生鮮食品商経営の浮動性を表わす。廃業商数の六七%、同商納税額の七一%は魚商であるが、これは、魚商数の四四%、同商納税額の一八%に当たり、魚商経営の浮動性が特に強いことが知られる。持家廃業商では、魚商の占める比率は、商家数の五〇%・納税額の六四%であるが、非持家廃業商の場合、共に七五%に及ぶ。さらに、持家魚商のうち、廃業商は、商家数の二五%、納税額の九%に過ぎず、いずれも居宅だけの商家(平均八・五坪)であるのに対して、非持家魚商では、各六〇%・四四%に達する。持家果物商では、商家数の六七%・納税額の六四%が廃業し、廃業商数の三分の二は、いずれも六坪の居宅だけの商家である。非持家

表 日用・食料品商の納税・動態・建家状況

		持家商											非持家商									
		A商家数	B納税額	B/A	廃業		起業		兼業*1		建家(坪)			C商家数	D納税額	D/C	廃業		起業		兼業*1	
					数	納税額	数	納税額	数	納税額	住宅	土蔵	物置				数	納税額	数	納税額	数	納税額
生鮮食品商	魚物商	8	104.00	13.0	2	9.50					121.93	36.75	14.00	10	38.50	3.9	6	16.75				
	青物商	3	28.10	9.4						62.00	6.00	6.75	2	14.00	7.0						1	1.50
	果物商	3	8.25	2.8	2	5.25				34.50		21.00	1	2.50	2.5	1	2.50				1	1.00
	鶏卵商												1	3.00	3.0	1	3.00					
	小計	14	140.35	10.0	4	14.75					218.43	42.75	41.75	14	58.00	4.1	8	22.25				2
荒物類商	荒物商	14	177.75	12.7	1	2.50		7	19.50	335.60	74.25	44.00	3 1(仲買)	35.95 7.00	11.98 7.00			1	0.75		1	0.20
	陶器商	3	32.50	10.8						77.75	3.00	10.50	1	7.00	7.00							
	油商	2	12.00	6.0	1	5.00				49.25												
	筵商(卸)	1	16.00	16.0						52.25		8.75										
	小計	20	238.25	11.9	2	7.50		7	19.50	514.85	77.25	63.25	5	49.95	10.00			1	0.75		1	0.20
菓子類商	菓子商	7	39.75	5.7	1	2.25	1	4.75	1	2.50	103.70		*2 15.00	2	5.25	2.6		2	5.25			
	菓子商(卸)	2	29.20	14.7					1	0.20	51.05	18.50										
	餅商	5	48.20	9.6					1	0.20	90.95											
	小計	14	117.15	8.5	1	2.25	1	4.75	3	2.90	245.70	18.50	37.25	2	5.25	2.6		2	5.25			
	穀類商	穀物商	4	119.00	29.8					1	8.00	123.75	108.50	82.00	1	19.00	19.0					
穀物商(仲買)		3	67.50	22.5					1	4.50	97.65	22.05	17.50									
"(卸)		5	179.20	35.8					1	0.20	130.65	230.15	77.00	1	9.00	9.0	1	9.00			1	1.50
素麺商		1	7.00	7.0							20.00											
小計		13	372.70	28.7					3	12.70	372.05	360.70	176.50	2	28.00	14.0	1	9.00			1	1.50
醸造品商	酒商	4	44.50	11.1					3	14.00	71.75		8.00	5	29.25	5.9	2	2.25			2	10.00
	酒商(卸)	1	18.00	18.0	1	18.00			1	5.00	18.00			2	2.25	1.1	1	1.50	1	0.75		
	醬油商	2	45.10	22.6					1	0.10	157.75	226.00	16.00									
	醬油商(卸)	1	2.25	2.3							25.75	36.00	20.00									
	小計	8	109.85	13.7	1	18.00			5	19.10	273.25	262.00	44.00	7	31.50	4.5	3	3.75	1	0.75	2	10.00
茶商	製茶商(卸)	2	37.20	18.6					2	2.20	64.00	6.00	6.00	1	16.00	16.0						
	"(仲買)	2	24.00	12.0	1	11.00					24.00											
	小計	4	61.20	15.3	1	11.00			2	2.20	88.00	6.00	6.00	1	16.00	16.0						
燃料商	炭商	1	7.00	7.0							10.00											
	附木商	1	2.25	2.3	1	2.25					9.00											
	小計	2	9.25	4.6	1	2.25					19.00											
総計	75	993.75	13.3	10	55.75			20	56.40	1,731.28	767.20	368.75	31	188.70	6.1	12	35.00	4		6	14.20	

[注] 種目欄において、( )記載以外は、小売りである。納税額の単位は、円である。

\* 1 金額明示されるものだけを記載した。 \* 2 概 12.00 坪を含む。

の果物商及び鶏卵商は、すべて廃業商である。廃業が全くみられないのは、青物商だけであり、生産地商業ないし地場生業的性格がうかがえる。

持家商においては、大工兼業による納税額が、魚商納税額に占める比率、薬受け売り兼業による納税額が、青物商納税額に占める比率は、共に二%であるが、青物商では、このほか、豆腐及びわらじの販売をも兼ねている。一方、非持家商では、青物商納税額の一%、果物商納税額の四〇%に達する飲食業兼業納税額がみられるほか、青物商は、さらに荒物商を兼ねる。すなわち、前述の青物商の生産地商業ないし地場生業的性格は、このような万(よろず)屋的経営のもとに成立していたのである。なお、販売効率を示唆する持家商延坪当たり納税額<sup>12)</sup>については、魚商が最大で、青物商・果物商の順であるが、一商家当たり延坪面積では、青物商がやや大きく魚商の中には、長屋住居もみられる。

商家別に検討しよう。非持家商全部と、魚小売商五並びに青物小売商一を除く持家商は、すべて納税額八・五円以下であって、きわめて零細である。この納税額八・五円以下の商家は、持家魚小売商では廃業商二、長屋住居一、兼業商一、持家青物小売商では兼業商二、持家果物商では廃業二となっている。非持家商においても、納税額五円以下の商家一〇のうち、九が廃業商である。つまり、持家商、非持家商を問わず、零細層における経営上の浮沈が認められる。

持家商全般については、土蔵と物置の面積が相半ばするが、この傾向は、青物商のみに認められる。すなわち、果物商では物置だけであり、魚商では、これとは反対に、土蔵七二%・物置二八%であ

る。これらは、魚商から青物商、さらに果物商へと、新興商業的要素が強まっていることを物語る。しかも、一般に、土蔵・物置を持たない、いわば居宅だけの商家において、延坪当たり納税額が大きいことは、新興生鮮食品商において販売効率が高かったことを表わすものであろう。

#### □ 荒物類商

荒物類商のうち、荒物小売商は、納税額の七四%、商家数の七二%を占め、陶器小売商(各一四%・一六%)と合わせて、主体をなす。また、一商家当たり納税額の多い蕙卸商・荒物小売商に対して、その少ない陶器小売商・荒物仲買商・油商が対比される。一商家当たり納税額を検討すると、荒物小売商においては、持家・非持家両商の差がほとんどないが、陶器小売商では、持家商の方が、非持家商よりも、はるかに多い。これは、一般に、陶器の方が、荒物よりも高単価・重量であるため、持家による定着的な陶器小売商経営が功を奏していたからであろう。なお非持家商は、荒物商と陶器小売商に限られる。

廃業商が、商家数の八%、納税額の二%に過ぎず、すべて持家商である点は、生鮮食品商と著しく相違し、後述の菓子商と類似している、非持家商の定着性が強い。しかし持家商の廃業率をみると、荒物小売商では、商家数の七%、納税額の一%に過ぎないが、油小売商では、各五〇%・四二%であって、油小売商における浮動性を示す。これに対して、起業は、非持家荒物小売商だけにみられ<sup>13)</sup>、

荒物小売り開業の容易性がうかがえる。納税額の明らかな兼業の比率は、持家商では商家数の三五%、納

税額の八%、非持家商では各二〇%・四%である。これらは荒物小売商を主とし、同持家商の五〇%、同納税額の一一%、同じく非持家商の各三三%・六%に当たる。荒物小売商における前述の開業の容易性は、同商が兼業機会を多くもつことと表裏の關係をもつ。持家荒物小売商の兼業業種は、飲食業をはじめ大工・人力車引き・洗い張りなどのサービス業が主であり、薬受け売りのほか炭・乾物・豆腐を商う日用・食料品商、糸繭織物・古着行商などの繊維品商である。しかし、非持家荒物小売商の兼業種目は、雑業的な傾向の強い売薬と雑菓子、同仲買商のそれは、やはり仲買的な糸繭商である。このほか、持家陶器商は、陶器と同じ重量商品である石油・水油、また蕨卸商は、蕨・わらじの商品的系譜を引くものとみられる荒物をも取り扱っている。

持家商延坪当たり納税額をみると、荒物小売商・陶器小売商は、蕨卸商・油小売商よりも多く、特に荒物小売商では、長屋所有の三戸がある一方、長屋住居もみられる。また、蕨卸商の延坪面積は、居宅を始めとして、著しく広い。蕨が、軽量とはいえない広い空間を必要とする商品であり、しかもかかる商品の卸商である点から、うなずける。

商家別に検討しよう。納税額七円以下の非持家商は、荒物仲買、陶器小売商のほか、荒物小売商では、一八八四年二月に起業した商家だけである。同じく納税額七円以下の持家商は、荒物小売商のうちきわめて狭い土蔵または物置を持つ二商家と、土蔵・物置を全く持たない四商家のほか、油小売商二、土蔵・物置をもつ陶器小売商一に限られる。つまり、これらは、零細な商家層とみられ、持家商

においては、一般に、延坪当たり納税額の少ない商家である。

荒物類商全体の土蔵対物置の延坪比は、五五対四五であるが、土蔵の方が多いのは、荒物小売商だけである<sup>14</sup>。また、荒物小売商において、延坪当たり納税額が多いのは、一般に広い土蔵・物置を持つ商家であり、同商の在来的性格が表われている。すなわち、先述の生鮮食品商における魚小売商↓青物小売商↓果物小売商という新興商業的要素の強まりと類似して、荒物類商では、荒物小売商↓陶器小売商↓蕨卸売商の図式が描かれよう。

### 三 菓子類商

菓子類商の中では、菓子小売商が、商家数の五六%・納税額の三七%、餅小売商が各三一%・三九%を占め、この両商が主体である。しかし、一商家当たり納税額では、菓子卸商が著しく多く、次いで餅小売商、菓子小売商の順であり、一般に、製造商の納税額が多いことが注目される。非持家商は、菓子小売商だけであり、その零細性が如実に示される。廃業商は、持家菓子小売商だけにみられ、同商数の一四%、同納税額の六%である。非持家起業商は、すべて菓子小売商であり<sup>15</sup>、持家起業商も、菓子小売商に限られていて、同商数の一四%、同納税額の一二%を示す。すなわち、菓子小売商には、前述の零細性と共に、著しい浮沈が認められる。

兼業商が持家商だけに限られる点は、茶商と共に、他種目にはみられない特色である。兼業商は、持家商数の二一%、同商納税額の二%を占める。そして、持家菓子小売商数の一四%、同商納税額の六%を示す荷車引きのほかは、菓子卸商、餅小売商において、わずかに薬受け売りがみられる程度である。しかも、荷車引きを兼業す

る菓子小売商は、上述の起業商であり、内職的な駄菓子商を創業したものである。菓子卸商は、土蔵・物置を始め居室も最も広いが、延坪当たり納税額の小さい菓子小売商では、長屋所有<sup>(16)</sup>と共に、魚小売商、荒物小売商と同様、長屋住居もみられる。

商家ごとに検討しよう。土蔵を持つのは、砂糖卸や菓受け売りを兼ねる菓子卸商一だけである。この商家は、菓子商の中で最高の納税額を示すと共に、土蔵・物置合計延坪においても、最も広い。そして物置の広さは、土蔵の約六割であるが、延坪当たり納税額は、平均以下である。これに対して、残りの菓子卸商は、菓子商中第二位の納税額を示すが、兼業を行わず、土蔵・物置を全く持たない。その延坪当たり納税額は、菓子商中、最高である。前者の居室面積は、後者のその三・五倍に達しており、総じて、前者が在来卸商であるのに対して、後者が新興卸商であることを表わす。

菓子商の中で、納税額五円未満のものは、いずれも雑菓子小売商である。このうち、非持家商二は、一八八二年一〇月と一八八三年三月の起業商であり、特に後者は寄留商である。持家商三のうち、居室だけの商家が二である。一つは、一八八四年八月に開業した起業商であり、前述のように荷車引きを兼ね、延坪当たり納税額が、菓子小売商中、第二位を占める。他の一つは、兼業を行わず、延坪当たり納税額は、菓子商中、最低に近い。残りの持家商一は、居室面積の二・四倍に及ぶ既を持ち、菓子商中最低の延坪当たり納税額を示し、一八八四年二月に廃業してしまう。つまり、零細な雑菓子商の中では、起業商だけが、兼業を伴いながら、納税効率を高めていたのである。

一方、菓子小売商のうち、延坪当たり納税額が第一位を占めるのは、土蔵・物置を持たず、兼業のみられない前述の菓子卸商に次ぐ納税額を示す商家である。この商家は、前述の荷車引き兼業の雑菓子小売商と同様に、長屋住居である<sup>(17)</sup>。いいかえれば、菓子小売商の中で延坪当たり納税額第一位と第二位の商家は、長屋住居であり、狭小な居住空間を基盤として、高密度の操業を展開している。逆に、長屋所有層、いわば家主としては、雑菓子小売商を除く菓子小売商のうち、最低の延坪当たり納税額を示す商家が認められる。この商家は、菓子商のうち最も広い居室だけを持つが、納税額が少なく、いわゆる第一種兼業的な農家であったものとみられる。なお、土蔵物置延坪のうち、土蔵三三%、既二二%であるが、物置を持つ商家数が、圧倒的に多い(七一%)。

#### 四 穀類商

穀類商のうち、卸商が、商家数の四〇%・納税額の四七%、小売商が各三三%・三四%であり、そのほとんど両商で占められ、零細な非持家商も、両商に限られる。一商家当たり納税額は、卸、小売り、仲買の順に小さく、このほかに、零細な素麵小売商一がある。

非持家商の廃業率と兼業率は、商家数では、共に五〇%であるが納税額では、前者三二%、後者五%である。非持家穀物卸商は、炭及び生糸の卸商を兼ねるほか、製糸運転水車業をも営んでいたが廃業し、非持家という経営基盤の脆さを露呈している。一方、持家商では、廃業がみられず、その兼業率は、商家数の二三%、納税額の三%である。そして、穀物小売商は、陸運業をはじめ、醬油・炭・油の小売り、同仲買商は、菓子小売商のほか、糸繭打綿、炭・製茶

小売り、同卸商も、葉受け売らないし、炭・糸繭・桑の各卸を兼ねる。かくて、持家穀物商は、すべて兼業商であり、兼業しないのは、持家商では素麴小売商、非持家商では穀物小売商の各一ずつに過ぎない。

穀物商の中では、一商家当たり延坪面積の最も広いのは、土蔵・物置面積最大の卸商であり、一商家当たり延坪面積、延坪当たり納税額共に、同小売商が比肩する。土蔵・物置延坪最小の仲買商では、一商家当たり居室延坪が最も広く、長屋所有もみられ、延坪当たり納税額が多い。狭い居室だけの素麴小売商といえども、延坪当たり納税額は、穀物小売商と余り変わらない。

持家穀物商の土蔵・物置は広く、<sup>(18)</sup>居室延坪の約一・五倍に及ぶ。<sup>(19)</sup>土蔵面積は、物置のその二倍余りに達するが、営業形態ごとに検討すると、著しく異なり、卸商では、土蔵面積は、物置のその三倍近いが、小売商・仲買では、約一・三倍に過ぎない。また仲買の一商家当たり面積をみると、物置については、ほぼ平均的な広さであるが、土蔵は、きわめて狭いことが注目される。商家別に検討すると、延坪当たり納税額が多いのは、卸商及び仲買では、物置を持たないが土蔵を持つ商家であるのに対して、小売商では、反対に土蔵を持たないで物置を持つ商家である。これらは、在来的・定着的な卸商・仲買と、新興小売商の著しい対照を物語る。

#### (五) 醸造品商

醸造品商においては、商家数の八〇%、納税額の六七%が酒商であり、残りが醤油商である。一商家当たり納税額は、酒商・醤油商共に、小売商の方が、卸商よりも多い。しかし、その差は、醤油商

において著しい。酒は、持家商にとどまらず、非持家商においても販売されるが、醤油は持家商だけで売られており、嗜好品としての酒に対して、実用品としての醤油という、商品の特性の相違を示唆する。しかも、酒商の一商家当たり納税額をみると、非持家商では、小売商が卸商の約五・四倍に及ぶのに対して、持家商では、逆に、卸商が小売商の一・七倍に近い。つまり、酒商の場合、卸商といえども、持家でなければ、小売商をしのご経営規模を示さなかったのである。

廃業率は、商家数の二七%・納税額の一五%であるが、起業率<sup>(20)</sup>は、各七%・五%に過ぎない。経営面において地味な醤油商では、起・廃業がみられないのに対して、商勢の強い酒商では、それが認められる。特に卸商の廃業がめだち、持家商では唯一の寄留卸商が、一八八四年一二月、兼業する飲食業もろ共廃業した。一方、非持家商では、卸商数の四〇%、同納税額の一八%が廃業し、<sup>(21)</sup>同卸商では、商家数の五〇%、納税額の三三%の起業もみられる。いいかえれば、持家商では一卸商の廃業だけであるが、非持家商では、小売商の廃業、卸商の起・廃業が共に認められる。したがって、持家商では大型の数少ない倒産、非持家商では小規模の多くの変動があったものとみてよい。かかる小規模の変動がみられるのは、納税額一・五円以下の非持家酒商―卸商・小売商各二―である。

兼業率は、商家数の四六%、納税額の一・二%であり、持家商の場合、商家数では高率であるが、納税額では低率であるのに対して、非持家商においては、この逆である。<sup>(22)</sup>いいかえれば、持家商の兼業は、わずかながら多くの店に行き渡っていたが、非持家商のそれ

は、一部の店に偏っていたのである。酒商の兼業種目としては、圧倒的に飲食店が多いのに対して、醤油商の場合、菓の受け売りを始め、水油の小売り、塩の卸・小売りを兼ね、前者がサービスマスの系譜を示す一方、後者が実用品商の系譜であることを示す。

一商家当たり延坪面積が広いのは、醤油商であり、中でもその小売商であるが、酒商の場合は、卸・小売り共に著しく狭い。この傾向は、居宅においてもさることながら、特に土蔵・物置において、顕著である。したがって、延坪当たり納税額は、この逆であり、醤油小売商において最も少なく、次いで同卸商、さらに酒小売商であり、最も多いのは、酒卸商である。個々の酒商についてみると、納税額順位と延坪当たり納税額順位が符合するのに対して、醤油商では、その順位が、ほぼ逆である。つまり、規模の利益を具現するのは、酒商である。酒商では、土蔵を持つ商家はなく、物置を持つのが、納税額最低の小売商一だけであり、その物置とても、酒商延坪面積の八割に過ぎない。ところが、醤油商は、延坪面積の七割に当たる物置のほかに、五五割に及ぶ土蔵を持つ。この点においても、先述のような嗜好品・実用品両商の系譜の相違が看取されると共に、醤油商の顕著な在来的定着性がうかがわれる。

#### (六) 製茶商・燃料商

製茶商は卸商・仲買、また燃料商は、小売商だけである。非持家商は、起・廃業、兼業の認められない製茶卸商一に限られる。しかし、製茶持家商では、仲買の商家数の五〇%・同納税額の四六%が廃業商であり、製茶持家卸商においては、兼業が認められる。燃料商では、商家数の五〇%、納税額の二四%が廃業商である。

商家別にみると、製茶卸商のうち、持家商二の納税額は、二二・二円及び一五円、非持家商のそれは一六円であって、持家・非持家両商の納税額の差は、著しくない。納税額二二・二円を示す商家といえども、専業ではなく、傘・下駄の卸、菓受け売りを兼ねる万(よろず)屋形態であって、土蔵・物置を持たない<sup>(23)</sup>。また納税額一五円を示す商家も、一八八三年七月に氷小売り<sup>(24)</sup>を兼業するようになり、土蔵・物置各六坪を持つに過ぎず、延坪当たり納税額は、前者の半ばに及ばない。製茶仲買二の納税額は、各一三円・一一円であり、彼らの建家は共に居宅一二坪ずつだけであるから、両商家の延坪当たり納税額は、ほぼ変わらない。しかしその額は、卸商と比べるとはるかに多く<sup>(25)</sup>、仲買が、狭い居住空間を占めながら、活発な取引を行っていたことが知られる。納税額一円を示す後者は、一八八三年一月に廃業しており、製茶仲買商経営の限界を物語る。燃料商二の納税額は少なく、木炭商七円、附木商二・二五円である。共に土蔵・物置を持たず、前者は、長屋住居―居宅一〇坪―、後者は居宅九坪であるから、後者の延坪当たり納税額は、前者のその約三分の一に過ぎず、一八八三年九月に廃業した。総じて生産地商業としての製茶商と、消費地商業としての燃料商との規模形態上の対照が著しい。

#### 四 結 語

□ 生鮮食品商(すべて小売商)については、〈一〉その主体は、魚商とこれに次ぐ青物商であり、この両商の納税規模が大きいのに対して、果物商・鶏卵商のそれは小さい。しかも、持家・非持家両商の納税規模格差及び単位面積当たり納税効率の点で、魚商は、青



物商・果物商をしのぐ。また、持家魚商の繁栄と、零細な魚行商の存在が、住民の旺盛な魚類需要を裏書きする。〈二〉魚商を始め果物商・鶏卵商における廃業が、著しい。特に持家商よりも非持家商において、廃業率が高く、彼らの経営の浮動性を示す。これに対して、青物商の廃業は認められず、生産地商業ないし地場生業の性格がかがえる。この性格は、青物商・果物商における万(よろず)屋の経営にも表われる。〈三〉一般的には、持家商・非持家商を通じて、零細層における経営上の浮沈が大きい。しかし、居宅だけの商家における単位面積当たり納税効率は、高い。また、土蔵の広い魚商から、土蔵・物置相半ばする青物商、さらに物置の広い果物商へと、新興商業的要素の強まりを示す。

□ 荒物類商については、〈一〉その主体は、荒物小売商とこれに次ぐ陶器小売商である。一商家当たり納税額をみると、○高額な産卸商・荒物小売商と、低額な陶器小売商・荒物仲買・油小売商に分けられ、○同じく小売商であっても、荒物商では、持家・非持家両商の差がほとんどないのに対して、陶器商では、持家商の方が非持家商よりも多く、より高単価、より重量という商品上の特質が、持家による定着的な陶器商経営をもたらす。〈二〉生鮮食品商と比較すると、廃業が少なく、非持家商の定着性が強い。油小売商では、廃業率が高く、その浮動性を示す。非持家荒物小売商だけに認められる起業は、荒物小売商開業の容易性を表わす。開業の容易性は、多様な業種の兼業を背景に展開する。〈三〉単位面積当たり納税効率は、産卸商・油小売商よりも、荒物小売商・陶器小売商において高く、なかでも荒物小売商の階層分化が注目される。零細経営層の納税効

率は低い。〈四〉土蔵の広い荒物小売商から、物置の広い陶器小売商、さらに物置だけの産卸商の順に、新興商業的要素の強まりを示す。荒物小売商において単位面積当たり納税効率が高いのは、広い土蔵・物置を持つ商家であって、同商の在来的性格が表われる。

□ 菓子類商については、〈一〉その主体は、菓子小売商とこれに次ぐ餅小売商である。しかし一商家当たり納税額をみると、最高は菓子卸商、次いで餅小売商、菓子小売商の順である。非持家商・持家廃業商・起業商の多くは、菓子小売商であって、その零細性と経営変動が示される。〈二〉兼業は、持家商だけに認められる。菓子小売商は、一般に単位面積当たり納税効率が低く、階層分化がみられる。〈三〉菓子卸商には、○広い居宅、土蔵・物置を擁して、兼業を営み、最高の納税額を示すが、単位面積当たり納税効率低い在家商と、○納税額はこれに次ぐが、土蔵・物置を持たず、兼業を行わず、単位面積当たり納税額最高の新興商とが、認められる。〈四〉零細な雑菓子小売商の中では、起業商だけが、兼業を伴いながら、納税効率を高めている。〈五〉菓子小売商の中で、単位面積当たり納税効率の高い商家は、長屋住居であり、狭小な居住空間を基盤として、高密度の操業を展開する。長屋を提供する家主層は、第一種兼業的な農家とみられる。かかる様相は、物置所有商家数が、持家商数の七一%を占めるといふ新興商業的特色と結びつく。

□ 穀類商については、〈一〉その主体は、卸商とこれに次ぐ小売商である。一商家当たり納税額も、卸・小売・仲買の順である。〈二〉持家商の多くは、兼業を伴いながら経営を持続するのに対して、非持家卸商は、兼業しつつも廃業への道をたどる。〈三〉面積当たり

納税効率や、一商家当たり延坪面積の業態による差は、顕著でない。しかし、業態ごとに検討すると、土蔵が物置に比べて著しく広い卸商と、やや広い小売商・仲買に分かれる。さらに、卸商・仲買では、物置を持たず土蔵だけを持つ商家の面積当たり納税効率が高く、小売商では、逆に土蔵を持たず物置だけを持つ商家のそれが高い。これは、在来的・定着的な卸商・仲買と、新興小売商の著しい対照を物語る。

〔五〕醸造品商については、(一) 酒商が主体で、残りが醤油商である。一商家当たり納税額は、小売商の方が卸商よりも多いが、この傾向は、醤油商において顕著である。また酒は、持家・非持家両商において売られるが、醤油の販売は持家商に限られており、嗜好品||酒、実用品||醤油という商品特性の差を示す。酒商の一商家当たり納税額を、非持家商・持家商別にみると、前者では、小売商が卸商の五倍を越えるが、後者では、逆に、卸商が小売商の二倍に近く、持家酒卸商の納税規模が大きい。(二) 経営面において地味な醤油商では、起・廃業がみられないのに対して、商勢の強い酒商では、それが認められる。しかも、持家商では大型の少数な倒産、非持家商では小規模の多くの変動が、それぞれうかがえる。(三) 持家商の兼業は、わずかながら多くの商家に行き渡るが、非持家商のそれは、一部の商家に偏る。兼業業種は、酒商ではサービス業、醤油商では実用品商である。(四) 一商家当たりの延坪面積は、醤油商—なかでも小売商—において広いが、酒商では狭く、この傾向は、居宅においてもさることながら、特に土蔵・物置において、顕著である。しかし、酒商だけについてみると、納税額順位と単位面積当たり納

税効率順位が符合し、規模の利益が表われる。(五) 酒商・醤油商共に、総延坪面積の七〇八〇の物置を持つに過ぎないが、醤油商は、このほかに五五〇に及ぶ土蔵を持ち、顕著な在来的定着性を帯びる。(六) 製茶商・燃料商については、(一) 製茶商は、生産地商業である。そして、卸商における持家商・非持家商の相違は、前者が、居宅主体の建家において兼業を行うのに対して、後者は、兼業を嘗まない点である。しかし、両商の納税額、ほぼ同じである。また、卸商よりも納税額の少ない仲買は、単位面積当たり納税効率では、卸商をはるかに越えており、居宅だけの狭い居住空間を占めながら活発な取引を行っていたことが分かる。(二) 燃料商は、零細な小売商(消費地商業)であり、特に、納税額の少ない付け木商は、廃業への道をたどる。(城西大学)

### 注

- (1) Michael Chisholm (1969) : Geography and Economics P. 1
- (2) J. L. Berry (1967) : Geography of market centers and retail distribution pp. 5~9
- (3) 田村正夫 (一九七八) 『商業地域の形成 — 改訂増補版 —』、文化書房博文社、一〇一八八頁
- (4) 前掲 (3) 一八九~二七三頁

- (5) 田村正夫(一九七九)「首都圏の都市成長前線帯における商業地域の形成―飯能市における一八八〇―一八九〇年の店舗規模・納税額を中心に―」、城西大学教養関係紀要三、一、五九―八一頁
- (6) 前掲(3)二四八―二四九頁、前掲(5)六〇頁
- (7) 前掲(3)二四九―二五七頁、前掲(5)六〇頁
- (8) 前掲(5)八〇頁<sup>[注]八</sup>
- (9) 前掲(5)八〇―八一頁<sup>[注]九</sup>
- (10) 前掲(5)八一頁<sup>[注]一〇</sup>
- (11) 「商業税金徴収簿(一八八二―一八八三年)」記載商家のうち、一八八二―一八八四年の間に廃業した商家の割合。
- (12) 前掲(5)六九頁
- (13) その起業商は、非持家荒物小売商数の三三%であるが、同納税額の二%に過ぎない。
- (14) 土蔵と物置の延坪比は、荒物小売商では六三対三七、陶器小売商では二二対七八、延卸商では〇対一〇〇である。
- (15) この中には、商家への寄留人による起業も含まれる。
- (16) 前掲(5)七一頁
- (17) この商家は七軒長屋、雑菓子商の方は二軒長屋に住む。
- (18) 前掲(5)七〇頁
- (19) 前掲(5)七一頁
- (20) 「商業税金徴集簿(一八八二―一八八三年)」記載商家のうち、一八八二―一八八四年の間に新規開業した商家の割合。これらの過半は、川寺村への転居によるものである。
- (22) 商家数及び納税額中に占める兼業のウエイト(兼業率)は、持家商では各六三%・一八%、非持家商では各二九%・三二%である。
- (23) しかし、この商家の納税額は、茶商・木炭商を通じて、最高である。
- (24) 納税額一五円のうち、「損料屋分二円」と記載されているのは、恐らく氷売りに使用する什器類を賃借していたために、賃貸商から納税したものである。
- (25) 延坪当たり納税額は、製茶卸商〇・六七円、〇・三二円、製茶仲買一・〇八円、〇・九二円である。

**THE BUILDING AND THE BUSINESS TAXES ON THE STORES SELLING  
DAILY NECESSITIES & GROCERIES**  
— Individualized Analysis on Each Commercial Item in the  
1880's in Hannoh, Saitama Prefecture —

**Masao TAMURA**

It has been my long-cherished desire to analyze the formation of the local commercial region, just before the Industrial Revolution in Japan. This paper is written in order to analyze the formation of the commercial region in Hannoh, Saitama Prefecture. The town is situated at the exit of the Iruma River in the Musashino Plateau, and also is in the suburbs of Tokyo. It is about a 45km distance from Tokyo Station, and it had been historically connected with the old Tokyo (Edo) through Iruma River and Ara River. I will take up the daily necessities and groceries stores, because they are closely connected with the everyday life of the neighborhood. I shall use two indicators. One is the scale of the store building, and the other is the amount paid as the business taxes on the store. The former implies the economic "stock", and the latter the economic "flow".

1. The perishable food stores: The expansion of the area of lumber room implied the uptrend of commerce.
2. The sundry goods stores: It seems that the chinaware retailer managed much better, because of their owning stores. In the case of the kitchenware retailers, the economic classification was ascertained.
3. The confectioners: The renting of the stores, the discontinuing of businesses, and the opening of new businesses were frequently seen among the confectionery retailers. This showed the pettiness and the instability of business among the confectionery retailers.
4. The grain stores: Most of the self-owned stores continued their regular business, while pursuing some side business. On the other hand, some of the rented stores were obliged to discontinue business even though the owners pursued a side business.
5. The brewing goods stores: "Sake" was sold not only at the self-owned stores but at the rented stores as well, because the demand of "sake" was so great under the character of being a table luxury. However, soy sauce was sold by the self-owned stores. The demand for soy sauce was more stable than the demand for "sake" under the character of being one of the utility goods. As far as "sake" stores were concerned, the scale of the tax payment corresponded to the one per unit area of the store. Thus the tax payment of "sake" stores represented the so-called "scale of economy".